

令和元（2019）年度  
自己点検・評価報告書

令和2（2019）年3月  
東北芸術工科大学

## 目次

I. 事業編.....	3
はじめに.....	3
A 教育課程.....	3
A-1 学部教育.....	3
A-2 大学院教育.....	4
B 学生.....	4
B-1 学生の受入れ.....	4
B-2 学修支援.....	4
B-3 キャリア支援.....	5
B-4 学修環境の整備.....	5
C 教員・職員.....	5
C-1 職員人事給与制度.....	5
D 社会との連携.....	6
D-1 産学・地学連携活動.....	6
D-2 附置研究所の活動.....	7
D-3 社会人教育事業.....	8
D-4 全国高等学校デザイン選手権大会（デザセン）の開催.....	8
E その他事業.....	8
E-1 こども芸術大学.....	8
II. 教学編.....	9
●芸術学部.....	9
○文化財保存修復学科.....	9
○歴史遺産学科.....	9
○美術科.....	10
▼日本画コース.....	10
▼洋画コース.....	10
▼版画コース.....	11
▼彫刻コース.....	11
▼工芸コース.....	12
▼テキスタイルコース.....	12
▼総合美術コース.....	13
○文芸学科.....	13

●デザイン工学部.....	13
○プロダクトデザイン学科.....	13
○建築・環境デザイン学科.....	14
○グラフィックデザイン学科.....	14
○映像学科.....	15
○企画構想学科.....	15
○コミュニティデザイン学科.....	16
●大学院.....	16

## I. 事業編

### はじめに

東北芸術工科大学は、大学の本質である教育、研究、産官学連携などの優れた取組みを社会に訴求することにより、地域になくなくてはならない大学となることを目指している。令和元（2019）年度は、地域と本学との関係性が今後の日本社会のモデルとなることで、美大を超えた全国的に評価される大学となることを目指し、固有の存在意義と価値を備えた大学づくりに全学挙げて取り組んだ。不断の教育改革による高品質な教育プログラムの確立を目指し、3つのポリシーの点検評価を行い教育の改善につなげるとともに、社会に対して際立った影響を与え続けるための特色ある研究・社会貢献活動を展開した。

こども芸術大学認定こども園は、「人格形成の基盤となる幼児期の教育・保育と保護者支援」を通じて就労形態が多様化する家庭のニーズに対応し、利用者の満足度向上に努めた。

## A 教育課程

### A-1 学部教育

### A-2 大学院教育

#### A-1 学部教育

令和元（2019）年度は、平成30（2018）年度に導入した、3つのポリシーの一貫性を担保しながら各学科等における卒業後の進路を意識し、真に必要なとされる授業科目を配置し、カリキュラムツリーとして体系化した新カリキュラムの2年目となった。この新カリキュラムの下で、学生自身が「今までできなかったことができるようになったと実感できる仕組み」の検証を目的に、外部の標準化された PROG テスト（アセスメントテスト）を学部1年生及び3年生に対して実施した。その結果を IR 推進室がデータ分析し、学修成果の検証や令和2（2020）年度の教育改善に反映していく。

また、3つのポリシーの点検評価活動に対し学生及び外部のステークホルダーの参画を図るために、学生FD委員を任命（前期11名、後期13名）するとともに、山形県内で本学へ求人実績のある企業約550社に対しアンケート調査を実施した。7月と11月の2回にわたって開催した学生FD委員との意見交換会では、教科書及び教材のあり方や学生が履修するうえでの授業時間割構成の問題など、忌憚のない貴重な意見を収集し、令和2（2020）年度に代表教授会等を通じて課題解決策に反映させていく。県内企業アンケートでは、本学卒業生に期待する能力（複数回答）は「発想・構想力（79.4%）」「実行力（45.6%）」「課題発見力（45.2%）」であった一方で、企業側が実社会で求める力は「人間関係形成力（64.1%）」が群を抜いてトップとなっていたことから、その整合性を図るための検討に着手する。

芸術学部美術科4年生を対象に、アートシーンでの活躍や更なる専門領域の拡張を目的に令和元（2019）年度に立ち上げたアーティスト養成プログラム TIP（TUAD INCUBATION PROGRAM）には10名の学生が応募し、日本画、洋画、工芸の各コースから計5名の学生が選出された。彼らは、専門領域の枠を超えて芸術研究棟に設置された「TIP アトリエ」を拠点に、他学科所属の教員などからの多角的な指導を受けながら作品制作に取り組み、学内外の複数の展覧会に作品を発表するとともに、購入型クラウドファンディングで活動資金を集めて社会と接続する実践型の活動に取り組んだ。このような TIP 所属学生の飛躍が

功を奏し、令和 2（2020）年度の TIP 志願者は 15 名（前年度比+5 名）に増加し、日本画、洋画、彫刻、工芸の各コースから計 9 名の学生が選抜された。

