

明治大学の教育

PROFILE



横田 貴之
YOKOTA Takayuki

情報コミュニケーション学部教授・一般教育主任
専門：中東地域研究、比較政治学

1971年 京都府生まれ
1995年 早稲田大学政治経済学部卒業
2005年 京都大学アジア・アフリカ地域研究研究科修士 博士(地域研究)
同年 (財)日本国際問題研究所研究員
2010年 日本大学国際関係学部准教授
2016年 明治大学情報コミュニケーション学部准教授
2023年 情報コミュニケーション学部教授

主な著書・論文

『現代エジプトにおけるイスラームと大衆運動』(ナカニシヤ出版・2006年)
『原理主義の潮流—ムスリム同胞団』(山川出版社・2009年)
『Covid-19 and Risk Society across the MENA Region: Assessing Governance, Democracy, and Inequality』(共著・I.B. Tauris・2023年)
『エジプト』(編著・ミネルヴァ書房・2023年)

所属学会

日本中東学会、日本オリエント学会、日本イスラム協会、日本国際政治学会、日本比較政治学会、国際安全保障学会、Mediterranean Studies Association(地中海学会)

「情報」を含むキャリア教育の新たな形態を学生へ示すという喫緊の課題に直面したのです。

情報コミュニケーション学部のキャリア教育

この課題に対して、情報コミュニケーション学部では学生のキャリア形成支援を持続可能かつ実効的なものとすることを目指し、「授業の中での就業体験」をコンセプトに授業内容を大きく改革しました。その際、当学部と同じ名称を持つTOPPAN(当時は凸版印刷)株式会社情報コミュニケーション事業本部へ協力を要請し、実践的かつ主体的なキャリア教育を新たに2022年度から実施することで合意しました。

情報コミュニケーション学部は、カリキュラム・ポリシー(教育課程編成・実施方針)の柱の一つとして、「情報社会における問題発見・解決」を掲げています。TOPPAN株式会社の情報コミュニケーション事業本部は、「情報の価値を高める」「情報を効果的に届ける」「ソリューションを提供する事業分野を手掛けてい

**情報コミュニケーション学部が目指す
新たなキャリア教育—授業の中での就業体験
TOPPAN株式会社「情報コミュニケーション」事業本部協力
による授業を通じて**

キャリア教育の現在

インターシップと聞いて、皆さんは何を想像しますか? 10年くらい前に社会人になった方の中には、学生時代に半年ほど企業で就業体験をしたことがあるという方がいるかもしれません。かつては、学生が関心のある企業で一定期間の仕事を経験するというインターシップが主流でした。しかし、インターシップを取り巻く状況は大きく変わっています。近年、インターシップは企業の採用選考の一環として行われるようになり、就職活動を開始する時期となる学部3年生がインターシップに参加することが一般的になりました。インターシップの期間も短縮化が進み、1日間あるいは午前や午後のみというインターシップも

見られます。一方で、採用選考を前提とせずに一定期間、真に就業体験をするための場としてのインターシップは減少傾向にあります。

情報コミュニケーション学部では、2021年度まで、一定期間の就業体験を行い、一定の要件を満たした学生に対して、授業科目「インターシップ」として単位認定をしてきました。授業履修生は、自身でインターシップ先を開拓するか、大学の就職キャリア支援センターの仲介を通じて、1週間ほどの就業体験を行っていたのです。しかし、採用活動の変化に伴うインターシップの変容、コロナ禍による企業側の受け入れ中断・縮小などによって、学外での就業体験機会を学生へ提供することが困難となり、履修者数も激減しました。「インター

ます。「情報」は双方が目指すカリキュラム・事業の支柱です。両者の協力による授業を通じた、「情報」を巡る新たな知の発見や視座の獲得を目指し、産学連携型授業として「インターシップ」を改編しました。

当学部では、学生が将来のキャリアアップについて主体的に体験・熟考する機会の提供を目的に、キャリアデザイン科目群を設けています。この科目群では、1年次の「キャリアデザイン」、2年次の「インターシップ入門」を経て、3年次に当該科目「インターシップ」が置かれています。段階的履修によって、カリキュラム・ポリシーが標榜するキャリア教育について学生が十分に理解できるよう設計されています。これは、当学部のディプロマ・ポリシー(学位授与方針)が掲げる人材育成をキャリア形成の側面から支援する目的があります。TOPPAN株式会社との連携の結果、当学部の「インターシップ」は一層充実したものとなり、キャリア教育の質的向

