

産学連携企画「学生×リポビタミンD」実施報告

Report of Industry-Academia Collaboration Project “Students×Lipovitan D”

道尾 淳子* 若命 浩二** 小松 健一** 碓 めぐみ***

Junko MICHIO, Koji WAKAME, Kenichi KOMATSU, Megumi IKARI

概要

筆者らは 2022 年度 4 月から 8 月、未来デザイン学部メディアデザイン学科及び薬学部薬学科連携の課外プロジェクト、産学連携企画「学生×リポビタミンD『リポキャン』」に参画した。メディアデザイン学科 3 年 5 名、薬学科 4 年 4 名の学生計 9 名が参加し、大正製薬株式会社、株式会社マイナビの協力のもと、若年層ターゲットの広報戦略の実践的企画を考案した。学内は入試課が主幹、2 学部の入試広報センター主任（当時）が協働した。本稿では、企画打合せ、コンテスト発表、本学オープンキャンパスステージ発表など一連の教育実践内容の報告を行う。

1. はじめに

本学入試広報センターでは、「大学生学び実践コンテスト」と題した産学連携企画「学生×リポビタミンD『リポキャン』」に、2022 年度単年度（2022 年 4 月～8 月の期間）参画した（図 1）。

教員推薦により、デザイン思考とグラフィックデザインを学ぶ未来デザイン学部メディアデザイン学科生、薬学を学ぶ薬学部薬学科生を指名し、筆者ら指導教職員が合同で課外プロジェクトを運営した。



図 1. コンテストメインビジュアル（本学版）

当コンテストのテーマは『高校生が“〇〇といったリポDだね”という文化・シーンを創造せよ!』である。大正製薬株式会社の主力製品「リポビタミンD」と高校生の未来を切り拓く企画や施策を、大学生たちが考案することが求められた。

学内では 2022 年 4 月 8 日に初回オリエンテーションを実施し、プロジェクト概要と教員解説、参加学生間の自己紹介、グループ編成方針のディスカッションを行なった（図 2）。22 日にはオンラインにて大正製薬、マイナビ担当者との打合せ、質疑応答を行なった。企画プロセスでは株式会社マイナビによる広報媒体（「センパイ紹介コンテンツ」、LP 等）が作成され、随時、取材撮影対応を行なった。

* 北海道科学大学未来デザイン学部メディアデザイン学科，北方地域社会研究所

** 北海道科学大学薬学部薬学科 *** 北海道科学大学入試課

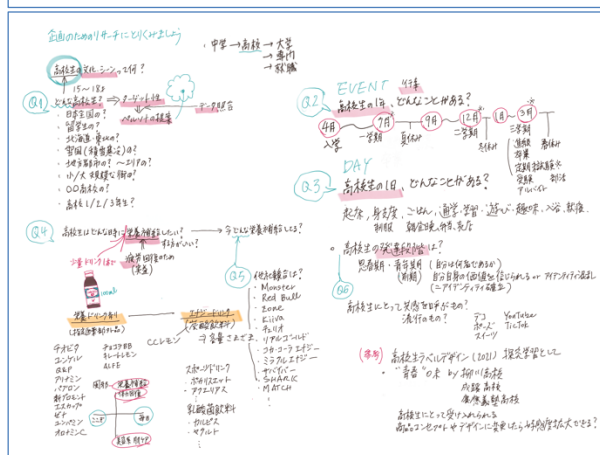
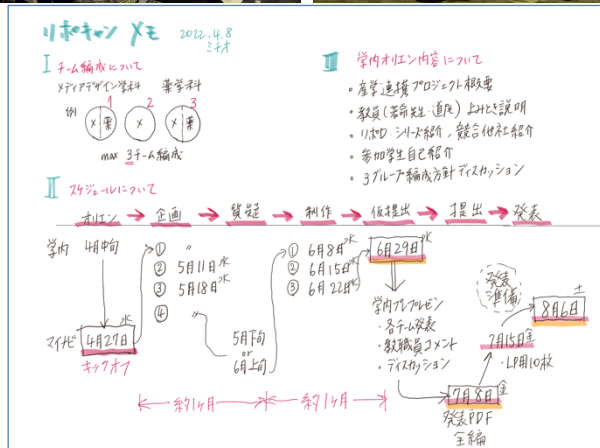


