

KAKEHASHI (派遣プログラム) アクションプラン

作成日: 2016/12 /15

派遣国(グループ名) : 東北工業大学

No.	活動内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)	
グループ1	<p>【アクションプランタイトル①】 東北工業大学一番町ロビーでの講義</p> <p>【活動内容】WHY: メディアやインターネットで得た知識と実際にアフリカンアメリカンから提供して頂いた情報を擦り合わせ、事実と現状を継続的に発信する。 WHEN: 帰国後3か月以内に東北工業大学一番町ロビー(本学関連の展示や講座を行うサテライトキャンパス)で2回公演。 WHO: 杉浦大和(環境情報工学専攻) ・研究発表会など多くの場で、プレゼンテーションを経験しているために、プレゼンターを担う。 岩佐琥偉(知能エレクトロニクス学科) ・WEBサイト作成や工大ホームページ作成について。 渋谷昂平(安心安全生活デザイン学科) ・日本建築についての情報収集。 三坂勇登・水野泰介・矢口琢磨(経営コミュニケーション学科) ・講演会場の確保、広告活動、スケジュール管理等を行う。 TO WHOM: 建築を専攻している日本の学生や高校で世界史を学んでいる学生をターゲットにする。共に高校生を含む10代後半を想定している。 WHAT: ヒューストンに訪れたことで知り得たアフリカンアメリカンの歴史や建造物を遺構として保存しようとする姿勢。それに関連した日本の魅力(例: 京都の景観条例)とヒューストンとの相違点を発信する。 HOW: 上記に挙げたターゲットに対して、ポスターやチラシは近隣の高校や東北工業大学を始めとして掲載し、SNSでは投稿内容をシェアしてもらい情報拡散を図る。メールをツールとして用いる際には、大学の教務学生課に協力を依頼し学生に向けて情報を発信する。 上記の方法を用いることで、講演への参加を募り、今回作成したパワーポイント資料を元に講演を行う。</p>	<p>【アクションプランタイトル②】 KAKEHASHI Project 参加学生のお土産話コーナー</p> <p>【活動内容】 WHY: ①お土産話コーナーを設けて新刊が出るたびに発信することで、プロジェクトの継続性をアピールする。②東北工業大学HPでもPDF化して掲載されていていつでも閲覧することが出来るために、SNSへの誘導がしやすい。 WHEN: 工大広報(東北工業大学学内広報誌、四季報)が発行される度。 WHO: 杉浦大和(環境情報工学専攻) ・研究発表会など多くの場で、プレゼンテーションを経験しているために、プレゼンターを担う。 岩佐琥偉(知能エレクトロニクス学科) ・WEBサイト作成や工大ホームページ作成について。 渋谷昂平(安心安全生活デザイン学科) ・日本建築についての情報収集。 三坂勇登・水野泰介・矢口琢磨(経営コミュニケーション学科) ・講演会場の確保、広告活動、スケジュール管理等を行う。 TO WHOM: 東北工業大学へ在籍している学生、その保護者。 WHAT: STEP①・・・京都の歴史的建造物及び景観を保護しようとする街としての取り組みや姿勢を発信する。STEP②・・・日本の歴史的建造物及び景観を保護しようとする街としての取り組みや姿勢を発信する。(例: 国宝や指定文化財) HOW: ①工大広報へ「KAKEHASHI Project 参加学生のお土産話コーナー」を特設して頂き新刊が出るたびに情報を掲載して発信する。②SNSへ活動報告と共に、今回立ち上げたSNS、関連URLのリンクを添付して発信する。(例: 英訳することで、今回訪れた大学、高校の日本クラブの方々をはじめ、世界の方々へ情報を提供することができる。)</p>
グループ2	<p>【アクションプランタイトル①】 日本のアニメやマンガをより深く知ってもらうための情報提供</p> <p>【活動内容】 WHY: アメリカで訪問した高校・大学では日本のアニメやマンガが非常に人気があったため。 WHEN: 帰国後1週間後から掲示物制作をはじめていく。 WHO: ワークショップ2班メンバーが行う。 TO WHOM: 今回訪問した高校生や大学生の中でアニメやマンガを一度は読んだことがある学生をターゲットとする。 WHAT: 交流を行った学校には、ファイル形式で有名なアニメやマンガの日本限定商品が売っている場所を紹介する。(アニメイト・とらのあな等) また、アニメの聖地なども紹介する。さらにSNSでは、来日しなければ入手できないグッズや見られないコンテンツの魅力や伝え、日本に来てもらうインセンティブづくりをしたい。 HOW: 訪問校に対してデータ化したポスターを送り、アメリカの学校で印刷し掲示してもらう。掲示物の中にSNSのQRコードを貼り付け、興味を持った人に対してさらに詳しい情報を紹介する。</p>	<p>【アクションプランタイトル②】 We will invite you to Japan.</p> <p>【活動内容】 WHY: 学校訪問の際、伝統文化やお土産として持ってきたお菓子などを知っていたため。日本に来てもらうため。 WHEN: 帰国後1週間後から紹介をはじめていく。 WHO: ワークショップ2班メンバーが行う。 TO WHOM: アメリカの高校生・大学生で流行に敏感な人をターゲットとする。 WHAT: 新商品や期間限定商品、ご当地限定商品に焦点を当てて、日本のお菓子やお土産を紹介する。旅行や出かけ先で見つけたお土産やお菓子を投稿する。日常生活の中でも、新作のお菓子やお土産を紹介していく。いつ、どこに行けばその商品が買えるのかを書き、来日及び様々な場所を訪れてもらうきっかけとする。 HOW: facebook(#Japan #brandnew #snacks #new products)を入れる。</p>
グループ3	<p>【アクションプランタイトル①】 日本の若者文化、ネイティブな日本を知ってもらう</p> <p>【活動内容】 WHY: ネイティブな日本を知ってもらい、日本に興味を持ってもらう。実際にアメリカの学生が日本の若者は何をしているのか興味を持って人がいたからである。 WHEN: 平日1日1回投稿、動画でネタにできそうなものは動画、他は画像で投稿。 WHO: 私たちグループ3が投稿するのはもちろんのこと、若者文化であるためグループメンバーの友人を巻き込んで動画・画像の作成を行う TO WHOM: 同年代(18~24歳)の外国の大学生男女(SNSをよく利用し、写真や動画が好きな人たちに)発信する。 WHAT: 日本の現代の若者文化(カラオケオール・すし大食い競争)海外の若者が興味を持ちそうな日本の若者文化(絵文字、顔文字、学食)について発信するその他にも海外の方からのコメントでリクエストがあればそれも拾っていく。 HOW: 派遣事業で使っていたFacebook、SNSを主体に発信する。グループで作成したInstagramも活用する。スマートフォンやデジタルカメラで動画や写真を撮る。</p>	<p>【アクションプランタイトル②】 Instagramを通してテキサスの日常生活、体験談の紹介</p> <p>【活動内容】 WHY: 日本の人にアメリカ(テキサス、ヒューストン)のことを知ってもらう。 WHEN: グループメンバー各自が日常生活の中、大学の昼休み時間、サークル活動で発信する。 WHO: 私達グループ3が主体的に行う。他のグループメンバーも必ずアメリカ(テキサス)について話しているのが自然的にグループメンバー全員となる。 TO WHOM: 東北工業大学の18~24歳の男性(おもしろいもの、流行、アメリカへの憧れについて話す)東北工業大学の18~24歳の女性(かわいいもの、流行、アメリカへの憧れについて話す)。 WHAT: 良い写真が撮れるスポット、面白かったアメリカの文化(建造物、構造物など)、アメリカの食事について投稿する。 HOW: Instagramでおしゃれページを作成し、週ごとにトピックを考えて写真を投稿する。例えば、構造物の比較として地震国と地震国でない国の建築物の違いを投稿する。プレゼンテーションでは、所属サークル・学科でアメリカでの体験談を発表する。そうして、アメリカへの興味を引き出す。その他にも日常生活を通して友人に体験談の話をする事でアメリカへの憧れ、興味を持ってもらう。</p>
グループ4	<p>【アクションプランタイトル①】 日本の礼儀作法をSNSとHPで広める</p> <p>【活動内容】 WHY: 日本とアメリカ合衆国を比較したうえでアメリカにはない日本の文化や日本人の性格を発信するため。 WHEN: 帰国後3か月以内に3~4日に1回の割合で発信。 WHO: Kakehashi Project ワークショップ4班メンバー TO WHOM: 普段からSNSを多く利用しているとみられる20代若者にターゲットを向ける。 WHAT: 日本人のおもてなしの際の目配り、気配り、心配りといった丁寧な姿勢。また、日本人の礼儀作法。 HOW: SNS、大学のWebサイトを利用し投稿内容のシェアを図り情報共有をする。また、大学のWebサイトは学内のホームページにある海外交流サイトのページの一部を利用し、行う。</p>	<p>【アクションプランタイトル②】 宮城県の観光ルートをSNSで紹介する</p> <p>【活動内容】 WHY: 内陸国アメリカに対して島国ならではの日本土地からくる観光の魅力を発信したいため。 WHEN: 帰国後3か月以内に3~4日に1回の割合で発信。 WHO: Kakehashi Projekt ワークショップ4班メンバー WHOM: 普段からSNSを多く利用しているとみられる20代若者にターゲットを向ける。 WHAT: 日本の都市設計に注目する。日本は島国であるため山側から海側まで1日で観光可能。 HOW: SNS、Facebook、大学のWebサイトを利用し写真や早送り動画の作成、写真集の作成を計画し、八木山キャンパス1号館1回ロビーへの展示、長町キャンパス4号館ロビーへの展示を実行する</p>

