

INTERVIEW WITH

李根熙 教授

ゼミ授業に関する李教授との対談



私たち Q チームは、新型コロナウイルスの流行に伴い、対面授業からオンライン授業に移行したことで、ゼミを履修しようとする2年生や3年生がゼミの先生を選ぶことや、先生と学生を繋ぐことは今までよりも非常に難しくなっていると感じています。このプロジェクトでは、ゼミの教員と学生の両方の視点に注目し、ゼミについての基本的な情報やゼミ選びにおいて参考になる情報をリレー形式でお伝えしたいと思います。

インタビュー記事では、APUの教授2名（APS教授、APM教授）とそのゼミ、そして各ゼミ生の声をお届けします。学生の意見も取り入れることで先生方の教授法などを知っていただくだけでなく、実際にゼミを受講されている学生の意見も知っていただきたいと考えています。

I. 基本情報

1. 先生のお名前と出身国について教えてください。
私は教授の李根熙です。"イ・クニ"と発音します。私は学生たちに、私は韓国という素晴らしい国へいよいよ(良い国)へから来た伝えていきます。

2. 趣味は何ですか？
本を読んだり、映画を見たり、おもちゃなどの収集も好きです。

3. ゼミ扱っているテーマについて教えてください。
ゼミでは、消費者行動の伝統的な概念に、以下

の2つの概念を組み合わせた現代的なアプローチに焦点をあてています。

1. コ・クリエーション(共創)：顧客が商品・サービス提供者とアイデアを共有し、企業が顧客と組織のためにより新たな価値創造をするのを支援する方法。

2. バイラルマーケティング：消費者が商品やサービスを利用した後、ネット上でレビューを通じて意見を述べ、他の消費者と交流し、サービス提供企業が顧客体験を向上させること。

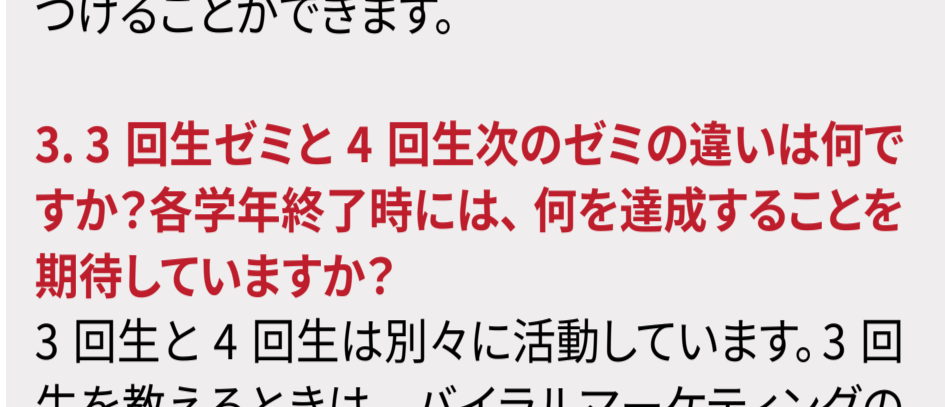
4. ゼミの指導を始めて何年になりますか？
APUで教えて10年になり、ゼミは9年半指導しています。

II. ゼミ履修の方法とゼミで得られるメリット

1. ゼミについてよくある誤解は何でしょうか？
普通、ゼミは卒論を書くためのものというイメージがあると思います。でも、私のゼミでは、コ・クリエーションやバイラルマーケティングという概念に着目し、産業界とのネットワークを活用して企業とのプロジェクトを行っています。例えば、現在、酒造メーカーの三和酒類と提携していて、三和酒類のマーケティングソリューションの開発を中心にプロジェクトを進めています。なので単に卒論を書くだけでなく、専門的な内容と実践的な学びが経験できます。ゼミを担当されている他の先生方も、他の授業と同じように授業内容の工夫をされていると思いますよ。

