

勝手ながら、工業高校を応援するメディア、始めました

工業高校生向けフリーマガジン「チョイス！」 発行人兼編集長 阿部 伸

1. 親御さんの悩み

「工業高校って、進路としてどう？」お世話になっている方からそんな質問を受けた。聞けば、ご友人の御子息が工業高校に進学するか否かで悩んでいるという。さっそく、その親御さんと会うことに。名刺を渡し、名を名乗ると「あ、『チョイス！』の方ですか」という。どうやら私がやっているメディアを知っていたようだ。

「チョイス！」とは東京都産業教育振興会からの応援をいただきながら、東京都の工業高校を中心に配布している工業高校生向けフリーマガジンおよびWebメディアである。「モノづくりが好きな子どもたちが、モノづくりの仕事に夢を持てる世の中に」をモットーに活動して3年が経った。

包み隠さずに申せば、弊誌は私財を投げ打ち、私が個人的に始めたメディアである。現在はスポンサー様からの広告料によって運営費を捻出しているものの、未だに持ち出しが続いている。そこで近く、サポーター制度のような仕組みづくりも検討している。さて、そのような状況であるため、「チョイス！」は残念ながら世間一般からすれば、まったくの無名だ。しかし、そんなメディアではあるものの、件の親御さんはある都立工業高校の個別相談会で、通称「チョイス！別冊」をもらったのだという。

実は昨年、本誌とは別に3校の都立工業高校で「学校案内追補版」というものを制作させて

いただいた。それぞれの学校の卒業生らを取材し、正式な学校案内とは違った視点と表現で、各高校の魅力を中学生に伝えるというコンセプトの冊子だった。先の親御さんはその別冊版を隅から隅までよく読んでくれていたため、弊誌のことを知っていたのである。

ところで、彼女は終始、こんな心配をしていた。「息子はおとなしいから、ヤンキーみたいな生徒さんと一緒に過ごせるのだろうか」と。



最新号となる「チョイス！ Vol. 11」の表紙。東京都教育委員会と日本IBMなどが連携して行っているP-Tech 事業を巻頭企画として取材した。

2. 劇団こども SET と都立工芸高校との交流

毎号、どこかしの工業高校を取材している。確かに、とっばい生徒さんを見かけることもある（私はもともと建築業界にいたからよくわかるので、誤解を恐れずにいえば、建築現場では「とっばさ、が有利に働く一面もある）。それで

も昔ながらの、いわゆる「ヤンキー」とは学校で出会ったことはない。

昨年、都立工芸高校の生徒さんとともに三宅裕司氏主宰の劇団スーパー・エキセントリック・シアター（以下、劇団 SET）を取材した。同劇団が「テクニカルハイスクールウォーズ」という工業高校を題材にした舞台を上演するので、弊誌の企画として取材したのである。

タイトルからしてご推察の通り、ステージ上には「ヤンキー」が登場する。物語自体は町工場の後継者不足問題をテーマにした真面目な内容で、笑いあり、涙ありのとても良い作品だった。でも、「ヤンキー」なのである。

ただ、取材後に次のような交流も生まれた。劇団 SET が次世代の才能を育てるために立ち上げた、小中学生が所属団員となる「劇団こども SET」の公演パンフレットのために、今度は彼らが工芸高校を取材したのである。完成した公演パンフレットには劇団員が学校見学をした様子が大きく扱われていた。団員やスタッフ、そして完成したパンフレットを手にした方々にとって、工業高校の「今」を知るいい機会になったのではないかと考えている。



都立工芸高校を取材する劇団こども SET のメンバー

3. ミスマッチ以前の問題かもしれない

工業高校の生徒数は減少傾向にある。一方で、モノづくり産業の人手不足も深刻だ。以前、私は求人広告の制作を手伝っていたことがある。この業界では「ミスマッチ」という言葉がよく使われる。ミスマッチとは組み合わせとなる両

者にズレが生じている状態を指し、人材採用の場では企業と求職者とのニーズにギャップがあることを意味する。ミスマッチが起これば、当然、雇用は成立しない。求人広告の役割は、このミスマッチを減らし、ニーズが一致した企業と求職者とをマッチングさせることにある。

