

AI・非認知能力時代の求める新しい経営学

—理工系総合大学だからこそできる文理共創の経営学の強み—

東京理科大学 経営学部長 ^{つばき} 椿 ^{みちこ} 美智子

1. はじめに

東京理科大学だけでなく、全国的に大学の経営学部を取り巻く社会的・産業的環境が急激に変化している。ChatGPT (Chat Generative Pre-trained Transformer: チャット生成可能な事前学習済み変換器, 米 OpenAI 社) の登場により、人工知能 (AI) は新しい時代をむかえ、また、Web3.0 (ブロックチェーン技術を基にした新しいインターネット) 時代になり、NFT (代替不可能なトークン) やメタバース (ユーザー間のコミュニケーションやビジネスが可能な仮想現実空間) 等が、医療分野、教育分野、金融分野、マーケティング分野等のビジネスを急激に変化させている。それによって、ビジネスモデルも、以前は比較的パターン化されたビジネスモデルの使用が多かったところ、今後益々多様化されていくことが予想される。例えば、イギリス発のデジタル銀行・海外送金サービス「Revolut (レボリュート)」が挙げられる。このサービスは、世界中のどこからでもお金の受け取りや送金を簡単に行えるのが特徴で、ユーザー同士なら送金手数料もかからない。海外送金は少し前であれば結構手続きが大変で手数料も高かったと思うが、それが数回タップするだけで簡単にできる時代になったということである。さらに、ユーザーは利用する機能の必要性に応じてプランを3種類 (スタンダード (月額無料): 海外での決済手数料の節約や予算管理で支出を抑えてお金を有効活用できるプラン、プレミアム (¥980/月): アップグレードしてグローバルなライフスタイルを手に入れられ、世界中でスマートに支払いができるプラン、メタル (¥1980/月): 全ての機能を利用できる最もパワフルなプランで、メンバー限定のタッチ決済のメタルカードやその他多数の特典付きプランから選ぶことができ、これによってビジネスモデルとしての収益構造が確立されている。

このような新しい技術の変化に、現実の企業・組織・経営が対応することによって、新しい経営学および経営学教育へ大きな変革の要請がなされている。これは、マクロ的な経営学体系の変革であり、筆者がメンバーとなっている日本学術会議・経営学委員会「AIと経営分科会 (AI・IT等の普及による経営実践・経営学・

経営学教育への影響を検討する分科会)」では、変革の要素に関する議論を行ってきている。2023年6月4日に開催された日本学術会議公開シンポジウム「人間・AI共創時代における価値創造経営教育—“ChatGPTと共創”時代の経営教育」【図1】で示されたように、「AIと経営分科会」のマイルストーンとしての活動成果として、【図2】、【図3】のような新しい経営学および経営学教育への大きな変革の要請がなされていることを示している。

日本では少子高齢化が加速しており、産業毎に人手不足と人手余りの2極化が進んでいる。人手不足の産業で、人間の作業が置き換え可能な場合には、配膳ロボット等の様に、ITやロボット等による無人化や省力化が進んでいる。また、人手不足でも人間の作業が置き換え困難な場合には、人間拡張 (現在の人間が持つ認識および肉体能力の限界を超えようとする試み) のように、AIによる能力のエンハンスメント (既存の性能や機能を強化すること) を行い、人手余りの産業では、IT活用による時間の確保と共に、AIによる人間のクリエイティブ支援を行っているという、デジタル・トランスメーション時代に入っている。そのような現在の経営対応からの新しい経営学・経営教育への要請においては、【図2】に示したように、人間・AI共創時代の前の経営学で取り扱ってきた理念はリアルな実店舗等の現実の世界、有形資産重視 (現金・証券・預金・建物・商品等)、リスク回避的であったところ、人間・AI共創化時代になった現在では、メタバースなどのバーチャルな世界、無形資産 (特許や商標権・著作権等の知的資産、従業員の持つ技術や能力等の人的資産、企業文化や経営管理プロセス等のインフラストラクチャ資産等)、リスクテイク的なことも学術的に捉え教える必要がなくなっている。変化が激しい時代においては、企業は新しいことに挑戦し続けなければ競合他社に後れを取ってしまうため、リスクを恐れずリターンを取りに行く思考が求められている。また、方法論としてはフレームワーク的 (意思決定や分析、解決したい問題を特定の型に落とし込み、手順に沿って整理していくための、共通して利用できる思考の枠組み)、ルールベース指向 (ル

