

INTERNSHIP symposium 2009

インターンシップ・インテリジェンス教育推進シンポジウム

コンテンツ系教育の成果と 社会人キャリア力養成の課題

主催

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

協賛

西日本新聞社

後援

科学技術振興機構

産経新聞社

日本インターンシップ推進協会

2009年7月13日(月)

福岡国際ホール 大ホールB

目次

ごあいさつ

有川 節夫

九州大学総長

13:00	ごあいさつ	有川節夫(九州大学総長)	003
		砂田向杏(九州大学大学院 芸術工学研究院特任教授)	006
		川崎隆生(株式会社西日本新聞社 代表取締役社長)	008
13:15	基調講演	「メディアとコンテンツの将来 国際競争力と人材育成について」 阿部泰久(社団法人日本経済団体連合会 経済基盤本部長)	010
		「デジタル・コンテンツの未来～産学連携実践教育から得る相互の成果と課題」 森祐治(株式会社シンク 代表取締役社長)	012
		「21世紀にガリレオは生まれるか」 元村有希子(株式会社毎日新聞社 科学環境部)	014
		「志ある学生を」 田中剛志(社団法人日本放送協会 報道局社会番組部チーフプロデューサー)	016
		「科学技術政策の現状とこれから」 内丸幸喜(独立行政法人科学技術振興機構 理数学習支援部長)	018
15:10	休憩		
15:15	講演	「社会人キャリア力の養成とインターンシップ教育に求められる課題」 横山修一(特定非営利活動法人日本インターンシップ推進協会 会長)	024
15:45	発表	「デジタルコンテンツと市場価値」 齋藤潤(株式会社電通九州 取締役)	030
		「デジタルコンテンツの未来～産学連携実践教育から得る相互の成果と課題」 長井政典(株式会社西日本新聞社 総務局人事部長)	032
		「オープンサイエンスによる学術メディアとコンテンツの多様化」 山地一禎(国立情報学研究所 学術ネットワーク研究開発センター准教授)	034
		「Product of ADCDU - Customer's Questionnaire -」 安英珍(SK HOLDINGS プロジェクトリーダー)	036
		「デジタルコンテンツの未来～産学連携実践教育から得た成果と課題」 原洋子(日本 SGI 株式会社 人事部 エキスパート)	038
17:15	休憩		
17:20	学生発表	田尻力也(九州大学大学院 芸術工学府デザインストラテジー専攻)	042
		三宅佑治(九州大学大学院 芸術工学府芸術工学専攻)	043
		森根光春(九州大学大学院 芸術工学府芸術工学専攻)	044
		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)	045
		山崎隆弘(九州大学大学院 芸術工学府芸術工学専攻)	046
17:50	ごあいさつ	「コンテンツ創成の体系化の取組み」 源田悦夫(九州大学大学院 芸術工学研究院教授 /九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット代表)	004
17:55	休憩		
18:00	交流会(福岡国際ホール・志賀)		

九州大学は、2011年に創立百周年を迎えます。この百年に培った人材と教育研究の基盤の上に、次の百年に向けて「知の新世紀を拓く」の理念の下に、「新しい知の創造拠点の構築」、「知のアジアグローバルイズムの先導」、「人類の未来を切り拓くリーダーの育成」をコンセプトとして様々なプロジェクトを進めています。

そうした活動の1つとして、平成17年度文部科学省科学技術振興調整費による新興分野人材養成事業として採択されました「先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット」では、論理的な思考能力および、高度な芸術的表現能力を備えたコンテンツ創作者や研究者やコンテンツ産業界を担うリーダー人材の育成を目指して、体系的な教育を行ってまいりました。

本プログラムは今年度が最終年度ではありますが、九州大学としましては、全学をあげて産学協働のインターンシップ・インテリジェンス教育に、継続的に取り組んでまいりたいと考えております。

関係の皆様のご協力に篤くお礼を申し上げますとともに、今後とも、知の新世紀を拓く本学の取組みについて、更なるご支援を賜りますよう、心からお願いいたします。

コンテンツ創成の体系化の取組み

源田 悦夫

九州大学大学院 芸術工学研究院教授
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット代表

1 コンテンツ創成の体系化

コンテンツ創成の体系的な研究や実践はいまだ体系的に展開しているとは言えず、高度なクリエイターや研究者・教育者の組織的養成に至っていない。わが国はコンテンツ大国として、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を実現することが必要である。コンテンツを広範な学問分野での関連要素の複合的な創成過程として捉える必要があり、シーズ分析、コンテンツ制作、グローバルネットワークをささえるメディア基盤技術、コンテンツの評価、コンテンツ循環等が含まれる。シーズ分析は、コンテンツの対象を見いだすことであり、ユーザーのニーズの検討やユーザーの属性（知的レベル、文化的背景等）を踏まえた分析が必要である。コンテンツ制作においては、広域なコンテンツ制作を可能とするために、メディアテクノロジーの十分な理解や情報のスムーズな推移を可能とするインターフェースの設計能力、情報デザイン能力等が問われる。また、ユーザー理解のためのコンテンツの展開手法も重要であり、近年ではシリアスゲーム (Serious Game) とよばれるゲーム的な展開手法による社会的な問題への取り組みやエンターテインメント性を取り入れた教育手法 (Edutainment) が提案されており感性学や教育学とデザインとの連携が求められている。メディア基盤技術は、コンテンツ創成の基盤となるメディアテクノロジー (通信技術、情報の圧縮伸張技術、視覚化表示技術等) の実践的な応用力とともに、プログラミング能力、シミュレーション能力等の数理的な知識が具体的なコンテンツ創成において必要であり美的感性とのバランスの中で求められる。コンテンツ評価は制作されたコンテンツがユーザー理解に対して、意味伝達や通信効率の上から効果的な表現やユーザーインターフェースの設計がなされているか、コンテンツがユーザーにとって生理的、感覚的、社会的に安全で安心なものになっているか等の感性的・社会的な側面からの評価が必要である。コンテンツ循環ではコンテンツの制作者側からみた知的財産としての権利保護の問題とともに、コンテンツの商品としての情報流通等への理解が求められる。またインターンシップや産学連携研究は社会的ニーズや評価に重要な要素となる。

教育においてはコンテンツ創成におけるこれらの要素をふまえた体系的で実践的なカリキュラムが求められる。

2 コンテンツデザイン教育<九州大学の取組み>

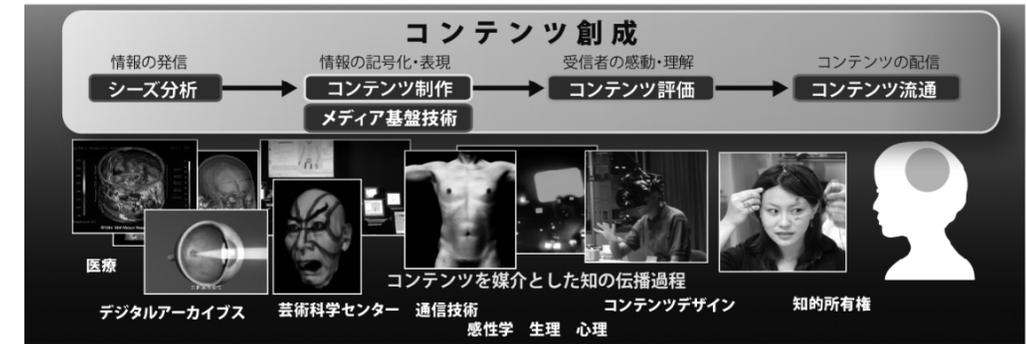
コンテンツ創成の体系化を、コンテンツ戦略に基づいた振興分野の人材育成事業のなかで、教育実践を通して取り組んだ。ここでは、デジタルメディアを前提としたデザイン教育や企業との連携事業、学生の世界レベルへの挑戦等、いくつかの実験的な試みがなされ、さらに学内の教育組織改編へと進んだ。

2-1 高次のコンテンツクリエイターの育成の実践

<先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット ADCDU >

平成 17 年度に文部科学省科学振興調整費新興分野人材養成事業として大学院博士・修士課程として「九州大学先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット」が採択され平成 21 年度迄 5 年間にわたり実施している。

このユニットの目標は、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や先端の装置群と論理的な思考を背景にしたメディアアートやコンテンツデザインに関する創作者を、大学院修士・博士課程のスペシャルプログラムを通して育成していくことである。従来の美術系教育に多くみられるような、既存のソフトの使用を前提とした教育を中心とするのではなく、数理的な知識や制作に伴うプログラミング能力等の、論理的思考能力とともに、独創的で高度な芸術的な表現能力を同時に備えたコンテンツ創作者や研究者の育成を行うことやクリエイターの視点からコンテンツの社会的な評価や情報の流通を考えていくところに特長がある。



2-2 コンテンツとものづくりの融合へ

<コンテンツ・クリエイティブデザインコースの設置>

ADCDU の人材育成事業を継承する全学的な研究教育組織として、従来のデザイン領域を越えた広範な教員の再編による大学院レベルでの高度なコンテンツクリエイター育成組織として九州大学芸術工学府において平成 20 年度に「コンテンツ・クリエイティブデザインコース」の設立を行なった。ここではわが国唯一の組織的なコンテンツ教育組織として、修士課程 27 名 / 年、博士課程 6 人 / 年を輩出する。また平成 21 年度にはこれらの教育を支える研究組織として、九州大学感性融合デザインセンターを設置しコンテンツ創成およびユーザーサイエンス研究を基盤に新領域におけるデザイン研究を実践していくためにセンターの組織の改編をおこなった。これらの教育の組織化の背景としてグローバル社会の展開とメディアの日常化の中での「情報」や「もの」がもつ意味性や記号性、ユーザーや流通の形態の変質があげられる。バーチャル世界 (仮想環境) における「デジタルデータの創成とその再編」を中心としたコンテンツ分野とリアル世界 (実環境) における具体的なものづくりにかかわるデザインの分野とともにこれらが融合した、新たなデザイン分野への対応が求められている。

3 コンテンツ教育における社会との連携

コンテンツ創成教育においては、インターンシップの実施やコンペティションや学会への参加は、社会理解や自己のレベル評価のうえで重要な役割を果たす。しかしその実施には、学習の度合いや専門性を考慮すべきであり、修士や博士のレベルにおいては、学部レベルの体験入隊的な社会の組織を知る程度の物と、研究の過程における実践的なインターンシップは明らかに異なるし、担当者と研究室との摩擦を生じる。大学院レベルにおいては、学生の入学時から修了までの全期間にわたる教育の計画として「プロジェクトメニュー」を設定しその中にインターンシップや産学連携研究が組み込まれる配慮が必要である。これには、専門教育担当教員および学内インターンシップ担当者、企業が学生の教育・研究内容の設定を円滑に行い、個々の研究プロジェクトメニューを基に、研究実施し、評価、修正を行ないながら研究室や機関のレベルの向上をふくめた実施計画が重要である。

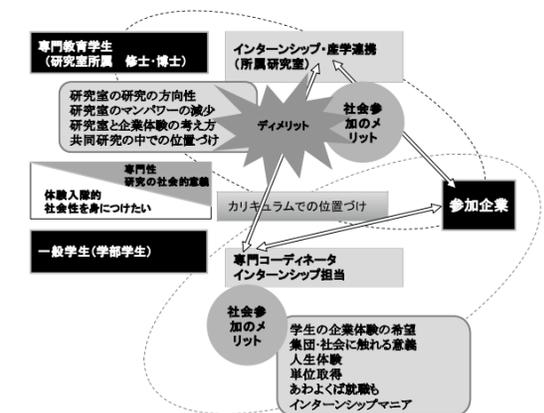


図 2 インターンシップの問題点

4 おわりに

政府の知的財産戦略会議が 2008 年 8 月に発表した「知的財産推進計画 2008」において、文部科学省はコンテンツの創作を支える技術開発を促進する方策として「科学技術とコンテンツ創造の融合」を促すとしてデザインやコンテンツ等に係る工学分野と芸術分野との融合領域における知的創造活動を促進するため、クリエイターと科学技術者が知識やアイデアを交換できる場を構築するとともに、分野間での連携の下でメディア芸術に関する基盤的な研究開発及び人材育成を支援するとしており、我が国の「ものづくり大国」、「コンテンツ大国」を担う重要な視点となる。九州大学大学院芸術工学府における人材の育成を通して、新たなデジタル造形論の確立を目指すこととともに、我が国のコンテンツ戦略に資するために産学の連携のもとに、論理性と芸術性、社会性を備えた融合型の更なる人材育成のプログラム (カリキュラム) の展開をすすめ、コンテンツクリエイターの教育の方法論の確立を目指す。

