

平成20年度 知財化促進・インターンシップ報告書

インターンシップ・インテリジェンス教育の推進

～産学官協働によるコンテンツ系キャリアづくりのすすめ～

平成二十年度
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット
知財化促進・インターンシップ報告書



まえがき

九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU
インターンシップ指導教員 砂田 向壺

アメリカンドリームを掲げ、グローバル経済性なる欲望で強欲に突き進んだ米国の金融が破たんした。突如到来した未曾有の経済危機。そこに米国再生を目指す、「米国第44代バラク・オバマ新大統領」が就任した。ヒラリー・クリントンを破り、スローガンの「変革」を実証した源泉は、現状打破へのメッセージを込めた力強い弁舌だ。その弁舌の中でも、「一つの声の一つの部屋を変える。そうすると町が変わり、州が変わり、国が変わり、世界が変わり得る」。多くの米国民をシビレさせた「変革」のカリスマ性に世界も注目している。

近年、我が国の産業社会を取り巻く環境の変化は、グローバル経済と無縁ではない。本報告書は、平成17年度 文部科学省 科学技術振興調整費（新興分野人材養成）が、九州大学に採択した『先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット』（修士、博士課程相当教育）の、「知財化促進・インターンシップ」講座が主体で実施した平成20年度教育の成果の記録である。ここでは、コンテンツ大国を目指す我が国の高度な人材を養成することを主眼に、学内の専門的教育の傍ら、選抜した学生をインターン研修生として、産業界の現場で研鑽を深めると同時並行的に、履修生がチーム一丸で学会論文採択を目標にプロジェクトを実践することなど、研究室と現場を往来しながら極めてハードな実践を通して、履修生の自己変革を導き出す教育を施している。同時に、講座のコア・コンピタンス core competence の確立を目指している。

前述のとおり、新たな輸出資源の牽引となるアニメ、ゲームや映像等のデジタルコンテンツをジャパンブランド強化策として、我が国は20兆円規模に拡大する「コンテンツ大国」の目標を掲げている。光ファイバー網が全国津々浦々まで普及しているデジタルインフラは世界最高の環境だ。したがって、インターネットに繋がる空間と時間は、地球を狭小化し、経済のグローバル化をさらに促進している。嫌が上にも、人材

には国際競争力を求められる。2008年度、日本国民の約5分の4がブロードバンド環境下で生活している。また大容量画像データ等、デジタルコンテンツ利用の流通は著しく活性化し、ビデオオンデマンド配信や、PCあるいは携帯端末を対象としたコンテンツ配信のマーケットはさらに拡大する方向にある。当然ながら、こうした変化の時代に求められる人材は、いかなる現場にも耐えうる国際性や社会適合能力、考え抜く力や論理的思考能力、チームをまとめる能力、柔軟な発想、前に踏み出す人間力、すなわち志の高いリーダー人材が求められている。

周知の通り、本講座は採択された翌年の春・平成18年度から初回生と初版を世に出せた。

今回お届けする平成20年度報告書は、Ver. III（第3号）の発刊を迎えたことになる。

本年度選抜した履修生5名の変化は、限られた紙面で伝えることは不可能かもしれない。ご協力賜った産学官各方面の関係者の方々に、新興分野が求める変化に際し、従来の教育では果たせないエリート人材養成の基本的な考え方が、本書から少しでも参考になればありがたい。協働の機会に改めて深謝すると共に、この紙面を借り厚く御礼を申し上げます。

九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU
インターンシップ指導教員
砂田 向壺



INDEX

巻頭言	005
第1章 インターンシップまでの流れ	011
第2章 インターンシップのすすめ	015
第3章 ポートフォリオインテリジェンスⅠ	025
第4章 集中講義	039
第5章 ポートフォリオインテリジェンスⅡ	043
第6章 フィールドインテリジェンス	065
第7章 プロダインテリジェンス	071
第8章 プロジェクトインテリジェンス	081
第9章 ペーパーインテリジェンス	091
第10章 ペーパーインテリジェンス - 研修論文 -	103
第11章 アダプタブルインテリジェンス	125
第12章 パーソナルトランスフォーメーションインテリジェンス	137
第13章 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットにおける カリキュラム「知財化促進・インターンシップ」について	141
第13章 「知財化促進・インターンシップ」を履修して	145

§ 0

卷頭言

CONTENTS

社団法人 日本経済団体連合会	阿部 泰久
大学共同利用機関法人 国立情報学研究所	曾根原 登
株式会社シンク	森 祐治
株式会社電通九州	齋藤 潤
株式会社西日本新聞社	藤屋 太清
日本 SGI 株式会社	原 洋子

巻頭言

社団法人 日本経済団体連合会 経済第二本部長
阿部 泰久

経団連が、コンテンツ産業を21世紀の日本の成長を担うべき重要な戦略分野と位置づけ、その振興を経済界全体の課題として取り組むために、映画、アニメ、ゲーム、音楽、ライブ、ハード機器等の業界を結集して、産業問題委員会（委員長：当時 岡村東芝会長）の中に、エンターテインメント・コンテンツ産業部会（部会長：当時～現在 依田巽ギャガ会長）を設立したのは2003年8月であった。

同部会は発足当初から旺盛な活動を展開し、2004年6月には、コンテンツ産業を国家戦略として位置づけるための基本法として、コンテンツ振興法（コンテンツの創造、保護および活用の促進に関する法律）が、超党派の議員立法として成立した。続いて同年12月には、コンテンツ産業への持続的な支援のための組織としてV I P O＝映像産業新興機構を設立するに至った。

その時点で、経団連が認識していた最大の課題は、第1に、コンテンツ産業の核となる人材の育成、第2に、そのための高等教育機関と産業界の連携であった。コンテンツ産業は、究極の知識産業といっても過言ではなく、他のどのような産業分野と比較しても、その成否が人間の知的創造力に依存している。とりわけ、まさにコンテンツを創り出す優れたクリエイターを、いかに効率的に育成できるかが、この産業の将来の成長を左右する。

しかしながら、当時は未だ、あるいは今もなお、クリエイター＝天才的な芸術家であり教育機関での育成には限界がある、あるいは、クリエイター＝職人であり、オン・ザ・ジョブ・トレーニングである徒弟制度を通じて現場で鍛えあげるほかに養成手段はないとの考え方が主流であり、コンテンツ人材育成に関する経済産業省等の先駆的な取り組みも、「プロデューサー」が専らであり、クリエイターの育成については、東京藝術大学をはじめとするいくつかの大学・大学院で試み始められてはいたが、その手法は、オーソドックスな芸術家か職人を養成するスタイルであった。

そのような中、九州大学で源田悦夫教授を中心として行われていたのは、デジタルコンテンツを駆使したメディア・アートの研究・開発は、高度なメディアテクノロジーと数理的な思考の徹底により、まさに芸術

＝アート＝科学＝サイエンス、あるいは工学＝テクノロジーとして捉える画期的な取り組みであった。

これに加えて、文部科学省の産学連携広域コーディネーターでもある砂田向壺教授の主導による、産業界との連携、とくに地元である九州のコンテンツ産業との密接な連携により、教育・研究の場で創造された作品あるいはその技法を、直ちにコンテンツ産業の前線へと展開すべきとの発想は、医学・理工学系の分野では当たり前になった大学からの技術移転、大学発ベンチャーの試みをメディア・アートの分野で、どこよりも早く実践しようとするものであった。

源田教授の芸術を科学する教育・研究と、砂田教授の産学連携ビジョンが結合し、文部科学省の科学技術振興調整費を得てスタートしたのが、この「先導的デジタルコンテンツ創成ユニット」である。

既に、多くの修了生が巣立っており、これからのわが国のみならず東アジア全域でのコンテンツ産業を担い立つ、優れたコンテンツ・クリエイターが、このユニットから現れていくものと期待している。

一方で、コンテンツ産業界との連携は、このユニットで創造されたコンテンツや技法の産業活用、あるいは知的財産権の移転としては、未だ成果が現れていない。しかし、焦る必要はないと考える。修了生の大いなる活躍によって、再度このユニットの意義や先進性が評価されるならば、産学連携の歯車が回るときは必ず来る。そのときまで、この先導的デジタルコンテンツ創成の試みが継続されることこそが、今、必要なことである。

阿部 泰久

1955年6月 生
1980年3月 東京大学法学部卒業
1980年より社団法人経済団体連合会（2002年5月より社団法人日本経済団体連合会）にて、産業政策、税制、経済法制を中心に活動
2004年4月 産業本部産業政策グループ長
2005年4月 産業本部副本部長
2006年6月 経済第二本部長（現職）
公 職
産業構造審議会臨時委員、金融審議会専門委員、企業会計審議会専門委員、国民生活審議会臨時委員、法制審議会臨時委員、等

産業界の視点 ～賛同企業の皆様から～

今回この報告書を刊行するに当たりまして、この教育プログラムに賛同いただき、学生を受け入れていただいた各企業様より、今回の試みについて寄稿いただきました。

大学共同利用機関法人 国立情報学研究所
株式会社 シンク
株式会社 電通九州
株式会社 西日本新聞社
日本 S G I 株式会社 (五十音順)

大学共同利用機関法人 国立情報学研究所
曾根原 登

NII

我が国は、明治維新や戦後復興など大きな経済的、社会的、文化的危機を克服してきた。今我々は、情報とメディア技術 (IMT: Information and Media Technology) がもたらしたグローバル社会で「知の大競争」をいかに生き抜くかという課題に直面している。1900年代後半の「マルチメディア戦略」やそれに続く「e-Japan 戦略」は、インターネット、ブロードバンド、携帯電話、デジタル放送、など情報基盤の普及を加速し、我が国は世界で類を見ない社会基盤を有する国となった。このような基盤が整備されたあとの先進諸国での経済発展と雇用確保は、知識サービス産業、知的情報産業へとシフトの傾向にある。このことは、グローバル化、情報化が進展した世界では、「知の大競争」をいかに勝ち抜くかという課題でもある。高度に進歩した情報基盤は、企業活動の効率化と人と社会の映像を含む情報発信力を著しく向上させた。この結果、従来の放送メディアなどに見られる同質な情報流通とは異なり、多種多様で異質な情報、しかも信頼性・信憑性など質の不透明な情報が爆発的に増加している。また、人と社会の専門化、細分化も進展し、誰が何をしているか、知っているのか分からないといった問題や、専門家にしか分からないという情報や知識の非対称性も増大している。これら問題の原因には、極めて短期間に高度に進歩した情報世界に、実世界の人や社会の仕組みが適応しきれていないことがあげられる。このような社会の不信や情報の不安を解決し、社会の安定化を図る必要がある。しかし、グローバル化、情報化が進展した世界で、「知の大競争」を勝ち抜くには、創造的破壊と呼ばれるイノベーションが不可欠である。それには、専門分野を横断した社会・産官学連携のネットワーク型“研究コンソーシアム”を創設する必要があるのではないだろうか。メディア産業、IT産業、機器製造業、技術研究開発、など専門分野を横断した産官学連携による政策分野、ビジネス分野を有機的に連携する形で研究開発と社会実装を推進することが必要であろう。それを駆動させる「場」として、九州大学大学院芸術工学研究院・先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット (文部科学省科学技術振興調整費・新興分野人材養成ユニット)、特任教授・砂田向壺先生が独自開発した知財化インターンシップ授業の実践方法はユニークかつ、これからの「知の大競争」に勝ち抜く鍵となっているものと考えらる。

曾根原 登

昭和 53 年、信州大学大学院修了。同年、日本電信電話公社 (現、NTT) 入社。以後、ファクシミリの研究実用化、神経回路網システム、手書き文字認識、気象予測システムの研究実用化、コンテンツ ID、コンテンツ流通システム等の研究実用化に従事。

その間、昭和 63 年～平成 4 年、国際電気通信基礎研究所 (ATR) 視聴覚研究所

出向。平成 11 年～15 年、東京工業大学連携講座客員教授。平成 16 年 4 月より、国立情報学研究所 情報流通基盤研究部門 教授。現在 情報社会相関研究系 研究主幹・教授、情報流通基盤、コンテンツ流通、大学電子認証システム、情報信頼メカニズムの研究開発などに従事。

工学博士、電子通信学会、情報処理学会、映像情報メディア学会、画像電子学会など会員・委員・幹事・理事など。



インターンを送り出すと同時に受け入れるという稀有な立場にある。

そのメリットは、プログラムへの選抜から修了までというより広いスパンで学生たちと接することができるということだ。それは彼ら自身の成長と同時に、僕自身の、あるいは組織の人間にとっての学習の軌跡にもなる。このプログラムの延長上で学生の皆さんが更なる成長カーブを描くことを期待すると同時に、それに負けない傾きを僕らが取りつけられるか、競争をし続けたいと思う。

さて、芸術に近い領域を扱うものの科学のアプローチを取るのが芸術工学の強みだ。にもかかわらず、教育へのアプローチという点で依然として「芸術」の域を出ていないのではないかと感じることもある。比較的少人数の体制で、複合的な領域ゆえに、個人ごとの目標設定やアプローチに関する指導やサポート・プログラムがもっと細やかにあってもいいのではないか。

仮説として、物理科学に範に取るアプローチだけではなく、経済や行動といったより曖昧な領域に対するスキルの理解も得ることで、上記の課題の解決にはつながっていくのではないかと考える。

いずれにせよ、自らが持つ強みをより活かし、絶対的な優位を作ること。期待をしたい。

森 祐治

株式会社 THINK 代表取締役社長。NTT、Microsoft Corp.、McKinsey & Company にて、ネット、通信、メディア、家電、コンテンツなどの産業領域での事業企画・戦略立案・実施に従事。現在は、コンテンツ・キャピタル・デザイン・カンパニーを標榜する THINK の代表としてメディア関連のコンサルティング、事業プロデュース、投資を行う。

政府系委員会や国内外のシンクタンク・メンバーとしても活躍。

国際基督教大学 (ICU)・同大学院、早稲田大学大学院、Golden Gate Univ. (MBA、New York Univ. (Ph.D.) に学んだ経験を活かし、九州大学 (芸術工学研究科) や国際大学 (グローバルコム)、早稲田大学 (国際情報通信研究科) や慶應義塾大学 (メディアデザイン研究科) の大学院、及び東京コンテンツプロデューサーラボなどの講師を兼務。

自身が設計した LLP (有限責任事業組合) を採用したアニメ作家支援の「動画革命東京」事業は国内外で高い評価を受け、ハイサービス 300 選にも選択された。また、現在海外アニメ企業などとの連携を進めている。

株式会社 電通九州 マーケティングプランニング・クリエイティブ局長 兼 プロモーション局長 齋藤 潤

dentsu

「人が資本」である当社では、部署に関わらず4つの能力…「コミュニケーション」「クリエイティブ」「ディレクション」「プロデュース」…を特に重視しています。

研修では上記能力をより具体的な言葉に置き換え、カリキュラム毎に重点を置きました。“MP 部”では「観察・分析」から「課題発見」「理論構築」への流れを。理論を踏まえ、人の気持ちを揺り動かすコンテンツを創造する“クリエイティブ部”では「想像力」と「独創性」を。“プロモーション部”では「計画力」「実行力」「柔軟な対応力」を。新規プロジェクトに取り組んでいる“2011 室”では「主体性」「開拓精神」を。また、「協調性」「交渉力」等は“新雑部・ラテ部”。進化・変容の激しい“OOH 課、デジコミ課”では「発見・発明力」「応用力」を。

日常の業務は各部署横断のチーム作業です。多様性が求められる現在、「チーム力」と「個人力」双方を向上するために「知の交流」が重要と考えています。

齋藤 潤

1950 年生まれ 東京都出身
1974 年 東京外国語大学スペイン語学科卒
(株)電通入社 クリエーティブ配属 CM
プランナー

ACC 賞、電通賞、消費者のために
なった広告賞、フジサンケイ広告賞、他受賞
CM プランナーの後、クリエイティブ部門
で、プロデューサー、管理部長、人材開発
部長、局次長等、歴任。

2008 年 (株)電通九州福岡本社 MP・CR 局
長兼プロモーション局長

同年 取締役 ソリューション部門担
当

2009 年 取締役 統轄部門・ソリューショ
ン部門担当



「チェンジ」。米国のオバマ新大統領ではありませんが、インターンの経験がこれほど学生を変えとは思いませんでした。それが率直な感想です。

西日本新聞社では、2008年8月18日から29日の日程で、三宅佑治君、柳竜馬君、山崎隆弘君の3人のインターンシップ生を受け入れました。記事を書く編集局、新聞広告を扱う広告局、各種イベントを主催する事業局など、「職種のデパート」と言われる新聞社の研修は戸惑いの連続だったでしょう。新聞社がプロデュースする新人音楽バンド「Bottom」のライブを動画取材し、プロモーションビデオも制作しました。取材の楽しさを味わう一方で、裏方の苦労も思い知ったようです。

彼らの発案で研修成果をプレゼンテーション。徹夜で準備作業をしたそうので、気力を振り絞った姿が印象的でした。3人は終了後の懇親会で、「うまくできなかった。もう1度チャレンジしたい」と、悔しい表情を見せました。その顔はインターンシップ当初とは一変し、頼もしささえ感じました。インターンシップでの社会体験。これから社会人になる学生にとって、大きな財産になると思います。

藤屋 太清

1979年6月18日生まれの29歳。

2002年西日本新聞社入社。経理部での決算業務担当などを経て、2006年人事部配属。給与計算や社員教育、人事制度などの業務を担当している。趣味はアビスパ福岡の試合観戦、ロック音楽鑑賞。



今回のインターンシップは1つの業務に日数を費やして体験し、知識/スキルを身につけていただいたり、成果物の提出を求めたりというのではなく、『いくつかの業務について学び、体験することによって、業務遂行上で共通となる重要なポイントに気づいていただく』というカリキュラムとしました。

特に、気づきを持っていただきたかったポイントは、顧客視点、責任、信頼、そしてコミュニケーション（特に「聴く」）の大切さです。大きく括るとビジネスパーソンとしてのマインドの醸成と表現できるかも知れません。

実際には、レクチャ、プログラミングなどの実務体験、お客様先見学、社内会議や顧客訪問（商談）への参加・・・などを通じ、大切なポイントとして、主に以下のようなことに気づきがあったということを、報告書や終了後のインタビューなどで確認させていただけた。

- ・お客様のお話をしっかりと受け止める傾聴力（コミュニケーション）
- ・お客様のニーズを的確に捉え、かつ操作性に優れたアプリケーション開発（顧客視点）

- ・システム構築/運用の責任の重さ（責任、信頼）
- ・革新的な技術の導入とその安定提供の難しさ（挑戦、信頼、リスク）

以下は、実際の指導担当者からのコメントの抜粋です。

「簡単なプログラミングを通して、VR ソフトウェアの体験をしてもらったが、きちんとメモを取ったり、わからないことを質問したり、熱心に取り組んでくれていた。」

「ユーザサイト訪問での大規模システム視察や、運用・保守サポート業務の実体験を通して、企業としての責務であるユーザサポートの重要性を実感いただけた。」

「自己紹介の中で、IT 技術とデジタルコンテンツを結びつけて地元で貢献できるような仕事をしていきたいという夢を語っていただいた。今後、その夢を仕事として実現していく過程には様々な壁が立ちほだかと思うが、そんな時はこのモチベーションの原点を思い出し、困難を乗り越えていって欲しい。」

原 洋子

今回のインターンシップの受入れ全体の調整を担当しました。内定者研修や新卒社員研修を含む社員研修の企画/運営、そして新卒採用などを主に担当しています。採用面接や新卒社員研修をあわせると、一年のうち半分ぐらいは大学生（大学院生）もしくは卒業（修了）したての新社会人と接していますので、ビジネスパーソンとしてのマインドの切り替えや醸成の大切さを毎年感じています。

§ 1

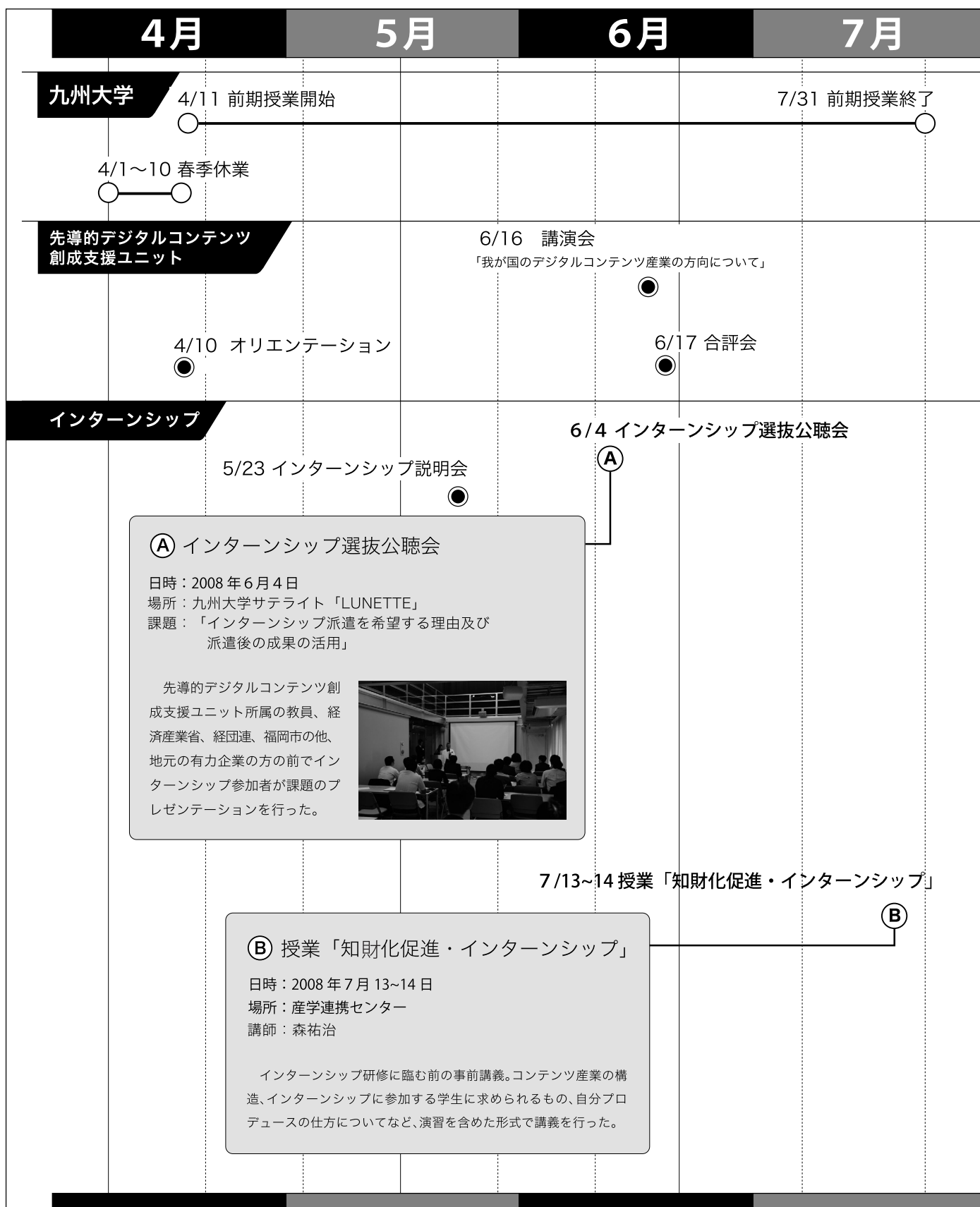
インターンシップまでの流れ

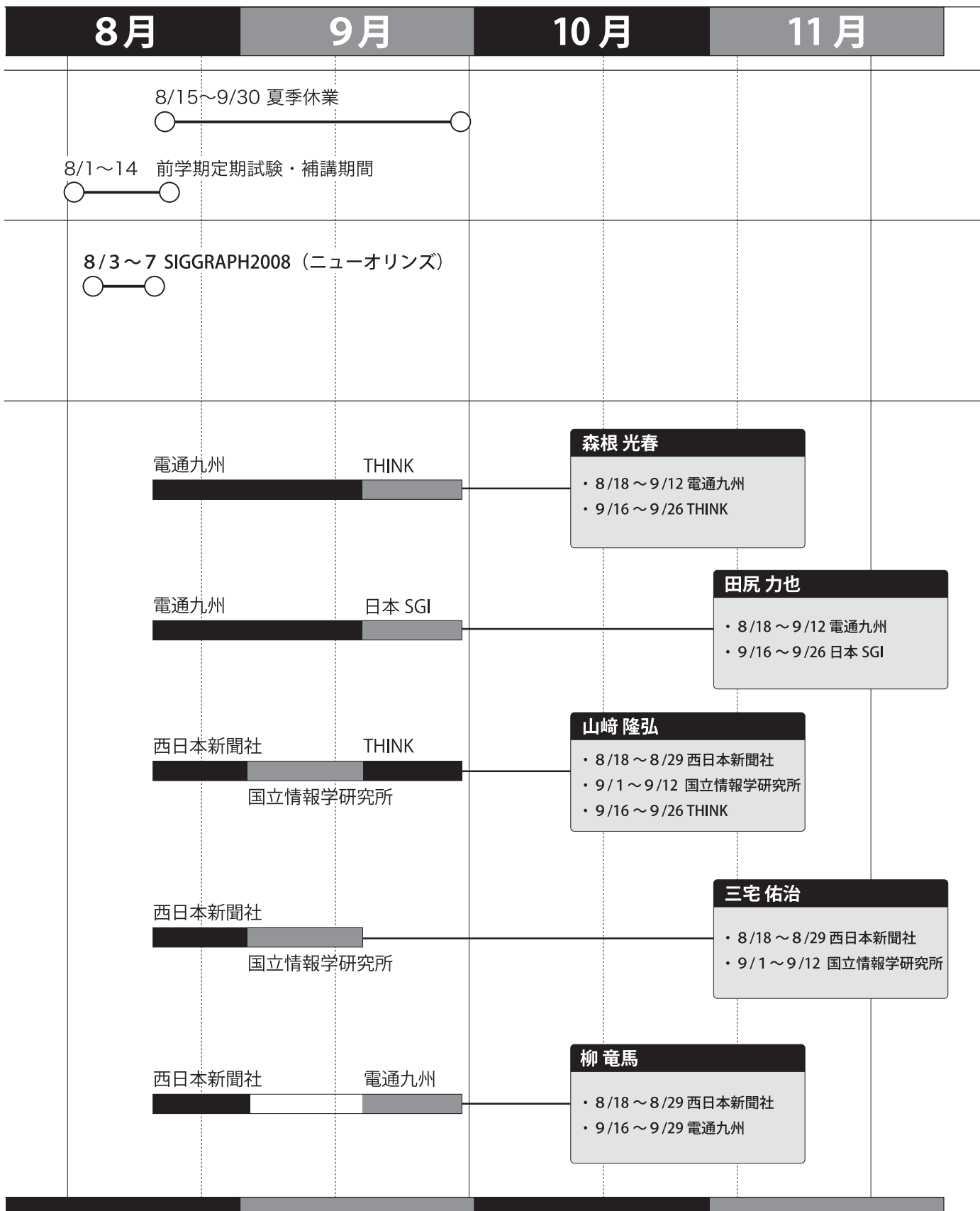
CONTENTS

インターンシップまでの流れ

平成 20 年度履修生紹介

インターンシップまでの流れ





平成20年度履修生紹介

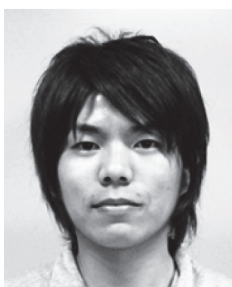


森根 光春

Morine Mitsuharu

芸術工学を専攻、研究ではワークショップにおけるデジタルツール活用をインタフェースの視点から検証している。人と情報に関わる領域でのコンテンツの機能と可能性に関心を持つ。異文化での生活の経験と、関わる研究対象を別の視点で見つめ直すことを目的に、2008年11月よりドイツのカールスルーエ造形大学へ交換留学中。

研修先：電通九州 08/08/18-09/12 株式会社 シンク 08/09/16-09/26

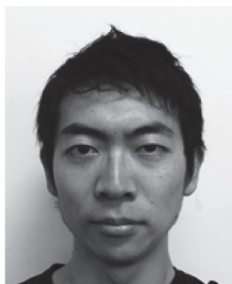


田尻 力也

Tajiri Rikiya

インタラクティブデザインを専攻。人と人、人と情報の間を取り持つコミュニケーションをテーマに研究を行っている。趣味はピアノとリコーダー。楽器を通して音楽のコミュニケーションツールとしてのチカラに日々新しい可能性を感じている。インターンシップを通して社会に価値を提供することの喜びを知る。

研修先：株式会社 電通九州 08/08/18-09/12 日本 SGI 株式会社 08/09/16-09/29



三宅 佑治

Miyake Yuji

1984年生。デジタルコンテンツデザイン専攻。報道の道を志し、西日本新聞社、国立情報学研究所の研修に参加。本プロジェクトに参加してからというもの、勉学、社会人基礎力、人としての在り方など、自分の足らなさを知る毎日。だが、辛い経験の先に大きな成長があることを学んだ。

研修先：株式会社 西日本新聞社 08/08/18-08/29 国立情報学研究所 08/09/01-09/12



柳 竜馬

Yanagi Ryoma

建築学を専攻。研究テーマはオランダの都市と建築。コンペや研究室のプロジェクトを通して設計を学んでいる。視野を広げたいと考えインターンシップに参加した。様々な考え方や価値観を持った方と触れたことで、より多角的な視点から都市や建築を見ることができるようになった。

研修先：株式会社 西日本新聞社 08/08/18-08/29 株式会社 電通九州 08/09/16-09/29



山崎 隆弘

Yamazaki Takahiro

視覚記号学を専攻。大学院からはネットワークサービス等、ウェブに関する工学的な知識を中心に学ぶ。将来に向けた漠然とした想いを言葉で表せないままインターンシップに参加した。参加をきっかけに様々な出会いに恵まれ、自身の想いを形に出来るようになった。

研修先：株式会社 西日本新聞社 08/08/18-08/29 国立情報学研究所 08/09/01-09/12
株式会社 シンク 08/09/16-09/26

§ 2

インターンシップのすすめ

CONTENTS

カリキュラム紹介 砂田 向壱

コンテンツ大国を目指す我が国

「新興分野人材養成」とは、ここでは「コンテンツ系人材養成」と定義する。

マンガやアニメ、ゲームなどの分野で、「日本製」のコンテンツはジャパニメーションと呼ばれ、国際的に評価が高い。その一方、コンテンツ業界は中小零細なスタジオも多いことから、絶対的な人材不足が続く。下請けの会社が多く、昔ながらの徒弟制が色濃く、自社で人材養成するなど、教育に投資する余裕はない。また政府が20兆円のコンテンツ大国を目標とする割には、ごく一部の例外を除き、大学などの高等教育機関でも、デジタル化著しい家電製品あふれる昨今にあっても、コンテンツ系のソフトビジネスに携わる人材の育成に関心は少ない。

重視しなければならぬ新興分野人材養成

そうした中、文部科学省は『東大コンテンツ創成科学産学連携プログラム（平成16年採択・東京大学大学院情報学環と新領域創成科学研究科による）』や、九州大学大学院芸術工学研究院の『先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット（平成17年度採択）』、加えて専門学校の株式会社デジタルハリウッドによる『デジタルハリウッド大学院』など、デジタルコンテンツに携わる人材を大学で養成する支援を始めた。

同時に、内閣府知財本部、経済産業省が中心に今年3年目を迎える、『JAPANコンテンツ・フェスティバル（東京映画祭、TOKYOアニメショー、TOKYOゲームショー、デジタルコンテンツEXPO in ASIAGRAPH）』の4大プログラムが毎年秋に集約して開催されている。

これも偏に、我が国が新興分野の人材養成を如何に重要視しているかの現れでもあり、コンテンツ大国を標榜する我が国の姿勢を国内外に発信する戦略である。

米大学は現場のキャリア形成を重視する

輝かしいハリウッドに通じるフィルムスクールを大学に設置した長い歴史を持つ南カルフォルニア大学(USC)。世界一流メディアが集積するニューヨーク・マンハッタンに、1831年建学のニューヨーク大学(NYU)の通称フィルム・テレビジョン・アカデミー(Film & Television Tish School of the Art at NYU)。両者の言葉を借りれば、コンテンツに携わ

る人材育成のうち、大学で出来るのはせいぜい実務経験に近い擬似的教育やシミュレーション程度であり、現場での実業教育の実践は、産業界と協働しない限り不可能と云う。

協働とはつまり、産学が強固に連携し、学生のインターンシップを実践することである。

学生をリセットする

学生が現場を経験することで、初めて見えてくることがある。学生をリセットするとは、個々人が自己変革を起こす機会の提供。すなわちインターンシップに派遣するための前後の教育と、現場での実体験研修を指す。学生には可能性が潜在している。しかし大学のカリキュラムは専門的“知”の教育が主で、企業が求める人材像に乖離している。社会人キャリア力の養成などの目的を持って、産学協働で人材を養成しなければならない義務を負っていない。

つまり、我が国の大学は「知の拠点」を標榜する表現を好み、研究を最大のステイタスと考える傾向が強い。大学は単なる研究機関ではない。しかも大学は主客である学生を育む義務を負った最高学府として成立している。欧米大学に比べ国際競争力評価が劣るのは、大学の主客である学生の教育が二次的な印象を与え、教育を売り物にしていないからだ。その日本の大学も国際評価を前にされると、世界の中では競争力がない。昨年10月9日、イギリスの『タイムズ』(別冊高等教育版)は、この年の「世界トップ200大学」を発表した。大学の研究者の論文引用数や研究力を中心に評価、教育力や企業からの評価、さらには留学生比率などによる総合ランキングである。1位は米ハーバード、2位は米エール、3位は英ケンブリッジで、20位までに米国が13大学、英国が4大学入っている。日本からは「知の頂点を目指す」という東京大学の19位が最高位で、文部科学省が目指すトップテン大学はどこにも見当たらない。米国の学生の意識(志の高さ)もさることながら、米産業界のニーズに大学が呼応し、産学協働で開発したインターンシップ・カリキュラムに基づいて、通常は3年生～4年生の2年間を、通算1年の時間をかけ、産業界の現場を履修する。単位を義務付けたインターンシップによるキャリア教育は、当然ながら我が国の大学の考え方と異なる。米国のほとんどの大学は、各学部約1名のインター

ンシップ・コーディネータが配属されている。学生とインターンシップ先企業との橋渡しや、インターンシップから戻った学生の体験を大学の教育改革につなげる役割を果たしている。国際競争力のある大学の学生の質の高さとは、こうした産学協働環境の創出により、学生をリセットする機会が増すことであり、学生自らが志し高く自己変革を促す場、すなわちインターンシップを義務付けた結果によってはじめて生まれている。

インターンシップに当たって

机上の教育を離れ、産学協働の現場体験を重視した授業を定着させるには、インターンシップに適した受け入れ先、受け皿となる部署の教育担当者に施す教育や教育カリキュラムの整備など、実施に先立って企業と十分な意思の疎通を図り、産学双方が理解の一致を見ることが大切だ。昨今は、就職に際し本番の入社試験に有利という謳い文句で、偽インターンシップを実施している会社が増えている。こうした傾向の内実は、カリキュラムもなく、もちろん大学とは関わりはない。学生が自己責任で参加している。人材の青田買いを進める企業の体の良いインターンシップの実態だ。従って、大学は学生に、大学から企業に、企業は人事部が関与して、インターン研修生の養成を図る指導担当者に、それぞれが養成の理念を理解し、カリキュラムを共同で開発するなど、産学協働の連携が大切になってくる。その前にインターンシップの有為性を学生に説くには、まず大学が「必須単位化」のために、率先して総合的に取り組まなければ解決しない。

インターンシップ実施のための働きかけ

アニメ専門学校では、従来から就職に際し、その予定先企業へのインターンシップを制度的に取り入れていた。最近では、教育業界とアニメ関連会社との人材協働育成活用システムともいわれ、アニメ関連事業者と企業内「研修」などの教育システムを委託する機能がでている。

最近の例では、韓国政府機関「韓国文化コンテンツ振興院」と日本の派遣会社が協働で、「文化コンテンツ業界限定韓国人インターンシップ受入企業の募集」～（日本語が堪能な韓国で活躍している優秀な人材を日本に受け入れてもらう）インターンシップ制度の運用を図っている。

国家的スタンス

米国では映像系大学の講師など、映像関係の職種ということだけで60万人の雇用が存在しているという。また、フランスではアンテルミッタン・デュ・スペクタクル（非常勤芸術従事労働者）という制度があり、活動実績があれば国民保険や年金のほか、失業保険を受けることも可能になっている。日本ではそういう受け皿がなく、「大家（たいか）」と呼ばれるような人ですら本業では食えず、アルバイトをして生計を立てるのが現実だ。

そこで生まれた組織がある。映像産業振興機構は、小泉首相（当時）を本部長として2003年に設置された知的財産戦略本部の支援を受け、アメリカのAFI（American Film Institute）やイギリスのUKFC（U.K. Film Council）に相当するような組織を目指し、映像をはじめとしたコンテンツ産業の振興のための組織として設立された。インターンシップによる人材育成、新規市場開拓、優れたコンテンツの発掘や、若いクリエイターの支援をするために、経団連加盟のエンターテインメント系企業で組織された非営利活動法人だ。

0. スタートは独自の公聴会から

筆者がすすめるインターンシップは、九州大学大学院入試に合格し、かつ文部科学省科学技術振興調整費・新興分野人材養成プロジェクトの『先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット』に入学した修士1年生、2年生の選択科目「知財化促進・インターンシップ」履修者を対象に教育している。単科専門性の育成ではなく、複眼的な能力を備え、価値観の違う多様な人材を率いるリーダー人材を育成するためには、インターンシップ受け入れ先の企業にも、こちらの意図を共有してもらうことが大切だ。

履修生は公募を原則とし、選抜者は事前研修を義務付け公聴会に臨む。ここでいう公聴会はおそらくどの大学でも実施されているものではない。筆者が編み出した独自の公聴会とは、インターンシップ研修に赴くことを前提にした履修生の最初の関門に用意されたものだ。多くの企業をはじめ、経済産業省、映像産業振興機構、日本経団連、地元財界、地元自治体やマスコミ関係者の前で、自分が進みたい将来について、自己アピールするプレゼンテーションの場（はじめて自分のポートフォリオを作成した

学生が、自分の将来について聴いてもらうための公の発表の場)を称している。公聴会に出席のゲストは、ただ聞くだけではない。講評や別表(表-1, 表-2)の採点も求める。はじめて学生が外の厳しい評価にさらされる場として設けている。

- Q 1: 御社ではこれまでインターンシップを行い、学生を受け入れたことがございますか?
 Q 2: 産業界及び研究機関が変わっていくきっかけとして、インターンシップに意義があると思いますか?
 Q 3: 産学官連携の方法として、インターンシップは有効であると思いますか?
 Q 4: 本日のセミナーに参加されて、本インターンシップ・プロジェクトに興味・関心を抱かれましたか?
 Q 5: インターンを実施するに当たり、本日のような学生選抜会の開催は有効だと思えますか?

表-1. 公聴会参加者にお問い合わせするアンケート用紙サンプル

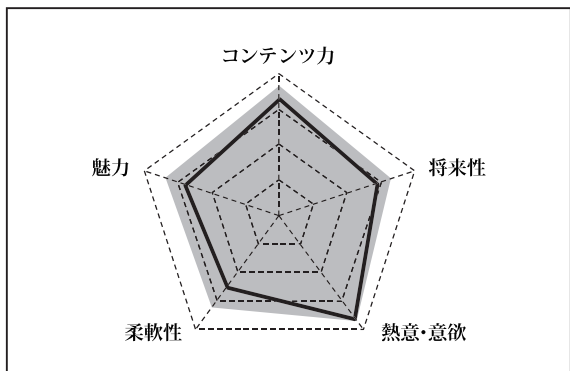


表-2. 記入後のレーダーチャートサンプル

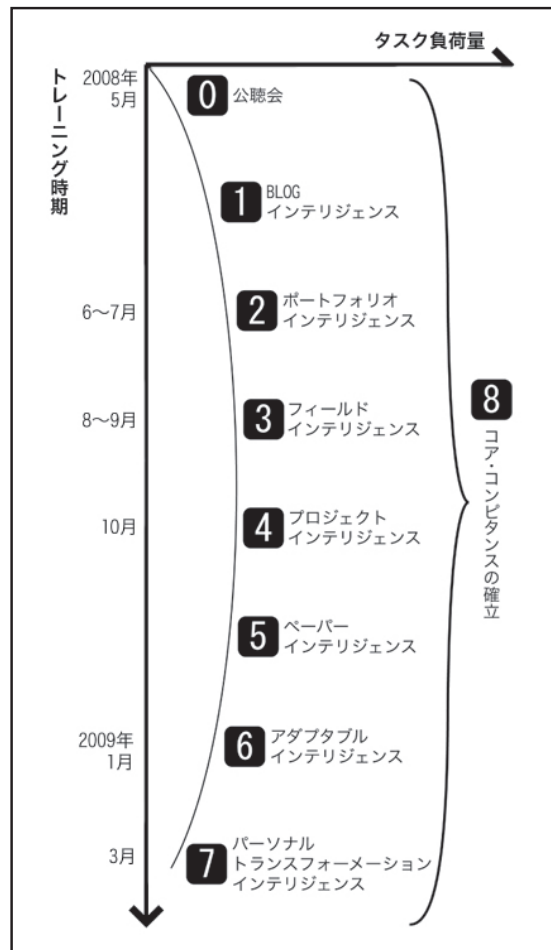
インターンシップ履修者の本籍は大学だ。当然ながら、社員に混じって研修の場を与えられても、社員教育と同じカリキュラムは施されない。

公聴会は、「この学生なら、我が社で研修の場を提供しても良さそうだ」と、思える人材を指摘してもらえる機会でも有り、学生が産業界、官界の第一線の方々と触れ合う交流の場でもある。

Dr. Sunach モデルインターンシップ教育の特徴

筆者の履修生に課すインターンシップは、0.事前準備と、7つのインテリジェンス、そして8つ目のコア・コンピタンスの確立までのプログラムを約1年かけて履修することで自己確立を促す特徴的なカリキュラムである。不可欠なのが産学協働の現場教育であり、同時に現場と机上を往復しながらプロジェクトを実践することである。

これらの項目を大よそ1年の時間をかけ総合的に実践する、筆者講座の特徴を成す教育カリキュラムの概念図を以下に示す。



1. カリキュラムの特徴と流れ (総時間数: 300)

1. Blog・インテリジェンス

現場と研究室はBlogをポータルにして、教官と履修生全員のコミュニケーションの強化を図る。そのための準備は履修生に課される。出身がそれぞれ異なる研究室から集まった履修生の意思の疎通を速やかにすすめる方法の一つにBlogを位置づけた。またそれを可視化したことで、お互いの考えを理解し合う増進に寄与している。(研修先の違う間でお互いの無事を確認するライフラインの意味も含まれる。Blogの設計から運用まですべて学生の手で演習させる)。下記アドレス参照:

http://www.adcdu.com/adcd_u_intern/2008/

日付	トレーニング
6月9日	BLOGインテリジェンス(1)
6月12日	BLOGインテリジェンス(2)
7月1日	ポートフォリオ・インテリジェンス(1)
7月4日	ポートフォリオ・インテリジェンス(2)
7月8日	プロジェクト・インテリジェンス(1)
7月11日	プロジェクト・インテリジェンス(2)
7月15日	プロジェクト・インテリジェンス(3)
7月18日	プロジェクト・インテリジェンス(4)
7月22日	プロジェクト・インテリジェンス(5)
7月23日	プロジェクト・インテリジェンス(6)
7月25日	プロジェクト・インテリジェンス(7)
7月28日	プロジェクト・インテリジェンス(8)
7月29日	ペーパー・インテリジェンス(1)
7月31日	ペーパー・インテリジェンス(2)
8月5日	ペーパー・インテリジェンス(3)
8月9日	ペーパー・インテリジェンス(4)
8月11日	ペーパー・インテリジェンス(5)
9月4日	プロジェクト・インテリジェンス(9)
9月6日	プロジェクト・インテリジェンス(10)
9月19日	プロジェクト・インテリジェンス(11)
9月20日	プロジェクト・インテリジェンス(12)
9月21日	プロジェクト・インテリジェンス(13)
10月1日	プロジェクト・インテリジェンス(14)
10月2日	プロジェクト・インテリジェンス(15)
10月3日	プロジェクト・インテリジェンス(16)
10月4日	プロジェクト・インテリジェンス(17)
10月5日	プロジェクト・インテリジェンス(18)
10月6日	プロジェクト・インテリジェンス(19)
10月8日	プロジェクト・インテリジェンス(20)
10月15日	プロジェクト・インテリジェンス(21)
10月18日	プロジェクト・インテリジェンス(22)

2. ポートフォリオ・インテリジェンス

履修生が最初にぶち当たる壁。このインテリジェンスは、本講座の特徴的プログラムである。英語本来の意味は、プロダクト・ポートフォリオ (product portfolio) のように製品の性質などを表す言葉として用いられる。履歴書の書き方を教えることではない。自分を商品や製品と見立て、自分の成育歴から学歴やスキル、アルバイト経験、ボランティア歴、将来目指したい夢に至るまでの自分のプロセスを情報として、一つのコンテンツにまとめる教育を目指す。もちろん出来栄を競うビジュアル力を観察す

ることや、プレゼンテーション力を養う指導を主眼に、インターンシップ派遣に備える。開始当初はまったくできない。欧米の学生には簡単な事でも、日本の学生には難しい。自分の良い点を直視して他人にアピールすることや、自分を可視化した資料で他人にプレゼンすることなど慣れていないからだ。そこで過去から現在までを丁寧に拾うことを何度も、何度も繰り返し指導しなければならない。コンテンツ業界のリーダー人材を養成目標に置く教育の第一歩は、自分自身をコンテンツとしてつくることからスタートする。

3. フィールド・インテリジェンス

インターンシップで「養成すべき目標像」の把握のために、履修者それぞれで異なるバックグラウンドや性格、癖、将来への考え方、資質などは、前項のトレーニングを通して大方の把握はできる。

ここでいうフィールドとは、産業界の現場を指す。インターンシップは、キャリア養成の重要な場であり、企業が催す社員教育の疑似体験の場ではない。講義と現場訓練、論文を書くための思考能力の養成は大学に役割があるのは当然だ。インターンシップは、履修学生を学外に派遣して研修させる授業である。並行して、(学外に出ると逆に) 大学にコンテンツ制作会社のプロを招き、集中講義によって産業界の現状と課題を学生に与え解決を図る刺激的方法としてインターンシップを位置づけ、集中講義に当てて進めている。

その概念図を参考に示す。

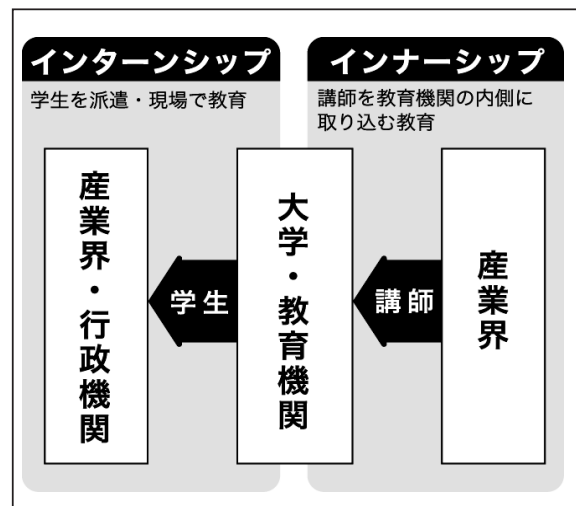


図2. インターンシップとインナーシップ

4. プロジェクト・インテリジェンス

A. プロジェクト (英: project) とは、何らかの目標を達成するための計画を指す。説明するまでもなく、どちらかと言えば、小さな目標の達成のためのものではなく、大きな目標を集団で実行するものを指すことが多い。その計画の実現のためのタスク(仕事)の実行までを含めてというのが一般的だ。ウィキペディア百科事典によると、語源としては、project = 前方(未来)に向かって投げかける構造になっていると書かれている。ここでの集団は、履修生を一個のチームにして、チーム全員に共通の目標とタスクを与え、時間管理はもちろん工程管理、全てを彼等に委ねて実施させるプログラムを指導している。一人ひとりの癖に合った、適材適所の役割分担は学生同士に決めさせ、目標を達成させる。ここ4.では、研修中の派遣先企業とプロジェクトの工程が同時並行で進む。個々それぞれに就いた研修先と、職場の違う履修生それぞれがコミュニケーションの方法を編み出し、プロジェクトの完成のためにどこで力を集中するかを考えさせる。

