Ⅲ　2019 年度活動

1）研修部教育・指導

㈠　学　年　暦

2019 年度	
4 月 3 日（水） 〜 4 月 19 日（金）	入所申込受付（本部棟 ATM 前） ※ 8 日を除く
4 月 10 日（水）	入所説明会　18：00 〜（3 号館 911）
4 月 12 日（金）	入所説明会　18：00 〜（3 号館 910）
4 月 15 日（月）	入所説明会　18：00 〜（3 号館 910）
4 月 17 日（水）	入所説明会　18：00 〜（3 号館 910）
4 月 19 日（金）	入所試験（面接）　16：40 〜（深沢キャンパス）
4 月 22 日（月）	合格発表
4 月 23 日（火） 〜 5 月 10 日（金）	入所手続き受付（全学休業日を除く）
5 月 10 日（金）	入所懇親会　18：00 〜（洋館大ホール）
5 月 21 日（火）	前期授業開始
6 月 22 日（土） 23 日（日）	ディベート大会　学生会春合宿
7 月 19 日（金）	前期授業最終日
9 月 17 日（火）	後期授業開始
11 月 15 日（金） ※火曜のみ 26 日（火）	後期授業最終日

11月16日（土） 17日（日）	プレゼンテーション大会　学生会秋合宿
12月 5 日（木）	公開講演会（中央講堂）

㈤　研修部指導員

◇下平尾直（しもひらお・なおし）〈1968年1月1日生〉

【略歴】

京都大学大学院人間・環境学研究科博士後期課程（中途退学）、日本学術振興会特別研究員（DC2）。コピーライターなどを経て、2007年に（株）水声社に入社。人文書・文学書を中心に、在籍7年で80数点を刊行する。企画した書籍が、河合隼雄学芸賞、日本翻訳出版文化賞、表象文化論学会奨励賞などを受賞。

2014年4月、いわゆる「独り出版社」として独立し、（株）共和国を創業する。2019年3月現在、40点を刊行。

【編著】

清田政信『渚に立つ――沖縄・私領域からの衝迫』（共和国、2018）、『燃えるキリン　黒田喜夫詩文撰』（共和国、2016）、『俗臭――織田作之助［初出］作品集』（インパクト出版会、2011）など。

【共著】

『表現と教養――スキル重視ではない諸年次教育の探究』（ナカニシヤ出版、2019）、『メディアの本分』（増田幸弘編、彩流社、2017）、『既成概念をぶち壊せ！』（杉村昌昭編、晃洋書房、2016）など多数。

