

Musashino

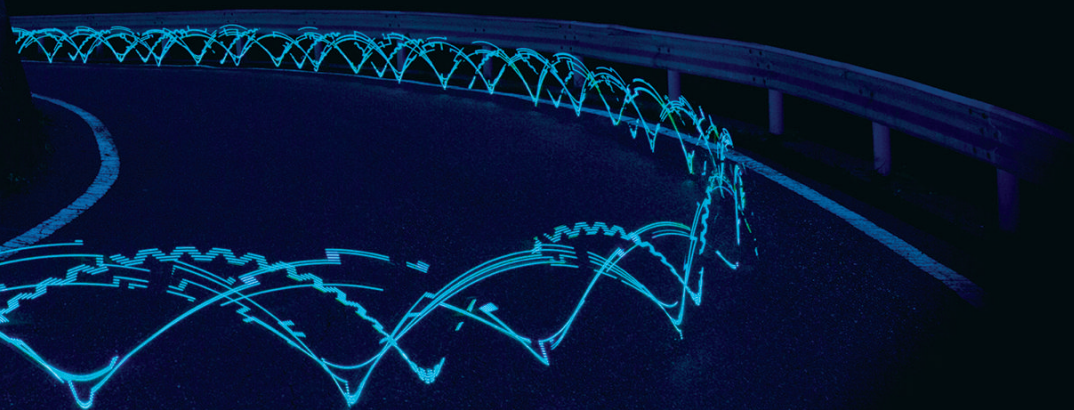
ART

University

Department of

# DESIGN INFORMATICS

武蔵野美術大学造形学部 デザイン情報学科 2014



# 目次

## Contents

---

|                       |    |                        |
|-----------------------|----|------------------------|
| デザイン情報学科の4年間          | 06 |                        |
| 世界とリンクするデ情            | 08 |                        |
| 授業紹介                  | 10 | デザイン情報学基礎              |
|                       | 18 | ビジュアル・コミュニケーション系       |
|                       | 22 | 商品企画・インターフェース系         |
|                       | 26 | Web・デジタル技術系            |
|                       | 30 | 映像メディア・表現系             |
| 大学院修士課程について           | 34 |                        |
| 1期生インタビュー             | 36 | インタラクションデザイナー<br>柳澤 知明 |
|                       | 38 | グラフィックデザイナー<br>酒本 康平   |
|                       | 40 | デザイン情報学科 専任講師<br>高山 稔  |
| 造形学部デザイン情報学科の入学試験について | 42 |                        |
| デザイン情報学科の教員紹介         | 44 |                        |
| 進路一覧                  | 46 |                        |

---

Visual Communication

Audio + Visual Design

Product + Interface Design

Fundamentals

Web + Network

# DESIGN INFORMATICS 2014



# 点の発見から大きな物語へ

## A Saga that Begins from the Discovery of a Single Point

改めて言うまでもなく、デザインの対象はモノだけでなくイベントや社会の仕組みなどのコトにも及んでいます。急速な情報化によって国際的な相互依存と対立が同時進行するなか、経済社会でも統合と分業という相反するベクトルの扱いが問題となっています。より良い社会をつくろうとする思いと、生み出されるモノ・コトを上手につなぐための創造的な手段として、デザインには大きな期待が寄せられています。そこでデザイン情報学では、「デザイン」と「情報学」という2つの角度から創造の秘密にせまり、デザインの可能性を広げます。

デザインされたモノ・コトを一つの全体として考えた場合、それは多くの部分から成り立っています。そして、部分がうまく連携し合って初めて、全体としての機能が実現されます。たとえば文字と写真、あるいはイラストなど異なる表現をうまく組み合わせ、ひとつの広告表現として果たすべき役割を実現する。これはデザイン成果のひとつです。一方、全体をより良いものにするには、どのような部分を集めるかが問題です。であれば、世界をよく観て、新しい価値の始点を見つけなければなりません。そのためにはこれまでヒトがどのように世界を見てきたかを知ったうえで、今度は自分でどのように新しい部分を取り出すかを決めなければなりません。ここに情報学活躍の場があります。

さらにデザイン情報学は、全体を単なる部分の寄せ集めに終わらせません。全体を部分の総和以上のものにするために、その関心は目標に向けた最適な統合のしかたへと向けられます。モノやコトのデザインを超えて、より大きな全体である環境の中で異なる立場の人たちとどのようにコラボレーション(協調)を達成するか。確実に未

来に大きく影響する、より重要なデザインテーマです。このように創造的なデザイン提案を行うためには、新たな分類と統合の考え方が必要です。そこで私たちは、従来のカテゴリーにとらわれず、デザインが直面している状況を4つの系に分けてその入り口を示すことにしました。

まず、多くの人が「デザイン」という思い浮かべるグラフィックデザインは、ビジュアル・コミュニケーション系という領域で扱われます。ここでは「見せる」ために必要な「見る」ことの基本を理解し、新しい発見をカタチに仕上げていきます。

現在、最もホットなグラフィック領域と言われるWeb・デジタル系では、デジタル技術をベースにこれまでの視聴覚表現を巧みに組み替えながら新しい世界を探索します。ゲームや情報機器、公共システムなどは商品・インターフェース系の一部と位置づけられます。「ヒトは記号を通して世界とつながっている」という考え方をベースに、ヒトと記号環境をスムーズにつなぐ秘密を仕組みに変えていきます。広告やコンテンツ、インスタレーションなどを中心とする映像メディア・表現系では、あらゆるイベントを支える「時間」を中心に表現と体験の関係をとらえ、コンテンツとメディアの両面からデザインの可能性に挑みます。

4つの入り口からデザイン探求を経験する学生は、いくつかのプランを描き、試行錯誤を繰り返した後、最終的には学生自らが新しい表現領域を創り出して行くように指導されます。すでにあるアートやデザインという枠組みを超え、現実と柔らかな感性で対話しながら未来の大きな物語をつくる、それがデザイン情報学科の目標なのです。

デザイン情報学科の4年間

Curriculum



美術大学での基礎として、さらにはデザイン情報学科での基礎としての授業が並んでいます。本学科の特徴のひとつが、多様な入試方法です。これは入学時にスキルの違いがあるということでもあります。その違いを埋め、1年生全員に基本的な実力を共通に付けてもらうために、絵画、彫刻からはじまり、デザインの知識や技術を向上させ、情報処理やデザインプロセスを学ぶ授業をラインナップしています。

デザイン情報学概論ⅠA

絵画Ⅰ

彫刻Ⅰ

情報処理Ⅰ

デザイン基礎Ⅳ課題発見

デザインリテラシーⅡ

マルチメディア造形論

グラフィックインフォメーションⅠ-A

グラフィックインフォメーションⅠ-B

2年次以降履修できる選択科目

デザイン情報学基礎

- エクスペリエンスデザイン論
- カルチュラル・エンジニアリング論
- 異文化コミュニケーション論
- 日本デザイン史
- 情報社会職業論
- プレゼンテーション計画
- Intercultural Communication
- Contextual Studies-1,2
- Interactive Innovation-1,2

ビジュアルコミュニケーション系

- 雑誌をつくる
- パッケージをつくる
- 応用メディア美学
- タイポグラフィ
- メディアとしての書物
- コミュニケーション哲学
- クオリティレビュー
- 感性と情報
- 写真集をつくる

商品・インターフェース系

- GUI表現研究
- 3DCG表現研究
- ユーザビリティ研究
- スタイルサーベイ
- ビジネスツールをつくる
- 未来デザイン論
- 感性と情報
- ソーシャルデザイン論
- ブランド・マネジメント戦略論
- デザインマネジメント論

Web・デジタル技術系

- Webコンテンツ
- インタラクティブモーショングラフィックス
- プログラミングⅠ・Ⅱ
- 情報通信ネットワークⅠ・Ⅱ
- 情報システムデザインⅠ～Ⅳ

映像メディア・表現系

- 音響文化研究
- サウンドスペース研究
- ヴィジュアル・スタディーズ-写真表現の読解
- エレクトロニクスメディア論
- CM映像研究
- CM映像をつくる
- サウンドデザイン
- アニメーションをつくる

2年生の中心はデザイン情報学演習という基礎的な演習を行う授業で、5つのテーマについて前期と後期に同様の内容で開講しています。この中から、前後期ひとつずつを選択し、2つのテーマを履修します。ほかには、理論科目2科目と、情報処理に関する演習授業が必修となっています。選択科目の履修も始まり、演習科目の情報表現研究と、理論科目のデザインテーマ研究が、それぞれ15科目程度開講しています。

記号論基礎

情報処理Ⅱ

形態学基礎Ⅳかたちのコスモロジー

グラフィックデザイン基礎Ⅰ

プリントメディア編集基礎Ⅰ

インタラクションデザイン基礎Ⅰ

映像基礎Ⅰ

Webブランディング&デザイン基礎Ⅰ

グラフィックス&ロイヤリティ基礎Ⅰ

デザイン情報学演習Ⅰ  
※このうち1つを選択

Visual Storytelling

グラフィックデザイン基礎Ⅱ

プリントメディア編集基礎Ⅱ

インタラクションデザイン基礎Ⅱ

映像基礎Ⅱ

Webブランディング&デザイン基礎Ⅱ

グラフィックス&ロイヤリティ基礎Ⅱ

デザイン情報学演習Ⅱ  
※このうち1つを選択

ゼミ形式の授業が始まるのが3年生です。前期は、実践的なトピックが設定された演習授業で、各自のスキルアップを目指します。後期は各教員単位で行われる、いわゆるゼミナールで、それぞれのゼミのスタイルに則した演習を展開しています。また、海外からの訪問教授を交えて行われる国際プロジェクトにも、3年生が中心となって参加します。最終年次に向けて準備をする学年であり、就職に向けて中心となる学年でもあります。

知的財産権

プリントメディア研究Ⅰ

デザインの解剖

ブランディングⅠデザイン

UXデザイン計画・産学インターンシップ

デジタルフォトグラフィ

デジタル動態演習

図化考察

アルゴリズムクリエイティブデザイン

デザイン情報学演習Ⅲ  
※このうち1つを選択

マーケティング論

3年後期ゼミ

- カルチュラル・エンジニアリング・ゼミ / 長澤忠徳
- デザイン情報学的方法の実践 / 今泉洋
- プリントメディア研究Ⅱ / 森山明子
- YATAIプロジェクト / 井口博美
- リサーチ・エンタテインメントとしての写真Ⅰ / 佐藤淳一
- デバイス、プログラム、インターネット / 井上尚司
- 知覚情報表現研究 / 白石学
- 数理造形 / 高山穰

4年生は、なんといっても「卒業研究・卒業制作」が中心です。1年間を通じてひとつのゼミに所属し、4年間の集大成としての作品を制作します。ゼミは前期の最初から始まり、毎週行われます。デザイン情報学科では、研究の過程も大切にしてい、最終的に作品だけでなく、プロセスドキュメントの提出も義務付けています。学生は、将来進む就職先や進学先を踏まえ、専門性を追求することが求められています。

卒業研究・卒業制作

4年前期ゼミ

- 長澤ゼミ / カルチュラル・エンジニアリングⅡ
- 今泉ゼミ / デザイン情報学の創発研究
- 森山ゼミ / プリントメディア編集Ⅲ
- 井口ゼミ / 戦略的デザインマネジメント研究
- 佐藤ゼミ / デジタルフォトグラフィ表現研究2
- 井上ゼミ / ネットワーク、デバイス、プログラム
- 白石ゼミ / InteractionDesign/ContentsDesign
- 高山ゼミ / Computer Generated Imagery

## 世界とリンクするデ情

Educational Activities in a Global Context

### 文科省グローバル人材育成プログラムに採択!

本学は国内美術造形系大学で唯一、文部科学省による平成24年度グローバル人材育成推進事業(特色型)に採択され、5年間の助成を受けながら、国際社会で活躍できる創造的人材育成を積極的に推進していきます。「武蔵野美術大学グローバル人材育成プログラム」では、美術・デザインの専門知識を持つ学生が、海外においてもいかにその力を発揮できるよう、英語能力テスト(TOEFL)、留学派遣数、海外協定校の増大などの具体的な達成目標を掲げながら、英語による高度なコミュニケーション力を身につけたグローバル人材の育成を目指しています。

武蔵野美術大学 Globalize! のWebサイトはこちらから  
<http://global.musabi.ac.jp/>



## Global Design Education Forum 2014 in Tokyo



本学がこれまで国際交流プロジェクトを連携して実施してきた協定校を中心に、ケルン・インターナショナル・スクール・オブ・デザイン(ドイツ)、ロンドン芸術大学 セントラル・セントマーチンズ・カレッジ(英国)、実践大学(台湾)、ラサール・カレッジ・オブ・アート(シンガポール)の参加を得て、さらなる国際コラボレーションと具体的な教育プログラム展開およびその実施の可能性について意見交換をしました。

サミットの概要や当日のフォーラムを、こちらのサイトで映像アーカイブとしてご覧いただけます <http://d-lounge.jp/2014/01/3280>

## デ情独自の英語による演習授業



デザイン情報学科では、6年前から学科開設科目として、Interactive Innovation、Contextual Studiesという演習科目、さらには Inter-cultural Communication という授業内の公用語が全て英語の授業を設けています。詳しい授業内容は p.33 の科目紹介へ。

