

【記事】大学院が実験されるデジタルハリウッド大学院「ラボ・プロジェクト」

Lab Project: Case of Digital Hollywood Graduate School

氏原 大
Dai Ujihara

デジタルハリウッド大学院 兼 産学官連携センター

※1
デジタルハリウッド大学院 Web
サイト
<http://gs.dhw.ac.jp/education/lab-project/digitalhealthlab/index.html>

※2
キックオフイベントの詳細は、
SENSORS
http://www.sensors.jp/post/digital_health.html

※3
デモの報告と第二回開催の
詳細は、
<http://www.dhw.co.jp/pr/release/detail.php?id=825>

※4
2016年度より正式科目化の詳
細は、
<http://www.dhw.co.jp/pr/release/detail.php?id=978>

デジタルハリウッド大学大学院は、新しい事業やコンテンツの創造を目指す教育研究機関である。実務家及び産業界とのネットワーク拡大に、教育体制の一環として取り組んできた。具体的には実務家を中心とする教員、そしてその教員陣による、カリキュラムの不断の刷新が行われてきたのである。こうした多年に渡る取り組みを経て、近年本学及び産学官連携センターが開発（あるいは偶然に発見）した「ラボ・プロジェクト」を紹介する。

前提として、まず本学における研究実践科目「ラボ」について解説する。この科目はいわゆる「ゼミ」科目であり、通年科目として実務家教員が指導している。それぞれの教員の専門領域に対し、院生は社会に対してプロジェクトやサービスの実装を行う。この活動が、彼らの学びとなり、実装の考え方・動き方は院生の修了課題の「ビジネスプラン+プロトタイプ」の制作時に再現される。院生のイノベーションに向けた基本動作を習得するための科目として位置づけられている。

そして「ラボ・プロジェクト」とは、この「ラボ」科目として正式に本学のカリキュラムに導入される前にもあるもの、まだ“プロジェクト”段階にあるもの、として発見されたものである。萌芽段階にある産業・試みと出合った場合、まずは実験的なプロジェクトとして学内に取り入れ育成。こういった仕組みによって、本学の研究領域を常に刷新し続け、社会の変化を先取りしながらカリキュラムそのものを有機的に変化させられるのではないかと、ということがわかってきたのである。企業やイノベーターと共同でプロジェクトを進めることで、大学院というカリキュラムそのものが試される、実験されているのは大学院そのものなのではないかという主客の転換も感じている。

具体的に、「ラボ・プロジェクト」の流れを確認していこう。

2015年10月に開始された「デジタルヘルスラボ・プロジェクト」では、次のような目的が掲げられていた。

「デジタルヘルスラボ・プロジェクトとは、デジタルを用いてヘルスケア業界にイノベーションを起こすことを志す方々のための、プロトタイプ開発を支援する取り組みです。デジタルヘルスラボ・プロジェクトの最大の特徴は、すでに『デジタル』+『医療・健康』の分野で起業、またはサービス開発を行っているメンターが支援を行い、『実装 (Deployment)』を本気で追究する点です。」^{※1}

本プロジェクトは、本学在籍生の株式会社ホスピタリティ・ワン代表取締役/看護師の高丸慶院生と、本学校医の五十嵐

健祐医師、日本うんご学会会長・石井洋介院生が中心となり、多くのメンター・アドバイザー陣を集結し開始された。

2015年10月にキックオフイベント^{※2}が開催され、2015年10月17日、18日にはヘルスケアハッカソンとの共催によるハッカソンイベントを実施、12月3日に中間質問会+Webなんでも勉強会（本学教員・山崎大助氏主催）を実施、12月24日にデモデイ（審査会）が開催され、第一回のグランプリおよび審査員特別賞が選出された。受賞者には本学の授業料優遇措置が与えられた（※入学試験合格者に限る）。第一回から実際にユーザーを集めて実証を行うプロダクトが出るなど大きな成果を残し、第二回が翌年3月から開催されることとなった。^{※3}