## A-2 大学院教育

令和 2（2020）年度からの入学生を対象とし、各専門領域の特質を生かした系統的なカリキュラムに再編するとともに、修士課程デザイン工学専攻では従来の地域デザイン領域を 5 つの領域に再編し、専門領域の明確化を図った。

学生の学外活動として、4 月には佐藤美術館（東京都）において、グループ展「TOHOKU CALLING」を開催した。専門領域の枠を越えた学びを通して表現者として成長した 23 作家、3 ユニットが出展し、これまでのアート作品という枠を超え、地方のデザイン集団や地域の芸術文化活動とのコラボレーションを展開した。

また、3 月に開催予定（中止）となっていた若手アーティストを中心とするアートフェア「3331ART FAIR2020」（アーツ千代田 3331・東京都）に出展するための学内公募や作品の価格設定といった準備作業を通して、アーティスト・インキュベーション活動にも取り組んだ。

## B 学生

### B-1 学生の受入れ

### B-2 学修支援

### B-3 キャリア支援

### B-4 学修環境の整備

## B-1 学生の受入れ

アドミッション・ポリシーに基づく学生の安定的確保を目指し、大学を挙げての教育改革や進路実績の向上を本学の強みとして訴求し、更には教職員が一体となった募集活動を展開した。高校生と直接接する最大の機会となるオープンキャンパス（春・夏）の参加者数は、最高水準となる延べ 2,339 名となった。その他にも、全国各地での進学相談会や出張講義、高校内説明会などを通じて、より広範な受験者層との接点を確保した。

その結果、18 歳人口の減少が著しい東北において、令和 2（2020）年度入試では総志願者数は 3,061 人となった。前年度を 44 人下回る結果ではあるものの、志願者数は引き続き高水準を維持することができた。また、私立大学の 33.0%、芸術系大学の 37.9%が入学定員割れという状況において、入学定員 593 名に対し 608 名の新入生を受け入れ、入学定員充足率は 102.5%という安定した結果となった。

また、令和 3（2021）年度入試から実施される国の入試制度改革に向けて、本学においても新入試制度の設計を行った。また、出願者の利便性を高めるとともに、入学願書処理等の事務効率化を図るための Web 出願制度の導入準備にも着手した。

## B-2 学修支援

学生の就学支援の面では、令和 2（2020）年度に導入される高等教育の修学支援新制度（高等教育の無償化）への対応を図るとともに、学生の成長を引き出すための学生支援制

度の再構築に着手した。また、令和2（2020）年度からの本格運用を目指し、副学長および学生部長を中心とした学生支援ワーキンググループを立ち上げ、学生支援活動を支える組織・機能の検討に入った。加えて学生相談室の機能を充実させることで、休退学リスクの高い学生への支援体制を強化した。

### B-3 キャリア支援

キャリアセンターでは、学生の自立と円滑な進路決定を促進し、学生の就業観の醸成やキャリア支援事業の企画・開発等を推進している。令和元（2019）年度は、山形県を中心とする東北圏への就職率向上を目指し、地元中小企業家同友会や大学後援会との連携によるインターンシップや企業見学バスツアー、人事・採用担当者との情報交換会の開催など、地元企業と学生との接点を増やす施策を積極的に実施した。情報交換会では、出席企業数が39社（昨年度比8社増）に増加し、懇親会をきっかけとした学生の採用に結びついた。

「就職率＝教育成果を表す指標」として定め、就職率に対する考え方をより厳密に捉えて指導にあたっている。指導教員による学生の進路に対する動機付けやスキル面のサポート力を強化するため、教職員合同のFD・SD研修会を実施した。研修後のアンケート調査結果では75%の教員から、企業側が学生に期待することや面接時のポイントについて理解が深まり、今後の指導に活かせるといったポジティブな回答があった。

令和2（2020）年5月1日時点における令和元（2019）年度卒業生の就職率は、芸術学部が85.1%（前年度比3.0ポイント減）、デザイン工学部が92.5%（同3.1ポイント減）、全学で89.5%（同3.2ポイント減）となった。

教員採用試験については、公立学校教員へ15名が受験し、12名が現役合格した。

### B-4 学修環境の整備

学生が快適かつ安全に学生生活を送るため、情報インフラ整備を含めた以下の施設改修工事や修繕等を行った。

- ・プロダクトデザイン学科、建築・環境デザイン学科及びグラフィックデザイン学科のコンピュータ更新
- ・芸術研究棟A・B・C及び体育館の空調・LED更新工事
- ・基幹ネットワーク機器更新
- ・学内複合機の一括更新
- ・鏡池（南側）及び滝の配管設備・防水改修工事
- ・水道管改修工事