## PROVOKE Design Informatics Forum@MAU Design Lounge



PROVOKEは2012年から始まった、大学院の新しいコンセプトを探るシリーズもののレクチャーです。東京ミッドタウンにあるMAU Design Loungeと鷹の台校を中継で結ぶインタラクティブなイベントで、既に過去6回開催されています。

## 訪問教授/国際交流プロジェクト

武蔵野美術大学は1990年度から、のべ200名を超える海外からの訪問教授を招請して、世界水準の造形教育を実施してきました。また国際協定の締結を積極的に進め、協定校の数は世界の主要な美術系大学を含む27校になっています。こうした世界の協定校との実質的な交流として、協定交換留学や、短期間のワークショップ、シンポジウム、講演会など、多くの国際プロジェクトが頻繁に催され、国内外の美大から高い評価を得ています。設立当初から国際化教育を重視してきたデザイン情報学科では、本学の先駆けとして語学力重視の公募制推薦入試を実施するとともに、2009年度からは、英語による演習授業を開講し、国際力を育む刺激的な国際連携プログラムに積極的に取り組み、デザイン学科の教育プログラムが海外の大学で取り入れられ、また多数の海外大学院留学を実現するなど、高い影響力と実績をあげています。

# デザイン情報学基礎

## Fundamentals

### デザイン基礎＋課題発見 〔デザイン情報学基礎演習I〕

デザイナーの原点は、何を問題としてどう解決するかを自分で決めることにあります。学校の授業とちがって、社会に出ればテーマが与えられることはありません。「自ら解くべき課題を発見する」をテーマとするこの授業はデザイン情報学科教育の出発点。社会を観察し、課題を明らかにし、解決方法を見つけ、最後はプレゼンテーションという具合に、デザインワークのエッセンスを4週間連日のチームワークで体験します。調査とアイデア開発、コラボレーションなど種々の方法を同時に学ぶ集中型の総合基礎演習です。



### グラフィックインフォメーションI-A 〔デザイン情報学基礎演習III-A〕

私たちをとりまく写真やイラストを含むグラフィックスなどのデザインされた「見えるメッセージ」は、視覚的に伝達される情報として、ある意図をもって表現されたものと言えるでしょう。この基礎演習は、グラフィックデザインを情報（インフォメーション）の視点でとらえ、その基礎となる基本要素としての文字については、書体の選択から変形、組み方などを「タイポグラフィ」として、また、情報の構造化された図的可視表現としての表組みやグラフ、チャートなどを「ダイアグラムデザイン」として、グラフィック情報表現の原理を、課題制作を通して体験的に学びます。

### デザインリテラシー 〔デザイン情報学基礎演習II〕

リテラシーとは「読み・書き・計算」のような、人が文明を使いこなすために必要な能力のことです。授業では、デザインの基礎的な考え方と作法を身につけるための講義と演習を行います。人が情報を認識するときの知覚や思考に配慮しながら表現するのはデザインの基本です。この演習では人が「かたちと色を認識する仕組み」を理解すること、またデザインする上でもっとも根本的な「情報を分類しそろえること」の意味と「情報の関係性を図化すること」を理解しながら実践します。



### グラフィックインフォメーションI-B 〔デザイン情報学基礎演習III-B〕

ポートフォリオとは、美大生やデザイナーにとって自作作品をまとめた作品集＝パッケージのことです。デザイナーとしての価値を理解してもらうために、どのように自分の作品を編集するか、ポートフォリオづくりは将来を決定する大きな問題です。単なる活動記録集ではなく、可能性を感じさせる内容にしなければなりません。授業では、自分を題材にした広告デザインという立場から、テキスト作成、コンピュータを使った編集デザインに始まりプレゼンテーションの技法までを学びます。

### デザイン基礎概論 〔デザイン情報学概論I-A〕

デザイン情報学科ではことあるたびに「デザインとは何か」が問題にされます。この講義はその第一弾でデザイン情報学科で学ぶためのガイダンスでもあります。デザイン情報学の基礎となるデザイン論として「デザインの意味」を問い直すと同時に、さまざまな新しい言葉とその意味や考え方を紹介しながら、美術・造形デザインを志す人がこれまでデザイン対象と考えてこなかった新しい領域について解説します。また、変化する社会の中で情報の持つ影響力と職業倫理の重要性についても学びます。



### 絵画・彫刻I

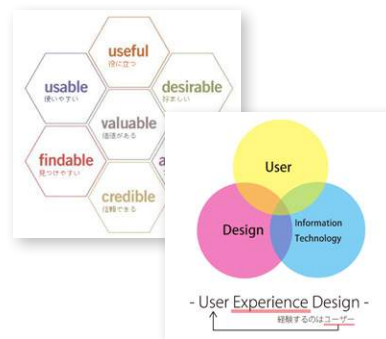
学科名に「情報」という言葉が入っていると、絵画・彫刻といった伝統的な表現への理解が弱いと思われるかもしれません。しかし、身の回りの世界から意味を引き出し情報としていくには、絵画や彫刻といった純粋美術で要求される観察、分析、描写、表現、美的評価などの能力は欠かせません。学科では技能向上よりも感性を磨くことをめざして、様々な造形表現にトライする機会をもうけています。入学まで美術のトレーニングを受けたことのない学生も、自分の可能性に開眼し、また表現力を高めることができます。

# デザイン情報学基礎

## Fundamentals

### エクスペリエンスデザイン論 [デザイン情報学概論I-C]

モノからコト、環境へとデザインの世界はどんどん広がっています。そこで注目されているのが「エクスペリエンス(経験)デザイン」という考え方です。プロダクト、インタフェース、空間、メディア、サービスなど、これらを使うのは全て人間です。であれば、個々の対象のことを考えるより利用者であるヒトに目を向け、ヒトとデザインされる対象をどのように関係させれば、「望ましい経験」を提供できるか、そうした立場から、新しいデザインの方法を考えます。



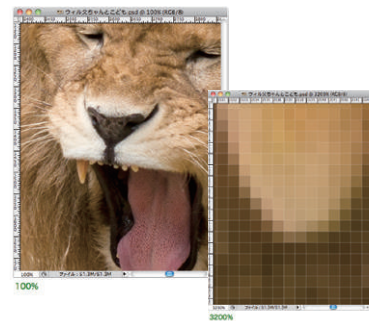
### 情報処理 I

仕組みを知ることが応用力を身につけること。わずかな力で大きな成果を得るには、テコの力が役立ちます。コンピュータの仕組みを理解することは、この時代のテコの支点を見つけることなのです。授業でまず取り組むのは、コンピュータを使う際の基本的な約束事、上手な使い方、そして魅力的な表現を行うためのアプリケーションソフトのマスターです。これらをテコに、世の中の「かたち」と「意味」の関係を見つけ、魅力的なグラフィックスに仕上げる、いかにもデザイン情報学的な授業です。



### 情報処理 II

よくウェブで見る動きのあるページの多くは、Flashというソフトウェアを使って作られています。授業では、このFlashを使ってホームページを作ってみます。単純に使うだけでなく、Flashが持っているプログラミングの機能を利用したり、ウェブサーバーと連携させたりしながら、ウェブでの表現をさらに深めます。授業では、簡単だけれど面白いゲームやお店のホームページなど、技術とアイデアを活かすことのできる課題に取り組みます。



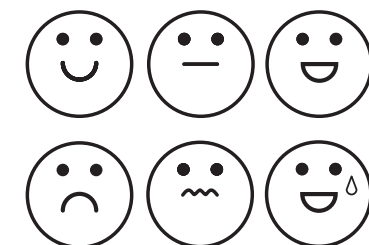
### マルチメディア造形論 [デザイン情報学概論I-B]

デジタル技術の登場は映画をフィルムから、音楽をCDから解放しました。コンテンツとメディアがセットになっていた時代が終わり、あらゆる表現がデジタルメディア上に広がっていきます。しかしこれまでの表現テクニックの価値がなくなったわけではありません。それどころか、「なんでもデジタル」な環境を最大限に活かすためには、過去の膨大な知恵を新しいセンスで見直していかなければなりません。この授業は、これからデザイナーとして新たな情報環境に分け入ろうとする人たちのためのサバイバルガイドです。



### 記号論基礎 [デザイン情報学概論II-A]

「記号」と言われてもピンと来ないかもしれませんが、言語はもちろん、視覚的なマークやシンボルなど、私たちは多くの記号に囲まれて生活しています。この講義では、記号とそのつながりに関する学問「記号論」の基礎を学びます。デザインとは、まだ実在しないさまざまなアイデアを「記号」としてつくり出し、新しい価値として社会に送り出していく行為、作り手と使い手の間で記号をやりとりしながら意味を伝える行為だとも言えます。こうした視点から、デザインの実例を取り上げ、デザインの意味と考え方を記号論の視点で整理していきます。



### Visual Storytelling [デザイン情報学概論II-B]

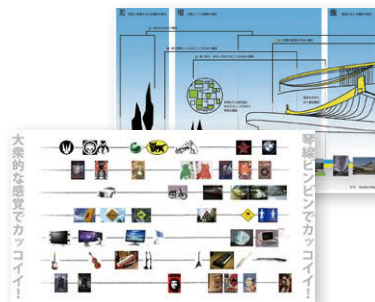
Visual Storytellingとは、文字ではなくグラフィックやイラスト、写真などの視覚表現を使って情報を伝える手法のことです。ビジュアルデザインには必須のテクニックですが、その原理はマンガの世界で最もシンプルかつ感覚的に活用されています。授業ではコミックを使ってコミックを分析したノンフィクション「Understanding Comics: The invisible Art」をテキストとし、英語とビジュアル資料を駆使して、コミック文化の視点から物語表現の歴史や文化的意味について考えます。

# デザイン情報学基礎

## Fundamentals

### 形態学基礎+かたちのコスモロジー 〔マルチメディア表現基礎演習〕

カタチの観察と分析／構成の力をつけるための基礎科目で、二つの演習と相互批評のプログラムが組み合わされた統合型の演習です。モノ・コトの成り立ちからカタチや色をわかりやすく整理する方法を学び、造形の基礎知識をベースに、自らのテーマにもとづいて集めた自分のビジュアルコレクションを素材にして、各自のかたちに関するこだわりの世界をウェブで再現します。最後にはウェブを使って全員で相互に作品を批評し、評価すること／されることの意味を体験的に学びます。



### 知的財産権 〔デザイン情報学各論I-B〕

知的財産権とは知的活動によってつくり出された成果に認められる権利です。関係する法律は意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法などたくさんありますが、デザインに関わる人なら基本的な考え方を知っておくべきでしょう。デザインを模倣から守る知的財産権の基礎的知識や製品化から法的規制など、デザインをめぐる法律問題を解説します。法律の専門家になるための講義ではありませんが、社会で体験するかもしれない問題をあらかじめ学んでおけば心強いに違いありません。



### マーケティング論 〔デザイン情報学各論I-A〕

日本の企業や組織では、デザイン分野出身の役員は多くありません。しかし世界的にみると、感覚と論理をあわせ持ち、文化を束ねることができるデザインという職能をどのようにビジネスに活かしていくかは大きな問題となっています。会社経営という立場から考えて、デザインの持つ専門的な知識や技能をうまく活用するためにはどのようなアプローチがあるのか。こうした観点から、マーケティングの基礎理論やリサーチの具体的な手法等について学びます。



### デザイン情報学総合演習I-II

卒業研究の方針を整理するための演習です。学生は自分の研究テーマにあう指導教員を選んでそのゼミに所属しますが、教員の専門ごとに、商品企画・インタフェース系、ビジュアル・コミュニケーション系、映像・音響・エンタテインメント系、ウェブを中心としたデジタル技術系等のゼミが用意されています。教員から示された方針に従って研究を進めるかたちで、調査や予備実験、試作、プレゼンテーションを行い、全教員からの講評を参考に、卒業研究の改良を図ります。



### カルチュラル・エンジニアリング論 〔デザインテーマ研究III(社会科学系)C〕

これまでにデザインされたモノやコトは、長い年月の間に社会に膨大な影響を及ぼしてきました。人は暮らしの中で、こうしたデザインの結果と折り合いをつけるためにある種の決まりを見つけ、それが知らず知らずの内に習慣となり価値観となって「文化」を形づくっていきます。この講義では「文化」という視点から、時代や流行、生活様式など、観察できる対象としてのデザインの事例を取り上げ、デザインと文化の新しい関係と意味、その方法について議論します。



### 異文化コミュニケーション論 〔デザインテーマ研究III(社会科学系)D〕

経済のグローバル化によって国際的な相互依存が進んでいます。異なる言語、価値観、生活様式で暮らす人々が、活動の場を共有し、ともに理解し合い、協働することが以前にも増して重要になってきました。デザインにとっても、より良いコミュニケーション、異文化間の相互理解と協働的な関係は欠かせません。そこで、この講義では国際関係に限らず、異なる文化をもった人々が相互に理解していくことの意味、方法など、異文化コミュニケーション理論の基礎を分かりやすく具体的に学んでいきます。

