

ゼロからはじめてプロになる

授業 と 仕事



学校法人 服部学園
御茶の水美術専門学校
〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台2-3
OCHABI INSTITUTE
2-3 Kandasurugadai Chiyoda-ku Tokyo 101-0062 JAPAN
☎0120-084-612 Tel 03-3291-7400

<http://ochabi.ac.jp/senmon/>



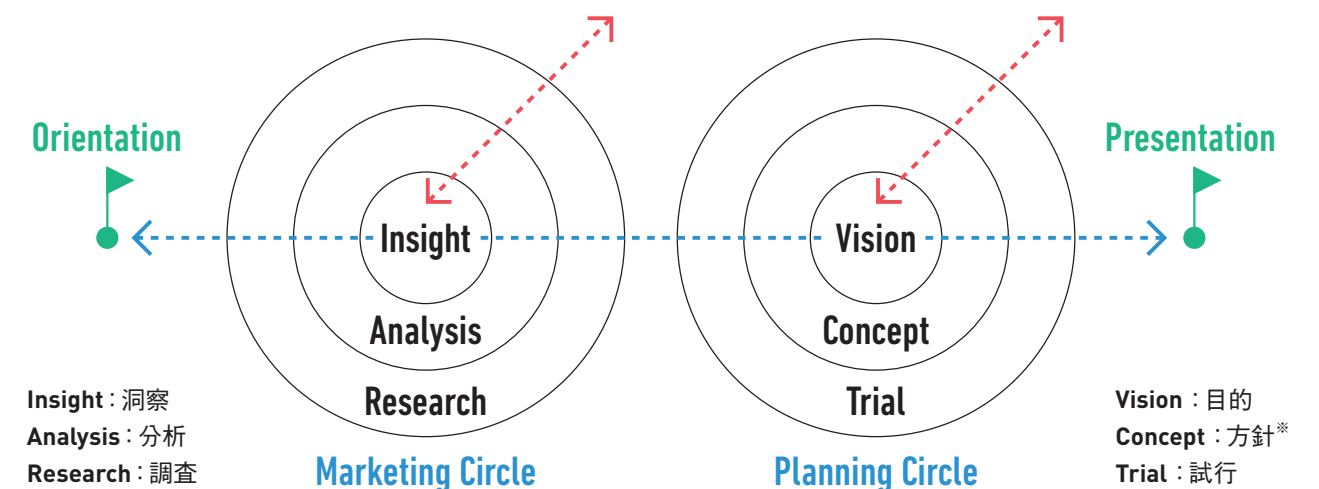
2018 ZEROBOOK 2



ゼロからはじめてプロになる

クリエイティブを企業や起業活動、フリーランスの仕事に活かす
「実学」中心の授業編成「ゼロワーク・プログラム」

Design Art Thinking



※ Conceptは直訳で「概念」ですが、OCHABIでは「制作意図」、チームで共有する「方針」と定義付けています。

ゼロワーク・プログラムでは、何が問題で何が解決方法なのかわからない「ゼロ地点」から価値のある商品やサービスをデザインすること、つまりクリエイティブ（創造）の活動方法を学びます。

他にもゼロワークの「ゼロ」にはいろいろな意味があります。

経験豊富なデザイナーやアーティストが、初心に戻って物事を観る「ゼロ視点」。

初心者が、その長所である自由な発想を制限することなくアイデアを積み上げる「ゼロ発想」。

ゼロワーク・プログラムでは、クリエイティブをロジカル（論理的）に学び、そのプロセス（経緯）を繰り返し実地で体験することで頭だけではなく身体で覚

えていきます。

なぜなら実際の仕事では、教師に質問をしたり、参考書を開いて調べたりする場面はないからです。

御茶の水美術専門学校（OCHABI）は、文部科学大臣より「職業実践専門課程」の認定を受けています。

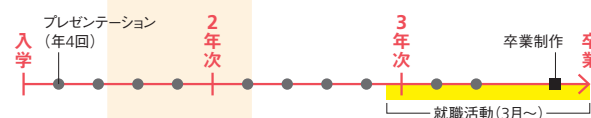
全ての授業が社会に在る問題の発見、および解決を最終的な目的としてカリキュラム・マネジメント（授業編成）されており、3年という短い期間の中で、効果的にクリエイティブを学べます。

OCHABIはクリエイティブを論理的に思考し、実践する能力を育成することで、全ての職業にクリエイティビティ（創造性）が有効であることを、卒業生の進路実現を通じて証明する活動を行っています。

御茶の水美術専門学校



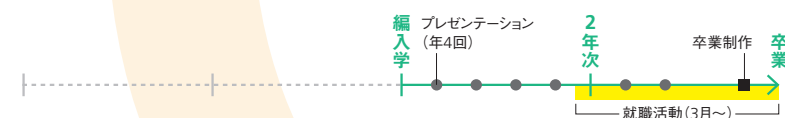
デザイン・アート科 3年制 (100名)



高度デザイン・アート科 4年制 (15名)



高度デザイン・アート科編入学 2年 (若干名)



夜間デザイン・アートコース (2018年4月開講予定)

※御茶の水美術専門学校は、文部科学大臣より「職業実践専門課程」の認定を受けています。



<http://ochabi.ac.jp/senmon/>

デザイン・アート思考

デザイナーやアーティストの仕事にこそ必要な
ロジカルシンキング(論理的思考)



デザイン・アート思考では、みなさんの創造的な感覚(クリエイティビティー)を論理的(ロジカル)に組み立て、仕事仲間と情報を正確に共有するための方法を実地で学びます。

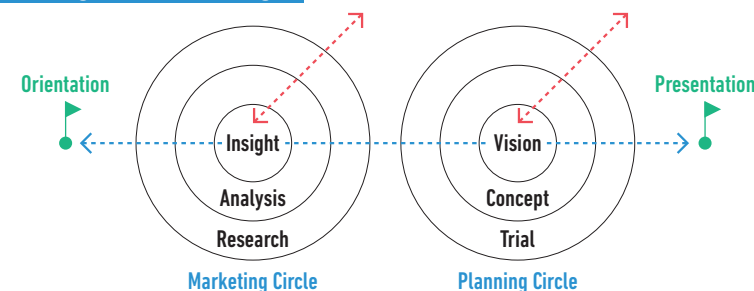
例えば「かっこよく」とか「もっとかわいく」とか、私たちは普段から何かと感覚的に物事を伝えがちです。仕事をする場合、例えフリーランスであったとしてもひとりで出来る仕事はないので「どうかっこよく」すればいいのかを関係者に具体的に伝えなければよい仕事はできません。

OCHABIには産官学連携(企業や行政機関と連携し

て進める授業)の事例や企業研修(企業の社員を指導する授業)の知識と経験が豊富にあります。私たちがここから学んだことは、実社会でいかにコミュニケーション能力の高さが必要とされているかです。

デザイン・アート思考は、みなさんのコミュニケーション能力を実際に仕事ができるレベルにまで向上させます。ここでは、自分自身で問題を発見すること、問題の本質を見極めること、よりよい解決の方策を繰り返し検証すること、方策がなければ自ら創造することを習得していきます。

Design Art Thinking



▶デザイン・アート思考

OCHABIの授業は、企業や行政機関などによる問題提起(Orientation)から始まります。その後、課題設定のための実地調査(Research)、情報分析(Analysis)、気付きの洞察(Insight)といったマーケティングを行い、課題解決のための目的の揭示(Vision)、開発方針の設定(Concept)、新規提案の有効性を検証する試行錯誤(Trial)といったプランニングを経て、学生による新規商品企画の提案(Presentation)へと進みます。

