

## コミュニケーション・デザインの具現化と、プロジェクト教育のあり方 —入学式プロジェクトをケース・スタディとして—

金 田 明 彦

実践的なコミュニケーション能力の育成とコミュニケーション・デザイン概念の具現化のために、また、特色ある大学教育像の模索の一つとして学生プロジェクト教育に取り組んでいる。仁愛大学開学2年目より開始した数々の学生プロジェクトの中で、継続的に実施され、学内外での認知も得られてきた本学の入学式プロジェクトは一つのモデル事業といえる。その活動のねらいとプロセス、およびその運営については、先輩から後輩へと伝えられていき、本学の完成年度と連動し一つの活動形態が完成された。また、その実践的な活動の中で様々なコミュニケーション・シーンを体験していくことにより、参加学生のリーダー・シップの醸成やコミュニケーション能力を高めてきている。実証的評価はこれからであるが、学生による組織と事業との関わりの中で、事業成果や教育効果を高めていると認識している。

キーワード：コミュニケーション、コミュニケーション・デザイン、学生プロジェクト

### 1. はじめに

本研究は、仁愛大学人間学部コミュニケーション学科の提唱するコミュニケーション・デザインの概念を具体的に表わすために、そのモデルとしての実際を生み出すことを目的とする。

本稿は、その目的に基づき、過去4回にわたり実践してきた仁愛大学（以下、本学とする）入学式における学生プロジェクトをケース・スタディとして、そのこれまでの結果および考察を述べたものである。

また、「関係存在」という本学学部理念に謳われる概念<sup>1)</sup>を、学生自らがそのマインドとして獲得するための手段としても検討する。

実証的な評価はこれからであるが、実践的活動の開始から現時点までの報告としたい。

### 2. 本研究の背景と目的

2001年度開学の本学は、それ以前からの構想を経て「21世紀の新たな大学」としてのスタートを切った。コミュニケーション・デザインという言葉や概念は当時としてはほとんど例がなく、わが国の教育機関においても前例はなかった。開学前の説明会などでも「人と人の知を結集して、新たなものごとを創出する」と口頭で説明を行ったが、まだ実態がないため十分に理解されるには至らなかった。

しかし、「学生はもちろん教員も含めたコラボレーション（協働作業）による実践的活動を重視し、できるだけ授業にこれを取り入れていきます。（中略）また、大学の行事についても学生

が企画運営に参画する機会を積極的に取り入れていくことを考えています」<sup>2)</sup> という内容や説明には比較的理解と関心が得られたように実感した。企画力、実践力といっても受け取る側の印象は千差万別であるが、大学の公式行事に学生が参画できるということは、新設大学のひとつの新しさであるという認識が生まれたのではないかと推察した。

また、同時期あたりから国公立大学の合併や独立法人化を始めとして、大学をめぐる様々な議論や動きも活発化し、「特色ある教育の実践」を求める声も高まってきていた。これらの動きに即して、本学における「特色ある教育とは何か」を検討する必要があった。

一方、現代の若者にコミュニケーション能力が欠如しているといわれる社会的風潮の中、コミュニケーション学科もその対応のために設立したのであるが、その説明会や面接などでの「高校時代での最大の思い出は？」という質問に対し、「学校祭です」と回答する生徒が圧倒的に多く見られた。推察ではあるが、仲間との一体感や、ともに一つの事業を成し遂げた後の達成感に対しては彼らなりの価値を感じているように思えた。

以上の背景などから、新設大学としての広報的公約を実現すること、また、本学における特色ある教育形態の模索をすること、そして「人とつながる喜び」を価値観としてすでに持っている現代の若者に対する本学独自の人材育成をめざすことを通じ、コミュニケーション・デザインの具体的モデルの創出を本研究の目的とした。

### 3. ケース・スタディとしての入学式プロジェクト

開学2年目の平成14年度より本学学生による入学式への参画が始まった。以来、4年にわたる事業の実施を踏まえ、大学同様完成年度を迎えたと認識し、これまでの経緯と実態につきここにまとめたい。