第二回の開催の詳細については、注に譲るが、機械学習を活用した薬局の業務効率化サービスなど実用可能でイノベティブなサービスが続々と生み出されている。そして、この成果を受けて2016年4月より、本学のカリキュラムの中に正式科目として「デジタルヘルスラボ」が設置されることとなった。^{※4}

このように「デジタル+医療」の新分野での実験を経て、カリキュラム化へとわずか一年で進展したデジタルヘルスラボ・プロジェクトは、先に触れた「カリキュラムが実験される場」としての特性を十分に発揮したと考えられる。この特徴が生み出された所以は優れてイノベティブな人材であり院生である高丸氏や、校医であり本年度からは特任准教授に就任された五十嵐医師、石井氏が自ら運営の主体に立って推進されているからだと考えられる。「器」だけがあっても仕方がなく、「トップイノベーター自身による運営」が成されているからこそ、価値の高い場が生まれ、実用的なアイデアがしっかりと生み出されているのであろう。

この「トップイノベーター自身による運営」という形は偶然的の出会いにより生み出されたものである。院生として高丸院生が入学されたこと、校医として五十嵐医師が着任されたこと、そして石井院生がハッカソン運営などで豊富な経験を積まれていたことと、そして本学がすでに「オープンイノベーション」と「本学のマーケティング」を兼ねた取り組みとして、横浜市とのアプリコンテストによる連携を進めていたことが偶然に出会ったことで実現が可能となった。

本学では、横浜市との共催および、株式会社パソナテックが運営するクラウドソーシングサービス「Job-Hub」（ジョブハブ）、株式会社tvkコミュニケーションズと共同主催により「YOKOHAMA Ups!」アプリコンテストを実施し先進的・模範

的な共創事例を表彰する「日本のコ・クリエーションアワード2013」にもノミネートされている。^{※5} 地域課題を地域住民自身がデジタルの力で解決することが可能になるとの認識の基に開催したコンテストで「オープンイノベーション」と「本学のマーケティング」の両立というテーマに挑んだことが、本プロジェクトでも活かされている。

また、2016年4月から開始された「サイバーファイナンスラボ・プロジェクト」^{※6}では、「医療+デジタル」から、「金融+デジタル」でのイノベーション創出へと活躍領域を変えて実施。このように業界軸で取り組みを進めることは、一見、領域の拡張を感じさせるが、「デジタル+コンテンツ+金融」といった3つのキーワードが重なることでジャンルの絞り込みが効き、本学の院生募集上のマーケティング効果が高まることを予測している。なぜなら本学院は「専門職大学院」であるため、それぞれの分野でのオンリーワンと言ってもいいような特異な業績を出す方々の入学を想定しているからだ。そのため、こうした絞り込みの範囲が狭い取り組みを多数用意することが「まさにそれをやりたかった!」という反応を引き出しやすく、好ましいのではないかという仮説を持っている。

事業やコンテンツを生み出す仕組みである本学に対して、前述したようなオープンプロジェクトを対置するということは、ある意味ではカリキュラムそのものに対する緊張関係を作り出し、大学院というシステムの安定性を一時的に脅かすこととなる。もし、大学院の外で十分にイノベーションが達成されるのであれば、本学のような大学院は社会における必要性を問われることとなる。こうした矛盾や衝突をあえて設定し、自己否定を恐れない姿勢で未知の領域に臨むことが、私たちが取り組むプロジェクトの面白さなのではないだろうか。このような活動を通じて、全学のポリシーでもある『Entertainment. It's Everything.』が、幅広く実現していくことを願っている。

※5
YOKOHAMA Ups!の詳細は、
[http://www.dhw.co.jp/pr/
release/2014/10/06.html](http://www.dhw.co.jp/pr/release/2014/10/06.html)

※6
サイバーファイナンスラボ キック
オフイベントの詳細は、
ZUU ONLINE
[https://zuuonline.com/
archives/108259](https://zuuonline.com/archives/108259)