

The University Times

May 2013 Vol. 27

<http://jtimes.jp/utimes>

produced by IELTS by Eiken × The Japan Times ©THE JAPAN TIMES, LTD. 2013

CONTENTS

■ Visit a Global Company : グローバル企業訪問 株式会社アサツー ディ・ケイ 1 2	■ Learn About Industries: この業界を知りたい! ショッピングセンター業界 5	■ Studying Abroad in the U.S.A.: 私の米国留学/読んでほしいこの3冊 米国留学記/書籍紹介 8	■ IELTS リーディングテストのコツ 11
■ Journalist's Eye : 英字新聞記者の視点 「被災地の今」/「脱法ドラッグ」 3	■ Columns: IELTS Hot News / アゴス・ジャパンに聞く IELTS Hot News / 海外の学部 6	■ Study Abroad Benefits: 留学で培う3つの力 グループワーク力・国際理解力・表現力 9	■ Crossword and Trivia 読み物 12
■ Special Feature: 特別読み物 東京大学 4	■ News in English 英文記事を読んでみよう 7	■ University's Challenge : 国際交流に取り組む大学 中央大学 10	■ Quebec Special 留学するならケベックだ!! B1 ~ B4

Visit a Global Company : グローバル企業訪問

グローバル化の加速する 企業と消費者の架け橋に

Vol.17 株式会社アサツー ディ・ケイ



競合他社に先んじてグローバル時代の到来を予見し、今や世界約40カ所に拠点を持つ大手広告会社のアサツー ディ・ケイ。創業当時の企業哲学であるチャレンジスピリットと自由闊達な社風に育まれたグローバルマインドあふれる広告パーソンたちは、今日も世界中を飛び回っている。

アサツー ディ・ケイ (以下 ADK) は、製品・サービスの戦略立案や広告制作、キャンペーン施策の実行までを手掛ける総合広告会社。企業や団体と消費者を繋ぐコミュニケーションカンパニーとして、幅広い広告事業を展開している。

「みなさんがよく目にする TV-CM や新聞・雑誌・インターネット広告だけでなく、たとえば私がつけているピンバッジは見えますか? ここにはオリンピックの東京招致を応援す

る JOC のメッセージが込められていますが、これも広告に含まれます。クライアントのメッセージを消費者の心にかいかに深く届けるかは、アイデア次第なんですよ」

このように広告業界の魅力を語るのは、自身もかつて営業職で活躍し、現在は人材開発室長を務める金澤直也さん。30年以上にわたるキャリアの中では、イギリスの高級自動車メーカーなどを担当した経歴も持つ。

ADK の特筆すべき点は、日本の広告会社

としてはいち早く中国に進出するなど、チャレンジスピリットにあふれた企業であることだ。中国を皮切りにアジアの広範囲にわたる独自のネットワークを確立しているほか、世界最大級の広告会社とも強力な業務関係を構築。また、北米やヨーロッパ、中東、ロシアと世界約40カ所の拠点に現地法人や合併会社を擁し、広く海外市場へ展開している。

「今や日本の企業も国内だけを市場としては考えていませんし、一方で日本を魅力的な市場と捉える海外企業もどんどん増えています。欧米はもちろんのこと、近年は新興国との関係性も飛躍的に広がっています。こうした英語圏以外のクライアントやパートナー企業とコミュニケーションする場合も、基本言語は英語です」

広告パーソンはクライアント側の志向や動向に常に対応できなければいけない。たとえば日系企業だった会社が、吸収合併などで突然外資になることもある。金澤さんは日本で独自展開していたブランドの、中国市場開拓のサポートに携わったこともあるという。

「日本の企業もますますグローバル化しているだけに、たとえ国内クライアントの営業チームに配属されても、海外と接点を持つことは必然的に増えています。ブランドの展開方法によっては、海外チーム/国内チームを分けずに、包括的に担当することもあります。クライアントにとっては、国内も海外も市場である



人材開発本部 人材開発室長 金澤直也さん

ことに変わりはないですからね」

こうしたさらなる海外とのビジネスの広がりを受けて、ADK ではグローバルマインドを持った人材を育成するための研修システムを充実させている。社内公募で選出された人材は海外赴任に特化した幅広い研修プログラムを受けられるほか、社員全員を対象にして必要に応じて外部の語学学校に通う場合などの受講費の補助制度も設けている。

広告パーソンに必要なのはタフな精神

1951年創業と国内の大手広告会社の中では比較的歴史は浅いながらも、ADK が業績3位へと成長を遂げた背景には、創業当時から続く企業風土があると金澤さんは語る。

「ひとつには小さなことかもしれませんが、上下の関係が緩やかと言いますか、弊社の社員は互いを役職ではなく『さん付け』で呼んでいますね。私も社長をさん付けで呼んでいます。これに象徴されるように、弊社には社内のあるゆる壁・年齢・役職・職種・性別を意識せず、社員一人ひとりのチャレンジとアイデアを支援する土壌が根付いているんです」

冒頭でも金澤さんが語っている通り、広告はアイデア勝負の世界。「アイデアに社名、役職、年齢なんて関係ない」とは、今年のADKのリクルートメッセージだ。

やる気に満ちた新入社員にとっては、なんとも魅力的な社風。とはいえ、そこには非常にタフな精神も要求される。

「広告ビジネスは想像されている以上にハードな職種です。クライアントに指名してもらうためには、競合他社とのプレゼンを勝ち抜かなければならない。そのためには論理的かつユニークなアイデアに辿り着くまで徹底的に考え抜く忍耐力と、周囲を巻き込む行動



日中、様々な人々が入り出りする ADK 本社ビルは東銀座にある。築地市場は目と鼻の先にある

Visit a Global Company

グローバル企業訪問

力、そして広告パーソンとしては、コミュニケーションをビジネスとして捉えて提案できるプロデュース能力が必須です」

一見ハードルが高いようだが、これはあくまでベースとして持っていればいいマインドであるという。ADK では新入社員を対象としたさまざまな研修プログラムがあり、半年や1年ごとに個別の面接を実施している。さらに3年目には定期人事異動が行われ、入社時とは異なる部署に配属される。

「今の学生さんは大学時代からご自身のキャリアを非常によく考えているように感じます。しかし実際にビジネスに携わることで、これまで見えなかったものも出てくるはず。面接や定期人事異動は、いわば自分のキャリアを棚卸しするタイミング。じっくり考える期間を持つことで、キャリア開発をしていこうというのが弊社の考え方です」

そのほかにも「デジタルセンス」や「ビジネスセンス」、そして「グローバルマインド」

を持っていけばよりベターであるという。

「グローバルマインドとは単に言語を操れるということではありません。異文化の人々とも自然に、気持ちの上でコミュニケーションができる柔軟な精神。それは座学で異文化を学んでいるだけでは養えないものです。覚悟がいることかもしれませんが、1年くらい海外で暮らしてみるのもいいでしょう。日本人である自分の常識が覆される経験は、グローバルマインドを養う第一歩になるはずです」

ADK

株式会社アサツー ディ・ケイ

1951年創業の「第一企画宣伝株式会社」と1956年創業の「株式会社旭通信社」の合併により、1999年より現社名に。旭通信社の有していた「ドラえもん」や「クレヨンしんちゃん」などのアニメーションコンテンツの制作にも携わる。旭通信社の時代には、日本の広告業界としてはいち早く新興国のマーケット拡大を予測し、91年に中国に進出。98年には国際的な広告エージェンシーとも業務提携を結ぶ。現在は世界約40カ所に拠点をもち、幅広いグローバルリソースを活用できるネットワークを整備。国内外クライアントに幅広いソリューションを提供している。
http://www.adk.jp/

グローバル企業の先輩に聞く！

思いやりとリスペクトの精神、諦めない熱意は国境を超えます

久保田 一輝 さん

株式会社アサツー ディ・ケイ
グローバルビジネス本部
第2営業チーム (副部長職)



マサチューセッツ大学を卒業後、1998年入社。外資系ではアパレルブランドや製薬会社、日系では食品メーカーや電機メーカーなどを主に担当。2008～2012年にADKアメリカに出向し、同時にコロンビアビジネススクールでMBAを取得

Q ADK での経歴を教えてください。

A 98年に入社し、国内本部、国際本部、ADK アメリカを経て、昨年グローバルビジネス本部に配属されました。これまでに主に携わってきた案件は、外資系製薬会社の日本市場におけるマーケティングの立案や新製品開発のための調査など。また約3年赴任したADKアメリカでは、ニューヨークに勤務して日系企業の大型看板や、それにまつわるカウントダウンイベントなどを手掛けてきました。当時、アメリカでは飛躍的にスマートフォンが普及し始めていて、大型看板からアプリへと誘導するコミュニケーション展開にチャレンジできたのは非常に有意義な経験でした。

Q 語学はもともと得意だったんですか？

A 私はマサチューセッツ大学を卒業して

ADKに入社しましたが、高校まではごく普通に日本にいました。よっていわゆる帰国子女ではなく、私にとってはじめて海外に住むという体験でした。そんな中での単身渡米でしたから、アメリカに到着して5秒で後悔しましたね(笑)。読み書きのスキルとコミュニケーション力はまったく違うものだと痛感しました。それでも必死でなんとか卒業できましたから、やってできないことはないと思いましたね。

Q アメリカで生活して良かったことは？

A 日本の常識は海外の非常識だということを、頭ではなく経験で理解できたことですね。たとえば日本のスーパーでは買い物かごを出せば店員さんが精算してくれるけど、ほかのほとんどの国では自分で商品を出さないとレジを打ってくれません。日本は何かにつけて非常に細やかですよ。それが逆に多くの国の人

にとっては、「細かすぎる！」って言われるんですけど(笑)。

Q ビジネスの上でも、そうした「日本の常識」が通じないことも多いのでしょうか？

A 現在は日系の大手電機メーカーのロシア、中東の市場開拓を担当していますが、日本の企業は結果に至るまでのプロセスの一つひとつをととても重視します。ところが、先方は「結果良ければいいじゃん」という国民性。ですから、日本の企業のペースがまだるっこしいですね。それでも、クライアントはあくまで「日系」のメーカーですから、こちらとしては先方の国の人たちに合わせてもらいたい。その二つのバランスを取ることが、海外で仕事をするためには重要です。

