

平成18年度「専修学校教育重点支援プラン」成果報告書

事業名	デザイン・アート専門課程の高度化開発		
法人名	学校法人 服部学園		
学校名	御茶の水美術専門学校		
代表者	理事長 服部浩美	担 当 者 先	清水 眞 TEL03-3291-7400

1. 事業の概要

■事業の主題

デザインとアートにおける高度専門士の教育課程となる「4年制の美術専門課程」の開設を目指し、そのための教育カリキュラムを研究開発することを主題とする。今企業が必要とする人材は、自らが問題を発見し、自らがゼロから考え、発想し、実行する人材である。これは教える・教わる教育システムでは、もう達成できない。根底的なシラバスの改革が必要である。

■事業のねらい

インドの1女子学生が精査な調査報告を行った「BRICsレポート」は、現時点で世界のGDPの約8%を占めるに過ぎないブラジル、ロシア、インド、中国の経済規模が2039年には、経済大国G7(アメリカ、ドイツ、イギリス、フランス、イタリア、日本、カナダ)の合計を上回り、2050年時点でのGDPで中国、アメリカ、インド、日本、ブラジル、ロシアの順になると予想した。しかし現実の中国、インド経済は、その予想を飛躍的に上回って伸長している。こうした激変する世界経済の中であって、日本が従来型モノ生産を中心とする「ハード機能」偏重企業構造のみでは太刀打ちできないことが明らかとなってきた。一方で、少女コミックやホラー映画のハリウッド進出、アニメ映画やTV番組のドラマなどのコンテンツ、高度な携帯メール機能やi-Podの音楽検索機能など、人々を楽しませる「ソフト機能」商品が次々と輸出され世界を席卷している。この市場事実、将来の日本が進むべき道の示唆がある。「ハード機能」から「ソフト機能」へ。こうした世界動向に沿って変化しようとする企業の潜在欲求に答える人材の育成が必要となる。「ソフト機能」は、人々の気持ちを深く見つめる能力に基づいた企画力と、その現実化能力、すなわちデザイン力を有した人材に宿る。美術(アート・デザイン)とは、こうした能力を育成するのに最適の教育分野であることを裏付ける教育カリキュラムを開発する。

■事業の展開

こうした人材を育成するためには、描くこと・表現することの技術習得にのみ偏重していた従来型の「OUTPUT(アウトプット)教育カリキュラム」の視点を脱却し、INPUT(インプット情報収集)視点から科学的な方法論として整理を行い、情報のINPUT→IMAGE CONSTRUCTION(抽出組み立て)→OUTPUTという新しい統合実習カリキュラムが必要となる。インプット、つまり「出された問題に正確に答える教育」から「問題そのものを疑い考える」。インターネット世界に対して根底的にWHY?を問う教育パラダイムが必要となる。今回の実施委員会での全議論や2回の実態調査、3箇所、3ターゲットにおける2回にわたる実証講座の全プロセスを通じて内容は検討された。これらのすべての成果を5回のカリキュラム分科会でシラバス・コンセプトとしてまとめた。

2. 事業の評価に関する項目

①目的・重点事項の達成状況

学校の常識的なパラダイムであった「教える:教えられる」という基本構造で育った人材が、実は社会や企業が期待する人物像と合致していないという発見が大きいものであった。自らが問題を発見し解決方法を創造するという、社会や企業が期待する実践型人材を育成するためには、「テーマ発見力」という、情報INPUTスキルが必要であること、そのシラバス・コンセプトが発見されたことは、大きな成果であった。