卒業生インタビュー

大久保夏海

2016年卒業
株式会社アイ・エム・ジェイ
職種:WEBディレクター



高校時代の私

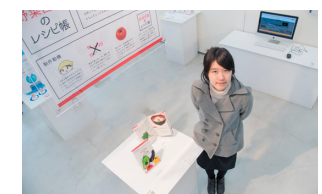
イラストを描くような仕事に憧れていたあの頃、OCHABIに出会った。

小さい頃からとにかく絵を描くのが好きだった私は、イラストやキャラクターを描くような仕事に自然と憧れを持つようになっていました。だからいざ進路を決めるとなった時は、当然、美術系の学校に絞って探しました。OCHABIを知ったきっかけは学校説明会です。高校にOCHABIの先生がいらっしゃった際にパンフレットを見せてもらったのですが、他の学校だと趣味レベルの作品ばかりという印象が、OCHABIではちゃんと考えて作られていました。しかもいろいろなジャンルのことが学べ、授業やカリキュラムがしっかりしている。これは体験授業でも感じたのですが、美術の基礎知識がない私でも、ゼロから教えてもらえるという点に惹かれてOCHABIに決めました。

OCHABIで学んだこと

ここには、未来の可能性を広げ、自分の才能を気づかせてくれる土壌がある。

企業のリアルな課題に向き合うコミュニケーションの授業は本当に有意義でした。忘れられないのは、日本コカ・コーラの課題に取り組んだ時です。リーダーとしてチームに参加したので、立場的にも難しい部分があるにも関わらず企画まで先生にダメ出しされて、とても辛かったのを覚えています。結果的には、自分のチームの提案が最優秀賞を受賞しましたが、企画が決まるまでのマーケティング、特にインサイトの部分が1番大変でした。わからなければ調べる、なければ作る、考えの根拠となる数字を提示するなど、今の自分の軸はこの過程で鍛えられました。また、OCHABIには自分の才能を気づかせてくれる土壌があると思います。何でもやろうと思えばできるし、視野や可能性がグンと広がる学校です。デザイン力など目に見えるスキルだけではなく、全体を見渡せる視点を持つ大切さが、社会人になった今はよくわかります。OCHABIの授業は、小学校から始めても良いと思うくらい価値のあるものです。



現在の私

1年目から世界有数のコンサル会社と仕事することに。OCHABIでの経験が活かしている。

今は、IMJというデジタルマーケティングの会社で、WEBディレクターとして働いています。ソーシャルメディアの運用やWEBサイトの制作などが主な業務です。私が担当しているのは自動車メーカー。もともと全く知らない世界だっただけに、毎日が新鮮で充実しています。わからないことを調べたり、ターゲットを分析したり、戦略を立てたり、各種SNSを使い分けて発信したり……。今の仕事はすごく自分にフィットしていると思います。課題解決の基本的な流れや、絵にして説明するスキル、PhotoshopやIllustratorの技術など、OCHABIで学んだことが本当に役立っていると思います。今の職場では、2016年にグループ入りしたアクセントチャ インタラクティブと一緒に仕事をする機会もあります。その高い視点や、数字への意識などはとても勉強になります。今後はプロジェクトを回せるプロデューサー的な仕事も学んでいきたいと考えています。

OCHABIで学んだことは、どんな相手との仕事でも通用する。

産官学連携授業

社会を想定した課題ではなく、
実際に社会に存在する課題に挑戦する

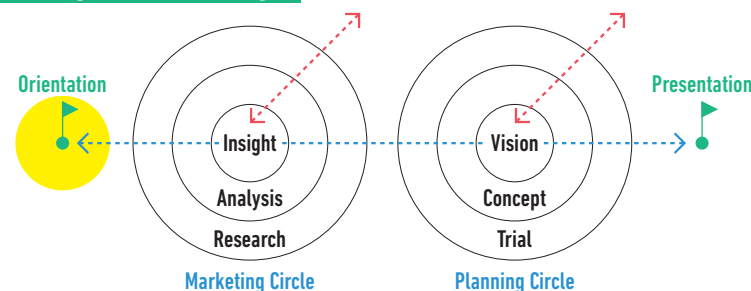
「産官学」とは「産」は産業、つまり企業を指し「官」は官公庁、つまり行政機関を指し「学」は学校、つまり教育機関を指します。産官学連携授業は、学生が学外の営利、非営利組織を代表する社会人たちと実際にコミュニケーションを取りながらその課題発見や課題解決に取り組む授業です。

OCHABIの産官学連携授業は、必修授業であり、選択授業やワークショップ、コラボレーション企画ではありません。春夏秋冬合わせて年4回の成果発表会が行われ、ここではクライアント（依頼主）と呼ばれる企業や行政機関の関係者と学生との意見交換がライブで行われます。

この授業を通じて、連携する企業や行政機関の考え方を深く知る業界研究や、連携先の社会人と交換するビジネスメールの書き方、更には事務所でヒアリングを行う際に必要となるビジネスマナーとコミュニケーション能力や自分の考えを的確に相手に伝えるプレゼンテーション能力など、就職活動や起業活動、あるいはフリーランスで役立つ多くの能力を実践で身につけていきます。



Design Art Thinking



▶ デザイン・アート思考

OCHABIの授業は、企業や行政機関などのクライアント（依頼主）からの相談が短文にまとめられて出題（Orientation）されるところから始まります。これを基準にマーケティングやプランニングを経て、新規提案をロジカル（論理的）に組み立てていきます。

2016年度産官学連携課題一覧（五十音順）

- ▶ **株式会社カワダ**
nanoblockの新しい楽しみ方とは
- ▶ **サンスター文具株式会社**
今まで創作活動に関心のなかった20代の若者に「文具アイデアコンテスト」を知ってもらうには
- ▶ **株式会社ジェイアール東日本企画**
駅や電車内で、スマートフォン使用者がその画面だけではなく、交通広告にも注目するようになる相互活用の連携アイデアとは
- ▶ **株式会社資生堂**
GMSが内包された巨大なショッピングモールにおいて、どのようなスペースの選択、ストアプランニングを策定すれば、資生堂の化粧品体験を促進し、販売できるのか
- ▶ **大正製薬株式会社**
若者がリボボタンDを身近に感じる為のクリエイティブ・アイデアとは
- ▶ **千代田区役所**
千代田区を構成する様々な主体が相互に繋がり、自発的に地域課題に取り組み解決する為の提案とは
- ▶ **株式会社マルエツ**
5年後の将来、あなたが通いたくなるスーパーマーケットとは
- ▶ **株式会社丸善ジュンク堂書店**
ITの進歩が著しい昨今、本が欲しくなる新しい読書体験・空間のデザインとは
- ▶ **マルハニチロ株式会社**
収納棚からオープンスペースへ、缶詰・瓶詰をインテリアに変えるクリエイティブ・アイデアとは
- ▶ **株式会社ユー花園**
20代のライフスタイルにカットフラワーを定着させる新規性と創造性を兼ね備えたビジネスプランとは
- ▶ **株式会社ヤマハミュージックジャパン**
音があふれることでコミュニケーションが活性化される街のデザインとは

卒業生インタビュー

座間麻実

2016年卒業
株式会社エルグラフィ
職種：フォトスタジオ・コーディネーター



高校時代の私

将来やりたいことがなかった。
というより、もっとじっくり考えたかった。

高校生の頃の私は、将来やりたいことが特に決まっていませんでした。漠然と、大学ではなく専門学校、やるなら服飾系か美術系かなという感じでした。それでも、いろいろな価値観の人たちと出会えるような進路がいいなとは思っていました。そう悩んでいた3年の夏、OCHABIの体験授業を受けました。その時に来られた先生が、OCHABIならゼロからいろいろ挑戦できると教えてくれて。もともと別の専門学校を検討していたのですが、やりたいことがまだわからない自分には、入ってからでも将来のことを決められるOCHABIはぴったりだと思いました。あと、2年制ではなく3年制なので、じっくり進路を考えられるという点も魅力に感じました。