Q 具体的に久保田さんは、どのようにバランスを取られているのでしょうか？

A 「日本の常識は海外の非常識」とは矛盾していますが、相手も同じ人間なんです。そこを大切にすれば、国籍や文化が違って必ず通じ合えるんです。たとえば私はロシアに行くときは、必ずスモールギフトをスーツケースに詰めていきます。日本のお菓子とかシャンプーとか、ちょっとしたものですけど、「こないだの仕事はありがとう」と渡すととても喜んでくれるし、「また一緒に頑張ろう」とチームの結束も改めて強くなります。昨年は5回、今年になって2回ロシアに行っていますが、そうは言っても日常的に顔を付き合わせられるわけではなく、基本はメールと電話でのやりとりしかできません。だからこそ久しぶりに会ったときには、相手への思いやりやリスペクトする気持ちを伝えることがとても大事だと思うんですよ。

Q 海外で仕事をされる中で、トラブルや困難に見舞われた経験はありますか？

A ある国でTV-CMを作っていたときに、その商品の一番の売りとしてCMに載せようと考えていたワードがあったんですが、撮影の3日前になって突然クライアントから「その言葉は使わないでほしい」と言われたんです。時間をかけて練り上げたCM案もほとんどやり直し。日本のクライアントとは距離や時差がありますから、すぐに代案を作っても承認までには時間がかかります。それでも撮影までに間に合わせなければいけない。短い時間だけとみんなでいいモノを作ろうと、チームで握手を交わして、ほぼ不眠不休で乗り切りました。日本人スタッフは私だけでしたが、普段は緩い現地チームも一致団結してくれましたね。こちらが「諦めない熱意」を持って臨めば、日本人も外国人も



日本に帰任する直前に開かれて久保田さんの送別会。タイムズスクエアが一望できるレストランを貸しきって

まったく同じだと実感したエピソードです。

Q 最後に学生へアドバイスをお願いします。

A まず、英語を流暢に話せないと海外では仕事ができないという先入観は捨てていいと思います。発音に関して言えば、世界中さまざまなアクセントがありますね。また、難しい単語を使おうとしなくてもいいんです。ビジネス会話で大事なものは、誤解が生じないように的確でシンプルな伝え方をすること。そして繰り返しになりますが、どこで仕事をしようがビジネスパーソンとして必要なOSは「相手への思いやり」と「諦めずにやり遂げる」精神です。その上で、ソフトウェアとして具体的な仕事の知識や語学のスキルなどをインストールしていくことが大事だと思います。ちなみに私が留学していた頃は、「アメリカの大学なんて出たって高卒扱いだよ」と言われていた時代です。それがほんの15～16年前。人間の考えや社会のトレンドなんて、そんな短いパンでガラリと変わってしまうんです。時代もどんどん変わっていますから、世界的に見ても将来が安定した企業なんてありません。だからこそ変化を恐れず、さまざまなことにチャレンジしてください。

久保田さんのお仕事アイテム



「スマートフォンとノートPC、Wi-Fiがあればどこでも仕事はできます。またさまざまな国に行くので、日本円より両替がしやすいUSドルとユーロはそれぞれ常に2万～3万円分持ち歩いています」

Journalist's Eye

英字新聞記者の視点

日本のニュースを英語で発信しよう！

英字新聞 The Japan Times 記者が語る
日本の「今」を世界に伝えるための心得

—— Vol. 17 by Jun Hongo

日本で起こっていることを外国人に伝えるには、物事の背景を理解し、分かりやすく説明するスキルが求められる。このコーナーでは記事をより深く理解し、自ら説明できるようになるためのコツを英字新聞 The Japan Times の記者に教えてもらう。今回は本郷淳記者に「東日本大震災から2年後の現地レポート」と、「脱法ドラッグの蔓延」について伺った。



津波で被害を受けた大川小学校の児童たちに手作りのお地藏さんクラフトを贈った韓国女性

■被災地に暮らす外国人の今

- According to government statistics, more than 75,000 foreign nationals were living in officially designated disaster zones as of March 2011. For some foreign communities, March 11 became a rare opportunity to unite.
- 政府の発表によると、2011年3月現在、7万5,000人以上の外国人が被災地域に住んでいたという。またいくつかの外国人コミュニティの中には、図らずも3月11日の悲劇が団結を深める貴重なきっかけとなったところもあった。

東日本大震災から2年。宮城県石巻市で活動するNPO法人「外国人被災者支援センター」の協力のもと、被災地に住む外国人たちの現状取材しました。

長らく過疎化が進む東北では、30年ほど前からアジアの国々から農家の跡取りなどに花嫁さんを迎えてきました。こうした背景から、被災地域には想像以上に多くの外国人が暮らしています。

ところがほとんどの方が単身で来日しており、また東京や大阪といった大都市と違って同胞と知り合うきっかけも少ないことから、嫁ぎ先や職場だけを拠り所に孤独に生活していたようです。

そんな外国人の方々にも、2011年3月11日の悲劇は日本人と同じように襲いか

かりました。さらに彼らの中には、言葉の壁から地域コミュニティと繋がりが持てず、どこに助けを求めていいかわからず途方に暮れていた人も多かったようです。3.11の震災は、さまざまな事情で日本にきた外国人たちの見えざる孤立を浮き彫りにもしたのです。

孤立する外国人のネットワーク作り

NPO法人「外国人被災者支援センター」では、震災後から、被災した外国人たちのネットワーク作りと、地域コミュニティへの参加のサポートをしています。同法人が主催する日本語教室で教えるのは、日本在住歴の長い台湾人のカナエ・サトウさん。彼女もまた被災者の一人として

仮設住宅に暮らしています。教室では中国人とフィリピン人の生徒と一緒にランチを食べていたり、出身国は違えど日本で暮らす外国人同士が、共に手を取り合っている姿が印象的でした。

このフィリピン人女性の3人のお子さんは日本で生まれ育ちました。

「子どもたちの故郷はここです。だから私も日本語を話せるようになりたい」

彼女はそう、日本語を勉強する意志を語ってくれました。

「外国人の多くが、震災後に帰国したという報道もありましたが、事実ではありません。被災した外国人のほとんどが、この土地に生活基盤を築いています。私たちも石巻の未来を作る一員なんです」

そう語るのは、1993年より石巻市に暮らす中国人のアキ・サクマさん。現在は、近隣の町に暮らす中国人ネットワーク作りに尽力しています。

被災した7万5,000人の外国人の中でも最も多かったのが、2万8,000人を超える中国人でした。ところがマジョリティでありながら、彼らの中にはほとんど交流がありませんでした。

その理由は、町と町をつなぐ交通機関

*参考記事 <http://www.japantimes.co.jp/news/2013/03/12/national/npo-brought-tohokus-foreigners-together>

が十分でないこと。クルマを持たない中国人たちの多くは、あちこちの町で孤独に点在するしかなかったのです。

外国人も被災地の未来を作る一員

震災から2年経った今、状況は少しずつ良くなりつつあると、「外国人被災者支援センター」の千葉義信理事長は言います。何より震災は、かつては孤立していた外国人たちが協力し、地域に溶け込むための貴重な機会となったのです。

7年前に来日した韓国女性も、74人もの児童が犠牲となった大川小学校のすぐそばに暮らしていました。仮設住宅を出たばかりの彼女は、小さなお地藏さんのクラフトを作っています。

「仮設住宅にいた頃は、悲しい出来事を思い出しては沈んでばかりいました。でも今では、仮設で知り合った方々との交流が生まれたことに感謝しています」

大川小学校の子どもたちを忘れないでほしい。そんな思いを込めてお地藏さんを作る彼女もまた、地域のこれからを作っていく一員なのです。

■中学生に蔓延する脱法ドラッグ

- Loophole drugs are often marketed as legal herbs or incense but are created with similar chemicals as banned narcotics. According to a survey of more than 54,000 junior high school students, about 15 percent said they have access to such drugs.
- 多くの場合、脱法ドラッグは合法的なハーブやお香として販売されているが、違法薬物とほとんど変わらない化学物質で生成されている。(厚生労働省が行った)
- 5万4,000人の中学生への調査によると、約15%の生徒がそうした薬剤に接したことがあるという結果が出た。

近年、脱法ドラッグの若年層への蔓延が深刻化していることを厚生労働省が発表しました。特に急速な広がりを見せているのが中学生世代で、5万4,000人を対象に行ったアンケートによると、約15%の生徒がそうした薬物に接したことがあるとの調査結果が出ました。

さらに脱法ドラッグを使用したことがある生徒の60%が、その後に大麻や違法薬物に関わったとも答えています。

また彼らの多くは「脱法ドラッグは体に悪影響がない」と認識していました。

もちろんそれは事実ではありません。法で取り締まれない化学成分ではあっても、その多くが違法薬物に極めて近い組成であることが指摘されています。そのため、乱用による中毒症状や暴力行為といった事故や事件もしばしば起きています。

近年、厚生労働省では脳や精神に深刻に作用する化学物質の調査を強化し、新

たに見つかった成分を次々と違法薬物に指定してきました。ところが業者もさるもので、政府の規制に先んじて法のカギをいくぐる新成分を開発するというイタチごっことなっています。

時代に合った薬物教育の強化を

中には明らかに違法薬物が使われていたケースもあります。大阪で摘発されたある雑貨店では、リキッドアロマの名目で違法薬物を含んだ商品が販売されました。これらには「ゾンビ・スーパーレッド」や「タブー」といった、若い客の好奇心を煽るようなポップかつ怪しげな商品名がつけられていました。