## C 教員・職員

### C-1 職員人事給与制度

事務組織の生産性の向上と職員の育成を目的とした事務局職員の人事給与制度改革として、「役割等級制度」を軸とした「育成」「評価」「処遇」の各制度を体系的に整備し、令和元（2019）年6月から職員人事給与制度の仮配置運用を開始した。また、令和2（2020）年度から改定する退職金制度及び諸手当の改正を行うとともに、あわせて食育推進室職員（シェフ）及びこども芸術大学認定こども園職員にかかる人事給与制度改革も実施してお

り、令和2（2020）年度から導入する。

育成制度では、事務局職員を対象としたSD研修制度の2か年計画を策定し、初年度事業として11月より延べ3回の集合研修を実施した。

教員については平成24（2012）年度から導入している「教員ポートフォリオ」による業績評価制度を運用しながら、令和4（2022）年度からスタートする新カリキュラムに対応した評価制度の在り方について検討を開始した。

## D 社会との連携

### D-1 産学・地学連携活動

#### D-2 附置研究所の活動

#### D-3 社会人教育事業

#### D-4 全国高等学校デザイン選手権大会（デザセン）

### D-1 産学・地学連携活動

#### 【地元関係機関との連携事業】

創刊140周年を迎えた山形新聞社と本学とが地方創生の推進を目的として平成28（2016）年12月に締結した連携協定に基づく事業の一環として、山形銀行の特別協賛のもと第2回「YAMAGATA ひらめきコンペティション」を開催した。

協賛企業から課題として出題される商品・サービスについて様々なアイデアを全国から公募し、審査員による審査を経て入選作品を決定するもので、第2回のテーマは「ひらめくアイデア きらめく山形」。全国からアイデア部門439、企画部門241、ひらめキッズ部門（新設）54計734（前年比27.9%増）の企画書が集まり、山形グランドホテルでのプレゼン大会の結果、グランプリは慶應義塾大学・千葉大学の3年生ペアが受賞し、本学ではデザイン工学部の学生8名が優秀賞を獲得した。

授業の一環として事務局を務めた企画構想学科の3年生約50名にとっては、コンペを通じて企画運営・制作を実践的に学ぶ貴重な体験となった。

#### 【協定締結企業との連携】

2年目となる株式会社IHIとの連携事業では、デザイン思考をベースとした新しいサービス、製品提案のワークショップに取り組み、斎藤保代表取締役会長を本学に迎え成果発表を行った。また、卒業／修了研究・制作展（令和2（2020）年2月6日～2月11日）では3名の卒業生の作品に対し、同社より「デザイン部門」「アート部門」「デザインシンキング部門」の3部門のIHI賞が授与された。

#### 【高大連携事業の推進】

本学のデザイン思考ノウハウを、文部科学省が推進する「探究型学習」のカリキュラムとして活用することを通して、高等学校と本学との連携を推進している。

これまで連携協定を締結した山形東高校、東桜学館中学校に加え、令和元（2019）年度から新たに山形西高校との連携も開始した。これら連携は、地元メディアのみならず、全国紙及び教育メディアに掲載されるなど注目を集めた。また、高等学校の教員向け指導書

「デザイン思考を活用した探究型学習プログラム」を制作し、教育連携校での活用を経て、全国の希望する高等学校に配布する予定である。

11月に開催した「探究型学習研究大会」には、146名(前年度比178%)の高校教員、自治体関係者が出席した。宮城県教育委員会からも協力の要請を得るなど、探究型学習の拠点大学として山形県外からも信頼を獲得しつつある。

### 【「学生準寮化」計画の推進】

本学、山形大学、山形県、山形市、山形県すまい・まちづくり公社の連携により、山形市内の空き家・空きテナントを学生の住宅として供給するプロジェクトを開始した。

山形市の中心市街地においては空洞化が進行し、建物の低層階以外のフロアに空き物件が増加している。同時に、山形市内の大学に在籍する学生には仙台など隣県からの通学者が増加しており、山形市内への居住者が減少している。そこで、学生を含む「若者」を住宅確保要配慮者と定め、大学、県、市、公社が連携し、空き家等をリノベーション活用した住宅を供給する。

## D-2 附置研究所の活動

### 【文化財保存修復研究センター】

文化財保存修復研究センターは、地域の文化財の保存修復活動に注力し、例年20件以上の研究業務を受託している。令和元(2019)年度を受託件数は21件となり、2,646万円の受託契約を締結した。

20年計画で実施される鶴岡市善寶寺の五百羅漢像修復プロジェクトでは修復の公開作業を実施することにより、地元庄内地区の注目を集めている。

また、山形市内では、日本最古といわれる元木の石鳥居の保存修復に向けて、山形市からの委託を受けて調査を実施した。

### 【美術館大学センター】

山形にアートを通じて人々の交流の場を創造することを目的に隔年で開催している山形ビエンナーレは、令和2(2020)年度に第4回目の開催を予定している。医師でありながら芸術・文化への造詣が深い稲葉俊郎氏を第4回の芸術監督に迎え、開催概要の骨格を策定した。「こころ・からだ・芸術」というユニークな視点を取り入れた、地域と大学が共に創りあげる芸術祭を展開する。

