

『“新しい世界を創る人材づくり”と広告会社』

要約

社会環境の変化にともない、国は“与えられた環境に対応する人材”ではなく“新しい世界を自ら創造できる人材”をつくる方向に、学校教育を大きくシフトさせた。具体的には、2020年から教科書や授業内容の指針となる学習指導要領を改訂し、“育成すべき能力”や“授業手法”などを抜本的に改変した。例えば、授業で生徒たちに養わせる重要な力として、「課題を探す力、解決の方向性を考える力、実施計画を立案する力、異なる情報をかけ合わせながら新しい発想を生み出す力」などが加わった。これらは、広告会社が仕事で使っている力そのものである。

これまで行ってきた教育と、これから目指すべき教育との間に大きなギャップが生まれ、学校や企業などでは様々な課題が生まれている。この課題の解決には、広告会社の力が必要である。これまで業務で培ってきた経験やスキルは、国が目指す教育方針と重なる部分が多く、課題解決に大きく貢献できるからである。

筆者は2013年に、中高生を対象とした教育プログラムを、会社の社会貢献活動の一環として立ち上げた。これまでの開催回数は約650回、参加した生徒の数は8000名以上、関わった社員は延べ240名になる。この活動で得た知見を活かし、本論文では、「広告会社が教育や人材づくりに取り組むための4つの施策」を提案する。それは、ステークホルダーの希望をつくり、広告業界の活性化をうながし、新しい世界の創造につながる施策であると筆者は考える。

広告会社は人が資産である。そして教育や人材づくりは、広告会社が長年取り組んできた事業価値を高めるための施策でもある。それをこれからは、新たな企業価値創造のために取り組むのである。これからの教育が求めている課題解決力やクリエイティビティ。それを生業にしている1つでも多くの広告会社が、そして1人でも多くの社員が、教育に関わるようになることを強く願う。