

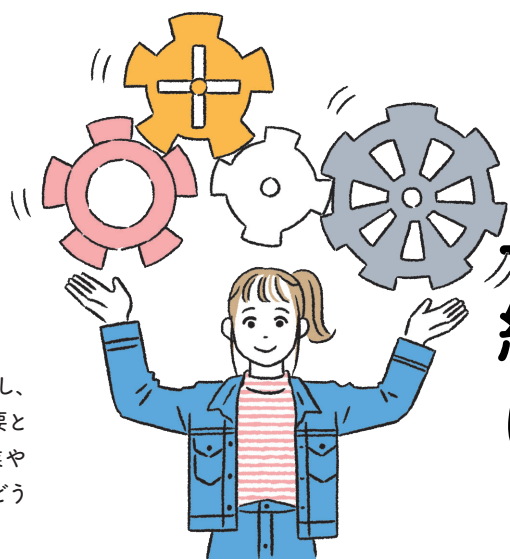


# 経済学

## 01 Economics

現代社会を動かす  
経済のしくみを学ぶ

私たちは、日常的にモノやサービスを購入し、消費しています。こうした経済行動には、需要と供給のバランスがあります。市場における企業や個人の動きを明らかにして経済を読み解き、どうしたら社会がより良くなるかを考えます。



4つの領域を  
一緒にまなぶ

## 03 Sociology

# 社会学

社会の成り立ちを知り  
社会現象を解明する

例えば、情報のグローバル化やデジタル化は、私たちにどのような影響があるのでしょうか？  
こうした問いに、データや資料、実践的な社会調査から分析を行い、多様な価値観で作られる社会のしくみと人間をテーマに社会現象を解き明かします。



人々を結びつけるSNSや人間の判断をサポートするAIなど、インターネット上のさまざまなサービスにアクセスしやすくなりました。同時に、私たちの生活、社会や企業のあり方が大きく変わってきています。

## 社会生活情報学専攻って？

この専攻では、これからの情報社会に求められる人材に必要な、「経済学」「経営学」「社会学」「メディア学」について横断的に学びます。さっそくその領域の違いを見てみましょう。



## 02 Business Administration

よりよい経営組織の  
あり方と戦略を学ぶ

企業が、消費者が求めるような新たな商品や価値あるサービスを生み出すためにはどんなことが必要でしょうか？ 企業が成長するための経営戦略、効果的に意思決定ができる組織のあり方、商品開発・販売戦略を扱うマーケティングなどを学びます。



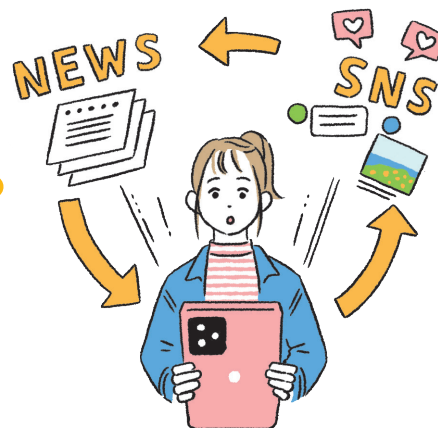
# 経営学



## 04 Media Studies

情報社会における  
メディアの影響力をひも解く

日々、私たちが目にしていくニュースはどこから入ってくるのでしょうか？ 新聞・雑誌・テレビなどのマスメディアのほか、個人が情報発信できるSNSの社会的影響力が大きくなっています。メディアの特性を捉え、適切な利用方法と知識を身につけます。



# メディア学



## やってみよう!

ものごとを多角的にとらえるってどういうこと!? 私たちの生活に身近なテーマを例に、4つの視点から見てみましょう。



# Q1

例えば……

音楽配信、映像やドラマの見放題など、定期的に利用できる「サブスクリプション」によって、私たちの生活はどう変わった?



### 経済学的な視点

#### サブスクは曲の価値を低下させる?

サブスクリプション(以下サブスク)で音楽を聴く場合、1曲1曲に支払う必要がなく、新しい曲を聴くために追加費用を必要としません。この場合、気軽に曲を聴くことができますが、それは曲に対するありがたみを低下させるかもしれません。

#### 例えば

焼き肉などの食べ放題でついつい食べ過ぎた経験はありませんか? 食べ放題では食べないと損といった感じで過剰に消費してしまいます。サブスクも同じで、必要以上に消費してしまう恐れも。行動経済学を学べば、このような過剰消費を経済学と心理学の観点から解明することができます。

### 経営学的な視点

#### 継続的な取引がコストを低下させる?

企業と消費者の間の取引という視点からサブスクを考えてみましょう。これまでは消費者が毎回どの商品を購入するかを選択し、企業と売買取引を行っていました。企業が新しい顧客を獲得するには既存の顧客の5倍のコストがかかると言われていました。サブスクによる継続的な取引に変化することで、結果的にコストを下げているとも言えます。

#### 例えば

サブスクを一度契約してしまつと、契約を解除することが面倒になることがありますか? 企業としてはできるだけ長い間契約を続けてほしいので、解約を敢えて面倒にしているという側面も。



### 社会学的な視点

#### 社会階層にある趣味の壁を取り払う、サブスク

サブスクは、映画や音楽などコンテンツの大量生産を可能にし、消費者の低価格での利用を実現させています。そのことで、社会階層別に存在していた趣味のクラス分けが曖昧に。ただし、一方的に値上げをされるとコミュニティから外れる可能性も。

#### 例えば

ヨットや乗馬など、設備、装備、環境など条件が限られる趣味は、社会階層が同じコミュニティ内で話題を共有できるものでした。サブスクにより低価格で簡単に映画鑑賞や連続ドラマ視聴が可能になり、さまざまな社会階層の人たちが話題を共有できるように。

### メディア学的な視点

#### メディアの選択肢が少なかった頃にあった常識が変化

映像や音楽などのコンテンツが大量にあるため、消費者はインターネット上のアーカイブにより、過去の作品に触れやすくなりました。それにより、新作だけでなく、関連性のある作品に触れ、深く探っていくなど趣味の差異化が進んでいます。

#### 例えば

公共放送などテレビ視聴の選択肢が少なかった頃は、そこから受け取った情報が共通認識となり常識とされできました。現在では大量のコンテンツ配信により、視聴の選択肢が細分化されたため、メディアによる一般常識が形成されにくくなったといえます。