ごあいさつ

砂田 向壱

九州大学大学院 芸術工学研究院 特任教授
シンポジウム主宰「知財化促進・インターンシップ」担当

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。

1. コンテンツ大国を目指す我が国

新たな輸出資源の牽引となる日本製のマンガやアニメ等のジャパンブランド強化策として、我が国は「コンテンツ大国」を目指し、20兆円規模に拡大する目標を掲げている。デジタルデータで表現された文章、音楽、画像、映像、データベース、またはそれらを組み合わせた情報の集合と、それらを再生するためのソフトウェアを総合してデジタルコンテンツと云い、従来のコンテンツと違い、デジタルデータなので複製しても劣化しないため、文化財のアーカイブや、コンピュータの特性を利用したインタラクティブ（双方向）性は、電子カルテなど医療画像分野でも広範に利用されている。

日本のように光ファイバー網が全国津々浦々まで普及している国は、世界のどこにも存在しない。2000年代前半にDSL方式によるブロードバンドインターネットが家庭へ普及し始め、世帯浸透率においては2007年には84%を示し、2008年には日本国民の約5分の4がブロードバンド環境で生活している。近年携帯電話の技術革新は著しく、大容量画像データ等デジタルコンテンツの流通が活況にある。こうした知的財産の利用促進に欠かせないのは、海外を意識した高度な交渉力を備えたリーダー人材なのだ。

2. 激しさ増すグローバル競争

昨年春に、日本経団連 / 産業技術委員会・産学官連携推進部会がまとめた『大学・大学院改革に向けた取り組み等に関する報告書』に、「イノベーション創出を主導できる高度理工系博士人材が必要」であり、こうした問題意識の下で、産学官が連携して環境の充実に取り組みなければならないとある。他方、グローバル化した経済環境下は、こうした人材が日本人でなければならないとする狭義な考え方では、国際競争に勝てないという意見も胎動し始めた。突き詰めれば、いずれ海外から日本に学びに来る留学生と、日本人学生が互角の就活競争が激化することが予測されている。

3. 大学がインターンシップを授業化する狙い

大学のインターンシップ教育に100年の歴史がある米国では、学生を企業で研修させる本来

のねらいは、学生が社会動向（科学・技術、およびファッション、TV、音楽）や、産業現場で感動した先端的動向を大学に持ち帰って、その情報や成果を大学が吸収し、授業等のイノベーションに活かす、インテリジェンス効果を最大の目的だとしている。

当然のことながら大学には、建学の理念とは別に、時代、時代に即したミッションがある。端的に云うと、「われわれはこのような学生を育成します」という、うたい文句をミッション・ステイタメントに、具体的なカリキュラムを設け目標達成の姿をイメージさせるアピールをする。これは大学が社会機能として果さなければならないサービスである。米国では、そのために大学の先生も変わらなければならない。そこに緊張感が生まれ、当然の結果として、インターンシップ受講を義務付けられた学生の自己改革に寄与している。こうした一連のサイクルが、米国の大学が国際競争力において常に世界のトップテンを占める現れであろう。

世界中から優秀な学生を獲得し、その学生を活かす教育こそが大学の国際競争力を生む。十年一日、何も変わらない昔の教育を習慣とする大学の先生を産業界は求めている。学生がインターンシップ研修に行ったことも、行って帰って自己変革した学生の姿にも、関心すら示さない教員。

日本の大学の学生が、志の高さにおいても米国の大学生に劣るのは、日本特有のガラパゴス現象の表れといっても過言ではない。だからと言って、米大学に競争力が及ばないといわれることに、いつまでも甘んじていいはずがない。

大学の顧客は学生だ。しかし、顧客である学生に、自分は顧客という意識がない。『こんな勉強がしたい』とか、『こんなカリキュラムが欲しい』とか、『こんな先生が必要だ』とか、自ら主体的、能動的な主張が一切学生からなされない。当然の結果として、学生に産学連携の機会はない。

インターンシップによって、産学連携の現場を味わう機会の創出は、大学改革の一歩である。しかしインターンであげた折角の成果を、学生は自己改革（自分だけ）の殻で閉じ、その効果をさらに発展波及させるための行動を起こさない。何故なら、大学内に学生達を媒体として、その成果を吸収し、継続して次代に活かす社会人キャリア力研究センター（仮称）が、全学的インフラに整備されていない。

インターンシップは、三位一体改革（大学×産業界×学生）の利益を共有できる手段として機能的に働かなければ意味がない。もちろん世界に通用する志の高い、優秀な学生を教育することが大学の最大のミッションである。だからこそ、この視点を教員も学生も忘れては、インターンシップ・インテリジェンス教育の行動規範が生まれえない。

ごあいさつ

川崎 隆生

株式会社西日本新聞社 代表取締役社長

本日は、九州大学先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットによる「インターンシップ・インテリジェンス教育推進シンポジウム」の開催、おめでとうございます。地元の新聞社として、また、インターンシップの受け入れ企業の1つとして、このシンポジウムが盛り多いものになることを期待しています。

さて、近年、多くの学生のみなさんが企業インターンシップに参加するようになりました。数週間から数カ月間の「就労体験」によって、学生のみなさんは産業界の現場を知ることができ、進路選択にも役立ててくれています。企業にとっては、学生のみなさんの斬新なアイデアを吸収し、若者のニーズや意識を知る貴重な機会になっています。

西日本新聞社は昨年、公募した大学生20名のインターンシップに加え、九州大学先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットから大学院生3名をインターンシップの研修生として受け入れました。大学院生のみなさんには、新聞記者が働く編集局や印刷工場などを見学してもらうとともに、ライブ演奏の動画取材やプロモーションビデオの制作にも協力してもらいました。社員からは「学生ならではの柔軟な感性が光っていた」という声が聞かれるなど、職場にとっても、いい刺激になりました。

インターネットの急速な普及によって、新聞業界はかつてない荒波の渦中にあります。100年以上にわたって続けてきた「紙の媒体」にとらわれず、いかにしてインターネットや携帯電話などの多メディアを生かし、社会のニーズにこたえていくかが問われています。そうした意味でも、九州大学先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニットとの協力関係を維持、発展させ、貴重なご意見をいただきたいと考えています。

インターンシップに参加していただいた学生のみなさんや教職員のみなさんはもちろん、このプロジェクトを支援、連携している文部科学省や企業、団体のみなさんの今後のご活躍と発展を祈念して、ごあいさつとさせていただきます。

基調講演

デジタル・コンテンツの未来～産学連携実践教育から得る相互の成果と課題

森 祐治

株式会社シンク 代表取締役社長

森祐治(もり ゆうじ) 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、デジタルコンテンツ協会の「デジタルコンテンツ白書」編集委員などとしても活躍。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(芸術工学府)や国際大学(グローコム)、早稲田大学(アジア太平洋研究科)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・プロデューサーズラボなどで教鞭を執る。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「動画革命東京」事業は国内外で高い評価を受け、ハイサービ企業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積極的に進めている。

3) 人材養成に望むこと

大学を「職人」養成所にする必要はない!

—「基礎」的な知的能力の習得支援

- 最低限必要なコミュニケーション力をつける
- 基礎的な論理的思考力を意図的に伸ばす

—専門性を有した「強み」の獲得

- 職人的なスキルは誰も求めていない
- 機会を与えれば「伸びる」素地を用意する

—「動機」醸成と「選抜」管理

- 学生の「ヤル気」をいかに高められるか
- 全員が全員、インターンを経験しなくとも問題はない

5

株式会社シンク

アニメーションおよびデジタル・コンテンツへの投資・プロデュースを行う、日本ではユニークな業態をとる「コンテンツ・キャピタル・カンパニー」。

独立アニメプロデューサーとして国内外で知られる竹内宏彰によって1988年に創業。2005年から森祐治が代表に就任し、現在の事業形態に移行。メディア/コンテンツ業界のイノベーターとして、国内外で積極的な活動を行っている。

〒105-8085
東京都港区虎ノ門5-11-1
オランダヒルズ森タワーRoP 708
TEL: 03-5405-3771
FAX: 03-5405-2230
Web: <http://www.think.ne.jp>
eMail: contact@think.ne.jp

6

講師の紹介: 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、デジタルコンテンツ協会の「デジタルコンテンツ白書」編集委員などとしても活躍。

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(芸術工学府)や国際大学(グローコム)、早稲田大学(アジア太平洋研究科)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・プロデューサーズラボなどで教鞭を執る。

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「動画革命東京」事業は国内外で高い評価を受け、ハイサービ企業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積極的に進めている。

1

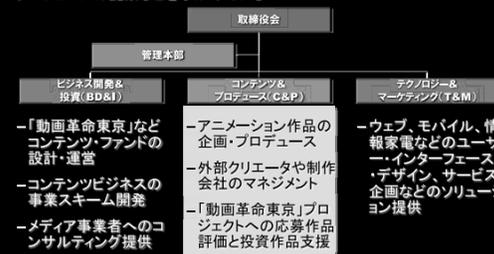
1) 動画革命東京への参加

- 東京都のアニメーション産業振興策ファンド運用+投資作品プロデューサー事業を運営
- インターンの方々には、応募企画の管理と評価、制作管理などを担当していただいた
- 先進的なCGIに関する知見は投資決定や制作管理に貢献

3

THINK:コンテンツ・キャピタル・カンパニー

コンテンツの財産価値最大化を目的に、コンテンツ関連事業の事業デザイン、アニメなど映像作品プロデュース、ウェブや情報家電などのユーザーインターフェースの提案などを手がけている



2

2) 受け入れ側の課題

課題は多くとも、文化としてどう根付かせるか

—何をインターン制度に期待するか

- 「インターン」は、アルバイト、お客にあらず
- 相互に異物として、気付きの機会を最大限に増やす

—負担と収穫のバランスをいかにとるか

- インターン受け入れ前と後のコストの把握を進める
- なにを収穫として定義し、正当化できるか

—個別の経験をどう共有させていくか

- それぞれの企業固有の問題と共通の問題の分別
- インターンと企業の相性に起因するポイントの理解

4

21世紀にガリレオは生まれるか

元村 有希子

株式会社毎日新聞社 科学環境部

元村有希子(もとむら ゆきこ) 1989年、九州大学教育学部心理学専攻卒業、毎日新聞入社。西部本社報道部などを経て2001年から現職。日本の科学技術を検証する連載「理系白書」で06年、第一回科学ジャーナリスト大賞受賞。07年から1年間、英国に留学。著書に「理系思考」(毎日新聞社)、「理系白書」(講談社文庫、共著)など。

未来予想は難しい

- 電話
「コミュニケーションの手段としては欠点がありすぎる。この装置は本質的に無価値である」
(1876年、米の電報会社ウエスタン・ユニオン社の社内メモ)
- 飛行機
「空気より重い、空飛ぶ機械は不可能である」
(1895年、ロード・ケルヴィン)
- コンピュータ
「コンピュータの市場は世界的に見てたぶん5台ぐらいだろう」
(1943年、IBM会長のトーマス・ワトソン氏)
「どんな人でも640キロバイトのメモリがあれば十分だ」
(1981年、マイクロソフト会長のビル・ゲイツ氏)

非常識に挑む



中村修二・カリフォルニア大学教授(当時、日亜化学工業研究員)
1993年、明るい青色発光ダイオードを製品化

「みんながやってないからこそ可能性があると考えました。実験して失敗し、家で考え、翌日また試してみる。500回以上も実験と失敗を繰り返しました」

イノベーション雑感

- 未来への投資
- 痛みも伴う
- ナンバーワンよりオンリーワン
- アイデア+遂行力
- 応用だけでなく基礎も
- 点が線→面になって突破力を持つ



アメリカは、一番できる奴が小さい会社に行き、次は大企業、最後が役人。日本はウルトラクイズみたいな試験をパスした奴が官僚になり、次が大企業、そして残りが中小企業に行く。大企業に行ったら一生殿様に仕える家来だ。

日本に欠けているもの

- 場(探求させない教育)
- 目利き(才能教育への抵抗)
- エンジェル(挑戦を物心両面で支える仕組み)
- 失敗を許容する風土(出る杭を打つ)
- よそ見、回り道できる環境(文理分け)

文系と理系の「壁」

C.P.スノー「二つの文化」(1959年の講演)
「...文学的知識人を一方の極として、他方には科学者、しかもその代表的な人物として物理学者がいる。そしてこの二つの間をお互いの無理解、ときには敵意と嫌悪の溝が隔てている。だが、もっとも大きいことは、お互いに理解しようとしなないことだ。この分離は社会的に大きな損失になる」
「二つの文化と科学革命」C.P.スノー The Two Cultures C.P.Snow 1964年(訳:松井巻之助 1967年)みすず書房

