社会課題を解決するための
コミュニケーション能力の開発

Developing Communicative Competencies for Social Problem Solving

研究代表者 山崎吾郎（COデザインセンター 教授）

研究協力者
［学内］伊藤 武志（SSI教授） 今井貴代子（SSI特任助教） 八木絵香（COデザインセンター 教授） 上須道徳（COデザインセンター 特任准教授）
工藤充（COデザインセンター 特任講師） 大谷洋介（COデザインセンター 准教授） 小川歩人（国際共創大学院学位プログラム推進機構 特任助教）
渕上ゆかり（工学研究科附属フューチャーイノベーションセンター 特任助教） 石塚裕子（人間科学研究科付属未来共創センター 講師）
田川千尋（高等教育・入試研究開発センター 特任講師）
［学外］永田宏和（デザイン・クリエイティブセンター神戸 センター長） 菅野拓（大阪市立大学大学院文学研究科 准教授）
辻田俊哉（関西外国語大学英語国際学部 准教授） 戸谷洋志（関西外国語大学英語国際学部 准教授）

1. プロジェクト概要

このプロジェクトでは、社会課題を解決に導くために必要となるコミュニケーション能力の開発を目的として、PBL 形式のプロジェクトを活用した実践的な教育手法の開発、および人材育成を行っています。PBL とよばれる手法には、主としてプロジェクト型（PjBL: project-based-learning）と課題型（PBL: problem based-learning）があります。本プロジェクトでは、取り組む課題の複雑さや規模に応じて段階的なカリキュラムを準備することで、基礎から応用、実践まで、レベル別に教育実践の場を創出することを目指しています。さらに、発展的な学際共創プロジェクト（transdisciplinary research project）へとつなげていくことで、教育・研究・実践のあり方に有機的な連環を作り出していきたいと考えています。

カリキュラムの設計とPBL/PjBL の実施を基本的な活動とし、定期的に行う研究会でその成果や課題を検討し、今後の活動をさらに充実したものにするというサイクルでプロジェクトを進めています。昨年度に引き続き、今年度も新型コロナウイルス感染症の影響は甚大であり、フィールドワークや対面調査を必須とする活動計画のいくつかは、大幅な変更やキャンセルを余儀なくされました。個別のプロジェクトや研究会はいずれも、対面とオンラインの両方を活用したハイブリッド形式で実施しています。そのことで、計画変更の影響を最小限にとどめるとともに、新たな実践形態が確立しはじめています。

2. 2021年の取組と成果

3年目となる2021年度は、本プロジェクトと密接に関わりのある文部科学省「実社会課題に対応するコミュニケーションの推進事業」の中間評価の年でした。2019年度の開始時から3年目までで、本プロジェクトでは合計24科目の関連授業を開講し、受講生はのべ271名に上っています。また、学外機関との連携については、デザイン・クリエイティブセンター神戸をはじめ、これまでに14団体から協力を得ることができました。これは、いずれも当初の計画を大幅に上回る成果であり、学内外における本プロジェクトへの関心や期待の高まりを感じることができました。

今年度は、研究会を計4回開催しました。いずれもオンラインと対面を併用したハイブリッド形式での開催です。研究会では現在、大学院生に限らず、社会課

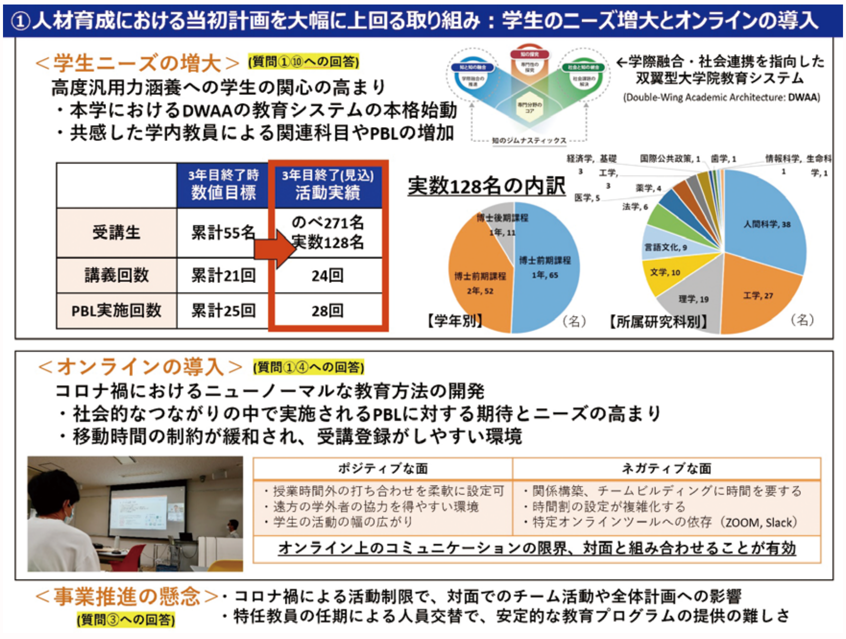

写真1：プロジェクト中間年度の評価

題への取組に関心をもつ学内外のすべての人たちに本プロジェクトの成果を伝えていくため、入門的なテクストの出版準備を進めています。「やっかいな問題wicked problem」に立ち向かうには、協力が欠かせません。その協力のあり方、方法そして課題について私たちがこれまでに得た知見と経験を整理し、取組の意義を広く理解していただくとともに、次年度以降の活動にも活用していきたいと考えています。

3. プロジェクトの今後

オンラインと対面を併用したプロジェクトの実施は、今後のスタンダードになっていくのかもしれません。オンラインの活用により、遠隔地からの参加が容易になったことは、プロジェクトの実施にとってプラスの面もあります。たとえば、10月～12月にかけて行った株式会社資生堂との協働プロジェクトでは、東京から担当者にオンラインで参加していただき、学生たちが課題に取り組むという実験的な授業がなされました（詳細は、以下のホームページを参照https://www.cscd.osaka-u.ac.jp/co/2021/001090.php）。

このときテーマとなったのは、近年の化粧品市場でみられる「〇〇成分フリー」を謳った商品の流行現象を読み解き、その背後にある企業の課題、そして消費者の課題を総合的に検討するというものです。この授業を通じて、私たちの身近な生活のなかにある化粧品というテーマが、実際には企業のビジネス戦略、規制に関わる行政課題、さらにはグローバルな思想や文化の実践に関わる問題であることが明らかになりました。ここには、近年話題となっているELSI（倫理的・法的・社会的課題：Ethical, Legal and Social Issues）が深く関わっており、プロジェクトの取組が新しい学術的関心へと発展し得ることもわかってきました。

写真2：研究会の様子

本プロジェクトは、教育、研究、実践を有機的に連環させ、それぞれの知の様態を新たに関連づけ、再創造していくことを最終的な目的としています。上記の取組からは、その萌芽が感じられました。今後は、こうした取組の成果を、さらに研究プロジェクトや、別の教育プロジェクトに展開させていきたいと考えています。

写真3：資生堂のプロジェクト