

Creative STARTUP program 2020

武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所
2020年度 クリエイティブ・スタートアップ プログラム

Contents

- | | |
|-------|---|
| 1 | Introduction
クリエイティブ・スタートアッププログラムについて |
| 2 - 5 | Student project
学生のプロジェクト紹介 |
| 6 | Comment
講師コメント |
| 7 - 9 | Event report
11月5日 プログラム第1回レポート |

Creative STARTUP program 2020

武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所
2020年度 クリエイティブ・スタートアップ プログラム

ソーシャルクリエイティブ研究所について

本学は、社会問題の解決や新たな人類価値の創出を目的とし、ソーシャルクリエイティブ研究所（RCSC）を設立しました。本研究所では、激しい環境の変化や未来が予測しづらい現代が抱える課題を、企業、地域、行政、教育の壁を越え、領域横断的に取り組み、ビジョンとプロトタイプを研究提案していきます。

クリエイティブ・スタートアッププログラムについて

近年、高度化・複雑化する諸課題に対し、ビジネスという手段で取り組むことで、社会問題の解決や新たな人類価値を創出するソーシャルアントレプレナー（社会起業家）が活躍していますが、起業の過程においては、デザインやアートの重要性が謳われています。

本プログラムでは、起業・スタートアップのフィールドで活躍できる美術大学ならではの人材の育成を目的とし、講師やメンターからの実践的なアドバイス、参加者同士の交流等を通じて事業計画のブラッシュアップを図り、アイデア創出にとどまらない、実際の起業までを目指しました。

募集段階から他大学の学生をチームメンバーに含めることを可能にしたため、学内に留まらない活動を推進するプログラムになりました。プログラムは11月から12月の2ヶ月間かけて行われ、週1回（計8回）のプログラム中に1分間のピッチを繰り返すことで常に事業の見直しを行い、プログラム後も学生が個々に活動を続けられるような、事業の核や活動拠点を共に見つけることに注力しました。

応募数

29
チーム

参加数

12
チーム

造形学部

油絵学科

基礎デザイン学科

空間演出デザイン学科

芸術文化学科

造形構想学部

クリエイティブイノベーション学科

造形研究科

美術専攻 油絵コース

デザイン専攻 基礎デザインコース

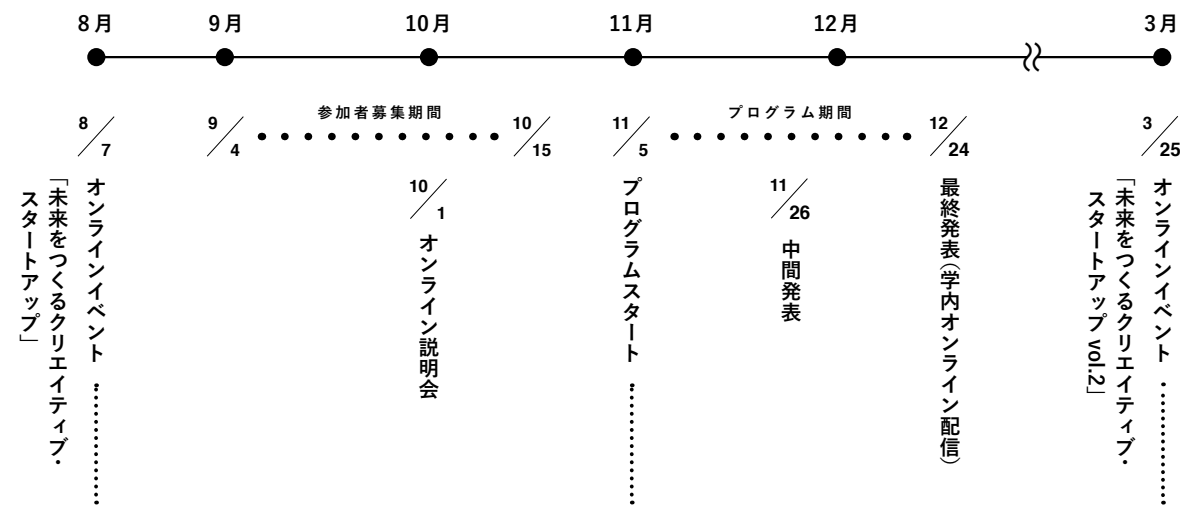
造形構想研究科

造形構想専攻 映像・写真コース

造形構想専攻 クリエイティブリーダーシップコース

Introduction

スケジュール



RCSC サイトにてイベント
レポート公開中



P.7～レポート掲載
RCSC サイトにて中間・最終発表
レポート公開中



RCSC サイトにてイベント
レポート公開中

講師プロフィール



山崎 和彦

クリエイティブイノベーション学科
教授

京都工芸繊維大学卒業後、クリナップを経て、日本 IBM にてデザイナーとして製品、ソフトウェアからサービスまで多様なデザインとコンサルティングを担当、日本 IBM ユーザーエクスペリエンスデザインセンター長（技術理事）、千葉工業大学デザイン科学科/知能メディア工学科教授、2019 年 4 月より武蔵野美術大学教授。



西村 真里子

株式会社 HEART CATCH 代表
プロデューサー

国際基督教大学卒。日本 IBM で IT エンジニアとしてキャリアをスタート。その後、アドビシステムズでワールドマーケティングマネージャー、パスキュールでプロデューサーを経て 2014 年に株式会社 HEART CATCH 設立。ビジネス・クリエイティブ・テクノロジーをつなぐ“分野を越境するプロデューサー”として自社、スタートアップ、企業、官公庁プロジェクトを生み出している。



渡邊 賢太郎

Mistletoe member
おせっかい社かける共同創業 COO

立命館アジア太平洋大学卒業。三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券を退職後、「お金とは何か？」をテーマに 2011 年から約 2 年間で 40 カ国を訪れる世界一周の旅に出る。帰国後、その体験談と思索を纏めた『なぜ日本人は、こんなに働いているのにお金持ちにならないのか？』（いろは出版）を出版し話題に。現在はおせっかい社かけるの共同代表として、経済生産性重視の常識に囚われない面白い商いやプロジェクトを生み出している。

01

自分らしく生きる人を増やすための day moon cafe

造形構想研究科 修士 クリエイティブリーダーシップコース 1年
嶋田 綾 杉本 晴子



Concept

「外部評価にとらわれず、自分らしく、ありのままの欲求に従って生きる人を増やしたい」という想いで、始めたプロジェクトです。

私自身が長い間、世間体や決められた基準に縛られて生きてきて、ずっと悩んできたからこそ、このテーマに取り組みました。(詳細は note にアツく書いているので、ぜひ「aya_shimada note」で検索して読んでいただきたいです！)

