



2025年度第17回 多摩大学AL発表祭 レジュメ集

開催日

2025年12月13日(土)
13:00～15:50

会場

多摩大学 多摩キャンパス

会場 101教室・111教室
T-Studio 2階セミナールーム

参加校

多摩大学

帝塚山大学

東京経済大学

多摩大学目黒中学校・高等学校

多摩大学附属聖ヶ丘中学高等学校



2025 年度第 17 回多摩大学アクティブ・ラーニング発表祭 レジューメ集

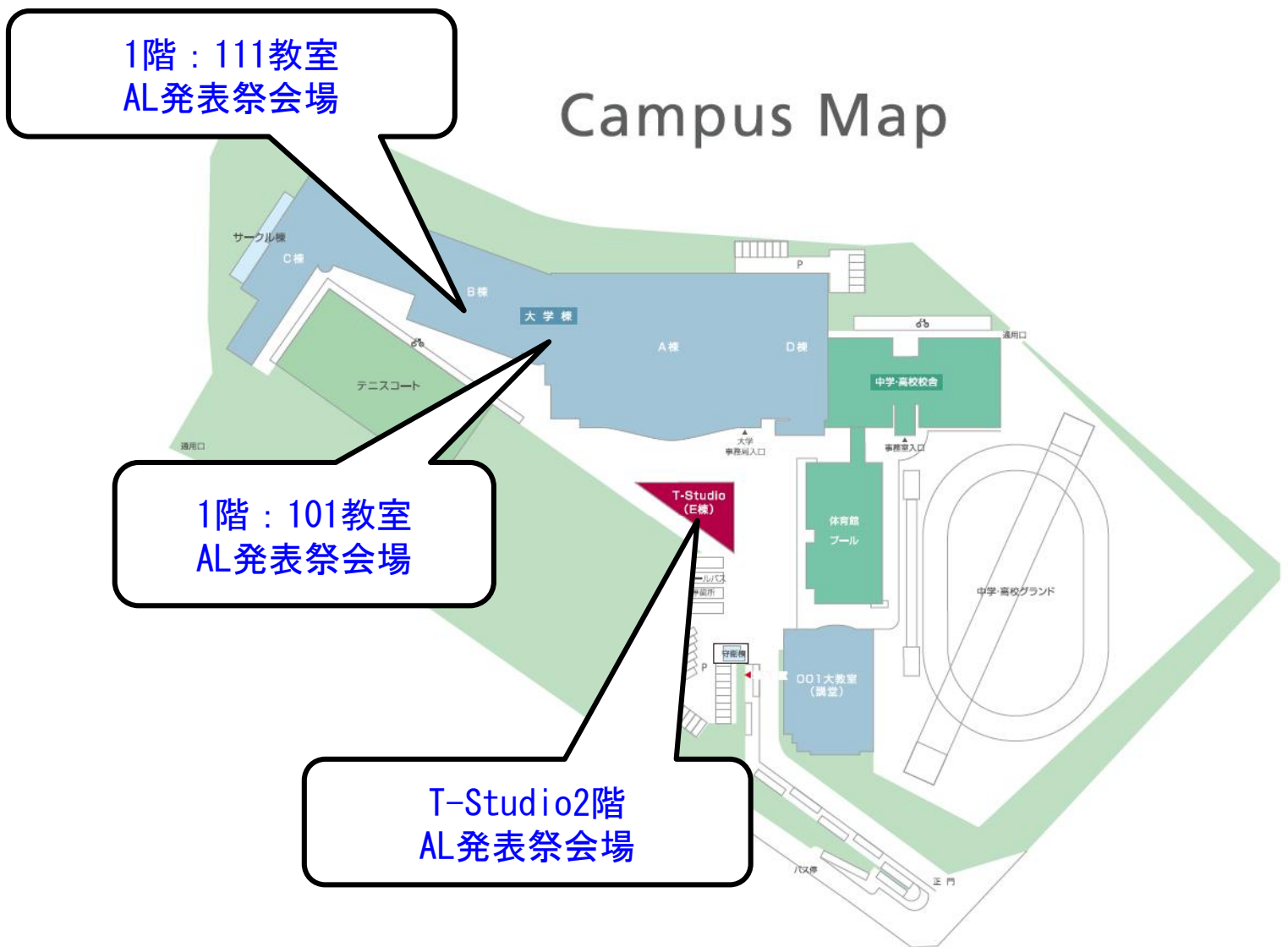
目 次

プログラム.....	1
AL 発表祭配置図	2
会場座席表.....	6
101 教室	9
111 教室	25
T-Studio 2F セミナールーム	41
アンケートご協力をお願い.....	58
スクールバスのご案内	59

2025年度 多摩大学AL発表祭 プログラム構成

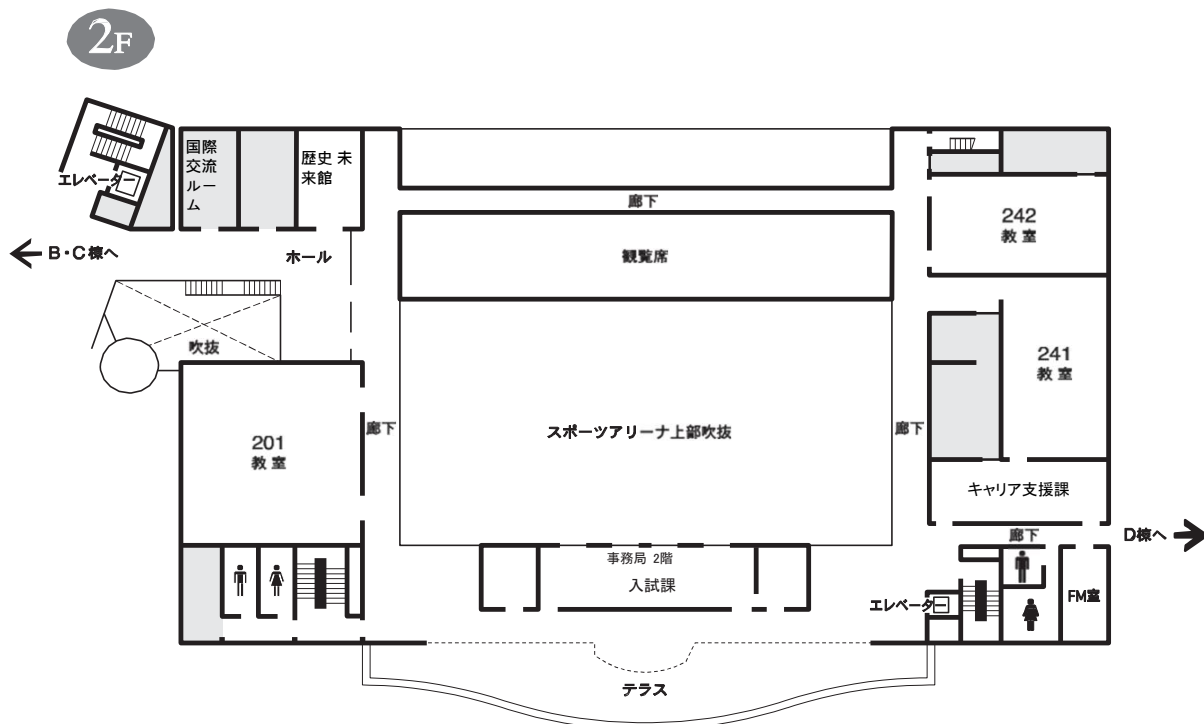
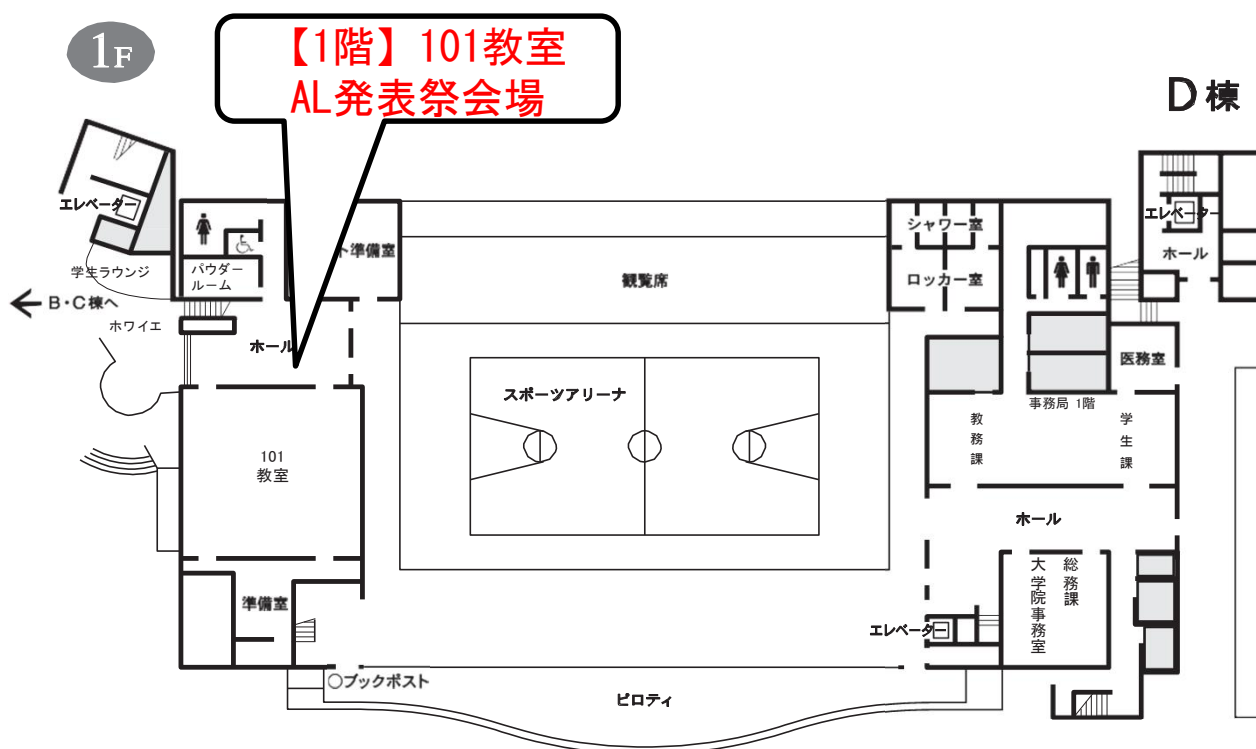
会場		101教室(定員:220名)		111教室(定員:101名)		T-Studio(定員:54名)			
司会		(司会)A:落合、B:望月		(司会)A:小西、B:中庭		(司会)A:菅沼、B:葛本			
発表情報	資料番号	発表タイトル	発表者	資料番号	発表タイトル	発表者	発表者		
13:00～13:15	【開会式】 多摩大学経営情報学部 長 開会の挨拶 帝塚山大学副学長 ご挨拶			【開会式】 配信にて実施(配信場所:101教室)					
13:15～13:35	A-1	サイバーエージェントの経営分析	多摩大学 経営情報学部 落合せミ	B-1	企業とのコラボ活動～国分寺物語/ITランチャ/アイデアアイコンテストなど～	東京経済大学 小木ゼミ	C-1	済州国際平和フォーラム視察報告	多摩大学附属聖ヶ丘高等学校
13:35～13:55	A-2	聖子プロジェクト	多摩大学附属聖ヶ丘高等学校	B-2	多摩(たま)ブランドの商品開発	多摩大学 経営情報学部 小西ゼミ	C-2	テーラバークファールブーク研修	多摩大学 経営情報学部 新西ゼミ
13:55～14:15	A-3	「きたまち黎明計画～きたまちシカ勝たん!～」	帝塚山大学 きたまちコムンスポチーム	B-3	アジアにおける商機と展望——日本と中国そしてマレーシア	多摩大学 経営情報学部 水盛ゼミ	C-3	多角的に捉えた地域活性化～沖縄の過去・現在・未来	多摩大学インターゼミ 「サーベス・エンタメ班」
14:15～14:25	休憩(10分)								
14:25～14:45	A-4	観光情報 × 文化理解 × 利便性で創る新しい地方体験アプリ『Wanderlust』	多摩大学目黒高等学校 「起業体験SGJ」	B-4	泰安(テアン)女子高校訪問との国際交流について	多摩大学附属聖ヶ丘高等学校	C-4	Z世代の意識改革—沖縄の企業訪問と2年間の葛藤	帝塚山大学 田中ゼミ
14:45～15:05	A-5	潤多摩——外国人は多摩地域に來たる??	多摩大学インターゼミ 「多摩学班」	B-5	ロボットカープログラミング	多摩大学目黒高等学校 「プログラミングSGJ」	C-5	AI自動運転と社会における学びと実践	多摩大学 経営情報学部 ALプログラミング(担当:樋笠)
15:05～15:25	A-6	日本はグローバルサウスとどう向き合うべきか～ソフトラブナーを中心に	多摩大学 経営情報学部 ハートルゼミ	B-6	「パックス・モンゴリカ」時代の文化交流史	多摩大学インターゼミ 「アジアダイナミズム班」	C-6	日本と韓国の農業	多摩大学目黒高等学校 「アジアダイナミズムSG(済州)」
15:25～15:45	A-7	生成AIとDXによる社会的弱者支援の可能性:孤立と情報断絶を乗り越越えるテクノロジーの役割と恩恵	多摩大学インターゼミ 「DX」班	司会 閉会の挨拶 (15:25～15:30)				司会 閉会の挨拶 (15:25～15:30)	
15:45～15:50	司会 閉会の挨拶								

2025年度第17回多摩大学AL発表祭配置図(1/4)

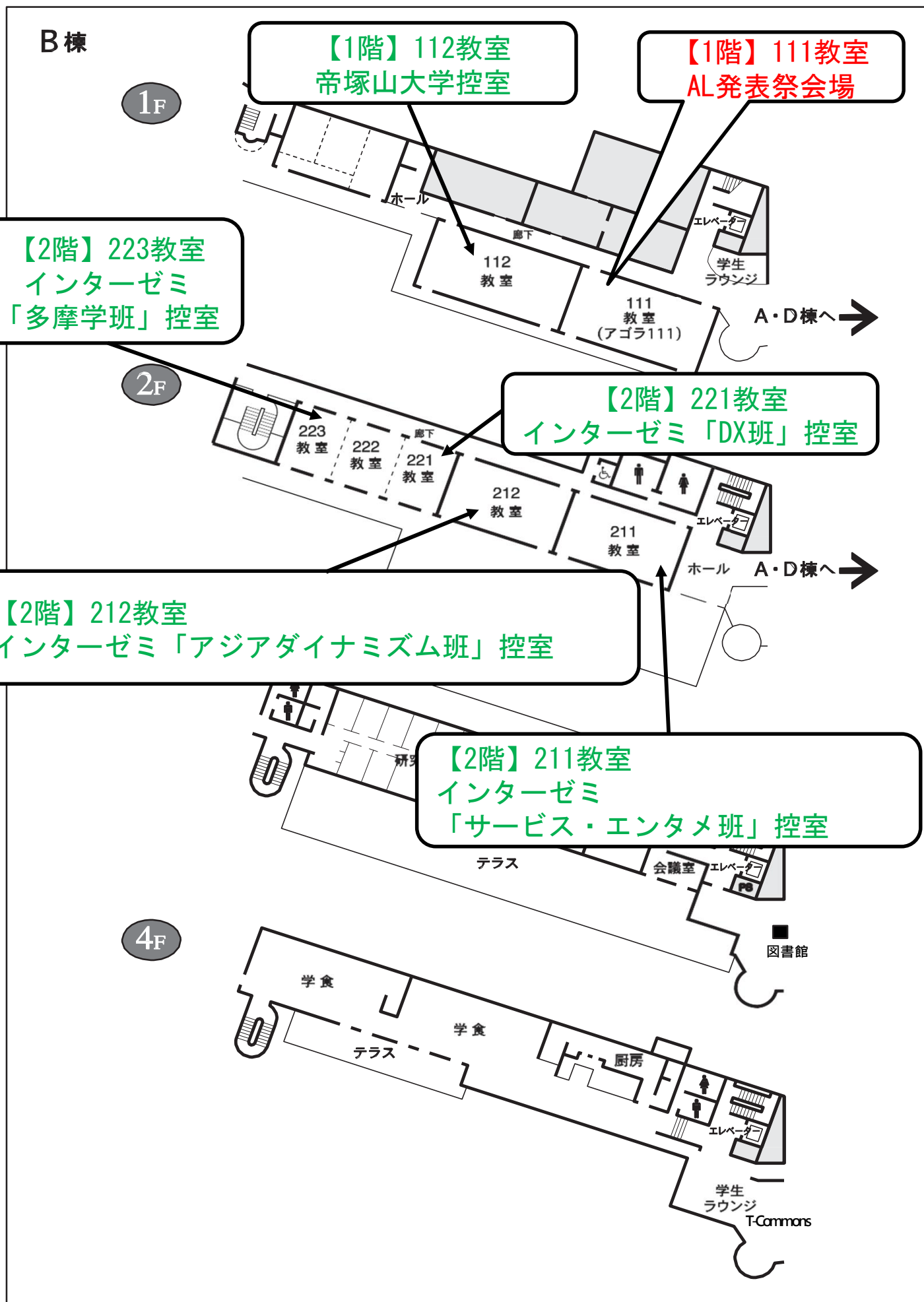


2025年度第17回多摩大学AL発表祭配置図(2/4)

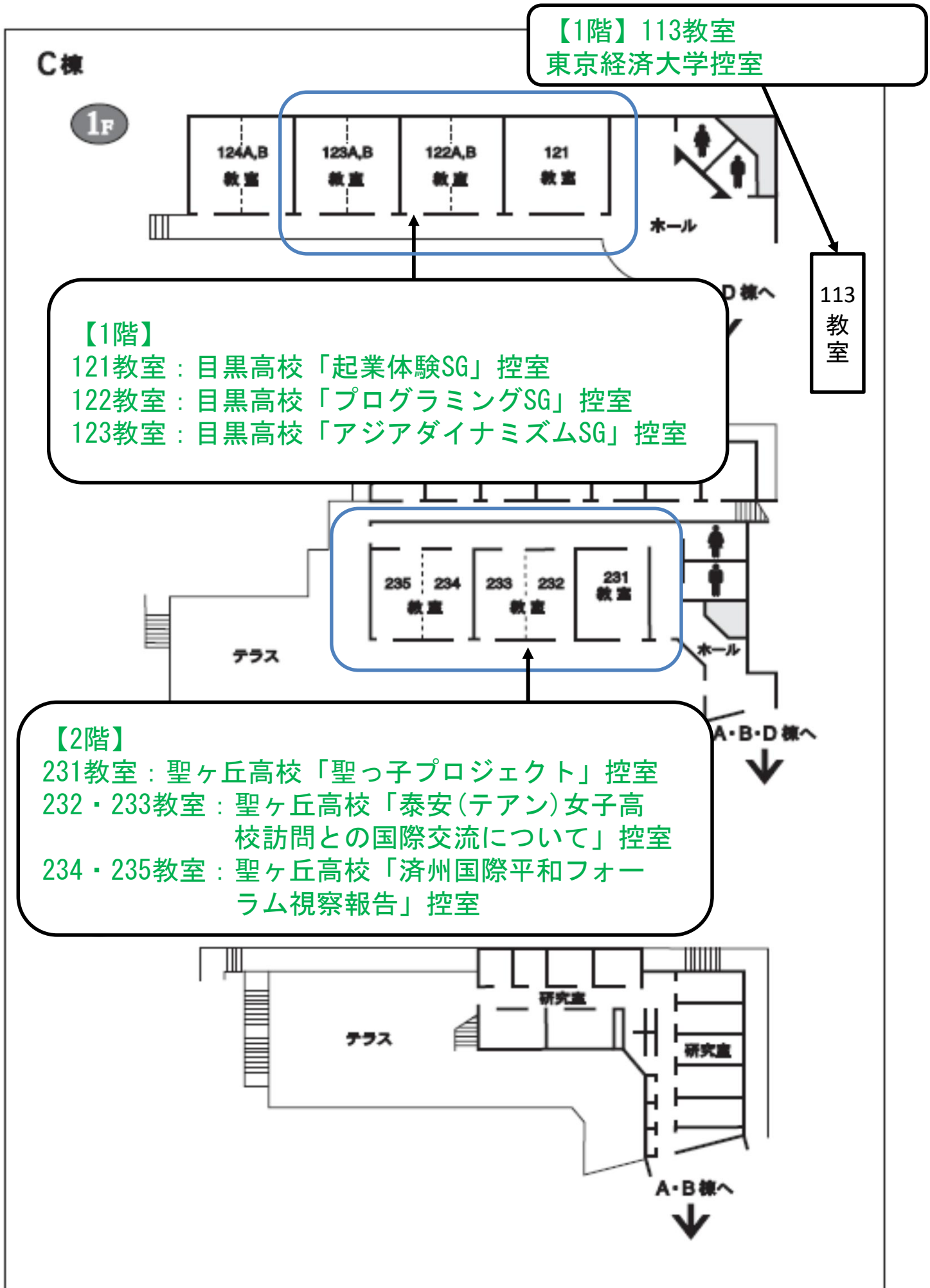
A・D 棟



2025年度第17回多摩大学AL発表祭配置図 (3/4)



