

令和3年度 経済産業省「大企業等人材による新規事業創造促進事業 (創造性リカレント教育を通じた新規事業創造促進事業)」 事業報告書

株式会社コンセント

本稿について

本稿では令和3年度「大企業等人材による新規事業創造促進事業(創造性リカレント教育を通じた新規事業創造促進事業)」において試行的に提供された授業プログラムとその結果の報告を行い、また、その分析から作成された自学自習プログラムの編集方針やコンテンツについて報告するものである。

Table of Contents

1. 事業方針
2. 事業のコンセプトとプロセス
3. 受講ターゲット選定と募集から参加までのプロセス
4. 授業の提供内容について
 - (1) Day 1－観察力
 - (2) Day 2－批判力
 - (3) Day 3－構想力
 - (4) Day 4－課題を設定する
 - (5) Day 5－パーパス
 - (6) Day 6－コンセプト開発
 - (7) Day 7－現実への展開
 - (8) Day 8－最終プレゼンテーションと講評
5. 事業の評価分析
6. 自学自習コンテンツの設計方針

1

事業の実施方法

【本事業の背景と課題】

既存のビジネスの枠組みの中での創造性の軽視

- 既存のビジネスモデルや技術の延長線では消費者のこれまで以上のニーズを十分に満たせなくなっている。
- 既存事業を多く抱えた企業は、組織として効率性を重視する傾向にあり、新規事業の創発に必要な創造性が相対的に軽視されてきた。

創造性というものに関する誤解や偏見、取り上げられる際の偏った視点

- 創造性に関する重要性の認知は次第に高まっているものの、創造性は一握りの才能ある主体にのみ宿るといった誤解や、特定の思考法への偏重はいまだに多く見られ、また、創造性を発揮するためのプロセスや思考法が重視され、認知バイアスとの向かい方やチームメンバーとの協同といった創造的な態度の育成や組織文化づくりは一般に軽視される傾向がある。

本事業での与件

(1)教育プログラムの提供

デザイン思考やアート思考といった特定の思考法にとらわれず、善や美を追求する人文知の活用など、多様な視点を調和・統合させることを通じて、新たな関係性を見いだすPBL型の創造性プログラムを提供する。また、誰もが固定観念やバイアスを持っていることを認識し、まずは五感を駆使して直観的把握をもって物事に向き合うとともに、チームメンバーの考えを尊重しながら、互いに問いかけ合うといった創造的態度も身につけられるプログラムとする。

(2)研修事業の組成

上記(1)の教育プログラムをケーススタディのように汎用性のあるものとして作り込む。具体的には、詳細なペルソナ企業を設定し、課題設定から課題解決のプロトタイプ作成に至るまでの一連のプロセスを研修事業として組成し、受講生をトレーニングする。

(3)オンラインでの公開

上記(1)及び(2)の成果をオンラインで公開し、関心のある人が研修を自由に受けることが可能な環境を整備する。

2

事業のコンセプトとプロセス

「創造的思考力」を個から企業へと接続する循環型育成プログラム

Value Creation Program

CONCENT



企業、行政に在籍する次世代経営者候補層を中心に「創造的思考力」を装着するスクール形式のプログラムを開発。

修了後にはプログラム独自の修了証を発行する。

アート・デザイン思考にとどまらない、創造的思考力と現代社会に対する広範な知識を基盤として、現代文明のグローバルかつ加速度的、不確実な変化の中で、美術・デザイン領域を超え、広く、企業課題、社会課題の発見から解決。新たな価値の創出を行いつつ観察力、批判力、柔軟な発想や構想力を有し、かつそれを高度に実践できる実行力を備えた人材を育成。

[授業の立て付けの初期想定]

対象人材イメージ

創造的思考力を持つことで組織内外に影響を及ぼすリーダーシップを発揮しうる人材。主に企業等の次世代経営者候補や地域課題に取り組む行政関係者など。

受講資格

社会人として5年以上の企業の在籍と業務実績を有していること、またはこれに準ずる能力などを有すると認められること。

修了要件

原則としてすべての授業に出席し合計48時間の履修プログラムを修了し、最終プレゼンテーション資料を提出した受講生を修了したものと認める。

学習時間

48時間

1コマ6時間×8コマ

受講期間

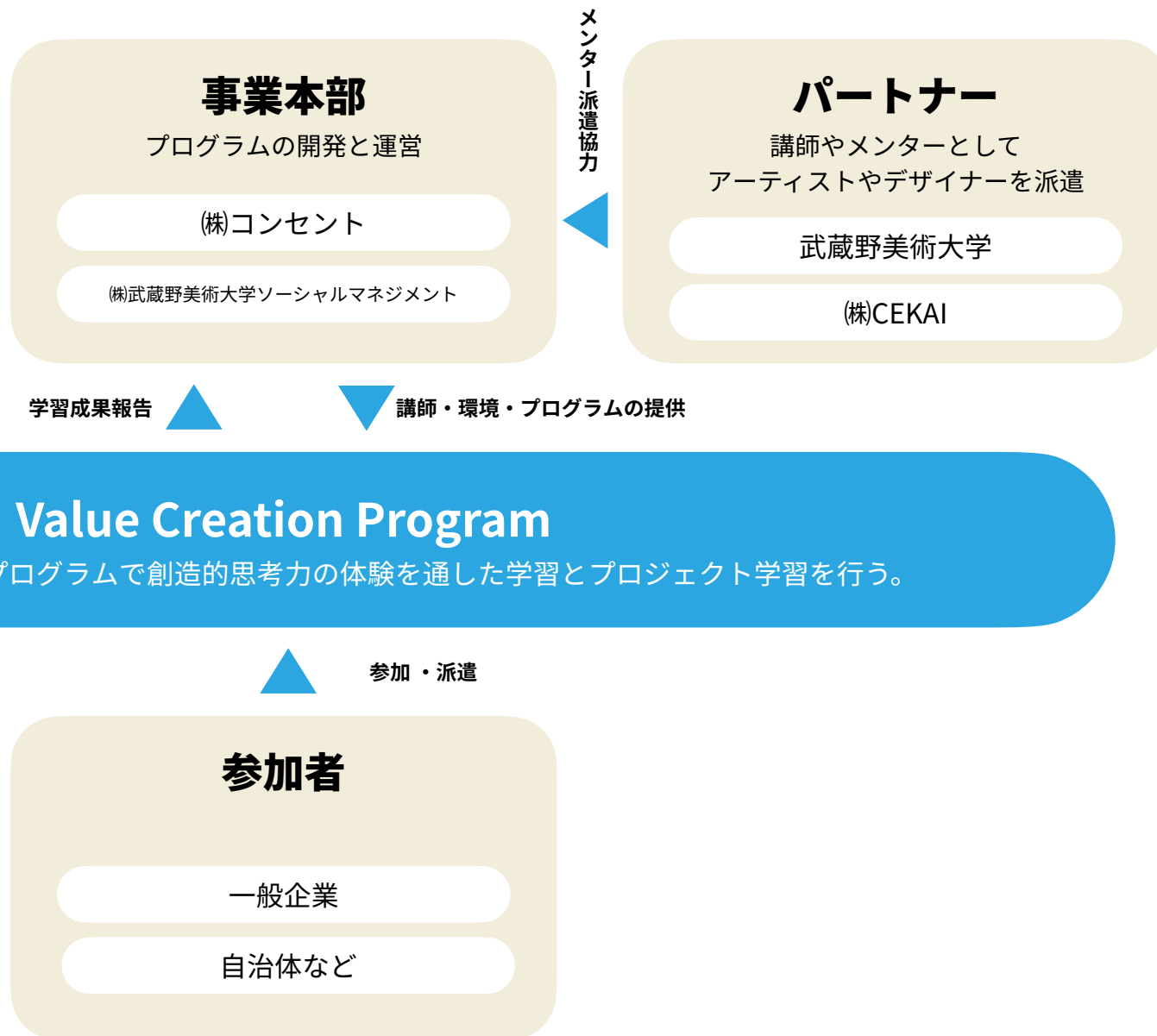
約2ヶ月

受講者定員

**1回あたり24名程度
4名×6チーム**

事業の概要・概念図

本プログラムでは個人の創造的思考力や共創的姿勢を育てるとともに、その学びの成果を社会に発信還元していくことを目指す。



社会を取り巻く問題は不確実かつ複雑になっており、これまでの既存の課題を解決するアプローチだけでは不十分になりつつある。産業界においても、課題そのものを発見する「課題発見力」を持つ人材が求められている。

VUCAの時代

-不確実かつ複雑化する社会-

Volatility	(変動性・不安定さ)	: 常に変化し続ける社会に対応できるかどうか
Uncertainty	(不確実性・不確定さ)	: 先が見えない状況に適応できるかどうか
Complexity	(複雑性)	: 複雑な状況の中で本質を見極めることができるかどうか
Ambiguity	(曖昧性・不明確さ)	: 曖昧な状況において未来を構想できるかどうか



既存の課題解決だけではなく、課題そのものを発見できる人材が求められている。

課題解決型人材

【求められる人材像】

- ・ 既知の課題を整理することができる
- ・ 論理的思考で課題を解決することができる

【人材要件】

- ・ データを収集し分析ができる
- ・ 論理的思考ができる
- ・ 意思決定ができる

+

課題発見型人材

【求められる人材像】

- ・ 不確実で複雑な状況の中で、既存の常識を疑うことができる
- ・ 新しい事業や製品・サービスの起点となる本質的な課題を発見する創造的思考力を持つ

【人材要件】

- ・ 多面的に物事を見ることができる → 観察力
- ・ 常識を批判的に捉えることができる → 批判力
- ・ 無から有を構想することができる → 構想力

Value Creation Program 本質的課題をアート思考で掴み、解決方法をデザインする能力を開発する。

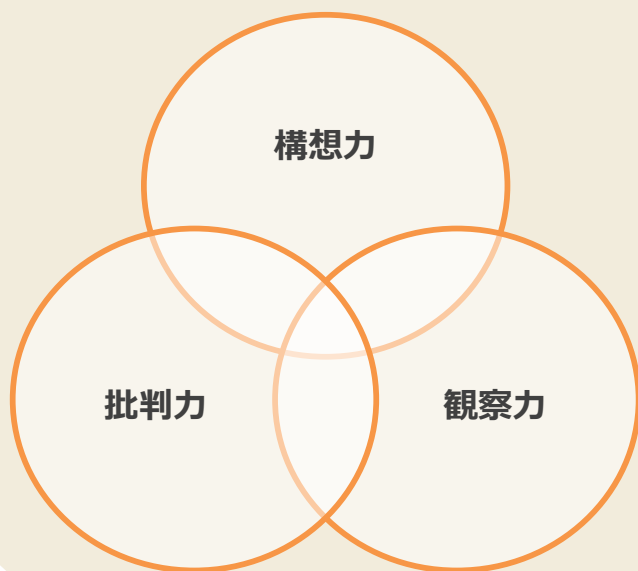
美術を総合的な人間形成をもって成るものとする教育理念に基づく武蔵野美術大学の造形教育は、これからの社会に強く求められている創造的発想、思考力、自主性、人間性、表現力を育むものである。本プログラムでは、その蓄積を基礎に、美術・デザイン領域のみならず、広く社会問題の解決や新たな人類価値の創出を行いうる柔軟な発想や構想力を有し、社会に対し価値創造に寄与する人材を養成すると共に、個を通し企業や地域、社会と創造的人材との連携を推進する取り組みを目指す。

