

2017年度ヒットコンテンツラボ留学生の学習ニーズ調査

The Survey of “Educational needs of international student at Hit Contents Lab in 2017”

若林 真 Shin Wakabayashi

デジタルハリウッド大学 吉田就彦研究室

吉田 就彦 Narihiko Yoshida

デジタルハリウッド大学大学院 教授

近年、中国などアジアのコンテンツの成長が著しい。このことは海外の若者にとって日本コンテンツの魅力が希薄化していく可能性を示唆する。現在、本学で学ぶ多くの留学生の来日動機が、単に魅力のある日本コンテンツの制作手法や日本の若者文化を学ぶことが主だとすれば、今後の本学の教育のあり方にも影響をおよぼしていくことになる。

吉田就彦研究室では、コンテンツのプロデュース手法自体の研究を行っており、それを履修科目化した国際映画祭イベントのプロデュース手法を実践的に学ぶヒットコンテンツラボで、履修する留学生のニーズ調査を行った結果、プロデュース手法そのものについては、一定程度留学生のニーズに合致することが確かめられた。

キーワード：大学教育、プロデュース手法、留学生、学習ニーズ

1. 背景と研究目的

『アジア地域での平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（クールジャパン商材の国別・分野別の浸透度及び効果的な情報発信のあり方調査）【最終報告書】(2015)』によると、アニメや漫画などのいわゆるクールジャパン・コンテンツの国際的な浸透度は50%を超えており、日本が生み出した若者向け文化としてのクールジャパン・コンテンツの裾がりは、それらのコンテンツを直接日本で学ぶために、多くの海外の若者が、日本への留学を志すきっかけとなった。

そのような背景から、現在のデジタルハリウッド大学及び大学院全体の留学生の数は『吉田就彦「Diversity! It's everything.」(2018)』によれば「海外からの留学生は全体の1/4程度」という現状になっている。

しかし、近年、日本がコンテンツ先進国である現状を脅かす様々な事象が、世界中で垣間見られ、特に留学生の数が多く中国での変化が顕著である。

例えば、日本のニコニコ動画に影響を受けた中国のビリビリ(Bilibili)動画は、2018年3月に米国NASDAQでの上場を果たし、本家のニコニコ動画以上にコンテンツ配信ビジネスで影響力を持つようになった。さらに『ITmediaビジネスオンライン“山谷剛史のミライチャイナ：上場果たした「ビリビリ動画」とは？「日本アニメは中国で人気」の実際”(2018)』によると「若い人は少しずつではあるが、日本製アニメを見る人の割合が減る傾向にある」と指摘する。

このことは、今後海外の若者にとって日本のコンテンツの魅力が希薄化していく可能性を示唆する。海外の留学生の日本留学への動機が、単に魅力のあるコンテンツや日本の若者文化を学ぶことが主だとすれば、この日本のコンテンツの魅力の希薄化は、今後の本学の教育のあり方にも大きく影響をおよぼすと思われる。

他方、コンテンツをプロデュースする手法や方法論に関するニーズはどうだろうか。吉田就彦研究室では、コンテンツのプロデュース手法の研究を行っており、それを履修科目化したヒットコンテンツラボでの活動が留学生のニーズに応えられているのかを探ることにより、今後の留学生の学習ニーズに本学がどう対応するべきかの方向性が見えて、将来の本学におけるコンテンツ教育指針の一助となりうるのではないかと考える。

今回の調査では、その基礎としての知見を得るために、ヒットコンテンツラボの履修生からデータ収集を行い分析を行った。

2. データ取得方法

調査対象は、デジタルハリウッド大学大学院ヒットコンテンツラボの履修生のうち中国からの留学生である。

ヒットコンテンツラボは、2017年度のシラバスによると、「当科目は、コンテンツビジネスを指向する院生の中で、ヒットを生み出すメカニズムに興味を持ち、そのメカニズムを実際のビジネスに活用したいと考える者だけを対象とする。ヒットコンテンツ研究室と連動する科目。実際に映画祭にアシスタントPとして参加することにより、映画祭の運営や宣伝等の様々なプロデュース活動に従事する。様々な手法を用いて対象のコンテンツをヒットさせていく実践型プロデュース・ラボ」とあり、例年、「木暮人国際映画祭」という映画祭のプロデュースを行うことがヒットコンテンツラボの履修内容である。

