

国外実態調査報告書

テーマ : 言語・文化・慣習が異なる国・地域で「恐れずに飛び込む」
ゼミ名 : 井上 真里 ゼミ
調査日 : 2024年8月18日(日)～8月21日(水)
調査先 : 【韓国】世宗大学、MUSINSA、広蔵市場、COEX など
授業科目名 : 演習 I
参加学生数 : 14名(3年生)、6名(4年生)

調査の趣旨(目的)

とかく内向きになりがちな学生の思考・行動に刺激を与え、彼・彼女らにとって将来の指針にしてもらうことが本調査の大きな目的であった。

調査結果

1日目と4日目は移動日であった。ただし、これは仁川国際空港から世宗大学までの行程を調べ、自らの力で何とかしてたどり着くという訓練である。

2日目午前、世宗大学経営学部の教授であるイ・ドンイル教授の協力により、同大学のマーケティング研究会と井上真里ゼミとの研究報告会を英語で行った。井上ゼミは報告内容がよく練られていたものの、報告方法が日本における大学ゼミの悪癖(全員で少しずつ分担しながらプレゼンテーションする、発音・アクセント・抑揚・リズムなどの練習をほとんどしていない、質疑応答がまったくといってよいほど成立していない)を如実に反映していた。一方で、世宗大学の学生たちは報告内容に課題が残ったものの、他のプレゼンテーション要素をしっかりと訓練しており、わがゼミ生にとって大きな刺激になったものと思われる。なお、研究報告会が終了した後は世宗大学主催での歓迎会が催され、また午後は3年生主体で韓国の歴史・文化を体感するプログラム(江北地区にある景福宮・広蔵市場・東大門市場の視察)が実施された。

3日目午前、世宗大学マーケティング研究会とともに韓国のアパレルEC大手であるMUSINSA本社(聖水洞)を訪問し、同コミュニケーション本部チーム長のパク・ユンス氏(当初予定していたグローバル・ビジネス担当トップのブライアン・ホ・チョル氏は急遽海外出張になったため交代)に同社の現状と課題についてレクチャーしていただいた。MUSINSAが、covernatやthisisneverthat、mardi mercrediといった、いま日本をはじめグローバル市場で非常に人気があるブランドのインキュベーターであったことを知り、インキュベーションによって得たデザイン能力をプライベート・ブランドの「MUSINSA STANDARD」に落とし込んでいることを理解することができた。また、近日中の本格的な日本進出に向けて同社がどのような点に注目しているかについてもご教示いただいた。質疑応答では、井上ゼミ生が主導してパク氏に気になる点を聞いていたので、前日に感じた課題を改善しようと努力していることが伺えた。午後は、3年生主体で韓国の歴史・文化を体感するプログラム(江南地区にある江南駅周辺・COEX・蚕室ロッテモールの視察)が実

施された。

