

Gプロジェクト2019

REBORN ～想いを綴り，紡ぐ未来～

佐々木 亘，森永 初代，中村 民恵，末永 勝征

G Project 2019

– REBORN: Expressing the Heart and Weaving the Future –

Wataru Sasaki, Hatsuyo Morinaga,
Tamie Nakamura and Katsuyuki Suenaga

Gプロジェクトとは、学芸、情報、モード、フードの各プロデュースを学生が自主的に選択し、グループでの活動をとおして個性の伸長をはかると同時に、プロデュース力、グループ力、コミュニケーション力の向上と問題解決能力の育成を目的とする、現代ビジネスコースの中心的なプログラムである。今回のプロジェクトテーマを「REBORN ～想いを綴り，紡ぐ未来～」に決め、制作してきた作品の集大成を大学祭で発表した。さらに、錦江町との連携事業「地域貢献プロデュース」も7年目となった。各プロデュースがテーマに沿った作品をどのように制作し、演出・販売を行ったかを、学生たちのレポートを中心に報告する。

Key Words: [問題解決能力] [協働] [大学祭] [地域連携] [学士力]

(Received September 23, 2020)

序

Gプロジェクトとは、「プロデュース力・グループ力・コミュニケーション力の育成」という「トリプルパワー・リフレッシュ教育戦略」である。現代ビジネスコースでは、専門教育カリキュラムの【系列：Gプロジェクト】に設けられた5つのプロデュースにもとづき、グループでのコミュニケーション能力を伸ばし、同時に個々人のプロデュース能力を高め、学生の総合的な人間としての力を豊かにすることが大きな目標である。グループでの活動に対する自分の役割をしっかりと認識し、目標実現に向けた計画を立案・実行し、それぞれ特定のテーマを達成できるように指導した。2019年度も、学士課程教育の構築などの中央教育審議会答申を受け、教育課程の体系化や単位制度の実質化、教育方法の改善など学士力への取り組みを継続している。教員間でも互いの専門分野を活かしながら、教育の情報化にむけてICTを活用した教育の実践が少しずつ進展している。

今回は、学生一人ひとりが「REBORN ～想いを綴り，紡ぐ未来～」という想いを共有し、

* 鹿児島純心女子短期大学生生活学科生活学専攻現代ビジネスコース (〒890-8525 鹿児島市唐湊4丁目22番1号)

各自がトリプルパワーを発揮して具体的な成果へと結びつけた。まず、3部構成の発表部門では、学芸プロデュースが、幼い女の子が未来の自分に会いに行くという、ファンタジックな動く絵本で第1部を飾り、第2部情報プロデュースは、「現代ビジネスコースあるある」から始まって、現代ビジネスコースの魅力ある活動を音楽に合わせて演出し、そしてモードプロデュースでは、「想いを花束にして」をコンセプトに、様々なシーンを個性的に表現した。

フードプロデュースは、アップルパイとクッキーを制作し、Gカフェで新商品を提供するなど、1・2年生が団結して大学祭における活動に取り組んだ。さらに、7年目をむかえる地域貢献プロデュースは、錦江町の方々と協力して、純心水田プロジェクトを始めとし1年間を通じて幅広い活動を行い多くの学生が成長する機会をいただけている。

本報告は、2019年度に行われた「Gプロジェクト」の内容に関する情報発信を目的としている。現代ビジネスコースでは、この報告をPDCAサイクルの一つとして、さらなる発展を試みる。

I. 学芸プロデュース

2019年度の学芸プロデュースは10人という大人数での制作。シナリオ、作画、音声の担当に分かれ、序盤こそ計画通り進めることができたが、だんだん余裕がなくなり、最後はぎりぎり間に合ったという感じであった。10人で一致団結することは簡単ではなく、集団で何かを作り上げることの苦しみと喜びを深く味合うこととなった。

趣味として物語を書いたり、イラストを描いたりする学生が数名いたため、その学生を中心にリーダーシップ・トレーニングで話し合ったテーマを表現するストーリーを模索しながら決定した。ストーリーが決定した後、シナリオ担当がプロットを元にセリフを考えた。佐々木先生から助言をいただき、物語の中にある伏線に観客が気付くようなセリフになるよう工夫した。学芸プロデュースの「動く絵本」らしいファンタジーの世界を表現しつつ、約8分という短い時間に伝えたいストーリーをまとめるのは非常に難しい。しかし、想いが伝わるよう言葉一つひとつを選び抜き、ストーリーを何度も読み返しては矛盾を見つけ修正することで、少しずつ感動を得られる作品に成長していく。試行錯誤を繰り返しながら、私たちらしい作品を生み出すことができるのが、学芸プロデュースの大きな魅力だ。

キャラクター設定では、子どもを主人公にした。主人公が未来の自分に出会うストーリーなのだが、初期設定ではキャラクターに大きな特徴がなく、印象に残りづらいとの指摘を受けた。そこで先生方や学生からの意見を求め、主人公の現在と未来の姿に既視感を持つよう目立つ髪色や瞳の色にし、同一人物であるようにした。未来に時間軸が移動する複雑なストーリーを最大限に分かりやすくするためには、始めにキャラクターそれぞれに明確な違いを持たせると良いと思う(図1)。



図1 主人公の2人

制作で最も苦労したのは、滑らかにキャラクターや物を動かす作業だ。静止画を極力減らし、可能な限り動きがあるシーンを増やすために大学祭直前まで描き足した。約8分間で見て