### 【共創デザイン室】

産学連携事業の窓口となっている共創デザイン室では、令和元(2019)年度は年間100件以上の相談案件に対応し、67件総額7,544万円の受託契約を締結した。本学では受託研究プロジェクトへの学生参画を重視しており、869人の学生が参加するなど、地域貢献と学習効果の両面で成果が現れている。

また、アート分野における地域連携の可能性を広げるため、上山城下町アート展や山形県護国神社絵馬制作など、新たな分野の裾野を広げる受託事業も展開した。



### D-3 社会人教育事業

次世代の地域経営を想定した経営戦略構築のプロの養成を目指し平成 27（2015）年に開講した「都市経営プロフェッショナルスクール」は、令和元（2019）年から新たに「公園専門課程」及び「エコタウン専門課程」を設置し、50 名の定員を超える 79 名（連携団体募集分を含む）の受講者を迎えた。

また、当該スクールの修了生がそれぞれの地域で実践した公民連携活動が賞を獲得するなど、これまでの成果が表れ始めている。講座の修了生らが設立した「NPO 法人自治経営」では、現場で培ったノウハウやナレッジを集積・ネットワーク化し、ケーススタディブックを刊行した。

### D-4 全国高等学校デザイン選手権大会（デザセン）の開催

高校生の視点で、社会や暮らしの中から課題を見つけ、その解決方法をわかりやすく提案することで、高校生にデザイン思考の浸透を図る「デザセン」は 26 回目の開催となった。

昨年度、25 周年企画として行ったこれまでの出場者のインタビューの内容を大学 HP や SNS で発信し、高等学校における探究型学習との関連性の周知に努めた。それらの取り組みにより新規出場校の増加、とりわけ探求型学習に取り組んでいる高校の新規参加の拡大に繋がり、応募高校数は昨年度より 15 校多い 94 校、応募チーム数は昨年度より 100 チーム多い 1,010 チームとなった。

当日の大会の様子は、これまでのニコニコ生放送での配信に加え、YouTube での配信も行い、1 万人以上の視聴者に対しデザイン思考の考え方を発信した。

## E その他事業

### E-1 こども芸術大学

平成 29（2017）年度に認定こども園としてスタートしてから 3 年が経過し、安心安全な運営と利用者満足度の更なる向上を目指した。園児数は年々増加しており、令和元（2019）年度は定員 76 名に対し 68 名となった。

認定こども園には、長時間保育など量的な側面を求める家庭と、教育の質的側面を求める家庭が混在しているため、こども芸術大学の特徴である「人格形成の基盤となる幼児期の人間形成と保護者支援」を具体的にどのように教育・保育として実現するかを検討し、その目的や方法について、日々の活動の報告や面談等を通して保護者と共有を図っている。その結果、保護者による園評価アンケート調査では、満足するという意見が今年度も 9 割を超えている。

また、幼児教育の無償化や全国的な保育者不足など、子育て環境を取り巻く社会的環境の変化に対応しつつ、保育者がやりがいをもって長く働くことを目的として、こども芸術大学人事給与制度を策定し、令和 2（2020）年度から運用を開始する。

## Ⅱ. 教学編

### ●芸術学部

#### ○文化財保存修復学科

##### <進路>

2019年度の4年生は、卒業優先となっている学生が例年より多く、就職率も途中から伸び悩んでしまった。一方で、インターンに参加した学生も例年より増え、順調に進んだ学生が増えたことも事実である。また、課題としていた就職先の質の向上は達成できており日通の美術品分門（本学初）、株式会社金剛、イカリ（4年連続）の文化財関連企業からの内定を得ることができた。昨年度までの大学院修了者に専門分野への就職実績が得られたことにもかかわらず、大学院進学希望の減少は残念である。

##### <教育>

2019年度の4年生は卒業研究必修化の2年目となる学年であり、ほとんどの学生が一定レベルの研究に取り組んでいる。一方で、能力が不十分と考えられる学生の指導には、情報を共有しつつアイデアを出しながら指導を進めている。現在、学部の目標に挙げられている、『個性・進路の違いによる目的別プログラム』の在り方を検討しており、卒業研究では模刻や模写等、取り組み方法の多様化導入していきたい。

文化財保存修復研究センターとの連携は積極的に進めており、学生にとって恵まれた学習研究ではあるが、逆に負担に感じてしまう学生もいることが分かってきた。専門を指導するとともに、分野を取り巻く社会との接点を意識的に増やしていく。

##### <学生募集>

今年度実施した2019年度AO入試では、31名が志願し、過去最多であった。今年度が特別な数字であった可能性は大いにあり、これまでも継続した30名の志願者確保とはなっていない。一般の高校生には分野の認知度が低いままであり、出張講義など、高校生や指導者との接触チャンスを積極的に活かしていく。