※帰国後1週間以内に必ずご提出下さい。
※手書きではなく必ずパソコンにて作成して下さい。
※枠通りに5個案を挙げる必要はありませんが、セルを調整してA41枚でおさまるように作業して下さい。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2 /19

帰国後アクション タイトル : 東北工業大学一番町ロビー講演

派遣国(アメリカ、ヒューストン)/記入担当者氏名 : 岩佐 琥偉

KAKEHASHI ID: (O1USA007096)

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: メディアやインターネットで得た知識とヒューストン内にある黒人や公民権運動についての展示を行っているアフリカン・アメリカンライブラリーから提供して頂いた情報を統合し、ヒューストンの現状やこれまでにあった事実や歴史について、日本人、ひいてはそれらの歴史を知らない若者に向けて講演会を行うことで、アメリカのもつ深い問題に目を向けてもらうことを目的とし、われわれの活動内容と合わせて発表を行う。
WHEN: 講演に際して、その報告は帰国後から3ヶ月以内を予定しており、3月の下旬に東北工業大学一番町ロビー(本学サテライトキャンパス)で2回の講演を予定している。
WHO: 杉浦大和: プレゼンター
岩佐琥偉: 本学国際交流委員会ホームページにて活動内容をアップ
渋谷昂平: 日本建築の情報収集
矢口琢磨、水野泰介、三坂勇登: 講演会場の確保やスケジュール管理
TO WHOM: 講演はより多くの一般人や若者を対象としているが、特に、建築学を専攻している学生や世界史を学んでいる学生をターゲットとする。
WHAT: ヒューストンに訪れたことで知り得たアフリカン・アメリカンの歴史や建造物を遺構として保存しようとする姿勢、それに関連した日本の魅力(例: 京都の景観条例)とヒューストンとの相違点を発信することに重きをおく。
HOW: 上記に挙げたターゲットに対して、ポスターやチラシは近隣の高校や東北工業大学をはじめとする学校に掲示、SNSでは投稿内容をシェアしてもらい情報拡散を図る。また、入場者を増やす為に、本学教務学生課、国際交流委員会に以来し、開催情報を各種学校に配信する。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)

栃木県日光市での写真
街の景観を損ねないようにコンビニの外観を工夫し、古い部分と新しい部分の調和を保つために努力している。

ヒューストンでの写真
市街地から離れると古い建物が多く、市街地とそうでない街の差が目立つ。

(a,b): 東北工業大学一番町ロビー
このような講演スペースで発表を予定
(c): 現在作成中の発表資料の一部

3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

われわれは、3月中の講演会を予定しているため、一番町ロビーにおける講演会実施には至っていないものの、プレゼンテーション資料やそれに伴う情報の収集まで行っており、アクションプラン②における広報活動と合わせて、会場の確保に専念している。しかしながら、東北工業大学主催のアクションプラン報告会において、大学の友人や教職員に対し報告したところ、現地での活動内容について興味関心を抱いていただき、学生からはアメリカに行きたいとの声も上がりました。また、これまでにわれわれがSNSにて発信した日本とアメリカの違いや、アフリカン・アメリカンライブラリーで学んだことに対する反応として、私が派遣前から感じていたアメリカの人種問題(皮膚の色の違いのみで深刻な差別が続いていること)に関する同様の疑問を感じている人が多いことが分かり、共感をいただきました。また、私の学びとして、人種問題は皮膚の色のみでなく、元々労働力としてアフリカから連れて来られた人としての扱いを受けてこなかったという経緯から差別が続いているということの理解にもなりました。日本とアメリカの違いについても、われわれが実際に行くことで知りえた情報は、新鮮さがあるようで、関心をもって聴いてくださいました。アメリカの方々にも、「私達では気づかないような疑問です。」といったようなコメントがあり、われわれの着眼点や疑問は面白いとの言葉をいただくことができました。このような、アメリカで知り合った方々とSNSを通じて連絡を取り合っていることや、そこから知りえた新たな気づきや情報は、講演会の前のよい準備となったといえる。われわれは今後、アクションプラン①の目的を満すため、更に情報収集を重ね、アクションプラン②にある大学内広報と平行し、Webサイトで広報活動を行うことで、講演会実施に尽力していきたいと考えています。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

