

“みんなと同じように”という感覚に染まっているところを壊し、一人ひとりのユニークなところを拾って、特性を伸ばしたい。

尚美学園大学 芸術情報学部 情報表現学科 専任講師 里見慶

若い世代が広告制作を通して公共広告への理解を深め、「公」への意識を育むことを目的に設立された、A Cジャパン広告学生賞。埼玉県川越市にある尚美学園大学は、この5年間に多数の受賞作品を生みだし、2024年度は「テレビCM部門」で準グランプリB S民放賞を受賞しています。

クオリティの高い作品は、どのような環境や教育から生まれているのか。応募作品の指導にあたる同大学の専任講師、里見慶先生に話を伺いました。

—尚美学園大学(以下、尚美)は、どのような特色のある大学ですか。

里見 「芸術」「社会科学」「スポーツ」の3つの学びを軸としていて、芸術情報

学部、総合政策学部、スポーツマネジメント学部を設けています。

私が所属している芸術情報学部の情報表現学科の大きな特長は、「クロスオーバー学習制」を導入していることです。これは、「音響・映像・照明コース」「CG・イラスト・アニメコース」「美術・デザインコース」「ゲーム・ゲームサウンドコース」「情報・アプリコース」「SNSコース」という6つのコースを、自由に行き来しながら履修できる制度です。

最近、面白いなと思っているのが、3年生くらいになると、セミプロレベルの学生たちがそれぞれの分野に出てきて、異なる分野で学ぶ学生同士が「クロスオーバー」してコラボしていることです。たとえば、映像制作に取り組む学生と効果音をつくるのが得意な学生と一緒に作品をつくったりします。

設備の面では、プロ仕様の機材や映像

スタジオ、録音スタジオなどを完備しています。それも尚美の強みですね。よく

見かけるのが、学生たちが音について迷っているとき、「じゃあ、M A(マルチオーディオルーム)に入ろうよ」と言っ

てM Aに行く場面です。きつと、彼らがプロダクションで働くようになったら、先輩から「M Aに入るって簡単に言うなよ、いくらかかると思ってるんだよ」と言われると思うんですけど(笑)。

—この教室(インタビューで使用した教室)は、明るい雰囲気の良い教室ですね。普段はここで授業をしているのですか。

里見 そうです。ここは「デザインラボ」と呼んでいる教室で、私が設計・デザインしました。天井を高めにして壁を白くすることで開放感を出し、床材を数種類使うことであたたかみを出しています。

それから、いすは違う色のものになっています。「今日はどのいすにしようかな?」と気分に合わせて選ぶのも、ものづくりをする上で大事なことだと考えています。

机の配置にもこだわっていて、学生たちが横一列に並んでホワイトボードに向かうのではなく、向かい合えるようにしてコミュニケーションが生まれやすいようにしています。1年生の初回の授業では、向かい合っている人の似顔絵を描いて、交換してもらうことにしています。そうすると、緊張していた学生たちもクスクスします。

入学時はシーンとしていても、3年生にもなると、他の先生たちから「里見先生の教室、うるさいよね」と言われるようになります(笑)。それは私としては大成功で、学生らしさを引き出すことができたんだなと思っています。

—武蔵野美術大学(以下、武蔵美)でも講師をしているそうですね。

里見 武蔵美では、2007年から非常勤講師をしています。尚美に来る12年ほど前からですね。武蔵美で学生を長く見てきたことでわかったのですが、大学生は社会情勢などによって5年タームで傾向が変わってくるんです。ですから、尚美でも武蔵美でも、そうした変化に合わせた授業をするように心がけています。

—尚美と武蔵美とで、学生の傾向や教え方に違いはありますか。

里見 何かを説明するとき、武蔵美の学生のような「バリバリの美大生」には、抽象的な表現で伝えることもあります。私も武蔵美出身なのですが、授業のことを思い出すと、教授たちが「ここを気持ちよくパーンとー」といったように、雰囲気や伝えられることがよくありました。ニュアンスで汲みとるといいます。これは大学の風土なのかもしれません。武蔵美の学生たちは、入学前から美術やデザインに慣れ親しんでいることもあり、ある種の「共通言語」があるように感じます。