2. ゼミ教員との面接のために、学生は何を準備すれば良いでしょうか？
学生には、ゼミ生がどのようにゼミを捉えているか、どのように課題をこなしているか、どのような経験してきたかなどを説明できる現役のゼミ生に相談することを勧めています。

また、申請前に1対1で相談しに来る学生を高く評価しています。三和酒類との共同プロジェクトなど、ゼミの活動や過去の産業界での成果については、とことん説明します。また、双方向のコミュニケーションになるので、どうして私のゼミに興味を持ったのかを説明したり、ゼミの活動に関する知識を示せるようにしたりす

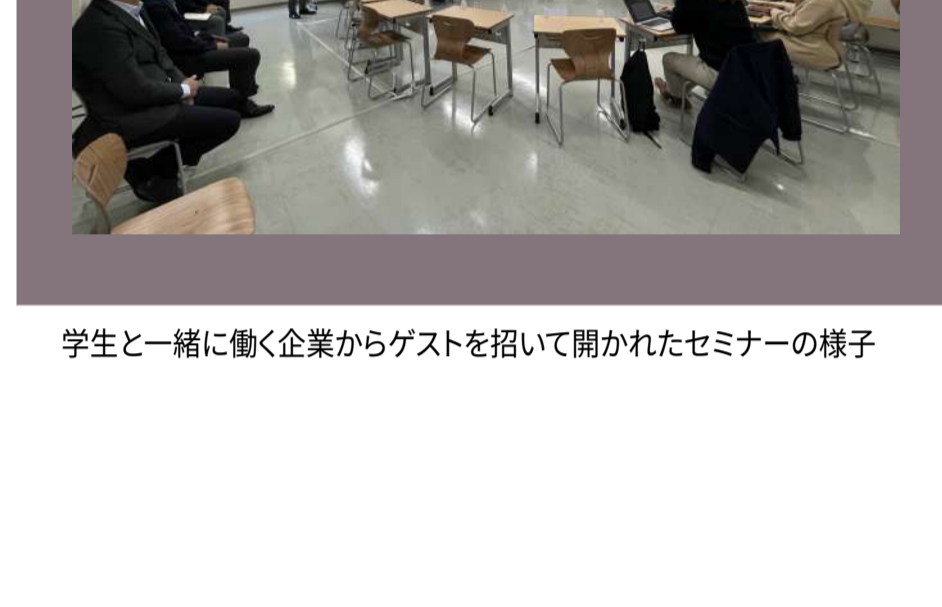


企業訪問の際、李教授のゼミ生と会社のスタッフとの記念写真

る必要があります。そうすると、他の学生と差をつけることができます。

3. 3年生ゼミと4年生次のゼミの違いは何ですか？各学年終了時には、何を達成することを期待していますか？
3年生と4年生は別々に活動しています。3年生を教えるときは、バイラルマーケティングの基礎と、外部企業とのコラボレーションによるコ・クリエーションに重きを置いています。そして4年生は、質の高い研究論文の執筆に時間を費やしています。

また、4年生のゼミ生は、3年生の新ゼミ生の選考に面接官として参加する特典があります。面接の受け答えに応じて、面接官は、どの生徒がチームに合うか観察し、推薦するのです。ゼミの成功はチームワークにかかっているため、チームワークに直接関わる人を採用プロセスの中心に据え、潜在的なチームの対立を減らせるのです。



学生と一緒に働く企業からゲストを招いて開かれたセミナーの様子

4. ゼミを受講することで得られる3つのメリットを一言で言うと何ですか？
1. 専門知識 - 私のゼミを通じて、マーケティングや消費者行動に関する特定のテーマについての専門知識を得ることができます。

2. ネットワーク - 私は長年にわたり、過去のゼミ生の勤務先や専門分野、連絡先などをデータベース化してきました。このデータベースは、在学が先輩とつながり、履歴書の書き方や業界別の面接マナー、就職活動、就職活動の事前・事後のアドバイスなどを受けるのに役立っています。