ールを用意しておくことで、問題解決や推論といった知的な処理を機械的に行わせようという指向であったところ、現在ではデータドリブン（経験や勘に頼るのではなく、業務等で取得できる膨大な量のデータを収集し、それを分析することで、企業戦略等の意思決定を行うこと）、解釈（結果に至るために用いるプロセスを人間がどれだけ簡単に理解できるか）、未来志向（10年後、5年後の理想像や目

的地を具体的にイメージし、そのビジョンの達成に向けて、採るべきアクションプラン（戦略）を策定し、それに従って行動していく志向）、デザイン思考も取り入れなければならないようになっていくことが考察されている。同様に、ツールはケース・スタディー（実際に起こった出来事を詳しく分析・検討することで、問題解決方法を探ること）、財務情報（企業に関する情報の中、財務諸表（企業が利害関係者に対して一定期間の経営成績や財務状態等を明らかにするために複式簿記に基づき作成）によって提供される情報）、意識調査（民衆や顧客に対して実施している現状にどのような意識を持っているかを問う調査）等だけでなく、センシング（検知器や感知器、測定器等を用いて測定対象の定量的な情報を取得する技術）、見える化（企業や組織における財務、業務、戦略等の活動実態を具体化し、客観的に捉えられるようにすること）、メタバースなどの活用、バーチャルラーニング化、非財務情報（ESG情報（環境、社会、ガバナンス）に加え、企業の中長期の経営戦略、知的財産情報等）、無意識傾向分析（自分では気づいていない傾向の分析）を、カリキュラムは、戦略論、組織論、マーケティング、会計、ファイナンス、ミクロ・マクロ経済学、プロジェクト・オペレーション等のみでなく、PBL、統計的手法、機械学習手法、人工知能、データサイエンス、OR、ホスピタリティマインド等々を教える講義も加えなければならないことが議論されてきた。これらは、人々の仕事や生活において、行動や思考が変わってきたことに企業や組織が対応したことによって起こっている変革である。

さらに、儲かればそれでよいということではなく、

「人間・AI共創時代における価値創造経営教育」
 一編者前掲— 日本においては、人口減少・少子高齢化、地球環境問題に直結した経済成熟化社会とChatGPT等生成AIに代表される人工知能システムの活用の中で、組織や企業の経営は、大きな変革点に立っています。本公開シンポジウムでは、このような社会変革期における組織・企業の経営に対して新しい経営教育を提案し、AIを活用した高度デジタル社会における社会持続性のある価値を創出する人材育成や教育方法を討議します。

「ChatGPTと共創」時代の経営教育
 日時 2023年 6月4日 (日)
 13:30~17:00
 会場 早稲田大学 小野記念講堂

—プログラム—
 13:30 開会挨拶 高村ゆかり (日本学術会議連携委員、東京大学教授)
 13:35 活動報告 前 貞雄 (日本学術会議連携委員、早稲田大学教授)
 13:55 パネル討論 1 「人間・AI価値共創時代の経営教育」
 ・ファシリテーター 脇坂 直人 (日本学術会議連携委員、早稲田大学教授)
 菊池 将夫 (ロイヤルM.D.共同創設者/会長)
 浦川 伸一 (独立ジャーナリスト、編集)
 阪 潤壽 (日本学術会議連携委員、関西学院大学教授)
 15:15 一休憩—
 15:25 パネル討論 2 「領域（会計・監査・税務）におけるAI・IT・DXの普及と課題」
 ・ファシリテーター 佐藤 悠平 (日本学術会議連携委員、早稲田大学教授)
 岡部 貴文 (金融庁 審判官事務官)
 —監修/実行として/現状認識と課題—
 小林 朝陽 (日本公認会計士協会 常務理事) 一業種専一
 藤原 真哉 (日本学術会議連携委員、横浜国立大学教授) 一教育専一
 16:45 今後の展開 野 聖智子 (日本学術会議連携委員、東京理科大学教授)
 16:55 閉会挨拶 野川 晃広 (日本学術会議連携委員、慶応義塾大学教授)