提供するサービスは、「自分と向き合うためのカフェ」です。対象者は、「何となく今の生き方にもやもやしている…」と、悩む 20.30 代の女性。「コーチングや自己啓発ワークショップは、何だか行きづらい…」「占いは物足りない」と感じている方を想定しています。(対象の年代や性別は少しずつ拡大していきたいです)

そういった人が、day moon cafe にふらっと立ち寄り、楽しむ中で、いつの間にか「自分の軸」や「らしさ」を見つけ出している。そしてその後、「自分の軸を基に行動し始める」という状態を目指しています。方法については、まだ模索中ですが、カフェのメニューそのものに内省するしかけを施したり、店員とのコミュニケーションで自己理解を促進させたいと考えています。

Experiment

11 / 12	11 / 19	11 / 26	12 / 2	12 / 10	12 / 17	12 / 26
ユーザー向けの実験 (実験参加者に、執筆したインタビュー記事を読んでもらい感想をヒアリング)	ワークショップのテスト (同級生が参加)	知人のバーで実験 (お客さんがノートに書き込み内省するかを検証)	ユーザーヒアリング (現在の悩みやコーチングの印象などを調査)	インスタグラムの開設 (@day_moon_tokyo)	寺田倉庫のアートギャラリー併設 「WHAT CAFE」で展示。タイトルは「NAISEI」	「自分の価値観や生き方」について考えるワークショップを開催

Next

「自分の生き方を考え始める & 考え続ける」ことができるような、機会と場を提供していきます。カフェ以外に、イベント形式でも行う予定です。具体的にカフェの方は、4月末から品川や日本橋で場所を借りて、始めたいと考えています(月2回、休日どちらか隔週予定)。

イベントは、アート鑑賞や料理、手芸、工作などいろいろなものと絡めてやっていきたいです。初回は、5.6月開催予定で話を進めています。カフェとイベントの効果が見えてきたら、次は自分で一から場所を作り、拠点をもちたいと思っています。

今後の情報については、Instagram (@day_moon_cafe) で発信していきますので、フォローいただけると嬉しいです！カフェにもぜひ遊び来てください。



02

white squat

「white squat」は、空き家を白く塗装し「まちのキャンパス」にしていくプロジェクトです。白く塗ることでその建物の歴史や美を際立たせます。白塗りした後は、地域にとっての立ち位置を考えながらそれぞれの空き家に合った活用方法を実装します。活用方法の例としてはポップアップショップ、シェアハウス、公園、秘密基地など地域や関わる人や建物にとってより良い形を模索しながら選定していきます。まちのキャンパスにみんなで絵を描くように、地域住民や学生など様々な人を巻き込みながら活用の方法を考えます。

巻き込むのは空き家を白く塗った後だけでなく、塗る前も廃棄予定のペンキを使用したり、周辺住民や共感者と共に空き家を白く塗ることで楽しく塗装していく仕組みを作ります。これら一連の活動の結果、白く塗った空き家が再びまちの拠点として愛される場所になり、アイデアや楽しさが溢れ、空き家をどんどん白く塗っていきながら、まちのキャンパスが日本各地に溢れていくことを目指します。



プロモーション映像: <https://youtu.be/6qT9VpjPu04>

造形構想学部 クリエイティブイノベーション学科 2年
翁長 宏多
造形構想研究科 修士 クリエイティブリーダーシップコース 2年
鶴元 伶一郎
造形学部 デザイン情報学科 2年
末吉 祐太

Next

今後やろうと思っていることは主に3つです。white squat の拠点を作ること、ペンキが集まる仕組みを作ること、白く塗った空き家にコンテンツを埋め込み、運営することです。

まず、white squat の拠点を作り、そこに日本中のペンキが集まってくることを妄想しています。そのペンキを使い各地の空き家をどんどん塗っていった街のキャンパスにしていきたいと思っています。今は知り合いやペンキ屋さんなどからペンキをいただいておりますが、こちらも仕組み化したいと思っています。また、持続可能な活動とするために白く塗った後の空き家でポップアップショップを行ったり、クリエイターが住めるシェアハウスを運営したり、公園を運営したりと様々な活用方法を実験しながら試していきたいと考えております。



Experiment

初期の頃から空き家活用に関するプロジェクトでした。実際に企画書を書いて空き家のオーナーさんに会いに行き、門前払いされました。

その後、空き家と何かに挑戦したい人を結びつけるためのプラットフォームである「AkiyaQuest」を構築し始めました。プロトタイプとなる UI を作り、その時にユーザーになり得る、何かプロジェクトを始めたい方々や展示をしてみたい美大生にユーザーインタビューを行いました。

それと並行して、空き家活用している先輩の意見も聞きました。空き家オーナーの話も聞きに行きました。その中で、空き家を所持していることを問題視しているオーナーさんへのサービスではなく、空き家を所持していることを問題視していないオーナーさんへ向けたサービスを作ろうと思い立ちました。そこで、アプローチとして「空き家を白く塗る」ということを提案しました。

そして white squat に辿り着きました。

03

推進力 pj. ゴーストレーションミュージアム

造形構想学部 クリエイティブイノベーション学科 2年
藤田 麻里 戸澤 穂奈美 槻木 とわ



ゴーストレーションミュージアム Twitter

Concept

昔は単に絵を描くことそのものが好きだったのに、今は純粋に好き、ということができない。そんな、様々な理由から創作を愛しきれない人に送るキャラクターメンタリング・スキルアッププログラムが推進力 pj、『ゴーストレーションミュージアム』です。今のインターネットは上手い人ばかりが目立まれ、心無いコメントは日常茶飯事。リアルではイラストを描いている、という「ああイラストね」という素っ気ない反応や学歴職歴重視の世界。そんな、創作者を取り巻く環境は厳しさを増しています。しかし、我々は創作の本質は当人が満足するか否かだと考えます。誰かに何か言われて創作をやめてしまった人に、創作の本質である楽しみをもう一度取り戻してもらうためのセラピープログラム、といってもいいかも知れません。