いる方を惹き込む作品を作り上げるためには、動きのあるシーンで楽しんでもらうのが大切だ。電車が走るシーンや、キャラクターが手足を動かすシーンなど、一つのシーンに使うイラストの枚数を増やし動きを付けた。さらにiMovieの機能であるアニメーションを付けストーリーのテンポに緩急が付くよう努めた。また、学芸・情報・モードプロデュース間をどのように繋げるか特に工夫した。初めて見る方にも、各プロデュースがイラストと映像、ドレスで発表部門のテーマを表現したと伝えるために、一目見てテーマに関連するものと分かるリボンを作中に登場させる案が生まれた。学芸の作品では未来の主人公から現在の主人公に、約束の証として赤いリボンを手渡すシーンを描いた。それぞれの作品の特性を活かした、私たちらしい表現を生み出したと思う(図2)。



図2 赤いリボン

初めて見る方にも、各プロデュースがイラストと映像、ドレスで発表部門のテーマを表現したと伝えるために、一目見てテーマに関連するものと分かるリボンを作中に登場させる案が生まれた。学芸の作品では未来の主人公から現在の主人公に、約束の証として赤いリボンを手渡すシーンを描いた。それぞれの作品の特性を活かした、私たちらしい表現を生み出したと思う(図2)。

何より卒業生として後輩たちに、早い段階で映像にすると作業が捗ることを必ず伝えたい。下書きが完成した時点で一度繋げて各シーンが何分程度になるのか確認し、理解しづらいシーンはないか、またテーマを取り入れたシーンが不足していないかという点に気付ける。また、声を吹き込むことにより、間の取り方や適した効果音の付け方を習得できる。そうすることで改善点が明確になり、効率よく制作を進められるだろう。

録音・アフレコでは感情を込めるのはもちろんだが、キャラクターの年齢や性格に合わせた自然な声色にしなければならない。特に子どもの高い声や幼い話し方、成人男性の低い声や落ち着いた話し方でセリフを吹き込むことに苦労した。キャラクターのセリフごとに録音し、それらをカットしたり繋ぎ合わせたりして音声を編集するのだが、初めは感情の込め方やセリフを読む速度などがキャラクター間で大きく差があり感情移入しづらかった。そこでSNSを有効活用し、話し方を研究し互いに聴きあって練習を重ねた。それによりキャラクターの表情に適した自然な話し方を演じられるようになった。また、成人男性の低い声をよりリアルにするためにGarageBandのキー調節機能を用いて低めに話した声のキーをさらに下げ、ぎりぎりまで低い声になるようにした。子どもの音声も同様に調節した結果、録音した際の声の高さよりもキャラクターの性別や顔に一致した声に改善することができた(図3)。



図3 年齢・性別の違う
キャラクター

録音終了後、イラストと合わせ一つの映像にまとめ、音声や映像、イラストの修正など細かい部分の改善に入る。まずはアフレコの音声に合わせてドアの開く音や歩く音など様々な効果音を入れる。セリフが聞こえる程度に音量を調整し「間の調節」に手を焼いた。パソコンで流す時の音量と大講義室で流すものでは全くの別物であり、いくらパソコン上で確認しても実際の環境で視聴しなければ問題点に気づけない。本番が近付く中で、セリフや効果音のタイミングを微調整し、映像が滑らかに動くよう改善を重ねた。制作する中で多くの壁にぶつかったが、メンバー同士で支え合い最後まであきらめず取り組んだからこそ、後悔なくやりきったのだと今は思う。

最後に、全体の計画を元に1週間ごとの詳細な予定表を立てた後、必ず実行することが非常に大切だ。計画倒れにならないよう工夫しながら、先生方や友人、現代ビジネスコース1年生に映像を見ていただく機会を設けるためには、早い段階で映像を作り上げる必要がある。下絵で最初から最後まで映像にすると、不足しているシーンを見つけやすくなる。絵だけでなく、セリフが仮に完成した状態で音声を録音し編集して聞いてみると、感情のこもった声の出し方や、大講義室で音割れしない声量を発見できるのだ。実際に目で見て耳で聞くことで、想像しただけでは気付けない新たな発見に繋がる。今作の反省点、活動の進め方に対する課題の共有を行うことで、今後の学芸プロデュースの活動がさらに良いものになることを願っている。(鎮守美和)

Ⅱ. 情報プロデュース

2019年度の情報プロデュースは、11名で1年間を通してパソコンのスキルアップを目指し、WindowsやMacの機能を学び、実践的に活用してきた。前期の活動は、個々のスキルを高めることを目標とし、名刺や名前シールの作成、卒業式、入学式、体育祭、聖母行列、アセンブリー等の撮影・編集・DVD制作などに取り組んだ。

情報プロデュースは、1年次の春休みに、前年度のメンバーと顔合わせを行い、活動内容を引き継いだ。前期中は、卒業式、入学式、体育祭、聖母行列等の学内イベントを撮影しiMovieで編集したり、大学周辺の地図、ポスターをPagesで作成したりと、macOSに標準でインストールされているアプリケーションソフトを中心に全員が操作に慣れることを目指した。これ以外にも、1年生の名刺、USBメモリなどに貼る名前シールを「ラベル屋さんTMソフト」を利用し作成した。前期中の活動内容は、PowerPointでまとめ発表した。