①文字から世界を学んだ、従来の順番を逆転させるパラダイムへ。世界を先にタンジブルに体験させる。

②講師は教えるのではなく、ともに問題を発見する。解決策をともに考える。その解決案を学生とともに実制作する。

③その中で必要となるスキルを次々とアドバイスする。そしてそのスキルを教えられる講師と学習コラボレーションする。

②事業により得られた成果

ハード機能から、ソフト機能の開発へ。教わるのではなく、発見して行く学習方法自体を学ぶ。これは学校の成り立ちにまで影響を与えるほどの大きなパラダイムシフトを意味する。従来の学校は、「教える。教わる」というのが基本構造であったこと。これは実は教わったことをやれば良いという傾向の人材を多く創り出していたのだということをも意味していた。その教育の延長線上で社会に出ると、先輩から教わったことを何も考えずに、教わったことだけを金科玉条として、同じことを繰り返して継続してさえいれば、何か仕事をやっているのだと考える、いわゆる「偽ベテラン」が多く生まれる傾向にあった。

しかし毎日変化の激しい時代は、自らが常に状況を把握し、「自分の頭で考える」力が、最も最優先される能力となる。本質的な問題は、何を解決すれば、本来の目的が達成されるのかを常に考えることができる人材、つまりこれからは「自らが学んでいく」という生涯学習の姿勢こそが、もっとも大事だということが再確認された。問題は、どうしたら『「自らが考えることがもっとも大事である」と考えることができる人材』を育てる「理想のカリキュラム」ができるのかということである。そのためには「教える教わるからの脱却」という視点、または新パラダイムが重要であることが発見された。現在学校教育の中心は、「言葉」を通じて世界を学ぶ「座学」が中心である。この場合、世界は文字の中にある。文字を通じて世界を理解する方法論、または教育構造が取られている。同時に子供や大人を知らないうちに教育しているのが、TVというバーチャル情報(かならず誰かが加工した情報またはコンテンツ)である。

バーチャルを正すのは、タンジブルな現実世界である。人が何かをデザインしようと思ったりクリエイイトするためには、スポーツや音楽と一緒に、そして何よりも仕事と一緒に、この現実の世界とダイレクトに向き合うことが必要になる。圧倒的に情報量の多い現実世界に、直接触れることが大事である。

何ギガという情報量があるパソコンでも、香りや渋味やちょっとした表情の変化、たとえば誰かの発言で表情が曇ったりというような微妙な情報を通信することは永遠にできない。なぜならデジタルは、永遠にアナログを目指して発展を遂げているからである。つまり現実というのは圧倒的な情報量でできていて、人はその中で毎日暮らしているのだ。何かに興味が持てないとか、なぜかやることがわからない子供たちは、かならず勉強や仕事ができる人間が通ってきている「基本的で決定的な体験」が欠如しているケースが多い。この欠如した体験の補完こそが「理想のカリキュラム」が目指すものである。

こうした展開の中で、「自らが常に手を通じて考えて創り出す能力」とは、デザイナーやアーティストを総称する「クリエイター」の基本能力であるということにも結びついていった。何かを誰かのために創り出すという体験、もしくは自分が創り出したモノを、誰か他人の目に晒したり批判を浴びるという体験は、文字を通じて世界を理解する方法とは、まったく正反対の構造と方法論の教育法であることを位置づけることができた。今回は、このまったく新しい構造とパラダイムを持つカリキュラムを提案する。

③今後の活用

平成18年度で研究された4年制シラバスのコンセプトは、文字からの学習を捨て、また教室や机上での学習を捨て、社会の中で実践しながらアート・デザイン活動を、誰かのために実践するという過激なものであった。このシラバス・コンセプトの研究は、すぐに現状の3年制にも可能なゼミでフィードバックを行う。平成19年度には現実的な4年間の全カリキュラムを構築する研究へと継続研究する。同時に、企業研究所を学園内に開設し、優秀な人材と共に企業への商品開発研究活動を実験的に行う。また、平成20年度より実際の4年制をスタートさせる。

企業との実際の商品開発における商品化へのプログラム、そして利益や知的所有権などの契約方法をどのような仕組みとするのか。また、まったく始めてデザインやアートを目指す学生を、どのように論理的に4年間で素人の領域からプロの領域に高めていくのか、そのシラバスの実践的な実験が必要となる。また高校への授業実習をどのようにプログラムするのかなど、実際の研究所活動を通じて、講師たちの意識改革を同時に開始する。