身に付けることができる知識・技術・技能・能力等

「21世紀のリーダーシップに必須となる課題発見のための創造的思考と課題解決への基礎力」

課題発見のための創造的思考力

アート/サイエンス 思考



本質的課題の設定

課題発見のための創造的思考力

構想力 あるべき未来をビジョンとして描き出す能力

観察力 日常から新しい意味を見出す能力

批判力 自らの思考のバイアスを乗り越え、本質的な問いを導く能力

講義・ワークショップとPBLによって上記3つの力を得ます。企業とクリエイティブ領域で活躍する同年代人材との協働により、多角的で本質的な「問い」の創造的思考力を装着します。

講義、オンライン学習と議論によるアクティブラーニングとPBL、演習/グループワークを実践。

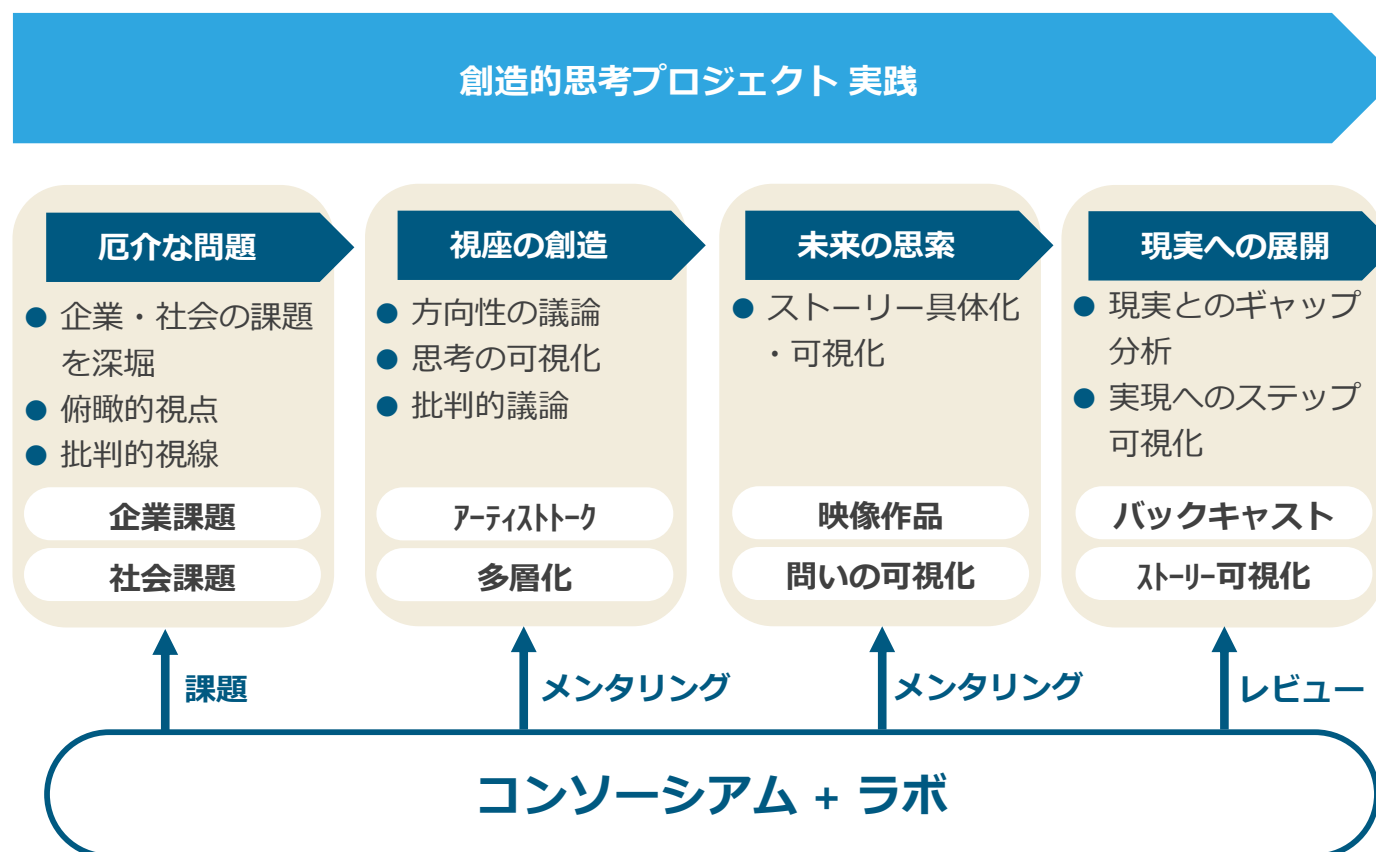
創造的思考力を身につけ、企業や社会の本質的課題を定めるための能力開発をゴールとし、講義と演習を行う。

また、定義した課題の解決に向けて、個人と組織に対し実行力を装着することを志向していく。

※追加プログラム：造形基礎プログラム、デザインスキル基礎プログラムを本学通信教育課程のカリキュラム併用を検討。

※発展プログラム：コンソーシアム企業、派遣先企業の課題解決に対して有効なスキームを提供するプログラムを検討。

学習プログラムの流れと概要



価値創造人材育成のためのPBLと創造的思考ワークショップ

【創造的思考プロジェクト実践（PBL）】

創造的思考プロジェクト 実践

コンソーシアムから提示される課題を批判的思考プロセスを通じて見直ししながら、個人の視点として捉えなおし、そこから未来へと発想し、試作（プロトタイピング）しながら具体化するプロジェクトを実践する。さまざまな現役のアーティスト・デザイナーによるメンタリングによって、幅広い視点から議論を行う。

【創造的思考/課題解決基礎（ワークショップ）】

創造的なマインドセット、視点、発想力、観察力、批判力を総合的に身につけるワークショップ。
プロジェクトベースラーニングに先駆けて、アンラーニング（既存の価値観からの脱却）のために実践する。

構想力 ワークショップ

具体的な「構想」を描き出す力を身につけるワークショップ。インプットされた情報をもとに、アイデアを文脈を持ったストーリーとして描き出すトレーニングを行い、ビジョン構想力を身につける。

観察力 ワークショップ

フィールドワークを通じて観察した日常から新しい意味を見いだすワークショップ。
課題発見のための視点や多様な解釈を生み出す思考力を身につける。

批判力 ワークショップ

自らの思考のバイアス（偏見）を自覚し、乗り越え、本質的な問いに結びつけるためのワークショップ。
自らの関心事を相互批評を繰り返しながら新しいビジョンにしていく過程を通じて批判的思考力を身につける。

<指導体制に関して>

デザイン実務経験者、創造性に係る学識経験者、アーティストなど多様な背景の人材で学生の学びを支援する。

プログラム開発運営

- 学習プログラムの詳細は株式会社コンセント、株式会社武蔵野美術大学ソーシャルマネジメント、および武蔵野美術大学と主任講師で討議し設計を行った。



参加者の募集やプログラムの運営、参加者からのフィードバック分析は株式会社コンセントと株式会社武蔵野美術大学ソーシャルマネジメントで遂行した。

コンテンツ開発運営

- 自学自習のためのコンテンツ開発は株式会社コンセントの編集者、ディレクター、デザイナーが行った。
- 学習コンテンツのスムーズな作成のため、すべての授業に株式会社コンセントのコンテンツ制作担当も参加した。



講師

講師は創造的視点をビジネスの現場で活かすワークショップの運営と指導のため、アート教育に造詣の深い美術大学の講師と企業における実務でクリエイティブプロジェクト推進の多数の実績を持つクリエイティブ・ディレクターの2名を主任講師としてアサインした。

メンター



プログラム前半の創造的思考の基礎を身に着けるワークショップでは現役のアーティスト5名による指導を行った。

プログラム後半の創造的プロジェクト発表、事業コンセプトのプレゼンテーションを行う段階で前半とは別の創造的思考でビジネスを実践する経験を持つ6人のメンター陣でチームごとのフォローを行った。

<社会人が受講しやすい環境整備等>

武蔵野美術大学の市ヶ谷キャンパスを拠点に展開。

アクセスの良い市ヶ谷キャンパスを拠点とする。クリエイティブ人材とのメンタリングは平日夜間・土日に実施。場所やオンラインシステムの提供、参加者の働き方等に合わせた環境整備を行う。