3. 父親(メンター) - 離れて暮らす国内外の学生に対して、メンターとして、精神的なサポートをし、学業やキャリアのアドバイスをする、ある意味父親のような役割を担っています。

III. ゼミの内容

1. ゼミの課題量はどのくらいですか？
課題量はかなり多く、私の授業のスタイルもユニークです。私のゼミ生は様々なマーケティング・プロジェクトに取り組み、進捗を報告してくれます。例えば、今 semester はバイラルマーケティングに焦点を当て、"YouTubeを使ったAPUの認知度向上"というタイトルでプロジェクトを行っています。

今回のプロジェクトや過去のプロジェクトの課題は、学生がプロジェクトを完成させるために、私は追加の情報やデータを提供しないようにしていることです。私の役割は、プロジェクトのテーマを作成し、ルーブリックを採点し、フィードバックをすることのみです。ゼミ生はマーケティングに関する知識を応用することに挑戦しなければなりません。毎週行われるクラスでのプレゼンテーションを元に、私は質問やアドバイスをしたりし、双方向のフィードバックセッションを行っています。また、ゼミ生同士のフィードバックも推奨しています。このようなアプローチにより、社会人になってから直面する状況に対して、一人ひとりが批判的に考える意欲を形成しています。

2. ゼミ生の研究テーマで印象に残っているものは何ですか？
最も印象的だったのは、「APUで抱えている問題を見つけ、バイラルマーケティングの力を使って解決する」というものです。10年前、APUのバスの待ち方が分りづらく、バスに乗る際は大混雑が起きていました。学生が押し合いへし合いをしている姿は、地元の人たちにAPUの悪い印象を与えていて、同じような問題が、別府市内の複数のバス停で発生していました。私のゼミ生は、このようなバスを待ち行列の間

題を解決したいと考え、アンケートを実施しました。アンケート結果を元に、バスを待つ行列を誘導する赤と黄色のテープを設置することにしました。2ヶ月間、ビデオ撮影を行い、行列や乗車パターンの変化を観察し、その結果をFacebookでショートムービーとして公開し、APU生に整列して並ぶこと大切を伝えました。バスの待合所や行列の正式な整備につながり、バイラルマーケティングの威力を発揮した印象的な出来事でした。

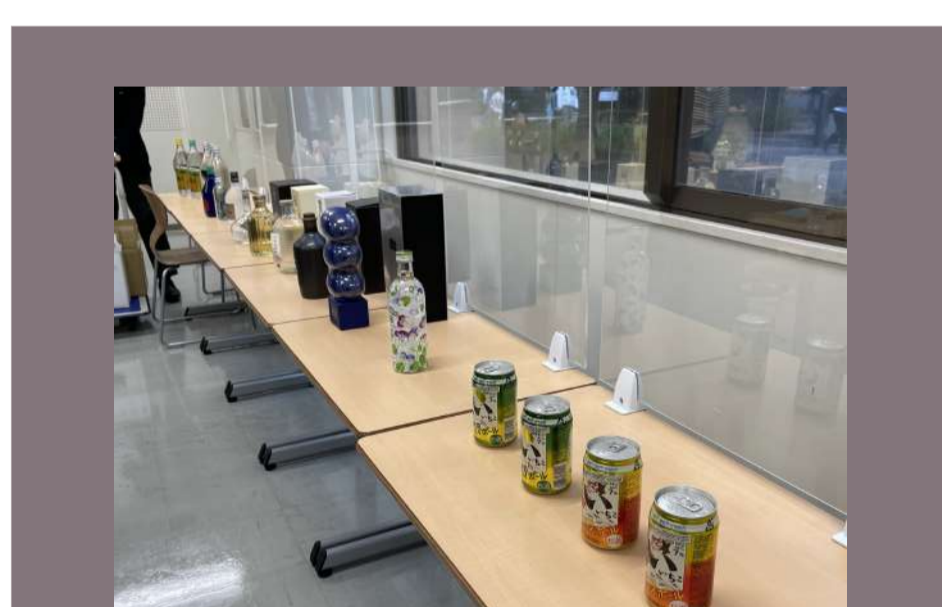
3. ゼミに参加するための前提必要な知識は何ですか？
私のゼミに参加する学生は、前提知識を持っている必要はありません。新しいコンセプトはすべて授業中に教えられるからです。しかし、私は、自ら学ぼうとし、向上心を持ち、他者と関わることに意欲的な学生を求めています。そのような意欲のある学生は、面接の際に、当ゼミのテーマを明確に理解していることを示してほしいですね。そうすると、この学生はゼミのことをよく調べて、自分の研究テーマとゼミを結びつけて考えているんだな、という印象を受けることができますから。



