

第1回 2月12日(木) ベンチャー&アントレプレナーシップ		コーディネーター: 古川 享
13:00-14:20	メディアビジネスの展望	古川 享 メディアデザイン研究科 教授
14:30-15:50	ネットワークとビジネスの進化	國領 二郎 総合政策学部 教授
16:00-17:20	ベンチャー・ケータイ文化	夏野 剛 政策・メディア研究科 教授(非常勤)
第2回 2月26日(木) 技術の社会応用		コーディネーター: 大川恵子
13:00-14:20	デジタルコミュニケーションと教育環境	大川 恵子 メディアデザイン研究科 教授
14:30-15:50	e-Learningにおけるグローバルな連携	福原 美三 デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構 教授
16:00-17:20	医療における情報基盤整備とデジタル技術	栗林 幸夫 医学部 放射線科学 教授
第3回 3月4日(水) デジタルコンテンツ		コーディネーター: 中村伊知哉
13:00-14:20	日本のポップパワー	中村 伊知哉 メディアデザイン研究科 教授
14:30-15:50	コンテンツ産業・著作権	菊池 尚人 デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構 准教授(非常勤)
16:00-17:20	エンタテインメントデザインのソフトパワー/創造社会におけるエンタテインメントデザイン	稲蔭 正彦 メディアデザイン研究科 教授

Profile



古川 享 メディアビジネスの展望

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授

元・マイクロソフト株式会社代表取締役社長、元・慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構特別研究教授
専門分野: メディアビジネス、マーケティング、プロダクト・プロイメント、企業連携

デジタル技術の変革とネットワークインフラの充実により、メディアビジネスが大きな変貌を遂げようとしています。デジタル放送は地デジの普及に留まらず、高速ブロードバンド経由のIPTV環境が次世代の放送産業を創生しようとしています。通信事業者と放送事業者の事業を支えるそれぞれの法律の壁が崩壊したのには新たな群雄割拠を生み出すことが予想される。旧来のメディアを支えてきた新聞、出版、放送、映画、音楽産業のそれぞれが、デジタル時代に備えていかなる体制でのぞむのかを考察します。さらに、新規参入が予想されるメディアコンテンツ事業/サービス事業を展望し、それを支える最新のデジタル技術を合わせてご紹介いたします。



夏野 剛 ベンチャー・ケータイ文化

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科教授(非常勤)

ペンシルバニア大学オートンズスクール卒(MBA)、元株式会社NTTドコモ執行役員、他兼職として株式会社ドワンゴ顧問、セガサミーホールディングス株式会社取締役、SBIホールディングス取締役、株式会社トランスコスモス取締役、びあ株式会社取締役、NTTレゾナント株式会社取締役、ほか。

ケータイは日本人のライフスタイルを大きく変えた。電話機能に始まったケータイは、iモードの登場によりマルチメディアツールとなり、日本のコンテンツ産業においてPCと並ぶプラットフォームとなった。ケータイコンテンツの世界では、多くのベンチャー企業がビジネスを花開かせた。特に、情報だけではなく、音楽、ゲーム、コミック、書籍の世界でのケータイの役割は大きく、ベンチャー企業が開発したテクノロジーやソフトを使って既存のコンテンツをもつ大企業もビジネスを大きくしている。

ケータイという新しいメディアが登場した時のベンチャー企業の役割は、今後新しいインフラが登場し新しい文化を形作っていく際の一つの産業モデルとなるであろう。本セッションでは、ケータイ文化が浸透していく過程でのベンチャーの果たした役割と今後の展望について概説し、企業あるいは産業がベンチャーやアントレプレナーシップを生かして新しいマーケットを作るベンチマークとしたい。



國領 二郎 ネットワークとビジネスの進化

慶應義塾大学総合政策学部教授・インキュベーションセンター所長・SFC研究所所長

東京大学経済学部経営学科卒業後、日本電信電話公社入社。計画局、新規事業開発室などに在籍。その後ハーバード大学 経営学修士号(MBA)、経営学博士号(DBA)取得。2005年慶應義塾大学SFC研究所長、2006年より総合政策学部教授。また、早稲田大学大学院商学研究所講師(非常勤)、イー・アクセス株式会社取締役(社外)を兼職。

