

報道関係者各位

2016年1月25日(火)

デジタルハリウッド大学大学院 2016年度 新カリキュラム

クリエイティブ系科目を再編 株式会社サイバーエージェントと産学協同講座



ビジネス、ICT分野との融合につながる、
デジタル時代のクリエイティブ分野を基礎 4 科目で新規開講

＜担当講師 4 名が登壇する開講記念イベントを開催＞

“Be A Creative Survivor”

～激動の時代を生き抜くために、今身に付けるべきクリエイティブスキルとは。

開催日時:2月9日(火)19:40～21:30

会場:デジタルハリウッド大学大学院 駿河台キャンパス

PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

日本初の株式会社による専門職大学院、デジタルハリウッド大学大学院(本校:東京都千代田区 学長 杉山知之 以下本大学院)では、先にお知らせした「アジャイルデベロップメントラボ」開講、「コンテンツビジネス分析ラボ」等の開講・新任教員決定に続き、2016 年度の新カリキュラムの中核的な革新として、「クリエイティブ系科目の再編」を行います。

この再編では、株式会社サイバーエージェントとの産学協同で、クリエイティブ分野の科目を大幅に刷新いたします。

本学では、デジタルコンテンツマネジメント修士(専門職)を育成するためのカリキュラムを、「ビジネス」「クリエイティブ」「ICT」の融合というコンセプトにより編成し、各領域の専門科目を設置してきました。

特に「クリエイティブ」の分野においては、コミュニケーションテクノロジーの進化と普及にとともに、年々複雑性が高まっており、基礎的な科目群であるほど、それを横断できる視点や考え方で統一された教育設計が求められてきました。

こうした背景から、デジタルエージェンシーとして優秀な実務家を多く擁し、新卒から中途まで豊富な人材育成の体制・実績を持つ株式会社サイバーエージェントとクリエイティブ分野の科目再編を行うことになりました。

株式会社サイバーエージェントは、既存の枠やルールにとらわれずに様々なデジタルコミュニケーションを企画・設計・制作してきた実績と、デジタル全盛時代に突入しコミュニケーションのルールが変わることを大前提にできるマインドを持っており、デジタルセントリックな思考による講義内容を実践していただけます。

講師陣はインターネット広告事業本部クリエイティブ・テクノロジー局の二宮功太局長をはじめ、各科目の内容に関する第一線スペシャリストにご登壇いただきます。

クリエイティブ分野の中核として新規開講する科目は以下の4科目です。

- ① 「コミュニケーションデザイン概論」
- ② 「テクノロジー&コミュニケーション概論」
- ③ 「デジタル時代のアートディレクション概論」
- ④ 「デジタルにおけるコピーライティング」

今回の産学協同講座の開講にあたり、「“Be A Creative Survivor”～激動の時代を生き抜くために、今身に付けるべきクリエイティブスキルとは。」と題して、開講記念イベントを開催します。担当講師4名が登壇し、各科目のコンセプトや内容をご紹介します。

ご自身あるいは自社のビジネスプランを、コミュニケーションやクリエイティブの力によってより広く、深く伝えたいと思っている方で、そのための方法論を知りたい方や、コミュニケーション、クリエイティブ領域で将来プロフェッショナルになりたいと考えており、そのための方法論を知りたい方は、お気軽にご参加ください。

<開講記念イベント 開催概要>

■ 名 称: “Be A Creative Survivor”

～激動の時代を生き抜くために、今身に付けるべきクリエイティブスキルとは。

PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

- 日時：2月9日(火)19:40～21:30 (開場 19:20)
- 登壇者：二宮功太氏／中橋敦氏／末永剛氏／酒井英典氏(株式会社サイバーエージェント)
- モデレーター：本多忠房教授
- 会場：デジタルハリウッド大学大学院 駿河台キャンパス
東京都千代田区神田駿河台 4-6 御茶ノ水ソラシティ アカデミア 3F
- 参加：無料
- 主催：デジタルハリウッド大学大学院

