



Design Thinking Laboratory

Annual Report 2024

文京学院大学

あなたの「経営」をデザインする

デザイン・シンキング研究センター センター長
川越仁恵 (かわごえ あきえ)

デザイン・シンキング研究センター (Dラボ) は、デザイン思考をもって産業の課題を解決する研究所です。ここでいうデザインとは、必ずしも見た目をかたちづくることだけを指すではありません。

現在、「デザイン思考」や「デザイン」とはなにかという問いは、社会で活発に議論され、日々いろいろな定義や考え方が生まれています。グッドデザイン賞を認定している日本デザイン振興会では、デザインの語源はラテン語の「Designare」に求め、「当初デザインという言葉は『設計』という意味で用いられていた」としています。

他方、わたくしたちは大学で授業をデザインします。企業は、財務を、人的管理を、経営戦略をデザインして、経営するのです。

そこで成果を生み出すまでのプロセスもデザインに含まれることに着目し、わたくしたちラボではさらに大きく、デザインとは「構想」である、と考えることにしました。

デザイン思考も、当初はデザイナーの考え方をとり入れた思考方法であるとされましたが、現在では経営に応用しようと、概念をやや広げています。経済産業省が提唱するように、消費者目線、ユーザーを起点とするリサーチやプロトタイプング、異なる立場にある人々との共創といった特徴を持つ思考方法であるという意見もあります。難しく考えず、まずはやってみる手法をもつという特徴もあります。

社会に資する美しい構想を、受け取り手の心に寄り添った実践を備えて進める、そんな思考を育てていきたいと願っています。

- ・(公財) 日本デザイン振興会ウェブサイト「デザインとは？」
2023年3月31日閲覧
<https://www.jidp.or.jp/ja/about/firsttime/whatsdesign>
- ・経済産業省ウェブマガジン『METI Journal 2021年9月30日版』
「行政で広がる『デザイン思考』」
<https://journal.meti.go.jp/p/17690/>



Design Thinking Laboratory

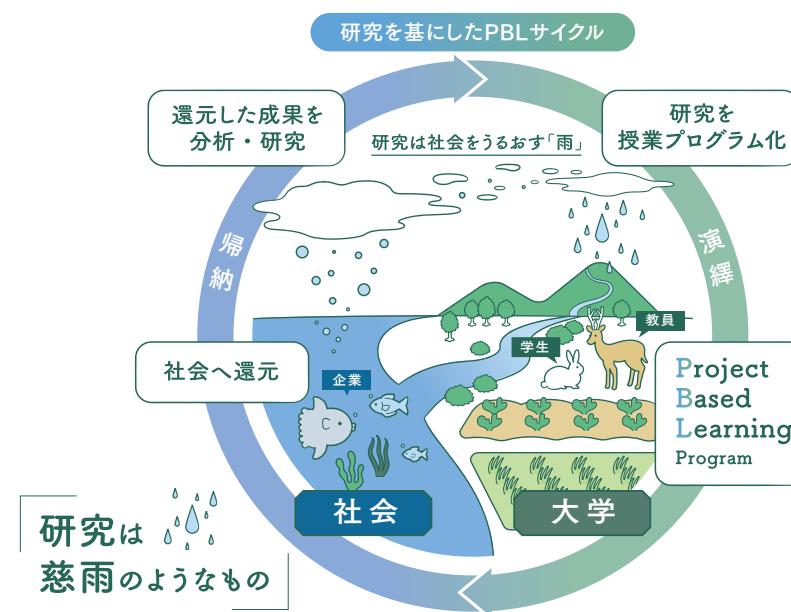
デザイン・シンキング研究センター (Dラボ) について

デザイン・シンキング研究センター (Dラボ) は、デザイン思考をもって産業の課題を解決する研究所です。本学の教育基本理念を受けて、新たな問題の発見や、複雑で経験のない問題の解決ができるような創造的な研究・教育を行い、成果を広く社会に還元することをポリシーとします。同時に活動を通して、主体的に考え自律的に行動し、自ら課題解決ができる、イノベーター人材を育成します。

そのために、Dラボの柱は大きく二つ、一つは初年次教育における課題解決型授業の企画・活動支援 (初年次ラボ) です。二つめは、チームで新規性の高いアイデアを生み出す方法論やデザイン思考に関する研究プロジェクトです。