◇山田克（やまだ・まさる）〈昭和 31 年 3 月 27 日生〉

【略歴】

1980（昭和 55）年、東北大学文学部卒業
共同通信社入社
秋田支局

1984（昭和 59）年、仙台支社編集部

1988（昭和 63）年、本社社会部（警視庁方面担当、司法記者クラブ、遊軍、厚生省担当、司法記者クラブサブキャップ）

1996（平成 8 ）年、札幌支社編集部デスク

1998（平成 10）年、本社社会部デスク

2005（平成 17）年、大阪社会部副部長

2006（平成 18）年、大阪社会部部長

2008（平成 20）年、ビジュアル報道センター映像音声部長・局次長職

2010（平成 22）年、編集局ニュースセンター副センター長

2012（平成 24）年、仙台支社長（東北 6 県管轄）

2015（平成 27）年、東京支社長（関東甲信越管轄）

2017（平成 29）年、放送報道局委員

【著書】

「知られざる報告」（秋田書房、共著）、「ルポ高校中退」（秋田書房、共著）、「東京地検特捜部」（講談社 α 文庫、共著、『談合の病理』改題）

◇向井貴之（むかい・たかゆき）〈昭和 44 年 11 月 16 日生〉

【略歴】

1992（平成 4 ）年、名古屋大学法学部卒業
朝日新聞社入社

松山支局（記者）

1994（平成 6 ）年、福島支局（記者）

1995（平成 7 ）年、つくば支局（記者）

1997（平成 9 ）年、北海道報道部（記者）

1999（平成 11）年、社会部（記者）

2002（平成 14）年、青森支局（記者）

2004（平成 16）年、社会部（記者）

2005（平成 17）年、政治部（記者）

2007（平成 19）年、社会部（記者）

2009（平成 21）年、さいたま総局（次長）

2012（平成 24）年、スポーツ部（次長）

2014（平成 26）年、ジャーナリスト学校（記者教育担当部長）

2017（平成 29）年、広報部（主査）

2018（平成 30）年、人事部（主査）

◇坂本律行（さかもと・のぶゆき）〈昭和 31 年 1 月 23 日生〉

【略歴】

1979（昭和 54）年、早稲田大学教育学部卒業

1982（昭和 57）年、成城大学大学院文学研究科コミュニケーション学専攻修士課程修了

株式会社日本マーケティングシステムズ入社（研究員）

1988（昭和 63）年、株式会社日本マーケティングシステムズ退社（研究員）

1991（平成 3 ）年、三菱電機オスラム株式会社商品企画課入社（課長代理）

2000（平成 12）年、三菱電機オスラム株式会社退社

株式会社ビー・エム・エフティー入社（リサーチディ

レクター）

2003（平成 15）年、日本工学院八王子専門学校マルチメディア科入職（非常勤講師）

2005（平成 17）年、株式会社ビー・エム・エフティー退社

2006（平成 18）年、日本工学院八王子専門学校マルチメディア科退職（非常勤講師）

株式会社坂本総合研究所設立（代表取締役）

2014（平成 26）年、ブルームーンパートナーズ株式会社設立（業務執行役員）

2018（平成 30）年、ブルームーンパートナーズ株式会社退社

【共著】

1. 「座・こみゅにけーしょん」
2. 「実践ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ講座」

【単著】

1. 「花のマーケット～首都圏で売れている花の現在と今後」
2. 「食べるヘルシー」
3. 「雑誌広告取引ＥＤＩについて聞いた」
4. 「雑誌の特殊広告は第 2 ステージへ」
5. 「新消費時代のブランド選好」

【学会発表等】

1. 「ブランド・コミットメントの測定に関する課題」
2. 社会調査のための自由回答処理方法の共同研究

◇桑原聡（くわはら・さとし）〈1957 年 9 月 28 日生〉

【略歴】

1981（昭和 56）年、早稲田大学第一文学部日本史学専修卒業
㈱保谷硝子入社

1983（昭和 58）年、同社退社

1985（昭和 60）年、リオン㈱入社

1987（昭和 62）年、同社退社
産業経済新聞社入社
整理部、新潟支局、文化部、雑誌「正論」編集部

2017（平成 29）年、同社定年
同社嘱託

【共書】

1. スペインと日本
2. バルセロナ散策
3. 南スペイン・アンダルシアの風景
4. スペイン検定
5. 酒とジャズの日々
6. スペイン文化事典

【単書】

1. わが子をひざにパパが読む絵本 50 選
2. わが子と読みたい日本の絵本 50 選
3. 〈ドン・キホーテ〉見参！狂気を失った者たちへ
4. 寛容のすすめ

◇玉手義朗（たまて・よしろう）〈昭和 33 年 7 月 7 日生〉

【略歴】

1981（昭和 56）年、筑波大学社会工学類社会経済計画専攻卒業

1992（平成 4 ）年、TBS テレビ入社

2018（平成 30）年、TBS テレビ退社

現在はフリーランスとして活動中

【共書】

1.　経済入門

【単書】

1.　円相場の内幕

2.　近代建築　歴史さんぽ

3.　あの天才がなぜ転落～伝説の 12 人に学ぶ失敗の本質

◇新山　賢治（しんやま・けんじ）〈昭和 28 年 8 月 12 日生〉

【略歴】

1953 年山口県生まれ　1977 年日本放送協会近畿本部報道部入社。その後、報道局ディレクター、NHK スペシャルプロデューサーを経て、制作局長、理事、NHK エンタープライズ制作本部プロデューサー、現在は企画舎 GRIT 代表。2017 年度「NHK スペシャル　インパール　戦慄の記録」で芸術祭優秀賞､2018 年度「劇場版　8K で解き明かすからだの中の宇宙」で科学映像技術祭内閣総理大臣賞を受賞

【共書】

1.　どう映っているか日本の姿～世界の教科書から

2.　驚異の小宇宙・人体　第 3 集・第 4 集

3.　追及　企業社会

4.　生命　第 1 集　海からの創世

5.　原爆投下・10 秒の衝撃

6.　戦慄の記録・インパール

㈹　講義・演習内容概略

科　　目	
出版社の現場から－本づくりの舞台裏	下平尾　直
日経論説講座　上・下期	日本経済新聞論説委員、編集委員
体験的ジャーナリズム論	山田　克
デジタル時代の新聞ジャーナリズム	向井　貴之
商品とマーケティング－商品はこうして生まれる－	坂本　律行
時事コラムの舞台裏	桑原　聡
メディアリテラシー向上講座 ～実例で探るメディアのウソとホント	玉手　義朗
ドキュメンタリーはこうして生まれるⅡ ～テレビよ！お前はただの現在ではない	新山　賢治