④次年度以降における課題・展開

4年制デザイン・アート専門課程カリキュラム・コンセプトは決定した。今後平成20年度の導入に向けて、企業との実際の商品開発における商品化へのプログラム、そして利益や知的所有権などの契約方法をどのような仕組みとするのか。また、まったく始めてデザインやアートを目指す学生を、どのように論理的に4年間で素人の領域からプロの領域に高めていくのか、そのシラバスの実践的な実験が必要となる。また高校への授業実習をどのようにプログラムするのかなど、実際の研究所活動を通じて、講師たちの意識改革を同時に開始する。

3. 事業の実施に関する項目

①ニーズ調査等

実証講座の中で、一人ひとりの指導アシスタントや受講した生徒から、定性調査を実施・分析し本事業の進行に役立てた。それらは報告書に記載した。

②カリキュラムの開発

【テーマ】

「教える・教えられる教育パラダイムからの脱却」(テーマ、開発経緯、対象、手法、開発内容)

■ 開発経緯

美術、すなわちアート・デザイン分野の高度専門士を育成する4年制教育カリキュラムの開発が本事業の目的である。実施委員会において多くの討議を重ねたテーマの核心は「どのような人物が高度な人材」であるのかであった。結論としては、高度な人材は「教えてもらう」のではなく「自らが世界を掴み取り理解していく能力を持つ、または、自らのテーマと答えを導き出せる能力を持つ」、すなわち「自らが学んでいける人材」という定義がなされた。これからの日本の企業が期待していて、世界でも活躍できる人材とは、こうした能力がもつとも必要であるという結論に至った。このとき、従来の美術教育が陥りがちだった「表現するOUT PUT能力育成」に偏向しがちだったカリキュラム・コンセプトとは別に、社会IN PUT能力、すなわち世界または状況を正しく把握できる能力が実用である。正しく把握すれば、正しく問題を発見することができる。その問題の発見こそが、今最も必要とされる能力である。問題を発見すれば解決の方法にまっすぐに進むことができる。このように世界にインパクトを持って提案できる「テーマ発見力」が育成されることが確認された。この「テーマ発見のプロセス」の充実した人材こそが、実は「プレゼンテーション能力＝コミュニケーション構築力」にも優れている。

今回の委託事業は、表題の通り「デザイン・アート専門教育課程の高度化開発」というものだが、そこには大きな条件が課せられていた。それは、「日本で始めてのオリジナル性に富んだカリキュラムであるもの」というものであった。この高度専門教育課程を修得したいターゲットとは、どのような人々なのか。

高校を卒業した後に、または大学を卒業した後であったり、またはデザイン会社で働いた後に再入学したり、または普通のビジネスマンでは飽きたらず新たにデザイン・アートを目指す人であったり、かつてはオフィスで働いていたが、いったん専業主婦となり新たに再就職の道を探す女性であったり、こうした人材が4年制の専門学校で学んだ高度な能力を持つ人材とは、いったいどのような能力を持つ人材なのか、こうした課題をクリアする高度カリキュラムとは、従来の延長線上からの発想では、到底達成されるようには思えなかった。

そこで、議論はOCHABI(オチャビ:御茶の水美術専門学校の通称)の52年間の蓄積の上に開発してきたカリキュラムに潜む、独自の視点の再整理を行うことも重要であったが、いったん従来の流れを離れてみて、「新しい時代に要請される人材とはどういうものか」から議論は始められた。

そこで発見されたのは、恒常的な成長が可能であった変化の少ない時代は、「教えられたことをきちんとやれる人材」(マニュアル文化の背景にもなっていたように思える)が優秀とされた、つまり問題は決まっていて、その回答を正確に答えられる人材が優秀とされた。

しかし毎日情報が洪水のように溢れて、人類史上初めてといっても良い、第4次産業時代を実質的に迎えた日本、つまり誰も予想が付かない激しい変化の毎日の中では、「自らが状況をより正しく把握し、次々と新しい解決策を提案できる人材」が必要という結論になった。