研究成果は演繹によって、さまざまな実践をかたちづくります。たとえば社会貢献型プロジェクトの企画や活動機会の提供、社会課題の解決に向けた調査研究・情報収集・実践支援、コンテンツやビジュアル及びプロダクトデザインといったクリエイティブを企画・制作し伝達・発信する新しいマーケティング手法の実践支援などを目標とします。同時に学生・教員・企業や団体が連携するためのプラットフォームとなります。

連携や支援を必要とする企業や団体のご相談を、いつでも受け付けます。調査研究・活動内容は運営委員会によって決定され、活動成果はホームページなどで広く公開されます。



Contents

3	デザイン・シンキング研究センター 今年度の事業一覧
4	グループワークができる貴重な学内拠点 — 経営学部「初年次ラボ」の利用から — 担当教員 池田芳彦
6	釜石スタディケーション活動報告 担当教員 押切孝雄
10	生成アルゴリズムで分業を補完して 江戸小紋の新作に挑むプロジェクト — 江戸小紋錐彫り技法「けれんもの」様式のデザイン理論を探る — 担当教員 川越仁恵
14	経営コミュニケーション学科の教育コンセプトに基づいた 新たなキャリア・ディベロップメント・プログラムの開発 — 経営学部フィールドワーク科目の新設に向けて — 担当教員 平田博紀

デザイン・シンキング研究センター

今年度の事業一覧

初年次ラボ		
日	時	通年
担 当 教 員	池田芳彦	
参 加 企 業 (後 期)	(株)アサイマーキングシステム、イシイ(株)、(株)エイジ、千代田オフセット(株)、東洋ライス(株)、日本製紙クレシア(株)	

釜石スタディケーション		
日	時	2024年5月11日～26日
担 当 教 員	押切孝雄	
参 加 企 業	釜石市役所、津田商店、宝来館、浜千鳥	

生成アルゴリズムで分業を補完して江戸小紋の新作project		
日	時	通年
担 当 教 員	川越仁恵	
参加企業・大学	(有)五月女染工場、武蔵野大学データサイエンス学部	

経営コミュニケーション学科が掲げる学びの方針「スタートアップ」を体現する教育をデザインする		
日	時	通年
担 当 教 員	平田博紀	

グループワークができる貴重な学内拠点

— 経営学部「初年次ラボ」の利用から —

担当教員 池田芳彦

本報告書では、PBL型（Project-Based Learning）授業で行なう経営学部の初年次科目「初年次ラボ」におけるDラボ利用の実績と評価、ならびにその課題と今後の改善要望点について述べます。

1. Dラボの概要と利用状況

Dラボは、本学においてグループワークを行うための特化型施設として設置されており、アクセスの良い学内の中心地に位置しています。このため、「初年次ラボ」では、毎週異なるクラスでDラボを利用し、学生たちが主体的に課題に取り組む場として活用されました。本学の既存施設では、従来の一斉講義型教室が多く、グループワークに適したレイアウトの教室は非常に限られています。その中でDラボは、グループワークに特化したレイアウトを提供する、学内でも数少ない貴重な施設となっています。

2. 教員と学生からの評価

教員の評価

Dラボを利用して授業を行った教員からは、概ね高評価を得ています。特に、グループごとの作業がしやすいアイランド型レイアウトが、学生同士の活発な意見交換を促進し、授業の進行をスムーズにしたという意見が寄せられています。また、施設の整備や立地の良さも、授業運営を支える要因として挙げられています。

学生の評価

学生からもDラボの評判は良好です。柔軟なレイアウトが話しやすい雰囲気醸成し、課題解決に向けたディスカッションを活発化させたとの声が多く聞かれました。特に、グループワークのしやすさや、施設全体の快適さが高く評価されています。

3. 課題と改善の必要性

Dラボは優れた施設である一方で、「初年次ラボ」で利用する際にいくつかの課題があると感じました。

事前予約制の不便さ

現在の運用では、Dラボの利用は事前予約が必須となっています。このため、学生が急に思い立ってグループワークを行おうとする際、空き状況によっては利用できないことが多く見受けられます。これにより、学生の自主的な学習活動を妨げる場合があると考えられます。