OCHABIで学んだこと

在学中に、あの有名企業と「仕事」できる。
それが、OCHABIのメリット。

OCHABIでの学校生活は楽しかったです。私のまわりには意識が高く、向上心のある人が多く、自分が背中を押されることもありました。1番印象に残っているのはコミュニケーションの授業です。アルバイトをしていたこともあり、眠れない日もあるくらい大変でした。特に、自分1人ではなくチームワークで、それぞれの役割に責任があったりするので。その苦労が報われたのか、「からだすこやか茶Wを若者にアピールする」という日本コカ・コーラの課題では最優秀賞を受賞しました。みんなで「甘い物を食べた後の罪悪感をなくそう」といった企画を考えて、私は広告のメインビジュアルとなる写真を撮影しました。とにかく、マーケティングとプランニングに時間がかかったのを覚えています。誰もが知っている有名企業の課題に関わって、直接プレゼンテーションできる。これはすごいことだと思います。



現在の私

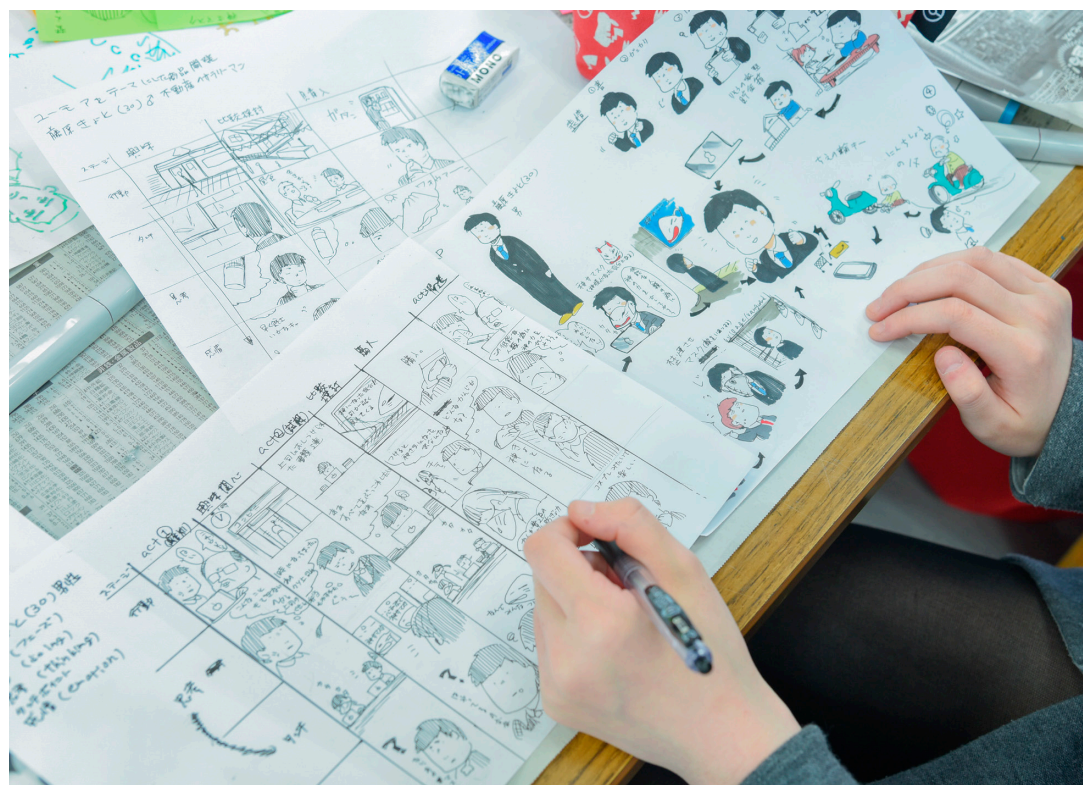
今の仕事は、OCHABIの授業でやっていたことの
延長線上にある。

OCHABIで写真を学び、将来はカメラや写真に関わる仕事に就きたいと思っていた私は、在学中も、フォトスタジオでアルバイトしていました。卒業後は、現場での経験を買われたのか、社長に誘われて、そのフォトスタジオに就職しました。カメラマンではないのですが、コーディネーターとして、1年目から、着付け、ヘアセット、お客様との折衝、撮影プランニング、デザイン・編集作業の他、子供を笑わせたりなど、いろいろなことを任せてもらっています。お客様ごとに撮影のプランニングやコーディネートを行ったり、デザイン・編集作業をやったりと、OCHABIの授業でやっていたことがそのまま役に立っていると思います。はっきり言えるのは、OCHABIのコミュニケーションの授業は慣れないうちは辛いですが、その経験は社会人になった時の強みとなるのは間違いないということです。OCHABI卒業生の私は、今それを強く実感しています。

企業の課題にチームで取り組みながら、自分の居場所を見つけた。

マーケティング

企業もクリエイティブをしている。
マーケティングで社会のアイデアを知ろう



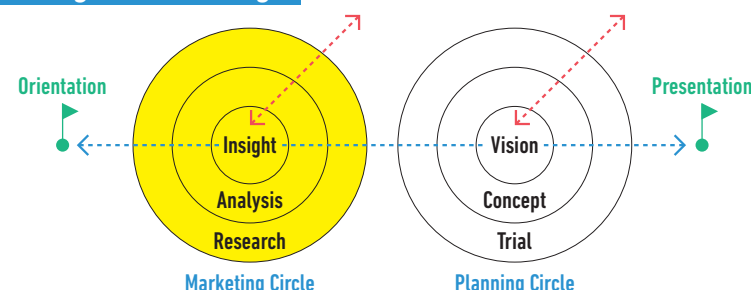
「マーケティング」というカタカナ語の日本語訳はいまだ定まっていませんが、Market(市場)という言葉に-ing(進行形)を付け加えることで「市場を動かす」こと全般に関わる活動を意味し、OCHABIでは特に「市場調査」(Research)や「市場分析」(Analysis)、そして市場調査や分析結果からの「気づき」としての「マーケット・インサイト」(Insight)を意味する言葉として使っています。

さて、そもそもクリエイティブ(創造)活動にマーケティングは必要なのでしょうか？ 仮にクリエイティブを非公開の趣味に限定するのであれば直接的には

関係ありませんが、逆にクリエイティブを公開し「仕事」にしようとした場合、ここで考え出された商品、あるいはサービスは結果的に市場で販売されるわけですから自ずと必要になります。いつ、どこで、だれに、なにを、どのように届けるのか。例えば、産官学連携授業で関わるそれぞれの企業のマーケティングに対する取り組みを知るだけでも、そこには将来の自分に活きる大きなヒントが豊富に存在しているのがわかります。

OCHABIでは職業教育を行う美術学校として、マーケティングを通じて品を作る「作品」に留まらず、品を商う「商品」の作り方を学びます。

Design Art Thinking



▶デザイン・アート思考
マーケティング・サークルでは、企業や行政機関などの出題に対して、適切な課題設定を行うために、実態調査(Research)と情報分析(Analysis)を繰り返し、その経緯で導き出される気づきの洞察(Insight)をマーケティングの結果としてまとめていきます。

卒業生インタビュー

小川輝美

2016年卒業
株式会社アイデアルネット
職種:WEBデザイナー



高校時代の私

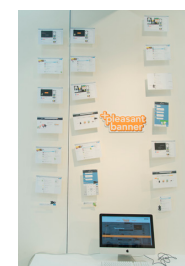
パソコンでゲーム作りをしたり、
もともとクリエイティブなことに興味があった。

高校生の頃、パソコンでノベルゲームを制作したことがあり、その時に初めてプログラミングに触れてWEBの面白さを知りました。もともと絵を描くことやクリエイティブなことにすごく興味があったので、高校卒業後はそういったことを勉強できる学校に進学したいと思っていました。そんな時に進路の先生から紹介されて、OCHABIの存在を知りました。もちろん他の学校も見に行きましたが、実際にOCHABIに体験授業をしてみて、先生の教え方がすごく良く、グループ制作にも興味があったのでOCHABIを選びました。

