

学生の DX ポテンシャルを引き出す 「プロダクトデザインワークショップ」の有効性

小林 賢也

(受付：2022年8月5日 受理：2022年8月5日)

「ITは専門家が担うもの」という固定観念が日本には根深くあると感じる。ビジネスとITが切り離され、ビジネス側は要件を出して、ITサイドがそれを実装する。グループ内にIT機能子会社を作りながらも、その先は外部のITベンダーやSI企業に丸投げすると言った状況も生み出した。

その態勢は大学教育にも反映され、情報系の大学、学部でITを学んだ学生がITベンダーやSI企業に就職するなど、大学教育の時点でビジネスとITが別路線になっている。小学校でプログラミングを教えることにも意味はあるが、ビジネスや社会とITが結びついてこそ意味がある教育になるはずであり、それが大学教育の場だと考える。

企業で新卒の採用活動をしていると、就職活動初期の文系学生の選択肢にITが入っていないことが多いと感じる。IT業界は、理系や情報系の学生が進む業界だという認識が文系学生にはあり、就職活動を通じて、文系でもIT業界の選択肢があることを知り、将来性のあるITの世界にチャレンジしたいというモチベーションからIT企業に入社する学生が一定程度いる。採用する側としては、チャレンジ意欲はウェルカムであるが、それ以上に、テクノロジーを使ってビジネスを変えたい、社会を変えたいと思う情熱を持った学生を求めている。つまり、ビジネス(社会)かITかの選択ではなく、ビジネスとITをインクルーシブに捉える人材を求めているのだ。

イノベーションには3つの要素(Desirability, Viability, Feasibility)が必要であると言われており、それらを兼ね備えた人材が今後求められるデジタル人材であり、それらのポテンシャルを持った学生を求めている。それがDXポテンシャルだ。キーになる手法はデザイン思考やプロダ

東京海上日動システムズ株式会社

クトデザイン。スタンフォードのd.schoolが有名であり、日本においても東大や慶大・SFCで取り入れていると聞くが、まだまだ一般的ではない。そこで、民間企業のインターンシップにおいて、文系学生を中心に、そのエッセンスを体験させることを考えた。イノベーションの3要素を体験させることにより、デザイン+ビジネス+テクノロジーへの興味を引き出し、自ら学ぶ姿勢を引き出す狙いだ。

東京海上日動システムズにおいて、社内のプロダクトデザインプロフェッショナルが中心になって3日間のワークショッププログラムを作成し、2022年3月にワークショップを開催した。その内容と効果について報告するのである。

ワークショップの目的

ワークショップの目的は以下の4点。

- ① ITのイメージを変える
情報系以外を専攻している学生を対象に、ITの仕事イメージを変えさせること。
ITは、それを専門に学んだ専門家の仕事ではなく、もっと身近な仕事であることを認識してもらうこと。
- ② ITがキャリアの選択肢になるかを確認
プロダクトデザインの実践を通して、情報系以外の学生がITをキャリアの選択肢にするかを確認すること。
- ③ ITやプログラミングを学ぶきっかけになるかを確認
プロダクトデザインの実践を通して、ITやプログラミングのスキルを身につけたいと思うようになるかを確認すること。
- ④ 採用イベントとしての効果検証
1dayインターンシップなどの採用イベントが早期化、活発化する中で、プロダクトデザインワークショップ形

式のインターンシップが全ての学部の学生に対して効果的であるかを確認すること。

ワークショップの概要

東京海上日動システムズのプロダクトデザインプロセスをベースに、デザイン思考、デザイン経営、プロダクトデザインについてのレクチャーを行い、プロダクトデザインプロセスの中から、「顧客マップ（ペルソナ）」「アウトカム定義」「アイデア検討」「ユーザーストーリーマッピング」「プロトタイピング」の5つのプロセスを3日間にわたって体験。

最終成果物として、画面イメージレベルではあるが、アプリケーションのプロトタイプをチーム単位で作成し発表した。

参加学生の属性

全国の学部2年生（2022年3月時点）を対象に募集し28人が参加。性別は男女が概ね半数ずつで、学部はほぼ全員が文系学部で多岐に渡っていた。

効果（アンケート結果）

ワークショップ開始前と終了直後の2回に分けて、2つの視点でワークショップの効果を測るアンケートを実施し、効果を検証した。

①ワークショップ参加を通じてIT業界に対する志向がどのように変わったか

IT業界にある程度興味を持った学生が集まっていたが、ワークショップ終了後には殆どの学生がIT業界を第一志望に考えるようになった。

②プログラミングを学びたいと思うようになったか

殆どの学生がプログラミングの未経験者であったが、ほぼ全員がワークショップ参加を通して、実際に作ってみたい、勉強をしたいと思うようになった。

考察・提言

現在、あらゆる業界において、DXをリードできるデジ

タル人材が不足している。イノベーションを推進するデジタル人材に求められる要素が、イノベーションのスイートスポットで示されるDesirability(デザイン領域)、Viability(ビジネス領域)、Feasibility(テクノロジー領域)だと考えると、そのポテンシャルは情報系や理系の学生だけでなく、文系の学生の中にも埋もれている可能性がある。

プロダクトデザインのプロセスにおいては、まさに、これら3つの要素が求められ、同プロセスを体験することによって、そのポテンシャルに気づき、それを引き出す効果があるとの仮説を立て、今回のワークショップを企画、実行した。

ワークショップ前後のアンケート結果からも考察されるように、それまでITに興味を持っていたものの、文系の学生にとっては異世界だと感じられていたものが、自分が進む道として、より現実感のある仕事だと思えるようになり、今後、求められるデジタル人材に自分になり得ることに気付いたと言える。特に、ほぼ全ての学生がワークショップ終了後に、実際にアプリケーションを開発してみたいと思い、ITを勉強しようと思ったというアンケート結果が極めて興味深い。

就職活動を通じてIT業界を知り、ITを志望する文系の学生も増えているが、文系であってもデジタル人材としてのポテンシャルがあることを、もっと具体的に知ることで、更に多くの学生がITやデジタル分野を目指し、自らITを学習するようになると思う。

また、DXはIT業界やIT部門がリードするものではなく、ビジネス部門とIT部門、ITベンダーが一体となってリードすべきものであり、プロダクトデザインのノウハウは、あらゆる仕事で有用に活用できる手法である。

今回は、1企業の内定インターンシップという形式で、短期間で簡易的なワークショップを開催したが、大学教育の中でも学部横断でデザインのコースを設置することが有効だと考える。東京海上日動システムズにおいては、デジタル人材としてのポテンシャルがある学生を一人でも多く採用すべく、同ワークショップを引き続き開催したいと考えている。