# デザイン情報学基礎

## Fundamentals

### プレゼンテーション計画

プレゼンテーションとは自分の意志を伝えようと、話したり見せたり、様々な行動で表現していくこと。特別なことではなく日頃からやっていることなのですが、伝えたい思いが強かったり、伝えたいことが多すぎる場合、ちょっとしたテクニックが必要になります。この授業では、基礎的な理論の解説から始まり、プレゼンテーションを支援する資料(ポートフォリオ)やシナリオの作り方、話の展開、発声法や身振りなどの身体動作のテクニックまで、就職活動や面接試験にも役立つプレゼン技法のエッセンスを学びます。



### Intercultural Communication [English Conducted Class]

世界はどんどん狭くなり、多様な文化が私たちの生活の中に入ってきています。国際的な関係に限らず、異なる文化をもった人々が互いに理解しあわなければ次の展開は見込めません。デザインの分野でも文化を超えて理解することの意味や方法などが大きな問題になっています。この授業は、日本語で開講している「異文化コミュニケーション論」の内容を英語で講義するもの。言葉の違いで理解の仕方がどのように変化するかなど、体験的な方法をとって異文化コミュニケーションの基礎と応用を学びます。

### 日本デザイン史 [デザインテーマ研究II(メディア系)D]

「私たちは建物を形づくる。その後は建物が私たちを形づくる」と言ったのは英国の元首相チャーチルですが、〈建物〉は〈制度〉とも(デザイン)とも置き換えることができます。テーマは万国博覧会、百貨店の誕生、戦時下のデザイン活動、オリンピックなど。必ずしも時代順ではなく、テーマ毎に日本の近代デザインの歩みを理解できるよう、海外の動向と照らし合わせて比較デザイン論的に展開します。日本のデザインを理解するためのデザイン史、デザイン論へのイントロダクションです。



### Contextual Studies-1,2 [English Conducted Class]

コンテクスチュアル(contextual)とはコンテキスト(context)=[脈絡、文脈]という言葉の形容詞です。なぜ私たちの身の回りには様々なスタイルや作法があるのか、その謎を社会や文化の脈絡にそって読み解いていく英語による演習授業です。留学生と一っしょに「日本的なもの」について調べ、意見交換し、「日本的」とは何か、その正体を明らかにしながら、新しい日本の文化を考察し表現します。日本語ではなく、英語で日本のスタイルについて研究することで、新しい視点を手に入れることができるでしょう。

### 情報社会職業論

次々と生み出される情報通信技術によって、ビジネスのあり方が変わり、新しい職業が生まれ、専門的な仕事のスタイルも見直しを迫られています。この科目ではデザインに関わる様々な分野の動向に詳しいエキスパート、社会で活躍する本学科の卒業生を招いて、みずからの職業体験を語っていただき、働きながら同時にいろんなことを学ばなければならない時代のビジネスを展望します。受講生は、告知ポスターを制作するなど、積極的に授業に参加します。



### Interactive Innovation-1,2 [English Conducted Class]

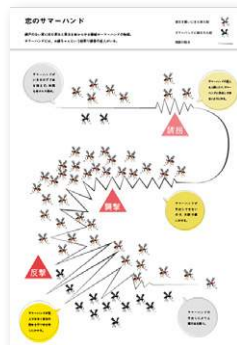
他学科の学生や海外からの留学生も加わり、英語で行われるプロジェクト型の演習授業です。イノベーション(innovation)とは革新すること。異なる興味や関心、専門性、文化背景を持つチームメンバーが、インタラクティブ(interactive)、つまり互いに影響し合い共振することで、従来の発想や方法を革新していくという実験的な取り組みです。言語表現力や思考形態の違い自体をテーマ探求の重要な資源とし、最終日には「革新」のプロセスをプレゼンテーションします。

# ビジュアル・コミュニケーション系

## Visual Communication

### グラフィックデザイン基礎1・2 (デザイン情報学演習I・II)

私たちが環境から得る情報のほとんどは視覚的なものと言われていますが、視覚情報を扱う中心的なデザインがグラフィックデザインです。この授業では、書籍、ポスター、ステーションナリーなどの印刷物をデザインする際に必要な基本的ルールを中心に、具体的な制作作業を通して視覚表現のエッセンスを学びます。文字の配置や画像の扱い方を含むレイアウトの方法など、プリントメディアからウェブページのデザインまで、どのようなメディアにおいても必要な基本的なグラフィックデザイン技法を体得するデザインの基礎体験です。



### プリントメディア編集基礎1・2 (デザイン情報学演習I・II)

プリントメディア編集とは印刷物を作る作業全体のことで、ここではページとして数えることのできる印刷物の企画、取材、記事制作(テキストとビジュアル)、デザインといったプロセスを扱います。授業では「NHKハート展」の作画を依頼されたと想定して、詩のビジュアル化を含むフライヤー、実際に開催されている各種展覧会をテーマとするライナーノーツ形式の小冊子、読ませて見せるエッセイの3つを制作します。さまざまな情報編集の基本を学ぶこの科目は、プロに学び、プロと競う演習授業です。



### 雑誌をつくる (情報表現研究III(メディア・制作)C)

雑誌を創刊することは、シリーズものの新製品を開発することに似ています。1つ成功すればOKではなく、次々と魅力的な内容を出し続けなければならないからです。この演習ではチームを編成し、雑誌コンセプトを開発するところからスタートします。編集長、ライター、アートディレクター、デザイナーといった役割を分担して、編集作業からDTPまですべてのプロセスを体験します。でき上がった創刊見本は学生による相互評価も含めた競作形式で評価され、優秀作品は実際に印刷・製本されます。



### パッケージをつくる (情報表現研究III(メディア・制作)G)

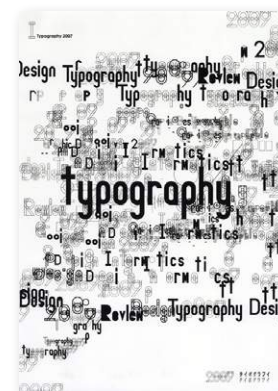
パッケージは商品を包み、保護するためのものですが、商品の特性やメーカーのアピールしたいことを伝えるという重要な役割を持っています。また視覚的に情報を伝えるだけでなく、触覚的な情報も含めて、消費者の五感をうまく刺激する工夫が欠かせません。この演習では、実際に売られている商品を取り上げ、商品の調査、分析から商品特性、ブランドイメージなどを明らかにします。そして、紙を中心とした形づくりを経験した後、素材の面白さを活かすデザインを試みます。

### 応用メディア美学 (デザインテーマ研究I(技術系)B)

映像作家は、観客が映像を見た時にどのように感じるかを先回りして考え、作品を演出します。そのためにはどのように音と光を扱えば効果的かを知っていなければなりません。さらに、いろんな人の協力なしに映像作品をつくることは不可能です。コトバやスケッチを使い、まず一緒に作品を作る人たちに作品の狙いを理解してもらわなければ、撮影を始めることもできません。講義ではこうした考えをベースに、古典的な美学論ではなく、映像作品を効率よくデザインするための具体的な方法を学びます。

### タイポグラフィ (デザインテーマ研究I(技術系)F)

ほとんどの印刷物は画像と文字からできていますが、なかでも文字の扱いにはデリケートな注意が必要です。タイポグラフィとは、文字の特性を考えながら、書体、大きさ、配列の仕方などを工夫して、最も効果的な表現ができるように視覚効果を調整する技術です。この授業では講義に加え、ロゴタイプ、広告、エディトリアル(組版)の制作実習によって、実践的なタイポグラフィを学びます。社会で活躍しているアートディレクターを招いてのワークショップや講評会を通じて現場感覚を養う刺激的な演習です。



# ビジュアル・コミュニケーション系

## Visual Communication

### メディアとしての書物 〔デザインテーマ研究II(メディア系)B〕

「書物」はたんに文字を印刷して綴じた紙の束という〈モノ〉ではありません。制作・閲覧・流通されることによって様々な知識や思想が伝達・共有される〈メディア〉なのです。現在の社会のかたちを作るうえで重要だったメディアとしての書物。その書物が電子メディアの発達によって大きく変わろうとしています。書物がモノとメディアの間で引き裂かれようとしている今、あらためて書物とはどのようなメディアなのか、そして「未来の本」はどうあるべきかを考えていきます。



### コミュニケーション哲学 〔デザインテーマ研究II(メディア系)C〕

ヒラメキが降りてくるのを待っているだけではデザインにならないけれど、逆に考えてばかりでも何も先に進みません。そこで、どう考えたらいいのか考えてみよう、というのがこの授業のテーマです。コミュニケーション哲学者ヴィレム・フルッサーの著作と一緒に読み、彼の世界観と写真論、文化論を通して、人間はなぜコミュニケーションしようとするのかを考えます。コミュニケーションの文化が分かってくれば、どのように「思いつき」を投げれば良いデザインとなるかが見えてくるかもしれません。



### プリントメディア研究 〔デザイン情報学演習III〕

デザインを理解したうえでライターやジャーナリスト、編集者を目指そうとする学生を対象とした、編集とデザインの演習です。編集技法のワークショップでは、描写、論述、表現といった言語表現を学び、制作を通してイラスト、写真、ダイアグラム、コラージュといった視覚言語との関係を学びます。また、現在売られているいくつかの雑誌を対象にリニューアル計画をたて、課題に取り上げられた雑誌の関係者を招いて講評をいただくなど、実践的な内容になっています。



### クオリティレビュー 〔情報表現研究III(メディア・制作)I〕

デザインとビジネスの関係を理解し、自分自身をプロデュースしていく演習です。これまでのデザインが表現領域ごとに技を競うスポーツだとすると、これからのデザインは総合格闘技です。あらゆるメディアを使いこなし、自らの個性を社会に認めさせていかなければなりません。この授業では、これからデザインビジネスの世界に出て行こうとする新人として、ポートフォリオをどのように充実させていくか、ウェブなどのメディアを自分自身のプロモーションにどう活かしていくかを探りながら、創造的なビジネス能力を鍛えていきます。



### 感性と情報 〔デザインテーマ研究II(メディア系)A〕

感性とは、ひらめき・直感・快不快・嗜好・好奇心・美意識などを意味する言葉です。最近、英語でも「Kansei」として知られるようになりましたが、芸術やデザインで重要な働きを持つこの感性を工学的に捉えようとするのが、日本生まれの感性工学です。授業では、感性を情報としてとらえる方法、人の知的活動、感性の評価等の基礎的な考え方を学びます。さらに、デザインを発想する際の利用法といったさまざまな事例を解説し、関連した実験を通して理解を深めます。



### 写真集をつくる 〔情報表現研究III(メディア・制作系)E〕

与えられたキーワードをもとに、多くのモノをまとめてみると何かが見えてくる……それを発見するための授業です。それぞれがテーマを決め撮影をし、レイアウトソフトを使ってそれらを編集し、紙の上にイメージを印刷、製本してオリジナルの写真集を作り上げます。こうしたプロセスのなかで、印刷メディアの作成に必要なソフトの基本操作と写真集のディレクションを学ぶと同時に、企画、撮影、編集、デザインといった分野で自分の力を確かめていきます。

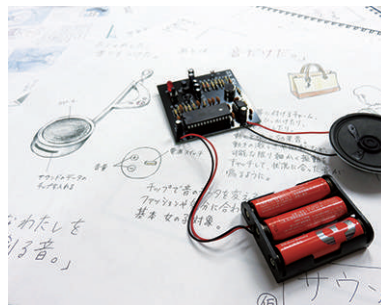
# 商品企画・インターフェース系

Product + Interface Design

## インタラクションデザイン基礎1・2

〔デザイン情報学演習I・II〕

デザインの対象という、まずグラフィックスやプロダクトといった、見たり、触れたりすることができるものが頭に浮かびます。しかし社会では、こうした個々のデザインジャンルをカバーして、それらを横断的かつ総合的に扱うことのできるデザインの考え方が新たに注目されています。そのひとつがインタラクションデザインです。この基礎クラスではヒトとモノの関係、ヒトとヒトの関係など、時間とともに変化する状況やルール、段取りなどがデザインの対象となることを理解し、実際にそのデザインに取り組みます。



## ユーザビリティ研究

〔情報表現研究II(リサーチ・研究)C〕

デザイナーは作り手(会社)のためにモノをデザインをしますが、その向こうにはモノを買い、利用する使い手(消費者)がいます。作る側の事情だけでなく、使う側の視点からカタチを考えなければ良いデザインとは言えません。ユーザビリティとは「使いやすさ」「使い勝手」のことで、機器の取り扱いや操作の分かりやすさを示すことばです。授業では実際に売られている情報機器を評価しながら、見かけだけに終わらないデザインの方法を学びます。