具体的な損失

- 科学的素養(科学リテラシー)の欠如(文系)
→科学技術政策の失敗
→ニセ科学の跋扈
- 社会的素養(社会リテラシー)の欠如(理系)
→反倫理的行為
→科学に対する社会の不信助長
→巨大科学などの停滞
→イノベーションの不発

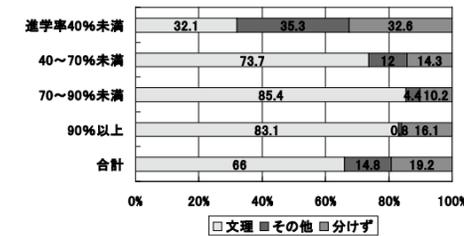
Richard Ernst(1933~)

- 世界は一つの分野からできているわけではない
- 優秀な学生は、一つの世界では満足できない
- 独創は、関係のない分野での活動から生まれることがある
- 専門性がないと事象は分からないが、視野を広げないと理解できない



大学進学率別に見た文理分け

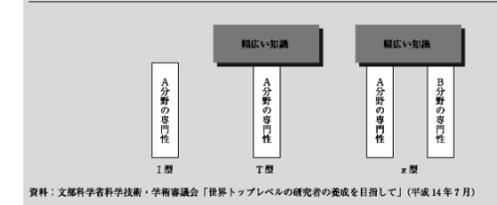
(03年度、1187校対象、大学入試センター調べ)



文理分けは大学受験のため

I型から、T型、π型へ

第1-1-12図 I型、T型、π型人材のイメージ



資料:文部科学省科学技術・学術審議会「世界トップレベルの研究者の養成を目指して」(平成14年7月)

「科学技術白書」より抜粋

「効率重視」が招くもの

- 早すぎる進路選択(16歳)
- 変更、回り道が許されない風土
- 選択科目も「理科離れ」「社会離れ」を助長
- 大学の教養教育も形骸化

高校での画一的な文理分け
文理分けを助長する大学受験

見直しが必要

やるべきこと

- 使える人材の養成(大学院改革)
- 基礎研究を支え、社会へ橋渡しする
- 文系も理系もない社会
- 「出る杭を育てる」風土、マイノリティの活用
- 政治改革と官僚制度改革

産官学が一体となった取り組みが必要

「The world has problems.
Universities have faculties.」



World Knowledge Dialogue2006(14-16 Sep.)

創造性が生まれる場

(イノベーション)

- 勇気
- 挑戦
- 不屈の意思
- 組み合わせ
- 新たな視点
- 遊び心
- 偶然
- ひらめき
- 多様な才能の集中
- コミュニケーション
- 非公式な会合
- 行き来しやすさ
- 豊富な資源(研究費)
- 考える自由
- 競争
- カオス(混沌)

ノーベル博物館館長、スヴェンテ・リングドヴィスト教授による

1

4

2

5

3

6

7

8

9

10

11

12

13

14

志ある学生を

田中 剛志

社団法人日本放送協会 報道局社会番組部チーフプロデューサー

田中剛志(たなか こうし) 昭和35年7月13日生まれ。1986年、早稲田大学商学部卒業。同年、社団法人日本放送協会(NHK)入局。2006年よりNHK福岡放送局勤務、チーフプロデューサーを務める。2009年よりNHK報道局社会番組部チーフプロデューサー。

このたび、このような会にお招きいただき大変ありがとうございます。

私、NHKの夜9時のニュース番組、ニュースウォッチ9というニュース報道番組のプロデューサーをしている田中剛志といいます。

砂田先生とのご縁でこの場に参加させていただきました。

当初、この会のお話を伺ったとき、私のような一介のテレビのプロデューサーが、いったい何を話せばいいのか、悩んだのですが、九州大学のある一人の大学院生との出会いと、彼をはじめとして今の20代と向き合う中で感じたことをお話しさせていただこうと思います。

●砂田先生との出会い

実は、私この5月まで福岡放送局に勤務しておりまして、報道番組というグループのプロデューサーをしていました。毎週金曜日の夜7時半から放送している「九州沖縄インサイド」や、「九州沖縄スペシャル」、といった九州管内向けの報道系の番組や、「クローズアップ現代」や「NHKスペシャル」などを制作していました。

砂田先生との出会いは、そんな番組がきっかけでした。

2年前の12月14日、長崎県佐世保市で銃乱射事件が起きました。37歳の男が、スポーツクラブで散弾銃を乱射して2人が亡くなった事件です。その年の4月に、長崎市長が銃で撃たれて死亡する事件が起き、11月には佐賀県の武雄で入院患者が暴力団員に間違われて射殺される事件が起きていただけに、また、銃犯罪が起きたことに、強い憤りを感じていました。

そこで、なぜ銃犯罪が繰り返されるのか、どうしたらなくすことができるのか、番組を作ることにしました。そのときのゲストが、砂田先生でした。

その後、2ヶ月後には銃犯罪をなくすために活動する砂田先生を主人公にしたドキュメンタリーも制作させていただきました。以来、何かありますと、電話がかかってくる、天神で飲むおつきあいを続けさせていただくようになりました。

●インターンシップへのアプローチ

さて、その砂田先生から去年の5月の末、NHKでインターンシップの学生を受け入れてほしい、という提案をいただきました。そこで人事などに問い合わせをしたのですが、わかったのは、NHKではインターンシップの学生を受け入れていない、ということでした。

さあ困ってしまいました。少々おいしい酒をいただいていただけに、これでは飲み逃げになってしまうなーと。様々な現場を見ながら、仕事の内容も知ってもらうには、どうするか。

思いついたのが、字興しのアルバイトをしてもらうことでした。

字興しというのは、ロケをしてきたテープの中で、インタビュー部分を文字通り、一字一句文章にすることです。取材をしているので、どの辺でどんなことを聞き、どんな答えが返ってきたのか基本的にはわかっているのですが、編集作業の中で、いちいちテープから聴き直していると時間がとられてしまうので、字興した文章からインタビュー部分を探っていくことになります。こうした字興し作業は、時間があるときは取材してきたディレクターが自分で行うのですが、放送までに時間がない場合、手分けしてやってもらいます。これを仕事としている方もいらっしゃるんですね。

こうした業務であれば、働きながら、現場を見ることができると思いました。

実は、インターンシップの期間が9月ぐらまでの間でできれば、というお話でしたので、1、2回番組に関われればいいかなーと当初は思っていました。

まず、関わってもらったのが、去年7月に放送した福岡ユニオンを描いた番組でした。仕事の仕方が、まじめで丁寧だという評価でした。もう1回ぐらいやれば、砂田先生にもきちんと義理が立つかなーと思っていたところ、ちょうどいい具合に、大分の教員汚職事件がはじけました。事件が進行中のため、ロケと編集を同時並行で行うので、字興し作業は必ず誰かにおねがいしなければならないし、制作過程の現場を見るにはびったりだ、と思ったのですが、本人の都合がつかずに友達が来ることになってしまいました。

さて、困ったなと思っていたところに起きたのが、事故米の事件でした。同じ時期に、ペシャワール会の伊藤さんが亡くなる事件も起きました。早速来てもらい、大車輪の活躍でした。そのころになると、彼はいろいろと発言するようになってきたんですね。番組で紹介したインタビューの内容より、編集で落とされた方がいいのではないか、なぜそうしなかったのか、といった質問を担当ディレクターにぶつけるようになったんです。そうするとディレクターも必死でした。編集室できちんと理論武装しないと、やりこめられてしまうので。職場の中に、いい効果生まれたなーと思っていました。こうなると、ディレクター達が手放さないうですね。去年の9月頃まで、とっていた期間をとりに過ぎて、いまでもやっているそうです。先日、暴力団を扱った番組を全国放送いたしました。こうした番組や、ひめゆり部隊の証言テープを興したりと、様々な番組に関わりながら、どん欲に吸収していることが伺えます。

こうして、インタビューを字興しすることを通して、テレビの仕組みや、世の中との切り結び方を学んでもらったと思っています。

●見えてきた課題～受験教育の弊害～

ただし、彼と向き合う中で、気になることも出てきたんですね。

それは、近現代史をあまり知らない、ということでした。

これは、我が社に入ってくる若者達にも見られる傾向なんです。江戸時代や明治期頃までは知識はあるのですが、太平洋戦争前後以降の日本や世界の歴史について、少々知識不足なんです。これは、受験教育・高等教育の弊害が出ているのではないかなと思うんですね。

ネアンデルタール人がいつごろいたのか、ということも大事であるとは思いますが、今の世の中を生きていく上では優先順位は高くはないと思います。それよりも、国会で審議されている法案がなぜできたのか、とか、こんな事件がなぜ起きるのか、といったことを考える上で、直近の歴史は大事だと思うんです。今の経済危機がなぜ起きたのか、それを読み解く鍵はどこにあるのか、といったことを考えるには、日本だけでなく世界の歴史も必要です。ペシャワール会の伊藤さんが亡くなった背景にあることを考えるには、アフガニスタンの歴史だけでなく国際関係の歴史も知らなければなりません。そうしないと番組は作れません。

また、私たちの仕事は、歴史観をしっかり持っていないと、目の前で起きていることを見逃してしまうこともおきるんですね。

見過ごさなかった例をひとつご紹介させていただきます。

去年、NHKスペシャル「解かれた封印」という番組を制作しました。

長崎の原爆投下後に長崎の写真を密かに撮った米軍カメラマンが、悲惨な光景に帰国後写真を封印してしまうんですが、45年後に、しまつてあったトランクから取り出して反核運動を展開したんですね。亡くなった弟を背負って焼き場にたつ少年を写した写真は、教科書にも載っています。そのカメラマンが、一昨年亡くなったんですが、たまたまディレクターがそのニュースを見て、彼の死の意味と核拡散が止まらない現代社会の意味とを合わせて考えられないか、と番組を制作したんですね。うれしいことに、放送文化基金賞の大賞だけでなく、シカゴ国際映画祭のテレビ番組部門のヒューゴ賞の金賞をいただきました。こうしたことなども、その学生とも話し、マスコミに来たければ、歴史の勉強は必ず必要だと話してきました。

幸いなことに、彼はこの春NHKに内定しました。

マスコミに入りたいという漠然とした夢から、テレビ局でドキュメンタリーを作りたいという確信に変わっていき、そのスタートラインに着くことができたのは、彼の努力と共に、砂田先生が作った波紋が広がっていったからではないかと思っています。

志のある戦友を一人増やしていただいた砂田先生に感謝すると共に、かれ、三宅佑治君の今後の活躍を期待して話を終えます。

科学技術政策の現状とこれから

内丸 幸喜

独立行政法人科学技術振興機構 理数学習支援部長

内丸幸喜（うちまる こうき） 昭和62年、京都大学工学部卒。同年、科学技術庁（当時）入庁。企画調整、科学技術国際協力、ソフト科学技術、国際宇宙ステーション協力、大学・研究機関の成果活用・研究交流、ゲノム科学等のライフサイエンス等を担当。この間、通商産業省通商政策局（中国、韓国等東アジア通商貿易）、郵政省近畿電気通信監理局（地域情報化、震災復興等）も担当。平成13年1月に文部科学省（科学技術庁+文部省）再編。企画調整、クローン人間規制法、評価推進室長として研究評価・法人評価、計画官付企画官として顕在化した新たなニーズに対応する科学技術政策の企画（＝安全・安心科学技術、文化芸術に資する科学技術）、計画官として第3期科学技術基本計画の策定等を担当。この間、理化学研究所横浜研究所調査役（構造ゲノム、SNP s解析）、内閣府企画官（第3期科学技術基本計画の検討とりまとめ）、東北大学未来科学技術共同研究センター教授も担当。平成20年7月より独立行政法人科学技術振興機構 理数学習支援部長。

デジタルコンテンツ振興戦略

（平成18年2月24日 知的財産戦略本部会合決定）

目標2: クリエーター大国の実現
 【提言8】 デジタルコンテンツに関する研究開発を促進する

(1) コンテンツに関する技術開発の推進
 我が国が、世界のデジタルコンテンツ産業を牽引するためには、我が国の斬新なコンテンツの創造のため、大学・研究機関において、先端映像技術、インタラクティブ技術等の研究開発を進める。また、映画、アニメ等におけるデジタルコンテンツの創造に必要なCGプログラム等については、関係者の幅広い連携・協力を促す、汎用的・基盤的な技術の研究開発を推進する。

