



- TALK SESSION - 第一線で活躍する卒業生

仕事の現場から見るメディアの未来 -メディア学部で学んで-

映像、広告、ゲーム、ITサービスなど、各ジャンルで活躍するメディア学部の卒業生6名が、仕事論やメディアの未来、これからのクリエイターに求められるものを語り合いました。



伴 哲

Ban Satoshi

2003年卒業
ソニー・インタラクティブエンタテインメントでゲームプロデューサーとして活動。2018年にGoogleに転職しゲーム関連の事業開発に従事。



横手 俊幸

Yokote Toshiyuki

2008年卒業
電通グループの広告制作会社・電通ライブで主に屋外広告を手掛けている。在学中はユーミンプロジェクトの初代メンバーとして活動。



佐藤 弘一

Sato Koichi

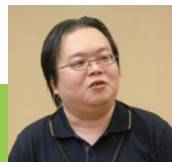
2009年卒業
総合コンサルティング/ITサービス企業のアクセントゥアにてソリューション・エンジニアを務める。在学中はインターネット放送局の局長を経験。



坂下 涼太

Sakashita Ryota

2011年卒業
番組制作会社の千代田ラフトでディレクターとして映像制作に携わる。在学中はWROロボコンなどの外部プロジェクトにも積極的に参加。



兼松 祥央

Kanematsu Yoshihisa

2015年博士号取得
メディア学部助教。プロジェクト演習「シナリオアナリシス」「デジタルキャラクターメイキング」を担当。博士(メディアサイエンス)。



戀津 魁

Lenz Kai

2017年博士号取得
メディア学部助教。教育研究活動に加え、個人活動としてiOS向けアプリケーションの開発に携わる。博士(メディアサイエンス)。

本日は、各ジャンルで活躍する卒業生にお集まりいただきました。まずは皆さんの職業や、仕事論を教えてください。

伴 卒業後、ゲーム会社で15年にわたリゲーム制作に携わりました。2018年に、新たなことに挑戦するためにGoogleに転職しました。現在はGoogleでゲーム関連の事業開発に取り組んでいます。ゲームプロデューサーとして大切にしてきたのは、「世の中に求められるもの」「会社の戦略」そして「自分がやりたいこと」の3つが重なる部分を探して提案し、形にしていくことです。1つのゲームの完成までには2、3年、最近では5年ほどを要し、途中で開発が中止になる場合も。だからこそ、リリースまでたどり着き、0を1にできた瞬間に何よりの喜びを感じます。

横手 広告制作会社で屋外広告物を担当しています。クライアントの要望や課題に対して、それをどう実現・解決できるかを考えて提案し、実際に広告物を制作する技術スタッフに伝える。いわば通訳

のような仕事とも言えます。看板であれば、見やすさはもちろんのこと、企業ブランドを訴求するものとして品質管理も非常に重要。近年は屋外広告物のデジタル化が進み、映像やシステムなどの知識も求められるようになっていきます。

佐藤 アクセンチュアでソリューション・エンジニアとして、主に官公庁向けのITサービスの提供に携わっています。クライアントの課題解決につながるシステムの提案や構築、保守を担いますが、まずは課題がどこにあるのかを的確に見極めることが重要。場合によっては必ずしもITで解決できるとは限らず、システムを軸に、多様な手法を取り入れて課題解決に当たれることにやりがいを感じます。

坂下 映像制作会社の千代田ラフトでディレクターをしています。NHKの番組を中心に科学番組や自然番組を多く手掛け、最近ではネット系の番組や学校教材映像など、扱う映像の幅が広がっています。映像技術がかつてより一般的で身

近なものになったからこそ、クライアントから求められる水準も高くなっていて、いかに独自の発想力や演出力を加えられるかが重要になっていると感じます。

兼松 東京工科大学の博士課程を経て他大学で教えたあと、2018年春にメディア



学部の助教に就きました。専門はCGアニメーションの演出設計支援です。今は誰でも簡単にCGアニメーションを作れる時代ですが、思い描く理想を形にすることはまだまだ難しく、それを支援するシステムの開発を目指しています。授業ではシナリオの書き方やキャラクターの

技術が一般化するなかで問われる独自の発想力

作り方を教えていて、学生が「自分は何が好きなのか」をきちんと理解し言語化できるように導くことを意識しています。

戀津 私も東京工科大学の博士課程で学び、理化学研究所情報基盤センター勤務を経て、2018年9月にメディア学部の助教になりました。Web アプリケー

ションを通じたシナリオ執筆支援を研究しているほか、個人活動としてiOS向けアプリケーションの開発に携わっています。教える立場になってまだ1年と日は浅いのですが、知識と知識とが結びついて理解が深まっていく楽しさを学生に経験してもらえよう日々努めています。

皆さんが在学中に打ち込んだことや、印象に残っていることは何でしょうか。その経験は現在にどう活かしていますか。

横手 一番の大きな経験はユーマン・プロジェクト(P47～49参照)ですね。僕と佐藤君は初代(2007年度)のメンバーで、坂下君が3年目だったよね。当時は生配

信の設備も今ほど整っておらず、皆で知恵を絞って工夫を重ね、機材の不調をはじめとする数々のピンチも乗り越えながら配信に挑んだのを覚えています。

佐藤 インテプロ(メディア学部公式インターネット放送局)の活動で入学式や卒業式の中継にマルチアングルの手法

を用いたことがあり、ユーミン・プロジェクトでも活かせるのではと考えました。コンサート映像をカット割りせず配信し、見る人が自由にスイッチングして楽しめる方法を提案して実現できました。