# Q2

例えば……

「女性の社会進出」  
によって社会や  
私たちの生活に  
どんな変化がある？



## 経済学的な視点

### 男性中心だった職場に 女性の変化をもたらす!

最近では電車内で女性の運転士や車掌を見かけることも珍しくなくなりました。多様な人々が乗車する電車に、男性だけでなく女性の運転士や車掌がいることで、より多くの顧客に対してフィットするサービスが期待できます。

このように女性の社会進出は消費者と企業の双方に変化をもたらしています。

例えば

女性が男性中心の職場に進出する過渡期には、例えば、トイレや更衣室などが不足していたり、育児や介護などへの支援策が不十分だったり、さまざまな問題が生じます。その解決は当事者たちの交渉だけでは難しいため、政府による法整備などの介入が必要です。そのためにも、私たちは問題の把握と理想とする社会についての議論を深める必要があります。

## 経営学的な視点

### 女性の社会進出が 新しい製品を生み出す?

2000年以降、女性の労働時間が増えたことで時短を意識した家電が生まれました。高度経済成長期には「白黒テレビ・洗濯機・冷蔵庫」が三種の神器とされていましたが、今の「新三種の神器」は「ドラム式洗濯機・食洗機・ロボット掃除機」だと言われています。

時代の変化とともに必要とされる家電が変わり、女性の社会進出により新たなニーズが発生したと言えます。

例えば

主な家事の担い手であった女性が、在宅時間が減ったことで、家にいなくても家事ができる家電の開発が進んだとも言えます。企業の立場になってみると、「家にいなくても家事を終わらせたい」という消費者のニーズを汲み取り、新製品開発を進めるビジネスチャンスにつながったとも言えます。

## 社会学的な視点

### これまでの当たり前を変えて 女性の社会進出を実現!

男性中心の社会では、女性の役割は補助的なものに制限される傾向にあります。そしてそのような役割を当たり前と考える社会構造があります。そのような社会的な性差のことをジェンダーと呼ばれます。

例えば、日本の企業での女性管理職の割合は他国と比較して非常に低いですが、その背景にはジェンダーの問題が潜んでいます。女性が主要な役割を担う社会の実現のためにはジェンダー問題への理解が欠かせません。

例えば

女性の社会進出が進むと、それまでの会社や家庭での女性の役割に疑問が生じます。例えば、一昔前は当たり前だった女性社員によるお茶くみなどの業務や、家事や育児の役割において「なぜ女性だけが？」など。このような疑問は女性の社会進出を阻むさまざまな障害を浮き彫りにします。

## メディア学的な視点

### 私たちのキャリアを メディアから考える

皆さんはどんなキャリアを歩みたいですか。将来の自分を想像するとき、家族や知人だけでなく、著名人やドラマの主人公を参考にされるかもしれません。こうしたロールモデルは、テレビやSNSの中で作られます。

メディア論を学ぶことで、私たちがどんなメディアから影響を受けているか、そこでどんなイメージが描かれているかを分析的に理解できるようになります。

例えば

最近のドラマでは、弁護士や医師といった専門職に就くヒロインをよく目にします。しかし、家事育児の担い手としての母親や男性の補助をする役割の女性が主人公のドラマが人気だった時期もありました。メディアに描かれるイメージは社会を映す鏡であるとともに、制作者の意図や視聴者の反応が組み合わせられた産物でもあります。



## 目の前にある現象をとらえる 視点を研ぎ澄まそう



経済学、経営学、社会学、メディア学の視点から目の前にある現象をひも解けるようになると、自分なりの問いが生まれ、学びを深めることができます。

- ▶ 「なぜ？」に対して、その背景にある社会の問題を探求していく力
- ▶ 調査やデータの分析からその理由を解明する力 など

情報技術のスキルアップをしながら、多様な視点でとらえる力を身につけましょう。

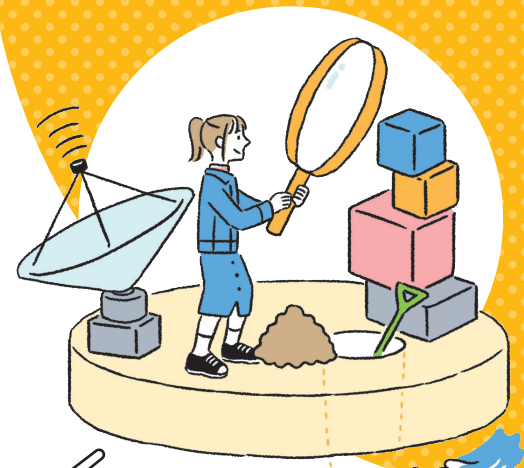
# 4年間の流れ

社会生活情報学専攻  
で学ぶ!

1年

しっかりと基礎をつくる

まずは、さまざまな分野の基礎と、専門分野の概要や入門的な授業を学んで、興味関心のアンテナを広げましょう。全学共通の必修科目となる英語のほか、現代社会をとらえる基礎的な授業から幅広く選択できます。



**学びのポイント!**

専門科目として、それぞれ経済学・経営学・社会学・メディア学の基礎的な授業が選択できます。ここで専門用語や社会に関する基本的なものの見方と考え方を正しく理解することで、次のステップにスムーズに進めますよ。

- コンピュータや情報処理の基礎科目もしっかりマスターしましょう。

2年

選択科目の幅も増え、興味をさらに広げる

1年次の授業で気になったテーマや、学びたい分野に関する授業を履修して、一歩踏み込んだ知識やスキルの幅を広げていきましょう。専門的な科目の選択肢も増えて、興味や学びたい方向性が見えてきます。



**学びを深めるポイント!**

応用性を高めるために、調査やデータ分析に必要なスキルを実践的に学んでいきましょう。学んだことや「なぜ?」の疑問を、家族や友人と話す、さまざまな考え方に触れることができ視野も広がります。人に説明することで、より自分の理解も深まります。



**ゼミ選びのポイント!**

グループワーク中心だったり、一人でじっくりとテーマに向き合ったり、文献講読や調査してその結果を分析したりと、研究テーマへのアプローチはさまざま。ゼミの説明会や見学会に参加して先輩のアドバイスを聞くと、ゼミ選びの参考になります。

10月頃からゼミ選びがスタート。

ゼミがスタート!