後期は「Gプロジェクト」の発表部門の映像制作に本格的に取り組んだ。現代ビジネスコースのテーマ「REBORN～想いを綴り、紡ぐ未来～」に沿って、発表部門の各プロデュースでコンセプトを立てた。学芸プロデュースは「ことばでつづる」、情報プロデュースは「こころでつなぐ」、モードプロデュースは「想いを花束にして」をコンセプトに、各プロデュースで作品の制作に取り組んだ。

情報プロデュースでは、日々の学びの中で支えて下さった先生方や先輩、友人、後輩など周りの方々への感謝の気持ちをアルバムに綴りたいと考えた(図4)。

大学祭に向けて各プロデュースが取り組んでいる姿やアドバイスをしてくださった先輩方との写真をアルバムに収め、感謝の気持ちを表した。

現代ビジネスコースの日常の学びについては、1年次には出来なかったことが2年次で自然と身に付いた瞬間を「あるあるネタ」で表現した(図5)。初めて見る人に伝わる映像を心がけ、音声の字幕を入れるなど工夫をした。

4月から空き時間を利用して、大学祭に向けて情報プロデュースの構成内容をどのようにして



図4 アルバム



図5 あるあるネタ

いくのかメンバー全員で話し合った。しかし、映像制作に取り組んでみると何から始めればいいのか分からないことが多かった。前期の初めに、大学祭に向けてやるべきことの共通理解をしてから具体的な計画を立てるべきだと感じた。そこで、次のような反省点と改善点をまとめておく。

一つ目は、「撮影」である。前期中は学内イベントの撮影をカメラやビデオカメラでメンバー内で割り振りしながら行っていた。しかし、カメラで撮影していることが多く、素材となる映像が少ないため、動かない映像が流れているだけの状況だった。そのため、後期に入ってから各プロデュースの活動や日常生活の様子をビデオで撮影する作業が増えた。

二つ目は、「曲決め」である。最初に曲を決めてから構成内容を考えていたが、曲のテンポが速く、見ていただく方に歌詞が聞き取れないという問題点が発生した。そこで、歌詞が聞き取りやすくゆっくりとしたテンポの曲に変更し、歌詞に合うように映像の構成内容を考え直して制作に取り組んだ。

三つ目は、「情報共有」である。カメラの操作やiMovieを使用して動画編集を行うときに、メンバー内で使い方を理解している人に同じ質問をする人が多く、作業が進まないことがあった。そのため、来年度からは、前期の情報プロデュースの授業で、自分が行った活動内容を他のメンバーに報告し、情報共有を行うことが大切である。

また、2019年度は映像制作に取り組む活動が全体的に遅く、大学祭当日まで編集を行った。前期中に素材となる映像撮影や編集を行い、大講義室で映像を流す操作に慣れておくことで、後期に取り組むリハーサルがスムーズにできる。そのために、活動内容の計画を細かく考えて、後から振り返りができるように、しっかりと記録しておくことが重要である。

情報プロデュースのチーフとして、上手くメンバーをまとめることができるか初めのうちは不安であった。しかし、先生方からのアドバイスや歴代の先輩方、友人、情報プロデュースのメンバーのサポートがあったからこそ、映像制作を完成させることができたと感じた。



図6 私がいそがしくいれるところ

大学祭の活動を通して、自分の意見を相手に伝えることの大切さを学んだ。情報プロデュースの活動当初は、割り振られた活動内容を各自で取り組んでいたため、お互いの意見を言い合う機会が少なかった。自分の意見を相手に伝えることで、大学祭に向けての構成内容がまとまり、メンバー全員が次に何をすべきかを考えて積極的に行動するようになった。情報プロデュースで学んだことは、今までの人生で非常に良い経験となり、多くの人々と出会い、「私がいそがしくいれる場所」であることを改めて感じることができた(図6)。情報プロデュースで学んだことをこれからの人生で生かし、身に付けたスキルをさらに伸ばしていきたい。(辻江美佳)

Ⅲ. モードプロデュース

2019年度は、モードプロデュースが15人、大裁女物単衣長着が2人の17人で舞台を構成した。「REBORN～想いを綴り、紡ぐ未来～」という現代ビジネスコースのテーマの下、モードプロ

デュースでは「想いを花束にして」というテーマを掲げ、一人ひとりを花として表現し、それを花束とすることで結束を表した。活動においては、REBORNと掛け合わせた「リボン」をドレスのどこに用いるか、どのような舞台発表をすれば私たちの想いが届けられるかを何度も考えた。私たちの想いを表現するために、まずは大裁女物単衣長着ではリボンがほどける演出を行った。リボンがほどける演出には、束になっている花が1輪1輪に分かれ、花言葉からそれぞれの想いを表現するという意味がある。黒色のドレスから始まりだんだんと明るくなっていき、最後は未来に紡いでいく優しい色へと移り変わる。



図7 シーン1

10月になり演出を現代ビジネスコースの1,2年生に観てもらったが、自分たちの練習不足と表現力不足でまだまだ舞台に立てる状況ではないという評価をもらう。これをきっかけにペア同士で練習をしたり演出を工夫したりして改善を重ねた。本番直前まで細かい動きの修正を行い、より想いが観客に伝わるよう努力した。



図8 シーン2

シーン1 リボン (図7)

「想いを花束にして」というモードプロデュースのテーマを映し出した後、リボンがほどける映像を流すとともに大裁女物単衣長着の2人が現れる。手先にリボンを結び、しなやかな動きとともに柔らかくほどけていくリボン表現した。お互いに向き合うタイミングや手を上にあげるタイミング、歩くスピードやリズムが揃うよう何度も練習した。