推進力 pj では既存の描き方やセオリーを押し付けるのではなく、『伴走』という理念を第一に、相手の捉え方・理想に伴走しその人が自信をつける種となる Tips を共有していく形でメンタリングを進めていきます。その人の過小評価部分や特長を再度言語化して捉え直し、適切な形で還元することで受講者自身の成功体験、受講者自身が作る意義の認識を生み出すことが大切だと考えています。

Student project

Concept

アートコレクティブ駄菓子屋とは、アーティストである樋口舞、田岡智美によるアートユニット Re:Re- が商いする、アーティストから生まれたキッチンアイテムを駄菓子屋のように安く手軽に楽しく買える駄菓子屋です。

キッチンアイテムとは、アーティストが作品を制作していた途中に出てきた副産物、使っていたもの、捨ててしまうものなどといった、同じアーティストの手を介しながらもアート作品とは違って価値

をつけられてこなかったもの、又は価値がないとされていたものを指す、Re:Re- 独自のアイテムです。アート作品やアートに関するものは値段も敷居も高いイメージがあり、実際も高かったりしますが、逆にそういったものが安く、小学生でも買えるものになったら面白いのでは？美術市場とは違う価値のつけ方をされている美術アイテムを売る場所もあっていいのでは？

という考えから、このプロジェクトは生まれました。

私たち Re:Re- が様々なアーティストから買い取ったキッチンアイテムを駄菓子屋プライスで尚且つ、アーティスト名を全員伏せた状態（匿名）で販売します。アートコレクティブ駄菓子屋での商いは一つのパフォーマンスです。私たちは駄菓子屋という子供から大人まで買いたいものを自由に選び、買うことができる場所で、美術市場によって出来上がったアート作品や作家の名前の付加価値をフラットにすることで何か別の価値を見出せることができるのではと信じています。



Re:Re- ホームページ



②



③

① クラッパスカルブチャー vol.1

アーティストの制作現場から取れた石膏や樹脂を使ってミニ彫刻にしました。どこかで展示されてる作品の兄弟または親かもしれません！小さいのでどこでも飾れます。

② パレット布パッチ

アーティストが使用したパレットを布パッチにしました。部屋の壁に貼ってもよし！バッグや服に安全ピンでつけてもよし！自分なりの方法でカスタムできます。

③ 立ち売り箱ビジュアル

アートコレクティブ駄菓子屋の立ち売り箱です。ベルト付きなので首にかけ駅弁スタイルでどこへでも出張販売が可能です。

04

アートコレクティブ駄菓子屋

造形研究科 修士 美術専攻油絵コース 2年

樋口 舞 田岡 智美



Experiment

11/12	11/19	11/26	12/2	12/10	1/11	12/26
モチーフ選考	ベルソナの設定、世界観決定、クリエイターへの声かけ、ベルソナへのアンケート、論文収集、立ち絵制作、サイト制作	媒体決定、タイトル決定、期間決定、キービジュアル決定、企画書制作、プロトタイプ受講生募集、各種アンケート作成、ストーリープランニング	α版プロトタイプ	マニュアル整備、金銭運用方法の確定、で制作、講師追加募集	新タイトル『東京美術結社（仮）』発足、考案	β版プロトタイプ

Next

γ版を1/22~実施の他、ベルソナの自由な期間や間隔を考え、定期的にプログラムを実施していくとともに、料金体系と期間、世界観、キャラクターを一新しシステムを変更した新タイトル『東京美術結社』を3月頃よりスタートさせていきます。ゴス系だった前作より、ネオンでモダンなデザインに舵を切ることで今まで世界観が届かなかった層及びよりベルソナに近い層へアプローチし、既存タイトル含めプログラム全体の拡大を狙います。

資金調達の為にLINEスタンプやPaypay、Ofuseの導入を始めていますが、他グッズや資料集の作成等クリエイターに正規のお金を払いつつ、受講者に負担をかけないマネタイズ方法を模索し、定期的に活動していく予定です。

Experiment

- 実際に駄菓子屋に行ってどういうものが売られているか、どのような価格で売られているか、お店の雰囲気がどう感じるかなどをリサーチ。
- 制作をしていて出てきた捨てるようなものをどうアートコレクティブ駄菓子屋で売れるか試作品作り。
- アイテムを駅弁売りのように歩き売りができるように立ち売り箱を作成。
- 学生にアートコレクティブ駄菓子屋についてのアンケートを実施。
- アーティスト直接声掛けまたはネットで参加してくれる人を募集。
- このプロジェクトに参加してくれるアーティストからアイテムを買い取り売れる形にアイテム制作。
- アートコレクティブ駄菓子屋のPR動画を制作、ホームページを作成。

Next

まだアートコレクティブ駄菓子屋としての販売実績はないので、SNSで宣伝し、立ち売り箱を使って街へ出て売り出す予定です。また、アートコレクティブ駄菓子屋のキッチンアイテムを通販でも手に入れられるように通販サイトを使って売り出そうとも考えています。売る活動をしつつ参加アーティストを増やしていき、将来的には実際に街にある駄菓子屋のように品数も多くバリエーションに富んだお店兼アトリエの実店舗を持とうと考えています。

また、このプロジェクトの他にもYouTubeを使った活動を考えています。アーティストがあまりやっていないYouTubeやバーチャルアバターを使ったエンターテインメントとアートパフォーマンスの間のような企画を発表していこうと考えています。

Concept

「宛名のない文通プロジェクト」では「クラフト」と「手書きの言葉」が行き交い、偶発的な出会いを生む、「新しいコミュニケーションツール」を提案しています。「検索ツールや液晶の画面からは得られない、好奇心と人のぬくもりに出会う場を地域の中で作りたい。」そんな思いからこのプロジェクトを企画しました。

「宛名のない文通プロジェクト」とは、刺繍と言葉で制作したギフトカードを送り合う、ワークショップ・文通体験です。このギフトカードには宛名が無く、手紙はファシリテーターによって、ワークショップ参加者の元へランダムで届けられます。縫い目・ゆがみ・配色といった手の痕跡から、言語では表現できないパーソナリティが意図せず残る、「糸の痕跡と手書き文字」を手がかりに送り手はどんな人物なのか、またどんな相手に届くのか、想像の余白を残すことで、予想のできない偶発的な出会いを生み出し、「文通」というアナログ体験を通して、同じ地域に住む人同士、また地域と地域をゆるやかに結びます。例えば「新たな出会いを求めて上京したけれど、思っていたより世界が広がらなかった大学生」、「小さな町で籠りがちになったおじいちゃんおばあちゃん」といったユーザーが、プロジェクトを体験することで、新しい視点の獲得と、制約の無いゆるやかな人との繋がり、手仕事を持つぬくもりを体感する体験を提供します。



