学部発信

個性を伸ばし、生かすために必要な能力が「社会知性」。本学は、幅広い視野と専門性を養う多彩な学びで、「問題解決能力」、「情報処理能力」、「自己表現能力」、「コミュニケーション能力」をはぐくんでいる。このページでは、「社会知性」を実践的に身につけるための6つの学部のオリジナルな学びを紹介しよう。

経済学部

◇経　済　学　科◇

同一科目で複数開講　学生の負担も減らす

経済学科では昨年度にいくつかのカリキュラム改正を行いましたが、その中でも2年次以上の配当科目については、実際に適用されるのは今年度からです。

ここでは、1年次の必修科目で「導入科目」となっている経済原論グループの「経済原論入門」（マルクス経済学）と「現代経済学Ⅰ」・「現代経済学Ⅱ」（近代経済学）に続き、2年次の選択必修科目で「基礎科目」となっている経済原論グループについて紹介します。

これらは、「資本主義の原理」、「資本主義発展の理論」（以上はマルクス経済学）と「ミクロ経済学」、「マクロ経済学」（以上は近代経済学）から成っています。これら4科目のうちから、従来は3科目の単位を取らなければならなかったのですが、改正によって2科目としました。そのことによって、学生の負担を減らすのが目的です。

もちろん、これらの中心的な科目は1週間に1つだけというのではなく、同一科目について複数の開講コマ数を提供しています。最も基礎となる「経済原論入門」（通年）と「現代経済学Ⅰ」（前期）・「現代経済学Ⅱ」（後期）は、それぞれ週6展開です。

さらに、選択必修科目である「導入科目」（後期の「経済思想」・「歴史と経済」・「経済とデータ」）、「基礎科目」や「共通科目」の多くは、2ないし3展開です。

「共通科目」では、「日本経済論」に続いて今年度から「日本経済史」を3展開として学生の受講の便宜を図りました。

（福島　利夫）

◇国　際　経　済　学　科◇

学生支援へ〝目玉講座〟

海外特別研修やNGO活動

「国際経済学科の学生は活動的で面白い」という評判が定着してきたようです。経済学の基本知識と語学力をしっかりと身につけ、留学、国際協力、海外インターンシップなどを目的に、繰り返し海外に出かける学生が着実に増えています。国際貢献を目指したサークル活動も軌道に乗り、今年秋には学生の自主企画で、カンボジアから親を地雷で亡くした孤児らを招待、本学で講演会と交流会を行うことが予定されています。

学科としても目玉となる講座を取りそろえて、意欲的な学生を支援しています。タイ・ラオス、イギリスで引率教員の指導のもとに綿密な現地研修を行う「海外特別研修」、アジア・アフリカ・中南米でのNGO活動に参加する「NGO論」、ネイティブ客員教員による英語での講義（EU経済、アジア経済ほか）などがその一例です。

語学力を磨くには、「国際事情」科目を4年間通して履修することを薦めます。英語以外にも、各国の経済社会をテーマにさまざまな言語を少人数クラスで学ぶことができます。

また、多様な専門性をもった専任教員が展開する地域研究、問題群研究、比較研究のなかから自分の関心に応じた講義科目を選択履修することで、国際経済学の専門性を磨き、就職や進学に役立てることができます。

（狐崎　知己）

▲　昨夏、ジャカルタでのNGO活動で国際協力の在り方を学んだ金子義典さん（3年次）＝左

法学部

法律、政治の現実を理解

インターンシップ科目

官庁や企業で研修

法学部では、4年前から、「社会活動」という、インターンシップ科目がスタートしました。

法学部のほとんどの授業は、教室の中で行われます。そのため、法律や政治が現実の社会の中でどのように機能しているか、なかなか理解しにくいのも事実です。大学卒業後、社会人として働く学生にしてみれば、さまざまな組織が社会の中でどのような機能を果たしているか、また、法学部で学んでいる「法律」と「政治」にはどのような意味があるかを知ることは、教室内での授業と同じように重要です。

「社会活動」では、学生が自分自身を社会の中に置くことで、組織の社会的機能や「法律」・「政治」の意義を発見することが期待されています。

この科目の大きな特徴は、何と言っても、夏休みの2週間程度を利用したインターンシップです。研修先は、官庁・役所や企業、さらには各種の専門職事務所（法律事務所等）です。

そして、研修を実りあるものとするために、前期の授業では、事前学習として、30人ほどの受講者全員で、インターンシップ受け入れ先の担当者などの講演を聞いたり、ビジネスマナーを学んだりします。

