

**学生の確保の
見通し等を記載した書類
【 大学院研究科の専攻の設置 】**

**映像研究科
ゲーム・インタラクティブアート
専攻（修士課程）**

国立大学法人 東京芸術大学

目次

(1) 新設組織の概要	3
1. 新設組織の概要	3
2. 新設組織の特色	3
3. 入学定員設定の考え方	3
(2) 学生確保の見通し	4
1. 新設組織で養成する人材の社会的動向の分析	4
2. 中長期的な 18 歳人口等入学対象人口の全国的、地域的動向の分析	6
3. 新設組織の主な学生募集地域	8
4. 既設組織の定員充足の状況	8
5. 競合校の状況分析	10
(3) 学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果	10
(4) 養成人材に係る人材需要の分析	13

(1) 新設組織の概要

1. 新設組織の概要

新設組織	入学定員	収容定員	所在地
国立大学法人東京芸術大学 大学院映像研究科 ゲーム・インタラクティブアート専攻（修士課程）	20 名	40 名	東京都台東区 上野公園 12-8

2. 新設組織の特色

本学の大学院映像研究科修士課程にゲーム・インタラクティブアート専攻（入学定員 20 名、収容定員 40 名）を新設する。本専攻では、「ゲーム」を一つの芸術分野・学問分野として扱い、ゲームに特化した教育研究を展開する。

通信技術・科学技術の発展によって、「ゲーム」は芸術と情報の融合を象徴する新たなメディアとして、産業系のエンターテインメントはもとより、教育・医療・福祉・まちづくり等の幅広いフィールドにおいて、「様々な相互作用や行動変容を生み出し、人の心を豊かにする魅力的な仕掛け」として活用され、イノベーションを促進する「多様なツール (Games)」として重要性を高めている。このようなゲームの役割を果たすためには、人の心に作用させる芸術表現の力が肝要となってくる。

本専攻では、「ゲーム」を現代における総合芸術として捉えて、その芸術表現を昇華するとともに、問題状況の解決やより良い社会を実現するためのツールとしての「ゲーム」の役割・機能を踏まえ、社会における「ゲーム」の多様性と可能性を拡大していく人材を育成する。

なお、本設置に付随して既存専攻に関して定員の減員等の改組は行わない。

3. 入学定員設定の考え方

本専攻は、入学定員を 20 名として設定している。本専攻では、ゲームを総合的な観点から探求する教育研究組織として、企画・デザイン／技術開発／映像表現／社会応用／文化・美学の 5 つの研究領域を設け、領域ごとに 1 学年 4 名ずつを配置することを想定して、入学定員数を設定している。

本専攻は、プロジェクト型の実践的な作品制作を基軸としており、少人数によるグループ編成と、きめ細やかな指導が可能な規模にする必要がある。この人数は、そのような少人数教育を徹底する上で、最も効果的な人数配置である（映像研究科のメディア映像専攻・アニメーション専攻も同様の設計であり、経験上の蓄積もある）。

また、本専攻に先駆けた取組として、本学映像研究科のメディア映像・アニメーション専攻内に「ゲームコース」を設置しており、ゲームコースへの入試説明会では、毎年 50~80 名程度の参加者が集まるなど一定のニーズが確認できていることも、入学定員数の設定理由である。一方で、ゲームコースでは専攻内の一コースという性質上、ごく少人数しか受け入れることができなかった。ゲームコースでの実績を踏まえた数的ニーズに応えるためにも、一定規模の定員枠を備えた専攻設置が必要である。

【ゲームコース入試説明会への参加者数】

実施年度	参加者数	
2021 年度入試	64 名	平均 68.5 名
2022 年度入試	79 名	
2023 年度入試	54 名	
2024 年度入試	77 名	

(2) 学生確保の見通し

上述のとおり、本専攻に先駆けて設置した「ゲームコース」の入学説明会では多くの参加者が集まっており、学生確保に向けた一定のニーズがあることは既に確認できている。よって、以下では、本専攻の特色と社会的動向を踏まえた将来的な見通しについて説明する。

1. 新設組織で養成する人材の社会的動向の分析

本専攻を修了後の進路は、大きく分けて「(A)ゲーム業界での就業」および「(B)ゲーム業界以外の業界で、ゲームを応用した事業・コンテンツ開発に従事」を想定している（教育者・研究者として各分野に従事する場合も含む）。よって、(A)ゲーム業界における動向、(B)ゲームの応用・拡張性に関する社会的動向について説明する。

(A) ゲーム業界における動向

現代のゲーム産業の発展はコンピュータの進歩を抜きには語れない状況にあり、今後もハードウェアの進化によりますます高度なゲームが制作されていく。わずか半世紀前にはドット絵で表現されていたゲームが、今日では 4K/8K の解像度で毎秒 60 フレームを描画するハードウェアに支えられて圧倒的なリアリティを発揮できるようになった。そこで必要になっていくのは、その技術を活用して高度な表現に結びつけることのできる人材である。

