

企業と大学が連携したキャリア教育・専門教育を目的とする 人材育成教育プログラムの開発

Development of the personnel training program for the purpose of a career education,
the specialized education

写真映像学科・デザイン学科・工学部物質生命化学科

星野浩司・佐野彰・佐藤慈・栗田融・黒岩俊哉・満生慎二

Koshi Hoshino / Akira Sano / Shigeru Sato / Toru Kurita / Toshiya Kuroiwa / Shinji Mitsuyuki

1. はじめに

「日本のものづくり文化」を象徴する伝統産業は、永きに渡り我々の日常と深く関わりながら生まれ、人々の生活文化の発展に寄与してきた。これらの背景からも伝統産業は将来に渡り、私たちの知恵の結晶として永代まで引き継ぐべき貴重な財産であるともいえる。しかしながら、近年、通信メディアや交通機能の発達に伴うグローバル化が進み、海外文化が徐々に我々の生活様式に入り込むことで、これまでの価値観が大きく変化している。また、多くの産業基盤が変動し、長引く経済不況と国際化の進展に伴い、安価な海外製品が大量に国内に流入した。延いては、伝統的に引き継がれてきた国内産業の需要は低迷し、産業を取り巻く環境の変化に伴い、経営難や後継者不足などの諸問題は深刻化している。このように、伝統産業を取り巻く環境はますます厳しくなる一方であり、当該産業の存立も危機的状況を迎え、かつてない苦境に立ち至っている。しかし、このような中において、新商品の開発、流通形態の見直し、他地域や他産業・他分野との連携など、新たな需要の開拓を積極的に行う動きもある。

本研究では、九州を中心とした伝統産業に着目し、後継者不足や若者世代の理解促進不足という課題を抱え、伝統的にもものづくりを行う企業と学生で編成した複数のチームにて、「九州産業大学CMワークショップ」プロジェクトとして、チームごとに各企業の商品を広告する商業映像の制作を産学連携型のキャリア教育・専門教育を目的とした人材育成教育プログラムの開発を行った。特に、本プロジェクトに参加する学生は

芸術学部や工学部を中心とした、さまざまな学年・学部・学科に跨るため、商業映像を制作するための技術的な知識や経験に差異が大きく、これらの不均衡を是正するために業界関係者による勉強会や現場への見学会などを通し、商品や業界の知識と共にそれら技術的課題の解決を行っている。

2. 産学連携によるキャリア教育・専門教育の推進

近年、文部科学省や経済産業省を中心に様々な省庁が人材育成施策を次々と打ち出しているが、その中で、特に重視されているのが、産学連携による人材育成の取り組みである。各省庁の施策の中では、「材料・資源の乏しい日本において、国際的にもものづくり文化を強化していくには、大学等で生み出される独創的で先進的な研究成果や科学技術をはじめとした様々な分野におけるイノベーション創出に結び付けることが重要である」としており、その要となるのが産学連携である。九州産業大学では、2008年よりこれまで5か年に渡って芸術学部が活動主体となり、九州地域の伝統産業を担う多くの企業や団体の協力のもと、伝統産業の振興を目的とする産学連携活動を行ってきた。この産学連携活動を「地域産業プロジェクト」と称し、福岡の伝統的な産業に関連する地域文化の魅力を大学の視点から捉え、多様な媒体や作品を通して、伝統産業の振興を目的とした情報発信を行っている。この中で、芸術学部の美術学科、デザイン学科、写真映像学科の3学科それぞれの専門性を活かした作品作りを通して、それぞれに所属する学生が主体となり、産学が連携す

る実践教育を目的とした活動を行っている。この中で、写真映像学科の活動としては、「九州産業大学CMワークショップ」という産学連携プロジェクトを通して、キャリア教育・専門教育を目的とした活動を5月から10月までの6ヶ月間に渡り行った。本プロジェクトでは、国内の伝統産業が外来の安価な商品が流入することで売上が低迷し、逼迫する現状に危機感を感じている若手の企業家と将来の得意客として業界の良き理解者となり得る学生への理解促進を図る一手法としてワークショップ形式によるCM映像制作を行っている。

3. 研究手法

3.1. プロジェクト経緯

現在、国内のものづくり業界、特に伝統産業と呼ばれる業界では、需要の低迷や後継者不足など深刻な状況にある。しかし、近年、先進的テクノロジーがもてはやされる一方、国内の基礎的技術力の低下が懸念される中であって、ものづくり、特に「日本の技」の原点である伝統産業が再評価される兆しも現れている。特に、かつて無い未曾有の被害を招いた震災を経て、「日本」の価値観を見直す気運がより高まっている。そのような中、伝統産業を支える若い担い手たちによって、海外文化を持つ風潮に起因する安価な海外製品の流入に危惧し、これまでの産業の在り方を見直す気運も高まっている。今回の「九州産業大学CMワークショップ」プロジェクトは、九州地域の酒蔵7蔵と小石原焼の窯元3窯からなる若手の経営者やリーダー格の人物により、自ら作り・販売している商品に対する若者の理解を促す取組みを大学と共にやりたいとの要請が切っ掛けとなっている。

また、近年のデジタル放送によるさまざまなデバイスや、メディアの多様化による映像の持つ説得力に着目し、広報的意味合いからもCM映像の制作というプロセスを用いることによる商品の理解促進と外部への発信という手法を用いている。以下に、参加企業の詳細を示す。

(蔵元)

山の壽【福岡／北野 山の壽酒造】

田中六十五【福岡／糸島 糸島酒造】

三井の寿【福岡／大刀洗 井上合名】

若波【福岡／大川 若波酒造】

東鶴【佐賀／多久 東鶴酒造】

六十餘洲【長崎／波佐見 今里酒造】

豊潤【大分／宇佐 小松酒造場】

(小石原焼)