木暮人国際映画祭とは、一般社団法人木暮人倶楽部が主催する国際映画祭で、「森林や木をテーマにした映画や映像を広く社会に広めることで、様々な人々に森林や木をもっと身近に感じてもらうことを目的として、2012年9月に、長野県富士見町で行われた第1回木暮人祭りに付帯して開催された『第1回木暮人映画祭』からスタートしました。森林や木に特化したテーマの作品だけを毎年連続的に上映する世界でも珍しい映画祭」である。

データは、履修生が本ラボを履修した動機を無記名及び記名のアンケート2種類及びヒアリングにより収集した。

対象の院生は次の通りである。

無記名のアンケートは2017年度の12人(M2(修士課程2年生):8人(男6人(2年連続履修)女2人(内1名が2年連続履修)、M1(修士課程1年生):4人(男2人、女2人))。

記名のアンケートとヒアリングは上記に1名(M1:1人(男))を加えて13人。

M2は、7人が2年連続履修し、女1人は2017年度から履修した。

3. アンケート内容及びその結果まとめ

●なぜヒットコンテンツラボを選択したのですか？(選択を複数回答可)

・プロデューサーに興味があったから 9人 (M2:男5人、女2人 M1:男1人、女1人)

- ・映画祭・映画制作などに興味があったから 7人(M2:男4人 M1:男1人、女2人)
- ・自分の研究にあっていたから 4人(M2:男3人、女1人)
- ・吉田先生がいるから 3人(M2:男3人)
- ・木や自然などに興味があったから 1人(M2:男1人)
- ・ビジネスを教えてもらいたい 1人(M1:男1人)

●ヒットコンテンツラボのことはどこで知りましたか？(自由記入を要約)

- ・ラボの説明会 6人(M2:男3人、女2人 M1:男1人)
- ・先輩からの紹介 3人(M1:男1人、女2人)
- ・入学前の資料 1人(M2:男1人)
- ・1年時授業などで 2人(M2:男2人)

●ヒットコンテンツラボに入るときに期待したことは？(自由記入を要約)

- ・プロデュースに興味あり 4人(M2:男2人、女2人)
- ・自分の将来のため 3人(M2:男1人 M1:男1人、女1人)
- ・プロデュースの現場を体験したい 2人(M2:男1人、女1人(2年連続履修))
- ・修了制作 2人(M2:男1人、女1人(2017年度から履修))
- ・日本の映画監督に興味があった 1人(M2:男1人)

●ヒットコンテンツラボを先輩に勧めたいですか(選択式)

- ・はい 12人
- ・いいえ 0人

●その理由(自由記入を要約)

- ・実際のイベントができるから 7人(M2:男3人、女2人 M1:男2人)
- ・プロデューサーの方法を学べるから 2人(M2:男1人 M1:女1人)
- ・自分のやりたいことができるから 1人(M2:男1人)
- ・出席が自由 1人(M2:男1人)
- ・修了課題の指導が良い 1人(M1:女1人)

●ヒットコンテンツラボに入って自分が成長できた部分はありますか？(自由記入を要約)

- ・はい 12人

詳細内容を、2017年ヒットコンテンツラボ感想文より抜粋する。

「今回の映画祭準備段階で学んできたプロデュース手法、コミュニケーション手法なども、全部自分がプロデュースしたイベントで検証してみました。映画祭に参加した経験がなければ、いざ自分がアシスタントではなくて、プロデューサーとしてイベントをやるときはわからないことは山ほどあると思います。映画祭に参加したからこそ、いい経験になりまして、できなかった部分も意識しながら、自分のイベントの成功に結びついたと思います。」《M2女(2017年度から履修)》

「全体としては、映画祭の参加経験は大きかった、ヒットコンテンツラボでの経験の積み重ねで自分の考え方を大切にすることもわかってきて。ラボで得た知識を、実際に映画祭での経験を通して、確実に

自分のものにしていき、新しい自分や新たな可能性を『発見』し、『挑戦』して一つひとつ達成してきました。今後もその繰り返し、やがて大きな『自己実現』につながっていくと思います。」《M2女(2017年度から履修)》

