中央大学父母連絡会

Kusa no Midori

巻頭特集

1 秋卒業式

2 FOCUS！ 理工学部

草のみどり

11

2020 November

Vol.322

2020年11月

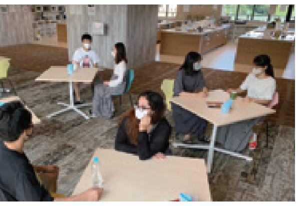
Chuo University Parents Liaison Association

Kusa no Midori
草のみどり 11 2020 November Vol.322 2020年11月

CONTENTS

特集 Special feature

02 秋卒業式開催
04 FOCUS! 理工学部



巻頭のことば
商学部教授／石坂 元一

10 学部情報❶
法学部／やる気応援奨学金Report
法学部国際企業関係法学科3年／柳井 千佳
法学部だより
法学部事務室／小野沢 正悟

12 学部情報❷
経済学部／経済学部から世界をひらく
経済学部経済情報システム学科3年／村瀬 孔見
経済学部だより
経済学部事務室／佐藤 翼

14 学部情報❸
商学部／私の商学部LIFE2020
商学部商業・貿易学科4年／河野 翔吾
商学部だより
商学部事務室／鈴木 勝利

16 学部情報❹
理工学部／理工の最先端研究に迫る！
理工学研究科応用化学専攻
博士課程前期課程2年／遠藤 直弥
理工学部だより
都心キャンパス庶務課／五島 功二

18 学部情報❺
文学部／文学部生のリアルな！学生生活
文学部人文社会学科社会情報学専攻3年／
渡邉 葉瑠加
文学部だより
文学部事務室／伊藤 伸之輔

20 学部情報❻
総合政策学部／プロジェクト奨学生の眼
総合政策学部国際政策文化学科4年／千葉 稜弥
総合政策学部准教授／中村 周史
総合政策学部だより
総合政策学部国際政策文化学科4年／山田 咲織

22 学部情報❼
国際経営学部／世界を動かす人になろう
国際経営学部国際経営学科2年／宮本 郁実
国際経営学部だより
国際経営学部教授／飯田 朝子

24 学部情報❽
国際情報学部／テクノロジーと法の未来へ
国際情報学部国際情報学科2年／北村 萌絵
国際情報学部だより
国際情報学部准教授／吉田 雅裕

26 わたしたちのゼミへようこそ
商学部経営学科4年／須藤 隆文
商学部金融学科4年／鈴木 朋宏
商学部教授／斎藤 正武

28 まるちあんぐる
文学部准教授／冨塚 昌輝

30 GO GLOBAL 中央から世界へ。
国際センターNEWS
理工学生の国際活動報告
理工学研究科都市人間環境学専攻
博士課程前期課程1年／小宮山 蓮

32 キャリアインフォメーション

36 Messages from OB/OG
国土交通省水管理・国土保全局河川環境課
河川保全企画室／矢本 貴俊

38 中スポPLUS
卓球部

41 学友会 文化系サークル紹介

42 ボランティア通信
法学部法律学科4年／門澤 龍世

44 Say No to Harassment

46 学生部掲示板

48 白門祭・大学祭奮闘記

49 CAMPUS NEWS

52 FUBOREN NEWS
父母連絡会事務局・その他支部からのお知らせ

オススメ書籍紹介

草のみどり
2020年11月号（通巻第322号）
2020年11月1日発行

発行：中央大学父母連絡会
編集：『草のみどり』編集委員会
印刷：ライオン企画株式会社

［本誌に関するお問い合わせ］
〒192-0393
東京都八王子市東中野742-1
中央大学父母連絡会事務局
☎ 042-674-2161

表紙のイラスト：後楽園キャンパスにて

GLOMAC
Global Management of Chuo University

Be Ahead of the World
世界を動かす人になろう
vol.04

「形式知」、「暗黙知」そして「実践知」へ

宮本 郁実（みやもと いくみ）
国際経営学部国際経営学科２年
私立関東学院六浦高校（神奈川県）出身

英語での講義に挑む

２０１９年の春、私は国際経営学部国際経営学科の第1期生として入学しました。国際経営学部の授業は全体の7割が英語で開講されており、入学当初は英語での講義にかなり苦戦しました。私はこれまで単に英語を「学習科目」としてしか触れておらず、学んできた英語と実際に使われる英語とのギャップに困惑し、授業についていくのに精一杯でした。しかし、学部からのさまざまなサポートによって、つらく悩んでいた時期を乗り越えることができました。国際経営学部には「アカデミックサポートセンター」という施設があり、教員が常駐しているため、授業でわからなかったことや英語に関しての悩みを相談することができます。さらに、この施設は自習室の真横にあるため、勉強中に気軽に足を運ぶこともできます。

企業訪問で実践知に踏み出す

1年次の後期には、国際経営学部の独自企画である企業訪問で、経済産業省（METI）、野村證券、国際協力機構（JICA）を訪問しました。この企業訪問を通して、現場で働く方の生の声やその様子を知ることができ、今後のキャリア形成を意識するようになりました。