OCHABIで学んだこと

他の学校にはない環境。
マーケティングの基本を実践で学んだ。

実際に企業からリアルな課題が出され、実践で学ぶ授業は、他の学校にはないと思います。企業のブランドやターゲットに合わせて、調査・分析し、そこからデザインが導き出されていくという過程を学べたことは大変役に立ちました。他の学校だと、そこをすっ飛ばして、いきなり制作に入ることが多いと思います。在学中、コンビというメーカーの「親子が楽しめる食育」という課題に取り組んだのですが、甥っ子のいる兄夫婦にリサーチしたり、親の目線で子供のことを考えたりしたことが、アウトプットの大きなヒントになりました。グループ内での私の役割はWEB制作やその他のサポートでした。調査や分析を行った上で企画に入るプロセスはとても辛いのですが、誰かに説明する時や意見を言う時に説得力が出ますし、制作物の完成度も高まると思います。



現在の私

1年目から1人で仕事を任されるように。
多彩なクライアントに対応しながら奮闘中。

卒業後は、高校時代から興味があったWEBの道に進みました。今、OCHABI出身の先輩がいるデザイン事務所でWEBデザイナーとして働いています。さまざまな案件を1人で任されるようになって、クライアントとの折衝、デザイン、サイトの構築まで幅広くやっています。本当に様々な業種のクライアントがいるので対応するのが大変ですが、それがやり甲斐にもなっています。例えば、クライアントに合わせてデザインをラグジュアリーにしたり、シンプルにしたり……。OCHABIの授業でマーケティングの基礎を学んでいなければ対応するのは難しかったかもしれません。時にはクライアントから無茶なお願いをされることもありますが、OCHABIの実践の授業で鍛えられているので何とか対応できています。でも私はまだまだ未熟なので、これからどんどんスキルアップしていきたいです。OCHABIは社会人としての基礎や土台を築く場であり、さまざまな道を切り拓いてくれる場でもあると思います。

さまざまな仕事に対応する上で、マーケティング的な目線は不可欠。

アクティブ・ラーニング

明確な目標設定と多様性のある個性の確立の過程で、
チームワークは活性化される

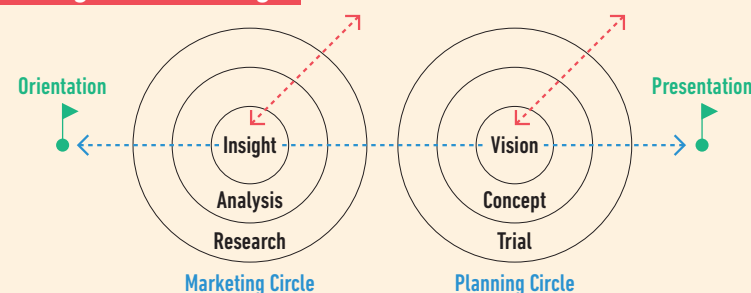
「高価な商品」より「良質な体験」が価値として共有され評価される現代、クリエイティブの仕事の在り方も「同じ志向性」を持つ者同士ではなく「多様な価値観」を持つ者同士が、共通の目的のもと協創する時代へと変化をしています。このような価値観の変化の中にあつては、もはや、著名人による講義形式の「座学」は教育効果が低く、学生、それも多様な志向性を持つ学生同士、そして教師、社会人が意見交換をしながら互いに協力して授業を進めていく「実学」が有効であることは言うまでもありません。

OCHABIでは、クリエイティブ（創造）を行うにあたって、学生同士でのコミュニケーション、学生と教師でのコミュニケーション、学生と社会人とのコミュニケーションを重視し、年間で最低4回の学生による商品企画の展示発表会を開催しています。

こうして繰り返されるコミュニケーションの中で、学生は社会との接し方を学び、主体的にコミュニケーションを促進させなければ良質な仕事に繋がらない現実や、コミュニケーションの活性化が良質なクリエイティブを完成させていくのを実地で体験していきます。



Design Art Thinking



▶ デザイン・アート思考
自分の個性を客観視しながら、他人の個性を「多様性」として受け入れることができれば、議論は自然と活性化（Active）されます。デザイン・アート思考では、多様性を通じて新しいアイデアを生み出していきます。

卒業生インタビュー

大沼里奈

2016年卒業
株式会社momomo
職種：WEBデザイナー
プロデューサー



高校時代の私

卒業後の進路に揺れていた私。
OCHABIの先生との出会いに大きな影響を受けた。

私は福祉系の高校に通っていて、もともと幼稚園の先生になるという人生のロードマップがありました。でも、絵やイラストやデザインにもすごく興味があつたので、卒業後の進路に迷っていました。そんな時、高校にやってきたOCHABIの先生から「デザインの進路なら、幼稚園の子にイラストを教えたりもできるし、何にでもなれるよ」という言葉をいただきました。自分の可能性が広がり、将来の選択肢も増える方が、好奇心旺盛な私には合っていたので、先生との出会いはすごく大きかったと思います。デザイン系の学校はいくつか検討しましたが、OCHABIの体験授業の自由な雰囲気が良いと思って決めました。

OCHABIで学んだこと

OCHABIには、実践の学びと
「できないことはない精神」があつた。

他の学校だと1つのことだけに取り組むケースが多いと思いますが、OCHABIはその人次第で何にでも挑戦できる学校だと思います。目の前の課題と向き合う時も、自分の将来を考える時も、縛り付けません。何かあつた時は先生が相談にのってくれます。そして、何といつても、OCHABIの一番の魅力は、産官学連携によるコミュニケーションの授業です。その中でも、日光市の「日光に若者を呼ぶ」という課題が印象に残っています。現地での調査、グループワークの難しさ、プランニングの大変さ、クライアントへのプレゼンテーションなど身をもって経験しました。慣れない企画立案に苦しみ、学校を辞めたくなった時期もありましたが、そこで鍛えられたからこそ、精神的にタフになったと思います。



現在の私

好きなことも、やりたいことも、
自ら積極的に動いて実現していく。

現在は、WEBサイトや絵本などを制作する会社で、WEBデザイナー兼プロデューサーとして働いています。今の会社がやっている絵本の事業にどうしても関わりたくて自分からアプローチし、新卒募集していなかったにも関わらず採用していただきました。絵本事業をはじめ、クライアントに定期的に贈り物をするお団子プロジェクトや、各種企業やタレントのWEBサイト制作など、さまざまな仕事に関わっています。社長との距離も近く、若手であってもやりたいことをすぐに言える環境で、最近では自ら提案して新しい事業を立ち上げるなど、充実の日々を送っています。あと、会社とは別に、OCHABI時代の友達と「ひよりカフェ」という年に4回だけオープンするカフェも運営しています。季節ごとの1日限定カフェということもあり、出店する場所を毎回変えていて、さまざまな企画も催しています。WEBサイト制作、メニュー開発、宣伝、売上管理など、全部自分たちでやっています。会社との両立は大変な時もありますが、楽しいから苦になりません。

デザイナーとカフェ事業主。ハイブリッドに働く私の原点は、OCHABI。

プランニング

そのクリエイティブはなぜ必要なのか。
プランニングで求められるのは存在意義



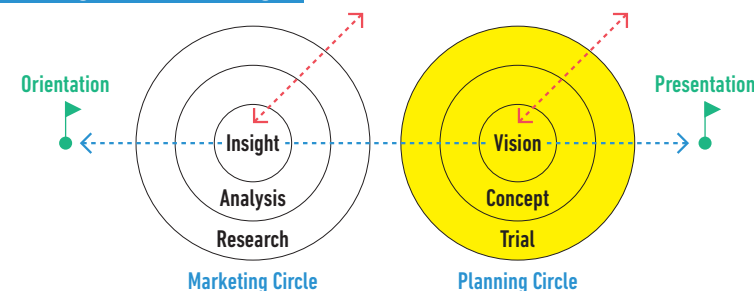
プランニングは、日本語で「企画立案」を意味し「企画」とは「画を企てる」と書きます。つまり、プランニングでは、自分が強く欲しいと思う、あるいは誰かに届けたいと強く願う商品やサービスを具体的なアイディアで発想し、これを何らかの形態に変え、実現していくための設計図を描きます。