産業界の側から見ても、「プログラマーは募集できても表現者は見つけられない」という問題意識があり、制作を指揮するディレクターやプロデューサー等の役割を担える人材や、業界全体を牽引・拡大していけるような人材、従来にない発想・表現で「ゲーム」を構想・創出できる人材の養成が期待されていることが、

産学共同事業を実施する中や、聞き取り調査等の結果として確認できている。

加えて、＜参考資料1「ゲームコンテンツ市場に関するデータ」＞の通り、ゲーム産業の市場規模は、この5年間で約2倍に拡大しており、国内外ともに成長を続けている産業分野である。ゲーム産業において国内外で活躍できる質の高い人材を育成・輩出することは、ゲーム分野の発展のみならず我が国の成長戦略や文化外交等にとって必要不可欠であるが、ゲーム産業は民間主導で発展してきた経緯から、高等教育段階における人材育成が不足しており、業界を牽引するような、国際競争力のある高度クリエイティブ人材の育成の必要性が、企業団体からも言及されている。＜参考資料2「政府・企業団体による提言」＞

(B)ゲームの応用・拡張性に関する社会的動向

昨今では、様々な社会的課題を解決するためのツールとしての「ゲーム」の役割や重要性が高まっている。例えば、医療・航空分野等においてはシミュレーションやリハビリツールとしてゲームが活用され始めており、本学が横浜市立大学および製薬会社とともに共同研究を行い、ゲーミフィケーションを用いた新たなデジタルヘルスケアとして、肺の手術後のリハビリツール「呼吸筋トレーニングアプリ」の開発を行った。ゲーミフィケーションとは、ゲームの要素をサービスやシステムに応用して利用者のモチベーションや満足度を向上させる手法であり、ヘルスケアの分野においても、ゲーミフィケーションを取り入れて積極的に健康維持に取り組ませる手法が注目を集めている。その際、どのようなインタラクションや体験をデザインして、利用者に価値をもたらすのか、それをどのように映像や音楽を用いて実現するのかは、健康維持に向けた課題解決にとって極めて大きな影響を有する。

ポストコロナにおける新しい社会のあり方や、Society5.0の実現およびGIGAスクール構想等においても、情報技術・情報端末を活用した教育の普及促進や効果的な教育手法の開発等へのゲーミフィケーションの活用が期待され、ゲームをクリアする感覚で学習提案を行う魅力的な教材等の創出や、総合的な学習アプリケーションの構築が求められている。また、若年層への馴染みややすさという点から、地域振興の面でもゲームは注目されており、GPSやAR技術と連動して地域の魅力をPRするゲームアプリ等の開発も行われている。

さらに、SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けた社会の変革や市民の行動変容の観点でも、モチベーションの向上等に繋がるゲームの応用は極めて重要であり、新しいサービスの開発や社会環境の構築に係るAIの活用にあたって基盤的・継続的に必要となる「社会や利用者からのデータの取得」も、ゲーム的な設計・実装を機能させるべき領域と言える。

このように、通信技術や科学技術の発展により、これからの社会における「ゲーム」は、「人と画面」だけでなく、「人と人」や「人と社会」との相互作用やそれによる意識・行動の変化を生み出す仕掛けとしての役割・機能を果たしていく

が、その効果を最大限に発揮するためには、人の心に作用する芸術表現の力が肝要であり、芸術分野のアプローチからゲームの定義、多様性及び可能性を拡大していくことのできる人材が求められている。

2. 中長期的な18歳人口等入学対象人口の全国的、地域的動向の分析

本専攻に先駆け、本学映像研究科内（メディア映像専攻・アニメーション専攻）に設置したゲームコースのこれまでの入学者の内訳は以下のとおりであり、本専攻における入学対象者も、主に(A)本学または国内他大学の学士課程を卒業見込みの者 (B)海外大学の学士課程相当を卒業後、来日留学する予定の外国人留学生 (C)ゲーム等企業の会社員や独立したクリエイターの従事経験がある社会人学生、を想定している。それぞれの人口等の動向について次に示す。

なお、「ゲーム」が情報技術の基盤の上に成立する芸術表現分野であることを踏まえ、本専攻への入学者の出身分野としては、芸術系大学のみならず工学系大学からの入学も想定している。

【ゲームコース入学者（2019年度～2024年度累計）】

国 内	本学学部卒業者	5名（24%）
	他大学卒業者	3名（15%）
外国人留学生		9名（42%）
社会人学生（外国出身者も含む）		4名（19%）

(A)国内18歳人口の動向について

本専攻は令和8年度に開設予定の大学院修士課程であることから、令和4年度以降の18歳（令和8年度以降で22歳）となる者の人口動向について示す。全国の18歳人口は減少傾向にあるものの、本学入学者の主な出身地域である首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）においては、僅かに減少傾向があるものの概ね横ばいとなっている。