(2) 融合人材の育成
 高度なデジタルコンテンツの表現技術を使い、自ら技術開発したりできるクリエイター等の融合人材の育成を図る。

(3) 産学連携の促進と研究成果の周知徹底
 研究開発を通じて得られた新技術や育成された高度技術人材を境となく新事業を創出するため、産学連携を促進する。コンテンツ人材の育成に関する研究成果を、コンテンツ関係の教育機関や民間に広く周知する。また、大学等の研究者がコンテンツ技術などに関する研究成果を発表し、産業界がその新しい技術を知ってビジネスにつなげる場として、大学・研究機関等とクリエイター、産業界が一室に集って情報共有する場を作る。

科学技術振興調整費 新興分野人材育成

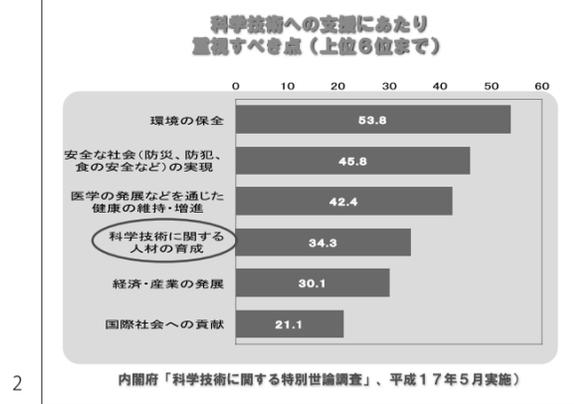
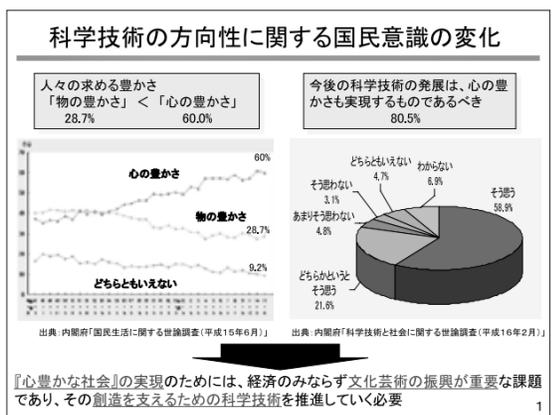
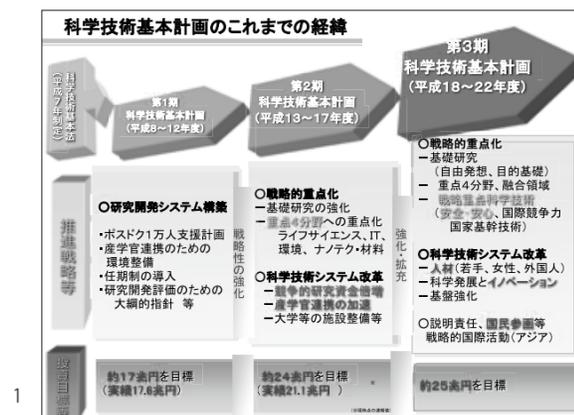
<平成16年～20年>
コンテンツ創造科学産学連携教育プログラム
 （東京大 情報学環）
 コンテンツビジネスと先端科学技術に関して高度な知識と実行力を有する「プロデューサー」、「技術開発者」、「指導的教育者」の育成

<平成17年～21年>
先導的デジタルコンテンツ創造支援カリキュラム
 （九州大 芸術工学院）
 論理的な思考能力と高度な芸術的表現能力を備えたコンテンツ創作者・研究者の育成

分野別推進戦略

（平成18年3月 総合科学技術会議決定）

II 情報通信分野
 3. 戦略重点科学技術
 【戦略重点科学技術9】世界と感動を共有するコンテンツ創造及び情報活用技術
 一我が国がデジタルメディア大国となるためには、強みである映像や音楽などの感動を伝えるメディアのデジタル化技術への投資が不可欠。
 一特に、臨場感あふれる超高精細映像技術や立体映像システムについては我が国が国際競争力を持つ分野であり、それらの技術の上で我が国のコンテンツクリエイターが育成され、国際競争力を持つコンテンツが創造される。したがって、コンテンツにおいて国際競争を勝ち抜くために、映像、音声等のコンテンツの制作・流通のための最先端の研究開発が不可欠。
 一このため、ヒューマンインターフェース及びコンテンツ領域における重要な研究開発課題のうち、
 【課題1】クリエイティブ人材の育成
 【課題2】感動を共有するインフラの充実
 【課題3】情報の巨大蓄積化とその活用
 が重要であり、これらの研究開発課題の中核部分を戦略重点科学技術として選定する。



コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律

（平成16年6月4日施行）

（定義）
第二条 この法律において「コンテンツ」とは、映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム（電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせられたものをいう。）であって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう。

（先端的な技術に関する研究開発の推進等）
第十条 国は、映像の制作、上映又は送受信等の分野における技術革新の進展に即応した高度な技術を用いた良質なコンテンツが生み出されるよう、先端的な技術に関する研究開発の推進及び教育の振興その他の必要な施策を講ずるものとする。

科学技術振興調整費 重要課題解決型研究

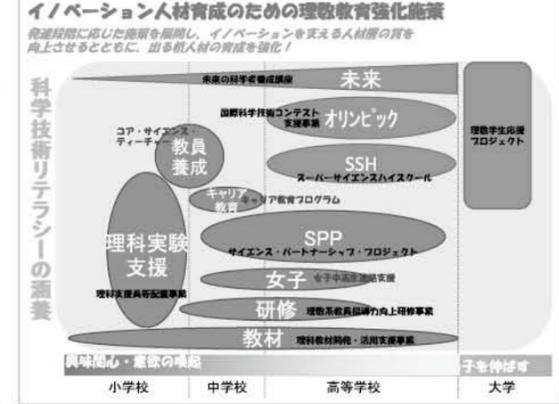
デジタルコンテンツ創造等のための研究開発

デジタルシネマの標準技術に関する研究<平成16年度採択>
 （東京大、東工大、（株）IMAGICA、（株）計測技術研究所、松下電器産業（株）、三菱電機（株）、慶応大、東京工大、パナソニックデジタルネットワークサーブ（株）、（株）エヌジーシー、東北芸術工科大、日本ビクター（株）、（財）NHKエンジニアリングサービス、（株）ビデオテック、プログレッシブキチヤーズ（株）

生活者支援のための知的コンテンツ基盤<平成17年度採択>
 （（独）産総研、名古屋大、朝日放送（株）、三洋電機（株）、日本電気（株））

次世代超高精細度映像のためのCG映像制作環境の研究
 <平成17年度採択>
 （デジタルハリウッド大学院大学、（株）NTTデータ、（株）ゴッゾ、（株）フジヤマ、デジタルハリウッド・エンタテインメント（株））

新映像ダイブイントゥザムービーの研究<平成18年度採択>
 （早稲田大、大阪大、（株）国際電気通信基礎技術研究所、京都市大）



新たな技術シーズの創出

JST戦略的創造研究事業

戦略目標：メディア芸術の創造の高度化を支える先進的科学技術の創出
 研究領域：デジタルメディア作品の制作を支える科学技術

＜平成16年度採択課題＞
 ・ユビキタスコンテンツ制作支援システムの研究（慶応大）
 ・デジタルパブリックアートを創出する技術（東京大）
 ・デジタルメディアを基盤とした21世紀の芸術創造（東京芸大）
 ・コンテンツ制作の高度化のための基盤技術研究（早稲田大）

＜平成17年度採択課題＞
 ・デバイスアートにおける表現系科学技術の創成（筑波大）
 ・時系列メディアのデザイン転写技術の開発（関西学院大）
 ・映画制作を支える複合現実型可視化技術（立命館大）
 ・オンラインゲームの制作支援と経産（公立はこだて未来大）

＜平成18年度採択課題＞
 ・超高精細映像と生命的立体造形が反応する
 一 新伝統空間空間の創出技術（東京大）
 一 自由空間に3次元コンテンツを描き出す技術（慶応大）
 一 情報デザインによる市民芸術創造プラットフォームの構築（多摩大）
 一 人を引き込む身体性メディア場の生成制御技術（岡山県立大）

他 個人研究タイプ16課題





平成21年版
科学技術白書
平成21年6月2日
閣議決定

13

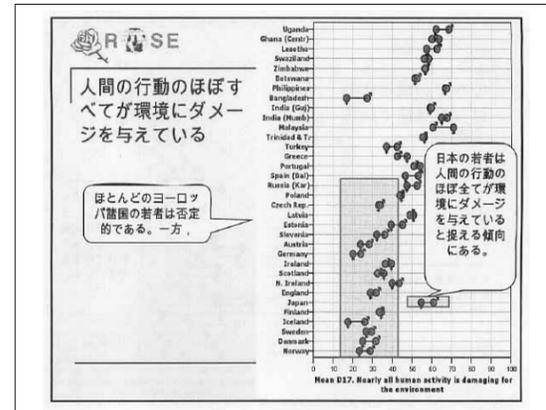
第2章 我が国に求められるこれからの科学技術(続き)

第2節 ものづくりの維持・強化に向けて

①我が国のものづくりを巡る状況
(世界の販売額シェア低下・15%＝中国と同程度／雇用減少)

②ものづくりの新たなイノベーションに向けて
(中核技術／匠の技の可視化／サービスとの融合／技術経営力の向上
／ニッチトップ企業・クラスター／産学協働による人材育成／博士号取得者の活躍促進)

17



21

第1章 我が国の科学技術を取りまく環境の変化

第1節 イノベーションの新たな潮流

①イノベーションのオープン化、グローバル化

②モジュール化の進展による新興国への生産工程等の移行

③科学とイノベーションの接近、シミュレーションや数学の活用などによる研究開発の在り方の変化

④知識融合、組み合わせなどによるイノベーションの増加

⑤研究開発投資の大規模化及び政府の関与の高まり

14

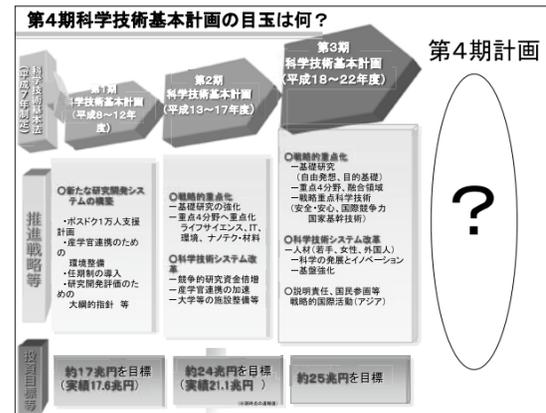
第2章 我が国に求められるこれからの科学技術(続き)

第3節 サービスの振興に向けて

①サービス科学・工学の振興の必要性
(サービス産業＝我が国GDPの7割／先行する米、欧／非接触型ICカード、動画共有サービス等)

②サービス科学・工学の推進
(文科省：サービス科学・工学の推進に関する検討会)

18



22

第1章 我が国の科学技術を取りまく環境の変化(続き)

第2節 研究人材の国際流動の増大と獲得競争の激化

国際共著論文(15%↑)・・・国境を超えた研究者同士のネットワーク

我が国研究者の内向き志向が増
「我が国研究者が国際的な研究者のネットワークから取り残されつつあることが懸念。」

「内向き志向は研究者のみならず学生にも見られている。」

15

第2章 我が国に求められるこれからの科学技術(続き)

第4節 これからの国民生活に必要な科学技術の振興に向けて

①安全・安心な社会の構築に資する科学技術の推進
(大規模自然災害、新興再興感染症、食品安全問題、テロリズム)

②生活の質の向上に資する科学技術の推進
(健康(ips細胞)、高齢化対応(自立支援ロボット))

19

第2章 我が国に求められるこれからの科学技術

第1節 地球環境問題への対応と展開

①人類が直面する地球環境問題
(環境・エネルギー技術／社会制度等の改革)

②地球環境問題の解決に向けて
(グリーン・ニューディール政策／低炭素革命)
再生可能エネルギー、原子力、クリーンエネルギー自動車、CO2回収貯留技術、地球観測・気候変動予測

③科学技術外交としての国際的取組
地球規模課題対応国際科学技術協力事業(JST+JICA)

16

科学を必要とする職業に就きたいと思っている生徒の割合(高校1年生)

国名	割合(%)
カナダ	48
アメリカ	45
フランス	43
台湾	38
OECD平均	37
ドイツ	34
イギリス	34
韓国	27
日本	23

(2006年OECD生徒の学習到達度調査(PISA)より)
「私は、科学を必要とする職業に就きたい」について「そうだと思う」または「全くそうだと思う」と回答した生徒の割合

