

## 研究室要覽

---

- 63 — 浅野潤研究室  
梅本克研究室  
海老根智仁研究室  
大島一豊研究室
- 64 — 荻野健一研究室  
加藤洋研究室  
鴨志田晃研究室  
黒田順子研究室
- 65 — 香田夏雄研究室  
国際アニメ研究室  
小山昌孝研究室  
佐々木直彦研究室
- 66 — 佐藤昌宏研究室  
塩見政春研究室  
杉本展将研究室  
杉山知之研究室
- 67 — 高木泰三研究室  
高橋光輝研究室  
徳永修研究室  
富田美知子研究室
- 68 — 南雲治嘉研究室  
橋本大也研究室  
三淵啓自研究室  
森祐治研究室
- 69 — 尹熙元研究室  
吉田就彦研究室

## 研究テーマ

グローバル市場におけるビジネスプランニング

## 研究概要

日本国内市場の縮小が懸念される中、海外に目を向ければビジネスチャンスはたくさんある。そうした海外市場の課題・ニーズを分析、検証し、ビジネスプランニング手法を確立させ、また現地で起業や事業を興すにあたり必要な事項、留意事項をまとめ、プランを形にするまでのプロセスを書籍にまとめる。

また、本大学院の教育課程の基盤である『ビジネス』『クリエイティブ』『ICT』の3分野の観点でビジネスプランニングを設計・確立させることを目指し、プランを商品化・サービス化させる社会的証明として、Webサイト等も公表する。



専門領域・キーワード | グローバル市場、ビジネスプランニング

## 研究テーマ

秋葉原におけるソーシャルキャピタルとしてのコミュニティデザイン

## 研究概要

秋葉原は、戦後から多種多様な趣味文化の中心地であり続け、今や日本のオタク文化の聖地として世界的に認知されている。これからも秋葉原がオタク文化において世界を牽引するには、秋葉原のブランド力を資源として活かしたコミュニティデザインが必要になる。当研究室では、秋葉原に暮らす人たち、働く人たち、訪れる人たちと協働して有機的につながるコミュニティを創りだし、新しい文化と社会の創造と発展に繋がるソーシャルキャピタル(社会関係資本)を創発させることを目的として実践・研究する。



専門領域・キーワード | 文化経済学、オタク文化、秋葉原

## 研究テーマ

ITを使った先端研究かつ、ビジネスモデルの構築

## 研究概要

次世代に向けてIT産業を更に発展させるためには、業界の未来を切り開くような創造的な研究ポテンシャルの充実が不可欠となっている。このような創造的研究の推進においては、研究者個人の資質、特に発想の自由な若手研究者の活躍に期待を寄せている。そこで、創造性、独創性に富んだ若手研究者が、自らがIT業界において実施を希望する研究課題や先端的ビジネスモデル等の研究領域を勘案して設定した研究課題について、自由な発想で主体的に研究できる場として、「海老根智仁研究室」にてワークショップを実施する。



専門領域・キーワード | インターネットビジネス、経営戦略とインターネットマーケティングの融合領域、インターネットを活用した経営戦略及び組織

## 研究テーマ

インサイト研究

デジタル時代の企業と消費者の関係に着目、そのポイントはメディア&コンテンツデザインにある。そこで数々のインサイト研究を重ね企業の消費者創造資源としてその枠組みを構築する

## 研究概要

デジタルメディアの急速な普及にともない私たちを取り巻く情報環境の変化は無視できない。現代はモノからコト・サービス時代と言われ、メディア&コンテンツのあり方も従来の認知価値・交換価値重視から使用価値と経験価値に移行してきている。企業は、デジタルメディアによる消費者との対話で得る情報を消費者創造資源として使用価値・経験価値を高めるメディア&コンテンツをいかに設計するかが問われている。これらの方向性を導き出したい。