【18歳人口の今後10年間の見通し（単位：万人）】

	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
全国	112.1	109.7	106.3	109.1	109.3	108.5	106.9	106.7	105.1	103.5
首都圏	30.7	29.4	28.7	29.7	29.9	29.8	29.7	29.6	29.1	29.0

※首都圏：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県

<リクルート進学総研「マーケットリポート2023 Vol.118 2024年2月号」および各自治体HPより>

一方で、全国の大学の学士課程の卒業者及びそのうち大学院に進学する者および進学率は、過去10年間の実績を見ると増加傾向にある。出身大学の分野別の進学者数・率を見ると、芸術系大学出身者における大学院進学率は僅かに減少傾向にあるものの、工学系大学出身者においては増加傾向にある。よって、入学層としている「(A)本学または国内他大学の学士課程を卒業見込みの者」の母数は今後も安定的に推移すると考えられる。

【国内学士課程卒業者と大学院進学者数（単位：人）】

	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
大学 卒業生数	565,573	564,035	559,678	567,763	565,436	572,639	573,947	583,518	590,137	590,162
うち大学院進学者数	60,965	60,256	59,711	60,564	60,015	58,782	58,235	61,609	65,009	65,998
うち大学院進学率	10.8%	10.7%	10.7%	10.7%	10.6%	10.3%	10.1%	10.6%	11.0%	11.2%
芸術系大学 卒業生数	16,045	15,969	15,320	15,513	15,096	15,519	15,658	15,744	16,475	16,964
うち大学院進学者数	1,419	1,424	1,322	1,302	1,270	1,180	1,205	1,316	1,431	1,420
うち大学院進学率	8.8%	8.9%	8.6%	8.4%	8.4%	7.6%	7.7%	8.4%	8.7%	8.4%
工学系大学 卒業生数	86,684	85,976	85,958	87,542	87,835	88,732	85,631	86,796	87,923	87,851
うち大学院進学者数	31,197	30,999	31,091	31,897	31,753	31,711	30,330	32,021	33,399	33,792
うち大学院進学率	36.0%	36.1%	36.2%	36.4%	36.2%	35.7%	35.4%	36.9%	38.0%	38.5%

<文部科学省 学校基本調査より>

(B)外国人留学生の動向

日本のゲームは、世界をリードし、海外の若者をはじめ高い人気を得ていることから、本専攻は海外からも注目を集め、志願者が集まることが期待できる。

<参考資料1：ゲームコンテンツ市場に関するデータ>で示したとおり、ゲーム産業は国内外ともに急成長を続けている分野であり、ゲーム産業の拡大に伴い、ゲーム分野に携わることを希望する若者は世界的に増加すると考えられる。実際に、ゲームコースにおいては、以下の通り様々な地域からの入学希望者が集まっている。その中でもゲーム産業において高いシェアを誇る東アジア地域出身者が多く、これを踏まえると、本専攻においても東アジア地域出身の者を中心に外国からの留学生が多く集まることが想定される。

【2024 年度ゲームコース入学説明会参加者の出身大学】

東アジア地域	(中国) 中国伝媒大学、中央美術学院、北京電影学院 北京郵電大学デジタルメディア学部、四川美術学院、吉林动画学院大学、浙江省工業大学藝術学院メディアアート専攻、上海戲劇学院デジタルメディアアート専攻、南京工業大学・デジタルメディアアート、廈門大学、華中科技大学、浙江省工業大学、福州理工學院大学、大連工業大学ほか (台湾) Laguna College of Art and Design
その他の地域	(アメリカ) University of California, Berkeley、University of California, Santa Cruz、Indiana University Bloomington (カザフスタン) Kazakh National University of Arts

全国的な動向としても、芸術系大学、工学系大学に入学する外国人留学生（うち東アジア地域出身者）は年々増加している。

【全国の大学院研究科における外国人留学生数（単位：人）】

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
全大学：外国人留学生数	47,205	49,181	49,555	49,403	50,487	53,223
うち東アジア地域出身	32,629	35,088	36,294	35,865	36,293	38,458
芸術系大学：外国人留学生数	1,563	1,797	1,936	1,892	2,158	2,573
うち東アジア地域出身	1,469	1,696	1,844	1,805	2,058	2,482
工学系大学：外国人留学生数	12,606	13,447	13,949	13,992	13,947	14,246
うち東アジア地域出身	7,880	8,880	9,589	9,624	9,618	9,849

※東アジア地域：中国、韓国、台湾、モンゴルを指す

以上、ゲーム市場の拡大やゲームコースでの実績、全国的な外国人留学生の動向を見ても、本専攻においても外国人留学生志願者を一定規模以上確保できると考える。

(C)社会人学生の動向

「ゲーム」は技術革新の著しい分野でもあり、その開発に携わる者は常に最新の技術や知識や革新的な発想に繋げるための素養を習得し続ける必要がある。ゲームコースにおいても、ゲーム会社や映像制作会社でクリエイターの業務の経験を経て入学した社会人学生が一定数いることから、本専攻においてもゲーム産業等からの社会人学生の需要が見込まれる。