今年の大きな成果として、Skypeによるコミュニケーションの優位性を見出した。その過程で重要視すべきことは、誰がリーダーシップを発揮するかを観察することだ。指導は、プロジェクト達成を第一義に据え、学生の工程管理責任者の目線に沿って、監督指導することが望ましい。

<プロジェクトの成果>

http://www.adcdu.com/adcdu_intern/2008/fcc/

B. 展示会出展 (Presentation) とは、上記Aのプロジェクトで完成させた作品、計画提案、研究成果の情報を、学会会議での発表と展示会場で聴衆に対して発表することも本プロジェクト・インテリジェンスの目標としている。東京・お台場の未来科学館を会場に催されるデジタルコンテンツ EXPO 内の学術イベント、ASIAGRAPHでのプレゼンテーションの意味でもある。

ペーパーすなわち論文に書くことと、展示することや、発表することはまるで異なるロジックを同時進行で実践させるプログラムだ。

<プロジェクトの成果>

【INTERNET WATCH】

<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/event/2008/10/24/21299.html>

【GIZMOD OJAPAN】

http://www.gizmodo.jp/2008/10/dc_expo_2008_4.html

5. ペーパー・インテリジェンス

ペーパーとは論文(ろんぶん)のことをいう。研究成果などのあるテーマについて論理的な手法で書き記した文章という意味で、当講座においては本報告書に記載する論文を執筆することをゴールとして、国際学会に英語で論文投稿するというトレーニングを課している。前項と連動のプロジェクトの一環をなすプログラムである。

今年度においては前節で述べた4.プロジェクトの目標を、コンテンツ大国を標榜する一環で政府が主催するJAPANコンテンツ・フェスティバルのひとつ、ASIAGRAPH(日本VR学会の査読付論文公募)への応募とした。また査読採択後は、出展して発表することに据えた。そのためには、履修生の研究実績を引き出し、かつ履修生全員が参加して共同研究できる力量にあった実現可能なテーマに絞ることから始めなければならない。さらにはペーパーを書けない履修生を動機付けるハードな思考力開発プログラムだ。結果として、論文は採択され、チームによる共同研究によって彼等の眠ったロジックを引き出した効果は大きい。

6. アダプタブル・インテリジェンス

英語の【形: adaptable】、順応 {じゅんのう} できる、順応性 {じゅんのう せい} のある、融通 {ゆうずう} の利く、柔軟 {じゅうなん} な、適合性 {てきごうせい} [適応性 {てきおうせい}]・順応性 {じゅんのう せい} のある、柔軟性 {じゅうなんせい} のある、調節 {ちようせつ} [調整 {ちようせい}] 可能 {かのう} な、などの意味がある。ここでは、adaptable fighting potential = 即戦力の意味も兼ねる。プログラムのミッションは社会の即戦力ニーズに相応しい社会人基礎力を養成する目的で、昨年末取り組んだ「第一回・社会人キャリア力育成検定」を通して、インターンシップとキャリア教育の有り方を研究した。履修生の社会人として必要な能力を客観的に評価し、学生と指導教官の間で共通認識を

共有化する。受験した6名の学生には、社会人基礎力12領域・社会常識力4領域、計16領域のレーダーチャートがフィードバックされる。これにより、自分の得意領域(強み)を伸ばし、不得意領域(弱み)を補強する課題が指標化される。避けがたい流動化・複雑化はげしいグローバル経済下にあって、自分はどうのように成長していくべきかを履修生と共に考えるプログラムである。

7. パーソナル・トランスフォーメーション・インテリジェンス (=personal transformation)

参加者それぞれが、自己変革を遂げる undergo personal transformation ために、前6項までの履修プログラムの全てが、履修生の目標達成のために必要不可欠な講座の哲学を成している。知識の教育だけではない。知恵を身につける教育こそ、今最も社会から期待されている。1. のポートフォリオ・インテリジェンスからはじまる約1年間のインテリジェンス教育。インターンシップとは、会社研修に出すだけでは事足りないことが理解いただけるだろう。社会人基礎力を養い育てるためには現場教育を挟む前後を大学でホローアップする教育があって、は

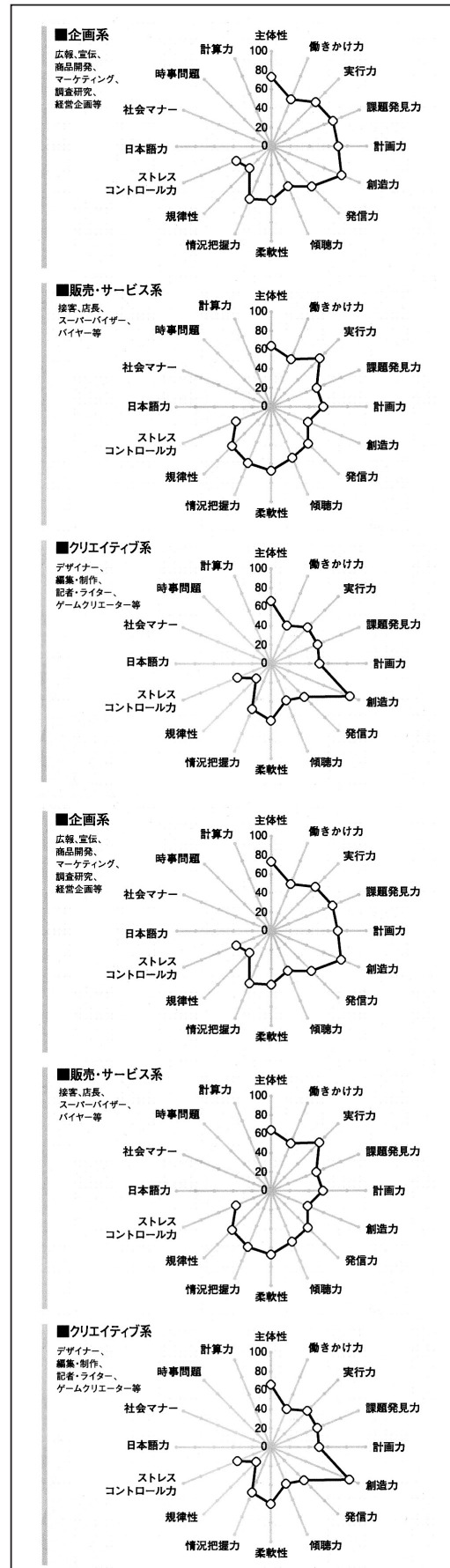
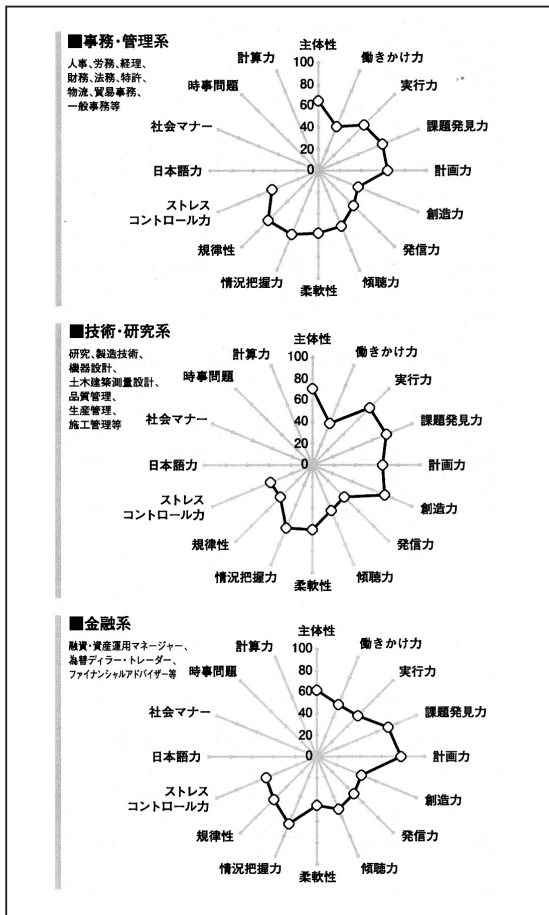


図3. サンプル 業種別の「求める人材像」調査結果 (産経新聞 社会人キャリア力育成検定より)

じめて効果を生む。ヒヨコ同然だった履修生が、このインテリジェンス・プロセスを経て、「自分は何者か、その存在と意義を自覚」でき、他人にプレゼンできるまでに自己変革＝Changeする。本講座は人材養成がミッションである。すべての知恵やノウハウは個人に宿る。そこにスイッチを入れリセットすることによって、学生自ら自己変革を遂げることを促すプログラムをここに位置づける。

8. コア・コンピタンスの確立

英語の core competence を和訳すると、〔自社ならではの価値を提供できるもの。自社事業の核となるノウハウや強み。〕とある。

筆者の講座は、前7項までにあるインテリジェンスを総括することで学生のコアの確立を目指している。インターンシップ教育とは、単に学生を企業に派遣することで社会人基礎力は備わらない。筆者が(図〇)に示す独自のプログラム・サイクルによって実践できる。これは偏に、コンテンツ大国を標榜する我が国の新興分野人材養成のミッションに沿うための現場教育のあり方や、産学協働の方法、履修生のキャリア力形成に欠かせないコアを確立するために必須のポイントである。

多様化するインターンシップと定着化のための課題

第一、企業が独自に企画するインターンシップ。インターンシップの名の下に学生の食欲をそそり、アルバイトやパートなどの代替人材として学生を無報酬で活用するもの。また企業として、受け入れが整っていないにも関わらず受け入れ、場当たりに、学生を使役に使うケースが現れ始めた。こうした結果は、大学がインターンシップを単位として認定し、それに積極的に関与する姿勢が極めて薄いからだ。しかし無視できない問題となっている。これは関心の薄い大学を経由せず、企業が独自に始めるインターンシップに学生が簡単に応募するという、傾向が増えている裏づけでもある。すなわち、大学の側に潜在する、「インターンシップは教育にあらず」という、間違ったプライドでもあろう。したがって、ウィークポイントを巧みに突いた企業の、インターンシップと称した似非にだまされ、学生被害者を生む問題が生じる。大学は本来、品格ある知的な社会機能である。にもかかわらず、こうした問題に関心を装う大学は多い。

第二、インターンシップを実現する大学が増えるだけでなく、学生もインターンシップの価値を見出し始め、参加を希望する学生が増えることで生じる問題だ。つまり、学生の参加目的も多様化しているため、求める企業側の像と、学生の求めるインターンシップの利用価値に乖離が生じている。例えば、参加企業への就職を希望する学生や、単位認定のある大学では、単位取得のみを参加の目的にしている学生、またインターンシップに参加するために必要な基本的マナー（企業の入社・退社時間の時間厳守ルールや礼儀など）を身につけてなく、友人が行くから付いて行くような、無感覚で目的意識の欠如した問題も、価値観の多様化として指摘されている。

第三、参加学生の中にはインターンシップを、就職活動同様の理解で位置づけた者が増えている点だ。これらの学生は、予め就職ランキング上位企業を調べて、インターンシップを希望する傾向が強い。こうなると、大学としては学生の希望をすべて満たすことが難しくなり、企業としても学生の受け入れを希望しても、学生が集まらないという mismatches が生じる。予期しなかった事態であり、今的な問題となっている。大学経由のインターンシップでは、企業の受け入れ枠が残っていても、就職ランキング上位にないと企業に、学生の希望が合わないから大学経由のインターンシップを避けるようになる。裏返せば、インターンシップを教育だ、とする自覚が薄い大学の証左であり、就職率の高さを大学入試の営業案内にしてきたツケが、形を変えて表れている。

第四、送り出す側の大学と、受け入れる側の企業に、インターンシップに期待する目的が違いすぎる問題だ。インターンシップを実践する大学の多くは、当然のことながら単位認定教育の一環としての位置づけが明確に示されている。一方の受け入れ企業の中には、学生の就職意識の啓発に積極的な関心を示すところは少ないとされている。それよりも、自社のPRに結びつけるために幅広く公募して、独自に選考することや、学生を繁忙期の人手とする企業が少なからず多いことも、理解しておく必要がある。

第五、インターンシップの目的に即した大学側の送り出し方法（事前、事後教育）や、企業側の受け入れプログラム（内容、期間）が求められる。例えば、大学として学生の就業意識を調査した上で、それに基づいた派遣プログラムを開発することや、派

遣前の教育を企業の担当者に来てもらうなど、協働して演習したり、学生を顧客と捉え、就業意識に対応した受け入れ先の選考をすすめることなどに、状況が変化している。

第六、インターンシップを実施するのは、目的が学生の就業意識の啓発だけでは継続的にすすめることは難しいとする企業が増えている。つまり、受け入れる企業側の学生指導担当者にとって、受け入れるメリットがあることを、十分に会社側から明らかにされていない場合、企業トップが社会貢献の旗をいくら振っても拡大は難しい。

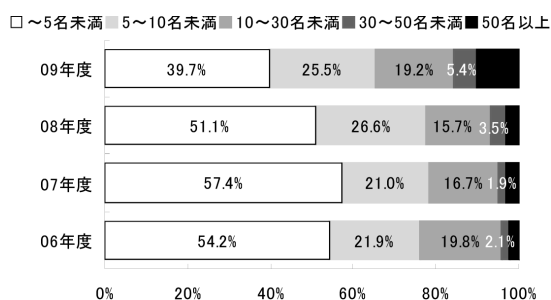


表-3. インターンシップ受け入れ人数 (エン・ジャパン株式会社 2009年度新卒採用総括調査より)

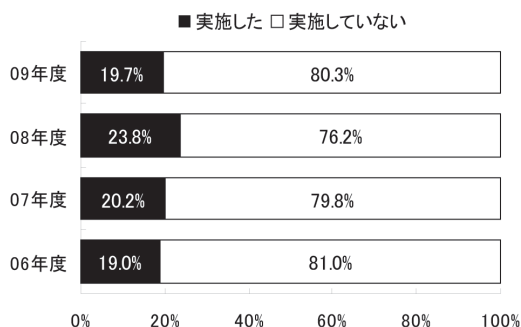


表-4. インターンシップ実施企業数 (エン・ジャパン株式会社 2009年度新卒採用総括調査より)

インターンシップの活性化を図るために

本文冒頭で述べたように我が国は、「コンテンツ大国」標榜している。金融危機の影響に加え、急速な円高の進行による輸出企業の景況悪化は、日本経済全体を暗い陰で包んでいる。そんな中でも、経済産業省は Creative Industry (創造型産業) 時代への転換点が来るという。金融不安発祥地の米国では、ハリウッド映画の映画館興行が国内外ともに過去最高額を達成するなど、不況に強いコンテンツ産業を実証している。我が国映画市場全体をみると、邦画が過去最高の興行成績を上げる一方、NintendoのWiは2兆数千億円の売り上げで単独一人勝ち。不況どこ吹く風の勢いだ。

しかし、アニメ制作、他のゲームといった我が国コンテンツ産業の元気どころも、一昨年、若しくは昨年をピークに数字は下回り傾向にあり、総じて観ると、コンテンツ産業を巡る状況は決して甘くない。また、広告媒体としてのメディアの急速な収入減少は、コンテンツ業界全体に、きわめて厳しい。インターンシップも企業の現場でただ研修すればいい、という意識では効果は薄い。学生であっても、日本の社会構造がある程度読める訓練が、筆者が主宰するインターンシップ・インテリジェンス教育の主眼だ。つまり、筆者はコンテンツ産業、すなわち Creative Industry (創造型産業) の次世代のリーダー人材の養成をエンドポイントに、参加者各々に求められたソフトパワーを導き高めることが、インターンシップの活性化を図る重要なポイントと位置づけている。

ソフトパワーは、「魅力によって相手を惹きつける力である (ハーバード大学ケネディスクール 学長 ジョセフ ナイ教授)」という。グローバル時代、豊かさを享受して活気ある社会にするために、コンテンツ創造者を束ねるリーダーの役割が期待される所以だ。

氏名	学年	専攻
森根 光春	修士1年	芸術工学
三宅 佑治	修士1年	芸術工学
柳 竜馬	修士1年	デザインストラテジー
田尻 力也	修士1年	芸術工学
山崎 隆弘	修士1年	芸術工学
福島 貢太	修士2年	芸術工学
児島 理華	修士2年	デザインストラテジー

表-5. 受講生の所属一覧

氏名	勤務・就学先
有吉 信寛	東京藝術大学大学院 映像研究科 博士後期過程
久原 幹央	株式会社アサツー ディ・ケイ
寺岡 善彦	株式会社QTR
阿部 慎太郎	西日本電信電話株式会社
大塚 健司	日本SGI株式会社
亀井 敏弘	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
豊田 耕治	三菱プレシジョン株式会社
西村 泰治	NTTアドバンステクノロジ株式会社
王 婷婷	株式会社電通九州
児島 理華	九州大学大学院 芸術工学府
福島 貢太	株式会社 博報堂DYメディアパートナーズ
李 娜	トランスコスモス株式会社

表-6. 卒業生の勤務先および就学先一覧

§ 3

ポートフォリオインテリジェンス I

表題の意味は p19 「2. ポートフォリオインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会

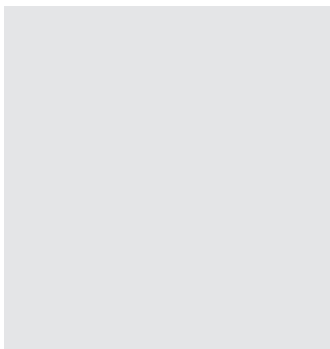
ポートフォリオ	田尻 力也
ポートフォリオ	三宅 佑治
ポートフォリオ	森根 光春
ポートフォリオ	柳 竜馬
ポートフォリオ	山崎 隆弘

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会

INTERNSHIP PROJECT



@九州大学ユーザーサイエンス機構・大橋サテライトLUNETTE



ADCDUインターンシッププロジェクト
INTERNSHIP 2008

**第3回
インターンシップ教育
参加希望学生選抜公聴会**



当該科目「知財化促進・インターンシップ」におけるインターンシップ研修の前段として、去る2008年5月3日(土)、九州大学ユーザーサイエンス機構・大橋サテライトLUNETTEを舞台に研修を希望する受講生の選抜公聴会を実施しました。

選抜公聴会とは、受け入れ先候補団体の担当者を前に受講生が熱意や意気込みをプレゼンテーションし、これを評価されることで研修に出る許可を得るもので、一昨年より実施している当該科目の恒例行事です。

本年は5名の受講生全員が選抜公聴会へ参加し、それぞれの派遣希望先担当者による審査を受け、実際にインターンシップ研修へと派遣されました。

この度は、地域社会に貢献する事業として、併せて株式会社シンク代表取締役CEO森祐治氏による基調講演「コンテンツ／人材／テクノロジー」も開催され、多くの来場者を得ることができました。

御来場くださいました皆様、まことにありがとうございました。



時間	予定
9:30 -	先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 代表挨拶 源田悦夫 科目担当教官挨拶 砂田向壺
10:00 -	基調講演「コンテンツ／人材／テクノロジー」 講師： コンテンツキャピタルカンパニー 株式会社シンク代表取締役CEO 森祐治氏
11:00 -	休憩 (10分間)
11:10 -	インターンシップ参加希望学生選抜公聴会 11:10 - 11:22 山崎隆弘 11:24 - 11:36 柳竜馬 11:38 - 11:50 森根光春 11:52 - 12:04 三宅佑治 12:06 - 12:18 田尻力也 ※プレゼンテーション6分、質疑応答4分
12:20 -	休憩 (10分間)
12:30 -	インターンシップ参加希望学生選抜公聴会 講評・合否発表 ※プレゼンテーションについての講評と判定

インターンシップ2008選抜公聴会

ADC DU インターンシッププロジェクト
INTERNSHIP 2008

田尻 力也

Rikiya Tajiri

ADC DU 修士1年



昭和 60年 6月 13日
福岡県大牟田市

「つながりを大切にする」

これまでの人生で、
たくさんの人やモノに出会ってきました。
そのひとつでも欠けていたら今の私はありません。
ひとつひとつが私の からだ と ころ を つくっています。

祭り好き 企画好き

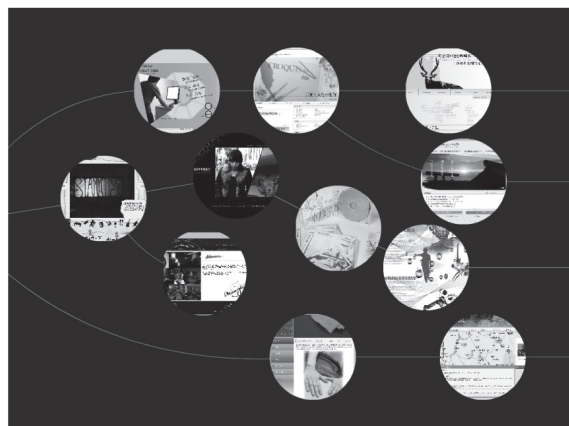
経歴

2008年4月九州大学大学院芸術工学府 デザインストラテジー 入学
2008年3月九州大学芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業
2004年3月福岡県立三池高校 卒業
2001年3月大牟田市立米生中学校 卒業

性格

小・中・高校すべて生徒会に所属
中学時代 生徒会長

大牟田の祭 「大蛇山」



得たもの

ソフトウェア：Adobe Photoshop, Illustrator
Dreamweaver, Flash, Premier

プログラミング：ActionScript2.0/3.0, javascript, html, css
PHP, Perl, MySql

webデザインをきっかけに
インタラクションデザインに興味を持つ

「人と人、人とモノの つながり を
もっと楽しくすることはできないか」

?

父の日

卒業研究

文字を介したコミュニケーションの視覚化
非同期的なインタラクションの実験

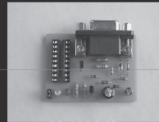


目を離していると、父の行から一語の音がこぼれ、耳を引き取りました。

現在勉強中

身体的なデバイス制作のための知識

- ・PICを用いた電子回路
- ・C言語



科学技術

デザインストラテジストとして

- ・プロデューサー原論
- ・プロジェクトマネジメン
- ・ブランドビジネスデザイ
- ・知的財産権論

産業学

目指すもの

任天堂 wii や、Apple iPhone などのように、
革新的な インターフェース と コンセプト で
人々の生活がもっと豊かに・楽しくなるような
イノベーションを起こしたい！

そのために、...

もっと

うれしい

田尻 力也

たのしい

たじりりきや

きもちいいを

科学する

インターンシップ2008選抜公聴会

ADCDU インターンシッププロジェクト **INTERNSHIP 2008**

三宅 佑治

Miyake Yuji

ADCDU 修士1年

自己紹介

- 三宅 佑治 (みやけ ゆうじ)
- 1984年9月28日誕生
- 福岡出身
- 2008.4 九州大学大学院芸術工学府芸術工学専攻 入学
先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット所属
- 2007.3 九州芸術工科大学 芸術情報設計学科 卒業
- 2003.4 九州芸術工科大学 芸術情報設計学科 入学
- 2003.3 福岡県立福岡中央高校 卒業



少年時代の私

- 小学生時代 ものづくり大好き少年
学級新聞の発行や、自作マンガ冊子をつくり友人に配る。

大学での活動

九州芸術工科大学 芸術情報設計学科入学

科学技術を使った芸術を学びたい

映像コンテンツをつくり始める

習得技術 (主に動画処理技能)
Adobe premiere Adobe after effects
Adobe illustrator Adobe photoshop
3ds Max Cubase Nuendo
Microsoft word Microsoft excel

作品紹介1

「幸福な最期」 社会テーマ:高齢化社会



受賞歴「第3回せとうち映像祭 奨励賞 受賞」

作品介绍2

「ケイコワ」 社会テーマ: 母子の心理的虐待



もっと大きな世界で
コンテンツの持つ力を感じたい

2008.5.21-25日
SICAF(世界5大アニメ映画祭)にて



受賞歴

- ① 世界5大アニメ映画祭の1つ
SICAF2008 (ソウル・カートゥーン&アニメ国際映画祭)
(韓国) 招待上映
- ② 映画監督の登竜門
ぴあフィルムフェスティバル2008
(日本) 入選
- ③ 米アカデミー賞公認 アジア最大の短編映画祭
ショートショートフィルムフェスティバル2008
(日本) 入選

世界トップレベルの映画祭に挑戦

出品映画祭

- ・ アヌシー国際アニメーション映画祭 (フランス)
- ・ オタワ国際アニメーション映画祭 (カナダ)
- ・ アニマフェスト国際アニメーション映画祭 (クロアチア)
- ・ SICAF (韓国)
- ・ アニフェスト国際アニメーション映画祭 (チェコ)
- ・ ブラッドフォード国際映画祭 (イギリス)
- ・ タンペレ国際映画祭 (フィンランド)
- ・ オーバーハウゼン国際映画祭 (ドイツ)
- ・ ショートショートフィルムフェスティバル (日本)
- ・ ぴあフィルムフェスティバル (日本)
- ・ イメージフォーラムフィルムフェスティバル (日本)
- ・ ラビュタアニメーションフェスティバル (日本)

世界5大アニメ映画祭

大学で学んだ科学技術をもって

コンテンツの持つ力を

社会でもっと活かしたい

その為に

コンテンツを”伝える力”を知りたい

産業界の現場を体験し、
地デジやワンセグなどの最先端科学技術を始め、メディアが持つ力を肌で感じたい。

大志

社会にメッセージを

放送局に入って、より影響力のある仕事がしたい。

映像コンテンツの持つ力で
もっと社会を良くしたい

インターンシップ2008選抜公聴会

ADCDU インターンシッププロジェクト
INTERNSHIP 2008

森根 光春

Mitsuharu Morine

ADCDU 修士1年

自己紹介

「直感」

素直に感じる感動を第一に、行動し、自分の視野を拡げて成長する。

映像技術との出会い

アニメーション映画 デズニー「ダイナソー」

6500万年前の白亜紀を、当時の最新のデジタル技術により、全編1245カットに渡って最先端の特殊効果を用いて再現。

専用の最先端デジタル・スタジオ
《ザ・シークレット・ラボ (TSL)》を建設



第一の直感

アニメーション表現に隠れた科学技術による再現性に感動した。

「表現を科学的に探求できる大学へ進学したい！」

大学へ進学

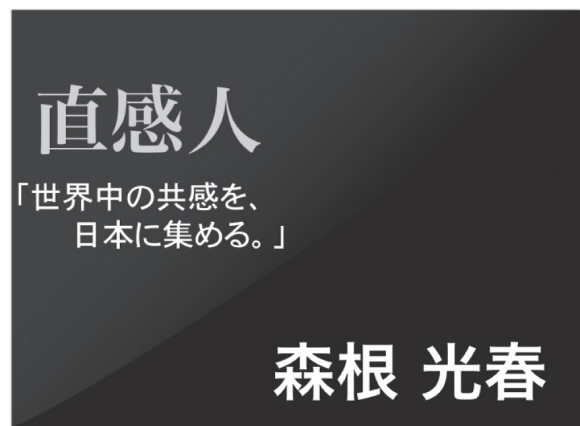
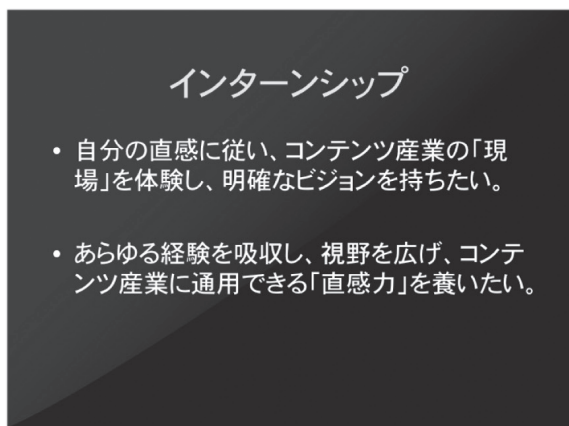
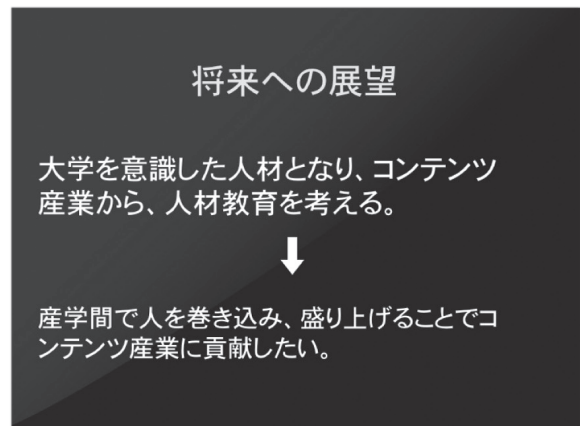
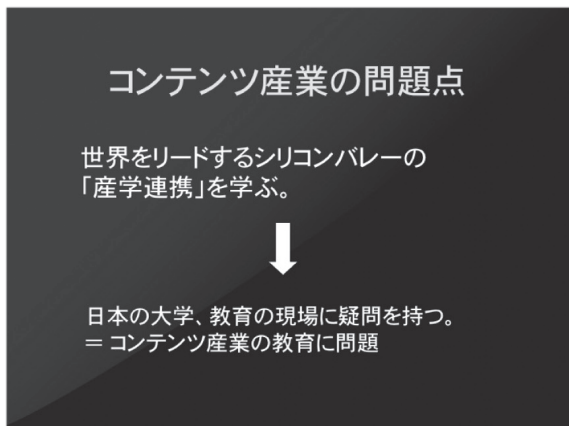
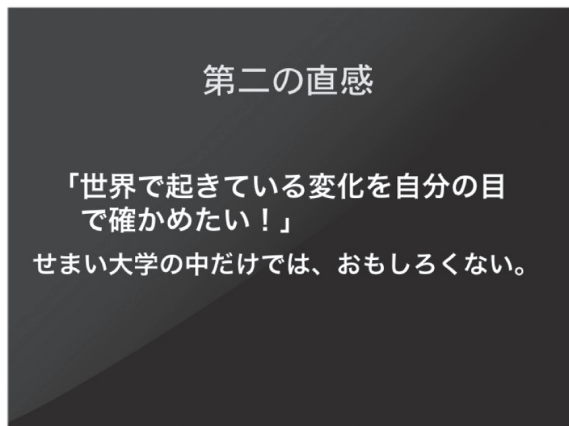
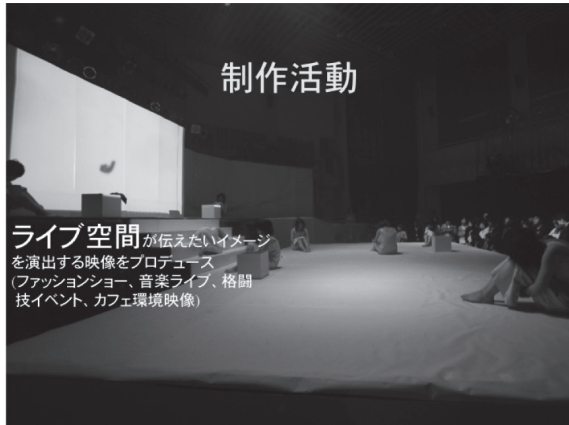
2008年4月 九州大学大学院 芸術工学研究院
先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 所属

2008年4月 九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻
コンテンツ・クリエイティブデザインコース 修士課程 入学

2008年3月 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業

習得技能: 映像処理 (Adobe AfterEffects, Premiere.)
画像処理 (Adobe Illustrator, PhotoShop)
CG制作 (3D Studio Max)
映像のミキシング (Roland 4ch video Mixer)
データベース構築 (MySQL)
プログラミング (Dreamweaver, PHP)





柳 竜馬

Ryoma Yanagi

DS 修士1年

発表の手順

- 1 自分はどういう人間か
- 2 今まで何をやってきたか
- 3 現在考えていること
- 4 将来どうなりたいか

自分はどういう人間か

DESIGN STRATEGY

略歴 2008年 九州大学大学院 芸術工学府
デザインストラテジー専攻 入学
九州大学 芸術工学部
環境設計学科 卒業

習得技能 CAD
 VectorWorks
 FormZ

Publish Design
 Adobe Illustrator
 Adobe Photoshop
 Adobe InDesign

Office
 Microsoft Word
 Microsoft Excel
 Microsoft Powerpoint

1

今まで何をしてきたか

設計をする際にいつも考えること...

いかにその **土地の価値** を引き出せるか
つまり、
いかに**土地をプロデュース** できるか

2

今まで何をしてきたか



JIA全国学生設計コンクール
九州代表

2

今まで何をしてきたか



アイランドシティ
フォーワーショップ
代表選出

アイランドシティに対する
建築の提案



2

今まで何をしてきたか

山王マンションリノベーションコンペティション2008



このマンションが持つ古い魅力
に新しい価値を付加する。

ここでしかできないプランの提案。

2


現在考えていること

建築設計ばかりやってきたため・・・

3


現在考えていること

視野が狭くなっているのではないか



学生の設計は個人プレーばかりではないか

現在考えていること



インターンの目的

外へ出て、視野を広げたい

外へ出て、現場のチームプレーを見てみたい

将来どうなりたいか

建築界を変えてみせます。

世の中に大きな影響を与える

仕事がしたいです。

4

建築界で

大きく

なりたい

柳 竜馬



インターンシップ2008選抜公聴会

ADC DU インターンシッププロジェクト
INTERNSHIP 2008

山崎 隆弘

Yamazaki Takahiro

ADC DU 修士1年

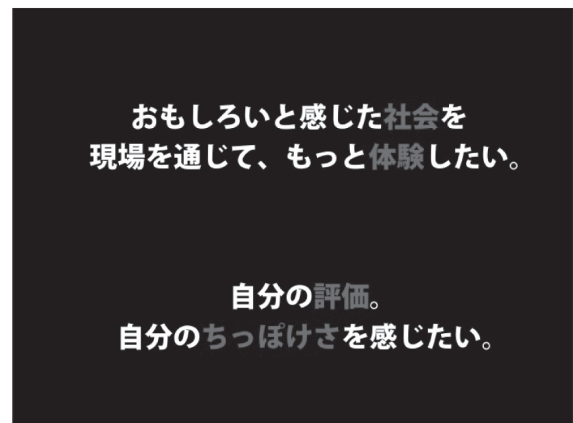
山崎 隆弘 (やまざき たかひろ)

- ・ 出身地：東京都
- ・ 生年月日：1986年2月24日
- ・ 趣味：剣道・バドミントン
- ・ 習得技能：サーバ構築 (Linux)
データベース (MySQL)
言語 (HTML, CSS, PHP)
WEB制作 (Dreamweaver, Flash)
画像処理 (Photoshop, Illustrator)

山崎隆弘とは、何者か。

おもしろい
と感じたら、突っ走る。

「自分の常識をぶち壊してくれる
もの」が、好きです。



§ 4

集中講義

CONTENTS

集中講義資料 講師 森 祐治

集中講義

平成 20 年 7 月 13 日～ 14 日にかけて、株式会社シンク代表取締役社長・森祐治氏を講師にお招きし、「知財化促進・インターンシップ～デジタルコンテンツの戦略的展開に関する演習～」と題した講義を開講いただきました。

時間割

7 月 13 日 (日)	3 時限目	4 時限目		5 時限目
	「東京動画革命」	「デジタルコンテンツ産業界における今日的課題 ～ソフトバンクの iPhone 戦略を例に」		
	講義	講義、 分析演習（発表準備）		分析演習（発表準備）、 発表、講評
7 月 14 日 (月)	1 時限目	3 時限目	4 時限目	5 時限目
	「プレゼンテーション力～わかりやすく説得力のある提案の作り方」			
	分析演習 (発表準備)	発表、講評、講義	分析演習 (発表準備)	発表、講評、総括

資料



株式会社シンク

Copyright © 2008 THINK Corporation All rights reserved.

本日の目的と達成目標は...

目的: プレゼンテーションの基本を習得する

レクチャー>ワークショップ>発表>ピア・エバ
リエーション+フィードバックで、優れたプレゼ
ンテーション制作プロセスを「体験」する

目標: 提案による案件獲得の向上

わかりやすく、かつ説得力を持った提案書を作
成する技術の獲得により、価格以外の競争力
をつける

2008/07/12

Copyright © 2008 THINK Corporation All rights reserved.

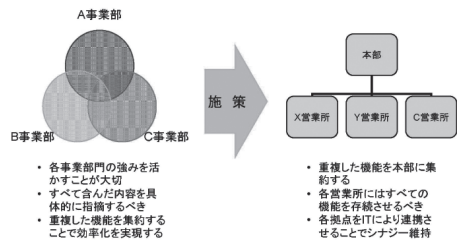
Page.1

本日の進め方：3セッションから構成

- オープニング 5分
 プレゼンテーションのテクニック
 | 9:05~9:20 レクチャー「プレゼンテーションの分解」
 | 9:20~9:35 個人作業「本当にやりたいことは何か？」
 | 9:35~10:45 発表 各3分
- 分析とチャート
 | 11:00~12:00 レクチャー「分析とチャート」解説
 | 13:00~13:30 グループ作業「わかりやすい説明」
 | 13:30~14:15 発表 各5分
- ワークショップ
 | 14:30~14:45 ワークショップ課題
 | 14:45~15:45 グループ作業「提案書を作る」
 | 15:45~16:45 発表 各8分
- ラップアップ 15分

質的な説明では判ったようではわからない

各拠点には事業部門のラインのみを配置

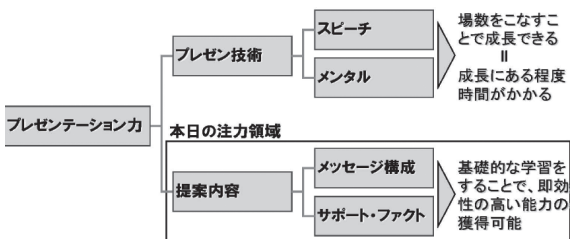


各セッションの構成

- レクチャー
 - 課題の理解とその対処に必要な知識を得る
- 個人/ワーク作業
 - 各グループ毎に与えられた課題への作業を行う
- 発表(フィードバック+ピア・エバリエーション)
 - 発表者を決め、与えられた時間で成果を発表
 - 発表内容、態度などに対して、評価を記入する
 - 講師からのフィードバックを受ける

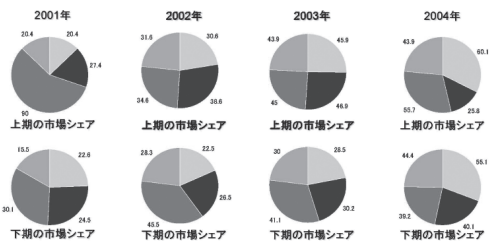
意図的な学習で確実に力の獲得が可能

プレゼンテーションの要素分解



計量的であれば何でも良いとは限らない

市場シェアはここ4年、上期と下期で...



メッセージは単純なほど強力になる

傘を持って行くべきである

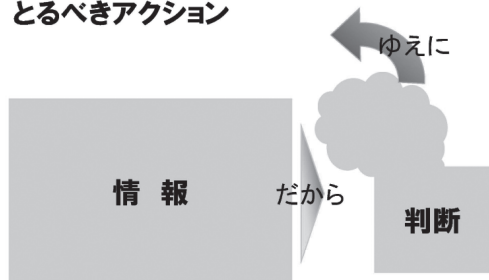


本当にやりたいことは何か?

- 顧客の満足する条件は?
 | だが、どういときなのか?
- そのために何を満たせばいいのか?
- それが満たせることを示すにはどうしたらいいか?

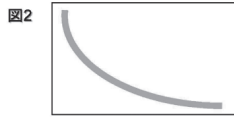
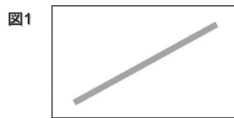
計量的であるべきなのは...

とるべきアクション



第1法則：人間は直感的に理解したがる

直感的にその意味が決まるシンボルを活用。
左の図から思い浮かぶ言葉（単語）を書いてください。



.....

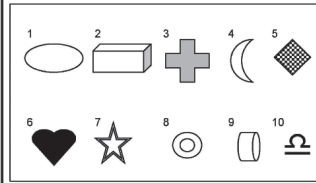
.....

.....

.....

MECEなグルーピングをする

ある集団をMECEにグループ化することで、その集団の性格を把握できる
より直感的に正しく、かつ自明過ぎないグループ化ができるだけで、説得感が増す



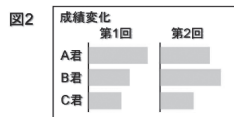
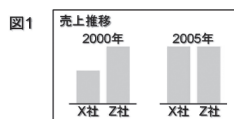
左の図形を2つと3つのグループに分ける規則をそれぞれ挙げて下さい

2つ:

3つ:

第2法則：チャートから自然と導き出す

「A(チャート:空)だからB(雨)、ゆえにC(傘)」



図からBとCを導き出してください。

A:

B:

C:

A:

B:

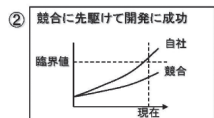
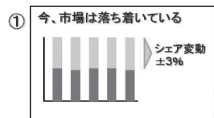
C:

演習2

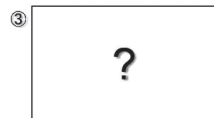
人間をMECEに分けてみましょう
いくつくらいに分けるのが妥当か
「その他」はうまく使われているか
分け方はいくつ存在するのか
どの分け方を使うかをどう決めるか

第3法則：人間は期待に沿って理解する

解釈させる余地を与えず、結論に到達する。



あなたはaとbそれぞれに、どんな結論を期待しますか？



a) ①→②の場合

b) ②→①の場合

提案書を作る

テーマ:

目標:

構成案:

内容とメッセージ	チャートの内容
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

演習1

「Aさん30点、Bさん20点、Cさん50点」の時
以下のメッセージを伝えるためには、どんなチャートがピッタリでしょうか？

A) ばつつきが激しい

B) 順当な結果である

参考書籍

- プレゼンテーションの全体をデザインする
 - 「マッキンゼー流プレゼンテーションの技術」 ジーン・ゼラズニー著、東洋経済新報社
- プレゼンテーションの資料をデザインする
 - 「マッキンゼー流図解の技術」
 - 「マッキンゼー流図解の技術 ワークブック」 ジーン・ゼラズニー著、東洋経済新報社
- プレゼンテーションの論理をデザインする
 - 「考える技術・書く技術」
 - 「考える技術・書く技術 ワークブック 上・下」 パーバラ・ミント著、グロービスマネジメント

§ 5

ポートフォリオインテリジェンスⅡ

～成長の軌跡～

§3と比較してご覧ください

CONTENTS

ポートフォリオ	田尻 力也
ポートフォリオ	三宅 佑治
ポートフォリオ	森根 光春
ポートフォリオ	柳 竜馬
ポートフォリオ	山崎 隆弘



夢見る は、力也。



研究者として

コミュニケーションを考える
人と人、人とミスを繋ぐインターフェース。
言葉という人間の最も基本的な媒体を媒介で、私達は言葉というインターフェースを介してコミュニケーションしていき、
卒業研究ではインターネットに投稿されたブログの記事から文章を抽出・解析し、世界中の人々のコミュニケーションの様子の可視化を試みました。

開発環境: ActorScript 0.1.0
使用 API: keAPI, Yahoo 画像検索 API web サービス
公開: SHOGRAPIH 2008 ポスター部門 掲載

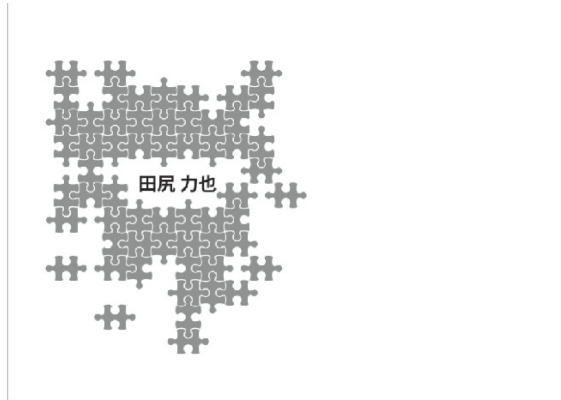
目指す人物像	目指すもの
<p>科学と芸術とビジネスのあいだを横断的に理解する オンリーワンの存在</p> <div style="text-align: center;"> <p>科学的思考</p> <p>芸術的思考</p>  <p>産業的思考</p> </div>	<p>人と人のあいだをもっと うれしくたのしくきもちよく する“しくみ”をつくりたい！</p> <p>高度情報化社会の中において、人々のコミュニケーションは断絶になっていくばかりです。若くは人間の感性の根源である「うれしい」「たのしい」「きもちいい」という前向きな感情をもっと社会に生み出す必要があると考えています。 そのビジョンを実現するための“しくみ”を社会に送り出したい。</p> 

田尻 は、力也。



力也という自分の名前を覚えてもらう事を考え、「力也」と「継続は力なり」の「力なり」をかけてページを展開した。

インパクトはあったがぶつ切れの印象があり、大学生活でどのように考え、どのように過ごしてきたのかが捉えにくい構成であった。また、将来のビジョンについてもあいまいで、はっきりとした理由付けや、それを実現する手だてについて考えが及んでいなかった。



たじりりきや
田尻 力也

生年月日	昭和60年6月13日
出身	福岡県大牟田市
趣味	写真、使用カメラ: Nikon D80, Nikon F
資格	ピアノ12級、パソコン検定2級、英語検定準1級、日本語検定2級、英検2級

学歴

2008年 4月	九州大学大学院経済学系デザインセンター修士課程 入学
2008年 3月	九州大学芸術工学部情報デザイン学科 卒業
2004年 4月	九州大学芸術工学部情報デザイン学科 入学
2004年 3月	福岡県立三浦高等学校 音楽科 卒業
2001年 4月	福岡県立三浦高等学校 音楽科 入学
2001年 3月	大牟田市立大牟田中学校 卒業
1998年 4月	大牟田市立大牟田中学校 入学

取得資格

英語	英検2級
ピアノ	ピアノ12級、ピアノ検定2級
漢語	日本語検定2級、日本語検定準1級

インターンシップ経験

2007.3.19 - 12.5	株式会社ゼンリンデータコム	インターン生
2008.8.18 - 9.12	株式会社電通九州	インターン生
2008.9.15 - 9.25	日本SG株式会社	インターン生

賞罰論文採択

2006.6	SDG2011 DSDI (Poster) 発表: ITでの社会生活支援: Transition Project Edition
2006.8	AGACIA'11 DSDI Entertainment Science 発表: ITでの社会生活支援: Transition Project Edition
2006.12	アジアデザインフェスティバル大会: センタクティブ部門 大賞

スキル

プログラミング	C#, Java, JavaScript, HTML, CSS, PHP, Perl, ActionScript 2.0 / 3.0, Processing, Mac OS
3DCG	3dsMAX
映像編集	Adobe Premier, Apple Final Cut Studio
画像編集	Adobe Photoshop, Illustrator

バックグラウンド

生徒会などで企画したり、人前で発表したりすることが好きな性格。

リーダー経験	文化系経験
生徒会長	ピアノコンクール
バドミントン部部長	弁論大会
レリーのアンカー	体育系経験
旗番隊長	バドミントン
	水泳 駅伝

プロジェクトの意義を知る。

2006/05-2006/07

百貨店のWebサイトリニューアルページ
flashオープンコングムムービー メニューUI設計

初めに大人プロジェクトに参加し、メンバーとの信頼性を得る。そして、自分の仕事を果たすこと、報告することの重要性を学んだ。

芸術的感覚を養う。

2005/12 - 2007/03

アートプロジェクトを企画し、展示の準備やアフターフォローの準備を任された。その中で、自分のアイデアやアイデアを表現し、発表することができた。アートプロジェクトから、自己成長の機会を手に入れた。


現実とインターネットを繋ぐ。

2006/09 - 2007/03

様々な分野の専門家と協力して、現実世界とインターネットを繋ぐプロジェクトに参加した。その中で、自分のアイデアやアイデアを表現し、発表することができた。アートプロジェクトから、自己成長の機会を手に入れた。

技術をアートで昇華させる。
「世の中を見直す視点」 コミュニケーションの拡張
2008/06


コンピュータによって作られた、インターネットを介して世界中の人々とつながる。インターネットを介して世界中の人々とつながる。インターネットを介して世界中の人々とつながる。



「Japanese Tea: Three signs in Power state」 White Light Break Tomorrow Pt.2
SIGGRAPH 2008「Power state」 2111-0115

世の中に新しい価値を。
「行動をデザインする」 コミュニケーションの創成
2008/08

新しい価値を生み出すためには、行動をデザインする必要がある。新しい価値を生み出すためには、行動をデザインする必要がある。新しい価値を生み出すためには、行動をデザインする必要がある。