文通ワークショップ体験構造フライヤー【刺繍編】



文通ワークショップ(12月5日開催)の様子



ホームページ



YouTube チャンネル

Next

今後の動きとして、1つ目に、丸型ポストの数が全国1番でもある香川県琴平町のギャラリーカフェ「菜や」にて体験プロジェクトの実施が決定しています。また丸型ポストや神社など琴平と共通点を持つ鎌倉市を拠点に、琴平町の拠点とつなげる方向性に向けて現在交渉を行っています。2つ目に、文通プロジェクトに使用する糸や紙、布といったプロダクトを琴平特産の自然素材で染色するなど地域特性のあるオリジナル糸や、地域の特徴を生かしたコンテンツを制作し、各地域の魅力を刺繍で全国に伝えていきたいと考えています。

<体験デザインの改良>

現段階での文通ワークショップをプロトタイプとして実施することと並行し、現在の仕組みから、よりシンプルでユーザーに伝わりやすい体験構造に改良します。

<プロジェクト内で使用するプロダクト研究>

文通に使用する素材(紙・布・糸等)に地域特性を持たせたプロダクトのプロトタイプ制作

Experiment

11/10

東京都文京区本駒込「こまじいのうち」訪問・聞き取り調査

11/13

東京都文京区社会福祉協議会 地域福祉コーディネーターとの面会

11/15

東京都墨田区「喫茶ランドリー」へ視察

12/17

文京区氷川下コミュニティスペース「つゆくさ荘」訪問→コアメンバー運営会議への参加。地域の場づくりの課題をヒアリング

11/25

香川県琴平町社会福祉協議会への訪問→琴平町社協運営のコミュニティスペース「ちよつとこ場」の課題調査・プロジェクトの企画提案

11/29

香川県琴平町ギャラリー「カフェ「菜や」」へ企画提案・琴平町内におけるワークショップの拠点、「菜や」とのコラボレーションプロジェクトの実施が決定

宛名のない文通プロジェクト

造形学部 造形学科 3年 高田 倫代

06

部屋を着替える

造形学部 油絵学科 3年
高田 倫代



Concept

「知の入り口」をコンセプトに、個々に内在する興味に出会う仕組みを備えた本屋を作り出すことを目指した。現状の本屋・書籍流通に感じている不満を解決し、また初学者向けに今までにない価値を生み出すことでの起業を目指した。

はじめの1か月はコンセプト作りと、私達がやりたいことは何か、を徹底的に深めた。ペルソナの設定や提供したいサービスから、製品と魅力を伝え、その構成要素を本で分解することで、初学者に向けたガイドラインを提供することを活動の軸にすると定めた。2か月目は鷹の台キャンパスと市ヶ谷・Open Marketを活用したプロトタイプ店舗を出店した。サービスのニーズの確認や、来場者の興味を引き出すところから本を手取るまでの仕組みづくりの検証を行った。2回のプロトタイプを経て、本サービスの一番の「核となる魅力」を伝えることに対する有力なフィードバックを得ることが出来た。

現時点では一時的な凍結(また、現在2人での他プロジェクトが進行中)。今回の活動成果を踏まえて、一度プロジェクトから距離を置いてから考え直すことでサービスを客観視し、活動再開する見込み。



興味と出くわす本屋

造形構想学部 クリエイティブイノベーション学科 2年
渡邊 賢二
東京理科大学 基礎工学部 材料工学科 3年
小宮 優輝

08 kohana

造形研究科 修士 デザイン専攻基礎デザインコース 2年
Wang Huiling
Merve Özdemir



Concept

私たちは小平の町の中に住んでいます。この暖かさが溢れている町のがすごく好きです。小平の中で、捨てられたマテリアルを使用したいです。捨てられたマテリアルに新たな生命力をあげたいです。小平にある花の農家でアルバイトをしています。バイト中、あることに気づきました。花を綺麗に育てるために、剪定を行っています。剪定して切った小花はまだ綺麗なのに捨てられました。この捨てられた花たちはすごく良い素材だと考えました。そして、廃棄される花を救うために、これを使用して、小平の捨てられた小平新聞の新聞紙と一緒に「花の紙」を作りたいです。また、小平は農家が多いので、野菜直売所と屋台がたくさんあります。野菜直売所と屋台で非常に美味しくて、安い新鮮な野菜を買えます。しかし、利便性のことを考えているかもしれませんが、野菜のパッケージは大量なプラスチックバッグを使用しています。

そして、私たちは「花の紙」で「花の野菜ボックス」を作りたいです。小平の農家で育てたものののみを使いやすい量でセットで「花の野菜ボックス」の中に入れて、野菜直売所、屋台で販売したいです。野菜の種類は季節に応じてさまざまです。小平にいるおばあちゃん、おじいちゃんから受け継がれてきたシンプルなレシピに従って、5、6品を入れたいです。

また、「花の野菜ボックス」に手書きのレシピも付きます。料理はできない方でも安心です。小平の土の養分をしっかりと吸収し、太陽をさんさんと浴びて育った野菜、今も昔ながらの素朴な家庭料理の味のレシピ、シンプルながらも温かい真心と親切さを皆さんに伝えたいです。

Concept

MINA TO のコンセプトは自分に合うコミュニティに溶け込み、同じような経験を持つ人やそれらに関心を持つ人に会おう。

- ・美大ならではの包容性や創造力を生かす。
- ・独自開発の社会奉仕活動などを通し、社会とつながる第一歩を提供。
- ・異国の「居場所」を発見し、自分の「価値」「共感」を育てることで「所属感」を醸成。
- ・異文化学生が主導する社会と共創、交流のプラットフォームを作る。

このプロジェクトの目的は「異文化」学生が社会と触れ合う機会を増やすことで自分の「居場所」を見つけさせ、より分かり合える世界を作りたい。

プログラム中に私たちは果物狩ツアー、ムサビのゲームコーナーのイベントを企画した。私たちのイベントを通じて参加者とのコミュニケーションを増やし、コメントをいただく。そのフィードバックをベースにしイベントの内容を改善する。