一般社団法人コンピューターエンターテインメンチ協会(CESA)の調査※1によると、国内ゲーム業界の就業人口は約 20 万人である。一方、ゲーム分野を専門として教育研究を行う国内大学は極めて少ないため、本専攻に需要が集中すると想定される。同協会の別の調査※2によると国内のゲーム就業者の半数以上は関東地方に集中しており、立地の上でも本専攻はマッチしていると言える。

※1：「CESA ゲーム産業レポート 2024」より

※2：「ゲーム開発者の就業と キャリア形成 2023」より

3. 新設組織の主な学生募集地域

本専攻における主な学生募集地域は以下を想定しているが、上述の通り、各募集地域における動向として一定の人数需要があることが確認できる。さらに、後述する学生確保に向けた取組を行うことで、本専攻の定員を充足できると考えている。

【新設専攻の主な学生募集地域】

入学対象者の分類	主な学生募集地域
(A)国内大学を卒業見込の者	首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県） ※出身大学の分野として、芸術系・工学系を想定
(B)外国人留学生	東アジア地域 ※出身大学の分野として、芸術系・工学系を想定
(C)社会人学生	首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県） ※ゲーム産業・分野に従事する者を想定

4. 既設組織の定員充足の状況

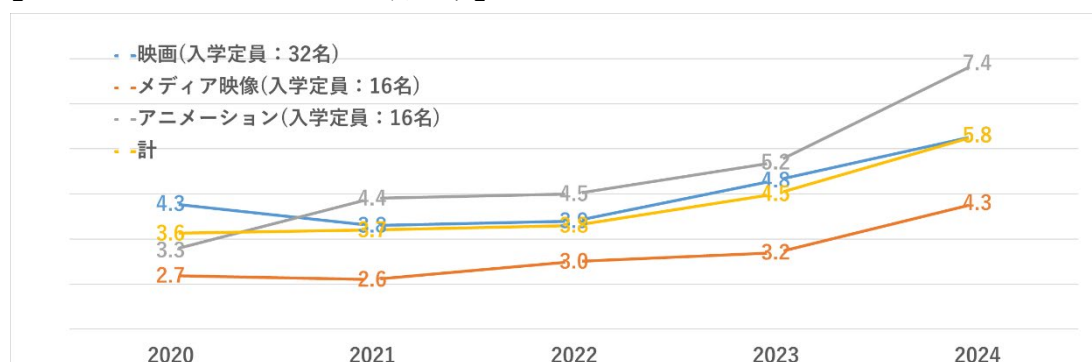
大学院映像研究科の既設 3 専攻における過去 5 年間の定員充足率および志願倍率の推移を示す。

実制作・少人数教育を軸とする映像研究科では、学生へのきめ細やかな教育研究指導を徹底するため、収容定員（在学者数）に対する充足率が適正な規模とな

るよう、入学者数を調整している。研究科の特性上、学業の傍らアーティストとしての活動を行う、海外留学を行う等の事情により、標準就業年数を超えて在学する者が多い。その結果、入学者数を抑制する等の調整を行う必要があり、入学定員充足率は1倍を下回る年度や専攻が多いものの、映像研究科全体の収容定員充足率については、0.99倍～1.10倍の範囲内であり適正な規模を維持している。

志願倍率については、いずれの年度・専攻においても2.0倍以上を維持しており、直近の2024年度入試では4倍から7倍以上の高い倍率となっている。前述のとおり、少人数教育を徹底し質を確保するため定員数を大きく超えて入学者を受け入れることはしていない。メディア映像専攻・アニメーション専攻の志願者のうち、ゲームコース志願者は18～20%程度である。本専攻設置にあたり、既存2専攻でのゲームコース志願者が本専攻志願者へとシフトしたとしても、既存2専攻の志願倍率は高い状況にあるため、既存専攻の定員充足率に対する影響はない。むしろ、志願者数の多さに対して適正な定員規模を確保するという意味で、本専攻設置による研究科全体の定員純増は必要だと考える。