#### ○歴史遺産学科

##### <進路>

就活への出遅れ。1年次からの基礎学力アップ。3年次のインターンシップ参加と公務員試験対策講座の強化。GPA2未満の学生に対する早期の個別指導（志望企業にミスマッチがないように）。

##### <教育>

学科横断型のプロジェクトは2件（上山市榎下・美術科日本画コース、上山市城下町・文芸学科）でブックレット刊行や展覧会・リーフレット作成を計画。ほかに上山市榎下でグラフィックデザイン学科大竹先生+学生3名の榎下郵便局の風景印、史跡羽州街道金山越のイラストマップ制作に協力している。上山市からの受託研究（上山城下町の調査）に2～3年生11名が参加した。

全教員がそれぞれフィールドプロジェクトを実施しているが、学生の参加率は必ずしも高くなく、その成果の可視化（広報）が十分になされていない。山形県立博物館との連携協定による学生ボランティアが減少している。学生のニーズを聞くとともに相手方と業務内容の見直しを行う。

### <学生募集>

AO 入試志願者数ここ 3 年横ばい。オープンキャンパスでは高校生向けの学科パンフを新たに作成したほか、歴産カフェや夢ナビ仙台、出前授業（米沢東・高畠）などの学募活動を実施している。学科のフィールドワーク等の授業はツイッターを利用して発信するようになった。ただし、依然として学科活動全体の発信力は弱く、卒展で教育内容や地域貢献活動を積極的にPRしていきたい。

## ○美術科

### ▼日本画コース

#### <進路>

個々の学生の性質に適合した進路の選定し、より専門性の強い進路を獲得出来るよう対策していく。

#### <教育>

修学困難学生に対応したプログラムの構築ができていない。学生が選択し易い目的別プログラムを実践するための環境を整備する。修学困難学生の面談、保護者への連絡、掲示での告知など即対応できるシステムをつくる。教員志望者へのプログラムについては、今年度より新プログラム「教職マネジメント」が構築された。

#### <学生募集>

OC は年々来場者数が増加しているが、今年度は AO 出願者数を減らしてしまった。原因についてしっかり調査していきたい。学外営業に向けた重点校リストアップと訪問スケジュール作成が不十分である。重点高校の訪問について取り組み、コースとして伝えるべき内容を共有、整備していく。

### ▼洋画コース

#### <進路>

キャリア計画通りに進み内定が取れる学生と、学習生活に課題のある学生との差が大きい。例年以上に、細やかなキャリア指導を行っているが、要望に答えられない学生が多く対策に苦慮している。進路決定が困難な学生に対しては、全教員で対応しているが、個人の性格などを踏まえた対策がより一層必要である。

#### <教育>

学科越境型演習は、開講時間や期間の調整が難しく、産学連携事業での共同を図った。また、2 年次で新たに版画コースと選択演習（「木版画」、「銅版画」、「3DCG」、「油彩コラージュ」）を、3 年次で新たな課題（「インスタレーション演習」、「コンセプチュアルアート」）を実施した。産学連携事業（第 8 回日本一さくらんぼ祭り、最上川プロジェクト、たなぐらアートプロジェクト 2019、和傘プロジェクト、最上川美術館アート塾）が現在進行している。

#### <学生募集>

AO 入試の受験者数が 37 名と、昨年度よりも減少し目標に届かなかった。例年コンスタントに受験していた美術系高校数校からの受験者がおらず、その中には昨年度合格者ゼロの高校も含まれていた。前年度の AO 受験者数が多く、結果として倍率が高くなり、敬

遠された可能性がある。OC1・2では、日本画・版画コースと連携して1階のみに集中し動線を意識した。平面系3コースの差別化を図ったことで、1と2を連動させた。分かりやすくなるように専門的な技術などの体験以外にも、多様な表現と学びを紹介する展示を行った。

## ▼版画コース

### <進路>

4年生は綿密な個別面談と、キャリアセンターとの連携による情報提供などを行ってきた。3年生は、学生個々に具体的な方針を持たせ、行動させる。

### <教育>

今年度より2年生の洋画版画合同演習の開始(7月・4週間)。公募展(日本版画協会展)での入選(2~4年4名出品全員入選)。引き続き専門演習とキャリア系科目の連動を行っていく。

### <学生募集>

洋画・日本画とも連携したOCにより、版画コースの特徴をアピールし受験につなげることはできたが、コースの認知度はまだ低い。

## ▼彫刻コース

### <進路>

ゼミに拘らず情報提供・指導を行ない、キャリアセンターとも密に連携し低GPA学生も内定を獲得した。森林組合は研修が済み採用に向けて調整中。職人は非正規(アルバイト)からの就職。一般的ではない就活に対して個々の丁寧な支援が必要。