「今年は初めてWeb投票を取り入れて、自分のスキルを活かさせて大変ありがたく思っている。これまで授業内でしかWebサイトを作っていないので、この場を借りて実践的に作ることができて、そして皆様のお役に立てたことに嬉しく思っている。しかし自分の勉強不足も痛感した。Webサイト制作の際に色々思い通りにならなかった事もあって、Yさんや皆様のおかげで最後は出来上がった。」(M1男)

「作品募集と企画から最後の映画祭と後期のフォローまで、各段階のことをみんなと一緒に検討して実行しました。先生と先輩たちの指導で自分も成長してきたと感じます。確かにミスをしたり考え不足など色々なところもありますが、みんなはこれらの失敗と言うか反省と言うかのことを経験しながら、よりいい方法を探求しています。」(M1女)

「ようやく良い作品を見つけましたが連絡して見たら返信が来ませんでした。吉田先生に手伝ってもらって、連絡を取りました。プロデューサーとして2つの作品をエントリーしました。最初は何をすれば良いのか全然わからなくて、吉田先生の指導で、どんどんできました。すっごく勉強になりました。プロデューサーの仕事とか、メールの書き方とか。」(M1男)

「賞状作りはシステム的な手順が必要です。自分も徐々に探索しながら進んでいました。皆さんのアドバイスや協力も感謝します。制作の途中でミスはいっぱいでした。でもこれも経験として、来年またこのような賞状を作ったら、きっと役に立つと思います。」(M1男)

●ヒットコンテンツラボに入って自分が成長出来なかった部分はありますか？(自由記入を要約)

- ・はい 9人(M2:男3人、女2人 M1:男2人、女2人)
- ・いいえ 2人(M2:男2人)
- ・無記入 1人(M2:男1人)

詳細内容を、2017年ヒットコンテンツラボ感想文より抜粋する。

「チラシの製作について、自分はパソコンソフトスキルが出来なくて役に立たなかったです。ただデザイン討論の時自分の意見を言いました。先輩たちは本当にすごいと思います。映像制作に詳しくてカメラや編集など何でも出来ます。チラシの配布の時、自分とX先輩で映画館に配りました。勉強になりました。」(M1女)

「いろいろ勉強になりましたが、一番の不足点、コミュニケーション能力がまだまだ足りないです。これからも、コミュニケーションを深刻に意識して、行きたいと思います。」(M1男)

4. 考察と今後の課題

●「なぜヒットコンテンツラボを選択したのですか？」について

M2・M1とも本ラボの特徴の「プロデューサーに興味があったから」という回答が1番多い。それと映画祭・映画制作といったイベント自体にも興味があって本ラボを選択したという結果になった。

●「ヒットコンテンツラボのことはどこで知りましたか？」について

ラボマッチングが1番、M1は先輩からの紹介が4人中3人という結果になった。M2の学生が実際に自分で本ラボを体験してM1の学生に勧めたということだといえる。

●「ヒットコンテンツラボに入るときに期待したことは？」について

M2はプロデュース自体に興味があることが1番多い。M1の4人中2人が自分の将来のためにを入れている。M2はラボを去年も経験したためプロデュース手法自体に対して興味をもっている。

●「ヒットコンテンツラボを後輩に勧めたいですか？」について

全員が勧めたいという回答であった。内容としては実際のイベントができるが7名で1番多かった。実際の活動を体験できること自体が魅力になっているといえる。

●「ヒットコンテンツラボに入って自分が成長できた部分はありますか？」について

アンケートの結果12人全員が成長できたと回答している。成長できた部分については、経験が自分でプロデュースの成功の役に立った(M2女)、自分の携った部分での気付きなどで成長できた(M1男)というコメントがあった。

●「ヒットコンテンツラボに入って自分が成長出来なかった部分はありますか？」について

9人があったという結果になった。成長ができなかった部分については、ヒアリング及び2017年ヒットコンテンツラボ感想文によると、スキル(M1女)とコミュニケーション能力について(M1男)という意見があった。