すなわち「覚える」ではなく「学んでいくテーマを自ら発見できる」という大きな教育フレームのパラダイムシフトであった。別の言い方をすれば、問題に対する正解力よりも、問題の立て方自体が正しいのかを問いただし、問題そのものを捕らえなおす能力を通じて、誰もが気づかなかった新しいわくわくとする提案や企画を提案できる人材が求められるということである。

■ 対象

表現のためのスキルアップは、この継続力こそが鍵であることが分かった。継続できる能力は、実はテーマを発見できる能力、すなわち「仕事や世界や人がオモシロイと発見し理解できる力」によって支えられることが確認された。さらに「発見したそのテーマ」を分かりやすく伝えるのに、短い文字(ネーミングやロゴデザイン)や絵(レンダリング、イラスト、コミック)や写真や造形物といった表現スキル＝OUT PUTスキルを持てば、誰もが高度専門士の基本構造を持てることが明らかとなっていった。したがって、ターゲットはあらゆる表現に興味のある 全ての人ということになる。

■手法

①2回にわたる実態調査は、世界に通用するためには、すでに世界を体験したり見てきた講師が、日本を再認識することで起きる「日本の美の再発見」によって、このテーマ発見の深さと面白さを体感することを目的として設定された。新しい商品開発や広告コミュニケーションのテーマを発見できる力は、企業の成り立ちコンテキスト、すなわち企業や業界の「発展ストーリーの段階的コンセプト把握」をすることが必要である。その企業ストーリーをより明確に把握するためには、その企業が生まれてきた日本の道具や産業の歴史の「発展ストーリーの段階的コンセプト把握」が必要なのだ。今回この実態調査は、日本の原点を、もう一度美術的視点で「段階的コンテキスト・コンセプト」として把握しようとする実験であった。この実態調査で西都原の古墳の死者埋葬には、アルタミラやラスコーの世界最古の洞窟壁画に用いられた、辰砂＝朱色が使われていることが発見された。明治以来、333基ある古墳のうち、わずかに開けられたのは30基である。われわれに日本人は、日本の成り立ちを何も知らないことも再認識された。いったいわれわれはどこから来て、どのように発展してきたのか？何も知らない。

②第2回目の奈良は、「青丹よし」という枕詞から始まった。青は深緑で、丹は朱色である。赤は命に関係する人類全体にとって意味のある色なのだ。では、深緑は青銅か勾玉か？万葉の枕詞ひとつも未だに解明されていない。飛鳥時代が西都原と一番異なるのは「仏教の輸入」である。法隆寺の五重塔は、インドの石でできたストゥーパであることを学んだ。石の建築文化が、法隆寺では木の建築物にメタファーする。塔が地震で倒れない工夫としての心柱(しんばしら)は日本の折廻名である。ブッダがなんらかのイベントを行ったことを象徴するストゥーパ塔を、五階建ての木造建築にしたところに日本人の感性がある。五重塔はストゥーパなのだから、当然ブッダのことを伝えている。しかもその伝達は文字ではなく、これもおそらく日本最古の「ジオラマ」なのだ。五重塔の中には当時の仏教のコアであった「須弥山」のジオラマに、東西南北で仏陀の教えが描かれている。日本は、その始まりから文字で伝えたのではない。

③法隆寺は、日本最古の「仏教のテーマパーク」なのだ。この教えの柱となっている「須弥山」が理解されないと東大寺の大仏が、なぜ大きいのか、も理解することができない。日本人は、本当に日本のことを理解できていない。

弥生時代にすでに青銅と同時に鉄のインゴットを朝鮮半島から輸入していたこと、百済観音は完璧に外来人が制作した造形だが、その材料は日本にしかない。日本の歴史は、どのように発展してきたのか、いったい誰がオーソライズするのか？日本の歴史認識の標準が示されていないから、これから日本がどのように進むべきかの方針に、日本中が自信を持ってない。