主 催：日本学術会議 経営学委員会 AI・IT 専らによる経営実践・経営学・経営学教育への影響を検討する分科会
 協 賛：早稲田大学 マーケティング・コミュニケーション研究科、早稲田大学 経営研究機構、サピエ学会

【図1】「人間・AI共創時代における価値創造経営教育」
日本学術会議公開シンポジウム

現実の経営対応からの新しい経営教育への要請 に対する今後の展開
 現在の企業・組織 経営の対応 → 人間・AI共創 → 学問領域への要請 (マクロ的な経営学体系の変革)

経営戦略・ビジネスモデルの変革 → Afterの側面、マイナスの側面への対応

Before (without Human & AI Co-creation)
 ▶ 理念 (リアル、有形資産重視、リスク回避的)
 ▶ 方法論 (フレームワーク、ルールベース指向)
 ▶ ツール (ケーススタディ、財務情報、意識調査、...)
 ▶ カリキュラム (戦略論、組織論、マーケティング、会計、ファイナンス、ミクロ、マクロ、プロジェクト・オペレーション、...)

After (with Human & AI Co-creation)
 ▶ 理念 (+バーチャル、+無形資産、+リスクテイカ)
 ▶ 方法論 (+データドリブン、解釈、未来志向、学習インセンティブ、...)
 ▶ ツール (+センシング、見える化、メタバースなどの活用、バーチャルラーニング化、+非財務情報、+無意識傾向分析、...)
 ▶ カリキュラム (+PBL、統計的手法、機械学習手法、人工知能、データサイエンス、OR、ホスピタリティマインド、...)

日本学術会議 経営学委員会 AIと経営分科会

【図2】現在の経営対応からの新しい経営教育への要請
(日本学術会議 経営委員会「AIと経営分科会」)

あるべき経営からの新しい経営教育への要請 に対する今後の展開
 あるべき 企業・組織経営像 → 人間・AI共創 → 学問領域への要請 (会計・監査・税務などの個別学問領域の変革)

Before (without Human & AI Co-creation)
 ▶ 企業意思決定 (階層的組織による意思決定、人間を中心とする意思決定)
 ▶ 企業経営戦略 (財務分析・計画に基づく経営戦略)
 ▶ 企業ビジネスモデル (比較的パターン化されたビジネスモデル、有形資産からの価値創造プロセス)
 ▶ 企業教育 (個別企業内研修)

After (with Human & AI Co-creation)
 ▶ 企業意思決定 (+自律分散的組織による意思決定、+PDCAサイクルのより速い意思決定、+人間の非合理性を活かした意思決定)、+人間の創造性を活かした意思決定
 ▶ 企業経営戦略 (+非財務分析、計画も考慮した経営戦略)
 ▶ 企業ビジネスモデル (+多様性、オリジナリティーのあるビジネスモデル、無形資産からの価値創造プロセス明確化)
 ▶ 企業教育 (+大学連携・企業間研修、オープン型研修)

【図3】あるべき経営からの新しい経営教育への要請
(日本学術会議 経営委員会「AIと経営分科会」)

経済的価値と社会的価値の両立が企業に求められている等、あるべき企業・組織経営像からの学問領域への要請（会計・監査・税務などの個別学問領域の変革）に関しては【図3】のように、人間・AI共創時代以前、企業意思決定については、階層的組織（従来の企業組織構造形態の一つであり、権威と責任を組織のトップに置き、命令や指示が一つの指揮命令系統を通じて、上から下へと降りる組織体系）による意思決定、人間を中心とする意思決定について研究・教育がなされてきたが、プラスして、自己分散的組織（役職による指示系統がなく、各メンバーがそれぞれに意思決定権を持ち、自律的に動くことで運営する組織）による意思決定、PDCAサイクルのより速い意思決定、人間の非合理性の排除ということで、AI利用による意思決定、人間の創造性を活かした意思決定についても研究・教育をしなければならなくなってきていること、企業経営戦略については、財務分析、計画に基づく経営戦略を教えていたが、非財務分析や、計画も考慮した経営戦略という視点で教えていかなければならなくなってきていること、企業ビジネスについては、比較的パターン化されたビジネスモデル、有形資産からの価値創造プロセスから、ビジネスモデルの多様性、オリジナリティーのあるビジネスモデル、無形資産からの価値創造プロセスという視点の学術要素が必要になってきていること、そして企業教育に関しては、個別企業内研修が学問領域の中心であったところ、大学連携・企業間研修、オープン型研修についても取り入れていかなければならないことが、学問領域への要請の要素であることが議論されてきた。