ですが、尚美は入学してから美術などにふれる学生たちばかりですし、いろん

な背景をもった学生が集まっているので、抽象的な表現で伝えると混乱が起こり、「先生、何を言っているんですか?」という空気になります。ですから

授業では、たとえば「パーンとー」とはどのようなことなのかを具体的な言葉にして説明したり、実演や体験によって実感してもらおうようにしています。

明確な言葉にして伝えることを大事にしているのは、私が社会人になったばかりのときの体験によるところもあります。制作現場で先輩たちから「君の言っていることはよくわからないよ」と言われて、理解してもらえなかったんです。「どうしてだろう?」とずっと考えていたのですが、それは、誰でもわかる言葉を使っていなかったからなのだと気づきました。

そんなこともあり、教育する立場になつてからは、学生たちが私と同じ失敗をすることなく、現場に出ですぐに周囲とうまくコミュニケーションがとれるようになつてほしいと思いつながら、授業を組み立てています。

それから、尚美の学生は「美大生」にくらべて美術やデザインを学ぶソフトウェアが遅くても、最新のデザインソフトや機材を使える環境で、いまの制作現場



で実際に使えるデジタル技術を身につけることができるので、「美大生」と肩を並べることができると思っています。デジタル技術でカバーできることは、たくさんあると思います。

— 里見先生は現役のデザイナーでもあるそうですね。

里見 はい。実践に強い実務経験のある教員ということで採用されています。私が担当しているのは実務系・演習系の授業で、学生たちが社会に出た瞬間に即戦力になるにはどうしたらいいかということ、常に考えています。

— では、どのような内容の授業をおこなっていますか。

里見 私のバックボーンである広告やデザインの考え方を取り入れた、「クリエイティブな授業」というものを考案し、実践しています。学生たちに目指してもらおうのは、「人の心に届くモノ・人の心を動かすモノ」をつくることです。これは私自身、授業をデザインする上でも制作者としてのものづくりをする上でも、念頭に置いていることです。

具体的な内容としては、実際の制作過程になぞらえた「企画↓演出(ディレクション)↓発表・講評」という学修プロセスを実践していて、「企画」の段階では、

それぞれの実務教員がもっている専門知識を伝え、「演出」の段階では、実際の制作現場で行われていることを疑似体験してもらいます。クライアントとクリエイティブエージェンシーの業務にあたる部分を主に教員がおこない、制作会社・プロダクションの業務にあたる部分を学生が実践する形になっています。

学生たちは、スタッフィング、スケジュール管理、制作進行などの業務を経験できますし、疑似体験を通して「編集に向いているから編集マンになる」といったように、自分の好きなことや適性を知ることができ、職種選びにも役立ちます。

それから、修正に慣れてもらうことにも重きを置いています。学生たちはみんな、つくったものは修正したくないです。でも実際の現場では何度も修正が発生しますから、「これこれこういう理由で、こゝは直す必要があるんだよ」と説明して対応してもらおうプロセスを繰り返します。そうすると、修正に柔軟になつていきます。

— 学生の成長のために、とくに大切にしていることを教えてください。

里見 一人ひとりのユニークなところを拾って、特性を伸ばすことに努めています。

— 応募作品を制作する上で、こだわっていることはありますか。

里見 実際のCMや広告の制作現場では、様々な職種の人がチームを組んで一つのものをつくりますが、ここではチームは二人組までと決めています。二人というのは結構、辛いんです。相乗効果でいい方向に向かうこともあれば、意見が対立してなかなか前に進まないこともあります。

モノづくりは、苦しいことでもあると思うんです。卒業後、実際に現場で制作するようになったときのために、学生のうちに、楽しいけど苦しい状況を経験してもらいたいと思っています。

— この5年間で多数の受賞作品を生みだしていますが、成果をあげている要因について、どのように考えていますか。

里見 最初の段階で「コンセプトアート」という「一枚絵」を作成しているのがいいのかもしれない。作品の核となるものや世界観など、全容がわかる設計図のようなものです。これはCM業界では馴染みのないもの