図9 シーン3

シーン2 芍薬 (図8)

光を抑えたシーン1に続いて、フロントからの照明を暗くし、主にスポットで演出して黒色のドレスで登場。花言葉は「威厳」。堂々としていておごそかな雰囲気演出している。暗転からの登場で、曲に合わせて振り向く。腰に手を当てるポーズで花言葉の「威厳」を強調している。

シーン3 タチアオイ (図9)

シーン2に続いて登場するが、シーン2よりも照明は明るくして曲もリズムがはっきりした曲を使用している。曲のテンポに合わせてゆっくり歩くのが特徴。彼女の表情や一つひとつの動きが花言葉の「野心」を表現している。



図10 シーン4

シーン4 赤いガーベラとコスモス (図10)

タフタ生地を用いたドレスのペア。シーン2とシーン3とは違い、照明を少し明るくして温かみのある色を演出して、赤いガーベラの花言葉である「前向きさ」とコスモスの花言葉である「真心・調和」を表現した。曲に合わせて止まったり、歩くスピードに強弱をつけたりすることでメリハリを出した。また、シーン5に続くように最後は2人が微笑む演出にもこだわった。



図11 シーン5

シーン5 アサガオとマツバボタン (図11)

シーン4までとは違い、明るくアップテンポな曲を使用している。

ドレスのデザインがふわふわしていてポップなイメージのため、曲のテンポに合わせて歩くことでスカートのふわふわとした部分を魅せた。アサガオの花言葉は「固い絆」、マツバボタンの花言葉は「無邪気で可憐」である。2人の明るい笑顔、そして息の合った動きがこれらの花言葉を表現している。

シーン6 ピンクのガーベラとデルフィニウム (図12)

落ち着いた雰囲気曲調でシーン5とのコントラストを演出。曲のテンポもゆっくりであるため、穏やかな雰囲気である。ピンクのガーベラには「思いやり」、デルフィニウムには「清明」という花言葉がある。お互いが交差する時と次のシーンとの入れ替わり際にはお互いに手を伸ばし、そのままその手を自分の胸に当てる動きで相手への思いやりの気持ちを伝え、そして受け取ることを表現している。指先まで意識したしなやかな手の動きが穏やかさを表す。

シーン7 スズランとブルースター (図13)

シーン6に続いて順番に1人ずつ登場する。ここでも入れ替わる際にはお互いに手を伸ばし、想いを胸に受け取る演出にこだわっている。スズランの花言葉は「純潔・再び訪れる幸せ」、ブルースターの花言葉は「信じあう心」である。花言葉が伝わるよう、お互いの目を見合わせることや穏やかな動きを追及し、何度も練習した。

シーン8 リンドウとサザンカ (図14)

シーン7までとは違い、暗転で始まり暗転で終わる。演出にメリハリをつけるために、曲の途中でフロントからのライトを利用して雷を連想させるような演出をし、激しさを表現した。動きも激しく、くると回ったり止まったりして動きに強弱をつけた。これらの動きは2人で何度も工夫し、練習していた。リンドウの花言葉は「正義」、サザンカの花言葉は「困難に打ち勝つ」であるため、強さを強調している場面である。

シーン9 ポピーと菜の花とスマイレ (図15・図16)

嵐のような激しさのあとの静寂を表すように穏やかに登場する。3人ともボリューム感のあるドレスを制作しており、それを魅せるためゆっくりとした動きをしている。つながりを表すためにお互いに手を伸ばす演出にこだわった。また、2人同時に動く場面では息がそろうように何度も練習した。登場し前に出てきたときにお辞儀をする演出は、3人に共通した演出である。これはポピーの花言葉「感謝」、菜の花の花言葉「愛・小さな幸せ」、スマイレの花言葉「謙虚・愛」の通り、観客席にいる人に向けての気持ちを表現している。最後の退場の演出では、観客席へ手を差し伸べる動きで感謝の気持ちを表し、その後そのまま手を胸に当てる動きで、想いを胸にして退場した。



図12 シーン6



図13 シーン7



図14 シーン8



図15 シーン9



図16 シーン9

シーン10 エンディング (図17)

エンディングに使用した曲は「愛をこめて花束を」である。今回のモードプロデュースのテーマである「想いを花束にして」を強く表した曲である。私たちが表現した花言葉の想いはそれぞれ違うが、その一つひとつが束になることで花束となり、観ていただいているすべての方々に私たちの想いを届けることができたのではないかなと思う。



図17 シーン10

舞台発表終了後、観に来てくださった方々から「想いが伝わった」というコメントや「良かった」というコメントを多くいただくことができ、嬉しい気持ちと感謝の気持ちでいっぱいになった。

昨年度からの取り組みとして、テーマについての理解度を数値化して目に見える形で分かるよう、アンケート調査を実施している。2019年度も昨年度に引き続きアンケート調査を実施したため、その結果と内容をまとめる。(大瀧紫乃)

Ⅳ. フードプロデュース

2019年度のフードプロデュースは選択者33名での活動となった。アップルパイ、クッキー、Gカフェの3つの部門に分かれており、クッキーとGカフェは大学祭で販売するために試作や制作を行った。アップルパイは、2019年度は保健所の指導により、販売することができなかったため、先生方やインターンシップ先への贈答用という形で制作を行った。アップルパイはフードプロデュース選択者33名で制作を行い、Gカフェとクッキーは1年生と2年生が合同で運営を行った。