■開発内容

この自らが答えを導き出せる方法論を論理的に整理したカリキュラムこそが今期待されるコンセプトを持つカリキュラムである。この能力が上がれば、自然とOUT PUT能力、いわゆるスキルアップは、時には生涯にわたる基本の連続的学習によって高度な技術の修得を得ることが可能となる。この発想を元に、カリキュラムの基本構造は、テーマ発見系統ゼミとスキルアップゼミの2系統連動にすることが決定した。

【4年制デザイン・アート専門課程カリキュラム・コンセプト】

1. カリキュラムは、学校の常識的なパラダイムである「教える:教えられる構造」を脱却し、自らが世界を掴み取っていく能力が身につく「テーマ発見構造」を持つものとする。同時に座学、すなわち文字から世界を理解するバーチャル情報型ではなく、実習、すなわち世界にダイレクトに触れ理解し、その場で講師から解説されるタンジブル型カリキュラムとする。

2. 企業が必要とする人材のキーワードは、あらゆるメディアを横断的・戦略的に考えることができる「クロスメディア・デザイン」、それにマーケティングから商品開発コンセプト・デザイン・市場導入広告までを一貫して戦略的に統合できる「アカウント・プランナー」である。こうした能力は、持続的に自らがテーマを発見し、創造的な答えを導き出せる人材が持つもので、従来型の縦割り型ジャンルでの科やコースでは育成できないと考える。従って、学生の個性と能力差によって育成が可能であり、かつ自らが自分のテーマに従ってカリキュラムを組上げられるように、科はデザイン・アート科1科とし多様な能力を育成する。

3. ゼミはテーマ発見系とスキルアップ系の2系統とする。基本的な枠組みは、1年次は、自身のあらゆる可能性を試しながら、あらゆることへの偏見を捨て、あらゆる基本を学ぶスキル系ZEROWAORKを行う。スキル系ZEROWAORKは、さらにドローイング系とデジタル系の2系統に分かれる。2年次は、月曜から金曜午前中に2コマ(1.4時間)展開される「講師別6テーマゼミ」から1ゼミを選択する。午後は12スキルゼミから6ゼミを選択する。

4. 4年生で優秀な人材は、企業研究所に移り、研究所講師と共に実際の企業との仕事を開発する。

	テーマ系ゼミ	スキル系ゼミ
	・商品企画フラッシュZEROWAORK(必修)・特講 ヨーロッパ美術研修	ドローイング系ZEROWAORK(必修)
1年次後期	・メディアZEROWAORK(必修)	ドローイング系ZEROWAORK(必修) デジタル系ZEROWAORK(必修)
2年次前期	・アート1ゼミ+企業別5テーマゼミから1ゼミ選択 ・特講日本原点美研修(高千穂・西都原)	初級12スキルゼミから6ゼミ選択 (アート・グラフィック・プロダクト・映像アニメ・写真・ファッション)
2年次後期	・企業プレゼンテーションWORKを6講師別テーマゼミより1テーマ選択	中級12スキルゼミから6ゼミ選択 (アート・グラフィック・プロダクト・映像アニメ・写真・ファッション)
3年次前期	・高校生指導テーマゼミを6講師別テーマゼミより1ゼミ選択 ・特講日本原点美研修(奈良)	中級12スキルゼミから6ゼミ選択 (アート・グラフィック・プロダクト・映像アニメ・写真・ファッション)
3年次後期	・高校生指導テーマゼミを6講師別テーマゼミより1ゼミ選択	上級12スキルゼミから6ゼミ選択 (アート・グラフィック・プロダクト・映像アニメ・写真・ファッション)
4年次前期	・ポートフォリオ研究テーマゼミを6講師別テーマゼミより1ゼミ選択 ・特講日本原点美研修(京都)	上級12スキルゼミから6ゼミ選択 (アート・グラフィック・プロダクト・映像アニメ・写真・ファッション)
4年次後期	・卒業制作テーマゼミを6講師別テーマゼミより1ゼミ選択	研究所助手へのエントリー開始