われわれグループ1メンバーの感想として、現地で感じた疑問を日本で発信するため、帰国後、新たに勉強したことで、日本について理解不足だった点や知らなかった点やアメリカについての知識がより深まったと言った意見が多かったです。報告者である私個人の感想としては、アメリカの人種問題に少しでも触れられたことが派遣中の経験の中で大きかったです。私は既に、高校までに学んだ世界史や「大統領の執事がながした涙」という人種問題に関する映画などを通して、アメリカで起きた事実を知識として持っていたものの、実際に行くことで分かることない情報もあると考えていたので、本派遣において、その実情を知り得たことは貴重でありました。また、派遣当初の目的の一つでもある日本での発信に関しても、身近な友人やSNSを閲覧していただいた方から、関心や興味を持ってもらうことができたことはとても嬉しかったです。また、普段は行うことがない広報活動についても、どのような工夫をすることでより興味をもってもらえるかを考えることは難しく、われわれグループ1の活動をする上でよい経験となりました。今後もわれわれの活動を発信していくための努力をしていき、様々な年代の方に日本とアメリカについて知っていただけるよう努めていくと同時に、文字通り、アメリカと日本の架け橋となれるよう活動していきたいです。現在、KAKEHASHIに派遣されたメンバーをベースとした、今後海外留学を行う学生を支援するサークル立ち上げ、活動を行っています。このサークルをきっかけに、より多くの学生が海外を経験できるように尽力していきたいです。最後になりますが、教員含めわれわれ学生25名に対し、このような貴重な経験を行う機会を与えてくださったJICEの皆様、並びに、日本国政府に感謝申し上げます。また、現地で行動を共にしてくれたYFUのシャロンさんにも御礼の言葉を申し上げたいと思います。本当にありがとうございました。今後もわれわれ東北工業大学のKAKEHASHI projectや派遣学生個人のFacebookによる発信は継続していきますので、閲覧していただけると幸いです。

帰国後アクションが終わったら、KAKEHASHI Project派遣代表アドレス及び各国担当へ本書をご提出下さい! ⇒ tanigami.seiko@jice.org

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2 / 16

帰国後アクション タイトル : KAKEHASHI Project 参加学生のお土産話コーナー

アメリカ ヒューストン(東北工業大学)/ 渋谷 昂平

KAKEHASHI ID: 01USA007108)

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: ①お土産話コーナーを設けて新刊が出るたびに発信することで、プロジェクトの継続性をアピールする。
②東北工業大学HPでもPDF化して掲載されていていつでも閲覧することができるために、Face book等へのSNSへの誘導がしやすい。

WHEN: 工大広報(東北工業大学学内広報、四季報)が発行される度。

WHO: 杉浦 大和(環境情報工学専攻)・研究発表会など多くの場でプレゼンテーションを経験しているため、プレゼンターを担う。
岩佐 琉偉(知能エレクトロニクス学科)・本学WEBサイト内の国際交流委員会のページで発信するコンテンツの作成を行う。
渋谷 昂平(安全安心生活デザイン学科)・日本建築についての情報収集を行う。
三坂 勇登、水野 泰介、矢口 琢磨(経営コミュニケーション学科)・講演会場の確保、広報活動、スケジュール管理を行う。

TO WHOM: 東北工業大学へ在学している学生、その保護者。

WHAT: STEP①・・・アメリカの歴史的建造物及び景観を保護しようとする街としての取り組みやその姿勢を発信する。
STEP②・・・アメリカと比較して日本の歴史的建造物及び景観を保護しようとする街としての取り組みや姿勢を発信する(例: 国宝や指定文化財)。

HOW: ①工大広報へ「KAKEHASHI Project 参加学生のお土産話コーナー」を特設して頂き新刊が出るたびに情報を掲載して発信する。
②本学WEBサイト内に設置されている国際交流委員会のページ内で活動報告を行うと共に、Face bookなど関連URLのリンクを添付して発信する。
(英訳することで、今回訪れた大学・高校の日本クラブの方々をはじめ、世界の方々へ情報を提供することができる。)

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)



工大広報

既に発行済みの



掲載予定の写真の例、両国の街並みや景観保存の違いと特徴を述べる

仙台市の風景、ビルが密集している

ヒューストンの風景、土地が広大なため、ビルはまばら

3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

アメリカは広大な土地を有しており、建物を高く建設せず横に広げた建設が主流になっているのに比べ、土地に限られる日本の建築物は縦に伸ばす方法をとっています。またアメリカは歴史的背景を持つ建物や地域をそのまま保管することで後世に語り継ぐのに対し、日本では補修を繰り返し歴史的建築物を管理しているという違いがあります。私たちのグループは写真や文章を用いてこのような日本とアメリカの街並みや景観保存の方法、それに対する人々の意識の違いや特徴について本学の学生だけでなく保護者や外部の方々をターゲットにすることで多くの人に発信することを目的としています。記事は2017年4月3日に発行される工大広報の次号ではアメリカの体験をメインに紹介しますが、来年度の2号目にあたる夏号では「KAKEHASHI Project 参加学生のお土産話コーナー」というタイトルで掲載していただく予定です。それだけではなく、私たちは帰国後もアメリカで知り合ったローンスター大学、セントトーマス大学やベルウェア高校の生徒たちにSNSを通して和食や観光地、歴史的建築物などの日本が持つ魅力を発信し続けています。このような私たちの投稿を通して今まで知ることのなかった日本の良さや特徴を発見したアメリカの人々からはコメントやその投稿を評価する「いいね!」を複数いただいています。また学内で行われた2017年2月13日のProject報告会では、私たちが派遣前には知ることのなかったアメリカの雰囲気、人種差別やテキサスの歴史的背景、さらに学内で授業中に習った音楽を学生が披露し合うコンサートやその国に興味のある仲間同士で集まりその国の言語で積極的にコミュニケーションを取る時間が設けられていることなど、本学で活かせると感じた新たな気づきなどグループごとにプレゼンテーションをしました。またグループの中には、現地の大学や高校で私たちが行ったプレゼン風景や領事館の方々に向けて行う発表の準備に取りかかっている様子を撮影した写真を紹介しており、報告会に参加して下さった方からは、私たち学生がそれぞれの役割をこなし、お互いを支えあえるチームとしてProjectに参加してくれたというお言葉をいただきました。さらに参加学生の中には日本の魅力である量を実際にアメリカに持っていき現地の学生に紹介した者もあり、量の素材や効果、量が使用されている日本の建築物などを熱心に質問をもらったエピソードを話していました。

アメリカから帰国してからも私たちはSNSを通してアメリカの人々と継続的にやりとりをしています。日本の魅力について発信するだけでなく、お互いの国でその時流行のアニメや食べ物などについて話をするのもあれば、何気ない日常で起こったことを投稿し合うこともあります。今回のProjectは私たちの自信につながり、今後の新しいことにチャレンジする活力に感じています。また今回の活動をきっかけに東北工業大学では海外への留学を考えている生徒や海外から留学で日本に訪れている学生を支援する留学サークル「KAKEHASHI(仮称)」を設立しました。海外に興味のある学生たちが交流会や勉強会をするだけでなく、今回Projectに参加した私たちがOB・OGとして参加し実際に体験したエピソードなどを紹介するだけでなく、SNSで発信している内容や現地の生徒や学生と交わっているやりとりの様子を紹介することで、留学を考えている学生の挑戦するきっかけになりたいと考えています。今回のプログラムでは日本とアメリカの人柄や衣食住の違いを身をもって体験することができるとても面白い旅だったと感じています。また実際に話さなければ分らなかったアメリカの人々が抱えている日本のイメージや産業などの意外な繋がりを発見することができました。それだけでなく、失敗を恐れずに挑戦し取り組む事の重要性に気づくことができ、今後もこのことを意識して様々なことに関わっていきたいと考えるようになりました。プログラムを支援して下さったJICEの皆様、協催のYFUの皆様へ心から感謝申し上げます。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2 / 20