2025年度第17回多摩大学AL発表祭配置図(4/4)



2025年12月13日開催
「2025年度第17回多摩大学AL発表祭」

【101教室】座席表

理：田村理事長
杉：杉田副学長
小：小林学部長
熊：帝塚山大学 熊谷副学長
川：川手事務局長
帝：帝塚山大学教職員

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
A	杉		小		理		熊	A	帝		帝		帝	A						A
B	川				司会		司会	B						B						B
C								C						C						C
D								D						D						D
E								E						E						E
F								F						F						F
G								G						G						G
H								J						J						H
I								J						J						I
J								J						J						J
K								K						K						K
L								L						L						L
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

凡例

：発表者席
：聴衆席

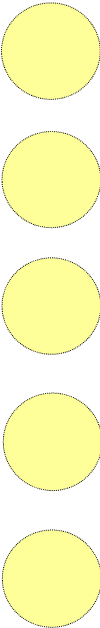
2025年12月13日開催
「2025年度第17回多摩大学AL発表祭」

【111教室】座席表

			教 壇						
1		理事長				司会		司会	
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
凡例									
	: 発表者席								
	: 聴衆席								

2025年12月13日開催 「2025年度第17回多摩大学AL発表祭」

【T-Studio 2F セミナールーム】座席表

操作卓										
	1	理事長		帝塚山大学副学長	帝塚山大学教職員	帝塚山大学教職員	帝塚山大学教職員	司会		司会
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

凡例	
	: 発表者席
	: 聴衆席

101 教室

レジュメ

2025年12月13日（土）

サイバーエージェントの 経営分析

データ分析に基づく現状分析と課題

22211068 大内一輝

報告の目的（報告の流れ）

1. なぜ、サイバーエージェントに注目したのか？
2. サイバーエージェントとは、どのような会社か？
3. サイバーエージェントの業績と事業は、どのようなものか？
4. サイバーエージェントの戦略は、どのようなものか？
5. サイバーエージェントの課題は何か？

2. サイバーエージェントとは、どのような会社か？ 3. サイバーエージェントの業績と事業①

【Purposeとビジョン】

・Purpose（存在意義）

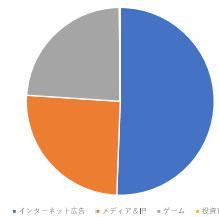
⇒新しい力とインターネットで日本の閉塞感を打破する

・経営ビジョン（将来のあるべき姿）

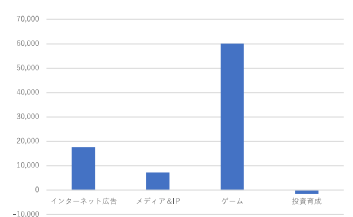
⇒「21世紀を代表する会社を創る」

①インターネット広告事業(AIを含む)、②メディア(&IP)事業(ABEMAなど)
③ゲーム事業(Cygamesなど)

売上高の事業別構成比（2025.09）



営業利益の事業別構成比（2025.09）

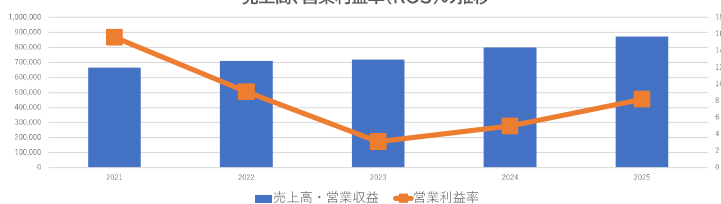


出所：日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業②

全社レベルの業績推移（直近5年）

売上高、営業利益率(ROS)の推移



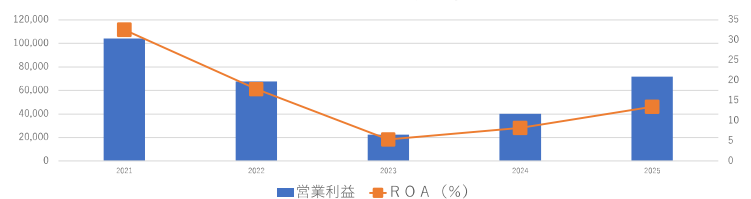
・売上高が高い割に、営業収益率は低い

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業③

全社レベルのROE・ROA・ROS①

ROAと営業利益額の推移

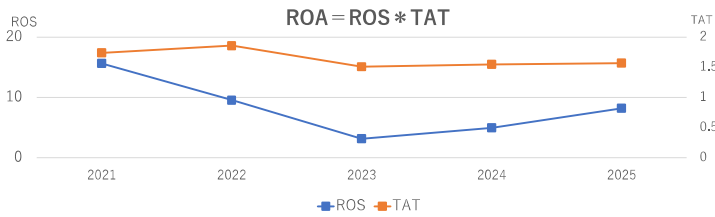


・営業利益額が増えると、ROAは基本的に上昇する

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業④

全社レベルのROA・ROS・ROE②

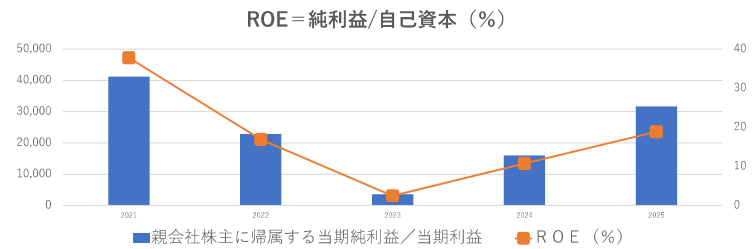


・ROS, TATともに総水準で推移しているのが、IT業界に属する企業の特徴

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業⑤

全社レベルのROA・ROS・ROE③

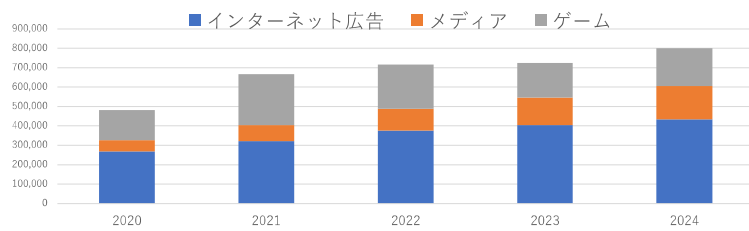


・ROEとROAは、類似の動きを示している

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業⑥

セグメント別売上高の推移

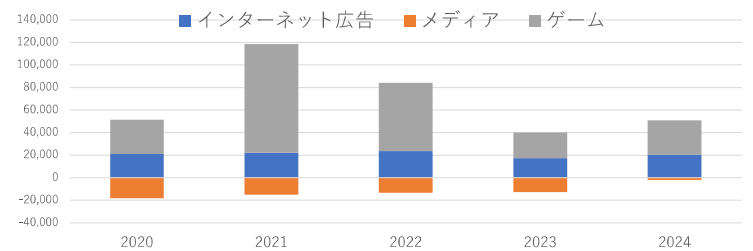


・主力はインターネット広告、最近はメディアが急伸

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業⑦

セグメント別営業利益の推移

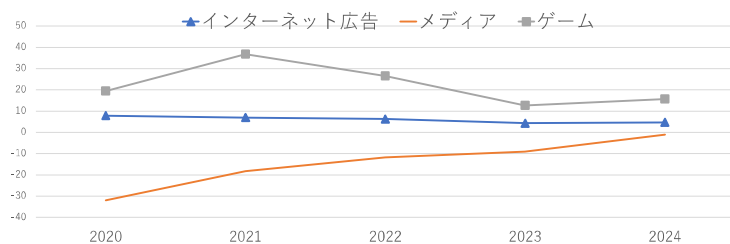


・ゲーム事業の利益が圧倒的、メディア事業の利益は赤字気味

©日経バリュースーチ

3. サイバーエージェントの業績と事業⑧

セグメント別ROS (営業利益率)

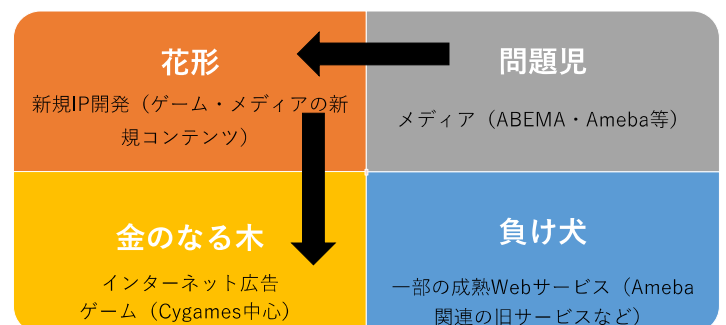


・広告が安定、ゲームは変動が大、メディアは赤字が縮小傾向

©日経バリュースーチ

4. サイバーエージェントの戦略

プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント①



聖っ子プロジェクト「Project.H — 自動車開発部」

多摩大学附属聖ヶ丘高校

1年 西 春樹 中野 光喜 前田 祐太朗 木暮 太一

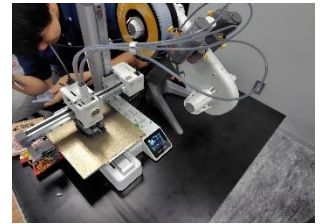
1 聖っ子プロジェクトとは

聖っ子プロジェクトは、多摩大学附属聖ヶ丘高等学校の有志団体で、現在 20 名程度のメンバーが所属している。今年度より、高校 3 年生から 1 年生へと引き継がれた。本プロジェクトは 2022 年 4 月に始動し、多摩大学教授、関連する企業や地域の方々にサポートしていただき、生徒が主体となって企画運営やゲーム制作に取り組み、主にゲームイベントの開催を通して地域活性化を目指して活動してきた。

2 今年度の活動

今年度 12 月現在までに行った活動は、

- ①昨年度末から立教池袋中学校・高等学校数理研究部と交流をしており、歴史ある部活動としての活動を見学させていただき、現段階では両校がコラボしたイベント開催を企画している。
- ②新たな取り組みとして、3D プリンター・自作 PC を購入し、作品を作成した。また学校行事である「A 知探 Q」にて、「聖っ子には買わせない」というミニ四駆を 3D プリンターで作成し、オリジナルミニ四駆作成体験を本校中学生にしてみようという講座を開いた。
- ③9 月には本校文化祭にて 4 年連続となる作品展示を行った。高校 1 年生のみならず、高校 3 年生の力もお借りして、自クラスの作業もある中で、何とか先輩方から受け継いできた作品、新たな取り組みの展示などを行うことができた。



3 Project.H とは

Project.H は、聖っ子プロジェクトメンバーの一部が立ち上げたプロジェクトで、少年の浪漫、**電気自動車の開発**を行うことを目的として結成された。とはいえ道のりは厳しく、そもそも聖っ子プロジェクトは有志団体であり、予算もなく、物品等の購入に非常に苦勞している。そのため助成金を活用し、実行することはできないかと考えた。今回 **村田学術振興・教育財団「STEAM 教育助成 A 助成（ものづくり支援）」**へ応募することを検討している。Project.H はその支援を活用して「**おもしろい**」を追求したものづくりを遂行している。

4 現在までの活動

Project.H は 10 月上旬に結成され、以下の活動を進めてきた。

- 組織の立ち上げと役割分担の決定
- 車両設計の基礎知識を学ぶため、大学教授を訪問し専門的な助言を受ける
- 学んだ内容を基に、初期車両設計案を作成
- カーグラフィック元編集長に設計案を見てもらい、専門的な意見を得る
- 「女性の意見をもっと取り入れるべき」との指摘を踏まえ、同学年の高校 1 年生女子全員を対象にアンケートを実施→今後他学年にも

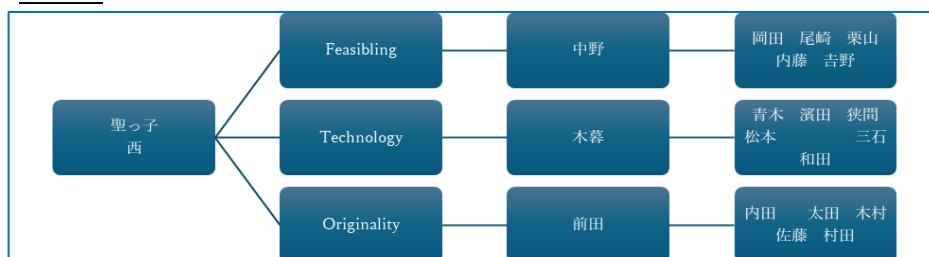


5 現段階で決まっている車の詳細

開発中の車のコンセプトは、「好きな人を隣に乗せれば、心をつかめること間違いなしの車」である。

- **構造**：鉄パイプをキークランプで固定し、骨組みを組む。外装は木材を貼り付けて制作する。
- **電源**：災害時にも使用される大容量ポータブルバッテリーを搭載し、取り外し・持ち運び可能な多機能設計とする。
- **車内装備**：2人乗りを想定し、カーナビはテスラのような大型タッチパネルを採用し、スマホのミラーリングに対応させる。
- **デザイン**：コンセプトに基づき、同学年の高校1年生女子を対象にアンケート実施し、その結果を反映してデザインを決定する。

6 組織図



※参考：Project.H は出ている案の技術について調べる Technology、その案に独自性を加える Originality、自分たちにできるかどうか判断する Feasibiling の3つのチームに分かれている。

7 今後の活動・課題

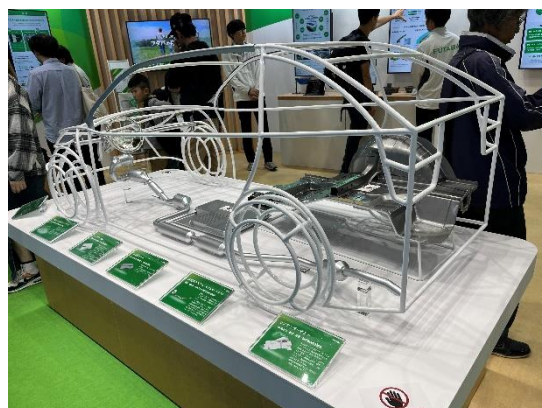
今後の活動および課題は以下の通りである。

- アンケート結果をもとにした車両デザインの最終決定
- 設計図面の詳細化（車体寸法、骨組み強度、重量、安全性の検討）
- 必要部品・材料の選定と見積もりの作成
- 制作スケジュール作成
- 助成金申請書類の作成と改善
- 試作フレームの小型モデル制作（寸法確認・強度確認）
- 専門家へのフィードバック依頼（自動車工学、デザイン、安全性など）

また、課題としては、

- 設計の精度向上
- 限られた制作期間の中での作業効率化
- 安全面の裏付けをどう取るか
- 設計と予算のバランス調整

などが挙げられる。今後実現に向けて具体性を高めていきたい。



きたまち黎明計画 ～きたまちシカ勝たん～

帝塚山大学
現代生活学部居住空間デザイン学科
きたまちコモンズプロジェクトチーム



きたまちコモンズプロジェクト



プロジェクトスタート！

プロジェクトの歴史



日+月+星



5月 きたまち フィールドワーク

寝落ちに最適の物件でした

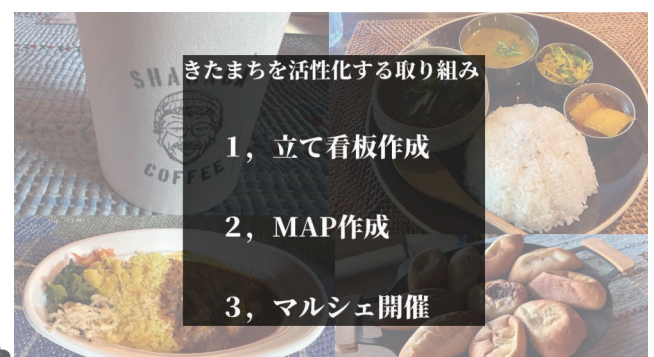
自然豊かな町を散策



人のつながり

あたたかみに溢れた

「きたまち」を多くの人に知ってほしい！



きたまちを活性化する取り組み

1, 立て看板作成

2, MAP作成

3, マルシェ開催

魅力があふれてる！

カレーおいしかったです



プロジェクト演習 1班

1 人相書

人相書とは、本郷江戸時代に肥前藩の指名手配書として利用されていた

北町の魅力を伝えたい！！

2 和紙

北町のアトリエを一つ借りて、和紙を使った工作を体験してもらう
指折（上組）・せんす（中組）・風車（初組）の三種類から一つ選び体験してもらう
自分だけの和紙を使った工作で、思い出に残る



北町のマップをQRコード化したものを駅前設置し、多くの人に北町の魅力を伝えるようにする。



体験終了後は、近くの緑地牧場の売店に使える割引券や、そのほか北町で使えるクーポンなどをあげることで北町の魅力や観光客による経済の活性化などが期待される

指名手配書？の製作開始！



1, 立て看板作成

運ぶのが一番大変でした





2, MAP作成



運ぶのが一番大変でした

～きたまちをより魅力ある街にするために～

きたまち MAP 作成、配布！

きたまちにあるお店や、開催されるイベントについてまとめたMAPを作成し配布する

きたまちな人々のかかわりの強さを活かしてお店の個性や店主のかかわりについての情報を盛り込む

イベント情報など変動するものについてはQRコードで最新の情報を得られるようにする

ペットカフェを運営！

ペットと一緒に入ることのできるカフェを運営する

ペットに関する悩みがある人や、人とのつながりが欲しい人をターゲットとし、気軽に交流できる空間にする

猫の日や犬の日など定期的にイベントを開催することで多くの人とコミュニケーションが広がるようにする

メリット

あえて紙媒体で作成することできたまちに訪れたという即感の思い出になる

MAPの情報だけでなく人のかかわりという読み込んだ情報まで入れることで、きたまちな人にとっても楽しめるMAPになりこれまでで聞かされていなかったイベント情報についても多くの人に伝えられる

メリット

猫や犬とあふれる人々のかかわりが強いという特徴のあるきたまちな地域とのつながりを加えることによって、きたまちな魅力をそのままに新たな盛り上がりを作ることができる

人とのつながりが欲しい人にとって気軽に立ち寄れる場所にできれば地域内のつながりがさらに強まることできる

この猫は史上最高傑作です



お店の方は優しい方ばかりでした



人脈命！

**きたまちで
スタンプラリー・マルシェ**

スタンプラリー 目的：きたまちにあるお店を知ってもらい、実際に歩いてきたまちな雰囲気を楽しむ

- きたまちマップ+スタンプラリーのリーフレット。2折りクロスニツ折り加工を施すことで、小さい状態で持ち運びが楽な状態にする。
- スタンプはお店独自のデザインを考える。お店の方にお店の方に協力してもらい、お店の外にスタンプを置く。また、リーフレットには、創業当時の写真などを貼り、今までにないものを作る。
- スタンプを集めるとマルシェで提供している食事を安く買えるクーポンがもらえる。