企業のプレゼンテーションを開く李教授のゼミ生たち

IV. 指導方法

1. 先生のゼミは対面式、オンライン、またはハイブリッド式のどの方式で実施されていますか？またなぜその方式を採用しているのでしょうか？
ゼミは、新型コロナウイルスの流行など様々な理由で対面授業に参加できない学生がいるため、現在はハイブリッド式で行っています。しかし、直接コミュニケーションをとることの楽しさを理解している学生が多く、ほぼ全員が対面でのゼミに参加しています。安全で便利なオンライン授業も良いですが、授業外での会話を通じて距離を縮められるのでやはり対面授業をお勧めします。学生との絆を深く、観察し、ゼミのチームワークに馴染んでいくにも、対面式の方が良いですね。



李教授のゼミ生が手がける製品の一部



ゼミでの企業訪問の様子

2. 研究テーマを決める際、どのようにサポートしていますか？
学生が私の期待するアウトプットと一致するように、2週間に1度、学生と「進捗確認」のための面談を行っています。この面談では、学生から研究の進捗状況を報告してもらい、私がフィードバックを行います。

3. ゼミのカリキュラムはどのように設計しているのですか？
私はゼミシステムのある日本の大学で修士課程を学んだので、独自の知識やノウハウに加えて、修士課程のゼミ時代に得たことの両方を用いて、ゼミのカリキュラムを作成しています。

V. 今後の方向性とアドバイス

1. 今後の研究において、具体的にどのようなテーマをもっと調査しようと考えていますか？
現在、私は企業が自社の製品やサービスを販売するために、どうすればソーシャルメディア・ネットワークを効果的に利用できるかを研究することに興味があります。最近、ほとんどの企業がソーシャルメディア・マーケティングを実践していますが、そのすべてが効果を上げているわけではないのでないかを調査し、実践的なアドバイスを与えたいと考えています。同様に、私のゼミ生には、現在のソーシャルマーケティングの動向を観察し、バイラルマーケティング、コ・クリエーション、消費者行動などの知識を駆使して、企業が現在直面しているギャップや問題を解決してもらいたいと考えています。

2. ゼミを受講する際、論文の執筆を義務付けていますか？
研究論文や卒論の執筆は卒業する上での必須要件ではありません。私は、企業を修了しても、新しい知識や専門性を身に付け、他者とも共有したり、自分のキャリアに活かしたりしてほしいと思っています。

VI. おわりに

今後、先生のゼミを受講する学生へのアドバイスをお願いします。
バイラルマーケティングやコ・クリエーションなど、企業レベルでもデジタルブランド構築でも通用する専門的な知識を身につけたい学生は、ぜひ私のゼミに参加してください。また、YouTubeやFacebookなどのソーシャルメディアにおけるコンテンツ制作に興味がある学生にも、私のゼミが役立ちます。三和酒類とのプロジェクトでは、学生がマーケティングのアイデアを提案し、フィールドワークを受けながら、企業のニーズに合ったソリューションに仕上げ、いくという工程を経ています。このようなやり方を通じて、バイラルマーケティングやコ・クリエーションの概念を、産業界のニーズに応える形で実践していくことができます。また、私のゼミに参加することで、学問的な指導を受けるだけでなく、APUでの生活やグローバルな就職活動に役立つ、現・元APU生の友人とのネットワークが構築できます。