レイアウトの改善点

アイランド型に配置された机と椅子の間隔が狭いため、隣接するグループのディスカッションが聞こえてしまい、集中が妨げられることがあります。また、大型ディスプレイが1台設置されている点は利便性が高いものの、各グループが独自に使用できるホワイトボードや仕切りがないため、より効果的な作業環境の提供が望まれます。

4. 今後の提言

施設数の拡充

現在のDラボは学内でグループワークを行える数少ない施設であるため、同様の施設を複数設置し、学生が思い立ったときにすぐ利用できる環境を整えることが必要だと考えます。特に、学内各所に点在する形で配置することで、利用可能性を高めることが期待されます。

柔軟な利用形態の導入

事前予約制に加えて、空き時間にはフリースペースとして自由に利用可能なシステムを導入することで、学生の自主的な利用を支援できます。

施設の物理的改善

各グループが独立して作業できるよう、机や椅子の間隔を広げる、または移動可能なパーティションを設置することが考えられます。さらに、グループごとに使えるホワイトボードの設置や、追加のディスプレイの導入も効果的です。

5. 結論

Dラボは、グループワークを行う上で非常に有用であり、学内での教育活動を支える重要な施設です。その一方で、利用形態や物理的な課題があり、改善の余地があると思われます。本学の教育目標を達成するためには、Dラボのような施設を拡充し、利用しやすい環境を整えることが重要だと思います。こうした取り組みを通じて、学生たちが主体的に学び、協働する機会をさらに広げることが期待されます。



釜石スタディケーション活動報告

担当教員 押切孝雄

1. はじめに

釜石スタディケーションは2024年度に2年目を迎えた。今年度は初めて本学に留学中の外国人学生も参加した。経営学部7名（4年生1名、3年生2名、2年生4名）と、外国語学部所属の留学生1名の計8名で実施した。本報告では、活動内容やインターンシップの詳細を具体的に記載するとともに、今後の課題について考察する。



2. 前年度からの改善内容

2024年度のスタディケーションは、前年度実施後に顕在化した課題を踏まえて改良を施し実施した。主な改善点は以下の通りである。

2.1 インターンシップ先の拡充

学生に多様な経験を提供するため、インターンシップ先の多様性を高めた。2023年度は釜石市役所、宝来館、津田商店の3つであったが、2024年度は創業100年以上の老舗酒造「浜千鳥」が新たに加わり、4社となった。

2.2 インターン先の課題の適正化

企業から提供される課題の適切な難易度は、学生の成長に大きく寄与する。前年度には一部で学生のスキルに対して高難度の課題が設定されていたため、今年度は課題の内容を事前に学生とすり合わせ、適切な配置を行った。

2.3 釜石でのサポート人材の配置

前年度には、釜石滞在中に体調面で不調を訴える学生がいたため、主にメンタル面でのサポートを行える人材を釜石に配置した。滞在中の面談や相談を通じて学生が安定した環境で活動できるよう支援した。

2.4 実施時期の統合

前年度は活動期間がインターンシップごとに2週間ずつ合計約1ヶ月間にわたり前半と後半に分かれていたが、今年度は全員が同時に2週間釜石に滞在できるよう統合した。この変更により、活動の一体感が向上した。

2.5 活動拠点（宿泊場所）の見直し

前年度の宿泊場所は、民泊「Sasaki」と釜石市内のホテルであったが、ホテルは学生同士が集まるスペースの不足などが課題であった。今年度は釜石市内においては「釜石復興ビル」を拠点とし、食堂、共用スペース、大浴場、コインランドリーなど、長期滞在に適した施設環境を整えた。



3. 活動の実施内容

釜石スタディケーションの活動は、大きく3つ（事前・釜石滞在中・事後）に分類される。

3.1. 事前学習

事前学習として、次の取り組みを行った。2024年3月に酒蔵見学（澤乃井 小澤酒造株式会社）と販売店訪問（松澤酒店）、4月に岩手県東京事務所職員による岩手県概要説明と岩手弁実践講座、東日本大震災復興関連プロジェクト担当者による活動報告、釜石市出身教員による震災時の状況及び現状説明、インターンシップ実習先とのオンライン会議、そして5月にインターンシップ壮行会の実施である。春休み中に酒造見学や販売店へ訪問するなどの学外での活動を済ませ、4月に入ってから、毎週火曜4限にDラボにてワークショップ形式で活動を実施した。