上も達成できたと自負しています。

「インターシップ」の授業概要

情報コミュニケーション学部における「インターシップ」のコンセプトは、



ワーク中の学生



全授業を終え総評を語る講師

TOPPAN株式会社との産学連携型授業という新しいキャリア教育は、授業受講生のキャリア形成支援に大きく貢献しています。

その証左は、毎回の授業風景に見いだすことができますが、最も印象に残っているのはやはり最終回のグループ発表です。2023年度は、それまでの授業で学んだことの集大成として、「CMデザイン（ブランドプロモーション企画）」を経験するという実践的なグループワークが行われました。これは、架空のエナジー

「授業の中での就業体験」です。学生が企業に向いて一定期間就業体験をする授業形態が困難となった現在、学生のキャリア形成支援を持続可能かつ実効的なものとするために、大きな発想の転換を行いました。

それは、TOPPAN株式会社社員の方を講師としてお招きし、明治大学の教室で毎回授業を行うという新たな形態です。この授業テーマは「マーケティングDX（デジタルトランスフォーメーション）」であり、学生は最前線の現場で活躍するTOPPAN株式会社社員による最新の講義を受講します。また、単なる座学で終わらないために、学生が主体的に問題解決型のワークに取り組むことで、TOPPAN株式会社社内での実務に即した実践的な就業体験を授業内で可能としています。なお、この授業は学期前半のF1期間（9月20日～11月14日）の水曜1・2限に計7日間（計14回）実施され、2022年度は38人、2023年度は50人が履修しました。

各回の授業テーマは講師の専門に応じた内容となっており、段階的にマーケ

ドリンクの日本初上陸に際して、Z世代へ受け入れられるための認知獲得・販売促進プロモーションと継続購買へ向けた施策を提案するというものでした。各グループが授業内で学んだメソッドや分析方法を駆使して、魅力的かつ訴求力のある提案を行っていました。授業初回時にはマーケティングもDXもほとんど知らないという学生も多かったのですが着実に成長し、TOPPAN株式会社社員の皆さまによる熱意ある講義によってマーケティングに関する最新の知見を習得するだけでなく、グループワーク等を通じて主体的かつ実践的な就業体験を積みこもってきたと考えています。

授業を終えた学生からは、「通常のインターンでは学べないような細かいノウハウや、プロの方々が大切にされている視点や考えを実践的に学ぶことができ、毎回の授業がとても楽しかったです」「講義を通してマーケティングに触れる中で、結局はデータの向こう側にいる『人』を重視して仕事をされているということが感じられた」といった声がありました。就業体験はキャリア教育であり、こうした

★CXデザインワークショップ発表用シート【コンセプト】



学生発表資料スライドの一部

ティングDXに関する基本的な知識を得ることができる構成になっています。紙幅の都合上、詳細に紹介することはできませんが次のような授業構成です。1日目に「マーケティングDX」の概論と「顧客中



毎回の発表に対し手厚いフィードバックを行う講師と聞き入る学生

変化や気付きを生み出すことが、真にキャリア支援と言えるのではないだろうか。こうした声をさらに生み出すべく、学生により良いキャリア教育を提供できるよう努める所存です。

心デザイン・顧客体験」に関する講義を受けます。2～5日目にマーケティングの根幹をなす「集客」、「獲得（ユーザーインターフェイス/UX・ユーザーエクスペリエンス）」、「育成（CRM：顧客関係管理）」、「デジタルテクノロジー」に関する講義を各回で受け、グループワーク・発表を行います。講師からのフィードバックをもらいます。授業の最終成果としては、総合提案作成ワークが課されています。6日目の準備を踏まえて、7日目にグループ単位での発表を行い、複数名のTOPPAN株式会社社員による講評・総括を受けます。

「インターシップ」の授業風景と学生の声

当学部は、就職活動を開始する学部3年生の時期にこそ、自身を見つめ直し、今後の生き方や働き方を考えるために、採用選考を前提としない就業体験の場が重要だと考えています。また、教室内での単なる座学ではなく実践的・具体的な就業体験によって、学生が自らの力で就業観を育成できるよう努めています。

※今後授業内容等変更となる場合があります