#### (1) 入学式における特色づくりについて

事業を遂行するためには、その目的を明らかにし、それを具体化するための手段を検討しなくてはならない。本学入学式の目的は、新入生に対し、本学の姿勢を明らかにすることや歓迎の意を表わすこと、また、本学学生としての意識づけや動機づけの場を創出することであり、保護者に対して安心感や期待感を与えることであると考えられる。

新入生やその保護者が、式場内外で動き回る多数の本学在学学生達の姿を直接視認できることは、すでに大きな特色であると考えられる。さらに、会場設備を生かした映像や音響、照明の工夫はセレモニーに変化をもたらし、視覚と聴覚を刺激することにより集中を導き出すことや記憶に残す効果をねらいとしている。ステージ上のスピーチ者と、客席にいる新入生や保護者を対面式にし、大型スクリーンでライブ映像を映し出すことにより、語る人や話を聞いている人の顔が見えるように配慮する。このことは対面コミュニケーションの効果を期待するものであり、本学教育の一環を示すことをねらいとしている。さらに、映像などを通じて、在学学生や教職員、一般市民などからの歓迎メッセージを多く取り入れ、共通する言葉は「ようこそ！仁愛大学へ」とし、大学の姿勢をメッセージとして贈る。表現手段は毎回趣向を凝らすのが、これまで一貫して取り組んでいる基本的な特色である。共通して「人と人とのつながりの魅力」を演出することであり、本学学部理念との整合をはかろうとしている。

## (2) 組織編成と運営について

学生の動員は学内公募により行う。学内掲示のポスターに、概要と参加申し込み先と方法、および最初のオール・スタッフ・ミーティングの日程を明らかにする。オール・スタッフ・ミーティングは、初回と本番直前および式終了後にわけて3回実施する。初回は、顔合わせおよび組織編成を行い、本番直前に行われる2回目には全体確認を行う。さらに終了後、約1ヶ月後に三たび招集され、全体報告が行われ、解散する。

組織は大きく分けて「企画スタッフ」「記録・広報スタッフ」と「運営スタッフ」となる。「企画スタッフ」は、全体的な企画と、映像や音響、デザインなどの表現を担当し、また「記録・広報スタッフ」は準備から後始末までの記録と、マスコミや地元との渉外などにあたり、ほぼ一ヶ月半にわたる活動となる。「運営スタッフ」は、受付や駐車場も含め式場内外での案内・誘導など当日の運営にあたるものであり、ほぼ前日の準備と当日のみの活動となる。

参加する学生達は、担当別の必要人数枠を基準に、各自の希望や調整により配属が決定していく。全体を統括するプロデューサーを1名、さらに担当グループ（クルーと呼ぶ）ごとにディレクターやサブ・ディレクターをそれぞれ1名配置する。選出はすべて自薦とし、各担当スタッフによる承認を経て決定する。

プロデューサーは、全体を俯瞰し、テーマとの整合性や各クルー間の情報の共有や調整を推進する。また、大学当局との連絡も担当する。各ディレクターは、それぞれの担当クルーを統括し、その運営をリードする。

## (3) 企画から事業完了までのプロセスについて

企画のスタートは、前年新入生として客席にいた2年生スタッフの客観的感想や意見をふまえ、前回の反省や達成できなかった点の抽出や確認から始める。企画書は前回までのものを元に、改善点や追加点を検討する。

その後、ブレイン・ストーミングを行いテーマ案の絞り込みを行う。テーマについては、平成13年度の初回より16年度の4回目まであらかじめ設定されていたが、17年度より学生スタッフ達により立案された。<sup>3)</sup>

各担当クルーにおいても、テーマ案に即し、基本的な構想をまとめ、大学当局との打ち合わせである「入学式企画委員会」<sup>4)</sup>にはかる。これは、本学における唯一の学生参加型の委員会となっている。内容は、テーマ確認、担当ごとの準備や段取りの確認などである。

式全体の中で学生が企画を担当する部分は、映像（ビデオ、BGV<sup>5)</sup>、スライドショーなど）、歓迎メッセージ、アトラクションなどである。

入学式企画委員会にて承認や確認されたことを受け、映像やグラフィックなどの制作や、台本の詳細検討、歓迎メッセージの内容や演出構成の立案、アトラクションの持ち方の企画立案など、担当ごとに準備作業にあたる。