市ヶ谷キャンパス



社会人が学びやすい環境作り

最新IT機器による高度な**オンライン授業**を展開

プログラム実施時間の**夜間開講**

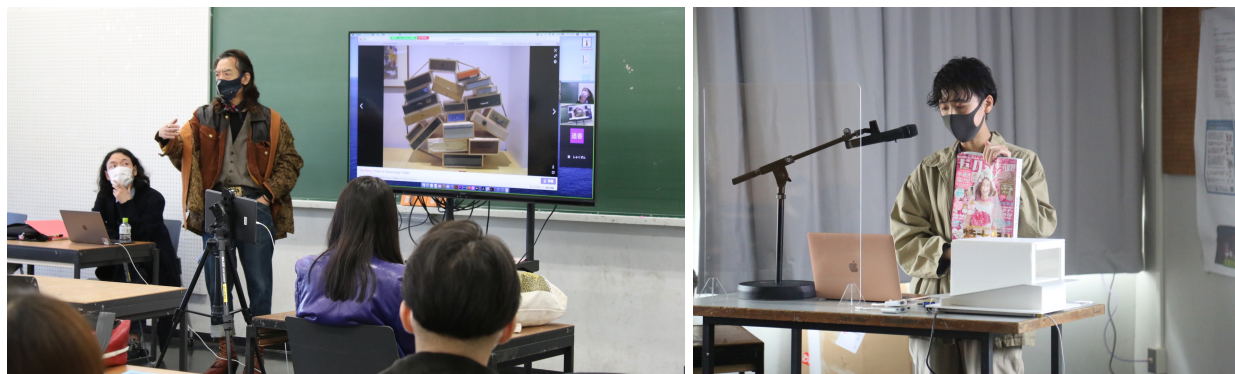
休日のスタジオ・キャンパス利用が可能

武蔵野美術大学が1951年より継続している通信教育のスキームを活かし遠隔でのプログラム参加を可能にする。

本学は、日本で最初となる美術学校による通信教育を1951年より開設している。

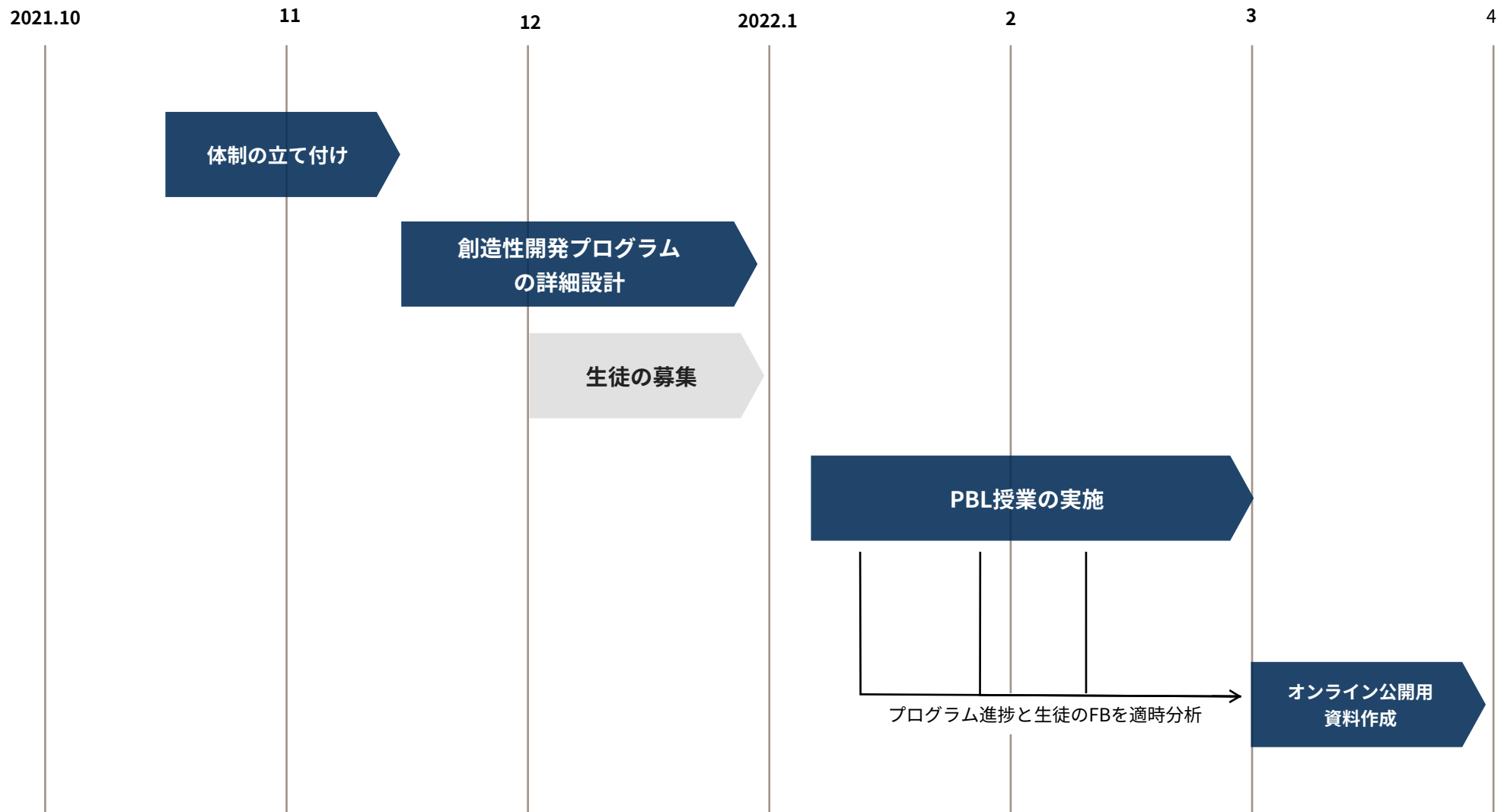
通信教育は、「生涯学習」のイメージが強いが、実際は通信生の約半分が20-40代で何らかの職に就いており、学び直しを目的とした学生が増えている。50年以上蓄積した通信教育による丁寧な指導スキームを活かし、遠隔でのプログラム参加を可能にする。

オンライン授業の様子



事業の全体マイルストーン

本事業においてはCOVID-19の状況も踏まえオンラインでの社内外コミュニケーションとプロジェクト遂行を前提とするとともに、不測の事態においてもプロジェクトを円滑に遂行できるようプロジェクト状況やリスクについて共有し人員の入れ替えなどスムーズな対応ができるように留意する。



参考：事業遂行者のプロフィール

株式会社コンセントの組織概要

当組織においては2000年以降から人間中心設計の理念に基づいたユーザー体験デザインの実践および普及・啓蒙の取り組みを行ってきた。また、それをより組織や事業全体に広げていくサービスデザインの実践を2011年より行ってきた。現在サービスデザインの組織は拡大し、UXデザインやサービスデザイン、デザイン思考、ビジョンデザイン、意味のイノベーション、アート思考等に関するプロジェクト経験や知識を有するメンバーは20名以上組織に在籍。

また当組織は1971年の設立以降47年の歴史を持ち、時代に合わせてそのデザイン対象領域を変化・拡張してきた。組織全体規模としては200人以上の人員を有し、組織規模に応じ、専門の経理・法務などの機能を有し、情報管理や契約処理能力を行っている。

CONCENT

創業 1971年

従業員数 228名（2021年6月1日時点）

資本金 2000万円

主な事業内容

事業開発・組織開発支援などサービスデザイン／UXデザイン／UIデザイン／ウェブサイト構築・設計・運営支援／ウェブサイトガバナンス支援／印刷情報媒体の企画・編集・制作／雑誌、書籍のエディトリアルデザイン／デジタル教材開発／動画・VRなどインタラクティブコンテンツ開発／インクルーシブデザイン／その他付随する業務

AZグループ

コンセントを含む当社グループには下記2社の出版社を含む5社で構成されている（当社株式会社コンセント／BNN新社／フィルムアート社／株式会社PIVOT〔システム開発〕／株式会社SIXTANT〔ITコンサルティング〕）。コンセントおよび本事業の従事予定者はグループ出版社の海外書籍のレビューなどに日常的に協力しており、本事業においてはこれら出版社の人的/ナレッジネットワークを活用することが可能である。

AZグループの出版社および出版物の例



事業遂行パートナーについて（プログラム開発と運営パートナー）

武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所

（英語名称：Musashino Art University Research Center of Social Creative）

【目的】

激しい環境の変化や未来が予測しづらい現代が抱える課題を、研究所が企業、地域、行政、教育の壁を超え、領域横断的に取り組み、ビジョンとプロトタイプを研究提案することで、社会問題の解決や新たな人類価値を創出する。

【事業内容】

【教育研究活動】

1. 研究の企画、実施
2. 外部機関と連携した研究の推進
3. 外部機関との協力、提携、交流

【普及振興活動】

1. 研究会、シンポジウム、啓蒙活動の企画、実施
2. 研究成果の公開

【研究者の構成】

1. 専任研究員（造形構想研究科の専任教員、客員教員）
2. 客員研究員（外部機関からの受け入れ）
3. 協力研究員（外部機関からの受け入れ）

【研究のビジョン】

日本をデザインする Designing Japan

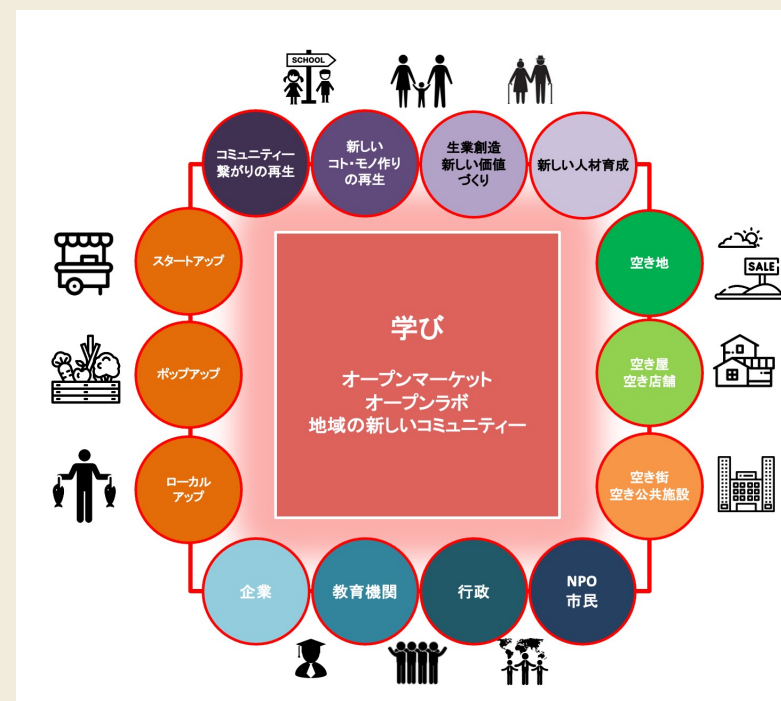
行政サービス、自治体など、日本にはまだデザインされなければならない分野が残されている。新しいデザインプロジェクトを通じて、これからの日本のビジョン、行政のありかたをデザインする。

これからのデザイン教育 Design Education for Everyone

「デザイン」の領域は、すでにデザイナーだけのものではない。市民、ビジネスパーソン、行政官、教員、小中高生など、すべての人のためのデザイン教育をデザインする。

ライフスタイルデザイン Designing the Future Life

衣食住といった生活、ITによって変革しているコミュニケーション、Work as Life時代の働き方など、今、我々の価値観は大きく書き換わっている。さらに先のこれからの社会ビジョンをデザインする。



社会の学び創造へ

事業遂行パートナーについて（メンター派遣）

日本の美術大学で最大規模の卒業生ネットワーク

①卒業生組織である「武蔵野美術大学校友会」は、全都道府県・アメリカ・韓国・台湾・中国華東支部に支部を持ち、会員数は**7万人**を超える。「大学ランキング2022」（朝日新聞出版）によると、日本の美術大学で最高位にあるが、全大学でも101位に位置する。
全国のクリエイターネットワークとしても国内最大級。

②卒業生は、アーティスト・デザイナーだけでなく、様々な分野で活躍している。「大学ランキング2022」（朝日新聞出版）によると、「社長出身ランキング」で本学は137位と美術大学ではトップの位置にあり、女性社長ランキングでは全大学で48位と高い位置にある。



校友会の主な活動として、会員情報の把握・保護を行っており、校友会システム（会員データ管理システム）昭和8年度、帝国美術学校の卒業生から現在までの卒業生情報を把握し、個人情報保護法に則して、保護・管理・更新をしている。