そのほかにも脱法ドラッグの多くは、お香やハーブとしてカジュアルに売られており、また値段も安いことから中学生でも簡単に手が出せるのが現状です。

秋葉賢也厚生労働副大臣は「規制だけでなく、若年層に対する薬物教育を強化する必要がある」と述べました。

これまでも厚生労働省では、パンフレットや公式サイトで薬物の危険性について警鐘を鳴らしてきましたが、近年の蔓延状況からも、教育が十分に行き届いていないことを実感しているようです。

なお、記事では「loophole drug」「quasi-legal drug」と2種類の単語を使っていますが、どちらも同じ「脱法ドラッグ」という意味です。同じ単語が繰り返し出てくると読みにくい文章になるため、さまざまな言い回しを使うのも英文記事を作成するテクニックです。

*参考記事 <http://www.japantimes.co.jp/news/2013/03/30/national/loophole-drugs-easy-for-teenagers-to-obtain/>

●今月の記者●

本郷淳さん

Jun Hongo

2006年入社。厚生労働省、財務省、国土交通省、日本銀行などを担当。主にビジネス、経済ニュースを執筆する。

東京大学

グローバルコミュニケーション 研究センターの挑戦〈前編〉

教養教育に力を入れている東京大学では、理系の1年生全員が履修する英語ライティングプログラム「ALESS」を開発、学生たちが積極的に取り組む様子が見られ、大きな成果を上げている。このプログラムの成り立ちとこれまでの展開について、東京大学グローバルコミュニケーション研究センター長高田康成教授に伺った。

英語で論文を書く必須授業 ALESS

東京大学で昨年発足した「グローバルコミュニケーション研究センター」。学生の英語力の向上、留学の促進などを主な活動の目的としているが、現在その中心的な事業となっているのが、理系の学生向けに実施されているプログラム「ALESS」(Active Learning of English for Science Students)である。単なる英語の授業ではなく、自分で科学的な研究テーマを見つけ、実験を行い、英語で論文を書くと同時に英語でのプレゼンテーションを行う独特のカリキュラムだ。現在同大の理系1年生は、1学期間(約4カ月間)、必ずこのALESSを履修することになっている。

「理系の学生の多くは、英語で論文を書くよう求められますが、必ずしもみな英語が得意というわけではない。単なる英作文ではなく、本当に英語で論文を書くことができるようになる力を身につけるにはどうすればいいか、学内でさまざまな検討を重ねた結果たどりついたのが、このALESSなのです」と、グローバルコミュニケーション研究センター長を務める高田康成教授は述べる。

東京大学では、2002年から高田教授を研究代表者とする文部科学省委託研究「英語教育に関する研究」を始め、2005年に1、2年生向けの教養教育で実施する「CWP(クリティカル・ライティング・プログラム)」を設置。ライティングによる発信力を重視した

授業を行ってきた。その際、論文執筆の必要性に迫られている理系の学生たちが、アカデミック・ライティングに強い興味を示したことから、理系の学生を対象に集中的に授業を行うALESSを、2008年に開始。現在は新設された「グローバルコミュニケーション研究センター」がその運営を担っているのである。

自分でテーマを決めて取り組む

東京大学駒場キャンパスで学ぶ理系の1年生は約1,800人だが、ALESSは1クラス15人までという画期的な少人数制を特徴としている。講師は全員ネイティブスピーカーで、授業はすべて英語で行われる。

学生は1人または数人のグループで科学実験のテーマを選び、1学期間の中に実験を行う。そして、それをもとに英語で論文を執筆し、学期の最後には、クラスでプレゼンテーション、口頭で説明する力も養う。大学に入りたての1年生がこなす内容としては非常に難度の高いものであるように思えるが、高田教授は、「1年生だからこそできるプログラム」と言う。「学生の中には『外国人と直接話をしたことがない』という者もいます。それがいきなり英語で授業を受け、論文を執筆しなければならないのですから、相当な努力が必要とされます。大学の環境に慣れてしまっただけでは、その大変さばかりが目立ってしまうかもしれません。しかし、入学したての、希望に満ちた1年生であれば、困難なことに

取り組んでいるということ意識せず、目前の課題に積極的に挑戦することができます。それによって、英語で論文を書き上げるという大きな目標が達成されるのです」と説明する。

理系の学生としては、自分でテーマを決めて実験に取り組むことができるのが、モチベーションが高まる大きな理由の一つ。中には実験に夢中になりすぎる学生もいて、論文にまとめるために適度に結果を出すよう、講師が指導しなければならないこともあるそうだ。学生が選ぶ実験テーマには「The Slipperiness of Banana Peels」(バナナの皮のすべりやすさ)、「Hair Damage Caused by Straightening Iron」



東京大学駒場キャンパスの象徴である1号館

(ヘアアイロンによって引き起こされる髪へのダメージ)などユニークなものも目立ち、自分の興味関心に沿って生き生きと活動している様子が見られる。

互いに誤りを指摘し合う

ただし、多くの学生にとって、英語で長い文章をまとめるのはもちろん、科学論文を書くことも、ほぼ初めて。そこで、「KWS(駒場ライターズ・スタジオ)」というライティングのアドバイスを行う学内の専門機関が、ALESS履修者の相談に乗っている。論文テーマの選び方、「Introduction(序論)」「Methods(方法)」「Results(結果)」「Discussion(考察)」といった論文の組み立て方、また執筆したものをさらに説得力のある内容にするためにはどうすればいいかといったことを、ここで指導してくれる。

ALESSのネイティブ講師は一つひとつの論文を添削するといったことはせず、学生たちが互いの論文を読み、文法の誤りや論理構成の難点などを指摘していく。「実社会では複数の科学者が共同で実験を行い、互いの意見について批判し合うのが一般的です。ALESSを通して、相手の意見を客観的に分析し、それを的確に指摘する力も養ってほしいのです」。書き上がった論文の中から優秀なものを集めて「ALESS」という小冊子にまとめ学内に配布する試みもあり、それによってさらに学生のやる気が高められているようだ。

ALESSは理系の1年生のみを対象としたプログラムだが、今年4月からは、ALESA(Active Learning of English for Students of Arts)という文系の1年生向けのプログラムも実施されている。やはり少人数制で、英語によるディベートや討論も組み込まれているのが特徴だ。また今後、理

系の2年生以上に向けて、さらにライティング力を伸ばし、それを維持するためのプログラムを実施することも検討されている。

第三外国語はアジアの言語で

「グローバルコミュニケーション研究センター」ではこのほか、第三外国語を習得する「TLP」(Trilingual Project)、提携大学との交換留学を推進するプログラムなどに取り組んでいる。

TLPで現在扱っている第三外国語は中国語。入学時の英語テストで優秀な成績を収めた学生の中から、希望者75人に中国語の集中講座を実施。1年のうちに基礎的な語学力を身につけ、2年生の夏休みに中国の大学へ留学するという内容になっている。

「現在は英語がグローバル言語となっていますが、もう一つ加えるとすると、やはりアジアの国の言語が重要ではないかと考えたのです。中国語の次は、アラビア語を予定しています。東京大学の国際化を推進するにあたり、アメリカの大学と同じことをしていても仕方がない。アジアをリードする大学としての位置付けを確かなものにしていきたいと考えています」

すでに東大の「名物プログラム」となっているALESSと新たに始まった文系向けのALESAの詳細については、次回後編で実際の指導教員に、授業の内容や学生たちの表情などを伺いたい。

高田康成教授 プロフィール



東京大学グローバルコミュニケーション研究センター長。教養学部での英語教育について調査・研究を重ねてきた。専門は中世英文学、表象古典文化論(古典ラテン文学)。



高田康成教授グローバルコミュニケーション研究センター長

東京大学

東京都の本郷、駒場、千葉県の柏などにキャンパスを持つ。入学時はすべての学生が駒場キャンパスの教養学部(Faculty of Education)に属し、教養課程の教育を受ける。教養学部には少数精鋭の後期課程(3・4年生)の「教養学科」があり、各界に優秀な人材を送り出している。

Learn About Industries

この業界を知りたい!

この業界を知りたい!

観光名所となっている東京スカイツリータウン®の「東京ソラマチ®」をはじめ、既存施設の増床や新規にオープンするアウトレットモールなど、勢いを見せるショッピングセンター業界。流通業の一端を担う、新しい業界の可能性と展望を日本ショッピングセンター協会の篠原一博さんに聞いた。

変化に応じて多様に対応できる業界

小売り・流通業界の中で、いま最も注目を集めている「ショッピングセンター(SC)業界」。流通の一部という従来の位置付けから、近年では「ショッピングセンター」単独の市場へと認知度が高まり、SC業界の合同企業説明会でも多くの学生が来場するという。昨年オープンした、東京スカイツリータウン®の「東京ソラマチ®」や、渋谷の newName 「渋谷ヒカリエ」をはじめ、大阪の「天王寺ミオ」「キャナルシティ博多」のほか、全国各地のアウトレットモールなど、好調な施設が数多くある。

「SCというのは、百貨店のような小売業ではなく、実は不動産業の性質も併せ持った『リテール・リアルエステート (retail real estate)』という業種です」と説明してくれたのは、日本ショッピングセンター協会の篠原



一博専務理事。「SCは、土地を取得しオープンまでの開発とオープン後の運営管理を行う『ディベロッパー』、SC内の店舗運営を行う『テナント』、設計や内装、広告やコンサルタントなどSCをサポートする『関連企業』の3つの業種で構成されています。他の小売店と違って、SCディベロッパーと呼ばれる企業が施設全体の計画・開発に携わるため、統一感のあるイメージを前面に打ち出すことができるのが大きな特徴です」

また、「SCには他の小売りにはできない大きな強みがある」と篠原さんは言う。それは「世の中に於いて、自分の中を変えられること」だというのが、具体的にはどういうことなのか。