これからは地方にある「竹のテントを作る」イベントを企画して、3月で大多喜町で実験しようと考えている。



Concept

私たちは一緒に東アフリカのタンザニアに旅行した経験から、現地で感じたアフリカの魅力と エネルギーを日本に持ち込み、アフリカに関心が高めるような活動をしたと思い、プロジェクトを始めました。アフリカのどこに私たちが魅力を感じたのかを明らかにすることに時間をかけました。アフリカの布なのか、アフリカの人々の生活スタイルなのか、アフリカの大地や太陽といった自然なのか、様々な自分たちの関心を掘り下げたところ、特に魅力だと感じているのはアフリカ人のゆったりとした時間の過ごし方、少しのことで焦らない、なるようになるという人生の捉え方であるという結論に達しました。タンザニアで出会った魅力的な人々の生き方を、伝えられないか？これがプログラムを通じて出した答えです。 また、プログラム後話し合いを行ったところ、「ゆっくりとした時間」の提供を主軸とすると押し付けがましさを宿泊施設との違いなどさまざまな問題が生じることが分かった。

たので一番最初に ES で書いた「アフリカに関心が高めるような活動をする」ことに重きを置くことにしました。現在考えているのはアフリカ人と会話できる、アフリカの文化を食や体験などから直接知ることができるアフリカ生体験カフェ「AFRICA CAFE」です。今後の展開として、アフリカ人など当事者に話を聞く事などで精度を上げる作業をしていきたいと考えています。

10

AFRICA CAFE

造形学部 空間演出デザイン学科 3年
柏谷彩乃
東京外国語大学 言語文化学部 ドイツ語科 3年
松本いちか



09 MINA TO

造形構想研究科 修士 クリエイティブリーダーシップコース 1年
セキ ジャクウ
オウ ケイシン

講師コメント

渡邊 賢太郎 さん

本プログラムは美大卒業生にむけ、キャリア形成のいちオプションとして起業家という選択肢を提示するという意味で意義ある試行錯誤であったと思います。

そのうえで、起業文化と生態系づくりに携わってきた、わたしの観点からは、事業創造の初期段階である、課題設定からアート思考、デザイン思考を生かす、あらたなタイプの Artistic Entrepreneur を世に送り出す構造を設計するという意味でも、大変意義ある取り組みだと感じています。

実際に講師として参加してみて感じたのは、とくに純粋な作家思考の学部生からのアイデアに、あまり他では類をみない面白いアイデアが多々みられたと感じています。

一方で、課題もみえたと感じています。独立した創業支援プログラムでなく、大学主宰の創業支援プログラムであることから、どうしても参加する学生側が授業の延長のように考え、受け身で参加しやすくなるようです。

この点は、今後、外部化された機関主宰の取り組みにするなど、何らかの対策が求められるように感じます。

いずれにせよ、本プログラムをきっかけに、複数チームが創業へとむけて実際に仮説検証アクションを加速させていったことは事実です。その意味でも、今後、彼らのさらなる挑戦に期待をしたいと思います。

ムサビさんとしての、新たなチャレンジに立ち上げから関わらせていただいたことを、とても光栄に思います。ありがとうございました。

西村 真里子 さん

8週間、毎週木曜日夜に自分が実現したいことを1分間で発表する。自分の考えが煮詰まらない状態でも容赦無く木曜日はやってきて発表をする。かなりのプレッシャーである。これを苦痛と感じるか？快感と感じるか？人やその週のコンディションによっても違うだろう。ただ、このプレッシャーは実はとても貴重なものである。社会に出るとスタートアップであれ、ベンチャーであれ自分で何かを起こしたいと考えている人間に対して、自分で自分にプレッシャーを与え一歩づつでも進んでいくことが求められる。自ら「進む」態度を起こすことがなによりも大事なのである。

時にスタートアップのメンターとして、時に投資家としても国内外のスタートアップに接しているものとして、ムサビのクリエイティブ・スタートアップで出会ったアイデア、毎週のアップデートの「魅せ方」、アプローチは非常にユニークなものであった。世の中ではアート思考というのがビジネスパーソンに求められているがその「アート思考」がすでに備わっているムサビ生が、目指す世界は現在の社会がとりこぼしてしまっている人や物にも焦点を当て、より優しい社会を実現するものに溢れていた。この彩り豊かなアイデアたちが既存の社会システムに組み込まれて灰色にならないように、ぜひクリエイティブ・スタートアップの毎週木曜日のメンタリングを受けた方々にはプログラム終了後も自分にプレッシャーを与え、進み続ける態度を忘れないでいてほしい。

僕らと、まちの余白に
アートを溶け込ませませんか？

山崎 和彦 教授

はじめての「クリエイティブスタートアップ」プログラムが終了しました。これからの時代に相応しいスタートアップとは、武蔵美らしいスタートアップとは、クリエイティブをスタートアップにどう生かすか？ 今回のプログラムは学生もスタッフも模索の中から、格闘していきました。

その中で、僕が強調しているのは、「仲間をつくる」「大きな妄想」「小さな実験」の三つです。学生にとっても僕らのスタッフにとっても、スタート地点にすぎないと思いますが、これからの活動もこの三つを忘れないように活動できればと思います。そしてこの活動を継続していきながら、「クリエイティブスタートアップ」の答えが見えてくるとよいと思います。このプログラムに参加してくれた、学生とスタッフに感謝します。

Creative STARTUP program 2020

第1回レポート

2020年11月5日、「クリエイティブ・スタートアッププログラム（全八回）」の第一回が開催されました。

近年、社会において諸問題はますます細分化、複雑化し、たくさんの方のワード、認識が次々と生まれているように感じます。それと比例するようにデザインやアート的重要性が益々高まっていくなか、それらを通じて社会とどのように関わっていけるでしょうか。

本プログラムでは、スタートアップのフィールドで活躍できる美術大学ならではの人材の育成を目的とし、講師やメンターからの実践的なアドバイス、参加者同士の交流を通じて事業計画のブラッシュアップを図り、実際の起業までを目指していきます。

オンラインと対面を組み合わせでのハイブリッドなプログラムの中、学生は毎回1分間ピッチを行い、常にプロジェクトをブラッシュアップさせることが求められます。多くの応募の中から選考を通過した14組とともに、メンターである3名の講師の方からのフィードバックを通して、スタートアップについて考えていきます。