帰国後アクション タイトル : 日本のアニメやマンガをより深く知ってもらうための情報提供

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ、ヒューストン(東北工業大学)/下河辺真太郎、薄井晶子 (KAKEHASHI ID:O1USA007114)

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY:アメリカで訪問した高校・大学では日本のアニメやマンガが非常に人気があったため。また、アニメや漫画はアメリカの若年層を中心として次々とファンが増えている。そのため、情報を提供することによって日本に興味を持ってもらうことができると考えたため。

WHEN:帰国後1週間後から掲示物制作をはじめ、3月上旬までにはポスターを完成させる。その後、3月中旬にポスターを送る予定。

WHO:アクションプラングループ2メンバー(下河辺真太郎、薄井晶子、永沼宏太、野地修平、角力山柊)が行う。

TO WHOM:まずは、今回訪問した高校や大学の人々をターゲットとする。訪問校にポスターを掲示することによって、訪問時にあった学生以外にも情報を拡散し、さらに近隣の学校にも掲示してもらえる学校を探し、日本の魅力を知ってもらう。今回パフォーマンスやプレゼンテーションを行った人以外にも日本の魅力を知ってもらいたい。

WHAT:交流を行った学校には、ファイル形式で有名なアニメやマンガの日本限定商品【キーホルダーや同人誌(ファンがオリジナルで書いた二次創作漫画)】が売っている場所(アニメイト・とらのあな等)を紹介する。また、アニメの聖地(アニメに出てくる場所と同じ景色や設備がある場所)なども紹介する。さらにSNS(Facebook)では、来日しなければ入手できないグッズや見られないコンテンツの魅力を伝え、日本に来てもらうインセンティブづくりをする。

HOW:訪問校に対してzipファイル化したポスターを送り、アメリカの各学校で印刷し目立つ場所に掲示してもらう。掲示物の中にSNSのQRコードを貼り付け、興味を持った人に対してさらに詳しい情報を紹介する。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼)

ポスター作成の様子とフェイスブックの投稿



Shoko Usuiさん、他6人
ヤングフィオナ アニメイトの店も入ってますね...たぶん私が一番知りたいのはライブイベントとかのことです!
土午前8:02 · いいね! · 返信する

下河辺真太郎
ライブイベント良いですね! 調べてみて最新の情報のせてみましょう!
土午後4:46 · いいね! · 1 · 返信する

ヤングフィオナ さん、お楽しみです!

現在作成中のポスター(英語)



Information about shops selling goods related to various Japanese cartoons and anime in Japan

- *Animate**
You can buy the goods of almost all Japanese cartoons and anime at this shop. There are about 100 of these shops in Japan. So, this is familiar shop for cartoon freaks.
- *Toranoana**
You can buy not only official cartoon goods but also magazines published by fans. If you are an enthusiastic fan, please come visit Toranoana!
- *Suga jinja Shrine**
This shrine is the place that appears in the last scene. This is a historic shrine in Japan. So, please come visit Suga jinja Shrine!
Address: 5, Sugacho, Shinjuku-ku, Tokyo, Japan
- *The National Art Center, Tokyo**
This is the art museum that appears in the movie. There is a fashionable cafeteria in this museum. So, please come to visit National Art Center, Tokyo!
Address: 7-22-2, Roppongi, Minato-ku, Tokyo

What is "your name"
"Your name" is an animated film that was a big hit in Japan. This movie is going to be released in 2017 in America. In this poster, we will introduce the places that appear in this movie.

3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

帰国後のアクションプランとして右の写真に挙げているポスターを作成しています。内容は左半分が日本の有名なアニメの日本限定商品が売っている場所を紹介しています。紹介する場所はアニメイトととらのあなです。この2つの店舗は日本ではかなり規模の大きいお店です。アニメイトは日本全国に120店舗ほど、とらのあなは25店舗ほどあります。右半分は日本で大ヒットし、200億円以上の興行収入のあったアニメ映画「君の名は。」の聖地紹介です。2017年の2月頭からアメリカでも公開が始まったばかりのため、今が一番関心を持ってもらえると考え作成しました。

今後、ポスターの内容を充実させ、3月中旬に交流を行った学校に送付したいと思います。送付方法はZipファイルを作製し、それをメールで送って向こうで掲示してもらいます。ポスターを送付したことにより、日本に関心を持ってもらいたい来日したいと思う人が出てくると思います。今回のポスターについてFacebookで作成することを発信したところ、ヒューストンの学生から掲載後すぐに返信がありました。ポスターの内容に、日本で行われるアニメのライブイベントの情報を載せて欲しいと返信が来ました。海外にいると日本のイベントの情報がわからないということなのでそれらの情報も載せたいと考えています。返信が思っていたよりも早く帰ってきて非常に嬉しかったです。さらに、「知りたい情報を教えてくれてありがとう。」と反応があり、私が思っていた以上に日本に関心を持ってくださることもわかりました。今後も、アメリカの人が日本のアニメやマンガについて何の情報を求めているのか確認しながら発信し続けたいと思います。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

まず、アクションプランのポスターを作成するにあたり、1枚のポスターに何の情報を載せるかを非常に考えました。1枚のポスターの中で日本のアニメや漫画の魅力を伝えていくための構成等も考えました。アニメグッズの販売場所であるアニメイトやとらのあなについては実際に店舗に行き、アメリカの人が来店しても楽しめるかどうかを見に行きました。その結果、日本でも購入箇所が限られているようなグッズがたくさんあり、日本限定商品を簡単に購入できる場所であることがわかりました。「君の名は。」についても実際に映画を見て非常におすすめできる内容だったため、紹介することにしました。このような活動を行った結果、アメリカのことだけではなく、日本のアニメや漫画の文化を知ることができました。具体的には今回のポスターの作成にあたり、初めてアニメイトととらのあなに行ってみました。その両店舗は普通の本屋と異なり、アニメや漫画のグッズがかなりたくさんあり、インターネットでも買えない商品がかなりあり非常に驚きました。今回の活動を通して今後も海外に日本のアニメや漫画の魅力を伝えていきたいと思います。また、今回のアクションを行う上でアメリカでのアニメやマンガの普及について調べたところ、自分が思っていたよりも人気があることがわかり非常に驚きました。規模の大きさとしては、日本のコミック販売額はアメリカ市場では年間810億円を超えており、日本の4570億円に次ぐ市場の大きさとなっています。人気があるマンガやアニメの種類は、8割程度は共通して(デスノート、鋼の錬金術師、NARUTO等)いましたが、一部アメリカのみで人気があるアニメ(Cowboy Bebop)もあり、この違いは何であるかを今後調べていきたいと思います。

また、今回のKAKEHASHIプロジェクトの経験を通して、学内に新たなサークルを立ち上げて、今後海外に留学をしたい人に支援することになりました。今回の経験をより多くの人に伝えてさらに日本の魅力を伝えて行けるように活動したいと考えています。また、今回のプログラムを通して引率教諭で国際交流委員会幹事(佐藤飛鳥、サイモン・クック・ダニエル)の2人を通してローンスターカレッジの日本クラブのメンバーやセントトーマス大学と交流できるように2大学間の交流や協定の可能性を探ってもらうことになりました。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2/15