「SCでは、いま『モノよりコト』という大きなシフトが起こってきています。少子高齢化が進み、消費の底冷えが続く中、今まで通りの販売方法ではものは売れなくなってきています。その一方で、旅行や健康など自分の体のケアや趣味にお金と時間を使う傾向は強くなっています。ですから、いまSCでは、洋服や小物の販売だけでなく、英会話や音楽教室、金融ショップ、医療モールなど、サービスを提供するテナントを増やしています。こういった世の中の変化に応じて、『自分=店舗の中身』を自在に変えられるのがSCの最大の強みだといえます」

3つの業種で構成される集合体

実際にSC業界の仕事に携わる

人はどのような仕事をしているのだろうか。また、それらの仕事に求められる資質はどういうものなのか。

「『ディベロッパー』は店舗(テナント)の誘致や契約、施設のイベント、販売促進といった業務を行います。状況に応じて創造開発を加えていくアイデアと先見性が求められます。『テナント』は販売やサービスの提供はもちろんですが、店舗の開設やプロモーションなどといった業務も行います。技術力、商品力があるのはもちろんですが、お客様への接客マナーや姿勢などにも高いレベルが求められます。『関連企業』は、SCやテナントのマーケティング、広告、接客指導から省エネ指導など、幅広い職種の仕事があります。自分はSC業界の中で何がしたいか、どういう立場でお客様と向き合っていきたいのかをもう一度考え、目指す職種に挑戦してみたら良いと思います」

SCディベロッパーはテナントの家賃収入で収益を得ているが、アパート経営や貸事務所とは違い、売り上げに応じて家賃が上下する「売り上げ歩合制」を採用しているところが多い。だからSCを運営する人たちは、できるだけ売り上げを上げるような仕組みを考えることを常に求められる。

また、SCは独立した個々の店舗が一つの共同体として機能しているため、採算の合わない店舗は別の店舗に入れ替えることで、施設の魅力を再活性化させることが可能だ。つまり、需要に合わせて中身(テナント)を変えていくことで継続的な売り上げが維持できるというわけだ。

近年では大手SCディベロッパーの海外出店も動き始めている。「これからSCはますます国際化が進む」と篠原さんは展望を語る。

「いろいろな国にSCはありますが、国によって文化や習慣の違いもありますし、現状では言葉と法律の問題があって、簡単に海外進出ができない状態です。でも、すでに大手ディベロッパーの中には中国や東南アジアに進出しているところもありますし、もうあと数年でSCの海外進出は加速度的に高まるのではないかとみています」

海外進出が進めば、それだけ現地で活躍できる可能性も広がる。

「英語ができるのは、大きな強みになります。さらに中国語、インドネシア語なども習得しておく、活躍の幅は広がるでしょう。チャンスがあるなら、学生時代に1年間程度留学してみることをおすすめします。文化や習慣の違いは、実際に住んでみないとわかりません。『日本とは違うな』という感覚がわかるだけでもいいんです。それが社会に出たときに実践で大いに役立つはずですよ」

これからの街づくりの担い手になる

SCは今後、街づくりの担い手としての役割も期待されている、と篠原さんは言う。

「街の活性化や雇用の面でも、SCは大きな役割が期待されています。SC一施設で平均約1,600人が雇用されていますが、だいたいこの中の60%は地元採用です(2011年のオープンSCの調査結果より)。つまり、SCをつくることで、約1,000人規模の地元雇用を生むことができます。また、3.11での教訓のもとに、大手SCを中心に大災害時の被災者、帰宅困難者の避難場所や備蓄施設としても対応できるよう準備しています」

少子高齢化により郊外SCは苦戦を強いられている。高齢者をひきつける店づくりができるかどうか、今後の課題の一つだ。高級ブランド品などを廉価販売するテナントを集結させたアウトレットモールは引き続き好調だ。百貨店等で売れ残った在庫の処分にも活用され、消費者にとっても流通サイドにとっても双方に利益を生む施設となっている。

これらの動向を踏まえた上で、どのような人材がSC業界には求められているのか、篠原さんに尋ねてみた。

「広いフィールドで活躍できる体力と好奇心はもちろんですが、SCは女性が活躍できる業界だと思います。実際、現場でもたくさんの女性社員がいきいきと仕事をしています。商業やファッションが好きで、世の中のニーズを常にキャッチし、偏りのない広い視野で新しいことにどんどん挑戦していける元気な人材が求められるのではないのでしょうか」

一般社団法人 日本ショッピングセンター協会
http://www.jcsc.or.jp/

世界基準のビジネス英語能力テスト

BULATS

The Business Language Testing Service

世界約47カ国1,172団体、
日本でもすでに350以上の企業・団体が採用

詳細は www.eiken.or.jp/bulats

お問い合わせ tel 03-3266-6366

mail stepbulats@eiken.or.jp

世界と繋がるために

Are you sure your message is
getting through?

BULATS

Fast, reliable,
and global



IELTS Hot News

自由民主党の教育再生実行本部(遠藤利明本部長)はこのほど、国内すべての大学の入学試験の受験基準として、英語運用能力テスト「TOEFL」を活用する方針を固めました。これに関して、ブリティッシュ・カウンシル駐日代表/英国大使館文化参事官のジェフ・ストリーター氏による寄稿文を掲載します。

一つの試験に限定せず、 選択肢を広げることが必要

ブリティッシュ・カウンシルは、自民党の教育再生実行本部がこのほど発表した方針に強い関心を持っています。日本の外国語教育のあり方を改善する必要があるという政府や企業の訴えを受けて、日本における英語のテストの現況をどうにかしないといけないとの考えに私も同意します。もし、日本がグローバル時代において前進していこうとするならば、実用的な英語と、とりわけコミュニケーションに重点を置いた試験が求められているということは、誰もが同意するところでしょう。

私は、教育再生実行本部によるこうした提言を踏まえ、日本人の英語力向上を目指していくには、一つの試験だけを検討するよりはむしろ、他の試験も選択肢に含めることが役立つのではないかと提言したいと思います。なぜなら、受験者や大学は選択肢があるという大きな恩恵を受けることができますし、複数の試験による健



ジェフ・ストリーター氏

全な切磋琢磨を担保し、試験水準の向上に寄与すると確信しているからです。

その際に、選択肢の一つとして、IELTSが挙げられることは間違いなく私は信じています。IELTSとは、英語圏の国への留学や就職を考える人々のためにある、世界で大変広く知られている国際的な英語力証明試験です。

世界の多くの国で存在感を示す試験

IELTSは英国のケンブリッジ大学によって考案され、ブリティッシュ・カウンシルとIDP^{※1}により共同運営されています。現在

では、中国、インド、パキスタン、UAE(アラブ首長国連邦)等を含む世界の大半の国の学生にとって、最もメジャーなテストとして選ばれており、そのスコアはアメリカの主要大学でももちろんのこと、世界130カ国以上、7,000以上の大学・教育機関で受け入れられ、信頼を得ています。2012年の受験者数はおよそ190万人にのぼりました。

また、海外の政府によっては、大学における習熟レベルを上げるためにIELTSの活用を決めているところもあります。たとえば香港では、最終学年生のためのCommon English Proficiency Assessment Scheme (CEPAS^{※2})の一環として採用されており、主要大学に通う学生はIELTSの受験を奨励されています。さらに香港行政区は現在、公務員採用試験としてもIELTSのスコアを認めています。つまり、CEPASの一環としてIELTSを受けることは、政府関連の仕事への応募も容易にしてくれるのです。

ご存知のとおり、香港のいくつかの大学は、世界大学ランキングの上位にランクインされています。私はこれはCEPASでIELTSを受験することを通じて、香港の学生たちが実用的な英語コミュニケーションスキルを習得していることに起因していると思っています。そして、それが彼らのグローバルコミュニケーションスキル同様に大学の国際的な評価も高めているのです。

実際の英語力を養う IELTS

IELTSは、英語における4つのコミュニケーションスキル、すなわち「リスニング」

「リーディング」「ライティング」「スピーキング」能力を評価するテストです。特徴的なのは、すべての技能が実際の状況でテストされるということです。つまり、スピーキングのテストでは、プロのネイティブ・スピーカーの面接官と対面式で行われるということです。私たちは、受験者の双方向コミュニケーション能力を測るには、リアルな状況に近い形でテストされることが重要だと考えています。そして、ここにこそ、日本が世界においてより大きな発言力を得ていくための鍵があるのです。

IELTSは非常に信頼でき、広く尊重され、主要な国際的枠組みであるCommon European Framework of Reference for Languages (CEFR)との繋がりのあるテストです。これまで世界で最も包括的に研究されたテストでもあります。現在のテストは、過去30年間にわたる開発と基礎研究の賜物です。90以上の研究が、独立した研究者によって完成されました。このような理由で、IELTSは日本の大学と大学生のための優れたオプションとなると、私は信じています。実際、IELTSは日本ですでに広く使われており、日本の英語レベル強化に献身する非営利組織ブリティッシュ・カウンシルと英検によって運営されています。IELTSが将来日本の学生のための英語能力の公式基準の1つに採用されることは、日本にとって大きな意味があることでしょう。

※1 IDP: IELTS オーストラリア
※2 CEPAS: 共通の英語力評価

アゴス・ジャパンに聞く

海外の気になる学部

by 株式会社アゴス・ジャパン
後藤道代

最新テクノロジーと人間を結びつけ 新たな可能性を生み出す

MITメディアラボは、1985年にSchool of Architecture and Planning(建築・計画スクール)に設立された研究大学院で、Media Arts and Scienceの大学院生と研究員が、400近い研究開発プロジェクトを行っています。年間3,500万ドルという運営予算を持ち、80以上のスポンサー企業が付いて共同開発された技術が、私たちの生活を日々進化させています。例えば、スマートフォンの自然言語処理機能のように身近なものから、人間のアキレス腱のような働きをする高性能義足、人間と対話するロボット、ナノレベルの世界まで、この研究所から生まれたものが多数あります。メディアラボの中心となるテーマは、最新テクノロジーと人間を結びつけ、新たな可能性を生み出すことです。言い換えれば、人間の能力の限界にテクノロジーの力で挑み、より良い未来を創ることなのです。

まず、メディアラボの革新の変遷をたどると、最初のコンセプトは、1980年にNicholas Negroponte(ニコラス・ネグロポンテ)教授と元学長のJerome B.