就職と進学は異なるものだが、組み合わせとなる両者がマッチングするという点では、企業＝学校、求職者＝進学希望の中学生と置き換えることができるだろう。では、工業高校と中学生の間にミスマッチは起きているのだろうか。

答えは「Yes」とも「No」とも違う気がしている。先の親御さんや劇団 SET のことに鑑みるに、ミスマッチ以前にそもそも接点がない、いわゆる「アンマッチ状態」なのではないか。もちろん各学校では公開講座などの周知活動を行っていることは知っているし、それらの意義や効果も承知している。ただ、弊誌は第三者として、より自由な発想と行動力で、そうした活動を後押ししながら、アンマッチ解消のお手伝いができるのではないかと考えている。

4. 工業高校の存在意義

工業高校や「チョイス！」を紹介するとき、取材先で出会った卒業生たちの話をすることがある。例えば、こんな話だ。

Aさんは中学3年生のとき、担任から商業高校か工業高校への進学を勧められた。昔からアクセサリー作りが好きだったことから工業高校を選んだという。2年生のときにインターンシップでお世話になった、ある工場の仕事に面白みを感じ、新規高等学校卒業者の採用を行っていない企業だったにも関わらず、どうしても就職したいと頼み込み、その会社に就職した。取材当時19歳だったAさんは、「レーザー加工のプロとして誰からも認められる職人になりたい」と熱い思いを語ってくれた。

Aさんは工業高校で学んだからこそ、目標を持って仕事に取り組んでいるのだと、インタ

ビューをしながら感じたものだ。

ほかにも、「高校生ものづくりコンテスト全国大会」での入賞をきっかけに、薬科大学へ進学し、現在は子育てをしながら薬剤師として活躍しているBさん。コミュニケーションが苦手だったけれども、高校での学びを通じて、誰かと共同で作品を作る面白さを知り、チームワークが重要な長尺物の加工物を扱う会社に就職したCさんなど、印象深い卒業生はたくさんいる。

彼ら一人一人のエピソードが、まさに工業高校の存在意義そのものだと感じている。そんな彼らの姿を発信することで、アンマッチを少しでも解消できればと思っている。

5. 工業高校生が「本気」で作る会社案内

アンマッチ解消の試みとして、今年度から始めたプロジェクトがある。工業高校生が企業の会社案内を作る、というものだ。きっかけは劇団SETの取材の際、工芸高校の先生が発した言葉だった。大意、次のような内容である。

「本来のデザインの仕事はクライアントがいて、彼らの要望を叶えるために修正を繰り返しながら作品を作る。ところが、教育現場では生徒は自分の作りたいものを作り、教員がそれを評価することしかできない。実践的な学びを取り入れたいが、学校では限界がある」。

一方で弊誌が創刊当時からお世話になっている株式会社アーク・メイカーの関根紀之社長からは、「生徒と交流をしながら、生徒の学びになることを提供できないか」と相談を受けていた。ならば、両者を結びつけられればいいのではないか。そんなところから生まれた企画だった。

会社案内を作るには、その企業や業界のことを深く知らなければならない。ときには経営者の視点に立ち、どうすれば会社の強みや特長を顧客に伝えられるのかを考えなくてはいけない。そのため、インターンシップや会社見学とは違う視点で、モノづくり企業の核心部分に触

れることができる、それが会社案内作りだ。

生徒さんとは同社の家具工場を取材しながら、クライアントにとってのベネフィット（利益）とは何かを一緒に考えた。あるいは、プロのデザイナーを教室に呼び、どうすれば自分たちのアイデアをデザインに落とし込めるのかを一緒に考えた。



都立工芸高校でのデザイナーなどを交えた会議の様子

6. 仕事の楽しさは「学校の課題」の先にある

仕事としてのモノづくりの醍醐味の1つは、クライアントに喜んでいただくことにある。生徒たちはブラッシュアップを繰り返す中で、もっと意味のある見せ方ができるのではないかな。もっとクライアントの想いを具現化できるのではないかな。そんなことに頭を悩ませながら、作品を磨き上げていった。