専門領域・キーワード | デジタル時代のマーケティングにおけるターゲットとメディア。インサイト、メディア&amp;コンテンツデザイン、ブランディング

## 荻野健一研究室

荻野 健一 Kenichi Ogino | デジタルコンテンツ研究科 教授

### 研究テーマ

ネットワークに接続するセンサーから取得するライフログに、ソーシャルメディアから得られる気分（感性とインサイト情報）を掛け合わせたモノ・コト・ヒトと親和性の高いシナリオ開発とコミュニケーションプラットフォームの研究

### 研究概要

生活動線上に遍在するコンテンツのメッセージ性を検証し、メディア接触における生活者の行動要因を抽出することによる購買変化などの解析を継続的に研究。実生活の中で行動情報を記録するライフログに、感性と心理情報を取り入れた人と親和性の高いコミュニケーションシステムの研究開発を行う。また、これを応用した地域資源の発掘と情報可視化による国内外への情報運用手法開発と対象者の行動を喚起するシナリオを構築することで、地域や企業と生活者にとって親和性の高いメディアを活用したコミュニケーションデザインの確立を目的としている。



### 専門領域・キーワード

情報ネットワーク、感性情報学、ヒューマンインタフェース、インタラクション、地域研究、デザイン学、聖地創生、シティプロモーション、コミュニケーションデザイン、インバウンド、国際交流、コンテンツカルチャー全般

## 加藤洋研究室

加藤 洋 Yo Kato | デジタルコンテンツ研究科 教授

### 研究テーマ

キャラクターマーケティング、キャラクタービジネス、キャラクターツーリズム

### 研究概要

キャラクター・コンテンツ（コミック、アニメ、映画、グッズ、ゲーム、インターネット、ゆるキャラ）の過去から現在までをマーケティング、ビジネスの視点から多面的に調査、研究、分析を行う。また新規キャラクターの開発、新規ビジネスを実践として学ぶ。



### 専門領域・キーワード

キャラクターマーケティング、キャラクタービジネス、漫画史、キャラクターコンテンツ史、キャラクターツーリズム

## 鴨志田晃研究室

鴨志田 晃 Akira Kamoshida | デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

イノベーション産業のインキュベーション・プラットフォームの研究  
ベンチャー・イノベーション産業政策と地域活性化事例研究  
デジタル民主型自治体モデルと地域活性化政策の研究

### 研究概要

当研究室では、デジタル技術を活用してイノベティブなベンチャー起業を促す仕組みやそれを支える産業政策・地域活性化政策についての研究に取り組んでいる。また、近年、急速に発展し注目を集めている人工知能が可能とする新しいデジタル民主主義モデルや地域デザインへの応用方策についても関心を持って研究を行っている。



### 専門領域・キーワード

デジタル民主主義、ベンチャー・イノベーション、インキュベーション政策、地域デザイン

## 黒田順子研究室

黒田 順子 Junko Kuroda | デジタルコンテンツコミュニケーション学部 教授 / デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

3DCG表現研究（3DCGアニメーション制作技術研究・3DCG教材制作）

### 研究概要

3DCGアニメーション制作のための技術研究を行い、最新技術を取り入れた3DCG教材を作成する。  
研究活動をとおして蓄積された3DCG表現に係わる研究成果内容を、本研究室を中心として発信を進め、幅広い視野を持ち、高い技術力と芸術性を併せ持つCGデザイナーを育成することを目標とする。



### 専門領域・キーワード

3DCG、アニメーション、エフェクト、レンダリング

## 香田夏雄研究室

香田 夏雄 Natsuo Koda | デジタルコンテンツ研究科 教授

### 研究テーマ

インタラクティブリアルタイムコンテンツの構築技術の開発

### 研究概要

過去のREALだけの時代の崩壊とともに、VIRTUALを中心としたデジタルコンテンツが一世風靡したこの時代。VIRTUALで培われた先進性をベースとした、まったく新しいREALが、今まさに、さまざまシーンで創出されようとしている。本研究室では、その次世代のREALを『SUPER REAL』と定義し、その扉を開くべく活動するクリエイター集団を生み出していく。『SUPER REAL』は、全身と五感のすべてで感じる、魂を揺さぶるような感動をもたらす、まったく新しいエンタテインメントを提供していく。