WEB、会報誌、SNS、イベントなど様々なメディアを使い、交友の活動を紹介。地域世代を超えたネットワークを構築。

事業遂行パートナーについて（メンター派遣）

CEKAI,BAUSによるクリエイターとのネットワーク

CEKAIについて（世界株式会社運営）

約100名の独立したプロフェッショナルクリエイターが所属

デザイナー

アーティスト

建築家

イラストレーター

カメラマン

スタイリスト

編集者

映画監督

アニメーター

クリエイターを多角的にバックアップする約30名の専門組織

専属マネジメント

プロダクションポイント

バックオフィス/知財サポート

スペース/機材サポート

3箇所のクリエイター向けコワーキングスペース運営



東京



京都



US/LA

NIKE, Disney, IKEA, FENDI, UNIQLO等企業と
国内外、年間約300のクリエイティブプロジェクトを運用

BAUSについて（株式会社モーフィング運営）

約27,000件のクリエイティブプロジェクトデータベース



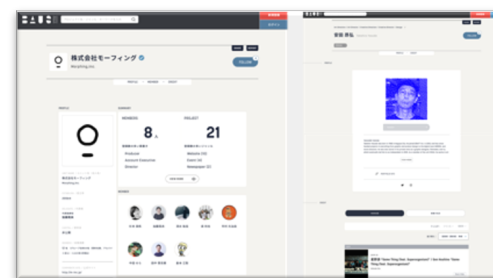
広告クリエイティブ

製品/サービス

アート作品

映画/映像

約29,000名の制作者（個人/企業）クレジットデータベース



企業/ユニット

クリエイター

制作オファー

実績確認

フォロー

年間160プロジェクトで利用、1000名を超えるクリエイターと企業の
つながりを生み出しています。（2019年度）

【社名】 世界株式会社 / 株式会社モーフィング（2社ともにC株式会社のグループカンパニー）

【設立】 平成18年4月 【代表者】 加藤晃央 / 井口皓太 【資本金】 1億円（資本準備金含） 【本社所在地】 東京都渋谷区

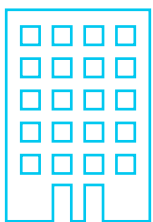
3

受講ターゲット選定と募集から参加までのプロセス

本事業のターゲットペルソナ企業 & 想定参加者

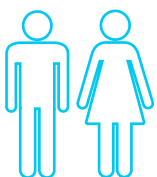
主にイノベーションを重視し取り組みを行っている大企業を対象として、組織への影響力、現場での変革活動の推進力等を勘案し、次世代の幹部候補となり得る中堅人材をターゲットとする。

参加企業ターゲット



- 受託企業であるコンセントで連携し支援している企業のうちイノベーション人材の育成に関心の高い企業や自治体など
- 事業のパートナーである武蔵野美術大学と産学連携している企業など

参加者セグメント



若手社員の場合には影響を及ぼせる範囲が少なく、また学んだことをもとに独立や転職の機運が高まる可能性があり、このような人材は別のプログラムを対象とする方が良く、一方で、シニアレベルの社員の場合には現場にトップダウンで仕組みを実現していく遂行力はあるものの現場とのすり合わせは結局必要となる。そのため、現場と経営の意思をつなぐ役割を担いうる中堅人材をターゲットとした。

募集プロセスと結果

- ・ イベントプラットフォームPeatix (<https://peatix.com>) を使用しプログラムへの関心の高いと想定される企業へのクローズド募集を2週間ほど行った。
- ・ 実際に募集を開始したところクローズド募集の段階で定員24名に対して3倍近い人数の応募があったため、結果的には10名参加者枠を増やして、34名を本事業の参加者として受け入れることとした（コロナ禍により1名参加者の辞退があり、最終的には33名となった）。

[illegible]

実際の応募企業の業種

本事業を進める中で多様なバックグラウンドの人々との交流やコラボレーションを促進することから、多様な業種の方々が参加した。

- 自動車関連企業
 - インフラ企業
 - 金融関連企業
 - システムインテグレーター
 - 商社
 - 医療関係
 - 食料品
 - デジタルプラットフォーム企業
 - メディア企業
 - 自治体
- など

4

授業の提供内容について

実際の学習プログラムの提供環境について

- 本プログラムでは座学で学び議論するだけでなく、身体を動かして試行錯誤することを重視した。そのため武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパスの会場にはダンボール、ハサミ、その他多様な文房具や工具を取り揃えて、自由に道具を使いながら表現を通して学んでいく環境を用意した。
- 全ての回を武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパスで対面で実施の予定だったが、第3回のみコロナウィルスの感染状況が悪化していたことからオンラインでの開催となった。オンライン開催においてはZoomというオンラインミーティングツールを用いた。オンラインであっても生徒同士の盛んなディスカッションを促し、講師と生徒のやり取りからの学びの機会を創出するためにブレイクアウトルーム機能などを活用した。

- 手を動かし試行錯誤するためのツール類



- 武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパスの講義環境

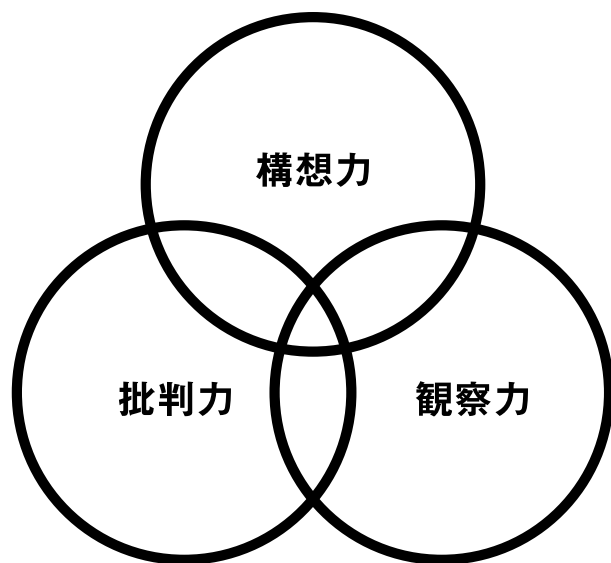


学習プログラム全体の進行と詳細

学習プログラムは概ね初期に設定した以下の進行表に沿って進化した。

		仮日程	2022/1/15	2022/1/22	2022/1/29	2022/2/5	2022/2/12	2022/2/19	2022/2/26	2022/3/5
			Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6	Day7	Day8
		講義内容シラバス	観察力 ワークショップ ふだんの自分の視点がいか に無意識の前提や制約に縛 られているか気づき、なに が見えていないかを知る。 # デベイズマン # 異人の視点の獲得	批判力 ワークショップ 観察力で学んだことを踏ま え、新たな視点で他者に対 して前提への「疑い」を誘 発する仕掛けを考える。 # 罣を仕掛ける # 違和感を誘発する	構想力 ワークショップ 前2回の学びに加え、時代認 識、テクノロジー、メディ ア文脈を踏まえてものごと の新しい繋がりのある方を 構想する。 # スケール # ネットワーク	実践PBL 課題の設定 チームで取り組むべき身近 な課題の探索と発見 # 少しずらす # フィールドワーク	実践PBL 視座の創造 自分たちがなぜそのテーマ に取り組むのか、理由の言 語化。またメンター（デザ イナー/アーティスト）への オリエンテーション資料を 作成する # パーパス # 成功のイメージ	実践PBL コンセプトの開発 2日目で用意したプレゼンテ ーションを用いて共同ワー クのメンターが参画するグ ループを選んでもらう。 # メンター顔合わせ # マッチング	実践PBL 現実への展開 最終プレゼンテーションに 向けて制作を行う。 # 自由制作 # プロトタイピング	実践PBL 成果発表 全体の日程での学びを踏ま えた講評とレビューを行う # プレゼンテーション # 相互議論
		得られる学び	普段と異なるモノの見方をすると いうこと	異なる視点やそこからの発想を他 者にしかける考え方	社会状況や時代認識を踏まえた概 念（コンセプト）の構想のための 考え方	主体性を持って関与できるテーマ の探し方	テーマの重要性をいかに他者の共 感を呼ぶナラティブに落とし込む かの考え方	・プレゼンテーションとチームビ ルディングの方法論 ・コンセプトの創出	プロトタイピングの各種方法論	全体を通した新しい概念（コンセ プト）を反映した事業の発想と伝 え方
1H	10:00-	30min	講師自己紹介 & オリエン 観察力講義	批判力 講義	構想力 講義	講師自己紹介 & オリエン	パーパス講義	アジェンダ共有と メンター自己紹介	アジェンダの共有とQA	アジェンダの共有とQA
		30min							プロトタイピング計画	プレゼンテーション準備
2H	11:00-	30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	個人ワーク/身近な問題の整理	取り組む問題の共有	プレゼンテーション	プロトタイピング計画	プレゼンテーション準備
		30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	チーム発表/自己紹介	取り組む問題の共有	プレゼンテーション	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
	12:00-	休憩								
3H	13:00-	30min	中間講評	中間講評	中間講評	テーマの議論	講師からのインプット	マッチング検討	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
		30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	問題の探索	講師からのインプット	チームの再キックオフ	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
4H	14:00-	30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	問題の探索	取り組む問題の再検討	コンセプト開発	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
		30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	問題の探索	取り組む問題の再検討	コンセプト開発	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
	15:00-15:30	休憩								
5H	15:30-	30min	本ワーク	本ワーク	本ワーク	問題の探索	オリエン資料準備	コンセプト開発	プロトタイピング作業	プレゼンテーションと講評
		30min	講評	講評	講評	課題の決定	オリエン資料準備	プロトタイピング方法論講義	プロトタイピング作業	最終講義
6H	16:30-	30min	講評	講評	講評	課題の決定	進捗レビュー	プロトタイピング計画	プロトタイピング作業	最終講義
		30min	講評	講評	講評	リフレクション	リフレクション	リフレクション	リフレクション	リフレクション
		担当講師	石川卓磨	石川卓磨	石川卓磨	萩原幸也	萩原幸也	萩原幸也	萩原幸也	萩原幸也
		メンター・ ゲスト講師	アーティストによる指導	アーティストによる指導	アーティストによる指導	なし	岩崎 博論	アーティスト・クリエイタ ーによる指導	なし	岩崎 博論、長谷川 敦士

第1回～第3回 創造的思考力の基礎



創造的思考力の基礎

- 構想力 あるべき未来をビジョンとして描き出す能力
- 観察力 日常から新しい意味を見出す能力
- 批判力 自らの思考のバイアスを乗り越え、本質的な問いを導く能力

第1回	「観察力を鍛える」	普段の自分の視点がいかに無意識の前提や制約に縛られているかに気づき、なにが見えていないかを知るワークショップです。
第2回	「批判力を鍛える」	観察力で学んだことを踏まえ、新たな視点で他者に対して前提への「疑い」を誘発するために、どう仕掛けるかを考えるワークショップです。
第3回	「構想力を鍛える」	時代認識、テクノロジー、メディア文脈を踏まえてものごとの新しい繋がりの方を構想するワークショップです。

第1回「観察力を鍛える」の授業の要旨

普段の自分の視点がいかに関意識の前提や制約に縛られているかに気づき、なにが見えていないかを知る。

観察力

複数の文脈で観察する

デペイズマンとは「人を異なった生活環境に置くこと」、転じて「居心地の悪さ、違和感；生活環境の変化、気分転換」を意味するフランス語。美術用語としては、あるものを本来あるコンテクストから別の場所へ移し、異和を生じさせるシュルレアリスムの方法概念である。