「Processing」
SIGGRAPH 2008「Enter Network Science」
「Action」
SIGGRAPH 2008「Action」

私が見ているもの。



仕事を続け、視野を広げた5年間、
ものを観、観る、作る、共有する力を身につけた。
そこで見た言葉。

私は ものより経験 をつくりたい。
私は 思い込みに こだわりたい。

デジタルコンテンツ EXPO 2008 日本科学未来館にて展示。展示会場には多くの人が集まり、展示を観覧しました。



デジタルコンテンツ EXPO 2008 日本科学未来館にて展示。展示会場には多くの人が集まり、展示を観覧しました。

デジタルコンテンツ EXPO 2008 日本科学未来館にて展示。展示会場には多くの人が集まり、展示を観覧しました。



〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1
〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1
〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1

最初の2ページに学歴、賞罰等の基本的な情報を集約させ、スキルや人物像の片鱗がつかめるようにした。

現在最新版は第5版であるが、第1版の時点に比べ、SIGGRAPHやASIAGRAPH、もちろんインターンシップなど、アピールしたい項目が増えたがページ数は抑えた。また、ポートフォリオもひとつの読み物として捉え、後半に向かってテンションが盛り上がっていくような構成を心がけた。

みやけ ゆじ

三宅 佑治

1984年9月28日誕生

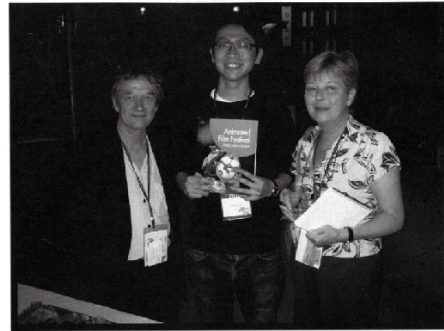
熊本生まれ 福岡育ち

学歴

- 2008.4 九州大学 芸術工学府 芸術工学専攻 入学
先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 参加
- 2007.3 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業
- 2003.4 九州芸術工科大学 芸術情報設計学科 入学
- 2003.3 福岡県立福岡中央高校 卒業
- 2000.4 福岡県立福岡中央高校 入学
- 2000.3 福岡市立長丘中学校 卒業

- ・先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 学習領域
- 数理造形
- コンピュータグラフィックス構成特論
- ネットワークサービス特論
- 生態の観察と表現 1
- クリエイターのための知的財産権
- メディアプレゼンテーション
- 知財化促進インターンシップ

2



信条。
身の丈以上に
大きな目標に向かうこと

3

1. 研究テーマ

海外の映画祭をターゲットとした
デジタルコンテンツの創成



作品タイトル : ケイコフ
テーマ : 母子の心理的虐待
ジャンル : 切り紙アニメーション
時間 : 8分30秒

概要

親の期待に一生懸命応えようとするケイコと、学業成績優秀な子どもをアクセサリのように見せびらかす親たちを描いたアニメーション

4

「世界の主要な映画祭で受賞する」という大きな目標を掲げ、アニメーション制作を行っています。
世界的に有名な映画祭のみに出品・受賞することで、作品ブランドを高価値に保つことが狙いです。
現在、3つのフェスティバルで上映が決まっております。いずれも各国最大級の映画祭です。

以下の3つの信条を元に、プロジェクトを進めています。

- ①映像コンテンツの企画から制作工程まで全てを経験しクリエイティブ能力を育むこと。
- ②世界へ向けて自ら創成したコンテンツを売りこむことでプロデュース能力を育むこと。
- ③世界一流のクリエイターやプロデューサーとの出会いが己を成長させる。



習得技能

microsoftWord microsoftExcel microsoftPowerpoint adobeAfterEffects
adobePremierePro adobeIllustrator adobePhotoshop adobeFlash
autodesk 3D studio MAX cubase nuendo PHP HTML Linux CSS

5

3. 参加プロジェクト

沖ノ島 世界遺産登録プロジェクト
ドキュメンタリー映像の制作



海の正倉院と呼ばれる玄界灘の孤島沖ノ島は、古代祭祀遺跡より12万点にも及ぶ国宝、重要文化財が発見された宝庫の島である。福岡県宗像市の発案で、この島を世界遺産に登録するプロジェクトが立ち上げられた。PR手段として、映像を用いることを宗像市に我々学生が提案し、ドキュメンタリーを企画・制作した。

8

2008年8月半ば。猛暑。多湿。

沖ノ島撮影の為、2泊3日×2セットの無人島キャンプを敢行。撮影スタッフとして島に上陸し、猛暑で、かつ、常に数匹のアブが顔面の周りを飛び回る中での撮影。たった数日間のキャンプであったが、メンバーの結束力は戦友のごとく高まる。私は、プロジェクトリーダーである後輩の為に、撮影に全力を注ごうと決め、汗水を流した。撮影後の夜には、人生最高にうまいビールを味わい、文明の有り難さを身を以て知る。

完成したドキュメンタリー映像は、2007年12月に九州国立博物館、早稲田大学にて行われたシンポジウム「海の正倉院・沖ノ島へいま甦る太古のロマン」にて上映され、好評を博した。



9

部活動

「FEC Lab」イベント撮影・編集部

音楽ライブ、ダンス、施設などのイベントを撮影し、リアルタイムで配信。そうして完成したFEC Labライブ動画をYouTubeにアップロードし、SNSやWebサイトを通じて発信。配信と同時に、配信として各20人程度の視聴者を抱えました。ライブ配信や撮影スキルを一定の技術者に限らず、広く学生が100%の力で発信できるように、技術者（個人）たちが、自身の力を結集して取り組むべきだと知り決しました。また、ある意味でただの仕事をこなすのではなく、



10

社員研修

文化庁「難谷五郎の戦力発掘事業」

1. 伝統的工芸品の魅力を伝えるべく、「難谷FAC」 というプロフェッショナルスタッフを育成しています。2008年度、福岡では実施が認められて、文化庁の手厚い支援を受け、事業が開始されました。キャストは、日本トップクラスの俳優「俳優ブラザーズ」の中野重正氏を迎えました。彼のダンスには驚かされておりましたが、熱心な指導を受け、決意を固めました。私はこの機会に、無償で文芸春秋、ムネに専念という素晴らしい機会をいただきました。また、私はスタッフリーダーとして責任を持って、ベストな環境づくりができることで成果を収めました。



11

我が目標

- ① 日本最大の映画コンプレックスを無事に送り出し、コンテンツ業界界隈の一端を知りたい
- ② 文化としての映画コンプレックスの発展に貢献したい
- ③ クリエイターとしてのスキルを磨き、プロフェッショナルな仕事に携わりたい

活動概要

三宅 佑治

九州大学大学院 芸術工学専攻 芸術工学専攻 修士1年
先進的デジタルコンテンツ創成支援ユニット所属

氏名 三宅 佑治 (MIYAKE YUJI)
生年月日 1984.8.25
出身地 福岡県
現住地 福岡県福岡市南区
所属 井筒2-36-40 井筒春
携帯電話 090-3994-9152
E-mail miyakeyu.f@gmail.com

5月末に作成したポートフォリオ。

何をやりたいかが、まとまっていないので、ただやったことを載せただけの状態になっている。デザインに関しても、色彩やレイアウトがバラバラで統一感がない。



一生懸命に頑張っても報われないと感じている人々に
一生懸命に生きている人がいるという現実を伝えたい

自己紹介

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 学修領域
 数理解析
 コンピュータグラフィックス構成特論
 ネットワークサービス特論
 生協の経営と表現 I
 クリエーターのための知的財産権
 メディアプレゼンテーション
 知財化促進インターンシップ

受賞歴
 The 12th SICAF 正式上映
 第30回 びあフィルムフェスティバル 入選
 Short Shorts Film Festival 2008 正式上映

三宅佑治
 1984年9月28日生
 九州大学大学院芸術工学府芸術工学専攻 修士1年
 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット所属
 知財化インターンシップゼミ所属


学歴

2008.4 九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻 入学
 先進的デジタルコンテンツ創成支援ユニッ
 2007.3 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業
 2003.4 九州芸術工科大学 芸術情報設計学科 入学
 2003.3 福岡県立福岡中央高校 卒業
 2000.4 福岡県立福岡中央高校 入学
 2000.3 福岡市立長丘中学校 卒業


習得技術（主に動画制作技能）

動画・グラフィック編集
 Adobe Premiere Adobe After Effects Adobe Illustr
 Adobe Photoshop 3ds Max
 音効編集
 Cubase Nuendo
 その他
 Microsoft Word Microsoft Excel
 Microsoft Power Point 言語

NHK でのアルバイト



人間を追うプロフェッショナルの下で働く
 NHK 福岡放送局で、ドキュメンタリーの文字起こしをしている。
 社会問題や事件に迫る仕事のやりがい、現実を伝える難しさを知る。




インドの旅

「サダムフセインから家族を守る為に戦うのさ」
 インドの旅途中、10 時間超の長距離列車で出会った、私と同じ年（当時 20 歳）のインド人青年 2 人。
 兵役中の彼らは、欧米諸国との 5 カ国合同の軍事訓練へ向かう途中だった。
 合計 3 年間の訓練で、それが終われば国の警備、もしくは紛争地域に派遣されるらしい。
 自ら志願して兵士になった彼らは「サダムフセインやテロリストから国民と家族を守る為に戦うのさ」と言う。そんな彼らは元々、クラブで板付きのダンサーをやっていたそうだ。
 私が冗談交じりに「踊ってみせてよ」と言ったら、2 人共照れ笑いしていた。

社会問題を伝える
 コンテンツの制作

主に、アニメーションというコミュニケーション
 ツールを通じて社会問題を伝えてきた。



幸福な最期
 高齢化社会
 animator/2 30/2004

灰賀いもきち
 労働、環境問題
 animator/12 09/2008

ケイコワ
 心理的児童虐待
 animator/8 30/2007
 the 121: SIOF 式上様
 第 30 回国際フィルムフェスティバル 入選

egology
 環境問題
 exhibition/2005

プロジェクト




学科 専用 DVD & Web 製作 プロジェクト
 学科の受験合格率低下を受けて企画・制作
 7 年連続の合格率アップに成功
 保守的な教員と交渉する楽しさを思い知る

沖ノ島 世界遺産登録プロジェクト
 ~ PR 動画の企画・制作 ~
 無人島でのキャンプ、森が引の撮影
 市と県産物の意見が食い違うことに悩んだ

文化庁「舞台芸術の魅力発見事業」
 舞無 FACTORY 「a day」 溢賞公演
 日本タップダンスの祖「中野シザーズ」と舞台公演
 スタッフリーダーとして参加

FREO-Lab. イベント撮影・編集部
 部長としてリーダー経験を活かす
 部員の為に尽くすことを学ぶ

大きな扉が目を大きくする → 主要美術展覧会のために応募



応募歴

応募、参加はすべてアニメーション制作「ケイコワ」による

アヌシー国際アニメーション映画祭（フランス）
 オタワ国際アニメーション映画祭（カナダ）
 ソウル国際カートゥーン&アニメーションフェスティバル（韓国）
 アニマフェスト国際アニメーション映画祭（マニラ）
 アニマフェスト国際アニメーション映画祭（クアラルンプール）
 パンクワート国際映画祭（カナダ）
 ブラッドフォード国際映画祭（イギリス）
 タンペレ国際映画祭（フィンランド）
 オーバー・ザ・シー国際映画祭（ドイツ）
 シナマ国際アニメーション映画祭（オーストラリア）
 ホルガノ国際映画祭（イタリア）
 ショートショートフィルムフェスティバル（日本）
 国際フィルムフェスティバル（日本）

6 月末に作成したポートフォリオ。

公聴会、森先生の集中講義を経て、自分の考えをまとめて、シンプルに伝えるように努めた。また、紙を和紙にして、飛び出す絵本のような構成にすることで、手に取って楽しい冊子づくりを心がけた。



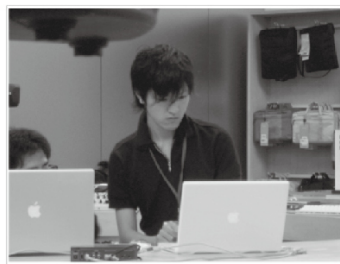
履歴

学歴

- 平成 20 年 4 月 九州大学大学院 先進的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 履修
- 平成 20 年 4 月 九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻 入学
- 平成 20 年 3 月 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業
- 平成 16 年 4 月 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 入学
- 平成 15 年 3 月 島根県立松江東高校 普通科 卒業
- 平成 12 年 4 月 島根県立松江東高校 普通科 入学
- 平成 12 年 3 月 松江市立第四中学校 卒業
- 平成 9 年 4 月 松江市立津田小学校 卒業

習得技能

- 映像編集 Adobe After Effects, Premiere
- 画像処理 Adobe Illustrator, Photoshop
- 3DCG Autodesk 3D Studio Max
- データベース構築 MySQL
- プログラミング HTML, PHP, CSS, Javascript



Activity- コンペティション -

映像インスタレーション「タイカントケイ」

九州大学芸術工学部学科展において、空間設計までを含めた映像インスタレーション制作を行った。書籍「1秒間の世界」から、1秒間に世界で起きる変化のスケールを映像によるイメージとして伝え、見る人に自身が体感している時間について再考してもらおうことをコンセプトとした。

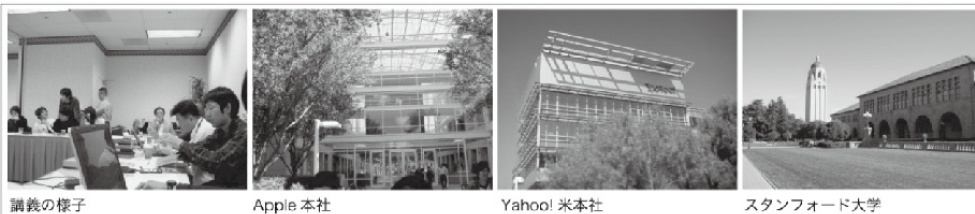
-2006 ASIA DIGITAL ART AWARD 動画部門 入選-



Activity- シリコンバレー研修 -

QREP- 九州大学 / アントレプレナーシップ・プログラム -

QREPとは、九州大学の学生に対する起業家精神の涵養を主目的とした教育プログラムです。起業家精神、移民文化、国際的ハイテクビジネスのメッカ、シリコンバレーにおいて10日間、現地で活躍する起業関係者等多彩な方達に学び、またスタンフォード大学等の学生や留学生とも交流して、自らのキャリア形成を考え、また新たなことにチャレンジする意欲・意識を高める機会を得ました。また同時に、世界で活躍する企業とそのエネルギーを自身の目で目の当たりにし、世界を見つめる視野がさらにチャレンジの質を高めていくことを学びました。



講義の様子

Apple 本社

Yahoo! 米本社

スタンフォード大学

ポートフォリオには伝えるべき相手が必ずいる。

私たち履修生が伝えるのは企業に研修させていただき社員の方である。自分という人間を伝えるため、専門性と人間力をメッセージとしてまとめあげる過程がこの時点では欠落していた。

森根 光春

TEAM INTERNSHIP 2008

PORTFOLIO

森根 光春 Mitsuharu Morine

福岡県福岡市南区并尻 2-36-40
mitsuharu@gmail.com
080-5246-6802



生年月日 1984年10月29日
出身地 島根県
趣味 旅行、バドミントン
特技 方言トリリンガル
(大阪→島根→福岡にそれぞれ
8年間暮らしていたため)
資格 書道 五段

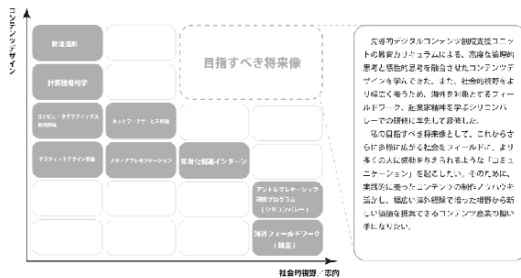
学歴

平成20年4月 九州大学大学院 先進的デジタル創成支援ユニット 履修
平成20年4月 九州大学大学院 芸術工学部 芸術工学専攻 入学
平成20年3月 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 卒業
平成16年4月 九州大学 芸術工学部 芸術情報設計学科 入学
平成15年3月 島根県立松江東高校 普通科 卒業
平成12年4月 島根県立松江東高校 普通科 入学

習得技能

映像編集 Adobe After Effects, Premiere
画像編集 Adobe Illustrator, Photoshop
3DCG Autodesk 3D Studio Max
WEB HTML, PHP, CSS, Javascript

森根 光春 Mitsuharu Morine



プロジェクト主導の実践的な活動

「コンテンツデザイン力」と「社会的視野/志向」をさらに高める実践
大学の教育カリキュラムにとどまらず、実践的な活動を行うプロジェクトの経験を重ねてきた。個人としての実践力を高めることはもちろん、リーダーシップをとってチームとして問題に取り組む経験も得た。そして、段階的にプロジェクトの規模が広がることで、より実社会のニーズを捉え、解決するためのコンテンツ提案を行う機会を得ることができた。



映像インスタレーション作品



2006年 九州大学芸術工学部芸術情報設計学科 学科員賞 展示
2006年 ASIA DIGITAL ART AWARD 最優秀部門 入選

偶然手にとった一冊の本。このメッセージを映像コンテンツを通し、人に伝えたい。
書籍「一秒間の世界」が伝える一瞬間に世界で起きている変化を、映像によるイメージとしてより多くの人に伝えた。観客に人間の身体が別も体感時間について考えてもらい、世界で起きているダイナミズムと一秒という一瞬の瞬間との対比から、人が持つ有限な時間の大切さについて性れることをコンセプトとした。



「観客」に伝える。

学科広報プロジェクト・プロモーション映像制作-



2008年 九州大学芸術工学部オープンキャンパス 上映

受験生は何を求めているのか。社会からニーズを解決できるコンテンツで伝える。
徐々に変化する受験生のニーズを捉えなおすことで、新たなプロモーション映像の設計を行った。社会の第一線で活躍する卒業生の姿を通し、受験生が思い描く未来を具体的にイメージさせることをコンセプトに置き、大学が求める人材と受験生が求める将来像とのマッチングを図れる映像コンテンツをプロデュースした。

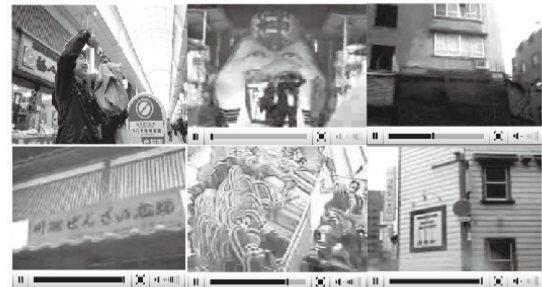


「全国の受験生」に伝える。

卒業研究・ワークショップ・ツールとしての子ども参加型コンテンツの提案-



子どもの教育ニーズを自ら発見し、コミュニケーション・ツールとして社会に提案する。
子どものメディアリテラシー教育へのボランティア活動から、ワークショップにおけるコミュニケーションに対する問題点を発見した。そこで、子どもの主体的な行動を起こし、直感的な楽しさで学習でプレゼンテーションを向上できるツールの提案を行った。ワークショップでの記録メディアとしてカメラ付きケータイを活用し、すべての情報をデジタルに集めるWEBシステムを制作した。



「すべての子ども」が共有できる。

起業家精神 (= チャレンジ精神) を学ぶ・シリコンバレー研修-



WEBコミュニケーションのメッカ。日本人の生み出すコンテンツが国境を越えている。
シリコンバレーで起業した20人の日本人の方、またインド、韓国、ベトナムの起業家の講義を中心に、起業家精神について学んだ。多方向のジャンルに渡る方からの講義だったが、ここでは全ての方が世界をフィールドにチャレンジを続けており、より大きな社会に対して貢献できる仕事に、そして自身自身に誇りを持っていた。



すべてのことに「開拓心」を持ち続けること。



「世界の人たち」に視野を広げる。

信念

自分をメッセージとして伝えるため、専門性はコンテンツデザインで常に貫いてきたメッセージを伝える姿勢とその技術力を述べた。

人間性としては、学問に限らず様々な領域へのフィールドワークを例に自らの直感を信じて行動を起こす姿勢を伝えた。



#02>> 学歴

Background

2038年	九州大学大学院 芸術工学部 デザインストラテジー専攻 入学	e>>22歳
2036年	九州大学 芸術工学部 建築設計学科 卒業	
2034年	九州大学 芸術工学部 環境設計学科 入学	e>>18歳
2034年	福岡県立 筑紫高等学校 卒業	
2031年	福岡県立 筑紫高等学校 入学	e>>15歳
2031年	津屋崎町立 津屋崎中学校 卒業	

#03>> 所属

Affiliation

九州大学大学院 芸術工学部 デザインストラテジー専攻 (筑白論一研究室)

九州大学大学院 芸術工学部 デザインストラテジー専攻 (筑白論一研究室)

九州大学大学院 芸術工学部 デザインストラテジー専攻 (筑白論一研究室)

九州大学 芸術工学部 ラグビー部

NPO法人 福岡ビルストック研究会

#04>> 学習領域

Area of Interest

将来目標とする領域
「高い経済的価値」をまねデザイン

【専門分野による建築を見る視点の違い】

建築設計業やデザイナーにはビジネスに詳しい人はなかなかいない。一方で、経営のことはプロジェクトとして成立させるために非常に重要なスキルである。ともわければ、リノベーション・コンバージョンによる軽率の「再生」に意味がある。ストックの時代に入った現代社会において、古くなった建築を壊してまた築き直すのではなく、既存の建築を活かすべきではないかという考え方がある。

学術時代に建築家の領域における設計・デザインを中心に学んできた。そこでは利益よりもいかに良い建築をつくるか、いかに面白い空間をつくるか、そういうことばかり考えてく年間を過ごした。それに疑問を感じ建築だけでなくビジネスも学べる大学院を決心だ。卒業はこの学習領域を拡大し、都市の再生に関わる事業をリードする立場で仕事をしたいと考えている。



20 世紀オランダ集合住宅における中庭の変遷と空間構成的特徴に関する考察

【要旨】

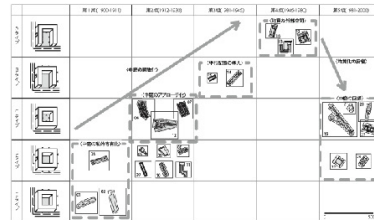
20 世紀オランダの集合住宅は、19 世紀中頃から急激な人口増加と、それに伴って 1902 年に施行された自治法が大きく影響している。同時に、都市を反映する多様な思想や潮流が重要な役割を果たしている。その一方でスサス・コマサは、17 世紀から最盛期のプロジェクトに至るまで、中庭を柱脚によって囲んだ形式の集合住宅が過半数を占めることを指摘している。

その過半数に見られる中庭の変遷としては、住宅の大量供給を目的として計画が合理化された結果、中庭型から部分的な歩道空間が狭小に収まる半円型庭園の仕立へとシフトしていき、しかし外部空間の高度化の反省から、1980 年代以降、中庭を持つ集合住宅が再び増加するに至りました。

近年再び中庭を持つ集合住宅が再評価されるようになったことは、「中庭型集合住宅の復讐」という仮説を導きます。ダリンバグとまた、著書『オランダの都市と事件』において近代の中庭型集合住宅を取りあげ、その多くが今日においても異質深く、潤井でも通用する先達性を持っていると指摘しています。そこで、本研究では 20 世紀オランダ集合住宅を対象に、過半数を占める中庭の空間構成の類型を抽出し、その変化の過程を明らかにすることを目的とします。

【字表】

- ・ 英文／オランダ文翻訳
- ・ 2 週間の現地調査 (2007 年 9 月)

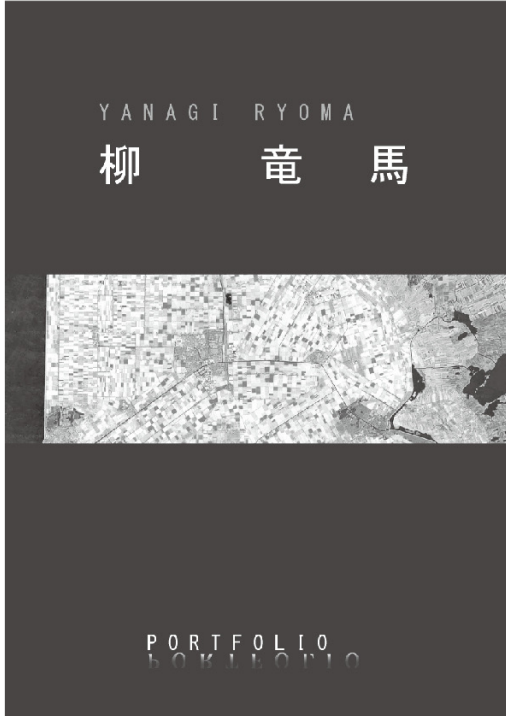


No.	物件名	用途				平均面積	
		住居	商業	公共	その他	㎡	㎡
01	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
02	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
03	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
04	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
05	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
06	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
07	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
08	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
09	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
10	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
11	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
12	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
13	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
14	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
15	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
16	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
17	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
18	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
19	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000
20	De Nieuwe Kerk	●	●	●	●	1000	1000



自分が何者であることを説明することに重点を置いていたものの、軸であるとか、他の人にはないことであるとか、表面的な部分ばかりが先行してしまっていた。

結果、相手に説明する際に話しにくいことが多々あった。



【氏名】 柳 竜馬

【生年月日】 1986年3月25日

【出身地】 沖縄県宮古島

【特技】 ラグビー(主将)

【学歴】

2008年4月 九州大学大学院 芸術工学府デザインストラテジー専攻 入学

2008年2月 九州大学 芸術工学部環境設計学科 卒業

2004年4月 九州大学 芸術工学部環境設計学科 入学

2004年3月 福来県立宗像高等学校 普通科 卒業

2001年4月 福来県立宗像高等学校 普通科 入学

2001年2月 陸奥県立津田沼中学校 卒業

【修得技能】

CAD	Publish Design	Office
VectorWorks	Adobe Illustrator	Microsoft Word
FormZ	Adobe Photoshop	Microsoft Excel
DreCad	Adobe InDesign	Microsoft Powerpoint

【学習領域】

建築デザイン	インテリア	グラフィックデザイン	デジタルメディア	プレゼンテーション
建築設計論	ランドスケープ	インテリア・ショッププロジェクト	グラフィック・コミュニケーション	プレゼンテーション
都市計画史	都市計画	ストラテジックプロジェクト	プロジェクトマネジメント	プレゼンテーション
建築構法	まちづくりデザイン	プロフェッショナルプロジェクト	ブランドビジュアル	デザインコンサルティング
建築法規	プロフェッショナル級	マーケティング	ブランドビジュアル	デザインコンサルティング

戦略的プロジェクトを遂行する能力

大学生活での経験とそこから得たもの

(01) 建築設計を専攻とし、研究の専攻コンペティションへの応募や研究会への出席を積極的に行動していた。これらを通して専門知識は増え、そして活用されたときの喜びも実感。(02) 高校から始めたラグビーを大学でも継続。隊長としてチームメイトのモチベーションをあげるための実行隊長の役割、指揮もあつたことの大変さを知る。(03) 自分の視野や経験の幅を広げるため、授業へのインターンシップに参加。様々な人と出会い、かつけない刺激を受ける。

- 01 **建築(研究/コンペ/プロジェクト)**

建築・都市について考える。

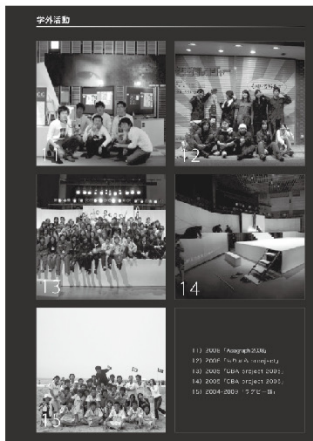
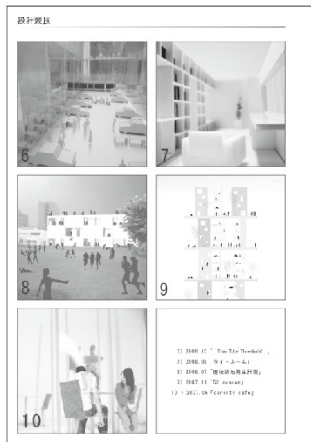
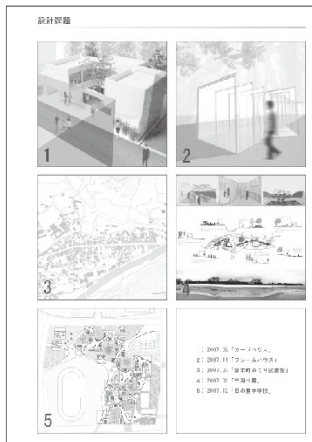
モノづくりの醍醐味を知る。
- 02 **ラグビー(リーダー経験)**

部長を経て、選手監督を務める。

人をまとめる楽しさとやりがいを知る。
- 03 **インターンシップ**

様々な業界のインターンシップに参加。

社会に貢献する意義を知る。



以前の反省を踏まえ、ありのままに伝える方法はないかと考えた。

学生時代何に力を入れて、具体的に何をやってきたのか、それをビジュアル的に表現することが、自分を相手に伝えるために最も有効的ではないかと考えた。



今までの主な経歴
1. 広告デザイン「応援しるし」
コンセプト：背中を押す一杯

お酒を飲むと、内こころが動くように感じてしまう。
 それを精神と見ると、裏から見るとはまた別の世界である。
 各々の「しるし」に込められた、ちょっと変わった時の
 心情として表現してもらえないかと考えた。
 また、ターゲットを「酒場に集まる社会人」として設定した。
 ターゲットの決断の瞬間を模した感覚。
 「恋愛」「仕事」「告白」の3つをテーマにした。
 勇気を感じるものを描き出すべく、そうでもないものを描き出すべく。

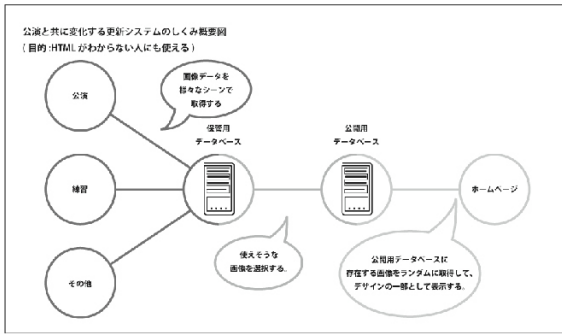
広告商品：自造「しるし」、提供：新潟県産酒会
 毎日新聞広告クリエイティブワード2007 学生部門入賞
 使用ソフトウェア：Photoshop, Illustrator




今までの主な経歴
2. WEB デザイン「舞夢ファクトリー」
コンセプト：公演＝改良

舞夢ファクトリーから受け継がれる独特の演出が、
 舞夢ファクトリーという劇団の魅力を伝えてくれる。
 その演出が、文化庁「芸術の魅力を伝える」に活用されることになり、
 それに合わせた、WEBサイトを構築しようという企画が立ち上がった。
 その企画に関して、制作責任者として
 日経賞からスタジオ報酬、WEB制作費で全ての行程に携わった。
 WEB制作に、新しい人間が少なくてとから、
 ・前より少ない人数で更新できる。
 ・公演の度に成長して行く。
 という二つのコンセプトで、制作を行った。
 その結果、平成19年度文化庁「芸術の魅力を伝える」に活用された。
 URL: <http://www.name-f.com/>





今までよりも活躍
3. 団体の活性化「学園祭パンフレット制作団体」
コンセプト: 次世代へ繋ぐ

私は3年前、学園祭のパンフレットを制作する団体に所属した。
2006年には、普通の制作職から団体の幹部に昇進した。
印刷・編集・校正デザインを取り扱う会社として経験を積む立場になった。
その中で「紙がやがてない」「卒業の人間カット」等、団体の維持に不安を抱くようになった。
そこで、高学年で新しい色い「次世代へ繋ぐ」を団体のコンセプトとした。
それによって、私の役割の中で出来ることを考えた結果
・コミュニケーション団体のために、集客会、旅行など様々なイベントを企画する
・他団が苦手なことを感じることを克服するまで、作る楽しさを知ろう
というふたつのこと考え、団体の活性化に努めた。
その結果、私だけの役割の限界とは異なるが、次年度の入団希望者は増加した。
さらに、個性を主張した記事をおもしろいと感じてくれる者が多かったことから
今も別が楽しみ、団体の活性化にも貢献できたと実感した。

コミュニケーション団長としての執行風景

各自の個性を主張したページ:

My Profile

1986年2月24日 東京都新宿区にて生まれる。
両親は共に漫画師、祖父と従父は研究者という家系に生まれた。
その影響が、新しいものが好きでいろいろと探る癖がある。

学歴

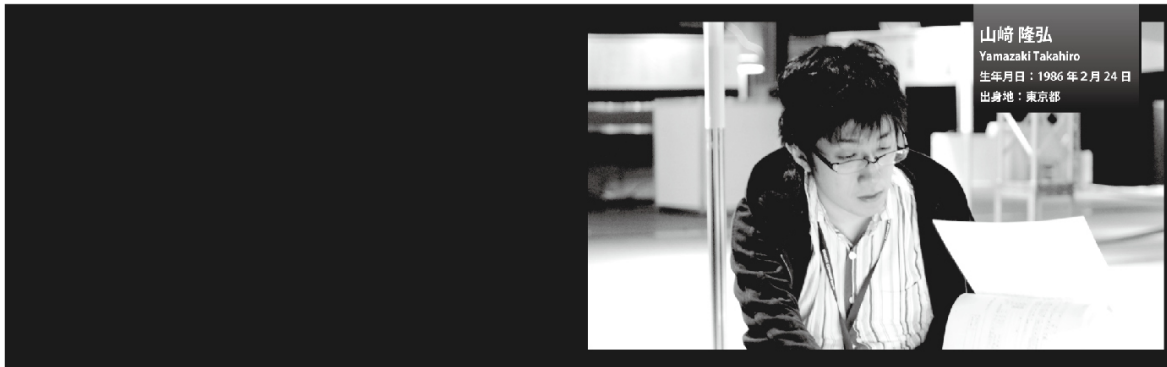
2008年4月 九州大学大学院
先端デジタルコンテンツ創造連携ユニット(専修:ADCDD) 入学
2008年4月 九州大学大学院 芸術工学専攻 コンテンツ・クリエイティブデザインコース
クリエイティブデザイン講座 広報経営学専攻 専攻課程 入学
2007年3月 九州大学 芸術工学部 美術設計学科 卒業
2004年4月 九州大学 芸術工学部 美術設計学科 入学
2003年3月 私立聖光学院高等学校 卒業
2000年4月 私立聖光学院高等学校 入学

習得技能

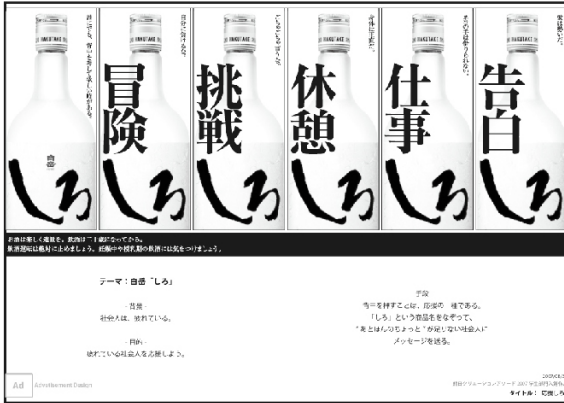
- ・サーバ構築 (Linux)
- ・データベース (MySQL)
- ・プログラミング (HTML, CSS, PHP, ActionScript)
- ・画像処理 (Photoshop, Illustrator, InDesign)
- ・WEB制作 (Flash, DreamWeaver)

正名 小畑 拓也
生年月日 1986年2月24日
出身地 東京都
住所 〒815-0032 福岡県福岡市中央区4-14-16 ソレイユメゾン大崎 402号室
携帯電話 080-3177-1531
E-mail pkojarau@msn.com

- ・制作に至るまでの過程・工程がわからない。
- ・文章が多い。
- ・一見で、何をしてきたのかわからない。
- ・各プロジェクトを行った時期がわからない為、成長の過程も判断できない。



学歴	学歴・習得技能 My Career / Skills	活動紹介 My Activities
2008年4月 九州大学大学院 文部科学部 新卒分限人材育成 先端型デジタルコンテンツ創成支援ユニット (名称:AUGLE) 所属 2008年1月 九州大学大学院 芸術工学部 コンテンツ・クリエイティブデザインコース クリエイティブデザイン専攻 佐藤謙昭研究室 修士課程 入学 2007年3月 九州大学 芸術工学部 造形設計学科 卒業 2004年4月 九州大学 芸術工学部 情報設計学科 入学 2003年3月 私立船尾学園高等学校 卒業 2000年4月 私立船尾学園高等学校 入学	・サーバ構築 (Linux) ・データベース (MySQL) ・プログラミング (HTML, XHTML, CSS, Javascript, Actionscript, PHP) ・画像制作 (Photoshop, Illustrator, InDesign) ・WEB制作 (DreamWeaver, Flash)	1. Digital Contents Expo 2008 2. 文化庁「芸術の魅力発見事業」 3. コンペティション 4. インターンシップ 5. アルバイト 6. 社会貢献活動
習得技能 ・サーバ構築 (Linux) ・データベース (MySQL) ・プログラミング (HTML, XHTML, CSS, Javascript, Actionscript, PHP) ・画像制作 (Photoshop, Illustrator, InDesign) ・WEB制作 (DreamWeaver, Flash)	資格 ・調理 二級	



自身の経験を活かして、「チーム（大学院生5人）による戦略的なコンテンツ制作」に挑戦			
経験	学部	クリエイティブ (グラフィックデザイン、Webデザイン等)	
	大学院	・ネットワークサービス ・マーケティング	
➡ アナログ媒体からデジタル媒体まで含めた、情報伝達に関する知識を獲得。			
工程	ツール開発 (論文執筆 (VR学会 ASIAGRAPH))	ツールを展示会に出展する (DIGITAL CONTENTS EXPO 2008)	ツールをアートとして展開 公募へ挑戦する (ASIA DIGITAL ART AWARD 2008)
	2008年5月	9月	2008年12月
成果	・VR学会「ASIAGRAPH」に論文採択された。 ・「DIGITAL CONTENTS EXPO2008」への出展権利を獲得した。	・ブース来訪者が1000人を超えた。 ・インターネットメディアに掲載された。 Ex. 「Gizmodo Japan」、「Internet Watch」	インタラクティブ部門大賞 (総務大臣特別賞) を受賞した。
	担当：副筆 論理の整合性チェック、雑用や調査の為に会場設置等を主に担当した。	担当：コミュニケーションプランニング 「注目を集める」、「わかりやすく伝える」の二つを目的に説明内容・方法の企画、使用するツール（ポスター、サイン）等を制作した。	担当：ツールの発展に関するプランニング 展示会の評価を基に、次の発展目標を選定した。選定後、受賞するために重要な要素を抽出する役割を主に担当した。
担当	！ 手伝えることが無いが、メンバーに細かく声かけをするようにしました。	！ リハーサルを積極的に実施して、そこから得た情報を重視しました。	！ 一人一人の志向性を大切にす為、不満・満足の確認を重視しました。

・時系列順に作品を並べ、成長過程を追えるようにした。

・工程・役割・成果等に関して一つの表にまとめることで PDCA サイクルを行いながらプロジェクトに関わったことを主張した。

§ 6

フィールドインテリジェンス

表題の意味は p19 「3. フィールドインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

インターンシップ研修内容
学生報告書～インターンシップ研修を終えて

インターンシップ研修内容

国立情報学研究所 受け入れ期間：9月1日～9月12日

受講生：三宅佑治
山崎隆弘

月	日	内容
9	1	初回プレゼンテーション
	2	研究訪問
	3	プレゼンテーション（志・社会の要求・訴求点）、研究の決定
	4	英語プレゼンテーション聴講、研究訪問
	5	研究訪問、資格心理分野実験補助
	8	研究訪問、資格心理分野実験補助
	9	ICT 情報流通に関する概念図制作 ASIA GRAPH 展示ブースの相談 デジタルコンテンツ利用促進協議会設立総会を見学
	10	学術コンテンツ発信システムの講義
	11	研究訪問、学術コンテンツ発信システムについてディベート
	12	情報洪水に関する概念図制作、プレゼンテーション

株式会社シンク 受け入れ期間：9月16日～26日

受講生：森根光春
山崎隆弘

月	日	内容
9	16	オリエンテーション、某審査会の応募作品評価実習
	17	東京コンテンツマーケットの応募作品評価実習
	18	社内 DB リストの整理、投資家向け説明会の見学
	19	プロデューサーの方へインタビュー①
	22	プロデューサーの方へインタビュー②
	24	社内 DB リストの整理、某企業のコンテスト審査会見学
	25	プロデューサーの方へインタビュー③
	26	社内会議への参加(ブレインストーミング)

電通九州 受け入れ期間：8月18～9月12日

受講生：森根光春
田尻力也

月	日	内容
8	18	広告会社の全体像、仕組み、利益構造等の概論
	19～22	Webマーケティング、マーケティング・プランニング、クライアント実作業
	25～28	ラジオ収録、TVCM企画等
	29	新聞社、テレビ局のフィールドワーク
9	1～4	課題「福岡を元気にする施策」各種フィールドワーク
	5	交通広告、屋外広告に関するフィールドワーク
	8～9	デザイン・ターゲティング
	10～12	実作業(ネーミング)、新規事業ビジネスの紹介

電通九州（第2期） 受け入れ期間：9月16日～9月29日

受講生：柳竜馬

月	日	内容
9	16	広告会社の概要、クリエイティブ局の概要、CM撮影現場見学
	17	マーケティングプランニング局の概要、事例紹介
	18	事例紹介、マーケティングの仕組み
	19	2011室の概要、事例紹介
	22	クリエイティブ局課題発表、事例紹介
	24	プロモーション部概要、事例紹介
	25	事例紹介、ハウスメーカーのモデルルーム企画、打ち合わせ見学
	26	事例紹介、課題「福岡の街を元気にする施策」、打ち合わせ見学
29	デジコミ課概要、事例紹介	

受講生：三宅佑治
柳竜馬
山崎隆弘

西日本新聞社 受け入れ期間：8月18日～8月29日

月	日	内容
8	18	会社概要説明
	19	新聞製作工程見学、紙面レイアウト体験
	20 21	クライアント訪問、出版物の調査・ディベート
	22	出版物企画担当者とのディベート、調査報告
	23	西日本新聞社レーベルアーティストのライブ動画取材
	25	西日本新聞社レーベルアーティストのライブ映像編集
	26	福岡市美術館 訪問
	27	ヤフードーム訪問
	28	記者・デスク講習、紙面レイアウト実習
	29	企業訪問、記者・デスク講習 最終プレゼンテーション

日本 SGI 受け入れ期間：9月16日～9月26日

受講生：田尻力也

月	日	内容
9	16	ビジュアライゼーション事業本文の業務内容紹介、FULIDSISTA を用いた検証映像の制作実習
	17	立体視や VR 装置についての講義、ビデオチャットの利用促進についてのブレイントーミング
	18	Design Central Imager の UI の検証、モーションキャプチャーの技術動向、GPU コンピューティング
	19	防災科学技術研究所において各施設の見学、ビジュアライゼーションソフトを用いた実習
	22	打ち合わせ同行
	24	打ち合わせ議事録作成、システムの見学
	25	コンテンツ配信ソフトの UI・マニュアル検証、勉強会
	26	コンテンツ配信の仕組み、勉強会

学生報告書 ～インターンシップ研修を終えて～



インターンシップを体全体で感じ、学んだ事をその興奮の冷めやらぬうちに報告書として形にした。各企業に構成して頂いたカリキュラムをもう一度振り返り、そこから学んだ事、感じた事、今後の抱負や企業への提案などを綴った。表紙は各々でデザインした。それぞれの冊子は企業へのフィードバックとして提出された。

ここで本カリキュラムについて一度深く考え、自分がどのように成長できたかを振り返る事が、その後の研修論文のテーマ設定に大きく影響を及ぼしている。

インターンシップ中から徹底されたように、この報告書がお世話になった産業界の方々への”御礼”となり、無償で受け入れていただいた企業への学生からの感謝の気持ちとして提出された。

<p>内容：課題「預金を元気にする提案、各種フィールドワーク」</p> <p>成長点：問題発見能力</p> <p>課題「預金を元気にする提案」では、その問題自体をまっさらなことが大前提とされた。そしてその精神を持つには、日頃から社会に対して問題意識を振り回らせることが重要だとも言われた。プロセスには、「生活者の行動に寄り添い、購買への最後の一押しをする」こともあり、その一押しは自分が生活者である時に広告の意識を向けられているかに影響することが分かった。</p> <p>写真：課題発表の様子</p>
<p>内容：交流の場、校外広告に関するフィールドワーク</p> <p>成長点：問題発見・問題解決能力、コミュニケーション能力</p> <p>自分の多様な背景と差別して置かれる校外広告は、「公共」という観点から様々な規制を受けて掲出されている。DMM 課では、そうしたルールを把握した上で生徒たちに最良の提案を専門的に行う。フィールドワークを通して、天候に左右されずに掲出する公共の規制を突破した。研修がある中で実現してきた事例を自分の当たり前にして、裏かれた条件や規制を把握する方は、実行力へを貢献していると感じた。</p>

11

一部抜粋（森根光春）

【10】 問題発見・問題解決（自己分析）

冒日本新聞社

国立情報学研究所

優先能力：ジョーグリズム精神、理工学的思考、ディバー力、将来を見通す力、自覚性
課題となる能力：問題発見・解決能力、読書家精神、自覚性、判断性、整理力

単に企業の時をを音讀したディバーを感得ることで、将来を見通す力を育むことができた。課題は、問題発見・解決能力である。また、自覚性に欠け見えないもの今後の課題だ。加えて、ここに欠けている「自己犠牲精神」「日々の見えない努力」「主観力」も今後育むべき重要な能力である。

10

一部抜粋（三宅佑治）

§ 7

ブログインテリジェンス

表題の意味は p19 「1. ブログインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

インターンシップブログ紹介

インターンシップブログ紹介

最新配信 | RSS | RDF | ATOM

インターンシップBlog 2008 - 最新エントリー

カテゴリトップ

小倉にて

カテゴリ：三宅 佑治 執筆：三宅 佑治 2008-12-15 12:20

小倉のガーディアンエンジェルズに行った。
ちよこっと話を聞いて街を歩いただけで、自分は貢献も何もしてないし、とやかくは言えない。

僕は1、2歳のころ小倉に住んでいた。
祖母と一緒に坂の上にあるスーパーに行った記憶が微かにあるのみ。

小倉駅そのものは立派な建物じゃないか！と思ったが、駅の周りは確かに寂しかった。
事務所では、ここは大変な街だと話を聞いたが、そこまで実感は持てず。
実際に街を歩いたら、店の明かりの割に閑散としているのがわかった。
ガーディアンエンジェルズの方は、街の様々な人と挨拶を交わしていた。
客引きの人、酔っぱらいの人。
通りすがりの小学生が「あ、ガーディアンエンジェルズだ！」と声をかけてきたり。
ここが危ないところだというのは、話では色々聞いた。
状況は把握できたが、実際には夜10時位にちよこっと外出しただけで、その実感は結局持てなかった。

参加しようと思えば、16歳以上であれば誰でも登録できる。

コンテンツ
ホーム
インターンシップBlog
2008

最新のエントリー
小倉にて [三宅 佑治
2008/12/15]
ついに来るか！デジタ... [田尻 力也 2008/12/12]
NHKオンデマンドに見る... [田尻 力也 2008/12/09]
NHKオンデマンド始まる [三宅 佑治 2008/12/03]
YCAM [田尻 力也 2008/12/02]
インターンシップBlog
2008のトップへ

プロダクサー
森根 光春 (22)
田尻 力也 (26)
柳 竜馬 (24)
三宅 佑治 (44)
山崎 隆弘 (26)
砂田 尚孝 (24)

「知財化促進インターンシップ」では、ウェブログとの連携を用いた教育の試みを2006年度から行っている。例年同様、本年度も受講生はウェブログを用いてテキストによる活動記録を行った。ウェブサイトへアクセスすると、上図のような画面が表示され、世界中の誰もがアクセスを行える。

ウェブログでは、受講生のポートフォリオ、チームプロジェクトに関する写真や動画等も公開した。写真・動画等の公開は「Flickr」や「YouTube」等のウェブサービスを用いてウェブログ上に表示した。