はじめに

まずは講師の方から本プログラムへの意気込みを一言ずつ頂きました。

山崎和彦先生（クリエイティブイノベーション学科 教授）

今回、このようなプログラムは初の試みになりますが、会社を作るだけでなく、社会でみなさんの計画を試してみるところを楽しみにしています。

西村真里子さん

（株式会社 HEART CATCH 代表 / プロデューサー）

色々な企業さんと新しいプロジェクトの話をするとき、美大生やデザイナー、アーティストのパッションを持っている方と一緒に起こしたいという声が増えてきています。先例があるものよりも、パッションやみなさんの視点が非常に大切になってきます。会社を起こすまでできたら最高ですし、そうでなくても何かしらプロジェクトとして見える化し、社会の為に何かインストールするような種というものを二ヶ月で作っていただけたらと思っています。

渡邊賢太郎さん

（Mistletoe member、おせっかい社かける共同創業 COO）

起業ということで構えているかもしれませんが、ぼくら講師の三人や大学の皆さんも、基本的には皆さんがやりたいと思っていることを面白がってそのまま世の中で続けられたらいいなと思っているので、そういう意味では、安心して、調和を乱さないことを言うくらいだったら本音でこう思っている、ということぜひ大事にして出していける場にしたいと思います。

「大きな妄想」を広げ、「小さな実験」を繰り返す

早速、学生たちが考えてきた事業内容を発表する、1分間ピッチへ移っていきます。

スタートアップをする際、投資家に投資をお願いするような場で、自らの考えている事業が世の中に何故必要なのかを伝えることは、とても重要です。短い時間の中で相手の心を掴む為に、どのような情報を取り入れるべきなのかがポイントとなってきます。

「みなさん発表をする時はぜひマスクを外して顔を見せてください。」という西村さんの声のもと、最初のプレゼンターがマスクを外したところからスタートしました。

プレゼン内容は、アート作品を作りながら会社として活動をしていくアートユニットの取り組みや、自分の心と向き合う時間を提供するサービス、学生が社会に溶け込みやすくなるような仕組みを備えた学生寮の提案、二次元の“推し”がクリエイターの創作意欲を掻き立てるサービスなど、美大生ならではのクリエイティブな発想をみることができました。講師の方からの全体へのコメントへ移ります。

山崎先生 僕からは三つ。このプログラムの目的は起業をすることだけではなく、「社会実装」をすることです。悶々としたことを、手足を使って実践してみることで社会との繋がりやこれからの可能性が見えてくる。色んな取り組み方があるので、それを広く捉えて考えることをしてみたいです。

1つ目は組む相手やパートナーです。一緒に活動をしてくれる仲間、活動はしなくても手伝ってくれる仲間、皆さんを支援してくれる人、やろうとすることを面白がってくれる人、楽しみにしてくれる人。これらが全部皆さんのパートナーです。

人を見つけるというふうには思ってくると、このプログラム



はわかりやすい。概念化した製品やサービスを作るのではなく、皆さんの考えてきたことに共感したり嬉しがってくれる人を見つけてください。友人でも、家族でも、友達の友達でもいいんです。

2つ目は、「大きな妄想」です。今考えたり実行していることって、もっと妄想したらどうなるんだろうか。どうしても僕は大人になる過程で、社会の常識を目の当たりにしたり、そんなことを考えても無駄だろうと言われる中で、だんだんこんなことはできないと小さくなっちゃってるんですね。自分の思いを正直に考えて、小さくまとめないで、もっと妄想したらどうなるかってことを考えてみて欲しいです。

3つ目は、「小さな実験」を繰り返すということ。「大きな妄想」を持ちながら、来週までに何ができるかということを考えて、実践する。それを毎週するつもりで進めてもらえると、アイデアが通せそうか、もっと広げられそうかと言う直感が得られる。そこで会った人たちとつながりができるかもしれない。「小さな実験」をするというのは、つながりを作る第一歩を始めるということなんです。

渡邊さん 14組聞いてみて、課題観がざっくりしているものが多いと思いました。漠然とした課題観で説明をされてしまうと、具体的に、誰の、どんな困りごとを、どうやって解決するかというアイデアの部分が研ぎ澄まされづらい。そういう意味で、次の回までに「ペルソナ」の設定をしてきて欲しいです。ペルソナを設定するというのは、友人や先輩、〇〇さんなど、

実在する個人の困りごとへのソリューションを考えるということ。例えば「美大生の困りごと」でも、100人いたら100通りの困りごとがあるわけですから、一番フォーカスしたい、誰の困りごとを解決するかということを設定して欲しい。

それから、スタートアップ、起業は、人に協力してもらわないといけません。ある程度社会で結果を残してきた人たちにとって、一番貴重な時間を浪費させてしまうと、この人たちは、私たちのことを何も考えてないと判断されてしまう。なので、1分間ピッチと言われたら、何があっても1分間にまとめてくる。

もちろん伝えたいことがたくさんあったり、うまく伝えられないというのは問題ないと思いますが、重要なのは「何が一番伝えたいことなのか」。それを整理しておくということ。時間におさまるように事前準備をしてくることで、事業で人を巻き込んでいくときに、ちゃんとやってくれる人だな、という最初の信頼になると思います。

社会実装は身近なところから

西村さん 実は成功しているスタートアップは、計算高さよりも、人とのネットワークをうまく活用していたり、大きなものを借りてくるよりも、手元にあるものから起こしていく例が多いというのが結果として出ています。「小さな実験」のきっかけとして、エフェクチュエーションという理論がインドの経営者、サラス・サラスバシーさんという方が出している学術書に

まとめられているので紹介します。

1. Bird in Hand ～今手元にあるリソースから始める～

——あなたは誰か、何を知ってるのか、誰を知っているのか、から始めよう（最初からゴールを設定しない）。

例えば、高知県の砂浜美術館。彼らが持っているものは綺麗な砂浜です。大きな建造物がある訳ではないけれど、新たに建てなくても、美しい砂浜を美術館と呼んでここで展示をしてしまおうという発想から生まれました。自分の地域や手元にあるものを、自分たちの持っている場所で表に出すという点で、大変参考になる例です。

2. Affordable Loss ～許容可能な損失額を設定する～

——失っても構わないものから投資をしよう。極端なケースだと0円。（最初からリターンを求めない）

これは許容可能な損失額を設定するということです。最初から大きなお金を使おうと考えず、例えば時間があるなら、とにかく調査をおこなう等、まずは失っても良いものから投資していくということです。