ここではこの概念を転用し、複数の「文脈」を観察し、組み合わせることで、創造性を向上する効果が狙われる。

ポイント

観察力とは単に目の前のものを観察するだけではなく、モノや場所がモノや場所が持つ異なる文脈を理解し、大胆に組み合わせることで創造性を学ぶことがポイントである。

課題

- 任意のモチーフAを選択し、それをBの場所に持っていく、スケッチしなさい
- 椅子を別の言葉にして言い換えてみる（シソーラス）



第1回「観察力を鍛える」の授業の要旨



受講風景



受講風景

第2回「批判力を鍛える」の授業の要旨

観察力で学んだことを踏まえ、新たな視点で他者に対して前提への「疑い」を誘発するために、どう仕掛けるかを考える。

批判力

無意識を批判する

人間の行動や欲望の無意識が周りのものごと
に誘導され、コントロールされやすい、
それがUXや行動経済学などのような分野が
盛んになった理由の一つである。

そのような「無意識」を、美術の方法論と
接続させることが今回の課題のテーマであ
る。「罨」という目的を作ることで、通常
の合理性を外して、プレイフルなアイデア
や方法が期待される。

ポイント

自分も気づいていない無意識的な部分に目を向けるために、
できるだけ一次資料を集めて、分析することが重要である。
安易に導き出される社会的ニーズや固定観念に引っ張られず
に、自分なりの視点でものごと捉えることが、アイデアの面白
さや作品の可能性の拡張とつながる。

課題

- 美しき罨を考案しなさい



第2回「批判力を鍛える」の授業の要旨



制作風景



講評風景

第3回「構想力を鍛える」の授業の要旨

時代認識、テクノロジー、メディア文脈を踏まえてものごとの新しい繋がりのある方を構想する。

構想力

メディアを構想する

メディアとは、媒体、媒質、伝達手段、中間などの意味を持つ英単語。“medium”の複数形。情報の伝達や記録に用いられる物体や装置がメディアと呼ばれる。

この回ではメディアの概念を通じて「距離」というものを捉え直し、そこから新たな何を生み出すかが目的である。情報化社会の中での「切断と接続」に対する心理的リアリティを測るものとしても注目されあ。

ポイント

「有用性」や「実現可能性」といった表層的なものから脱却し、「ニッチ」の価値というものを見つめることは同時に「違和感」に対して肯定的に、敏感になることが通常の会社業務では触れる機会が少ないかもしれない。

第3回の課題では距離を問題として考えるのではなく、いかに距離を価値に、距離を遊びに、距離を目的に捉えることがポイントである。

課題

- 新しいテレワークのあり方を構想する

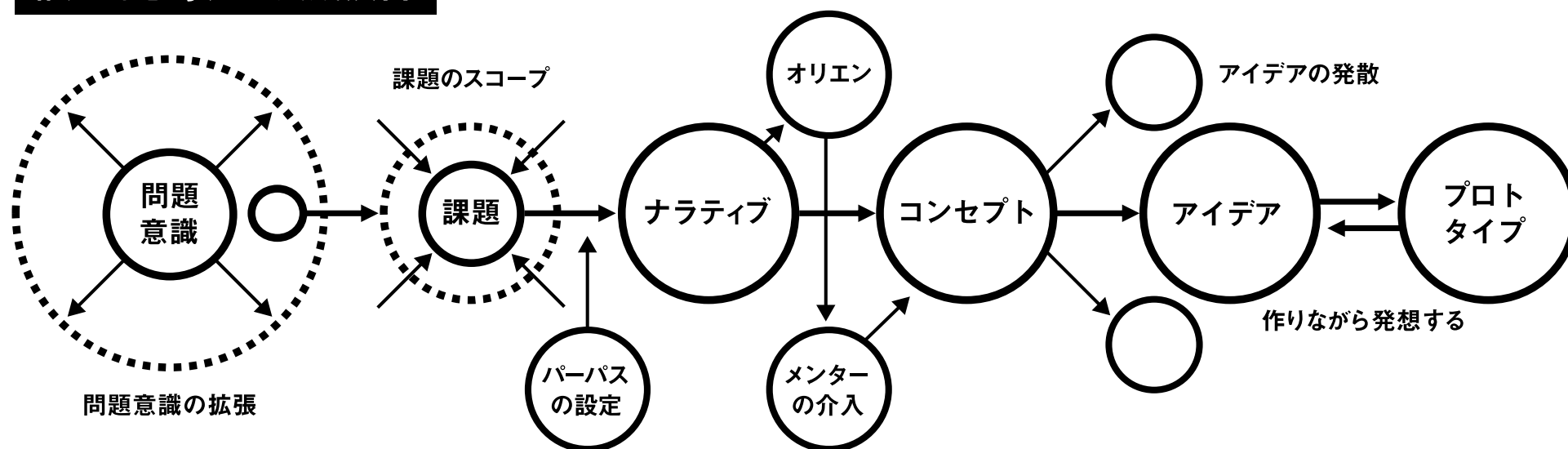
* 「テレ」は、遠方の、遠隔の、という意味を持つ接頭辞



※オンライン開催のため授業の様子の写真無し

第4回～第7回 創造的思考力の実践演習

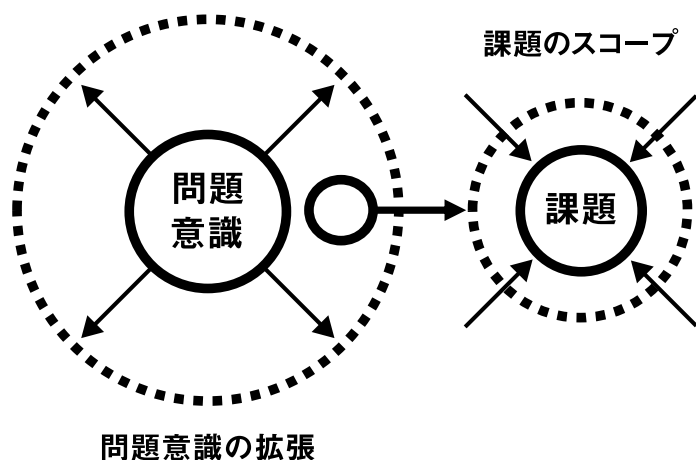
創造的思考力の実践演習



第4回	「課題を設定する」	チームで取り組むべき身近な課題の探索と発見を目的としたワークショップを実施します。
第5回	「視座を創造する」	自分たちがなぜそのテーマに取り組むのか、理由を言語化し、またメンター（デザイナー/アーティスト）へのオリエンテーション資料を作成します。
第6回	「コンセプトを開発する」	5日目で用意したプレゼンテーションを用いて共同ワークのメンターが参画し、メンターとともにコンセプトを開発します。
第7回	「現実への展開をする」	6日目に開発したコンセプトをベースに最終プレゼンテーションに向けた準備を行います。

第4回「課題を設定する」の授業の要旨

チームで取り組むべき身近な課題を探索、発見する。身近な問題を振り返り、本当の問題の探求とこれから取り組む課題の設定を行う。



成果物

- 取り組む問題の特定
- 解くべき課題の設定

得られる力

- 問題の発見力
- 課題の設定力

概要

グループに分かれていただき、ここからの4回で取り組む課題を設定する。

問題は自身の問題は避け、家族や友人、知人などなるべく身近にあるテーマを自己設定し、最終的にはグループで1つに決めてもらう。

また問題の深堀、解くべき課題のスコープをしていただき、次回にグループごとに発表する。

主要なアクティビティ

- インプット：4日間の目的とワークのインストール
- 個人ワーク：身近な問題を振り返る（宿題）
- グループワーク：問題の共有と決定
- インプット：俯瞰的視点 / 批判的視線
- グループワーク：問題の探求
- グループワーク：課題の設定
- グループワーク：課題のスコープ
- グループワーク：次回発表資料の作成

第4回「課題を設定する」の授業の様子



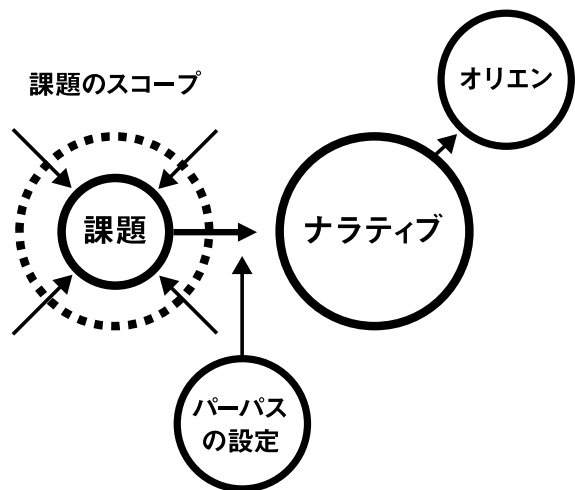
受講風景



グループミーティング

第5回「視座を創造する」の授業の要旨

自分たちがなぜそのテーマに取り組むのか、理由を言語化し、またメンター（デザイナー/アーティスト）へのオリエンテーション資料を作成する。



成果物

- グループのパーパスの
- オリエン資料

得られる力

- パーパスへの理解/設定力
- ナラティブ
- バックキャスト思考
- 構想力

概要

第4回で設定した課題に対しての解決への方針を立てる。

まず、この課題に取り組むグループのパーパス（意義）を明確にする。その上で、プロジェクトの成功イメージをすり合わせ、第6回に参加するメンターへのオリエンテーション資料を作成する。

主要なアクティビティ

- 1日目の成果発表
- インプット：パーパスとは？
- 個人ワーク：パーパスの言語化
- グループワーク：パーパスの共有と可視化
- 個人ワーク：成功イメージの言語化
- グループワーク：成功イメージすり合わせ
- インプット：オリエン資料/ブリーフのまとめ方
- グループワーク：オリエン資料作成

第5回「視座を創造する」の授業の様子



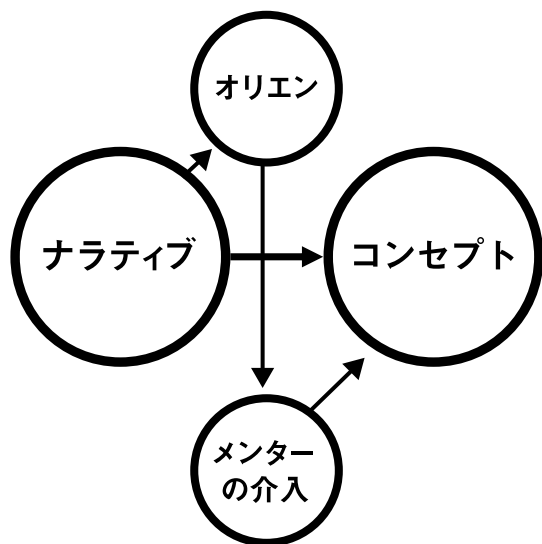
グループワーク



グループワーク

第6回「コンセプトを開発する」の授業の要旨

第5回で用意したプレゼンテーションを用いて共同ワークのメンターが参画し、メンターとともにコンセプトを開発する。



成果物

- 課題解決のストーリー
- コンセプトボード

得られる力

- 第三者（異物）視点の取り込み
- アイデアの発散とストーリー化
- コンセプト設計力

概要

第5回で作成したオリエン資料を発表し、共同ワークのメンターが参画するグループを選ぶ。

グループはメンターとともに、課題解決へのより具体的な方法を議論し第7回の具体的な展開に向けて、事業のコンセプトをメンターと共に検討し可視化する。

主要なアクティビティ

- 1日目の成果発表
- インプット：パーパスとは？
- 個人ワーク：パーパスの言語化
- グループワーク：パーパスの共有と可視化
- 個人ワーク：成功イメージの言語化
- グループワーク：成功イメージすり合わせ
- インプット：オリエン資料/ブリーフのまとめ方
- グループワーク：オリエン資料作成