## UXデザイン計画・産学インターンシップ

〔デザイン情報学演習III〕

「UX」とはUser eXperience(利用者経験)の略称です。ここではデザインやマーケットに関する調査や分析を行う際に、別項(p.14)で紹介した「エクスペリエンスデザイン」という考え方を採用します。ヒトが日常生活でどのようにデザインと接触するかという視点から観察調査を行い、ディスカッションを通じて新たにデザインが対象とする領域の実態や意味を明らかにしていきます。またこの成果を調査報告書にとりまとめ、実在する企業にプレゼンテーションを行います。



## ブランディング・デザイン

〔デザイン情報学演習III〕

ブランドによってイメージを高めることは、企業の競争力にとって欠かせません。しかしブランドは、企業の考え方、企業文化、サービスやプロダクトの存在感、コミュニケーションスタイルなど、さまざまな企業活動が影響しあった結果、社会の無意識のなかに出来上がってしまうものです。この演習では、講義と市場調査、具体的な事例研究をベースに、仮想の商品ブランド開発実験を通して、ブランド価値をつくり出して行くプロセスを体験します。デザインの総合性を具体的に体験する総合デザイン演習です。

## GUI表現研究

〔情報表現研究I(表現技法)C〕

ケータイやゲーム機、ビデオレコーダーの操作画面から駅の切符販売機のボタンまで、私たちは毎日さまざまな操作画面を見ながら機械を操作しています。そうした場面で見持ちよく機械を使うためには、上手な「操作のきっかけ」が必要です。GUI(Graphical User Interface)は直感的な操作をグラフィックスで助けてくれる仕組み。授業では撮影した画像をケータイ上でストレスなく扱えるようなGUIを考え、制作します。



## デザインマネジメント論

大学ではいろんな方法でデザインを勉強できますが、世の中に出たとき、その成果がどのように役に立つかが分からないのでは不安になるでしょう。この授業は、デザイン教育と実際の社会のつながりを中心に企業やプロダクション等のデザイン活動を解説するものです。自動車や情報通信・家電からファッションや化粧品に至るまで、いろんな業界、企業のデザイン現場で活躍するプロフェッショナルを毎回ゲストとして招き、現場感覚で話していただきます。自分の適性や能力とデザイン現場のマッチングを考える良い機会となるでしょう。

# 商品企画・インターフェース系

## Product + Interface Design

### ビジネスツールをつくる 〔情報表現研究III(メディア・制作)H〕

ビジネスツールとは、ビジネスの現場で活用される会社案内パンフレットや名刺、封筒、便せん等のことです。授業ではまず、実在する企業を選定し、ビジネス活動を観察します。次に、実際に企業にコンタクトしてビジネスツールをサンプルとして入手し、それらの分析を通して、企業理念や活動姿勢を社会に向けてアピールしていく際、企業がどのようにデザインを活用しているかをまとめます。ビジネスとデザインの深い関わりを再認識するリアルな体験学習です。



### スタイルサーベイ 〔情報表現研究II(リサーチ・研究)F〕

一見デザインとは関係なさそうな学問が、デザインツールに应用されることがあります。最近商品開発分野で注目されている「エスノグラフィ(民俗誌)」もその1つ。もとは民俗学や文化人類学で使われるリサーチ手法ですが、デザイン調査でも生活や消費のスタイルを明らかにするために使われるようになりました。授業では「日本的とは何か」というテーマで、人々がどのように製品やサービスを利用しているのかを観察し、それを写真やコラージュ、イラスト等のビジュアルを使って記録・編集して新たな発見につなげます。



### ソーシャルデザイン論 〔デザインテーマ研究III(社会科学系)A〕

社会に大いに貢献できる方法として注目されているものに、ソーシャルデザインがあります。現在の産業社会を見直してイノベーションを引き起こし、社会そのものをデザインし直す方法と言えます。こうした活動には、サステナブルデザイン、ユニバーサルデザイン、インフォグラフィックスといったテーマも含まれ、ネットワーク技術が大きな支えとなります。授業は国内・国外の事例を解説する講義とワークショップからなり、各自が研究課題に取り組んで成果を発表する機会が設けられています。



### デザインの解剖 〔デザイン情報学演習III〕

「あらゆる商品はデザインされている。デザインのあらゆる部分にはそのカタチでなければならない理由がある」。客員教授佐藤卓先生が取り組んでこられた「デザインの解剖」プロジェクトでは、誰もが知っている商品の企画から販売までの流れを観察していくなかで、デザインの秘密が明かされます。商品の中に数多くの情報が編み込まれ、その魅力が生まれているというモノづくりの本質を発見する授業です。授業の成果は展示公開され、製本されて、さまざまな業界からも注目されています。



### ブランド・マネジメント戦略論 〔デザインテーマ研究III(社会科学系)B〕

企業にとって、社会における自社や商品の位置づけは大きな関心事です。この授業では、これまで企業がブランド作りをどのように考え、取り組んできたかを振り返りながら、今後の取り組みについて考えます。とくに最近ではブランドを文化という視点からとらえ、社会活動の中でアピールしていくとする動きが盛んです。そこで、この方面で成功している企業の事例を紹介しながら、言葉では表現しにくいブランドが持つ不思議な力について探っていきます。



### 未来デザイン論 〔デザインテーマ研究I(技術系)E〕

テクノロジーとデザインは産業社会の両輪とよく言われますが、今のようなデザインが期待されているのかを、次世代テクノロジーの動きとあわせて考える授業です。「エクスペリエンスデザイン」「スマートデザイン」「センスウェアデザイン」「サステナブルデザイン」「バイオメトリックデザイン」等、様々なキーワードを紹介し、こうした新しい考え方の意味を明らかにしながら、機能と経済優先だった技術に対して、新たな考え方を示している事例を豊富に取り上げデザインの役割、可能性を改めて考えていきます。



# Web・デジタル技術系

Web + Network

## Webプランニング&デザイン基礎1・2 [デザイン情報学演習I-II]

ウェブデザインには3つのポイントがあります。ユーザーの目をとらえ、インパクトのあるページをつくるグラフィックデザイン、内容を見やすく、分かりやすく整える情報デザイン、ウェブの機能をストレスなく使えるようにするインタラクティブデザインです。授業では、ウェブ制作の現場で活躍しているクリエイターからのアドバイスを受けながら、「Flash」を使ってインタラクティブなサイトを作成します。こうしたプロセスを通じ、3つの機能の組み合わせで豊かなウェブ体験を提供する方法を学ぶことができます。



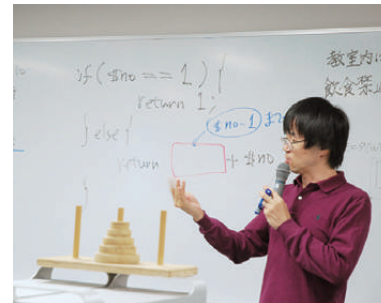
## Webコンテンツ [情報表現研究I(表現技法)A]

多くのデザインはいったん発表された後、反響を見ながらふたたび手が加えられることはめったにありません。ところがウェブというメディアでは、公開された直後からアクセスの様子がすぐに記録・分析され、そこから推測されるユーザーの動きに応じて、さまざまな内容改編の取り組みが始まります。授業では人気サイトの運営者を招待し、ウェブサイトを観察しながら、アクセス記録の読み解き、解析結果の活かし方などを学びます。ウェブのダイナミックな性質を活かしていく知識や機転を身につける実践的な講座です。



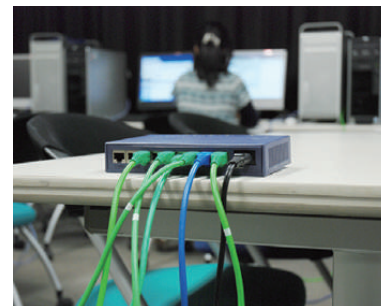
## インタラクティブモーショングラフィックス [情報表現研究III(メディア・制作系)A]

簡単なプログラミング技術を学んで、ユーザーの操作に対応して動くグラフィック・コンテンツを作る授業です。Webで動きのあるコンテンツを見ることは珍しいことではありませんが、最近ではスマートフォンやタブレット端末のアプリでもユーザーのいろんなアクションに反応する表現が増えてきました。この演習では、ことばを使って図形の色や形、動きをつくり出し、紙や映画では不可能な、直感的で面白い表現、対話的で動的な表現を追求します。



## プログラミングI-II

人気のゲームソフトも、ウェブを見るためのブラウザやメールソフトも、人間の手によって作られたプログラムによって動いています。コンピュータを使いこんでいくと、次第に売られているソフトウェアでは満足できなくなり、自分なりに機能を改良したり、追加してみたくなってきます。だったら自分で作ってみよう! ということで、コンピュータでプログラムを作る、それが授業の目的です。初歩的な話から始まって、ウェブの上に簡単な掲示板をデザインし、その機能を実現するまでを集中的に学びます。



## 情報通信ネットワークI-II

音楽をダウンロードしたり、メールを送ったり、今やインターネットを使えばいろんなことが簡単にできてしまいます。では、その裏ではどんなことが起きているのでしょうか。インターネットの中身を知ること、それが授業の目的です。ケーブルをつなぎ替えたり、ネットワークの設定を触ってみたり、メールソフトを使わずにメールを送ってみたりしながら、理解を深めていきます。さらに離れたところにある二つのモノをインターネットを使って結び、それらが互いに協調しながら動作する作品づくりにチャレンジします。



## 情報システムデザインI~IV

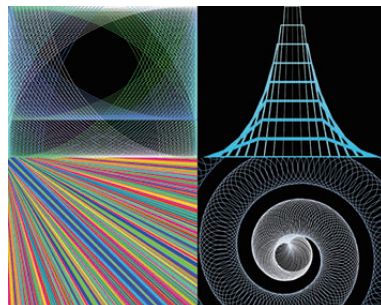
ネットオークションやインターネット通販のサイトをのぞいてみると、どこもたくさんの「モノ」であふれています。多すぎてお目当ての「モノ」を見つるのが大変かと言えば、専用のページから意外に簡単に見つけることができます。この授業では、コンピュータでたくさんの「モノ」を扱うときに使われる「データベース」という仕組みについて学習し、ウェブからそのデータベースを使うプログラムを作ることに挑戦します。デザインとプログラムを両立させ、ひとつのシステムとして動かすことが目標です。

# Web・デジタル技術系

Web + Network

## グラフィックス&コーディング基礎1-2 〔デザイン情報学演習I-II〕

コンピュータを用いて絵を描くコンピュータグラフィックス(CG)は今や珍しいものではありません。特にマウスやペンタブレットでCGを描くことは一般的ですが、一方ではプログラミングによって論理的にCGを生成する方法もあります。この授業では、プログラムのコードを記述することで画像を設計していく方法を学び、数と画像の関係についての理解を深めます。さらにフラクタル図形など、人間の手作業で描くことが難しい造形についても触れ、高度な画像表現ができる技術の追求を目標とします。



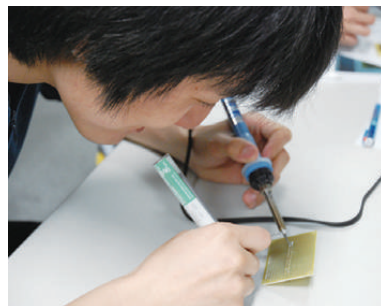
## アルゴリズムイメージデザイン 〔デザイン情報学演習III〕

市販のCGソフトウェアを使えば難しいプログラミング言語やCGの理論を知らずに画像・映像を制作できることは確かです。しかし、ソフトウェアをブラックボックスとして扱うのではなく、その内部の仕組み(アルゴリズム)まで知っておくことで、より高度な表現ができるようになります。この授業ではCGの理論について、数学やプログラミングの知識を交えて学習します。また、終盤には3DCGの仕組みについても触れ、実際に3DCGのプログラムを組むことまで体験します。



## デジタル動態演習 〔デザイン情報学演習III〕

コンピュータというと、マウスやキーボードを使って結果をディスプレイに表示するというのが一般的なイメージですが、コンピュータのかたちはしてなくても、スイッチやセンサ(感知器)などを使って光を出したりモノを動かしたりする装置もたくさんあります。授業では、コンピュータのキーボードを分解してその仕組みを加工してコンピュータを操作するモノを作るところからスタートし、最終的には入力装置や出力装置をコンピュータにつないで、ちょっと面白い動きをする仕組みを作ることに挑みます。

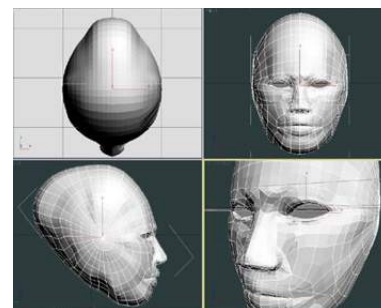


## デジタルフォトグラフィ 〔デザイン情報学演習III〕

今や写真は「撮る」というより「撮れてしまう」時代かもしれません。写真が大量に流通するこの時代に、改めて写真を表現として考え直してみよう、というのがこの授業です。デジカメの使い方をちょっと変えて、あらぬ使い方をするとどうなるか。ブレやボケ、形のゆがみなど、予想外に面白いデジカメ画像が出てきます。テクニックを磨こうと構えるまえに、もっとストレートに写真装置の面白さを引き出すところからスタート。目の前の世界をこれまでにないやり方でつかまえてみる試みです。