図 2. オリエンテーションメモ（道尾作成）

2. 応募成果

LP 用企画書の提出条件はスライド 10 枚である。プレゼンテーション内容としては動画再生を含む 10 分版のスライド枚数不問の成果を PDF 資料として作成し提出した (7/15)。いずれの案も、打合せを重ね、メンバー全員でディスカッションし、企画更新して仕上げた。4 チーム (表 1) の企画概要は以下の通りである。学内選考の上、このうち 3 チームを決勝大会へ進出する企画とした。

表 1. チーム編成と企画タイトル

1 チーム目 [図 3]

チーム名	ブレンド (松本/阿部/加藤)
タイトル	リポフェス - 高校生の本気にファイトイッパーツ! -

2 チーム目 [図 4]

チーム名	アスン (柳澤/武田/伊藤/福嶋/外川/乙部)
タイトル	リポっといこ! 15 秒アニメーション

3 チーム目 [図 5]

チーム名	HUS のマークの薬学生 (伊藤/福嶋/外川/乙部)
タイトル	イメージ訂正反応

4 チーム目 [図 6]

チーム名	sonno (加藤)
タイトル	待ちきれない春にしよう

決勝大会進出の 1 チーム目 (ブレンド) の企画タイトルは『リポフェスー高校生の本気にファイトイッパーツ!』である (図 3)。「高校生の本気と言ったら、リポD だね!」をコンセプトに、映像製作・ダンス・楽器演奏などを志す高校生が、リポビタンD の製品ボトルに付属するイベントシールを通じて特設コンテストに応募し、本気のパフォーマンスを披露し合う企画である。

2 チーム目 (アスン) の企画タイトルは『リポっといこ! 15 秒アニメーション』である (図 4)。高校生にとって需要の高いショート動画視聴に着目し、リポビタンD の主要成分をキャラクターして、アニメーションをシリーズ展開する企画である。

3 チーム目 (HUS のマークの薬学生) の企画タイトルは『イメージ訂正反応』である (図 5)。高校の通常授業では体験機会のない、リポビタンD の成分にインスピレーションを得た化学実験を立案し、高校生の学びをより豊かにするという企画である。本学開催のオープンキャンパスの機会に実際にイベントを試行し、高校生からのフィードバックを得て企画書に反映した。

4 チーム目 (sonno) の企画タイトル『待ちきれない春にしよう』(図 6) は選外となったが、後日録画により大塚製薬担当者へ企画を届けることが叶い、フィードバックを受けた。「高校生の春と言ったら、リポD だね!」というコンセプトにした企画である。受験、卒業式、入学式シーズンを過ごす高校生に寄り添う企画で、高校生が大切な友人や家族、先生などに、メッセージボトルを通じて想いを伝えるストーリーである。



図 3. 『リポフェス』(10 枚抜粋版)



図 4. 『リポっといこ! 15 秒アニメーション』(10 枚抜粋版)



図5.『イメージ訂正反応』(10枚抜粋版)



図6.『待ちきれない春にしよう』(10枚抜粋版)

3. 成果発表

7月30日・31日は、本学夏のオープンキャンパス特別企画として、来場する高校生を対象に、事前公開練習となるプレゼンテーションを行なった(図7、8)。各プレゼンでは、10分間発表用スライドを用いた口頭発表を行った。また、企画内容のうち『みんなのリポラトリー』は化学実験の体験コーナーを設け、イベントを実施した。



図7. 夏のオープンキャンパスの様子

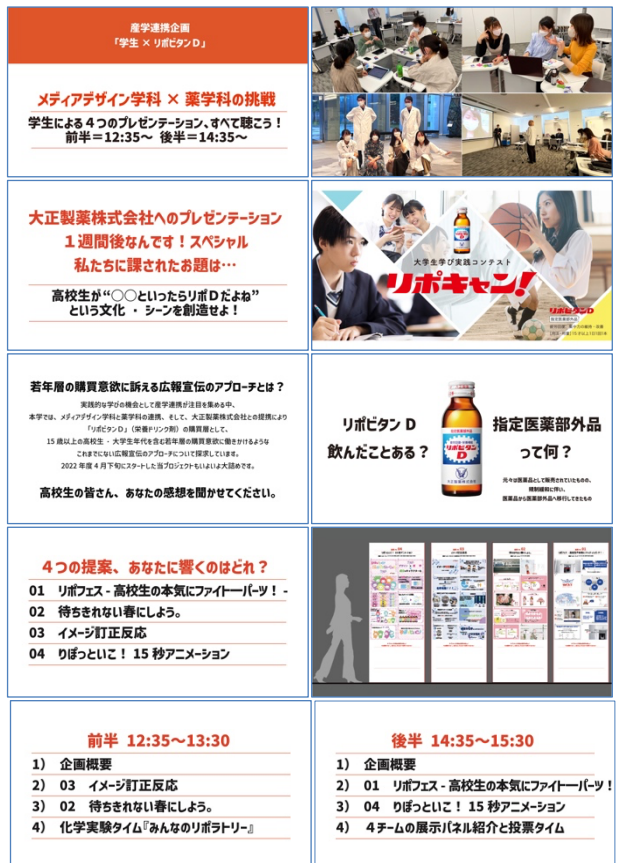


図8. 特別企画用スライド(一部抜粋)