20



講演



社会人キャリア力の養成とインターンシップ教育に求められる課題

横山 修一

特定非営利活動法人日本インターンシップ推進協会 会長

横山修一(よこやま しゅういち) 1944年7月10日生まれ。1970年、工学院大学大学院工学研究科電気工学専攻修了。同年、工学院大学助手。1993年より現在まで、工学院大学教授。2003年4月より2009年3月まで、工学院大学学長補佐を兼任する。1998年より2001年まで、中小企業総合事業団広域連携プロモーター。2001年度、文部科学省委託事業 インターンシップの在り方に関する調査 委員長。2003年度、経済産業省インターンシップ支援事業評価委員。2004年、TAMA-TLO(株)取締役。2005年、(社)首都圏産業活性化協会理事。2006年度、経済産業省委託事業 インターンシップを活用した社会人基礎力の実践的活用に関する調査 委員長。2008年、社会人キャリア力養成検定委員会委員長等に携わる。

インターンシップ(キャリア教育)の歴史的背景

科学技術創造立国(1985年)
雇用慣行の急速な変化(企業内教育の限界等)
産業構造の変化(重厚長大から軽薄短小)
IT革命や地球環境問題(高度情報化社会)
少子高齢化(生産者人口の減少、福祉社会)
大競争時代・グローバル化に直面する企業(開発途上国からの追い上げ)
新規産業の創出(戦略的観点企業化問題)
就職率の低減、ミスマッチ・未就労者の低減(ニート、フリーターの増加)
就職協定の廃止(採用決定の早期化)

インターンシップによる人材育成の意義
 教育機関・独創性・創造性、文・理融合人材育成
産 業 界・新規産業による経済構造の改革(企業の国際的な競争力の向上)

インターンシップによる人材育成の施策と三省合意
 教育改革プログラム(文部科学省1997年1月)
 経済構造の改革と創造のための行動計画(経済産業省 1997年5月)
インターンシップによる産業界人材育成を3省が合意し見解を発表(1997年9月)
 「学生が在学中、自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」
 2003年 人間力を内閣府が提唱
 2006年 社会人基礎力を経済産業省が提唱

産学官連携による効果的な21世紀の人材育成

食料品60%や石油の輸入代金(外貨で支払う)を誰が稼ぐのですか。
 国家が崩壊(支払能力を失う)する時代
資源の無い日本は、人材が資源
主役は学生(日本の将来を支える人材)

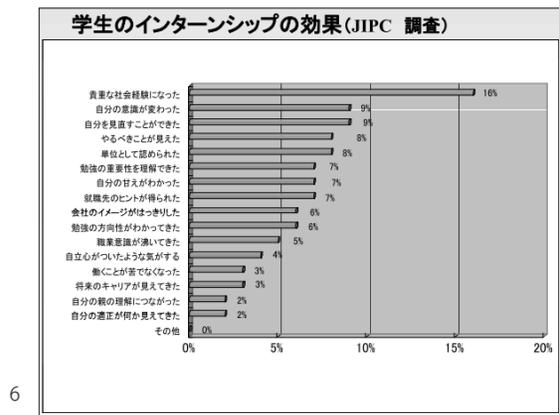
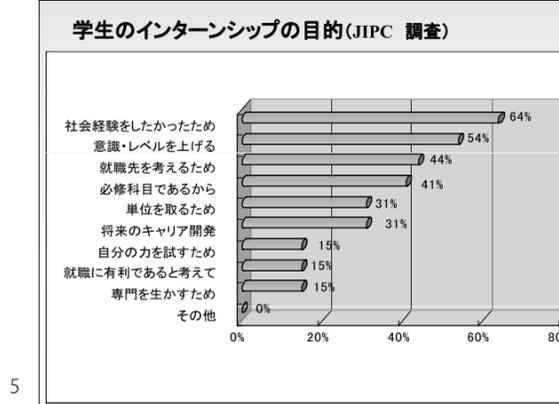
広域連携プロモータの位置付け

インターンシップは、学生から社会人への橋渡しとその気づきを促す効果がある。

大転換点(気づいてほしい)

- 学ぶ → 働く
- お金を払う → お金をもらう
- してもらう → してやる
- 自由多い → 拘束される
- 真理がある → 勝負がある

このような事実を知ると同時に何をなすべきかに気づくことが必要(就業体験が必要)



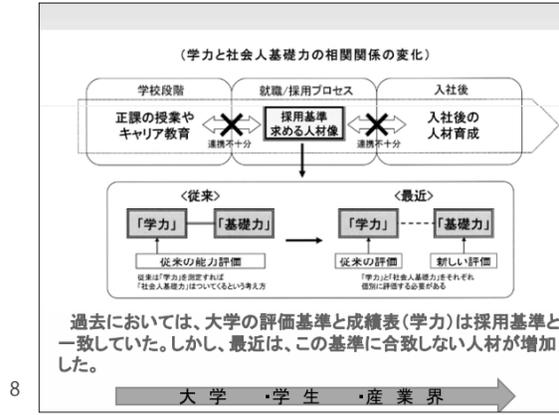
最近、話題になっている標語とJIPCの施策

(1) 人間力の定義(内閣府) 2003年
 「社会を構成し運営するとともに、自立した1人の人間として力強く生きていくための総合的な力」

(2) 社会人基礎力の定義(経済産業省) 2006年
 「職場や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」

(3) 学士力(仮称)(文部科学省) 2007年
 「学士課程(大学の学部教育)のなかで身に付けるべき能力」

学生は、就業体験(インターンシップ)を通して、仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力を育成することができるものと考えられるのでJIPCは、社会人基礎力を推進した。



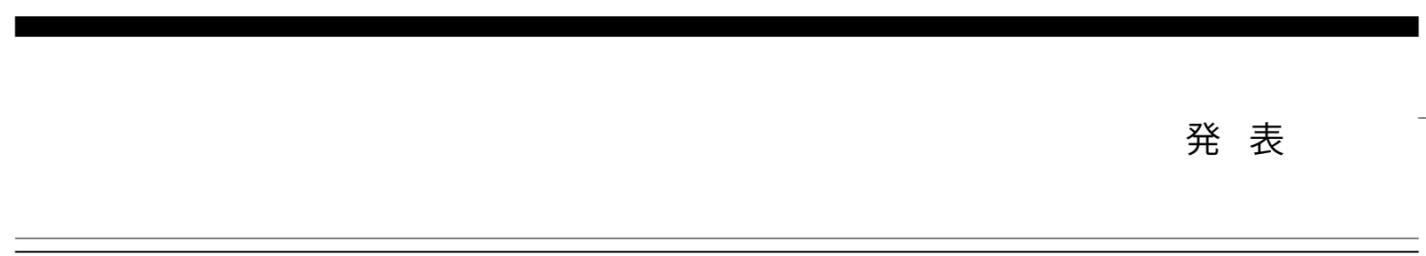
【自己評価マーケット】

※下記の4つの能力(180)を基に、自己評価してください

評価項目	能力要素	評価	自己評価
1	基礎学力	基礎学力とは、多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力	1-12
2	専門知識	仕事に必要とされる専門的な知識	1-12
3	人間性	思いやり、公共心、倫理観、基礎的なマナー、身の周りのことを自分でしっかりとやる	1-12
4	行動力	目標を設定し、実行する力	1-12
5	計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにする力	1-12
6	創造力	新しい価値を生み出す力	1-12
7	自己管理能力	自分の成長を妨げず他人を助ける力	1-12
8	コミュニケーション力	多様な人々とコミュニケーションを図る力	1-12
9	チームワーク力	多様な人々とともに、目標に向けて協力する力	1-12
10	社会常識力	社会生活を送る上で必要な常識的な力	1-12
11	社会マナー	社会生活を送る上で必要なマナー	1-12
12	社会常識力	社会生活を送る上で必要な常識的な力	1-12



発表

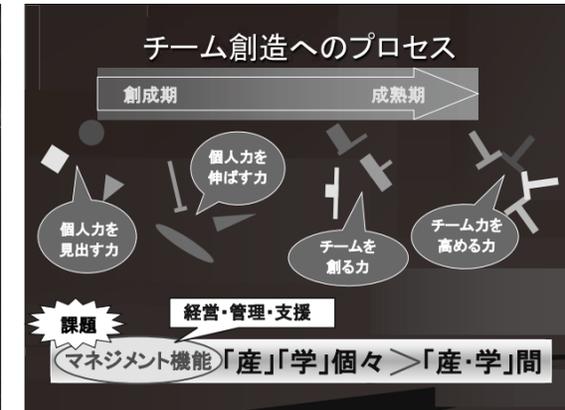


デジタルコンテンツと市場価値

齋藤 潤

株式会社電通九州 取締役

齋藤潤 (さいとう じゅん) 1950年生まれ(58歳)。東京都出身。1974年、東京外国語大学卒。同年、(株)電通入社(東京本社CR部門)、ACC賞、電通賞、消費者のために作った広告賞、他受賞。プロデュース部長、人材開発部長、局次長。2008年、(株)電通九州、MP・CR局長を経て現職。九経連「産業振興委員会企画部会委員」、福岡コンテンツ産業拠点推進会議「企画運営委員長」、日本マーケティング協会九州支部「業務推進委員」を務める。



7

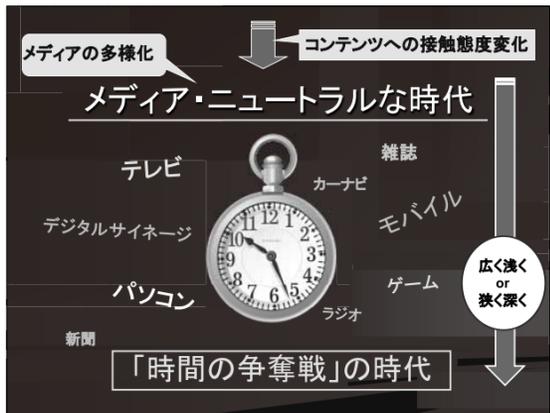
11

デジタルコンテンツと市場価値

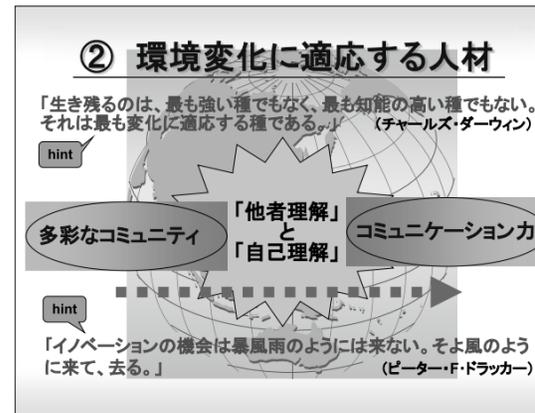
- ①メディアとコンテンツ
～メディア環境変化が市場に与える影響～
- ②求められる人材とその育成
～問われる「コミュニケーション力」～
- ③産学連携の将来像
～「インターンシップ」への期待と課題～