3年

より専門に特化して学び、ゼミで深める

3年次からはよいよゼミが始まります。自身の研究テーマについて、先生やゼミ仲間と意見交換をしたり、文献を読んだりして、卒業研究に向けてテーマを絞っていきます。選択科目もより専門的になってきます。



教室を飛び出し、調査などで街へフィールドワークにも



3年生の夏休みからインターンシップをはじめめる学生も。

学内外のセミナーなども積極的に利用しましょう。

4年

総仕上げとして卒業研究に取り組み!

今までの学びの中から興味を持ったことなど、それぞれに研究テーマを設定し、卒業論文としてまとめていきます。どんな方法で進めていくかは、過去の先輩たちの研究を参考にしてみましょう。



卒業研究は12月に提出!

**卒業研究のポイント!**

ゼミでは、ディスカッションを通じてさまざまな意見を知ることで、研究テーマをより深く考察できるようになります。積極的に取り組むと、コミュニケーションやプレゼンテーションのスキルアップにもつながり、就職活動や社会で役立つ実践的な力が身につきます。



4月頃から就職活動も本格的にスタート。

もっと詳しい授業の履修モデルはこちらから



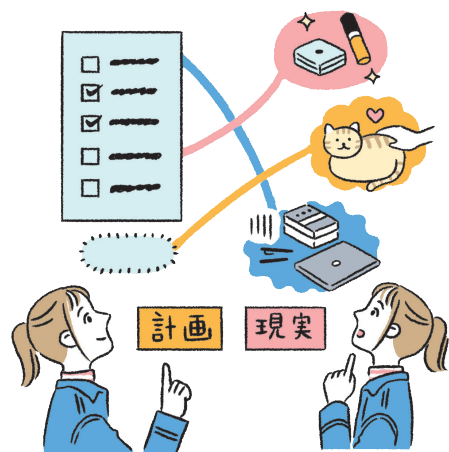
# 01 Economics 経済学



常に計画的に行動してると思ってる?

## 行動経済論

私たちは常に計画的に物事を選択し実行していると思いがちですが、実際にはその時々感情によって選択が変化することがあります。



例えば、消費行動での「ついで買い」には、計画的な購入を終えた後の気の緩みが影響しています。

貯蓄も同様で、外食や買い物の誘惑で貯める分を使ってしまうことがあります。

このような計画と現実の違いを、行動経済学ではバイアスと呼びます。貯蓄の例では、給料天引きによる自動積立のように、バイアスをコントロールする仕組みが効果的です。

この講義では、経済学と心理学を結びつけ、金融問題や消費行動などの事例を通して、感情と行動の関係について学びます。

女性をもっと社会で活躍していくために!

## 女性労働論

日本の男女間賃金格差は国際的に見ても大きく、女性の離職率の高さや管理職比率の低さなど、職場における女性労働には解決すべき問題が多くあります。特に女性が管理職になりにくい状況は見えない壁である「ガラスの天井」が原因とも考えられ、女性の労働へのモチベーションを下げるにつながっています。



そもそも女性労働は家族の形や家事・育児労働とも深く関わっていて、女性の家事負担は依然として大きい状況があります。

しかし少子高齢化、経済のグローバル化、情報技術の進化など日本の労働市場を取り巻く状況は大きく変化しており、女性の活躍促進が求められています。

この講義では、女性の能力開発やキャリア形成を促すための社会的な取り組みについて学ぶとともに、自ら主体的に判断してキャリアを形成していく力を養います。

# 02 Business Administration 経営学

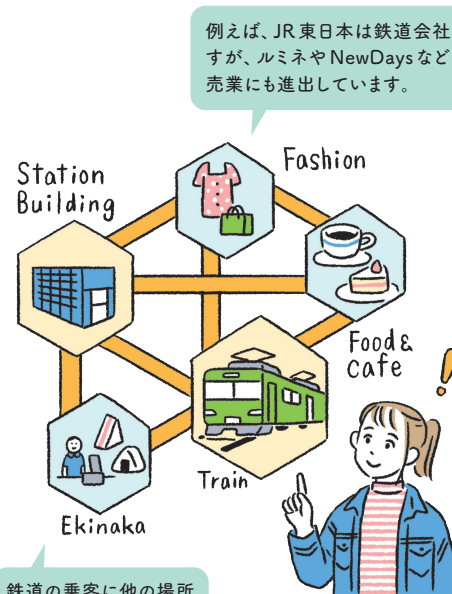


企業視点で世の中を見つめ直してみよう!

## 経営戦略論

「経営戦略」と聞くと、会長や社長などの「偉い人」が考える難しいものだと思いませんか?

実は私たちの身近なところにも具体的な例がたくさんあります。経営戦略の一つに「多角化」と呼ばれるものがあります。



例えば、JR東日本は鉄道会社ですが、ルミネやNewDaysなど小売業にも進出しています。

鉄道の乗客に他の場所ではなく駅でお買い物をしてもらうことで、鉄道料金収入に加えて小売業でも売上を上げるためです。

このように主力事業とは別の分野に進出することを「多角化」といいます。

経営戦略論を学ぶことで、私たちの身近にある企業がどのような将来像を持っているのかについて学ぶことを目指します。

強いブランドってどうやって構築するの?

## ブランド論

ブランドと聞くと「HERMÈS」や「LOUIS VUITTON」などのラグジュアリー・ブランドを思い浮かべる人が多いと思います。しかし、ブランドとはラグジュアリー・ブランドだけを指すものではありません。例えば「コカ・コーラ」も強いブランドです。



映画館ではポップコーンと一緒にコカ・コーラを飲みたくありませんか?

ブランドとは、消費者の心の中にあるもので、ブランドがあることでライバルの商品やサービスとは「違う」と消費者に認識してもらうためのものです。

この講義では、強いブランドをどうやって構築していくのかについて講義とケーススタディを通して考えます。



# 03

Sociology

## 社会学

人々のつながりから  
都市を考える!