専門領域・キーワード | 3DCG、仮想現実 (VR)、拡張現実 (AR)、システム開発、センサー、プロジェクトマネジメント手法

## 国際アニメ研究室

高橋 光輝 Mitsuteru Takahashi | デジタルコンテンツ研究科 教授 / デジタルコミュニケーション学部 教授

### 研究テーマ

アニメの学問化、アニメビジネス、2.5次元舞台、アニメのデジタルワークフロー、プロデューサー教育、アニメ(文化)産業政策、アニメの歴史と定義

### 研究概要

日本のアニメーションは日本のソフトパワーの代表として「anime」として世界で高い評価を受け、認知されるようになった。しかし、一方で日本ではアニメプロダクションへの人材提供については「職業人養成機関」としての教育(専門学校)がこれまで主流で、諸外国同様日本においても、大学における体系的なアニメの研究が不可欠であると本学は考え、日本アニメの国際的教育・研究拠点の創設と振興のため、「国際アニメ研究所」を2007年に創設し、2016年より国際アニメ研究室に転換し活動している。



専門領域・キーワード | 1. アニメビジネス市場の調査 2. 日本のビジネスモデルの考察 3. アニメの体系的な学問化  
4. 海外における日本アニメの影響 5. 海外との共同制作

## 小山昌孝研究室

小山 昌孝 Masataka Koyama | デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

1. 政府コンテンツ振興政策への施策立案
2. AI、IoT等の最新IT技術を活用した新ビジネスモデル、エコシステムの構築

### 研究概要

1. 政府のコンテンツ振興政策及びコンテンツ業界に於ける支援環境の構築。主に総務省、経済産業省、文部科学省、観光庁に於けるこれまでのコンテンツ振興の為の政策の研究と分析。各年度の政府方針に伴う施策立案。クールジャパンやインバウンド等に於ける日本の優れたコンテンツの発信及び2020オリパラの成功に向けた課題の研究。
2. AI、IoT及び画像等、日々新しく生まれる新技術や5Gのような変化するネットワーク環境を活用した新ビジネスモデル、エコシステムの構築を研究する。



専門領域・キーワード | 新ビジネスモデル、エコシステム、政府政策、360°リプレイ(4D)

## 佐々木直彦研究室

佐々木 直彦 Naohiko Sasaki | デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

- ・「プロデュース能力」をビジネス・人生キャリア創造に生かす
- ・「ビジョンとは何か」を明らかにし、組織、個人が変革と創造を起こす際のメカニズムを整理する

### 研究概要

「プロデュース」を1つの方法論として整理する。また、「プロデュース能力」を新しい能力概念としてビジネス開発、組織や社会の変革、個人のキャリア創造に成果をもたらす方法論を開発する。また、プロデュースの鍵となる「ビジョン」について定義し、組織、社会、個人が変革と創造を起こしていく際のメカニズムを明らかにする。「プロデュース」の思考スキルが(うつ)の予防・改善に有効と考えられる事例が多数あり、このプロセスを整理して、うつ改善の新しい方法論開発にもアプローチしていく。



専門領域・キーワード | プロデュース能力、ビジネスプロデューサー養成、起業、ビジョン、リーダーシップ、キャリア創造、うつ改善

## 佐藤昌宏研究室

佐藤 昌宏

Masahiro Sato

デジタルコンテンツ研究科 教授

### 研究テーマ

デジタル技術を活用した学習効果の研究

### 研究概要

デジタルテクノロジーを活用したイノベーションは、変革しにくいと言われていた、金融、医療、農業などの制度や仕組みを大きく変革させている。この進化し続けるデジタルテクノロジーを活用した教育のイノベーションをEdTech(エドテック)と呼び、日本の教育にもこうした流れを取り入れることにより、新しい教育・学びを創造し、社会に投げかけ、変革の一助となることを主な活動の目的としている。