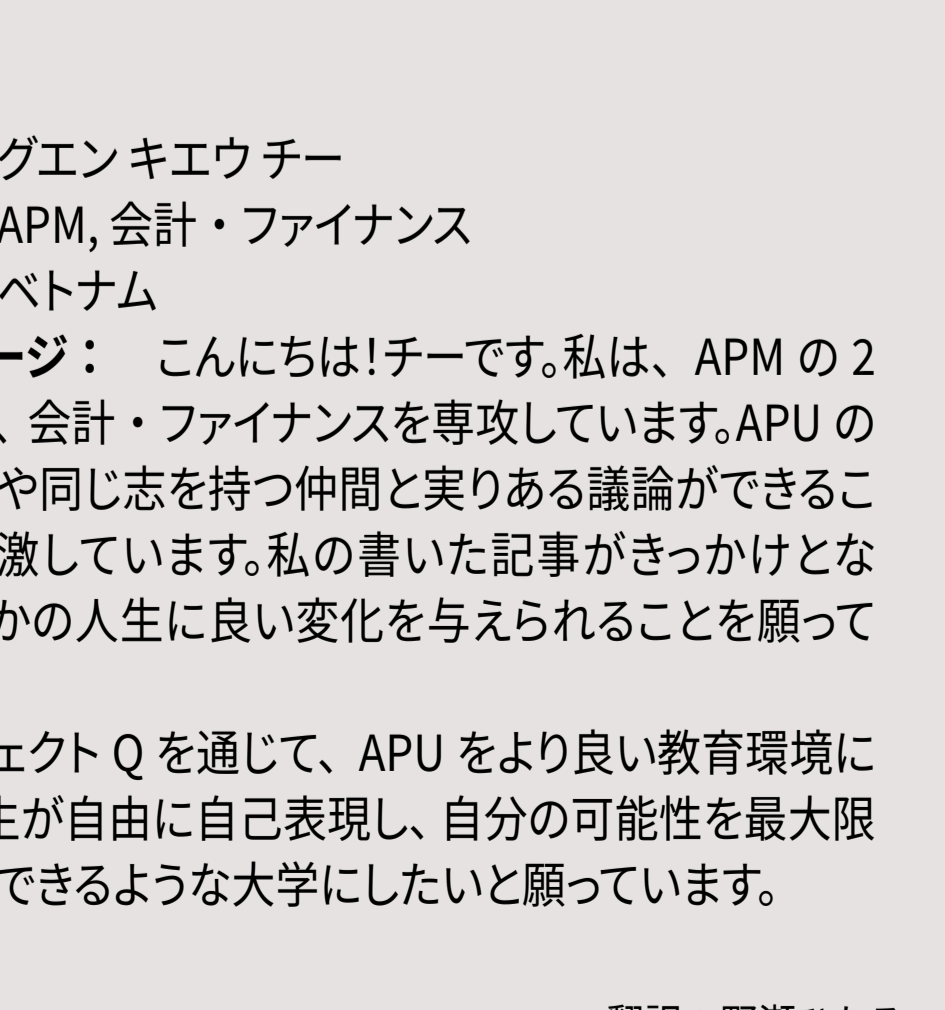
李教授とゼミ生たち

インタビューの感想

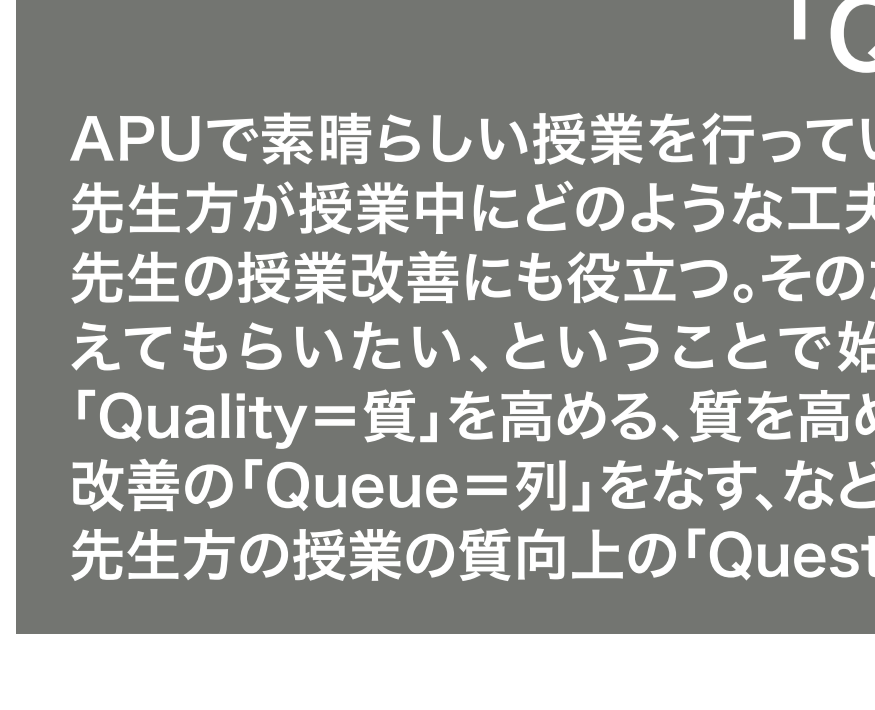
李根熙教授は、ソリューションベースのアプローチでゼミに取り組んでいます。バイラルマーケティングやコ・クリエーション(共創)の手法を活用したバス待ち行列システムの開発という、最初のゼミ生のプロジェクトの問題を、その姿勢が表れています。また、李根熙教授は、産業界とのネットワークを活用し、産業界の問題解決に向けた活動を展開することも分りました。三和酒類が抱えるブランド問題をバイラルマーケティングとコ・クリエーションで解決するプロジェクトは、難易度が高いですが、ゼミや関連する授業で得たスキルを応用できるユニークな機会です。李先生のゼミに参加する学生は、最終的にバイラルマーケティングとコ・クリエーションを、個人や企業のマーケティング課題を解決するためのツールとして、新しい変革をもたらす深いスキルを身につけることができると思います。

インタビュー & ライター

名前:ムロムバ パスカル
学部:APM
出身国・地域:ジンバブエ