電通九州
取締役 統轄部門・ソリューション部門担当
齋藤 潤
2009年7月13日

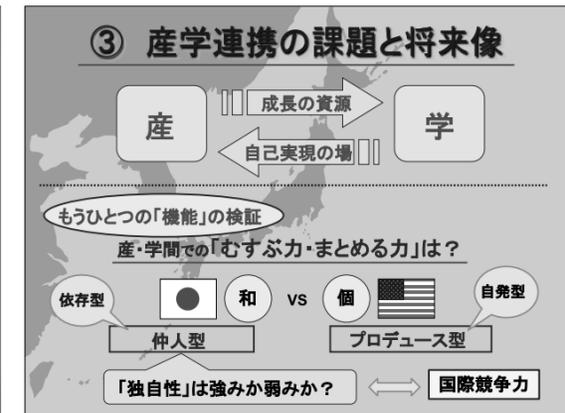
1



4



8



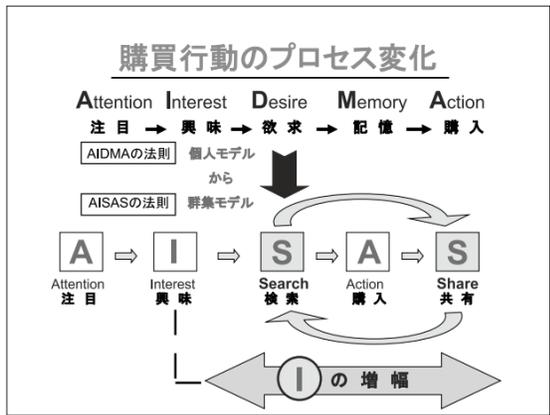
12

① メディアとコンテンツ

「製品化」の視点と「商品力」の視点
～メディアの変容が「需要・供給」に与える影響～

- ◎コンテンツの価値基準(製品化)
⇒ 市場の開拓・拡大、生産性向上に寄与
- ◎メディアの役割(商品化)
⇒ 需要の創出・拡大

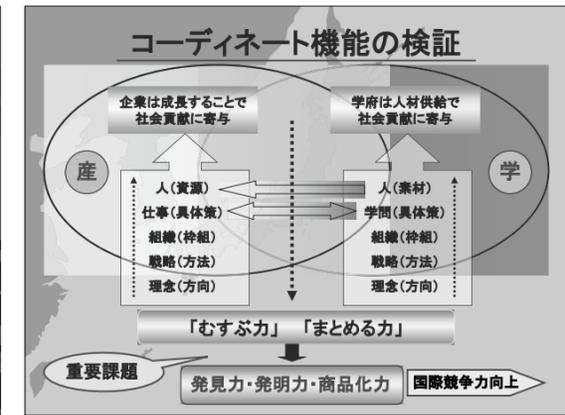
2



5



9

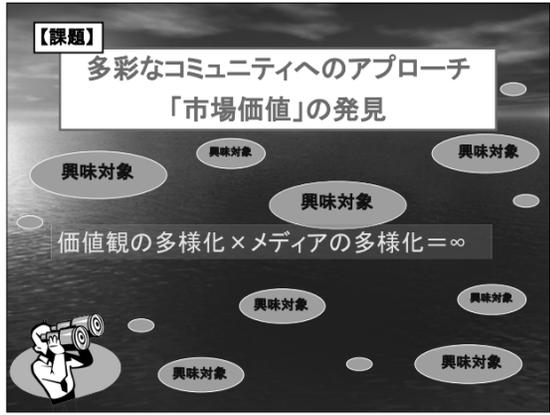


13

購買行動のプロセスモデルからの検証

「大量生産・大量消費・マスメディア」

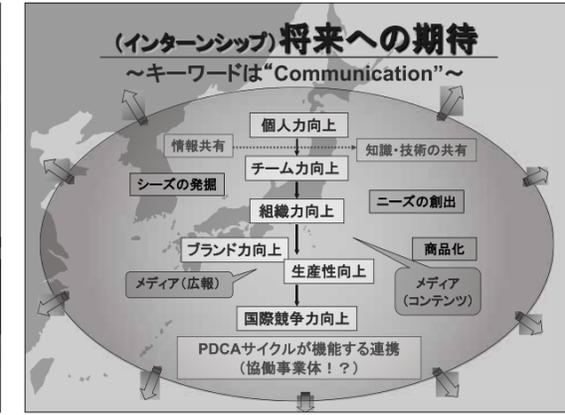
3



6



10



14

デジタルコンテンツの未来～産学連携実践教育から得る相互の成果と課題

長井 政典

株式会社西日本新聞社 総務局人事部長

長井政典（ながい まさのり） 1954年福岡市生まれ。九州大学文学部卒業後、1979年西日本新聞社入社。新聞記者として熊本総局を振り出しに、久留米総局、東京支社報道部、地域報道部などで勤務。東京勤務時には細川、羽田、村山、橋本政権を担当。1998年人事部に配属。採用担当などの業務を経て、2007年人事部長に就任、現在に至る。

インターンシップで得られた成果

【新聞社が得られた成果】

- ・まったく新しい視点で、新聞業界へのアドバイスを聞くことができた
- ・WEB、映像の最先端を学ぶ者から見た、紙の媒体、新聞というものを認識できた
- ・各局担当者は、新鮮な気持ちで自分の業務を振り返ることができた

【インターンシップ生が得られた成果】

- ・実際に企業で働くことで、現場の熱意を感じ、刺激を受けた
- ・どんな仕事か、志望が明確になった
- ・メディアの転換期を肌で感じる事ができた

7

(株)西日本新聞社の企業概要

企業理念
「わたしたちの九州 西日本新聞社は地域づくりの先頭に立ちます」
創刊
1877年
従業員数
約850人
本社
福岡市中央区天神
本社以外事業所
東京支社・大阪支社・北九州支社
九州各地に約60の総局・支局

インターンシップスケジュール (2008年8月 11日間)

日 時(8月)	研修担当部署	研修内容
18日(月)	人事部	会社概要説明
19日(火)	総合メディア本部 製作センター	業務説明、23・25日作業の打ち合わせ 夕刊印刷見学
	編集局編集センター	紙面編集見学
20日(水)～22日(金)	広告局	地域開発部・デジタル営業部・生活広告部で分かれて研修
23日(土)	総合メディア本部	大濠公園能楽堂Bottomライブ運営・動画取材
24日(日)		休日
25日(月)	総合メディア本部	西日本ビジョン用Bottomプロモーションビデオ作成
26日(火)～27日(水)	事業局	企画事業部でイベント運営補助
28日(木)～29日(金)	編集局	社会部(当時)、経済部(同)、地域報道センター(同)、国際部で取材見学
29日(金)	まとめ	インターンシップ感想プレゼンテーション

これからの課題

- ①「新聞社で働くこと」の魅力をかき、より深く伝えるか
～「新聞社で働くこと」の魅力を伝えたいが、情報管理の責任は重い。いか
にして記者業務などの「生の現場」を知ってもらおうか。工夫が必要。
- ②企業側が研修受け入れのメリットを実感できるような工夫を
～多忙な新聞社の職場では、負担感が大きいと受け入れが困難。受け入れ
のメリットを実感できるように、斬新なアイデア、提案などを期待している。
- ③研修を一過性に終わらず、継続的なネットワークに
～新聞社にとって人のネットワークは大切な財産。研修で培った信頼関係を
継続、発展させたい。地域とともに歩む新聞社の応援団になってほしい。

8

(株)西日本新聞社の組織

- ①編集局 ～外勤記者、編集記者
- ②営業本部 ～営業部門を統括・デジタル情報の発信、提供
(旧・総合メディア本部)
- ③販売局 ～販売店(エリアセンター)の統括
- ④広告局 ～紙面に掲載する広告の営業
- ⑤事業局 ～展覧会・文化スポーツイベントの企画、運営
- ⑥システム技術局 ～新聞制作や営業系のシステムの構築・管理
- ⑦製作センター ～新聞の印刷業務
- ⑧直轄・総務局 ～事務経理業務、経営財務・労務

※他に論説委員会、総合工程管理室など

研修① Bottomプロモーションビデオ作成



ライブを動画取材、西日本ビジョンで放送。
「ライブ中にボカールが派。そんな彼らを支える
やりがいある仕事だ」
「ブランド力を利用したユニークな事業、新聞の
中にもつとユニークの事業を」
「テレビ、ラジオ、ビジョンを絡めたプロモーション
力を垣間見た」

5

インターンシップ受け入れ実績

2006年より受け入れを開始、3年間の受け入れ実績がある。

砂田研究室はデジタル・コンテンツ・クリエイターの養成とインターンシップの普及に注力。
一方、西日本新聞社もWebなどデジタル・コンテンツを重視。
双方のニーズの合致から、インターンシップの受け入れが始まった。

- ▽2006年は、8月28日～9月22日に2名を受け入れ
- ▽2007年は、8月20日～9月4日に1名を受け入れ
- ▽2008年は、8月18日～29日に3名を受け入れ

全社的な講義のほかに、主に広告局、総合メディア本部での実務研修を中心に実施した。

研修② 最終プレゼンテーション



研修を行った各局から、聴講者を募集。約20名が聴講
して行われた。感想のプレゼンのみならず、新聞社への
新商品提案も行った。

○各局での研修の感想
～「ニュースの本質を掴み、わかりやすく伝えること
はどれだけ難しいかを感じた」
「新聞社のWEB事業はこれからが楽しそうな時期だ」

○新聞社への提案
～最新のデジタル機器を活用した「めくれない新聞」など

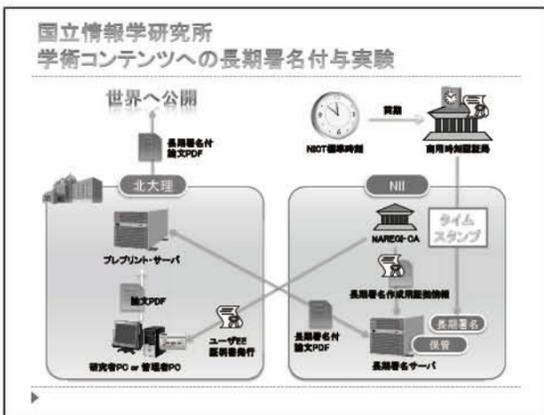
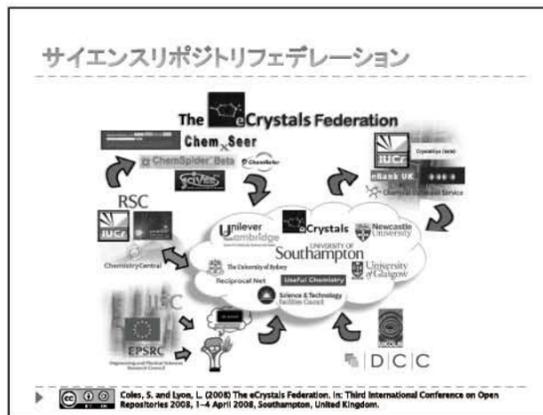
6

オープンサイエンスによる学術メディアとコンテンツの多様化

山地 一禎

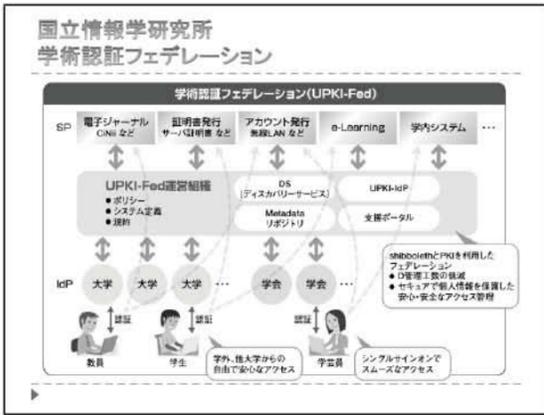
国立情報学研究所 学術ネットワーク研究開発センター准教授

山地一禎(やまじ かずつな) 1992年、国立諺間電波工業高等専門学校卒業。1994年、豊橋技術科学大学工学部卒業。1996年、豊橋技術科学大学大学院工学研究科修士課程修了。2000年、豊橋技術科学大学大学院工学研究科博士後期課程修了(電子・情報工学博士)。同年、日本学術振興会特別研究員(和歌山県立医科大学眼科)。2002年、理化学研究所脳科学総合研究センター研究員。2007年、国立情報学研究所学術ネットワーク研究開発センター准教授。



国立情報学研究所

http://researchmap.jp



学術コンテンツと学術メディア

- 研究のステップ
 - 予備調査・研究計画
 - 実験・シミュレーション
 - 学術研究会にて発表
 - 口頭発表・ポスター発表・デモンストレーション
 - コミュニティの形成
 - 学術雑誌に論文を投稿

インターネット・電子化

リポジトリ・オープンアクセス・オープンサイエンス

1論文あたりの研究資料数

実験データ	1.91GB, 7754ファイル	実験データ	1.40GB, 476ファイル
データ処理プログラム	13.4MB, 1473ファイル	データ処理プログラム	1.53MB, 207ファイル
文献	実引用数: 24本, 既読論文数: 約80本	文献	実引用数: 39本, 既読論文数: 約100本

国立情報学研究所 文献データベース CiNii

http://ci.nii.ac.jp

収録内容	収録数
学会誌	287(H19年度)
学協会誌	993誌(H20.8)
紀要	4950誌(H20.8)
論文PDF数	3,156,970件(H20.8)
	2,936,137件(H19.8)
	1年で約22万増
メタデータ数	11,639,651(H20.8)
	10,836,295件(H19.8)
	1年で約80万増

検索回数: 600万/月, PDFダウンロード数: 250万/月 (H21.5)

オープンサイエンス

...is happening now

- Blogging of results data
- Open grant proposals
- Community repositories for data
- Open Notebook Science (ONS) tutorials in Second Life

国立情報学研究所 学術機関リポジトリ構築連携支援事業

機関リポジトリ(IR)とは?