マルシェ 開催場所：転害門前広場 聖武天皇佐保山南院拝所

- ターゲット層：大学生
- 内容：きたまちな自然の豊かさを活かして、ジブリ映画を観ながらご飯を食べることができるマルシェ
- 中央で屋外映画その周りを飲食店のテント映画で出てる食べ物を作っている

楽しいマルシェ



3, マルシェ計画

～出店準備～



実は今日も開催しているんです

プロジェクトの軌跡

現地調査 プロトタイプ制作・制作 立て看板制作 マルシェ出店

2024年4月 2025年1月 3月

プレインストミングワークショップ 店舗への取材 ワークショップ準備 MAP、立て看板お披露目！

プロジェクトの軌跡

観光情報 × 文化理解 × 利便性で創る新しい地方体験アプリ『Wanderlust』

多摩大学目黒高等学校 起業体験 SG
2年5組 中根 久美子

1. ビジネスプランの概要

訪日外国人向けに地方や穴場の観光地を紹介するアプリである。既存アプリは有名観光地に偏りがちだが、本サービスでは「観光情報 × 日本文化理解 × 利便性(Wi-Fi・クーポン)」を一体化して提供する。**旅行者には快適で深い体験を、地域や店舗には新たな集客・PR 手段をもたらし、地域観光の活性化に貢献する。**収入源は広告と店舗紹介手数料を想定し、観光協会と連携し全国展開を目指す。

機能一覧

- ・地図機能 道案内ではなく、Wi-Fi や公衆トイレ・喫煙所などを書いたもの
- ・QR クーポン 訪日外国人のみ対象、対応している店舗で商品を買うことでクーポンを使用できる
- ・ユーザーの投稿機能 訪日外国人と日本人でレビューを分け、閲覧しやすい仕様にする など

2. プランのきっかけ・目的

日本各地を訪れる中で、観光地のゴミ問題や外国人旅行者によるマナー違反が目についた。これは、日本のルールや文化が十分に伝わっていないことが一因だと考えた。日本には、独自の生活マナーや美しい環境を大切にしている文化がある。それらを正しく理解してもらうことで、旅行者自身もより快適に過ごせるはずである。そこで、観光情報とともに多言語で日本のルールやマナーを学べるアプリを提供し、**観光地の環境保全と地域の集客支援を同時に実現したい**と考えた。

3. 商品・サービス

商品・サービスの内容

本アプリは、訪日外国人と日本人が文化を理解しながら観光を楽しめるよう設計した観光支援サービスである。観光協会や地元店舗と連携し、地方の魅力を発信することで地域の集客を支援し、旅行者には多様な体験を提供する。観光情報に加え、Wi-Fi 案内やクーポン、日本のマナーを学べる機能を一体化し、安心して快適な旅を実現する。特に、**マナーをクイズ形式で学ぶとクーポンが獲得できる仕組み**により、楽しみながら文化理解を促進する。収入源はアプリ広告と提携店舗からの手数料収入を想定している。

既存のビジネスとの差異

既存の訪日外国人向けアプリが有名スポットの紹介に偏りがちな中、地方志向の旅行者や、リピーターとして「もっと深い日本」を求める層に向け、**1つのアプリで「観光情報・利便性・文化理解」を完結できるサービス**として差別化を図る。

アプリ機能		将来的機能
①地図表示	Mapbox でスポット・店舗・Wi-Fi を表示	①多言語対応
②ユーザー投稿	写真＋コメント＋位置情報＋カテゴリ	②オフライン地図
③クーポン	QR コード割引・ポイント付与	③分析レポート
④観光スポット検索	カテゴリ・キーワード検索	
⑤お気に入り登録	スポットや店舗を保存	
⑥フリーWi-Fi 表示	公共施設やカフェなどの Wi-Fi スポットを表示	
⑦ユーザーからの意見反映	アプリ改善や新機能追加に反映	
⑧ルール・マナー周知	運営が日本独自のマナー記事を配信、スポット連動	

4. 顧客

想定している顧客

訪日外国人および観光協会や地域団体。

具体的な販売方法・広告方法

ユーザー（訪日外国人）向けには、アプリを無料提供し、空港や観光案内所、店舗でのQRコード配布やSNS広告を通じて利用者を獲得する。観光協会向けには直接営業を行い、地域単位での導入を推進する。店舗向けには、協会未導入エリアで個別営業を展開し、インバウンド需要の高い店舗から順次拡大していく。さらに旅行代理店やインバウンドメディアと連携し、BtoBtoCの形で販路を広げる。

5. 必要な経営資源等

ヒト 企画・開発・営業・運営・分析

モノ PC・クラウド・オフィス・広告素材

カネ 開発費・人件費・広告・予備資金

情報 観光地情報・ユーザーデータ・市場情報

ネットワーク 観光協会・店舗・開発パートナー・PR媒体

6. 実現に向けた課題と対策

課題	対策
技術面 マップ表示、多言語、オフライン対応、データ管理	● PoC 段階で技術・営業・運営のリスクを小さくする
事業面 観光協会・店舗営業、ユーザ獲得、収益化の時期	● 段階的に機能追加・エリア拡大でリスクを分散
運営面 人材確保、業務効率、データ分析、問い合わせ対応	● 自動化・クラウド活用・契約ベースの外注でコストと人材不可を抑制
法務面 個人情報の扱い、投稿内容の権利、クーポン規制	● 法務・規制・競合対策を事前に整備してスムーズな全国展開
市場面 観光客変動、競合、地方情報の整備状況	

7. 年間収支計画

		1年後	10年後
売上高		73 万円	3796 万円
売上原価（仕入高）		0 万円	0 万円
経費	人件費	480 万円	2000 万円
	家賃	60 万円	300 万円
	広告宣伝費	36 万円	500 万円
	その他	324 万円	170 万円
	合計	893 万円	2970 万円
利益		-825 万円	826 万円

8. 調査・ヒアリング結果

外国人へのヒアリングから、住居契約や口座開設など移住手続きが複雑で「無限ループ」になりやすい課題が分かった。将来的に行政と連携し、手続き支援機能を追加したい。

競合アプリの調査では、人気観光地がおすすめに表示されやすい為、観光客が集中して混雑が起こることが分かった。

9. プラン作成の感想

このプランづくりを通して、新しいビジネスを実現することの難しさと面白さを知った。**観光客・店舗・観光協会の三者にメリットを用意できた点は良かったが、他社との差別化や黒字化の仕組みを考えることは特に難しかった。**費用と利用しやすいのバランスを考える中で、起業には現実的な視点と工夫が必要だと学ぶことができた。

潤多摩——外国人は多摩地域に来たる??

2025 年度 社会工学研究会（インターゼミ）多摩学班

日本社会では少子高齢化と労働力不足が同時進行し、とりわけ都市郊外に位置する多摩地域は人口停滞と若年層流出という二重の課題を抱えている。地域社会が将来にわたり活力を維持するためには、外部からの新しい人口流入、とりわけ外国人住民の定着をどのように実現するかが避けて通れない論点となる。本年度の多摩学班では、学内アンケートや留学生調査に加えて、現地観察のほか、研究者や行政書士そして企業関係者へのインタビューなど多角的手法を用い、多摩地域における異文化共生の可能性と課題を総合的に検討した。

まず、学部生アンケートでは留学生への評価は平均 4.33 と概して良好で、日常的な交流の多いキャンパスほど評価が高まる傾向が明瞭であった。一方、留学生 125 名を対象とした調査では、半数が「卒業後も日本に残りたい」と回答するなど一定の定着意欲が確認されたものの、多摩地域を具体的な居住地として考えているのは約 37.5%に留まった。残りの半数は「どこに住むか未定」であり、潜在的な候補地としての余地は大きいものの、地域側から魅力を積極的に提示する働きかけが不足していることが浮き彫りとなった。

次に、日本社会に定着した若手中国人材へのインタビューでは、来日動機に文化・言語への親和性が大きく作用しており、日本の教育制度や、その「ポテンシャル評価」が強い信頼感を与えていることが明らかとなった。居住地選択に関しては、利便性や資産価値を重視する合理性タイプと、自然環境や QOL を重視するライフスタイルタイプの二つの傾向がみられたが、多摩地域はいずれのニーズにも応えうる潜在的強みを備えている点が示唆的である。

行政書士・児玉良介氏への聞き取りでは、在留資格審査において専門性不足が壁となる一方で、受入手続きそのもののキャパシティは拡大傾向にあり、制度的なボトルネックよりも生活面での摩擦や地域適応支援の不足が大きな課題であるとの指摘があった。また、舩友雄大氏や実際の高度外国人材からは、言語教育の充実、価値観の近い世代間交流、SNS による魅力発信、教育機関の整備といった具体的提案が示され、多摩地域がアッパーミドル層外国人にとって現実的な選択肢になり得る可能性が強調された。企業調査においても、子どもの教育環境、通勤時間、自然環境といった要素が外国人材の居住判断に大きな影響を与えることが明らかとなり、こうした点において多摩地域は比較優位を持つと考えられる。

さらに、江戸川区西葛西のインド・ディワリフェスタにおける調査では、「自然環境」「母国食材の入手」「文化的な居心地の良さ」が多文化共生を成功させる重要要因であることが確認された。東京都の統計によれば、多摩市の外国人比率は約 2.5%と 23 区平均の半分以下であり、今後の伸びしろは依然として大きい。

以上を踏まえれば、多摩地域が「選ばれる地域」となるためには、①言語負担を軽減するスポーツ・音楽・食文化イベントなど交流機会の質的向上、②教育・自然・利便性といった生活価値の明確な提示、③地域住民と外国人双方が主体となる双方向的関係構築が不可欠である。そして、これらを牽引し得る存在として、多摩大学が果たす役割はきわめて大きいと結論づけられよう。

潤多摩

「外国人は多摩地域に来たる？」



多摩学班
最終発表



アンケート結果(留学生)



質問結果より 50%はまだわからないと回答
半数が日本に残りたいと回答していながら、
どこで暮らしたいかは明確になっていない状況
→この層をどう多摩地域に引き込むかがカギに

各キャンパスの特徴

回答結果に大きな特徴、差は見られない
多摩地域に残りたいとの回答はややSMISの方が多い

日常的な外国人との交流の機会の多さは
留学生の日本に対しての印象、日本に残りたいかどうか
に対して決定打にはならず**大きな影響を与えない**と推測

7

インタビューや現地調査



- ・若手中国人材2名（広東财经大学・多摩大学の先輩）
- ・日本語専攻 → 交換留学 → 帰国 → 東大大学院進学
- ・日本社会への定着プロセス分析



9

インタビューや現地調査



西葛西ディワリフェスタ

- なぜ住んでいる場所が西葛西なのか
→海が近く公園が多く自然がいっぱいある、
自国の調味料や食材をそろえることができる
- これからも日本に住みたいと思うか
→これからも日本に住みたい



14

インタビューや現地調査

36種ある外国人在留資格の中でも「技術・人文知識・国際業務」（通称：技人国）+「経営・管理」の2つの観点で質問

技人国における在留資格取得支援業務を行う上で、
大きく障害となっていることは何か



技人国や経営・管理を扱う上で重要となるのは資格への適合性。要件を満たすためにヒアリング調査を行うが、実態としては専門性を伴わない「現業」に該当してしまうものが多く、要件審査に引っかかってしまうことが大きな壁となっている

17

インタビューや現地調査



『潤日』著者である舩友雄大先生へのインタビュー

▶言語問題・日本語教育の重要性

→30～40代日本人と新移民は**価値観**が近い

▶アッパーミドルに**多摩地域をアピール**

新開発や住みやすさというキーワード

SNSの有効活用、教育機関の必要性



20

インタビューや現地調査



株式会社キューズワン

企業グループ全体が抱える経営課題の解決に
貢献することを目的とした会社

調査概要

企業で働くアッパーミドルの外国人男女2名に
インタビューの実施

調査結果

日本の教育を子どもに学んでほしい
日本の文化をもっと深く知りたい
通勤時間の短さが住む契機となりやすい
レジャー施設や自然があるとうれしい

21

インタビューや現地調査



なぜ今の居住地を選んだのか、また選ぶ際のポイント

何が多摩地域にあれば住みたいと思えるか



23

日本はグローバルサウスとどう向き合うべきか～ソフトパワーを中心に～

バートルゼミ：上江洲安輝、坂本はんな、島崎一晴れ、高橋息吹

1. 研究背景と目的

近年、国際政治経済関係においてグローバルサウスといわれる新興・途上国の存在感が増している。新興・途上国の市場の拡大と高度化は、日本や日本企業にとってはグローバル戦略における重要な成長機会である。加えて、国際政治や世界経済の不確実性が高まる中でルールベースの国際経済秩序を強化・再構築していく上で、グローバルサウス諸国との新たな関係の構築が重要になっている。

本発表の目的は、日中韓 3 カ国がそれぞれ持つ文化や思想及びサザカルチャーといったソフトパワーを通じてグローバルサウスを含めた世界展開による関係構築ならびに影響力の拡大に向けた取り組みを比較分析しながら日本としてグローバルサウス諸国とどう向き合うべきかについて具体的な方策を提示するものである。

2. 研究内容

(1) グローバルサウスとは

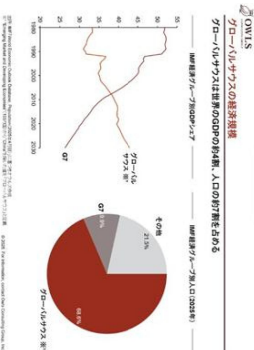
「グローバルサウス」とは、アジアや中東・アフリカ、中南米などの新興国・途上国の総称です。明確な定義はなく、政治体制や経済水準も多様ですが、多くが南半球に属していることからこのように呼ばれている。

「グローバルサウス」には、アジアではインドやベトナム、インドネシアやタイ、中東・アフリカでは南アフリカやケニア、ナイジェリア、エジプト、イラン、中南米ではブラジルやアルゼンチンなど、135 を超える国が含まれている。

・2008 年の世界金融危機以降、世界経済の成長エンジンが先進国から新興国へ移行が進み、世界経済を支える役割を担う国々が台頭してきたことから、「グローバルサウス」が再び注目されている。

・グローバルサウスは、経済・人口・資源・外交のあらゆる面で、国際社会における“第三の勢力”としての力を持ちつつあり、これからの国際秩序・世界経済の構図を変え得る存在である。グローバルサウスは人口・市場規模の大きさと、世界経済の成長エンジンとなっている。

・南半球の多くの国は、リチウム・ニッケル・コバルト・レアースなど、脱炭素・EV 化



に不可欠な資源を保有しているため、資源確保・製造拠点分散を進める先進国企業にとって、戦略的パートナーとなっている。

(2) 日中韓の取り組み

①韓国を取り組み～世宗学園・K-POP～

・世宗学堂は、2007 年にモンゴル・ウランバートルで設立され、韓国語教育と韓国文化の普及を目的として運営されている。

・2024 年 6 月 24 日には、15 カ国 18 カ所の新設が発表され、これにより世宗学堂は世界 88 カ国・地域にわたり合計 256 カ所へと拡大している。新たに設けられる 18 カ所は、アジアが 8 カ国 10 カ所、欧米が 5 カ国 6 カ所、さらにオーストラリアとネパールにも開設されている。とくにネパールでは、雇用許可制により韓国で働くことが可能なため韓国語学習の需要が年々増加している。

・世界全体の受講生は 2007 年の 740 人から 2024 年は約 21 万人へと大幅に増えている。

・K-POP は初めから海外市場を強く意識して設計されている点が大きな特徴である。デビュー直後から英語や日本語、中国語など多言語で作品や情報を発信し、YouTube や TikTok、Instagram といった SNS を通じて世界同時にプロモーションを展開している。特に、TikTok や YouTube を活用してデビュー前から話題をつくり、国境を越えてファンを獲得する仕組みが確立されている。

こうした戦略により、韓国の音楽産業は「国内市場ではなく、世界を主戦場とする」という独自のビジネスモデルを確立し、K-POP を国際的な文化現象へと押し上げている。

②中国の取り組み～孔子学園・アニメ・ゲーム～

・世界各国には、中国国際中文教育基金会が大学等と連携して中国語および中国文化の普及に関する教育機関を設置しており、これらは「孔子学院」と呼ばれている。そこでは外国人が中国語や中国文化の学びの場となっている。

・2004 年に開始されたこの孔子学院設置プロジェクトは、同年 11 月に韓国のソウルに初めて海外学院が設置されて以来、2019 年末までに 162 カ国・地域に 550 校が設置され、「孔子課堂」も 1,172 校設置されている（2024 年 6 月 18 日時点）のである。

・中国生まれのゲームは日本のみならず、世界全体での売り上げを現在も伸ばしている。2020 年 9 月にリリースされた「原神」は美しいグラフィックとストーリーそして中国を含む様々な文化の融合が高く評価された作品である。また 1 3 日間で世界のプレイヤーの支出が 1 億ドルを突破したゲームである。西遊記を題材にした RPG アクションゲーム「黒神話：悟空」は 2024 年 8 月の時点で、Steam 上にあるゲームのオンラインユーザー数歴代 2 位にランクインした。羅小黑戦記（および続編） — 中国のインディーズ作品として始まり、今では国際的に評価される代表作のひとつ。フレンズジャー/妖怪/自然/環境問題などをテーマに、ユニークで感動的なストーリーを展開。

③日本の発信～サゾカルチャーの発信～

- ・2025年のアフリカ開発会議(TICAD)では、現地オタクコミュニティ主導のバーネルズ・イスクションや日本のアニメの公式紹介が南アフリカやナイジェリア、エジプト、カメルーンに向けて行われた。
- ・現地イベントの直接支援
- 2024年～2025年にインドネシアやフィリピンなどで日本文化を紹介するシンポジウムを開催。
- ・アニメの市場は2024年が最高の最大規模となっている。日本国内市場（1兆6,705億円／前年比102.8%増）より海外市場は（2兆1,702億円／前年比126%増）の成長が著しい。

3. 考察とまとめ

日本は、中国の孔子学園や韓国の世宗学園のように日本語を教える活動は積極的に行えていない。中国語、韓国語学習者が増加傾向にあることに比べ日本語学習者は2012年をピークに横ばいもしくは減少傾向にある。このことから相対的に日本の影響力が下がっていることが分かる。中国は語学に留まらず自国の伝統文化やサゾカルチャー、韓国は言語やK-POPを通じてソフトパワーの拡大を強化しているのに対して、日本はアニメ、漫画などのサゾカルチャーの発信が主となっている。今後は日本語学習者を増やしていくことが日本の影響力を上げていくことにつながるであろう。

グローバルサウスは、経済・人口・資源・外交のあらゆる面で国際社会における“第三の勢力”としての力を持ちつつあり、これからの国際秩序・世界経済の構図を変え得る存在である。グローバルサウスは人口・市場規模の大きさと、世界経済の成長エンジンとなっているため、日本は今後においてグローバルサウスへの協力や関係強化のためのアプローチが求められている。

生成 AI と DX による社会的弱者支援の可能性

- 孤立と情報断絶を乗り越えるテクノロジーの役割と恩恵 -

2025 年度：インターゼミ DX 班

担当学生：野上 隆之介・大内 悠生・金刺 浩志・楊 小龍・瀧川 智

担当教員：久保田 貴文・平石 隆司・ジェスロ ケニー

生成 AI と DX による社会的弱者支援を検討するうえで、本研究は孤立無業者（SNEP）と、その入口にあたる Pre-SNEP、出口にあたる Post-SNEP を一連のライフコースとして捉える。SNEP は、東京大学社会科学研究所・玄田有史によって「20 歳以上 59 歳以下の在学中を除く未婚無業者のうち、ふだん一緒にいる相手が家族以外にいない人々」と定義され、日本では 2010 年代に約 160 万人規模に達したとされる。就労・婚姻・交流のいずれにも困難を抱えるこの層は、経済的な生産性の喪失だけでなく、孤独死やメンタルヘルス悪化といった社会的リスクの集積点となっている。Pre-SNEP は、形式上は在学しているものの、学校内外の家族以外との接点が極端に乏しい 16～19 歳の若年層を指す。テレビ中心だった 2010 年代から、スマートフォンと SNS が前提の 2020 年代へとメディア環境が変容するなかで、「物理的に一人＝孤立」とは限らないが、学校にもオンラインコミュニティにも安定した居場所を持たない若者が新たに可視化されつつある。一方で Post-SNEP は、未婚・無業のまま高齢期に至り、職場・友人・地域といった複数のつながりを同時に失った 60 歳以上の層である。健康問題や移動負担、デジタル技術への不慣れが重なることで、人と人との「ゆるやかな交流」すら得にくくなり、孤立の固定化と自殺・孤独死リスクの高まりが懸念されている。