3年生は昨年度より動きが早く意欲的な学生が多い反面、進路に後ろ向きな学生、留年学生、特性を持った学生など指導が難しい状況もある。コース内で2年1年にも早期意識づけをしている。

### <教育>

リナワールド園内の和風庭園に石彫作品を期間設置する連携事業をスタートさせ、2年生で行う石彫実習としてセットした。制作の先にある、作品の行方を地域で実践的に学ぶ特徴的な授業として立ち上げることができた。また、木こり実習を一過性の体験ではなく、木彫実習にセットした。昨年伐採した木材を1年間乾燥させて演習制作で使用するなど、素材調達から作品完成までを体系的に学ぶ内容を組んだ。

### <学生募集>

少しずつSNSやパンフ、大学案内の効果が出ている実感があるが、より多くの高校教員や地方の小規模予備校との信頼関係を築き、学生募集を安定させなければならない。東北で彫刻を目指す高校生を開拓するため、WS等で彫刻体験に出会う機会を少しでも多く作る必要がある。また出張等に動ける人員が限られているため、彫刻の学びが活かせる進路や彫刻の魅力について、より説得力とインパクトのある資料をもって効率的に広報を行う必要がある。OCでは立体3コースへの来場者動員が依然として課題であり、立地的な要因によるビハインドを解決する手段について美術科全体で話し合い解決する必要がある。

## ▼工芸コース

### <進路>

目標達成のための具体的方法については概ね機能しているが、4年次からでは意識改革が間に合っていない。就職に関しては成功パターンが出来ているが、進学や独立に向けた指導は早い時期から始める必要がある。

3年生向けには夏休み前に毎ナビの担当者に来て頂きインターンシップ説明会を独自に開催。進路に関わらず現時点で86%がインターンに参加。年末に掛けて進路への意識が薄くならないようしっかりと指導していく。

### <教育>

波佐見焼振興会主催によるサクセッサー養成講座を開催。地域産業振興を目的とした講座だが工芸全体が抱える問題への取り組みとして学生達にはリアリティのある内容であった。開催にあたっては卒業生の多大な協力もあり実現した。今後も学内だけではなく学外の協力者も探し年に一度は社会との明確な繋がりを感じられるプロジェクトを行って行きたい。

### <学生募集>

AO入試に関しては目標値を下回っている。大学案内やOCなどでのコースの見え方を統一したが、的がしぼられ過ぎた感があり、志望者は減った。明らかに工芸という分野に接する機会が減っており、高校教員、予備校教員の分野への理解が進まない。体験を重視し過ぎてビジュアルによるアピールに予算と時間が掛けられていない。

## ▼テキスタイルコース

### <進路>

就職希望者の就職率は100%。テキスタイル関連職としては、55.5%、総合職44.4%。目標に近づけたと考える。3年生に関しては、コース独自の地場産業（11/5 佐藤繊維など）の企業説明会を実施予定。来年度の就職活動へ積極的に動くためのきっかけを作っている。

### <教育>

「紅花シーディング」を軸として、地場産業、地域素材としての紅花に関連させたプログラムを実施中。第一弾としては、とんがりビル1F「この山道を行きし人あり」（ショップ&カフェ）ファサードの紅塗装プロジェクト。（マルアール・akaoniとのコラボレーション）、第二弾は、まなびあテラス3周年記念イベント紅花染ワークショップを11/16実施予定。地域社会や、企業との連携プロジェクトを進めることで、社会性、主体性を育む機会を広げている。

### <学生募集>

オープンキャンパスでの卒業生の紹介や、在学生の声の紹介などや、SNSを通じて、ビジュアルを大きく分かりやすい方向へと変換させたことで、高校生や保護者への理解度が増したと感じる。それがAOや自己推薦の数字としてなかなか現れにくいのが悔しいが、埼玉美術系高校合同WSや、高校への出張授業など、学外への周知活動は昨年引き続き行っている。紅花シーディングでの活動も、学外へのアピールにつながっていると考える。数字として現れるよう引き続き継続していく。

## ▼総合美術コース

### <進路>

3年次にコース独自のキャリア指導の時間を4回以上とり、履歴書の添削指導など行なったため、就職活動の準備を早期で行うことができ、早い時期から活動がスタートできたことで4年生の就職率は目標を達成した。3年生については昨年通りコース独自のキャリアプログラムを行っており、就活に向けて早い準備、早いスタートを目指している。

また、3年生は夏休みを中心に社会教育施設へ社会教育実習に行くのであるが、この実習から就職に繋げていくような流れも考え、資格を活かせる就職先も開拓したい。

### <教育>

これまではコースの規模に対して、授業で扱う領域が広範囲で、それぞれの領域を深く学ぶことができていない。この広く浅くという状況は、総美が何をやっているのかわからないということにも繋がっている。4月にコースビジョンを「ワークショップのプロフェッショナルの育成」と定めたため、それに基づき、授業内容を見直し、アートワークショップを中心とした授業内容とし、積み上げ型の専門性の高いカリキュラムにする。具体的にはアートワークショップ科目の整備、学外での実践演習の充実、美術の実技科目の見直しなどである。2022年のカリキュラム見直しに向けて緩やかに移行させている。