各部門チーフ・サブチーフを決め、それぞれがしっかりと情報を共有することによって、活動をスムーズに行った。2019年度は、できるだけ自分たちで制作活動ができるように改善を試みた。

純心伝統のアップルパイはフードプロデュース選択者が一丸となって制作を行った(図18)。制作活動を開始する前に、先輩方が作成した作り方のDVDを授業前や試作前に見ることによって作業の流れを全員で把握してから取り組むようにした。味はもちろんのこと見た目も美しく、心こもったアップルパイが制作できるよう5月から試作を重ねた。試作後には全員で振り返りを行い、難しい点を先生に確認を取り、全員で改善した。また、制作をするにあたり、出来上がりが均一になるようにメンバーを構成した。



図18 アップルパイ

9月に行った試作では、コスト削減のため、「つがる」という品種のリンゴを使用した。「つがる」は酸味が弱く、甘みが強くて柔らかいリンゴである。通常のレシピ通りに甘煮を制作したところ、火が通りすぎてしまい、焦げてしまった。通常は「ジョナゴールド」や「紅玉」という酸味の強い硬いリンゴを使用する。リンゴの品種が異なると砂糖の量や火の通し方を調整するのが難しいため、焦げてしまう原因になったと考えられる。リンゴの品種によって甘さや水分量

が異なるため、リンゴの品種や特徴をよく理解し、煮方を変える必要があることがわかった。

先生方への贈答は10月に行い、伝統のアップルパイの味や見た目のレベルに達しているか確認するためにアンケート調査を実施した。贈答の際、アンケート用紙を配布し、回答をお願いした。インターンシップ先への制作は、このアンケートでの回答を基に改善した。アンケート調査を実施する際に工夫したことは、制作者一人ひとりに製造番号を振り（図19）、その番号をアップルパイの皿の裏側に記入したことである。アンケートに回答していただく際に、その製造番号を用紙の右下に記入していただき、誰が制作したものなのかわかるようにした。アンケート結果のフィードバックにより自分の制作したアップルパイがどのような評価であったかを確認し、次の贈答用につなげた。



図19 製造番号

アンケートの結果を踏まえ、12月にインターンシップ先への贈答用のアップルパイを制作した。最初の試作の段階で失敗していた甘煮も砂糖の量や火の強さをうまく調整しながら煮ることで上手く制作することができた。アップルパイの生地も試作を繰り返したことで今までの制作の中で一番いい出来に仕上がった。

クッキーは1年生と2年生の合同の商品として販売した。昨年から引き継ぎで2019年度に販売するクッキーの種類はプレーン・塩・ココア・紫芋・抹茶の5種類に決定していたため、大学祭では「現ビパック」として販売した。



図20 家庭用オーブン

2019年度は昨年のスチームコンベクションオープンから家庭用ビルトインオープンレンジに変更した（図20）。生地作りから焼きまですべて自分たちだけでできるように、安全面を重視したことから、第2調理室にある家庭用ビルトインオープンレンジに変更した。生地作りは1年次の経験を活かし、うまく作ることができた。しかし、焼きに関してはすべてがーからの試作となったため、販売できる商品になるまで何回も試作を繰り返した。

昨年度と大きく違う点は3つある。1つ目は、クッキーを天板に置く際の並べ方である（図21）。並べ方を昨年と同じようにすると、天板の大きさが小さいため、焼ける量が少なくなってしまう。そのため、同じ数を焼けるようにするために隙間が小さくなるように、並べ方を変更した。また、並べる際にクッキーの裏側に焦げ目が見えないようにするためにクッキングシートを2枚重ね、焦げないような工夫を試みた。



図21 新しい並べ方

2つ目は、焼く時間である。昨年度よりオープン内の熱の伝わり方が遅いため、焼き時間を15分から20分へ延ばした。また、場所によって火の通りが変わるので10分ごとに天板の前後を入れ替えて焼くようにした。

3つ目は、クッキーの焼き色である。紫芋や抹茶などのクッキーは昨年までは高温で焼いていたため、変色していた。それに比べ、2019年度は時間をかけて焼いたことから、変色せずに

きれいに焼くことができた。また、クッキーの表面にアルミホイルを被せることで鮮やかな色になるように工夫した。

大学祭では、昨年と同様、1袋100円で販売し、2日間で「現ビバック」164袋、形くずれのクッキーでお客様に販売できないクッキーを学生販売用として1袋50円で45袋販売した。昨年は100円での販売用を563袋、学生販売用を135袋販売していたため、2019年度は昨年に比べ、とても少ない量の販売となり、すぐに売り切れてしまった。家庭用オーブンで大量生産することは難しいということがよく分かった。しかし、家庭用オーブンで制作するほうが安全で誰でも作りやすく、おいしく、丁寧なクッキーを作ることができるということを実感した。

Gカフェでは歴代の新商品を復刻商品として販売するため、アンケートを現代ビジネスコースの2年生を対象に実施した。ホット商品の「はちみつレモンジンジャー」と「バナナキャラメルラテ」、コールド商品の「カルピスグレープゼリー」の中から飲みたい商品のアンケートを実施した結果「はちみつレモンジンジャー」を復刻商品として販売することにした。試作を繰り返す中で「はちみつレモンジンジャー」をコールド商品として炭酸を加え、アレンジした「はちみつジンジャーエール」として販売することにした。