## 3DCG表現研究 〔情報表現研究I(表現技法)D〕

3DCG(3 Dimensional Computer Graphics)とは、コンピュータの中に3次元データを持つ立体物を作り、まるで本当に存在するかのようにモニター画面上に視覚化する手法のことです。映画やTVの世界ではインパクトのある特殊効果として注目されることが多いのですが、実は工業製品や建築など、多くのデザイン活動の場で活用されています。授業では、コンピュータ・データで立体物を作るモデリングから、現実の世界で眺めるためのレンダリングまで、すべてのプロセスを基礎から学びます。



## デ情のスタジオから vol.1

### タスクルーム

Green、Blue、Redの3室からなっており、ユーザーテストやグループインタビューなどの実験を行うことができます。各室はそれぞれ防音が施されており、内部の様子を別室からハーフミラー越しに観察できます。また、天井からカメラを吊り下げて実験プロセスの記録もできるように整備されています。このような設備を持っている美術大学は日本ではこのデザイン情報学科のみです。



# 映像メディア・表現系

Audio + Visual Design

## 映像基礎1・2 〔デザイン情報学演習I・II〕

この授業では基本的な機器操作やカメラワーク、照明や画面の構成、編集の基礎的テクニックなどを、参考作品を見たり実際の作業を通じて理解します。またテーマを決め、情報を集め、撮影し、編集するという映像制作に必要な流れを体験します。計画的に映像をつくるのは複雑で面倒な作業です。とても一人ですべてをこなすことはできません。チームで取り組むための作業分担やスケジュール管理を学習することは、その後の作品制作でもおおいに役立つこと、間違いありません。



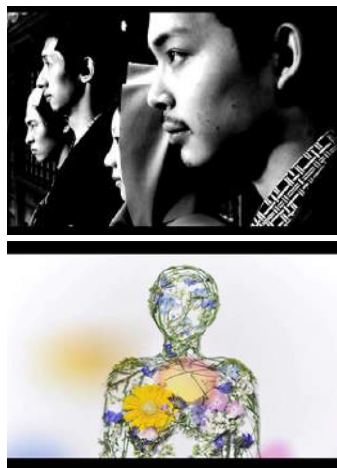
## CM 映像研究 〔情報表現研究II(リサーチ・研究)E〕

日本語的に言う「CM映像」の分析研究と制作プランニングがセットになった演習です。分析ターゲットはTVで放映される公共広告。ACジャパン学生賞のコンペティションに応募することを想定したパブリックメッセージにふさわしいテーマの選択、コピーライティング、企画書、シナリオ、絵コンテ作成など、具体的なCM映像制作の手順を学びます。この授業は、後期(第4期)の情報表現研究III(メディア・制作)F「CM映像をつくる」と連動していますので、実際にCM映像制作を希望する学生は、この授業を履修しなければなりません。



## CM 映像をつくる 〔情報表現研究III(メディア・制作)F〕

前期(第3期)の「CM映像研究」履修者を対象に、ACジャパン主催の学生賞のコンペティションに応募することを想定した公共広告にふさわしいテーマの選択、コピーライティング、企画書、シナリオ、絵コンテ作成などをもとに、実際にCM映像を制作する演習です。制作された映像作品は、作品講評、ブラッシュアップのアドバイス等を受けた後、最終的には、学内選考を経て、ACジャパン学生賞のコンペティションに応募します。これまで数多くの作品がグランプリを含む多くの賞に輝いています。



## ヴィジュアル・スタディーズ - 写真表現の読解 〔デザインテーマ研究III(社会科学)E〕

洞窟絵画に始まった人間の「イメージ文化」は、19世紀、写真の登場によって大きな影響を受けました。そして今、映像のデジタル化が大きな変化を巻き起こそうとしています。なかでも写真は、ダイレクトにデジタル技術の進歩と普及の影響を受け、ビデオやインターネットなど、多くのメディアの先頭に立ってイメージ文化を変えようとしています。授業では、写真が何を表現してきたか、どう変わろうとしているかを中心に、視覚が中心となって形づくられている文化の現在を読み解いていきます。



## エレクトロニクスメディア論 〔デザインテーマ研究II(メディア系)E〕

私たちの生活の未来は電子メディアなくしては考えられません。もし、より良いサービスや安心できるメディアをデザインしようとするれば、その歴史や仕組みを理解することは必要不可欠です。授業では、映画や音楽産業、ネットワーク上のサービスなどのここ数十年の展開を振り返り、現在の電子メディア上のサービスを支えているプロファイリングなどの顧客情報管理や電子的なお金のやりとりの仕組み、無線タグなどの新しい技術によって社会がどのように変化していくかを探ります。

## デ情のスタジオから vol.2

### 録音スタジオ・録音調整室(写真左)

録音スタジオは録音設備やCubaseをはじめとするデジタル音響機器を備えた音響工房です。

### DTPルーム(写真右)

ここではネットワークスキャナ、モノクロレーザープリンタを備え、出版物の原稿や図版の作成、デザイン、レイアウトまで一連の作業が可能になっています。



# 映像メディア・表現系

Audio + Visual Design

## サウンドデザイン 〔情報表現研究I(表現技法)B〕

古くから人間はモノをたたいたり、こすったりして音を出してきました。そして音楽も、技法や演奏の手順を記す手法の開発とともに発展してきたのです。音の要素を総合的にコントロールするシンセサイザーの登場は、こうした伝統的な考え方を大きく変えました。音は空気の振動であり、それを起こす電気信号を操作すれば自由に音が作れるようになったのです。こうした環境変化のなかで音をデザインするとはどういうことなのを考えながら、新しい表現の可能性を追求していきます。



## サウンドスペース研究 〔デザインテーマ研究I(技術系)D〕

つい最近まで、音の表現とは音色やリズム、旋律やハーモニーといった要素を時間のなかに組み立てる音楽のことでした。ステレオ装置が登場して初めて、左右の広がりの中に音をレイアウトすることが表現の一つになりましたが、音の広がりを自由にコントロールできるようになったのはデジタル技術が発達してからのことです。この授業ではコンピュータで音を合成し、複数のスピーカーが作る音響空間の中で音の位置と動きをコントロールして、ダイナミックに変化する音の彫刻づくりに挑戦します。



## 音響文化研究 〔情報表現研究II(リサーチ・研究)B〕

色やカタチほど目立たないかもしれませんが、実は音も社会のなかで重要な役割を果たしています。というより、音で世の中をとらえるようになると、まったく違った、とても面白い空間が見えてきます。この授業では、音の原理と音響の技術、心理的に見た音の働き、音楽の世界史を学びながら、目には見えないもう一つの別の世界、音の世界を再発見します。また同時に、音を出す道具としての楽器や音のオブジェを研究し、音を使って世界とかわるための音の道具、「音具」を製作します。



## アニメーションをつくる 〔情報表現研究III(メディア・制作)D〕

総合芸術ともいえるアニメーションの制作には作画力・演技力・企画力など様々な技能が要求されるとともに、それぞれの工程は複雑かつ多岐にわたり、計画的な進行管理が必要とされます。このようなアニメーションの制作プロセスについて、本科目では理論・技術の両面からスポットを当てて解説していきます。授業では実際に短編アニメーションの制作を体験しながら、魅力的なコンテンツのデザインに必要なストーリーやキャラクターの設計、演出の方法などの様々な技術を学んでいきます。



## 図化考察 〔デザイン情報学演習III〕

図化考察は、あらゆる創造的な取り組みに活用することのできる「図を使った考え方」を体験する演習です。ここでは映像や音響、インスタレーションといった時間的な流れを持つ表現を取り上げ、部分が時間的な変化のなかでどのように組み立てられていくかに注目します。このプロセスを図として描き、それを操作してみることによって、自分のアイデアを発展させたり、他の人と協力しながらクリエイティブな活動を行うための力を身につけます。



## デ情のスタジオから vol.3

### ビデオエディティングルーム

映像素材の取り込みから、デジタル画像処理、BGMなどのサウンド編集、DVD制作までを可能にするノンリニア編集マシンが設置され、幅広い映像制作のニーズに対応しています。そのほか、マルチメディアマシンでは基本的な画像制作ツールをはじめ、オーサリングツール、FlashなどのWeb制作ツールなども使用することができます。



# 大学院修士課程(デザイン情報学コース)について

Postgraduate School

日々発展する高度情報社会、私たちに情報環境技術の革新と創造的な意識改革が求められるなか、武蔵野美術大学大学院造形研究科デザイン専攻デザイン情報学コースは、創設から10年を節目に新しいプログラムをスタートしました。時代と併走するデザインの考え方と方法論の開拓を、また次代を牽引する人材の能力育成を目指して、互いに深く関係し合う「イノベーション」と「クリエイション」というふたつの実践的なコア領域を設定した教育研究プログラムです。

**クリエイティブ・リーダーシップに関する実践的研究**  
**(Practical Study on Creative Leadership)**  
デザイン効用論をベースにした「クリエイティブ・リーダーシップに関する実践的研究」は、知的活動を行なう企業や社会組織が取り組むデザイン・プロジェクトにおいて活躍する、新しいリーダーシップを開発支援するための実践的な研究プログラムです。  
デザイン活動の主体は、そのヒューマンリソース(人的資源)にあります。既存の領域概念をいかに打破しつつ、諸領域を横断するインタラクションを通じて新たな価値をいかに実現するか。グローバルな視点、異文化コミュニケーションとコラボレーション能力を、プロジェクトベースの実践体験や事例研究を通して育み、より高度な創造的リーダーシップを開発する取り組みです。

**経験を拡張するためのデザイン研究**  
**(Design Practice for Augmented Experience)**  
もうひとつは、ネットワークコミュニケーションやITによる経験拡張技術の進歩とデザイン思考を組み合わせた「経験を拡張するためのデザイン研究」です。  
高度化する情報環境において、私たちの経験をより広く、深いものに変えていく新たなデバイスやアプリケーションをデザインの立場から研究し、提案を試みるものです。情報科学や感性工学的な手法を用いながら、美術大学という環境の特性を活かし、造形力、表現力を基盤とした新

しい経験拡張のメディア表現やデザインの可能性を開拓します。さらには、ローカル・カルチャーとグローバル・スタンダードが併存しながら、世界規模で拡大していくクリエイティブ・コミュニティの経営資源として、これら二つのコア領域を生かすイノベーション力の陶冶も視野に入れたプログラムを準備しています。

**汎技術としてのデザイン知と国際性にフォーカスする**  
武蔵野美術大学大学院造形研究科デザイン専攻デザイン情報学コースでは、従来の学部卒業生に加え、社会人を対象にした選抜試験を実施し、国内外から学生を受け入れています。  
これは新たにスタートする教育研究領域の可能性をひらくうえで、また科学技術文明と私たちの生活をつなぐ「汎技術としてのデザイン知」を実社会で最大限に生かすには、社会経験で得た問題意識やリカレント教育への意欲を持つ職務経験者に参画してもらうことが必要だと考えたからです。創造的な造形研究の専門教育機関としての美術大学は理工学系大学とは異なり、「美」を根幹とする思考体系と「文化」を基盤とする人間の感性価値を重視するユニークな教育環境です。造形表現に軸足を置いたその特性を存分に生かしつつ、新たな問題意識の創出を意図した「課題発見」からプロジェクト・デザイン、さらには望ましい科学技術文明の展望を内包した社会的効用までを射程にのびたプロジェクト形式でのプログラムが中心になります。

いま始まろうとしているこのデザイン教育研究は、ますます進化するグローバル社会で活躍する人材、そして幅広い社会分野に貢献する人材を育成するために、これまで培ってきた国際性重視の教育風土を基盤に、英語による授業や指導を充実させた国際教育プログラムでもあります。

## 必修科目

|           |                                        |                                                                  |
|-----------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>M1</b> | ■ デザイン情報学特論Ⅰ(通年)<br>■ デザイン情報学統合演習Ⅰ(通年) | <b>共通科目</b><br>■ インタラクティブ・イノベーション演習<br>■ コンテクスチュアル・スタディーズ演習      |
| <b>M2</b> | ■ デザイン情報学特論Ⅱ(通年)<br>■ デザイン情報学統合演習Ⅱ(通年) | 英語によるプロジェクトベースの演習授業です。<br>授業は全て英語で行われており、英語によるコミュニケーション力が求められます。 |

デザイン情報学特論Ⅰにおいては記号論、デザイン情報学特論Ⅱにおいては哲学を、専門講師を招いてレクチャーしています。

## 訪問教授によるワークショップ



デザイン情報学科では毎年海外から多くの教員や学生が来訪し、交流しています。  
大学院生は、この訪問教授等が主宰するワークショップ、講座への参加が義務づけられています。

