

平成 30（2018）年度
自己点検・評価報告書

平成 31（2019）年 3 月
東北芸術工科大学

目次

I. 事業編	3
A 教育課程	3
A-1 学部教育	3
A-2 大学院教育	3
B 学生	4
B-1 学生の受入れ	4
B-2 学修支援	5
B-3 キャリア支援	5
B-4 学修環境の整備	5
C 教員・職員	6
C-1 職員人事給与制度	6
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	9
E-1 こども芸術大学	9
II. 教学編	10
●芸術学部	10
○文化財保存修復学科	10
○歴史遺産学科	10
○美術科	10
▼日本画コース	10
▼洋画コース	11
▼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	14
○企画構想学科	15
○コミュニティデザイン学科	15
●大学院	15

I. 事業編

A 教育課程

A-1 学部教育

A-2 大学院教育

A-1 学部教育

平成 30 (2018) 年度は、3つのポリシー (アドミッション・ポリシー、カリキュラム・ポリシー及びディプロマ・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、真に必要とされる授業科目を配置し体系化した新カリキュラムを全学一斉にスタートさせた。また、新カリキュラムの運用を進めながら、学生自身が単位取得状況や学修成果の振り返りを行うことができる「パーソナルスコア」を試験導入し、学生の学習成果の可視化を図った。

授業改善 (FD) 活動として、年度通算 7 回にわたる研修会を実施し、専任教員の FD 活動取り組み率 100%を達成するとともに、学生による「授業改善アンケート」の評価結果を活用した授業改善活動では、評価平均点が下位 5%に位置していた多くの教員が、次期評価結果において改善の傾向を示すなど、教育改革は着実に成果を上げている。

また、本学の教育活動に関しては外部の評価も積極的に取り入れている。地学連携懇話会の開催及び大学後援会企業へのアンケートを実施し、地域や地元産業界などステークホルダーの求める人材育成に活用している。これらが評価され、全学的な体制での教育の質向上に向けた取り組みに対して支援がなされる文部科学省の「平成 30 年度私立大学改革総合支援事業」タイプ 1 に採択された。これは、大学・短大 622 校の申請があった中で 207 校、33%が採択されたもので、本学はアクティブ・ラーニング型授業の開講や事前事後学修を促す授業の開講などが問われる「教育内容・教育方法に関する取組」に関する調査項目で 9 割近くの得点を獲得し、教育力のある大学として客観的にも評価された。

学生生活の支援面においては、メンタルヘルスケアに関する相談体制と各種ハラスメントに関する相談体制を充実させるとともに、平成 28 (2016) 年度に施行された「障害者差別解消法」に基づき、本学でも学生本人から申し出があった場合、合理的配慮等の対応を全学的に実施している。また、本学における支援状況や障害学生調査をもとに平成 29 (2017) 年度に策定した「障害学生支援基本方針」を踏まえ、全国的に増加傾向にある障害学生支援に関する体制整備や役割の明確化を図るために、障害学生支援規程を整備した。当該規程では、本学の障害学生支援に対する基本方針、障害学生支援委員会の設置及び組織体制並びに審議事項に関する事項、学生相談・障害学生支援室の設置及び組織体制並びに業務に関する事項、障害学生からの支援の申し出に対する対応及び支援の実施に係る事項について定めている。

A-2 大学院教育

大学院教育においては、2 週間にわたって制作や研究の中間発表を行う「大学院レビュー」を 7 月 (修士 2 年対象) と 11 月 (修士 1 年、博士 1・2 年対象) に実施し、教員や学生を交えて活発な意見交換を行った。

また、学外での大学院レビューとして「TOHOKU CALLING 東北芸術工科大学 大学院レビュー

一」を平成 29（2017）年度に引き続き 9 月に東京・アーツ千代田 3331 にて開催するとともに、3 月には「3331 アートフェア」にブースを構えて学生作品の販売を行った。これら一連の活動を通して大学院生の作品を美術市場へ送り込むことを狙いつつ、より実践的な学びの場を提供した。さらに、今後のアジアマーケットも視野に入れ、卒業・修了制作展に中国のマーケットを招聘し、情報交換を行った。