お申し込み

下記のお申し込みフォームよりご登録ください。

<http://gs.dhw.ac.jp/event/160209/>

<新規科目紹介>

※内容は予定も含まれ変更の可能性もございます。

①

「コミュニケーションデザイン概論」

伝わらなければ意味がない。伝わりたがっている物事が多すぎる情報カオス時代に、伝えるモノと伝えカタを効果的にデザインできる思考を身につけることを狙いとします。

【授業概要】

コミュニケーションデザインの変遷から、メディアやデバイスの変化、生活者の変化に起因する情報カオス時代におけるコミュニケーションデザインの重要性を体感してもらいます。事例の紹介やワークショップ、演習やプレゼンテーションを多用し、役に立つコミュニケーションデザイン思考法を学んでいきます。

【到達目標】

「情報大爆発」が実際に起こっている伝わりづらい時代に、自らの創作物をどのように市場や社会に提唱して行けばよいか。伝えるモノと伝えカタを効果的にデザインできる思考を身につけることを目標とします。

【授業テーマ(全8回)】

1. コミュニケーションデザインとは
2. コミュニケーションデザイン事例
3. コミュニケーションデザインのリバーズエンジニアリング
4. スマホ、ソーシャル時代のコミュニケーションデザイン
5. コミュニケーションデザイン実践<構想・設計 篇>
6. コミュニケーションデザイン実践<計画・実行 篇>
7. コミュニケーションデザイン演習
8. プレゼンテーション

PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

②

「テクノロジー&コミュニケーション概論」

リアルとデジタルが入り交じり、カオスでめちゃくちゃで、急速拡大中のコミュニケーションの世界。未来をもっと面白く、世界をもっと良くするための、「新しいコミュニケーションのカタチ」をつくる力を身につけます。

【授業概要】

コミュニケーションは、テクノロジーの進化と共にカタチを変え発展してきました。現代では個人が常にオンラインであり、現実世界とデジタルの世界を自由自在に行き来しています。ますますインターネット化していくこの現実世界は、人と人、人とモノ、人と街、人と〇〇…と、どんどん繋がり、リアルとデジタルが入り組んだ1つの世界としてその規模を急速に拡大しています。そんなカオスでめちゃくちゃな、もはやいち人間の想像域を超える大きさのこの世界で、未来をもっと面白く、世界をもっと良くするための、新しいコミュニケーションのカタチをつくる力を身につけます。事例や実習、トップランナーもゲストに交えながら。

【到達目標】

リアルとデジタルが入り交じり、カオスでめちゃくちゃで、現在急速拡大中の未来をもっと面白く、世界をもっと良くするための、新しいコミュニケーションのカタチをつくる力を身につけます。

【授業テーマ(全8回)】

1. テクノロジーとコミュニケーションの関係性を歴史と共に探る
2. デジタル時代の世界はカオスで大きくて狭い(?)事例と共に学ぶ。
3. ゲスト講義
4. インターネットコミュニケーションのカタチ・手法を現実世界に持ち込むと?
5. プランニング&エンジニアリング<計画・実行篇>
6. プレゼンテーション方法
7. オリエンテーション 最終プレゼンのテーマを見つけよう。
8. プレゼンテーション&審査会

③

「デジタル時代のアートディレクション概論」

実践を通して得た(特にデジタル領域の)アートディレクションの考え方を身につけ、伝わるクリエイティブを作る力と、課題を解決する力をトレーニング。最終的に受講者それぞれのプロジェクトのキービジュアル(ロゴ+イメージ)を作る。

【授業概要】

実践的なアートディレクションの手法を通して、視覚的な領域をトータルコントロールする力を身につけます。特にデジタル領域では様々なデバイスへのレスポンスブルな「対応力」、小さなサイズでも印象に残る「シンプルさ」、多くの情報の中でも埋もれない「個性」をどのように構築するか、多くの課題があります。事例を紹介しつつ、アートディレクターの目線から、各プロジェクトがどのようにしてトーン&マナーを揃えているのか、デジタル以前から変わらない根本的な考え方と、デジタルならではの押さえるポイントを検証します。また、講義全体で「プロジェクトの「キービジュアル」(name+logo+image)を完成させる」という課題

PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

を設定します。自分のプロジェクトのテーマを決め、リサーチ、チームビルド～プレゼンまで、実際のアートディレクションで行う流れを通して、実践で役立つ力を身につけます。

【到達目標】

- ・デジタル時代に通用するアートディレクションの考え方を身につける
- ・自分のサービスやプロジェクトを設定し、キービジュアル(タイトル、ロゴ、ビジュアルのセット)を作る

【授業テーマ(全8回)】

1. 【テーマ】アートディレクションするテーマを探す、決める。
2. 【リサーチ】デジタル時代のアートディレクション事例紹介
3. 【チームビルド】様々な領域のスペシャリストたちとの共同作業する
4. 【アイデアのデザイン】デジタル発想のアイデアの見つけ方
5. 【フィジビリティ】実現可能性のチェック法
6. 【アウトプット】多様化したデバイスに対応する出力
7. 【ドキュメント】記録する方法とその重要性
8. 【最終プレゼンテーション】

④

「デジタルにおけるコピーライティング」

スマホ全盛期の昨今。テキストをうまく活用すると、爆発的な拡散を生み出すことができます。そんな世界で、ライティングのノウハウを身につけることは、とても強い武器になると思います。演習を中心として、プロの世界の考え方を、お見せします。

【授業概要】

スマホ全盛期。ガラケー時代と比べて「テキストの時代」に回帰しているような雰囲気もあります。そんな時代に、コピーライティングの能力を身につけることは、実はとても有益なことです。たとえコピーライターにならなくても、その本質的なエッセンスは、あなたのビジネスに役立つことでしょう。前半はトラディショナル(普遍的)なコピーライティング体験から始め、後半はデジタル世界に特化した実践的なコピーライティング演習に発展していきます。

【到達目標】

コピーライティング的な能力を、簡易的ながら身に付けることを目指します。

- ①短くまとめる力 ②長くても読ませる力 ③有利な場に引きずり込む力
実習を中心に、各回完結のワークショップを実施。互いに腕を磨きましょう。

【授業テーマ(全8回)】

1. コピーライティング的な能力とは(電球のコピーを考えて下さい)
2. コピー体験①:切り口をたくさん用意する
3. コピー体験②:一行でまとめる
4. コピー体験③:ネーミングする
5. デジタルコピー実習①:13.5文字への挑戦
6. デジタルコピー実習②:3行でまとめる
7. デジタルコピー実習③:タイトルを作る
8. デジタル時代のコピーライティング能力とは(改めて電球のコピーを考えよう)

<担当講師> (予定)

二宮功太 氏

株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部
クリエイティブ・テクノロジー局
局長

担当科目:「コミュニケーションデザイン概論」

慶応義塾大学大学院 政策・メディア研究科修了。

2004年サイバーエージェントに入社。

広告プランナーとして大手クライアントの Campaign プランニング、

デジタルマーケティング業務支援に携わり、TIAA やモバイル広告大賞などで受賞。

デジタルセントリックな「新しい広告のカタチ」を実現するプランニング/クリエイティブ組織を立ち上げ、事業責任者に就任。広告主の課題に対してソリューションとなる、広告プランニング/クリエイティブディレクションに従事。宣伝会議主催「カンヌ広告祭 セミナー2012」登壇 / 「デジタルサイネージ ジャパン 2014」登壇、ブレーン 2015年1月号「2015年注目のクリエイティブチーム」として掲載。宣伝会議、販促会議、日経本誌、日経 MJ、日経産業新聞、IT 批評など掲載実績も多数。