【映像研究科既存専攻の志願倍率】



【映像研究科既存専攻の定員充足率】

		2020	2021	2022	2023	2024
映画専攻 入学定員 32名	志願者数	137	122	125	152	186
	入学者数	35	30	31	30	34
	入学定員充足率	1.09	0.94	0.97	0.94	1.09
	収容定員充足率	1.08	1.08	1.00	0.94	1.00
メディア映像専攻 入学定員 16名	志願者数	43	42	48	51	69
	入学者数	11	11	12	14	13
	入学定員充足率	0.69	0.69	0.75	0.86	0.81
	収容定員充足率	0.81	0.81	0.91	0.97	0.84
アニメーション専攻 入学定員 16名	志願者数	52	71	72	84	119
	入学者数	15	12	14	14	16
	入学定員充足率	0.94	0.75	0.88	0.88	1.00
	収容定員充足率	1.38	1.44	1.31	1.13	1.28
合計 入学定員 64名	志願者数	232	235	245	287	374
	入学者数	61	53	57	58	63
	入学定員充足率	0.95	0.83	0.89	0.91	0.98
	収容定員充足率	1.09	1.10	1.06	0.99	1.03

5. 競合校の状況分析

(A)競合校の選定理由と新設組織との比較分析、優位性

立命館大学映像研究科映像専攻を競合校として選定する。日本で数少ない、芸術表現の観点からゲームを教育研究対象としている学科であり、映像研究科内に位置付けている点も、本設置構想と合致している。一方で、映像専攻内の研究領域のひとつとしてゲームを取り扱っており、ゲーム分野に特化した教育課程が編成されている訳ではない。同様に、専攻内の一領域・コースとしてあるいは研究室単位でゲームを取り扱う大学は他にも存在するが、本専攻のように芸術表現の観点からゲーム分野に関し総合的かつ体系的な教育研究課程を編成している専攻は、国内でも例を見ない。

(B)競合校の入学志願動向等

競合校として設定した立命館大学映像研究科映像専攻における入学志願者数等は下記のとおりであり、当該学問分野に対する学生需要の高さが伺える。

- ・立命館大学大学院映像研究科映像専攻

	志願者数	合格者数	入学者	入学定員
2024 年 4 月入学	61	12	8	10
2023 年 4 月入学	52	12	11	10
2022 年 4 月入学	34	12	10	10

専攻内の研究領域としてゲームを取り扱っているが、領域別の志願動向は非公表のため、専攻全体での志願動向を示す。<立命館大学大学院入試情報サイトより引用 <https://www.ritsumeai.ac.jp/gr/>>

(C)学生納付金等の金額設定の理由

学生納付金に関しては、検定料 36,000 円、入学料 338,400 円、及び授業料 642,960 円(年額)として設定する予定であるが、これは本学大学院修士課程における共通の金額である。同金額は、「国立大学等の授業料その他の費用に関する省令」で規定する国立大学法人の標準額を既定の範囲内で改定(20%増額)したものであるが、競合校における学生納付金等の金額から勘案するに、妥当・適切な設定であると考えられる。

- ・立命館大学大学院映像研究科映像専攻における学生納付金等の金額
入学検定料 35,000 円、入学料 200,000 円、授業料 1,303,600 円（年額）
（2025 年度入学生）

（3）学生確保に向けた具体的な取組と見込まれる効果

(A)入試説明会・研究室訪問による学生募集広報

大学院映像研究科の既存専攻では、オンライン動画配信による入試説明会や大学見学、研究室訪問等により学生募集の取組を行っており、その結果として、

上述の通り、いずれの専攻・いずれの年度においても概ね 2.0 倍以上の志願倍率を維持しており、直近の 2024 年度入試では 4 倍から 7 倍以上の高い倍率となっている

本専攻に先駆けて、メディア映像・アニメーション専攻内に設置したゲームコースにおいても、オンラインでの入試説明会を実施しており、その参加者数は以下の通りとなっている。

【ゲームコース入試説明会への参加者数】

実施年度	参加者数	
2021 年度入試	64 名	平均 68.5 名
2022 年度入試	79 名	
2023 年度入試	54 名	
2024 年度入試	77 名	

既存専攻においては、入試説明会参加者のうち概ね 7 割程度の人数が実際に志願する傾向にある。ゲームコース入試説明会への参加者数に当てはめると、約 50 名程度以上の志願者が見込める計算である。入学定員を 20 名とした場合、想定志願倍率は 2.5 倍である。

なお、これはゲーム“コース”という、あくまでメディア映像・アニメーション専攻内の領域として置かれている状態での数値であり、専攻として設置した際には、説明会への参加者数および志願者数は増加すると考えられることから、学生の質を確保した上で入学定員を充足することが可能だと判断している。

(B) 展覧会等を通じた教育研究成果発表

既存のゲームコースにおいて、ゲーム分野に係る教育研究を実施するとともに、その成果を展覧会の形式で発信してきた。これにより、本学におけるゲーム分野の教育研究に関してはすでに一定の認知度を得ている。

本専攻設置後も、学生が制作した作品を発信する展覧会等を定期的に行い、継続的な志願者確保に向けた取組を行う。オンライン上でも、学生のゲーム作品や動画コンテンツ等を配信し、海外や国内遠隔地の志願者にも情報発信を行う。加えて、学生の作品に対する教員等からの講評の様子も一般公開することとしており、来場者および視聴者は、本専攻においてどのような指導を受けることができるかを具体的なイメージをもって把握することができる。