Wiesner(ジェローム・ウィーズナー)によって、生まれました。1985年設立以来、最初の10年は、「デジタル革命」の先陣を切って、認知脳科学の研究から電子音楽、ホログラフィーなど、人間の表現方法に画期的な進歩をもたらしました。次の10年では、コンピューターを箱から取り出し、デジタル領域をあらゆるものに組み込むことが可能になり、身に付けられるコンピューター、ワイヤレスコミュニケーション、さらには自ら考えるコンピューター(知能機械)などが開発されました。

そして現在、第4代所長に日本人の伊藤譲一氏が選出され、デザイナーからナノテクノロジー研究者、コンピューターインターフェース先駆者など、様々な分野の専門家が協働し、さらに、オープンに共有することでソーシャラーニングの力を梃子に技術革新を目指しています。

一人の優れた力よりも 多様な能力を持つ集団で学ぶ

一例として、興味深いプロジェクトを紹介いたします。

数値やロジックなどでは一般化できない

前回のスタンフォード大学のd.school(ディー・スクール)に続き、今回はマサチューセッツ工科大学(MIT)のメディアラボを紹介します。MITメディアラボのコンセプトは、「人間の能力の概念を革新する」こと。d.schoolとメディアラボの共通点は、「Learn by doing.」理論より実践を重視し、多様な分野の専門家が協働して、強力なパワーでダイナミックに挑戦している点です。

人間の「常識」(Common Sense)をコンピューターに組み込み、「自ら学習するコンピューターを作る」という発想から生まれた人工知能プロジェクトに“Open Mind Common Sense”というのがあります。プロジェクトの目的は、インターネット上にユーザーが入力する膨大なデータを利用し、常識をデータベース化します。そこからアルゴリズムを作り、学習機能を備えたコンピューターへと進化していきます。膨大なデータが必要になるため、1999年以来、コモンセンス知識獲得目的のインターネットゲームをばらまき、1万5千人以上のユーザーより100万以上の英語データを蓄積しています。連想ゲームやTwitterのツイートから、ユーザーの「らしさ」をプログラム化していきます。さらに、国や言語、文化地域によって常識が異なることから、多言語への展開も行われています。日本では、電通と日本ユニシスとMITメディアラボの共同開発で、「空気が読めるコンピュータを作る」プロジェクトが2010年に開始されました。従来、コンピューターは情報を入力し溜めるものから、常識データを基に、タイミングよく適切な知識をアウトプットできる、

空気が読めるコンピューターへの開発が進んでいるのです。

MITメディアラボの学生数は約140名。修士課程が60名、博士課程が80名からなり、技術系からアート、音楽、教育まで様々なバックグラウンドの最強の頭脳集団が、未来を切り開いています。「一人の優れた力より、多様な能力を持った人の集まりで学びながら前進すること」。それがメディアラボのカルチャーなのです。

株式会社アゴス・ジャパン

大学・大学院留学のテスト対策、出願対策の指導専門校。トップ校合格に必要な各種英語テストの攻略法および出願カウンセリング指導により、過去3年間で約2,500件以上という、圧倒的な合格実績を誇る。大学でのテスト対策講座なども行っている。

■東大生の留学体験記を無料で!

iPhone・iPadアプリ「東大より留学」
<https://itunes.apple.com/jp/app/id568008104>

後藤 道代 (ごとう みちよ)



留学カウンセラー歴18年、アゴス・ジャパン学部留学担当、インディアナ大学教育大学院、言語教育学修士、ブリティッシュ・カウンシル公式資格取得カウンセラー

News in English

英文記事を読んでみよう

This month's selections from The Japan Times

Tokyo Disneyland, now 30, still casts enchanting spell

Park keeps loyal fans, adds new ones by keeping its magic fresh

Kazuaki Nagata
STAFF WRITER

Tokyo Disney Resort, comprising Tokyo Disneyland and Tokyo DisneySea, celebrated its 30th anniversary April 15, with no signs that its magic spell has worn off, as figures show the wildly popular venue lured a record 27.5 million visitors in fiscal 2012, which ended March 31.

While some theme parks built over the past 30 years, including Universal Studios Japan in Osaka and Huis Ten Bosch in Nagasaki Prefecture, have struggled to make a profit, Tokyo Disney Resort operator Oriental Land Co. has dominated the industry and aims to attract even more visitors this year.

Industry observers attribute the Disney success to instilling in visitors a sense that they are in dreamland — a place they will seek to return to again and again.

“Oriental Land has everything required to allow the company to successfully run a theme park,” said Mia Nagasaka, an analyst at Morgan Stanley MUFG Securities.

The necessary factors, according to Nagasaka, are theme and concept, location, a steady cash flow allowing it to invest in new attractions and marketing strategies to appeal to targeted segments.

The Chiba Prefecture-based company's strategy of touting Tokyo Disney Resort, located in Urayasu, Chiba Prefecture, as a special place has been especially effective, she said.

You can see the branding efforts wherever you look, Nagasaka said, in its efforts to make the resort look like a fantasy land. Examples include logos on garbage cans,

benches, on the monorail that takes visitors between the various hotels and JR Maihama Station, even in the lavatories. The venue is clean and staff constantly police the grounds.

The firm has also invested billions of yen every year to provide new attractions to ensure repeat visitors.

“A massive amount of investment has contributed to keeping the theme park fresh,” said Shun Tanaka, an analyst at SMBC Friend Research Center.

Oriental Land has said it will spend ¥200 billion between fiscal 2011 and fiscal 2020 just on its theme park business.

Due to these factors, about 80 percent of Tokyo Disney Resort's visitors are repeat customers.

Saori Nishiyama, 22, from nearby Kisarazu, Chiba Prefecture, is one such patron.

Nishiyama, who came to the park on April 11 to shop, has a yearly pass and visits four or five times a month. She said she especially likes watching the shows and parades.

“Even when the same show is performed, it has small differences each time, like characters' movements,” so they are always fun, she said.

Located about 30 minutes by train from Tokyo Station, the resort is readily accessible to a market of 30 million metropolitan residents. Data show that about 70 percent of visitors are from the Kanto region.

Industry figures show the resort dominates the amusement park business. According to a government white paper on leisure activities, the industry in 2010 saw sales of ¥599 billion, with Tokyo Disney Resort accounting for about 45 percent.

Back before ground was broken to build the resort three decades ago, skeptics



In dreamland: Visitors watch a press preview of a parade marking the 30th anniversary at Tokyo Disneyland in Urayasu, Chiba Prefecture, on April 11. YOSHIKI MIURA

doubted it would be an enduring success.

An Urayasu official who was involved in the planning for Tokyo Disneyland said he visited a Disney theme park in the U.S. around 1977 and remembers seeing adults enjoying themselves alongside their children.

“At that time in Japan, I thought it wasn't really common for adults to enjoy amusement parks,” said the official, who wished to remain anonymous. Adults just waited around while the kids enjoyed themselves because they felt theme parks were for kids.

The official also recalled that while Urayasu, which aimed for further development after its landfill program was completed, welcomed the arrival of Disneyland on part of that reclaimed land, it had concerns about potential problems if millions of visitors descended onto the city.

Oriental Land aimed to attract 10 million visitors during Disneyland's inaugural year. Such a huge number would bring heavy traffic congestion and massive amounts of trash, disrupting the lives of local residents, he said.

Disneyland ended up attracting more than 10 million visitors during that first year, and the city eventually learned how to handle the increased traffic volumes by

providing resort-bound cars and buses with a dedicated route. Oriental Land, meanwhile, created its own garbage-disposal facility.

As for the future, there is always the question whether the resort will continue to be a success and keep growing.

Nagasaka of Morgan Stanley MUFG believes the loyal fan base will play a key role in the resort's continued growth.

This is borne out by the strong visitor numbers even after the resort has raised admission prices several times.

Tanaka of SMBC Friend Research Center noted that, although the core fans are big assets, to drastically boost visitors, for instance to more than 30 million, the resort will need to expand and cook up new ideas.

With the 30th anniversary, the resort expects a record number of visitors as well as a sharp boost in sales and profit, but after the hoopla subsides the venue will have to get more creative, Tanaka said, noting this may be difficult because the resort's capacity is “reaching its limit.”

There isn't enough space to create a third theme park unless Oriental Land acquires new land, but the resort could expand more by, for instance, changing its current flat parking lots to multistory ones, he said.

Fans flock early to snag Murakami's latest book

Jun Hongo
STAFF WRITER

Fans of Haruki Murakami lined up at bookstores from the wee hours of the morning of April 12 to be the first to get their hands on the famed author's much-anticipated new novel.

“Shikisai wo Motanai Tasaki Tsukuru to Kare no Junrei no Toshi,” (“Colorless Tsukuru Tasaki and the Year of His Pilgrimage”) — the first novel penned by Murakami since his “1Q84” trilogy was released from 2009 to 2010 — already has a pre-release print run of half a million copies.

“I must be at work at 7:30 a.m., so I have about an hour to start reading. I will probably spend my lunch break reading the book as well,” a female Murakami fan, who asked to remain anonymous, told The Japan Times.

The 32-year-old was one of dozens of people waiting in line at the Sanseido Bookstore's Tokyo Station branch, which opened its doors 90 minutes earlier than usual at 6 a.m. for the book release.

“This store is one of the first to open today, so I drove my car from Funabashi (Chiba Prefecture). I just couldn't wait,” she said.

More than 100 hardcore fans of Murakami, who has been repeatedly mentioned as a possible candidate for the Nobel Prize in literature, also formed lines at a Tsutaya bookstore in Shibuya Ward, Tokyo, at midnight Thursday.

The new novel, published by Bungei Shunju Ltd., begins with 36-year-old Tsukuru Tasaki looking back at his suicidal past and his severed relationships with old friends. But the story thereafter has been

kept a strict secret until it went on sale.