- 大学等の研究機関が、その知的生産物(論文、学会発表資料、報告書、学位論文、教材、研究データ等)を電子的形態で集積し、保存し、無料で公開するために設置する電子アーカイブシステム

IRの2つの戦略的方向性

- 大学の社会的、公共的価値の向上
- 学術コミュニケーションシステムの変革

学術機関リポジトリ数	102
コンテンツ数	662,037件
	(2009/05/31)

集中型から分散型、かつ、オープンアクセスへ

オープンサイエンスの潮流

OpenWetWare, Nature Precedings

Online methods share insider tricks

natureprecedings

国立情報学研究所 情報学分野における新世代学術情報ポータル構想

オープンサイエンス 論文を頂点とする学術コンテンツピラミッド

オープンとクローズ

- オープンサイエンス・サイエンス2.0は黎明期
- 草の根的な活動でクリティカルマスを越えるか?
- トップダウンとボトムアップの融合が不可欠

成果を公開するインセンティブを提供

新しい学術メディア・コンテンツ共有社会の形成

セキュアなインフラでバックアップ

作成者の保証 改ざんからの保護

学術情報流通の爆発

現在

- 論文・学会などの従来のメディア
- オーガナイズドデータベースを構成するパーサイエンス

将来

- 研究成果のレベルに関係なく公開・共有が期待できる基盤
- オープンサイエンスで自己組織化される成果共有基盤
- 細分化された学術分野のボーダーを取り払う基盤
- これまでに想像もできなかった学術情報共有社会を実現

学術情報流通の爆発

Product of ADCDU - Customer's Questionnaire -

安 英珍

SK HOLDINGS プロジェクトリーダー

安英珍(アノインジン) 1987年 Taejon Science High School 卒業。1991年韓国科学技術院(KAIST)Industrial Design 専攻。1994年九州芸術工科大学大学院生活環境専攻修了。2000年 Daewoo Electronics Design Center Researcher。2004年 AsiansNet Korea Co.,Ltd./Mmacc Co.,Ltd./YumaMax Co.,Ltd. の創業・運営を経て Mobile/Digital Contents Biz CEO。2006年 SK Telecom Contents Biz 担当、投資者 SidusHQ 担当。2007年九州大学大学院人間環境学博士課程中退。2008年 SK Telecom China Holdings Entertainment & Media Biz 担当・北京駐在員を経て、現在 SK Holdings Ubiquitous-City Biz 担当プロジェクトリーダー。

2. Production Mgmt. Factors ■ Dynamic Factors

- Dynamic Factors for Management
 - ✓ 意欲の管理
 - ✓ 仕事を処理する力量
 - ✓ Coordination
 - ✓ Communication
 - ✓ Prideを持つ

→ ADCDU Management Systemは最適な動的要素の管理や支援をしているのか?

5. Customer's Needs ■ As-Is Gap Minimizing

● Gap Minimization

● Gap MinimizationのためのKeywords

- ✓ 真実的な文化の取捨能力
- ✓ Balance Controlの能力、長期的な眼目や事前準備
- ✓ Globality(Global+Ability)、Human Networking Power
- ✓ Convergence及びNetworking可能な知恵 : Know-how, Know-where, Know-who

1. Biz Model Review ■ Objectives

- ADCDU Objectives
 - 「あらたな人材養成の必要性」から、
 - ・ 論理的な思考能力 + 高度な芸術的表現能力 = コンテツト創作者・研究者の育成
 - ・ 世界レベルでのコンテツトクリエイターの育成
 - ・ エンターテインメントの科学を目指す
- Biz Model = Revenue Model + Service Model

→ ADCDUの収益モデルは? サービスモデルは?
→ 本当に ADCDUが知りたい!

1. Biz Model Review ■ As-Is Location

- ADCDU Product Brief (つづき)

原産地	日本、韓国、中国、台湾、米国、フランス、...
主要顧客	全世界OOヶ国進出、Fortune誌Rank 100代企業など、...
販売実績	国内OOか企業採用、A研究所採用、外国B社、C社にも販売好評、...
使用可能国	日本Domestic Only、英語圏可能、中国対応、韓国対応、...
顧客評価	KK誌絶賛、読者連登から受賞、3年連続ブランド最優秀製品選定、...
アフターサービス	5年間保障修理、定期在教育支援、24時間/365日Call Center、...

→ ADCDUの商品Positioningはどんなに評価されているのか?

1. Biz Model Review ■ Assumption

- Assumption
 - ・ ADCDU = Digital Contents Design専門人材開発・提供 株式会社
- Metaphors

会社名	Advanced Digital Contents Design Unit (Made in Kyushu Univ.)
生産基地	Ohashi Campusに位置したADCDUの各Labs。
販売商品	ADCDUが生産する専攻修了学生、予備事業家、専門職研究員
主な顧客	優秀人材を必要とする各種団体(企業、研究機関、社会各所)
株主	財団(=国家)、人生を投資する学生、その他の投資企業
役人	教職員連

→ 今、ADCDU事業の立体的なLocationはどのような状況である?

2. Production Mgmt. Factors ■ Reason for Being

- General Corporate Values :
 - 企業価値 = 収益性 x 成長性
 - 特に未来価値が重要である
- General Corporate Objectives :
 - 企業とは、安定や成長を連続的に続き、永久に存続し発展しなければならない。

→ そうだったらADCDUが追求する存在価値や目標は何であるのか? (商品を使う顧客に与える価値は何であるか?)

1. Biz Model Review ■ As-Is Location

- ADCDU Product Brief

Brand Image	伝統的な、有-な、革新的な、世界最高の、特別な、...
Positioning	Harvard Business School, MIT Media Lab, Bauhaus, ...
Line-up	市販完成製品、OEM、一年熟成、三年熟成、...
提供可能数量	随時供給、在庫あり、年間2回限定生産、注文によって生産、...
製品仕様・機能	Digital Contents業界の必需品、Creative Biz 開発に最適な、...
製品寿命	3年、5年、10年以上自動充電式、半永久的、...
取引価格	定価制、Open Price、競売入札、都度価格、小賣市場、...
特長点	Bi-lingual対応、自動学習発展型、Manager役割可能機能、...

2. Production Mgmt. Factors ■ Statistic Factors

- Statistic Factors for Management

- ✓ 戦略企画 : 企業の安定や成長のため、長続き可能な競争優位を創出するように経営企画を立て、実行すること。
- ✓ 研究開発 : 既存商品の原価を革新したり、新規商品を開発し事業化すること。
- ✓ 購買 : 顧客商品、価格、数量、時期の観点から最適な条件で買うこと。
- ✓ 生産 : 顧客が要求する商品を一番効率的に作ること。
- ✓ 人力・組織 : 力量を持つ人材を確保し、育成して、会社目標の達成のため人力及び組織を効率的に管理しながら役人の動的要素(意欲管理など)の水準を高めること。
- ✓ 会計・財務 : 多様な理解関係者に企業の財務情報を正確に把握出来るようにし、効率的に資金を調達及び運用し、最適な財務構造を構築し維持すること。
- ✓ Marketing : 顧客要求の把握、それに当たる商品を作って販売すること。
- ✓ CR(Corporate Relations) : 理解関係者からの期待や要求を正確に把握し、彼らに彼々があつとることを正しく知らせることによって、経営に助けられる関係を形成すること。「一番長いPRは我が商品を経験したお客様が伝える真諦である。」

→ ADCDUのManagement Systemは、Global Top Tier水準であるのか?それを志向しているのか?

3. Questionnaire

1. ADCDUの商品の主な顧客は誰なのか? → 供給対象や需要の把握
2. ADCDUの競争相手は誰? → Challenging競争相手の選定
3. ターゲット・マーケットは? → 競争の優位分野への選択や集中(短期・中期・長期的に)
4. それを実現できるための具体的な実行戦略とは? → 段階別のTo-Be Planning
5. 計画通り実行した後、その成果はどのように評価を受けるのか? → 段階別のKPI(Key Performance Index)の設定、内部・外部からの評価方案

→ このような質問項目について明確に定義され、説明できるように ADCDU全体に認識されていること。

6. Discussion Agenda ■ Best Product?

- ADCDUの商品が誰もが欲しい「名品」になり続けるためには、

どのようなデザインの商品を生産し出すのか?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 製品差別化 ▪ 技術的優位 ▪ Know-howの蓄積方案
如何に伝えるのか?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategic Marketing ▪ Sales Promotion Plan
善循環構造の実現は?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 段階別To-Be Targetの設定や達成 ▪ そして進化

2. Production Mgmt. Factors ■ Reason for Being

- General Corporate Values :
 - 企業価値 = 収益性 x 成長性
 - 特に未来価値が重要である
- General Corporate Objectives :
 - 企業とは、安定や成長を連続的に続き、永久に存続し発展しなければならない。

→ そうだったらADCDUが追求する存在価値や目標は何であるのか? (商品を使う顧客に与える価値は何であるか?)

2. Production Mgmt. Factors ■ Statistic Factors

- Statistic Factors for Management

- ✓ 戦略企画 : 企業の安定や成長のため、長続き可能な競争優位を創出するように経営企画を立て、実行すること。
- ✓ 研究開発 : 既存商品の原価を革新したり、新規商品を開発し事業化すること。
- ✓ 購買 : 顧客商品、価格、数量、時期の観点から最適な条件で買うこと。
- ✓ 生産 : 顧客が要求する商品を一番効率的に作ること。
- ✓ 人力・組織 : 力量を持つ人材を確保し、育成して、会社目標の達成のため人力及び組織を効率的に管理しながら役人の動的要素(意欲管理など)の水準を高めること。
- ✓ 会計・財務 : 多様な理解関係者に企業の財務情報を正確に把握出来るようにし、効率的に資金を調達及び運用し、最適な財務構造を構築し維持すること。
- ✓ Marketing : 顧客要求の把握、それに当たる商品を作って販売すること。
- ✓ CR(Corporate Relations) : 理解関係者からの期待や要求を正確に把握し、彼らに彼々があつとることを正しく知らせることによって、経営に助けられる関係を形成すること。「一番長いPRは我が商品を経験したお客様が伝える真諦である。」

→ ADCDUのManagement Systemは、Global Top Tier水準であるのか?それを志向しているのか?

4. Goal Setting

- Japan No.1 → 国内・外での実績によって客観的な評価を受けるべき。特に顧客からの口で。
- Asia No. 1 → アジア文化の理解や経験、その融合能力が必要される。Communicationの能力は基本事項。
- Global No. 1 → いろんな面からGlobal Top Tier水準であり、核心的な長点で世界No. 1でなければならない。そして持続的に続けられること。
- 共通的には、ADCDUだけが持っている有-の特異性

→ ADCDUのGoal Settingの差別化、独創性が必要である。

6. Discussion Agenda ■ Sales Promotion

- ADCDUのInternship : Sales Promotion Activity?

- 商品自ら経験拡張や進路選択の可能性を高めるための活動
- 顧客に商品を経験させるマーケティングの効率的な戦略
- Brand Valueが高くなり、需要に対し供給が不足となり、顧客を販売者(商品側)が選べる位置での活動

1. Biz Model Review ■ As-Is Location

- ADCDU Product Brief

Brand Image	伝統的な、有-な、革新的な、世界最高の、特別な、...
Positioning	Harvard Business School, MIT Media Lab, Bauhaus, ...
Line-up	市販完成製品、OEM、一年熟成、三年熟成、...
提供可能数量	随時供給、在庫あり、年間2回限定生産、注文によって生産、...
製品仕様・機能	Digital Contents業界の必需品、Creative Biz 開発に最適な、...
製品寿命	3年、5年、10年以上自動充電式、半永久的、...
取引価格	定価制、Open Price、競売入札、都度価格、小賣市場、...
特長点	Bi-lingual対応、自動学習発展型、Manager役割可能機能、...

2. Production Mgmt. Factors ■ Statistic Factors

- Statistic Factors for Management

- ✓ 戦略企画 : 企業の安定や成長のため、長続き可能な競争優位を創出するように経営企画を立て、実行すること。
- ✓ 研究開発 : 既存商品の原価を革新したり、新規商品を開発し事業化すること。
- ✓ 購買 : 顧客商品、価格、数量、時期の観点から最適な条件で買うこと。
- ✓ 生産 : 顧客が要求する商品を一番効率的に作ること。
- ✓ 人力・組織 : 力量を持つ人材を確保し、育成して、会社目標の達成のため人力及び組織を効率的に管理しながら役人の動的要素(意欲管理など)の水準を高めること。
- ✓ 会計・財務 : 多様な理解関係者に企業の財務情報を正確に把握出来るようにし、効率的に資金を調達及び運用し、最適な財務構造を構築し維持すること。
- ✓ Marketing : 顧客要求の把握、それに当たる商品を作って販売すること。
- ✓ CR(Corporate Relations) : 理解関係者からの期待や要求を正確に把握し、彼らに彼々があつとることを正しく知らせることによって、経営に助けられる関係を形成すること。「一番長いPRは我が商品を経験したお客様が伝える真諦である。」

→ ADCDUのManagement Systemは、Global Top Tier水準であるのか?それを志向しているのか?