大学祭では制作から販売までをスムーズに行うため、模擬販売を行った(図22)。接客に活気がなく流れ作業になっている点から、当日は一人ひとりのお客様に感謝の気持ちを持ちつつ、お互いのコミュニケーションをとることを意識しながら明るい雰囲気接客をすることを心掛けた。また、お客様に声掛けを積極的に行ったり、販売員を増やしたりすることで売上数の増加につながった。販売予定数を多く見積もり、完売することができなかったことから、時間内に完売できるよう計画する必要がある。



図22 Gカフェ制作風景

表1 大学祭総売上(単位:円)

部門	売上高	材料費	純利益
クッキー	18,300	11,254	7,046
Gカフェ	222,150	169,199	52,951
合計	240,450	180,453	59,997

2019年度大学祭の総売り上げは以上のとおりである。(表1)

フードプロデュースは人数が多いため、全員が同じ方向を向き、頑張る環境づくりをすることは大変だった。しかし、フードプロデュース全員でミーティングを行い、目的を明確にすることで気持ちを一つにして大学祭に向けて取り組むことができた。また、試飲試食をしていた先生方や応援に来てくださった先輩方のおかげで、大学祭で無事商品を販売することができたことに感謝している。

1年間の活動を通して、初めてのことが多く、戸惑うことも多かった。しかし、仲間と話し合いを重ねながら、先生方に相談し活動を進めていくことで新しい形を作ることができた。また、全員でコミュニケーションを図り、目的へ向けて協力しながら取り組むことで団結するこ

との大切さを学ぶことができた。

これからも常に感謝の気持ちを忘れず、思いやりの気持ちをもって行動していきたい。後輩たちも伝統を引き継ぎ、全員で協力して2020年度の活動に向けて頑張ってもらいたいと思う。(小田原杏実)

V. Gプロジェクトアンケート調査について

発表部門では観客が発表内容をどのように評価しているかを知るためにアンケート調査を実施した。Gプロジェクトを後輩たちに繋げるためにアンケート調査は必要である。調査概要は現代ビジネスコース1年生を対象とし、アンケート方法は学生支援サイト（Web）を用い、回答率は100%であった。回答期間は2019年12月20日（金）から2020年1月7日（火）に実施した。アンケート内容と結果は下記の通りである。

【質問1. 学芸プロデュースの「動く絵本」のストーリーは良かったですか】について、大変良い34%、良い49%と回答しているが、17%の人についてはストーリーの内容について伝わりきれていない部分もあることがわかる。【質問2. イラストの統一感はありましたか】について、大変良い47%、良い41%と回答していることからイラストの統一感は伝わっていたようだ。しかし、12%の人は統一感が足りなかったと感じていたことがわかった。【質問3. 人物の声はイラストに合っていましたか】については、大変合っていた30%、合っていた49%回答、21%の人は人物の声とイラストのイメージが伝わらなかった。

次に【質問4. 情報プロデュースの映像作品の中で写真や動画の切り替わるテンポは適切でしたか】について、大変良い59%、良い41%という結果となった。【質問5. 映像作品を通してGプロジェクトに取り組んでいる様子は伝わりましたか】については、大変伝わった82%、伝わった14%と回答し、取り組みの様子が作品から伝わったことがわかる。

【質問6. モードプロデュースの演出で音響の繋がりが不自然だと感じる部分はありましたか】について、自然だったという回答が87%であった。90%以上を目指していたことから曲の繋ぎ方をもっと工夫するべきであったと考える。【質問7. モードプロデュースの演出で照明が不自然だと感じる部分はありましたか】について、自然だったに86%が回答している。【質問8. 魅力学で学んだ姿勢、立ち居振る舞いを意識しているように感じられましたか】について、感じられたと93%が回答しており「魅力学」の講義を受けている1年生から見て学んだことを活かしていることが分かる。

活動していく中で、指導者や先輩方からもらった意見をメンバーにフィードバックする機会が足りなかったことに気がつき、予定していた計画よりも多くの方に舞台練習を見ていただく機会を増やすよう改善した。その結果、フィードバックされる機会も増え学生が目に見えて成長し、改めてPDCAサイクルを繰り返すことが必要であると実感した。

また、自分たちが設定していた完成度と指導者や先輩方から求められている完成度との間に大きな差があった。今後の改善案として、本番までにできるだけ多くの方に練習を観ていただき、テーマと内容を一致させるために第三者のアドバイスは必要不可欠である。PDCAサイクルを意識しながらメンバー同士の連携を図る必要があると考える。

フードプロデュースは、アップルパイ、Gカフェ、クッキーの3つの部門がある。

アップルパイについては、一人ひとりが伝統のアップルパイの味や見た目のレベルに達しているか確認するために先生方にアンケート調査を実施した。

アップルパイのアンケート調査概要は教職員を対象とし、アンケート方法は記述式、回答率は75% (18/24名)、回答期間は2019年10月24日 (木) から10月25日 (金) の2日間を実施した。今回のアンケート内容と結果は下記の通りである。

【質問1. アップルパイの焼き色】について、ツヤがあるとの回答は52%で、ツヤが足りないといったマイナス回答が48%となった。卵黄を塗る量や蜜の量によって焼き色が変わってくるため、少しでも焼き上がりの色にばらつきがでないように、焼き色を付けるための卵黄をムラなく塗り、ツヤを出すための蜜をたくさん塗ることが必要であると回答結果からわかった。

【質問2. アップルパイの甘煮の食感】について、シャキシャキ感がある41%、シャキシャキ感がないといったマイナス回答が59%となった。甘煮は全員分を一つの鍋でつくることから、均一した甘煮がアップルパイの全体の品質の向上につながることを後輩達に引き継ぎたい。