【図4】東京理科大学経営学部の構成

2. 時代変化による経営学の学問的要請に対する 東京理科大学経営学部の発展の魅力

本学部は今年創設30周年を迎えており、創設された1993年（今から30年前）から、理工系総合大学における経営学部として、文理融合の最先端を自負しながら、教育・研究を行ってきた。理工系総合大学であるからこそ持つ知識の体系を生かし、理学と工学と情報学の知識に基づいた数量的・実証的アプローチを積極的に活用して、文系・理系の枠組みを超えた新しい視点に基づく経営の理論と技法を教育・研究している。更に、AIやVR・AR、メタバース等の最新技術がハイスピードで開発され続けている中、それらの技術をビジネスにどのように利用できるのか、それによってビジネスの世界がどのように変わっていくのかを理解できる文理両方の視点を持った人材を育成することは非常に重要である。そのことを理解できなければ、このDX時代に成功するビジネスを真に推進する人材になることは難しいからである。

経営を科学することに答え、30年前に経営学科が、ビッグデータの時代に応え、2016年にビジネスエコノミクス学科が、先の見通せない難しい問題解決をしなければならぬ時代に応え、2021年に国際デザイン経営学科が、時代の要請に応え、先進的に、創設され、それぞれに適した学問を推進し、カリキュラムを整えてきた。まだ、卒業年度を迎えていない学科もあり、いまなお、発展し続けている。

それでは、経営学科、ビジネスエコノミクス学科、国際デザイン経営学科、それぞれの学問や教育の特徴【図4】に関して、上記の【図2】、【図3】で示した時代の要請によって変革として加えられている要素に

先進的に対応できていることを示していく。

3. 経営学科（MS学科）

30年の歴史のある「経営学科」では、経営戦略、会計・ファイナンス、マーケティングを学び、経営を俯瞰して捉え、戦略を立てられる構想力を開発し、解析により実証をしながら科学的経営のできる経営のプロフェッショナルを育成している。

【図2】において、時代の要請に従って追加すべきカリキュラムの要素となっている、統計的手法、機械学習手法、人工知能、データサイエンス、PBLに関しては、それに対応する科目は、各学科すでに初年次から整備されている。

そして、経営のプロフェッショナルを育成している「経営学科」では、経営学の根幹をなす、組織行動、経営戦略、マーケティング、会計学、ファイナンスの知識をバランスよく学ぶ。また、「経営を科学する」という伝統から、論理と実証を重視したカリキュラムを編成している。経営学に関する仮説構築という論理的思考力と共に、線形代数、微分積分学などの数学、統計学、プログラミング能力も鍛える。そこで培った論理的思考力を土台にデータ解析技術を習得し、俯瞰的な観点から本質を捉えた解決策を実践する力を養う。そして、1年次から専門基礎があり、演習により徹底的に学習し、2年時以降は「経営戦略」、「マーケティング」、「会計・ファイナンス」の専門知識をゼミナールと併せて修め、経営者やコンサルタントに必要なプレゼンテーション力、コミュニケーション力などをゼミナールや卒業研究を通して高めていくことで、経営のプロフェッショナルに求められる力を磨く実践的な学びを可能にしている。

また、具体的な講義に関しては、例えば、以前から存在している「マーケティング」の講義も、Society5.0サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会の時代ゆえ、理念としては、リアルな世界だけではなくバーチャルな世界を含めた上でのマーケティングを取り上げ、方法論としては、フレームワーク、ルールベース指向だけではなく、データドリブンな方法、解釈、未来志向な方法、ツールとしては、ケース・スタディーや意識調査だけでなく、センシング、見える化、メタバース、バーチャルラーニング化、無意識傾向分析、統計

的・機械学習手法分析、AI手法に関する内容も、すでに取り入れている。

しかし、これらの内容を、1つの講義で全て教えることは、内容の多さとして難しいため、いくつかのマーケティング関連の講義で教えると共に、ゼミや卒研や修士論文の研究では、時代の要請と共に加えられている要素に関する研究にシフトしている。各顧客ごとのお薦めを導くための機械学習を用いた研究、メタバースの世界を知った上での購買活動への影響の研究、意識調査だけではわからなかった無意識的購買傾向の研究などである。