ウェブログを用いた目的は、遠隔地に赴く受講生の安全確認・さらに講師・受講生間のコミュニケーション促進である。

約半年間ウェブログを用いた結果、5人の受講生、2人の教職員等によって200件のエントリー、200個のコメントが投稿された。インターンシップ中にも、講師や他受講生とのコミュニケーションが容易になる為、

他受講生の経験を基に自身のインターンシップへとフィードバックすることも行えたようだ。

本冊子では、以降8ページを用いて本年度受講生による記録を一部抜粋して掲載した。受講生の体験の変遷を僅かでも感じとって頂ければ幸いである。

エントリーの掲載は個人で分類され、

1. 森根 光春 (電通九州、Think)
2. 三宅 佑治 (西日本新聞社、NII)
3. 田尻 力也 (電通九州、日本SGI)
4. 柳 竜馬 (西日本新聞社、電通九州)
5. 山崎 隆弘 (西日本新聞社、NII、Think)

の様に名前順で行った。

森根 光春

2008-8-25 20:29

「広告的知の探求。」

本日からクリエイティブ部署への配属となりました。今後四日間お世話になることとなります。早速朝から座学講義で始まりましたが、今までいたところはまた違った視点からコミュニケーションを考えている様子。発見が尽きません！

座学については、明日の講義と併せてとのことでしたので、今日は昼にインタビューさせていただいたクリエイティブの社員の方について。「ももとの出身学部はどちらでしょうか?」「数学科ですよ。」このインタビューを本格的に開始して、社員の方のバックグラウンドの広さには驚くばかりです。「広告と数学。」全く接点のないように感じますが、社員の方には共通点があると教えていただきました。それは、「仕組み」と「知的欲求」です。広告とはそもそも売れる仕組みの一部であり、数学も数の真理についての仕組みを学ぶもの。そして、それに対して純粋な探求心を持って取り組むという点が同じだとおっしゃいました。

また、その違いは「時間」だそうです。宇宙へロケットを飛ばした数学者は、その光景を見ることはできませんでした。「広告は生活者の反応を間近で、敏感に感じ取ることができる。」広告は人の生活の隙間に入り込み、機能するコミュニケーションです。それは生活者と歩幅を合わせて行っていくことです。「広告の仕組みへの探求は尽きない。時代は常に変化し、人は広告に慣れていくから。」

僕の探求心も確実にインターンで呼び覚まされているように感じます。

2008-8-27 10:20

「クリエイティブな人材」

クリエイティブへの配属となり、部長の方の講義を受けました。いろいろと興味深いお話を聞けたのですが、その中でも山崎のエントリにもあった「商品開発」という

広告からのアプローチについて特に考えさせられました。

部長はグラフィック、広告の仕事に携わって20年になるアートディレクターです。(仕事を始めたころはファックスすらなく、デザイナーが職人と呼ばれるような時代だったとのこと。)福岡の広告を支えてきた方の一人であると感じさせる程、とにかくよく見かける仕事をしていらっしゃいました。多くの広告という仕事に関わってこられた経緯から、今の仕事について聞くと、「最近の商品開発をしてるよ」と言われました。商品と生活者をコミュニケーションさせることが広告の機能であって、商品自体に関わるという感覚そのものがピンときませんでした。広告は今まで商品の良し悪しに関わらず、その商品と生活者をつないで消費を促すということに従事してきました。実際、生活者へ送り出すことを疑問に感じる商品もあるとおっしゃっていました。

しかし、本来ならクライアントも商品自体が生活者をハッピーにできるようなモノづくりをしたいと考えているはず。そして、広告会社もそうした魅力的な商品を世に出すことで生活者にハッピーになってもらいたいと考えている。

つまり、同じことを考えているわけです。それなら商品が生まれるところから広告会社も参加し、生活者が何を求めているのかという視点で魅力的な商品開発、そして広告までを行うなど、本当に意味でクライアントのパートナーとなって仕事をする機会が増えてきているようです。クライアントと生活者、どちらもハッピーにしたいという想いから「商品開発」という手段が生まれたという印象でした。つまり、これもまたコミュニケーション・ビジネスの中の一部として考えられるということです。

広告会社は「モノづくり」のノウハウはないので、それが目的となることはまずありません。でも、モノを世の中に伝えるために、商品ともっと寄り添う手段としてこうした関わりも生まれてきます。「コミュニケーション」が多様な意味を含んでいる

ように、そのデザインを行っていく人間も多様であり、かつ貪欲に新しいコミュニケーションのカタチを探る姿勢が常に求められているようです。

「商品開発」もその答えの一つにしかすぎないかもしれないと感じ、ますます広告を好きになりました。

2008-9-18 2:19

「『種』を見極める。」

『コンテンツ・プロデュース』という仕事は、コンテンツの「種」を発見することからはじまります。その種から芽を出し、苗として育てた時点で一度世の中に出す。苗から成長する花の姿を想像し、共有することで苗が適切に育つ環境のための支援をいただく。そうして得た環境下でコンテンツとして開花させ、支援いただいた方へ対価としてお返しをする。シンクが行う仕事をたとえるなら、コンテンツという花が最大限に開くように水質や日当たりといった「環境」を生み出し、整える事にあると思います。そのためには、「種」の時点で魅力的な「花」を咲かせる可能性を誰よりも見極めておく必要があります。本日はいただいた業務では、その点について深く考察できました。つまり、良い「種」の見分け方にあたります。

業務:「コンペティション応募作品に関するコンテンツの評価」市場性、獨創性・新規性、娯楽性、発展性の4点の評価軸を与えられ、各評価軸について主観的にポイント化し、合計点で評価を行うというものでした。しかし、与えられた100作品近い数に対して評価を行うには、ある程度の基準に基づく「客観性を確立することが不可欠」という話になりました。そこで、行ったのは各評価軸を分析し、さらに3項目に分類化し項目チェックを行います。該当項目数に基づいたポイント加算を行うことでより客観的な評価ができると考えました。各項目は、
・市場性(1. ターゲット設定が明確か。2. 時期としてのタイミングは良いか。3. 即戦力性はあるか。)

・独創性・新規性（1. 他にはない問題提起があるか。2. 他にはないテーマ性があるか。3. 他にはない技術、その裏づけはあるか。）

・娯楽性（1. 共感できるか。2. インパクトがあるか。3. 共有したいと感じるか。（伝えたいと感じさせるか）

・発展性（1. テーマ性があるか。2. キャラクター性はあるか。3. ビジョンは明確か。）

普段はぼんやりとしてしまう評価も、プロデューサーという仕事では非常に重要なポイントになります。

また、客観性を高めることで、生活者としての自身の嗜好とは切り離れた評価を行うことができ、思わぬ発見もありました。先日までの広告会社では生活者に寄り添い、生活者の共感を探ることが重視されていました。

一方、まだ世にない「新しい価値」を持つコンテンツを発見するには生活者の感覚に意外性を与えることを見るのが優先されます。どちらも生活者の目線を持つことは同様ですが、視点には大きな違いがあるようです。

2008-9-20 12:40

「コンテンツを貿易せよ。」

研修第一週の最終日です。シンクで実際にプロデュースされたアニメーションを鑑賞し、プロデューサーへインタビューをいくつかさせていただき機会をいただきました。

実際に鑑賞した作品は、『Pooky's』3DCGでのグラフィックデザインをもとに、これでもかというぐらい個性的なキャラクターを活かした誰もが楽しめる雰囲気、ストーリー。その後、感想や意見をふまえてプロデューサーの方に時間を作っていただきお話をさせていただきました。その方は海外での生活が長く、大学もアメリカの映画専攻ということもあり、海外に関する案件が多いようです。そして『Pooky's』も海外戦略商品として制作さ

れたもの。現在も海外の制作プロダクションなどに契約交渉に奔走しているとのことでした。

インタビューからの考察：『日本人は逆輸入好き』音楽や映画など、特にコンテンツに関して海外からの評価を得て、国内へ流通するものが多くみられるようになりました。海外評価を得るまでは見向きもされなかったコンテンツが、海外評価によってどんでん返しの人気を得るというのもよく聞きます。これは日本人としては恥ずかしい面もありますが、裏を返せば生活者が世界に認められるコンテンツを欲しているということとも言えます。海外のアニメ業界は日本と組みたがっています。秋葉原をはじめ、独自の文化を築くジャパニメーションは世界から注目を集める反面、国内のマーケットを独占し、その閉じたマーケットに鍵をかけて日本人に対してコンテンツを作り続けました。

今、日本は海外へマーケットを求めています。でも鍵は内側からしかかけられず、開けば海外からの文化も流入するというリスクも同時にでてくると思います。でも日本人がいま求めているコンテンツは、日本人が日本人のためだけに作るものではなく、日本人が世界中の人のために作るもの、通じるものだと思います。

スタジオジブリの作品が大好きで、それがきっかけで日本に来たという友人に会った時、僕ももっとジブリのことが好きになりました。この感覚は逆輸入コンテンツ好きの生活者としては、普遍ではないかと感じるのですが！

2008-9-23 2:48

「貿易に備える。」

シンクでのインターン研修も二週目を向かえました。今日は先週から続けているプロデューサーの方へのインタビューについてです。昨年のインターンシップでもお世話になった方に時間を作っていただきました。

「Taropicana」インタビュー考察：「ク

リエイターが陥りやすいミスは、ターゲットをやたらと広げ、大風呂敷に制作に取り掛かること。」プロデューサーという仕事は、人にコンテンツを説明し、交渉することで賛同者を集め資金を集めること。ターゲットを闇雲に広げることは、コンテンツのエッジを削ぐことにも繋がり、その魅力も半減しかねない。結果、お金も集まらない。その方が冒頭におっしゃったことです。

選択と集中を重ね、明確で狭いターゲットへ「深く」突き刺さるコンテンツを仕掛ける。情報感度の高い人間がそのセンスをキャッチし、「幅広く」バイラルさせる。とりわけインディーズでの映像プロデューサーで要求される場合では、これが鉄則とのこと。すべてのコンテンツがそうでないにしろ、この言葉には非常に重みがあると感じました。

コンテンツも「誰かに何かを伝えるメッセージ」として機能しているはず。子どもに伝える、サブカルチャー好きの若者に伝える、近所のおじいちゃんに伝える。同じことを伝えるにも、その対象で表現は大きく変化します。まして映画や漫画、アニメーションは作り手の思想が大きく影響するものだから、コンテンツを見極める際に重要なのは「作り手＝クリエイター」自身だともおっしゃっていました。

世界へうって出ることのできるクリエイターの必須条件とはなんでしょうか？僕はこの話を聞いて、作品の世界観、独特なタッチ・技法、個性を発揮するキャラクターではないと思いました。それは、作り手自身の「教養」であり、「思想」であり、「人柄」なんだと思います。映像も、言葉も表現と名のつくものすべてはそれにのっかったツールにすぎません。

そして、世界に通用するプロデューサーもまた、その作り手の感度を驚かすかみできる教養を兼ね備えることが必要です。日本のコンテンツが世界へ貿易を行い、利潤を生み、国益として還元するに足るには両方の人間が不可欠であり、「教養」こそが目下の課題なのだと思います。

三宅 佑治

2008-8-18 23:13

「新聞とテレビの報道」

三宅です。今日はインターン初日でした。私は、山崎、柳と共に西日本新聞で研修をしております。今日は、新聞社とはどんなところかというガイダンスを受けました。一番衝撃を受けたことは、新聞とテレビの報道が全然違うということです。記者をやるなら新聞だよという話を聞きました。社員の方々の話から、新聞の取材に対する威信を深く感じました。私にとって幸運なのは、どの部署にいる社員さんも、たいてい記者を経験していることです。なので、「私が報道志望です」というと、とても良く話をしてくれます。その話がたいへん面白く、報道志望として刺激になるので、根掘り葉掘り聞いていこうと思います。

また、デジタル時代に訪れる新聞のこれからについてもお話を聞きました。新聞社に、そのようなデジタルに革新的な思考を持っている方がいるということに驚きました。そのことについては、後日詳細をレポートしようと思います。

また、今日は大塚さんの内定祝い＋インターン決起会でした。焼肉ごちそうさまでした！！

2008-8-30 19:35

「若者に読んでもらう」 研修を終えて」

新聞記者への興味が格段に高まった。今まで、映像で人間模様を伝える仕事をしたいと頑なに思っていた。研修を終えて、文章で伝えることにも相当なやりがいを感じている。だが、デジタル化によって、新聞記者もいずれはビデオカメラ片手に取材する日が来るだろう。そうやって、デジタル化にいち早く対応できる新聞社が残っていく。10年ももしないうちに、「映像で伝えたいからテレビ業界に行く」、「文章で伝えたいから新聞業界に行く」という時代ではなくなるのではないかな。

ともかく、新聞社が縮小していくのは何とももったいない話だ。研修中、本当に新

聞記事って面白い！と何度も感じた。

例えば、地方面。ほとんど読んだことのない欄だったが、ここにも沢山の人間ドラマが描かれていた。こんな面白いコンテンツがあるのに、知らない人が多いのは残念だ。若い人なんて、地方面など絶対に読まないだろう。地味で堅いから。どうやったら新聞を読んでもらえるかを世界中の新聞社が考えているようだ。その答えは…どこも出ていないようだ。新聞は世の中の情報を得るだけのものではない。ときには、テレビドラマよりも面白い人間模様が描かれている。でも、そんなことを知っている若者はほとんどいない。面白がるもクソも、読んだことが無いからだ。1週間ほど読んでいれば、面白さに気づくのだが。研修は終わったが、幸いなことに、もう一度プレゼンテーションをする機会をいただいた。

「若者に読んでもらうにはどうすればいいか」新聞社から離れた今、もう一度考えるべし。そしてプレゼンすべし。

※送別会の帰り、研修中にずっとつけていた名札を、人事に返そうと手にした。青臭いが、泣きそうになった。こりゃ卒業証書もらう時に似とるな！と思いつつ、返さずにもらって帰ることにした。担当人事の方には、お礼を何度も言ったが、まだ言い足りない。それほどお世話になった。

2008-9-2 3:05

「出陣！！…したけど大苦戦。」

N I I に参上！！早速、先生に会って自己紹介をしました。

僕のやっつることを説明しても、話にならない状態でした。これは予想以上にまずいぞ…と悩みました。

理工系のバックボーンが全く無い。地上デジタルについて研究したいと言っても、具体性が無い。先生と相談し、いくつか本と論文を読んだ末、次世代のコンテンツ流通について調査することにしました。

ゼロからの出発に近いですが、非常にやりがいのある2週間になる予感がして、ワクワクしております。(泣)夜は、先生が

歓迎飲み会を開いてくださいました。東京でも、三宅と山崎は元気にやっちょります！

2008-9-5 0:59

「甘い蜜だけ吸っていた5人全員が考えるべきこと。」

お偉いさんの話を聞いて「じゃあ、ありがとね、バイバイ」と言って、軽々と去っていたようなものである。

インターンプロジェクトを通して、部長クラスの人と簡単に話す機会を得た私。えらい人に沢山会った。その人たちから、知識や体験を吸収した。だが、その恩に報いていなかった。感謝の意を誠意をもって示すべきだったのだ。手紙を書く、ちよくちよく連絡をとる、実際に会いに行く。インターンで最も学ぶべきこと。それは、社会の実態よりも、むしろ「縁を大切にすること」であった。

今まで、全く考えていなかったわけではない。実は、西日本新聞インターン中に、3通だけ手紙を書いた。研修中に会った、取引先の方々に向けてだ。手紙と、今の学生を知る参考資料にと、ポータルサイトを添えた。その方々は、とても感心してくれたようだ。こうなると、一度の出会いで途切れず、次にまた会って話ができる気がする。

でも、それ一回きりで、感謝の意を伝えなければいけない人、縁を続けるべき縁はまだまだ沢山ある。この問題、つまり「機会」と「縁」について、インターンシップ生5人全員がもっと考え、実行すべきことだと思う。ネット時代とはいえ、なぜ年賀状文化がここまで続いているのか。お申元、暑中見舞いがあるのか。縁を大事にしたいのか。したくないのか。大事にするにはどうしたらいいのか。

2008-9-18 1:05

「理念。そして、未来を見通す力」

「理念。そして、未来を見通す力」ある

番組内にて、鳩山兄弟が述べたリーダーに必要な資質だ。

「最高のリーダー、マネジャーがいつも考えているたったひとつのこと」という本にも、リーダーがすべきことは「よりよい未来に向けて人々を一致団結させる」ことだと書いてある。そして、孫子はリーダーに必要な資質として「智・信・仁・勇・嚴」の5つを挙げている。ここでいう「智」は、状況を読む力、先見力だという。先見力を身につけるには、先人の経験に学ばなければならない。その為に、教養が必要だ。教養とは何か。

まず、本を読むことは絶対に必要なことである。一定レベルの様々な分野にわたる知識や常識の無い私には非常に重要な課題だ。最近では、面白い本の名を聞いては、すぐにネットで買うようにしている。(まだ読んでいないものもあるが…)のだが、(困ったことに)教養は本を読んでいけばつくものではない。

教養力とは、すなわち人間力ではないか。人や社会との付き合い、人生の営みの中で育まれるものだ。

加えて、生きていけば自然に育まれるものではない。他人と同じ時間を生きる中で、“経験”を積まなければいけない。

このインターンシップは、自分の身を未知の場に置き、鍛えようという気で、それだけで始めた。何やらえらくすごい先生がいるという話を聞いていたので。我が我がでやってきた5月。公聴会でボロボロ。喝を喰らい、半べそ掻く。何がなんかわからん状態で走って6月7月。急ピッチで報道に照準を定める。偉い方々にお会いさせてもらい、感謝を自分の中だけで完結させて、面接でアニメを売って、売れずにスベる。

8月に西日本新聞社に行き、9月にNIへ。ここでも最高の出逢いがたくさん。怒涛の数か月だったが、その中で目に焼き付けたリーダー像。豪快な人や、口ベタな人、眼鏡の奥で目がキラリと光る人。様々なタイプの方がいたが、確かに皆、信念を持っていた。それは、会社を発展させる、部下を守る、世の中の矛盾を暴く、日本の

コンテンツ業界の未来を考える、焼酎はロックで飲む。じゃあ、リーダーになる為に必要だとされる、自分の信念は何だ。弱い人の立場に立つ。…青臭いか。

また、先見力が今の自分にあるだろうか。もっと考えて、明確化したい。その為にも、只今、皆よりも一足先にインターンで得た能力、自分の弱点などを分析中。整理する能力、分析して項目にまとめる能力。計画性。ここらが特に足りない私だと、今のところそういった気分である。なので、尚更に力をいれてカリキュラム分析に取り組む所存。ここから勝負でござりマス。

田尻力也

2008-8-20 7:33

「生活者の目」

昨日は最初の課題を頂き、実際に現場の商業施設においてどのような客層が訪れているのかを調査しました。

人の流れを眺めたり、気になった人物を追ってみたりということをや約2時間行いました。その中で気づいたことは、ふらふらと目的のなさそうな客が結構な数訪れているということです。その商業施設は普段から私も利用しますが、目的なく行くことはありません。きっと他の生活者もそうだろうと思って調査に挑んだわけですが、見事に予想は外れたわけです。実際に足を運んで対象を知ること、観察することの大切さを実感しました。

それと同時に、「生活者の目」を持つことの本当の難しさを感じました。対象についてあれこれ調査したり思案していると、「生活者は〇〇についてどう思っているのだろう」という疑問が湧いてきます。

つい昨日まで自分も生活者の中の一人だったのに広告という形でその企業の利害関係者になってしまうと、とたんに生活者の目が飛んでしまいます。そのような生活者の目を再確認するためにも、調査会社が行う調査が必要なのだと納得しました。

本日課題の発表があります。駄目出し一杯もらってきたいと思います。

2008-9-1 19:11

「予定は未定」

本日からプロモーション局にお世話になっております。講義に現場にと大変濃い一日となりました。インターンシップも3週目となり感じていることは、社会人の予定は未定ということでした。

部署の方についていると、いかにその日の予定が不確定かを感じます。次々に電話が鳴り、クライアントとの打ち合わせでは予期せぬ変更が次々出てきます。そのたびにその日の予定が更新されていきます。一つ用事が増えただけで、ヒイヒイ言っている場合ではないなと感じました。

予定は未定。社会人はタフです。

2008-9-17 1:00

「日本SGI 初日」

本日から日本SGIのインターンシップが始まりました。恵比寿にある恵比寿ガーデンプレイスの31階にあります。元々恵比寿が高台にあることで、六本木ヒルズや東京タワー等が一望できる高さになります。

本日から3日間はビジュアルライゼーション事業本部にお世話になります。そちらのある部署の部長にお話を伺う事が出来ました。その方は転職を重ねられて、日本SGIが4社目だと仰っていました。多彩な企業に勤められていて、ベンチャー系の企業もあれば、世界的な企業の名前もありました。転職をする動機を伺うと、「その時やりたいたことがその企業よりもやりやすいところがあったから」という答えを頂きました。そのときの部長の無邪気とも言える表情が印象に残りました。単純に貪欲に自分の道を進む事。実行できる人間はどのくらいいるのでしょうか。

単純に貪欲に2週間過ごしたいです。

2008-10-6 4:08

「社会の目 大学の目」

私は今回電通九州と日本sgiにインターンシップに行きました。両社はともに特徴

的で、企業という集団がどう成り立っているのかを俯瞰的にみることができました。ただ、この2社の相違点をひとつあげると、「分業的」かどうかということが言えると思えました。

ではどちらが分業的かというと、日本sgiです。日本sgiではもともと採用試験が「エンジニア職」か「営業職」かで分かれており、当たり前と言えばそうですが非常に分業的・効率的に業務が行われていると感じました。

一方の通電九州ですが、「全員営業」を掲げているだけあって、営業職でない方も仕事を見つけてビジネスに結びつけておられた方もいました。

両者長一短あると思います。そもそも“企業のしくみ”なんて遠く考えにも及ばなかった数ヶ月前の私を振り返ると、インターンシップを通して「社会に目を向ける」だけでなく、「社会に目を持つ」ことができるようになったことは一つの成果です。

今改めて大学の目を見つめ直し、どこに差異があってどこを埋めればよいのかを整理したほうがよさそうです。インターンシップの必要性。インターンシップ文化を考える一つの道筋になると思います。

2008-12-12 20:19

「ついに来るか！デジタル化の波」

まずはこの記事をご覧ください。(<http://journal.mycom.co.jp/news/2008/12/12/011/>)

本日産経新聞がiPhone (+iPodTouch)向けにその日の朝刊を「まるまる」読めるアプリケーションを「無料」で公開しました。私も早速ダウンロードして体験してみました。実にすばらしい出来だと感じました。まず、その姿勢ですが、1にも2にも無料というのが大英断でしょう。もちろん紙面の広告(一部表示されていませんが、恐らく地方によって変動する枠なのでは)もそのままですし、広告媒体としての新聞の機能も果たしています。

アプリケーション自体も非常に軽快で全

面から細部へと滑らかにクローズアップし、「見出し」→「本文」のように紙媒体と同様のユーザーエクスペリエンスを実現しています。また、今後このアプリケーション上から広告をクリックするとその商品のウェブサイトへジャンプしたり、関連するニュースをアーカイブから引っ張って来れたり、GPSを用いてその土地のチラシが閲覧できるようになったら。。。考えられる可能性は無限大です。

ただ、綿密にデザインされた見出しをそのまま見れるのはいいのですが、さすがにiPhoneの画面で全ページ読むのは厳しいと感じました。ここはインデックスとしての紙面デザインと、iPhoneに最適化された本文の2つの表示を用意してくれば解決すると思います。

しかし、この産経新聞の決断をどう捉えるべきでしょうか。購読者収入にある種見切りをつけて無料配布で読者数を伸ばす戦略か。新聞のデジタル化を見越した試験的試みか。どちらにせよ紙媒体はすぐにはなくなりませんし、デジタル新聞とアナログ新聞が一長一短を取り合って新聞メディアを盛り上げて言ってほしいです。先日のNHK オンデマンド同様、「いよいよ」マスメディアにデジタル化の大波が押し寄せてきているのを実感します。

簡単に早送りができるデジタルプレーヤーでどうCMを見せるのか。拡大縮小が前提(新聞サイズの液晶画面なんて携帯できないので)のデジタル新聞で広告の「サイズ=インパクト=料金」という尺度を今後維持できるのか。広告においてもアナログ→デジタル化にいち早く対応する必要はあるでしょう。

柳 竜馬

2008-8-27 4:03

「新聞が接続すること」

新聞社での研修も残り3日。これまでの研修から、いま新聞、新聞社がどういう状況か、あるいは、これからのますますデジタル化が進む時代に、新聞と新聞社がど

う社会に関わっていくことができるのかということについて色々な方の意見を聞くことができた。その中で思うのは、やはりいくらデジタル化が進んだとしても紙媒体はなくなるということだ。結局、人々はデジタル新聞(電子ペーパー?)と紙新聞の両方を使い続けるのだと思う。

当然新聞社としても、紙新聞は紙新聞として残すのは明らかであるし、極端に需要がなくなるとは思えない。しかし、それだけではある新聞を読んだ時、関連があったかもしれない別枠の記事、過去の記事には気付かない。新聞をデジタル化することは、最初のステップに過ぎないのではないか。実際に、紙と同じものが単にデジタル化され、持ち運びやすくなったりだとか、新鮮な情報が手に入るというだけでは、そんなに魅力を感じない。

新聞デジタル化の良さは次の段階にあると思う。現在のネットで既にやっているように、各新聞の各単語が、互いにリンクされたり、インデックスや注釈をつけられたり、分析されたり。こうやって接続されていく。ある日の新聞を読むことは、これまでの歴史を読むことになる。デジタル新聞は、一つのとてつもなく大きく、しかも社会の変化と同時に更新されるテキストになる。

2008-9-14 11:58

「デジタル化が進むその先に」

深沢直人というデザイナーがいる。彼のデザインはかなり世に出ているので、おそらくどこかしらで目にしたことがあると思う。例えば、無印良品とコラボしていたり、家電などを手がける±0というブランドもそうだし、auでinfobarなどの携帯電話を手がけたりもしている。そんな彼がなんかの対談で言っていたことを思い出した。「すべてのものは、やがて2つのものに収束していく。ひとつは、人、ひとつは、建築だ」なるほどな、と思った。

まずデジタル化が進んだことにより、いろいろなものが「ポータブル」になった。

そして今では、ほとんどが「ケータイ」に集約している。つまり「人に近づく動き」である。実際、普段生活をしていて、PC、新聞、本、音楽、テレビなどがどんどん「ケータイ」化していることを感じざるを得ない。これは新聞社で実感したことのひとつでもある。将来的には、色々なものが人に取り込まれてしまうのだろうか。そんな期待というか不安さえよぎる。

次に、「建築に向かう動き」である。ポータブルなものに対して、大きすぎたり、持ち運ぶ必要のないものは、家や建物のなかに組み込まれていく、という発想である。例えば大画面液晶テレビ、エアコン、などは「建築に集約されていく」という。そういったことなら、「デジタル化」に対して、建築の進化はちょっと遅いのではないだろうか？と私は思った。

ケータイは「デジタル化」を存分に取り入れて、どんどん進化し続けている。しかし、建築のその大きさから、商品化、竣工するまで時間がかかるため、「デジタル化」を取り入れ進化するスピードは格段に遅い。ひとつの建築ができあがるまでに、ケータイはどんどん進化しているのだから、それはそうである。家がそのままコンピュータになる。そんな時代が来るのではないかと最近思うようになった。

しかし雑誌などで取り上げられる最新の建築作品の多くは、デジタルがどうこうという方向にはない。空間の内側のプログラムのつくり方や構成のレベルにおいて、本来どんなことが、まだ建築で可能なのだろうか、ということをいろいろ摸索している人たちが90年代以降の建築家では圧倒的に多い。

別にそこに否定はしないが、方向性のひとつとして、「デジタル化」を取り入れた建築をつくってもいいのではないだろうか。といってもスピードの違いからも、「デジタル化」を”そのまま受け入れる”ような建築をつくるのではなく、「デジタル化」を”進化に応じて取り入れていける”建築をつくるのである。そうすればデジタル化のスピードにそのままついていく必要はな

く、デジタル化が進むたびにそれを取り入れていくだけでいい。それが本当に魅力的な建築として生まれた時、人と建築の、世の中への関わり方はかなり変わると思う。

2008-9-19 16:00

「主体的な関わり方」

どんな仕事でもいかに主体的に関わることができるか。言い換えれば、いかに自分のペースに持っていか。クライアントからのオリエントで、いわゆるままのものをつくるだけでなく、もっと生活者に伝わる方法があると思えば、型をやぶって説得させることもあるそうです。よりわくわくするようなものをつくる。より人を動かす可能性があるモノ（広告）やコト（仕組み）をつくる。主体的にならないと自分も成長しないし、何よりやって楽しくない。

自分の話に置き換えてみても、学内外問わずこれまで関わってきたイベント、プロジェクト、コンペ、サークルなど主体的に関わったものほど楽しかったはず。逆にそうでなく遠慮したものほど自分にとっても相手にとっても気まずいものだった気がします。コンテンツエキスポの企画に関してもそうです。今思えば当初はなかなかそうはなれなかったのです。

主体的にやろうと思いついた頃から楽しくなってきました。ただそうなるためには、それなりの知識も必要です。これからそういった機会があるときはより積極的に、より主体的になっていこうと思います。

2008-9-22 23:50

「広告と建築」

今日は2011室で研修をさせて頂きました。以前から気になっていた、広告会社の空間プロデュース業務の内容を垣間見ることができ、あんなことやこんなことも広告会社でやれるんだという意外性や、空間プロデュースという仕事の魅力も感じました。

特にマーケティング、事業経営、建築設

計の分野におけるスペシャリストとして、独自のプロデュースモデルを築こうとしている方の姿勢に惹きつけられました。

また、現段階で最も志望度の高いディベロッパーの話もして頂き、広告会社と似ている部分やそうでない部分も少し理解できました。その方がおっしゃっていたように、うすっぺらいプロデューサーにはならないためにも設計に関する実務を経験を積みたという気持ちが強くなりました。

今まで、一度就職したらそんなに簡単に職場は変える気はなかったのですが、自分がやりたいことを実現するために転職するのも大いに視野に入れていこうと思うようになり、以前より良い意味で気楽に就職活動に取り組みそうな気がします。

話は変わりますが、電通九州にきて「広告会社」と「建築の設計事務所」はよく似ているなど感じます。例えば、コンペがある・分析がある・目的があって、そのための表現がある・クライアントからの受注で始まる・コンセプトが存在する・スターは個人事務所を立ち上げる・プロジェクト単位での仕事を行う・世間の流行の影響を受けるなどです。

そもそも、構造や仕組みをつくるという概念が似ているなあと単純に思いました。さらに表現の際も、自分のこだわりを押し通すか・クライアントの言うようにするか・より多くの人に受けるように無難なものにするかなど迷う点でも似ていると思いました。

多少偏見も入っているかもしれませんが、とにかく毎日が発見の連続です。

2008-10-3 5:30

「虚」

正直、昔から広告に良いイメージはありませんでした。媒体の力を借りて「虚」をつくっているように感じるからです。

例えばキャッシングローンのCM。サラ金することがあたかも楽しいことであるかのように明るい内容です。そして最後に、共通しておまけのように「ご利用は計画的

に」的なコピーが入るのです。キャッシングローンってしないで済むならしない方がいいに決まっています。少なくとも僕はそう思います。煽っているのか、控えろといっているのかどっちなんだと言いたくなります。

もちろんそれは企業だけの責任ではなく、ゴールデンタイムにでも平気でそういったCMを流すテレビ局にも問題があるし、そういった広告をつくろうとした代理店にも問題があるのだと思います。広告はお金のため。そういうイメージなんです。

研修の中で、「広告会社は無形のサービスを提供している」という言葉を頂きました。モノをつくるのではなく、モノに付加価値をつけるのです。商品を良く見せ、悪いイメージは与えません。確かに「虚」は言っていないわけですが、広告は真実を伝え、生活者に利益をもたらすものであるべきだと思うのです。

しかし現状は、生活者に必要な情報というよりはいかに良いイメージを植え付けるかというところに力が注がれている気がしてなりません。商品の情報を的確に生活者に伝え、その結果人々の生活や社会がより良い方向に進んでいけばいい。それが広告の役割だと思います。

山崎 隆弘

2008-8-12 9:07

「自分を振り返る。」

いつの間に、コピーライターになりたいと、簡単に言えなくなったのだらうと、近頃よく考えます。コンペに負け疲れてしまったのでしょうか。それとも、広告の大きさを知って、コピーよりもっと広いフィールドで戦いたいと思ったのでしょうか。「広告を仕事にしたいです。」と言えば、「広告の何がしたい？」と、聞かれる姿が簡単に思い浮かびます。そして私は、「広告の全部がしたい。」と、言いたいのではないか。そんな気がして、近頃なりません。

しかし、就職という目線を見た時に、私

がどの位置に立ちたいのか。マーケティングなのか、プロデューサーなのか、クリエイティブディレクターなのか、メーカーの広報なのか。それが見えていない気がしています。

これだ！と思えるものが見つかるように、このインターンの機会を本当に大事にしようと考えています。大学3年生から、院生になるまでに、いつの間にか欲張りになっていたのかもしれませんが。「コピーライター」だけでは、物足りないのです。もっと、したいのです。

近頃、ワーカーホリックが素敵だと思えてしまう自分を感じます。それくらいいま、働きたいです。

2008-8-21 7:49

「デジタル営業部一日目」

昨日はデジタル営業部に配属されての研修活動でした。午前中は、新聞社のシステムに関する大まかな説明を。午後には、問題解決型の課題を課して頂き、それに対する提案を行いました。午後の提案では、いわゆるメディアを使いやすくする提案を行いました。「RIA も広告である。」と過去に社会人の方に聞いたことがあります。ユーザーに配慮したデザインがちゃんとされているか、それは正に人のコミュニケーションをスムーズにする広告であるとそう伺いました。正にそうだと感じていますし、必要性も自分自身認識しています。

しかし、私が作業中にふと感じたのはユーザーの笑顔が想像できないということでした。今まで作ってきたものが比較的軟派な性質の広告であったということもあるのですが、見た人はどう感じるだろう、「笑うだろうか」、「驚くだろうか」、「怒るだろうか」、「呆気にとられるだろうか」。そんなことを考えながら、いつも作っていました。そして、それが想像しづらい今回の研修では所謂楽しさよりも、仕事という感覚が私の中で強くなっていったような気がします。

仕事の先にお客さんの表情を想像できるか、それは私のモチベーションに関わる、

とても大事な事柄のように思えてきました。

2008-9-6 1:23

「主張という誠実」

担当して頂いてる先生のご配慮で、Nii にいらっしゃる様々な先生とお話をする機会を頂く事が出来ました。その機会に当たって、先生に自身の訴求が無ければ色々な先生と話す意味なんて無いということを知りました。最初はそれがどういふことなのか、実感が持てませんでした。

しかし、今になって真剣に考えてみれば当たり前の話で。多忙な先生を捕まえて、最先端の話聞いて「おもしろかった」、「ドキドキした」だけではあまりにも失礼だと、お礼のメールを考えながら気づかされました。目的が無いということは、自身が楽しむための2時間のSF映画と同様に先生を扱っていると思われても仕方がない。それでは正に、「誠実さ」が足りないのだと実感しました。

自分の意見を主張することが、如何に誠実なことなのか。それを今日という体験を通して学んだような気がしています。

2008-9-18 8:31

「種を信じる。」

森根のエントリで、昨日やったことについては詳細に書かれていたので印象に残ったことを抜粋してエントリします。定量的に計測して、上位項目を挙げた後に言われたこととして「結局、プロデューサーがそれを売れると信じて動くか。」それに尽きると伺いました。

「信じる」という行為の中で頼りになるのは、自分自身の経験とエゴイズム。人間のことを定量的に測りきれないように、種の魅力も、定量的なだけでは測り切れなと言えるでしょう。つまり、『コンテンツプロデュース』という仕事においては自分を信じる能力（主観性）と自分を疑う能力（客観性）の二つの力が同時に必要になる

と言えます。その二つの能力を、どの様なバランスで使い分けられるか。
それが、プロデュースという仕事の面白い所でもあり、難しい所でもあるのでしょう。種を見つけるだけでも、苦勞して。水をあげるのにも、苦勞して。花を綺麗に見せるために、手入れまでして。一つの花を出荷するまでに、約2～3年。信じる心無しには、やっていけません。この仕事にも、どうやら愛が不可欠です。

砂田先生、先輩方、スタッフの方、インターン先の皆さん、本当にありがとうございます。言葉だけの感謝にならない様、これからも頑張ろうと思います。

2008-10-10 8:44

「問題点は、成長点。」

インターンの報告書に関して現在、EXPO と同時進行で制作中です。インターンの報告書を制作しながら感じるのが、自分の問題点を意識出来ているのか。ということでした。

インターン以前、私は言葉に惑わされてばかりでした。現場を知らずに、社会を知らずに、読書ばかりの理論武装から～～へ行きたい。～～へ行きたい。結局のところ、何処へ行きたいか全く分からなかったと言ってもいいかもしれません。私に抜け落ちていたのは、自分自身の心なのだとインターンを通して認識したような気がします。

インターン中、何処へ行ってもまず「何故、こちらに入社されたのですか。」というお伺いをさせて頂きました。お答えは多種多様でした。中には、「楽そうだったから。」「友達がいたから。」等。とても素直で、つい笑ってしまうものもありました。

しかし、それでいいのだと安心する自分もいました。肩肘を張って、しっかりした理由を言おうと頑張りすぎていた自分を見つめなおすことが出来ました。

報告書を書いていると、インターン中にお世話になった方の顔を何度も思い出します。とても多くの方に、こんなにも構ってもらっていたのだ。そう思う度に、懐かしさと恥ずかしさと寂しさ、感謝の念が込み上がってきます。私はどうやら、幸せ者です。

§ 8

プロジェクトインテリジェンス

表題の意味は p20 「4. プロジェクトインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

ポストインターンシッププロジェクト
プロジェクトの流れ

ポストインターンシッププロジェクト



Contents EXPO 2008 ASIA GRAPH in Tokyo
2008.10.23 - 10.27

DIGITAL CONTENT EXPO 2008

2008年10月23日から4日間に渡り経済産業省、財団法人デジタルコンテンツ協会主催により、DIGITAL CONTENT EXPO 2008が開催された。これは、昨今コンピュータグラフィックスやバーチャルリアリティなどのデジタルコンテンツ技術が広く社会に浸透するにあたり、医療、バイオ、教育、芸術、環境など多様な応用領域への可能性を複数のイベントを統合的に展開することで広く知ってもらうための国際的イベントである。チームインターンシップのメンバーはその一環である ASIAGRAPH 2008 in Tokyo に参加し、デジタルコンテンツ分野における先端研究の論文投稿、査読採択、発表、ブース出展までをプロジェクトとして経験した。ここでは、プロジェクトから見たインターンシップ・カリキュラムの記録と取り組みの過程について紹介する。



プロジェクト型人材の育成

近年、企業の事業についてプロジェクト型で行うものが増加してきた。これは技術革新が急速に進む中、企業において創造的なビジネスを行う業務形態として期待されるものである。ここでいうプロジェクトとは、既成の組織では対応できない未開発な課題を解決するため、限られた期間内に短期に成果をあげるために人や資金の経営資源を投下する業務である。グローバル化による競争を勝ち抜くには、既存の枠にとられない新しい価値を生み出し続けなければならない。それには、産業界でプロジェクトを担える人材、特にその人材を引っ張っていけるようなリーダー的人材を育成することが求められている。インターンシップという大学と社会との連携を通し、実践の中で必要とされるリーダーシップを学生が主体的に学ぶため、プロジェクトにおけるチームでテーマの発見から、計画、開発、実験、論文投稿、予算交渉、プロデュース、出展、発表、プロジェクト・マネジメント、までの一連の時間を役割に沿ったチームワークで行った。

論文投稿と査読採択

本年度では、プロジェクトのプロセスの一環に論文投稿が設けられた。プロジェクトにおけるテーマ設定から全てを学生がおこなうことで、プロジェクト実践の意義を、より深く履修生が習熟することが可能となった。デジタルインフラの整備によって変化するコ

ミュニケーション形態について調査、分析から、テーマを「ビデオチャットにおける新しいコミュニケーション手段の検証」とし、コンテンツ開発、実験を行った。

それを論文としてまとめ、社会性を伴ったプロジェクトとしての軸をチームとして客観的に共有す

ることができた。

そして、コンテンツエキスポでの研究発表の機会として、論文発表とブース出展の場をいただいた。



論文投稿と査読採択

2008年8月から10月にかけて、私たちはそれぞれ新聞社、広告会社、コンテンツプロデューサー、国立研究機関へのインターンシップに参加した。社会では常に大小のプロジェクト単位に分けられ、チームで仕事が行われることを知り、個人がチームワークの中で必要とされる能力を高めていくこと

ができた。

また、企業の方とのディスカッションを通して、コンテンツ開発についていかに発展させていくかのアドバイスも企業の方とのディスカッションを通していただき、大学内での研究だけではできない経験を得られた。多様な業種にわたる企業での個人の体験は、プロ

グ、スカイプなどのコミュニケーションツールを通してチームとしての経験として共有され、プロジェクト実践のための重要な情報資源として何度もフィードバックすることができた。

プロジェクト実践

各企業のインターンシップを終えて本格的な実行準備の段階として行ったのは、ブース出展における大学からの予算獲得のための交渉である。学生が主導し大学を代表してインターンシップでの教育成果を社会へ伝えるため、それに伴う責任を全うできる企画として提案し、交渉を重ねていくことが不可欠であった。各自が個人の能力を活かすための役割を果たし、コンテンツ開発とブース設計、サイン計画、PV、フライヤー制作の修正を重ね、獲得した予算をもとに企画実現へとたどり着く過程は、学生にプロジェクトを主導する立場が持つべき責任感を実践的に養う機会となった。また、ブース出展の現場においては子どもから専門家までの様々な体験者とのコミュニケーションを通し、ここまで作り上げたコンテンツ、ブース空間を活かした研究の成果をわかりやすく説明した。また、常に何らかの不測の事態がおきる状況下で臨機応変な対応をとることによって、事前の計画の重要性と現場での柔軟な行動力がプロジェクトの質を向上させることを再認識することができた。



ブース来場者数			
	体験者数	足を止めてくれた人数	合計
10月23日(木)	89	103	192
10月24日(金)	170	96	266
10月25日(土)	287	182	469
10月26日(日)	260	165	425
	806	546	1352



プロジェクトインテリジェンス

以上のような経験は、インターンシップ・カリキュラムを横断する長期的なプロジェクトとなった。個人が自身を高めるインターンシップと、チームで互いを高め合うプロジェクトの両方を経験することは、チームを通じた別の視点で自身を客観的に見つめることができた。チームインターンシップにおけるプロジェクト・インテリジェンスの履修は、プロジェクトを社会実践から学習する機会である。そして、チームインターンシップが養成する人材は、こうしたプロジェクト・インテリジェンスを備え、企業が抱える課題を新たに解決していける能力を習熟する。産業界を担うリーダー的人材はその能力を常に先導して発揮しなければならない。プロジェクト・インテリジェンスは、そのリーダーシップの育成に資する実践機会となった。

コンテンツ設計 Contents Design

発案

今回のプロジェクトで一番問題となったのが、「何を提案するか」であった。会議を重ねても今ひとつ案が固まらず、時間が過ぎていった。そんななかで、突破口となったのが田尻が提案した疑似立体化表現であった。

「価値」を生み出す

そこに目を付けたメンバーは、その表現を用いてビデオチャットにおける「恥じらい」の軽減をねらえると考え、それをテーマに論文執筆を行った。

実験のアンケート結果より、確かに「恥じらい」は軽減され、ビデオチャットに新しい「価値」を生み出し、新しい可能性を導き出すことができた。

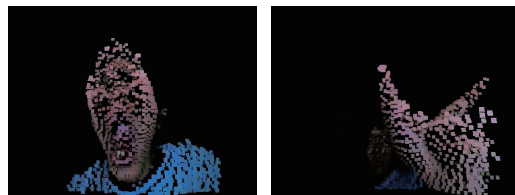
「価値」を伝える

次にチームインターンシップが取り組んだのは、ASIAGRAPH in Tokyo での展示だった。よりわかりやすく価値を伝えるために表現の推敲が続いた。二転三転したコンセプト立ての末に「文字で顔を表現する」というコンセプトがひねり出された。そこから「音声認識」を組み合わせるまでには時間はかからなかった。

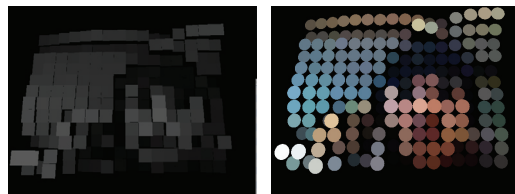
先生方先輩方にたくさんのアドバイスをもらい、たくさんの苦勞の結果、多くの来場者に驚きと笑顔を提供することができた。コンテンツパワーの持つ「力」を改めて感じた。

この場をお借りしてお世話になった先生方・インターンシップ研修先のみなさん・OBのみなさん・ADCDU 支援室スタッフのみなさんにお礼申し上げます。ありがとうございました。

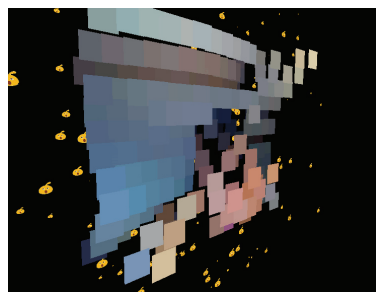
執筆 田尻力也



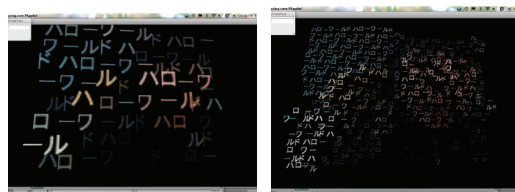
2008.7



2008.7.25



2008.9.9.



2008.9.25.



2008.10.23.



PV
Promotion Video

「詳細説明」「連絡先の表示」の二つを目的としてフライヤーを作成した。約 400 部のフライヤーを印刷し、全て配り終えた。

「アイキャッチ」「詳細説明」の二つを目的としてプロモーションビデオを作成した。YouTube にも投稿され、全国配信している。



フライヤー
Flyer

ブース設計 Booth Design

1) ブース設計について

ブース設計は二転三転した。毎回毎回の交渉でどこが良くてどこが悪いのか、それをきちんと確認し、次に進めることができなかつたことが反省点として挙げられる。また、できるだけ早い段階でのコンセプトの決定が必要である。

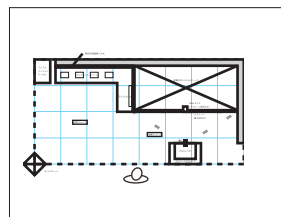
2) テーブル及びディスプレイ配置について

L型配置にしたことで、体験者に少しでも実際のチャットに近い状態（相手の顔やディスプレイが直接見えない状況）を保ちながらも、通行人に対して両ディスプレイを見せることで、体験者以外の足を止めてくれた人にもどんなコンテンツなのかを伝えることができた。また設計段階で派手にする案なども出たが、余計な情報はできる限り削ぎ落とし、シンプルな設計にしたことで、コンテンツを分かりやすく伝えることができたと考えている。

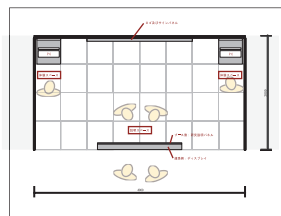
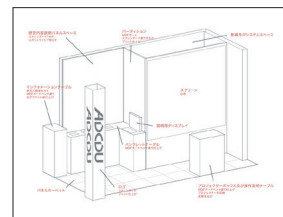
3) 当日の設営について

基本的には運搬を考慮した設計としたため大きな問題はなかった。しかし、背面ポスター、Webカメラ、照明、デモリアルディスプレイなどは、ほぼ現場合わせで、付け足した感は否めなかった。配線を含め、どの機材をどこに使うのか、もう少し早い段階での決定をするべきであった。スケジュール管理は最低限押さえておくべきであった。

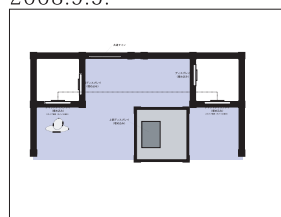
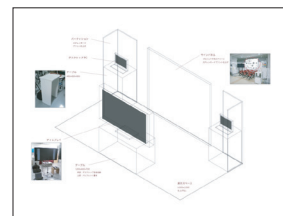
執筆 柳竜馬



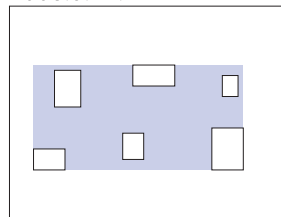
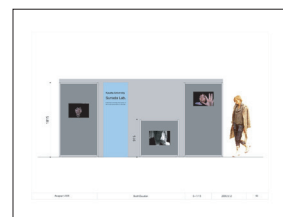
2008.8.13.