です。高校までの教育で「みんなと同じように」という感覚に染まっているところを、壊す必要があると思っています。

美大を受験する学生たちは、予備校などで「それがあなたの個性だから、それでいいんだよ」と教えられてきていますが、尚美の学生たちは、まわりと自分が違うことをネガティブに捉えている子が多い印象があります。

ですから、個性的だと感じたことを「ユニークだね」と言い続けるようにしています。そうすると、「先生はユニークだ」と言ってくれるけど、やっぱり変じゃないかな？」と、ずっと不安に思っていた学生たちも、3、4年生になると、AC



生たちも、3、4年生になると、ACジャパンの広告学生賞に応募するときや就職活動で、その「ユニークさ」を持

たかもしれません。映画やゲームを制作するときにつくられているものです。はじめに完成形のイメージを絵にするのは時間と労力を要することですが、その過程でアイデアが一つに絞られていくという利点もあります。学生たちは「あれも言いたい、これも言いたい」と、たくさん要素を詰め込みがちなので、みんな行き詰まったり不安になったりしますが、そんなとき「コンセプトアート」を見て原点に立ち戻ると、核となるものを再確認でき、自信をもって前に進めるようになります。

— 日頃、学生たちに接していて、感じていることはありますか。

里見 世代の違いなのか、いわゆる若者と中高年で生まれてしまうギャップなのかはわかりませんが、彼らが見ているものや彼らに見えているものは、私の世代と違うように感じています。そもそも学生たちはテレビや新聞はほとんど見ていなくて、インターネットやYouTubeなどの動画、X(旧Twitter)やInstagramなどのSNSから情報を得ています。

その一方で、リアルに体験したことを話しているときは、さほどギャップを感じないですね。

ちだします。それで結果が出てくると「やっぱり正しかったんだ」と、納得して自信をもつてくれます。

また、自分をアピールすることを考える授業も設けています。唯一無二の方法で、どうやって自分を売り込んでいくかを考えてもらいます。印象に残っているのは、ある学生の就職活動での試みです。職人の格好をして、自作の巨大な鉛筆とカッターを持って、「私は鉛筆の森で鉛筆をつくっている職人です」みたいに語っている映像を制作したんです。

それを応募先の企業に送り、その格好で面接を受けて、採用されました。

— ACジャパン広告学生賞に応募し続けているのは、どんな動機からですか。

里見 いちばんの理由は、大学の知名度を上げたいということですね。あとは、学生たちは外の世界を知らないで、自分のレベルを知ってもらおう目的もあります。有名な美大が応募しているなかに作品を出して、自分たちの大学の名前が挙げられたりすると、「わー、私たちがやってきたことは、間違えてなかったんだ」と、思うわけです。

私が担当しているゼミの一端で応募作品を制作しているのですが、そのゼミで

— 最後に、学生たちに期待していることをお聞かせください。

里見 人から作品の感想を聞くのが好きではない学生と、作品を早く見ても見たいとワクワクしている学生がいますが、評価やリアクションを楽しめる人になつてほしいですね。この仕事はつくつて終わりではなくて、見てくれた人や社会とコミュニケーションすることに意義があるので。

それから、私が実務で失敗してきたことや経験してきたことも授業のなかに盛り込んでいるので、ここで学んだ学生たちが社会に出て一日でも早く活躍するようになってくれたら、それがいいんじゃないですか。

●略歴

尚美学園大学 芸術情報学部 情報表現学科 専任講師

里見 慶(さとみけい)

武蔵野美術大学 造形学部 デザイン情報学科一期卒。卒業後、株式会社東北新社にてCM制作に携わる。以後フリーランスに「コテ制作からグラフィック、アニメーション、小道具までCM内の様々なコンテンツにかかわっている。2019年より現職。美術デザイナーとして、デジタルデザイン分野を担当。主な授業に「グラフィックデザイン基礎」/「応用」/「広告メディア論」/「ビジュアルコミュニケーション応用研究」など。ゼミでは、社会問題へのデザインコミュニケーション活動として、公共広告グラフィックやCMの制作指導を行っている。主な活動に、全国オムニエアCM内へのコンテンツ提供の他、同ゼミ指導学生作品からACジャパン広告学生賞への入賞や、学内施設「デザインラボ」のデザイン計画などがある。