<Award>

第7回モバイル広告大賞 キャンペーンサイト部門受賞

第10回モバイル広告大賞 アプリケーション部門受賞

第8回東京インタラクティブアドアワード Integrated Campaign 部門受賞



中橋敦 氏

株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部
クリエイティブ・テクノロジー局
シニア・プランナー
ブランドユニット・リーダー

担当科目:テクノロジー&コミュニケーション概論

2009年にサイバーエージェントに中途入社

PR局等を経て、2011年からクリエイティブ・テクノロジー局に所属。

「リアルとデジタルを繋ぐ」を自己テーマとし、大手スポーツメーカー、飲料、アパレル、サービス、小売り、エンタメクライアント等、各種ナショナルクライアントのプランニング立



PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

案・実施 / クリエイティブディレクションを担当。

「リアルいいね！」等、新たなテクノロジーの開発・プロデュースも手がけ、「ICONIQ UNKNOWN」写真展や、「ap bank fes 2012」ソーシャル拡散プロジェクトや、NFCを活用した「Smart OOH 広告」や渋谷区と共同で行う「Shibuya Clickable Project」等、O2O 領域にも多数の実績あり。

宣伝会議、ブレン、IT 批評、プレジデント、日経新聞など各種専門紙、雑誌等での出演・寄稿多数及び各種講演（デジタルマーケティング / O2O セミナー等）多数

末永剛 氏

株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部
クリエイティブ・テクノロジー局
アートディレクター

担当科目： デジタル時代のアートディレクション

東京芸術大学卒。日比野克彦氏に師事。

在学中に企業プロモートやアートプロジェクトを経験し、

卒業後ファッションや CM、映像、音楽、舞台の分野で横断的に活動しつつ、メディアアート作品を制作。

2009 年より映画美学校にて菊地成孔氏に師事。在学中に立ち上げた企画「BED-眠り人のための演奏会-」が Tokyo Wonder Site にて奨励賞（2011 年）を受賞。2013 年サイバーエージェント入社。2014 年宣伝会議 ARTS（アートディレクター養成講座）にて最優秀賞を受賞し、現在はアートディレクターとして「新しい広告のカタチ」を実現するべくブランド領域の広告クリエイティブを担当。

<http://ameblo.jp/cyberagent-advertising/entry-11997781348.html>

<Award>

2011 年 Tokyo Wonder Site TOKYO EXPERIMENTAL FESTIVAL- SOUND, ART & PERFORMANCE 奨励賞



酒井英典 氏

株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部
オンラインビデオ・ソリューション局
チーフプランナー
オンラインビデオ総研
所長

担当科目： デジタルにおけるコピーライティング



PRESS RELEASE

DIGITAL HOLLYWOOD 2016 | [HTTP://WWW.DHW.CO.JP](http://www.dhw.co.jp)

1984年6月埼玉生まれ。

新卒で博報堂に入社後、コピーライターとして第一クリエイティブ局に勤務。

同社を退社後、デジタル系の代理店を経て、CIRCUS inc.に在籍。

米国野球ブランドの日本上陸キャンペーンのクリエイティブディレクションを担当。

TVCM 枠の買付や、イベントプロデュースを含めたトータルプロデュースを経験。

2013年よりサイバーエージェントへ。

2015年10月よりオンラインビデオ総研所長。

WEB 動画広告の新商品開発を担当。「ローテレ配信」「アジャイル型配信」などを開発。

慶応大学との共同研究プロジェクト責任者。

<Award>

2010年 カンヌ国際広告賞 ダイレクト部門 金賞

【当プレスリリースに関するお問い合わせ】

デジタルハリウッド株式会社 広報室:川村

mail:press@dhw.co.jp

TEL:03-5289-9241

デジタルハリウッド公式サイト : <http://www.dhw.co.jp/>

学長ブログ「スギヤマスタイル」: <http://www.facebook.com/SugiyamaStyle>

過去のプレスリリース: <http://www.dhw.co.jp/pr/release/>