また、アナウンス原稿は前回使用のものを基に若干の修正を加えながら使用し、司会も学生が行う。なお、司会についても自薦により担当者を決定する。

ある程度準備作業が進行した段階で、プロデューサーは各クルーのディレクターを集め、ディレクター会議を行う。これは、それぞれの進捗状況の確認や、未作業の部分の確認、あるいは課題が残されているような場合の対応措置について検討する場となっている。また、他のクルーの作業や活動内容について、互いが理解しあうことにより、全体の中での各々のクルーの位置付け

が把握できるように情報の共有をはかる。このことは、本番当日、学生スタッフが自分の担当外のことでも新入生や保護者に何か尋ねられても、概ね対処できるようにというねらいもある。

進行台本や演出がほぼ固まった段階で、式当日に会場にて業務にあたる専門業者との打ち合わせを行い、最終確認となる。

一方、学外の交渉なども同時並行して作業を行う。マスコミへのニュース・リリースの発信や取材対応、また、当日会場周辺にて出店する地元商工会や自動車学校との打ち合わせなど、広報活動や地元業者との連繫をはかる。

本番当日の5日ほど前に、「運営スタッフ」を交え、直前のオール・スタッフ・ミーティングを開く。映像のプレビューを始めとして、各クルーの説明を行い入学式全体の確認を行う。

前日は会場にて仕込みとリハーサルを行う。必要機材は大学所有のものをできるだけ使用し、また、ステージ上の装置や式場内外の看板・掲示物は、初回より継続して使用できるものはそれを使用する。

当日は、午前中にリハーサルを行い、午後からが本番となる。本番終了後は、機材などの撤去および搬出作業を行い、慰労会を行う。

入学式終了後、約1ヶ月以内に報告書を作成する。使用した各種資料など記録性の高いものを中心に、各クルー単位にてコメントと考察をまとめ、大学の関係各部署への提出用とスタッフ全員用に印刷・製本する。再度、オール・スタッフ・ミーティングを開き、この報告書を配付し、このプロジェクト・チームは解散する。

以上が、この事業の大まかなプロセスである。

#### (4) プロジェクト・チームのルールやマナーについて

プロジェクト・チームを運営して行く上で特に重視しているのが、「情報の共有」と「時間の管理」および「合意の形成」である。チームの統率のために不可欠なルールやマナーについては、プロジェクト開始直後のオール・スタッフ・ミーティングにおいて、プロデューサーからスタッフ全員に説明を行い、理解と賛同を求める。

「情報の共有」のツールとしては、対面コミュニケーションとメディア・コミュニケーションそれぞれの特性を生かし活用を促進する。

前項でも述べた「情報の共有」であるが、一つの目的に向かい、成果をあげ、その事業を全員で遂行するために必要不可欠な配慮である。また、「時間の管理」については、常に「他人の時間を尊重する」ことを配慮させる。

時間と場所を共有し、直接顔を合わせ、提案や議論などを行うミーティングは、対面コミュニケーションとしての効果をねらう。また、携帯電話やパソコンなどのeメールやブログ<sup>6)</sup>を利用して、緊急性や記録性も加味しながら、スタッフ間の距離と時間のギャップを補うことにより、メディア・コミュニケーションとしての効果をねらう。

すべての作業や活動は分担してあたるが、自分の担当外のことでも情報として知っておくことを奨励している。このことは、全体における各自の担当の位置づけについての認識確保をねらいとしているが、式当日の来場者に対する迅速な対応への配慮も含まれている。

「時間の管理」については、例えば「ミーティングは予定時間通りに開始する」「あらかじめ終了時間を明確にしておく」などとし、審議事項が多数ある場合は、関連項目ごとに時間区分を明確にし、休憩時間もあらかじめ設定しておく。また、欠席・遅刻・早退する際も、プロデューサー

やディレクターに連絡を入れておくことや、ブログのコメント欄に書き込むことなどを通じて、スタッフ間の誤解や不信感を防ぐ。また、メールやブログなどで確認返信を求める場合は、確実に記名の上返信することも重視している。