### 都市論

私たちが都市と聞いて思い浮かべるイメージは「流行の発信地」「巨大なオフィス街」などさまざまなものがあるでしょう。

特に東京には三大副都心である巨大な繁華街の新宿、若者の街の渋谷、サブカルの池袋などがあります。



それは、魅力的な個性を持った街の集合体であるといえます。

都市は人類が長い歴史の間に生活環境を形成して、そのなかで集まって暮らすようになったことで成立しました。そして都市は政治、経済、文化の中心地としての機能を持ち、さまざまな情報を発信しています。

この講義では、情報化・グローバル化時代を迎えた現代日本の都市化と都市政策のあり方について、特に人々のつながり方に着目し、事例を交えて検討します。

これからの多様化の時代を  
ともに暮らすために!

### グローバル化の社会学

現在、世界中で多様な文化や価値観をもった人々がともに暮らしています。

コンビニに行けばレジには外国人店員がいて、私たちは外国人労働力なしにはお茶の1本も買えない社会に生きています。

日常使っている商品も、世界中の製品で溢れています。



その一方で、多くの国で移民排斥や高い関税を唱える政策が支持を集めています。

これらの真逆に見える動きは、グローバル化(グローバル化)という社会変化の異なる側面です。

経済活動、人の移動、情報や思想などのグローバル化という視点からこれらの変化を分析して、多様な文化や価値観をもつ人々が、協働するための共生可能な条件と合意のあり方を考えます。

# 04

Media Studies

## メディア学



あたりまえになった SNS を  
うまく使いこなすために!

### ソーシャルメディア論

SNSを毎日利用している人も多いと思います。SNS以前の時代と比較して何が変わったのでしょうか?

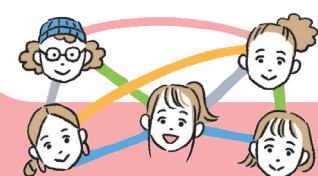
ひとつには誰とつながるかを自分で選べるようになったことがあります。

同じ趣味や関心を持つ人とつながって、たとえば「推し活」と呼ばれる活動を気軽にすることができます。



一方、「裏垢」で人を誹謗中傷するような暗い側面もあります。

せっかくSNSを使うならトクする使い方がいいですよね。実は就職や結婚にもつながり方の影響があるのです。どんなつながりを持てばトクすることができるのでしょうか。この授業ではソーシャルメディアが必要とされた背景やメディアとしての特性を把握し、変化し続けるメディアのあり方を考えます。



AIを使いこなして  
AIの可能性と課題を考える!

### AI社会論

ビジネスからアートまで、様々な分野におけるAI(人工知能)の利用方法と社会的インパクトを考えます。

対話型AIサービスに限らず、動画共有サイトなど様々な場所でAIは活用されています。



たとえば、おすすめ動画の推薦、外国語の音声翻訳・吹き替え、動画制作などにAI技術が取り入れられています。

この授業では「実際にAIを使いながら考える」ことを重視しています。日常的にAIを利用している人でも、まだ使ったことのない機能、知らなかった使い道がたくさんあるはず。それらを使いこなすなかで、AIが私たちの生活にもたらす可能性と課題が考えられるようになります。

ほかにも  
知的好奇心を刺激する  
授業がたくさんあります。



# ゼミで深める。



学びを深める  
ディスカッション



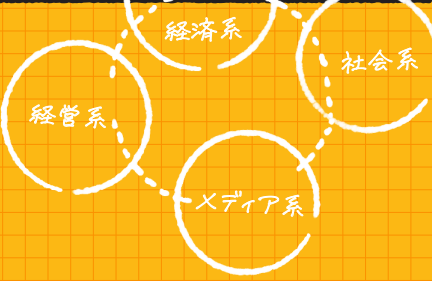
史料館を見学



ゼミ合宿で  
みんなで  
秩父へ!



他大学との  
合同ゼミも!



## ゼミってなに?

3年生からスタートするのがゼミ(ゼミナールの略称)です。これは、専任の先生のもと、自分が興味を持ったテーマを深めていくための少人数制のクラスです。2年生の10月に選択希望を出し、11月に決まります。

座学にとどまらず、フィールドワークや調査、社会見学など学びのスタイルもさまざまです。

課外活動  
ニュースパークで新聞に  
ついてのさまざまな歴史  
を学びました。



NEWSPARK  
The Japan Newspaper Museum



ともに学び  
刺激し合う仲間!

Let's explore deeper knowledge through seminars!

## ゼミ、どうやって選ぶ?

ゼミのフィールドは、経済系、経営系、社会系、メディア系の4つに分かれています。

ゼミ選択は、4年生で取り組む卒業研究のテーマにも関連してきます。先生の担当している科目を1~2年次に受講したり、今までの卒業生の研究テーマを参考にしながら、気になる分野にさまざまな角度から触れてみてください。

## 経済系

### ➔ 行動経済学・情報経済学ゼミ

荒川 潔 教授  
Kiyoshi ARAKAWA



#### なぜそれが欲しいのか、なぜ買おうと思ったのか 人の心理から経済を紐解く行動経済学を学ぶ

指しているのは、社会に出た時に役立つ“消費者行動の分析力”を身につけること。人は日々、さまざまな買い物をします。「何を選び、何をかうか」という選択には、その人の感情や人間関係、企業のマーケティングなどが影響します。この消費者心理を理解するため、心理学を切り口に経済を分析する行動経済学の理論を学んだ上で、実験やアンケート調査とその分析をし、卒業研究を行います。



ゼミ活動では周囲からの意見に耳を傾け、自分の能力を客観的に捉え、努力を意味のあるものにしていきます。

Message

行動経済学を学ぶと、私たちが取り巻く世界がこれまでとは違う視点で見えてきます。身の回りのことからお金の仕組み、社会的な事柄まで興味を広げていきましょう。

#### 担当科目

- 行動経済学 ●情報の経済学
- ネットワーク経済論
- 基礎経済学 ●情報分析演習

#### たとえばこんな卒業研究!

- ストーリーテリングが購買意欲に与える影響～共感がもたらす消費者行動～
- なぜ行列に並ぶのか～SNSでの情報交換と自慢の観点から～

### ➔ 金融経済学・社会保障論ゼミ

玉木伸介 教授  
Nobusuke TAMAKI



#### 自立に必要なお金の知識を学ぶとともに お金に関する技能検定への挑戦も後押し

「人生100年時代」を生きるみなさんは、80歳まで社会で活躍することになるでしょう。こうした時代をみなさんが自分の力で生き抜いていけるよう、ゼミでは金融や経済の新聞・雑誌記事を読む習慣をつけ、公的年金の仕組みなど「お金」に関する知識や思考力を養っています。経済政策を理解することで、社会に出てからも活用できる将来設計や意思決定の力を身につけて欲しいと思っています。