### <学生募集>

AO入試の志願者が昨年と同じだったが、もう少し増やさなければいけない。コースの専門領域がわかりにくく、何をやっているコースなのか伝わりにくいため、広報活動に力を入れる。

## ○文芸学科

### <進路>

学科で設定した進路パターンは、専門職（出版、マスコミ、IT等）30%、作家・評論家20%、総合職50%である。

### <教育>

GPA1.8以下の学生は2年が28%、1年が39%となっており、①経済的事情で授業に集中できない学生の存在。②学科において課す課題の数の増加、難易度の上昇、成績評価基準の厳格化等があり、面談で対処している。

### <学生募集>

2019年度のAO入試の出願者数は36名、昨年度より5名減じた。ライバル校の定義を設定し直したので、それにしたがって計画を立て、出願者増に結び付けたい。

## ●デザイン工学部

### ○プロダクトデザイン学科

#### <進路>

進路パターンにそって、優良企業にデザイン職として想定よりも多くの学生を内定させることができた。UIUX, CMFといった新たな領域への就職も着実に増えてきている。

昨年度からモビリティ以外の新規メーカー（クボタ、アシックス、シヤチハタ、JUKIなど）へデザイン職として就職させることができた。

3年生は早期に学科キックオフを行い夏のインターンシップ参加をうながした。その結果参加率は昨年度 69.1%に対し今年度 74.9%に上昇した。

#### <教育>

1,2年生の基盤教育としての UX デザイン演習（論理的思考力、仮説構築力など）は予定通りすすめている。夏にはグラフィックレコーディングのワークショップも開催し多くの学生が参加した。

地域連携はつるや商店、エスパックとの演習を実施。また山形市伝統的工芸品振興会とのプロジェクトもすすめている。地域連携演習をどうアピールしていくかは後期の課題。まずは大学内展示会からはじめたい。

3年生後期演習はインテリア、クラフトクラスを希望する学生が非常に少なかった。今後の専門教育の課題。今後のプロダクトデザイン学科のあり方を学科内で議論しながら、2020年度に反映していく。

夏のワークショップは短い期間に 3、4ものワークショップを選択する学生がいた。2つまでの選択にするなどある程度の制限は必要。学生のオーバーワーク防止対策が必要。

#### <学生募集>

ここ 5 年間では最高の AO 志願者数を達成した。基礎教育での UX デザイン演習（論理的思考力、仮説構築力など）を重視しているというアピールは成功している。地域への進路にもつながることもアピールできている。

教員人数が少ない中、高校訪問は継続して行ったが十分とは言えない。SNS の発信を始めたが効果は測定していない。継続しておこなう。

### ○建築・環境デザイン学科

#### <進路>

授業・演習を欠席しがちな学生の就職活動サポートが課題である。

#### <教育>

授業や課題に対する取組が、学生の二極化が進んでいるので、これらに対応する施策を考えなくてはいけない。具体的な方法を模索中であり、課題解決に至る喜びを感じられるよう、チュートリアルを指導する。

#### <学生募集>

比較的安定した志願者数が確保できているが、予断を許さない状況である。社会の構造の変化にともない様々な形で影響を受けており、例えば、本学科は近隣の工業高校出身の学生が多いが、人口減少の工業高校自体が存続できるかどうか分からない。また、本学科の最近の傾向として、女子学生の比率が増えており、教育の中身を再確認する必要がある。

### ○グラフィックデザイン学科

#### <進路>

卒業優先の学生が各ゼミに一定数おり、各担当の教員が状況を見ながら対応している。3年生は各教員が担当した学生を面談して就活意識を高めている。産学連携、インターンシップなどの経験を通し、自信をつけさせていく。学科で学んだ力が活かせるコミュニケ

ーション力や企業から評価の高いポートフォリオも強化していく。

#### <教育>

SA(4年生)を演習に入れて、教員の目の届かないことや学生の制作アドバイス、制作補助やメンタル、行動についても見てもらっている。4年生も下級生を見ることで成長が見られる。特に2年生が課題についていけない学生が出始めるので、後期からは2年生への教員の増員とSAの増員をした。

#### <学生募集>

AO入試の志願者数は96名となり、目標を達成した。オープンキャンパスが他大学に比べての評価が非常に高く、教員、副手、学生との関係が強く、意識も高いので世代交代しながら更なる展開を考えていきたい。毎年学生との意見交換から問題点を見出し、改善していることが、オープンキャンパスの増加になっている。