3.2. 釜石滞在中の協力先企業・行政機関とインターンシップ内容

2024年5月11日（土）-5月26日（日）の間の6日間において、学生は以下の企業・機関で、グループに分かれて実習を行った。

津田商店（水産加工業）

- 企業説明、工場見学、缶詰の製作体験、商品品質検査
- 新規DtoCブランド「子どもようおさかなさん」の売上向上施策の提案

宝来館（宿泊業）

- 接客業務、清掃、布団セッティング、食事準備・配膳・下膳
- お客様とのコミュニケーション実践



浜千鳥（日本酒醸造業）

- 瓶詰め、仕込み、酒粕処理などの就業体験
- 酒米農家・地域おこし活動家・酒屋への訪問調査
- 地酒の情報発信方法の考察



釜石市国際交流課（行政）

- 市内保育園での「英語遊び」サポート
- 幼児や母親との交流活動



インターンシップ先は異なるが、これらの活動を通じて、学生は実践的なスキルを習得するとともに、地域の現状を自分事として理解できた。

3.3. 釜石滞在時のインターンシップ以外の活動について

現地での活動として、インターンシップ以外にも次の交流活動を実施した。釜石市長への表敬訪問、「かまいし未来づくりプロジェクト」ワークショップへの参加（地域の魅力や課題について市民と意見交換を行った）、「釜石グローバルラウンジ」イベントへの参加（市内在住外国人と日本人市民との交流を通じて異文化理解を深めた）。

3.4. 事後学習

釜石から東京に戻ってきた後の期間の事後学習では、7月に行われた学内プレゼン大会の「てっぺんフォーラム」や「スタディケーション報告会」での発表、さらに、10月の文京祭や年間を通じて開催されているオープンキャンパスでの活動紹介を行った。これを通じて、学生たちは活動をまとめ、学内外にスタディケーションを広めた。とくに7月9日に行われた報告会では、文京学院大学と釜石商工会議所をつなぎ、学生が関係者に対して活動内容を報告した。

4. 今後の課題

本プログラムは2年目の実施であり、次の課題が挙げられる。

4.1. 地域との関係深化

地元の方々とのコミュニケーションの質は1年目より向上したものの、さらなる信頼関係の醸成が必要である。2024年度は創業100年の伝統ある企業での実習が実現したが、さらなる企業ネットワークの拡大が求められる。

4.2 事前学習の更なる充実

限られた実習時間の中で業務理解を深め、課題解決まで到達するために、事前学習の内容をより充実させる必要がある。企業理解・業務理解と、解決すべき課題の事前把握をより効果的に行う方法を検討する。

このプログラムを通じて、学生たちは人との関わりの中で成長し、地域との絆を深めることができた。今後も地方部とのつながりを大切にしながら、プログラムの改善を継続的に進めていく。

〈参考文献〉

- ・小方直幸（2001）『コンピテンシーは大学教育を変えるか』高等教育研究 第4集 p.71-91
- ・リアセックキャリア総合研究所（2021）『大学教育とキャリアの繋がりを解明（PROG白書2021）』学事出版

生成アルゴリズムで分業を補完して 江戸小紋の新作に挑むプロジェクト

— 江戸小紋錐彫り技法「けれんもの」様式のデザイン理論を探る —

担当教員 川越仁恵

1. はじめに

江戸小紋とは、古くから伝わる型染の染色技法である。しかし錐彫り技法を用いた「けれんもの」様式の模様は、旧来の型を貼り交ぜて模様を作り新味を出すに止まり、完全な新作はほとんど市場に現れない。インタビュー調査で理由を探ると、分業再編期における図案家の減少と図案作成難度の高さが相まって、和装産業の低迷を背景に小紋の中ではとくにこの様式が敬遠されていると解った。あるデザイン様式が減ってしまうことは、ひいては文化の消滅にもつながりかねない。そこでヒトにとって困難で手間のかかる部分を肩代わりし、分業を補完するAIプログラムがあれば一つの解決になるのではないかと考えた。江戸小紋は図案でありアーティストの自由に描き出す一点ものの芸術ではないため、パターン認識できることもAIに適していた。