野村證券トレーディングフロアと「歓迎」のパネル

学部生専用の交流スペース「アカデミックターミナル」にて

普段の授業では、主に経済や経営の仕組みについて学ぶことが多いため、一つの企業を詳しく調べたり、実際の働く様子を見たりする機会はなかなかありません。しかし、この企業訪問では、事前に訪問先の企業について念入りに調べ、その内容を仲間と共有し、訪問を通して何について学びたいのかを明確にしてから企業訪問に臨みます。そして訪問当日は、たとえば野村證券では株式のトレーディングフロアを見学させていただくなど、現場の最前線を見ることができました。また、そこで働いていらっしゃる方から具体的な事業内容や世界経済についてなど、さまざまなお話を聞かせていただきました。最後には質疑応答の時間を設けてくださり、事前学習の際にあがった質問を直接聞くことができました。

こうした企業訪問を行う前は、将来のキャリア形成について私はあまり深く考えたことがなく、漠然としていました。しかし、直接企業に伺って話を聞くという経験を通して、自分は将来何をしたいのか、どんな人間になりたいのかを考えるとても良い機会になりました。

また、事前学習で知識として学んだうえで実際の現場を見ることで、国際経営学部の特徴的な学びである「形式知」からの「暗黙知」を得ることができ、将来的な実践力、つまり「実践知」を得るための一歩になったのではないかと思います。そして今年度は、2年生の有志で構成する企業訪問企画の運営団体Company Visit Supporter (CVS)の一員として活動することで、さらな

る実践力の強化を図りたいと考えています。

学外活動で学んだローカルな視点

私は、学外では他大学の講師の方々や学生とともに東北地方の復興支援活動をしており、これによって地域社会への関心が高まりました。この活動では、東日本大震災の被災者の孤立防止に向けたつながりづくりと震災の風化の防止を目的に、高齢者向けの施設や復興住宅を訪問して、ともにレクリエーションや会話を楽しむという活動をしています。

現地では、震災時に避難した方々のうち、若い世代の多くは避難先に残ってしまい、帰村するほとんどは高齢者であるため、深刻な高齢化が進み、高齢者が孤立してしまうという第二の被害が起きています。この問題を解消するには、地域内の交流を増やし、地域住民全員でともに生活しているという意識を持つことが重要です。そのきっかけづくりとして、私たちはこのような活動をしています。

東北地方の方々との交流

普段、学部で学んでいる経済学や経営学などの視点から一歩離れて、現場に寄り添った活動を行うことで、地域社会というローカルな視点を意識するようになり、この視点を持つことは今後の学習においても大切なことだと感じました。

新たに始まるゼミへの期待

今後の大学生活では、女性の社会的支援について学んでいきたいと考えています。私は高校生のころから女性の権利問題について関心があり、それを大学での学びで深めたいとかねてから考えていました。

当初は単に人権問題について学ぼうとしか考えていませんでしたが、国際経営学部の学生となった今、「学部の専門科目である経済経営系の視点から人権問題という社会学的問題を考えてみるのもおもしろいのではないか」と考えるようになりました。2年次の後期から始まるゼミ「専門演習Ⅰ」の研究や、その他関連科目の講義で、この関心を深めていきたいと考えています。

最後になりましたが、このような充実した学びや経験ができるよう、日ごろからそばで支えてくださっているご父母の皆さま、常に私たち学生の声に耳を傾け、学習環境を整えてくださる国際経営学部の先生方、職員の方、関係者の方々に心から感謝申し上げます。

From the Faculty of Global Management

国際経営学部だより @

新学部のブランディング

国際経営学部教授
飯田（いいだ） 朝子（あさこ）

新しい学部を創設する際、大切になるのがブランディングです。受験生に「進学したい」と思ってもらい、入学後も「ここで学んでよかった」と誇りに思ってもらうためのアイコンを考える必要があります。

“Be Ahead of the World 世界を動かす人になろう”—これは、国際経営学部のスローガン。私は、言語学を基礎にキャッチコピーとネーミングを研究しており、これらは本学部の開設準備期間中に提案させてもらったものです。卒業後は、先進性を持った世界のリーダーになってほしい、そんな願いを込めて「Ahead」の語は「A head（先導・知力）」とのダブル・ミーニングにしてあります。

また、国際経営学部は長い名称であるため、親しめる愛称をつけるというネーミング戦略も練りました。会議では、欧米の大学にあるような3文字の略称にする案や、globalやmanagementなどを軸にしたワーディングやアナグラムを100案近く検討し、現在の「GLOMAC」に落ち着きました。これはGlobal Management of Chuo Universityからの造語で、「グロマック」と言いやすいこと、maximizeされた人材を育成する意味も含んでいます。

中央大学では、法学部が紫、経済学部が青、商学部が緑といったように、それぞれの学部がテーマカラーを持っています。7番目に誕生する国際経営学部は、他学部と調和しながら新たな息吹を感じさせるカラーにしようと検討し、紺色に決定。—紺は地味な色かもしれませんが、色相のなかで冷静さを表し、深い海や夜明け前の空、果てしなく広がる宇宙といったあらゆる可能性を想起させる色です。

これらのブランディングにおけるスローガン、愛称、色に象徴されるように、本学部で学ぶ学生たちが、世界に向けて中央大学の学びを糧に活躍してくれる日が来ることを願っています。