また、研修先によって4つのグループに分かれ、それぞれのグループを担当する教員のもとで、企業・業界研究や発表などを行います。これらは、就職活動を始める学生にとって、十分役に立つものだと思いますが、事前学習では、単なる就職の準備にとどまることなく、「社会活動」の所期の目標が達成できるように指導しています。

もっとも、「社会活動」が受講生にとって役立つ科目であるためには、受講生のがんばりが必要です。インターンシップはもちろんのこと、講演会、面談や発表でも、ただ話を聞くだけといった受け身の姿勢では、何も得られないでしょう。2単位の割には、けっこうハードな内容ですが、受講生には、明確な目的意識を持ち、かつ積極的に課題に取り組むことを求めています。

実は、この授業を担当することは、教員にとって、決して楽なものではありません。学生が研修先に提出する書類の添削、研修先の確保・依頼などの連絡のやりとり、講演をしてくださる先生の手配など、けっこう手間暇かかります。また、研修中の学生がトラブルを起こしたり、それに巻き込まれたりすれば、担当教員は研修先へ飛んでいかなければなりません。正直に言えば（少なくとも私の場合は）、自分の専門とする科目を教える方が楽なような気がします。

それでも、教員としてこの科目を担当するのは、研修を終えた学生に会ったときに、彼／彼女らが人間として成長したように感じるからです。研修先での得難い経験は、きっと今後の人生の糧になることでしょう。

（榎　透）

▲　研修先ごとに分かれての事前学習

経営学部

働くためのチカラつける　自ら問題を発見して解決

「将来何になろう?」、そんな漠然とした不安を多くの高校生や大学の1、2年次生が抱えています。日本の高校生にとって、そのことを学ぶ機会が少ないこと、そして「働く」場としての企業の活動については、全く学ぶ機会がないからです。

それでも、ほとんどすべての学生は、3年次生、4年次生になるにつれ、しっかりと物事を考えることができるようになり、卒業後、就職していきます。しかも経営学部の卒業生は、「働く」ことの中心的役割を担う、企業の活動に関する最新知識を身につけているという点で、他の学部の学生に比べてアドバンテージを獲得しています。

経営学部は、2007年度から「働く」という実践的な側面と、そのための強力な武器となる理論を扱う側面の両方を結びつけることを狙って、社会で輝くチカラを育てる新しいカリキュラムをスタートさせました。

それでは、企業はどんなチカラを求めているのでしょうか。経済産業省が行った「社会人基礎力に関する緊急調査」によると、企業は、専門知識を持ちながら、主体的に問題を発見し、創造力をもって問題解決へ向けて提案・実行していくチカラを求めていることがわかりました。でもそのチカラを普通の大学生は持ち合わせていません。

経営学部のカリキュラムはまさに、社会が求めているチカラを育てます。まず、最新の専門知識。単に知識を身につけるというのではなく、そこに一工夫加えました。その名も「テーマ制」。世界屈指の多様な専門科目が10に分類されています。学生は、このうち2つを選択するのです。

組み合わせは全部で45通り。たくさんの組み合わせの中から選択する行為は、必然的に自分の将来を考える機会となります。自分が考えて選んだ2つのテーマはまさに自分だけの専門。その思いを就職活動でぶつけてみてください。面接官は必ず興味をもってくれます。

この専門知識をベースとしながら、実践するためのスキルを修得し、実践する場となるのが、選択必修となっている少人数クラスの演習科目です。一人ひとりの顔が見え、一人ひとりの個性に合わせて学べます。だから、「自分でもできる」と実感がわくのです。

ビジネスの世界には正解はありません。演習科目で展開される教員や友人との議論の中から、チームワークを学び、問題を発見し、自ら問題解決に向けた提案を行います。これこそが、現在企業が求めているチカラを培う場です。

理論と実践の融合。このことを大学生が高校生に教える場があります。今年で3回目を迎えた、「高校生のための経営学実践講座」**＝写真・4面に関連記事**。ここでは、大学生が高校生の提案を手助けしています。しかもその提案は、実際の企業に向けたものです。

このような一貫した取り組みにより、誰でも4年後には見違えるような自分を発見できるのです。

（馬場　杉夫）

オープンキャンパスで

模　擬　裁　判

7月20日の神田でのオープンキャンパスで、学生スタッフ企画の「模擬裁判」が法廷教室で行われた。参加者たちは日ごろ目にしたことのない裁判風景に興味を示していた。

商学部

コンビニなどを教材に

実践的なビジネス教育

商学部では、より実践的な視点から身近なビジネス現象について学んでいきます。コンビニ、ファミレス、ファストフードなど、身近なビジネスを教材としながら会計やマーケティングについて学んでいくことができます。