5. Customer's Needs ■ As-Is Gap

- 顧客が願う人材とは?(人材発掘に深刻で、必死である。)

- Ownership, Responsibility, Passion, Unyielding Sprit, Affirmative Thinking → 「私がこの企業の社長だ!」
- 寿命の長い、段々価値が高くなる人材
- 警戒対象一号:仕事してる「ふり」のみをする人

- Global 経済危機下、人材需要のトレンド

- 移民者開放システム: 質の高い原石の手配、加工、販売
- 学問間の融合拡大: 専攻、学科間の障壁除去
- 創造的な、創意性のある商品: 学歴、経歴より革新的な思考方式
- 優秀な人材の青田買い: 韓国・Samsungの中国大対象の「天才プロジェク」

Youngjin.ahn@sk.com

- 時間が過ぎると商品の責任や役割が大きくなる:リーダの準備
- 「Peterの法則でのSam」

6. Discussion Agenda ■ Sales Promotion

有難う御座いました!

Youngjin.ahn@sk.com

デジタルコンテンツの未来～産学連携実践教育から得た成果と課題

原 洋子

日本 SGI 株式会社 人事部 エキスパート

原洋子(はら ようこ) 青山学院女子短期大学卒。キリンビール株式会社本社受付、広報部門での勤務を経て、役者として演劇/朗読活動。2001年より外資系IT企業人材開発部門にて新卒社員や新卒育成担当者研修の企画/運営等に従事。2004年7月より現職。新卒採用、人材開発、組織活性化施策等を担当。キャリア・デベロップメント・アドバイザー。MBTI(Myers-Briggs Type Indicator) 認定ユーザー。

Agenda

- 日本SGIの概要
- インターンシップ概要
- カリキュラムとその主な狙い
- インターンシップの成果
- 社会人キャリア力の育成について
- 最後に
 - インターンシップへの期待と課題

1. 日本SGI株式会社の概要

- 設立 1987年
- 所在地 東京都渋谷区恵比寿
- 主な事業領域
 - HPCソリューション
 - 可視化ソリューション
 - メディア&アーカイブ・ソリューション
- 主なお客様の業界
 - 大学、官公庁、研究所、製造業、放送局等

2. インターンシップ受入れ概要

- 日程: 2008年9月16日～26日(合計8日間)
- スケジュール:
 - ビジュアルライゼーション事業本部 4日間
 - 第一営業本部 各1日
 - メディア事業部 各1日
 - コンテンツアーカイブ事業部 各1日
 - コンテンツ配信事業部 各1日

3. カリキュラムの大枠

- 自社製品/自社技術/最新技術動向のレクチャー
- 運用支援、保守の見学
- ユーザーとしての操作、マニュアルチェック
- ビジネスパートナーとのミーティング出席と議事録作成

4. インターンシップの主な狙い

顧客視点の重要性への気づき

- 事業内容、業務内容: 自社製品/自社技術/最新技術動向のレクチャー
- 先進技術: 運用支援、保守
- ユーザーニーズ: ユーザーとしての操作、マニュアルチェック
- ユーザーからの期待と責任: ユーザーからの期待と責任
- ユーザビリティ: ユーザーからの期待と責任
- コミュニケーション: ユーザーからの期待と責任
- ドキュメント作成: ユーザーからの期待と責任
- 情報の切り分けとまとめ: ユーザーからの期待と責任

5-1. 顧客視点はビジネスマインドの基本

ビジネスとは、お客様に、期待以上の価値を提供し続けること

【ビジネスの現場】

- > 正解はお客様次第
- > 状況によってその都度正解は変わる

ギャップ

【研修中の新卒社員】

- > 早く正解を出したい
- > 正解を知りたいがる
- > 正解に向けて解き方を考える

5-2. 顧客視点はビジネスマインドの基本

提出物、社内手続きは「遅れてすみません」では済まされない

【ビジネスの現場】

- > 謝って済む問題ではない
 - ✓ 次の仕事が滞る
 - ✓ 期限に意味がある
- > 信頼できない
 - = 仕事を任せられない

ギャップ

【研修中の新卒社員】

- > 遅れると怒られる(減点される)
- > 謝ればその場は済む
- > 周囲も遅れた(忘れた)から大丈夫

6. 成果

- インターンシップの日報からの抜粋

7. 2009年度新卒研修への反映

- 4月中旬に、新カリキュラムを実施

8. 社会人キャリア力の育成

		新卒採用面接	新卒研修
社会人基礎力	主体性		現状の確認 4月～8月の研修で強化指導、及び評価 配属後の継続フォロー スタンス&ビジネスマインドの醸成
	アクション	働きかけ力 実行力	
	シンキング	課題発見力 計画力 想像力 発想力	
	チームワーク	傾聴力 柔軟性	
		状況把握力 ストレスコントロール力	
社会人常識力	日本語力		日報、スピーチ、プレゼンテーション等で指導
	社会マナー		研修、日々の指導
	時事問題 計算力		スピーチ

最後に

- 産学連携実践教育(インターンシップ)への期待と課題



The One and Only
日本SGIだからできることが、あります。



学生発表



学生を目覚めさせるインターンシップ

田尻 力也

九州大学大学院 芸術工学府 デザインストラテジー専攻
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット

私にとってこのカリキュラムは出会いです。
砂田向亮先生との出会い。
専攻もバラバラな仲間との出会い。
個性豊かな先輩方との出会い。
インターンシップ先での社会の一線で活躍する方々との出会い。

教科書からは学べない人間の在り方を学んだ一年間でした。

インターンシップでの最大の発見は、その全ての方が自分なりの仕事の流儀を持っていたことです。更にそれらの方々はどの学生達よりも自由な思考と仕事に対する情熱を持ち合わせており、業務の時間を使って私たちを教育してくれました。そんな方々と接して自分自身のスタイルを自問自答し続けた一年間でもありました。

「世界は人間が動かしている」という当たり前の事を本当に理解している学生がどれだけいるのでしょうか？少なくとも1年前の私は分かっていませんでした。インターンシップ研修はもちろん論文投稿やコンテンツエキスポへの参加などを通して、このカリキュラムはそんな私の目を覚まさせてくれました。

今回のシンポジウムで、私が経験した事を発表できる事に心から感謝致します。そして、このような取り組みが今後も後輩の為に継続される事を切に願います。

インターンシップ研修先：

株式会社電通九州（2008年8月18日～同年9月12日）

日本SGI株式会社（2008年9月16日～同月26日）

進路：

家電メーカー企画開発職に内定

学生も大学も変わる

三宅 佑治

九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット

私はインターンシップインテリジェンス教育で「志」を学びました。西日本新聞社では「常に弱者の立場にいることが大事だ」と、国立情報学研究所では「社会を変えるのは“若者、よそ者、バカ者”だと教わりました。インターン枠とは別にお世話になったNHKでは「この仕事は社会の矛盾と闘う覚悟をしなきゃ駄目なんだ」という言葉を胸に刻んだのは記憶に新しいことです。お世話になった方々には本当に頭が上がりませんが、せめて私が社会に還元することで恩返しが出来ればと思います。

日本のインターンシップは就職目的の意識が強いのが現状です。しかしながら私は本教育で、就職活動に留まらず、今後の人生における軸（哲学）を学ぶことができたと自負しています。それは「リーダーとして日本を背負い、世の中に貢献したい」という意識です。この思いは本教育を受ける前の自分にはまるで無かったものでした。

大学の運営に携わる方々に申し上げたいのは、大学教育は日々改善されていくべきだということです。本教育はイノベーションの一手段でしかありませんが、「人類の未来を切り拓くリーダーの育成」を進めるのであれば、是非とも導入していただきたいです。

大学教育・改革としてのインターンシップという貴重なインテリジェンス教育の機会が今後とも継続され、ここから将来の日本を担うリーダーが巣立っていくことを心から願っています。

インターンシップ研修先：

株式会社西日本新聞社（2008年8月18日～同月29日）

国立情報学研究所（2008年9月1日～同月12日）

進路：

テレビ全国ネット・ディレクター職に内定

新しい環境を恐れない

森根 光春

九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット

インターンシップは、学生に新しい環境で学ぶための姿勢を示してくれます。研修させていただいたのは、広告とコンテンツに携わる企業でした。常に変化の激しい業界であり、ただ待つのではなく自主的に行動することを必要とされました。また、プロジェクトでは、チームを動かすためにまず率先して意見を主張し、行動して結果を出すことで納得してもらうのがリーダーシップであると学びました。新しい環境で行動すれば失敗はつきものです。しかし、失敗は自身を成長させてくれる課題であると捉え、それを経験として積み重ねることで、少しずつ改善し目標にたどり着けることをインターンシップによって体感できました。

新しい環境に飛び込めば、たいてい慣れないこと、困難なこと、そして失敗の連続です。しかし、インターンシップが、失敗は自分次第で成長につながることに気づかせてくれました。現在、本学のインターンシップ教育を経て、昨秋からドイツのカールスルーエ造形大学にて交換留学をしています。失敗を恐れず成長の課題とする姿勢は、留学という環境でも変わりません。

インターンシップ研修先：

株式会社電通九州 (2008年8月18日～同年9月12日)

株式会社シンク (2008年9月16日～同月26日)

進 捗：

カールスルーエ造形大学(ドイツ)に留学中

コンテンツ業界に興味はなくても

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

学部の頃から建築を学んでいた私は、自分が興味を持ったこの分野に、自分自身を閉じ込めてしまっていた。周りを見ようとせず何かひとつのことを突きつめることしか考えていなかった。それが一番の近道だと思っていた。そんな中なんとなくこのカリキュラムを履修した。最初は回り道のように思えて仕方なかった。本カリキュラムにかなりの時間を割かれていたため、同じ研究室の友人がコンペや研究に励む中、なんでこんなことやってるんだろうと悩むこともあった。しかし、徐々に気持ちが変わっていった。コンテンツ業界というこれまでほとんど関わりのなかった業界に触れ、色んな人と関わりを持ったことで、自分の視野が広がっていくのを感じた。自分が知らないことを次々と吸収することは楽しかった。結果として、建築業界そのものも客観的に見ることができるようになった。自分が本当にやりたいことも明確になった。何より、この一年間で大きく成長できた自分がある。

インターンシップ研修先：

株式会社西日本新聞社 (2008年8月18日～同月29日)

株式会社電通九州 (2008年9月16日～同月29日)

進 路：

不動産業界総合職に内定

人のフリ見て、我がフリ直す

山崎 隆弘

九州大学大学院 芸術工学府 芸術工学専攻
九州大学 先導的デジタルコンテンツ創成支援ユニット

九州大学芸術工学部画像設計学科へと入学、卒業後同大学院芸術工学府へと進学。コミュニケーションのアウトプットを学ぶ学部時代を過ごし、アウトプット以前のコミュニケーションの仕組み作りに関わりたいという想いをもち始めていました。しかし、体系的な知識の学習不足、それに伴う自己表現能力の低さからその想いを人に伝えることが出来ないまま本カリキュラムへの参加表明をしました。

インターンシップでは、西日本新聞社、国立情報学研究所、シンクの3社に各2週間程伺いました。インターンシップという形で社会の中に放り込まれることで、社会人の持つモチベーションや視野の広さを体験的に学習しました。就職活動においても、目指す業界はインターンシップ以前と変わりませんでしたが、話す言葉や書き言葉、一つ一つにインターンシップの経験が役に立ったように感じました。

インターンシップ研修先：

株式会社西日本新聞社（2008年8月18日～同月29日）

国立情報学研究所（2008年9月1日～同月12日）

株式会社シンク（2008年9月16日～同月26日）

進路：

広告業界総合職に内定

インターンシップ・インテリジェンス教育推進シンポジウム
コンテンツ系教育の成果と社会人キャリア力養成の課題

2009年7月13日

著者 有川 節夫
源田 悦夫
川崎 隆生
阿部 泰久
森 祐治
元村 有希子
田中 剛志
内丸 幸喜
横山 修一
齋藤 潤
長井 政典
山地 一禎
安 英珍
原 洋子
田尻 力也
三宅 佑治
森根 光春
柳 竜馬
山崎 隆弘

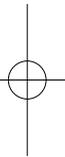
著者・監修 砂田 向吉

編集 阿部 由布子

協力 株式会社西日本新聞社
独立行政法人科学技術振興機構
特定非営利活動法人日本インターンシップ推進協会
社団法人日本経済団体連合会
株式会社シンク
株式会社毎日新聞社
社団法人日本放送協会
株式会社電通九州
国立情報学研究所
SK HOLDINGS
日本SGI株式会社

発行 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
福岡市南区塩原 4-9-1 総合研究棟 402
TEL：092-553-4579

印刷・製本 株式会社ミドリ印刷



ADQAO

振興調整質