帰国後アクション タイトル : OMIYAGE

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ、ヒューストン(東北工業大学)/角力山 柊

KAKEHASHI ID: 01USA007103

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: 今回訪れた高校・大学の学生と仲良くなるきっかけにと思い、日本から各自が日本らしいお菓子やお土産を持参して渡したところ、うまい棒や、抹茶、ハイチュウをほとんどの人がすでに知っていたため、日本へ来てもらうきっかけにするため。

WHEN: グループで集まった時に限らず、見つけた時点で投稿する。

WHO: アクションプランのメンバーが行う。(下河辺真太郎、薄井晶子、永沼宏太、野地修平、角力山柊)

TO WHOM: アメリカの高校生や大学生でミーハーな人、パッケージの可愛さにキュンとくる人

WHAT: 新商品や期間限定商品やご当地限定商品に焦点を当て、それらを紹介する。日常生活で見つけた新作のお菓子やお土産、旅行や出かけた先で見つけたお土産・お菓子を投稿する。いつ・どこに行けばその商品が買えるのかも書くことで、様々な場所を訪れてもらうきっかけとする。

HOW: Facebookを用いる。必ずハッシュタグをつける。(#Japan #kakehashi2016 #TohTech #brandnew #snacks...を入れる。)

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)



面白いものがあつたと友達からもらったものです。周りの人もアクションプランに協力してくれています。



うまい棒は様々な種類の味があるため、変わった味を集めている状況です。最近、やきとり味を発見したため購入しました。



3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

キットカットの記事をfacebookに投稿したところ、「キットカットはいろんな味がありますね、日本では！こっちは主に普通のチョコ、抹茶、イチゴ味があります！」と日本語でコメントを送ってくれた方がいました。また、「OMG! That's cool!!! I wanna taste!!! Did u eat?? How was it?」と、どんな味なのか興味を持ち、実際に食べてみたいとコメントしてくれた方もいました。このようにコメントをくれた方にはさらにその投稿に関連した日本の魅力を伝えていきます。キットカットの例では、日本には200種類ものキットカットがある事や、珍しいキットカットはどんな味がするかなどをコメントの返信としました。Facebookの「いいね！」は投稿して数時間で10件、「シェア」をしてくれた方も数人いました。友達以外からの「いいね！」はまだまだ少ないですが、ハッシュタグなどを活用して多くの人に読んでいただけるように工夫していきたいと考えています。返信の際に、英語のコメントに慣れていないために、返信に時間がかかってしまうことや、解釈を間違ってしまうこともあるかもしれません。しかし、このような機会を作ったからには、失敗を恐れずに自分の力で挑戦しようと思います。そして、これからも継続的にコメントをもらえるような投稿にしていきたいと受け手の方々の反応を見て感じました。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

アメリカ派遣により、構造物や文化の違い、そして日本やアジアとの結びつきが強いことなどを知りましたが、今回アクションプランを実施して、さらに得るものがありました。投稿の1つにキットカットの投稿があります。世界中で食べられているキットカットだからこそ、日本にしかない味に興味を持ってもらえるだろうと予想して投稿しました。その投稿に対して実際に反応をもらって、今回アメリカを訪れたことでアメリカの方と本当につながることを可能にしてくれたのだと感じました。そのつながりによって、アメリカのお菓子の情報や、おすすめのお土産などをコメント機能により教えていただくことで、発信者側も相手国への関心を高めることができると考えています。それに加えて、投稿のために日ごろからお菓子や、お土産に気を配ることで、例えば日本では、期間限定商品やご当地の商品が多いことなど、新たな日本の特徴や魅力を発見することができました。日本に来ないと買えない限定商品を購入することを日本に来るきっかけにしたいと考えています。最後に、私はSNSをアメリカに行く前にはほとんど使用していませんでした。現在は一般的になっているFacebookやTwitter、Instagramはもちろん使用していませんでした。今回のアクションプランという機会のおかげで視野を広げることができ、本当に良かったと感じています。そのため、このような経験を多くの人にしてほしいと、大学の留学生や外国に興味がある人、将来短期留学を考えている人などが交流できるようなKAKEHASHIサークルの立ち上げを進めています。このように活動の幅を広げることができたのはアメリカ派遣という機会を外務省及びJICEに設けていただいたおかげです。本当にありがとうございました。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2/ 17

帰国後アクション タイトル : 日本の若者文化、ネイティブな日本を知ってもらう

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ、ヒューストン/東北工業大学、大竹 司真

KAKEHASHI ID:01USA007102

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: ネイティブな日本を知ってもらい、日本に興味を持ってもらいます。実際にアメリカの学生が日本の若者は何をしているのか興味を持って人がいたからです。

WHEN: 3日に1度投稿、動画でネタにできそうなものは動画、他は画像で投稿します。Young Culture Channel tohtech:YCCのInstagramのアカウントを使用します。

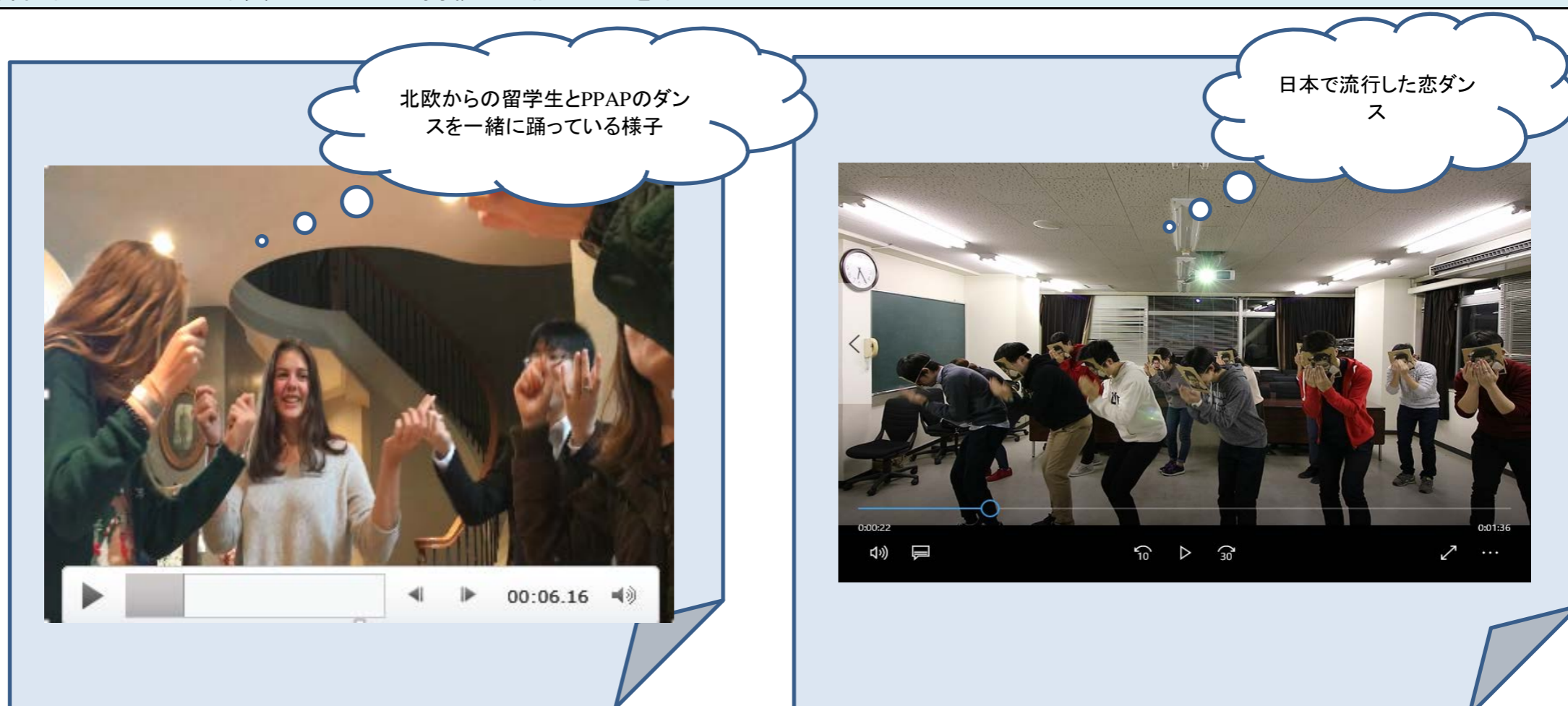
WHO: 私たちグループ3(澤田充、阿部遥、鈴木望が担当)が投稿するのはもちろんのこと、若者文化であるためグループメンバーの友人を巻き込んで動画・画像の作成を行います。