“I haven't read it myself, because the books only arrived earlier this morning,” Shunsuke Goto, manager of the Sanseido store in Tokyo Station, said, adding it was the first time he had opened the store early for a book release.

The store received an initial shipment of 600 copies. About 50 were set aside for customers who had made reservations, but Goto expected at least half of the rest to have been sold by the end of the day.

“Hopefully, the 600 copies will last over the weekend, but we are not sure,” he said.

Murakami, who rarely makes public appearances or gives interviews, has said through his publisher that he initially set out to write a short story but that it turned into “a long piece naturally, during the process of writing.”



While they last: Customers at the Tokyo Station Sanseido Bookstore in Chiyoda Ward prepare to purchase Haruki Murakami's latest novel, which went on sale April 12. SATOKO KAWASAKI

“‘1Q84’ was a roller coaster of a story, so I wanted to write something a bit different from that,” the author said.

A 28-year-old Murakami fan, who was in line by 5:50 a.m. Friday to purchase a copy at the Sanseido store, said she has “been in love” with his works for over a decade.

Studying Abroad in the U.S.A.

私の米国留学

Studying Abroad in the U.S.A.

私の米国留学

アメリカ留学もIELTSの時代へ

～IELTSはアメリカの約3,000の大学・プログラムで認定されています～

アメリカの大学や大学院では、これまで多くの日本人学生が学んできました。そして現在もまた、夢を抱いた学生たちが留学しています。彼らはどんな留学生活を送り、留学で何を感じたのでしょうか。このコーナーでは、留学経験者や現在留学中の学生に、留学の様子やメリット、英語学習、アメリカの魅力などについて伺います。

本コラムは以下の2団体の協力により連載をしております。

■ JGSAU(米国大学院学生会)http://gakuiryugaku.net/ ■ USCANJ(アメリカ学部卒業生ネットワーク)http://www.uscanj.net/



夢があるなら躊躇せず行動を

カリフォルニア大学バークレー校 化学大学院 白水 美佳さん

米国人の国民性に感化されて

「世界を股にかけるグローバルな人生」にあこがれを抱いていた私が、留学の夢を具体化したきっかけは、大学1年生の春休みに2週間、スタンフォード大学を訪れるプログラムに参加したことです。スタンフォードの学部生ホスト「Treat fellow」と共に学生生活を送り、メリハリのきいたアメリカの気風が気に入りました。感化されたのは、アメリカ人は「やりたいことがあったら躊躇せず行動を起こす」点です。変化を恐れない国民性は、失敗を恐れない開拓者精神が文化に根付いているからだと思えます。私のTreat fellowは、当時ヨーロッパへの短期留学を考え始めたところでした。授業と課題の合間に、プログラムや奨学金などをインターネットで調べ、「何のステップがいつ必要か」を明確化していく彼女の姿を見て、留学を漠然と思い描きながらも、実現に向けて何もしていなかった自分が恥ずかしくなりました。

一步外へ出れば世界は狭くなる

そこで、帰国すると2年生の間に小山八郎記念奨学留学制度に応募して合格。3年生の夏から1年間、イリノイ大学アーバナシャンペーン校教養学部で学びました。そして大学を卒業後、再び渡米。現在はカリフォルニア大学バークレー校 化学大学院の博士課程



研究成果が認められ、ダウケミカルからSISCA賞を受賞

5年目で、有機化学・触媒を専門とし、バイオマスの汎用化学品への変換に関する研究に取り組んでいます。

初めて日本を出るときはもちろん不安があり、遠く離れたところに行くような気がします。しかし、いったん出てしまえば、国境の意識は薄らぎ、自国と留学国だけでなく、世界のどこへ行くにも抵抗がなくなります。私も、イリノイ大学留学中に、さらにメキシコへ留学したり、バークレー校在学中にドイツの会社で3カ月半のインターンシップを経験したりしました。この「世界が狭い」という感覚は、留学して得られる大きなメリットの一つだと思っています。

白水 美佳さん プロフィール



2008年東京大学卒業後、カリフォルニア大学バークレー校化学大学院に留学(Ph.D)。2013年秋よりExxonMobil Chemicalに就職。



国際機関で働く夢の実現のために

ブラウン大学 植村 昂央さん

知識の「質」が高まる学び

英語は得意ながらも海外経験のなかった僕は、東京大学文科一類に入学後、2年次からブラウン大学に編入しました。編入するにあたり、東大を辞めることで失われるものはないか？留学が必ずしも成功するとは限らないのではないかと考えた結果、「国際機関を通じて、世界規模での教育普及や教育改革に貢献する」という目標を実現するには、学部編入ののちに大学院に進むという選択がベストだと結論に至ったのです。

ブラウン大学での学びは、とてもchallengingです。日々、予習としてのリーディング、ディスカッション主体の授業、ペーパー作成に追われています。内容を理解するだけでなく、書かれている理論に対して常に「Why?」と問いかけるようにしています。日本での勉強と違い、知識の「量」の増え方は小さいですが、一つのアイデアを深く掘り下げていくので、知識の「質」は高まっていると思います。日本とは大きく異なる学習環境の中で、僕が最も気をつけているのは、「生活にメリハリをつけること」です。勉強するときには、授業の内容はもちろん、専攻に関わる分野でリサーチを進める一方で、遊ぶときには、パーティーに行ったり、仲の良い友人と集まって大騒ぎしたりします。



メリハリのあるキャンパスライフを満喫中

自ら行動を起こせば何かが変わる

僕が最も変わったと感じるのは、「自分から行動を起こす」ようになったことです。たとえば僕は、ディスカッションについていけないと実感したその日に、教育学の教授に「僕はまだ授業やディスカッションでクラスに貢献できません。ですから、僕と個人的にディスカッションしていただけますか」とメールを送りました。教授は快諾し、現在でもその教授との個別ディスカッションは続いています。あの時メールを送っていなければ……。待っているだけでは何も変わらないし、誰も助けてはくれません。その一方で、「自ら行動を起こせば、何かが変わる」。そんな教訓もこの1年で学ぶことができました。

植村 昂央さん プロフィール



札幌市生まれ。私立北嶺高校卒業後、東京大学文科一類へ入学。1年次修了後、ブラウン大学へ編入。教育政策・経済学を専攻。

JTスタッフがオススメする

読んでほしいこの3冊



世界で活躍するには、語学力のみならず、人間の奥深さも大切。読書を通じて、見聞を広めよう。このコラムでは毎回、ジャパントイズのスタッフが大学生に向けてお薦めする本をご紹介します。

● 今月の推選人 ●

クロスメディア営業部 佐々木 千恵 (ささき ちえ)

オススメ 1 東京プリズン

戦争は忘れても、戦後は終わらない。16歳のマリが挑んだ現代の「東京裁判」とは？太平洋戦争や東京裁判、そして天皇について、単身アメリカに渡った16歳の女の子が過去と現在を交差させながらつづっていきます。日本ではいまだタブーとされる「天皇の戦争責任について」を、主人公が「責任なし」「責任あり」という両方の立場でディベートします。このディベートがすばらしい。

赤坂真理 (河出書房新社)



オススメ 2 アルゴ

アカデミー作品賞受賞の原作。人質を革命直後のイランから無事に脱出させよ！——映画は手に汗握るスパイサスペンスですが、原作ではドラマティックな展開は一切なく、パスポート偽造や変装など、現地工作の前の地味な下準備、CIAという地味な仕事を淡々と描き出しています。壮大なエンタメ映画に仕上げたベン・アフレックの手腕に「いいね！」。

アントニオ・メンデス/マット・バグリオ (ハヤカワ・ノンフィクション文庫)



オススメ 3 こども部屋のアリス

『不思議の国のアリス』の刊行20年後に、原作者のルイス・キャロルが子どものためにやさしく書き直した「アリス」。これをアーティストの清川あさみがアリス、白ウサギ、女王を布や糸、ピーズ、スパンコールを用いてきらびやかに描き出し、「不思議の国」へと誘います。女の子が大好きなキラキラしたものがいっぱい詰まっている美しい本です。

ルイス・キャロル作/清川あさみ絵 (リトル・モア)



Study Abroad Benefits

留学で培う3つの力

留学で培う3つの力

Vol. 4

Brandeis University 大竹 舞

留学を通して何かを身に付けたり、考え方に影響を受けた人は多い。このコーナーでは「IELTS 北米奨学金」「IELTS Study UK 奨学金」の受賞者たちに、留学で培った3つの力について語ってもらう。今回は、Brandeis University の大竹 舞さんに話を伺った。

私は2012年8月から、アメリカのマサチューセッツ州にあるブランダイス大学大学院で、持続可能な国際開発学を研究しており、2014年5月に卒業予定です。将来は国際協力の分野、特にアフリカの食糧問題に関わる仕事をしたいと考え、そのために専

門的な知識や語学力を身に付けること、そして修士号が必要だったため、アメリカの大学院への留学を決意しました。留学中は特に、プロジェクトや組織のマネジメント、食糧問題について学ぶ予定です。

◎グループワーク力

私は議論への参加が苦手なので、グループワークがとても不安でした。「Planning and Implementation (プロジェクト計画)」の授業では、4人のグループで20ページ以上のプロジェクト計画書を完成しなければなりません。そのため、毎週2～3時間かけてグループミーティングを行い、一つひとつの項目を完成させていきます。私のグループは2人がネイティブで、もう1人も英語がスラスラ話せます。気がひけてしまったうえに、初めての計画書作成がよくわからず、議論にさっぱりついていけなくて、意見を聞かれても何も発言できない日々が続きました。

しかし、「このままではいけない」と焦った私は、プリントアウトやお菓子の差し入れなど、どんなささいなことでも自分ができることを見つけ、ほかに貢献できることはないかと探し続けました。私は新しいアイデアを出したり議論に参加するのは苦手ですが、情報を整理したり、細かい確認作業をしたり、グラフや図を作ったりするのは得意です。そこで、複雑な課題の情報をまとめて「今週これをやらなければならない」と自発的にメールしたり、図やグラフ、プレゼンテーション用のパワーポイント資料を作ったり、予算の細かい確認なども進んで行うようにしました。すると、ほかのメンバーも自発的に「私はこれをやるね」と言ってくれるようになり、改めて分担を決めなくても課題が自然と完成