### 専門領域・キーワード

デジタル技術を活用した教育システムの設計、構築、コンサルティング及び人材開発設計  
(コミュニケーション、コーチング、チームビルディング、キャリア設計)

## 塩見政春研究室

塩見 政春

Masaharu Shiomi

デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

インターネットマーケティング

### 研究概要

インターネットが持つ創造的な技術や概念と、それに対応した人間の心理・行動を研究対象とし、時代時代に即したインターネット上での広告・宣伝・販売を中心とした企業・行政などの事例を研究すると共に、常に企業・行政に研究結果をフィードバックできる要素をプランニングしていく実践的な研究組織として活動している。



### 専門領域・キーワード

インターネットマーケティング、プランニング

## 杉本展将研究室

杉本 展将

Hiroyuki Sugimoto

デジタルコンテンツ研究科 客員教授 / デジタルコミュニケーション学部 客員教授

### 研究テーマ

プログラミング教育

### 研究概要

近年、子供向けIT教育やプログラミング教育への関心が高まりつつある。プログラミング教育は教える側にも一定のスキルが求められるが、双方に敷居の低い教育の方法や手法について研究する。



### 専門領域・キーワード

プログラミング教育、エンジニアリング

## 杉山知之研究室

杉山 知之

Tomoyuki Sugiyama

デジタルハリウッド大学 学長

### 研究テーマ

Technology Culture

### 研究概要

この四半世紀、インターネット環境の上に、デジタルコミュニケーションは、加速度的にその応用範囲を広げている。今やインターネットは、人と人を結びつけるだけでなく、人と機械、機械と機械など、あらゆるものを繋げていく。この計算機科学を基盤とする変革は産業だけにとどまらず、人間社会にも大きな変化を起こし、今や人工知能は我々に、「人間とは何か?」という問いさえ要求しているようだ。

本研究室では、現代社会を『テクノロジーが文化を作っている時代』と捉えている。その立場から、先端技術を利用した表現について、研究、開発、制作などを行う。研究室に所属している院生や研究員は、それぞれ自由に個々のテーマを追求し、お互いがゆるく連携し協力し合って成果を出すというスタイルとなっている。



### 専門領域・キーワード

先端技術を使う本格的な芸術、耳には聴こえない超高音域のハイパーサウンド、インタラクティブストーリーテリング、ファッションテクノロジー、ドローンレースなど

## 高木泰三研究室

高木 泰三 Taizo Takagi

デジタルコンテンツ研究科 客員教授

### 研究テーマ

コンテンツビジネス、及びIT関連業務における権利関係、契約関係の研究

### 研究概要

コンテンツ等の制作と利活用、及びIT関連業務に係る権利関係や契約関係について、当該各分野の方々との協働でその現状や問題点、課題を明らかにし、これらの解決方法等を検討する。



専門領域・キーワード

コンテンツIP、コンテンツビジネス

## 高橋光輝研究室

高橋 光輝

Mitsuteru Takahashi

デジタルコンテンツ研究科 教授 / デジタルコミュニケーション学部 教授

### 研究テーマ

コンテンツ&ライブエンタテインメント産業におけるビジネスモデル研究、デジタルコンテンツ制作、高度専門職業人の育成研究、デジタル・コミュニケーションの学術研究、クールジャパンと世界に評される日本のソフトパワーの原動力など

### 研究概要

デジタルコンテンツ企画・制作・販売の実務における実学教育から学術研究まで、デジタルコンテンツを複合領域の視点で捉え研究している。

2017年は下記を重点に取り組んでいる。

1. コンテンツ&ライブ・エンタテインメント産業のビジネスモデル研究
2. デジタルコンテンツの制作
3. アニメ、マンガ、ゲーム等日本文化の世界展開、文化外交
4. デジタル・コミュニケーションの学術研究
5. 専門職大学・大学院をはじめとした高度専門職業人育成の研究