それは「自分の作りたいもの」＝「学校の課題」という枠組みから一步外へと踏み出し、「プロの仕事」へと作品を成長させる作業でもある。この「学校の課題」の先にある領域で創造をすることは、＜クライアントのベネフィットを最優先する＞という大きな不自由さを強いられるため、まさに生みの苦しみを味わう。けれども、そこにこそ、仕事の楽しさがある。そして、この苦しみを越えた先には、さらなる喜びがある。生徒さんたちが、そうした苦しみや喜びを体験し、何かを感じ取ってくれたら嬉しい。

工芸高校の生徒さんたちとは今度、プロのカメラマンと撮影を行うことが決まった。ディレクションを行うのは生徒さんたちだ。彼らなら、

きつと、さらなる高みを目指してくれると思う。

実は現在、同じ試みを、都立六郷工科高校でも開始した。こちらも非常に期待をしている。彼らがより多くの気づきを得られるように、そして、モノづくり企業を身近に感じてもらえるように、さらには学校の課題とは別次元の作品を作れるように、一緒に頑張りたい。

7. 一流の実業家による出張授業

もう1つ、今年度から始めた試みが株式会社FAプロダクツとの出張授業だ。近年、人材不足解消などの目的から産業用ロボットが注目されているが、産業用ロボットを含む自動化された生産ラインを構築できる技術者＝ロボットSIerが、圧倒的に足りていない。人材不足を解消するための人材が不足しているのである。同社はそのロボットSIerに関連した企業だ。

会長の天野眞也氏は元キーエンスの社長直轄プロジェクト初代リーダーを務めた人物である。今でこそ日本一年収が高い企業として知られるキーエンスだが、当時はまだまだ小さな会社だった。天野氏は次々と世界的な有名企業との契約を締結させていった、いわば「レジェンド営業マン」である。

天野氏にはもう1つの顔がある。製造業の面白さを伝えるYouTuberの顔だ。だから、出張授業もYouTuberのノリ。講義内容は日本が置かれた経済状況、産業革命の歴史、なぜ日本がモノづくり大国と呼ばれていたのかなどを分析しながら、産業用ロボットと日本人の親和性や



都立蔵前工業高校にて天野氏の出張授業の様子

ロボットSIerの将来性を伝える内容で、大人が聴講しても聞き応えがある。当然、YouTuberだから面白い。産業用ロボットの最新事情を知るだけでも十分な学びだと思うが、天野氏のような一流の実業家がどんなプレゼンをするのか、そして仕事に対してどんな思いを持っているのかなど、そんなことに触れるだけでも意義のある授業だと思っている。

8. モットーを実現するために

さて、マッチングという点では、かくいう「チョイス！」もまだまだ先生方や生徒さんたちのニーズに答えられていないと感じている。応援して下さる先生も多くいらっしゃるが、生徒さんに読んでもらうところまで及ばないケースも多い。ただ、私はあくまで、よそ様の城で活動していると思っているし、勝手に工業高校を応援しているだけの立場である。

実は母が教員だったこともあり、現場の先生方の忙しさはわかっているつもりだ。なので、先生方に迷惑をかけない範囲で活動を続けながら、先生が自然に生徒に配りたい、そして生徒も自然に読んでみたい、そして、モノづくり企業や、多くの人たちが工業高校や「チョイス！」を自然に応援したい、と思えるような、そんな雰囲気を醸成できればと思っている。

ところで、冒頭の親御さんと先日、再びお会いした。どうやら御息息は工業高校を目指すことに決めたようだ。彼のこれからの人生を陰ながら応援したい。そして、「モノづくりが好きな子どもたちが、モノづくりの仕事に夢を持つ世の中に」それを実現できるように勤しみたい。大言壮語、かもしれないし、弱小メディアのうたかたの夢、蟻螂の斧、かもしれないが、日本の未来のためには工業高校にスポットライトを当てる必要があると本気で考えています。どうぞ、よろしく願いいたします。