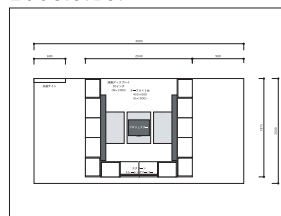
2008.9.5.



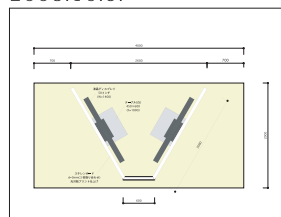
2008.9.12.



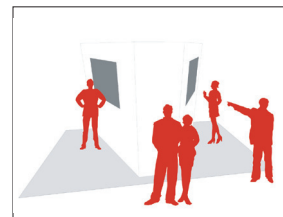
2008.9.15.



2008.10.5.



2008.10.7.



遠隔地における会議を実現するため、Skype を利用した。産学連携センターの一室を使用した。

ブース関係者であることを明示し、ブース来場者とのコミュニケーションを図りやすくする目的で制作した。




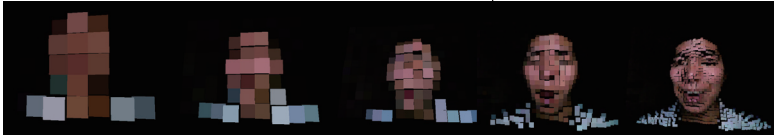
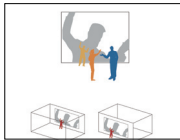
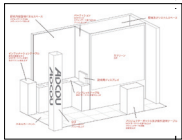
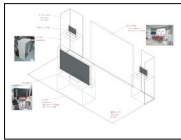
プロジェクトの流れ



7月

8月

9月

<p>コンテンツ</p>  <p>コンテンツの原型となる映像の擬似立体化システムを開発</p>	<p>実験</p>  <p>論文執筆に際して、被験者20名に対して実験。</p> <p>音声入力に対応。声を出している時間に応じて解像度が高く(細くなる)</p> <p>ジェスチャー操作を実装。手をカメラに向けて左右に動かすことで視点を変更できるようになった。</p>		
<p>ブース</p>	<p>0725</p>  <p>初期段階は他者との通信はなく、一つのディスプレイで完結していた。</p>	<p>0815</p>  <p>ブースを体験用スペースとプロモーション用スペースを二つに分けた案。</p>	<p>0825</p>  <p>体験用を両端に配置し、通信できるようになった案。</p>
<p>論文</p>	<p>1 章立て会議 2 実験 3 執筆</p>		
<p>ミーティング・ skypeミーティング</p>	<p>○ ○ ○ ○ ○</p> <p>7/11 15 18 25,26 31</p> <p>コンテンツ M T コンテンツ M T 論文 M T 論文実験</p>	<p>○ ○ ○</p> <p>8/5 9 11</p> <p>skype コンテンツ M T 論文執筆 M T</p>	<p>○ ○ ○</p> <p>9/4 6 19,20,21</p> <p>skype ミーティング プレミント コンテンツ</p>
<p>ユニフォーム</p>			
<p>ビジュアルデザイン</p>			
<p>フライヤー</p>			
<p>PV</p>			



9月

10月

0925

0930

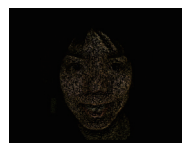
1004



ピオトープというコンセプトにあわせ、一定以上の音量になるとキャラクターがパーティクルとして発生するように。



文字で顔が形作られるというコンセプトを導入。



音声認識を導入。

0904



ディスプレイを箱の中に収め、ブースとディスプレイが一体化するよう意図した案。

0915



ディスプレイの数を増やし、通信先を探すようにブースの中を歩き回ることができる。

0925



ひとつの大きな柱の中に通信された二つのディスプレイを配置。体験者同士が見えない。

0930



テーブルをL字型に配置し、体験者同士を離しつつも、通行人にも見せる事ができる。

組立
搬入

4

発表準備

5

口頭発表
森根

- 10/1,2,3,4,5,6 コンテツ
コンセプト立
- 8 コンテツ
プレゼン①
- 10 リハ①サル①
コンテツ
- 14,15,16 プレゼン②
コンテツ
- 18 リハ②サル②
コンテツ

ユニフォーム 担当:柳

ビジュアルデザイン 担当:山崎

フライヤー 担当:山崎

PV:撮影

PV:編集 担当:三宅

Digital Content EXPO 2008 in Tokyo

デジタルコンテンツエキスポ2008

§ 9

ペーパーインテリジェンス

表題の意味は p20 「5. ペーパーインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

- 「ASIAGRAPH2008 in Tokyo」採択論文
- 「ASIAGRAPH2008 in Tokyo」論文発表
- 「ASIAGRAPH2008 in 上海」採択論文, ポスター

ビデオチャットを用いた日常的情報交換におけるデフォルメ映像表現の研究 - ビデオチャットとデフォルメ表現の有効性に関する研究 -

Research of representation of deformed image in communication using video chat

--- Verification concerning effectiveness of deformed representation in video chat

田尻力也/九州大学大学院 芸術工学研究府 修士課程 1年 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット, 三宅佑治/九州大学大学院 芸術工学研究府 修士課程 1年 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット, 森根光春/九州大学大学院 芸術工学研究府 修士課程 1年 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット, 柳竜馬/九州大学大学院 芸術工学研究府 修士課程 1年, 山崎隆弘/九州大学大学院 芸術工学研究府 修士課程 1年 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット, 阿部由布子/九州大学大学院 芸術工学研究府 砂田向 専任教授 九州大学大学院 芸術工学研究府

Rikiya Tajiri/Graduate School of Design, Kyushu University, Yuji Miyake2/Graduate School of Design, Kyushu University, Mitsuharu Morine /Graduate School of Design, Kyushu University, Ryoma Yanagi/Graduate School of Design, Kyushu University, Takahiro Yamazaki/Graduate School of Design, Kyushu University, Yuko Abe/ Faculty of Design, Kyushu University, Koichi Sunada, Ph.D./Faculty of Design, Kyushu University

*1tajiriki@gmail.com, *2miyakeyuji@gmail.com

Abstract: In this paper, we conducted experiments to compare and measure how deformed representation influences on everyday communication through video chatting and besides what deformed representation is effective from 3 perspective- color, shape and texture with making deformed representation system called BDMS.

Keywords: Visual communication , Visual information , Video chat , Deformation , Stress , Human interaction , Stereoscopic effect

1. Introduction

In this day and age, progress of digital infrastructure has rapidly changed from communication using letters such as cell-phone text-messaging or chatting to image correspondence such as video chatting or E-Learning aimed to take a form. That is because grid computing improved processing ability and setting up of digital infrastructure lead to realize Mbps level communication network, and communication form is expected to develop further in the future.

At the same time, new problem is shown concerning influence on users by newly emerging communication form. In this paper, based on foregoing research which explains that new form of communication gives users stress toward image communication [1] [2], we verified reducing stress by “visual information” using deformed method which is being applied recently as a technological research. As relative research shows that deformed image to protect privacy doesn't influence on effectiveness of distributing information for remote support through image correspondence, as a result, we analyzed deformed image with verifying effectiveness of daily communication such as video chatting. In this paper, based on hypothesis for increasing efficiency of daily communication using video chatting, we conducted experiments using Pseudo Stereoscopic Effect by “Brightness to Depth Mosaic System, which is solidified and deformed image system to reduce stress of pseudo face to face communication. We extracted data of brightness from data of user's face in web camera and transformed them into data of depth and then compared between realistic image that was output solidified deformed image to both users and effect which deformed image gave user's dialogue. At the same time, we analysed subjective

evaluation to verify effective “déformer” method from 3 perspective, color, shape and texture.

2. Deformed representation

“Déformer” is defined as a representation method to add exaggerated and emphasized characteristic of motif of picture or sculpture. As a technological research, it is especially used in the area of drawing map or route map to transform materials into ones which gains intelligibility by exaggerating or emphasizing them. In this paper, we used deformed representation to exaggerate or emphasize characteristic of figures and express emotion clearly, also to protect privacy by not giving detailed information.

3. Background of research of deformed representation

Before emerging image correspondence which needs massive transaction such as video chatting, user had actively had non face to face communication using digital infrastructure such as text chat, Weblog, and cell-phone text messaging. Especially, Japan is the first place of several blog contribution community classified by country and blog culture has widely prevailed in recent years.(Fig.3-1) It may be said that user who were just audience in the past have become sender and had an opportunity to communicate frequently. According to the data classified by blog user's motivation who set up blog(Fig.3-2), « self-expressing » (30.9%) is took first place followed by « community» (25.7%) and « contribution for society» (8.4%). Originally, as we can see from derivation of « Weblog», the situation which blog is mostly used for diary version hasn't changed.

However, It should be noted that the action through blog is taken in items needed relationship with others such as community and contribution for society. Also, user mainly taking communication have tended to focused on non face to face communication such as text chat or blog. While it is highly possible that image communication using massive data such as video chatting would improve farther, the problems which never happed with none face to face newly occur. Users tend to have resistance against face to face communication which can send expression on face clearly [1] [2]. It is expected that users in Japan can strongly feel the resistance because they are used to non face to face communication and don't have problems with it and understand text chatting as just expanded data. In the future, the service which is under the premises that is mainly image communication and is massive correspondence will be further developed. Then it may be said that reducing the resistance to face to face communication can accelerate to prevail these service.(Fig.3-1, Fig3-2)

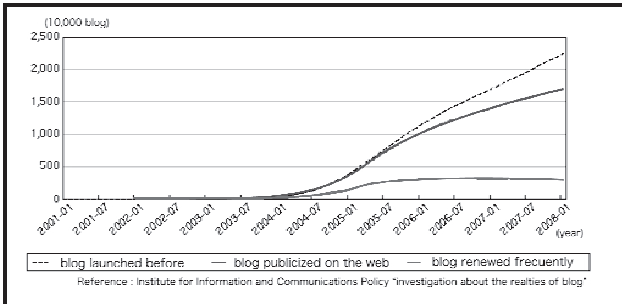


Figure3-1:Transition of the number of domestic weblog (Reference : Institute for information and communications policy , research about the actual situation of the weblog)

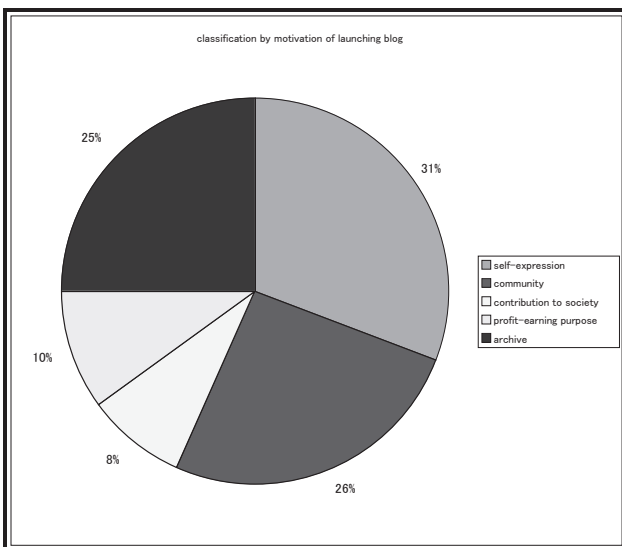


Figure3-2:Classification about weblog establishment motive (Reference : Institute for information and communications policy , research about the actual situation of the weblog)

4. Present condition of digital infrastructure in Japan

In Japan broadband internet by DSL system began to infiltrate homes in the first half of the 2000s. As a result environment of Mbps level communication began to be improved for homes as well as business use and the number of broadband contracts exceeded 2million in 2006. (Fig4-1)

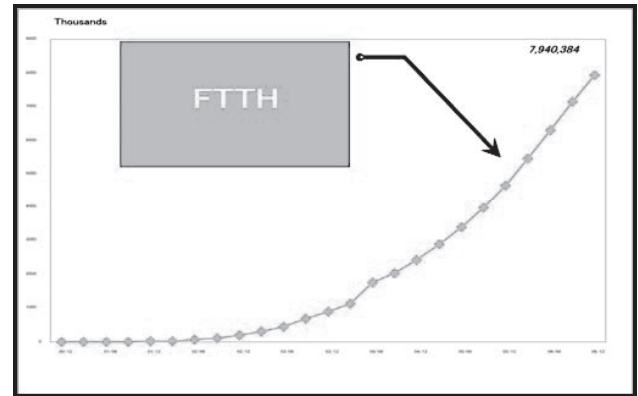


Figure4-1:Transition of the number of broadband service members (Reference: Report data of Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications)

Furthermore regarding household penetration rate, it reached 84 % in 2007 (Fig4-2) and about 4/5 of the Japanese is living in the broadband environment.

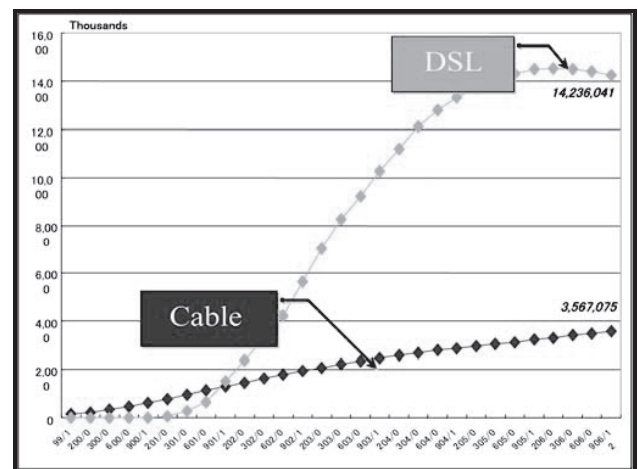


Figure4-2:Transition of the internet penetration and prevalence rate in household and broadband prevalence rate in household (Reference: 2007 White Paper Information and Communications in Japan)

Then the internet radio broadcasting and moving image distribution service have been started as a result of improvement of broadband environment in each home. At the same time, the number of distribution has grown rapidly and in 2006 it reached the twice of it in 2004. (Fig4-3)

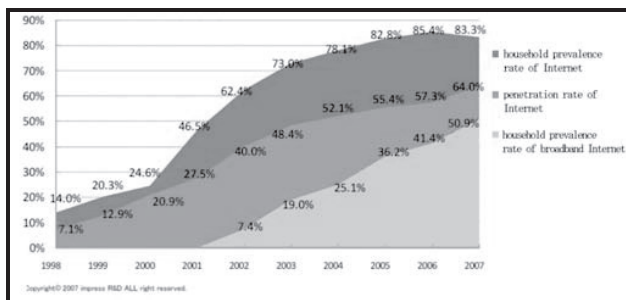


Figure4-3: Household prevalence rate of Internet and Penetration rate of Internet and house hold prevalence rate of broadband Internet (Reference: Information and Communication in Japan 2007)

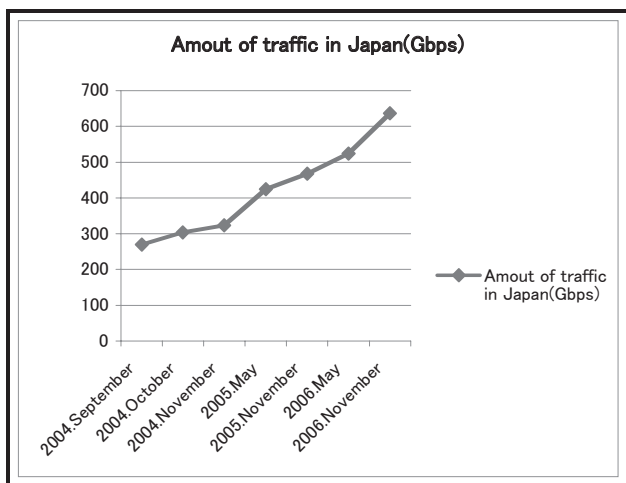


Figure4-4: Transition of the amount of traffic in Japan (Reference: Report data of Ministry of Internal Affairs and Communications)

While the amount of communication increased, super computer and computer cluster which were spotted in many parts to process massive calculation were made available systematically and grid computing system was developed to increase entire throughput.

In consequence the amount of information transmission and the amount of permission processing per unit time increased and it has been realized nowadays that image communication using massive data such as video chat. Then the characteristic of communication is changing from non-facing type to facing type.

5. Hypothesis for testing effectiveness of deformed representation

Communication through image correspondence is utilized for remote technical support in service area. The circumstance in which comparing both there is the big difference about a technological knowledge level or lexical ability like a beginner user and an operator, it is effective to communicate smoothly using image correspondence. Yonemura and others [3] point out privacy of users as a problem concerned here and note that there is a tendency with many users who have resistance in an image communications system. Then they verify effectiveness of

deformed image using line for remote support for beginner users describe to achieve a balance between protection of privacy and effectiveness of communication.

However, concerning balancing effectiveness of communication in remote support, it is important that deformed processing level which can protect privacy doesn't prevent the effectiveness of communication for beginner users and it isn't definitely discussed concerning representation of "déformer". It is necessary for daily conversation used exchange of flexible information such as expression of feeling to mention deformed image representation and measure the effectiveness as well as communication and understanding of relatively simple information such as remote support based on manual. In this paper, we extend the range of object for utilization of deformed image from distributing information as remote support to video chatting as daily conversation which is needed more interactive characteristic. We mention the effectiveness of deformed image representation in daily conversation by extending deformed image communication and making multiple comparative analyses.

5.1. Stereoscopic and deformed image representation system

In this paper we propose Pseudo Stereoscopic Effect by "Brightness to Depth Mosaic System"-BDMS, which increases efficiency of daily conversation using video chatting and decreases resistance of face to face communication. BDMS is a system which artificially make stereoscopic images from web camera and outputs them as deformed images. Specifically, illuminating in front of a user can reflect brightly top of nose or cheek and try to make them solidified interchanging information of brightness with information of depth. In development environment, as algorithm adopted Processing which is used to produce easily prototype, we used Jmyron Library, captured image from a web camera, lowered resolution and then brightness information of each picture elements were changed to three-dimensional depth information. By adding information to each picture elements we realized stereoscopic deformed real time image.

Following excerpt of BDMS.pde is actual code. (Fig.5-1-2) Changing values of max_depth variable determine maximum value of the depth. Figure 6 shows artificial stereoscopic situation in the case in which the value of max_depth is changed from 0 to 30. (2),(3),(4) remarkably show stereoscopic situation, especially on a hand, compared with (1). Since (4) shows outline of fingers and top of nose are broken, we research the situation of (3). (Fig.5-1-3)

In this paper, from 3 perspective- color, shape and texture which are discernment elements of human visual perception, we set 5 solid patterns in which resolution, color, dot and texture are changed, and then build environment in which we can switch by inputting keyboards. (Fig5-1-1)

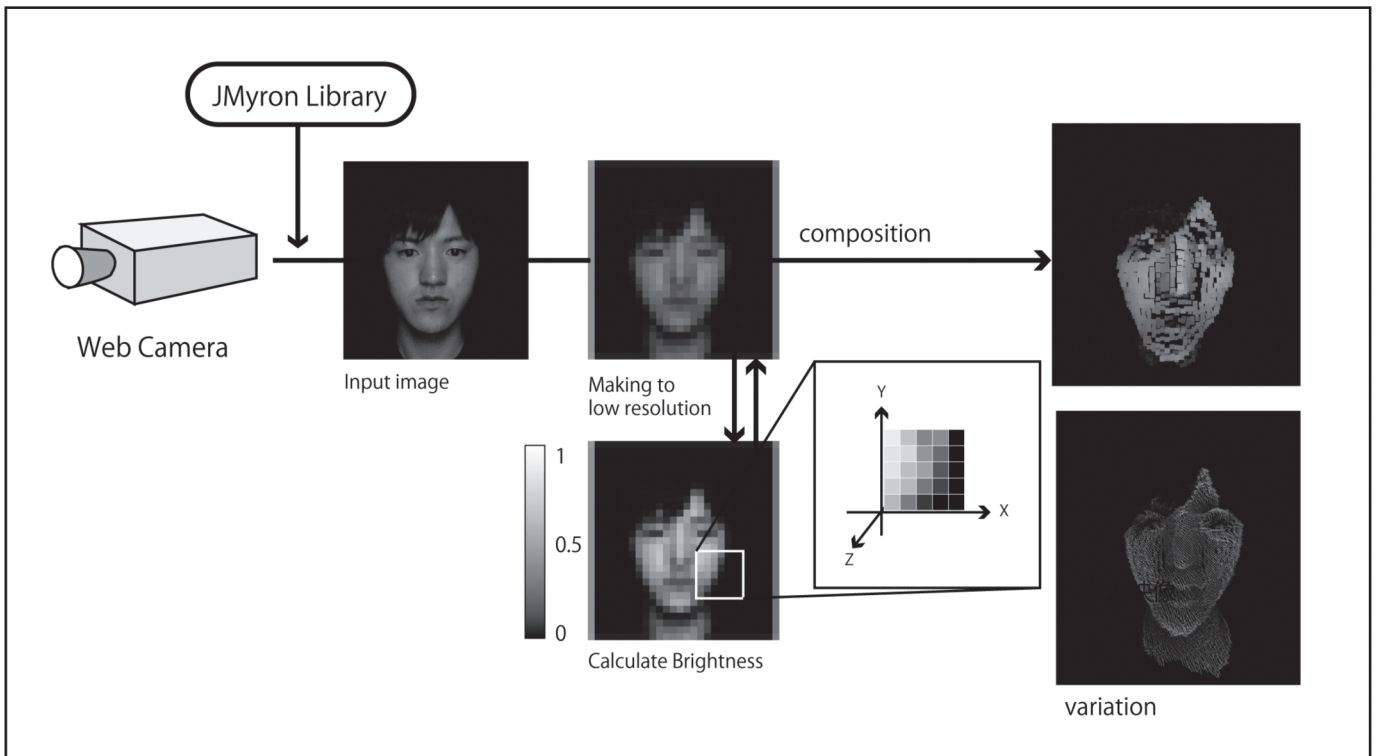


Fig.5-1-1: Work flow of BDMS

```
//---BDMS.pde
JMyron m;
float max_depth;
m.update();
int[] img = m.image();
color c = img[loc];
float dot_depth = brightness(c)/256 * max_depth;
```



Fig.5-1-2: Level of depth information in BDMS



6. Experiment description

The examinees experienced face to face communication, in which they can see real image each other, and 5 BDMS deformed representation patterns based on discernment elements of human visual perception. We conducted comparative analyses based on the result. They were partnered each other and had a conversation through image correspondence for definite period time. They evaluated based on the impression. We set up evaluated items as below. Concerning 9 evaluated items (Table6-1), we measured in 5 levels range (Fig-6). We then set up experiment's turn randomly not to lead evaluation intentionally depended on the order of objects for comparison.

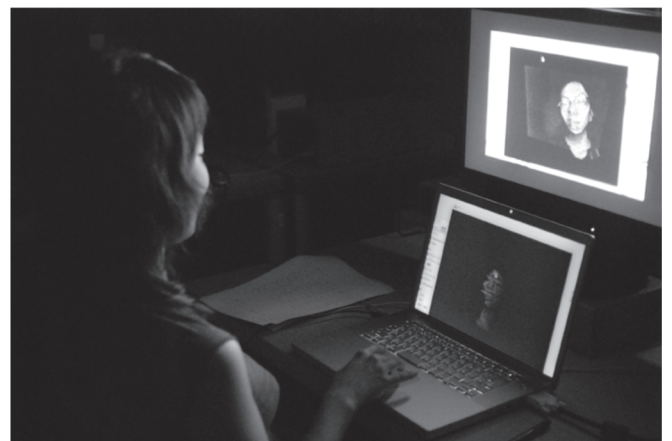


Figure6-1: Appearance of experiment

Table6-1:Contents of item for experiment

Item	Content of item
1	Easy to talk
2	Easy to understand
3	Interesting
4	Incompatibility
5	Sense of intimacy
6	Shamefulness
7	Easy to communicate
8	Privacy to be defended
9	Easy to express feelings

7. Discussion

7.1. Comparison between real image and deformed image

After experiment, we conducted a questionnaire survey. When deformed image, which was brought by synthesizing Rating scale value of 5 deformed representations, and real image are compared, there is a difference in average rating scale value concerning Q3”It was pleasant.” Q6”It was thought that it was shameful.” Q8”It was thought that privacy was protected.” Regarding Q6 and Q8, deformed image can reduce shame and protect privacy, and then it is effective for resistance against real face to face communication of real image. And besides it shows that there is a difference between deformed image and real image concerning Q1 and Q3, and it is remarkable points as a communication in daily conversation with expression of feeling.(Fig.7-1-1)

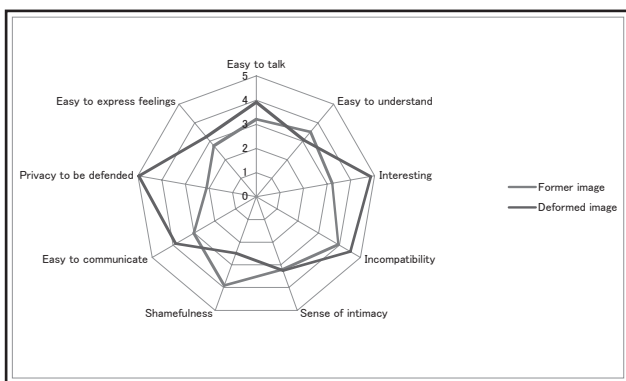


Figure7-1-1:Data about comparison with deformed image and real image

7.2. Comparison of representation of deformed image

It was pointed out saving privacy and reducing shame as the influence of deformed image upon image correspondence system while it shows that there was a marked difference between 2 points of average rating scale value thought to be related with emotional expression in daily conversation. When we carried out an experiment, we prepared some representing patterns of deformed images and validated the evidence of its effectiveness. We conducted comparative analyses of 3 points based on human visual recognition.

7.2.1 Importance of color in deformed representation

In the research which compared color with gray scale in deformed image, there was a difference in evaluated values concerning Q5”I felt an affinity”. Since the evaluated value of gray scale fell below the evaluated value of color, information of color can influence on affinity in daily conversation using image correspondence. Also considering That a difference of embarrassment and protection of privacy in both sides was hardly seen, information of color doesn’t influence directly upon keeping privacy.

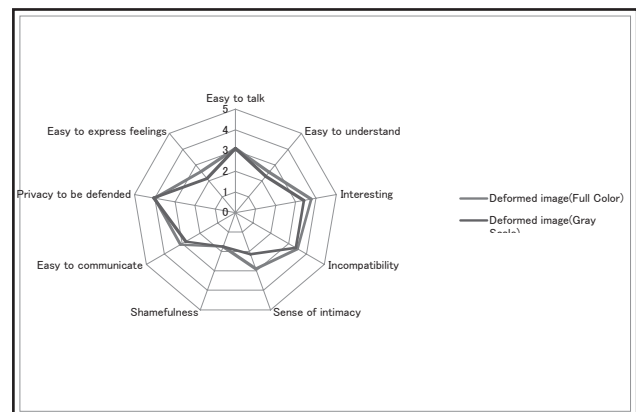
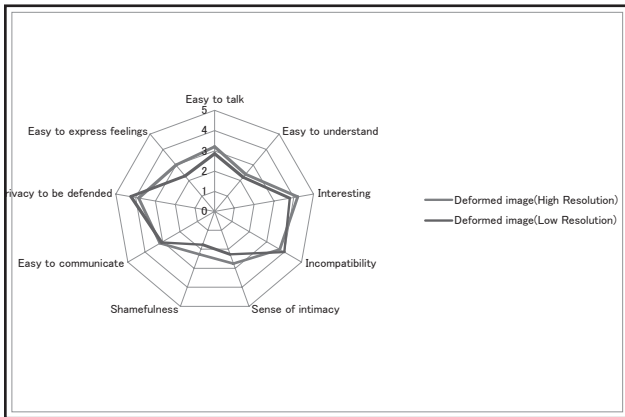


Figure7-2-1-1:Data about comparison with deformed image and real image

7.2.2 Importance of texture in deformed representation

To determine the effectiveness of texture, we conducted an experiment concerning high resolution and low resolution, and then we compared both side by evaluating impression. As a result, concerning Q8”It was thought that privacy was protected.” evaluated value of low resolution deformed image exceeds the other while concerning Q2 “Intelligible” the value is below the other. In brief, excessive protection of privacy can lead to unintelligibility and it would appear that higher resolution promote intelligibility.(Fig.7-2-2-1)

Figure7-2-2-1:Data about comparison with high resolution image



and low resolution image

7.2.3 Importance of shape in deformed representation

To determine the effectiveness of shape, we conducted an experiment concerning circle, line and square, and then we compared both side by evaluating impression. As a result, concerning Q8”It was thought that privacy was protected.” evaluated value of square deformed image exceeds the others while concerning Q2”Intelligible” the value is below the others. Also concerning Q3”It was pleasant.” evaluated value of linear deformed image exceeds the others, however, at the same time concerning Q6”It was thought that it was shameful.” the value rises. Therefore if the evaluated value related to privacy rises excessively, it would exert harmful influence upon intelligibility of face to face communication

Through image correspondence and it requires attention. In addition, concerning linear deformed image, the evaluated value related to pleasantness is remarkably high, however, the evaluated value related to embarrassment also rises. Then concerning deformed representation, excessive exaggeration doesn’t grow in efficiency of communication in daily conversation and it requires attention.

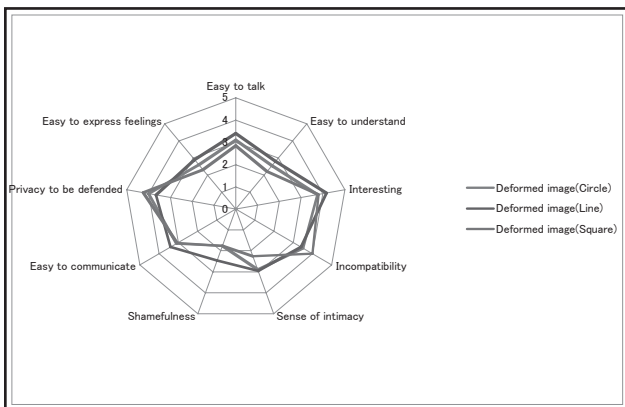


Figure7-2-3-1:Data about comparison among ellipse and line and square

7.3. Questionnaire survey of test subjects

In many evaluation items used in the experiment, the difference of the evaluated values were small between deformed image and real image, yet among the items, there were some evaluated values of real image which rather exceeded the value of deformed image. Then concerning the items used in discussion, we conducted F examination using FTEST function and tested effectiveness. The results were as follows.

Table.1 Research concerning comparison between real image and deformed image representation

Answer	F examination
Q3: It was pleasant.	0.1653>0.05
Q6: It was thought that it was shameful.	0.9118>0.05
Q8: It was thought that privacy was protected.	0.8162>0.05

Table2 Research concerning color of deformed image

Answer	F examination
Q5: I felt an affinity	0.4925>0.05

Table.3Research concerning shape of deformed image

Answer	F examination
Q1: It was easy to talk.	0.834>0.05
Q2: It was intelligible.	0.8403>0.05
Q3: It was pleasant.	0.8277>0.05
Q4: It was uncomfortable.	0.8475>0.05
Q5: I felt an affinity.	0.7711>0.05
Q6: It was thought that it was shameful.	0.5047>0.05
Q7: It was easy to communicate.	0.3182>0.05
Q8: It was thought that privacy was protected	0.6122>0.05
Q9: It was easy to express one’s feeling.	0.5185>0.05

Table.4 Research concerning texture of deformed image

Answer	F examination
Q1: It was easy to talk.	0.6011>0.05
Q2: It was intelligible.	0.9778>0.05
Q3: It was pleasant.	0.6011>0.05
Q4: It was uncomfortable.	0.8803>0.05
Q5: I felt an affinity.	0.7439>0.05
Q6: It was thought that it was shameful.	1.4708>0.05
Q7: It was easy to communicate.	0.6835>0.05
Q8: It was thought that privacy was protected	0.7589>0.05
Q9: It was easy to express one’s feeling.	0.7651>0.05

As a result, it showed that above each value was not significant difference and statically there was no difference.

8. Conclusion

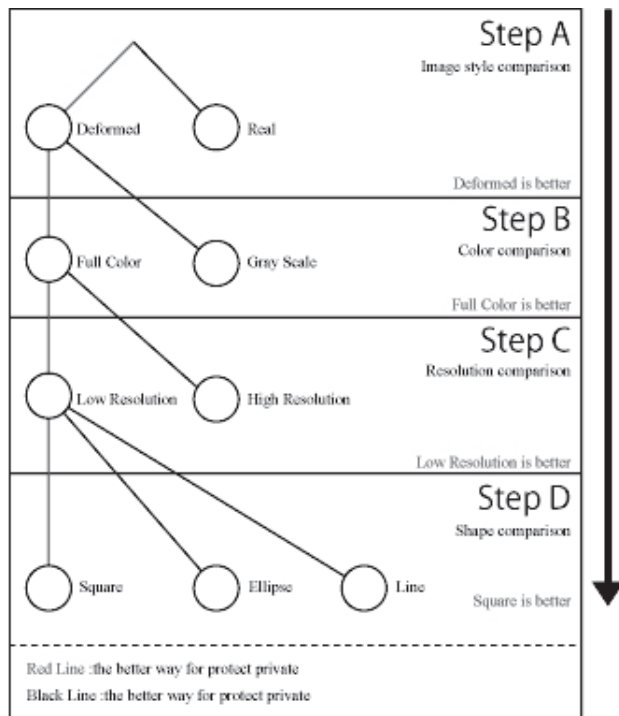


Figure8-1:Work schedule about way to make conclusion

In this paper, we verified reducing stress which users feel toward pseudo face to face communication in daily communication using video chatting and effectiveness of “déformer” method which accelerate information exchange. Concerning influence on daily conversation by visual effect of deformed image, we conducted subjective evaluation by examinee using solidified and deformed image BDMS to analyze from several perspective of “color”, “shape” and “texture” which are discernment elements of human visual perception.

Then, it showed deformed image is more effective than real image concerning privacy or shame in daily communication using video chatting.

Furthermore, we verified “déformer” method using several patterns as well as comparison between real image and deformed image and showed effectiveness of deformed image on a step by step basis, Especially from perspective of privacy as the figure explains best method. (Fig-) As figure “Comparing color in A” shows, we compared full color with gray scale. Then since there was no difference concerning the evaluation of privacy and we could see remarkable differences concerning the evaluation of feeling affinity, we found that full color is more suitable. Concerning “Comparison of texture in B” we compared high resolution with low resolution. As a result, the evaluation of protecting privacy was high with low resolution. Therefore as the figure shows, low resolution is more suitable for “déformer” in full color. Moreover concerning “Comparison of shape in C” we compared among linear type, square mosaic type and dot mosaic type. As a result, the evaluation of privacy is highest with square mosaic type and is also highly effective.

The comparison analyses above showed that as a best pattern of deformed image, meeting the condition of color data: full color, texture data: low resolution, and shape data: square mosaic type could increase effectiveness in daily communication using video chatting. (Fig.8-1)

9. Future Direction

In this paper, we found that deformed image was effective in terms of reducing stress of daily information exchange in pseudo face to face communication. Also we verified using BDMS that there were remarkable differences concerning the evaluation for “pleasantness”. That meant it should be attention that deformed image to reduce stress gave users pleasantness and the evaluated values were high compared with real image.

Image correspondence communication is considered that the amount of information per hours is overwhelmingly large compared with text chatting, and is considered that it is communication method which can realize smooth pseudo face to face communication. However, if we consider the future when many services based on video chatting are developed, for prevalence of the service the system is needed to solve the problem of personal information, privacy and security. We could illustrated in the research stereoscopic and deformed image method that “déformer” method could abstract face data enough to protect privacy and also keep intelligibility of data, in addition it gave feeling “communication itself is enjoyable.” which wasn’t exist before and lead to new representation which could prompt activeness. That showed the guideline of research in the future.

Acknowledge

Advanced Digital Content Design Unit, Kyushu University

References

- [1] D.A.Norman, Cognitive engineering, User Centered System Design, Lawrence Erlbaum Associates (1986)
- [2] R.Ogawa and K.Kamada:“Does the education of Department of Education promote the information use power”, Japan Society for Educational Technology, pp.57-60 (2003)
- [3] S.Yonemura , R.Yoshida , K.Tokunaga , and A.Otani: “ Remote support of beginner user who used deformation image communication ” ,The Institute of Electronics, Information and Communication Engineers, pp.17-21 (2006)
- [4] Y.Aragane , S.Sakae , and N.Sonehara,: “ Proposal of space attribute description expression of network community information ” ,The Institute of Electronics, Information and Communication Engineers (2004)
- [5] K.Hirota , M.Endo , T.Otake , T.Yamada , M.Yamamuro , and N.Sonehara : “Analysis of user behavioural in dynamic community formed with contents attention” ,Human Interface Society (2005)
- [6] K.Watanabe , and N.Sonehara: “ Governance of ICT society - Technology and ICT policy for social harmony ” ,IEICE Communications Society, pp.108-116 (2007)

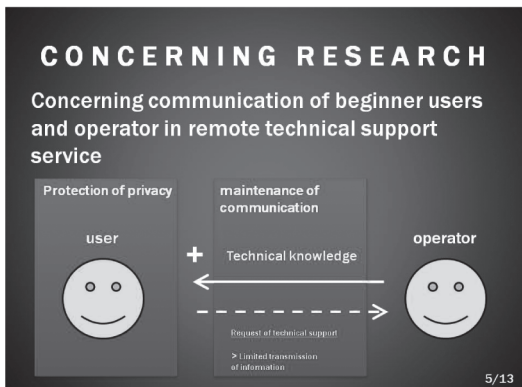
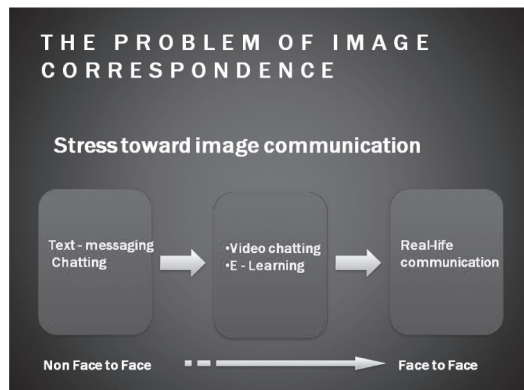
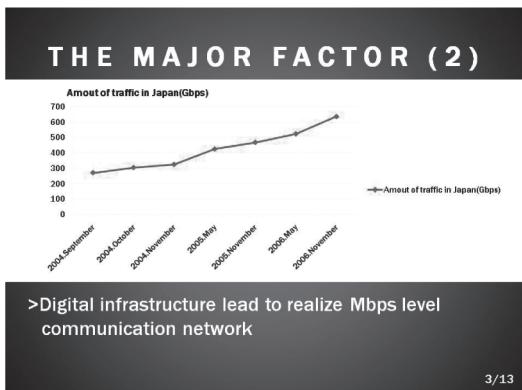
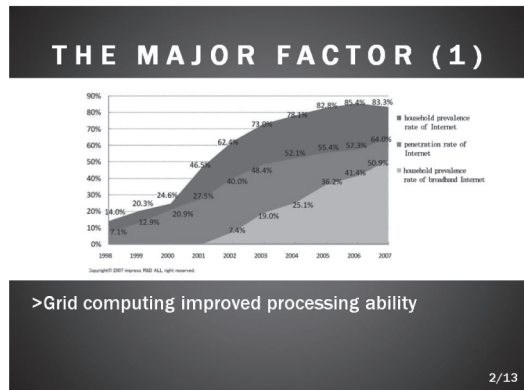
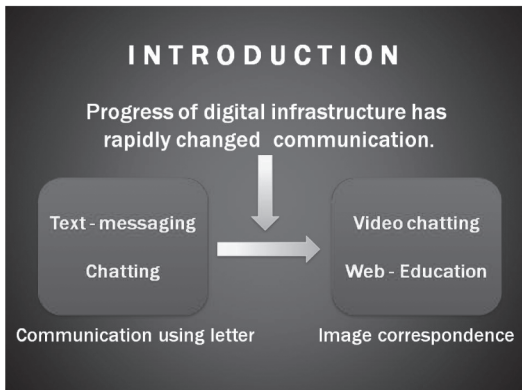
「ASIAGRAPH2008 in Tokyo」論文発表

Research of Representation of Deformed image in Communication using Video chat

Rikiya Tajiri
Graduate School of Design, Kyushu University

CONTENTS

1. Introduction
2. The major factor (1)
3. The major factor (2)
4. The problem of image correspondence
5. Concerning research
6. Presentation
7. Brightness to Depth Mosaic System Future direction
8. Character
9. Experiment description
10. Evaluated items
11. Result of verification



PRESENTATION

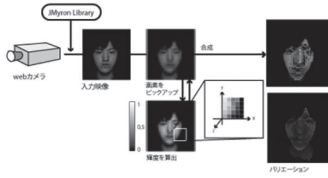
Remote support is relatively simple exchange of communication

> It is deficient in daily conversation such as video chatting.

> Verification of representing deformed image in video chatting.

6/13

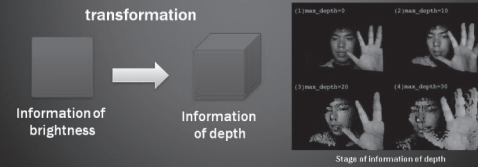
BRIGHTNESS TO DEPTH MOSAIC SYSTEM



System in which image is input from web camera and is output as Pseudo Stereoscopic deformed image.

CHARACTER

Replacing information of brightness of image reflecting users with information of depth leads outputting pseudo stereoscopic image in real time.



Face Code Communication



EXPRIMENT DESCRIPTION

Prepared 5 comparative patterns from "color" "shape" and "texture" which are discernment elements of visual perception.

Detail of Experiment:

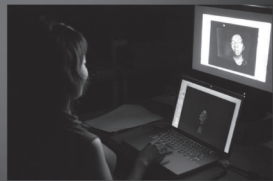
- (a) Normal
- (b) High resolution
- (c) Low resolution
- (d) Line
- (e) Ellipse color
- (f) Ellipse monotone



9/13

EVALUATED ITEMS

Partnered each other and Conducted subjective evaluation based on conversation through image correspondence for definite period of time.



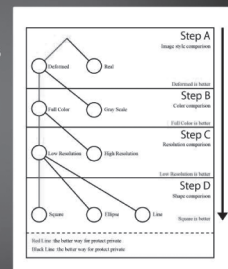
10/13

RESULT OF VERIFICATION

Subjective evaluation by "color", "shape" and "texture" which are discernment elements of visual perception.

>As the best pattern,

- Color information: Full Color
- Texture information: Effectiveness of texture
- Shape information: Square mosaic model



11/13

CONCLUSION

Deformed image is more effective in terms of reducing stress in video chatting.



> New possibility by representation

Future Direction

13/13

Considering the utilization of digital archives

Kota Fukushima / Kyushu University • ADCDU, Koichi Sunada ,Ph.D./ Professor of Faculty of Design, Kyushu University

Concept

We suggest educational contents as an example of utilization of digital archives of cultural assets. The number of digital archives exhibited in Japanese museum increases steadily every year and the contents of archives progress now. Therefore utilization on the website is important, however, there are few examples of utilizing archives as contents effectively. In the present state of affairs, utilization of digital archives has just begun. Therefore, we tried to produce educational contents of cultural assets as a suggestion of effective and practical use of digital archives.

SKETCH & POSTER

■ Japanese culture attracts attention from overseas recent years. However, only subculture such as anime, manga, and game is a centre of that. Many of them don't relate to history and tradition, overflow with diverse genres and have an irrelevant feature of a cultural character. I consider that it is necessary to explain Japanese national character inside and outside the country now that the Japanese culture attracts the world. I suggest utilizing digital archives of cultural assets as the means. The digital contents industry accomplishes remarkable development now as a staple industry that our country devotes to and the field of digital archives is also progressing. In the state of affairs, however, it remains to be at the stage which digital archives preserve contents and there is still few example of utilization. In consideration for the background, I noticed a scroll which has been already digitally archived and was depicted Japanese culture that was difficult to be understood by foreign countries. I process the digitally archived scroll and suggest the educational contents related to the scroll as the utilization of the digital archives.

■ Research method is as follow.

- ① Find cultural assets which have been digitally archived already and are depicted Japanese culture that was difficult to be understood by foreign countries.
- ② Confirm whether the use of the cultural asset is possible.
- ③ When the use of the cultural asset is possible, decide to make the cultural assets the research object and then make a survey concerning them targeting museums and so on.
- ④ Design and produce contents
- ⑤ Carry out a questionnaire and evaluate it.

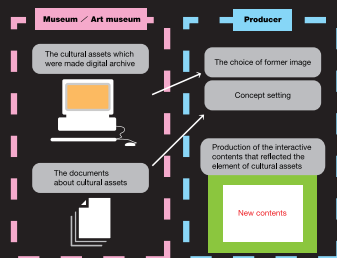


Fig.1 Utilization flow of cultural assets that are digitally archived

■ When I had researched it focusing on website, I found the scroll, "Hinozenshu sanbutsu zuko, Whaling in Hizen-no-kuni". It is the scroll that was drawn whaling that was done in Edo period as shown in the title and whaling is well known as a typical Japanese culture that is difficult to be understood by foreign countries. I received the use permission and then decided the work as the research object.



Fig.2 "Hinozenshu sanbutsu zuko, Whaling in Hizen-no-kuni"

Reference URL <http://pimg.digital.archives.go.jp/kouseisai/category/emaki/hizenhusanbutsu.html>

■ Whaling is a political issue now that is remote from the life of most Japanese people. In the state of affairs, it is often replaced with a sentimental theory or nationalism and it is often called in question superficially. I consider that the factor could be that there is little information concerning how people were involved in whales. Then I kept in my mind to tell the fact as it was as a concept and I worked on the design of the contents that could lead better understanding.

Structure of the contents consists of

- ①Appreciation of the scroll,
- ②The method of whaling,
- ③The experiences of the painter of the scroll (Prologue),
- ④The Culture of whaling
- ⑤The history of whaling.

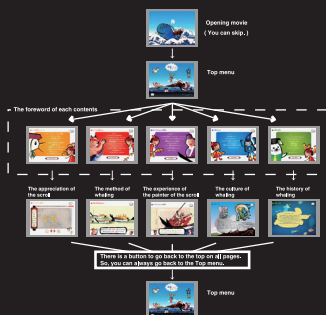


Fig.3 Structure of the contents

■ I am sure that by utilizing the contents the user of the educational contents would be interested in whaling that wasn't familiar to them. I demonstrated the importance of utilization of educational contents in addition just browsing that is prevailing now in the field of digital archives. In future, it is indispensable for further development of the field to research the method of explanation how people have been involved in whaling, innovate a display technology and a device technology, and introduce the technology of infrared camera and X ray photograph. That leads the improvement of the research in the field and effective utilization of digital archives.

Application of LED Artificial Lighting System

Na LI, Zhenglie CUI, Tsutomu IWASAKI and Takashi TAKEDA/Kyushu University

Concept

We are interested in how LED lighting, volume and quality influences the human body, and the way that the impressions from an object changes due to colour, and during research. The LED artificial lighting system was designed and made in order to examine its illuminatory influence on sensitivity, physiology, mentality and visual impressions of humans.

LED light as a new luminous source, now be used in so many fields. Such as traffic light, full-colour display, illumination equipment, and so on. Recently, the research of LED light is not only about the superior efficiency, but also about the appraisal of colour rendering properties and so on. The writers were interested on the research on the influence of mentality of people on the LED illuminance, so we designed and produced LED system which people can get in. In order to make sure that the attenuation of light from the LED illuminant has an equal value when one person is in the system; the device needs to be shaped like a sphere. The Fig.1 showed the outline of LED device.