専門領域・キーワード

エンタテインメント・ゲーム情報学、デザイン学、芸術工学、教育学

## 徳永修研究室

徳永 修

Osamu Tokunaga

デジタルコミュニケーション学部 客員准教授

### 研究テーマ

電子出版システムを基盤とする「拡張読書／関係読書」の研究

### 研究概要

電子出版システムの登場により、従来の読書行為を機能的に拡張する「拡張読書:extended reading」や、複数のテキスト、コンテンツを関連付けて継続する「関係読書:relational reading」等が可能となりつつある。これらは読書の様相を一新し、知的情報アクセスにパラダイムシフトをもたらすポテンシャルを持っている。本研究室では、こうした新しい読書行為の概念や様態について考察し、その要求を満たす次代の書誌コンテンツを開発・提供するためのテクノロジーならびに制作手法を明らかにすることを目的とする。



専門領域・キーワード

出版・電子出版、編集、出版プロデュース、書誌制作、制作プロセス開発、ドキュメンテーション、メディア

## 富田美知子研究室

富田 美知子

Michiko Tomita

デジタルコミュニケーション学部 准教授

### 研究テーマ

『外国人のための百人一首 ― 視覚を通して』の出版に向けての研究

### 研究概要

当研究室では、日本語教授法及び日本語教材研究開発の分野においての分析・研究を行う。さらに、日本語教授法及び日本語教材研究開発に留まらず、日本文化の分野にまで及び研究・開発も行う。今年度は、その一例として「百人一首」を取り上げる。内容としては、外国人により深く日本文化を理解してもらう為に、日本語の現代訳と英語の解説を入れると共に、さらに「仮名文字」と「現代の浮世絵」を通して視覚にも訴える本にする予定である。



専門領域・キーワード

日本語教授法研究開発、日本語教材研究開発、日本文化教材研究

## 南雲治嘉研究室

### 南雲 治嘉

Haruyoshi Nagumo

デジタルコミュニケーション学部 教授 / デジタルコンテンツ研究科 客員教授

#### 研究テーマ

1. デジタル色彩のシステム化の研究 2. 視覚心理学並びに視覚の法則の研究

#### 研究概要

本研究室では先端色彩研究チームと基礎デザイン研究チームの2つのチームがある。先端色彩研究チームは、色に関する科学的な研究が進み、色が単なる感覚の領域のものから、科学的な根拠を持つものへ進化していることを踏まえて、新しい色彩を「デジタル色彩」のシステムを充実させ確立することを目標にしている。

基礎デザインチームでは、視覚心理学と視覚の法則を見直し、新たな視覚デザイン学の構築を行っている。デザインとビジネスとの関係を深めるための研究にも力を入れている。特に人の心を動かすデザインのモデル化を行っている。



#### 専門領域・キーワード

デザインビジネス開発、デザイン戦略立案、発想論、色彩理論、色彩戦略、デザイン理論、視覚心理学

## 橋本大也研究室

### 橋本 大也

Daiya Hashimoto

デジタルコミュニケーション学部 教授 / デジタルコンテンツ研究科 客員教授

#### 研究テーマ

「ずっと目が離せない映像」を脳波の波形分析によって制作支援する仕組みを研究している。脳波計を使って映像視聴者の脳の動きを収集解析し、科学的に注意関心をひきつけるノウハウを蓄積する

#### 研究概要

脳波計とデータ分析ソフトウェアを用いて、映像視聴者のデータを収集する。脳波計から得られる視聴者の集中度、リラックス度等と、映像の内容を照らし合わせて、どのような場面や演出が視聴者の集中や満足につながるかを解析する。またそうしたノウハウをクリエイターにフィードバックして究極の「眼が離せない映像」を作る。製作者の主観ではなく科学的に人を惹きつける制作ノウハウを追究する。当初は人気YouTuberや人工知能研究者らと提携してWebの動画をメインに実践的な研究を行っていく。