就職活動にも活かせる「ファイナンシャルプランニング技能検定」の資格に、在学中に合格することを目指します。

Message

お金が社会を回るからこそ私たちの経済生活は成り立っています。そのお金がどのように回っているのかを観察することで、自分自身の考えを深めていきましょう。

#### 担当科目

- ビジネス統計入門 ●ビジネス統計演習
- 社会生活情報基礎演習Ⅰ・Ⅱ ●社会情報学ゼミナールⅠ・Ⅱ

#### たとえばこんな卒業研究!

- 公的年金制度とライフプランニング
- インフレの時代の社会人としての生き抜き方 ●企業年金に関して労働者として持つべき理解

### ➔ 労働経済学・比較経済史ゼミ

谷本雅之 教授  
Masayuki TANIMOTO



#### 身近にある問題を入りに 経済の仕組みや社会構造を理解していく

見、難しく感じる経済や社会の仕組みも、身近なことから考えていくと理解しやすくなります。例えば家族や世帯。社会の最小単位であるその生活は、どのような消費や労働によって成り立っているのか、社会構造や政策とどう影響し合っているのか。こうした問いから経済や社会を理解していきます。その際、みんなで文献を読みつつ、それぞれが資料やデータを収集し、分析を行っていきます。



ゼミでは経済や社会の仕組みを学べるほか、希望する就職先の業界研究のサポートなども受けることができます。

Message

経済や経済の仕組みを理解するだけでなく、自分で考える力を養ってほしいと思っています。身近な問題を入りに社会の問題を一緒に考えていきましょう。

#### 担当科目

- 女性労働論 ●労働経済学
- 教育の経済学 ●社会保障の経済学 ●企業の経済学 ●経済史

#### たとえばこんな卒業研究!

- インターンシップの「投資」としての合理性について ●職業キャリアからみた「インフルエンサー」 ●猫と経済—「猫ビジネス」にみる個人と社会

➔ 現代日本経済学ゼミ

日本経済の歴史を学ぶことで  
課題解決ができるリーダーの資質を磨く

**日** 本経済史を学ぶこと。それは、日本経済が発展する中で、どの時代にどんな障壁があり、それをどう乗り越えてきたのかを理解することでもあります。ゼミではそれぞれが日本経済に関する文献を読み込んで発表し、他の学生が質問する形をとっています。また、希望する就職先や業界など、自分が興味を持っているテーマに関して徹底して調べ尽くす姿勢を身につけることを目指しています。



座学の他に日本銀行や東京証券取引所で業務を見学したり、歴史博物館や旧岩崎邸などを訪ねる機会もあります。

山崎志郎 教授  
Shiro YAMAZAKI



**Message** 経済学の知識を身につけ、社会のあり方を考えていきます。ゼミ活動を通じて、問題が起きた時に解決策を提示できるリーダーとしての資質を養いましょう。

- 担当科目
- 国際金融論 ●日本経済論
  - 経済と現代社会 ●マクロ経済と金融
  - グローバル経済

たとえばこんな卒業研究!

- 日本のエンタテインメント産業
- AIとビジネスの将来像
- アジアの経済(企業)の発展
- ワークライフバランス
- 年金制度改革

➔ マーケティング・消費者行動論ゼミ

企業側の視点でマーケティングを学び  
自立した生活者としての力をつける

**企** 業は自社の製品やサービスを人々に買ってもらうため、市場や人々のニーズを理解した上でさまざまな戦略を立てます。これがマーケティング活動です。このマーケティングを企業側の視点から学び、考えることで、「企業の狙い」を把握することで、それに踊らされずに生活できるようになります。ゼミではテキストを読み、みんなで議論することに力を入れ、コミュニケーション能力やプレゼン能力の向上を目指します。



工場見学などの課外活動を行うほか、マーケティングを学ぶ他大学の学生とディスカッションなども行います。

桑島由芙 准教授  
Yufu KUWASHIMA



**Message** 社会で生きていく上で必要なのが、「自分のセールスポイントに気付き、他の人と差別化すること。ゼミでの学びを通して自分自身をブランド化していきましょう。

- 担当科目
- 流通論 ●マーケティングサイエンス
  - マーケティング入門 ●ブランド論
  - 消費者行動論 など

たとえばこんな卒業研究!

- 企業のマーケティング戦略
- アイドルのマーケティング戦略
- 映画や音楽
- 観劇などをテーマにしたもの
- スポーツマーケティング

➔ 経営学・経営戦略論ゼミ

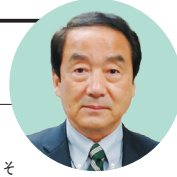
企業の成長過程や経営について深く考え  
社会の動きをしっかりと見据える力を養う

**私** たちの暮らしに深く関わっている企業は創業後、どのように成長してきたのでしょうか。こうして、企業の成長過程や経営についてさまざまな視点から考え、理解していきます。ゼミは自分自身の研究報告を行う場であると同時に、他のゼミ生と交流し、学び合う場でもあります。そのため、社会の動きを自分で見極めるために必要な知識を養いながら、コミュニケーション能力を高めていくことを目指しています。



企業の活動や成長について理解し、考えていくゼミです。希望者には就職活動に関するアドバイスも行います。

山田幸三 教授  
Kozo YAMADA



**Message** 自分の研究はもちろんのこと、他の学生の研究やその報告にも関心を持ち、議論や交流を通じてお互いに高め合ってください。志を高く持って努力し続けましょう。

- 担当科目
- 経営学入門 ●ケーススタディ経営学
  - 経営組織論 ●地域経営論
  - 社会生活情報基礎演習 II

たとえばこんな卒業研究!