坂下 1期、2期の先輩たちの功績は、3年目の僕らにとって大きな壁でしたね。

学生に向けられる期待も高まり、それに応える企画を出さなければとアイデアをひねりました。松任谷正隆さんをはじめ、プロ中のプロの方々とプロジェクトは本当に貴重な経験で、度胸がつかしました。
横手 ユーミン・プロジェクトもインテプロの活動もそうですが、チームで一つの

メディア学部で学んだ幅広い分野の基礎が 多様なメンバーと進める今の仕事に活かしている

ものを作り上げる経験を多く積めるのがメディア学部の良さ。今の仕事も、クライアントの要望にチームで応えていく点で通じるものがあります。学生時代、幅広い分野への関心や基礎知識を培えたことは今も財産ですね。広告制作に携わるなかで、映像の専門家はこう考えるだろう、システムの専門家はこうだろう、というのが何となくわかる。やりとりがスムーズにできるように感じます。

伴 私はメディア学部の1期生で、学生

にとっても先生方にとっても何もかもが初めてという環境は新鮮でしたね。当時はゲーム制作の授業はまだなく、修得したCGの知識や技術が活かせると考えて応募したのが、就職先のゲーム会社です。在学中、メディアだけでなく数学や物理学、心理学なども幅広く学べたことは、のちにゲームプロデューサーとして各パートのプログラマーと意見を交わす際に、多角的な視点となって活きました。

佐藤 メディア学部では周りの友達がゲームやプログラム、音楽、映像などそれぞれの分野に打ち込んでいて、表現の手法に事欠きません。そうした環境で身につけたさまざまな表現の手法や媒体の効果的な使い方を、現在のコンサルティングの仕事で実践できていると思います。例えば相手に伝わりやすい言葉を選んだり、表現を工夫したりするこ

とは、プロジェクトの円滑な進行に不可欠です。

坂下 在学中の4年間を通して好きな映像を作ることに没頭できたのはとても有意義な時間でした。自分がどんな映像を作りたいのかを突き詰め、見よう見まねでいろいろな演出方法を試し、こうすればできるのだと実験を通して学んだことが自分の基礎になっています。加えてメディア学部では、多岐にわたる分野を経験して自分の方向性を探ると同時に、細分化された業界構造への理解を深められるのもメリットですね。例えば同じ映像でも、作りたいものが映画かCMか番組かで、選ぶ会社は違ってくるので。

戀津 学部時代は音楽や3DCG、実写映像などのプロジェクト演習を受講し、これらの経験はのちにチームでアプリ制作を始めた際に役立ちました。メンバー



は全員メディア学部生で、それぞれ専門は異なるものの、互いの分野について一定の知識がある状態。だからこそ各自の専門性を発揮しながらスムーズに意思疎通して皆で高め合うことができ、アプリの完成に至ったのだと思います。

兼松 学内プロジェクトでタツノコプロと連携して関西空港のキャラクター制作に取り組んだことが印象に残っています。皆さんも言われたようにメディア学部の良さは、専門分野以外も幅広く学べ、さまざまな専門性を持つ人と交わり理解を深められること。その素晴らしさを、今度は教育者として学生に伝えたいですね。

技術進化のスピードが速まるなか、それぞれの現場で起きている変化の潮流や、そこから考えるメディアの未来とは？

坂下 実写映像の現場で感じるの、かつてに比べて映像を誰でも作れる時代になっていること。そのなかでプロであ

る私たちに求められるのは、「この映像を通して誰に何を伝えたいのか」を明確にし、それを念頭に1本1本に力を注ぐことだと思います。番組放送後に「こんな情報を求めている」などの感想をいただけたときは、メディアの力や、そこに携わる醍醐味と責任を改めて実感します。

横手 広告制作はプロセスごとに担当の会社が細分化されていますが、一方でクライアントのニーズは垣根を超えたものになってきていると感じます。看板に映像が使われたり、店頭プロモーションにARが活用されたりしているのが一例ですね。さまざまなメディア技術の集積で一つの広告やイベントが作られていく流れは今後も進むと考えられ、幅広い分野の知識がいつそう重要になると思います。

伴 メディアの未来がどうなるのかは、率直に言って、まったくわかりません。例えば5年後のVRやARの技術はおそらく今とは別物になっているはず。それく



らい、先のことは予想がつかないのです。大切なのは、この先にどんな変化が起きても柔軟に対応できる姿勢を持つこと。それには興味の幅を広げ、情報へのアンテナを張ることが必要で、そうすることで変化の兆しにいち早く反応し、一歩先を見据えた手を打てるのだと思います。

佐藤 ビジネス全般において、数年後の予測すら難しくなっていますよね。システム開発でも、変化を前提とした柔軟な作り方でなければ、時代に対応できません。何が正解かは誰もわからないこの時代に、自らが解を作りに行く、つまり世の中の流れをリードするくらいの気

未来は予測できないからこそ柔軟な対応力が重要

概を持つことも、今後は大事になると思います。そのためにも学生時代こそ、現場に身を置いて自分の目で見て考え、動く、という経験を積んでほしいですね。

兼松 変化への対応力は、まさに東京工科大学が掲げる実学主義教育が目指すものでもあります。現代社会では、業

界を問わず、また仕事だけでなく日常生活でも、メディア関連の技術やコンテンツに触れない場の方が少ない。メディアを体系的に学ぶ意義は間違いなく高まっています。

伴 語学力も、学生のうちに磨いておいた方がいいものの一つです。これからの

時代、英語力は大前提で、さらにもう1か国語の素養が求められてくると思います。

戀津 東京工科大学には国際交流の機会も多いので活かしてほしいですね。これからメディア学部で学ぶ学生が、自らの描く未来を実現していけるよう、私たち教員も全力でサポートしたいと思います。