今年度のDラボプロジェクトとして、3つのステップを完成させた。一つめのステップは、作例の観察・仮説立論・試作実験・仮説の再構築を経て、図案の理論を抽出した。二つめは、理論化された図案作成法をプログラミングに反映させ、自動的にモチーフを「けれんもの」様式に配置することが可能になった。三つめに実際にプログラミングで自動配置した新作の「けれんもの」様式の《スイーツ尽くし小紋》を、型紙職人が錐彫りして渋紙による型紙を作成し、染め職人がしごき染めによって生地に染色して着物に仕上げるまで、すべて伝統的工芸品の指定技法で実施した。

本稿ではプロジェクトの経過と、本学学生がプロジェクトを通じて発見したデザイン理論を報告する。発端となった産業の課題など理論的背景は川越 (2025) にまとめたのでご参照賜りたい。この実験をプロトタイプとして、今後製造業を助け、ヒトの仕事を奪わないクリエイティブAIの方向を模索する端緒としたい。

2. プロジェクトの進行と成果

プロジェクトは2021年から経営史研究ゼミナールと武蔵野大学データサイエンス学部Trans Media Tech Lab (中西崇文教授・岡田龍太郎助教) との合同ゼミで研究されてきた。ある程度かたちになってきて、経営学部の掲げる理念「デザイン思考」を実践するトライ&エラーの研究であるとして、2023年発足時からDラボのプロジェクトとなった。

本学学生は錐彫り「けれんもの」のデザイン理論の抽出を行い、武蔵野大学は物理落手法則を用いた

プログラミングを行う役割分担とした。本件は2024年5月29日に記者発表を実施し、その後「時事通信」「読売新聞オンライン」・IT系メディア「IoTニュース」・教育系メディア「ICT教育ニュース」「朝日新聞社Thinkキャンパス」・製造業メディア「加工技術」はじめ180余りのメディアに取り上げられた。

3. 江戸小紋錐彫り技法「けれんもの」様式のデザイン理論

江戸小紋は細かなモチーフを一面に配した型染めによる染色技法である。中でも「けれんもの」様式はモチーフが一方に整序せず様々な方向を向いて配置され、小さな丸点によってモチーフの輪郭線を構成する錐彫り技法で表現されることが多い (川越仁恵2025)。ブログ等に江戸小紋の何たるかはたくさん語られ、今さら言うに及ばない単純な特徴のようにとらえがちだが、一転して制作する側に立てば、言うほど簡単なデザインスキームではないことが解かった。現在判った理論は以下のとおりである。

① 型紙という特質

江戸小紋は型染であるため、技法上最初に型紙が作られる必要がある。型紙にするには、絵を型紙へ写し取るのに容易な紋様へと設計し直す必要がある。

② 輪郭線を構成する点の大きさ

錐彫りはモチーフの輪郭線を線で描くのではなく、点のつながりで描く。点は作例の調査から、おおむね0.6~1.0mm径が多いと分かった。しかし作例は出来上がった布であるため多少収縮しているとみられ、型紙では0.8~1.2mm径で制作されることが多いであろうと推測された。

③ 輪郭線の点の間隔

点の間隔が狭いものより点の間隔を開けた方が、モチーフの模様がより視認しにくくなり、江戸小紋の特徴とされる「遠目からはまるで無地のように見える」状態となった。輪郭線を点で置き換える方が簡単に作図できるが、模様がはっきり見え意図に沿わない。逆に点の間隔が開き過ぎると、モチーフが判別できない難しさがある。何の絵か判別できる程度に点の間隔をあけるセンスに熟練がある。

④ モチーフの大きさ

モチーフ一つの径は作例ではおおむね8.0~12mmが多いが、型紙として作るには10mm以上となろう。細かであるほどいっそう無地に見えるであろうが、小さなモチーフは点の数も少なくなり技巧的には難度が高いであろう。

⑤ モチーフの描き方

写実性を廃して不要な部分を削ぎ落とし、平面的・直観的に対象が理解できる図案へと変換する。一見して何であるかが直感で分かるように特徴を見つけ出し、やや現実離れしていると思われてもデフォルメして「らしさ」を追究して表現する。型紙にしなければならないという前提に、すべてが起因している。

⑥ モチーフと色

配色は、点の色（目色）と背景の色（地色）の2色で構成されている。目色はたいいてい白色で、絹地そのものの色である。この2色だけという制約が、江戸小紋の图案を難しいものになっている。色の助けを借りずに点だけでモチーフを表現するのが勘所である。形状だけで理解できるモチーフが選択されることが多いようである。