③実証講座

【テーマ】

デッサンを通じて世界を詳細に観察する力を育てるスキル系体験の実証講座。そして企業への商品開発を前提とし、絵(=レンダリングと呼ばれる)が従来のようにイラストやコミックのような平面的な、すなわちグラフィカルな表現のみにとどまるのではなく、この形の世界である3次元をプラン的に活用できることを体験的に学ばせるテーマ発見実証講座との2系統を実施する。

【期間】

2月10日11日にスキル系実証講座。2月17日17日20日に、専門美術学生に商品開発の授業を、予め高校生の指導を行うために学ぶという高い意識付けを行ったうえで、緊張感を持ってテーマ系の実証講座、都合5日間の講座を行った。

【受講者の属性・受講者・場所、受講者の反応】

■2月10日11日のスキル系講座は、美術初心者を中心とした。デッサンは鉛筆の削り方から初めて、モチーフの石膏をいきなり描かせる。座学から始まらずに、一気に描く体験から始める。「アートは特別」なものという思い込みを崩壊させる。同じ教室内でイラストの指導も行き、生徒は相互に違う授業を肌で感じながら、時たまはのぞいたりしながら、違うスキルがあることを体験的に知るスクランブルメソッドを実験した。

■2月16日は、19日20日に実施される高校生への指導を前提とした、専門美術学生への商品開発授業を実施。学生たちは自分たちが教えるという目的をモチベートされているので、非常に高い集中力で授業を学んだ。授業後に、どのようなツールが必要かを議論させ、自分たちで教材を開発させた。これ自体が自然と復習的な深い理解を進める。

■2月19日は、美術コースが完備された神奈川の私立高校のデザイン科の生徒24名を6チームに分けて指導。開発商品は「ウェアラブルな時計」をベース商品とした。トレンドテーマは「けもの」とし、実際の企業で行われている開発のシラバスとした。生徒と同時に高校教師も参加。感想で非常に「十分に準備された教材」の大切さ、「講義系が多い中、実践的で実習的な授業は、多くの気づきがる」と好評であった。学生たちは嬉々として授業を受けた。ほぼ全員が始めは戸惑ったが、分かり始めると非常に面白いことが分かったとの感想が大半であった。終了後に、その高校で行われている商品開発モックアップの講評を行った。しかし、今回の実証講座で、あきらかにパターン化された発想を破ってもいいことを学生たちが気づくと、もっとどうすべきかを自分たちで語り始めた。講評も講師が一方的に行うよりは、インタビュー型が効果的である。

■2月20日は、埼玉県普通科の高校生17名に、まったく19日と同じ内容の商品開発授業の実証講座を行った。確かにスキルは19日の美術学生のほうが高かった。しかし、発想においては、普通科であっても一歩も引けを取ることはなかった。仕事の表面的な説明ではなく、具体的に商品というようなモノづくりを通じて、つまり消費者という受け手の発想から、創り手という送り手に視点移動した途端に、未成年の自分であっても社会に参加したり、社会を変えても良いのだ、変えることができるのだという参加感が生まれる。これが若者と社会との距離感を一気に縮める。

④その他 可能であれば、今回の教育視点を、中教審などに報告し議論が起きればと考えています。

機会を与えていただければと思います。

体験から学ぶことのシラバスは、それぞれの学校や教育機関で行えばよいが、ワシントンDCのスミソニアン博物館コンセプトのような、日本の歴史を、子供たちが、タンジブル(触れるよう)に体験できる「JAPAN歴史博物館」が、今日本にはない。日本の道具や技術の歴史を、この国の始まりからまとめて実物を見れる、触れる、そのようなたとえば法隆寺のテーマパーク性のように、日本の子供たちが体で体験理解できるような、そのような博物館の企画建設が急務ではないか。

そうした基準がないままでは、先生や講師などの教える立場の人間は、「日本の正しい歴史認識」のスタンダードを持たないまま、それぞれの個人商店方式で、バラバラな自分の狭い知識だけを生徒に勝手に押し付ける教育をつづけるしかない。日本にとってほんとうに危険な教育状態が加速されることになる。日本の歴史をまとめる仕事を国家的規模で行う、一考をご提案したい。