プランニングでは自分のアイディアを多くの人々と共有し、協力を得なければなりません。そこでは「こんな感じ」といった感覚的な言葉はその解釈の過程で必ず混乱を招くため、なぜ、何のためにそのアイディアが発想されたのかをロジカル（論理的）に説明する必要があります。

そこで大切になるのが、目的（**Vision**）の設定です。これは人によっては、夢や志、哲学と訳す人もいますが、企画には必ずこれを創造する理由が必要になります。こういった「存在意義」があってこそ、初めて他人もその商品やサービスを欲しいと思うようになります。

そして目的の実現のためには、チームで開発の方針（**Concept**）を共有しながら、実際の生産を見据えて、商品やサービスを試行（**Trial**）し、想像通りの効果が見込めるかどうかを検証しなければなりません。こうしたリアルなクリエイティブの過程も実地で学んでいきます。

Design Art Thinking



▶ **デザイン・アート思考**
プランニング・サークルでは、具体的な解決策を提案するために、なぜ企画を実現する必要があるのか（**Vision**）、どのような方針で関係者と連携するのか（**Concept**）、実際には何をクリエイティブするのか（**Trial**）を考え、企画書にまとめていきます。

卒業生インタビュー

荒井 沙紀

2016年卒業
株式会社翠光舎
職種：グラフィックデザイナー



高校時代の私

中学生の時から、
漠然とデザイナーになりたいと思っていた。

私はもともと絵を描くのが好きで、小学生の頃には賞をもらったこともあります。中学生になった時には漠然とデザイナーになりたいと思っていました。高校生になり、進路を決める時期には、絵や美術に関わる道へと進もうと考え、いろいろな学校を見学しに行ったのを覚えています。その時は1つのことを深く学ぶという意味で専門学校と決めていました。OCHABIを選んだ理由は、体験授業が1番楽しかったこと、学校の雰囲気が気に入ったことでした。思い返せば、小学生で描いた将来のビジョンは今も変わっていないと思います。

OCHABIで学んだこと

プランニングの苦しさも、チームワークの難しさも、
コミュニケーションの授業で学んだ。

OCHABIのコミュニケーションの授業では、いきなり制作に入りません。制作の前にマーケティングやプランニングという過程があります。企業から課題をもらって取り組むのも、OCHABIならではの学び方です。チーム制作において、1人ひとり個性や感性の違うメンバーと話し合いながら1つの課題に向き合っていくのは、私にとって大きな経験になりました。また、自治体（日光市）からの課題では、実際に現地まで足を運んでリサーチしました。有名ではない観光資源を探したり、現地の若者にアンケートをとったり……。その現地調査は、企画にリアリティを与え、説得力を高める上で必要なプロセスだったと思います。最終的なプレゼンテーションは演劇形式でやったのですが、人前で話すことにも少し度胸がついたと思います。振り返れば、全体的に楽しかったです。1つの課題が終わるたび、大きな達成感がありました。



現在の私

社会に出てから実感した、
OCHABIの授業で経験していたことの意味。

卒業後は、インターンでお世話になったデザイン会社の方からのご縁で、今の会社にデザイナーとして入社しました。雑貨・ファッショングッズのメーカーで、自社ブランド商品の他、有名キャラクターを使用したOEM商品企画等を行っている会社です。私が入社した年は、ちょうど中途採用限定から新卒採用解禁への切り替えの年だったのですが、入社1年目の冬くらいからデザイナーとして仕事を任されるようになり、2年目を迎えた今、OCHABIの後輩もリクルートしつつ、やりがいに満ちた毎日を送っています。社会人となった今、さまざまな場面で、OCHABIで学んだ下地が活きていると実感することが多いです。というより、OCHABIの授業の延長線上に今があるとも言えるかもしれません。例えば、何かを制作する時、自分のデザインの意図を説明する時、OCHABIで実践していたマーケティングやプランニングが役に立っています。今後は自分のブランドを立ち上げられるようなデザイナーになりたいです。

この授業はどう役に立つのか。それを社会人になってから強く実感する。

ビジュアル・コミュニケーション

視覚情報の活用が世界レベルでの共通認識を可能にし、
その意思疎通を円滑にする

ビジュアル・コミュニケーションでは、Picture（絵画）ではなく、Visual（視覚情報）を活用することで、効率的なコミュニケーションを促進させます。

OCHABIには、産官学連携授業や企業への出張授業の事例が豊富にあり、そこで気付いたことは、言語や文字情報だけのコミュニケーションでは、意見交換のスピードは速くても、正確さに欠けるということでした。これは実際の会議にも言えることで、例えば「実直」という言葉ひとつを取っても、規則正しく働く会社員、頑固で腕の良い職人、ストイックなスポーツ選手など、人それぞれに想像するイメージが違います。これでは重要な意思決定を誤るばかりか「失言したく

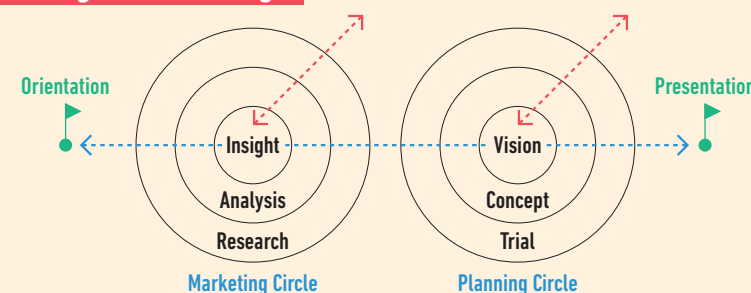
ない」という心理からコミュニケーションを消極的にします。

他方、OCHABIが文部科学省の委託事業において検証した結果、会議の席で視覚情報を活用した場合、これが手描きであればあるほど自分の意思が伝わり、議論も建設的になり、同じイメージを共有することで、迅速で正確な意思決定が可能になることが実証されています。

このような実体験から、OCHABIでは時間を掛けて描き込んでいく「絵画」ではなく、コミュニケーションを活性化させるための「視覚情報」を素早く描く練習を行います。



Design Art Thinking



▶ デザイン・アート思考

デザイン・アート思考では、「多様性」を活かしたコミュニケーションを促進させるために、言葉や文字といった人それぞれで解釈の異なる文字情報だけでなく、絵や写真といった視覚情報（Visual）を使って、正確な情報共有を行っています。

ものづくりとは、自分と世の間にある何かをカタチにすること。

卒業生インタビュー

小野川直樹

2012年卒業
職種：アーティスト



高校時代の私

自分の原点は小学生時代。もともと折り紙やプラモデルなど細かいことが好きだった。

小学生の頃は、ずっと家で折り紙を折っているような子供でした。鶴だけではなく昆虫や恐竜なども折っていたのを覚えています。もともと小さいものとか細かいものが好きで、折り紙だけでなくプラモデルもやっていました。高校生になって、進路も特に決めていなかった自分がOCHABIを知ったのは、母の友人の「OCHABIがいいよ」という話を聞いたのがきっかけです。ものづくりが好きなこともあり、パンフレットを取り寄せました。その後、OCHABIでの学校説明会にも参加しました。学校の雰囲気の良さに惹かれ、OCHABIに決めました。