第6回「コンセプトを開発する」の授業の様子

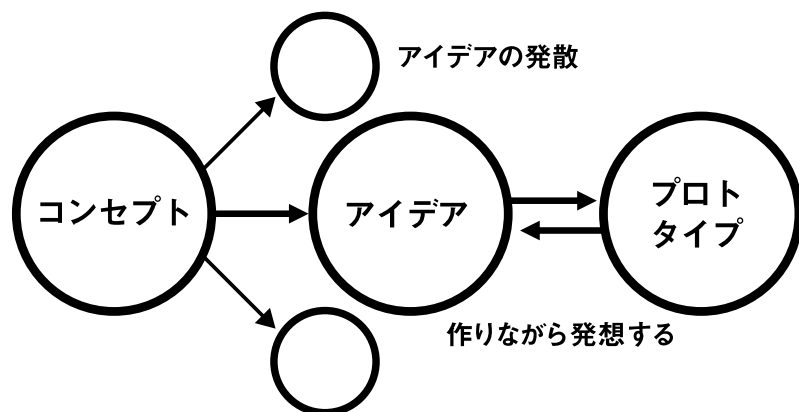


発表風景



発表風景

第7回「現実への展開をする」の授業の要旨



概要

第6回に開発したコンセプトをベースに最終プレゼンテーションに向けた準備を行う。

第7回は授業の細かい進め方はあまり規定せず、自由に検討しながら講師に質問をしていくような形式の授業を提供した。

成果物

- 課題解決のストーリー
- コンセプトボード

得られる力

- 第三者（異物）視点の取り込み
- アイデアの発散とストーリー化
- コンセプト設計力

主要なアクティビティ

- これまでのラップアップと来週のプレゼンに関して
- プレゼンに向けての計画/アイデアの発散
- プロトタイピング
- 壁打ち相談会
- プレゼン準備

第7回「現実への展開をする」の授業の様子



受講風景



グループワーク

第8回「プレゼンテーション」の授業の要旨

プレゼンテーションを通して、全体の日程での学びを踏まえた講評とレビューを行った。

発表チーム

A : TSUM2

B : 学校維新

C : second penguin

D : DDっ子

E : Joyner

F : ami

G : ジャムおじさんの野望

主要なアクティビティ

- プレゼン準備
- 各グループでのラップアップ（ベストプロジェクト選定）
- 結果発表と総評
- 総括



第8回「プレゼンテーション」の授業の様子



全体発表



全体講評

5

事業の評価（アンケート分析と講師の振り返り）

参加者アンケートの収集と分析

- ワークショップ終了後に、参加者向けにアンケート調査を行なった。
- 質問項目は全部で以下の4つとした。
 - (1) 全体的な評価（5点満点）とその理由
 - (2) 講義に対する評価（5点満点）とその理由
 - (3) ワークと講評に対する評価（5点満点）とその理由
 - (4) 運営への改善要望。
- 第3回のみコロナの状況から、全体を通して唯一のオンライン開催となった。
- VCP School プログラムの前半（1－3回）では、受講生にとって新しい考えかたや視点をインプットするためとまどいや違和感を感じる事が予測されたため、主任講師以外に3人のサポート講師がフォローにあたった。各回のプログラム終了後に、プログラム自体の今後の改善および自学自習コンテンツの参考にするために、サポート講師に教える立場からの気付きに関するアンケート調査を行なった。具体的には、各回の講義やワーク内容を振り返りながら、今後仕事や生活の中で参加者に意識して欲しい視点について意見を収集した。
- 第4回、5回、7回、8回はプロジェクトベースドの実践学習のためサポート講師は不在であったが、第6回のみ、視点や発想の転換や拡張のため各チームに対してメンターとしてサポート講師が各チームについて個別支援を行った。そのため、こちらも授業終了後にサポート講師へのアンケート調査を行った。

参加者アンケート結果の抜粋（1-3回）

	全体的な評価	講義に対する評価	ワークに対する評価
第1回	平均点：4.3 / 5 ●ビジネスの視点と全く異なる見方で面白かった ●普段の会社業務とどうつながるかをもっと知りたい ●今まで触れたことのない分野で、発想に刺激を受けて、学も多かった	平均点：4.2 / 5 ●聴き慣れない単語や大量の情報があって、追いつくのに必死だったが、多くのヒントが得られた ●整理の仕方がわかりやすかった。徐々に熱を帯びる講義内容に引き込まれた ●内容が難しく、要点を掴みきれなかった感じがした	平均点：4.2 / 5 ●限られた時間内で方向性を決め道筋を立て判断し、アウトプットするという点でアートとビジネスの共通点を感じて面白かった ●先生が丁寧に疑問を答えてくれて、他の参加者の作品に対する質の高いフィードバックがたくさん聞けた
第2回	平均点：4.5 / 5 ●前回と比較すると、緊張感が解け、よりリラックスした雰囲気でした ●課題の抽象度の高さに頭を使うとともに、何か面白いものを産み出したいというワクワク感があった ●前回よりも目的が明確で、かつビジネスに活かせるような発想を掻き立てるものだった	平均点：4.7 / 5 ●前回と比較すると、今回の時間と作品例の数がちょうど良かった ●講義の中でできてた概念と事例がわかりやすく、大変参考になりました ●前回の振り返りも丁寧にいただきましたし、前回のフィードバックを得られて改良された感じがした	平均点：4.6 / 5 ●難しく戸惑ったが、自分が持っている固有観念に対して深く考慮することができた ●課題を解決するために、色々と観察して考えてアウトプットすることが楽しく、ビジネスでも活用できることが実感できた ●課題は前回よりも抽象度が上がり、着想までに時間がかかりました
第3回	平均点：4.0 / 5 ●3回の中で一番難しかった ●リモートで少しやりづらいと感じた ●講義、ワーク共にオンラインではありましたが充実感があった。受講生同士での発言が空くなたところと少し残念。 ●第1回、2回の内容を踏まえてのワークや講義内容で、頭の整理ができたように感じた。	平均点：4.1 / 5 ●関係性の美学はのお話は特に興味深かった。 ●内容は参考になった。反面、やはり、いつもの対面だからこそ感じる迫力や熱量みたいものに少し物足りなさを感じた。 ●「距離＝縮めるべきもの」という先入観があった中で、時間的距離を伸ばすことに価値を見出すような事例等、固定観念から開放されるうえで必要なヒントをたくさん頂けた	平均点：3.9 / 5 ●オンラインの場でも、先生方が参加者に深くコンタクトを取ろうとしてくださり、対面時同様の形でワークに取り組むことができた ●3回を通して講師との会話が一番少なかった ●ワークを家でやると集中しにくいのと時間感覚がなかった ●現実にもあり得そうな課題の設定であり、これまでとは違う思考が必要だと感じた

参加者アンケート結果の抜粋（4-7回）

	全体的な評価	講義/メンターに対する評価	ワークに対する評価
第4回	平均点：4.4 / 5 ●課題を設定する際のフレームワークが確立されていて議論しやすかった。 ●異業種の方とグループワークをする、ということ自体が貴重な体験だった。 ●ビジネスにおいて展開することができる実践的なワークであった。 ●共感軸を得ようとする“ザ・社会問題”になりがちで総論OKで磨きにくいし、個人的になると小さく尖るが解決策に思考が向かいすぎて議論が稚拙になるなど難しさを感じた。	平均点：4.6 / 5 ●プレゼンもわかりやすく、参考文献も示していたため、個人での学びなおしにも最適と感じました ●野望と妄想の必要性、アートとデザインの違いなどについて、非常に分かりやすかった ●まさに、アート思考やデザイン思考をビジネスに実装されているなど感じました。ロジカルな部分と遊びの部分や、具体と抽象など、色々な考え方を行き来して考えるというのは、大事だなと改めて思った。	平均点：4.6 / 5 ●段階を経ながら思考することで、思考整理が自然とできた ●少しモヤモヤ感が残った感じがした ●対話を通してチームメンバーの各自の視点、意見が大変参考になった。 ●問題→課題→と分解していくプロセスがわかりやすく大変参考になった。 ●事業開発の業務に携わるうえで、まだまだ学ぶことは多いと感じた。 ●先生方の、投げかけていただく言葉によってコミュニケーションが活性化したと感じた。
第5回	平均点：4.3 / 5 ●会社でパーパスについて取り組んでいるが、改めて企業にとってパーパスの意味合いを考える機会となりました ●パーパスブランディングは聞いたことがあったがその違いや、パーパス経営を実践している企業の話が参考になった ●時間が足りない。インプットがビデオで提供されていて、事前に確認してから対面の議論に臨める方がいい。 ●	平均点：4.6 / 5 ●セッションの内容についてもっと聞きたかった ●今まで単に知識として知っていたことが、実際の事例を利用して説明されたため、腑に落ちました ●かなり濃い内容の講義をわかりやすくしていただけてよかったです ●岩寄さんの講義が非常に良かった。ミッション・ビジョンとパーパスの違い、ブランディングアイコンではなく実戦の伴うパーパスが重要という点は非常に共感できた。	平均点：4.1 / 5 ●個人メンバーのパーパスを立ててから、グループワークで共有、課題に臨めるとなお良かった ●前回講義にて設定した課題と大きく乖離し、再考する時間があまり無かった ●他チームから出た質問や感想が自チームのワークに生きることは多々あると思うのでslidoなどでリアルタイムでコメントしてもらう形式でもよかった ●講義教材のデータを提供いただけるとありがたい（配布可能な部分の抜粋でも良いので）