TO WHOM: 同年代(18~24歳)の外国の大学生男女(SNSをよく利用し、写真や動画が好きな人たち)に発信します。

WHAT: 日本の現代の若者文化(カラオケオール・すし大食い競争)海外の若者が興味を持ちそうな日本の若者文化(絵文字、顔文字、学食)について発信します。その他にも海外の方からのコメントでリクエストがあればそれも拾っていきます。

HOW: 派遣時から現地で情報発信に使用していたFacebook、SNSを主体に発信します。グループで作成したInstagramも活用します。スマートフォンやデジタルカメラで動画や写真を撮ります。日本の若者文化・流行を主体に発信し、コメントやメッセージをもらいその時のニーズに合わせて発信します。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)



3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

派遣事業中に日本の若者文化・流行を話す機会があったので、実際にPPAPを派遣先の人と踊りました。その方はPPAPを知りませんでしたが、覚えやすいダンスと歌であるPPAPはとても好評でした。その他にも、交流校の学生にアニメ・漫画の話をするとても興味を持ってくれ、実際にその漫画本が欲しいとまで言ってもらえました。このような体験により、いかに海外の同年代の人が日本の若者文化・流行に興味を持っているのかが伝わってきます。こういった内容を東北工業大学の友人等に話すととても反応がよく「やっぱり海外でも面白く思ってくれてるんだね!」といった反応が見られました。その他にも、KAKEHASHIメンバー数人で恋ダンスを踊ったり、日本のイベント(お正月、クリスマス)を紹介するなどしています。何件かの「いいね!」はもらえたりしましたが、まだまだ十数件の「いいね!」しかもらえていないので、今後派遣事業で連絡先を交換した方々に連絡をし、フォローしてもらえるようにします。

また、現在日本の若者文化・流行を発信していますので、コメントやダイレクトメッセージを要して海外の方が知りたい若者文化を聞き、ニーズに合わせて発信したいと考えています。動画は派遣先、東北工業大学の学生にもとても好評でしたので、今後も何件か動画を投稿できればと思います。

グループ3はInstagramでYoung Culture Channel tohtech:YCCを作成していますので、そちらでアクションプラン1、2を発信します。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

アメリカ派遣事業を行ったことで、なんとなく知っていたアメリカの文化(テキサス州の雰囲気や人柄)のことや地理的(構造物、建造物等)なことも具体的なイメージに固まり、ただ知っているものから興味を持つことができるものへと変化しました。そこで、見えた興味が同年代のヒューストンの若者文化についてでした。日本の漫画・アニメ・ゲームに興味を持ってきている人、原宿ファッションをしている人、けん玉や富士山に興味を持っている人、本当に日本に興味を持ってきているんだなと感じました。中でも派遣先のアメリカ学生は日本のサブカルチャーにとっても興味を持っていました。そのため、東京喰種やNARUTO等様々なジャンルのものを見たいという声があがりました。現在は、日本の流行について発信しています。(PPAP、恋ダンス、日本の文化:お正月)その他にも、アメリカの学生が興味を抱いていたサブカルチャーについてアメリカの学生の言葉を思い出して発信していきたいと思っています。加えて、私たち(KAKEHASHIメンバー)が普段している日課のことや学校生活についても発信していければと考えています。派遣事業を通して本当に様々なことを学ばせていただきました。本当にありがとうございました。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2 /17

帰国後アクション タイトル : Instagramを通してテキサスの日常生活、体験談の紹介

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ,ヒューストン/東北工業大学,大竹司真

KAKEHASHI ID:01USA007102

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: まずは、東北工業大学生、本学法人に所属する城南高校の生徒にアメリカ(テキサス、ヒューストン)のことを知ってもらいます。
 WHEN: グループメンバー各自が日常生活の中、大学の昼休み時間、サークル活動で発信します。
 WHO: 私達グループ3が4日に1度程度で、更新し主体的に行います。(大竹司真、佐藤美穂、設楽浩祐が担当)他のグループメンバーも必ずアメリカ(テキサス)について話しているの自然的にグループメンバー全員となります。
 TO WHOM: 東北工業大学の18~24歳の男性(おもしろいもの、流行、アメリカへの憧れについて話す)東北工業大学の18~24歳の女性(かわいいもの、流行、アメリカへの憧れについて話す)。
 WHAT: 良い写真が撮れるスポット、面白かったアメリカの文化(建造物、構造物など)、アメリカの食事について投稿します。
 HOW: InstagramにおしゃれページYoung Culture Channel totech:YCCを作成し、週ごとにトピックを考えて写真を投稿します。例えば、構造物の比較として地震国と地震国でない国の建築物の違いを投稿します。プレゼンテーションでは、所属サークル・学科でアメリカでの体験談を発表します。そうして、アメリカへの興味を引き出します。その他にも日常生活を通して友人に体験談の話をする事でアメリカへの憧れ、興味を持ってもらいます。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)



3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

日本に帰国後は、友人やプレゼンテーション、Instagramを通じたアメリカでの出来事、体験・経験談を発信しています。Instagramでは、食事の写真や私たちがアメリカで回った場所や学校の紹介をしています。東北工業大学の学生を対象とし、学生をフォローしています。何件か「いいね！」をもらっていますが、まだまだ十数件弱と少ないので東北工業大学の学生にもっとフォローしていただけるよう、こちらからフォローし拡散していきたいと考えています。

中でも、友人との会話は大事にしており、自らの体験談を話すことによって友人にアメリカへ興味を持ってもらい、留学や日本への留学生への関わりをもってほしいと思います。行ったことでわからない、買い物の仕方や普段気を付けるべき、バックの持ち方等のことを伝えています。アメリカとのギャップや抵抗感を無くすことでアメリカへの興味をさらに引き出せると思います。このようなことを、話しているとどんどん引き込まれ質問を次々にしてくれる人がいます。「アメリカのホテルはどんななの?」「怖い人いるの?」など様々な質問をしてくれ、興味を持ってくれます。そのようなアメリカに興味を持ってくれる人をこれからも増やしていきたいです。また、KAKEHASHIのメンバーでサークルを立ち上げることとなりましたので、留学生の補助や来年度の入学者の留学支援等にも力を入れていきます。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