今ロサンゼルスで和菓子のスタートアップをしている私の知り合いは、もともと和菓子屋さんだった訳ではないのですが、最初は寒天を作るところからはじめました。それならそんなに高くないですね。それからSNSを使って売って、今は月間何百個もお菓子を売っています。

3. Crazy Quilt ～協力してくれる人を増やしていく～

——クレイジーキルトとは大きさや生地異なる布をつなぎ合わせて作るパッチワークのこと。行動していく中で得られた協力者とのコラボレーションを大事にしよう。

最初からきれいなシルクのパジャマを作ろうと思わず、まずはつぎはぎ、パッチワークでも良いから、パジャマを作りたいならそれを作ってくる。最初からきれいな物を作るのではなく、手元にあるもので使えるものから使っていった方がいいます。例えばWOSHというプロダクト。これは最初からこの形にしようとはまったものではなく、たまたま出会ったデザイナーさんと意気投合して、いいねいいね！と盛り上がり作ったものなんです。人と人とが繋がってできて、世に出たものです。みなさんもぜひこのプログラムへ参加していることを言い訳にして、今までアクセスできなかったところに行ってみてください。

4. Lemonade ～偶然の出来事を活用する～

——驚き、偶発性、失敗を取り入れ、活かそう。

腐ったレモンを丸ごと捨てるのではなく、腐った部分だけ切って、あとはレモネードにしまえば良いという発想で、使えないと思ったものでも、実は再利用し甲斐があるかもしれないということです。

5. Pilot in the Plane ～コントロール可能な部分に集中する～

——未来は予測するものではなく自ら築き上げていくものという姿勢を持つことが重要である。

このプログラムでは、飛行機のパイロットになった気持ちをマインドとして持っていて欲しいです。嵐や雷など状況に応じて機敏に判断して人の乗っている飛行機を操縦するパイ

ロットのように、皆さんも、辛い思いをしたからと言ってやめてしまうのではなく、パイロットになってこの荒波をどう乗り越えて行こうかというところに意識を持ちながら進んで行っていたけるといいと思います。

以上のように、成功しているスタートアップの傾向を並べると、すごく綿密な計画を立ててその通りに進めているのではなく、とにかく実践重視。実際に動いてみて自分たちができることを考えています。言葉で聞く社会実装はすごく難しい気がするけれど、実は社会実装っていうのは身近からできる。実行さえすればできるということが、この理論から言われてます。

「喜んでくれる人は誰か」を考える

講師からの全体へ講評の後、学生からの質問と、各チームへのフィードバックの時間に移ったのですが、学生からはなかなか手が挙がらず・・・ここで渡邊さんから、「フィードバックは与えられるものではなく得ていくもの。スタートアッププログラムとしてやるなら、フィードバックが欲しい人がどんどん質問するのがあるべき姿」とのコメントを頂いたことで、多くの質問が寄せられました。その中からいくつかを紹介します。

世界中の美大生が作品を発表できるプラットフォームを提案している学生（造形学部 基礎デザイン学科 2年）



——ベルソナに私自身を設定しても良いのでしょうか。

山崎先生 もちろんそれでもいいけど、それだと客観視できなくなるから、例えば自分と同じような人って他にどんな人がいるのか探してみるといい。自分のことってなかなか自分で見れないけど、他の人と話すことで客観視することができたり。自分と同じような人ってどんな人かっていうのを探る

と、より自分がすることで嬉しくなってくれる人が見えてくると思います。

快適な旅を補助するサービスを提案した学生（造形学部 デザイン情報学科 4年）
——この作品はもともと授業課題の成果物で、就活用のポートフォリオに入れたものなんです。そして今就活が終わり、折角なら社会実装をしていけるレベルになればいいなという想いでこのプロジェクトに参加しています。そんなとき他の皆さんと比べて、スタートアップ、起業したいという気持ちが実はそこまで無いなと思ってしまいました。このプログラムに参加するモチベーションをどういう方向に持っていくか悩んでいます。

渡邊さん 今の時代の働き方って色々あって、僕も3つくらいの仕事をしているんです。稼ぐ仕事と、やりたい仕事と、こうしたムサビの仕事など。そういった意味では、必ずしも一つの仕事をしなればいけないわけじゃない。だから、就職するからといってどっちかを選ばなければいけないわけではない。

その上で、あなたがどこまでやりたいかが重要です。例えば車の運転。教本で見ると、実際に道にでて運転することって違いますよね。私たちがやろうとしているのはどちらかというと後者。だから、ちょっとだけ危ないっていうことは前提にはなるのかな。

今はいったん仮に取り組んでみると考えて参加するのもいい

と思います。そのあと更に進めていくかは、やってみてから決めたらいい話。最終的にはあなたの気持ちで判断してください。

自分の心と向き合う時間を提供する空間、サービスを提案した学生（大学院造形構想研究科 クリエイティブリーダーシップコース 2年生）
——（検証として）インタビュー記事を書こうと思っているのですが、その方法が手段として合っているのかどうか、どう判断していったらいいのか教えて頂きたいです。

渡邊さん まず、コアな「検証仮説」が何かということは意識した方がいいというのはありますね。インタビューという形式そのものがフィットするのかという考え方なのか、項目内容の中身自体が肝になるはずだと考えているのか。ご自身のフォーカスを事前に言語化させておいた方がいいです。

とはいえ、本当に意味のあるアイデアというのは、その周辺部に常に現れるものだと思うんですね。結果がある程度まとまったら、今度は我々のようなメンターや、チームになる人たちに客観的な目線でその情報を見てもらうと、自分では全く気がついてなかったことがフィードバックされるので、それが実際に一番進むポイントになると思います。

山崎先生 多分、無駄なことはしたく無いっていうのが心の底にあると思う。でも、無駄なことをしないといい結果は得られない。だからやり方を聞く前に、やっちゃった方がいいと思う。こういうのは無駄なことをいっぱいしないと（笑）こんなこと役に立たないんじゃないかっていうことを、敢えてやるっていうことにこそ、新しい発見があるんです。

だって普通の人は、無駄なこととか、役に立たなそうなことはやらない人ばかりなんですよ。無駄なこと、普通の人がやらないことをやることで、発見できることがあると僕は思う。

アート作品を制作しながら会社として活動していくアートユニットに取り組む学生（大学院造形研究科 美術専攻油絵コース 2年）
——今回のプロジェクトですが、制作の延長のような形で、なるべく普段の感覚で進めていきたいと思っています。作品作りと、起業のようにお客様に向けた感覚は、だいぶ違うと思うのですが、そのバランスはどう取っていくべきなのでしょう。