【柳瀬本窯元】、【カネハ窯】、【蔵人窯】

3.2. プロジェクトの推移

本プロジェクトは5月より学内の掲示板へ学年や学部・学科、映像制作の経験不問という諸条件にて学生参加の告知を行っている。参加説明会では、さまざまな学部学科の学生からなる100名弱の学生が集まり、最終的に49名の学生が「蔵元7チーム」「小石原焼1チーム」という企業ごとに8チーム編成にてプロジェクトを運営している。さらに、6月より本格的な作業に入るが、参加者の経験や専門的な知識に差が大きいため、まずは、広告業界の第一線で活躍するプロによるコピーライティング（タグライン）の基礎講座によって、商品のイメージを具体化する作業から着手している。早い段階から商品イメージを具体化することにより、グループでCM映像の方向性や作品の流れを具体的に話し合う際の効果的な進行を図ることが可能となった。また、その後も、「世界のCMフェスティバル」を主催するジャン・クリスチャン・ブーヴィエ氏によるCM文化についての講義など、CM映像を普段何気なく見ている専門外の学生でも映像を見る視点を与えるリテラシーの側面を重視した教育スケジュールも盛り込んでいる。加えて、6月に大型バスをチャーターし、酒蔵や窯元への現場見学会を行い、参加者がものづくりの現場に足を運び、さまざまな情報を五感で感じ取り、映像に活かすための取組みも行っている(図-1)。

さらに、7月～9月は映像の制作に着手するが、その際に、企画プレゼンテーションをクライアントの前で行い、クライアントの注文やコメントを反映した最終的な映像に至るまでに、複数回のプ

レゼンテーションを経て映像制作に入ることとなる(図-2)。日常、目にしている広告映像の制作過程について自ら体験することで、商品広告の重要性や商品を世に出しているものづくりに携わる人々の思いをより深く理解することになる。



図-1 現場見学会



図-2 撮影風景

3.3. プロジェクト成果の展示

10月6日～8日までの3日間、JR博多シティ・アミュプラザ博多2階広場にて『九州産業大学CMワークショップCAFÉ』と称して、九州産業大学の学生による九州の日本酒7蔵+小石原焼のCM映像の上映、日本酒BARの開設、日本酒と器の販売を行っている(図-3)。イベントでは、会場を訪れた一般客に計8本のCM映像の視聴と、気に入った映像に一票を投じて頂き、特典として日本酒を一杯試飲して頂いた。本イベントは、JR博多シティをはじめ、東急ハンズ、シティダイニングくうてんが支援する形となり、3日間のイベントでは総勢974名の一般客が来場した。

会場では学生自らが各企業の法被を羽織り、視聴参加の呼びかけを積極的に行っており、より多くの方々へ自分たちの制作した映像を視聴してほ

しいという気持ちと、イベントを成功裏に終わらせたいという思いが形となって表れた。また、映像について来場者より質問があった際も、自ら制作した映像を生き生きと解説する学生の姿も多く見受けられ、来場者からも好意的に受け止められたイベントとして無事に終了した。



図-3 『九州産業大学CMワークショップCAFÉ』展示会

4. 考察

近年、新卒者の就職難が叫ばれる中、「企業が求める人材」と「学生が考える企業が求める人材」の能力要素のズレが注目されている。「企業側が「学生に求める能力要素」と学生が「企業から求められていると考えている能力要素」ならびにその水準には、大きなギャップが存在する。企業側は学生に対し、「主体性」「粘り強さ」「コミュニケーション力」といった内面的な基本能力の不足を感じている一方、学生は、技術・スキル系の能力

要素が自らに不足していると考えている」(「平成12年度 ものづくり基盤技術の振興施策(概要)」平成24年6月 P51経済産業省・厚生労働省・文部科学省より引用)というものである。大学における高等教育は、これまで、学生が一社会人として企業で就労する際に有効な人材を育成する場として機能していたとは言えない。むしろ、永い意味での社会教育または思考力の醸成を促す場として、さまざまな専門知識を養う場として機能してきた。しかし、学生や企業のめざす理想の人材におけるズレは、大学内における認識のズレとも見受けられることから、旧態依然とした大学のあり方は時代に即しておらず、むしろ、新しい大学のあり方が見直される時代が到来したとも言える。また、近年、文部科学省が中心となり、「大学等産学官連携自立化促進プログラム(平成20年ー平成24年)」という国際的な産学官連携体制の強化や国公私立大学間連携による地域の多様な知的財産活動体制の構築など、産学官連携活動全体の質の向上を目的とした事業が展開され、ものづくり文化における国家支援の強化が行われている。このような時代背景もあり、国内の大学では産学連携による実践指導を教育に取り入れた大学も増えており、社会と連携した人材の育成は将来に渡る大学に課せられた社会的指名とも捉えられる。本プロジェクトは参加企業の商品理解という当初の目的達成はもとより、これから、社会が求める「主体性」「粘り強さ」「コミュニケーション力」という能力醸成の一助となるよう、更に企業意見や学生の意見、一般参加者の意見を取り入れたより実践的プログラムへ更新する必要がある。

参考文献

経済産業省・厚生労働省・文部科学省：「2012年ものづくり白書」(「平成12年度 ものづくり基盤技術の振興施策(概要)」), P51, 平成24年
厚生労働省「厚生労働白書ー若者の意識を探るー【概要】」, P1-6, 平成25年
文部科学省：「大学等産学官連携自立化促進プロ

グラム【機能強化支援型】中間評価報告書」, P5-6, 平成22年