OCHABIで学んだこと

自由な学風の中で、折り紙の好きな自分に再会する。想いを折り鶴の作品に込めた。

よく覚えているのは、コミュニケーションの授業で取り組んだ「サッカーに興味のない若い女性にどうやって興味を持たせるか」というadidasの課題です。マーケティングやブランディングなどひと通りの過程を経て、サムライブルーに関するファッションショーのような企画を立てたのを覚えています。チーム内での自分の役割としては、2mくらいのワールドカップトロフィーを制作しました。あと、アートという何でも自由に創れる選択授業があるのですが、その発表会で折り鶴をドット絵のように敷き詰めた1mくらいの自画像を作りました。当時は3.11東日本大震災がショックで、自分も折り鶴で何か貢献できないかと作品を贈ったのですが、これが想像以上に好評だったので、折り鶴の表現に可能性を感じるきっかけになりました。卒業制作展でも、同じ手法で鶴の樹を作りました。全長2cmの鶴を全長2mのつげの木につけた作品ですが、これも反響がありました。小学生の頃から好きだった折り紙が目の目を見た瞬間です。自分の想いを絵や作品にしてコミュニケーションをすることで、誰かにしっかりと伝わることを学びました。



現在の私

折り鶴のアーティストとして活動するように。好きなことを追求し続ければ道は拓ける。

卒業後は、学校に紹介していただいた建築模型屋でアルバイトをしていましたが、次第に自分でもものづくりをやりたいと思うようになりました。そんな時にOCHABIの先生から、とある展示会への出品を勧めていただいたのです。そこで、卒業制作の鶴の樹を出品して、オーディエンス賞を受賞しました。その後、他の受賞者と共にグループ展を開催すると、テレビ関係者の目にとまり、テレビ出演・取材などの依頼が来るようになりました。その流れで、百貨店で作品を販売したり、商業施設のオープニングイベントで市民の皆さんとオブジェを共同制作したり、いろいろな仕事をやるように。今は自宅をアトリエにして、オブジェやアクセサリなど折り鶴を用いた多彩な作品を作っています。そんな中で感じるのが、自分の好きなことと世の中のニーズは違うということ。新しい実験的な試みも大切ですが、好きなものだけ作っていても受け入れられませんか、国や地域によっても売れる作品が違います。そのへんの感覚においても、OCHABIでの経験が役立っています。

プレゼンテーション

プレゼンテーションがなければ、
秀逸なアイデアも存在自体が認知されない



プレゼンテーションは「発表」や「説明」を意味し、自分のアイデアを不特定多数の人々に向けて発表して共感を得たり、自分が開発した商品やサービスのセールスポイント（売り）を仕事のクライアント（依頼主）に説明する時に行います。

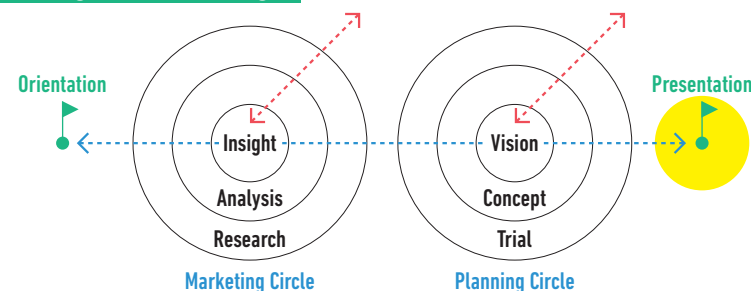
ここでは常にロジカル（論理的）な説明が求められ、例え自分自身で「素晴らしいアイデアだ」と思っている、その良さをプレゼンテーションした相手が納得して会社に持ち帰り、実現できる関係者たちに説明できなければ何も起こりません。

OCHABIでは、学生同士でのリハーサルに始まり、

教師によるシナリオの添削、そして最終的には学生自身で産官学連携先の社会人に向けたプレゼンテーションを行います。またOCHABIでは、プレゼンテーション・ツールに視覚情報を活用します。例えば、自分自身で情報やデータを視覚化（Info Graphics）すれば、何を話せばよいのかも自ずとわかってきます。

このように、授業毎に繰り返されるプレゼンテーションを通じて、時に失敗しながらも、オープンな場所で話すこと自体に慣れ、よりよい言葉やリアクションを冷静に選択できる余裕をも身につけていきます。

Design Art Thinking



▶ デザイン・アート思考

こうして、学生自身が考えた新しい商品企画のアイデアは、年に4回開催される展示会にて、実際に企業や行政機関などのクライアント（依頼主）に提案（Presentation）されます。発表は公開で行われ、ここでの意見交換はリアリティーのある学びとなり次回の出題に活かされていきます。

卒業生インタビュー

臼井千夏

2016年卒業
株式会社サン・アドセンター
職種：求人広告ディレクター



高校時代の私

いろいろなことを試してから
将来のことを決めたいと思っていた。

高校の頃の私は、将来は普通に就職するより手に職を付けた方が良く考えていました。というのも、面接などで話すのが苦手で、人前で自分をアピールするような職業には自分は向いていないと思っていたのです。だから私は、進路として専門学校を探していました。子供の頃から絵を描くのが好きだったこともあり、漠然と美術関係のことをやりたいとは思ってはいたのですが、とはいえ、具体的に何をやりたいのかははっきりしていなかったもので、いろいろなことを試してから将来の仕事を決めたいという想いもありました。そんな時に、体験授業でOCHABIの存在を知りました。他の学校だと、アニメ、イラスト、グラフィックデザインなど、学科が分かれていて1度選んだら変えられないのに対して、OCHABIは入ってから決められる点が良いと思いました。

OCHABIで 学んだこと

人前で話すことが苦手だった私に、
コミュニケーション能力が付いた。

OCHABIは、自分に向いている分野に気づけたり、社会人になる前に社会の仕組みを学べたり、自分の苦手なことを克服できたりと、本当に得るものが多い学校でした。コミュニケーションの授業では、実際の企業の課題を解決するための企画制作を行うのですが、千代田区役所の課題が1番印象に残っています。最終的に採用はされなかったのですが、チームで話し合いながら課題を洗い出して、ターゲットを絞った企画を考え、実際に区役所に行ってプレゼンもしました。そんな感じで、チームで話し合いをしたり、企業にプレゼンする機会が何回もあって、気がつけば人前で話すことに慣れていました。そして、結局は人と関わらないと仕事はできないこと、好きなものだけを作っても仕事にはならないことに気付かされました。学生という立場でありながら企業の人と関わることができるのは貴重でした。まさに、授業で社会経験しているようなものです。



現在の私

求人広告の企画、コピー、デザインを一人で
任されるように。OCHABIでの経験が活かしている。

今は求人広告を扱う広告代理店の制作部に働いています。もともと学生時代からアルバイトをしていた会社に、卒業のタイミングでそのまま正社員として入社しました。中途採用しかしてこなかったらしく、新卒での入社が初だったそうです。求人広告のクライアントは本当に多岐に渡るので、一社一社で違うターゲットやデザインのトーン＆マナーなどを考えながら、1日に何本もの求人広告を制作します。それらの企画、コピー、デザインの業務すべては、私1人でやっていたりします。仕事への満足度は高いです。広告制作は作る時間より考える時間の方が多く仕事ですが、OCHABIのコミュニケーションの授業が今の仕事で非常に役に立っています。デザイン・アート思考の考え方やプレゼンテーションなど、学生の時点でビジネスの基礎的なことが学べたのは大きかったと思います。