帰国後はInstagramを要してアメリカの食や文化、構造物を紹介しています。食については身近であり、日本人にはとても興味を持ってもらえます。構造物については、土木分野・建築分野からの観点から見た日本にはないと思う構造物を発信しています。現在は工大生を中心にアメリカの良さを広めていますが、まだまだフォロワーが少ないのでこちらからフォローすることによってだんだんとフォロワーの数を増やしていきたいと考えています。まだまだ、拡散できているとは言えない状況であるので、これから改善を加え、投稿画像にもモノクロ加工や鮮やかにするなど加工を加えて目にとめてもらえるInstagramのアカウントとしたいです。さらには、週ごとなどでトピックを作ってそれについての画像投稿をするという工夫も加えたいと考えています。

友人との会話の中では、アメリカの良さや興味を引くような構造物等(アメリカでは地震を考えない奇抜なデザインのものも多くあったことなど)の会話をこれからも交えていきます。また、報告会のようなプレゼンテーションを通して、私たちの体験・経験を伝えていきます。ただ話すだけではもったいないので時には写真・動画を見せ、少しでも興味をもってもらう努力をします。KAKEHASHIメンバー全員が本当に様々な写真を撮りましたので、その中から抽出しこれからもInstagramを通してアメリカの良さを発信していきます。また、アメリカの良いところだけでなく日本の良いところや異なるところ(例.地震国ならではの構造物)も再確認しながら発信していきます。この度は、派遣事業に参加させていただき本当にありがとうございました。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2017/2/15

帰国後アクション タイトル : 日本の「おもてなし精神」についてアメリカの若者に発信すること

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ、ヒューストン(東北工業大学)/根元亨輔

(KAKEHASHI ID: 01USA007111)

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: プログラム中、ホテルや訪問先の学校等で「ウェルカムクッキー」や「ウェルカムケーキ」をいただき、アメリカ流のおもてなしを体験した。日本でも、例えば旅館で従業員が出迎いの挨拶や配膳・寝床の準備をしたり、一般家庭でもお茶やお菓子等のおもてなしをしたりする。私たちはこの「来客への細かい心配り」が日本の魅力の1つであると考え、アメリカの方々に「おもてなし精神」への理解を深めてもらいたいと考えた。

WHEN: 4日に1回の割合で発信する。

WHO: Kakehashiプロジェクトワークショップ4班メンバー

観光地でのおもてなしについての発信担当: 佐々木七波(4年)、吉川采花(2年)、白鳥岳(1年)

一般家庭でのおもてなしについての発信担当: 根元亨輔(4年)、結城梨奈(2年)、小林由佳(1年)

TO WHOM: 普段からSNSを多く利用しているとみられる20代の若者にターゲットを向ける。

WHAT: 日本人のおもてなしの際の目配り、気配り、心配りといった丁寧な姿勢や、礼儀作法について発信する。

HOW: facebookページ「Amazing Japaaaaan」を開設し、メンバー交代制(白鳥→吉川→佐々木→結城→根元→小林の順番)で発信する。その他にもグループメンバーが日常生活の中で日米の魅力を見つける度に、各々のfacebookアカウントを通じて発信する。また、広範囲に情報を拡散させることとより多くの工大学生に海外留学への興味を持ってもらうため、東北工業大学国際交流委員会ホームページにfacebookページのリンクを掲載する。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)

秋田県の雪祭りで



Amazing Japaaaaan
Akita prefecture holds the "kamakura festival" in February every year. 'Kamakura' means a house that is made from snow. Local children entertain people coming into the kamakura. Guests are given ricecake and amazake (a sweet sake-based drink).
秋田県では毎年2月に雪(かまくら)祭りが行われます。かまくらは雪で作られた家です。かまくらの中で地元の子供たちが、「おもてなし」をしてくれます。子どもたちはお客さんにお餅と甘酒を出して歓迎します。

情緒あふれる風景「先撮り」 「かまくら」開幕前に撮影会
秋田県横手市で15日から小正月行事「かまくら」が始まるのを前に、かまくら撮影会が14日夜、両市雄物川町の民家築木戸五郎氏邸で開かれた。県内外の...

リーチ236人

シェア4件

日本の旅館でのおもてなし



Amazing Japaaaaan
日本の旅館では、宿泊者が夕食や入浴等をしている間に、布団の準備をする「おもてなし」があります。
私が先日宿泊した旅館でも、夕食から戻って来ると、布団が準備され、すぐ寝ることができる状態になっていました。おかげさまでとてもよく眠ることができました。
In Japanese-style hotel, there is a custom that called "Omotenashi". Hotel employee are finish laying out the set of visitors' Japanese-style bed "futon", during their guests are having dinner or taking a bath.
I stayed a Japanese-style hotel before. At the hotel, when we returned to our room from dinner, futon had already set up completely. Thanks to that, I could sleep well.
#tohtech
#kakehashi2016

リーチ276人

シェア4件

3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

facebookページを通じ、これまで秋田県で毎年2月に開催される「雪(かまくら)祭り」で地元の子供たちが来客にお餅と甘酒を振る舞うおもてなしと、旅館で宿泊者の夕食や入浴の間に従業員が寝床の準備をするおもてなしについて投稿した。その結果、両方とも3件の「いいね!」と7件のシェアをしていただき、1日も経たないうちに前者は236人、後者は277人もの方々に閲覧していただいた。また、グループメンバーが前者をシェアしたところ、ヒューストンで交流した学生2人とその友人1人が「いいね!」を押してくれ、後者も現地で交流した学生1人がシェアしてくれた。今後の目標は、4日に1回の頻度で投稿し、「いいね!」やシェアの数、閲覧数を増やして行くと同時に、投稿した内容についてアメリカの若者とディスカッションし、日本の「おもてなし精神」への理解をより深めてもらったり、現地の若者が知りたい情報を聞いて、それに合った内容の投稿をしたりすることである。また、グループメンバーが個人facebookアカウントを通じて現地で交流した学生たちにシェアを呼びかけ、より多くの現地の若者に投稿が拡散されるよう取り組む。更に、東北工業大学国際交流委員会のホームページに「Amazing Japaaaaan」のリンクを掲載する作業をまだ行っていないため、国際交流委員会幹事で、今回のプロジェクトで派遣団長を務めた佐藤飛鳥准教授に依頼し、2月中にリンクを掲載してもらえようとする。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