LED Lighting System

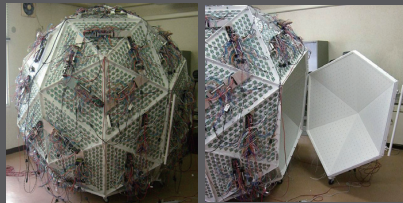


Fig.1 The outside of the LED System

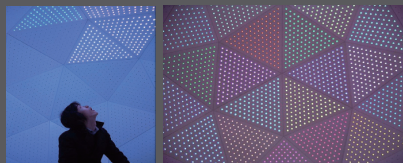


Fig.2 The LED System on Lighting

In order to make sure that the attenuation of light from the LED illuminant has an equal value when one person is in the system; the device needs to be shaped like a sphere. One person can fit inside the system which is like a big ballroom isolated from outside light. There are 5775 RGB, or three primary colors radiating from the walls. There is one computer to control the LED illuminations. This computer controls the intensity of the illumination as well as the color tone. In the first part of this paper, we will make observations about the system device, and the latter part of the paper is concerned with an experiment on the relationship between the brightness of the LED light and the acceptability of being visible.

Application of the LED Lighting System - About the Experiment

We have known that the Object's surface color is influenced by the illumination

So we can assume it can be Control the illumination

To Control the visibility of object What the man need

It is need to investigate how the illumination exert influence on the visibility of object

we do the experiment about the relations between the brightness (luminance) and the impressions from the lighting applicable object (flower) due to changes of the LED illuminant using the LED lighting system

The Conclusions

- This is useful for the display of articles, decorations, and so on because brightness and lighting color can have an influence on of the visual impressions of an object.
- This has been made clear with the use of such subjectivity appraisal methods.
- The desired impressions of an object can easily be created using controlled illuminations.

The application of the LED lighting system, such as the control of the impression to the object due to the change in the colour and brightness of the optical stimulus, and the production of the atmosphere; the relations of the optical stimulus and the sensitivity, mentality of people; application of colour and sound for collaboration; design guidelines building of method of lighting using when design CG in VR, and so on.

§ 10

ペーパーインテリジェンス - 研修論文 -

表題の意味は p20 「5. ペーパーインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

研修論文	田尻 力也
研修論文	三宅 佑治
研修論文	森根 光春
研修論文	柳 竜馬
研修論文	山崎 隆弘

産学協働型インターンシッププロジェクトの検証と提案

Verification and proposal of academic-industrial cooperative internship project

田尻力也 / 九州大学大学院 芸術工学府 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット
Rikiya Tajiri Graduate School of Design ADCDU, Kyushu University

指導教官：砂田向吉

Abstract: 日本の理系大学では、研究室ごとの教育体系が大きく異なる。大半の学生は学部卒業後、そのまま同研究室において大学院に入学する。研究の自主性に重きがあり、教育としての講義はあまり重視されない。すなわち大学、とりわけ大学院において専攻外知識を獲得する機会や、異文化の人間と議論する機会は極めて少ない。一方で先行き不透明な経済状況のなかで、企業の即戦力ニーズが高まっている。そこで、社会人基礎力を養成する場として知財化インターンシップという授業を検証し、企業・大学・学生の三者が利益を享受するカリキュラムを考察する。

Keywords: インターンシップ, チーム・インターンシップ・プロジェクト, 電通九州, 日本 SGI, DIGITAL CONTENTS EXPO2008, ASIAGRAPH2008 in TOKYO

1. 背景と目的

1-1. 学生にもとめられるスキル

先行き不透明な経済状況のなかで、企業の即戦力ニーズが高まっている。90年代半ば以降、日本企業の採用実態は“量より質”に転じ、要求水準が上昇した。要求水準を満たす学生を採用できなければ予定人数を下回っても採用を打ち切る場合も少なくない。

よって、採用後もじっくり育てるといふより、即活躍してくれる「即戦力」を求めようになったといわれる。注意しなければならないのが、ここで言われる即戦力重視とは、「教育投資を最小限に抑える」ということであり、特定分野に特化したスキルを持っている事ではない。つまり、きちんとした社会人基礎力を携えていることが今日の学生に求められている。

1-2. 大学における教育

日本の理系大学では、「研究室」という小集団への依存度が高く、研究室ごとの教育も大きく異なる。大半の学生は学部卒業後、そのまま同じ研究室の大学院に入学する。ここでは教育としての講義はあまり重視されないのが一般的である。また、同じ大学であっても研究室間の連携や共同研究、異分野融合の機会は学生には行われておらず、他学科間や他学部間の学生間交流も、サークル活動以外にはほとんど見られない。つまり大学、とりわけ大学院において、専攻外知識を獲得する場や、価値観の異なる留学生をはじめ、異文化、異種系の研究者間と議論する機会は少ない。またこれらの慣行を甘受し、特別な問題意識を持たないまま大学を卒業するのが普通一般の大学生である。そこには国が求め昂ぶる国際競争力の片鱗すら存在しない。

い。そもそも、大学の教育構造が「研究」のプロである「教授」を主体とするもので、「教育」のプロが行っている人材育成ではない。専門性に比重が偏ることは、当然ながら無理からぬことだ。つまり、現状のカリキュラムでは、企業の求める社会人基礎力の養成は難しい。少子化の時代を迎え、優秀な学生の取り合いとなっている昨今。大学にとっても無視できない問題なのではないか。このような観点から、被験者・筆者がインターンシップで体験した実践を下敷きに、机上の学習との比較を通じ、産業現場での教育の有為性を検証する。

1-3. 執筆の目的

本稿は、知財化促進インターンシップ・プロジェクトのカリキュラムを社会人基礎力の要素能力と照らし合わせる事で、その有効性と競争力について検証する。

2. 評価手法

2-1. 社会人基礎力とは

産経新聞社が行っている社会人キャリア力育成検定という活動がある。この検定が定義する社会人基礎力とは、「前に踏み出す力」「考えぬく力」「チームで働く力」の3つに大分され、それぞれ細かく能力要素が設定されている。

2-1-1. 前に踏み出す力

- ・主体性：物事に進んで取り組む力
- ・働きかけ力：他人に働きかけ巻き込む力
- ・実行力：目的を設定し確実に行動する力

2-1-2. 考え抜く力

- ・課題発見力：現状を分析し目的や課題を明らかにする力

・計画力：課題の解決に向けたプロセスを明らかにする力

・創造力：新しい価値を生み出す力

2-1-3. チームで働く力

・発信力：自分の意見を分かりやすく伝える力
・傾聴力：相手の意見を丁寧に聞く力
・柔軟性：意見の違いや立場の違いを理解する力
・状況把握力：自分と周囲の人々や物事との約束を守る力

・規律性：社会のルールや人との約束を守る力
・ストレスコントロール力：ストレスの発生源に対応する力。

社会人キャリア力育成検定では、上記の社会人基礎力に加え、社会常識力を定義している。

2-1-4. 社会常識力

・日本語力：漢字、敬語、慣用句等の知識
・社会マナー：社会ルール、マナー等の知識
・時事問題：社会情勢などの知識
・計算力：常識的な計算力

以上の能力を総称して「社会人キャリア力」としている [図 2]。知財化インターンシップ受講生も昨年12月にこの検定を受験した。ここでは、インターンシップ実習を通してどのような能力要素についての体験をしたかを振り返り、著者の社会人キャリア力育成検定の結果と照らし合わせる事で、産学協働型インターンシップの有効性を探る。

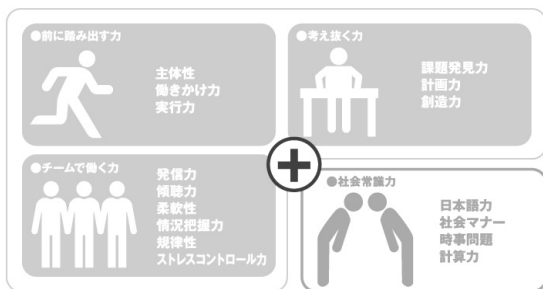


図 1. 社会人キャリア力育成検定概要図 (引用：社会人キャリア育成検定委員会 日本インターンシップ推進協会 産経新聞社)

3. カリキュラムと要素能力

座学で基礎力を学んでもそれは一般化された情報に過ぎない。そこで実習が重要になる。社会の「現場」を体験したインターンシップ。論文投稿や展示プロジェクトなどのプレ/ポストインターンシップの中から、能力要素の養成に繋がったと思える体験を振

り返る。

3-1. プレインターンシップ

3-1-1. ポートフォリオ制作

「自分とは何者なのか」という議題に対して、自分で自分をプレゼンテーションした「公聴会」を通して、自分を客観的に評価する訓練を行った。初めは専門性に執着していたが、ポートフォリオ制作を経て、専門性は一つのオプションスキルとして捉え、コアをアピールする事の重要性を学んだ。

3-1-2. 公聴会

ポートフォリオ作成を通して獲得した自らのアピールポイントを企業の方々の前でプレゼンテーションした。懇親会では慣れない名刺交換を行った。

3-1-3. 論文共著

アジアグラフ 2008 への論文投稿を行った。本年度は著者を含めて 2 名のデザインストラテジー専攻からの参加学生があり、先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットの講義でありながら、複数の専攻の学生が集まった。その中で論旨の組み立てや実験・考察・執筆を通して、他専攻同士の学生がぶつかり合い、協力して論文をまとめあげた。

3-2. インターンシップ研修

3-2-1. 電通九州

電通九州では、各部を 3、4 日ずつ回るカリキュラムを組んで頂いた。そのため各部署を横断的に見ることができ、チームプロジェクトの作業過程を実体験することができた。

3-2-2. 日本 SGI

日本 SGI でも、各部署を回って業務内容を学んだ。主な内容はインターフェースのユーザーテスト、現場や施設の視察、プログラミング課題、打ち合わせ議事録の作成等である。また、仕事に対する考え方をインタビューした。

3-3. ポストインターンシップ

3-3-1. コンテンツエキスポへの出展

アジアグラフの論文投稿がきっかけとなり、日本科学未来館で行われた ASIAGRAPH in Tokyo Entertainment Science 部門への技術出展が実現した。この出展に向けて更なるコンテンツの洗練やブース設計・ブースのアートディレクション・デモリール制作

などの作業をそれぞれ専攻する学生が担当した。また、展示費用の捻出のため、ADCDU から支援を受けるための複数回に渡ってプレゼンテーションを行った。

3-3-2. 社会人キャリア力育成検定

社会人基礎力を測定するために、社会人キャリア力育成検定を受験した。(被験者・筆者の結果 - 表2)

3-3-3. 知財化促進インターンシップ報告書冊子作成

教育カリキュラムのまとめとして、また、そのカリキュラムで学び、成長した学生の視点で見た主張や考察を形にする事で大学にフィードバックを行い、更なる教育の充実を目指して冊子を作成した。DTP オペレーションやグラフィックデザインを学生自らで担当し、各自の特性を生かした活動となった。

4. アンケート調査

これらの知財化促進インターンシップのカリキュラムと、社会人キャリア力の相関性を調べるため、受講者の九州大学芸術工学府の学生 5 名にアンケート調査を行った。

4-1. 調査方法

調査方法は、第3章で述べた「ポートフォリオ作成」「公聴会」「論文共著」「インターンシップ研修」「コンテンツエキスポへの出展」「社会人キャリア力育成検定」「知財化促進インターンシップ報告書冊子作成」の各フェーズが、同じく社会人キャリア力の要素能力である 16 の能力の養成にどの程度寄与したかを 5 段階で回答してもらった。得られたデータを平均化し、4 つの基本要素への寄与率を求めた。

4-2. 調査結果

調査結果は図 2 のようになった。各数値は各カリキュラムに対する要素能力の寄与率である。

	ポートフォリオ	公聴会	論文共著	インターンシップ研修	コンテンツエキスポ	社会人キャリア力	報告冊子
前に踏み出す力	60%	93%	47%	100%	53%	0%	47%
考え抜く力	73%	33%	93%	80%	60%	13%	60%
チームで働く力	43%	43%	30%	87%	77%	30%	47%
社会常識力	10%	35%	35%	75%	15%	90%	20%

図 2. アンケート結果

5. 考察

5-1. 知財化促進インターンシップと社会人基礎力

第 4 章で調査した各フェーズにおける社会人キャリア力養成への寄与率を図 3 に示す。

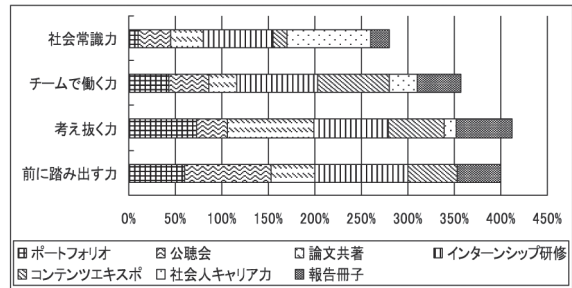


図 3. 社会人キャリア力養成への寄与率

これから分かるように、知財化促進インターンシップカリキュラムは、社会人基礎力を養成する場として非常にバランスの取れたカリキュラムといえる。特に、前に踏み出す力を養う公聴会。考え抜く力を養う論文共著。チームで働く力を養うポストインターンシップ、社会常識力を養う(確認する)社会人キャリア力測定と、大きな 4 つの柱に対応した対応するカリキュラムがありそれらを包括する存在としてインターンシップ実習が位置づけられている。インターンシップで社会を肌で感じ、社会性を身につける事はもちろん、学内でチーム活動する上でも他専攻の学生とのコラボレーションが効果的・効率的に社会人基礎力を養成に貢献する構成となっているといえる。

5-2. コラボレーションの有効性

今回の知財化促進インターンシップは選考の末、5 名の学生が集まった。各々の専攻は森根・三宅がコンテンツデザイン、田尻がインタラクティブデザイン、山崎が視覚記号論、柳が建築である。第一章で触れた

ように同大学においてもコースや研究室の垣根を越え、論文投稿や展示活動などを企画・実行することは、大変珍しく貴重な試みである。そして、それらが査読を通り、論文採択という評価を生み出した事は紛れもなく学生がコラボレーションを有効的に行ったことの証明と言える。

更に、プロジェクト全体を通して各自が自分の得意分野を発揮する機会があり、責任感が生まれた。論文投稿→発表（口頭／展示）という流れは、専門性を養成する場としても効果を発揮した。

5-3. 基礎力の養成による専門分野への影響

本講義のカリキュラムによって社会人基礎力を養成したことは、決して各々の専門分野を阻害しない。それどころか、基礎としての部分が広がった事でその上に積み上げられる専門性の幅もおおのびと広がるのではないかと。

5-4. OB の存在

知財化促進インターンシップのOB・OGの先輩方も、多様な専攻から参加され選抜されて実践してきた、経験に基づく専門的なアドバイスにも大変助けられた。

6. 産学協働型インターンシッププロジェクト

以上をまとめ、「産学協働型インターンシッププロジェクト」として定義する。

6-1. 理念

一般的な大学のカリキュラムでは得られにくい「社会人基礎力」を養成し、学生の「専門性」を確立する。

6-2. 必要な要素

社会人基礎力養成のためのインターンシップに必要な要素として以下の3つを設定する。

- ・教育を目的とする。（企業、大学、学生3者の意識統一）
- ・プレインターンシップ / ポストインターンシップのフェーズを通して多専攻の学生がコラボレートする場である。
- ・継続的実施によるOB・OGの充実

6-3. 利害関係各者のメリット

・企業：優秀な学生の育成を主眼とすることで、結果的に採用活動にも良い影響を及ぼすと考えられる。

また、大学と連携する事で社会貢献としてのアピールにも一役買うだろう。

・大学：受験生のニーズに沿った魅力的な大学イノベーションに大変有効と考えられる。また、2つ目の要素である「コラボレーション」による異分野融合等、学術研究価値の創造が高まる。

・学生：もっとも利益を享受するのは学生であろう。自らのキャリアデザインの一端を担い、後の就職活動にも大変有利である。しかし、就職活動のみに固執するのではなく、コラボレーションを通して自らの専門性を同時に磨く事も忘れてはならない。

6-4. 発展性

本講座は学生の主体性を引き出すため、課題発見型プロジェクトを実施させる特徴を有す。今後企業の現場から課題を頂戴し、産学協働でより実践的な「学び」を可能とする共同プロジェクトに期待したい。また、複数学部が集まれば、より多方面の知が集結し得る全学的カリキュラムに発展する事が望ましい。

7. 結論

知財化促進インターンシップは、プロジェクトとして行われ、インターンシップ実習はもちろん、その前後の活動が社会人キャリア力を構成する4要素に合致したカリキュラムである事を明らかにした。また、それらのカリキュラムをまとめて、産学協働型インターンシッププロジェクトを定義した。体験的研究を通じ、学生の社会人キャリア力の養成に不可欠な効果的方法を引き出した意味は大きい。

*知財化促進インターンシップとは、九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU・砂田講座の履修科目を指す。

謝辞：本論文執筆にあたり、数々の助言をいただいた砂田向壺教授、寺岡善彦先輩、大塚健司先輩、研究室の皆様、心より感謝のお礼を申し上げます。

参考文献

- 図1. 社会人キャリア力育成検定概要図,
<http://career.the-kentei.jp/>
<http://www.jobweb.co.jp/company/content/view/565/103/>
 データから見る日本の教育, 文部科学省, 2006
http://www.mext.go.jp/b_menu/shuppan/toukei/06122122.htm

インターンシップ・インテリジェンスの検証

Verification of internship intelligence.

三宅佑治 / 九州大学大学院 芸術工学府 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット、大塚健司 指導教官：砂田向彦
 Yuji Miyake / Graduate School of Design ADCDU, Kyushu University, Takeshi Otsuka

Abstract: 本講座の特徴は、事前準備と7つのインテリジェンス、コアコンピタンスの確立までのプログラムを約1年間かけて履修することで自己確立を促す特徴的なカリキュラムである。本論文は、自己変革に寄与したセルフ・プロモーションのあり方、キャリア形成教育の重要性を自身の変化の軌跡を軸に、インターンシップ・インテリジェンスの有為性を明らかにすることを目的とする。

Keywords: インテリジェンス, 知財化促進インターンシップ, チームインターンシッププロジェクト, 西日本新聞社, 国立情報学研究所, DIGITAL CONTENTS EXPO2008, ASIAGRAPH2008 in TOKYO, 社会人キャリア力育成検定

1. 背景と目的

2008年9月15日のリーマンショック以降の不況下では、新たな収益をもたらす新規事業を立ち上げるのできる人材が求められている。新規事業とは、一般的にプロジェクトベースで行われるものであり、標準化された大量生産のみを目的とした組織で行われるものではない。しかしながら、大学までの教育機関では理系文系に分けられるように旧来のラインスタッフ型に適した人材養成教育が行われている。この新しい時代に対応するためのプロジェクト型の人材育成として、著者が受講した知財化促進インターンシップの授業を例に挙げ、産業界で活躍するリーダー人材を育成する教育カリキュラムとして如何に有為であるかを、事前準備と7つのインテリジェンスから検証し、そのあるべき姿について考察することを本稿の目的とする。

2. 産業界が求める能力

図1,2より産業界が求める学生の力は「新しい価値をつくる力」「何かを変える力」「チームで働く力」であることがわかる。企業や大学が用意した「○○について新しい提案をせよ」という課題を解決するだけではこれらの能力を養うことは難しい。これらの能力は机上で養われるものではなく、現場で実践してこそ得られるものだ。筆者が受講した知財化促進インターンシップは、学生主体となってプロジェクトを立ち上げ、その問題解決を探って実践までを行う点から、これら3つの能力を育成し、産業界のリーダーとなる人材を養成することができる。

求める力	学生がPRしたい力	企業が求める力
自分を活かす力	29.5%	21.9%
新しい価値をつくる力	23.0%	47.9%
何かを変える力	29.8%	38.4%
みんなを活かす力	20.3%	16.4%
要望に応える力	35.6%	28.8%
きちんとやる力	61.8%	46.6%

図1. 学生がPRする力 / 企業が求める力 (出典: 株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職活動調査 2006年卒対象)

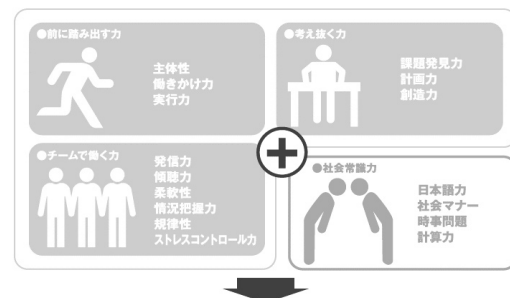


図2. 社会人キャリア力育成検定概要図 (出典: 社会人キャリア育成検定委員会 日本インターンシップ推進協会産経新聞社)

3. 研修内容

3-1. 受講の目的と内容

3-1-1. 受講目的

当初は、社会の現場で実践教育を受け、自らのキャリアを養いたいと考え参加した。希望企業については、社会の矛盾と向き合う報道の仕事を目指している為、西日本新聞社での研修を希望した。次に、デジタル放送への先見性を養う為、ネットワーク・コンテンツ流通の最先端を研究する国立情報学研究所曾根原研究室での研修を希望した。

3-1-2. 授業の目指す内容

本授業はインターンシップだけでなく、事前準備、その後のプロジェクト等を含めて7つのインテリジェンスとコアコンピタンスの確立に分けられる(図3より)。それぞれのメンバーが研修で得たものを更に、共同の実践プロジェクトにて発揮し合い、知識だけでなく「知恵」を身につける独自の教育プロジェクトである。研修前の準備段階からチームとして切磋琢磨し、それぞれの研修先に向かう。加えて学生主体で行う長期的な共同プロジェクトを設定する。組織で企画を練って問題解決に取り組み、それらを実践することにより「新しい価値をつくる力」「何かを変える力」を養うプロジェクトである。

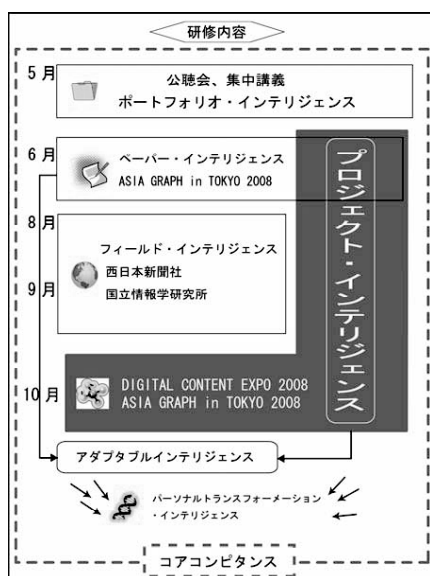


図3. インテリジェンスとコアコンピタンス

3-2-1. 公聴会

公聴会が全てのターニングポイントとなった。著者は「アニメーションで世界の映画祭に進出している」という武器を持って自信満々に臨んだものだが、評価は悪かった。いただいた言葉は「メッセージが子ども染みている」「ただのおタク趣味だ」など厳しいものであった。また、図4のグラフからわかるように、柔軟性に欠けていることもわかる。自分自身と産業界とのギャップを大きく感じた記念日であり、この日をターニングポイントに、プロジェクトを通して絶対に成長しようという意志を持つようになった。

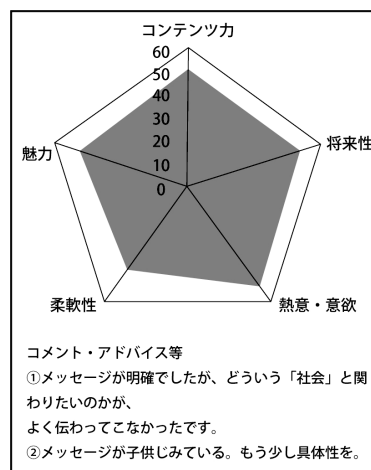


図4. 公聴会 産業界から著者へのプレゼン評価結果

3-2-2. Blog インテリジェンス

インターンシップブログを開設し、自身の記録や考えを可視化した。教官や履修者間の意思疎通に有益であることに加え、インターン実習中に社員の方とコミュニケーションをとるツールにもなった。毎日のように文章を推敲することで、記述力、表現力、分析力の向上に繋がった。

3-2-3. ポートフォリオインテリジェンス

3-2-3-1. セルフプロモーションブック

企業への自己PR手段として冊子を作成した。作成したものに何度も修正を加え、企業の方々にとってわかりやすく、関心を持ってもらえるように編集した。インターンシップ研修の際にはこの冊子を産業界の方々に見せながら、自分が何者であるかを説明することで、プレゼンテーションの訓練になった。

3-2-3-2. 集中講義 株式会社シンク代表取締役 森祐治先生

公聴会后、事前研修として株式会社シンク代表取締役の森祐治先生による講義「プレゼンテーション力わかりやすく説得力のある提案の作り方」を受けた。！優れたプレゼンテーション制作プロセスを体験し、"わかりやすく、かつ説得力のある提案書を作成する技術の獲得により価格以外の競争力をつけること、を念頭に置き学習した。ここで学んだ「メッセージは単純なほど強力になる」ということは、現在もコミュニケーションを行う上で常に心がける重要な指標となっている。

3-2-4. フィールドインテリジェンス

企業研修では、企業の方々のお話をしっかり聴くことを念頭に置いた。沢山の方々とお話中で、理解力と質問力が上がった。また、企業で輝きを放つ人は仕事に対して覚悟のある方、自己犠牲の精神を持っている

方や、今まで誰もやって来なかったことに挑戦する気概のある方々であることを知った。

3-2-4-1. 西日本新聞社

2008年8月18日～28日の期間、西日本新聞社にて研修を行った。新聞社の仕事は「人間臭い」ものだということを思い知った。記者のインタビューで伺った「報道は人間を追う仕事だ」「世の中を良くしたい気持ちが大事だ」という言葉に感化された。最終日は自主提案から社員の方々に前にプレゼンテーションを行った。この準備は通常の研修時間を終えてから連日行った。日常業務に加えて別の仕事をこなすことが、想像よりもずっと体力・精神的に厳しいということ、身を以て知った。

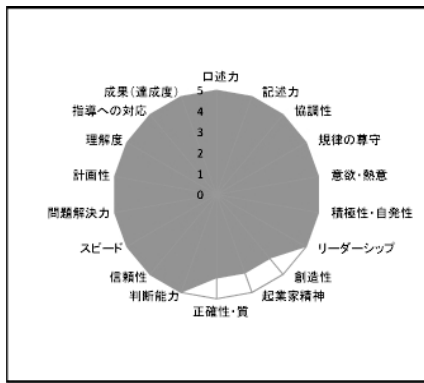
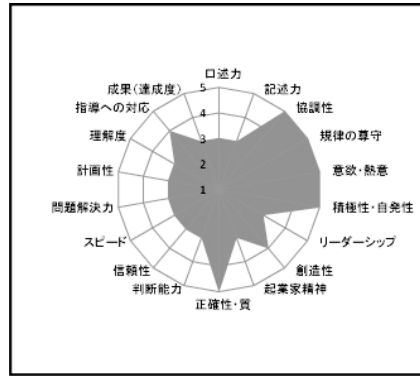


図5. 西日本新聞社 人事部 藤屋太清様からの研修評価

3-2-4-2. 国立情報学研究所

もう一つの研修先として、2008年9月1日～12日の期間、国立情報学研究所にて研修を行った。NIIでの研修を通して、自分の弱点となっていた理系思考を養うことができた。コンテンツ流通や電子透かしなど、ここで得た情報技術の見識は自身の理系思考を身につけるきっかけとなった。図6より改善すべき点として「自分のやりたいことに対して志・社会の要請・訴求点を説明できるようになること」という指摘をいただいた。意志を持ってプロジェクトを興し、問題解決案をプレゼンテーションする能力を磨かねばならないと実感した。



改善すべき点：自分のやりたい研究に対して、社会の要請をどうとらえるか、何が問題化を明確化し、問題解決に対するアイデア、その研究のアプローチと独自性や新規性、それが達成されたときの社会インパクトを説明できるようになること。

図6. 国立情報学研究所 曾根原登教授からの研修評価

3-2-5. プロジェクト・インテリジェンス

企業研修を終えたメンバーが、インターンで得た知恵を活かす機会として、「ASIA GRAPH in TOKYO 2008」にブース出展した。これにより、共同作業の中で研修中に得られた知識、経験を共有する機会が格段に増え、研修で成長した自分の能力を試す格好の場となった。プロジェクト間のミーティングを勧める上で、情報の確認を細かくし、メンバーで意識を共有することが非常に重要であることを知るなど、チームで働く力を身に付けた。

3-2-6. ペーパーインテリジェンス

ASIA GRAPH 2008 の Entertainment Science/Digital Gallery において「ビデオチャットを用いた日常的情報交換におけるデフォルメ映像表現の研究-ビデオチャットとデフォルメ表現の有効性に関する研究-」の論文を執筆し、これを採択された。この論文で生まれたコンテンツがプロジェクトインテリジェンスでの展示に繋がった。

3-2-7. アダプタブルインテリジェンス

adaptable fighting potential= 即戦力の意味も兼ねる。プログラムのミッションは社会の即戦力ニーズに相応しい社会人基礎力を養成する目的である。ここでは2008年12月に社会人基礎力養成テストを受検し、図7の結果を得た。公聴会時の評価(図4)と比べると、柔軟性が向上していることがわかる。

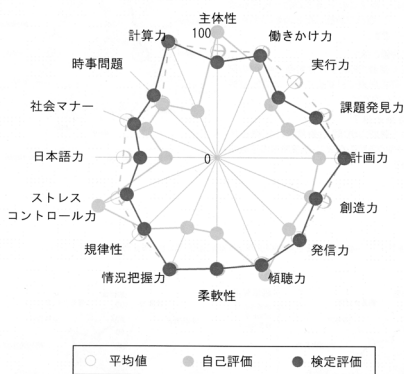


図 7. 著者が受検した社会人キャリア力育成検定の結果

4. インテリジェンスの検証

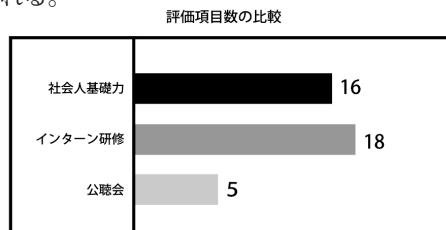
著者を含めた履修生 5 人全員が 7 つのインテリジェンスプロセスにおいて、企業での現場教育、共同プロジェクトを実践した。見落としとしてはいけないのが、本講座の特徴といえる事前準備、ポートフォリオインテリジェンスあつてのキャリア養成だということだ。公聴会で自分の至らなさを知り、インターン実習に出る為の準備を必死に始めることによって、フィールドインテリジェンス以降での成長率が飛躍的に高まったと考えられる。また、プロジェクトインテリジェンスを長期間に設定することで（図 3 参照）、インターン実習前後において、履修者がプロジェクトへ向かう姿勢の変化を相互に確認することができた。以上から、各インテリジェンスはお互いに有益な相互作用をもたらしていると考えられる。事前準備と 7 つのインテリジェンスを終えた後に、履修者がパーソナルトランスフォーメーションを遂げることで、コアコンピタンスが確立されるのである。

ここまでで、各インテリジェンスにおける具体的な作業とその教育効果を記した。その結果、この教育カリキュラムは、産業界が望む人材の育成という点で、産業界の望む各技能に対して網羅的に教育機会を提供していると言える。

しかしながら、カリキュラム受講生に対する評価という点に関して、より改善の余地があると考えられる。それは図 8,9 からわかるように、上記までの 3 つの評価機会（公聴会・インターンシップ研修・社会人キャリア力育成検定）において、評価軸が共通していない点だ。これにより、受講生は自身の実力を各インテリ

ジェンスそれぞれの時点での評価しか知りえず、カリキュラムを通じた自己の成長過程を数値的に俯瞰することが難しい。

ゆえに今後、インターンシップという人材養成カリキュラムを教育機会として熟成させてゆくためには、カリキュラムを一貫した学生評価の指標が必要であると考えられる。



(各グラフは公聴会…3-2-1 図 4、インターン研修…3-2-4 図 5,6、社会人基礎力…図 7 より)

図 8. 評価項目数の比較

評価の共通・非共通項目			
公聴会	インターン研修	社会人基礎力	
共通項目			
コンテンツ力 将来性 魅力 柔軟性 熱意	口述力 記述力	日本語力	
	規律の遵守	社会マナー 規律性	
	積極性・自発性	主体性	
	創造性	創造力	
	問題解決力	課題発見力	
	計画性	計画力	
	理解度	状況把握力	
	成果（達成度）	実行力	
	非共通項目		
	意欲・熱意 リーダーシップ 起業家精神 正確性・質 判断能力 信頼性 スピード 指導への対応	働きかけ力 発信力 傾聴力 柔軟性 ストレスコントロール力 時事問題 計算力	

図 9. 評価項目の共通性

謝辞：本論文執筆にあたり、数々の助言をいただいた砂田向壺教授、寺岡善彦先輩、大塚健司先輩、研究室の皆様、心より感謝のお礼を申し上げます。

参考文献

- [1] 小島史彦, プロデューサー - 仕事の手順と進め方 -, 日本能率協会マネジメントセンター (2001)
- [2] 文部科学省 大学等におけるインターンシップ実施状況調査 (承認統計)
http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/19/11/07111902.htm
- [3] インターンシップナビ
<http://www.internship-navi.com/modules/tinyd1/>
- [4] マイコミ 学生の就職活動調査
http://job.mynavi.jp/conts/saponet/enq/2008/vol_10/data3.html

インターンシップにおけるプロジェクト・インテリジェンスの効果

Effect of project intelligence in internship

森根光春 / 九州大学大学院 芸術工学府 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット
Mitsuharu Morine / ADCDU Graduate School of Design ADCDU, Kyushu University

指導教官：砂田尚志

Abstract: 近年、企業では新規事業開発プロジェクトの業務を担う人材が不足している。チームインターンシップの一環として行われるプロジェクト・インテリジェンスは、プロジェクト対応型の即戦力人材の育成を目的としている。本稿では、プロジェクト・インテリジェンスの特性として、「プロジェクト実践」と「インターンシップとの連携」をあげる。プロジェクト実践が、履修者の「課題発見力・課題解決力」を向上させるプロセスを比較分析によって明らかにする。そして、「インターンシップとの連携」がその効果を促進させることを示し、プロジェクト・インテリジェンスの優位性を検証する。

Keywords: インターンシップ, チームインターンシップ, プロジェクト

1. 背景

近年、企業の事業はプロジェクトを組む形で進める傾向が強くなっている。これは技術革新が進むなか、企業において創造的なビジネスをおこなう業務形態が期待されるためである。ここでいうプロジェクトとは、既存の組織では対応できない未開発な課題を解決し、限られた期間に成果をあげるため、人や資金等の経営資源を効率的に注入しながら進める業務のことをさす。

また、企業が求める人材についても、プロジェクト型業務に柔軟に対応できる、あるいは主導していける能力が要求される。しかし、プロジェクト型業務が常に先行するコンテンツ産業でもその人材は不足している。

ンスは、個々がインターンシップで得た経験を共有することで、インターンシップの教育効果を促進させる。

今年度は、学生主導の共同研究としてプロジェクトをより長期的に取り組んだ。そして、研究に関する論文投稿と研究発表、ブースの出展を経験することで、目標をプロジェクトとして達成するという意識がより明確になった。

2. 目的

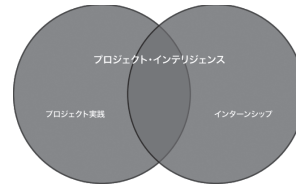


図 1. プロジェクト・インテリジェンスの特徴

本稿は、プロジェクト・インテリジェンスがプロジェクト型人材の教育に果たす効果を検証することを目的とする。プロジェクト・インテリジェンスは実践経験をベースにしている。そのため、既存の教育のように体系化し、その効果を評価することが困難であり、教育としておこなうインターンシップの一環として、その効果については今まで十分に検証されてこなかった。筆者は自身の体験を通し、プロジェクト・インテリジェンスが社会との実践機会を通したプロジェクト型人材の教育につながると推測する。そこで、プロジェクト・インテリジェンスの特性として、1) プロジェクト実践、2) インターンシップとの連携、の二つをあげる [図 1]。まず、「プロジェクト実践」が履修者の「課題発見力・課題解決力」を向上させるプロセスを明らかにする。そして、「インターンシップとの連携」がその効果を促進させることを示す。

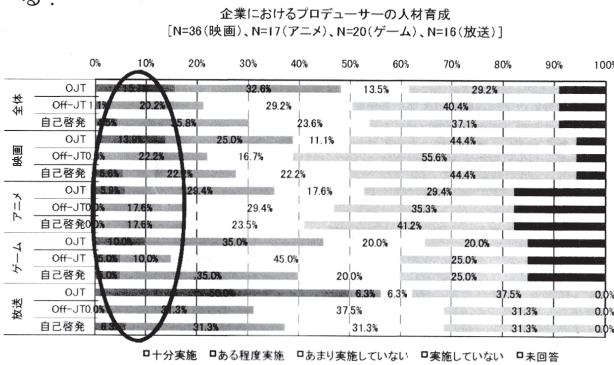


表 1. プロジェクト型人材の不足

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットでは、プロジェクト型の人材教育としてチームインターンシップ・プログラムを推奨している。このプログラムには、研修先である産業界と大学が緊密に連携をとり、学生の状況を教育的にサポートする環境がある。その大きな特徴として、プロジェクト・インテリジェンスがあげられる。インターンシップは本来、社会との連携機会による教育である。プロジェクト・インテリジェ

3. 分析対象

実践型教育が体系化した知識を得るだけの学習と異なるのは、「失敗」から学ぶことができる点である。プロジェクトのように状況が複雑になり、多様な人材と共同作業を行う場合、常に不測の事態が起きうる。当然、履修者はそれに伴う失敗も多く経験する。しかし、失敗から課題を発見し、解決するプロセスはプロジェクトを柔軟にこなすための「課題発見力・課題解決力」を養う。そこで、対象をワークフローの各フェーズにおける課題とし、プロジェクト実践におけるプロセスを分析する。

4. 分析方法

分析方法としては、まずワークフローに基づく各フェーズの問題点から原因分析を行い、課題を抽出する。そして、各課題を比較することで類型化し、課題解決プロセスを明らかにし、考察を加える。

4-1. 課題の抽出

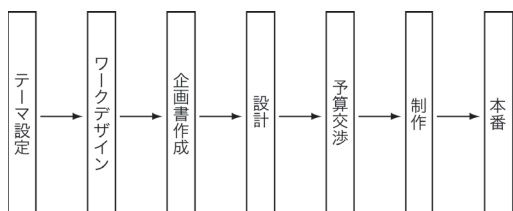


図 2. プロジェクトのワークフロー

4-2. テーマ設定フェーズ

プロジェクトとして、まず取り組んだのはテーマ設定のための論文投稿であった。近年、発達が著しいデジタルインフラを活用したスカイプなどのコミュニケーションツールに着目し、プロジェクトの対象領域をビデオチャットに定め、「ビデオチャットにおけるデフォルメ映像表現の有効性に関する検証」をテーマに設定した。

< 問題点 >

本年度は、二名のデザインストラテジー専攻からの参加もあり、先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットの講義ながら複数の専攻の学生が集まった。そのため、対象分野への関心、発揮できる専門性に偏りが見られメンバー個々のモチベーションに影響を及ぼした。

4-3. ワークデザインフェーズ

プロジェクトは限られた期間に目標を達成しなければならない。プロジェクトの目的である研究発表、ブース出展へむけて作業工程表を作成した。

< 問題点 >

プロジェクトでは時間が限定されており、進行状況も常に流動的になる。ワークデザインをおこなう際、更に対応できる設計がなされていなかった。スケジュールの調整が大幅にずれ込み、その都度スケジュール全体を修正しなければならなかった。

4-4. 企画フェーズ

企画フェーズでは、論文発表とブース出展の役割について明確に区別した。ブース出展は、研究内容での術を応用したエンターテインメント性のあるコンテンツを提供することを目的とし、今ある技術をいかに応用して新しいコンテンツを提供できるかに重点を置いた

< 問題点 >

企画はミーティングを中心におこなった。プロジェクトは基本的にメンバーの合意をもとに判断をしなければならない。しかし、問題意識や意見の共有を徹底できなかったためにメンバーの間に意見のばらつきがみられた。

4-5. 設計フェーズ

設計の対象は、コンテンツとブースである。各対象専門とするメンバーが中心になり、模型やプロトタイプをもとにチームで意見を出し合い、設計としてまとめた。

< 問題点 >

コンテンツとブースの設計を平行して行っていたため、互いに変更が生じると調整段階で支障がでた。異なる専門分野では、基本としている知識もなかなか共有することができない。企画段階で共有できるコンセプトが十分浸透していなかったことも影響した。

4-6. 予算交渉フェーズ

大学からの正式な支援を得るため、企画提案書を作成しプレゼンテーションをおこなった。予算計画が大学側から見て妥当であるのかどうか、企画や設計も含めて修正を重ね、複数回にわたる予算提案をおこなった。

< 問題点 >

予算の交渉は回数を重ねていたが、交渉ごとの意見の確認作業が欠けていた。特に、予算に大きく左右されるブース設計では、漠然とした修正点から設計自体が二転三転する結果を招いた。

4-7. 制作フェーズ

予算計画に基づいて本格的な制作にはいった。ブースとコンテンツを中心に、ビジュアルデザイン、デリアールの作成など、個々のメンバーが専門性を発揮して共同作業にあたった。

< 問題点 >

ブースとコンテンツについては、期間間際まで試行錯誤が続いた。コンテンツ制作では、ユーザの反応を得ることが不足していた。また、ブース制作では、会場が東京都内にあり、イベント企画自体も直前まで情報開示がなかったため、現地の状況把握、ブース設計とスペースのバランスについて確認を十分にとることができなかった。

4-8. 課題の抽出

ワークフローに基づく各フェーズの問題点から、原因を分析した。以下に分析による各課題をあげる [図 3]。

	フェーズ	課題
1	テーマ設定	モチベーション維持
2	ワークデザイン	時間管理
3	企画	情報共有
4	設計	コラボレーション
5	予算交渉	チェック機能
6	制作	ユーザテスト・現場チェック

図 3. 課題群

5. 課題の類型化

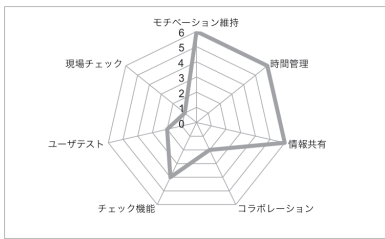


図 3. 課題とフェーズ数

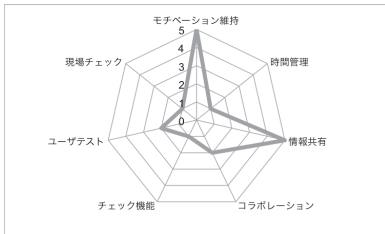


図 4. 課題と主体数

プロジェクトは、少数精鋭のメンバーがチームとして限られた時間で行う共同作業である。そこで、各課題を関係するフェーズの範囲、そして課題にあたる主体数を実際の経験をもとに数値化をおこなった。それをもとに、課題解決にあたる時間軸と主体軸をとって分類する [図 3,4]。そして、課題に対する時間軸と主体軸をとって類型化をおこなった [図 5]。

(a) チーム型課題

チーム型課題は、集団が継続的に取り組むべき課題にあたる。モチベーション維持と情報共有が問題となるのは、主にミーティングや共同作業など、個人がチームとして行動をするときである。したがって、その解決もチームとしておこなうことが必要となる。

(b) メンバー型課題

個人が集中的に取り組むべき課題にあたる。今回に限らず、プロジェクトは多様な専門性を持った人材がチームを形成する傾向にある。この場合、専門能力を持ったメンバーそれぞれがプロジェクトを効率化させるため、短期集中的に課題を解決しなければならない。

(c) リーダー型課題

個人が取り組むべき課題の中でも、特に継続的な視野が必要となるものについては、リーダーを特殊な役割を持つメンバーとしてあげた。長期的な課題に直面しやすいリーダーは、常に客観的な視点でプロジェクトをマネジメントすることが役割となる。

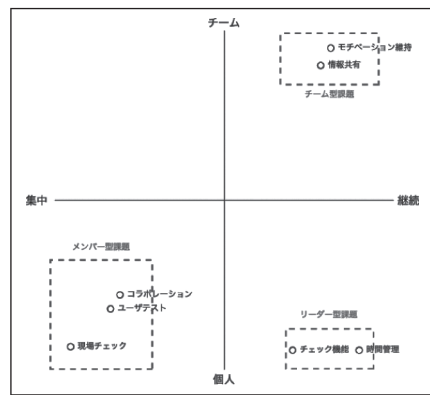


図 5. 課題の類型化

6. 考察

「プロジェクト実践」における課題解決のプロセスを a) 課題発見, b) 課題解決, の二つにわけて考察する [図 4]。そして、課題解決プロセスを明らかにし、「インターンシップとの連携」の有効性について考察をさらに加える。

6-1-1. 課題発見プロセス

課題発見プロセスでは、ワークフローのフェーズと類型化した課題に相関性がみられる。この相関性は、リーダーシップをはじめとする、履修者の主体性がワークフロー自体の効率に影響することを示している。

「チーム型課題」と「リーダー型課題」はともに継続的課題に属しており、「メンバー型課題」は集中的である。そして、長期継続的な課題ほどワークフローの初期フェーズに現れる [図 5]。この相関性は、ワークフローの初期フェーズほど、生じる問題について注意深く対応すべきことをさしている。

課題発見のプロセスにおいて重要なのはリーダーシップである。先行して生じやすい「リーダー型課題」に対し、リーダーが先導して課題の発見にあたることで早期解決につながる。さらに、リーダーがチームの士気を高めることで、「チーム型課題」にも好影響を及ぼす。

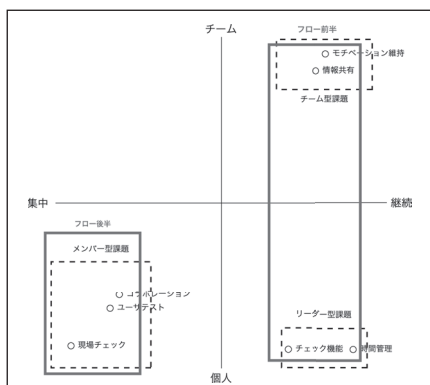


図 6. ワークフローとの相関性

6-1-2. 課題解決プロセス

課題解決プロセスでは、主体を明確にすることでその効果を向上させることができる。課題の解決方法は、対象により異なる。対象を明確化することで、履修者は発揮すべきなのがチームワークであるのか、リーダーシップ、または専門性を意識することが可能となる。

著者は本プロジェクトリーダーとして参加したが、「リーダー型課題」を明確に意識し、改善を試みたのは予算交渉の段階であった。社会で資金を受けて行動することは、相当の責任が伴う。課題であったチェック機能については、交渉ごとの備忘録をとることで改善された。しかし、初期の課題であった「時間管理」を継続的におこなえていれば、交渉時に提出する企画書作成の時点でよりスムーズな準備ができたはずである。また、「チーム型課題」ではプロジェクトの合意形成の場となるミーティングを改善するため、ブログ、スカイプなどのコミュニケーションツールを活用した。情報共有できる場を広げたことでメンバー間の情報発信がしやすくなり、情報を共有する意識が向上し、結果としてモチベーション維持にも貢献した。「メンバー型課題」では、チーム内で個人が果たす専門性が問題になった。早期解決とはならなかったが、ブース出展をおこない、現場の状況やユーザの反応に合わせて柔軟に対応し、ブースとコンテンツを違和感なく改善することができた。

6-2. インターンシップとの連携

プロジェクト・インテリジェンスにおける一連のプロセスには、インターンシップとの連携による機能の補完が不可欠である。「プロジェクト実践」は、あくまでプロセスである。履修者がプロジェクト・インテリジェンスを通して課題発見力・課題解決力を得るためには、インターンシップが、履修者の主体性を引き出し、企業研修を通して現場の経験を蓄積させることが必要となる。

課題発見プロセスでは、リーダーをはじめとするメンバーが主導してプロジェクトを引っ張っていくこと

で早期に課題発見を可能にする。また、課題解決プロセスでは、インターンシップで得た知識を共有することで課題に応じた解決策を練ることができる。

このように、インターンシップが各プロセスを補完することで、プロジェクト・インテリジェンスはプロジェクト型人材を養成に対する効果を促進することができる。[図 7]

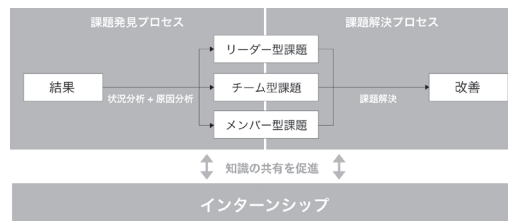


図 7. インターンシップとの相関性

7. 結論

プロジェクト・インテリジェンスは、プロジェクト型人材に不可欠な課題発見力と課題解決力を養う。そして、それには「プロジェクト実践」と「インターンシップとの連携」が不可欠である。本稿では、実践型教育の一連のプロセスを明らかにし、インターンシップとの連携によってその効果が促進されることを示した。

現在、産業界で不足しているのは、プロジェクトに対応できるだけでなく、プロジェクトでリーダーシップを発揮できる人材である。プロジェクトリーダーは、チームにおいて誰よりもプロジェクトに精通し、それに対するインテリジェンス（素養）を備えた人材でなければならない。したがって、将来のリーダーとしての人材育成には、大学教育からプロジェクトを実践し、その経験から素養を高める機会を創出する必要がある。

本年度の筆者をはじめ、大学教育を受ける学生がプロジェクトの実践機会を得た意義は大きい。産業界に求められるプロジェクト型人材を大学から輩出するためには、インターンシップを教育として再認識し、産学協働の協力もとで、社会との連携機会を増やす授業を取り入れる大学の積極的な姿勢が求められる。

8. 謝辞

チームインターンシップは、継続してカリキュラムを充実させてきた諸先輩方のご協力があった成りえた。本稿執筆にあたり、多くの助言をいただいた砂田向壺教授、寺岡善彦先輩、大塚健司先輩、研究室の皆様へ、心より感謝の御礼を申し上げます。

引用・参考書籍

- [1] (社)日本能率協会「競争優位をめざす人材戦略」に関するアンケート結果
- [2] プロデューサー 仕事の手順とすすめ方 / 小島史彦

知財化促進インターンシップにおける研修カリキュラムの優位性に関する検証

Verification concerning advantages of training curriculum at internship of intellectual property

柳 竜馬 / 九州大学大学院 芸術工学府 デザインストラテジー専攻

指導教官：砂田向志

Ryoma Yanagi / Graduate School of Design, Kyushu University.