【本学のこれまでのゲーム分野に係る教育研究成果発表の取組】

年度	ゲーム分野に係る成果発表の取組	来場者数
2017	「東京藝術大学ゲーム学科（仮）」展（7/21～7/30）	3,045 人
2018	「ゲーム学科（仮）第 0 年次修了制作」展（11/3～11/4）	505 人
2019	「ゲームコース展 GEIDAI GAMES 01」（9/24～）	オンライン 1671 人
2020	「ゲームコース展 GEIDAI GAMES 02」（3/19～）	オンライン 1,968 人/ 現地(VR 作品のみ)49 人※
2021	「ゲームコース展 GEIDAI GAMES 03」（3/21～22）	オンライン約 800 人/ 現地 300 人※

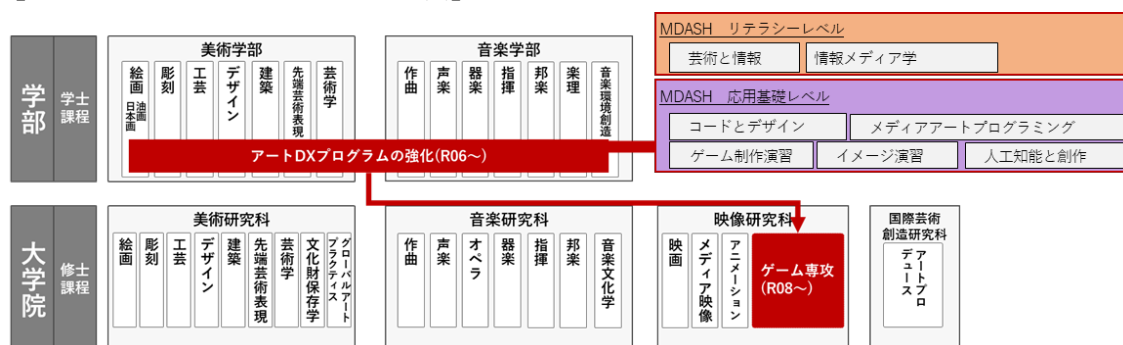
2022	「ゲームコース展 GEIDAI GAMES 04」(3/17～18)	集計なし
2023	「ゲームコース展 GEIDAI GAMES 05」(3/16～17)	535 人

※感染症拡大防止のため事前予約制による人数制限を実施

(C)学部段階におけるデジタル分野の教育の強化

本専攻の設置と連動する取組として、美術学部・音楽学部の両学部を横断する形で、デジタル分野と芸術分野の融合に係る教育研究「アート DX プログラム」に取り組んでいる。下記の表のとおり、すでに一定数の履修者がおり、この中から本専攻へ進学する者も想定されるが、本専攻設置後は学部向けの「アート DX プログラム」についてさらなる強化を図っていく。具体的には、デジタル技術や ICT 技術を芸術に活用するための学部生向けの授業を開講し、文理を超えた幅広い知識・技能の獲得を目指す（令和 7 年度には、「数理・データサイエンス・AI 教育プログラム認定制度」に係る「応用基礎レベル」の認定を受ける予定）。当該授業を通じて、情報と芸術の融合の象徴である「ゲーム」分野への興味・関心や基礎的な能力を培うとともに、本専攻の教員がきめ細やかな指導を行い、本学学部生から本専攻への接続を促していく。

【アート DX プログラムのイメージ図】



【2024 年度アート DX プログラム履修者数】

前期	科目名	履修者数	後期	科目名	履修者数
	情報メディア学	102		芸術と情報	90
	コードとデザイン	20		人工知能と創作	25
	メディアアートプログラミングⅠ	17		メディアアートプログラミングⅡ	16
	ゲーム制作演習 1	31		ゲーム制作演習 2	26
	イメージ演習 A	10		イメージ演習 B	8

(D)非芸術系大学出身者に向けた広報強化

本学では主に芸術系大学を卒業した者が主な志願者層ではあったものの、本専攻では新たに、工学系大学といった非芸術系大学の出身者もターゲット層として想定している。このような学生に志願してもらうためにはまず、進学先の候補として芸術系大学である本学を選択肢に加えてもらうことから強化する必要がある。

多様なターゲット層につながる広報強化として、ゲームにかかる国内外イベント・コンペティション・EXPO 等への学生制作作品の出展支援や、本専攻のブース設置等を積極的に行う。本学主催ではないイベントを活用して本専攻の教育研究を PR することで、「東京芸術大学」や「芸術大学」を入口とせずとも本専攻を知る機会を増やしていく。

また、本学では、第4期中期目標期間において、“芸術と異分野との融合”の推進を大きな核としており、工学系大学との共同研究等を通して連携実績を積んでいる。その中で構築した関係性も活用して広報アプローチを行い、非芸術系大学の出身者が本専攻の魅力を知る間口を広げていく。

