

専門職大学における

Z世代のダイレクトマーケティング実務を通じて

— 実務家教員視点からの考察 —

国際ファッション専門職大学 大島 一豊 教授/ MBA in Design

1. 研究概要と目的

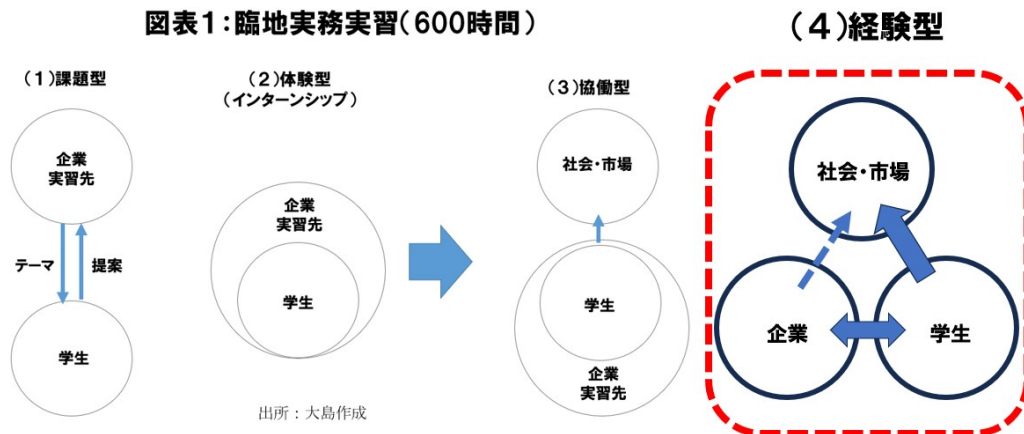
本研究は、ビジネス系専門職大学として2019年4月に開学以来、4年間にわたり実務実習のあり方をテーマに進めてきた実務教育研究をまとめた。昨年の研究発表大会では、「Zのチカラ:ハイブリッド×教育」～専門職大学におけるダイレクトマーケティング実務実習～として、企業の社員と学生たちが一丸となって進める「協働型プロジェクト」の内容とその有効性と同時に課題を報告した。その後、2023年は新たな実習のカタチとして経験型実習を試みた。今回は、この経験型(クラウドファンディング for good)を通じて得られた学修成果を報告するとともにこれからの専門職大学におけるビジネス実務教育の姿としたい。

2. 研究方法と考察

初年度に講義型授業における課題レポート分析をふまえ、学生たちの現状認識を試み、卒業までの教育課題を設定した。それらを2021年度から2023年度前期までの実務実習(臨地実習)でカリキュラム・デザインに取り込み、実施した。

これらを通じて、それぞれの目的と成果とともに学生たちの声も取り入れながら検証する。文部科学省における専門職大学の定義は、『特定の職業のプロフェッショナルになるために必要な知識・理論、そして実践的なスキルの両方を身につけることが出来る大学』とされており、その実現に向けたカリキュラム・デザインとその成果を考察する。

図表1: 臨地実務実習(600時間)



出所: 大島作成 第20回全国研究発表大会 Z世代ビジネス実務教育×デザイン経営 - 企業実習の現場からの一考察 - 追記

まず、初年度担当科目においてアパレル業界の廃棄問題を取り上げ、そのレポート課題を分析した。結果、2年次以降の教育課題は主に3つであった。それは、1. 社会への関心向上、2. 自主研究基礎（主体性、自主性）強化、3. 要件（ルールや規定）の重要性理解である。これらをあらゆる科目、実習を通じて体得させることに重きをおいた。その上で図表-1のように3年次から4年次にかけて（1）課題型（2）体験型（3）協働型、そして、今回（4）経験型に取り組んだ。

3. 結論

課題型とは、企業から課題テーマを提示され、学生たちはチームを組み企画をまとめプレゼンテーションするコンテスト形式である。この実習を通じて指導内容は主に業界・企業研究、現状分析、企画の着手から資料のまとめ、ビジネス・プレゼンテーションのポイント等を重点的に計画立て実施した。また、体験型は通常のインターンシップ同様職業体験型である。次に協働型と経験型は、企業との事前準備に多くの時間をかけた。協働型とは、企業の社員と学生が一体となって、目的・目標に向かって活動した。商品開発からクラウドファンディング（マクアケ）への挑戦、その他テスト販売やプロモーションの実施、学会発表など、いわゆる社会や市場など第三者からの評価を受ける機会を設けた。そして、その進化形とした経験型は、企業が学生たちだけで構成された組織に委託（アウトソーシング）された体（てい）で実施した。今回のテーマは、ユニバーサルファッション・ブランド企業から「新商品サンプル評価と基礎研究費用の獲得」である。そのプラットフォームは、ボーダレスジャパングループのクラウドファンディング for good である。実習内容は、サイトの企画から取材、撮影、編集、サイトの制作、プロモーションまで約4ヶ月間、一貫して学生たちと企業のトップ層で進めた。

結果、それまでの実務実習（1）課題型（2）体験型と（3）協働型（4）経験型と比較して学生たちには大きく異なる気づきと学びがあった。それは、ビジネススキルである企画段階において、より実践的なテクニカルスキルの修得はもちろん、加えてジェネリックスキル（社会人基礎力）の重要性である。

専門職大学の特徴のひとつである実務家教員の役割として、より複雑化する社会に貢献できる人材教育は、この点を講義や演習・実習科目、実務実習などあらゆる教育機会にいかに関わり込んでいくべきか今春、第1期生を社会に送り出した5年目を迎え、再検討すべき時期である。

参考資料：

文部科学省 専門職大学・専門職短期大学・専門職学科

https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/senmon/index_pc.htm 2023年8月6日 閲覧
大島一豊・高間由美子 2020年「専門職大学におけるファッション教育の展望と今後の課題」国際ファッション専門職大学 紀要『FAB Vol.1』