こうした入口一本体一出口をつなぐ支援の中核として、本研究が提案するのが、SNEP 支援に特化した感情分析 AI システム「Re:feel」である。Re:feel は、生成 AI と感情分析技術を組み合わせ、孤立した当事者が「AI 日記」を通じて日々の気分や出来事を書き留めることを出発点とする。利用者はスマートフォンや PC から、短い一文でも構わない形で日記を入力し、それに対して AI が「今日は少し疲れているようですね」「昨日よりも外に出られたのは大きな一歩ですね」といったフィードバックを返す。このプロセスは、①小さなきっかけの形成（誰にも読まれない安心感のもとで本音を書ける）、②自分の感情に気づく（AI が言語化してくれることで、漠然としたつらさの輪郭が見える）、③生活リズムの回復（日記を書くために起床時間や行動が少し整う）、④人との関わりへの安心（AI からの提案を受けて、家族や知人に短いメッセージを送ってみる）、⑤社会との再接続（必要に応じて対面・オンラインの相談支援につながる）という段階的な変化として設計されている。重要なのは、Re:feel が「いきなり人に会うのは怖い」という当事者にとって、AI という中立的な相手を介した低負荷の入口となる点である。

技術的には、Re:feel はテキスト・場合によっては音声データから感情状態を推定する感情分析 API と、生成 AI による対話エンジンを組み合わせ、ユーザーの感情トレンドを可視化するとともに、その変化に応じた提案や注意喚起を行う。インターフェース側では極力操作を単純化し、「今日の気分を一言で」「今いちばん困っていることは？」といった自然言語ベースの入力だけで完結させる。背後では、相談ログや面談記録など最低限のデータを安全に蓄積し、支援者（カウンセラー・ケースワーカー等）に対しても、必要なときだけアラートやサマリーを通知する。その際、「データ最小化」「目的限定」「保存期間管理」といった DX 班が掲げる保護原則を徹底し、AI が出したスコアを最終判断に用いないこと（人の二次評価を必ず挟むこと）をガバナンスとして明示する。

Re:feel は、SNEP 本人だけでなく Pre-SNEP・Post-SNEP に対しても応用可能である。Pre-SNEP については、高校生が匿名で利用できる「校外のデジタル居場所」として位置づける。学校経由では相談しにくい不登校・進路不安・SNS トラブルなどを、まず AI に打ち明けることができるようにし、危険度が高い内容については、合意に基づいてスクールカウンセラーや地域の若者支援機関につなぐ。ここでも AI は「聞き役」と初期の感情整理に専念し、専門的な介入はあくまで人が担うという役割分担が重要となる。Post-SNEP に対しては、日々の独居生活の中に「言葉を投げかける先」を提供すると同時に、感情スコアや記述内容の変化から抑うつ悪化や自殺リスクの高まりを早期に検知する補助ツールとして機能しうる。例えば「最近誰とも話していない」「生きていても意味がない」といったフレーズが継続的に現れた場合、事前に同意を得たうえで地域包括支援センター等への相談提案を促すといった運用が考えられる。

このように、Re:feel を軸とした提案は、①誰にでも届く低敷居な入口を用意する「到達性」、②日々の小さなやりとりを通じて関わりを途切れさせない「継続性」、③データと責任の線引きを明確にし人間の判断を中心に据える「保護」という三原則を具体化する試みである。生成 AI は決して人間的なつながりの代替物ではなく、孤立した当事者と支援者のあいだに「一歩めの橋」を架ける増幅装置として位置づけられるべきであり、Re:feel はそのためのプロトタイプとして、SNEP・Pre-SNEP・Post-SNEP を貫く包摂型 DX の可能性を示していると言える。

参考文献

玄田有史「孤立無業者（SNEP）の現状と課題」東京大学社会科学研究所, 2013 年

111 教室

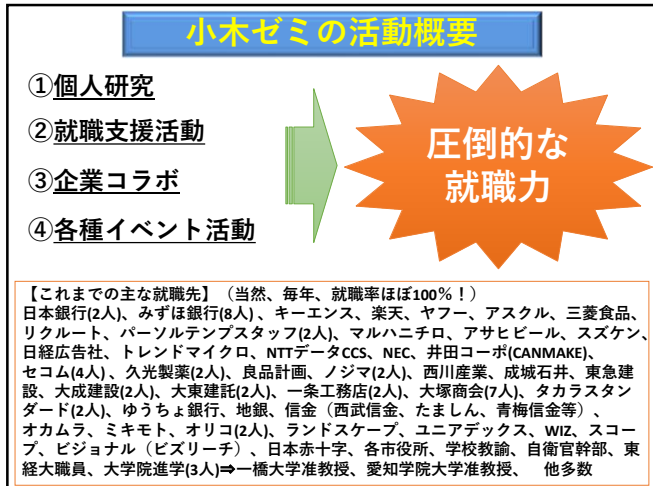
レジュメ



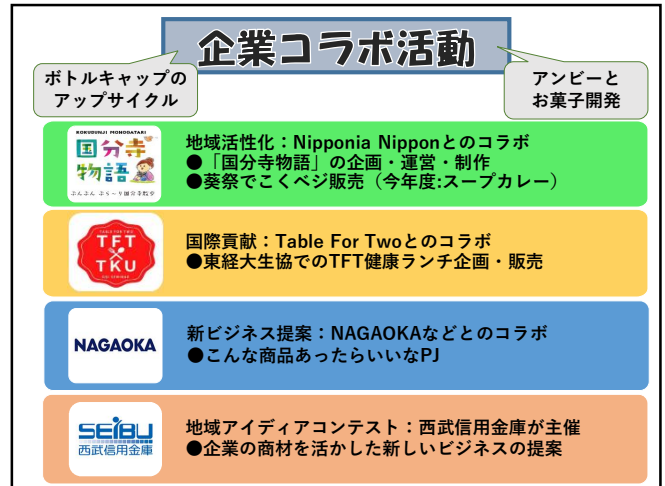
1



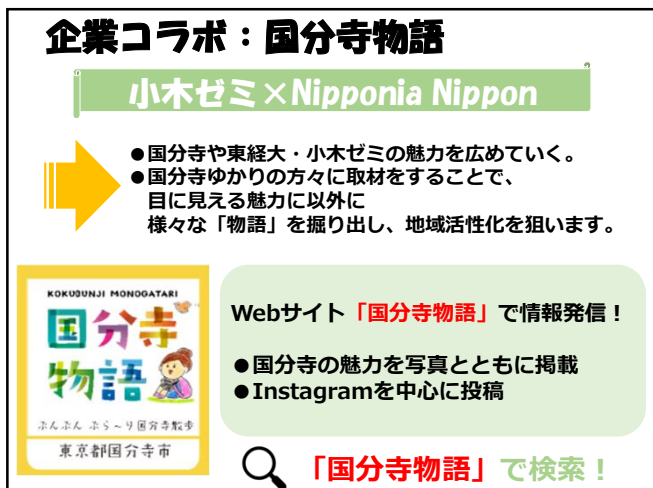
2



3



4



5



6

企業コラボ：TFTランチ企画・販売

小木ゼミ×Table For Two×生協

「発展途上国の飢餓」と「先進国の肥満の解消」を同時に行う運動
生協で購入してもらった一食につき20円が
Table For Two を通じて発展途上に寄付

2025年後期

7

小木ゼミ×Table For Two×生協

【2025年度 前期の販売実績】

メニュー名	販売期間	販売価格	出食数	寄付金額
タイに行ったみタイ！ ガバオライス	6月23日～ 6月27日	560円	536食	10,720円
金の カルビギュウ丼	6月30日～ 7月4日	560円	691食	13,820円

合計**1,227食**を販売し、**24,540円**寄付しました。

詳しい活動内容は
小木ゼミTFTの
Instagramアカウントで！

8

企業コラボ：「新商品・キャラクター提案PJ」

小木ゼミ×NAGAOKA

学生ならではの自由な発想で
新ブランドを提案

アイデア例

- モバイルバッテリーの充電器×インテリア
- デジカメをもっと身近に感じられるレンタルサービス
- 自分でカスタマイズできるヘッドフォン

9

企業コラボ：お菓子新商品開発

小木ゼミ×JR西国分寺駅×AnnBee コラボ

2日間で**約60万円**の売上を達成！

10

企業コラボ：西武信金主催「知財活用スチューデントアワード」

地域企業が持つ既存商材を活用して学生による斬新なビジネスアイデアを提案するコンテスト

昨年度は小木ゼミから1チームが「トングカバー」という商材を活用し本選考に出場しました！

今年度も決勝戦に出場し、優勝を目指します。

11

各種イベント：RE:CAP

株式会社REMAREとコラボし、
国分寺や大学内で集めた**ボトルキャップ**を**コースター**に
アップサイクルするプロジェクト

大学内のごみ箱横にキャップ回収ボックスを取り付け

コースター完成！
今年度の募祭で**販売**します！

キャップを回収&洗浄

12

多摩ブランドの現状 地域活性化に向けた商品開発

多摩大学 経営情報学部 小西英行ゼミ

目次

- 01 多摩のブランド商品の現状
- 02 多摩（たま）ブランドの新商品作成に向けて
- 03 多摩（たま）ブランドの新商品の可能性
- 04 まとめ

01 多摩ブランド商品の現状

実際に商標登録されている多摩ブランド

多摩ブランドの特徴

多摩ブランドの可能性

商標登録されている多摩ブランド①（お菓子編）



多摩湖畔

→ 栗入りの黄味あんを、風味豊かな抹茶生地で優しく包み、丹念にひとつひとつ焼き上げられた多摩湖畔の風情を表現した銘菓。



多摩小町

→ 「紅あずま」を使い、シナモンの風味豊かに焼き上げられた銘菓。

ニューあむーる <https://www.newamour.com/menu01>

商標登録されている多摩ブランド②（お酒編）



多摩自慢（日本酒）

銘酒「多摩自慢」は、「多摩の心をうたいつつ、多摩の自慢となるよう、多くの人達の心を満たすことができた」という願いをこめて命名されました。



多摩の恵み（ビール）

江戸を支えた多摩の水と歴史を重ね合わせ、多摩の水を贅沢に使用して仕込まれるビールとして名付けられた。

石川酒造 <https://www.tamajiman.co.jp/product/sake.php>

多摩ブランドの特徴

伝統と革命の融合

→ 伝統的な手作業の技術を守りながらも現代的な製品
都市化と豊かな自然環境を活かした都市農業の産品やそれらを原料とした加工品

多摩ブランドの可能性

地域のイメージ向上

→ 多摩産の野菜や果実、クラフト製品、スイーツなどが多摩ブランドとして定着することで多摩の魅力を発信することができる。

地域資源を活用して付加価値を高め、地域経済の活性化を促す役割を担う。

02 多摩ブランドの新商品作成に向けて

生成AIを活用した多摩のブランド

生成AIを活用した多摩のブランド



仮想ブランド多摩ブルー



仮想ブランド多摩のあおい



仮想ブランド多摩黄金

多摩ブランドの新商品を作成することの可能性

来訪者の促進

新たな多摩ブランド商品を創出し、市や地元の企業と協力してイベントなどを開催することで多摩の魅力を発信し、多摩地域の観光名所や伝統工芸などをテーマにしたパッケージデザインやストーリー性を持たせることで来訪者の促進へと繋がる

多摩市への実際の提案

★多摩市産の、特産農産物に貼る「シール」の提案

小西ゼミでは、多摩市経済観光課からの依頼で、多摩市産の特産農産物に貼る「シール」のデザインを、多摩市へ提案します。

シールのデザイン案→→



04 まとめ

①新商品の提案・開発を行う。
→前のスライドで上げた諸企業や商店街と共に多摩産の製品を使用した商品を作り上げる。

②多摩ブランドの価値向上を行う。
→既存の製品や上記で提案・開発した製品にシールを付けて押し出していくことで、多摩ブランドの認知・拡大を行う。

このように多摩ブランドという付加価値を創造することで多摩の魅力をより拡大し、新たな価値を生み出す。

03 多摩ブランドの新商品の可能性

多摩ブランドの新商品を作成することの可能性

新商品導入に向けて活動してきたこと

多摩市への実際の提案

多摩市への提案（可能ならば）

新商品導入に向けて活動してきたこと

既存の多摩ブランドの調査

AI技術を活用したブランドシールの作成

新たな多摩ブランドのアイデア出し

多摩市の企業や商店への商品提案やイベントを開催するための計画立案

多摩市への提案（可能ならば）

多摩市内で生産されているものをもっと多くの人に知ってもらうために、私たちは多摩に関する仮想ブランドの作成をして、多摩市の企業や商店に提案やイベントを考えています

4.まとめ

小西ゼミでは、多摩のブランドの特徴や可能性を調べ新商品やブランドの提案していくために活動をしてきました。現段階ではブランドやイメージ案を制作してるので私たちが考えたものをまずは提案をして知ってもらえるように今後も活動を行っていきます

泰安(テアン)女子高校訪問報告 -韓国的高校と文化の体験-

盛満 侑介 (多摩大学附属聖ヶ丘中学高等学校 教諭)
井上 美麗, 中泉 彩音(多摩大学附属聖ヶ丘中学高等学校 高校2年)

1.はじめに

昨年度の済州国際平和フォーラムへ参加した生徒が現地での泰安女子高校との交流を通して受けた刺激から、韓国への興味を持ち、帰国後に、泰安女子高校への1年間留学を強く希望したことが今回の学校訪問のきっかけとなった。この度は日本の高校生が、韓国で学ぶための査証を取得する制度がなかったため、1年間の長期留学の実現はできなかった。しかしながら、韓国での学びを経験したいという本人の希望が叶い、短期間ではあるが、泰安女子高校を訪問することができ、現地校での授業体験及び、文化体験につながった。この度は表題の件について、報告させていただく。また今回の泰安女子高校への訪問に際しては、田村理事長をはじめとして、多摩大学教授趙先生と、今回訪問させて頂いた泰安女子高校理事長のパク・キョンスク先生と、校長のキム・サンヨプ先生に日程を含めた調整に尽力していただき、生徒の訪問機会を頂けたことに改めて感謝申し上げますとともに、訪問校が女子高校であり女子寮での生活体験という点で、多摩大学目黒中学校・高等学校の江野畑ひとみ教諭に引率をしていただき本校生徒に貴重な経験を支えていただけたことも合わせて感謝申し上げます。

今回の訪問行程は令和7年4月23日から4月29日の6泊7日である。初日は、韓国の仁川空港到着後に訪問先の泰安女子高校に迎えに来ていただき、学校へ歓迎を受けた。2日目と3日目は高校見学と、授業体験を実施した。事前に泰安女子高校から体験授業内容の案内を受け、希望する授業を選択した。4日目はテアン女子高校の開校50周年セレモニーに参加した。5日目は泰安周辺の散策し6日目に泰安女子高校か

らソウル市内に移動の後、翌日はソウル市内の散策等自由行動時間となり、13:30分に仁川空港から日本に向けて出発し、同日夕刻に帰国した。以上の行程での学びについては、参加した生徒の感想と合わせて報告する。

2. 泰安女子高校での学びの報告

・1日目 4月23日 《泰安到着》



・2日目 4月24日 《授業開始》



3日目

カラオケ・授業・唐辛子
植え体験



・7日目

《帰国・まとめ》



・5日目
《観光・体験》

韓国の伝統衣装である
韓服体験



・6日目

《ロッテワールド&お別れ》



明洞観光☆



4日目

泰安高校50周年記念イ
ベント・花園



2.1 今回の経験についての感想

昨年の済州島での国際平和フォーラムに参加し、そこで交流のあった泰安女子高校と、さらなる交流の機会を得ることができたことに嬉しく思う。また、韓国の伝統衣装を実際に着ることができ、また日本のように、その衣装の色にもそれぞれ意味があることを知った。また、観光では味わえない、韓国の一般的な食事を経験する機会は、貴重で思い出深いものになった。また泰安女子高校の開校50周年のセレモニーに参加をし、理事長先生の歌や、歓迎を受けたことはとてもいい経験になった。

韓国の現地高校へ1年間の留学をしたいという思いがあり留学を望み、現地で高校生の留学制度が整っていないこともあり、叶わなかったのは残念であったが、日韓の交流を深め、留学の制度が整うことを望む。

3.発表内容のまとめ

韓国の学校で教育を体験し、また姉妹校締結をした泰安女子高校での歓迎をうけ、学校交流を通して、たくさんの文化交流ができた。現地の高校生徒の交流を通して、人のつながりの大切さを学び、またたくさんの韓国の文化体験を経験するとともに、泰安の自然の魅力を体験し、韓国をより身近に考えるきっかけとなった。

4.さいごに

今回の視察は、現地で見聞きしたことで終わってしまうのではなく、帰国後にも様々な形で交流が続いている。泰安女子高校をはじめ、若者の交流はSNSを通じて続いていき、韓国への留学を考える生徒が出てきたこと。また国際フォーラムにて交流した済州外国語高等学校の日本語専攻の生徒が、聖ヶ丘高校を訪問してくださり、生徒同士の交流につながったことなど。そのつながりを今後も大切にしていけることで、他者を知る機会を持ち続けて、国際平和を考え、互いに協力する世界を期待してまとめとする。

アジアにおける商機と展望——日本と中国そしてマレーシア

水盛ゼミナール 2025 年度 中国班・マレーシア班

かつて日本は“Japan as Number One”と呼ばれ、世界経済の先端に立った。しかしバブル崩壊とその後の長期停滞——いわゆる「失われた 30 年」——を経て、国家としての競争優位は大きく揺らいでいる。米国は IT 革命を機に再成長し、中国は巨大人口と政策主導型の産業育成で急速に台頭した。韓国や東南アジア諸国も国家戦略によって存在感を増している。こうした国際環境の激変のなか、日本企業は自らの強みを再点検し、グローバル社会から積極的に学ぶ姿勢が求められる。とりわけデジタル領域とアジア市場は、既存の成功体験では対応し得ない“新たな競争軸”になりつつある。そこで 2025 年度ゼミでは中国および東南アジアに着目し調査をおこなった。

TikTok（抖音）は ByteDance（字節跳動）が創出した動画中心の SNS で、“発見型”消費を世界に定着させた。日本では家電・美容・アパレルが TikTok Shop 売上の約 80% を占め、1000～3000 円を中心に Z 世代が衝動的に購入する。他方、中国の抖音は EC 全体の約 4 割を占めるライブコマース市場（流通取引総額 3.5 兆元）を形成し、政策支援・巨大市場・AI 技術を統合した“超集積的デジタル経済圏”へ進化している。インフルエンサーの即時的訴求による購買誘発は、日本とは比較にならぬ規模と速度で拡大している。

一方、Amazon は“検索型”消費の巨人で、保管・配送を一体化する FBA を武器に世界市場を掌握する。日本企業には、TikTok では動画による興味喚起、Amazon では品質・信頼性の訴求という二面戦略の明確化が必要である。中国 EC の特徴は政策・産業・物流・AI が統合された高速成長モデルにあり、日本の漸進的成長モデルとは根本的に異なる。差異はプラットフォーム構造ではなく、国家がデジタル経済をどう位置づけるかに起因する点が重要である。