参加者アンケート結果の抜粋（6-7回）

	全体的な評価	講義/メンターに対する評価	ワークに対する評価
第6回	平均点：4.5 / 5 ●各グループのパーパスやコンセプトについては、新しいツールを使って他のチームとの交流ができ、チーム内で完結することなく課題に取り組めて良かった ●メンターのおかげで適切な対話、議論ができた ●正直、4～5回でうまくそれぞれの想いから一つの物語を紡ぎきれておらず、消化不良感があったが、そこにメンターの方が入っていただくことで、大きな転換があり、肌触りのあるコンセプトまで落とし込めて、刺激的だった。	平均点：4.5 / 5 ●一流のデザイナーさんがどのように、アイデアを形にしていくのかその過程が垣間見れて非常に勉強になりました ●メンターとして同じ時間を共有しながら、チーム内の発想を広げたり掘り下げたりする視点をもらった ●メンターとのセッションが楽しかった。パーパス・コンセプトに都度立ち返る重要さを体感した ●クリエイターの方々の経歴は一人一人もっと聞きたいくらい興味深かった。	平均点：4.5 / 5 ●「自分がワクワクする服って？」「記憶に残したい対象は？」「関わるサービス（ステークホルダー）は？」と問いを展開していき（中略）アイデアが磨かれていく過程を実感して、「わたしもこういうファシリテートができるようになりたい！」と強く思いました ●散らかしながら、散らかされながら、「本当に成し遂げたいことは何だったか？」を深く議論でき良かった。今回の議論がなければ、チームの指針さえも決まらなかったと思うとゾッとする…。
第7回	平均点：4.4 / 5 ●これまでグループで進めてきた検討が、見える形になってきて嬉しさと難しさを感じました ●グループワークで効率よく、楽しく作業を進めることができた。 ●次回、プレゼンがゴールなのか、プレゼンのためのプロトの完成度を高めるのが少し迷子になった。 ●What、How、Whyを効果的に組み合わせてプレゼンをするという説明が具体的にわかりやすかった。	平均点：4.3 / 5 ●発表そのものは自由スタイルということになったので、少し「やり慣れた方法」に落ち着いてしまった反省があります ●これまでの講義で得た視座を実際のビジネスの場でどのように通していくかというテクニックが多く盛り込まれており、参考になった ●講義パートは、その後のグループワークの具体策を決めるうえでも参考になったので、やっていたいてよかった。	平均点：4.4 / 5 ●ゴールが見えてきて、とても学びが多いワークだった。 ●プレゼンに向け、チーム内での議論、ストーリーの方向性が固まった ●あるチームは外で買い出しして実物でプロトタイプするのかなと思っていたが、PCから離れないチームがほとんどだった印象でした。リモートになって機会がより減っているので、最初の頃の手作りが懐かしく感じた。 ●プレゼン資料はこだわり始めるときがないので、初期プロトを早く出す訓練としてもこのくらいのスピード感がちょうどよいのかなと思った

サポート講師による授業の振り返り（1-3回）

	石川卓磨	大久保あり	木原進	百瀬文
第1回	ほとんどの人にとって日常の常識的考えを外して、新しい文脈の組み合わせを作ること、難しいようだった。意外性を作れないと創造性にはならない。	今回の課題において「正確に伝えること」や「伝わりやすいこと」が必ずしも重要ではなく、偶然できあがった不可思議な情景を楽しむことから、どのような可能性が指し示されるのかが重要である。	「身体」がいかに表現に関わるかという視点を強く意識することが重要である。同じ鉛筆を使う時でも、座って描く場合と、立って描く場合とでは表現が変わる。これは言葉で説明してもなかなか伝わらないものである。	義務教育において「自分は絵がうまい」というコンプレックスを植え付けられている人が多い。たとえば写真を使ったコラージュなど、自分の外部にある他者的なメディアを使うと、また違った結果が得られるのではないだろうか。
第2回	今回の課題で難しかったのは、課題文の「美しい」というところで、芸術に関わる人間は、美の多様性や深さを理解しているが、固定的なイメージでしか捉えられないことが重要である。	「美しい罨を考案せよ」という課題だったので、「その罨が有効だった場合に受益するのは誰か?」、またその受益がどのようにもたらされるのか、や、その飛躍や捻りがポイントである。	言語化する作業はとても大切ではあるが、安易な社会批評と結びつけて理解しようとする、作品の可能性を見落としがちです。作品にある自分でも説明できない部分、気づいていない無意識的な部分に、本人/作品の可能性がある。	他者の身体を想像してみるためには、まず自分の身体を動かしてみることが大切だ。また、不安から多くの要素を付け足してしまう人に対しては、思い切って要素をそぎ落として狙いはっきりさせることを意識することも重要である。
第3回	コロナ禍やさまざまな領域でDXが進む状況で、「距離」というものをテーマにして、構想力を鍛える課題だった。その中で構想力を理解することが難点である。	今回は急遽オンライン授業に変更したため、コメントやレビューに大きく影響したと思う。この場合はいつもの手業（PC上で考え、パワポ使用の型通りのプレゼン）に留まらずに、発想を拡げることが重要である。	今回の課題では社会的なニーズや、いわゆる有用性を外して、思考を何段階も飛ばし、感覚を拡張することがポイントである。	グループワークにおいて能動的行動するには、通常の合意形成のプロセスの中で正反対の視点からアイデアを検討していくことが重要である。

サポート講師による授業の振り返り（第6回）

	鈴木 亮太郎	小松 健太郎	柴田 賢蔵	篠田 哲郎	村田 美紀
第6回	表面上は成立しているように見えて本質的な部分がフワフワしている印象を受けたため、多少巻き戻ったとしても、今後のワークでチームが共通認識を持って進んでいけることを重視した。 具体的には、各自の考えやアイデアをあらためて聞きながら、課題、パーパス、コンセプト、アイデアの整合性が取れているか、チームの認識が揃っているかといったことを再確認した。 今回のみの単一成果として見たときには、中途半端に終わってしまった感もある。受講生の自主性や意向を尊重するメンタリング方針で臨んでいたが、多少強引にでも自分が引っ張って強度のあるコンセプト設計した方が良かったのかもという思いは残った。 それぞれの考えを出すことはできるが、それを一つの方向性にまとめることが苦手な印象。 非常に意識が高く、ビジネスデザインやデザイン思考の知識やリテラシーは持っている。しかし、コンセプトひとつとっても、人によって理解が違っていたり、知識の活かし方がわかっていなかったりしたため、カリキュラムにおける統一見解は作っていても良いと思った。 かっちりとしたフォーマットとはいえないまでも、自由演技にしすぎず、ある程度のゴール提示はあって良いと思った。	異質なものとして、いかにして、ここでしかできない発想を参加者にしてもらおうか？を念頭においてファシリテーションした。 難しく感じたのは、参加者のリテラシー、社会課題を捉える力、それらに対するソリューションまで、ある程度世の中的に正解に近いものが多く出されており、否定できない、絞れないアイデアがたくさん机にならべられていた。その中で、正しいけど、、、どこか、つまらない。ここでしか出ないようなアイデアでもない。。。私はこれがいいけど、グループではという決め手にかける状況が生まれていた。 そのため、当初の目的や、感動や記憶、抽象度の高い質問をさまざまな角度から投げかけ、言葉を拾うことで、打破していった。 質問の例。 - みなさんが、このスクールで持ち帰りたいものは何か？ - 社会でなく、個人として、一番関心を寄せている課題はなにか？ - 衣料で心が動く瞬間はどんなときか？	「コンセプトとは何か」という考えやイメージもメンバーそれぞれで違ったので、なるべくみんなが発言する状態になるように心がけた。 「これが答えだ」のような言い方は避け、むしろあまり関係なさそうな話をしたり、コンセプトの抽象性に対しなるべく具体的な話をしてリアリティーを持って考えられるような空気づくりを目指した。また議論がスタックしたときは、議論をかなり大きく2つに分けた上で「どちらに進みたいか」を考えるといったように少しでも前に進むというか、たとえ前に進んでいなくても「とにかく動いている」という状態を優先した。 「コンセプトを開発する」という言葉にとられるあまり、「そもそも何がしたいのか」を忘れてしまうようなタイミングがあった。本当につくりたいものはコンセプトの先にある、ということはかなり意識的に思い出しながらでないと、「コンセプトのためのコンセプト」を考え続ける、みたいなことになりそうだった。 あとこれはグループワーク一般（特に大人が集まっている）に言えることだが、ある程度進んでしまった議論は、たとえ全員何か違うと思っていても「やっぱ違った」と戻ることが非常に困難な空気になっていた。	メンターという立ち位置が正確には決まっていなかった印象もあったので、自分がチームの一人となって自分の視点で良い案を出すというスタンスで臨んだ。 コンセプトを立ち上げるにあたって、必要ないものは主観で一度削ぎ落としたり、範囲を絞る引き算を割と強引に進めたように思う。 相手に気を使ってもいるので、複数人で実施する場合の合意形成、アイデアを絞って決めるところが時間かかりそうに感じた。絞る、選ぶ、引き算する、範囲を決める、というフェーズを意図的に設けるといいと思う。	チームのディスカッションがそもそも結構スムーズに言っていたので、過剰に手を出さず、時に脱線しつつ、「これ！」という正解を出さないように・言わないようにしながら進めた。 それぞれが直感で感じる「これがいい！」という気持ちを大切にもらいながら、なぜそういう風に思うのかということと言語化するようにしました。特にGチームはソリューションや先がわかっているものに惹きつけられがちだったので、それを一度忘れてみるというのが大事なステップだと思った。 すぐに答え（ソリューションやサービス）を出したがるところは課題だと感じた。ソリューションやサービスの考え方がコンセプトに直結してしまいがち。「迷う」「広げる」「全体を俯瞰してさらに考えてみる」と言った迷うプロセスを避けがちであり、社会や学校もそういうことを良しとしないので、そのプロセスに居心地の悪さを感じているようだった。それを肯定的に捉えられるようになるとガラッと変わる気がする。

授業の評価のまとめ

- 単純なアンケート集計でも授業の全体的な印象の評価の平均は5段階評価で4.4と、非常に高い水準となった。
- 個別に見ていくと第1回から第3回に関しては馴染みのない概念や用語が出てきたことによるものか、「広告の美術の授業みたいで何が学べるのかがわからない」といった理由で、非常に低い評価をつけている参加者もいた。
- しかし授業の中でヒアリングをした結果、**同じ参加者が後半のプロジェクトワークの回が進むにつれて第1回から第3回のワークの意義を理解し再評価するようになっていた。**これは、アンケートでも同様のコメントが他の参加者からも発せられている。
- そのため、ある授業が終わった直後の評価と、授業全体が終わった後の評価は大きく異なっている。アンケートの数値だけでは見えてこない気づきと言える。

アンケートを参考にした改善

- アンケートのなかの不満要素としては「講義資料がほしい」という声をもっとも多かった。しかし本事業は試行的なテストプログラム講義であることもあり、基本的には講義資料の共有は行わない方針を示した結果、それを理由にした低評価は減っていった。
- 他のチームの声をもっと聞きたい、という意見があったため、第6回からSlido (<https://www.sli.do>) というサービスを用いて、他のチーム発表の間に意見や質問をオンラインで行えるようにした。

6

自学自習コンテンツの設計方針

自学自習コンテンツの設計方針

授業のコンテンツ化方針

アンケート結果から見ると、第1回から第3回の内容はビジネスパーソンが普段触れる機会がほとんどない専門的な美術の用語や概念が多い。有意義なヒントが得られたというコメントがあった一方、同時に、概念やメソッドの理解に関して消化不良を感じる参加者も多かった。そのため自学自習コンテンツにおいては、これらの概念をよりわかりやすくかつ体系的に整理し、講師が設計した講義やワークの設計意図と目的を論理的に説明する必要がある。ただし、理解のしづらさは正解のない世界に触れる上で不可避のことでもある。わかりやすさは目指しつつ、講師の意図を省略し伝えたい内容が曲解されることのない程度に留める。