- マイナースポーツはビジネスとして成り立つのか
- 新型コロナウイルスによる東京ディズニーリゾートへの影響
- BtoBの広報が経営に与える影響

➔ 異文化理解・言語リテラシーゼミ

人間固有の“言葉”の意味を正しく理解し、  
情報を鵜呑みにしない姿勢と力を養う

**私** たちは日々、ニュースや社会問題と接しています。これらを情報と言葉の観点から考察し、理解を深めていきます。言葉は人間に固有のものであり、文化や文明を築く基礎です。生成AIも、言葉を介した人間のコミュニケーションから生まれました。ゼミで目指すのは言葉の意味を正しく理解し、情報を鵜呑みにしない姿勢を養うこと。そのために文献を読み、調べて議論し、批判的思考力と発信力を身につけます。



日々、当たり前に使っている言葉について改めて考えるゼミです。ゼミを通じて考える力と発信力を養います。

池頭純子 教授  
Atsuko IKEGASHIRA



**Message** 身の回りの情報や、自分が発する言葉にぜひ関心を持ってください。さまざまな例をもとにして、言葉の持つ力や役割について積極的に考えていきましょう。

- 担当科目
- ビジネス英語 ●ビジネス英会話
  - 社会生活情報基礎演習 I
  - 社会情報学ゼミナール I・II

たとえばこんな卒業研究!

- フェイクニュースの問題点
- SNS普及に伴うインターネット上での誹謗中傷問題
- SNSとZ世代消費者の購買行動
- 女性の社会進出と少子化

➔ 社会学・ジェンダー論ゼミ

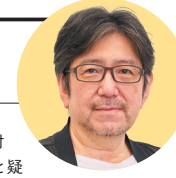
自分や社会に関心を向け、  
身近な経験と社会構造を結びつけて考える

**ゼ** ミの目標は「社会学を通じて、知的な基礎体力を鍛えること」。社会学は身近な経験と社会の構造を結びつけて考える学問です。卒論のテーマは社会学で対応できるものなら、自由に選ぶことができます。また、3・4年生合同で行っているため、3年生は4年生から学問や卒論の進め方、就活について学ぶことができます。一方、4年生は3年生にアドバイスすることを通じて、自分の知識や研究を深めていきます。



3年の前期に基礎的な文献を読み、後期に卒論のテーマを絞ります。4年で社会調査等を行い、卒論を完成させます。

池田 緑 教授  
Midori IKEDA



**Message** 自分や周囲の世界に対し、「なぜそうなのか」と疑問を持つことが大切です。常に疑問を持てる強靱な知性を持ち、新たな事実を発見する喜びを育てましょう。

- 担当科目
- 現代社会論 ●ジェンダーとコロニアリズム
  - 社会学の理論と方法
  - 政治と現代社会 など

たとえばこんな卒業研究!

- ラディカル・フェミニズムと性支配構造～ミサンドリーの視点から～
- 母子世帯の貧困～日本の雇用体制の下での女性の働き方～

➔ 社会学・多文化社会論ゼミ

都市と地域のさまざまな出来事に着目  
研究に必要な知識と社会調査の作法を習得

**都** 市と地域の社会学を研究するゼミとして、都市と地域で起こっている身近な問題に着目し、研究しています。研究にあたり情報を収集する際はテレビやネットだけでなく、幅広く情報を集めて自ら考え、認識を深めていくことを目指します。また、このゼミでは、都市と地域で起こるさまざまな出来事を分析するため、理論的な知識を身につけることと、研究に必要な社会調査の作法を覚えることを大切にしています。



文献から理論的な知識を学び、地域や街で実証的な調査を行います。就職活動の参考になるような機会も設けます。

笹島秀晃 教授  
Hideaki SASAJIMA



**Message** 問いを自由に設定できるのが社会学の魅力の一つ。ゼミを通じて確かな研究方法を身につけ、自分の興味関心や問題意識に沿って自由に研究してください。

- 担当科目
- 基礎社会学 ●都市論 ●社会調査法
  - 都市と文化 ●移動とエスニシティ
  - 多文化社会論

たとえばこんな卒業研究!

- ブックカフェが持つ現代日本のサードプレイスとしての可能性
- 音楽イベントにおける場所の創造と継続
- コモンズとしての地域猫

## 👉 ライフスタイルメディアゼミ

暮らしや趣味などの私生活と社会の関わりを  
ライフスタイルメディアから考える

「私」たちの暮らし(衣食住)や趣味は、他者や社会とどう関わりながら形成されていくのか」を考えていくゼミです。その際に注目ののが、YouTubeなどのプラットフォームやSNSです。グループで調査や文献購読を行い、さらに個人研究(卒業研究)に取り組んでいきます。研究活動には就職活動にも通じる面があります。そこで、ゼミでの学びをキャリアデザインにつなげることができるよう、考える機会も設けています。



自分が興味を持ったことを深く考えていくと同時に、他の人の興味関心に意識を向けるとゼミ活動が充実します。

Message

研究ではプロジェクト管理やデータ収集などチームで協力する必要があります。助け合いを学ぶことになります。ゼミ活動を通して多面的に成長していきましょう。

担当科目

- メディアと社会変容 ●メディア史
- メディア社会論演習 ●情報行動論
- 情報表現法

たとえばこんな卒業研究!

- SNSや動画共有プラットフォーム上のコンテンツ分析
- ユーザーや視聴者の情報行動、メディア経験の調査

Message

世の中にはさまざまなメディアが存在します。ソーシャルメディアや地域メディアなど、生活を変える新しいメディアの使い方や受け取り方を考えていきます。

担当科目

- ソーシャルメディア論 ●オンラインデータ分析
- メディア運用演習 ●質的調査演習など

たとえばこんな卒業研究!

- メディアと自己 ●メディアとジェンダー
- アイドルファンとSNS ●オタク文化とSNS

## 👉 メディア論・社会学ゼミ

調査対象はネットを中心としたメディア  
ゼミ活動で調査能力と自己決定力を高める

メディアを社会学の観点から研究するゼミで、研究対象はインターネットが中心となっています。ゼミ生は、自分自身の興味関心を入りに、メディアの使い方や受け取り方を追求しています。研究では一人ひとりが自分でテーマを選択し、仮説を立て、調査計画を立案し、実行します。このプロセスを経験することで、研究に関する調査能力はもちろんのこと、自分で決定する力を身につけることができます。



年一回、学内外のメディア系ゼミとの交流会を行うほか、4年生が就活の話や3年生に披露する機会もあります。

Message

本ゼミは企業情報に触れることも多いので、就職活動の際の判断材料になるはず。ぜひ、テキストマイニングという手法を覚えて質的情報の分析をしましょう。

担当科目

- データサイエンス・AI概論
- 社会生活情報基礎演習Ⅰ・Ⅱ
- 社会情報学ゼミナールⅠ・Ⅱ

たとえばこんな卒業研究!