自分の強みを生かしながらグループで学ぶ

することが多くなりました。最後にメンバーが「このチームは本当に素晴らしいチームだった。それぞれが自分の強みを生かして貢献できたし、誰一人ネガティブな態度を取らなかった。春学期の授業でもまた同じメンバーでグループになりたい」と心からの言葉をかけてくれました。私たちは授業の外でも同じメンバーでプロジェクトコンテストに参加することを決め、授業後も連絡を取り続けています。この経験から、「思いや姿勢は周りの人に自然と伝わっている。たとえ弱みがあっても、自分ができることを探して前向きに取り組むことが大切なのだ」と、身をもって学ぶことができました。



グループで学び合い、発表をする機会が多い

◎国際理解力

私の学部では、1学年に30カ国以上の国から学生が集まっています。私は留学前、青年海外協力隊として西アフリカのベナンに2年間住んだことがあります。国に良し悪しなんてないと頭ではわかっている、世界を先進国と途上国に分類し、経済や文明で国のレベルを計ってしまうところがありました。ある日、経済の授業で、2008年の食糧価格高騰について勉強していました。世界で米不足が深刻なときに日本はアメリカから大量に米を輸入し、アメリカ米をほとんど食べない、という話が出ました。クラスで唯一日本人の私に「日本は余った米を僕の国に送るべきだ」と言ってくるクラスメイトもいて、恥ずかしくなり居心地の悪い思いをしました。

後日、そのことをセネガル出身の友人に話すと、「恥ずかしがることなんてない。WTO(世界貿易機関)の規定で日本はアメリカの米を大量に輸入せざるをえないのだし、その米を輸出することは禁じられている。日本はむしろ世界に大きく貢献している。自分の母国のセネガルにも日本はたくさん協力してくれた。本当に感謝している。だから日



留学は多様な価値観に触れる機会になる

本人であるということに誇りを持ってほしい」と真剣に話してくれました。私はこの言葉に救われ、もっと世界のことを知らなくては、と強く思いました。彼は私よりずっと英語が話せ、経験も豊富で成績も良く、悩み事があるとよく相談に乗ってくれています。心から尊敬できるセネガル出身の友人に会い、今自分が助けられていることで、青年海外協力隊のときには見えなかったアフリカの一面を見ることができました。いろいろな国の人が一時期全く同じ立場になって一緒に学び合う。そんな特殊な環境の中で、世界についてよく知り、国に対する偏見を一切なくして協力していくことの大切さを、今まさに学んでいると感じています。

◎表現力

留学をしてから英語で書く機会が格段に増えました。私は、最初の課題でかなり低い70点(不可)を取るほど英作文が苦手でした。しかし、成績の大部分は英作文の課題で決まります。そこで「英作文」の授業を取り、週1回の個別チューターレッスンを受けながら、英作文を基礎から学びました。私はそれまで、多くの単語を使い、難しい表現を使わなければならないと思っていましたが、膨大な課題を読む教授にとっては簡潔な文章の方が良いことがわかりました。そして一番大切なのは、質問の意図をしっかりと理解して、質問の答えに正確に答えるということ。アウトラインさえしっかりしていれば、たとえ中学校で習う文法と高校で習う英単語でも、最低8割は得点できます。あとは文章の流れが論理的でスムーズであること、it、theyなど代名詞の単語が何を示すのか明確に述べること、接続詞を正しく使い、例や文献などを引用して主張を適切にサポートすれば、高い点数が取れることもわかりました。自分で読み返したときに「この流れはおかしい」「この表現はしっかりこない」と感覚的にわかり、自分で書き直していくことも大切です。そのためには、やはり何度

も練習をして自分の感覚を磨いていくしかないのだと思いました。そんな繰り返しの練習の成果で、後半には90点を超えることも多くなってきました。

英作文で学んだことは、プレゼンテーションでも役に立っています。授業中、そしてロータリークラブやイベントなどでプレゼンテーションをするときは、集中して聞いてもらうために、聞き手が聞きたいことを考えわかりやすくまとめて伝えることを心がけています。初めは緊張しましたが、終わった後に「良かったよ」と言われるようになり、少しずつ自信が持てるようになりました。書く表現も話す表現も、「何を求められているのか主旨を理解し、簡潔な表現でわかりやすく伝えること」が大切。そのことを私はこの留学を通じて学びました。



ロータリークラブでプレゼンをしたことも

University's Challenge

国際交流に取り組む大学

グローバル・ラウンジを活用して 国際交流がさらに深まる

中央大学

1885年に法律学校として設立され、一貫して「実学」を重視してきた中央大学。昨年度の文部科学省「グローバル人材育成推進事業」の採択を受け、今年度から新しいプログラムに着手している。国際交流の拠点となる「グローバル・ラウンジ」オープニング・セレモニーの様子を紹介しながら、中央大学の新しい構想について見ていこう。

グローバル・ラウンジがオープン

今年の3月28日、中央大学の多摩キャンパスで、学生の国際交流の拠点となるスペース「グローバル・ラウンジ」の開設を祝うセレモニーが行われた。グローバル・ラウンジはさまざまな国の協定校とテレビ会議システムで結ぶことができる。今回はタイのタマサート大学と接続。多摩キャンパスにはハワイ大学のメンバーも加わり、また、中央大学後楽園キャンパスのメンバーとも結び、会場は一躍国際的なシンポジウム会場となった。

「ラウンジには9分割された大きなディスプレイがあり、普段はBBCやCNNなど各国のニュースを同時に流しています。今回のようにテレビ会議を行う際は、各会場を一度に映し出すことができます」と、中央大学国際センターの担当者は述べる。オープニング・セレモニーでは、福原紀彦学長による「中央大学の国際化方針について」というテーマのあいさつのほか、バンコク訪問中の若林茂則副学長と後楽園キャンパスの加藤俊一副学長が、大画面を通して、今年度から実施している文部科学省の採択事業「グローバル人材育成推進事業」について報告した。タマサート大学の講演者はタイから、ハワイ大学の講演者は多摩キャンパスから、それぞれの大学の国際化の取り組みについて語り、フォーリン・プレスセンター理事長、元国際連合広報担当事務次長である赤坂清隆氏による講演も行われた。最後には学生による留学体験報告もあり、グローバル・ラウンジにおいて多様なイベントの実施が可能であることが証明された。「普段はサークル活動など身近な目的で使うことができます。中に入りやすいようあえて壁は設けず、ラウンジスペースを観葉植物で仕切ることにしました。ここでどのようなイベントが可能になるか、学生自身が考えて活用してほしいと願っています」。「グローバル・ラウンジ」という名称はまだ仮

のもので、今後、公募により名前を決定する予定だという。

グローバル人材としての目標を設定

このグローバル・ラウンジは、中央大学の「グローバル人材育成推進事業」の一環となっている。同大の人材育成の大きな特徴は、「GG（グローバル・ジェネラリスト）」「GL（グローバル・リーダー）」「GS（グローバル・スペシャリスト）」という3つの人材像を設定し、それぞれの人材像の目標を、はっきり示していることだ。

「GG」は、国際コミュニケーションの基礎を備えた人材で、たとえば「外国人労働者が多数勤務する工場の品質管理部門で、従業員の背景文化の違いから生じるトラブルを防ぎ、従業員の相互理解を促進し、そのモチベーションを高め、生産性と品質の向上に資する」という力が求められる。この力を育てるには、まず各学部での日頃の授業での達成度が肝心となるが、中央大学では「C-compass（シーコンパス）」という全学部共通の「コンピテンシー自己評価システム」を持ち、あらゆる学部の学生が、自分の目標達成度について公平に評価することができる。また、学内の各種国際交流イベントに積極的に参加することで、外国人との英語及びその他の外国語によるコミュニケーション能力を高めることも期待されている。さらに、卒業生の5%にあたる約300人が単位を伴う国際インターンシップを実践することで、実社会での国際的な経験を積むという目標を設定している。

「GL」は、たとえば「卒業後に大学院修士課程を経て、国際公務員となり、30～40歳代で開発途上国において国際支援プロジェクトのチームリーダーとなる。そして、地域コミュニティ・企業・行政等との緊密な連携のもと、小学校を建設し、かつコミュニティが安定して小学校を運営するための基盤整備を行う」といった人材像が設定されている。

これを実現させるための活動としては、さまざまなテーマにつき英語で学ぶイマージョン教育、協定校との中・長期の交換留学、学部横断・課題解決型教育プログラムである「FLP (Faculty Linkage Program)」などがある。交換留学については、留学で得られる単位数を増加することで、留学者数の増加を目指している。また、FLPに「紛争解決」「平和構築」「安



2013年春オープンした「グローバル・ラウンジ」は、学生の国際交流の拠点となることが期待される

全保障」「人権保障」といったテーマを加えることで、実際に国連などの国際機関・学術機関で働くことができるような人材を育成したいという。

「GS」は、専門領域で外国語によるコミュニケーション能力を発揮することができる人材を目標とする。たとえば、「グローバル化の進展により、日本法を準拠法とする英文契約書の必要性が高まっていることから、日本語と英語両方の法システムへの体系的理解をもって、英文契約書を作成できるようになる」ことを目指す。

これまでは、専門分野について英語で学ぶ機会あまり多くはなかったが、グローバル人材育成推進事業の一環として、2013年度より香港大学からの留学生とともに英語で学ぶ法律専門科目を、法学部に開設。また、法律分野に関する海外での短期集中プログラムも予定されているそう。

