

平成 17 年 3 月 31 日

日本ブランドの確立に向けて

辻 芳樹

1．実践的な人材育成について

実践的な教育を意識する際、強化すべきことは、何を教えるといったものではなく、学校と仕事の間の「学び」を意識した教育を考えるべきである。

この強化こそが世界に誇れる人材を生み出す可能性を秘めており、先進的な教育研究として世界中の国が注目している。

そのためには、学校間のみならず多様な関連分野との連携による混成的アプローチによる教育が最も有効である。

日本の生涯学習の主幹理論として、ヘルシンキ大学のエンゲストローム教授等が研究されている「活動理論」を中心に置き、実践的にラーニングデザインを行いながら、教育そのものを発達させることが、人材育成システムの確立に最も有効だと考える。

(活動理論研究は、2005 年の文部科学省の「学術フロンティア推進事業」に申請中)

まずは、教育コンソーシアムのようなインタースクールの“場”作りと、生涯教育における主幹理論の確立を強く望む。

場とデザインの確立を国や地方公共団体が担って頂き、そこに民間の力を結集できる環境の創出が急務である。

2．海外展開の推進

日本が誇れるコンテンツを海外に発信することは素晴らしいことであるが、一過性のブームで終わったり受け入れられないといった一方的な発信にならないか懸念する。ブランドの定着を目指すには、食においてはヘルシー・高級というブランドイメージだけではなく日本文化やライフスタイルそのものに共感してくれる人たちがロールモデルとして海外に存在してくれることが大切である。

日本食が米国のマイクロビオティックの思想に結びつき、スーパーモデル達に根強い人気があることで若者の中に広がりを見せていることでも理解できる。

まずは、在外公館等を中心として双方向のコミュニケーションの場を創り、一方的な発信をするのではなく、価値観を共有することから初める必要性を感じる。

その手法に関しては、従来の方法にとらわれずに、教育・心理の分野にて開発されている効果的な方法の実践によって行うべきである。

3．関連分野の連携に関して

関連分野の連携はもちろんであるが、各省庁の連携にて取組んで頂きたい。

各省庁に対して横断的に動いて頂けるテーマごとの窓口設置を希望する。

以上