学生提案について印象深い点をコメントする。

チーム「ブレンド」は10分間発表用スライドの導入部(図9)とクライマックス(図10)に、それぞれ2分以内のストーリー動画を制作し挿入した。脚本の人物像に合致する高校生3名の選出を系列高校に依頼し、高校と大学の校舎を巧みに組み合わせてフィクション作品を創り上げた。コロナ禍にあって、思い描いていた高校生活を送ることができない高校生の「本気」の葛藤を、社会的責任のある大人たちには決して見過ごさないで欲しいというメッセージを鮮烈に込めていた。



図9. 導入部の映像シーン(一部抜粋)

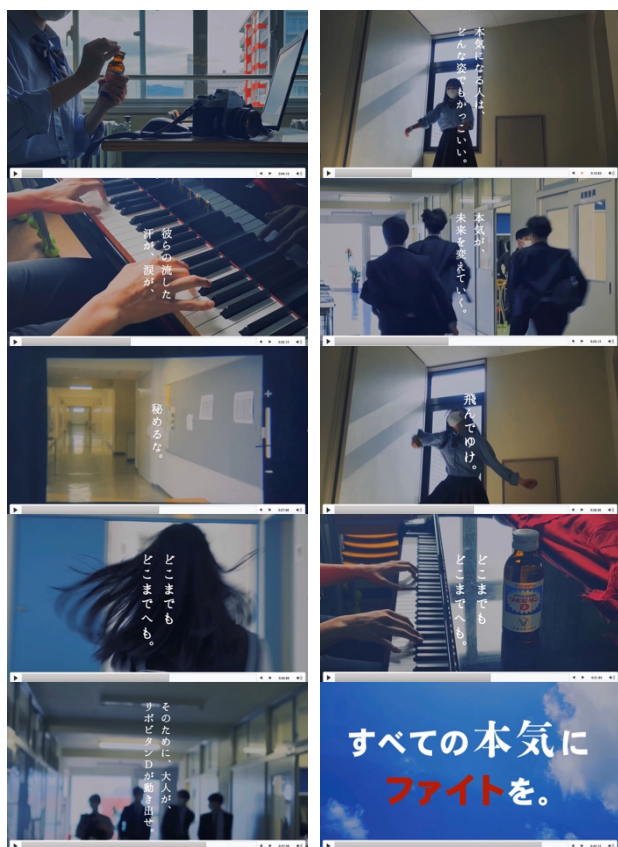


図10. クライマックスの映像シーン(一部抜粋)

チーム「アスン」は『リポっといこ!』というキーフレーズと合成音声を作成し、メディアデザイン学科と薬学科の理想的な協働を実現した。リボビタミンDの成分に基づく、ユニークで愛らしいキャラクター(図11)を生み出し、シリーズ展開が可能な根拠を適切に示した。



図11. 『リポっといこ!』キャラクター

4. 決勝大会

8月6日、東京都内のイベントホールにて開催された決勝大会に出場した(図12)。他の参加大学は明星大学、城西大学、和洋女子大学で、最終プレゼンテーションの結果、優勝は逃したが、獲得点は2~4位を占める好成绩であった。



図12. 決勝大会の様子

5. まとめにかえて

当プロジェクトの機会は、入試広報センターによる産学連携企画への参画によって実現した。高校生の大学進学検討における本学の広報的視点の強化と、総合大学として学問分野の異なる学科間連携の実績をつくる教育的視点の強化が挙げられた。

学生9名(阿部結/松本妃菜/加藤嶺花/柳澤佳乃/武田麻衣/伊藤優那/福嶋紗音/外川朋弥/乙部久稀)は、本学代表として終始、熱心にテーマに取り組み、日頃の学習成果を応用発展させていた。産学連携の多面的なバックアップを活かし、学内外の学友・後輩の協力も糧にして、各人が目標とする表現を模索していたように思う。指導側としても実に学ぶことが多かった。学生の頑張りに敬意を評したい。最後にプロジェクト担当教員として、2022年度入試広報センター関係各位に感謝したい。