山崎先生 多分ね、スタートアップっていうと、大勢の人に向けてないといけないって頭のなかにあるかもしれないけど、自分の作品を一人の人に喜んでもらおうと考えたら、今までのアー



ト作品と変わらないと思うんだよね。

喜んでもらえる人は誰なのかということ。それを意識することが、結局は新しい社会実装に繋がってくると考えてみてください。

西村さん 私はこのアートプロジェクトがとても面白いなと思って聞いていました。社会実装という時に、何かプランを考えるというよりも、ものを作れる方々だと思うから、それならどういう場所の人に、どういう売り方をしたら、実はアートって売れるのかっていうところを進めていける。

いい商材を持ちながら、しかも作りたい欲求もあるので、そこを楽しみながら、進歩報告をしてみてください。どういう形で持っていけば多くの人に広がるかは、後でいいと思います。動き出してもらいたい。

渡邊さん これはシンプルに、売ったっていう実績以外に語るべきことはないですね。この人たちが売れるんだってなれば、僕らも何も言えない。逆に、売ってなければ、売れなきゃなんの意味もないよねっていうことに、この場合はなる。

例えば実際の店舗に置かせてもらって、売れないとか、意外と売れちゃったとか、その経験が積み重なっていくことがまずは大事なかと感じます。

学生が社会に溶け込みやすくなるようなシステムや場を提案した学生（大学院造形構想研究科 クリエイティブリーダーシップコース 1年生）
——投資家にとっては利益が大事だと思うのですが、私たちの

することで投資家にとってはあまり利益を上げられないという不安があり、投資してもらえるようにどう説得するか悩んでいます。

渡邊さん 僕は本当に世の中に意味のあるやり方でその手があったかという方法があれば、リターンがどれだけ先になっても、投資はします。全員が利益を最優先する訳ではないです。利益が示せないからといって、そんなに気にしなくてもいいかなと思っています。

あなたたちにしか気づいていないカラクリを示せるということが、投資する気にさせる判断になると思います。誰も気づいてないところ。それがもしあれば次の時に聞きたいです。

花屋で捨てられてしまう花を再利用するプロダクトの提案をした学生（大学院造形研究科 デザイン専攻基礎デザイン学コース 2年）
——私たちの趣旨としては、リサイクルできることとか、良い素材を使って色々なことをやりたいということなのですが、まだあまり経済的なことは考えていません。最初からビジネスの意識を持った方がいいのか、それとも自分がしたいことをおこなった方がいいのか教えてください。

渡邊さん いわゆるビジネスにおける成功法則のようなものが、ネットとかコミュニケーションのプラットフォームが作られている時代とそれが無かった時代では、ビジネスのあり方も、

お客様とのコミュニケーションの仕方も、ものの作り方も全部方法が変わっているんです。

今はお金を回す仕組みを作ることよりも皆がそれいいね、欲しい、面白い、というものを生み出すことの方が希少価値が上がっていて、且つそれが難しくなっているんです。

みんなが欲しいものを作ることができれば、どうやってお金が入ってくるかというのは後で考えればいい。スタートアップの業界はほとんどそうしています。ビジネスモデルの話は立ち上げてから1～2年後くらいからようやくするし、上場した時はまだ赤字って会社もいっぱいあります。

山崎先生 あと、ビジネスっていうのは別にお金を儲けることでも、お金を回すことでもないですよ。僕らはビジネスという言葉は使っていない。作っているもの、それを喜んでくれる人がいるっていうのが、社会なんですよ。それをどう仕組み化していったら、長く続けられるかというのが次のステップだと思うんです。

それって、必ずしもお金がなくても続けられる場合、つくるのを好きな人たちが趣味で作ったものをあげるっていうのも一つの仕組みなんですよ。ビジネスっていうのは、いわゆる仕組みを作るって考えたほうがいいと思うし、仕組みを作るというのは、まず喜んでもらえる社会の人たちと、どうやって繋がっていくかっていうのが鍵になってくると思っています。



まとめ

全体を通して講師が学生に繰り返し語りかけたのは、「誰に喜んで欲しいか」を考えるということでした。「起業」という言葉を聞くと、大きな投資をして沢山の人の手に広く受け入れられなければならないと意気込んでしまいます。このプログラムの初回を通して、そうではなく、今ある自分自身を掘り下げ、できることからすることがスタートアップをしていく上で重要だと分かりました。

私たちは生まれた頃から、家族、学校、会社、友人関係など、様々な社会の中で生きていますが、その輪が大きくなればなるほど個人やもしくは自分自身のことが見えづらくなり、手で触れられる範囲のことさえもぼやけてしまうことがよくあります。その意識は今回のような仕組み作りにおいても確固として持つことで、海に浮かぶ灯台のような役割になると感じました。

また、講師への質問の中で特に多かったのが、「小さな実験として具体的に何をしたらいいのかわからない」という声。美大生にとってもものを作り出すのはとても身近なことですが、出来上がったものをどう社会と絡めていけるかというところまでは考える機会が少なく、そういった問題にぶつかることができることも本プログラムの醍醐味です。

特に私の中で印象に残っているのは、渡邊さんの「気軽にいいですよ」という言葉です。肩の力を抜いて個々の検証への心身のフットワークを軽くすることで、先へ進むきっかけが必然的に増えていくことに気がつきました。俯瞰する目と、手元にあるものを見る目、2つの視点をうまく使い分けながら舵を取れるかということも鍵となりそうです。

次回までの課題となりそうなのが、1分間ピッチ。今回は1分を過ぎてしまう人が何チームか……。目的や手段を明確に絞れていないことで、みている方に伝わりづらくなっているという指摘もありました。そこは人と人との繋がりを大切にしなければならないスタートアップの中で、まず改善しなければいけない点。どこまで焦点を絞ってくることができるでしょうか。

次にこのプログラムを私が訪れるのは11月26日に行われる中間発表の日。参加学生たちのどのような変化をみることができるのか楽しみです。

2020 年度
クリエイティブ・スタートアッププログラム報告書

発行 武蔵野美術大学
ソーシャルクリエイティブ研究所
〒162-0843
東京都新宿区市谷田町 1-4
tel : 03-5206-4311

発行日 2021 年 5 月 18 日

レポートライター 大西 裕菜

編集・デザイン 若狭 風花