Abstract: 筆者は知財化インターンシップを履修し、西日本新聞社と電通九州でインターンシップ研修を経験した。その際、過去に参加した他社のインターンシップの経験と比べ、カリキュラム [表 2] が大きく充実していると感じた。そこで、以後さらに他社のインターンシップに参加し、調査を進め、筆者がこれまでに経験した計 10 社でのインターンシップを取り上げ、そのカリキュラムを分析し、数値的・体系的観点から捉えることで、知財化インターンシッププロジェクトの優位性を明らかにすることを目的とする。*知財化インターンシップとは、九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU の砂田講座の履修科目名の意。

Keywords: インターンシップ, 知財化インターンシップ, 電通九州, 西日本新聞社, 研修カリキュラム

1. 背景と目的

インターンシップという言葉は、もはや珍しくなくその認知度は、かなり高まってきていることは間違いない。現在、インターネットの検索サイトで「インターンシップ」をキーワードとして検索すると、検索サイトによって異なるが実に 400~500 万軒の検索結果が得られる。このことからインターンシップの認知度は、格段に上がっており、様々な場面で言及されていることが分かる。

例えば、文部科学省が毎年実施している「大学等におけるインターンシップ実施状況調査」における平成 18 年度の調査結果 [※ 1] によると、平成 8 年から 18 年の 10 年間のインターンシップ実績校・実施率の推移は、図の通りかなり急速に増加していることが分かる。平成 19 年度には、513 校が実施予定と報告しており、おそらく 7 割以上の大学が実施しているものと十分に予想できる。ということは、ほとんどの大学・短大の高等教育機関において、なんらかの形でインターンシップが実施されており、就職を意識した教育の一環として定着の兆しを見ることが出来る。

一方で、ここ数年インターンシップは急速に多様化していると指摘されている [※ 2]。例えば、一般的な「就業体験インターンシップ」だけではなく、大学と企業が 1 つのテーマについて取り組む「共同開発型インターンシップ」、設計事務所、デザイン会社などの「専門職型インターンシップ」、実習期間 1 ヶ月~1 年程度の「長期間インターンシップ」や「海外インターンシップ」などが挙げられる。特に最近の傾向として、1 日間・2 日間の「超短期インターンシップ」と呼ばれるイベントを主催する企業が増えてきており、「インターンシップの短期化傾向」などという見出しで新

聞などのメディアでも取り上げられている [※ 3]。さらに 2007 年度日本インターンシップ学会 [※ 4] において、「インターンシップの多様化と体系化」というテーマでシンポジウムが行われている。

上述のような背景から、各企業が設けた研修カリキュラムを類型化できるということが推察される。

そこで本研究は、筆者がこれまでに経験した 10 社でのインターンシップを取り上げ、そのカリキュラムを分析し、数値的・体系的観点から捉えることで、インターンシップの類型を探るとともに、中でもとりわけ知財化インターンシッププロジェクトにおけるインターンシップ研修が優位的であることを明らかにすることを目的とする。

2. 研究対象

筆者は学部より、社会での実践的プロジェクトに触れるため設計事務所などでアルバイトやインターンシップに参加してきた。また大学院に進学してからは、より視野を広げようと他業界のインターンシップにも積極的に取り組んできた。この経験から、本研究ではこれまでに経験した全 10 社でのインターンシップの研修カリキュラムを分析の対象とする。

	会社	時期	業種
01	西日本新聞社	修士 1 年	新聞社
02	株式会社電通九州	修士 1 年	広告代理店
03	東急不動産株式会社	修士 1 年	総合ディベロッパー
04	NTTサイバーソリューション研究所	修士 1 年	通信
05	株式会社 NTT ファシリティーズ	修士 1 年	建築設計会社
06	森ビル株式会社	修士 1 年	総合ディベロッパー
07	大成建設株式会社	修士 1 年	総合建設会社
08	有限会社ダイスプロジェクト	学部 4 年	設計事務所
09	G3 デザインスタジオ	学部 4 年	設計事務所
10	株式会社ジーエータップ	学部 3 年	デザイン事務所

表 1. 研究の対象企業

3. 分析の方法

まず、各インターンシップ研修におけるカリキュラムをその体験時間によって数値化し、パラメーターをとる。次に、パラメーターを企業ごとに比較し、研修カリキュラムの類型化を行う。最後に、抽出された類型ごとの特徴について考察を加える。

4. 分析

4-1. 数値化

各インターンシップ研修の概要を解説するとともに、そのカリキュラムを細分化し、「配属部署数」「会議同席時間」「研修総時間」「社員との会話時間」「作業時間」「課題時間」の6つの指標を設け、各カリキュラムを数値化する。

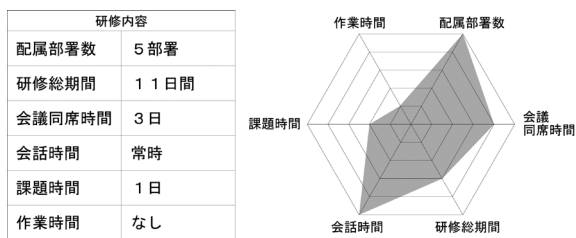
01. 西日本新聞社

2、3日ごとに各部署を回りながら、新聞社全体の仕事を理解していくカリキュラム [表2] が組まれていた。基本的には各部署の担当の方に現場や資料を見せて頂きながらのレクチャー形式であった。また、課題を課されることはなく、部署によっては会議や打ち合わせに同行することができた。

◀第1期：8月18日～8月29日・西日本新聞社▶

月	日	曜日	資格	内容
8	18	月	人事部、総合メディア本部	会社概要、総合メディア本部の紹介
19	火		製作センター、編集局	製作センター見学、編集局編集体験
20	水		広告局	打ち合わせ同行、ワークショップ運営補助
21	木			打ち合わせ同行、会議同行
22	金			ワークショップ運営補助
23	土		総合メディア本部	ライブ運営補助、映像撮影
24	日			
25	月		総合メディア本部	映像編集
26	火			展示会運営体験
27	水		事業局	スポーツ事業見学
28	木		編集局	編集局の概要、編集体験
29	金			地域報道センターの概要、最終プレゼン

表2. 西日本新聞社研修カリキュラム



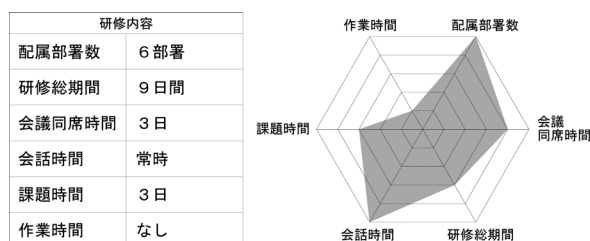
02. 株式会社電通九州

2、3日ごとに部署内の各セクションを回りながら、広告代理店の仕事を理解していくカリキュラム [表3] が組まれていた。どのセクションもレクチャーや会話形式で業界や社の大枠を掴んだ後に、課題を頂きそれに取り組み、発表する流れ。会議や打ち合わせへの同行が比較的多く、仕事のありのままを見ることができた。

◀第2期：9月16日～9月29日・電通九州▶

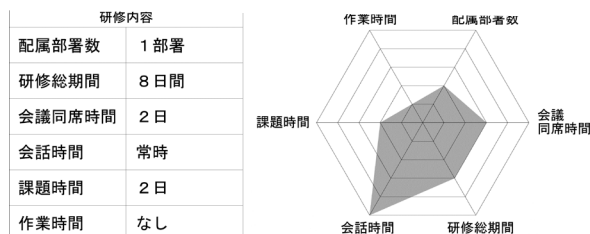
月	日	曜日	資格	内容
9	16	火	人事課	広告会社の全体像、仕組み、利益構造などの概論
17	水		M P部	Webマーケティング
18	木			マーケティング・プランニング 等
19	金		2011室	実作業
20	土			
21	日			
22	月		クリエイティブ総括部	企画作業中心
23	火			
24	水		プロモーション部	課題(未定)作業 フィールド作業
25	木			
26	金			
27	土			
28	日			
9	29	月	メディア(デジコミ課)	デザイン・ターゲティング 他

表3. 電通九州研修カリキュラム



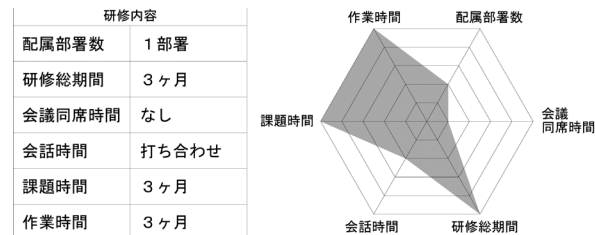
03. 東急不動産株式会社

選考あり。学生16人がそれぞれ別の部署に配属され、個別に研修を行い、最終日にそれぞれの成果を発表し合うことで業務内容の共有を図るというもの。具体的には各部署の担当の方による施工現場や資料による解説、及び社員インタビューを行った。課題を課されることはなく、部署によっては会議や打ち合わせに同行することができた。



04. 日本電信電話株式会社

総期間3ヶ月。研究部門の新規開発サービスにおけるプレゼン資料の作成を通して業務内容の理解を深めるというもの。企業が開発したサービスに対し、各担当学生がその利用シーンを想定し、その魅力が伝わる絵をデザインする。週1回のテレビ会議でのディスカッションを繰り返し、徐々に完成に近づけていった。

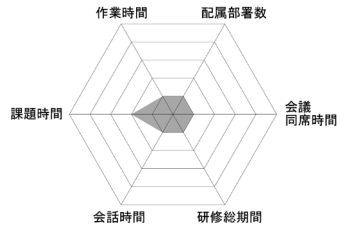


05. 株式会社NTTファシリティーズ

会社説明会を兼ねており、5人1組みのグループワー

クを通して業種の理解を深めるというもの。時間は短いものの社員と直接話す機会も設けられている。

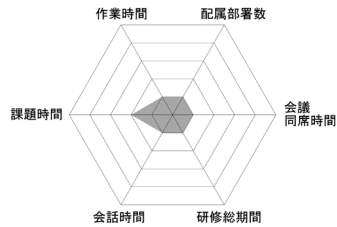
研修内容	
配属部署数	なし
研修総期間	1日間
会議同席時間	なし
会話時間	1時間
課題時間	2時間
作業時間	なし



06. 森ビル株式会社

会社説明会を兼ねた、6人1組のグループワークを通して不動産業界及び都市開発という仕事についての理解を深めるというもの。時間は短いものの社員と直接話す機会も設けられている。

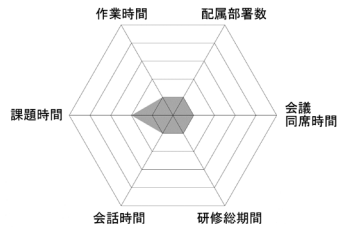
研修内容	
配属部署数	なし
研修総期間	1日間
会議同席時間	なし
会話時間	1時間
課題時間	2時間
作業時間	なし



07. 大成建設株式会社

ONE DAY インターンシップ。6人1組のグループワークを通して建設業界におけるプロジェクト進行の理解を深めるというもの。

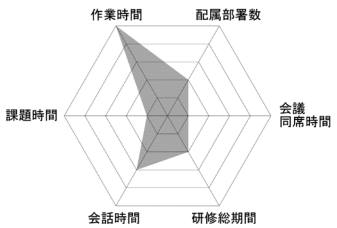
研修内容	
配属部署数	なし
研修総期間	1日間
会議同席時間	なし
会話時間	1時間
課題時間	2時間
作業時間	なし



08. 有限会社ダイスプロジェクト

アルバイトと変わりなく、模型製作や図面の修正などの作業を行った。

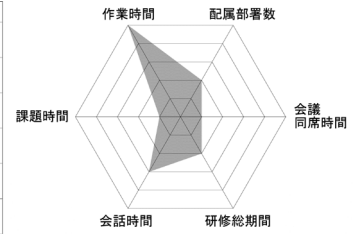
研修内容	
配属部署数	1部署
研修総期間	5日間
会議同席時間	なし
会話時間	作業説明
課題時間	なし
作業時間	常時



09. G3デザインスタジオ

模型製作や図面の修正などの作業を行った。

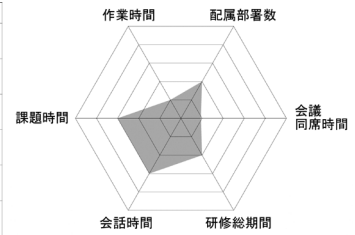
研修内容	
配属部署数	1部署
研修総期間	5日間
会議同席時間	なし
会話時間	作業説明
課題時間	なし
作業時間	常時



10. 株式会社ジーエータップ

事業所や印刷会社の見学を始め、サイン計画に関する課題を課された。社員の方と相談しながら個別に作業を進め、最終日に発表するというもの。

研修内容	
配属部署数	1部署
研修総期間	5日間
会議同席時間	なし
会話時間	2日間
課題時間	3日間
作業時間	なし



4-2. 類型化

パラメーターを比較すると、その形態から筆者が経験したインターンシップは大きく以下の5つのパターンに分類することができる[表4]。

類型	パラメーター	NO
A 教育型		01
		02
B 説明会型		05
		06
		07
C 課題提案型		03
		10
D アルバイト型		08
		09
E 共同研究型		04

表4. 類型化

<A> 教育型

カリキュラムに差はあったものの、作業がない、複数の部署に配属、会議や打ち合わせへの同席、社員の方と会話をする機会の多さなど、共通している点が多く、

実際の体験としても、よりリアルな面を見ることができ、最も教育としてのインターンシップが充実しているように感じた。一方企業への負担が大きいのが欠点である。西日本新聞社及び電通九州のカリキュラムもこれに含まれる。

 採用説明会型

所謂 ONE DAY インターンシップ。近年最も増えている形態である。その業界のある程度の仕事内容を知ることができるが、決して深い話まで聞けることはなく、表面的な様子は見ることができても、企業の内面や社風までは知ることができない。一方、一度に多くの人に対して会社を PR できるため、企業への負担は軽い。筆者の体験では建築業界が多かったが、どの業界にもまんべんなく見られることが予想される。

<C> 課題提案型

出された課題に取り組み、本気で考えさせることで、仕事の内容や流れを理解してもらうのが趣旨。企業への負担は軽い、一歩間違えると学生の放置状態が続くこともあるので注意が必要である。A が学生重視、B が企業重視の傾向があるとすると、これはそのバランスをうまくとっている形態であることが指摘される。

<D> アルバイト型

筆者が参加したところに限らず、アトリエ系事務所によく見られるもので、いきなりアルバイトを雇うところは少なく、まずはこのような研修という形で業務に関わり、勉強するのが一般的である。模型製作の際に担当社員の方と接することは多いが、それ以外の人と関わることは少ない。

<E> 共同研究型

企業及び大学がノウハウを共有して、実際の社会の仕事を学生と共に進めていくものである。企業にとっては社会的意義も大きく、それが付加価値になることも多い。一種の産学連携であり、場合によっては企業が企業から支援を受ける場合もある。このタイプに属する企業が研究者系の会社であったことも影響していると考えられる。

4-3. 考察

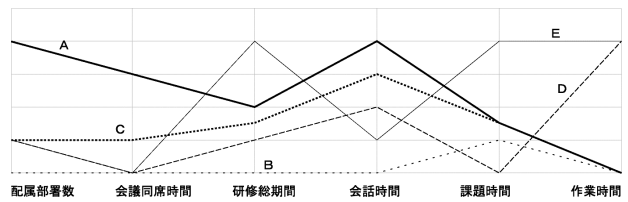


表5. 各グループにおける要素の比較

類型化されたグループを見ると、会社規模や業種といった企業の性格に応じて、適切なカリキュラムがあることが指摘される。例えば、マスコミ系企業は部署によって業務の幅が広い、ある程度時間をかけて研修を行い、理解を深める必要がある。小規模な建築設計事務所の場合、即戦力を求める傾向が強いため、学生に課題や作業を課すことで、労働力の一部として使いながら、能力を見極める必要があると言える。

5. まとめ

表4を見ると、知財化インターンシップ (01、02) の特徴として、他と比べて圧倒的に「配属部署数」と「同席数」が多いことが挙げられる。

つまり、本インターンシップが充実していた要因として、教育「カリキュラム」の充実があることが推察されるが、具体的には、会社全体の実態を把握できるように、「より多くの部署に配属されること」、課題や作業を課されるのではなく、会議や打ち合わせに同席するなど「ありのままの働く様子を動同時体験できること」の二つが指摘される。

以上、本研究によってカリキュラムを分析し、数値的観点から捉えることで、インターンシップの類型を探るとともに、知財化インターンシッププロジェクトの優位性を明らかにすることができた。

謝辞：本論文執筆にあたり、数々の助言をいただいた砂田向壺教授、寺岡善彦先輩、大塚健司先輩、研究室の皆様、心より感謝のお礼を申し上げます。

<注釈>

[※1] 文部科学省 HP より参照
http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/19/11/07111902.htm
 [※2] 浅海典子「インターンシップの成果と課題」／寿山泰二「キャリア教育と職業能力」／榎本淳子「インターンシップ教育の過去・現在・未来」
 [※3] 最近インターンシップの短期化が目立つ。以前は「2週間で業務体験」が圧倒的であったが、ここ1、2年「短期間のイベント型」が増えた。その典型がワンデー・インターンシップである。(8月21日/日本経済新聞)
 [※4] インターンシップに関する学会活動のひとつとして、1993年3月に日本インターンシップ学会が設立されている。

チームインターンシップにおけるデジタルサービスの利便性

Convenience of digital services in team internship

山崎隆弘 / 九州大学大学院 芸術工学府 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット, 大塚 健司 指導教官: 砂田向吉
Takahiro Yamazaki / ADCDU of Graduate School of Design Kyushu University, Takeshi Otsuka

Abstract: 筆者は「知財化促進インターンシップ」受講生として、「チームインターンシップ」を経験した。その際、「チームインターンシップ」の教育効果を高めるために複数のデジタルサービスを用いた。そこで、チームインターンシップの教育効果を高めるためにはデジタルサービスとの連携が必要であるという仮説のもと、使用したデジタルサービスの利便性について履修生への印象評価調査を行った。調査から、「経験共有」「意思伝達」「学習意欲向上」「工程管理」という4項目の評価軸を得た。その評価軸を用いて、チームインターンシップにおけるデジタルサービスの連携の利便性についても印象評価調査による検証を行った。

Keywords: E-learning, Weblog, Skype, Computer Aided Instruction, Computer Assisted Instruction, Web2.0, Internship, Team Internship, Digital Contents Expo

1. 背景と目的

「知財化促進インターンシップ」は、コンテンツ産業界をリードし、社会でリーダーシップを発揮する人材を養成することを目的とした講義である。

また、コンテンツ制作にとどまらず、そのプロデューサーまで視野に入れて活動を行うため、教育手法としてチームインターンシップを行っている。チームインターンシップはポートフォリオ制作等のプリインターンシップ、企業において研修を行うコアインターンシップ、本年度では VR 学会 ASIAGRAPH 主催の展示会「DIGITAL CONTENTS EXPO 2008」へ向けた企画立案・実践を行うポストインターンシップの3つで形成される。

本年度のチームインターンシップでは受講生の体験をテキストで記録・共有する「ウェブログ」をXoops(*1)で構築し、遠隔地での会議を可能にするビデオチャットシステムの「Skype(*2)」、工程管理を共有出来る「Google カレンダー (*3)」、撮影した静止画や動画の共有・公開を目的として「YouTube(*4)」、「Flickr(*5)」、計5個のデジタルサービスを用いた。

しかし、これまでにチームインターンシップにおけるデジタルサービスの利便性に関する検証は十分に行われていない。本稿では、チームインターンシップの教育効果を高めるためにはデジタルサービスとの連携が有効であるという仮説のもと、チームインターンシップ期間中に使用されたデジタルサービスの利便性を検証することを目的とする。

2. インターンシップ期間中の授業形態

2-1. 受講生について

2008 年度の知財化促進インターンシップ受講生は、九州大学大学院に所属する修士1年の20代前半

の男子学生5名である。彼らのコンピュータに関する利用経験、専門領域に関して調査を行った。(表1)

	インターネット	コンピュータ	専攻
A	5年以上	5年以上	視覚記号論
B	5年以上	5年以上	インタラクションデザイン
C	5年以上	5年以上	建築・都市デザイン
D	3年以上5年未満	3年以上5年未満	コンテンツデザイン
E	5年以上	5年以上	コンテンツデザイン

表1. 本講義受講生の背景知識調査

本調査からコンピュータ、インターネットの両分野に関して最低でも3年以上の利用経験があることが窺える。また、各専攻分野の違いより、異なる背景知識を持った学生が受講していることが分かる。

2-2. インターンシップ期間

5人の受講生は、8月中旬から9月下旬にかけてインターンシップを行った。

本講座では九州圏のインターンシップ先として電通九州と西日本新聞社が、関東圏のインターンシップ先として国立情報学研究所、日本 SGI と THINK があった。大半の企業の研修期間が約2週間だった中、電通九州の第1回インターンシップは約4週間であった。

2-3. 「DIGITAL CONTENTS EXPO 2008」出展

インターンシップと同時進行で行われたプロジェクトとして「DIGITAL CONTENTS EXPO 2008」へ向けた出展会議が挙げられる。これは ASIAGRAPH2008 に採択された研究論文「ビデオチャットにおけるデフォルメ表現の有効性」の執筆から始まり、それを基礎として戦略的に出展企画立案・実践を行うプロジェクト

である。インターンシップ期間中にも会議を行う為、遠隔地のメンバー間で会議を行う必要が生じた。

3. 各ツールの利便性に関する分析

3-1. 分析手法

使用したデジタルサービスの利便性について検証するため、受講生5人に印象評価調査を行った。各サービスの利便性に関して5段階評価による定量式調査を行い、それと同時に自由記述形式による調査も行った。

3-2. 調査結果

3-2-1. ウェブログ

ウェブログは Xoops を用いて受講生が構築した。講師・受講生によって合計 166 編のエントリ、235 件のコメントが投稿された。

ウェブログの調査結果は、5 段階評価では図1のように「とても役に立った(4人)」「役に立った(1人)」となった。

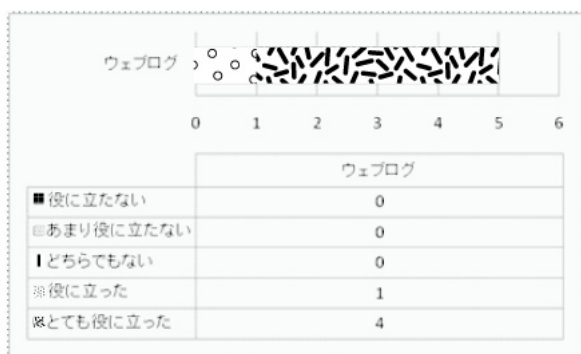


図1. ウェブログの利便性に関する5段階評価

自由記述では表2のように満足が3点、不満足が1点となった。

満足	不満足
<ul style="list-style-type: none"> ・仲間の体験を自分にも活かした。 ・インターンシップ中の体験を振り返ることが出来た。 ・文書を通じて、今まで自分がやってきたことを見直せた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コメントの投稿・閲覧がしづらい。

表2. ウェブログに関する自由記述

ウェブログは、文章記述や経験共有から得られる満足度が高く、操作性に関して不満足だという意見も得られた。

3-2-2. Skype

Skype の利用環境として、九州大学産学連携センターの一室を利用した。Skype の調査結果は、5段階

評価では図2のように「とても役に立った(1人)」「役に立った(3人)」「あまり役に立たない(1人)」となった。

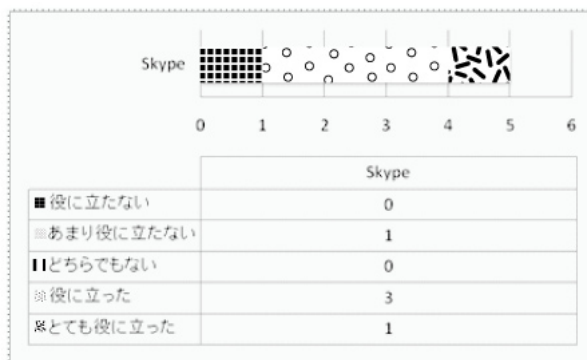


図2. Skype の利便性に関する5段階評価

また、自由記述では表3のように満足した点が4点、不満足な点が3点となった。

満足	不満足
<ul style="list-style-type: none"> ・仲間と情報交換出来た。 ・遠隔地で会議が出来た。 ・議事録が残る。 ・ツール開発の手掛かりとなった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・会議の進行が回線に左右される。 ・接続に時間がかかり、非効率のだったように感じた。 ・慣れるまで時間がかかる。

表3. Skype に関する自由記述

Skype は、低速な回線でも安定した会話が実現できることが特徴である。

しかし、地域差や天候差から生まれる回線速度の差に左右されて会議を目的とした利用には不満足が表れる結果となった。また、準備期間を用意しなかったことが不満足に繋がったと考えられる。

3-2-3. Google カレンダー

Google カレンダーの調査結果は、5 段階評価では図3のように「役に立った(2)」「あまり役に立たない(2)」「役に立たない(1)」となった。

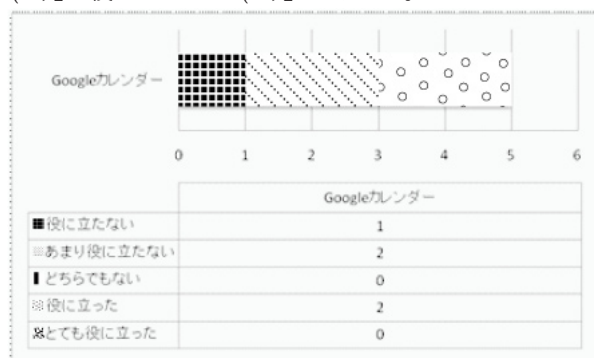


図3. Google カレンダーに関する5段階評価

自由記述では表4のように満足が3点、不満足が2点となった。

満足	不満足
<ul style="list-style-type: none"> ・会議の日程を共有できる。 ・他のメンバーの所在地を確認できる。 ・講師の予定を確認できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・他人の編集に気づかない。 ・使った覚えがあまり無い。(手帳を重視)

表4. Googleカレンダーに関する自由記述

Googleカレンダーの利便性に関する印象評価にはバラつきが生じた。そのバラつきから、進行役を担う受講生からの評価が高く、他の受講生からの評価は低いという傾向が表れた。

3-2-4. YouTube

YouTubeの調査結果は、5段階評価では図4のように「役に立った(5)」となった。



図4. YouTubeに関する自由記述

自由記述では表5のように満足が4点、不満足は無しとなった。

満足	不満足
<ul style="list-style-type: none"> ・動画をホームページに簡単に張り付けられる。 ・発表資料を公開できる。 ・作品動画を世界に配信することでやる気が上がる。 ・言葉で伝えるよりも、伝わった気がした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・無し

表5. YouTubeに関する自由記述

YouTubeの利便性を受講生全員が認める傾向にあり、自分たちの活動を世界に配信しているという認識から、学習意欲の向上効果も表れた。

3-2-4. Flickr

Flickrの調査結果は、5段階評価では図5のように「役に立った(4)」「どちらでもない(1)」となった。



図5. Flickrの利便性に関する5段階評価

自由記述では表6のように満足が3点、不満足が1点となった。

満足	不満足
<ul style="list-style-type: none"> ・授業内容を他人に説明しやすい。 ・展示内容を公開できる。 ・簡単にスライドショーが作れる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・容量が少ない。

表6. Flickrに関する自由記述

Flickrは容量が少ないことが不満点となった。これは、利用限界範囲を知らずに複数ファイルをアップロードしたことが原因だと考えられる。

3-3. 定量調査まとめ

本論文では、チームインターンシップにおけるデジタルサービスの利便性を検証することを目的として受講生への印象評価調査を行った。調査では、各デジタルサービスに関して5段階評価による調査を行った。全く役に立たなかった(-2)、あまり役に立たなかった(-1)、どちらでもない(0)、役に立った(+1)、とても役に立った(+2)として調査結果を集計すると図6のようになった。

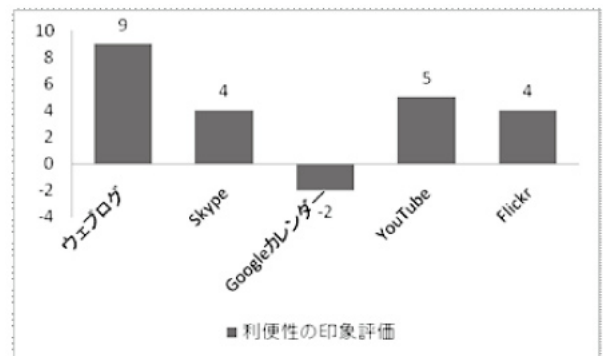


図6. デジタルサービスの利便性に関する調査結果

図6のように、ウェブログが最も高い評価を受け、

Google カレンダーが最も低い評価を受けた。

また、アンケート調査で得られた意見を集計・分析した結果、4つの評価軸「経験共有」「意思伝達」「学習意欲向上」「工程管理」を得た。その評価軸を用いて今回使用したサービスについて5段階評価による調査を行った。全く役に立たなかった(+1)、あまり役に立たなかった(+2)、どちらでもない(+3)、役に立った(+4)、とても役に立った(+5)として図7のように評価結果を集計した。

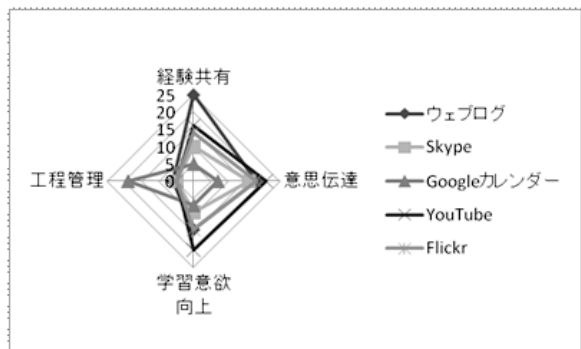


図7. 4つの評価軸に関する各サービスの印象評価結果

4. 考察

本稿では、チームインターンシップの教育効果を高めるためにはデジタルサービスとの連携が有効であるという仮説のもと、知財化促進インターンシップ履修生に対して印象評価調査を行い、使用したデジタルサービスの利便性に関する検証を行った。

図6の中で、評価の低いものに注目すると各実験結果において「他人の編集に気づかない」「慣れるまで時間がかかる」「容量が少ない」という記述がある。これらの不満は「使用の事前説明が徹底されていなかったこと」が原因であると推測される。事前説明の徹底によって今回利便性が低いと判断されたサービスについても、より一層の教育効果が得られると考えられる。

また、図7から複数のサービスを連携させることで「経験共有」をウェブログが補い、「意思伝達」をSkype、YouTube、Flickrが補い、「学習意欲向上」をYouTube、Flickrが補い、「工程管理」をGoogleカレンダーが補完する様子が分かる。

以上より、チームインターンシップにおいてデジタルサービスを利用するのは有効であり、かつ複数のサービスを連携させることによって、教育効果を高められることが期待できると考えられる。

5. おわりに

本稿では、チームインターンシップにおけるデジタルサービスの利便性、さらに、複数サービスの連携に関する有効性について述べた。

インターンシップは、大学生が社会人の考えや哲学を学習出来る貴重なカリキュラムである。

だからこそ、限られた時間内で高い教育効果を実現する必要があると筆者は考える。今後、就職採用型のインターンシップではなく、教育としてのインターンシップが拡がり、デジタルサービスとの連携を用いた、さらに教育効果の高いインターンシップが実現されることを期待する。

< 謝辞 >

本稿執筆に当たり、多くの助言を頂いた砂田向壺教授、寺岡善彦先輩を中心とした研究室の諸先輩方に心より感謝の御礼を申し上げます。

< 参考文献・注釈 >

- [1] 佐渡一広著「ブログを用いた討議の試行」, 群馬大学社会 情報学部研究論集 第15巻, 1-12頁, 2008.
- 1).Xoops … PHP-Nuke を元に日本人により開発、公開されたコンテンツマネジメントシステム。(http://jp.xoops.org/)
- 2).Skype … P2P 技術を利用したインターネット電話サービス。一般の電話との相互通話を実現する機能(国によって制限がある)や、Windows、Mac、Linux版ではビデオチャット機能も備えている。(http://www.skype.com/intl/ja/)
- 3).Google カレンダー…Google が開発したカレンダーサービス。Google アカウントを持ったメンバー同士であればスケジュールを共有することができる。(http://www.google.com/intl/ja/googlecalendar/)
- 4).YouTube …アメリカで開発された動画共有サービス。ウェブブラウザでストリーミング再生できる。UTF-8 で運営しているため動画名やコメント、タグは日本語を含む多国語に対応している。(http://www.youtube.com/)
- 5).Flickr …個人で撮った写真をウェブ上で整理・分類・展示し、利用者同士でコメントやタグを編集することの出来る静止画共有サービス。(http://www.flickr.com/)

§ 11

アダプタブルインテリジェンス

表題の意味は p20 「6. アダプタブルインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

第 3 回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会「評価シート」

インターンシップ研修「評定書」

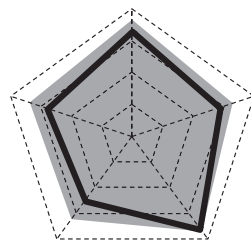
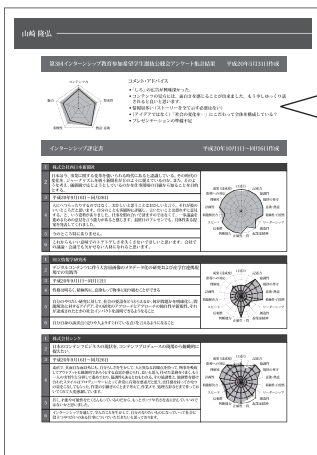
第 1 回 社会人キャリア力育成検定

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会「評価シート」

インターンシップ研修「評定書」 集計結果

「インターンシップ研修」に先立って平成20年5月31日に催された「第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会」において、ご出席の各位に記入をお願いした「評価シート」、および同年8～9月にかけて実施された「インターンシップ研修」について、派遣先ご担当各位に作成をお願いした「評定書」の結果を集計し、各頁にひとり分ずつまとめて掲載しています。それぞれの派遣先から寄せられた評価、同条件における受講生の平均値も併せて掲載しておりますので、ぜひ比較しながらご覧ください。

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会「評価シート」集計結果の見方

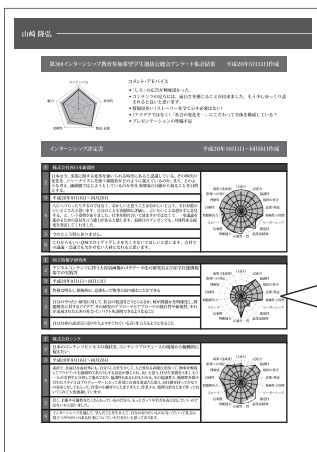


アドバイス・コメント

-
-
-
-

— 個人への評価値
 ■ 団体毎履修者評価平均値

インターンシップ研修「評定書」集計結果の見方



1	派遣先団体名	評価項目 — 個人への評価値 ■ 団体毎履修者評価平均値
2	研修のテーマ	
3	実施期間	
4	評価し得る点	
5	改善すべき点	
6	アドバイス・コメント等	

第1回 社会人キャリア力育成検定

英語の【形:adaptable】、順応{じゅんのう}できる、順応性{じゅんのう せい}のある、融通{ゆうずう}の利く、柔軟{じゅうなん}な、適合性{てきごうせい}[適応性{てきおうせい}・順応性{じゅんのう せい}]のある、柔軟性{じゅうなんせい}のある、調節{ちようせつ}[調整{ちようせい}]可能{かのう}な、などの意味がある。

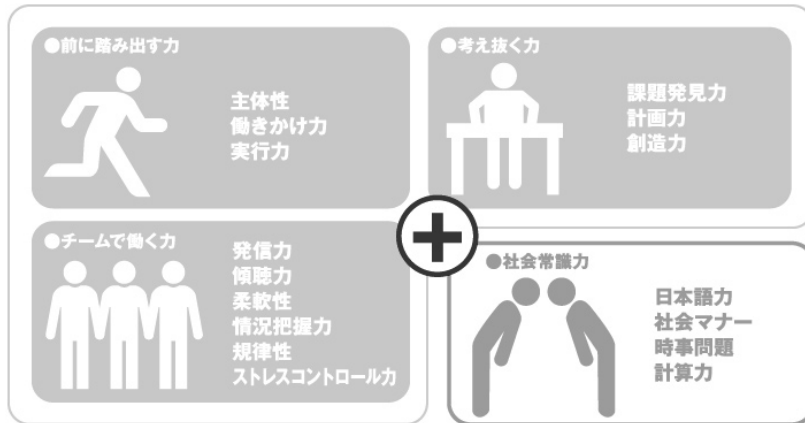
ここでは、adaptable fighting potential = 即戦力の意味も兼ねる。プログラムのミッションは社会の即戦力ニーズに相応しい社会人基礎力を養成する目的で、昨年末取り組んだ「第一回・社会人キャリア力育成検定」を通して、インターンシップとキャリア教育の有り方を研究した。

履修生の社会人として必要な能力を客観的に評価し、学生と指導教官の間で共通認識を共有化する。受験した6名の学生には、社会人基礎力12領域・社会常識力4領域、計16領域のレーダーチャートがフィードバックされる。これにより、自分の得意領域(強み)を伸ばし、不得意領域(弱み)を補強する課題が指標化される。

避けがたい流動化・複雑化はげしいグローバル経済下にあって、自分はどのように成長していくべきかを履修生と共に考えるプログラムである。

(Dr. Sunada モデルインターンシップ教育の特徴 アダプタブルインテリジェンスより引用)

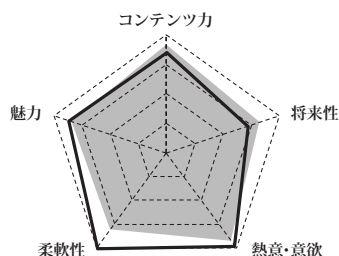
評価基準



社会人キャリア力	社会人基礎力	前に踏み出す力	主体性	物事に進んで取り組む力
			働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力
			実行力	目的を設定し確実に行動する力
	社会人基礎力	考え抜く力	課題発見力	現状を分析し目的や課題を明らかにする力
			計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにする力
			創造力	新しい価値を生み出す力
	社会人基礎力	チームで働く力	発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力
			傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力
			柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力
			状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力
			規律性	社会のルールや人との約束を守る力
			ストレスコントロール力	ストレスの発生源に対応する力
社会常識力	社会常識力	日本語力	漢字・敬語・慣用語などの知識	
		社会マナー	社会のルール・マナーなどの知識	
		時事問題	社会情勢などの知識	
		計算力	常識的な計算力	

田尻 力也

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会評価シート集計結果 平成20年5月31日作成



コメント・アドバイス

- こちらが考える「なぜ？」という疑問に対して、コトバで説明できてい
るのには好感を持ちました。
- パワーポイントが見にくかったのが残念です。
- 作品がたくさんあるのはわかったが、それに一貫するものは何か？
- 「出会い」ではなく「価値」
- わかりにくい
- シंकがふさわしいと思います。

インターンシップ評定書

平成20年9月8日～同月27日作成

1	株式会社電通九州	
2	広告業界の仕事を体験する中で、産業におけるコンテンツの重要性や、そこで働く人材の在り方を学ぶ。	
3	平成20年9月16日～同月26日	
4	素直な心を持っていると思います(時としてそれが裏目にでる場合もあるかもしれませんが)。やりたいこと(故郷の活性化)がはっきりとしているのも良いと思いました。	<ul style="list-style-type: none"> ●フィールドワークを実施しましたが、着眼点が大局的であり実際の業務では、ルールの境界が明確になっていないソリューションワークに適正を感じました。言い換えれば、広告業務のどのセクションに配属されてもそれなりの成果を生むものと思います。 ●何気ない気配りには、感心させられます。(出されたお茶を退く、お礼メールを直ぐに発信する等) 社会人としての基本動作はできていると思います。
5	ややおっとりしている印象も受けます。より積極的に、色々な物事に関わっていくとよいでしょう。	改善すべき点ではなく、今後の期待として。 ●概論が理解でき、各論への意見も持っています。今後の期待として「創造性」を意識してはいかがでしょうか。「モノ」を見るベースはあります。そのベースの上に創造を構築していく事が田尻君の課題だと考えます。広告代理店という狭小な範囲での意味ではなく、社会のペースロードとなっていくパワーと英知を育成してください。
6	「大牟田の活性化」という夢をぜひライフワークにして下さい。期待しています。	●「モノ」を見る時の視点を多角的に持ちましょう。①否定(ここが、この「モノ」の欠陥)②肯定(ここは、よく考えてるね。)③考察(なぜこうなったんだろう?)④創造(自分だったらこうするな)⑤課題(具現化するためのハードルってなんだろう?)⑥推進(ハードルを越えるには) Etc etc ... 様々な考察や実行手段はありますが、自分の信念を貫けば、失敗はありません。信念の無い生き方こそが失敗です。頑張ってください。何か、お力になれる事があればご連絡ください。

1	日本 SGI 株式会社	
2	広く世界に目を向けた視野を持つこと。より技術的側面から産業界をとらえる視点を養うこと。	
3	平成20年9月16日～同月26日	
4	実施テーマを吸収しようとする意欲は非常に旺盛でした。また、職場研修中の態度についても非常に誠実で好感を得ることが出来ました。	
5	特にありません。	
6	今回のインターンシップを通じて、社会人としての立場の違いや役割の重要性など今後の就職活動に役立てていただきたいと思います。	



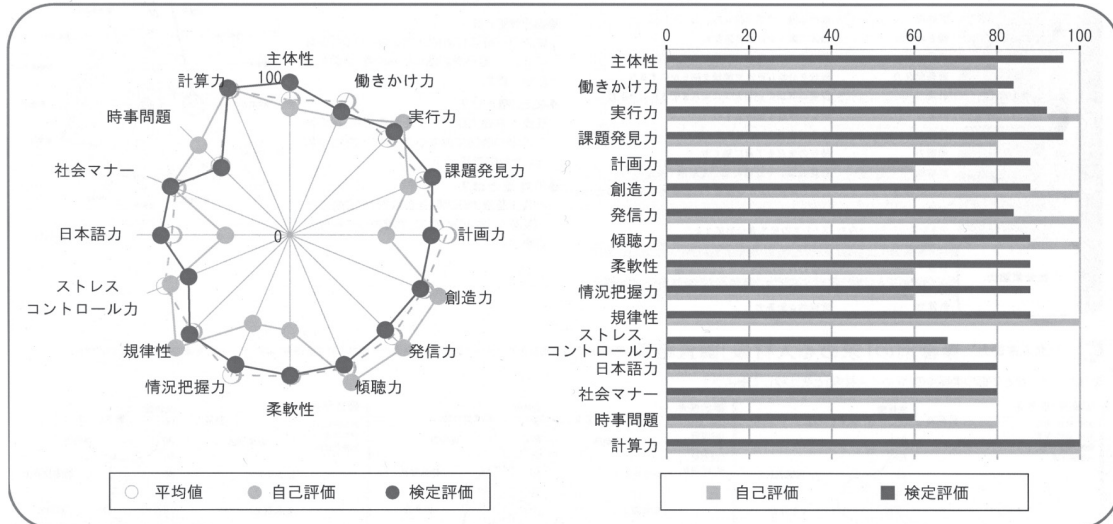
社会人キャリア力育成検定『評価シート』

学校名 九州大学

学籍番号 0002

氏名 田尻 力也

試験日 2008/12/02



強み

主体性

- ・指示がなくても自主的に取り組む積極的な態度が見られます。
- ・他の人が何を必要としているかを自発的に考えています。

弱み

ストレスコントロール力

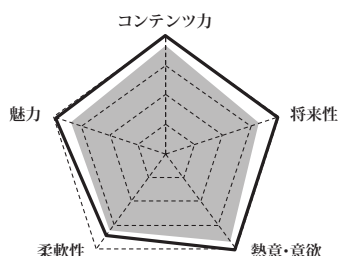
- ・他の人からの協力・協調の必要性を理解することが必要です。
- ・他の人とともに行動することの大切さを理解することが必要です。

強みのアドバイス

行動力のエンジンである主体性を伸ばすには、現在の自分にとって何が必要かを判断基準を持ち、それに理性的、意欲的に取り組んでいくこと。また、新しい知識・技術を絶えず習得していくなどの積極さが今後も大切です。

三宅 佑治

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会評価シート集計結果 平成20年5月31日作成



コメント・アドバイス

- メッセージが明確でしたが、どういう「社会」と関わりたいのかが、よく伝わってこなかったです。
- メッセージが子供じみている。もう少し具体性を。

インターンシップ評定書

平成20年10月1日～同月6日作成

1	株式会社西日本新聞社	
2	新聞社の仕事内容について、現場体験を通じて知ること。	
3	平成20年8月18日～同月29日	
4	3人の中で、もっともリーダーシップを発揮してくれました。まとめ役となり、会社とインターンシップ生との間の窓口となりました。インターンシップが円滑に進むよう、周囲に気を配って働いている様子に好感が持てました。報道に関心を持つ彼が、これからどう仕事をしたいのか、そのきっかけを少しでも掴んで、インターンシップを終えてくれたのではないかと思います。	
5	今のところ特にありません。	
6	常に周囲に気を配るのはなかなか大変なことです。これからも気配りの心を忘れずにいてください。疲れな程度にで構いません。	

1	国立情報学研究所	
2	デジタルコンテンツに伴う大容量画像のメタデータ化の研究および産学官連携現場での実践等	
3	平成20年9月1日～同月12日	
4	性格は明るく、積極的に、意欲もって物事に取り組むことができる	
5	自分のやりたい研究に対して、社会の要請をどうとらえるか、何が問題かを明確化し、問題解決に対するアイデア、その研究のアプローチとアプローチの独自性や新規性、それが達成されたときの社会インパクトを説明できるようなること	
6	自分自身の訴求点(売りや人よりすぐれている点)を言えるようになること	