## 大学院修士課程の入学試験について

大学院修士課程では、2つの日程で選抜試験を行っています。

### ■ A日程…… 社会人対象

出願期間:2014年9月17日-24日

#### 【社会人】

・ 研究計画プロポーザル  
・ 活動報告書

・ 面接

### ■ B日程…… 社会人・一般対象

出願期間:2014年12月15日-24日

#### 【一般】

・ ポートフォリオ提出

・ 小論文  
・ 外国語(英語)  
・ 面接

※ 受験希望者は、専任教員との事前面談が必須になります。

巻末の学科E-mailアドレス、もしくは武蔵野美術大学広報入学センターまでお問い合わせください。

※ 外国人留学生は、日本語によるコミュニケーション・研究遂行能力を有していることが必須です。

詳しい出願資格・試験科目に関しては、本学ホームページや入学試験ガイドをご覧ください。

# 1 期生インタビュー 01

## 活動の場を日本に絞る理由はない

インタラクショナルデザイナー

柳澤 知明 Tomoaki Yanagisawa

現在の活動について教えてください。

真鍋大度さんが設立したRhizomatiksに所属し、テクノロジーを使用したデザインや演出の仕事をしています。例えばPerfumeのための音にリンクして光る衣装や変形する衣装など、広告、MV、パフォーマンス、ライブ等様々な分野でのアイテムのデザイン、開発に携わっています。

新設のデ情を受けた理由はなんだったのでしょうか？

何の疑いもなく家業を継ぐつもりでしたが、ある時、本当に自分は何がやりたいのかと考えるようになり、美術大学への進学を考えはじめました。数学受験ができ、新設という事もあり表現方法が決まてなく、幅を持ってデザインに触れられ、尚且つ新しい表現を取り入れられる学科だと思い、デ情を受験しました。

実際に入学してみて、デ情はどういう印象でしたか？

先輩もいなく、実績も将来像も見えてはいませんでした。それぞれ違ったものに興味をもった人たちが集まり、お互いにたくさんの刺激をもらいました。先生方もいろいろなバックグラウンドをお持ちで、大きな枠組みの中で垣根なく学びました。そういった意味で自由でしたし、色々な可能性から望んだ道を選ぶことができました。

授業以外ではどういった学生生活をおくっていましたか？

デ情では先輩がいなかったのも、知り合った他学科の先輩の研究室を訪ねて、知らない音楽作品や映像作品を教えてもらったりしていました。

サークルではロック研究会に所属し、ノイズバンドをしていました。これらは自分の卒業制作にもつながっています。

留学を意識されたきっかけはなんだったのでしょうか？

理由は4年間で少しずつ変わりましたが、当時、自分が好きだった作品が海外で制作された物が多かったのも、単純にそれらが作られた環境で勉強し、吸収し、働きたいと思っていました。逆に活動の場を日本に絞るという理由もなかったのも、可能性があるのなら行ってみたいと考えていました。

留学を経たことによって作品制作に変化はありましたか？

作れるものの幅も広がり、限界を設定しなくなりました。制作前から先入観で枠を作ったり、自分の作れるものから逆算することはしなくなりました。自分が納得し、いいと思う物を作ることは変わりありませんが、自分の範囲外のことにも挑戦することに抵抗はなくなりました。一回外へ出て、自分の今までの場所を客観的に見ることができたから気づけたのかもしれませんが。知らず知らずのうちに、そこにあった考え方に慣らされる時があるので。

学生たちにアドバイスをお願いします！

自分で望めばたくさんのもので得ることのできる場であり、望まなければ手に入らない場所です。

4年間はあつという間だと思います。やってみたいと思ったことは迷うことなく挑戦してみてください。



やなぎさわ・ともあき

英国王立芸術大学デザインインタラクショナル学科修了。多様な知識をもとに、アート、広告、ミュージックビデオなどの分野でデザインからハードウェア制作まで行い、ニューヨーク近代美術館に作品が選出されるなど多方面で活躍する。  
4nchor5 la6/Rhizomatiks 所属。

# 1期生インタビュー 02

デザインの多様性を体感する

グラフィックデザイナー

酒本 康平 Kohei Sakamoto

現在のお仕事について教えてください。

株式会社ブリヂストンに勤務し、主に視覚コミュニケーションの領域の仕事をしています。商品のパッケージ、ロゴマークのデザインからブリヂストン全体のイメージに関わるもので、幅広く自社のブランディングに携わっています。

新設のデ情を受けた理由はなんだったのでしょうか？

父が彫刻家だったということもあり、僕も何か物を作る仕事をしたいと思っていました。でも、特に何をやりたいという具体的なビジョンがあったわけではありません。受験の動機は新設学科だったから、程度のものだっと思います。

実際に入学してみてもデ情の授業の感想などを聞かせてください。

デ情はムサビの中で唯一、高校の情報の教員免許が取得できます。そのための単位履修や教育実習、またデザイン事務所へのインターンなどで多忙でしたが充実していました。4年次も卒業制作にかなり時間をかけたため、卒業までとても忙しかったことを覚えています。

授業以外ではどういった学生生活をおくっていましたか？

学生の頃に興味があったことのひとつが教育で、造形教育研究のサークル「アトリエちびくろ」に所属していました。毎月の活動以外にも、夏休みと春休みに子供達と一緒に合宿をしながらワークショップを行うなど、学科とは全く別の頭と体の使い方をするのがいい気分転換になっていたと思います。

卒業制作の内容についてお聞かせください。

卒業制作は、僕がタイポグラフィとグラフィックデザインについて研究した内容を、まさにその研究に基づいて実践し、書籍に編集するというものでした。

僕が研究した内容について「第1期生から後輩に向けて贈る教科書」というコンセプトでまとめ、最終的に卒業展で書籍化し販売を行うまでの過程すべてを卒業制作としました。

今のお仕事や活動につながっているデ情での経験を教えてください。

僕は映像制作やイベント企画、新メディアの立ち上げなど多種多様な業務に携わってきました。

経験ゼロの分野でも結果を出さなければならない場合に役立ったのは、デザインは単なる表現ではなく問題解決のための手法だという考え方です。

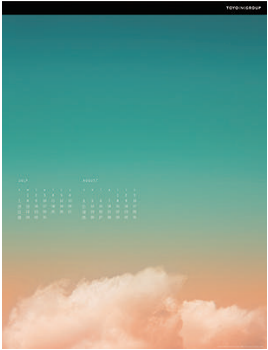
デ情では問題を見つけて解決するというデザインの根源的なプロセスをいろいろな切り口で経験することができたと思います。

学生たちにアドバイスをお願いします！

デ情は他の学科と比較して、デザインという領域の広さや多様性を体感できることが一番の特徴だと思います。その中で自分は何を究めるのか、固定概念にとらわれず、欲張って多くのことを経験し、自分が志向するクリエイティブを見つけてください。



さかもとこうへい  
1977年生まれ。  
武蔵野美術大学デザイン情報学科卒業。  
凸版印刷株式会社にて企業広告などのアートディレクションを担当し、国内外で受賞多数。  
2013年より株式会社ブリヂストン インベーション本部 デザイン企画部。



2013年カレンダー「MOMENTARY」 東洋インキSCホールディングス株式会社 | 写真上  
「typenaut」 2003年卒業研究・制作(優秀賞受賞作品) | 写真下

## 時代が自分に追いついた

デザイン情報学科 専任講師

高山 穰 Joe Takayama

現在のお仕事について教えてください。

コンピュータ・グラフィックス(CG)の研究を行っています。CGというとアニメやゲームなどを思い浮かべる人が多いと思いますが、私が取り組んでいるのは数理造形と言って、数式やプログラミングによって画像や映像を制作していく技法です。人間の手作業では描くことのできない複雑な図形や、とてもリアルな自然景観などを描けるのが特徴で、実はハリウッド映画の制作現場などでも重要視されている大事な分野です。

新設のデ情を受けた理由はなんだったのでしょうか？

幼い頃に「トロン」という映画を観て初めてCGを目にして以来、ずっとCGをやりたいという願望がありました。ただ、自分が高校を卒業した時点ではCG教育を積極的に行う大学がほとんど存在せず、ひとまず何でもきそうな国立の大学を目指して浪人をしていました。そのとき、デザイン情報という新しい学科ができるのを耳にして「ようやく時代が自分に追いついたな」という偉そうな気持ちを抱き、受験を決めました。

実際に入学してみてのデ情の授業の感想などを聞かせてください。

デ情の授業内容は幅広く、自分の将来に無関係とも思えることも多かったのですが、そのいずれもが何らかの形で今の自分に教養として役立っていると思います。そういった、一見関係なさそうなことでも試すチャンスを与えてくれるのがデ情のメリットだと思います。常に何らかの目的意識を持って学んでいけば、デ情のカリキュラムはとても有意義で「利用できる」ものだということが分か

るはずです。

授業以外ではどういった学生生活をおくっていましたか？

在学中にウェブデザインの仕事を請け負っていました。あまり洗練されていない商業的な仕事ばかりで最初はダサいと思っていたのですが、ダサさの中にもしっかりとユーザーを意識したデザインが用いられていることが次第に分かってきて、大学では学ぶことのできないデザインのノウハウを実践的に勉強することができました。

3年生になって本格的にCG作品を制作し始め、海外を含めて様々なコンペに手あたり次第応募しました。応募に必要な送料やビデオテープ代、そのダビング料などがかさみ、コンペ貧乏になるほどでしたが、幸い、在学中にいくつかのコンペで受賞の成果を残すことができました。授業の課題以上に、これらの自主的に取り組んでいたCG制作が忙しく、大変ではありましたが今思えば毎日が充実していたと思います。

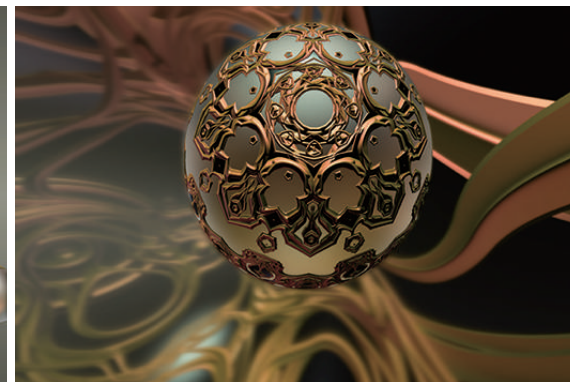
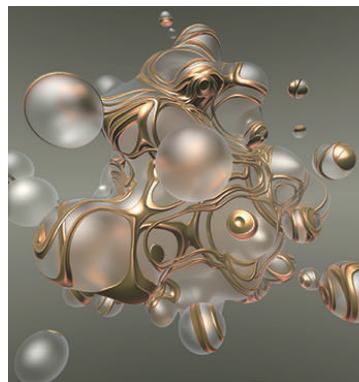
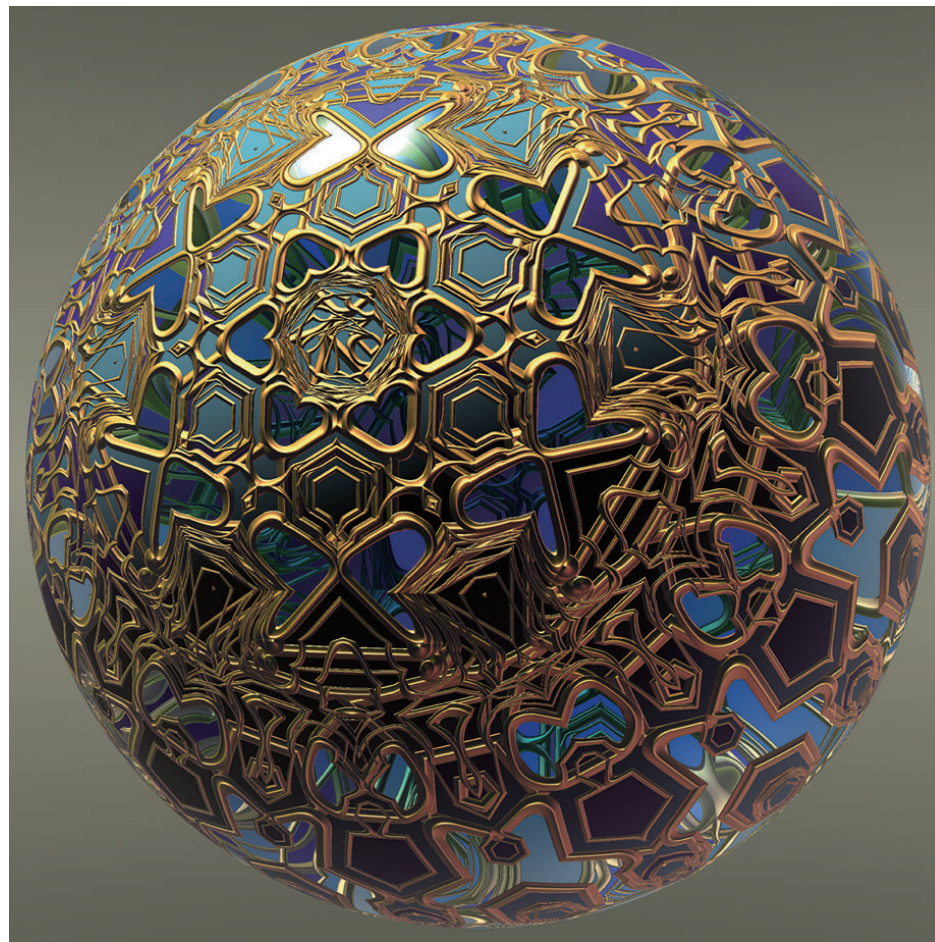
学生たちにアドバイスをお願いします！