- 通販サイトのレビュー分析 ●化粧品業界の女性活用
- 雑誌の見出しに見る流行 ●ヒット曲の感情分析
- アニメのマーケティング

## 👉 情報リテラシー・企業分析ゼミ

ネットに溢れる情報を分析・活用  
就職活動にも活用できる実践的な学び

インターネット上の情報を活用し、現代社会をいろいろな面から分析する力を養います。企業の活動を中心に、経済や文化、社会の変化をデータとして捉え、論理的に考察していきます。重要視しているのは、「情報が氾濫する時代において、集めたデータをどう解釈し、活用するか」ということ。みなさんが「大学で『テキストマイニングを用いた社会分析』をしました」と語れるような実践的な学びを目指します。



ゼミでは企業のIR(投資家向け)情報の質的調査も実施。企業情報の分析の経験は社会に出る際に役立ちます。

Message

本ゼミは企業情報に触れることも多いので、就職活動の際の判断材料になるはず。ぜひ、テキストマイニングという手法を覚えて質的情報の分析をしましょう。

担当科目

- データサイエンス・AI概論
- 社会生活情報基礎演習Ⅰ・Ⅱ
- 社会情報学ゼミナールⅠ・Ⅱ

たとえばこんな卒業研究!

- 通販サイトのレビュー分析 ●化粧品業界の女性活用
- 雑誌の見出しに見る流行 ●ヒット曲の感情分析
- アニメのマーケティング

Message

本ゼミは企業情報に触れることも多いので、就職活動の際の判断材料になるはず。ぜひ、テキストマイニングという手法を覚えて質的情報の分析をしましょう。

担当科目

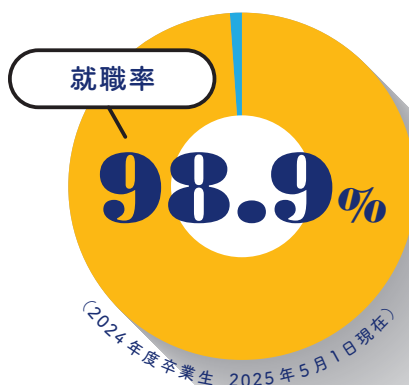
- データサイエンス・AI概論
- 社会生活情報基礎演習Ⅰ・Ⅱ
- 社会情報学ゼミナールⅠ・Ⅱ

たとえばこんな卒業研究!

- 通販サイトのレビュー分析 ●化粧品業界の女性活用
- 雑誌の見出しに見る流行 ●ヒット曲の感情分析
- アニメのマーケティング

# 就職進路

1年次から受けられる就職支援の講座などを積極的に活用して、卒業後のキャリアや進路のイメージをつかんでいきましょう。就職先の企業や卒業生の声をご紹介します。



### おもな職種

事務(一般職/総合職)、SE・プログラマー、企画、営業、広報・PRプランナー、販売、技術職、デジタルマーケティングディレクター、コンサルタント、ビジネスエンジニアリング、グランドハンドリング、ウェディングプランナー、エディター、受付カウンセラー、介護職、国家公務員など

### おもな就職先

金融・保険	りそな銀行/常陽銀行/千葉銀行/千葉興業銀行/横浜銀行/あいおいニッセイ同和損害保険/日本生命保険/三井住友海上火災保険/明治安田生命保険
建設	大本組/鹿島道路/高砂熱学工業/日本コムシス/松井建設/ライト工業
製造	信越化学工業/チノー/月島ホールディングス/東ソー/日本ケミコン/富士電機/理研計器/ヤクルト本社
情報通信	ANAシステムズ/NSD/NTTデータフロンティア/NTTテクノクロス/キャノンITソリューションズ/さくら情報システム/JR東日本情報システム/DTS/日立社会情報サービス/日立ソリューションズ/富士ソフト
運輸	ANAエアポートサービス/日本通運/日本交通
卸売・小売	稲畑産業/因幡電機産業/大塚商会/極洋/ダイワボウ情報システム/立花エレテック/東京エレクトロニクス/丸紅情報システムズ
不動産・物品賃貸	東京センチュリー/芙蓉総合リース/三井不動産リアルティ/三菱UFJ不動産販売
専門サービス	東京電力ホールディングス/PwC Japan 有限責任監査法人
サービス	JALナビア/東京水道/三井不動産ビルマネジメント
公務員	会計検査院/市川市/川口市/新座市/横浜市

### おもな進学先

大妻女子大学大学院

株式会社コナミデジタルエンタテインメント 川井さん



今のお仕事

担当役員アシスタント(秘書業務)  
総務部門の部門経費管理

学んだ経済学を仕事に活かす

私が大学時代に学んだ経済学は、会社の収支について理解する際に役立っています。

コーポレート部門では会社全体のお金の流れを把握して経営判断の材料となる資料を作成しています。部門の異なる同僚たちとの対話を通じて組織力の向上に努めています。

卒業生に聞く



今のお仕事

金融システム第一事業部(営業職)  
サービス企画推進本部(企画職)

新サービスを企画立案する

私はインターネット接続やクラウドサービス、モバイル通信、それに伴うセキュリティなどの基盤設備や技術開発を提供する企業で、営業職として金融機関に対する業務効率化やセキュリティ強化の提案、企画職として新規事業の企画立案に携わっています。

そこでは市場調査やフィールドワークを通して、企業や社会課題を解決するための新しいサービスを立案します。自社でカバーできない領域であっても社内外のさまざまなメンバーを巻き込み、プロジェクトを遂行します。多くの人が関わるプロジェクトをまとめるのは大変ですが、創造性を引き出してアイデアを形にするプロセスにやりがいを感じています。