(E)社会人向けの開講科目

加えて本学では、令和6年度より芸術とデジタルの融合に係る授業を一般の社会人にも開講し、社会人からの興味・関心を集める取組も開始しており、本専攻設置後は、一般の社会人向けの開講授業の拡充を予定している。正規課程への入学前に本専攻の授業を体験できる機会を提供することは、社会人学生の志願者確保に向けて効果的であると考えられる。

以上のとおり、ゲームコースでの入試説明会の参加者数の分析から入学定員を確保できる見込みではあるが、上記の学生確保の取組を行うことで、さらなる志願者の増加を目指す。

(4) 養成人材に係る人材需要の分析

本専攻修了生の進路として想定している業界の社会的動向については、(2)①で述べた通りであり、その人材需要の見通しについて分析する。

本専攻修了生の主な就職先のひとつとして想定しているゲーム業界における人材需要に関しては、前述の通り、ゲーム市場は国内外で急成長を続けており、市場拡大に伴いその就業人口も増加していくことが想定される。現在、国内ゲーム業界における求人数等は以下の通りであり、すでに相当規模のニーズがあることがわかる。

【ゲーム業界に特化した就職支援サイトにおける求人・掲載企業数】

サイト・サービス名（運営会社）	掲載企業数・求人数
ファミキャリ（クリーク・アンド・リバー社）	求人 6,000 件以上
G-JOB エージェント（株式会社リンクトブレイン）	求人 4,000 件以上
RecGame 新卒（ランウェイ・エージェンシー株式会社）	掲載企業 200 社以上

※掲載企業・求人件数はいずれも当該サービスによる公表数値

さらに、本学卒業生が就職したことのあるゲーム会社およびゲーム関連企業（映像制作関係や芸術系教育研究機関）14 社に対して、本専攻設置に関するヒ

アリングを行ったところ、うち 12 社から「期待する」という声が挙がっており、本専攻修了生についてもニーズがあることが確認できている。

また、ゲーム業界だけでなく、医療・福祉・教育等の異なる分野においてゲームを応用したコンテンツ・事業の開発に従事することも、本専攻修了生の主な進路として想定している。(2) ①では、ゲームの要素を取り入れ社会的課題の解決を目指す研究の例として、本学が横浜市立大学および製薬会社と行っているゲーミフィケーションを用いた「呼吸筋トレーニングアプリ」の共同研究を例として挙げたが、本学のみならず、他大学等でもゲームやゲーミフィケーションを医療等他分野に応用・活用する研究は積極的に進められており、例えば 2024 年度に科学研究費助成事業を採択した研究課題の中には、以下のような研究事例が挙げられる。このような学術研究が進展し、ゲームが社会の様々な場面で浸透していくことで、本修了生の活躍の場も当然広がっていくことが考えられる。加えて、研究者として学術機関に就職するケースも想定される。

【2024 年科研費採択課題のうち、ゲームの異分野応用を扱った課題（抜粋）】

汎用ゲームを用いた新しい視能訓練法の国際共同研究 (電気通信大学 石垣 陽)
スマートフォンのゲーミフィケーションアプリを用いた在宅心臓リハビリテーション研究 (聖マリアンナ医科大学 貝原 俊樹)
児童・生徒の減塩とカリウム摂取を促すゲーミフィケーション教材の開発と効果検証 (大阪大学 石原 真穂)
脊髄損傷に対する骨格筋刺激装置併用ゲームを用いた新規リハビリテーション技術の開発 (奈良県立医科大学 奥田 哲教)
ゲームエンジンと深層学習を用いた立木及び伐木後の材の検出手法の開発 (国立研究開発法人森林研究・整備機構 中込 広幸)
医療者教育用脱出ゲームによる多職種連携教育：ICT 活用方略と評価方法の効果検証 (藤田医科大学 村岡千種)
対人作業における感情をゲーム要素として加えた看護技術教材の開発 (札幌市立大学 藤木 淳)
Minecraft を用いた放射線壊変学習ツールの開発及び改良 (香川高等専門学校 藤田 鈴香)
渋滞発生予兆としての追従挙動カオス性検出による渋滞抑制運転ゲーミフィケーション (秋田工業高等専門学校 葛西 誠)
メタバースとアバターを活用した遠隔ひきこもり支援の効果の検証 (山口大学 林裕子)