⑦ モチーフの形

染め職人はシームレスパターンが見破られてしまう型紙を嫌う。実際には型紙であるために繰り返しパターンには違いないが、あくまでも模様はランダムに続いているように見えることを期待する。ランダムな散らばり方を演出するためには、形は左右にも上下にも非対称である方が、多様さを演出できる。またモチーフ数が多く、形が多様であることも功を奏する。他方モチーフ数が少ないのに繰り返しが見えない古典の秀作があり、卓抜な技巧というほかはない。

⑧ モチーフの向き

「けれんもの」はモチーフの向きが整然とした一方向ではなく、ランダムに向いている。图案家が不足して代わりに图案を描いている染色加工業の職人は、この配置作業が最も難しいと述べている。

⑨ モチーフ配置とモチーフ数

モチーフ数は一種類も存在するし、数種類もある。モチーフ数が多い場合、隣り合ったモチーフは、なるべく同じでなく異なるように配置し、同じモチーフが一か所に偏らないようにする。モチーフ数が多い方が隣り合わないようにできる。モチーフは隙間なく散らばっている。

⑩ デザインテーマのあり方

デザインテーマは統一され、画題にすっきりと判りやすい統一感を持たせる傾向にあり、型紙の画面上でテーマの混在はあり得ない。地口や修辞法を使って模様がメッセージを示す「いわれ紋」も小紋の特徴の一つといわれる。他方、貝殻だけ・宝物だけという「尽くし」もテーマ統一の方法となる。

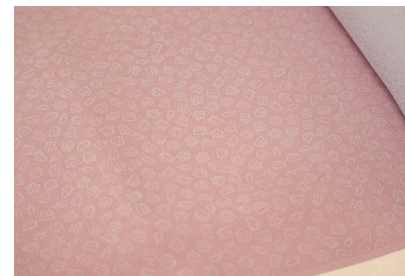
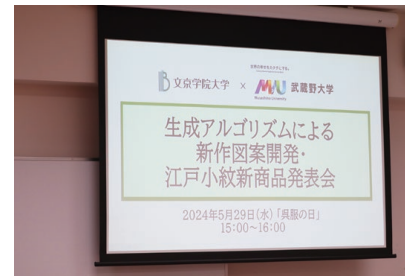
4. おわりに

本プロジェクトは、クリエイティブAIがヒトの仕事を奪うことなく、むしろ人手不足で再編を迫られた分業を補完して製造業を支援できる可能性に触れた。また口頭伝承を主たる方法とする伝統技術において、一部だけでも理論化・形式知化しておくことの緊急性と、同時に有用性を示した。

このプログラムはヒトが忌避する作業は代行するが、最終段階の審美的・経営合理性によるデザインの修正は、ヒトの手で行われることを付記しておく。作業を次々とプログラムに代行させヒトの知能に代替させる実験のさなか、学生たちは图案家・職人がいかに優れているかを逆説的に知ったことも、合わせて報告しておきたい。

〈参考文献〉

- ・川越仁恵 (2025) 「江戸小紋のデザイン理論と生成AI の活用 ―ものづくり産業におけるデザイン志向の研究 繊維産業を中心に―」『文京学院大学総合研究所紀要第25号』文京学院大学総合研究所



経営コミュニケーション学科の 教育コンセプトに基づいた 新たなキャリア・ディベロップメント・プログラムの開発

— 経営学部フィールドワーク科目の新設に向けて—

担当教員 平田博紀

1. はじめに

現在、経営学部ではデザイン・シンキング「まずはやってみる」をスローガンに掲げている。これを受け、経営コミュニケーション学科では、「自らの意志で何かを新しく始めること」を意味する「スタートアップ」を教育のコンセプトとし、学生の「なりたい」を積極的に応援している。学生同士が協働する機会や、多様な専門性を持つ教員、思いを形にしてきた企業やビジネスパーソンと触れ合うプログラムを多く用意し、学生が自らの行動・活動を主体的に設計し、発信する力、他を尊重し、他に尊重される力、多くの人や企業、社会の課題を解決するための事業や企業を創り上げる力を身につけることができる学習環境を構築している。