株式会社インターネットイニシアティブ 伊藤さん

# Q1 なぜこの専攻を選んだの？

自分が将来何をやりたいのか、明確に見えてはなかったのですが、幅広い分野を学びたいと思いました。



やりたいことが決まっていなかった私には、経済学、経営学、社会学、メディア学など幅広く学ぶことが魅力でした。大学に入ってから、学びたいことが明確になりました。

女子校育ちの私が馴染みやすい環境で経営や経済について学べると考えたからです。



私が興味を持った経済・経営といった学部は男子比率が高め。中高と女子校で過ごした私は馴染める気がせず、女子大で経営や経済が学べる学部で生活専攻を選びました。

複雑な社会を理解しながら、自分が関心を持った商品企画について学びたいと思って選びました。



商品企画に関心があり、経営学やメディア学でSNSによるプロモーション戦略を学びたくて選びました。複雑な社会を理解するため経済学や社会学にも関心がありました。

## 先輩たちに聞きました！

# Q & A

学びも行動範囲もグッと広がる大学生活。未知の世界だからこそ、期待とともに疑問や不安も生まれるもの。みんなが知りたい大学生活の疑問について、先輩たちに聞いてみました。

# Q5 大学に入って友達ができるか不安です…女子大の雰囲気はどんな感じですか？



少人数教育でアットホームだからグループワークなどを通じて自然に友達ができます。

とてもアットホームな環境なので、自分のペースで過ごすことができます。授業中の雰囲気も静かで落ち着いており、安心して学べます。

# Q2 立地がどんな強みがある？



立地がどんな強みがある？

キャンパスが都心にあるので、朝のバイト後に授業を受けたり、授業の合間に就職活動することも可能です。

どこに行くにも便利なので、就職活動の際は授業の合間に就活イベントや面接に行くといったこともできます。

# Q3 授業の雰囲気は？先生との距離感はどう？

静かに集中できる座学が中心ですがグループワークもあります。先生は質問に丁寧に答えてくれます！



グループワークの時も意見が言いやすい雰囲気です。少人数なので先生との距離も近く、質問や相談をすると丁寧に答えてもらえます。

# Q4 パソコンが苦手でも、大学の授業についていけるでしょうか？

パソコンの知識がないことを前提に授業が進められるので、入学前に苦手でも問題ありません。

私はパソコンに強くなりたくてこの専攻を選びました。現在は、ITパスポート試験に挑戦しています。



# Q7 学生はどんなアルバイトをしていますか？



飲食店や塾講師など多彩。就職活動の業界研究にも！

飲食店での接客や、塾講師、イベントスタッフなど、さまざまです。就職活動に向けた業界研究を兼ねてアルバイトに挑戦するのも良い経験になると思います。

## 1週間の時間割を1~3年生に聞いてみました！

	1年生						2年生						3年生					
	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	アルバイト	世界の歴史と文化	マーケティング入門		アルバイト	アルバイト	英語II B	ブランド論			クラブチームの練習	アルバイト						
2		経営と社会	英語I D	マツパに行く♪			キャリアデザインII	情報社会論	友だちとランチ♪	英語IID			友だちとカフェめぐり表参道のカフェへ！	メディア運用演習	友だちとカフェへ♪	アルバイト	メディアと社会変容	長期インターン
3	ダンスサークル練習	学食ランチ	学食ランチ				プログラミング基礎演習	学食ランチ		多文化社会論	消費者行動論		定期券内で行ける！	就活(面接)図書館のテレキューブで	社会情報ゼミII		ソーシャルメディア論	
4		レポート&復習	情報処理実習B	社会生活情報基礎演習II	メディアと現代社会		アルバイト	図書館情報資源概論	図書館制度経営論	情報分析演習	アルバイト			コミュニティの発展	オルタナティブメディア論		情報処理機器概論	
5		キャリアディベロップメントプログラム		メディア社会論演習	韓国語II			サークル	図書館サービス概論	キャリアディベロップメントプログラム				アルバイト	課題やる		就活(説明会)	
6						カフェで資格の勉強						クラブチームの練習				友だちとごはん	課題やる	

1年生のうちは学問の基礎をしっかり学ぶ時間割に。早朝バイトや自分が立ち上げたサークルの時間も確保できています。

履修する授業をまとめて時間割を組み、アルバイトやサークル、クラブチームの練習と充実した学生生活を送っています。

幅広い分野を学んだうえで、興味を持った分野を深掘りする時間割に。趣味のカフェ巡りも満喫しています。

好きなことを楽しめるから勉強も頑張れる！

MORNING



おはよー

おはよ！  
今日のプレゼン、  
がんばろうねー！

社会生活情報学専攻があるH棟には、講義室、ゼミ室、情報処理教室、研究室などが入っています。1時限目は9:00からスタートです。



大教室での授業風景。授業は90分。「manaba」という専用のe-learningシステムを活用する授業もあります。

LECTURE



大妻女子大学の創立者・大妻コタカ。猫をととても可愛がっていたことから、学内にはかわいい猫のあしらいや銅像がそこかしこに。



LUNCH TIME



本館F棟2階の学生食堂kotacaféのテラス席。天気の良い日は、みんなでグループ課題のミーティングをしたりと活用方法はさまざまです。

# CHIYODA CAMPUS LIFE WITH LEARNING

社会生活情報学専攻が所属する社会情報学部は千代田キャンパスにあります。自習に使えるオープンスペースやPCルームなど施設も充実。授業がない空き時間も有意義に活用できる都市型キャンパスです。



H棟の隣に建つガラス張りの本館F棟エントランスにて。



体育館のあるG棟のラウンジはソファ席。静かに過ごしたい人におすすめ！

AFTERNOON



PC ROOM

情報処理教室は、レポート作成や就職活動の情報収集などにも活用できます。



LIBRARY

H棟前の坂を下った先にある図書館は“使い方”を身につけると学びがもっと広がります。「テレキューブ」というPCを備えた予約制の個室ブースもあり、就活にも役立ちます。

LECTURE



A棟には、焼き立て石窯ピザやパンを提供するKOTAKA KITCHENがあります。

A棟にある吹き抜けが気持ちよいアトリウム。奥には、証明写真の撮影や免許、袴のレンタルなどキャンパスライフをサポートする「大妻サポート」も。



AFTER SCHOOL