

現代社会と若者たちを活性化する15のキーワード

「ヒープ(H E I B)」

4

課外講座なので単位には無関係、それどころか受講料1万9000円が必要。にもかかわらず、春の説明会には常に100人以上が集まる。それが専修大学の隠れた人気プログラム「ヒープ講座」だ。女子学生限定だが、すでに26年の歴史があり、この講座への参加が目的で専修大学を選ぶ学生もいるという。

富士山中湖セミナーハウスで 学生企画を発表

「今回のテーマは、地球に優しいイベントですが、私たち1班では一過性で終わるものではなく、長く続けられるエコ活動を考えました。プチなエコという意味でペコと名付け、専用のポイントカードを配布。ちょっとしたエコ活動をするとポイントが貯まっていくという仕組みになっており……」

専修大学富士山中湖セミナーハウスで実施された、2006年度ヒープ講座夏合宿学生企画発表会の模様である。

このヒープ講座は前期と後期に分かれており、前期は18回の講義を受けてから、1泊2日の合宿となる。いわゆるゼミ合宿とは異なり、企業とのコラボレーションが際立った特徴となっている。今回の合宿は「地球に優しいイベントをやろう！」がテーマ。



専修大学富士山中湖セミナーハウスで実施された、2006年度ヒープ講座夏合宿・学生企画発表会

ら教員の理解者が増加し、1980年に発足したのである。先駆的な試みであり、多方面から関心を集めた。いわば女子学生のためのキャリア教育、キャリアデザインの先駆けと表現できるだろう。

当初から単位のつかない課外講座であり、年間1万9000円の受講料も必要となる。「だからこそ、意欲的で熱心な学生が集まるのです。4月の説明会には100人以上が集まります。高校の先生や母親から教えられて『ヒープがあるから専修大学を選んだ』という学生も珍しくありません。以前は消費者問題が中心でしたが、現在は女子学生が社会で活躍する下地をつくるのが課題。そのためには組織を運営する能力も必要ということから、講座の内容や講師は教員がある程度決めますが、連絡や運営、司会などはすべて学生に任せています。協力企業への依頼や交流なども学生が中心。もちろん合宿も計画から実施まで、彼女たちが主体となっています」(前出・奥村経世助教)



ヒープ運営委員長代行
経営学部助教
奥村 経世

このため合宿1日目は、東京電力株の協力によりTEPCO銀座館の見学とIHクッキングヒーターの調理を体験。その後でセミナーハウスに移動して合宿というプログラムだ。

参加した26人の学生は事前に5班に分けられており、それ以前から検討してきた内容を最終的にプレゼンテーション資料としてまとめるのだが、毎回の合宿では、深夜を過ぎて夜明け頃まで打ち合わせする声絶えないという。

そして翌朝から始まったのが、冒頭の学生企画発表会なのである。提案の内容や独創性から、発表の仕方などを総体的に審査して順位をつけ、1位には表彰と副賞も授与される。プレゼン

社会、教員、学生が 密接に関係して 2年間を過ごす

ヒープの講座は前期・後期合わせて35回(合宿も2回、夏は1泊2日、春は2泊3日)。企業の実務担当者からNPO、NGOや専門団体など外部講師による講座も多く「女性と仕事」キャリアを通じた社会活動「ハッピーキャリアのつくり方」私らしく働くこと」など、女子学生に興味深いテーマが揃っている。社会の第一線で活躍する専門家から話を聞けるのだから、1回あたり約5000円は安いというほかに、参加者は話を聞くだけでなく、感想文を必ず書かねばならない。それをまとめて講演者に渡すというのも、礼儀をわきまえた素晴らしいルールである。

また、女性の卒業生を講師として招くこともしばしばあるため、現役学生とOGとの交流会という側面もあるという。教員と学生はもちろんだが、先

ティションの内容も方法もかなりハイレベル。パワーポイントなどによるビジュアル表現はもちろん、考え抜かれた現実的な提案ばかりなのである。

「昨年は『中食ビジネスの分析』でしたが、発表会には協力企業の社員の方にもご参加いただきました。携帯電話のQRコードを利用した健康管理システムが1位となりましたが、これは協力企業の方にも高く評価していただけました」(ヒープ運営委員長代行、奥村経世・経営学部助教)

それだけ優れた提案だったのだが、そろそろ講座名の「ヒープ」の意味を紹介しなければならぬ。

女子学生を対象とした キャリア教育の先駆け

ヒープとはHome Economist In Businessの略称HEIBの読みである。直訳すれば「企業で働く家政学士」

女子学生から見た ヒープ講座の魅力

大学側だけでなく、2006年度の夏合宿に参加した3人の女子学生に感想と将来の目標を聞いた。

河本志津子さん
(学生代表、経済学部国際経済学科3年)



「外部の講師による講演会が魅力でした。友達をつくりたいという目的もあって、1年次から参加しています。嬉しかったのは、昨年の学生企画発表会で1位になったことですね。事前にグループで3週間くらいかけて企画をまとめました。参加者によって熱意や意欲に温度差はありますが、それもまた大変勉強になったと感じています。中国に興味があり、1年次には上海に1カ月間の短期留学をしました。今年は北京に行く予定ですが、本格的な長期留学も考えています。最初は単なる興味でしたが、先生や先輩たちの影響で、真剣に中国と関わっていきたいと思うようになりました」

秋本亨子さん(経営学部経営学科3年)



「高校の先生から専修のヒープ講座を教えられる、自分でもフレットを講求して、すごく



理事長 出牛 正芳

ということになる。もともとは米国で生まれたコンシューマリズム(消費者の保護と利益擁護)を背景とする消費者問題に関する女性専門家の養成講座だったのだが、専修大学では何と26年も前から、この講座を実施してきた。

「この頃は4大卒の女性の就職が困難でした。その支援という意味でも、こうした女性だけの講座が必要だと進言したのです」(初代同講座指導委員長・出牛正芳理事長)

だが、当時の専修大学の女子学生比率は1割程度。提案はまったく問題にされなかったが、時代や社会の変化か

谷口悠さん(経済学部経済学科3年)



「付属高校からの進学なので、特にやりたいことはありませんでした。ただ、高校の先生からは『専修に行くならヒープに入れ』と言われたので、素直にそれに従った感じです。だから1年次には何がなんだか正直わかりませんでした。でも、企業見学のツアーを任せられ、先方の担当者にメールで連絡したり、打合せをしたりするうちに、自分たちが企画して実行する意味が理解でき、積極的になってきたと思います。学外の様々な方々の講演を通して、それまで知らなかった職業や仕事に触れることができ、その生き方や考え方に憧れてしまう人も沢山います。最近になってカンボジアやベトナムでボランティアをしたのですが、ヒープ講座に参加してきたせいか、経済の重要性や大切さがすく理解できました」

輩や社会、企業との密接なネットワークキングがヒープ講座の本質といえるかもしれない。

1年次から参加することも可能だが、基本的には大学の基礎を身につけ

た2年次からが前提。2年間がワンサイクルとなり「そのまま社会に出ても恥ずかしくないほどたくましく成長しますよ」と奥村助教は目を細めるのである。