デザイン工学専攻では「フィールドワーク演習」に学内外から多彩なゲスト講師を招き、学部生も交えた新しい授業を展開。東北大学大学院工学研究科とも連携して、本学と東北大学双方の学内における学生行動調査などを行なった。

また、令和 2（2020）年度に向けて領域の再編計画の骨子を定め、令和元（2019）年度に新しいカリキュラムの策定に入る。

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

9 月の A0 に始まり、自己推薦、特別選抜、一般前期・後期（センター利用型を含む）の各種入試を通じて総志願者数は 3,105 人となり、数字上では前回の入試と比較すればマイナス 4 人の微減となった。しかし、平成 31（2019）年度入試より学内併願を従来の第 5 志望までから第 3 志望までに絞ったこともあり、その点を考慮するとこれまで同様に良好な募集状況だったと考えられ、志願者数は引き続き高水準を維持している。

高校生と直接接触する最大の機会となるオープンキャンパスについては、入試担当事務局と各学科・コースとが企画段階から話し合いを重ね、イベント開催の目的の共有を図り、春・夏のオープンキャンパスにおいて直近 10 年間での延べ来場者数は最高人数(2,383 名)となった。また、オープンキャンパスだけでなく大学祭と同時開催した秋の進路相談会及び 11 月から年末にかけて実施した個別相談会では総来場者数は前年比で 102 人（80.9%）増加した。

次年度の学生募集に向けたイベントへの参加動員にも注力しており、平成 29 年度に続き卒業制作展期間中に「冬のオープンキャンパス」を開催し、高校 1、2 年生 662 名が参加、さらに春の進路相談会（旧スプリングフェア）には 254 人が参加しており、年間を通じて高校生が大学に足を運ぶきっかけを設けている。

また、高校生との直接接触の機会を増やすために、入試課スタッフによる「A0 入試個別対策」を県立山形北高等学校等で実施するとともに、山形新聞社との連携により開催した「ひらめきコンペティション」の PR を兼ねて学生が出身高校で生徒に対しプレゼンテーションを行うことにより、本学学生の魅力を直接的に伝えることで、副次的に広範な受験者層との接触を図ることが可能となった。

情報発信手段の定番化となった SNS を活用した広報においては、LINE や Twitter に加え、Instagram を充実させ、学生を活用した定期的な情報更新体制を組み立てることによ

り、さらに多角的な情報提供を行った。

B-2 学修支援

学生生活の支援面においては、メンタルヘルスケアに関する相談体制と各種ハラスメントに関する相談体制を充実させるとともに、平成 28 (2016) 年度に施行された「障害者差別解消法」に基づき、本学でも学生本人から申し出があった場合、合理的配慮等の対応を全学的に実施している。

また、本学における支援状況や障害学生調査をもとに平成 29 (2017) 年度に策定した「障害学生支援基本方針」を踏まえ、全国的に増加傾向にある障害学生支援に関する体制整備や役割の明確化を図るために、障害学生支援規程規を整備した。当該規程では、本学の障害学生支援に対する基本方針、障害学生支援委員会の設置及び組織体制並びに審議事項に関する事項、学生相談・障害学生支援室の設置及び組織体制並びに業務に関する事項、障害学生からの支援の申し出に対する対応及び支援の実施に係る事項について定めている。

B-3 キャリア支援

学部卒業生の進路は、学生総数 473 名のうち、就業者が 406 名、進学者が 35 名となり、就職率（学生数から進学者を除いた就業者の割合）は 5 月 1 日時点で 92.7%（前年比 0.4 ポイント減）に達した。

近年、企業説明会等広報活動の開始時期が 3 月、選考開始の時期が 6 月と短期決戦型のスケジュールとなる中で、第一志望群や優良企業への早期内定を通じて学生の満足度を高めていくため、4 年生への就職支援対策を例年以上に前倒しして実施した。3 月には大学を会場としての合同企業説明会 (63 社参加) を開催し、企業と学生との接触を図るとともに、6 月から 8 月にかけては学生の志向に適う企業を選定したうえでのミニ合同企業説明会や選考会、未内定者向けセミナー等を実施し、内定獲得への後押しとした。