マレーシアは農業・資源・加工技術を基盤とする輸出型経済で、多様な産業ポートフォリオを保持する。ペットフード市場は 2030 年に 4.7 億ドルが見込まれ、低コストや“ペット＝家族”観の浸透が成長を支える。観光分野では動物園が資源となり、野生動物保護も並行する。ゴム産業は医療用手袋で世界シェア 7 割を占め、高品質加工技術と港湾インフラが競争力を持つ。パーム油は世界第 2 位の生産国で、食品・日用品・バイオ燃料に需要が広がる。石油・ガス産業はペトロナスを中心に東南アジア第 2 位の規模を誇り、LNG 輸出の主要相手は日本・中国・韓国である。果実産業ではドリアン輸出が 4 年で 2.5 倍に増え、中国向けが約 78% を占める。タイとの競争や鮮度維持コストは課題だが、ムサンキングのブランド力は依然強い。総じてマレーシアは「資源 × 技術 × ASEAN 自由貿易」を武器に外需主導成長を続ける。

日本、中国、マレーシアの比較から明らかなのは、各国が自国の特性を最大化する戦略を採用している点である。中国は統合型デジタル経済で世界を牽引し、マレーシアは資源と加工技術、ASEAN 物流で競争力を維持する。アジアは日本にとって競争相手であると同時に、成長を共創し得る協働相手でもある。変容する世界市場で存在感を取り戻すためには、アジアの成功モデルから学び、自国の強みを再構築する戦略的姿勢が欠かせない。

マレーシアのパーム油産業の現状

- マレーシアは**世界第2位**のパーム油生産国
- パーム油産業はマレーシア農業分野**最大の資源**
- パーム油・同製品はマレーシアの**主要な輸出品目**
- 主な輸出先：インド、中国、EU、日本



表2-1 マレーシアの主要品目別輸出(FOB) [通関ベース]
(単位：100万リンギット、%) (△はマイナス値)

品目	2022年	2023年	増減率
電気・電子製品	592,956	575,454	△3.0
電子部・電子部品	387,338	387,452	0.0
集積回路	302,085	296,938	△1.0
通信機器・部品	51,387	48,065	△6.5
金属・金属物	255,062	227,119	△11.0
石油製品	149,036	133,871	△10.7
液化天然ガス (LNG)	68,002	59,602	△12.4
原油	31,847	28,733	△9.8
パーム油・同製品	137,986	102,151	△26.0
専門・科学・制御機器	52,254	50,361	△3.6
合計 (その他含む)	1,550,009	1,425,677	△8.0

(出所) マレーシア統計局

[1] 日本貿易振興機構「マレーシアの貿易投資年報 2024年版」(公式サイト、2024年10月3日発表、2025年11月20日閲覧)
<https://www.jetro.go.jp/world/asia/mal/atr/atr2024.html>
 [2] <https://www.mpoa.org.my/mpeb-palm-oil-industry-mixed-in-first-eight-months-but-prices-out-and-yield-increase>

6

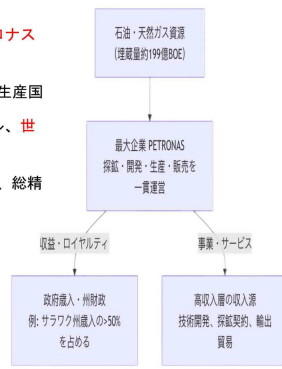
マレーシア石油・天然ガス産業について

- マレーシアの石油・天然ガス産業は**国営企業ペトロナス (Petronas)** が中心となって運営する
- マレーシアは東南アジア**第2位**の石油・天然ガス生産国
- 埋蔵量：2016年時点で確認埋蔵量は約36億バレル、**世界第28位**。
- 精製能力：2022年時点で約**7つの製油所**を保有し、総精製能力は**1日あたり約95.5万バレル**。



[1]

[1] クアラルンプールのペトロナスツインタワー (PETRONAS本社)
 [2] JOGMEC (2007) 及びマレーシア財務省関連資料に基づく



[2]

8

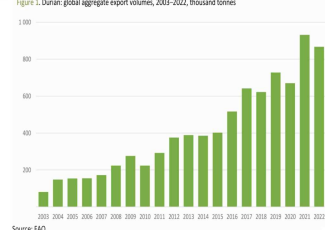
フルーツ天国マレーシア

マレーシアは年間降水量2000〜3000mm、平均気温26〜28℃。また東南アジアの諸国に比べ、大規模農園経営が多く、特にその中でドリアンが全果樹栽培面積の約49.2%を占める最大作物であり、政府側が「量」より「質」を重視した政策を実施し、ドリアンが経済的・文化的に最も重要な果物である。これに対し、パイナップルは高い生産効率と加工適性を持つ作物で、缶詰や冷凍品など加工輸出を支える量産型商品として商業的重要性が増している。



マレーシアのドリアン産業の現状

- マレーシアはドリアンの生産量が**世界第3位**。
- 輸出額は2018年の3億2120万リンギットから2022年には11億4000万リンギットへと**約2.5倍**に増加した。
- 主要な**海外市場は、中国、シンガポール、中国香港、カナダ**など。
- **2022年の輸出額11億4000万リンギット (約376億7928万円) のうち、中国向けが全体の77.8%に達している。**



[1] ナトナムプロモーションプラットフォーム (公式サイト、2025年7月29日発表、2025年11月25日閲覧) **マレーシアは、前年比3億5500万ドル超のドリアン輸出を目標としている。**
 [2] Food and Agriculture Organization of the United Nations (公式サイト、2023年12月4日発表、2025年11月25日閲覧) **農産物収支年報 (2022) 年報版全球貿易概況表**

14

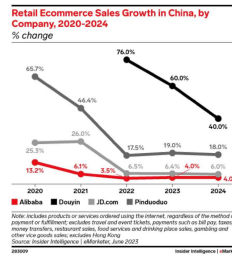
TikTokについて

- TikTokは中国のByteDance社が開発したSNS。
- 現在では世界中で最も影響力のある動画プラットフォームの一つとなっている。



2

主要比較 (体制・産業・市場規模)

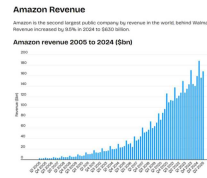


- 体制の違い：
 - ・中国：政策集中・産業育成が早い
 - ・米国：イノベーション・市場の柔軟性
- 産業・GDP：
 - ・中国：製造業・ハイテク、新エネルギー
 - ・GDP 18.4兆ドル (+5%)
 - ・米国：テクノロジー・金融中心
 - ・GDP 29.2兆ドル
- 市場規模：
 - ・TikTok (抖音)：ライブコマース GMV 3.5兆円 (ECの40%)
 - ・Amazon：年間売上 6380億ドル (世界最大EC)

市場とユーザー：盤石の巨人 vs. 疾走する新星

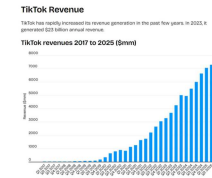
Amazon: 盤石の「検索型」巨人

- 販売額：6300億ドル (2024年推定)
- ユーザー：購買意欲が高い幅広い年齢層
- 購買心理：「買う」ために訪れる



TikTok Shop: 疾走する「発見型」新星

- 販売額：230億ドル (2024年)
- ユーザー：Z世代・ミレニアル集中
- 購買心理：「楽しむ」うちに購入

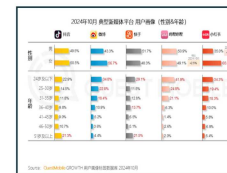


[1] Neelam Tatrach/Statista | TikTok Revenue and Usage Statistics (2023) | 2023年9月8日 <https://www.businessinsider.com/data/tik-tok-statistics/>
 [2] David Garry: Amazon Statistics (2023) 2023年8月8日 <https://www.businessinsider.com/data/amazon-statistics/>

15

中国EC市場の規模

- TikTok (抖音) 電子商取引は規模によって流量の覇者となった。
- 抖音と小紅書のEC戦略の境界



[1] QuestMobile 2024年新媒体生态报告：五大平台用户19.71亿用户，内容商业化进入爆发期... (行政研究報告-QuestMobile (2024年10月26日 2025年11月25日閲覧))

24

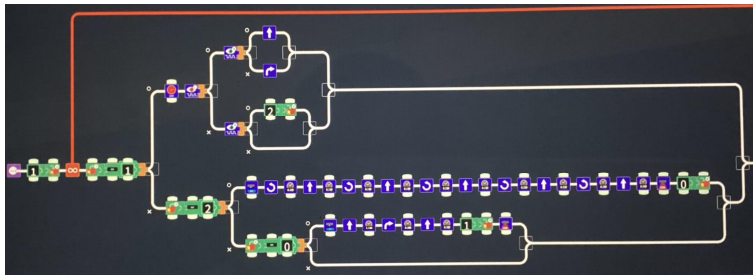
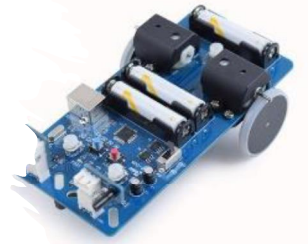
ロボットカー プログラミング

多摩大学目黒高等学校プログラミングSG

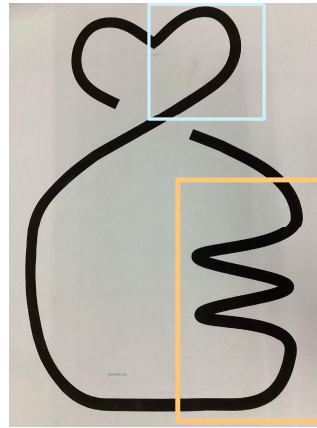
本間 惟信、大黒 夕貴弥、栗田 夕奈、竹村 壮平、
中根 久美子、丹治 朱理

プログラミングSG概要

- KOROBO Lite2に専用の言語を用いて、プログラミングを組み、コースを走らせる。
- また、そのタイムを競い合う。まずは、簡単なコースから、だんだん歪な形のものへと挑戦した。
- 最終課題として、タイムトライアルを12/12（金）に行う予定です。AI祭では、その結果を踏まえて発表いたします。



○→白、yes
×→黒、no

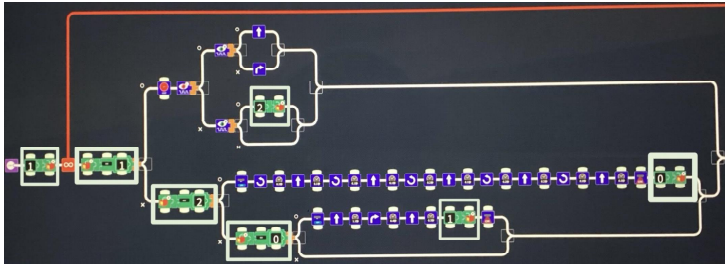


今年度のコース

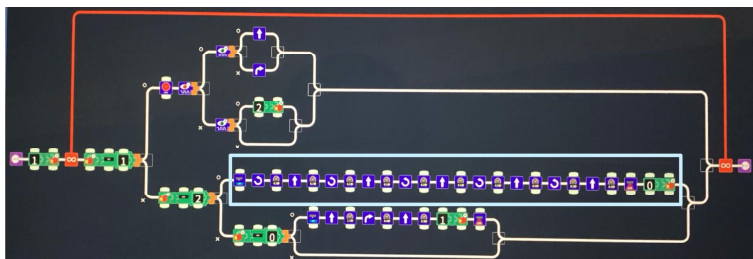
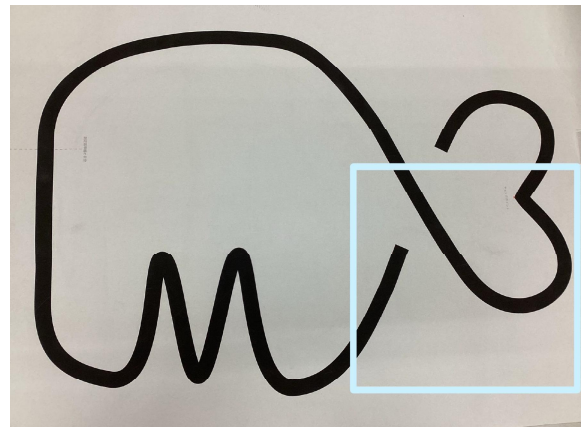
水色→どれだけ**正確**
にショートカ
ット出来るか

茶色→どれだけ**速く**
ショートカッ
ト出来るか

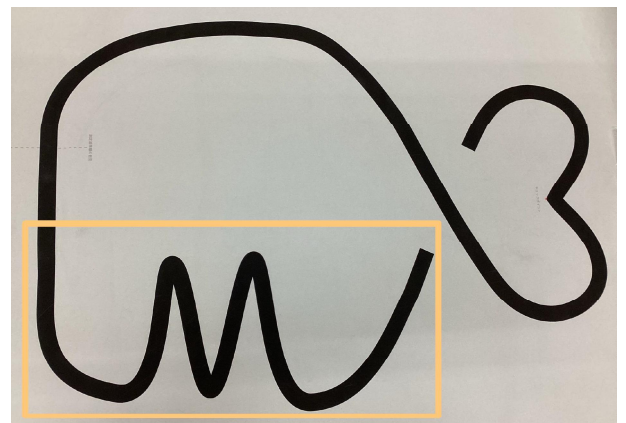
1つ目のチームの取り組み

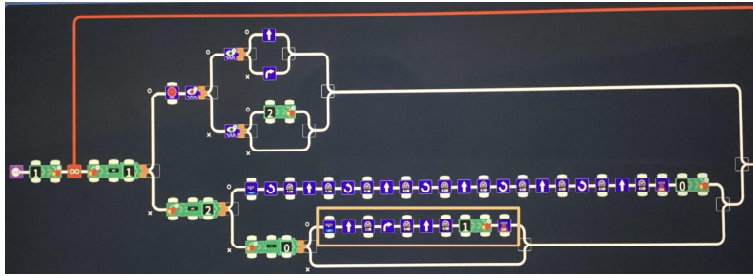


ある条件を満たしたら**特定の数字**を与える
→どの数字を持つかで**プログラム**を変える



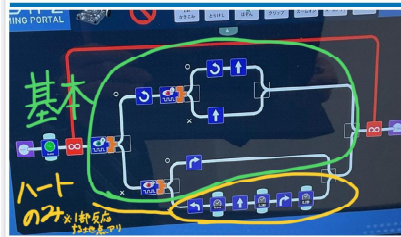
細かく動作を指定する
→**正確な**ショートカットに





動作を単純にする
→スムーズなショートカットに

コンセプト

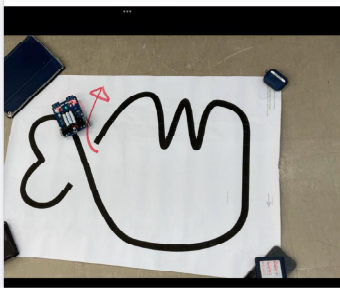


できるだけ簡単なプログラムで確実に走破する。

〈プログラム内容〉
プログラムの4本の分岐のうち、3本を「基本型」としてハートコース以外、残りの一本をハート専用にした。

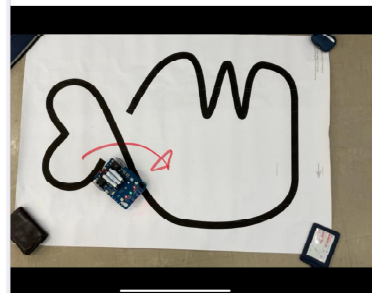
2つ目のチームの取り組み

苦労したところ

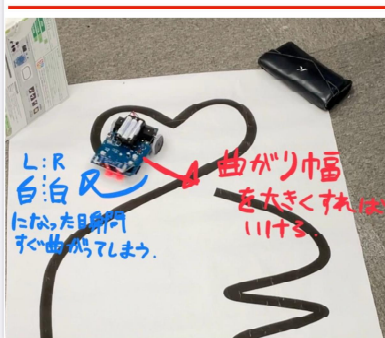


①前回同様左回り主体にしてしまうとハートマークで勢いのまま外に出てしまう。

苦労したところ



②逆に右回り主体にするとハートマークを抜けきれずに外に出てしまう。



両センサが白になった時にすぐ曲がるのが問題

↓
緩やかに曲がれば「黒」に反応できる？

↓
曲がった際にハートを出す瞬間両センサが「黒」に反応するので、量センサ「黒」でハートから出るための専用プログラムを組めばいいのでは



ハートを出た瞬間、機体は目印を見失っている状態なので、次に進むべきコースを見つける必要がある。

↓
直進しつつ首を左右に振ることで次のコースを捕まえるように。

反省点

一個一個の動作の絶妙なタイミングが大事になってくるため、低速でなければ上手く行かないこと、また、速度に影響が出る電池の出力などにも左右されてしまう不完全なプログラムになってしまっていること。

「パックス・モンゴリカ」時代の文化交流史 ～文化交渉学の視点から～

2025 年度 インターゼミ（社会工学研究会）アジアダイナミズム班

1. アジアダイナミズム班のこれまでの研究

モンゴル帝国は、1206 年のチンギス・ハン即位から 1368 年の明朝成立まで、ユーラシア大陸を支配した。最盛期の領土は約 3,300 万 km²、地球上の陸地の約 17% を占め、人類史上、大英帝国に次ぐ 2 番目の大きさであり、人口は約 1 億人に及んだ。

アジアダイナミズム班は、過去 8 年にわたり、このモンゴル帝国から現代社会への示唆、教訓を得るべく、研究を続けており、2017 年度～2021 年度の研究は、『モンゴル帝国とユーラシア史 社会人・大学院生・学生の目線からのグローバルヒストリー』（多摩大学出版会、2023 年）として出版された。

2. 研究テーマ・目的・方法

これまでの研究成果を継承し、本年は、モンゴル帝国が広域支配を実現したことによって、帝国域内の異文化圏同士の文化交流の実態にスポットを当てた。これは、「平和」と「自由貿易」が文化を発展させる、という視点に基づくものである。テーマは、古代ローマ帝国がもたらした安定した時代を「パックス・ロマーナ（ラテン語で「ローマの平和」）と呼ぶのになぞらえた用語、「パックス・モンゴリカ（モンゴルの平和）」がもたらした文化交流、とした。研究アプローチには、「文化は常に他者との交渉を通じて形づくられる」という考え方に基づいて、文化の生成、伝播、変容を研究する「文化交渉学」の方法論を援用した。

3. 研究結果

ゼミ生がそれぞれの興味、関心に基づいた下記テーマを深掘りし、議論し合うこととよって、「パックス・モンゴリカ」の実態を深掘りした。

「パックス・モンゴリカの成立に影響を与えたモンゴル民族の精神文化」「中国の教科書から見る歴史観」「パックス・モンゴリカにおけるモンゴル帝国の広域統治と多民族支配の仕組みから、現代の組織文化の在り方を学ぶ」「モンゴル帝国の血統主義と女性の果たした役割及び現代への継承」「チンギス・ハンのリーダーシップに学ぶ「感情の転換」」「モンゴル帝国と中国の伝統音楽の歴史と感性」「モンゴル帝国の繁栄を支えた食文化」「モンゴル相撲ブフの広がり」「モンゴル帝国における多言語政策と印刷文化の展開」「モンゴル帝国時代と茶：文化的緩衝材としての茶の発展」「モンゴル帝国の自由貿易期における琉球の発展」

4. フィールドワーク

- ① 天理大学付属天理参考館（奈良県）にて近年発見された、「チンギス・ハン末裔の家系図」（世界最大級）を見学、学芸員から解説を受ける。
- ② モンゴルの伝統的な夏の祭典「ナーダム」を見学。遊牧騎馬民族としてのアイデンティティ、モンゴル国の現状と生活文化を視察。

精神文化：パックス・モンゴリカの成立に影響を与えたモンゴル民族の精神文化（五十嵐）

研究テーマ

- 中国で生まれた茶の歴史、モンゴル民族の精神文化は「パックス・モンゴリカ」の成立にどのような影響を与えたのか？
- 中国に向けて、分断と対立を超えた安定的国際平和秩序の構築に活かせる教訓とは何か？