ミーティング終了時には、次回のミーティングの日程を決定するが、極力全員が参加可能な日程もしくは、なるべく多くのスタッフが参加できる日程を設定する。総じて、「他人の時間を尊重することにより、自分の時間が尊重される」という姿勢を大切にしている。

「合意の形成」は、組織により何かひとつの事業を達成するために必要不可欠な事項である。筆者により本研究の初期段階より提唱しているのが、学生プロジェクトにおける「くじ引きやじゃんけんの禁止」である。勝ち負けで何かを決めるのではなく、話し合いにより調整することを体得させていく。また、多数決による決議もできるだけ避ける。最善の方策を皆で検討していく姿勢をあらかじめ明らかにしておくことがねらいである。

マナーについては「あいさつ」を基本とし、「よろしくお願いします」「おつかれさまでした」「遅くなりました」「お先に失礼します」といった言葉で、常に相手に対するこころ配りに配慮することを大切にしている。

#### 4. 結果と考察

入学式プロジェクトのこれまでの活動実績をふまえ、以下にその結果と考察をまとめる。

##### (1) 学生プロジェクトの定義

企業などの経営管理の観点から、プロジェクトの定義として「時間、コスト及び資源の制約を含む一定の要求事項に適合した目的を達成するために企てられる、開始と終了の日付けを持つアクティビティからなる、調整されコントロールされた固有のプロセス」<sup>7)</sup>とされているように「ある課題に取り組むために、組織を横断する人材により編成され、示された期間内に成果を達成したのち解散する」というのが一般的な定義である。

学生を対象としての定義としては「一つの目的に向かい、その活動に賛同し、自らの意志で参加する組織をもって、期間内に成果を上げ、事業終了と同時に解散する」としたい。

本学入学式を始め、イベントや情報誌の出版、テレビCM制作など、開学以来様々な学生プロジェクトを実施してきたが、上記の定義については参加学生達にとって違和感もなく今後も機能すると考える。

##### (2) 学生プロジェクトのねらい

本学におけるコミュニケーション・デザインの概念を「円滑なコミュニケーション（伝達）を促進するためのデザイン（計画や意図）を探究すること」<sup>8)</sup>としたが、その実践的活動が学生プロジェクトである。2でも述べたが、その概念に基づく具体像を創り出すことを最大のねらいとしている。コミュニケーションや、デザインという言葉の意は、人間によって営まれる行為を指すものであり、実体を伴わないことが多い。従って、一つのモデルとしてその実体を明らかにし、学内外に対して、その有効性や教育的価値を示すためにもこの活動は必要であると考えられる。

次に、学生への教育的ねらいについて述べる。

コミュニケーション成立の共通基盤である「話すことと聞くこと」の能力向上については、実

実践的な場でその社会的リアリティが生まれると考える。このことは、プロジェクトにおけるミーティングを始め、交渉、打ち合わせ、確認、連絡、相談、報告、説明などの行為が総合的また複合的に働きかけあう場を体験することにより、その重要性の認識をふまえ、学生が違和感なく行動できるようになるための布石となる。この点が社会的即戦力として生かされていくものと認識している。

また、人間関係を円滑に働かせ、ひとりではできないことを複数の人間の力で達成する喜びを体得することは、組織や社会への関わりに対する魅力となることにつながると思う。同時に、組織に対する自分の関わり方や姿勢についても、自己啓発や意識の昂揚がはかれる場であると見ている。これらのことは、社会参加をめざすことを目的とした人材教育において極めて有効であると思う。

さらに、4年制大学における4年生と2年生とでは専門力や経験については大きな差があると考えられるが、それらを生かし、「先輩・後輩のつながりの価値」を生み出すこともねらいとしている。活動経験の豊富な上級生が、不馴れな下級生をサポートすることを通して、意識や配慮の伝承につながることを期待され、それがやがて伝統構築の一助になっていくものと思う。筆者が指導する学生プロジェクトにおいては、そのほとんどの事業完了後に報告書の作成を行わせている。そのねらいは後輩達に伝える資料であり、メッセージでもある。また、実体として残りにくいこれらの活動実績を残すねらいもある。