個人配布用



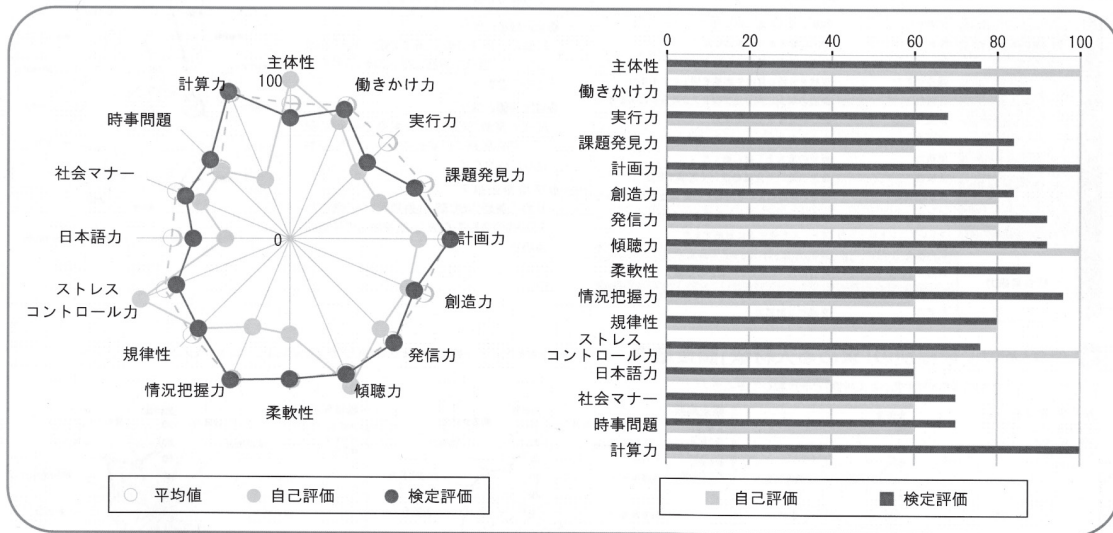
社会人キャリア力育成検定『評価シート』

学校名 九州大学

学籍番号 0001

氏名 三宅 佑治

試験日 2008/12/02



強み

あなたの強み

- ・物事を行う場合、計画立案の大切さをよく理解しています。
- ・計画立案では複数案を考えることの大切さを理解しています。

弱み

実行力

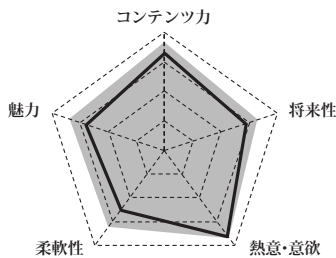
- ・目標設定では、何がポイントかを理解することが必要です。
- ・設定した目標を達成する方法、手順を理解することが必要です。

強みのアドバイス

計画立案の重要性をよく理解しています。課題解決のための手段の1つだけでなく、常に複数案を考え、その中から最適案を選択することを習慣化してください。変化が激しい時代には、立てた計画は必要に応じてそれを修正するといった柔軟性も大切です。

柳 竜馬

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会評価シート集計結果 平成20年5月31日作成



コメント・アドバイス

- 線路跡に注目した点がすごいと思った。
- 「古い魅力に新しい価値を付加」がよくわかりません。
- 「大きい」というキーワードでのプレゼンは統一感があってよかったと思います。
- 「土地をプロデュースする」ということがよくわからない→どうしたら価値を高められるかを示すおもしろいプレゼンでした。

インターンシップ評定書

平成20年10月1日～同月12日作成

1	株式会社西日本新聞社	
2	これまで学んできた建築設計の世界から外に出ることで、視野を広げること。	
3	平成20年8月18日～同月29日	
4	最初は少しおとなしい印象がありました。しかし、インターンシップが進むにつれてより積極的になっていく様子が伺えました。インターンシップを通して、最も成長を感じたのが彼でした。仕事に興味を持ち、面白がってくれていたのだらうと思います。おとなしくて、口数も少ないほうですが、内面にはしっかり自分の意見を持った学生だと思えます。	
5	今のところ特にありません。	
6	おもしろい、楽しいと思う仕事を前にしたときの高揚感を大事にして、そのエネルギーを糧に成長して行ってください。	

1	株式会社電通九州	
2	これまで学んできた建築設計の世界から外に出ることで視野を広げること	
3	平成20年9月16日～同月29日	
4	礼儀正しく、講義を担当する社員に対しても大変謙虚な姿勢で臨んでいました。自分の専攻テーマから一歩飛び出して広い視野を持ちたいという意欲も伝わってきました。	
5	田尻君、森根君の時と異なり、一人だけでのインターンシップだったことも関係しているとは思いますが、少し周囲に対して遠慮が見られました。こちらとしても反省すべき点ではありますが、もう少しだけ積極性が生まれると良いでしょう。ただ、本人の専攻と関連する種の講義に対しては強い興味を持っていたようですので、今回できた人的なつながりを今後も活用してほしいと思います。	
6	短い期間ではありましたが、研修期間につくった人脈をぜひ活かしてください。	

個人配布用



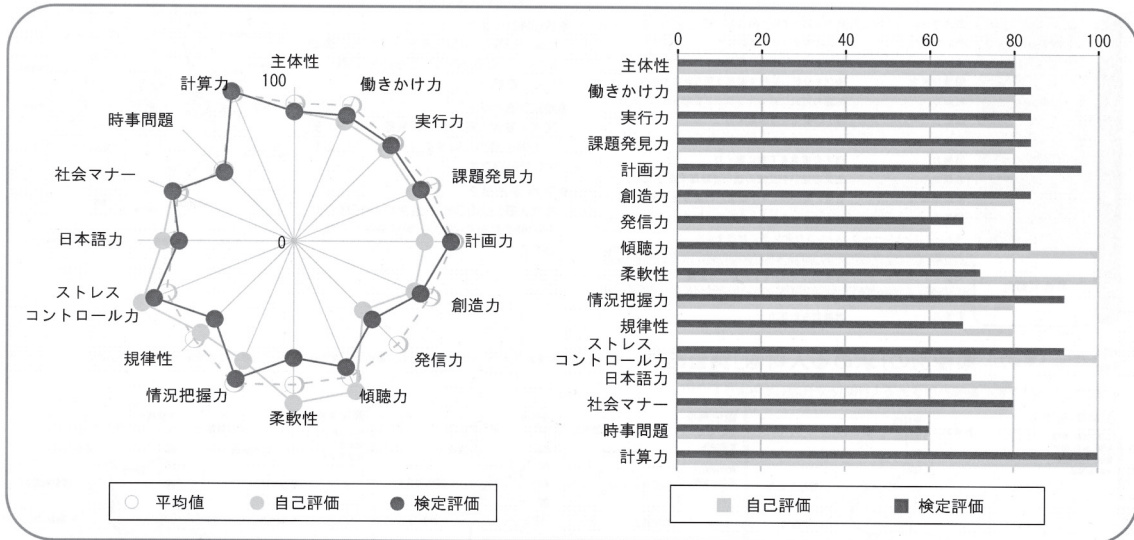
社会人キャリア力育成検定『評価シート』

学校名 九州大学

学籍番号 0004

氏名 柳 竜馬

試験日 2008/12/02



強み

あなたの強み

- ・物事を行う場合、計画立案の大切さをよく理解しています。
- ・計画立案では複数案を考えることの大切さを理解しています。

弱み

規律性

- ・集団行動において、個人のとるべき行動を理解することが必要です。
- ・“あいさつ”の必要性、重要性について理解することが必要です。

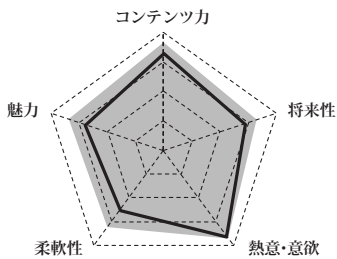
強みのアドバイス

計画立案の重要性をよく理解しています。課題解決のための手段の1つだけでなく、常に複数案を考え、その中から最適案を選択することを習慣化してください。変化が激しい時代には、立てた計画は必要に応じてそれを修正するといった柔軟性も大切です。

山崎 隆弘

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会アンケート評価シート

平成20年5月31日作成



コメント・アドバイス

- 「しろ」の広告が興味深かった。
- コンテンツの見方には、面白さを感じることが出来ました。もう少しゆっくり話されると良いと思います。
- 情報量多い(ストーリーを全て示す必要はない)
- (アイデアではなく)「社会の変化を…」にこだわって全体を構成している?
- プレゼンテーションの準備不足

インターンシップ評定書

平成20年10月1日～同月6日作成

1	株式会社西日本新聞社	
2	日本は今、事業に関する変革を強いられる時代であると認識している。その時代の変化を、ジャーナリズムを扱う新聞社がどのように捉えているのか。また、どのような考え、価値観で応じようとしているのかを仕事現場の目線から知ることが目的とする。	
3	平成20年9月16日～同月26日	
4	人にへつらったりするのではなく、おかしいと思うことはおかしいと言う。それが彼のいいところだと思います。自分のことも客観的に評価し、言いたいことは恐れずに意見する。と、いう姿勢がありました。仕事を慣れ合いで済ますのではなく、一歩議論を進めるための意見を言う能力があると感じます。最終日のプレゼンでも、具体性ある提案を発表してくれました。	
5	今のところ特にありません。	
6	これからもいい意味でのトゲトゲしさを失くさないでほしいと思います。会社での議論・会議でも欠かせない人材になれると思います。	

1	国立情報学研究所	
2	デジタルコンテンツに伴う大容量画像のメタデータ化の研究および産学官連携現場での実践等	
3	平成20年9月1日～同月12日	
4	性格は明るく、積極的に、意欲をもって物事に取り組むことができる	
5	自分のやりたい研究に対して、社会の要請をどうとらえるか、何が問題かを明確化し、問題解決に対するアイデア、その研究のアプローチとアプローチの独自性や新規性、それが達成されたときの社会インパクトを説明できるようになること	
6	自分自身の訴求点(売りや人よりすぐれている点)を言えるようになること	

1	株式会社シンク	
2	日本のコンテンツビジネスの現状を、コンテンツプロデュースの現場から俯瞰的に捉えたい。	
3	平成20年9月16日～同月26日	
4	素直で、真面目な面以外にも、自分らしさを生かして、人と異なる着眼点を持って、物事を吸収してアウトプットも独創的であろうとする意思が感じられ、良いと思う。任せた業務をうまく、もう一人の実習生と分担して進めており、協調性もおもわれる。その協調性と、独創性を掛け合わせたスタイルはプロデューサーにとって非常に有効な要素だと思う。責任感を持ってかなりの量をこなしてもらった。作業の引継ぎのことまで考えて、作業メモ、処理方針などまで作っておいてくれて大変感謝しています。	
5	若く、才能や可能性をたくさんもっているのだから、もっとガッツや若さを表に出していっていいのではないかと思います。	
6	インターンシップを通して、学んだことを生かして、自分のなりたいものになっていって社会に役立つやりのある仕事についていただきたいと思います。	

個人配布用



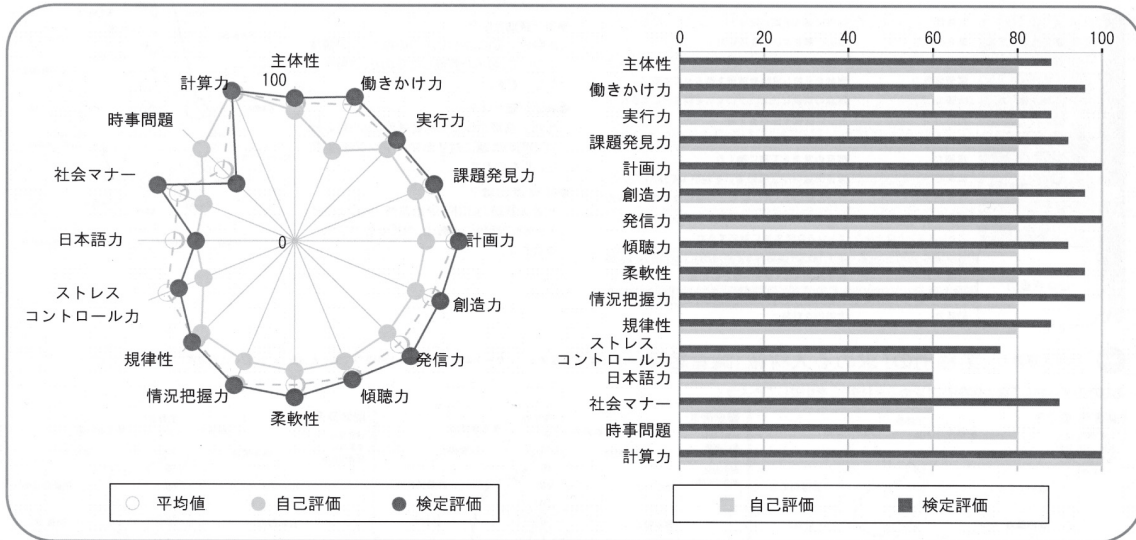
社会人キャリア力育成検定『評価シート』

学校名 九州大学

学籍番号 0003

氏名 山崎 隆弘

試験日 2008/12/02



強み

発信力

- ・どうすれば相手に確実に伝えられるかを理解しています。
- ・どうすれば分かり易い話ができるかを真剣に考えています。

弱み

ストレスコントロール力

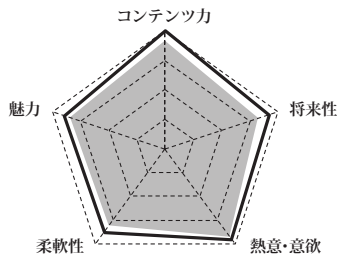
- ・苦手な人と接することの重要性を理解することが必要です。
- ・イライラ感を覚えた際の適切な対処法を理解することが必要です。

強みのアドバイス

相手に応じた話し方を考えることが「発信力」を伸ばす秘訣です。さらに、事前準備をし、相手の気持ちに配慮しながら、ポイントを整理し、確実に伝えていくことが大切です。わかりやすく、効果的に伝える手段、方法について具体的に考え、実行し続けましょう。

森根 光春

第3回インターンシップ教育参加希望学生選抜公聴会評価シート集計結果 平成20年5月31日作成



コメント・アドバイス

- コトバによる説明、プレゼン構成は分かりやすかったです。
- 「直観」というメッセージで貫くべき（こじつけ的な印象も強い）
- 論理的な流れが見えにくい⇔情報量多い

インターンシップ評定書

平成20年9月8日～10月6日作成

1	株式会社電通九州	
2	広告という視点から、企業からヒトへモノが伝わるプロセスが社会構造の中でどのように行われているのかを知る。また、その広告産業を担う方々の実務や熱意もインターンを通して学びたい。	
3	平成20年8月18日～9月12日	
4	研究テーマなど、自分が興味を持っていることを、噛み砕いてわかりやすく説明する能力が優れています。知的好奇心も旺盛のようで、社員に積極的に質問する姿勢は好感が持てました。	<ul style="list-style-type: none"> ●フィールドワークを実施しましたが、非常に繊細な感性を感じます。実業務をやっている我々をはっとさせるような視線で「モノ」を観察しています。広告業務でいうと、クリエイティブ的な業務に適正を感じます。 ●繊細な感性と同じく素直な性格が、言動に表れています。スポイルされる事無く成長する事を切願します。
5	時間管理の面で少しだけ改善すべき点があるかもしれません。	改善すべき点ではなく、今後の期待として。 ●繊細な感性と共に、パースアイを目指しましょう。「木を見て、森を見ず」では、折角の資質が無駄になります。今後の期待として「感性」プラス「積上げ」を意識してはいかかでしょうか。感性はあくまで直感的なものです。それを自分なりにファイリングしていく事が森根君の才能を伸ばす指針に繋がると思います。併せて、骨太な感性も磨いてください。
6	今後やりたいことに関するビジョンが比較的はっきりしているようなので、目標実現に向けて今後頑張ってください。	●感性の積上げとは。見て、流すのでは場当たりの直感に終始してしまいます。「今、感じたモノ」は「二度感じる事はありません」感性を自分なりに「昇華」していくのは、「積み重ね」です。ノートでもPCでも自分の感じたモノをファイリングしてください。ファイリングは、都度々確認（見直して記憶）する必要はありません。それが必要なステーションになれば、ファイリングした時と同じ体温になり、それを感じた時にフラッシュバックします。才能は使ってこそ才能です。頑張ってください。

1	株式会社シンク	
2	デジタルインフラによって構造自体が大きく変革している社会において、次代のデジタルコンテンツを世に出すプロデューサーに必要な視点、能力とはなんであるのかをインターンでの実体験を通し、学びたい。	
3	平成20年9月16日～同月26日	
4	素直で、協調性が高い。また探究心が強く、いろんなことを疑問、興味に感じていたようで、積極的に社員とコミュニケーションをとり、聞きたいことをうまくヒアリングしていた。業務のこと以外の雑談でも話を合わせていく、コミュニケーション能力には感心した。仕事の面では任せられた業務をうまく、もう一人の実習生と分担して進めており、チームワーク能力もあるとおもわれる。タスクは今回の実習中には終わらないボリュームのものだったが、責任感を持ってかなりの量をこなしてもらった。作業の引継ぎのことまで考えて、作業メモ、処理方針などまで作っておいてくれて大変感謝しています。	
5	就職して、実際の競争社会で成功していくには、強い意思と意欲をアピールが求められると思う。このインターンシップ期間中では学び、実践できなかつた部分ではあると思うが、就職したら新卒採用とは言え、即戦力を求められると思うので、在学中にもそれを心がけ、磨いていってほしいと思う。	
6	インターンシップを通して、学んだことを生かして、自分のなりたいものになっていって社会に役立つやりのある仕事についていたきたいと思っています。	

§ 12

パーソナルトランスフォーメーションインテリジェンス

表題の意味は p20 「7. パーソナルトランスフォーメーションインテリジェンス」をご参照ください

CONTENTS

学生討論会 田尻 力也
三宅 佑治
森根 光春
柳 竜馬
山崎 隆弘

ニュース・表彰

学生討論会

—インターンシップを終えて—

「インターンシッププロジェクト」の締めくくりとして、受講生5人によるインターンシッププロジェクト振り返り討論会を行った。具体的には「参加のきっかけ」「アジアグラフについて」「リーダー教育について」の3つのテーマに関して討論を行うことで、この1年間を振り返った。受講生5人が「インターンシッププロジェクト」を通して、何を考え何をやってきたのか、そして何を達成することができたのかをもう一度見つめ直し、受講生全員で共有した。

テーマ1 「参加のきっかけ」

三宅：元々行くつもりでした。久原さんに聞いて。

森根：僕は最初は福島さんです。最初は教育としてのインターンシップというよりは、就職活動に役立つのではないかというのが正直あって、始めた時もその意識があったことは間違いないですね。

三宅：僕も一緒です。だから最初はプロジェクトがめんどくさいと思った。NHK行けると聞いていたからいいなと思っていたけど、全然行けなかった。結局アルバイトで通年通ったので、かなり仲良くなったけど。

森根：田尻はどうだった？就職活動として捉えていたのか、教育として考えていたのか、どっち？

田尻：どっちだろ。何も考えてなかった笑。でも最初から電通九州に行きたいと思っていた。広告に興味もあったし。

森根：先輩がいて、この企業に行けると分かっていたのは良かったよね。

田尻：ワークショップに参加して、なんかこんなやってんだ、面白そうだなと思っていた。けど、僕がこの授業を受けるということは先導コンに入るということで、むしろこの授業のために先導コンに入ったようなもの。最終的に福島さんと相談して、面接の前日に最終的に行くって決めた。だから福島さんがいなかったら、実際先導コンにも入っていなかったし、この授業もとっっていなかった。

三宅：そう考えると、福島さんの存在はありがたい。

田尻：今考えると入って本当に良かったと思ってますよ。福島さんにはほんと感謝してます。

三宅：田尻君がいなかったらほんときつかった。

田尻：まあでも実際、先導コンに入らずにこの授業だけ受けるってこともできたんだけどね。柳みたいに笑。

田尻：実際、山崎だけやもんね。福島さんに誘われずに入ったの。

山崎：そうなんや。俺の場合は授業には全く興味なかったんだけど、何か履修しなきゃと思って探していたら、インターンがあったみたい。先輩の王さんが受けていたのも冊子を見て知ったし、直接先輩からは聞けなかった。だから単純に、他に面白そうな授業がなかったのと、砂田先生に会いに来た時にこの人面白そうだなと思って決めた。その二つかな。後はやっぱり就活に使えたらという気持ちもあったね。

柳：僕もきっかけは福島さんではあるんですが、もともと建築をやっていたこともあって、インターンでもそっちに行こうとしていたところ、福島さんに声をかけられて、業界なんて関係なくてどこでも行けるよといわれて来たのがきっかけ。でもいざ来て見ると、そうでもなくて話が違うじゃないかと思ったりもした笑。でも結果的にはいろんな業界のこともみれたし、エキスポを通して学べたこともたくさんあったので、よかったのかなと思ってます。建築系の学生にこのような経験をした人はあんまりいないだけに、これから強み

にはなるのかと。

三宅：おれ思い出した。ちゃんとした理由。おれ去年研究生をやっていて映像をつくったり、自分で内にこもってアウトプットばかりしていた。ずっとね。だからM1 ではいっぱい外に出ようと思った。社会にいっぱい触れたいなど。

テーマ2 「アジアグラフ」

田尻：アジアグラフと言えば、交渉期間だよ。

森根：源田先生との交渉よね。一言でいえば、確認不足ってのがあったんだけど、やっぱり源田先生とかに大学のお金をもらってプロジェクトをやるって時に、ただ企画書書いて、オクサーサインもらって、やりやすくて先導コンに出せばいいんだけど、やっぱりそういう態度じゃないなって回を重ねるたびに思って、これがもし社会人でプロジェクトやりたいからお金出してくださいって言う時にそういうことするかというとやっぱり違うなと思ったんですよ。やっぱりお金をもらうってことに対する責任が、確認作業だったなというのを実感したし。それに対して確認することが修正することの一番のヒントになるはずだったのに、一回一回負け戦や負け戦やっていて、何の確認もせずに毎回しゃべらないといけないかのようなことをチームに対して言っていたので、それが一番ブースが形にならなかった理由ってのはあると思う。確認ってことをしていけばちょっとずつ改善ができたはずなのに、それを積み上げようとしてやっ

てたから、時間重ねてもなかなか進まなかった。その上で備忘録が大事だなと思った。それは柳もけっこう感じたよね？

柳：僕は交渉に出れなかったので、目の前の相手が見えてなくて、何が批判されていたのかとか、何を残して何を変えれば良いのかというのが正確に把握できなかったってのはあった。

森根：おれの責任感が足りてなかった。

三宅：あの時って何が悪かったんかな。

昨年度履修生 大塚が加わる

大塚：柳的に他に要望とかあった？

柳：ブースをつくる側からすると、できるだけ早くコンテンツを決めて欲しかったのはあるかな。それでちょっとスケジュール的にきつくなってこれいけないんじゃないんかと考えるようになって、そこに余裕があれば時間でできないからって言うのではなくて。

田尻：コンテンツの側から言うと、コンテンツとブースは一体になってたから、コンテンツができればブースができるってわけでもなかったと思う。何がいけなかったのかよく分からない。

大塚：いちいち白紙に戻ってたよね。

田尻：そうですね。あまりにもこう、影響され過ぎて一喜一憂してた。みんなでこうなんですってという一本の軸がなかったよね。結果的には何か、自分が固まってないと人は動かせないし。

柳：もっと実験をやればよかったかな。

三宅：ミーティングの時とかみんな具体的な話をしなかった印象がある。すごく概要ばかりだった。もっと具体的にしないと話が進まないよね。

山崎：僕は逆の発想で、一つ決まると、即座に具体的などこまで一気にがーって決めてしまった。

三宅：結局コンセプトがはっきり決まらなかった。おれずっと思ってたけど、森根が宿題とか出した時に、みんなほとんどやってこんやったよね。それがすごく問題だったと思う。けっこう人任せなどもあったんじゃないかな。

大塚：みんなもっとわがままでもよかったんじゃないかな。個人的見解としてもっ

てきても、これ通そうみたいな意気込みがなかった。

田尻：出す以上は最低限自分の意見に自信を持つとかない。

大塚：自信もそうだけど、最後まで投げなければいいと思う。やっぱやめたって。やってみな分からんやん。

田尻：柳との話し合いの中で、今までやってきたことの土台が全然違っていて感じた。こんぐらいできるやろとか思っても。いやそれはクオリティが下がるとか、安全性に問題がとか。そこらへんをちゃんと重視してるとのは建築やってきたからだと思う。理解できるとことできないところがあった。柳も同じように感じたかもしれないけど。

柳：おれも変に新しいことせないかんって考え過ぎてた。

テーマ3 「リーダー教育」

森根：リーダーと言うか、まずリーダーとしてしなきゃいけないのは、プロジェクトひとつ始めたら、それを絶対にたどりつくところまでをきっちりやるってことが、一番やらないといけないこととか、リーダーシップですし、責任だと思います。

柳：みんなのモチベーションを保ち続けるのもひとつ仕事かもね。

森根：モチベーションはあるよね。何かプロジェクトに対して、少しでもいいものにしてと思えば、みんなのモチベーションを保ち続けるのはリーダーの仕事の一つだよ。それがたどり着きたい目標に関わるような気がする。

大塚：方法論で一つ。二人言ったことがリーダー論の二軸だと思う。結果を出す力と集団をまとめる力。昔のリーダー研究で言うと、企業が所謂会社を興す時には森根が言ったような結果を出す力が必要なんだと思う。アントレプレナー的な。最後までこの企画をやっちゃうぜ的な。それである程度軌道にのって、企画が通つてものをつくるまでっていうのが、柳が言ったようなマネジメント、モチベーションを保つ力が必要。たまに両方持つてる人がいるけど、どっちか偏るけん、二タ

イプの人間がいると楽よ。

三宅：リーダーはそんなに完璧人間じゃなくていいと思う。だめなことかあった方がいと思う。

大塚：でも経験からこのふたつの軸が出てきたのは面白い。

テーマ4 「後輩に一言」

森根：やっぱりインターンで一番良かったのは、社会に出るきっかけになったのが一番あったから。どう考えても、大半の人が社会にでることになるわけじゃないですか。だから、自分が将来出ることに対して臆病になるんじゃないかと、まず出て行って考える前に直観で感じて、その上で自分が何をやっていけばいいかってことに気付けるのでこのインターンに来てよかったと思っています。

三宅：インターンに行くことで、社会との接点を持って、社会貢献しようとか、社会の役にたとうとかそういう視点が得られる。将来の産業界で活躍して行こうという実感が得られる。ギャップを埋めれる感じがするよね。

田尻：社会のために何ができるのかという視点で言うと、それまでは自分がやりたからやるってのが一番だったけど、この授業を受けて、もっと広い世界のために自分が何をできるのかってことを考えられるようになった。

山崎：社会人になった人はけっこう社会性があると思うけど、一番大変なのは研究職の人だと思うんですよ。研究のために研究をしたりとか、社会のためにならない研究をして、ただやりましたって喜んでたりとか。やっぱりそういう体制が大学も抜けきらない気がしますし、そういう意味でこのカリキュラムはよかったと思います。

柳：やっぱり普段大学にいと、同じようなことをやってる人とか話す機会がなくて、もちろんそれも大事なんですけど、インターンに行くことで、そうじゃない人や、社会性のある人と関わったってことはすごく良かったです。

ニュース・表彰

ビデオチャットツール「Face Code Communication」が、インターネットニュースメディアの「Internet watch」「GIZMODO JAPAN」に掲載されました。
(デジタルコンテンツエキスポ 2008 展示時に取材)



GIZMODO JAPAN
自分の発した言葉に包まれて
ビデオチャット
2008.10.26

http://www.gizmodo.jp/2008/10/dc_expo_2008_4.html



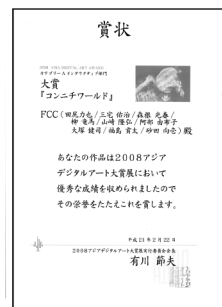
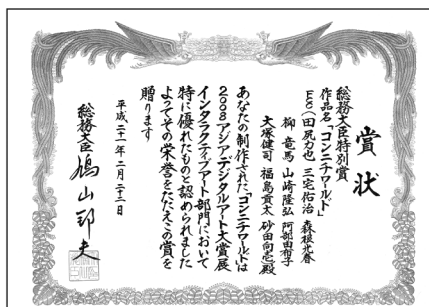
INTERNET Watch
言葉が自分の顔に。九州大学が
ビデオチャットアプリを展示。
2008.10.26

<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/event/2008/10/24/21299.html>

Face Code Communication を発展させた「コンニチワールド」がアジアデジタルアート大賞展 2008 のカテゴリー A、インタラクティブアート部門にて「大賞 / 総務大臣特別賞」を受賞しました。



2009.2.22 ADAA 表彰式にて (代表者：田尻)



§ 13

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットにおける
カリキュラム「知財化促進・インターンシップ」について

CONTENTS

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットにおける
カリキュラム「知財化促進・インターンシップ」について 源田 悦夫

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットにおける カリキュラム「知財化促進・インターンシップ」について

九州大学大学院芸術工学研究院教授
先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット
代表 源田 悦夫

九州大学大学院芸術工学研究院は、メディアテクノロジーの恩恵を十分に駆使することのできる知識と論理的な思考を背景にしたコンピュータグラフィックスなどのメディアアートに関する創作者・研究者を、大学院の博士・修士課程を通じて育成しています。

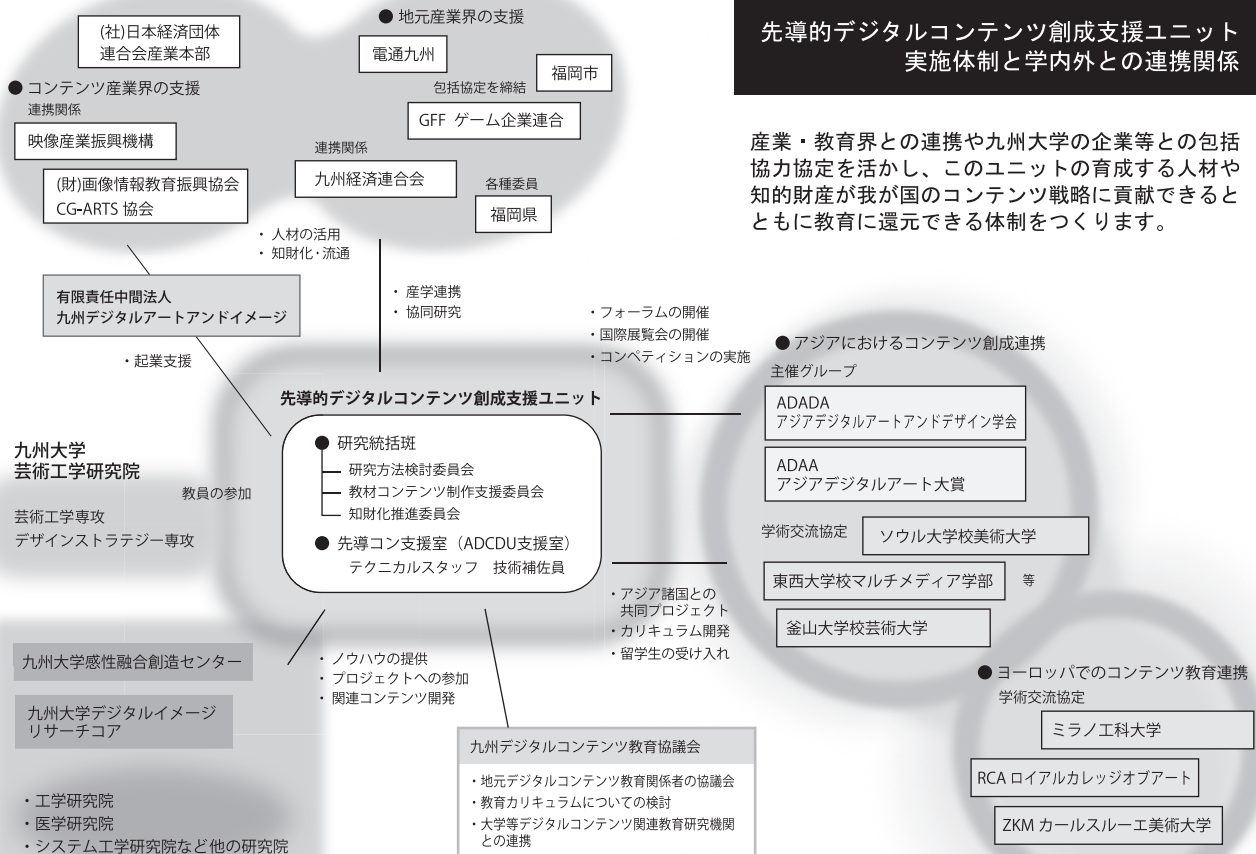
デジタルコンテンツは、ハード・ソフト双方の面において、これまで米国を中心に発展してきた分野であるといっても過言ではありません。さらに近年、韓国、台湾、中国等のアジア近隣諸国において、産学官を巻き込んだ国策としてのデジタルコンテンツ育成が進行しており、結果、専門的クリエイターの増加と質の向上がもたらされています。こうした状況をかんがみると、わが国の当該分野における組織的な取り組みの遅れは明らかであり、特に産学連携による国際競争力の不足に、危機感を抱かざるを得ません。

わが国は、平成16年に「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」を定め、高等教育機関によるコンテンツ制作関連の教育の振興や、先端的な技術研究の推進を政策として打ち出しました。当該分野における将来的な国際競争力の獲得・維持のため不可欠と考えられる「コンテンツ創成の基盤となるエンターテイメントを科学的視点でとらえることができ、芸術的感性と論理的思考能力をあわせ持つ人材」を育成することが急務とされています。

現在の当該分野における教育体制は、従来の芸術・美術教育の延長線上に組み立てられており、メディア

先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 実施体制と学内外との連携関係

産業・教育界との連携や九州大学の企業等との包括協力協定を活かし、このユニットの育成する人材や知的財産が我が国のコンテンツ戦略に貢献できるとともに教育に還元できる体制をつくります。



テクノロジーに即した教育の確立のため、高度な芸術的表現とその実現を可能にする技術を併せ持った次代のコンテンツ創作者・研究者を育成するという目標を設定しました。さらに本ユニットでは、デジタルイメージ形成の方法論や、実践的かつ効果的なカリキュラムを開発することで、日本のコンテンツ教育に広く貢献するとともに、アジアの文化や感性に根ざした欧米にない表現技術とそれを基盤とした独自のコンテンツ創成教育の確立の実現を目指しています。

ここでは、コンテンツ創成を俯瞰的に眺め体系化するにあたり、何を対象にするのかといった「コンテンツシーズの分析」、「コンテンツの設計や制作」、「メディア基盤技術」、効果の検証や安全性の確認といった「コンテンツの評価」、知財の流通や保護に関わる「コンテンツの循環」の5つの要素の過程を総合的に捉えています。

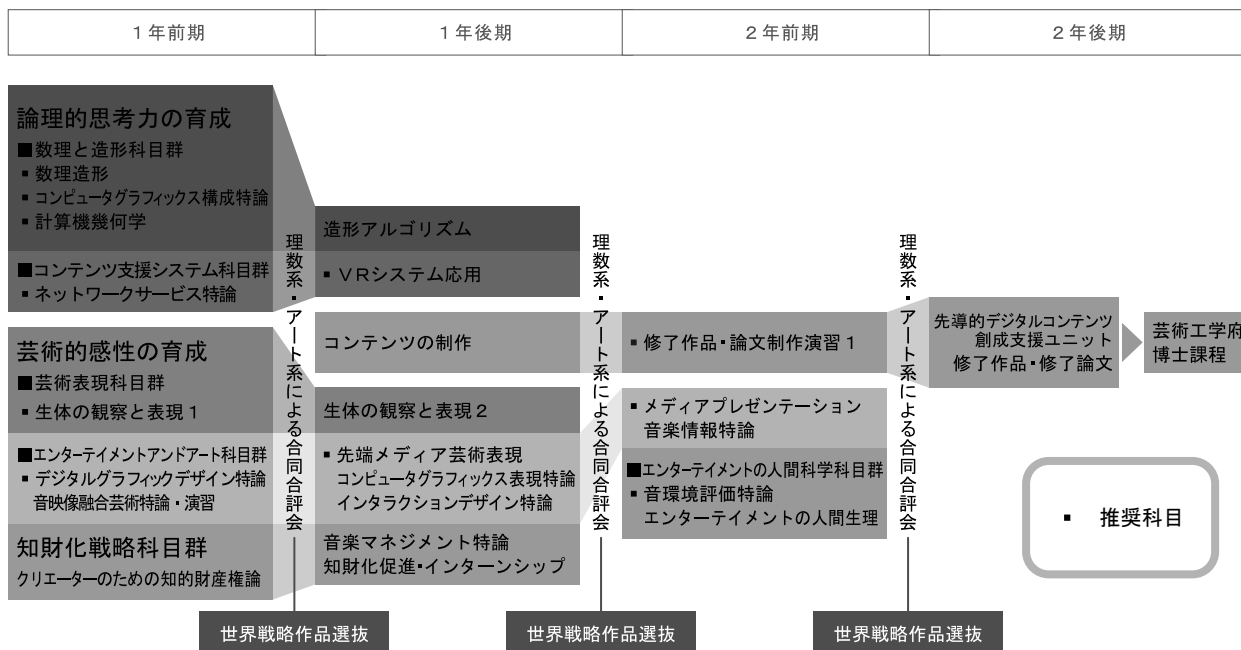
こうした一連の取り組みを実現するためには、産業界との連携が極めて重要であります。そこで本ユニットでは、産学連携研究の経験や九州大学と企業・機関等との包括協力協定等を基盤に、実践力のあるカリキュラムの開発に取り組んでいます。当該ユニットのその代表的学科目が「知財化促進・インターンシップ」です。

インターンシップは、一般に行われているように社会的な体験を積むことや組織の重要性を認識するというようなことではなく、グローバルなメディア社会の中でコンテンツがどのように評価され、知的価値を踏まえて還流しているのかについて実践的に学ぶことを目標とします。また企業においては、産学連携を教育プログラムの中でどのように位置づけるのかを、教育を行う我々とともに検討し合う場でもあります。

こうした両輪の営みによって、日本のコンテンツ戦略に貢献できる人材の輩出を実現させることが、わが国のグローバルなコンテンツ創成分野の展開の重要な視点であると思います。

ADCDUカリキュラム

大学院修士課程のコンテンツクリエイター、研究者育成のスペシャルプログラムとしてカリキュラムが構成されています。数理的な知識やプログラミング能力などの、論理的思考能力を基盤に、高度な芸術的表現能力を同時に養い、先端的メディアについて十分に理解し、駆逐することのできる創作者育成のためのカリキュラムが用意されています。さらに知財化戦略科目として実践的なインターンシップや知的財産権等を用意しています。



§ 14

「知財化促進・インターンシップ」を履修して

CONTENTS

沸々上海体験記	福島 貢太
「ASIAGRAPH2008 in 上海」体験記	李 娜
修了生からのメッセージ	寺岡 善彦
	大塚 健司
	福島 貢太

沸々上海体験記

福島 貢太

2008年6月26日から7月1日まで、ASIAGRAPH2008に参加するため、中国・上海へ行ってきました。インターンシッププロジェクト自体とは、直接の関係はないものの、砂田先生と秘書の立野さんのご助力により、ポスター論文が採択されて行くことができた上海出張でした。

期間中、学会が「第4回中国国際アニメ・マンガ・ゲーム博覧会」と連動していたことにより、日・中・韓の企業や大学、専門学校の最先端の展示を見る機会がありました。そこには、ゲームセンターのような空間で太鼓を叩くのに夢中になる一般来場者や、メイドに扮する中国人の女の子、某モバイルスーツのプラモデルの販売スペースなどが混在し、混沌とした雰囲気がありました。それは、まさに“貪欲に新しいものを飲みこもう”とするかのような状況です。

今回の上海は、私にとって初めての中国であり、目の前に映る光景はどれも新鮮なものでした。「遠慮なんてしていたら置いて行かれるだけ。だから、人々はとてもエネルギッシュなのだ。」と街を歩いていてすぐに思いました。道路を挟んで右手には高層ビル街、左手には茶色い石造りの家々。貧富の差がそのまま街に同居しているのも印象的でした。その一方で、地下鉄に乗っていると、ここが中国であることを忘れるぐらい落ち着いた雰囲気もあり、不思議な魅力のある街でした。金融危機後も、その人々はたくましく動き続けているのであろうと思います。

それから、今回の出張で何より一番印象に残っているのは、最終日に砂田先生の部屋へ泊めていただく予定だったのが、お酒の席の後のため既に先生が就寝されており、部屋に入れず、そのまま大きな荷物を持って引き返して学会参加者の方の部屋に泊めてもらったという出来事でした。ただ、これもインターンシッププロジェクトで培った動じない姿勢により、楽しめました。こういう出来事も、インターンシッププロジェクトにおいては、大事な授業の一つのような気がしてなりません。



「ASIAGRAPH2008 in 上海」体験記

李 娜

ASIAGRAPH in SHANGHAI 2008 は 2008 年 6 月 28 日から 7 月 1 日にかけて、中国の経済大都市上海で開かれた。アジアグラフとは 2004 年最初に上海で行われた。日本、中国、韓国などアジアをメインとする芸術工学分野の企業や大学などの研究・学術の交流場である。私が提出した論文「LED 人工照明システムの設計と活用」が学会に採択され、イベントに参加することができた。今回は作品展示、論文発表以外にもシンポジウム、授賞式、パフォーマンスなどのサブイベントが充実していた。（これには日中韓米からのゲストが現れ、場を輝かせた。）

作品展示は「2008 上海国際アニメ・ゲーム博覧会」とともに上海展覽中心で開かれた。展示面積は全部で 2 万㎡もあるという。デジタルコンテンツが新流行になっている中国では、ゲームやアニメーションなどかなり人気があり、大雨にも関わらず来客数は 15 万人を超えたと報告されている。論文発表は上海工程技術大学の郊外にある綺麗なキャンパスで行われた。論文に関しては日本の大学からの投稿が圧倒的に多かった。初めての英語発表で緊張して、うまく質問に答えられなかったが、自分にはいい経験になった。今回のアジアグラフに参加し、日中韓の様々な人との交流を通じて、楽しみ以外にも沢山の勉強ができて非常に充実した気分である。各国によるデジタルコンテンツ分野の現状、発展、また人々の考え方などを学ぶことで、これからの自分の道を辿って行きたいと思った。



修了生からのメッセージ



寺岡 善彦
(第1期生)

インターンシップは今からおよそ100年前にアメリカで始まったものです。その後、発祥の地アメリカでは100年をかけて、彼らのインターンシップを育ててきました。

日本においてインターンシップが注目され始めたのはここ最近のことです。そのため、日本のインターンシップはまだ確立されているとは言えない状況です。だから、1世紀分の積み上げがあるアメリカに学ぶことはとても意味のあることだと思います。けれども、インターンシップは社会制度と密接に関わっているものですので、社会制度の異なるアメリカのシステムをそのまま輸入するだけではきっと上手くいかないでしょう。アメリカが彼らのインターンシップを育ててきたように、私達も私達のインターンシップを育てなければならないのです。それには、1世紀とまでは言わないまでも、長い時間がかかることでしょう。

私達は3年間にわたり日本に適したインターンシップの形を模索し、実践してきました。事例がコンテンツ業界に偏っていたり、試行錯誤のあとが丸見えだったりとは不恰好ではありますが、本書が後学の人々の指針になることを願って止みません。



大塚 健司
(第2期生)

九州大学のインターンシップ教育の最大の特徴は、インターンシップ前後のフォローアップ・プログラムが充実している点だと考えます。約1年という通常のカリキュラムから比すれば長期間に思える受講期間も、夏季インターンシップ参加を見据えて知識を蓄える前半、インターンシップで得たものを実社会の場で試す後半の密度の高いプログラムを経験したあとでは、必要な期間であったと思います。

特にインターンシップ参加後のプロジェクトでは、インターンシップでの経験を生かす場であるとともに、参加学生同士で経験を共有しあうという意味でも、非常に価値のあるプログラムであると考えます。成果発表という共通のゴールを見据えてチームとしてプロジェクトを進めてゆく中で、自ら課題を発見し、解決するという一連の実践教育を受けることができた点は、私の大きな財産となっています。

本報告書がインターンシップの実態に対する理解の一助となるとともに、この貴重な教育機会が一人でも多くの学生にもたらされることを祈っております。



福島 貢太
(第3期生)

本インターンシッププロジェクトに参加するのとしらないのでは、自身の成長が大きく違っていたら、と社会人となる日が近づくにつれて強く思います。私の一番の成長は、失敗を恐れぬ精神を得たことです。もともと新しいことをしようとしているのだから、失敗はつきもの。だから失敗して当然。そうして、本来なら失敗するようなものを、いかに成功へ導くか、試行錯誤を繰り返すようになります。私の場合、そのプロセスにおいて不必要な見栄やプライドが薄まり、より素直になっていきました。自分よりずっと凄い人を多く見て、自分がいかに浅はかであったのか痛感するときもありました。その結果生まれた「自分は未熟者である」という意識から、人と接するときに伴う自身の成長に、前よりも貪欲になった自分がいます。そうして得た精神的タフさは、社会人になっても武器になると信じています。

このような実践型のプロジェクトで、確実に学生は成長するでしょう。が、現状はたまたま巡り合わせた僅かな人が受講し、その人的制約の中で頑張っている状態です。今後、このようなプロジェクトが浸透し参加者も増え、より面白いプロジェクト・人間が育つことを期待しています！

あとがき

九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU
インターンシップ指導教員 砂田 向壺

近年インターンシップに取り組む大学の事例が増えている。しかし、メディア・コンテンツ系の人材育成に絞った事例は少ない。そんな中であって、指導教官と学生が一緒になって取り組んだ希少な先行研究事例として本書はまとめた。視点は、2004年に我が国のコンテンツ振興法が成立以降、我が国新興分野の産業の国際競争力の向上を目指す、国家の目標に近づくための人材養成に重きを置き、インターンシップによる学生価値の創造を認めた点にある。メディア・コンテンツ産業も大きなパラダイムシフトが起こっている。当然、新たなインテリジェンス・リテラシーが人材に求められる。

人材養成の対象、すなわちエントリーポイントは、「学生が主役」である。特に「コンテンツ系の人材養成」は、流行やモードに敏感にならなければならない。現場と距離を離し、大学に閉じこもった教育では、企業が求める目的に沿ったキャリア養成の実現は不可能に近い。むしろキャリア発達を推進する産学連携教育のあり方が求められる。ただし、クリエイターや、デザイナーといわれる職能者を育てる大方の教育機関では、必要な技能教育が中心であり、その域から出ようとしない。これでは技術の進化も、変化の速度も特別速いコンテンツ産業界との距離が埋まらない。戦後の日本の驚異的な経済成長は、理系人材のものづくり技術がそれを支えてきた。また大学卒文系人材のモーレッツ社員がもたらした結果でもある。専門知識に囚われない彼等ビートルズ世代（団魂世代）が、新しい価値観で企業内外で交わり、融合し、切磋琢磨してきた成果でもある。我が国の産業界には、危機に直面するたびにそれを克服してきた柔軟な発想と応用力がある。それらを優れた大学の基礎研究力と融合させる試みが、大学改革の柱になった産学官連携である。

人材の本質とは彼等が、どこの土地で、どのような教育を施されたかによるところが大きい。そのインテリジェンス、志の高さに集まる尊敬の眼差しは、無機質な大学の看板がつくるものではない。「誰、

だれ=〇〇さん」、という多くの情熱ある固有名詞で表される人たちに触れた回数の多さが、実は大変な夢を学生に与える役割を果たしている。むろん指導教官たった一人の力など知れている。ビデオ・パッケージ型からネット型ビジネス社会にパラダイムシフトしているコンテンツ産業。それだけに産学官が協働し、ノウハウとその役を担い合うインターンシップによる現場履修教育が、人材再生産の重要なキーワードになる。また、インターンシップの有為性を、大学を俯瞰する横断的なカリキュラムに発展させていけば、本書にとって初期の目的は果たせるだろう。インターンシップは教育であると同時に、産学官連携を学生主役で果たせるネットワーク創出の場である。

末筆ながらこうした文脈のなかで、産学官が協働して国際競争力の向上を目指すインターンシップの推進に当たり、文部科学省、経済産業省、日本経団連、NII 国立情報学研究所、西日本新聞社、電通九州、株式会社シンク、NHK 福岡放送局をはじめ、多くの方々に賜った多大なご協力とご好意に、心から深甚の意を表すと共に厚く御礼申し上げます。

九州大学大学院芸術工学研究院 ADCDU
インターンシップ指導教員
砂田 向壺

九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット
「平成20年度 知財化促進・インターンシップ報告書」

発行日	平成21年3月23日
監修・主著 共著	砂田 向壺 源田 悦夫 三宅 佑治 森根 光春 柳 竜馬 山崎 隆弘 福島 貢太 李 娜
共著・編集	田尻 力也 阿部 由布子
協力	社団法人 日本経済団体連合会 大学共同利用機関法人 国立情報学研究所 株式会社シンク 株式会社電通九州 株式会社西日本新聞社 日本SGI株式会社 寺岡 善彦 大塚 健司
英語翻訳指導	立野 陽子 (敬略)
発行	平成17年度 文部科学省 科学技術振興調整費 新興分野人材養成 九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット 〒815-8540 福岡県福岡市南区塩原4-9-1 TEL/FAX: 092-553-4579 http://www.adcdu.com/info
印刷・製本	株式会社福田印刷