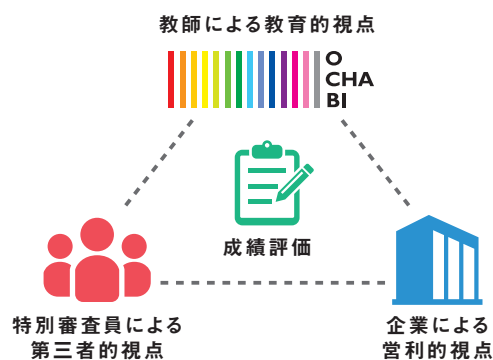
社会に出る前に社会経験ができる学校。社会に出たら即戦力になる。

成績評価

教育的評価とビジネス的评价、そして第三者評価を経て、
自分の社会性を客観視する

専門学校が職業教育を行う場である以上、成績評価にも社会性が求められます。そして、学生自身の成長のためにも、現時点での学びが社会でどのくらい通用するのかを実感する必要があります。

OCHABIでは、年に4回開催される学生による産官学連携授業の成果発表を活用し、教師による教育的視点、企業によるそれぞれの営利的視点、そして両者に直接的な利害関係のない特別審査員による第3者の視点を加えることで、多角的で公正な評価を行い、学生の社会性を自分自身で客観視できる環境を整えています。



特別審査員の学生プレゼンテーションへの総評



小島潤一氏（株式会社サン・アド アートディレクター）

今回、受賞した学生は、プレゼンテーション自体がすごくわかりやすかったと思います。自信があるのが声からも伝わってくるし、チーム全員で交代しながらも、しっかり指定された時間に収めていました。就職すると学生の頃の「がんばろう」という初心の気持ちが薄らいでいくものですが、みなさんは、今とてもよい経験をしていると思うので、社会に出てからも今一度、今日の自分に立ち戻ってみてください。社会に出ると自分と関係のない分野の仕事を依頼されることも多くありますが、その時は、自分の持ち味を客観視して、いかに自分の趣味に近づけて楽しんで仕事をしていけるかがとても重要だと思います。そうすると、少しヘタな言い方であったとしても相手に意気込みが伝わり、アイデアが通るといこともあります。みなさん、是非いい大人になってください。



ウジトモコ氏（株式会社ウジバブリシティー 代表 アートディレクター）

みなさん今日はお疲れ様でした。今回の審査で印象に残ったことをいくつかお伝えさせていただくと、まず、みなさんはPRやイベント企画の人ではなく、デザイン（設計）をしている人であることを常に意識してほしいと思いました。次に、たったひとつのデザインやアイデアが、複数の問題を解決できたり、多くの人を幸せにできる可能性があることを覚えておいてください。それがクリエイティブの要点です。あとは、若いみなさんが東京の中心で学ぶことの意味を考え、いまこの瞬間をその目と肌で感じて、未来に繋げてほしいと思います。そしてその先は、やめないでずっと続けていく人の勝ちです。しぶとく、何度でもゴールを塗り替えて、自分らしく、ずっと活躍し続けて欲しいと思います。素晴らしいプレゼンテーションをありがとうございました。



正能茉優氏（株式会社ハピキラFACTORY 代表取締役）

みなさん今日は本当にありがとうございました。私たちは今までいろいろな勉強をしてきて、いろいろな人に会いに行き、実際に社会でもいろいろなことを実現しているのですが、「自分の手でつくること」に関しては、みなさんに負けたと思っています。私たちは考えることやマーケティングは得意なのだけれど、自分たちで形にすることは出来ないで、みなさんの「つくる」ということは、とてもすごい才能であり、能力だと思いました。これから素敵なものをつくるだけではなく、広告でのプロモーションや販路を獲得できる売り方を前提とした「つくる」とはということなのかをしっかりと学んでください。社会に出れば、それが確実にみなさんの価値になるので、自信を持って、これからがんばって行ってほしいと思います。



遠山正道氏（株式会社スマイルズ 代表取締役社長）

先ず厳し目なことを言うと、私の全体の印象は72点か、それよりもさらに低いか。皆さん自分でどうですか？自分の意思で入って、何年も時間をかけて、学費を払って何をしに来たのか。本当にコレというものを、卒業までにやりきってほしい。まだまだ勿体ない。社会にでると、コストや在庫や実際のリスクだらけ。大きい会社やブランドの強い会社はそれだけ制約も大きい。その点、みなさんは、今は自由。どんどん思いをぶつけてほしい。そしてこれから社会に出て、おぼろげでも将来やりたいことの自らの布石のようにも利用してほしい。「10年前、OCHABIの卒業制作展で作って以来の企てなんです」と廻りを巻き込んだり、自らを鼓舞したり。みなさんが羨ましいです。大いに期待しています！

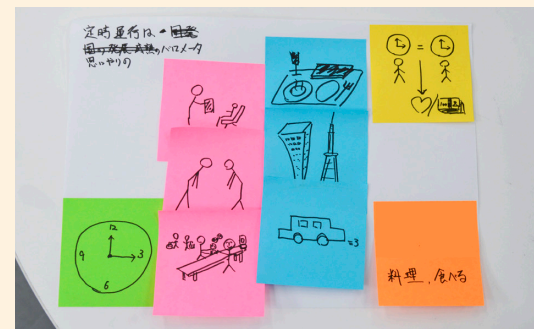
企業や行政機関に評価される授業

文部科学省の委託事業に採択された授業は、
その後も企業研修を通じて日々成長している

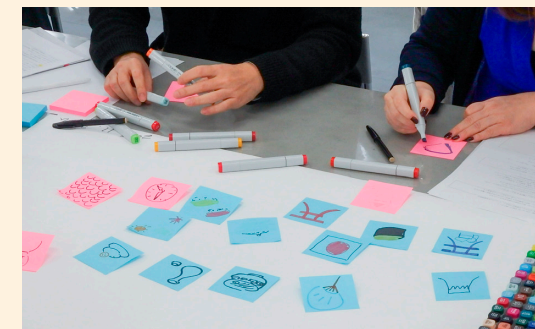
御茶の水美術専門学校（OCHABI）の実社会での評価は、産官学連携授業の出題傾向を見ればひと目でわかります。例えば、株式会社ヤマハミュージックジャパンは当時1学年だったOCHABIの学生に対し「音があふれることでコミュニケーションが活性化される街のデザインとは」という出題をしています。ここでは「美術学生」しかも初心者に対して「音楽」や「地域活性化」に貢献するようなデザインの提案を依頼していますが、他の企業も同様に本質的な課題解決を求めていることを見れば、この出題傾向自体がOCHABIの学生が出来ることと、OCHABIの学生への社会的評価を

実証していると言えます。また、「ゼロワーク・プログラム」には社会に必要な学びが多くあり、実際に企業研修においても「デザイン・アート思考」はビジネスフロー（仕事の流れ）の可視化と効率的な構築、「アクティブ・ラーニング」は同僚や上長とのコミュニケーションを活性化、「ビジュアル・コミュニケーション」は視覚情報を用いた効果的なプレゼンテーションの手段として活用されています。そして、企業研修内で行われる多業種間での意見交換はOCHABIの授業を日々成長させ、同じ授業を受けるOCHABIの学生へと還元されています。

日本航空株式会社 実証講座 （文部科学省委託事業）



トヨタ自動車株式会社 実証講座 （文部科学省委託事業）





OCHABIの立地

「御茶の水」は多く企業や学校が
集中する東京の中心である
千代田区に位置しています

東京都千代田区に位置する「御茶の水美術専門学校（OCHABI）」は最寄りがJR「御茶ノ水駅」となります。「御茶ノ水駅」周辺には、多くの大学病院や著名な医療機関や、明治大学や日本大学などのキャンパスもあり、東京の中でも特に治安のよい学生街として知られています。その他、駿河台の楽器街、小川町のスポーツ用品街、神保町の古本屋街などでも知られ、学生を対象とした食堂や、古くから親しまれている老舗のカフェも多くあります。OCHABIの立地は、東京でも最も学びに適した環境にあると言えます。

OCHABIの1週間の時間割例

ビジネスシーンで自分の考えを相手に伝える為の「ロジカル（論理的）デッサン」と、
産官学連携授業で商品企画開発を実地で行う「コミュニケーション」の授業は、
入学から卒業まで毎週行われます