その結果、芸術学部の就職率が 88.2%、デザイン工学部の就職率が 95.5%となり、前年比で若干の減となったが、いずれも学部目標を上回った。

なお、4 年次の就職活動スタート時に遅れをとらないために、3 年次から学生と教員との 2 者面談を年 4 回実施し、学生の進路への意識や準備状況などを定期的に把握し、支援が必要な学生を早期に特定し重点的に支援する体制づくりも進めている。

B-4 学修環境の整備

良好な教育研究環境とより安全なキャンパスづくりに向けて継続的に改修・修繕工事等を行っている。平成 30 (2018) 年度は、平成 29 (2017) 年度に策定した中期計画に基づき、以下の改修工事等を実施した。

- ・ギャラリー計画改修工事（本館 1 階及び 7 階、学生会館 2 階）
- ・トイレ改修工事（本館 2～4 階、体育館、新実習棟 A）
- ・デザイン工学研究棟 A・B 空調更新工事
- ・メールシステムのクラウド化

また、施設台帳を整備し、築年数や老朽化による修繕等の優先順位を具体的に把握し、より計画的に施設維持管理を可能とする体制を構築した。

C 教員・職員

C-1 職員人事給与制度

私立大学の約 4 割が入学定員割れ状態で、東北地方の大学においては定員充足率が 96.8%と低水準で推移し、山形県の 18 歳人口は全国平均を上回る勢いで減少するという厳しい環境の中、本学の積極的かつ多彩な事業展開を維持推進していくためには、経営基盤の強化に加え大学運営を支える職員一人ひとりが主体的に考え行動し、創造的に課題解決できる事務組織へと進化することが極めて重要となる。職員の成長意欲を大切にし、個人の成長を大学の繁栄に結びつけ、明確な基準に基づく評価と処遇体系を実現するための新たな職員人事給与制度の策定を行った。

平成 31 (2019) 年度から移行運用する新制度は、年齢、勤続年数、性別等の属人的要素を加味することなく、常に「求められ、担っている業務の役割」において果たした貢献の大きさを評価し、これに基づく人材任用と報酬を決定する「役割等級制度」を軸に、求められた役割の達成度合いを公正に評価するための評価制度及び職員の成長を促す育成制度を一体的に運用することとなる。

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等】

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。

【大手企業との連携】

共創デザイン室による受託研究活動以外にも、企業との連携による教育研究活動も活発化している。

エンジニアリングのグローバル企業である株式会社 IHI と本学は、地域発イノベーションにより雇用を創出することを目的に、ビジネスパートナー協定を締結し、学内に共同の

ラボ（実践型シンクタンク）を開設した。IHI が国内の大学と連携するのは今回が初のケースであり、山形県を中心に企業・個人の価値ある技術・アイデアを探し、IHI 及び本学の技術力・総合力、デザイン・マーケティング力を掛け合わせイノベーションを創出し、地域に雇用を生むことをゴールとする民間による地方創生事業となる。

連携初年度の事業として今回は大学での定例ミーティングのほか、卒業・制作展での IHI 賞の授与及び同社研究施設での作品展示、共同ゼミなどを展開した。

【高大連携事業の推進】

文部科学省「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業－生きる力を育む芸術・デザイン思考による創造性開発拠点の形成」を通じて5年間にわたり取り組んできた成果を基盤に、高等学校等における探求型学習への支援を通じた連携活動を展開した。

連携協定を締結している県立山形東高等学校及び東桜学館中学校における探究型学習カリキュラム開発支援及び人材派遣支援等をきっかけとして、探究科・探究コースが設置された県内の高等学校6校全てから連携及び講師派遣の依頼がなされた。また、県教育庁より探究型学習課題研究発表会の審査員派遣依頼や、県立山形西高等学校をはじめとする探究型学習の導入を目指す県内外の高校より連携依頼があるなど、探究型学習を推進する拠点としての本学への認識が浸透しつつある。

D-2 附置研究所の活動

【文化財保存修復研究センター】

平成26（2014）年度に策定した『中期ビジョン』に基づき、「寒冷地文化財保存等の研究推進」、「地域文化財保護」及び「文化財保存修復学科との連携強化」の3点に注力する活動体制が5年目を迎えた。