商学部の歴史は、1905年（明治38年）に創設された「商科」までさかのぼることができます。つまり、100年以上にわたって商業に関する教育と研究を行ってきた全国でも有数の「老舗」なのです。これまでに5万人以上の卒業生を輩出し、日本の経済社会の発展に貢献してきました。商学部は、こうした長い歴史に根ざしながら、時代の変化を柔軟に受け止め、最先端の教育・研究体制を維持し続けています。

商学部には「会計学科」と「マーケティング学科」があります。会計学科には「会計プロフェッショナル」、「財務会計」、「管理会計」、「財務情報分析」の4つの履修モデルがあり、将来の自分の進路にあわせた学習ができるようになっています。公認会計士や税理士を目指す人は会計プロフェッショナル、企業の経理や財務部門を希望する人は財務会計の各モデルを履修することができます。会計学の知識を活用して企業の製造部門や経営管理部門などで活躍したい人は管理会計、シンクタンクやコンサルティング部門で活躍したい人は財務情報分析の各モデルを履修することができます。

マーケティング学科には、「マーケティング」、「ファイナンス」、「グローバルビジネス」、「ビジネスインテリジェンス」の4コースがあります。広告やプロモーション、消費者行動、流通業などについて学びたい人はマーケティング、金融・証券・保険といった金融業界について学びたい人はファイナンス、企業経営や貿易などを学びたい人はグローバルビジネス、あらゆるビジネスのベースとなっている経済学や情報科学を学びたい人はビジネスインテリジェンスと、各コースを選択することができます。

これらの多様な履修モデルとコースは、72人の教員によって展開されています。商学部は、会計とマーケティングの分野では日本で最も豊富な教員数を有しており、教育・研究のレベルも国内有数の高さを誇っています。それによって、学生たちは会計とマーケティングに関して広範かつ質の高い知識を身につけることができるのです。

その成果として、公認会計士試験に現役で合格した学生たちや、企業との連携プログラムでさまざまな賞を獲得する学生たちがいます。実践的なビジネス教育を通して自らを成長させるチャンスが商学部にはあふれているのです。

（神原　理）

▲　板橋区の商店街活性化に協力してプレゼンテーション

文学部

少人数教育で英語力向上

社会に開かれた講座・セミナーも

文学部はこれまで教育理念として「少人数によるきめ細やかな指導」と「社会への知の発信」、すなわち社会知性」を打ち出してきた。今回はその文学部の一員である英語英米文学科の取り組みを紹介してみたい。

まず、「少人数によるきめ細やかな指導」に関しては、現在英語英米文学科では入学直後に実施されるTOEIC®により1年次では習熟度別にクラスを編成し、学生のニーズに応じた英語力向上のための指導を行っている。

1年次の「オーラル・コミュニケーション」と「コンポジション」は約20人編成による小規模クラスで授業が行われ、英語によるスピーキング及びライティング力の向上を目指している。

「リーディング」の授業では精読、速読、及び多読などのさまざまな形態を実践し、「リスニング」においては最新の機器を取り入れたLL教室を活用した指導を試みている。

2年次では、1年次で養った基礎的な英語力を基盤として日本語と英語の接点を模索する「翻訳入門」及び「通訳入門」といった発展的な科目が用意されている。また、英語の発音やイントネーション及びリズムを徹底的に訓練する「プロナンシエーション」の授業も開かれている。

3年次から各学生はゼミナールに所属することになるが、各ゼミナールは原則15人から20人までの規模で編成されている。こうした小規模編成により、3年次ではゼミ生同士お互いに協力しながら研究や発表の基礎を学び、その上で4年次では卒業研究に取り組むことになる。英語英米文学科では、各学生の創造性を引き出すために、卒業研究としては論文形式だけではなく、プレゼンテーション、通訳コンテスト、ホームページ作成など多彩な発表形式が用意されている。

「社会への知の発信」については、毎年7月に英語英米文学科が主催する「高校生のための英語学習法」と題する講座が開催されているが、今年度の受講希望者は約120人にも達した。本年は、4人の講師がそれぞれの専門を生かして、「英会話の豆知識」、「英語の発音とリズム―よりよい発音とリスニングのために―」、「英語という言語の料理の仕方」、「英語ライティングのコツってなんだろう?」というテーマのもとに、英語力の向上を目指したさまざまな学習法を高校生に紹介した。