グーグルの急激な成長、CGM(消費者発信型メディア)、Web2.0(あるいは3.0?)、クラウドコンピューティングなど、ネットビジネスは急速に変化しています。この変化はマーケティング革新などを通じて、一般企業にも大きな影響を与えています。急激な変化を的確に理解するためには、直近の動きをフォローすることも大切ですが、それ以上に長期的なトレンドを体系的に理解しておく必要があります。このレクチャーでは、デジタル革命の本質的な意味やネットワーク経済の基本的な構造などについて、基本的なフレームワークを提示したのちに、直近のトレンドや、これから来るべきビジネスモデルなどについて、わかりやすく解説していきます。さらに、情報技術を高齢化や、環境など人類のかかえる大きな問題を解決しつつ、その取り組みをビジネスとして成立させていく方策などについて、受講者の皆様とディスカッションさせていただきたいと願っています。





大川 恵子 デジタルコミュニケーションと教育環境

慶應義塾大学メディアデザイン研究科教授

慶應義塾大学大学院工学研究科修士課程修了。同大学大学院政策・メディア研究科博士課程修了。博士(政策・メディア)。日本DEC、日本サン・マイクロシステムズ、国連大学高等研究所研究員等を経て、株式会社スクールオンインターネット研究所代表取締役就任。1997年よりWIDEプロジェクトSchool of Internet Working Groupの責任者としてインターネットと大学教育に関する研究、2001年よりSOI Asiaプロジェクトのディレクターとしてプロジェクト運営と研究に従事。

地球規模の様々な課題が深刻になりつつある今日、グローバルな視点でグローバルに協業することができる人材の育成と、その教育環境づくりが、高等教育の大きな課題となっています。本レクチャーでは、グローバルなデジタルコミュニケーション基盤が、その教育環境にどのように役立つことができるか、特にアジア全体で時間を共有して共に学ぶことができる教育基盤の現状と今後の課題について議論します。また、デジタルコンテンツをグローバルに共有する環境における、新しい高等教育の形、また、初等中等教育への影響についても議論します。



栗林 幸夫 医療における情報基盤整備とデジタル技術

慶應義塾大学医学部放射線科学教授

慶應義塾大学医学部卒、東海大学医学部放射線科学教室助手、ハーバード大学医学部放射線科学教室に留学、東海大学医学部放射線科学教室助教授、国立循環器病センター放射線診療部部長を経て、慶應義塾大学放射線科学(診断)教授、慶應義塾大学大学院医学研究科委員、専門分野:画像診断学、特に心臓・血管領域の低侵襲画像診断(単純X線、CT, MRI、超音波)および放射線診断技術の低侵襲治療への応用

デジタル技術は、医療の分野においても様々な形で応用されている。ここでは、医療に用いられる様々な画像(医用画像)情報とそのネットワーク化、および電子カルテを中心とした総合医療情報システムの構築による情報基盤整備について述べる。

1. 医用画像と画像ネットワーク

医療に用いられる画像には、単純エックス線写真、CT、MRI、核医学、超音波、内視鏡など様々なものがあるが、これら画像診断装置から発生する情報のほとんどはデジタル化されている。デジタル情報の特質を生かして様々な画像処理をすることによって、二次元の情報ばかりでなく、三次元画像を駆使しての診断が日常的に行われており、正確かつ精密な診断がもたらされている。

画像診断機器の発達は、医療の質の向上をもたらすとともに、一方で情報量が飛躍的に増加している。これら膨大な画像情報を患者中心に一元管理し有効利用するためには、従来のフィルムベースの運用では限界があり、画像ネットワーク構築が必須である。平成20年度の診療報酬改定で、PACS(Picture Archive and Communication System)導入による効率化を促進する施策が行われたことから、今後この方向は加速するものと思われる。

2. 総合医療情報システムの構築による情報基盤整備

電子カルテやフルオーダーシステムの導入は、医療情報を全医療従事者で共有することにより、医療の質的向上と安全確保をもたらすとともに、患者サービスの向上にも寄与する。リアルタイムな経営分析、経営管理が可能になることで業務の効率化、経営支援にも役立つ。さらに、データベースを構築することで研究、教育活動への支援、あるいは地域との医療連携の促進、遠隔診断などにも展開が期待される。