これらの結果を踏まえると、本ラボで行っている実践的なプロデュースの学習手法は、一定程度、留学生のニーズに合致していると考えられる。留学生にとって、実際に日本で国際映画祭というイベントのプロデュース体験から学べることは魅力的な方法と感じられるようでもある。

また、2017年度のヒットコンテンツラボの履修生は、2年連続で履修する留学生が多いので、M2・M1間の情報共有ができていくことも特徴である。

今後の課題としては、「成長出来なかった部分がある」と回答した留学生が9名もいたことから、その回答理由の分析は必須と考えており、映画祭で実際に作業した時に生じるスキル不足の克服が必要であるとの指摘からその方法も検討する。また、日本語でのコミュニケーションのスキルアップは留学生特有の問題点ともいえるが、次回以降はより具体的に調査してみたい。

ただし、実際の現場で映画祭のプロデュース作業をこなして経験を積んでいく中で、「今後もその繰り返し、やがて大きな《自己実現》につながっていくと思います。」といったポジティブな意見をみると、留学生の言語や文化の差を超えるエネルギーを感じ、実践的なプロデュース手法のあり方に手ごたえを感じる。

今後、これらを踏まえて、日本のより実践的なプロデュース手法の可能性について研究と考察を深めていきたい。

【引用文献】

厚生労働省(2018).『「外国人雇用状況」の届出状況まとめ(平成29年10月末現在)～外国人労働者数は約128万人。届出義務化以来、過去最高を更新～』

(<https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000192073.html>) (2018年8月26日アクセス)

経済産業省(2018).『クールジャパン政策について、経済産業省商務・サービスグループクールジャパン政策課平成30年5月』

(http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/file/180509CooljapaneseisakuMay.pdf) (2018年8月26日アクセス)

内閣府(2018).『平成30年版 少子化社会対策白書』

(<http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2018/30pdfhonpen/30honpen.html>) (2018年8月26日アクセス)

株式会社リヴァンプ(2015).『平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(クールジャパン商材の国別・分野別の浸透度及び効果的な情報発信のあり方調査)【最終報告書】』

(http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/150227report.pdf) (2018年8月26日アクセス)

ITmediaビジネスオンライン(2018).『山谷剛史のミライチャイナ：上場果たした「ビリビリ動画」とは？「日本アニメは中国で人気」の実際』

(<http://www.itmedia.co.jp/business/articles/1805/25/news032.html>) (2018年8月26日アクセス)

ASCII.jp(2018).『中国「ビリビリ動画」NASDAQ上場』

(<http://ascii.jp/elem/000/001/655/1655083>) (2018年8月26日アクセス)

吉田就彦(2018).『MARKETING HORIZON』

『FEATURE>>Entertainment Diversity! It's everything.』

日本マーケティング協会,30-31.

一般社団法人木暮人倶楽部(2018).『プレスリリースNo.42』

(<https://www.kogurebito.jp/archives/1702>) (2018年8月30日アクセス)

デジタルハリウッド大学WEBサービス シラバス参照(2017).『ヒットコンテンツラボ』

(https://campus.dhw.ac.jp/public/web/Syllabus/WebSyllabusSansho/UI/WSL_SyllabusSansho.aspx?P1=zz8LB30z) (2018年8月30日アクセス)

[Report]

The Survey of "Educational needs of international student at Hit Contents Lab in 2017"

Shin Wakabayashi¹, Narihiko Yoshida²

(¹Researcher, Digital Hollywood University Narihiko Yoshida Laboratory, ²Professor, Digital Hollywood University Graduate School)

In recent years, the growth of AGC contents business in Asia, such as China is growing remarkably.

This may cause the lost of interests in the contents of Japan for foreign young people.

Should the main purpose for foreign students who study in Japan is only for learning Japanese AGC contents and Japanese youth culture, it may influence the role of education of Digital Hollywood University in the future.

At Narihiko Yoshida Laboratory, the foreign students study the producing method of contents, and to those who study, as the course subject, the producing methods of the event of International film festival, we had researched the study needs of foreign students in Hitcontents lab.

As a result, producing methods of contents is confirmed, to a certain extent, effective for the study needs of foreign students.

Keywords: Education in University, Method of Producing Contents, Foreign Student, Study Needs