さらに、文学部の他学科、他専攻との共同プロジェクトとして「高校教員対象研修プログラム」も例年7、8月に実施している。今年度は国語、英語、現代社会、世界史、日本史、倫理、地理の全7教科についての研修が行われ、神奈川県内外から約130人近くの先生方からの受講希望があった。

「知は社会と共にある」という立場から、専修大学文学部は今後もさまざまな公開講座やセミナーを開催していく予定であり、近隣地域とのさらなる連携を深めていくことを願っている。

（上村　妙子）

▲　「高校生のための英語学習法」で講義するボレッタ，ウィリアムL.教授

ネットワーク情報学部

実社会と密接に結んだ「学びの場」がいっぱい

今年も7月中旬の猛暑の最中、登戸小学校の教室に大学生70人、小学生140人が集った。2006年から3年間続いている小学校との連携授業である。

ネットワーク情報学部の授業「コンテンツデザイン基礎演習」では、地元の小学校と連携して小学校・理科の教材を制作するという課題を行っている。

大学生にとっては、ターゲット・ユーザーにふさわしいコンテンツ制作の方法を学び、本物のユーザーの声を聞く貴重な機会である。08年度は5年生・理科「天気とその変化」の教材制作に挑戦した。当日は、制作した教材を小学校の教室に持ち込んで授業を行った。星図盤からヒントを得て作られた自然現象から天気を予想する天気盤、校内の気温を調査して楽しく継続的にその変化を記録できるコンテンツなど、ユニークな教材を活用しての学びの場となった。

実際の小学生が自分たちの制作したコンテンツに興味深そうに見入る姿を目の当たりにし、思いも寄らぬ素朴な疑問を投げ掛けられることで、学生たちはコンテンツを制作することの楽しさと難しさを学ぶことができたはずである**＝写真・10面に関連記事**。

ネットワーク情報学部では、この演習に限らず、多くの演習で企業や自治体などの外部諸機関との連携を授業に取り入れている。例えば、「ネットワークシステム総合演習」では、産学協同演習が組まれており、企業のスタッフと協同して（あるいは共同で）災害時に救助活動を行うロボットの実験機を開発している。

また「情報戦略総合演習」では、川崎市の「しんゆり芸術のまち」PR委員会と連携して新百合ケ丘の街づくりに資する調査や情報分析を行っている。

講義でもプロフェッショナルの現場と連携を進めており、「コンテンツマネジメント1」では、日本有数のアニメーション制作会社である株式会社プロダクション・アイジーの制作スタッフに参加していただき、学生の企画を現場のプロの視点から講評してもらい、実際のビジネスの厳しさと面白さを体験することも行っている。

いずれの取り組みも大学の教室という枠にとどまらない、実社会と密接に結びついた学びの場をつくることを目指して実践されているものである。

ネットワーク情報学部の授業では、自分たちの取り組みが実社会において活用され、評価されることがたくさん取り入れられており、学生のモチベーションを高めるきっかけとなっているのである。実社会とのネットワークを生かした実践的な学びの場がここにはある。

（栗芝　正臣）

緑地帯

決め事

夏休み真っ最中、北海道の湖あたりで涼みたい。洞爺湖サミットでは地球温暖化などの重大問題が議論されたが、温室効果ガスの排出削減義務などを定めた京都議定書から約10年経つ。この議定書という言葉、英語ではプロトコルといい、古くからの外交用語である。一方、いまや必要不可欠となったインターネットでは、コンピュータやケータイは、決められた形式と手順でコミュニケーションを行う。この決め事のこともプロトコルという。いずれも我々に深くかかわっている。

さて後期授業が始まる9月になると、今年度もあと半分しかないと思うかもしれない。しかし、チョット待ってほしい。今年度は「まだ」半分あるのである。あと××しかないととらえるか、まだ××あるととらえるか、には大きな違いがある。まだ半分あるのだから、前期にサボってしまった諸君は、トータルで挽回すればよいし、頑張った諸君は、更に自己のパワーアップに努めればよい。どう取り組めば、長い目でみて自分にとってプラスになるかを考えたい。

人の進歩や成長は、感動に始まる。夏休みは、まだ半分あるのだから、感動の体験をぜひとも持とう。まだ訪れたことがない手近な街や自然での発見、読書や芸術鑑賞での驚嘆など。生田キャンパスの隣には岡本太郎美術館もある。そして自分の目標をブラッシュアップし、あるいは新たに設定し、それを実現することを自分自身との決め事とし、まだ半年ある後期授業に臨むことを期待する。

（学生部）