地域文化財保護の推進にあたっては、連続公開講座を4回開催し、寒冷地文化財保存プロジェクトなどセンターの活動に対する一般市民や行政関係者の理解を深めた。地域文化財の保存修復に関する受託研究業務は25件25,098千円となっている。

今後約20年間の長期にわたる修復プロジェクトとなる鶴岡市善寶寺の五百羅漢修復業務では、初めて現地での公開修復を実施するとともに、グラフィックデザイン学科との連携による説明パネルの設置、バナー制作、ロゴマーク制作を実施したことで、センター以外の学科等にも活動が広がりつつある。今後、映像学科との連携による広報用動画制作及び長期記録動画の制作も検討が進められている。

【美術館大学センター】

隔年で開催している山形ビエンナーレは、第3回目の開催となった。会期中通しての開催から週末開催へと大きく実施形態を変更したにもかかわらず、13日間の会期中に過去最多の約6万5千人の来場者を集めた。

ビエンナーレ開催に向けては学長を中心とするディレクターズ会議及び担当者会議を定期的に行い、過去2回の運営上の課題整理を行い、開催概要と実施計画を策定した。

今回は、学内ディレクターを設置し本学を会場としたプロジェクトを充実させるとともに、学内の教員や学生、卒業生など大学関係者をより多く巻き込む仕組みづくりや授業科

目「地域プロジェクト演習」での学生ボランティアの参画を通じた授業との関連付けなどを行ったことから、学内の参加意識を高めることにもつながった。

また、地元の来場者も増加したことにより地域の芸術祭としての存在感が地元市民の間においても高まってきたといえる。

【共創デザイン室】

例年、県内外の企業や団体・行政機関等から 100 件を超える委託研究やデザイン業務等の相談を受けており、平成 30（2018）年度は、47 件 45,624 千円の受託研究契約を締結するに至った。

本学では産学連携案件を大学の教育活動に積極的に結びつけることを目指しており、県内製造業をはじめ大手メーカー等から寄せられた 47 件の受託案件のうち 45 件が在学生の参画する事業として成立し、プロジェクトに参画した学生数は約 600 名に上った。

また、ひとつの受託プロジェクトに複数の学科・コース等が関わる「横断型」の取り組みも 8 件成立し、参画した学生の専門以外の領域に対する視野も広まるなどの相乗効果も得られている。

D-3 社会人教育事業

平成 27（2015）年度に東京外苑キャンパスを拠点として立ち上げた「公民連携プロフェッショナルスクールの後継事業として、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す「都市経営プロフェッショナルスクール」を開講した。この講座では、国・地方自治体の大きな課題となる公共不動産活用を促進して税収・雇用の問題に切り込むことにより、各都市において稼ぐ産業を持ちながら、「効率的かつ魅力的な公共サービスを提供できる都市」づくりを実現させるためのスキルを習得する。

人口減少時代に生き残る地域を創るために、戦略的都市経営と公民連携事業で先駆的な取り組みを実践している「一般社団法人公民連携事業機構」との共同運営体制のもと、「公務員」「議員」「建築家」「事業家」など多彩な講師陣や前身のプロフェッショナルスクール卒業生が全国で手がけている先進地域でのケースを教材とし、半年をかけて基本的な考え方を e-ラーニングで学ぶとともに、講座の前半と後半部に短期集中型（連続 2～3 日間）の集合研修（演習）を組み入れながら、居住エリアを問わず効果的な教育サービスを提供した。

受講生募集の一環として東京・大阪・仙台・福岡等で開催した「公開シンポジウム／説明会」を経て、第 1 期 44 名、第 2 期 14 名の受講者を集めた。

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問題・課題を見つけ、その解決方法を分かりやすく提案する「デザセン」は、四半世紀を経て 25 回目の開催となった。

25 周年企画として「社会をデザイン」する視点に着眼した大会として開催してきた四半世紀の成果を、当時指導にあたった高校教諭や出場した高校生へのインタビュー形式でホームページから発信するとともに、デザセン立ち上げの中心人物のひとりであった長澤忠徳氏（当時：東北芸術工科大学助教授、現在：武蔵野美術大学学長）と中山ダイスケ学長

