

I. 日 時：平成 23 年 9 月 2 日(金)午後 2 時～午後 4 時

II. 場 所：私学会館アルカディア市ヶ谷

III. 参加者：大原主査、須田委員、松浦委員、渡辺委員、西村委員、高田委員、斎藤アドバイザー、佐野アドバイザー  
企業アドバイザー：日本電気、日本アイ・ビー・エム、FUJITSU ユニバーシティ、ネットマークス、  
日立製作所、廣済堂  
事務局：井端事務局長、森下主幹、野本

#### IV. 検討事項

##### 1. 情報クリエイタ系の学習成果の到達目標について

- ・ 3名の委員から案が提示された。
- ・ 案1で、【到達目標1】情報メディアの基本原則および技術的要素の基礎を理解している。【到達目標2】デジタルコンテンツ制作の基本的なツールを必要に応じて組合せ、適切なメディアで表現し利用することができる。【到達目標3】デジタルコンテンツを応用したシステムのライフサイクル(要件定義、設計、開発、構築、運用、保守)の概要を理解している。【到達目標4】デジタルコンテンツの利用を通じて、豊かな未来社会の実現を考えることができる(文化・生活)。が提示された。特に、プロジェクトマネジメントを追加して、情報マネジメントの表現に統一、豊かな未来社会への考えを掘り下げていた。
- ・ 案2で、【到達目標1】情報メディアの基本原則および技術的要素の基礎を理解している。【到達目標2】コンテンツ処理および制作に用いる基本的なツールの操作方法を身につけ、効果的な情報表現ができる。【到達目標3】コンテンツ制作の過程とその管理について理解し実践することができる。【到達目標4】情報メディアとコンテンツの利用を通じて、豊かな社会の実現を考えることができる。が提示された。特に、1が技術、2がツール、3がコンテンツ制作・プロジェクトマネジメント、4が社会とコンテンツとしてまとめ、得意分野を持つ必要性や社会・サービス・倫理・企画を意識していた。
- ・ 案3で、【到達目標1】コンテンツの基本原則および情報クリエイターの基本的役割を理解している。【到達目標2】コンテンツ制作の基本目的を理解し情報クリエイターとしての基本表現力を身につける。【到達目標3】社会的ニーズを把握して企画を構想でき、パッケージ制作とプレゼンテーションを実現する。【到達目標4】オリジナル・テーマを決定し、ストーリー性のあるエンターテインメント・コンテンツが制作できる。が提示された。特に、国際競争力から遅れている観点で、日本がNo1になりたい思いをいれた。理解力・アプリ技術的表現・実践的で現実実質能力を身に付け、国際競争力でオリジナルコンテンツ作成と全体イメージで総合的な力を目指した。

##### 2. 委員の意見

- ・ 案3の目標4は目標3に入れても良いのではないかと。ビジネスモデル(プロセス)を理解する力が必要、売るためには必要ではないかと。目標3にビジネスモデルを入れるか、情報ビジネス学科では実施している。経営系はビジネスモデル、クリエイタ系との交流の場がない。相互の先生が協同して可能となる。協調、協同学習等が必要と考える。
- ・ プロジェクトマネジメントの重要性、品質、保守を考えた物づくりの考えを入れたい。
- ・ デザイン思考は重要と考える、エンジニアリングとマーケティング、運用サポート、デザイン部門の人材は、社会的課題をユーザと一緒に形あるものにすること。ハードデザイン、コンテンツソフト、サービスの全体を考えるデザイン、コラボレーションが必要で、トータルデザインの理解が必要。
- ・ 情報クリエイタの名称はどうか、情報系クリエイタとしてはどうか。デザインとして今までは、使うストーリーや空間のみで時間軸を考えていなかった。デザインという言葉は不足と思われる。
- ・ 専門をベースにクリエイタ技術を身につけたら価値があるのではないかと、誰でもできなければいけない教養として位置づけられるようになるかと考える。アップル例で機能を付加すれば良いのではなく、シンプルイズベストが一番、まじめに作ってない感じがあるものが売れる。日本は発想機転がテクノロジーありきだったのではないかと、感性に長けた力が必要で、シンプル化する力が求められる。感性、価値観にうったえることが何かをつくる時に重要。
- ・ 就職先は、Webデザイナーやゲームデザイナーなどが多い。学部生の達成目標、卒業前に社会に出てどんな能力を問われるか、学生がどううたえられるかの内容であろう、知識、スキル、感性が4年生になって言えなくてはならない内容で、学生ひとり一人に寄与できること。ビジネスプランナーに対してデ