帰国後アクションとして日本の「おもてなし精神」についての情報発信を行い、気付いたことが2つある。1つ目は、「自分自身も日本の魅力を再確認できること」である。このアクションプランはあくまでもアメリカに住む10代から20代の若者が対象であるが、そこに向けて情報発信すると同時に、自らも日本の「おもてなし精神」についての理解を深めることができる。例えば、秋田県で毎年かまくらの中で子供たちと交流できる「雪(かまくら)祭り」が開催されていることはアクションプランを通じて初めて知った。今後も情報発信を続けながら、私自身も日本の魅力に関する理解を深めて行きたいと考える。2つ目は、「情報発信を通じて、東北工業大学の学生にも影響を与えていること」である。アクションプランは、どの班もアメリカでの体験や気付きから得たことをもとに企画・立案しているため、学内報告会で発表したり、それを実施したりすることでメンバーの体験談や海外に行かないと分からないことを東北工業大学の学生と共有することができる。現に、「Amazing Japaaaaan」とそこでの投稿に「いいね!」やシェアしてくれた人の中には、プロジェクトに参加していない東北工業大学の学生も見受けられたし、学内報告会には海外や留学に興味がある学生も聴きにきてくれた。そのため、今後はグループメンバーを通じて他の学生にもアクションプランを周知し、海外や留学に興味を持つきっかけを作ったり、その意欲を促進する役割を担ったりすることが目標である。また、今回のプロジェクトに参加したメンバーを中心とする海外留学支援サークルを立ち上げることも決定したため、積極的に学生の留学サポートをすると同時に東北工業大学に在学する留学生との交流も深める。ヒューストンでのプロジェクトをその場だけで終わらせず、そこでの経験をもとに今後長年に渡って日本とアメリカの「架け橋」となれるようアクションプランとサークル活動に励む。最後に、今回のプロジェクトを通じてヒューストンに東北工業大学の学生23名と引率教員2名を派遣して下さった外務省並びにJICEの皆様には、改めて感謝したい。

KAKEHASHI Project (派遣プログラム) アクションプラン実施報告書

作成日: 2016/ 2 / 20

帰国後アクション タイトル : 日米の美しい景観を本学の学生やアメリカの方々に発信する

派遣国(グループ名)/記入担当者氏名 : アメリカ、ヒューストン/白鳥岳

KAKEHASHI ID: 01USA007098

1. 帰国後アクションの内容 (WHY/ WHEN/ WHO/ TO WHOM/ WHAT/ HOW を記載)

WHY: ヒューストンでは日本には無いようなデザインの建物や街並みが目立ち、とても刺激的であったことから日本との比較をし発信するため。
 WHEN: 国際交流委員会ホームページ上で発信し、4日に1回の割合でfacebookの更新を行う。
 WHO: KAKEHASHI Projectアクションプラン4班メンバー
 観光地でのおもてなしについての発信担当: 佐々木七波(4年)、吉川采花(2年)、白鳥岳(1年)
 一般家庭でのおもてなしについての発信担当: 根本亨輔(4年)、結城梨奈(2年)、小林由佳(1年)
 TO WHOM: 本学の学生やfacebookを見ている人々がターゲット。
 WHAT: 日本とアメリカの都市設計や環境に注目する。
 HOW: 滞在中に撮影した景観の写真をパネルにまとめて本学の学生に紹介し、ヒューストンの魅力や大学時代に海外へ行くことの重要性を伝える。また、日常生活の中で日米の魅力をグループメンバーが見つかるたびに、各々のfacebookアカウントを通じて発信する。さらに、これらにはKAKEHASHI2016のハッシュタグをつけ、検索しやすくする。

2. 帰国後アクションの写真 (WEBサイト掲載が可能なものを貼付)



本学におけるパネル展
 (長町キャンパス)



本学におけるポスター展示
 (八木山キャンパス)

静岡県熱海市 日本の景観



3. 帰国後アクションの受け手の方々の反応・感想

パネルを利用した展示は現時点でパネルの掲示場所、パネルに載せるコンテンツの内容が明確に決まっています。パネルは日本の商店街の街並みとヒューストンは派遣時に撮影した全ての写真の中から若年層の目に留まる写真をピックアップして載せ、建造物の比較などを混ぜつつ作成します。A1型のパネルを用い、本学の2キャンパスに設置場所を設けております。今後の計画では多くの学生の目に留まるよう、新年度より展示を開始しようと考えており、季節の変わり目を利用して年4回のパネル更新を図っていきます。そして大変うれしいことに、報告会を受けて私達が今後行っていくアクションプランについて関心を持って下さった教授からアドバイスをいただきました。写真をコンセプトやテーマごとにまとめて展示するとみている人もわかりやすいのではないかなど、他にも多数の助言をいただきました。今後のアクションプランに十分に生かして実行していきたいと思っております。また、今後の写真パネルを本学へ展示するだけでなく、サークル活動を通じて自分たちの体験を話したりして、海外留学に興味がある学生を増やしていきたいです。

facebookにおける反応は、私達4班が作ったアカウントにコメントまでは帰ってきていませんが、多くの人たちから「いいね」を頂き、情報を共有することができています。私たちのアカウントから日本とアメリカの景観を見比べてみたり、まるで日本に行ってみたくなるような、日本の魅力を発信できたらと考えております。実際にfacebookに投稿してみて、海外の方々から評価されると、私達が今行っていることは日本とアメリカの関係を直接つなげており、KAKEHASHIの役目になっていると感じます。投稿するとすぐに世界へ発信できるSNSは便利で素晴らしいアプリケーションです。今後とも、私たちのグループメンバーが日常生活の中で、日米の魅力を見つけたらその都度、発信していきます。その際には、海外の方々や日本の皆さんにも見ていただき評価していただけたらうれしく思います。

4. 帰国後アクションを実施しての感想

facebookを利用した日本の魅力発信は今度も継続していきます。またその中で、海外の方とのコミュニケーションを図りKAKEHASHI Projectの一員としてこれからも活動していきたいです。本学の学生やfacebookを見て下さった他大学の学生へ、「海外へ行く重要性」と、「英語を直接話し学べる魅力」に興味を持ってもらうために英語で積極的に発信し、相手とのコミュニケーションを図っていきます。それから、パネルを使った展示についてはこれから実行に移していき、本学の学生や本学を訪れた方皆さんへ、ヒューストンの魅力や大学時代に外国へ行くことの重要性を伝えていきます。これら主に2つのアクションプランを通じて、私達が今、ヒューストンと交流していることを実感しています。私達、4班のメンバーだけで経験してきたことを止めず、さらに多くの人々に広めていき情報を拡散していきます。

現在、本学では1つのサークル設立のため事を進めております。それは、本学へ勉強しに来た留学生から英語や中国語を学んだり反対に日本語を教えて支援をしたり、留学生が日本文化に親しめるようにイベントを開催したり、私たち自身が留学する際に語学を勉強したりするサークルです。引率した2名の教員が顧問になり今回ヒューストンに派遣したほとんどすべてのメンバーが参加します。これを母体としゆくゆくは、アクションプランを通じて日米の魅力を発信し学生に興味を持ってもらい、本学生のみならず、後輩も留学や海外研修に興味を持ってもらうようなサークルにしたいです。また、今回のKAKEHASHI Projectでお世話になったUniversity of St. ThomasやLone Star Collegeと協定を結び本学との交流を深めるために国際交流委員会幹事である今回の派遣教員2名が2大学と交渉中です。今回の派遣で留学がいかにかに自分の実になり社会見学になるかがわかりました。未来の留学希望者の為にもぜひともサークルを充実させていきます。

最後になりましたが、今回のProjectを企ててくださった外務省並びにJICEの皆様にお礼を申し上げます。