以上の分析から、本専攻の設置計画は、養成する人材の人材需要の動向を十分に踏まえた計画だと言える。

以上

学生の確保の見通し等を記載した書類（資料）

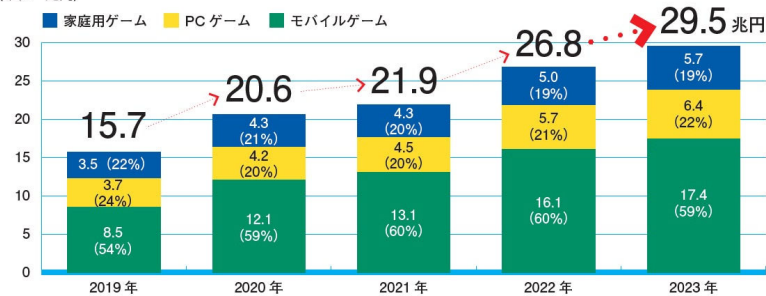
【参考資料】

参考資料1：ゲームコンテンツ市場に関するデータ.....	2
参考資料2：ゲーム分野への教育に係る政府・団体等による提言	3

参考資料1 ゲームコンテンツ市場に関するデータ

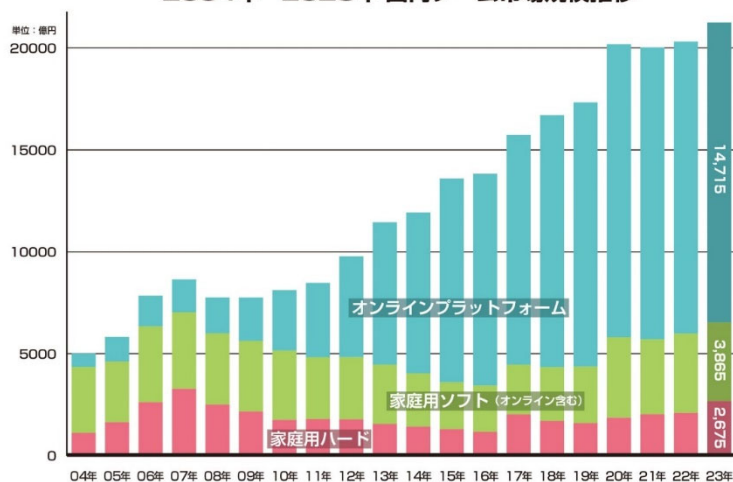
ゲームコンテンツ市場規模推移 (グローバル)

(単位=兆円)

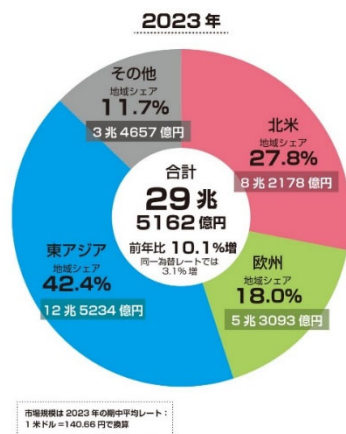


引用元：「CESA ゲーム産業レポート 2024 (一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会)」

2004年～2023年 国内ゲーム市場規模推移



世界の地域別ゲームコンテンツ市場規模



引用元：「ファミ通ゲーム白書 2024(株式会社角川アスキー総合研究所)」

「新たなクールジャパン戦略」

2024年6月4日内閣知的財産戦略本部

<p.23 分野別課題(1)ゲーム より引用>

コンソールとモバイルのほか昨今は PC が加わる中、モバイルゲームを中心に海外勢のプレゼンスが増しており 66、相対的に日本のゲームパブリッシャーの立ち位置が弱くなっている。また、売上の上位は発売から時間が経過している IP が占めており、どのように新規の IP、ゲームタイトルを生み出していくかが課題となっている。

新規 IP の創出、PC ゲーム市場への対応の強化が必要になっており、新規 IP、コアコンセプトを創り出せるクリエイターの育成、インディーゲーム市場等で活躍できる人材の育成が重要である。また、XR や 3D 映像への展開など波及効果が見込まれるゲームエンジンを他分野へ展開し、分野融合のビジネス展開に取り組むべきである。

「Entertainment Contents ∞ 2024」※

2024年10月15日一般社団法人日本経済団体連合会

<p.20 2.共通課題・施策(1)人材育成・確保より引用>

人材育成にあたっては、大学・大学院、専門学校等の教育機関が重要であるが、コンテンツ分野は民間主導で急速に発展してきたことから、これだけの産業規模にもかかわらず、数や機能が不足し、特に国際競争力のある高度クリエイティブ人材の育成機関が圧倒的に不足している。…(略) …国際競争力のあるクリエイティブ人材には、コンテンツの各分野に関する専門的な知識や、世界の歴史や文化も含めた幅広い造詣とグローバルな視野をもつことが期待され、それらにもとづく俯瞰力や論理的思考力、豊かな想像力・創造力等を涵養することが重要である。さらには生成 AI 等の技術への理解と活用も求められ、そうした人材を育成するためにも、大学・大学院における教育環境の充実が急務である。また、大学の本来の役割である学術的研究という面でも、エンタメ・コンテンツやそのビジネスに関する研究においても進んでいないのが実態である。

※ゲームを含むエンターテインメントコンテンツに関する提言としてまとめられている