研究結果概要

- モンゴル民族にとって、自然崇拜的な「テングリ教」が精神的支柱となっていた。
- モンゴル民族社会において、生命創造の象徴である「母性原理」が霊性・教育・共同体形成の中心に位置していた。
- 「テングリ教」と「母性原理」が、「根源的生命力尊重」ともいうべきモンゴル民族の精神文化の基盤を醸成した。
- その「根源的生命力尊重」が、特定の教義や制度宗教を超えて、複数の宗教的価値観や思想を包摂・調和しうる超絶的な精神文化の枠組みとなっていた。そのことが、多宗教・多文化の共存を可能にする帝国統治の包摂性につながり、パックスモンゴリカを成立させた。

結論（考察）

「パックス・モンゴリカ」の成立に大きな影響をもたらしたのは、「根源的生命力尊重」というべき精神文化であった。それを教訓に、「根源的生命力尊重」を現代的な「科学的自然敬愛精神」として昇華させ、国際社会で共有することが、分断を超えた新たな平和秩序の構築をもたらす。

「科学的自然敬愛精神」の五原則～生命の奇跡を守り共生の未来を築く

- ① 生命への根源的敬愛
生命の奇跡に深い敬愛を抱き、いかなる命も奪われるべきではないという倫理観を持つ。
- ② 科学と精神の統合的理解
科学的自然法則的知識に探究しつつ、知性・感性の両輪で世界を捉える。
- ③ 知の否定と平和の創造
生命を脅かすあらゆる言動を否定し、対話と共感による平和的秩序の構築を志す。
- ④ 多様性の尊重と他者の利益の尊重
宗教・文化・言語の違いを尊重しつつ、共通の相互敬愛精神を共有する。
- ⑤ 未来世への責任と共生の連鎖
自然と生命の連鎖を守ることを未来世への責任と捉え行動する。

著者：五十嵐 卯一

組織文化：パックス・モンゴリカにおけるモンゴル帝国の広域統治と多民族支配の仕組みから、現代の組織文化の在り方を学ぶ（中里）

研究テーマ

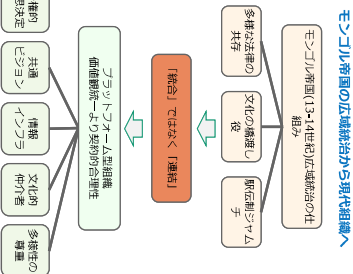
- モンゴル帝国はいかにして広大な領土と多様な民族を統治したのか？
- 「統合」ではなく「連結」というパックス・モンゴリカの有効性
- 現代の多国籍企業が直面する文化的多様性の異化への応用可能性

研究結果概要

1. 法的多元主義：各地域の法制度を維持
征服地の法律や慣習を尊重し、画一的な法制度を押し付けなかった。中国では中興式、イスラム圏ではシャリーアを維持し、戦時時には「約会」という法的枠組みで解決した。
2. 能力主義による多民族登用
型別・出身に関せず、才能・功業の優位性位を重視。ケラフ制度により多民族エリートを養成し、色目人が財政・商業の機軸役を担った。
3. ジャマチ（駅伝制）：帝國を連結するインフラ
約30kmごとに駅を設置し、情報・物資・人の移動を支援。「薄いが強い」支那ネットワークを構築した。
4. 「統合」の限界と「ドローインな合理性」の重要性
・強き文化による価値観の統一が困難。むしろ「契約的な合理性」と「契約的な合理性」が組織を持続させる。

結論：「薄くゆるいつながり」が多様性を力に変える

1. モンゴル帝国の統治は「連結」モデルであり、多様性を認めながら緩やかにつなぐことで広域支配を実現した。
2. 現代組織においても、画一的な統合よりも、各拠点の独自性を尊重し、共通インフラと中継者で連結する方が効果的である。
3. 従業員に過度な愛は精神を求めるのではなく、「この組織に属することが合理的」という納得感を提供することが重要である。
4. 多様性が進むほど持続可能なのは、カリエスではなく、参加するメンバーを設計できる「フラット・オープン・型組織」である。



著者：中里 健吾

精神文化：中国の教科書から見る歴史観（馬）

研究テーマ

- 元朝、チンギス・ハーン、コビライ・ハーンについて、中国の教科書から現代中国の歴史観を学ぶ。

研究結果概要

中国の中学・高校歴史教科書では、元朝とモンゴル史変遷者（チンギス・ハーン・コビライ・ハーン）が、「征服者」ではなく多民族国家の統一を実現した政治的リーダーとして描かれていることが明らかになった。用語レベルでは「征服・侵略・支配」といった語が避けられ、「統一・融合・発展」などの肯定的語彙に言い換えられており、寛容性よりも統一と民族統合の物語が前面に出されている。中学教科書は「統一と融合」、高校教科書は「コビライの文治と世界史的意義」を強調する構成で、教育段階に応じて焦点が変化する一方、いずれも元朝を「中華多民族統一国家の完成期」として位置づける点で共通している。これらの叙述は、「中華民族共同体」「大中華」など現代中国の国家観と結びつき、モンゴルを含む多民族を「中華」の枠内に包摂する統合的歴史観を学習者に内面化させる役割を担っている。

結論：

本研究から、中国の歴史教材において元朝は「異民族による征服王朝」としてではなく、「中華多民族統一国家の完成期」として位置づけられていることが明らかになった。

そこでは、モンゴルも「中華民族共同体」の一員として再定義され、元朝の歴史は「征服の歴史」ではなく「多民族が共に国家を築いた中国の発展の一段階」として語り直されている。したがって、教材の中で元朝は中国とは別の他者の王朝ではなく、「中国のもの」であり、中国自身の歴史として完全に取り込まれていると結論づけられる。



コビライ・ハーン（1217-1294）

① 著者：馬 氏。中国の歴史教科書から元朝の歴史観を学ぶ。中国の歴史教科書から元朝の歴史観を学ぶ。中国の歴史教科書から元朝の歴史観を学ぶ。

著者：馬 氏

組織文化：モンゴル帝国の血統主義と女性の果たした役割及び現代への継承（佐藤）

研究テーマ

- 「チンギス統原理」がモンゴル帝国に及ぼした影響と、男系男子を支えた女性の果たした役割について
- チンギス・ハーンの家系の重要性、血統はどのように尊重され受け継がれて来たのか
- 男系男子を支えた女性の活躍とその役割について

研究結果概要

1. 「チンギス統原理」の確立
モンゴル帝国では「チンギス・ハーン」の男系男子のみが正統な支配者である」という血統主義「チンギス統原理」が確立し、帝国全体の支配秩序を規定した。この原理は分枝後の各バリエーションにも引き継がれ、形式的な正統性の重鎮として機能した。
2. 「チンギス統原理」の面義性：統合と分岐
血統主義は帝国の安定と正統性を支えた一方で、後継者間の内戦を引き起こす要因にもなった。
3. 女性の政治的・文化的役割の顕在化
女性は生活面及びモンゴル帝国の多宗教共存・文化交流を支える重要な媒介者であった。
4. 血統の崩壊と現代への影響
チンギス・ハーンの子孫は、血統による優遇や婚姻政策により広範囲に拡散し、遠隔的影響は現代にも及んでいる。

結論：血統主義は面義性を持ちながらモンゴル帝国の繁栄の基盤となり、女性は実質的差別者として活躍した

1. 「チンギス統原理」はモンゴル帝国統治の中核的イデオロギーであり、帝国の政治的正統性を担保した。
2. 血統主義は時代と地域を超えて変容しながら継承され、日本の天皇制や現代企業の家系意識にも類似構造が見られる。
3. 女性は「男系社会の補完者」ではなく、実質的な文化的調停者として帝国の持続に寄与した。
4. 「パックス・モンゴリカ」の根底には、女性を含む社会的ネットワークの調和的共存があり文化帝国の形成を可能にした。



チンギス・ハーン（1162-1227）

著者：佐藤 力

1 組織文化：チンギス・ハンのリーダーシップに学ぶ「感情の転換」(小谷田)

研究テーマ

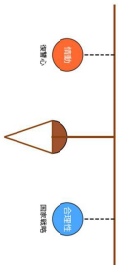
チンギス・ハンの戦略的意思決定に学ぶ感情の転換ーホラズム遠征に見る感情知性 (EI) に基づくリーダーシップの源泉ー

研究結果概要

- ・**現代組織の問題**：現代組織は、「合理性（効率性・成果主義）」と、それを阻害する「情動（非合理的な人間の感情）」という根深い衝突に直面している。
- ・**チンギス・ハンの合理的組織**：チンギス・ハンは、幼少期の重切り体験から血縁や権威の非合理性を痛感し、能力主義による人材登用や訳伝制（ジヤムズ）など、徹底した「合理的組織運営」を構築した。
- ・**ホラズム遠征の「二重性」**：彼のリーダーシップの核心は、ホラズム遠征に見られる、この遠征は、使節回を構築されたことへの新しい「復讐心（情動）」と、交易路の確保や財政的脅威の排除といった「国家戦略（合理性）」という、二重の動機によって実行された。
- ・**情動の「エネルギー転換」**：彼はこの私的な激しい情動を、高度な感情知性 (EI) 一貫に「自己認識」と「セルフマネジメント」によって制御、「復讐心」を、国家戦略（公的な合理性）を達成するための「強大な推進エネルギー」へと意図的に転換し、「活用」した。

結論

現代のリーダーも、自身の不安や怒りといった情動を単に抑圧・切り離すのではなく、まず「**自己認識**」する。そして、それを組織のビジョンや合理的な目標達成のための「**エネルギー**」として「**活用**」する**感情知性 (EI)**こそが、不確実な時代における組織変革の鍵となる。



著者：小谷田

5

生活文化：モンゴルの伝統音楽、食文化、格闘技の特質と伝播 (藤川・矢野・三浦)

共通意識：遊牧民が受け継いだ三伝統 (紡ぎ繋いだ3つの軌跡)

研究テーマ

モンゴル帝国と中国の伝統音楽の歴史と感性 (藤川)

モンゴル・中国の音楽を比較し、それぞれの社会における音楽の位置づけや歴史的な文化交流、そして現代への継承についての研究をする。

研究結果概要

- ①モンゴルと中国の音楽思想を「モンゴル」(自然との共鳴)と「精神性」を重視している。
- ②中国→「秩序」や「調和」として考えられている。

結論

音楽は異なる文化交流ではなく、**社会や宗教、世界観そのものを映し出す存在**である。両者ともに根本的には異なるが、新しい音楽面を生み出した。

研究テーマ

モンゴル帝国の繁栄を支えた食文化 (矢野)

広大な領域を保有し侵略を繰り返し、圧倒的な力を持ちながら成長していたモンゴル帝国の食文化を遊牧民の生活に沿って調査する。

研究結果概要

- ①遊牧と食ー赤と白の食の二つを賢く使い分け食に照えることはなかった。
- ②食ー黒死病→獲物であったマーマットをよく食していたことからモンゴル帝国で黒死病が流行した。

結論

モンゴル帝国での食文化は遊牧生活に最適化されているものであり、狩りをした獲物の血や肉、皮まで余すことなく最大限活用していた。

マーマット (ウサギのゲップ虫類)

研究テーマ

モンゴル相撲フツの広がり (三浦)

モンゴル相撲フツの事アジヤへの広がり文化、欧米に広がらないのはなぜか研究する。

研究結果概要

- ①モンゴル相撲フツが日本国にくるまでに中国、朝鮮を経て変形は変わり宗教、祭儀目的などは変化せず伝播してきた。
- ②欧米はすでに宗教が定着していたので広がらなかった。

結論

モンゴル帝国で栄えたフツは祭儀的、**礼儀的文化を経てアジヤに広がりを見た**。既に宗教的思想が根深く定着していた欧米にはつながらなかった。

著者：○○○

6

生活文化：モンゴル帝国における多言語政策と印刷文化の展開 (阿達)

研究テーマ

「記號媒体の歴史的転換と後来の位置付けを含む再検討」

- 武力帝国から情報帝国へどのように転換していったのか
- 知識インフラ国家としての高麗の位置付けは？
- 記録媒体と技術による統治システムの分析

研究結果概要

1. 文書主義への転換と統治の可視化
軽くて低コストな「紙」の普及を背景に聖言を紙文書として可視化し、訳伝制度を通じて広域に流通させ統治を持続。
2. 高麗が提供した技術的・物質的基盤
高麗は、耐久性と保存性に優れた紙を供給し、八万大蔵經に見られる高度な木版技術を有し、東アジアの技術センターとして機能する。
3. 多言語訳写システムと「理解可能な命令」
モンゴル語の命令を各地域の言語 (漢語、チベット語、ペルシア語等) へ翻訳・文書化する官僚機構を整備。

結論

1. **情報インフラによる帝国の統合**
モンゴル帝国は軍事力だけでなく、養育以来の紙で権力を可視化し、印刷で知識を標準化し、独自の訳写制度による多言語世界を連結した。史上稀に見る「情報帝国」であった。
2. **高麗の核心的役割**
高麗は東アジア印刷文明の中枢を担う存在であり、その製紙・印刷技術は帝国の行政実務や経済システム (紙幣) を底支えし、統治を持続可能とする要因となる。
3. **技術伝達の継承と世界的意義**
この技術遺産は各方面に金醵活字文化に継承され、紙と印刷の「情報技術」が巨大な多言語、多民族国家の統治を可能にしたことは、ユーラシア世界史において、極めて重要な意味を持つ。



羊皮紙写本製作の様子
Miracles de Notre Dameより)

著者：阿達敏

7

生活文化：モンゴル帝国時代と茶：文化的緩衝材としての茶の発展 (中村)

研究テーマ

【文化的緩衝材としての茶の発展】

- 中国で生まれた茶の歴史。その位置づけ。モンゴル帝国というユーラシア規模の帝国体制の下で、茶がいかに交易・儀礼・思想の交差点として機能し、異文化間の格差、受容、平和に貢献をしてきたのか、そして現代の世界状況においてこれらの茶が持つ意味を考察する。

研究結果概要

1. シルクロード的文化融合
茶は中国・モンゴル・中央アジア・朝鮮・日本を結ぶ媒介となり、交易・儀礼・精神文化を構造的に結びつけた。
2. 茶の精神化・美文化
禅思想や武家文化と結びつき、日本では茶が修養・倫理・美意識を統合した独自の精神文化として体系化された。
3. 平和と対話の文化資源
茶は近代以降、国際交流、相互理解、心の平安を象徴する「文化的緩衝材」として位置づけられ、その普遍的価値が再認識された。

結論

1. **茶が文化・宗教・民族を超えて共有される中立的媒介として、異文化交流を円滑にする役割を持つ**
シルクロード以来の伝統を継承し、茶は多岐にわたる宗教・政治的立場を超えた普遍的コミュニケーション媒体として機能する。
2. **茶の“静”と“闘”の両面性**が、他者尊重・無言の対話・共感のコミュニケーションを形成する
茶の湯空間の沈黙・闘合の、礼の動作が、競争ではなく調和を基盤とした関係性を生み出す。
3. **“一物から二鳥を獲る”の思想が、心の安寧から世界平和に至る道を示している**
異文化間意識が茶を国際交流・文化外交の軸に据え、個人の心の平和を起点に世界的平和を志向した。

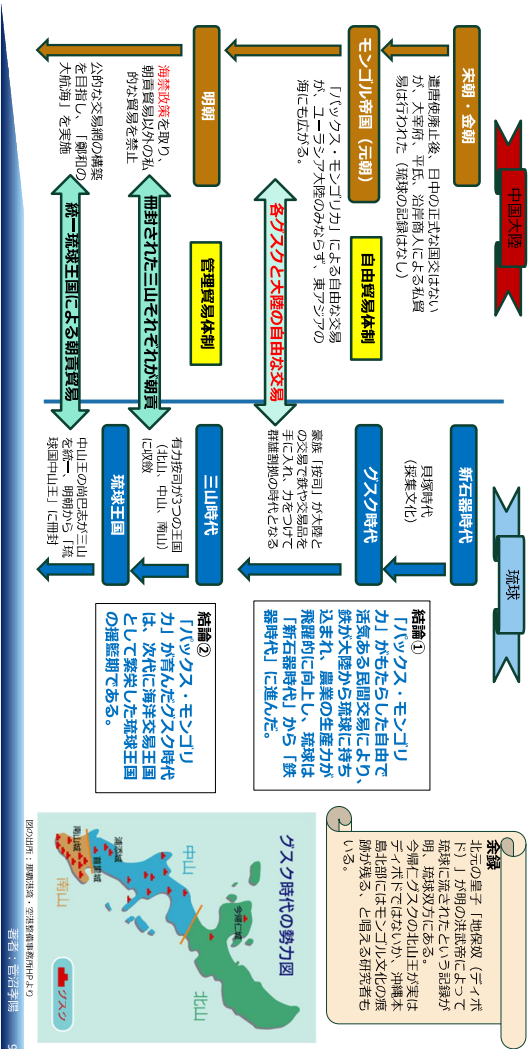


蒙元高麗の茶の茶

図表 (中村 淳)

8

生活文化：モンゴル帝国の自由貿易期における琉球の発展（菅沼）



T-Studio 2F

セミナールーム

レジュメ

AL 祭 済州国際平和フォーラム報告

令和 7 年 12 月 13 日(土)

多摩大学附属聖ヶ丘高等学校

高校 1,2 年生徒

1. はじめに

今年の 5 月 27 日(火)から 5 月 31 日(土)にて高校 1 年生 3 名、高校 2 年 7 名で済州国際平和フォーラムに参加してまいりました。当日は緊張の中羽田空港に集合し、本校 10 名と多摩大学附属日黒高等学校の生徒、多摩大学の皆さんと出発しました。途中、ソウルにある金浦空港を経由し、済州国際空港へ到着しました。そこから 5 日間、フォーラムへの参加をはじめ、日本の生活では味わうことのできない経験を多くさせてもらいました。

今回は①韓国の(食)文化、②現地での交流 ③国際平和フォーラム ④学んだことと前後での変化 という 4 つのチャプターに分けて紹介させていただきます。

2. 韓国の(食)文化

日本人も多くの人々が韓国文化に興味を持っています。音楽や美容、そして食文化は代表的なものとして挙げられます。私たちは 5 日間のフォーラム参加の合間にさまざまな韓国文化に触れることができました。特に生活の中で切り離すことのできない「食」に関しては 5 日間の中であらゆる韓国の伝統的な食べ物を味わうことができました。日本にいた間は韓国の料理は辛い物が多く、食べることができるのかという心配を抱えていました。しかし、実際に足を運んでみてわかったことは決して辛い物だけでないことはもちろん、日本でなじみのある食べ物と似ているものもあったと感じています。これは近隣国ということや、歴史的にも中国からの影響を受けている(文字など)ことなどもあり似ている部分もあるのではないかと考え、非常に親近感が沸くできごとの一つでした。

これからも日本の食文化を大切にすることはもちろん、韓国の文化についても触れる機会を増やし、今回の体験を風化しないようにしたいと思います。

3. 交流

私たちは 5 日間の中で多くの韓国の学生との交流の場を持ちました。韓国の学生とかわかることが初めてだったことはもちろん、歴史的・政治的な背景から学生たちがどのような感情を我々に抱いているのかという点で、始まる前は不安な気持ちでいっぱいでした。しかし、交流会をしている中で不安な気持ちは一切なくなり、むしろ交流で

きたことが貴重な経験だったと考えるようになりました。特に、韓国の学生は日本に対する興味が非常に深く(日本語学科の学生とかかわったこともあるが)、日本語でやり取りがスムーズにできることにとても驚きました。流暢に日本語を話す学生たちに、なぜ日本語が上手に操ることができるのかを質問してみたところ、興味があったため日本語学習への行動へと移ったという回答がほとんどでした。

英語の勉強など、さまざまな勉強に苦慮している毎日ですが、強い意志を持って学習に励むことが非常に重要なのだということを痛感しました。

4. 済州国際フォーラムでの学び

今回のメインイベントである国際フォーラムですが、参加するまではどんなことが行われるのかなど、想像もつきませんでした。しかし、いざ参加してみるとテーマの難しさや、繰り広げられている話の内容など、私たちが生活する中では決して考えることのない規模の大きい題材ばかりでした。「持続可能な」企業や、世界の繁栄と平和など、授業の中で習うものの、現実離れしていると思ってました。しかし、そんな内容の議論が目の前で、真剣に繰り広げられる環境に身を置いたことは貴重であったと言わざるを得ません。また、国際情勢の中で日本がリードし、活躍していくためには我々若い世代にできることはないかと考えるきっかけにもなりました。