大学で過ごす4年間で人生は大きく様変わりします。特に入学前には想像もできなかった自分の姿が卒業時には待っていることでしょう。実際に私もデ情で人生が大きく変わり、入学前は数学やプログラミングなんて別世界のことだと思っていましたが、今では人にプログラムを使ったCGを教える程になっています。デ情は、そのような未知数である自分の可能性を最大限に追求できる学科だと思います。



たかやま・じょう

詳しい経歴は、p.44の教員紹介へ。



独自開発のアルゴリズムによって全て自作のプログラムで描画したCG

# 造形学部デザイン情報学科の入学試験について

## Admission Guide

デザイン情報学科では様々な選抜方法によって入学試験を行っています。  
詳しい日程や出願資格については、必ず本学ホームページや入学試験ガイドを確認してください。

一般入試

出願期間:2015年1月5日-1月20日 募集人員:90名

一般方式

募集人員:55名

全学科・専攻共通の試験

■国語 + ■英語 or 仏語  
[100点] [100点]

■造形表現テスト…3時間  
[150点]

センターA方式

募集人員:28名

センター試験

■国語 + ■外国語(英語) ※1  
[100点] [150点]

■数学(数学I、数学A)…1時間30分  
[150点]

■小論文(図説を含む)…2時間  
[150点]

センターB方式

募集人員:7名

センター試験

■国語 + ■外国語(英語) ※1 + ■選択科目  
[100点] [150点] [150点]

地理歴史、公民、数学、理科の  
4教科25科目より1科目選択

※1 外国語は英語での受験を必須とし、リスニングテストの成績を利用します。  
リスニングテストを受験しなかった場合は不合格になります。(大学入試センターによるリスニングテスト免除者を除く)

公募制推薦入試

出願期間:2014年10月22日-10月31日 募集人員:10名

一般型

募集人員:7名

一次選考

■書類選考 ※2

一次選考  
合格発表

二次選考

■小論文 + ■プレゼンテーション + ■面接  
(指定課題による)

英語力重視型

募集人員:3名

一次選考

■書類選考 ※3

一次選考  
合格発表

二次選考

■小論文 + ■英語によるプレゼンテーション + ■面接  
(日本語記述) (指定課題による)

※2 自己推薦調書および活動報告書による審査  
※3 自己推薦調書および英語記述の志望動機書による審査

外国人留学生・帰国生特別入試

出願期間:2014年11月4日-11月12日 募集人員:若干名

外国人留学生

■書類審査  
■日本留学試験「日本語」 ※4

専門試験  
■情報表現テスト + ■面接(ポートフォリオ 持参) ※5

帰国生

■書類審査  
■小論文

専門試験  
■情報表現テスト + ■面接(ポートフォリオ 持参) ※5

※4 日本学生支援機構(JASSO)が行う、日本留学試験(EJU)「日本語」の受験が必須となります。  
※5 過去2年間の作品・論文などの研究成果をA3版のファイル形式によって、わかりやすくまとめたもの。

入学試験 Q&A

Q 公募制推薦【一般型】はどのような人が対象？

合格者の多くは、全国レベルの公募に入賞経験がある学生、もしくは在学中にプロジェクトの活動経験があり、対外的に評価された学生です。

Q 公募制推薦【英語型】はどのような人が対象？

日常レベルの会話が英語で不自由なく話せる人を対象としています。国際高校・インターナショナルスクール出身の学生や、海外在住経験の長い学生、海外留学を希望する学生が合格を果たしています。

Q 実技に自信がない人でも受験可能ですか？

本学科では多彩な受験方式を用意しています。筆記試験のみでも受験可能です。また、描写の基礎力をつける実習プログラムが準備されています。

Q 造形表現テストとはどのようなテスト？

観察力・構想力・描写力を融合した実技描写テストです。基本的描写力と同時に、モチーフをただ描写するだけでなく、その構想力にも比重を置いています。

Q 視覚伝達・基礎デザイン学科との違いは？

学科の英語表記が違いを明確にしていると考えられます。デザイン情報学科はデザインと情報学のハイブリッドな関係を重視して教育していますので、デザインに対する概念や捉え方、方法論が異なり、指導方法も大きく異なります。

# デザイン情報学科の教員紹介

## Faculty of the Department of Design Informatics

### 専任教員



主任教授  
**長澤 忠徳**  
Tadanori Nagasawa

1953年生まれ。武蔵野美術大学卒業後渡英。英国 Royal College of Art 修士課程修了。81年帰国後、事務所を開設。87年には、ロンドン、東京を拠点とするデザインシンクタンクを設立、デザインコンサルタントとして数々の幅広いデザイン活動を国内外で展開。また、国際交流を推進し、海外提携大学での講義、ワークショップを行っている。



教授  
**今泉 洋**  
Hiroshi Imaizumi

1951年生まれ。武蔵野美術大学建築学科卒業。在学中よりライターとして音楽評論やFM音楽番組構成などを行う。81年から、当時ベンチャーであったアスキー社のニューヨーク駐在員としてメディアビジネスを調査。帰国後、雑誌創刊、情報サービス企画を担当。93年退社し、情報関連分野のコンサルタントとして活動。



教授  
**森山 明子**  
Akiko Moriyama

1953年生まれ。東京芸術大学美術学部芸術学科卒業。75年特許庁入庁、意匠課審査官となる。86年日経マゴロビル社(現・日経BP社)入社。『日経デザイン』の創刊に関わり、93-98年編集長。主著は『まっしぐらの花ー中川幸夫』(2005)、『石元泰博ー写真という思考』(2010)、『新井淳一ー布万華鏡』(2012)。



教授  
**井口 博美**  
Hiromi Inokuchi

1956年生まれ。武蔵野美術大学基礎デザイン学科卒業。公益財団法人日本デザイン振興会を経て、91年にデザイン&マーケティングのコンサル会社である株式会社イードに移籍し、企業の各種調査研究プロジェクトや商品・デザイン戦略の立案等に従事。『戦略的デザインマネジメント』が主たる研究テーマ。



教授  
**佐藤 淳一**  
Junichi Sato

1963年生まれ。東北大学工学部・武蔵野美術大学短期大学部卒業。専門はマルチメディアとフォトグラフィ。Webを基盤とする写真表現の実践的な研究を続けている。95年より個展、グループ展多数。主な著書『ドボク・サミット』(共著、2009、武蔵野美術大学出版局)『カワウン』(2010、東京書籍)



准教授  
**井上 尚司**  
Shoji Inoue

1960年生まれ。コンピュータの専門学校を卒業後、その学校に就職。その後、ソフトバンク総合研究所を経て、独立。その間、放送大学卒業、筑波大学大学院中退。オペレーティングシステムをはじめとするコンピュータの基本ソフトウェア、インターネット/ネットワーク関連、マルチメディア等が守備範囲。



准教授  
**白石 学**  
Manabu Shiraishi

1971年生まれ。武蔵野美術大学大学院研究科修士課程修了。九州芸術工科大学大学院芸術工学研究科博士後期課程修了。東西大専校(韓国)デジタルデザイン学部助教授を経て、現在に至る。デジタルメディアコンテンツ制作、ユーザーインタフェースデザイン、メディアアートが主な研究分野。



専任講師  
**高山 穰**  
Joe Takayama

1976年生まれ。武蔵野美術大学デザイン情報学科卒業。九州芸術工科大学大学院、九州大学大学院修了後、テキサス大学ダラス校客員研究員として米国滞在。帰国後、九州産業大学芸術学部講師を経て現職擔任。専門は手続造型をベースとしたCGアニメーションなど。

### 客員教授



**中島 信也**  
Shinya Nakajima

TVCM演出家/(株)東北新社専務執行役員。1959年福岡生まれ大阪育ち。82年武蔵美視覚伝達デザイン学科卒。91年カップヌードルの「hungry?」でカンヌ広告祭グランプリを受賞。近作は「伊右衛門」(ADCグランプリ) 資生堂「新しい私になって」(ADC会員賞)劇場用映画「矢島美容室 the MOVIE」など。



**佐藤 卓**  
Taku Satoh

1981年東京芸術大学大学院修了。株式会社電通を経て、84年佐藤卓デザイン事務所設立。「ロッテ・キシリトールガム」[明治おいしい牛乳]等の商品デザイン、「金沢21世紀美術館」「国立科学博物館」等のVIデザインを手掛ける。また、NHK Eテレ「にほんごであそぼ」のアートディレクター・「デザインあ」の総合指導、21\_21 DESIGN SIGHTのディレクターを務める。



**村井 純**  
Jun Murai

慶應義塾大学環境情報学部部長・教授。工学博士。これまで、SFC研究所所長、学校法人慶應義塾常任理事を歴任し、09年より現職。「JUNET」、「WIDEプロジェクト」等を設立し、日本のインターネット界を常にリードしている。「インターネット新世代」(岩波書店)等、著書多数。

### 非常勤講師

**赤池 学 Manabu Akaike**  
未来デザイン論

**阿部 卓也 Takuya Abe**  
記号論基礎  
デザイン情報学特論Ⅰ

**石浦 充 Masaru Ishiura**  
クオリティレビュー

**大嶋 浩 Hiroshi Oshima**  
ヴィジュアル・スタディーズ  
ー写真表現の読解

**大田 暁雄 Akio Ota**  
インタラクティブモーショングラフィックス

**太田 伸志 Shinji Oota**  
Webプランニング&デザイン基礎1-2

**岡崎 章 Akira Okazaki**  
感性と情報

**岡本 慶一 Keiichi Okamoto**  
ブランド・マネジメント戦略論

**沖 啓介 Keisuke Oki**  
ソーシャルデザイン論

**川上 恵美 Megumi Kawakami**  
デザインリテラシー

**菊地 俊公 Toshihiro Kikuchi**  
サウンドデザイン

**木下 謙一 Kenichi Kinoshita**  
Webプランニング&デザイン基礎1-2

**岐部 慶子 Keiko Kibe**  
異文化コミュニケーション論  
Intercultural Communication

**草野 剛 Tsuyoshi Kusano**  
タイポグラフィ

**江津 匠士 Tadashi Gozu**  
デザインリテラシー  
グラフィックインフォメーション1-B

**小西 俊也 Shunya Konishi**  
デザインリテラシー  
グラフィックインフォメーション1-B

**佐々木 幸弥 Sachiya Sasaki**  
音響文化研究

**佐藤 篤司 Atsushi Sato**  
グラフィックデザイン基礎1-2

**里見 慶 Kei Satomi**  
CM映像研究  
CM映像をつくる

**志田 陽子 Yoko Shida**  
(本学教養文化・教授)  
情報社会倫理論

**柴田 英喜 Eiki Shibata**  
エクスペリエンスデザイン論

**白田 秀彰 Hideaki Shirata**  
知的財産権

**新保 韻香 Inka Shinbo**  
グラフィックインフォメーション1-A

**末延 素 Moto Suenobu**  
デザインリテラシー

**杉下 絨司 Joji Sugishita**  
グラフィックインフォメーション1-A  
プリントメディア編集基礎1-2

**高橋 明洋 Akihiro Takahashi**  
写真集をつくる

**瀧本 往人 Yukito Takimoto**  
デザイン情報学特論Ⅱ

**竹中 直純 Naozumi Takenaka**  
Webコンテンツ

**田崎 和隆 Kazutaka Tazaki**  
サウンドデザイン

**棚橋 早苗 Sanae Tanahashi**  
プリントメディア編集基礎1-2  
雑誌をつくる

**富谷 智 Satoru Tomiya**  
パッケージをつくる

**中野 希大 Kidai Nakano**  
映像基礎1-2

**仲俣 暁生 Akio Nakamata**  
メディアとしての書物

**本田 晃一 Koichi Honda**  
インタラクティブモーショングラフィックス  
GUI表現研究

**村上 千博 Chihiro Murakami**  
ビジネスツールをつくる  
Contextual Studies-1,2  
Interactive Innovation-1,2

**横田 克己 Katsumi Yokota**  
3DCG表現研究

# 卒業生の進路一覧

## Postgraduate Achivements and Careers

### ■ 食品・外食・医薬品・化粧品

アメーズユーブランニング、伊那食品工業、オーイズミ販売、キャメル珈琲、シャンソン化粧品、ジェンヌABCクッキングスタジオ、東ハト、ペリカン石鹸、ボーラ化成工業(ボーラ化粧品本舗)、東光薬品工業、花王カスターマーマーケティング、メリーチョコレートカムパニー、モンテール、丸福、重光、三幸製菓、コスメテックスローランド、日本天然物研究所、タカノフーズ、丸藤、タマノイ酢、ビックルスコーボレーション、ヤマキ、キキ・ハラジュク、花王