### (3) 学生プロジェクトの効果〈事業成果として〉

本稿でケース・スタディとして取り上げた本学入学式を例として、学生プロジェクトの事業効果について述べる。

事業面としての効果は、経費の削減や広報効果、さらに保護者からの信頼獲得などが上げられる。

開学と同時に行った平成13年度入学式は、準備段階ではまだ開学していないことから、筆者とかねてから交流のあった地元の様々な分野のクリエイター達とのコラボレーション（協働）で企画運営を行った。いわば、外注との兼ね合いで実施したが、その経費としては約200万円を要した。しかし、回を重ねるごとに学生達の関わる割合の増加や、プロによる指導を通じて得たノウハウを蓄積し、その結果、平成17年度入学式の外注分としての経費は約90万円であった。学生が関わる割合についてあらかじめ4年計画を練っていたのであるが、その目安として学生に提示した目標割合は、最初の平成14年度は30%（プロのお手伝い程度）、15年度は60%（プロと一緒に仕事をする）、16年度は90%（ほぼ学生で仕事をし、プロがサポートする）であった。これは、全体の構成企画、司会進行や映像を制作したりするためにかかる、学生とプロとの作業バランスを示したもので、概ねこの計画通りに実施できたと認識している。そのことは、回を重ねるごとに外注経費を軽減した結果に表れている。平成17年度については、音響関係を除き、会場使用規定上、専門業者に委託しなくてはならない作業以外は学生により実施された。

広報効果については、特に新聞によるパブリシティ効果が上げられる。新聞やテレビで報道されるニュースや関連記事は、広告とは違い無償であるし、広告より読者や視聴者の信頼性は高い。当初からの筆者の思惑には「今年の仁愛大の入学式はどんな雰囲気なのか？という期待感があるものにすること」という点があった。このことを学生達が実践していると言える。その年のテーマや、ミーティングのスケジュール、そして当日の見どころまでを、事前に数回にわたりマスコミ各社にニュース・リリースとして配信している。取材に訪れた記者に対し、名刺交換から始ま

り取材の対応にあたる。これらの対応も先輩から後輩に受け継がれているものであり、そのプロ並みの対応ぶりも記事として扱われたことも数回ある。これは単に入学式そのものに関する報道もさることながら、本学学生の活動そのものが紹介されていることであり、大学のイメージアップや教育内容の紹介を促進する効果となっている。

保護者にとってその子息が入る大学に対しては、安心感や期待感、信頼感を伴うことが重要だと考える。特にまだ就職実績の少ない本学にとって、「未来の我が子」への連想を良好なものにし、安心して送り出していただけるように配慮する必要がある。入学式は保護者が大学に接することができる数少ない場であり、第一印象の場でもある。また、その場は、本学学生のリアルな姿を保護者に直接見ていただく、感じ取っていただく、貴重な機会でもある。その観点からの調査などは行っていないが、式に出席していた保護者からの「卒業式でもないのに、うるっと来た場面もあって、とても感動しました」<sup>9)</sup>という声や、「駐車場に入って学生を見た瞬間、『これは、大学に指示されて動いているのではない』と感じました。素晴らしいことだと思います」<sup>10)</sup>という声などを、入学式プロジェクトに対する保護者による評価の一端としたい。

#### (4) 学生プロジェクトの効果〈組織におけるコミュニケーション〉

学生達が自ら運営する学生プロジェクトの組織運営に関し、その教育的効果について考察する。ただし、実証的に調査や評価を行ったものではなく、指導的立場として、学生達と直に接した上での観念的な考察段階である。