ザインプランナーが生まれる、ユーザそのものがデザイナー。作品をつくる、Webとしてはデータベースとの連携など、プレゼンとマネジメントの力が企業から不足と言われている。

- ・ 作品を見たら本人の能力がわかる、例えば3年が終わった段階でパッケージ化されることが必要で、自分の成果を見せる能力が必要で、ブルーレイ1本5分プロモーションができれば良い、また、作品を評価できる力も必要。
- ・ 情報学部として芸術とのすみ分けを考える必要があるのではないか、社会のニーズに合った、情報としての売りを付加する必要がある。経営系と情報系と芸術系のすみ分けが必要とも考えられる。問題解決力が求められており、専門の枠を超えたコミュニケーション力が求められている。
- ・ 学士力は本来の社会を切り開いていく力、意欲と能力を備えさせる。若い人にコンテンツで社会を変革できる等の意欲、エネルギーを与えたい。
- ・ 30～40年先としては企業組織がなくなるのではないか、一部のプロジェクトが作成したものではないか、全部、個人の能力がインディペンデントされる、Net上でもコントラクトされる社会になる、一環性のある付加価値を持てる力を持たせることでよいのではないか。
- ・ 情報通信とクリエイタを分けた部分、専門性を想定して、出した方がよいのではないか。1, 2で基本学士力を明らかにして、通信との違いを明確にWebデザイナー等ターゲットにしてはどうか、言葉を整理すればよいのではないか。
- ・ フレームワーク的なものが参考にするカリキュラムを作れると考える。
- ・ クリエータとしては、範囲が広い感じがあり、コンテンツ系としてはどうか物でなくソフト的バーチャルなものに限定してはどうか。メディアの上にコンテンツとしてなので、プロダクトは含めないでメディアとコンテンツに絞ってはどうか。
- ・ 何をどう可視化するか、ビジネスコンテンツになるのではないか、メディアに乗せることで双方向化などの動きにもなる。
- ・ 3年以内のキャリアイメージではディレクタ、プランナーとなり、アートディレクタのイメージ。学部卒より専門学校卒を優先にもしている場合がある。デザインは美術系からが多い。3年後には要件をまわせる人材が求められ、アイデアを形にする力が必要。
- ・ システムよりのクリエイタが必要か、学生にはコンテンツ含め選択肢、専門的に項目、ランクを出す必要があるのではないか。
- ・ 日本の新しいクリエイタ文化を國の制作として打ち出す、企業家を育てるバックアップが必要ではないか。國の支援策などで提案してはどうか。コンテストで学生にチャンスを与えたり、マスメディア含めオリピックの仕掛けが必要ではないか、先生を養成することも考えたい。大学としての高い目標を掲げたい。

### 3. 次回の予定

- ・ ワーキンググループとして継続検討を実施することにした。

### 4. ワーキンググループでの検討：平成23年9月16日午前11～午後1時・私学会館アルカディア市ヶ谷

参加者：高田委員、西村委員、須田委員、松浦委員、渡辺委員、事務局：野本

- ・ 【到達目標1】情報メディアの基本原則および技術的要素の基礎を理解している。【到達目標2】デジタルコンテンツ制作の基本的なツールを必要に応じて組合せ、適切なメディアで表現し利用することができる。【到達目標3】デジタルコンテンツを応用したシステムのライフサイクル(要件定義、設計、開発、構築、運用、保守)の概要を理解している。【到達目標4】デジタルコンテンツの利用を通じて、豊かな未来社会の実現を考えることができる。(文化・生活)として、前回の3案を集約した。
- ・ クリエータ系は、アート・コンテンツ作成中心になるのではないか、コンピュータを利用する基礎としてプログラミング的感覚があっても良いのではないか。開発環境を使った仕掛けが必要。総合化したコンテンツを作れる人を目指すため、プログラムはツールとして考えてはどうか。就職用でどうか。
- ・ 総合・コンテンツ・システム系列に分けたがどうか、ジャンル別に分ける場合など役に立つと考える
- ・ 途中で専門に分かれ、最後に総合としたらどうか。また、一般レベルと専門レベル、知識と実践を分けるかについて。レベル設定で理解説明できる、活用制作できるの検討が必要ではないか。また、用語はメディア、マスメディア、マルチメディアの整理、作るは制作に統一を図る。
- ・ 例えば4つにわけて、1がハード知識で理解説明ができるまで、2がソフト実践選択で活用制作レベル、3がソフト制作レベル、4が総合的として各委員で再検討してとりまとめることとした。

以上