菊池 尚人 コンテンツ産業・著作権

慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構准教授(非常勤)

慶應義塾大学経済学部卒業、郵政省 電気通信局等を経て通信政策課課長補佐に退官。現在、慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構准教授のほか、東洋大学経済学部社会経済システム学科非常勤講師、インディペンデントコロンビア代表、(社)デジタルメディア協会 参与、(社)音楽制作者連盟FMP 総研主任研究員などを務める。

1 コンテンツ産業の推移、2 ケーススタディ(音楽産業等を例として)ビジネスモデル・著作権等料率の実際、3 日本の著作権制度・契約、4 海外の著作権制度・契約、5 国内外のマルチユースの違い、6 障害は権利ではない、7 JASRAC等権利団体の動向、8 クリエイティブ commonsとは、9 総務省検討会での議論、10 今後のコンテンツ産業・著作権



福原 美三 e-Learningにおけるグローバルな連携

慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構教授

慶應義塾大学工学部卒業。同工学研究科修士課程修了、1999年京都大学大学院情報学研究所博士後期課程単位取得修了。日本電信電話公社横須賀電気通信研究所、NTT情報通信研究所、NTT-X取締役、NTTレゾナントを経て2004年デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構教授。専門領域:教育工学、e-Learning

e-Learningはブロードバンド、ユビキタスネットワークが着実に浸透していくなかで本格的に広がりを見せており、大学における取り組みも確実に進展しているが、そのなかで大きな流れに「オープンナリソース」がある。この流れはシステムとしてのオープンソースとコンテンツのオープン化に大別され、コンテンツのオープン化については大学で正規に提供されている講義のインターネットでの無償配信活動であるOCW(オープンコースウェア)がある。2001年にMITが提唱/開始して以来世界20カ国、150機関が参加する活動になっているが、日本でも日本オープンコースウェア・コンソーシアムを組織し、現在21の大学を含む37機関が参加する活動になっている。大学の講義コンテンツを自分の学習に役立てたいと考えている人の割合は8割以上に上がることが調査からも明らかになっており、大きな可能性を秘めた活動である。ここでは慶應義塾の取り組みに加え、国内外での動向と連携について述べる。



中村 伊知哉 日本のポップパワー

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授

元・スタンフォード日本センター研究所長、元・慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構特別研究教授
専門分野:メディア政策、情報通信、デジタル知財、ポップカルチャー
少年ナイフ、郵政省、MIT、スタンフォード日本センターを経て現職。「デジタルのおもちゃ箱」(NTT出版)等。

マンガ、アニメ、ゲームに代表される日本の若者流行文化は世界から強い視線を浴びている。その産業文化力は日本社会が古くから培ってきた庶民文化性に依拠するものであり、それをデジタル技術との融合によっていかに国際競争力に転化していくのか、長期的な成長エンジンとして育んでいくのか、デザインやものづくりなど産業全般のブランド力に昇華していくのが課題だ。マンガ、アニメ、ゲーム、カラオケなどポップカルチャーの中心は関西発であり、そのメカニズムを見極めることが次のステップとなる。



稲蔭 正彦 エンタテインメントデザインのソフトパワー/ 創造社会におけるエンタテインメントデザイン

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授・同研究科委員長

元・慶應義塾大学環境情報学部教授
専門分野:エンタテインメントデザイン、メディアアート、デジタルシネマ、CG、ユビキタスコンテンツ等新しいデザイン研究を推進。映画、番組、インタラクティブ作品等エンタテインメントを国際展開。

生産性や効率に代わって、「創造性」が経済価値を持つ創造社会が注目され、「人が楽しいと感じる」エンタテインメント性が求められる心を豊かにする社会が芽生え始めました。この大きな社会変化において、デジタルメディアを活用した「エンタテインメントデザイン」がその中心的なエンジンとして期待されています。本講演では、デザインをCreative Industry及び Cultural Industryでいかに戦略的に活用していくべきか、世界的なムーブメントを読み解いていきます。