出版社の現場から－本づくりの舞台裏（火曜日・5 時限講義）

下 平 尾 直

読書や本が好きな方におすすめの講座です。

みなさんは「出版」や「編集」という言葉から、何を連想するでしょうか。ドラマ化されるような華やかなギョーカイ？　それとも「出版不況」と呼ばれるように暗くて地道で大変な仕事？　この講座では、本をつくって読者の手元に届くまでの基礎的な知識はもちろん、各界で活躍中のゲストにお招きしたり、本の帯や出版広告を作成したりしながら、具体的で実践的

な本づくり＝編集のあれこれを身につけていきます。

01.「編集」という仕事
02. 出版社とはどんな仕事をするところか
03. 映画で観る出版社の仕事
04. 奥付を「読む」：本に関する歴史と基礎知識
05. 書物の「解体」学：本はこうやってできている
06.「わたしの 1 冊」をプレゼンしよう
07. パクリはなぜダメなのか？：著作権を考える
08. どんな本を世に出せばいいのか？：企画書を書く
09. 校正とはなにか？：考え方と実践
10. 装幀とはなにか？：本というブツの愉しみ
11. タイトルと帯文：キャッチコピーの考え方
12. 印刷と製本：まさに「本」の歴史と文化の担い手
13. 本と読者を架橋する：広告／書評の役割と重要性
14. 本はどこで買えばいいのか：町の本屋さんと「アマゾン問題」
15. 本は買わなくていいのか：町の本屋さんと「図書館生活」

日経論説講座　上・下期（水曜日・3 時限講義）

日本経済新聞論説委員、編集委員

日本経済新聞の第一線の論説委員、編集委員が政治や経済、社会、国際などの分野のニュースの背景を講義する。おびただしい量の情報がインターネットなどを通じて流通しているが、大事な情報を選んで他の情報とつきあわせてニュースの全体像を把握することはそれほど簡単ではない。

単なる時事解説ではなく、ニュースの背景にある歴史的な経緯や登場人物の人となりなどを掘り起こし、無機的な事実の羅列から立体的な像が立ち上がる講義をします。

具体的には
上期は
①総論（メディアリテラシーの磨き方）
②社会保障と財政
③米国政治と安全保障
④日本産業論
⑤デジタル化と社会
⑥流通産業とトレンド
⑦中国の政治・経済
⑧ブレクジットとＥＵ～という講義を予定しています。

下期は
①世界経済の行方
②国内政治
③変わる雇用
④どうなるエネルギー政策
⑤科学技術
⑥地方再興
⑦朝鮮半島情勢
⑧日ロ関係という予定です

上期と下期の講義を通して聴いてもらえば、どんなニュースがあってもそのバックグラウンドや次の展開について「専門的な読み」ができるようになるでしょう。

体験的ジャーナリズム論（水曜日・4 時限講義）

山 田　　克

通信社という仕事を知っていますか。新聞も雑誌も発行せず、テレビ・ラジオ局でもないのに、自分たちの手掛けたニュースが世の中にあふれているもの、それが通信社です。インターネットやデジタルサイネージも通信社のニュースコンテンツが欠かせないものになっています。言ってみれば「メディア業界の黒衣」のような存在です。

その通信社で 40 年近く記者の仕事をしてきました。社会部畑が長かったので事件・事故や社会問題が中心ですが、なんにでも首を突っ込み、かかわっていくのが社会部記者の真骨頂です。政治や経済、海外の出来事からスポーツまで、幅広い分野の取材・報道に関わり続けてきました。プロとしてどうニュースと格闘してきたのか、どう立ち向かおうとしているのか、体験的なジャーナリズム論をお話しします。

デジタル時代の新聞ジャーナリズム（水曜日・5時限講義）

向 井 貴 之

「紙（紙面）」から「デジタル（画面）」へ。記事の読まれ方も、伝え方も、変わってきています。

インターネットやＳＮＳの普及で、誰もが発信者になれる時代。多様な情報を入手しやすくなった一方で、虚実入り乱れた情報が、ますます飛び交うようになりました。いったい、何を信じれば良いのか。情報の受け手によるメディアの選別も、厳しくなっています。

その中で、報道機関やプロの記者に求められる役割・力量とは、何か。時代に合わせて変えていかなければならないものと、簡単に変えてはならないものがあります。

私は、約20年にわたって報道現場に身を置いた後、若手の育成や学生インターンシップの運営に携わったり、広報業務を務めたりしてきました。そんな経験をもとに、新聞社の課題・挑戦・戦略をご紹介しながら、デジタル時代のジャーナリズムを考える場にできればと思います。

様々な分野の報道に携わってきたので、社会・政治・スポーツなど、なるべく幅広いジャンルを扱う予定です。「事件報道」「調査報道」「課題解決模索型報道（ソリューション・ジャーナリズム）」などの報道スタイルや、「デジタル発信」などの新しいツール、舞台裏もご紹介します。ニュースの読み方（読み比べ方）を学んで頂くだけではなく、「わかりやすい文章」のコツなど、少しでも「お役立ち」になるような回を設けたいと思います。