#### 専門領域・キーワード

脳波、感情、ビッグデータ、人工知能、映像表現、クリエイター支援

## 三淵啓自研究室

### 三淵 啓自

Keiji Mitsubuchi

デジタルコンテンツ研究科 教授

#### 研究テーマ

現実社会と仮想社会の融合における人間の新しい価値の創造

#### 研究概要

VR(仮想現実)、AR(拡張現実)、MR(融合現実)コンテンツ制作や深度センサー、多眼カメラ、360度カメラなどを活用し、仮想空間と現実空間を融合することで可能となる、ソーシャル活動の新しい価値の創造で、仮想経済市場を研究していく。



#### 専門領域・キーワード

VR、AR、MR、仮想世界、SLAM、ソーシャル、インタースペース

## 森祐治研究室

### 森 祐治

Yuji Mori

デジタルコンテンツ研究科 客員教授

#### 研究テーマ

コンテンツ産業論、ソーシャルビジネス、コンテンツを中心とした知的財産戦略の研究を行う

#### 研究概要

アニメなどコンテンツ領域の主に経営学的な研究(産業モデル、波及効果、構造モデルなど)、コンテンツの社会への非経済的な影響の研究

日本アニメ産業の構造分析(製作委員会の成立要件)及び海外展開状況の把握・海外事業者への産業構造理解支援教材の作成、知的財産の経済分析

小規模企業・組織のためのCSR導入手法研究(大企業・中小企業及び小規模企業のCSR導入事例調査)



#### 専門領域・キーワード

コンテンツIP戦略、コンテンツビジネス分析、コンテンツ海外戦略

## 尹熙元研究室

尹熙元 Hiwon Yoon | デジタルコンテンツ研究科 特任教授

### 研究テーマ

- ・ IT技術の革新によって創出される新しい金融ビジネスの形態（サイバーファイナンス）
- ・ 仮想通貨による市場経済の変貌

### 研究概要

IT、AI、IoTは明らかに世界を変え始めている。その中でも金融は、人の生活に密接に関係し、最も変化の強い分野である。今、まさに始まっている変化は、これまでの金融のルールや制度という枠に止まらず、国のあり方にさえ影響を及ぼす可能性がある。この変化の波に備えるのではなく、この波に乗って新しい金融を創り出すために何が必要かを思索し、それをビジネスとするための技術、プロセスに関する研究を行う。

特に、着目する分野としては仮想通貨やAIであり、これらの周辺でのビジネスに貢献する技術を創発する。



専門領域・キーワード | 3DCG、仮想現実 (VR)、拡張現実 (AR)、システム開発、センサー、プロジェクトマネジメント手法

## 吉田就彦研究室

吉田 就彦 Narihiko Yoshida | デジタルコンテンツ研究科 教授

### 研究テーマ

ヒット学及びSNS分析によるヒット商品の要因分析及びヒットのビジネス・モデル研究。コンテンツ・プロデュース手法の研究及びその人材育成手法の研究。

### 研究概要

ヒット学とは、吉田が提唱しているヒット要因やヒット法則をまとめたもので、その尺度により様々な商品やサービスのヒット要因を分析し、その知見を得るもの。SNS分析では、SNS上の書き込み分析からその商品やサービスのヒット要因等を探る。これまで、エンタテインメント商品や食品を中心に、その成功要因を分析。コンテンツ・プロデュース手法では、毎年、「木暮人国際映画祭」のプロデュースに研究室及びラボ授業として取り組み、実際のイベントのプロデュースを通じて、知見をためている。近年では、ASEANに日本のヒーロービジネスを展開する(株)カレッジフォースを設立し、現在その第1弾としてタイ国にて「MIRAIGAR T1」なるタイのヒーローをプロデュース中。



専門領域・キーワード | マーケティング、ヒット要因分析、コンテンツ・プロデュース、人材能力開発、コンテンツ・ビジネス戦略