平成16年度入学式は、本学の完成年度を迎える節目でもあった。一期生も4年生になり、すべての学年が揃うこととなった。私見ではあるが、“大学の学生活動は、3年生が軸となると安定する”という考えを基に、3年生がプロデューサーや各クルーのディレクターを務め、2年生が実働スタッフにつき、4年生がサポート（主に、リーダーの支援として）につく、という体制を初めてとった。ねらいとしては、3年生は前回のスタッフとして経験があるものが多く、おおまかな流れや雰囲気を知っているという点が大きい。一方2年生は、前回は新入生として客席に座っていたため、いわゆる舞台裏や準備状況については知るよしもない。ただ、前回客席にいて「来年は私も参加したい」という思いを抱いた学生がほとんどで、そのモチベーションをディレクターが大切にすることにより、2年生の意志の尊重ができる。プロデューサーやディレクターは、そのものが仕事をするのではなく、あくまでリーダーとしてことを進めていくことが仕事であり、それぞれのクルーに参加しているスタッフ達が心地よく仕事をするための配慮をすることを心掛けていくことが必要である。しかし、企画面においては、2年生は経験不足のため、例年スタッフ間の意見調整に手間取る状況も見られる。そのような時、サポートについた4年生が、意見調整に乗り出したり、企画の手助けを影ながら行ったりして無事乗り切っている。

平成17年度のアトラクション・クルーのディレクターを2年生が務め、ある混乱が起きた。式が終わったあとの新入生に対して、会場ロビーなどでアトラクションを行う企画をそのディレクターが提案した。しかし、内容が「新入生のため」というより「自分がやりたいため」という感触をまわりに与えたためか、その企画内容についてかなり議論が紛糾した。そんな中、プロデューサーの「目的達成のために手段があるのであって、手段を目的化すべきではない」という指摘があり、混乱を回避する結果となった。上級生が下級生に対して対応したこの例も、この学生プロジェクトの醍醐味であろう。2年生にとっては、過去のイベント経験としては高校の時の学校祭や、1年目の大学祭のみの場合がほとんどである。想像の域を脱しないが、恐らく相手を意識し

た企画をするまでの余裕がないものと思う。その点、日常の学習や多少なりとも経験が豊富な3年生に“一年の長”を感ずる。

さらに前回リーダーを務めた4年生がサポートにつくことにより、より余裕を持ってこの推移を見守る体制が構築される。しかし、あくまで3年生がリーディング・ポストについているため、4年生にとっての“出しゃばり過ぎず、引き過ぎず”というスタンスもまた難しいポジションであるが、後輩に対する指導的立場は社会や組織に関わっても避けられないことであり、将来的見地からも一つの経験になるであろう。ちなみに、本番当日には2、3年生は式全体に精力を注ぎ込むため、4年生が終了後の慰労会の準備と進行にあたっている。些細なことであるが、これもまた社会人になるための一つの経験になるであろう。

友人や仲間を表現する際に、“同じ釜の飯を食べた仲”という表現がある。このプロジェクト・チームも食によるコミュニケーション形成が見られる。準備が年度末休暇期間にあたるため、大学の食堂が閉鎖されていて、そこで昼食をとることが出来ない。それに対処するために自炊をする場合もある。言葉で説明をすることは困難であるが、これによるチームの結束力の醸成はあなごれのないものがある。また、式当日は学生のデザインによるスタッフ・トレーナーを着用するが、これもスタッフ共有の一体感を醸成するものである。当日のゲストである新入生やその保護者、また本学教職員や在学生にとっても、一目でそれと認識できるものであり、ビジュアル・コミュニケーションの効果例である。また、プロジェクト参加の学生にとっての唯一の記念品でもある。

「人前で話すことが苦手です」と語っていた学生が、自らのクルーのスタッフに指示を与えている姿や、「知らない大人と話す機会がないため、どう対応していいかわからない」という学生が、新聞記者への対応や地元業者との打ち合わせにあたる姿も垣間見た。事業開始当初、お互い会話もしたことがない学生同士が、ミーティングや協働作業を通して他者の考えに耳を傾けたり、その行動や技術に刺激を受けたりする姿も多々見られた。自分の不備を他者からの援助で補われる場面も見られる。

学生にとって、限られた非日常的な数日間を過ごすこの事業であるが、終了後には少なからずの成長を感じ取ることができる。自らの行動による経験を通しての成長もあるだろうが、組織の中での他者から得られた刺激や援助による成長もあるものと感ずる。