メッセージ: こんにちは!パスカルです。私は読書が趣味で、特にタラ・ウェストオーバーの『Educated』(日本語タイトル:『エデュケーション 大学は私の人生を変えた』)と、フランス・フクヤマの『歴史の終わり』の2冊が好きです。興味があるトピックは政治とサステナビリティです。スポーツはいま習っている格闘技はまっています。



インタビュー



名前:グエンキエウチー
学部:APM, 会計・ファイナンス
出身:ベトナム
メッセージ: こんにちは!チーです。私は、APMの2年生で、会計・ファイナンスを専攻しています。APUの先生方や同じ志を持つ仲間と実りある議論ができることに感激しています。私の書いた記事がきっかけとなり、誰かの人生に良い変化を与えられることを願っています。プロジェクトQを通じて、APUをより良い教育環境にし、学生が自由に自己表現し、自分の可能性を最大限に発揮できるような大学にしたいと願っています。

翻訳:野瀬ひかる

「Q」とは
APUで素晴らしい授業を行っている先生方はたくさんいらっしゃいますが、先生方が授業中にどのような工夫をしているのか知ることが出来れば、他の先生の授業改善にも役立つ。そのために、インタビューをして授業の工夫を教えてください、ということで始めた取り組みです。この記事は、授業の「Quality=質」を高める、質を高めるための「Question=問」に答える、授業改善の「Queue=列」をなす、など、色々な意味を込めて「Q」と名付けました。先生方の授業の質向上の「Quest」に役立てられると幸いです。