次にクッキーのアンケート調査概要は現代ビジネスコース1年生を対象とし、アンケート方法は学生支援サイト (Web) を用い、回答率は100%であった。回答期間は2019年12月20日 (金) から2020年1月7日 (火) で実施した。アンケート内容と結果は下記の通りである。

【質問1. パッケージからテーマが反映されていると感じましたか】について、感じられたと回答したのが93%、すこし感じられたが7%であった。

また、クッキーについては新しい試みとして家庭用オーブンで焼いたクッキーの食感について、来年度の制作につなげるため、1年生が夏休み期間中に制作したクッキーを用いて2年生にアンケート調査を行った。アンケート内容と結果は下記の通りである。

1年生が制作したクッキーを2年生が試食、回収率は97% (69/71名)。2019年9月10日に製造した、その日に試食してもらい、後日、記述式でアンケート用紙に回答してもらった。(回答日、2019年9月19日)

【質問2. クッキーの焼き具合】について、丁度良い79%、生焼きとの回答が21%あったことから、焼きの足りないクッキーがあったことが分かった。【質問3. クッキーの色合い】について、きれいとの回答が99%であった。

次にGカフェのアンケートについても現代ビジネスコース1年生を対象とし、アンケート方法は学生支援サイト (Web) を用い、回答率は100%であった。回答期間は2019年12月20日 (金) から2020年1月7日 (火) で実施した。アンケート内容と結果は下記の通りである。

【質問1. ラベルにテーマが反映されていると感じましたか】について、感じられた53%、少し感じられた37%、どちらとも言えない10%、と回答。テーマをデザインに反映させることの難しさを痛感した。【質問2. 販売提供時間はどうでしたか】については大変良い53%、良い37%、どちらとも言えない10%、と回答。

【質問3. 接客態度についてはどうでしたか】について、大変良い79%、良い20%、どちらとも言えない1%の回答であった。

以上の結果からコースのテーマに沿ってラベルやパッケージを制作したが、すべての方にテーマを理解していただくためにはさらに工夫する必要がある。

今回、現代ビジネスコースの1年生を対象にアンケート調査を実施したが、アンケートを作成し、実施するまでに時間がかかったことから、大学祭までにはアンケート内容を作り終えて、大学祭終了後1週間以内に実施するべきであったと考える。

私たちは、今回の活動を実施するうえで、PDCAサイクルを意識しながら各自の役割分担を決め、今後の計画を立て、その計画を踏まえて、大学祭まで活動を行った。大学祭終了後にアンケート調査を実施、その結果から来年度に向けての改善策についてまとめた。

今後は大学祭が開催される前にアンケートを作成し、終了後1週間以内に調査、集計を実施すること。質問の目的を明確に分かりやすく簡潔な内容にする必要がある。大学祭が終わってからアンケート作成に取り組み、調査までに期間が空いてしまったことから、アンケート調査を実施する目的をはっきりさせ、説明できるよう準備しておくことも必要であることを学んだ。アンケート調査の項目や内容について回答者が回答しやすいように質問の仕方を工夫することが、いかに重要であるかを実感している。(大瀨紫乃／小田原杏実)

Gプロジェクト開始から11年目、昨年度から活動の取り組みの理解度を測る目的で学生達はアンケート調査を計画した。昨年同様にアンケート調査を実施することは容易ではなかったが、2019年度も現代ビジネスコース1年生を対象とし、学生支援サイト（Web）での実施を試みた。回答期間は2019年12月20日（金）から2020年1月7日（火）に実施した結果、回答率は100%となった。

アンケートの結果は大瀨紫乃と小田原杏実の報告に記載されている。アンケート調査を実施するために役割を分担し、アンケートの項目についても課題実践研究Ⅱの授業の中で、質問の項目や内容を検討していたが、回答者に質問内容が明確に伝わっていない項目もあったことがわかる。アンケート調査を実施し、自分たちの活動を振り返ることで大学祭後もPDCAサイクルを意識することに繋がり、ディプロマポリシーの「問題発見とその解決のために、これまで学んできたことを総合して自律的に行動できる」ようになったのではないかと考える。Gプロジェクトの活動において、教育の効果を高めるために「課題実践研究Ⅱ」を開講した。その授業評価からは「a. 新しい知識や技術を得る機会となった」が32.9%、「b. 知識や理解を深める、または技術を高める機会となった」が52.9%、「c. 新しい視点や考え方に触れ、視野を広げる機会となった」が65.7%、「d. これまでの自分の考え方や行動を見直す機会となった」が75.7%の回答となった。複数選択可であるが、この結果からもディプロマポリシーの「問題発見とその解決のために、これまで学んできたことを総合して自律的に行動できる」ように学生たちが成長したことが伺える。なお、自由記述欄においては、「これまでの自分の考え方や行動を見直すきっかけとなり、今後改善すべき点やもっと伸ばすべき点等考えるようになりました」、「もっと自分をより責任のある、成長出来る女性となれるよう、これから自分を振り返る時間を作り、考えていきたいと感じました」、「この授業で学んだことを社会人になってからも活かしていきたい」と記述している。

現代ビジネスコースにおいては、現代社会における様々な課題と自律的なキャリア形成に必要な知識・技術・技能を研究対象としているが、Gプロジェクトの活動をとおして学生達は社会人になる前に視野を広げ、自分の考え方や行動を見直すことのできる人材に成長していることが検証できるのではないかと考える。(中村民恵)