この経営コミュニケーション学科における教育活動の一環として実施する独自のキャリア研修と複数のエンタテインメントやコンテンツ関連の複数の企業におけるインターンシッププログラムなどを取り入れた、学生のキャリア・ディベロップメント・プログラム（以下、本プログラムという。）の開発・実施に向けた準備として、本年度、デザイン・シンキング研究センターの支援を受け、専用の教材の開発に取り組んだ。

2. 新たなキャリア・ディベロップメント・プログラムの概要

独自のキャリア研修とインターンシップ（単位付与・2週間）の経験を通して、学生の効果的なキャリア・ディベロップメントを図るとともに、経営コミュニケーション学科のロールモデルとなる学生を養成する。また、これまでフィールドワーク科目「B-GR (Bunkyo Grit and Resilience)」において取り組んでいた入学前教育プログラム等の対応も継続し、経営学部における学びの成果を入学希望者や後輩学生に提供する。

学内にあるキャリア教育に関する様々な知見やこれまでの取り組みを集約・整理を通して抽出したグッドプラクティスを取り入れ、次年度より実施する本プログラムの具体的な内容は以下のとおりである。

2024年5月～9月頃まで独自のキャリア研修と本プログラムに協力するエンタテインメントやコンテンツ関連の企業（以下、インターンシップ協力企業という。）におけるインターンシップを実施する（図1）。キャリア研修では、自己理解、社会理解、企業・仕事研究、模擬面接などに加え、インターンシップ企業研究、インターンシップの振り返りなどを行い、経験の定着を図る。インターンシップ協力企業をエンタテインメントやコ

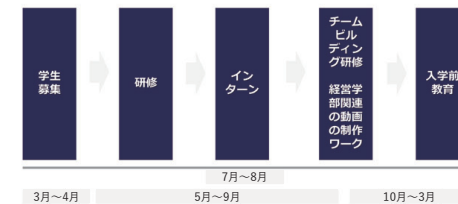
ンテンツ関連の企業とした理由は、産業の持つ活力、成長性にある。

2024年10月15日、一般社団法人 日本経済団体連合会（以下、経団連という。）は、「Entertainment Contents ∞ 2024— Act Now! —」という報告書を作成し、政府へ提言を行っている。この報告書において、経団連は「コンテンツは、日本自体のブランド価値向上にも寄与し、ソフトパワーとして経済安全保障の強化につながるほか、あらゆるモノ・サービスの消費やインバウンド誘致といった他産業への波及効果をもたらす」としている。そして、初期投資が巨額で収益化まで時間を要し、プロジェクトごとの不確実性が高いため、クリエイターだけではなく、ビジネスや海外展開に長けたプロデューサー等の人材が必要であると述べている。

図1 本プロジェクトのスケジュール案

単位とスケジュール

■FW科目（4単位）+学内インターンシップ（2単位）の計6単位



経営コミュニケーション学科では「スタートアップ：これまで経験していないことに挑戦する、取り組む姿勢や能力」を向上させることを教育上のコンセプトとして掲げている。エンタテインメントやコンテンツ関連企業におけるインターンシップ体験を通して、成長産業のリアルな経営状況やそこで求められる人材について理解を深めることができると考える。

インターンシップ後は、振り返りを行いその体験・経験から何を得たのかを言語化し、履修学生のキャリア・ディベロップメントにつなげていく。同時に、後期には、入試関連イベントや入学前教育プログラム、広報活動等といった自分の言葉で体験・経験を伝える場を履修生に提供することで、本プログラムを通して得た学びの定着化を図る。

3. 事前学習用の教材制作

デザイン・シンキング研究センターの支援を受け、本プログラムへの協力を得ることが決定した2社について、活動方針や業務内容、歴史などを紹介する動画の制作に取り組んだ。なお、インターンシップ協力企業との調整は本年度内継続して実施しており、本プログラムが開始する時点では、6社程度のインターンシップ協力企業（㈱クリーク・アンド・リバー社、㈱TOKYO23ほか）の参加を見込んでいる。



文京学院大学デザイン・シンキング研究センター
2024年度報告書

発 行 日 2025年3月31日

編集・発行 文京学院大学デザイン・シンキング研究センター

〒113-8668 東京都文京区向丘1-19-1

TEL: 03-6240-0708 E-MAIL: h-dlabo@bgu.ac.jp