日頃の生活では絶対に経験することのない、ここで得たものを今後の生活の中で活かし、情報に対して敏感になり、関心を持とうと思いました。

5. 学んだこと・前後での変化

5日間の済州島で過ごした時間の中で、たくさんの学びがありました。挙げればきりがありませんが、3つにまとめたいと思います。1つは韓国という国に対するイメージです。国際情勢の観点や文化の違いなど、さまざまな違いを体感することができました。2つ目は国際社会への認識です。学校生活を送っていると「世界がどうなっているのか」に目を向けることがなかなかできなかったです。今回のフォーラムへの参加をきっかけに「国際社会」への視点を持つべきだと考えました。3つ目は精神面での変化です。これまで、興味はあるけども失敗を恐れたり、周囲の目を気にしたり、一歩踏み出せずにいることが多かったものの、何かを変えなければとずっと感じていました。今回、済州島にてさまざまな人の意見を聞き、あらゆる問題を解決するために主張する姿に感化され、実行に移すことの大切さを学びました。

6. さいごに

普段は決して経験できないことを実感したのみならず、今後に活かしたいと思える考え方に多く出会うことができました。この機会を我々に設けてくださった大学関連の方や、交流会などで受け入れてくださった大学生の皆さんに心より感謝いたします。

2025AI祭Disneyシーの活動について

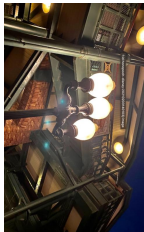
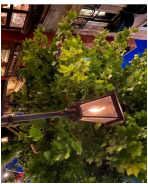
22411267 ミヤッスウェイ

特に注目すべきは「**街灯**」です。

古い技術の“**ガス灯**”と新しい“**電灯**”の両方が混在していたそうです。

ガス灯 古くから使われている灯り

電灯 当時、新しい技術として広まり始めた灯り



テーマパークならではの **安全性**や**快適性**も
しっかり保たれていて
異国の世界を楽しみながらも安心して過ごせる
ようになっています。
このパナソニックがディズニーの**建物づくり**
のすごさだと思います。

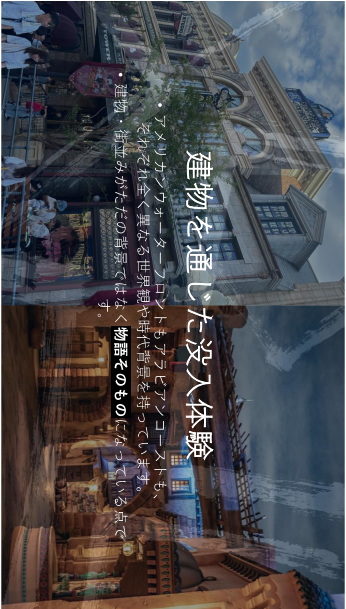
東京ディズニーシーの中でも
特に興味深い二つのエリア

アメリカンウォーターフロントとアラビアンコーストの
“**建物と世界観の造りこみ**”についてお話しします。



アメリカンウォーターフロント世界
観の造りこみ

- これらの街灯からディズニー
が電気の活用に意欲を感じていく
時代を正確に再現しているこ
とがわかります。
- 建物のリファイン**を徹底的に
行うことで、ディズニーの
徹底した造りを表現できる
ミッドウェイでした。



建物を通じた没入体験

- アメリカンウォーターフロントもアラビアンコーストも、
それぞれ全く異なる世界観や時代背景を持っています。
建物・街並みがただの背景ではなく物語そのものになっている点で
ます。

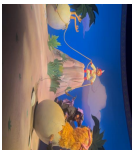
アメリカン
ウォーターフ
ロント

- 1900年代初めの**アメリカ海防**
このエリアは、1900年代初頭
の**アメリカ東海岸の建物をモ
デル**にして作られています。
レンガや石の建造物、客船
ターミナルを思わせる建物群
が並び、
実際にそこに立つと海沿いの
歴史ある街にいるような感覚
になります。



アラビアンコースト

アラビアンコーストは、**砂漠の国の宮殿や市場**のような、中東アンタ
ジエの世界を再現したエリアです。
建物のデザインはもちろんタイルやモザイク、細かな装飾も徹底されて
いてまるで物語の中に迷い込んだような気持ちになります。
アラビアンコーストの**世界観がリアルかつ魅力的**に表現されています。



私が学んだこと・感想

- 建物は単なる“背景”ではなく“体験”そのものを支える重要な要素だ
ということです。
- 建物の建造、デザイン、小道具などのすべてがゲストをその
世界に没入させるための“舞台”なのです。
- 特にアメリカンウォーターフロントとアラビアンコーストは**時代や
文化の違い**を建物で表現し訪れる人に異なる“旅”を感じさせてくれま
す。
- このような“**世界観の徹底**”こそがディズニーの大きな魅力だと
感じます。

2025AI祭 東京デイズニージーの活動成果 について。

・発表日:12月13日
・22411217 丹伊田一順

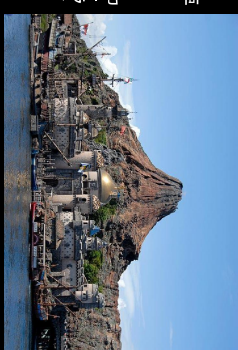
もくじ(進め方)

- ・ 1.デイズニージーの概要。
- ・ 2.活動内容及び活動成果。
- ・ 3.何を学んだのか。
- ・ 4.まとめ。



デイズニージーについて。

- ・ テーラとシンボル:ハーブ全体のテーマは「冒険とイマジン」で、入口の巨大な地球儀「デイズニージー・アグナスコイ」が象徴となっています。
- ・ テーラポート:「デイズニージーハーブ」アグリカルチャー・ターフ・ポート・アグナスコイ、ロスリバー・タルタ、アラビアン・ポート、マイトラ・グレン、ミスティック・ポート、マイトラ・グレンの8つの港で構成されています。



何の調査をしてきたのか？

- ・ 活動日: 9月6日
- ・ テーラポートの調査が細部(街灯・建築・装飾など)にどう反映されているかの観察
- ・ デイズニージーの「ラー」を作り込むガを現地で行うこと
- ・ キヤスト(従業員)とのコミュニケーションを通して、ホスにタリタの在り方を学ぶこと
- ・ アトランティック出口の「アグナスコイ」の意味や、アグナスコイ企業との関係を考察すること
- ・ 観点を考えることで生まれてくる仕掛け(ロック・クラフ、アグナスコイなど)への気づき
- ・ 「シンボル・アグナスコイ」の物語から、真の宝物の意味を考察すること



活動内容について。①

- ・ ミッションA(街灯観察):
- ・ アグリカルチャー・ターフ・ポートで、1910年代の街並みを再現した中、ガス灯と電灯が混在する街灯の道に観察し、時代設定とテーマのこだわりを理解する。



活動内容について。②

- ・ ミッションB(交通と都市の変化)
- ・ 電車が普及し始めた「街」を想定し、路面電車から電線鉄道、そして地下鉄へと発展していく交通の成長を学ぶ。



活動内容について③

- ・ミッソシロC(キヤストとの交流)
- ・キヤストのゲームタグやピン、配布されるシールに注目し、質問や写真機撮影を通してコミュニケーションを高め、キヤストと対人関係についてですが、現在では、セルシールやミッソシロCやバスデールシールなどを渡して、周年ごとに変わったデザインがあり、小さなゲストにも喜んでくれるような工夫をしていることが分かった。



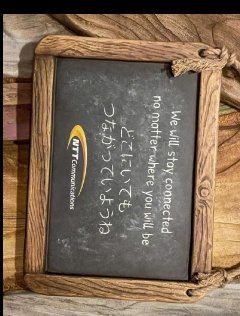
続き

- ・違いとして、
- ・ハッピーセレーションシール
 - ・誕生日に贈らず「合格」「記念日」「初来園」など、どんなお祝い、ことでも使える「記念日シール」。
 - ・以前の「ハッピーシール(初来園シール)」の役割も引き継いでおり、もらえる人の範囲が広い。
- ・ハッピーバスデールシール(バスデール)
- ・誕生日をお祝いする人専用のシールで、誕生日当日でなければ前日でももらえる。
- ・真ん中に自分の名前(ニックネーム)を書いてもらい、「お誕生日の人」と一目で分かるようにする。



活動内容について④

- ・【おまけ】ミッソシロCの出口には、スポンサー企業と関連するメッセージシートが設置されている。
- ・例として、ピーターパンのキャラクターはNTTCommunicationsの連名と結びつく「どこにいてもつながっている」という言葉が掲げられており、企業連名とミッソシロCのテーマが一体化していることが分かった。
- ・これらは、単なる広告ではなく、ゲストの体験に「物語」として意味を持たせる仕掛けとなっており、興味を惹く。



活動内容について⑤

- ・ミッソシロD(ペンホルのメッセージ)
- ・「変化を持って変化をもたらす」という言葉が刻まれたペンホルを探し、変化を恐れず行動することの大切さを考える。



活動内容について⑥

- ・ミッソシロE(ロウカウーグ): 入口付近の崖をさまざまな角度から眺め、視点を転換することで別のキャラクターや形が見える体験から、「視点を転換する」とことの重要性を学ぶ。



活動内容について⑦

- ・「シンドバッド・ストーリーブック・ヴォヤージュ」で、物語の中で示される「本当の宝物」が何かを考え、「目に見えないもの」だけが価値ではないことを感じ取る。



ミッジョンから学んだこと。

・テーマ再現の精度の高さ

[illegible]

学びをどう繋げていくか

・今回の活動は、単なるテーマパーク体験ではなく、

「**思いを育つ力**」「**他者と関わる力**」を育てる内容であったと思います。

- ・デイズニーシー全体に共通する要素は以下の3つである。

- ①細部へのこだわりが世界観をつくる

- ・ガス灯・電灯の違い、交通の変遷、建設途中の駅などのディテールは

井持本を意味する「細部」は、二画面の大きく育つ「説得力」の「自己」が作られた後、睡眠の体

[illegible]

- ②人とのコミュニケーションが体験価値を高める

・キヤストとの交流は、パーク体験を「スリー」の一歩生み出す。対人コミュニケーションは、面々で価値を

とを実感できた。

- ③ 視点を養えることで、見える世界が広がる

- ロックやポップの音楽は、目に見える部分だけではなく、目には見えないことを示している。物事の本質は目には見えない。



最後に活動成果(まとめ)について

- ・A・Bから：街灯や交通、建物から時代背景や社会の変化を読み取る力がついた。

- ・C・Dから:キヤストとの対話やメッ

化を受け入れる姿勢が高まった。

- ・E・最終から：視点を変えることや、友情・経験など目に見えない価値の大切さに気づいた。

- 「環境の変化(街・技術)」と「自分の内面の変化(視点・勇気・価値観)」を結びつけて、変

化の中で主体的に行動することの重要性を学んだ。

・日常生活でも、物事の背景を想像したり、人に積極的に話しかけたりすることで、新しい

発見や人とのつながりを自分から生み出せる力が身につきました。

多角的に捉えた地域活性化～沖縄の過去・現在・未来

インターゼミ・サービスエンターテイメント班

1. 研究背景と目的

本研究は、県民所得が長期にわたり全国最下位にとどまる一方で、観光業の拡大が続いている沖縄県に焦点を当て、今後どのようにすればより持続可能で自立的な経済構造へ移行できるかを考察し、政策的提言を行うことを目的とする。

沖縄では観光産業が県内総生産の大部分を占め、地域経済を支える主要な柱となっているが、その成長が必ずしも所得水準や雇用の安定につながっていない点が課題とされている。この背景には、観光収益の域外流出や産業間連携の弱さなど、域内経済循環率の低さが関係していると考えられる。本研究で沖縄を取り上げる理由は二点ある。第一に、沖縄は歴史的・地理的・制度的に本土とは異なる発展過程をたどっており、戦後の基地経済や復帰後の振興策、そして観光産業の急速な拡大など、複合的な経済構造の変化を経験してきた点で分析価値が高い。第二に、近年は観光需要の質的变化や人口動態の変化、物価上昇など、経済環境が大きく転換する局面にあり、成長の持続性と地域の自立性を改めて問い直す時期にあると考えられる。

これらの視点から、本研究では、沖縄の観光依存型経済をめぐる構造的課題を整理したうえで、域内経済循環の強化を通じた持続可能な地域経済モデルの構築に向けた方向性を明らかにする。

2. 先行研究と本研究の位置づけ

沖縄経済の課題および発展可能性を分析した先行研究は多岐にわたる。観光産業、運輸業、製造業、農林水産業など、特定産業を対象とした研究は豊富に蓄積されてきたが、その多くは産業別の個別分析にとどまっており、沖縄経済全体の構造的特徴や、複数産業が相互に関連する中での持続可能な成長可能性を総合的に論じた研究は依然として限られている。

実際、沖縄経済の発展を阻害してきた要因は、観光依存、地域間格差、雇用構造の脆弱性、基地依存、産業多角化の遅れなど、複合的で相互依存的な構造から成り立っている。したがって、特定産業のみを分析するアプローチでは、沖縄経済の持続可能性を十分に説明し得ない。こうした問題意識から、本研究は産業を横断する「経済構造」そのものを分析単位とし、観光・物流・国際拠点・人材育成という複数領域を総合的に捉えることで、沖縄経済の構造的課題と変革可能性を示すことを目的とする。

本研究の位置づけとしては「経済循環×制度×地域産業」を統合する新たな視角を提示することである。これまでの先行研究を踏まえつつ、次の三点で独自の視点で分析する。

①産業横断的アプローチ。従来研究は産業別分析が中心であったのに対し、本研究は観光・物流・情報発信(東アジアの安全保障を高めるための国際機関の誘致や情報発信の拠点づくり)・人材育成という複数産業の連関を捉えることで、沖縄経済の構造的課題を包括的に検討する。②「域内経済循環」と「制度設計」の統合視点。沖縄県(2019)が指摘した

域内経済循環率と、岡田（2023）が提示した制度・管理・戦略の統合モデルを接続し、持続可能性を“循環を高める制度の運用”として再定義する。③北部地域のフィールドワークを通じた実証的示唆。共同売店の文化資源化、ジャングリア沖縄の地産地消モデル、物流拠点形成の可能性など、現場観察を通じて得られた知見を基礎に、従来の理論枠組みに地域固有性を接続する。

本研究は「持続可能性を理念ではなく構造としてとらえ、沖縄経済の再設計を試みる研究」として位置づけられる。とりわけ、観光依存からの脱却ではなく、「観光×物流×情報発信拠点×人材育成」の相互補完的成長モデルを提起する点に本研究の貢献がある。

3. 沖縄経済の主要課題

先述したように観光産業が県内総生産の大部分（83.8%、全国平均は71.9%）を占め地域経済を支える主要な柱となっているが、その成長が必ずしも所得水準の向上や雇用の安定につながっていない点が課題とされている。この背景には、観光収益の域外流出や産業間連携の弱さなど、域内経済循環率の低さが関係していると考えられる。このため、沖縄経済を語る際の象徴的な用語として「3K経済（米軍基地・観光・公共事業）」或いは「ザル経済（企業利益の県外へ流出）」と良く使われるのは、こうした沖縄の経済社会の実態を反映したものといえよう。加えて、物流や生産加工関連産業の基盤が脆弱であることも課題として挙げられる。島嶼県である沖縄では物流コストが高く、一次産品・加工品の外部輸送に課題が残る。地域産業をつなぐ中間加工・流通拠点の不足が、生産者所得や地元企業の競争力向上の制約となっている。地理的条件を活かした物流ハブ機能の強化が、観光依存脱却の鍵となる。さらに、若年層の県外流出、地元企業の人材不足が慢性化している。観光・物流・情報発信など、成長分野で求められるスキルと教育内容が十分ではなく、今後は企業・学校・地域が連携した持続的な人材育成プラットフォームの整備が必要であろう。

4. 沖縄の地域活性化に向けた提言

（1）観光課題に対する提言

①観光に過度に依存しない、多様な産業構造への転換を進める必要がある。その際、観光以外の産業振興と連携した観光拡充策として、スポーツツーリズムや音楽フェスのなど「観光×エンターテインメント」を推進することが有効である。②季節変動の平準化と地域交流の強化。閑散期の需要喚起策を官民一体となって推進する必要がある。たとえば、FC琉球のイベントを観光閑散期に開催し、観光者の導線を作ることである。また、冬季・春先に大型スポーツ大会（NAHA マラソン、ツール・ド・おきなわ等）や文化フェスティバルを定期的に開催し、県外からの来訪者を誘致することが挙げられる。沖縄観光コンベンションビューローによる調査では、スポーツツーリズム客の7割以上が大会前後に他の観光活動も行くとされており、地方を巡回させるコンテンツ作成が有効である。その他にも季節変動による収益雇用の不安定さを解消する方法として「共同売店を通じた福祉×観光イベント」を提言する。地元住民と観光客が交流できる催事（島野菜マルシェや芸能披露）を実施することで地域交流を活性化し、福祉的役割を担う共同売店への集客も期待できる。③内部循環率の

低さ。ジャングリア沖縄のレストランが行なう、地元食材の利用を宿泊施設や観光施設に普及させる。しかし、宿泊施設や観光施設は営業利益を確保するために安い沖縄県外の食材を原材料として使用するインセンティブが働く傾向がある。そこで、行政としては、宿泊施設や観光施設に対して「地元食材・地場産品利用協定」の締結を義務付ける補助金制度を設けることを提言する。また、飲食店や土産店では県産品販売を促進するため、既に精度化をされている県認証の「沖縄おもてなしブランド」認定を拡充する。また、域内経済循環率向上のためにも共同売店は大切な場となる。地域福祉だけでなく観光客にも開放するモデル事業を展開し、旅行者向けの特産品販売コーナーや案内所機能を付加する。④オーバーツーリズムの克服。観光需要と環境・地域生活のバランスを取るため、観光地マネジメントを強化する。

（２）物流ハブ課題に関する提言

- ・物流産業を「成長産業」へ転換し、若年層の新たな雇用基盤を形成する。

→高校・専門学校での物流キャリア教育の強化

→若者が誇りを持てる“沖縄発グローバル物流人材”ブランドの構築

- ・インターンシップ、空港実習、海外研修などをパッケージ化すると共に外国人材の技能・文化多様性を活かした複言語物流チームの形成し、アジアと最も近い県である地理的優位を最大限に活用し、物流ハブ化を推進する。

・“日本全体の特産品をアジアへ運ぶゲートウェイ”にすべく、全国自治体との産品連携を制度化と観光との連携：多文化テーマの産業ツーリズム化（例：貨物地区見学、EC 配送センター見学、物流×地域食ツアー）。また、地元企業向けの輸出支援プログラム（EC 越境販売支援）、アジア市場を見据えた物流インキュベーション施設の整備、学生参加型の物流DX・データ分析プロジェクトや、インターンシップなどを導入することは、県内企業が海外展開しやすい環境づくりにつながると考えられる。

（３）国際的な情報発信の拠点化に関する提言

沖縄が有する地理的条件と文化的特性を踏まえつつ、国際物流・人的交流・文化交流を包含した「広義のハブ機能」をマクロ視点から分析した。大阪・関西万博、済州フォーラム、ポリネシア文化センターといった先行事例を参照し、物理的拠点としての結節点であると同時に、情報・文化・価値を世界へ発信する“ソフト型ハブ”の重要性を確認した。これらの事例は、単なる交流空間にとどまらず、国家戦略・地域ブランド・国際ネットワークの構築に寄与する「情報発信拠点」として高度に機能している点に特徴がある。