また、AIとの共創におけるプラスの側面、マイナスの側面の議論も行っている。人間とAIが役割分担をすることによって、空いた時間の有効活用ができるというようなプラスの側面があると共に、過度なサポートによって、人間の成長や知識体系活動を阻害する可能性があるというマイナスな側面が議論されている。

4. ビジネスエコノミクス学科 (BE 学科)

「ビジネスエコノミクス学科」では、数理モデリングと（人工知能やビッグデータを扱う）データサイエンススキルを学び、企業経営に必要な経済理論を基礎に、ゲーム理論、オペレーションズ・リサーチ、金融工学などのデジジョンサイエンスによる解析・創出の力を養い、企業意思決定のスペシャリストを育成している。

企業意思決定のスペシャリストを育成するための先進的教育を展開している「ビジネスエコノミクス学科」では、ビジネス分析の中心となっている計量経済学、実験経済学、ゲーム理論、ファイナンス等の分野を体系的に学習するのが特徴である。「統計学・データサイエンス」、「経済学・ゲーム理論」、「金融工学」、「オペレーションズリサーチ・意思決定」の領域で、ビジネス分析に必要な数理的思考力を磨く。【図2】において付け加えるカリキュラム要素に記載されていたORはここに取り入れられている。

そして、数理的解析能力とデータ分析手法の修得を重視したプログラムを、PBL（課題解決型学習）科目やゼミナール等の少人数教育を通して学習し、数理的解析能力とデータ分析手法の見識を深めていくことで、数理的思考力に裏打ちされた分析力と判断力を備え、現代企業が直面する様々な課題に最適な意思決定を迅速に行える力を養っている。

従って、非合理性の排除ということでAI利用による意思決定に関しては、最先端の研究・教育がなされ

ている。そして、企業意思決定のところ、人間・AI共創化時代に付け加えられている「自律分散的組織による意思決定」を数理モデル化することは、ゲーム理論、コンピュータ・シミュレーション、人工知能を組み合わせることによってモデル化は可能であるが、数理モデルと現実を組み合わせた実証的な研究も必要となる。

5. 国際デザイン経営学科 (ID 学科)

そして、「国際デザイン経営学科」では、「デザイン」の観点からビジネスを捉える力「デザイン思考」「デザイン経営」と「デジタル技術」を用いて問題解決に繋がるプロダクトやサービスの開発能力を養い、共感力と論理力の高い「国際」的なイノベーションリーダーを育成している。これは、【図2】において、方法論として加えられた「デザイン思考」を研究・教育する学科として誕生していることを示している。

時代を拓くデザイン力を備えた国際的なイノベーションリーダーを育成している「国際デザイン経営学科」では、まず、デザイン系科目の講義や演習（Design Thinking, 立体デザイン論, ミーティングデザイン, Representation in Design, Creative Confidence Entrepreneurship and Innovation, Global Public Life, ナラティブ理論）を通じて、生活者に寄り添い、見えないニーズや課題を拾い上げる「観察力」を養う。また、コ・デザインプロジェクトなど、実践型の授業を取り入れ、人々の気持ちやおかれた状況から解決すべき本質的なニーズや課題を見出す「共感」のスキルを磨く。これは、非認知能力の向上も見据えた講義となっている。デザイン系の講義は、【図2】におけるホスピタリティマインド（共感、説得、信頼などの深耕）あるリーダーシップ教育や、現代社会でやはり重要となっているクリエイティブ支援教育、起業家マインド教育、付加価値向上教育にもなっている。

そして、1・2年次は基礎的な数理分野やプログラミングを学び、3年次以降はデジタル系のカリキュラム科目の応用的なデータ分析やデジタル技術の活用方法を学習する（Enterprise Architecture with Digital IT Strategy, デジタル・ヘルスケア, 情報セキュリティ, プログラミング応用, Data Strategy, Information Ethics, Project Management）。問題解決につながるプロダクトやサービスの開発能力を養い、デジタル技術とビジネスの架け橋となる力を養っている。さらに、各学年の進級目標にTOEICスコアを設定するほか、英語での授業も用意し、実践的な語学力を要請している。アイルラン