これまでの4年間の活動の中で、このプロジェクトに参加した学生は、延べにして約200名（平均50名/年）いるが、中途離脱者が1人もいないという事実が、この事業とそれに取組む学生達相互にとって良好な関係にあることの証であろう。

## 5. 今後の課題

本研究に対する教育的効果や価値の判断は、体験者による卒業後の社会生活を通じての評価が適切であると考え。現時点では、一期生の社会進出した3年経過後になんらかの方法にて意識調査を実施したいと考えている。

本研究を基に、平成16年度「特色ある大学教育支援プログラム」に申請し不採択となったが、その理由に「学生の自主性に大きく期待する結果として、この取組みがコミュニケーション力向上にどうつながっているのかの分析が不十分であること、大学全体の組織的支援体制が不明確であること、参加学生が少数にとどまっていることなどの点からは、必ずしも教育目標達成に十分な効果を挙げているとは認められません」<sup>11)</sup>との回答があった。この指摘を真摯に受け止め、今後の



本研究にとっての具体的方策を検討していく方向として受け止めたい。

入学式プロジェクトは、学生達により持続して発展していくものと期待している。他の様々なプロジェクトに関しても、その継続性を高めることをねらいとしていくことを今後の課題としたい。

## 6. おわりに

プロジェクトはその定義でも述べたが、それらは限られた時間内での成果達成をめざすことが条件となっている。本稿でケース・スタディとした本学入学式のそれは1ヶ月半が与えられた期間であり時間である。一方、学生にとっては、学生としての時間も限られている。その中で教育的効果を高めることが可能であれば、“時間対効果”としての価値が生まれるものとする。

コミュニケーション・デザインの概念や方向性は、言葉や文字で伝えたり理解したりすることはいまだに苦慮している状況であるが、学生達の活動をそのモデルとして学内外に示すことで少しでも理解を得ていき、また、様々な意見や指摘をフィードバックしつつ充実させていくこと、それ自体もコミュニケーション・デザインの本質であるとする。

## 注

- 1) 仁愛大学『学生便覧』p.6, 2006.
- 2) 福井仁愛学園本部編『仁愛学園通信』p.6, 2000.
- 3) 初回より4回目までのテーマは、「はじまる」「つながる」「ひろがる」「たかまる」であった。3回目までは、入試広報のツールとして展開した、各年度における広報テーマと同調した。5回目のテーマは「新層～かさねる～」であった。
- 4) 委員構成は、各学科代表、宗教教育センター長、学生部、事務局からなる。学生は、各リーダーが参加する。総括は学生部長があたる。
- 5) Back Ground Videoの略。本学入学式では、讃仏歌や学科の音楽にあわせ、歌詞を表示しながら静止画像を写し出している。
- 6) Weblogの略
- 7) ISO 8402:1994 “品質管理及び品質保証—用語” K.ロキヤー, J.ゴードン『プロジェクトマネジメントとプロジェクトネットワーク技法』日本規格協会, p.17, 1997.
- 8) 仁愛大学コミュニケーション学科編『コミュニケーションをデザインする』行路社, p15, 2003.
- 9) 福井テレビ制作, 仁愛大学ドキュメンタリー番組『僕たちの未来予想図Ⅲ』でのインタビュー, 2003.
- 10) 筆者が参加した富山県での保護者会席上で、保護者より直接お伺いした感想, 2003.
- 11) 財団法人 大学基準協会 特色ある大学教育支援プログラム実施委員会からの結果報告より, 2004.

## 文 献

- 横山征次『企画力！ビジネス・プロデューサーになる50の方法』講談社, 2003.
- 鈴木義幸『熱いビジネスチームをつくる4つのタイプ』ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2002.
- 伊藤守『コーチング・マネジメント』ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2002.
- トム・ケリー & ジョナサン・リットマン著, 鈴木主税・秀岡尚子訳『発想する会社！』早川書房, 2002.
- ゲイリー・R・ヘーケンス著, ディスカヴァー・クリエイティブ訳, 西村克己監修『はじめてのプロジェクトマネジメント12のステップ』ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2004.
- 畑村洋太郎『失敗学のすすめ』講談社, 2000.