第4回から第7回のフィードバックから見ると、講義やワークの内容自体は具体的なビジネスに近い概念に紐づくものが多かったためもあってか、わかりやすいと評価されている。内容的には第3回の「構想力」を具体的なアクションに落とし込んでいく位置づけの講義であるため、自学自習コンテンツにおいては第3回から第7回までをまとめて一つの「構想力」の章としてまとめて行く形で編集を行うこととした。

自学自習コンテンツとして機能させるための編集方針

- 難しいワークや概念も多いからこそ、端的に平易な用語で伝えるよう編集する。
- 取っつきやすい印象のビジュアルやイラスト、図版などを活用する

自学自習コンテンツのターゲット



本コンテンツにはこれからのビジネスやイノベーションには創造力が必要であるということから「次世代リーダーのための」というサブタイトルをつけている。

創造的思考力を身に着けたいという人たちが組織やチームで学ぶためのものであり、幅広く企業の人たちに活用してもらうものだが、実際に提供した授業へのフィードバックなどから考えて1人で学ぶよりもグループでの活用がより効果的な学びが期待されたため、ワークの内容も一定人数以上の集団で行う想定で設計している。

第1から第3回までの構成

第1回（観察力）第2回（批判力）はそれぞれ3時間ずつ、主にアートの見方から普段と違った視点を獲得することを目的としたワークで構成した。

それぞれ3時間ずつ、具体的に手や体を動かして試行錯誤する内容となっている。

第3回（構想力）ではグループでの対話と共創を通し、課題発見から課題解決のためのコンセプト開発までを実践します。ワークシートを用いてグループで議論し方針決定をしていく内容で構成した。

演習の3-7回までをまとめた内容であるため合計11時間と長い時間のプログラムになっている。

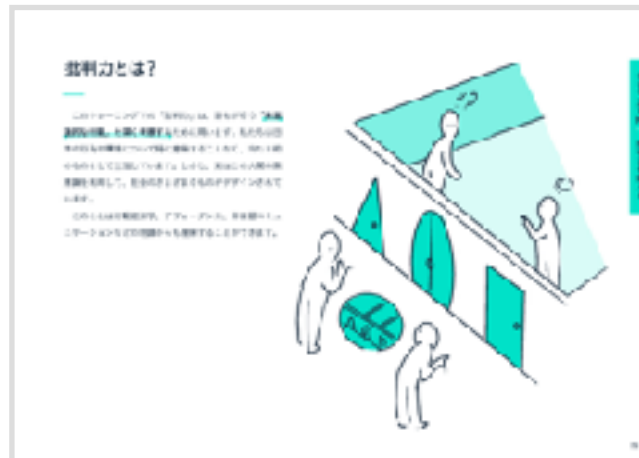


コンテンツの構成 ① - イントロダクション

観察力とは



批判力とは



構想力とは



- 各章の冒頭にそれぞれの章のテーマについて端的に説明するイントロダクションを設けている。
- 観察力では無意識の思い込みや制約を取り払い深く本質を見ることを目指し、批判力では無意識の行動の意味について深く考察し、構想力で観察力・批判力で獲得した視点や考え方を基にして新たな確度からパーパスやコンセプトを考えていく実践につないでいく、という構成。

コンテンツの構成 ② - ワークの説明

WORK 1 課題を設定する | 30分

それではグループワークを実施していきましょう。
WORK1では、これからグループで取り組む課題を設定します。まずは各々の興味関心をグループで共有し、より共通する課題へと方向性を定めていきます。

STEP1 興味関心を広げる

まずは、できるだけ興味がある関心事、解決したいことを各自がポストイットに書き出します。全員の関心事が揃った後、興味、友人、動物など、**共通の関心事**、**共通の課題**を探してみましょう。

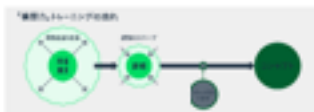
10分 ポストイット



5分



「興味関心、テーマ、課題」の図表



WORK 1 対話する

1 以下の条件に当てはまる椅子を選んでください。インターネットでも、身の回りにあるもので構いません。

30分

交渉のための椅子	悪人同士のための椅子
怖い人との対話のための椅子	親子の会話のための椅子

2 椅子を選んだ後に、以下についてグループで話し合ってみましょう。

30分

- 選んだ理由はなんですか？
- 選んでおもしろい椅子はありますか？
- 椅子の選び方は？
- どんな椅子が考えられると思いますか？



WORK 2 実行

それでは、「アイデアマップ」を元にアイデアを考えてみましょう。

モチベーションを自由に遊び、任意の場所に置いてスケッチしてください。

20分 自由な時間・自由な場所

アイデアマップを元に、自由にアイデアを出して、スケッチしてみましょう。手紙や絵画や写真や動画なども活用して、アイデアを表現してみましょう。

アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。

アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。

10分

- アイデアをより具体化し、行動計画として示す方法を考えよう。
- アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。
- アイデアマップに描かれたアイデアを、実際に試してみよう。



- 具体的に取り組んでもらうワークの説明のページ。
- ワークの説明ページでは、記載しているワークの目的や意義／進め方の手続き／まなびのポイント／所要時間／用意する道具などについて説明している。

コンテンツの構成 ③ - コラム

- コラムではワークの目的や意義を補足するような概念の説明や、具体的な事例やケーススタディの紹介を行っている。
- コラムで扱っているのはワークへの取り組みの姿勢や態度を変えるきっかけになるような重要な概念について事例などで補足説明をしている。
- 重要だからこそ専門的になりすぎず、短く平易に端的に伝わるよう編集する方針である。

work 2 秩序を創出する

コラム 1 パーパスとは

パーパスとはビジョン/ミッションの違い

企業経営において非常に重要とされるビジョン・ミッションとパーパスの違いは、細かく考えたいところです。ビジョン・ミッションは、企業がなりたい未来を体系的に示すのに対し、パーパスはどのような社会全体にたいする変革が望まれるか。ビジョン・ミッションが企業に与える影響は、前者は「いかに成長」ならぬ、パーパスは、顧客である企業とそれに共感する人々によって実現される、価値を創出する「大きな数」であると考えます。

パーパスとは何ぞや

パーパスは、従来の経営計画、事業計画といった計画の延長線上にあるものではなく、むしろ経営計画の前提となるべきものです。そのプロセスは、①事業の目的、②社会の目的、③経営と社会、④経営と社会、⑤社会と社会に分けられます。特に③と④は、自覚的な変革を生み出すための重要な役割を担います。まさに「創造的思考力、社会性」を求められる概念と言えるでしょう。

パーパスの重要性

パーパスは、企業にとって最も重要な要素の一つです。それは、企業がどのような社会に貢献したいかを明確に示すことで、経営戦略の方向性を決定づけるからです。また、パーパスは、企業が社会に対してどのような価値を提供したいかを明確に示すことで、経営戦略の方向性を決定づけるからです。

パーパスの重要性

パーパスは、企業にとって最も重要な要素の一つです。それは、企業がどのような社会に貢献したいかを明確に示すことで、経営戦略の方向性を決定づけるからです。また、パーパスは、企業が社会に対してどのような価値を提供したいかを明確に示すことで、経営戦略の方向性を決定づけるからです。

31

work 1 価値を創出する

コラム 2 セミが人の行動をコントロールする

教室の隅々まで活用する椅子も、ほとんどが固定式で、動き回ることができません。しかし、空間や時間、人々の行動、移動する際の時間、椅子によって生じる感覚などを意識して設計されている、移動式の椅子が、必ずしも固定式より優れているわけではありません。一方で、移動式椅子を「座りたい」と思わせることで、空間をフレキシブルに活用することが可能になります。



32

7

本事業全体を通してのまとめ

VCP School Programの提供結果の総評 ①

本事業の狙いは達成されたのか？

- 本事業はそもそも、企業の中の次世代のリーダーになるような層に対して、既存の考えかたをアンラーニングして創造的な態度や思考を身に付けてもらうということを実践を通して学ぶということを目指していた。
- 本事業での学習プログラム提供は、当初想定よりも多くの参加者を迎えての進行やコロナウィルスの影響による対面での授業提供が困難になる局面など、当初予定から変更を余儀なくされる点はあったが、参加者の満足度は非常に高かったため、学習プログラムの提供としては成功したと言える。
- また、プログラム開発段階での学びの要素として創造的思考力養成のためにアートの視点を取り入れることがうまく機能するかどうかは、実際に提供してみないとわからないという不確実性があった。実際にプログラムの提供初期においては参加者アンケートからも厳しい評価（5段階評価で1や2）や「期待していたものと違った」といったコメントもみられた。
- そのため途中離脱者なども出ることが懸念されたが、結果としては全受講者が最後まで参加し続け（プログラム参加前に辞退した参加者を除く）、また最終的なプログラムへも非常に前向きな評価がなされた。プログラムを通して、過去の自分からは出てこない発想や視点を得られたというコメントが非常に多く寄せられている。
- **この態度変容自体が、それまでの自分の考えや常識とは異質なものとしての創造的な態度や思考を受け入れる過程であった**とも言え、その意味でもプログラムの狙いを相当程度達成することができたと言えるのではないだろうか。

VCP School Programの提供結果の総評 ②

今後の課題と改善点

- 学習プログラムの狙いやゴールを達成し、本事業としては成功したと言えるが、今後の課題として考えられることは、別の場所や機会での学習プログラムの再現性であろう。
- 本事業における受講生の態度変容や学びに対する講師やメンター、また武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパスという学習環境が果たした役割は非常に大きいため、プログラムの内容をなぞって再現するということで近い成果を提供できるのか、ということには疑問と懸念がある。
- また受講者自身も実験的なプログラムに非常に高い意欲を持って参加希望の申し込みをしてくれた人たちから選抜しているため、たとえば、企業内で同様のプログラムを提供した場合には、受講者のモチベーションが揃わず同様の成果には結びつかない可能性はある。
- また、本事業でも実際にあったように、学習プログラムの提供初期段階で「自分が求めるものとマッチしていない」と受講者が感じ、企業などで提供する場合にはその段階で受講者が態度や思考を変容する前に離脱してしまう懸念もある。
- 以上のようなことから、今後プログラム内容を公開していく場合には、講師やメンターの条件、受講者の意欲、実施環境など含めて、プログラム提供の要点を再度整理することが必要になると考えられる。
- 上記のような課題を踏まえ本事業で作成した自学自習コンテンツでは、グループワークを前提条件として、VCP School Programと近いコンテンツを、より簡易に体験してもらえるような内容として編集しており、創造的思考を身に着ける入り口を体験してもらう内容とした。

経済産業省

令和3年度「大企業等人材による新規事業創造促進事業(創造性リカレント教育を通じた新規事業創造促進事業)」
事業報告書

2022年3月31日

発行者:経済産業省

受託者:株式会社コンセント