



正解のない問いに みんなで挑む

東京大学教養学部
ブランドデザインスタジオ

自主的に集まって議論する学生たち。自習のときだけでなく授業中でも、議論のときは飲食が自由で、皆リラックスしているという

東大生の「苦手」を克服する

東京都目黒区の東京大学駒場キャンパス。正門からほど近い一角に、一際目をひく近代的な建物がある。「21 KOMCEE (理想の教育棟)」と名づけられたこの建物の5階で行われているのが、教養学部と博報堂が共に取り組む「ブランドデザインスタジオ」という授業だ。

5月末のある日、午後7時半。ガラス張りの教室を訪ねると、授業中でもないのに学生たちが活発に議論をしていた。6、7人のグループが三つ。机の上の模造紙には、様々なキーワードが書かれた3色の付箋が貼られている。企業がよくやる「アイデア出し↓分類」を実践しているのだ。自分たちで取材して集めた情報を、仕分けしているのだという。

「受験戦争を勝ち抜いてきた東大生は、正解のある問いを一人で解くのが得意な人たち。ですが、社会に出ると、リーダーシップやチームワークが求められる仕事が多くなります」と話すのは、東京大学教養学部付属教養教育高度化機構の特別教授を務める宮澤正憲さんだ。博報堂ブランドデザイン代表で、この授業を運営する教授の一人。自らも東大OBだという宮澤さんは言う。

東大生は「東大生」を克服する

「東大生の苦手な『正解のない問いにみんなで挑む』というスキルを伸ばしたい。学生たちには、実際にある課題に取り組んでもらっています」

東京タワーは山である

例えば、「東京タワーのリブランディング」という課題にある班は、「東京タワーは山である」という答えを導いた。都心には高尾山のように落ちつける場所が少ない。だから東京タワーを山に見立てて、山頂(展望台)にたどり着くまでの山道、つまり周辺の見どころや東京タワー内部を整備しよう、と。「浅草で新しい劇場体験をつくる」というお題には、浅草には朝早くから観光客がいることに気づき、朝が楽しい街にするためのプランを立てた班もあった。

言う人もいます(笑)。でも、ただ聞くだけじゃないので、授業は楽しくてあつという間に時間が経ちます」

従来の東大観を払拭

こんな授業の雰囲気が好きで、繰り返し受講する学生もいる。「リピーター」の一人、文学部4年の丹羽健太さん(21)は言う。「頭の回転が速い人は、相手が話している最中に結論が分かるから、話をさえぎって反論した

くなる。人の話を文末まで聞くのは意外と難しいんです。ここでは『傾聴力を大事にすること』を教わるので、いい雰囲気で議論できるようにしました」

就活のグループディスカッションで「傾聴力」が役立つと話すと受講生は多い。同じく「リピーター」の学生たちは言う。「周囲の人に興味がわいて観察するようになり、コミュニケーション能力がついた」(教育学部4年、鳥越幹大さん)

「普通の授業では習わない、社会人が実際に使うフレームワークを習うのですが、論文執筆の際のアイデア出しに活用しています」(文学部4年、長濱幸大さん)

偏差値では日本一の東大は「勉強ばかりしてコミュニケーション能力が低いのでは」などと思われがちだ。ブランドデザインスタジオでは、そんな先人観をいい意味で払拭する「超東大」の東大生が生まれている。