学生の英語力アップを支援

すべての学生がGG、GL、GSを目標としていくにあたり、中央大学では、語学の指導についても今まで以上に充実させるという。これまで熟達度別クラス編成、目的別外国語科目の開設などを実施してきたが、今後英語の運用能力を測るテストを学生が積極的に受験できるようにし、その対策授業を大学が提供していく。また、総合政策学部では英語を含む12言語を学修できるほか、全学の学生向けに「映像言語メディアラボ」では、英語のほかにドイツ語、フランス語、スペイン語、中国語、イタリア語の特別講座を開講。複数の外国語にチャレンジする学生を応援している。

英語で行う授業も盛んになっている。

たとえば、今年から法学部で開講されるJapanese Law in Englishでは日本の法律が英語で教えられるほか、文学部の「アカデミック外国語」では特定の分野の入門講座を英語で行い、さらに「スキルアップ外国語」といって、英語によるノートテイキングの仕方など、実践的な内容を学ぶ講座も設けている。

留学で日本紹介の力も養う

中央大学では、さまざまな留学プログラムを設けることで、より多くの学生が実際に海外での生活を体験できるようにしている。1年間または1学期間の中・長期留学としては、協定校への「交換留学」、と学生自身が希望・手続きを行い中央大学から許可を得る「認定留学」がある。中国、韓国、タイ、シンガポールなどアジア各国と、アメリカ、カナダ、オーストラリア、またヨーロッパ各国に協定校があり、選択肢は幅広い。協定校の一部では、夏季1カ月間の語学研修も実施している。これらの機会を利用して得た留学先での単位は、卒業単位として認定される。

文学部では、昨年度後期から新しく「SENDプログラム」を実施。春・夏2回の短期留学や海外実習を経て、日本語指導や日本文化紹介の力を養うものだ。英国国際教育研究所で日本語教育について学んだり、海外協定校で日本語教師アシスタントを務めたりする機会が用意されている。

また中央大学では、全学生の2～3%にあたる約750人の外国人学生が学んでいるが、今後この数を増やすことも計画されている。そして、新設されたグローバル・ラウンジなどを活用して、学生同士の交流がさらに深まることが期待される。



グローバル・ラウンジで交流を深める学生たち

中央大学

1885年、英吉利法律学校として設立。多摩、後楽園、市ヶ谷、市ヶ谷田町にキャンパスを持つ。「實地應用ノ素ヲ養フ」を建学の精神とし、実学を重視した教育が特徴。司法試験、公認会計士試験において多数の合格者を輩出、多くの卒業生が法曹界、政界、財界で活躍している。

IELTS

テストのコツ

ブリティッシュ・
カウンシル
に聞く

IELTS テストのコツ

by David Parry

今回は、リーディングテストの対策において、同義語および反義語を強化することの重要性とその対策についてご紹介します。

受験者に必要なボキャブラリースキルとは？

IELTSのリーディングテスト(Academic version)は、本や雑誌、新聞などから引用された、3つの長文から構成されています。試験時間は1時間。その間ずっと、英文読解に集中することはとても骨が折れますし、問題が難しくなればなおさらです。英語の長文を読解する際、以前のコーナーでも取り上げた“Skimming & Scanning (飛ばし読みと拾い読み)”というスキルがとても有効です。しかし多くの場合、ノンネイティブにとっては語彙力を充実させることで、英語の読解力が増す傾向にあります。では、IELTSの受験者にとって必要なボキャブラリースキルとはなんなのでしょうか？

同義語の重要性に着目する

まず、同義語の重要性に着目したいと思います。語学学習者にありがちなのは、文章を読む中で新しい単語やフレーズが出てくると、既出の内容を別の単語やフレーズで言い換えていると思わずに、文章が新しい展開に進んだと思ったり、別のメッセージを含んでいると考えたりすることです。このような人には、文章中に同義語が多ければ多いほど、読解は難しくなります。

たとえば、こんな質問が出たら……。

'Which was the most popular place among foreign tourists who travelled to the UK last year?'

あなたは文中で同じ単語を見つけられないかもしれません。'foreign tourists'の代わりに'holidaymakers'が、'the most popular place'の代わりに'destination' 'the top holiday spot'などの単語や句が、使われているかもしれないのです。同義語は単語かもしれないし、句かもしれない。こうしたことを想定することが、語学力や解答力を伸ばすことになるのです。

新聞記事などで語彙を増やす

では、同義語を使いこなせるようになるには、どのような学習方法があるのでしょうか？

ネイティブスピーカーは、英語版のワードソフトに一般的についている“Thesaurus (同義語辞典)”という機能を活用し、文章を書く際に同じ言葉を繰り返さないように気を配ります。しかし、英語を母国語としない学習者にとって、同じ意味を持つ単語であっても、適切に文書中で使用するのは難しい場合があります。ですので“Thesaurus”ではなく、一般的な英語の辞書、できれば学習者向け英英辞典を使うことで同義語の差異や、適切な活用方法を習得するようにしましょう。

読解力を向上させるために有効な方法は、もちろん多読です。特に同義語を認識する能力を鍛えながらボキャブラリーを増やすには、メディアの記事を多く読むのが一番です。IELTSではこうした文章が頻繁に出題されます。その際、なるべく一般紙を読むようにしましょう。センセーショナルな話題ばかりを扱いがちなタブロイド紙より、ネイティブしか理解できないだけた表現が少なく、文化の違いから理解しづらい記述も少ないからです。

注意してほしいのは、新しい言語を習得するには時間がかかるということです。膨大な単語リストを暗記することは、容易ではありませんし、必ずしも有効とは限りません。いま、多くの指導者が多読の重要性を説いています。学習者には、自分のレベルに応じた読み物に親しみ、それまでに習得したレベルを維持するように勤めています。勉強色が強くなるより、快適でやる気の出るレベルの読書を楽しむことで、IELTSに対して自信を築いていくことができます。

同義語と反義語を探して読む

メディア記事を集中的に読んでいく場合、見慣れなかったり、一般的でなかったりする単語に出会うこともあるでしょう。たとえば、銃規制に関する長い記事を読む場合、'revolver' 'pistol' 'rifle'などは難しく探せないかもしれませんが、'gun' 'firearm' 'weapon'などの一般的な単語は見つけられるはずですよ。

こうした作業には上級者向けの辞書がとても役立ちます。どんな頻度で使われる単語か、フォーマルな単語か、くだけた単語かなどがわかります。逆に、中級者向けの辞書は、日常英語の大部分を占める数千語に絞ってあるという特徴があります。これを押さえることも、IELTS受験には大事ですので、用途別に使い分けましょう。

ボキャブラリーを鍛える方法としては、反義語を探す方法もあります。同義語と同時に、反義語も併せて覚えましょう。IELTSのリーディングテストでは、しばしば失業問題などの社会的事象を扱った文章が出題されます。失業を考えたとき、'joblessness' 'being laid off'などの単語や句が思い浮かびます。記事を読みながら、'a large number of young people are now out of work'といった多様な表現を学びつつ、'being out of work'の反対は'being in work'や'having a job'になるのだという具合に反義語も覚えていくことで、ボキャブラリーを強化していきましょう。

Where is unemployment highest?

こうした質問も文中に'inner city centres where few young people are in work'という表現しかなければ、意外と難しいかもしれません。しかし、反義語を鍛えておけば対応できそうですね。

日常的に英語テキストを読む習慣づけを

ボキャブラリーを強化することは時間がかかることですが、すでに知っている単語をベースに、同義語や反義語へとボキャブラリーを広げていくことが大切です。楽しみとしても試験対策としても、日常的に英語テキストを読む習慣をつけましょう。しかし、あまりムリをしすぎて暗記しないように。数分間に1つか2つ、今後使えそうな新しい単語を覚えればよいのではないのでしょうか。知らない単語を見つけてはしらみつぶしに意味を調べ、さらにその同義語も調べあげることに何時間も費やすり方は感心しません。対策の途上で習得した同義語や反義語は、IELTSの他の3つのテスト(リスニング、スピーキング、ライティング)でも大きな相乗効果を生むはずですよ。読書の習慣、そしてリーディングテストの対策は、IELTSテストの総合点をも引き上げますので、情熱と時間をかける価値のある自己投資になります。

皆さんの健闘を祈っています。

IELTS™

IELTS.
The international
license.IELTSという名の
国際免許証

IELTS (International English Language Testing System、アイエルツ)は、英語圏への留学や、移住を志す人の英語能力を評価するために作られたテストです。信頼性、公平性の高さからイギリス、オーストラリア、アメリカ、カナダを始め世界135カ国で約7,000の機関が、IELTSを受け入れ基準として認めています。2011年の全世界合計の受験者数は、170万人に達し、英語能力試験のグローバルリーダーの役割を果たしています。

日本では、東京、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、広島、岡山、福岡、札幌、仙台、金沢で受験することができます。

お問合せ・受験申し込みは、
公益財団法人 日本英語検定協会 IELTS 事務局まで

www.eiken.or.jp/ielts

IELTSとは…

16歳以上を対象にしたテストで、英語で授業を行う大学や大学院に入学できるレベルに達しているかどうかを評価するアカデミック・モジュールと、英語圏で学業以外の研修を考えている方向けのジェネラル・トレーニング・モジュールの2種類があります。いずれも、リスニング、リーディング、ライティング、スピーキングの4つのテストで構成されています。IELTSは、フェアな試験内容と高い信頼性が特徴のテストです。一般的な英語検定テストと特に異なるのは、1対1の面接形式で行われるスピーキングテストがあることです。試験官が、受験者のコミュニケーション力を最大に引き出し、評価できるようにインタビューを行います。これが、他のテストと一線を画す、生きた英語を習得できるのがIELTSの強みです。



ブリティッシュ・カウンシルでは、IELTS 試験対策コースを東京・横浜で開講中!!

www.britishcouncil.or.jp

勉強法や留学した人の体験談がわかる
<https://www.facebook.com/bcofficialIELTSjp>

公益財団法人
日本英語検定協会

BRITISH
COUNCIL

公益財団法人 日本英語検定協会は、
ブリティッシュ・カウンシルと
日本のIELTSを共同運営しています