Ⅵ. 地域貢献プロデュース

7年目の地域貢献プロデュースの選択者は15名であった。水田プロジェクトなど錦江町での活動については、ポスターを作成・掲示し、学内で広く参加を呼びかけている。しかし、天気の関係で実施の決定が直前になることもあり、現代ビジネスコース以外の学生は参加するのが難しい状況にある。2019年度は紅茶に興味を持つ学生の発案からお茶の収穫体験の企画が持ち上がったが、スケジュールが合わず実施には至らなかった。

2年次の1月には地域貢献プロデュースの活動報告会を実施し、錦江町の特産品や参加したイベントなどについて調べた内容を各メンバーが発表して1年間を振り返った。授業アンケートにおける到達目標の到達度についての自己評価は、未到達の回答は3つの目標とも0.0%であった。「他者との関わりの中で自己理解を深め、協働する姿勢を習得する」という目標については、71.4%の学生が十分到達できたと回答している。また、「日常生活では得られない貴重な経験ができ、学びが深まった」、「多くの人と関わることができたので協働する力がより一層身についた」、「自分の意見を表現できるように努力した」などの記述が見られ、地域貢献活動が学生にとって成長を促す機会となっていることがわかる。なお、活動に関する詳細は、チーフである黒岩美琴の報告を参照されたい。(森永初代)

2019年度は、例年どおり、「半島隅くじら元気市」、「いきいき秋祭り」で特産品販売の補助を、「水田プロジェクト」では錦江町の純心水田で田植え、除草、稲刈りの作業を行った。また、そのお米を使ったコラボスイーツの商品開発を行い、錦江町におけるコラボスイーツCM撮影にも参加した。おはら祭りでは、錦江町の躍り連と一緒に踊った。

「やまんなか音楽会」(図23)は、8月に行われる予定だったが、悪天候のため9月に延期された。当初の夏休み中から後期開講後に日程が変更されたことにより参加可能な学生は6名となり、イベントの展示の準備や作成・手伝いを十分に行うことができるか心配だったが、その分チームワークを高め、錦江町の方々と一緒に素晴らしいイベントにすることができた。しかし、例年に比べて町外から訪れた人が少なく、地元の人が多かったようである。今回、私たち自身も初めての参加だったが、より多くの人々に見ていただきたいと強く思った。そのため、たくさんの方に来ていただけるような宣伝の仕方やイベントの魅力を伝えるためにできることはないか、検討したいと思った。

2018年度から、コラボスイーツのCM撮影を錦江町で行っており、2019年度は錦江町のいちごハウス、神川大滝(図24)で行った。CMを見てくださる方に、錦江町の自然や暮らしの豊さと錦江町と純心短大の連帯感を伝えたかった。撮影が行われた2月4日は、気温は低かったが、穏やかな天候に恵まれた。いちごハウスでは、赤く美しいいちごの甘い香りが漂う中、学生10名が笑顔で撮影を行った。



図23 やまんなか音楽会



図24 神川大滝での撮影

神川大滝では、恒例の「はさんじゃうぞ！」ポーズを決めた。今回撮影したCMは、2月24日からKTS鹿児島テレビで放送された。自分たちが開発した商品の美味しさを、CMを通して十分に伝えることができたと思う。また、錦江町の魅力を改めて感じる機会にもなった。

地域貢献活動に参加し、普段の学生生活では味わえない貴重な経験をすることができた。4月に行った純心水田プロジェクトから初めてのことが多かったが、幅広い年代の地域の方々と協力して様々な行事を進める中で、積極的に行動することの大切さを実感することができた。地域の方々が私たちを温かく迎えてくださったおかげで、錦江町の良さを多く知ることができた。どのような活動が地域の活性化につながるのかを常に考える錦江町の方々の姿を見て、私たちも身近な場所や周りで支えてくれる人々のために、何か貢献できることはないかと考えるようになった。卒業後も、自らの置かれた環境で自分らしく、地域の発展に貢献していきたい。(黒岩美琴)

結 び

もともと、Gプロジェクトは、「トリプルパワー・リフレッシュ教育戦略—コミュニケーション力・プロデュース力・グループ力の育成—」という課題名で、2008年度から3年間、文部科学省の「私立大学等経常費補助金特別補助<教育・学習方法等改善支援>」における「学生の実体験を重視した教育研究」の一つとして採択及び交付を受けて、進められた。

2019年度のGプロジェクトのテーマは、大学祭全体のテーマである「Go—輝き続ける純短colors—」をもとに学生が考え、「REBORN～想いを綴り、紡ぐ未来～」とした。「REBORN」に再生とりボンの意味を掛け合わせ、個々の学生がグループでのコミュニケーションをつうじて、集団の中で自分たちを輝かせた。現代ビジネスコースでは、専門教育科目の5つのプロデュースにおいて学生の総合的な人間性を高めるという目的を掲げてから、12年も経過している。

毎回、“Gプロジェクト”をつうじて、学生が試行錯誤しながらも、自分の能力を発揮し、具体的な成果につなげる機会を得たことは、大きな収穫である。これから社会人として活躍する学生たちが、「社会に必要とされる人間」となることが、スタッフ全員の願いである。また、学士課程教育における学士力を意識し問題解決能力の育成など教育の質的向上にむけて、我々のプロジェクトはさらなる成果を目指してより発展していかなければならない。