### ○映像学科

#### <進路>

一定数の就職困難な学生や活動が行き詰まっている学生がおり、学科教員全体での個別な現状分析・対策・指導が必要。ゼミのクラス分けを早めたことによる就活指導立ち上がりの速さが効果的だった。また、エントリー数を増やすこと、多様な業種・企業に目を向けさせることには、ある程度成果があった。しかし、それが徹底しなかった学生がなかなか内定を得られない傾向にあり、来年度の課題である。

#### <教育>

デザイン思考を取り入れたカリキュラムにより学生の課題発見力は向上しているが、圧倒的に発信力があるクオリティーの高い作品が生まれていない。または、生まれにくい状況にある。その理由の分析と対策を考えたい。クォーター制の導入により、演習の選択肢が増えた。また、2・3年の制作演習にサブタイトルをつけ、学びの目的と到達目標を明確にした。その結果、学生によっては複数の異なるメディアを計画的に履修するようになり、「専門性にこだわりすぎない柔軟なメディア発想＝デュアルタスク」の一定の成果を上げることができた。すなわち、「専攻メディアによる演習の選択」という短絡的な志向は、一部に変化が見られた。

#### <学生募集>

AO出願者は66名(過去最高)で、目標をクリアした。「広報活動を積極的に行う」ため、各学年に2名ずつ広報委員を設けたが活発な活動が見られず、高校生・高校の教員・父兄に浸透しているとは思えない。OCやAO入試面接で、高校生が発言する内容から「地域の課題に向き合う」学科の姿勢は、一定程度浸透しているようである。だが、それが本当に「魅力的なこと」「やりがいのあること」「楽しいこと」として伝わっているかどうかは検証すべきである。

### ○企画構想学科

#### <進路>

学科としては、大企業への就職がピラミッドの頂点とする考え方ではなく、課題発見力、解決力など学科で学んだ力が活かせる未来型の企業への就職を積極的に後押ししてい



きたいという考え方である。例えば広告代理店も、旧来のマスメディア系だけではなく急伸しているデジタル系企業を説明会と面接会で招致するなど、対策を練った。

#### <教育>

何をもって「プロジェクト実践型教育」とするのか、現状のままでよいのか今後の議論が必要。松村教授による「スタートアッププログラム」、夏目教授による「山形県との産学連携プロジェクト」本吉准教授による「海外交流プログラム」を「プロジェクト実践型教育」の強化施策として企画し推進中。SNSをベースとした情報発信において、発信する内容の選択、写真の撮り方、ムービーの作成など、成功している情報発信をさらに1ステップ進める。

#### <学生募集>

今年度のAO入試の志願者数は、過去最高だった昨年度の44名のさらに2割増しの52名となった。AO入試の募集人数が26名であったのでちょうど2倍の合格率となった。

課題は、志願者数が増加傾向である理由が分からないこと。AO入試で志願者に理由を聞くと、「座学ではなくプロジェクトベースで学べる」「商品開発やイベントが学べる」という答えが多い。入学後、アンケートを実施し、情報経路と入学理由を明らかにしたい。

### ○コミュニティデザイン学科

#### <進路>

早めの志望業種、企業の決定が重要になってくるため、どのように自己と向き合い、就活していくかを個別に指導していく必要が有る。地域づくり、ソーシャル系への進めそうな学生に対しての情報提供や意識向上のため相談を行う必要が有る

#### <教育>

自ら学びを掴み取っていく力が弱いので、個別に課外活動などを進めている。意識してモチベーションマネジメントをしていくことが必要。春休みの地域留学に準備することで、主体性を育てていきたい。自分たちのあり方や本当に自分たちが学ぶべきもの、学んできたものは何かを考え、まとめるように指導したい。

#### <学生募集>

ソーシャル系、まちづくり系がいまだに芸工大にあることを知らず、山形にいてできるオンラインでの情報発信が減っていた。日々の学科の動きなどを発信していくように、授業に組み込みたい。

### ●大学院

#### <進路>

担当教員からの情報を集約するシステムの構築が必要。学部3年時に大学院進学希望者にも基本的なキャリアガイダンスや企業説明会への参加を促すように依頼する。それによって院での就職活動のイメージを持たせやすい。

#### <教育>

大学院のDPに合わせ、授業の役割を精査しカリキュラムマップを作成する。役割通りに授業が運営されているかヒアリングを行う。強度のある作家育成の為にクリエイティブ

ダイアログ 1、2 の改革を行う。本年度クリエイティブダイアログでは二人の非常勤を採用し改革を行っており、受講学生からの評判は良い。来年度は二人をクリエイティブダイアログ 1、2 に分けより密な内容での授業を予定している。

<学生募集>

今年度は佐藤美術館における TOHOKU CALLING の開催、3331 アートフェアに出店。昨年度 3 月の 3331 アートフェアでは 3 件の受賞、100 万円を超える売上で話題となった。これらの試みの効果が本学の価値として伝わることを期待したい。