ドの大学との遠隔授業や海外研修も行うことにより、グローバル社会において、お互いのバックグラウンドの違いを活かせるような高いコミュニケーション力を身につけられるカリキュラムとなっている（国際系：基礎異文化コミュニケーション、アジア事情、応用異文化コミュニケーション、Ecosystem and Standardization, Japan in Global Context）。

6. 理系から迫る文理融合型の経営学の強み

最後に、従来の文系から迫っている経営学とは異なり、理系から迫っている文理融合型の経営学の強みを示しておく。

経営の分野のどのくらいの領域について、数理的なモデル、機械学習的なモデル等に基づいて、精度の良い経営学的な予測や知識発見等を行うことが可能になるであろうか？ その領域が増えていき、しかも、きちんとした解釈が可能となれば、理系から迫る文理融合型の経営学の強みと可能性が増してくる。

例えば、ビジネスエコノミクス学科では、次の3領域の学問分野を担っている。

1) 金融における取引データ、マーケティングにおけるビッグデータなどに対して、人工知能、機械学習、計量経済学、コンピューショナル・エコノミクスなど高度な分析手法を駆使して、ビジネスに生かせる予測や知識発見について研究する領域。

2) 意思決定科学の基幹となるゲーム理論と脳科学・心理学的手法の枠組みを中心に、消費者行動、経営組織、市場における競争戦略等、ビジネスにまつわる諸問題を理論的に分析する方法を研究する領域。

3) 経営・経済における意思決定の本質は不確実性にあると言えるが、近年、この不確実性をマネジメントする理論的フレームが大幅に発展し、それに対応して実証的手法が整備されている。ファイナンス、金融工学、金融計量経済学等を学ぶことによって、ビジネスで直面する不確実性にいかに対応するかを研究する領域。

また、経営学科では、以下の3領域の学問分野を担っている。

1) 企業が他の企業にいかにして勝ち、いかに維持していくかということを、経営学の様々な視点から検討し、実証的に研究していく文理融合領域。

2) ソーシャルメディアの進展とグローバル化の下、製品開発、価格設定、広告、流通、消費者行動等を研究対象とし、消費者行動に関する調査を基盤に、企業が戦略構築をするための仮説・検証型研究の文理融合

型領域。

3) 企業に関わるお金の流れ、資産の活用、市場の評価、経営者の意思決定等を研究対象とし、企業と市場に関するデータを活用して、経営活動と市場評価についての仮説検証型研究をする文理融合型領域。

そして、国際デザイン経営学科では、次の4領域の学問分野を担っている。

1) 「問題解決を支援する人工物を創り出す知的活動」がデザインであるという観点から、経営の対象となるひとや組織に対して、「共感」に基づいて、具体的な問題を見極め、その解決を支援する人工物を創り出す研究領域。

2) ビジネスにおける課題や社会課題解決のために、デジタル技術をどのように適用するかを研究する領域。

3) 新たなデジタル技術の導入が引き起こす諸問題に対する倫理的観点からのアプローチや、「日本」が放つ意味の多様性を明らかにすることにより、デジタル技術に基づくプロダクトをグローバルに展開するための方策を研究する領域。

4) 社会における「やっかいな問題」を解くために、国際経営、デジタル経営、デザイン経営を融合するために、経営学で培われてきた様々な理論や技法に基づいて研究を行う領域。

これら経営学の様々な領域が、理系的な視点や方法論を取り入れた理系と文系の枠組みを超えた文理融合型で行われることによって、概念の提示だけではなく、検証の積み重ねによる強固な経営学へと発展し得る。

7. 未来を担う高校生の経営学部への進路選択へのアドバイス

数学が得意な高校生はとても多い。そのときに、従来の考え方であれば、理工系、情報系、あるいは医学系への進路を考えるケースが多かったと考えられる。しかし、高度な技術が急激に発達してきた現在の社会で活躍するには、理数的な力を持った上で経営学を学ぶことが、社会の情勢を的確に把握でき、予測・検証・解決型の経営学を身に付けることに繋がるため、数学が得意な高校生の皆さんには、是非、経営学部を一つの選択肢として良く考えて欲しい。そして、高校の先生方にも、社会のこの急激な変化に対応するために、“理系”、“文系”だけでなく、時代の要請にいち早く応えて学問を進化させている第3の“文理融合型”の学部の存在価値を生徒の皆さんに、是非、お伝え頂ければと思います。