### ■ 印刷・紙・写真

浅野製版所、アマナ、イイノメディアプロ、ケープリント、ザ・バック、シーシーエス、ジャパンブリントシステムズ、ジェイル文化社(韓国)、千明社、大日本印刷、竹尾、東京図書館、東京全工房、トッパンアイデアセンター、トッパンフォームズ、凸版印刷、トロア企画、フェデックス キンコーズ・ジャパン、山浦印刷、レンゴー、NECメディアプロダクツ、ゼネラルプレス、東京リスマチック、ラウン・パッケージ、グラフィック、六三印刷、丸福、日経印刷、第一紙行、ダイコロ、ジョイフルまるやま、DNPデジタルコム、セイワイメテック、セザックスクリエイティブ、ブリ・テック、アフロ、イシクラ、イメー・ジャパン、朝日印刷、大伸社、ローヤル企画、ヨシダ印刷

### ■ 出版・新聞・レコード等

樞出版社、ギャラリー・ステーション、産業経済新聞社、新風舎、スリーシーズン、ピークス、文藝春秋、山と溪谷社、FIGARO Japon、新書館、毎日新聞社、ソニー・ミュージックグループ、産業編集センター、医学出版、共同通信社、スタジオタッククリエイティブ、いろは出版

### ■ 広告(代理店・CM制作会社)

CQエンターテイメント、アイレップ、葵プロモーション、アド・コマーシャル、ヴィス(BIS)、クレオ、シー・バイス、千修、太陽企画、東急エージェンシー、東北新社、トスマック、ハット、博報堂、バラゴン、ミクブランニング、リクルート、リベラル、コンテンツ、スパイクフィルムズ、ティー・ワイ・オー、広美、フロンティア・インターナショナル、アサツーディ・ケイ、葵デジタルクリエイション、東京リテラシー、電通、スコープ、博報堂プロダクツ、コモンズ、電通テック、アクロバット、ジェイツ・コンプレックス、ディーアイエスアートワークス、マーケティングフォースジャパン、セプテーニ、日宣、パラドックス・クリエイティブ、ノーブロプレム、ロボット、クリエイティブハウス・クリップ、オプト、日本ビジネスアート、株式会社WAVE、ビービーメディア、電通レイザーフィッシュ、DYM

### ■ デザインプロダクション

GKダイナミックス、アイル企画、アトム、阿萬企画、アレフ・ゼロ、アンテナグラフィックベース、エステム、大藪デザイン事務所、草野剛デザイン事務所、キャップ、クリエイティヴ アダック、クリエイティブ・マインド、グリッドインターナショナル、ザ・マン、ジェイ・シー・スパーク、シンク、スタジオ・ギブ、スタジオダーク、たき工房、タテルデザイン、トラ

ンス、トリプル・オー、長澤忠徳事務所、中城デザイン事務所、日経クリエイティブセンター、日本デザインセンター、ノーバス、富士プレゼンテック、ブレンセンター、文平銀座、ヘルメス、ホロククリエイト、メディアジャパン、楽コボレーション、レマン、エージー、スタイルメント、ティーディーエス、バードランド、フェイス、モーク・ワン、創美企画、ウノサワデザイン事務所、アド・ブレン、クリエイティブ・センター、フォルツァ・グラフィコ、ブレンセンター、バナナグローブスタジオ、ブレンセンター、TMC、イー・エム・デザイン、エルアンドシーデザイン、グラブデザイン、ティ・ディ・エス、パウ広告事務所、ザ・デザイン・アソシエイツ、ゼネラル・プレス、アブレ コミュニケーションズ、イー・ティ・イー、ティーツー、S925、キラキラ、ボバル、スタジオギブ、カヤック、トリプル・オー、モメンタムジャパン、坂川事務所、スタジオCGS(川上成夫デザイン室)、ジョイフルジョイント、釣巻デザイン室、ネスト、スリーライト、ブランニングオム(OM)、blueurge

### ■ 繊維・服装・テキスタイル

GDC、アイトス、内野株式会社、シュガー・マトリックス、ナルミヤインターナショナル、ブルーミング中西、L'oute Design、サンエー・インターナショナル、ユナイテッド・アローズ、ライトプレイスファクトリー、マニユーヴァ、ポイント、ミズノ、ファーストリテイリング、ケイズ、エトワール海渡、ジンカンパニー、ローズマダム、クロスカンパニー

### ■ 装身具・靴・カバン等

エフ・ディ・シー・プロダクツ(4℃)、サン宝石、スタージュエリー、HCBN FABI JAPAN、マーサーカンパニー、赤坂ユニベイス、大淵銀器、丸喜、ブルーム21、エトワール海渡

### ■ 電器・機械

オリンパス光学工業、オリンピア、キヤノン、三洋電機、ソニー、東芝、ニコン、日立製作所、ブラザー工業、ベスタクス、ペンタックス、三菱電機エンジニアリング、リコー、バイオニアデザイン、サームス、クラリオン、ホリ、日本PCサービス、タスコジャパン

### ■ 輸送用機器

本田技術研究所

### ■ 家具・住宅機器・資材

スガツネ工業、日栄インテック、内田洋行

### ■ 文具・玩具・生活雑貨

MEDICOM TOY、エンジン、キャンドウ、サンスター文具、シムリー、ショウワノート、杉山、ゼブラ、ノルコーボレーション、良品計画、IT'S DEMO、ほんやら堂、バンダイ、フジ・インターナショナル、日本ホールマーク、サームス、レイアアップ、VOXPOP、エヌビー社、友和、プティル、フィセル、EIKOH、アイシーエル、イデアインターナショナル、イムラ封筒、さくらほりきり、サンエックス、ダイゴ、マークス、世界堂アール、

白鳳、レブハウス、河淳、本多プラス、エスバック

### ■ TV・映画・劇場

荒川ケーブルテレビ、カラーフィールド、クリークアンドリバー、シミズオクト、バルズステーション、フォアキャスト・コミュニケーションズ、リーライダース、サンライズ、マーブリング・ファインアーツ、プロセスタジオ、テレビ東京ブロードバンド、えふぶんの巻、アナロジカル、ピラミッドフィルムピースリービデオ事業部、ピラミッドフィルムクアドラ、ウイメンズ、ジーアイ・ホールディングス

### ■ アニメ・CG・ゲーム

アートディンク、アスペクト、草薙、コーエー、コナミ、サーカス、セガ、ソニー・コンピュータエンタテインメント、ティ・ビー・グラフィックス、デジターボ、ナムコ、ピースタック、ピボット、プロダクションIG、フロム・ソフトウェア、ポリゴンマジック、ボンズ、スティング、トライエース、カブコン、プレミアムエージェンシー、マッドハウス、任天堂、epic、アクワイア、ヒューネックス、エビクロス、AQインタラクティブ、トイロジック、日本一ソフトウェア、ピース、DropWave、フェニックスソフト、イマジカデジタルスケープ、バニライク、ピクス、ボルテージ、六面堂、ガイナックス、スタジオエル、スタジオPablo、サミー

### ■ 情報・通信・ネットワーク

HtoH、アイ・エム・ジェイ、アイコム、イセト、ウェブ・ワークス、エヌエスブランニング、エンジン、カルチュア・コンビニエンス・クラブ、サイバーネットワーク、ジャストシステム、セキュリティ情報研究所、セラク、ソフトウエア興業、トリワークス、ネクシスコミュニケーションズ、バーチャルコミュニケーションズ、ヒューマンシステム、富士通アプリコ、プロビジョン、ベーシック、マイクロ情報通信、メディアネットワーク、メディアビット、ヤフー、イノブ、ケイビー・エム・ジェイ、プライムシステムズ、マックスマウス、アミュー、つくばソフトウェアエンジニアリング、ニフティ、アップアローズ、サイバーエージェント、日本情報通信、サイバーコミュニケーションズ、新星堂、ヒューベース、ゲームオン、メディアライツ、ハートビーツ、paperboy & co. はてな、博報堂アイ・スタジオ、アクセント・テクノロジー・ソリューションズ、あとらす二十一、グローバルサーチ、チームラボ、ミツエーリンクス、エルグ、クオン、コネクティ、ソフトバンクモバイル、ファジカ、コスミックエンジン、ラナ・エクストラクティブ、DeNA、サイバーバズ、セブネットショッピング、ラナデザインアソシエイツ、AWAKE、シンプルメーカー

### ■ 建設・住宅・展示・店舗・装飾

アレグロ、コスモス、積水ハウス、フージャースコーボレーション、イリア、橋梁調査センター、加名市、建都、森下建設、センコー商事、ノムラデューオ

### ■ 絵画・造形・工芸・画廊

秋山工房、アルスプロジェクト、アトリエ・エビス

### ■ 公共的事業(学校・福祉等)

東京大学生産技術研究所、東京都立大森高等学校、武蔵国際総合学園、武蔵野美術大学、ワーカーズコープ、早稲田中学・高等学校、ポピンズ、三宅一生デザイン文化財団、東村山むさしの認定こども園、藤沢市役所

### ■ その他

イドムコ、岡田眼科、セシール、東急カード、日高国際特許事務所、フラワーショップ花咲、三菱商事石油、CDG、オリエンタルランド、カネカ土地、イード、三越、バーソン・マーステラ、トレンダーズ、マルハン、メインキャスト、アライドアーキテクト、音感教育研究所、ディノス、フォーラル、社団敬世会 富士町歯科クリニック、浜友観光、ホテルニューオータニ、フェリシモ、リガード、三越伊勢丹、ヨドバシカメラ、ビズリーチ、ノジマ、ジュノー

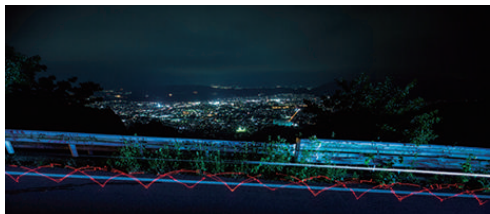
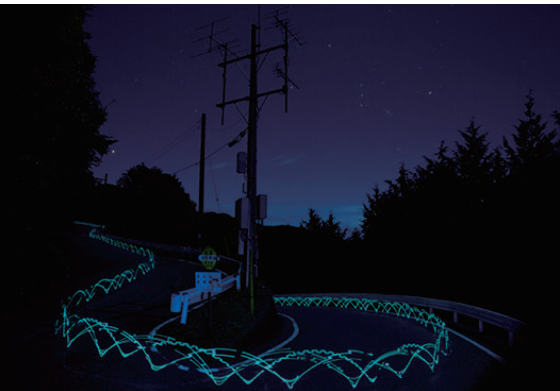
### ■ 進学

九州芸術工科大学大学院、九州大学大学院、情報科学芸術大学院大学、千葉大学大学院、筑波大学大学院、東京芸術大学大学院、東京大学大学院、名古屋市立大学大学院、文化服装学院、武蔵野美術大学大学院、デジタルハリウッド、バンタン電腦ゲーム学院、アカデミアリアチ、上越教育大学大学院、HAL 東京、早稲田大学大学院、慶應義塾大学大学院

### ■ 留学

ロイヤル・カレッジ・オブ・アート(大学院)、ロンドン芸術大学大学院(Central Saint Martins College of Arts and Design、Chelsea College of Art and Design、London College of Communication、London College of Fashion)、ロンドン大学大学院(Goldsmiths)、ブライトン芸術大学大学院、ロンドン大学(University College)、ノッティンガム・トレント大学大学院、ケルン国際デザイン大学大学院、ブラット・インスティテュート大学院

過去12年間(順不同)



カバー作品

Trace- 時間の軌跡- 片岡 真之介

(2013年度 卒業研究・制作 優秀賞作品)

自転車で峠を登る。

自分の作品はその軌跡を長時間露光によって写真に焼き付けたものだ。自分は自転車でひたすら坂を登る「ヒルクライム」という競技に参戦しているが、最終的に競技の結果は「タイム」という数字によって表される。今回、この作品は、自分が自転車で峠を走ったという記録を数字にとって替わるものとして表現している。

【編集・デザイン】

増田 悠紀子 Yukiko Masuda

【撮影】

星野 耕史 Kohshi Hoshino

ほか

【編集協力】

渡辺 真太郎 Shintaro Watanabe

星野 耕史 Kohshi Hoshino

高橋 佳子 Keiko Takahashi

杉山 沙織 Saori Sugiyama

岡田 湖以 Koyuki Okada

長井 優衣 Yui Nagai

【発行】

武蔵野美術大学 デザイン情報学科研究室

【発行日】

2014年6月14日

【印刷・製本】

株式会社アトミ

【連絡先】

〒187-8505 東京都小平市小川町1-736

武蔵野美術大学9号館411

Tel: 042-342-6801/Fax: 042-342-5192

E-mail: [dinfo@musabi.ac.jp](mailto:dinfo@musabi.ac.jp)

【Web サイト】

・武蔵野美術大学 **HP**  
<http://www.musabi.ac.jp>

・デザイン情報学科公式 **HP**  
<http://www.musabi.ac.jp/d-info/>

・**PROVOKE HP**  
<http://www.musabi.ac.jp/d-info/diforum2012/>

・デザイン情報学科公式 **facebook**  
<https://www.facebook.com/di.musabi>

・デザイン情報学科公式 **twitter**  
[@d\\_info](https://twitter.com/d_info)

武蔵野美術大学

Musashino Art University