商品とマーケティングー商品はこうして生まれたわけー

（木曜日・4時限講義）

坂 本 律 行

企業は調査を行って、自らの商品やサービスに対する意思決定をしています。新製品のアイディアを洗い出し、ふるいにかけて絞り込む、コンセプトをまとめ、調査を行い、分析する。消費者の手元に商品を届ける。多くの消費者の購入へ至るまでのあらゆるステップがマーケティングです。どんな商品であれこれらのステップを経て市場化されています。

また、マーケティングは競争ですので、「勝つ」ための一般理論は成立しません。全てに新たな「発想」が求められます。状況に応じて行うべき基本的な考え方があります。

今年度はマーケティング調査にフォーカスして、お話していきます。インターネット調査会社の株式会社マーシュからご協力いただき、調査の現場や実際についても明らかにしていきたいと思います。また､昨年度に続き、食品メーカーのヤマキ株式会社の商品企画のお話もうかがいます。

ポイントは次の4つ

1. マーケティング・リサーチ（目的と調査手法／分析の方法、分析結果の見方）
2. コンセプトとターゲット／シーンとベネフィット
3. 市場の考え方、既存の市場と新しい市場、競争的市場
4. 競合との関係（商品のポジショニング／企業とブランドのイメージ）

時事コラムの舞台裏（木曜日・5時限講義）

桑 原　　聡

教員が産経新聞に隔週金曜日に掲載している大型時事コラム「モンテーニュとの対話」を素材に授業を進めます。

まず、コラムがテーマとした事案を解説し、そのうえで教員がそこに書いた切り口（視点）を選んだ理由や、執筆にあたって苦労したことを具体的に話します。

切り口はそれぞれの立場の数だけありますので、教員の切り口に疑問や反論のある受講者の方とは喜んで議論したいと思います。

こうした授業を通じて、世界を観る目を鍛えていただければと考えています。教科書は教員の書いた『寛容のすすめ　モンテーニュに学ぶ、現代社会の生き方』（海竜社）を予定しています。

メディアリテラシー向上講座～実例で探るメディアのウソとホント～（木曜日・6時限講義）

玉 手 義 朗

「殺人事件の容疑者として25歳の男が逮捕されました」

テレビからこんなニュースが流れてきました。この男は本当に犯人なのでしょうか？

「私はこの方法で10キロのダイエットに成功しました！」

バラエティー番組で、お笑い芸人が体重計の上でガッツポーズをしています。
この方法を使えば、あなたも痩せることができるのでしょうか？
私たちはテレビや新聞、インターネットなど様々なメディアから発信される情報に囲まれています。しかし、その中には誤った情報も多く、「やらせ」や「ねつ造」も頻発、安易に信じると、とんでもないことになりかねません。
情報を鵜呑みにするのではなく、自らの力で真偽を判断することが「メディアリテラシー」です。
講座ではメディアの裏側を探りながら、メディアリテラシーを高め、正しい情報の活用方法を身につけて行きます。

ドキュメンタリーはこうして生まれるⅡ
～テレビよ！お前はただの現在ではない～（金曜日・6時限講義）

新 山 賢 治

私は、須磨章氏のアシスタント・ディレクターとして、東京でのドキュメンタリー制作の道に入りました。その意味で、この講義も須磨氏の志を受けて「ドキュメンタリーはこうして作られるⅡ」としました。
また、私は現在も、現場で年数本の特集ドキュメンタリーと国際放送、解説番組の定時番組の制作に励んでいます。その意味も込めて、講義は以下の3つの構成でテンポ良く進めていきたいと思います。

①　同時進行　ドキュメンタリー結実への道

現在、私が結実したいと決意しているネタを披露し、これがどのような紆余曲折を経て実現するのか、またはできないのか、皆さんに経過報告しながら、ドキュメンタリー誕生のプロセスを同時体験していきたいと思います。

②　温故知新～先輩達の作品から学ぶ～

私は1953年（昭和28年）、テレビ放送が始まった年に生まれました。この65年間、テレビが生み出した話題作を取り上げ、今、我々はそこから何を学ぶのか、時空を超えてアーカイブ空間を駆け巡ります。

③　ネットから何を学ぶのか

高精細通信ネットの膨張の中、今は間違いなく、ネットの中から斬新で革新的なコンテンツが量産されています。その中からこれぞというものを抜き出し検証します。「テレビよ、なんとか元気を取り戻し、またわくわくする青春を取り戻して欲しい」いう思いをこめて。