	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
10:00	キャリア デザイン (WEB) 	ロジカル デッサン 	コミュニケー ション 	各技術分野 	ブリコラージュ* 		
12:50	昼休憩						
13:50	キャリア デザイン (就職・起業支援) 	ロジカル デッサン 	コミュニケー ション 	各技術分野 	ブリコラージュ* 		
16:40	放課後 (20:00まで施設開放)						
20:00							

※ブリコラージュでは、自分のアイデアを素早く平面や立体などの形にする練習をします。

在校生インタビュー

石井さん（千葉県長生郡在住）
松村さん（群馬県前橋市出身）
堀さん（山形県酒田市出身）

▶現在の住居や通学事情について教えてください

石井：私は千葉県長生郡に住んでいますが、実家の近くに駅がないので、隣の茂原駅まで自分の車で移動してから外房線で千葉駅まで行き、そこで総武線に乗り換えて2時間かけて御茶の水に通っています。家族全員が車を持っていないと生活ができないような田舎に住んでいるので、高校時代から都会への憧れを持っていました。その点、OCHABIの授業が10:00開始なのは学校選びの時に大きく影響しました。

松村：私は群馬県前橋市の出身ですが、今は東京都北区でひとり暮らしをしています。今の住居はSUUMOというアプリで見つけたのですが、学校まで乗り換え1回30分以内というのと、仕送りなので家賃も安い埼玉県寄りの場所を選びました。治安に関しては、昔から住んでいる家族が多い地域を探したので問題なく、スーパーマーケットも多くて、アルバイトで遅くなっても深夜営業があるので助かっています。

堀：私は山形県酒田市という日本海側の出身なのですが、今は千葉県幕張に住んでいます。私は都内に住む事は考えていなかったで、乗り換えなしで玄関からOCHABIまで1時間以内であること、家賃と交通費、インターネット環境も含めて月に4万5千円以内で収まることを条件に、住宅街であること、それなりに緑があること、近所に小・中学校があって治安がよい地域を探した結果、今の住居に決めました。

▶昼休みや放課後の過ごし方を教えてください

石井：御茶の水は、JR御茶ノ水駅の他に、丸ノ内線の御茶ノ水駅や千代田線の新御茶ノ水駅が重なっていて、放課後の出発点としては、とてもよい位置にあると思います。特に私はアニメグッズを集めるのが好きなので、秋葉原駅には歩いても行けるし、池袋駅にも15分以内で行けるのはとてもうれしいです。



松村：昼休みが12:00からではなく、12:50からなので食堂も空いている時間に入れます。昼休みは学校のクリエイティブ・チームでランチ・ミーティングをしたり、ひとりで隠れた名店や老舗を探したりしています。放課後は丸善や三省堂で美術書を見たり、神保町の古本屋街で資料を探したりして楽しんでいます。

堀：私は都内で働くことが目標だったので、街に出ると会社勤めの人が多いのは将来の参考になります。また、御茶の水は学生街でもあるので、ワンコインランチが多いのが楽しいですね。放課後は、上野駅の美術館や日本武道館が近いので、よく自分の好きな展示やアーティストのライブを観に行ったりしています。

OCHABIのDNA

生物学と美術には多くの共通点がある。
OCHABIは時代に順応しながら進化する

御茶の水美術専門学校（OCHABI）は生物学者がはじめた日本で唯一の美術学校です。そして、生物学と美術には多くの共通点があります。まず、よい観察眼を持つこと。これはフィールド・ワークを繰り返し、実地でありのままの情報を得ることで磨かれていきます。次に、物事の本質を見極めること。問題の発見や解決の提案をするには、ロジカルシンキング（論理的思考）で物事を捉える習慣が必要になります。最後に、環境に適応し、常に進化を続けること。生物も教育も、めまぐるしく変わる時代や環境に適応しなければ、生き抜くことはできませんし、変化による摩擦をためらっては、生物学でいう「進化」や教育でいう「成長」は訪れません。特に「多様性」はこれを受け入れた時点で「変化」が起こりますが、新しいクリエイティブは、常に異なる志向を持つ者同士のコミュニケーションから生まれます。

OCHABIは、クリエイティブを通じて「世界に文化で貢献する」という理念を実現しようとしています。実際に私たちは、創立以来、誰もがクリエイティブを実践できるようカリキュラムの刷新に繰り返し取り組んできました。私たちは「高度なテクノロジー」に頼らなくても「描くこと」さえ出来れば、豊かな人生が実現できると信じています。OCHABIは、想像力と創造力を駆使することで誰もが質の高い教育を受けられるよう、教育格差の解消に取り組んでいます。

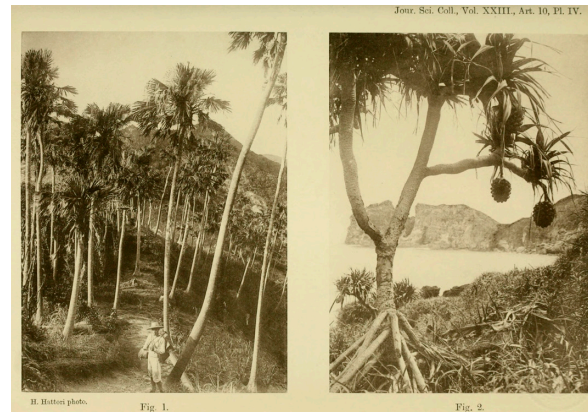


服部廣太郎博士
（現在のOCHABI 2号館
校舎にあった書斎にて）

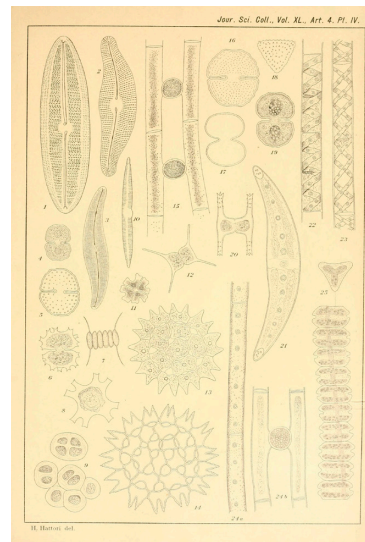
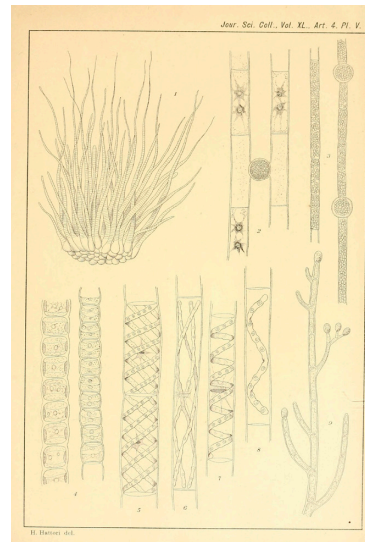


◀創業者 服部廣太郎博士については
本校WEBサイトよりご覧ください。

1917年（大正6）服部廣太郎博士の水道生物に関する論文に掲載された図版



1908年（明治41）に発表した論文より服部廣太郎博士が撮った100年以上前の小笠原



OCHABIのロゴマークは、鉛筆のデザインをしています。それはOCHABIが人間自身のクリエイティビティー（創造力）の可能性を信じているからです。また14色あるカラーバーは色相環の順序通りではありません。これは、人それぞれの志向の違いを多様性として捉え、多様性の合理的活用によって新しいクリエイティブ（創造）を行っていく姿勢を示しています。

2018 ZEROBOOK 2

発行 学校法人服部学園
御茶の水美術専門学校
発行者 服部浩美
編集 服部元 中野めぐみ
空地敏晴 有馬 浩
2017年11月 発行
無断転載・コピーを禁止します。