一方で、沖縄は豊かな歴史資源、独自の文化、アジア諸地域との接続可能性を有しながらも、国際社会に対して自らの価値を体系的に発信する仕組みが十分に整備されているとは

言い難い。観光主導型のプロモーションに偏りがちな現状では、沖縄の持つ多層的な魅力—歴史・環境・科学技術・国際交流・人的多様性—が包括的に伝わらず、国際的な情報発信拠点（東アジアの安全保障を高めるための国際機関の誘致や情報発信の拠点づくり）としての地位を確立するには課題が残っているため、今後は沖縄だけに留まらず日本全体の課題として取り組む必要がある。



（４）人材育成に関する提言

上記のような観光・物流・情報発信の転換を実現するための基盤として、「教育・観光人材育成・情報発信」の三要素が横断的に重要となる。本研究において沖縄現地で行われたインタビューでは、「観光を誇りに思っている人は多いが、観光業に就職したい人は少ない」との指摘が印象的であった。これは観光産業が若年層にとって魅力ある職業選択肢として認識されていない現状を如実に表している。これに対して、株式会社ジャパンエンターテイメントや株式会社刀といった先導的企業が、ジャングリア沖縄でのインターンシップ受入を開始し、「観光業の最前線」に若者を呼び込む取り組みは、県内人材の流出傾向に一定の歯止めをかける契機となりうる。さらに、物流分野においても、インターンシップや実習プログラム、物流 DX プロジェクトへの若者の参画を制度化することで、“沖縄発グローバル人材”の育成という新たな県民像を提示することができよう。

参考文献

1. 寺島実郎「脳力のレッスン『国交なき交易』としての江戸期の日中関係一七世紀オランダからの視界（その28）」『世界』2014年6月号、岩波書店
2. 寺島実郎「脳力のレッスン 江戸期の琉球国と東アジア、そして沖縄の今一七世紀オランダからの視界（その28）」『世界』2015年4月号、岩波書店
3. 矢口克也（2010）『「持続可能な発展」理念の論点と持続可能性指標』レファレンス，国立国会図書館。
4. 岡田華奈（2023）「日本における持続可能なサプライチェーン・マネジメント研究の展開」『大阪経大論集』74(4), pp.17-33.
5. 伊佐良次（2015）『地域政策科学研究』12号, pp.23-40.
6. 沖縄県（2019）『沖縄における経済循環の構造把握調査分析報告書』
7. 宮城和宏（2018）『沖縄経済研究』33(1), pp.1-17.
8. Tanaka, K. (2022). Discover Sustainability, 2(1), 45-59.
9. 宮国薫子（2023）『観光学研究』27(2), pp.105-118.
10. 内閣府沖縄総合事務局運輸部観光課「令和6年度 北部地域における観光客糖による共同売店利用実態等調査・分析を通じた伴走支援事業—報告書—」、令和7年3月

沖縄訪問と2年間の葛藤

Z世代の意識改革

帝塚山大学 指導教授 田中雅子
西岡颯 永田太一 長峯悠真



地域企業へ訪問



沖縄の企業訪問も



多くの経営者と交流

2年間で奈良・大阪・沖縄の約7社の企業を訪問し、「優良企業とは何か」というテーマを軸に、経営者の方々と意思を相違なく共有した。また、訪問先で感じた課題や、企業を通じて学んだことを、報告を通じて、経営者の方々と共有することができた。

沖縄では4社の経営者の方々と訪問し、オンラインで議論を通して、それぞれの企業が大切にしていることや、経営者の方々と意思を相違なく共有した。また、訪問先で感じた課題や、企業を通じて学んだことを、報告を通じて、経営者の方々と共有することができた。

奈良県では、多くの経営者の方々と直接交流し、奈良県にある企業と交流しました。経営者の方々と意思を相違なく共有した。また、訪問先で感じた課題や、企業を通じて学んだことを、報告を通じて、経営者の方々と共有することができた。

Z世代の価値観・特徴

- 『働く＝自分らしく成長』が前提
- 58.3%が『やりたいことがわからない』
- 安定志向
- 良好な人間関係
- 多様な選択肢とともに育った
- 所属意識が強い
- コスパ・タイパ
- 自分にはできない
- やりがいや個性を重視する

agenda #1

これまでの振り返り

agenda #2

課題とプロセス

ゼミ活動紹介

Seminar activities introduction

課題とプロセス

Challenges and Process

agenda #3

本研修の前身

agenda #4

ぜひご指摘いただきたいです

本研修内容

Contents of this training

まとめ

summary

学生気分から社会人意識へのマインドセット研修

3年生1月に提案のマインドセットをした

もらって学ぶ

しくじり企業

アガサチェンジ

リレー講義

多角的マインドセット

あなたは以下のどんな職場なら力を発揮できますか？

チーム

n=122

30.6%

チームで指示された仕事を指示された仕事を指示する

チームで自主的に動いて仕事を指示する

29.8%

29.8%

個人で指示された仕事を指示する

個人で自主的に動いて仕事を指示する

9.9%

受動的

能動的

個人

個人

「企業を見る目を養う」をモットーに。

Our motto is "Developing an eye for companies."



数々の経営者や他大学の学生の方々に助言をいただいた

心理的安全性

Google 「プロジェクト・アリストリス」(2012～2016年)



心理的安全性が、チームの生産性やパフォーマンスに最も影響を与える因子であることを示した。その後の研究（ハラスメントの多発）により、心理的安全性の有無がチームの成功を左右することが判明した。そうではないチームに比べて、離職率が低く、創造性が高かった。

自己の強みへの気づき

SCHLOSSBERG'S TRANSITION THEORY (シュロスバーグの移行理論)



環境が大きく変わる時、自己の価値観やリソースを理解している人は、適応がスムーズになると指摘。『自己 (SELF) の資源を評価すること、移行期のストレスを軽減し、前向きなマインドセットをつくる基盤になる。』

チーム・組織で
心理的安全性を確保
自己の強みへの気づき



主体的なマインド

①アイスブレーキング

打ち解け、人柄や長所を感じる



- ・ 4人
- ・ チームビルディングゲーム
- 例) NASAゲーム ゲームの説明

④グループデイスカッション

他者面接の振り返り

【ルール】

- 研修生
- ・ 他の人の意見を否定しない
 - ・ 全員が発言する
 - ・ 遠慮しない

グループ長 (先輩社員)

- ・ 問いを投げかける
- ・ 全員に発言する機会を与える

【先輩社員からの問い】

- ・ 優秀者はなぜうまくいったのか
 - どんな聞き方をしていたか
- ・ どうすればうまくいくのか

〈他者面接〉

面接官 (上司) 研修生A 研修生B



〈ミッション〉

他者の視点で長所を見つけ
本人の代わりに他者が語る

〈目的〉

就活の面接では
出なかった長所を伝えられること

〈②ペアワーク〉

自己開示と深掘り

面接を成功させる鍵

いかに聞き出し、いかに語るか



〈研修の4ステップ〉

	時間	人数	内容
①	45分	4人	アイスブレーキング
②	45分	2人	ペアワーク
③	10分×人数	全員	他者面接
④	45分	4人	グループデイスカッション

〈③他者面接〉

他者から自分の長所を語ってもらう



- ・ 自分の知らなかった価値に気づく
- ・ 心理的安全性が生まれる

〈優秀者の発表〉

何が良かったか伝え、
グループデイスカッションに繋げる

ご清聴ありがとうございました。



氏名：鈴木啓太
所属：多摩大学経営情報学部経営情報学科
所属号：三：第2号

1. 講義の目的
2. 私の講義の目的
3. 自動運転とは
4. 学修したこと
5. 考察



自動運転の技術面、事業面、国内外の実証実験、実際の自動運転の試乗体験を踏まえ、高齢化社会・ドライバー不足・交通事故減少のために自動運転技術・サービスが社会においてどのように実装されるべきかを考察するプログラムである。

技術、倫理、法制度、社会的受容性を網羅した教科書を使用し、座学で学んだあとには、実際の自動運転バスに試乗する。また、国土交通省補助金事業の社会的受容性アンケート（西新宿）の内容も検討した。



技術面に関しては、ゲスト(東京大学生産技術研究所)の方など、3名をお招きし、技術、国際情報、まちづくりなどの最前線のお話を伺い、質疑応答を行った。

- データ解析を用いることで、社会的課題解決の根拠を示し、実社会への実装に尽力可能。
- データによる社会改善の可能性と、解決できない現実の両面を学ぶことで、自身のスキルと視座を広げていきます。

	名称	用途	経路方向 通行方向	経路の 主体	万が一の 備え	通行 制限
0	手動運転 行	ドライバーが全ての運転スラフを 行う。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	なし
1	運転交差	スラフに上る乗客方向と降客方向 との交差は行わない。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	制限あり
2	部分的 自動運転	スラフに上る乗客方向と降客方向 間の特定の区間のみ。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	制限あり
3	条件付き 自動運転	全ての運転スラフをスラフが 実行、乗客に応じてドライバが 介入。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	制限あり
4	高度 自動運転	乗客が乗るまでの全ての運転スラフ をスラフが行う。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	制限あり
5	完全 自動運転	乗客が乗るまでの全ての運転スラフ をスラフが行う。	ドライバ	ドライバ	ドライバ	制限なし

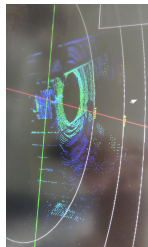
- 人的資源の不足
- バス事業における運転手不足が深刻化
 - 2030年には、3.6万人が不足すると予測される。
- 人口減少により、仕事の担い手の減少（運転手の減少）

- 人口動態の現状
 - 15～64歳人口の減少
 - 65歳人口の激増
 - 高齢者の「地域の足」の公共交通の維持が課題である。
- オートカーの自動運転よりも、サブスカーでの復旧を目指す。
- 公共交通機関を自動ものを利用を可能にすることで人的資源の減少の解決策として提示
- 人口動態に合わせたインフラ整備が可能となる。

学んだこと

- 自動運転の技術 -

- センサー技術
 - 周囲の物体の検知を目的とする。
 - GPS/磁気レーカーセンサ
 - LIDAR/ミリ波センサ



LIDARセンサーを使った実験も行った(キャンパス内)

学んだこと

- 自動運転の技術 -

- 車両位置の推定
 - 車両の位置を認識することを目的とする。
 - 人工衛星の信号を利用
 - GPS
 - RTK-GPS
 - OZSS
 - 周辺物体を利用
 - 建物
 - SLAM技術

学んだこと

- 自動運転の技術 -

- 車両位置の推定
 - 車両の位置を認識することを目的とする。
 - ランドマーク
 - 電磁誘導線
 - 磁石
 - 塗装

学んだこと

- 自動運転の壁(法律・倫理)

- 法律比較
 - ドイツ
 - 「自動運転に関する倫理規則」
 - 避けられない事故の状況においては「人命保護を最優先」とし、年齢・性別・身体的特徴などによる「命の運別(差別)は厳格に禁止する」というプログラミンの方
 - 向はを明確に示しています。
 - EU
 - 「倫理提言」
 - 交通弱者(歩行者等)と自動車間の不平等を是正するよう開示することや、事故時のシシエマ状況(誰を犠牲にするか等)の判断基準について、一般市民を巻き込んだ議論プロセスを勧めることを推奨しています。

学んだこと

- 自動運転の壁(法律・倫理)

- 法律比較
 - イギリス
 - 「イギリス倫理提言」
 - 自動運転システムが経路中の事故については「メーカー(製造者)が責任を負う」とし、人間のドライバーは責任を負わない(免責される)という法的な責任の所在を明確にする方向で進んでいます
 - 日本
 - 自動運転に関する倫理的検討及び法的課題検討中

学んだこと 試乗してわかったこと

- 実際の所感

- 自動運転で前進することの技術に対しての驚き
- 速度の遅さ
 - 通常車両と比較して速度がゆっくりである
- 手動介入の必要性
 - 「全自動化の実現には時間を要すると感じた。」



郊田イノベーションで、自動運転バスに試乗

考察

- LIDARには水面や人混みでの認識(奥にいる人物の推定など)に弱点があり、利用するには考慮すべき点が多い。
 - ハードウェアの技術検討がより必要である。
- 倫理的ジレンマ(事故時の判断)をどうプログラムするか、責任を誰に取らせるかという議論は、日本において避けて通れない課題である
 - さまざまな立場の人が議論すべきである。

考察

- 倫理的ジレンマ(事故時の判断)をどうプログラムするか、責任を誰に取らせるかという議論は、日本において避けて通れない課題である
 - さまざまな立場の人が議論すべきである。

考察

- 自分ができること
 - キャンパの中で
 - そもそも自動運転が必要か否かをデータで立証していく
 - 自動運転が認められることが必要である。
 - もし世間を一致するのであれば、より受け入れてもらうための手法を考え、実行したい。
 - 若者として
 - 倫理的ジレンマを様々なところで議論を行い、さまざまな人たちで考えることが重要である。
 - データ分析
 - 社会的受容性のアンケート分析を用いて、自分自身が持っている知識を使用し、結果で還元していきたい。



日本と韓国の農業の課題

1

① 日本と韓国の農業の共通課題

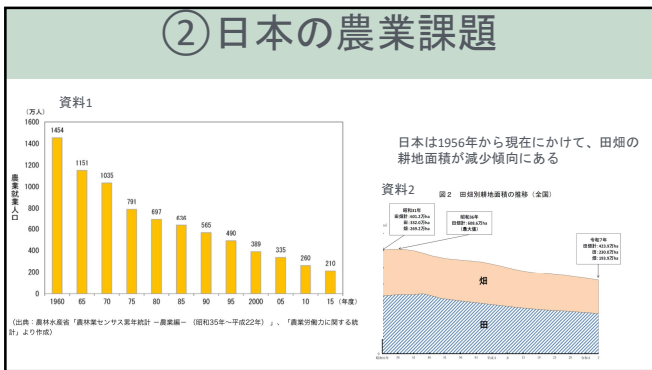
● 課題

○ 日本と韓国は共に耕地面積が減少している

● 原因予想

農業従事者の高齢化

2



3

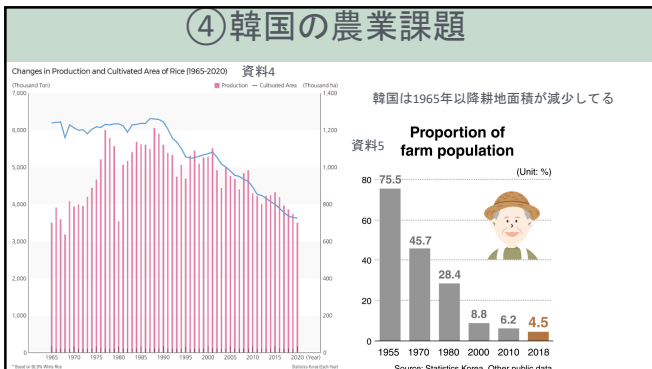
③ 原因

資料3 農地面積の減少要因

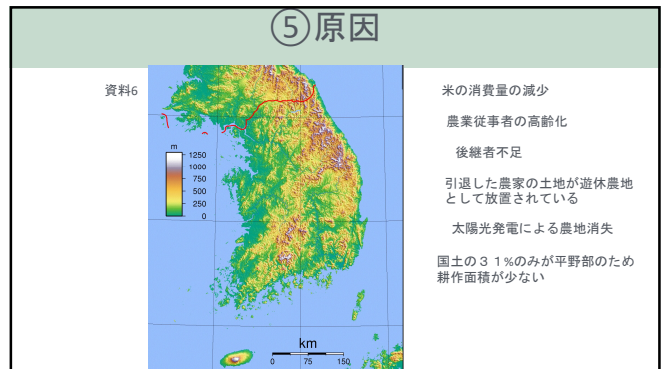
	25	26	27	28	29	30	令和元	2	3	4	5	6
かんがい	19,800	26,200	25,900	29,900	32,500	33,700	31,700	33,000	30,800	30,200	37,000	35,000
自然災害	1	335	82	1,430
荒廃農地(耕作放棄)	9,530	13,000	13,500	16,200	19,300	14,500	13,200	15,100	12,800	14,000	14,400	13,900
非農業用途への転用	8,382	9,894	10,165	9,980
森林・農林道等への転用	1,845	2,901	2,181	2,408

農業従事者の高齢化
後継者不足
耕作放棄地の増加
工場用地や道路、宅地への転用
農作物の価格低迷などによる農家の経営意欲低下
減反政策

4



5



6

⑥ 共通点と相違点

日本と韓国は共通して耕地面積が年々減少し続けている

日本と韓国は共通点として農業従事者の高齢化、後継者不足、宅地への転用などが挙げられる

日本と韓国の相違点は韓国の国土の平野部の割合、政策の違いが挙げられる

7

出典

- 資料1 産業環境管理協会 <https://www.cjc.or.jp/school/d/d-2-2.html>
- 資料2 農林水産省ホームページ https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka_gaiyou/sakumotu/menseki/r7/kouti.html
- 資料3 農林水産省ホームページ <https://www.maff.go.jp/j/nousin/tikei/houkiti/attach/pdf/index-35.pdf>
- 資料4 大韓民国国家地図集 http://nationalatlas.ngii.go.kr/pages/page_2703.php
- 資料5 コリアヘラルド <https://www.koreaherald.com/article/2006797>
- 資料6 産業環境管理協会 <http://earthresources.sakura.ne.jp>

8

2025 年度第 17 回多摩大学アクティブ・ラーニング発表祭

アンケートご協力のお願い

本日はご来学いただきありがとうございました。

ご多用のところ大変恐縮ですが、

アンケートへのご協力をお願い致します。

▼WEB アンケート回答フォーム



<https://forms.gle/oQ2KnrsWqsMCQ1k9>

12月13日(土):スクールバス臨時ダイヤ

聖蹟桜ヶ丘駅 発	永 山 駅 発		中学・高校、大学 発	
中学・高校、大学 行			永 山 駅 行	聖蹟桜ヶ丘駅 行
25	10 15 25 35 40 50	7		
0 25◎ 55◎	0 5 40	8		
25◎ 55◎	10 40	9		30*
25◎ 55◎	10 40	10		0* 30*
	10 20 45	11	5 30 35	40 50*
0 15	15 30 35	12	0 15 20 45	45 55
5 15◎	0 15 30 35	13	0 15	45*
10◎ 55◎	25	14	5	0* 30*
	10	15	35	0*
		16	0 5 25 50 55	0 50
		17		0* 30*
		18		0* 40*
		19		

◎印の付いた便は、永山駅経由学校行です。

*印の付いた便は、永山駅経由聖蹟桜ヶ丘駅行です。

※ スクールバスは定員になり次第、発車します(定刻前に発車する場合があります)。

※ 道路事情、運行状況等により、上記時刻は変更になる場合があります。

※ 所要時間は、学校⇄永山駅 片道約10分、学校⇄聖蹟桜ヶ丘駅 片道約15分の予定です。ただし永山駅経由は片道約30分となります。

MEMO

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

MEMO

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

MEMO

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

AL発表祭

アクティブ・ラーニング



TAMA UNIVERSITY

多摩大学

開催
日時

2025年12月13日(土)
13:00~15:45



※詳しくは、ホームページをご覧ください。(12月5日(金)公開)

<https://www.tama.ac.jp/al2025/>

開催
会場

・多摩大学
多摩キャンパス

Adress 〒206-0022 東京都 多摩市聖ヶ丘 4-1-1

開催
内容

- ・プロジェクト型学修、研究、ALプログラム成果発表
- ・招待発表 帝塚山大学様、東京経済大学 様
- ・多摩大学目黒中学校・高等学校 高大接続ALプログラム成果発表
- ・多摩大学附属聖ヶ丘中学高等学校 済州研修、有志団体、国際交流活動報告

AL発表祭とは?

年に一度開催される
学生達の成果発表!

参加費無料・どなたでもご参加いただけます。

多摩大学の学生は積極的にご参加ください。

Active Learning Festival

MORE INFO

Gmail kyoumu@gr.tama.ac.jp

Phone 042-337-7113 (多摩大学多摩キャンパス教務課)

多摩大学 教務課
〒206-0022 東京都多摩市聖ヶ丘4-1-1
TEL 042-337-7113
FAX 042-337-7100