との web 対談も行った。

募集にあたっては、デザセンの魅力や授業での取り組みやすさを WEB 等でアピールするとともに、デザセンに取り組むためのノウハウや生徒が考えた企画アイデアをブラッシュアップした芸工大生によるアイデアや、決勝大会に出場実績のある高校教員のデザセン指導の取り組み手順を HP 及びフェイスブック等に公開することで、応募校の裾野の拡大に努めた。

また、入試広報や連携協定締結校での高大連携事業、デザセン関連学科によるデザイン思考の出張講義並びに SNS を活用した募集活動を展開した結果、国内から 79 校 910 チームからの応募があった。応募数は若干減少傾向にあるものの、県内外の進学高からの応募が例年どおり増加傾向にあり、今回、新規の応募高校 12 校の半数が進学校普通科からのものだった。

E その他事業

E-1 こども芸術大学

平成 17(2005)年に大学の附置研究機関として開園したこども芸術大学は、平成 29(2017)年 4 月より幼保連携型認定こども園として再スタートし、共働き家庭からも園児を受け入れることが可能となった。入園 1 歳から 5 歳までの保育児（2 号、3 号認定児）を含む 86 名の定員に対して、平成 30（2018）年度は前年度比で 8 名増加し、在籍数は 64 名となった。今後 3 年間かけて学年が持ち上がるに応じて定員が充足していく見込みである。

これまで同様、「生きる力を育む基盤となる幼児期の人間形成と、その保護者の支援」を目的に、日々の生活の中で発見や気づきを促すことに重点を置き、「感じる、感じあう、つながり合う心を育てる」を教育目標に立てている。

昨年末に保護者に対して行った評価アンケートでは、9 割の保護者より高評価を得る満足度の高い回答が得られ、保護者からの満足度は前年度を上回った。

一方、他の保育施設と同様に保育者不足が深刻化しており、保育者の確保が困難な状況が続いている。新卒、中途のどちらも並行しながら人材を確保することが喫緊の課題となっている。

平成 17(2005)年に大学の附置研究機関として開園したこども芸術大学は、平成 29(2017)年 4 月より幼保連携型認定こども園として再スタートし、共働き家庭からも園児を受け入れることが可能となった。入園 1 歳から 5 歳までの保育児（2 号、3 号認定児）を含む 86 名の定員に対して、平成 30（2018）年度は前年度比で 8 名増加し、在籍数は 64 名となった。今後 3 年間かけて学年が持ち上がるに応じて定員が充足していく見込みである。

これまで同様、「生きる力を育む基盤となる幼児期の人間形成と、その保護者の支援」を目的に、日々の生活の中で発見や気づきを促すことに重点を置き、「感じる、感じあう、つながり合う心を育てる」を教育目標に立てている。

昨年末に保護者に対して行った評価アンケートでは、9 割の保護者より高評価を得る満足度の高い回答が得られ、保護者からの満足度は前年度を上回った。

一方、他の保育施設と同様に保育者不足が深刻化しており、保育者の確保が困難な状況が続いている。新卒、中途のどちらも並行しながら人材を確保することが喫緊の課題となっている。

Ⅱ. 教学編

●芸術学部

○文化財保存修復学科

<進路>

進路について認識の甘い学生がいる。理想的な進路を挙げている一方で、自身の不足能力を補う努力が不足している。SPI 模試不参加者は主に現3年生で、学力アップ講座受講者も少ない。

<教育>

本学の特徴である文化財保存修復研究センターとの連携により、実際の文化財を教材とした指導が可能であるため、4年生の卒業研究は、これまで他大学と比較してもレベルが高いものとなっている。

今年度4年生のカリキュラムより、卒業研究を必修とした。これまで、卒業研究を【履修しない・取り組まない】という選択肢があったが、全学生が取り組むようになった時にどのようなレベルに到達していくか、未知数な部分がある。

これまでに社会人的なマナーの欠如やメンタル面の弱さが問題となることがあった。来年度4年生となる現3年生はプレゼンテーションなどの発信を不得意としている学生が多い。

<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る。

○歴史遺産学科

<進路>

就職活動に出遅れている学生が一定割合いる。1年次からの基礎学力アップが必要。

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

<教育>

学科横断型のプロジェクト2件(縄文アート・檜下宿)、フィールドワークのブックレット等を毎年刊行して、教育成果を内外に発信している。一方で、正課授業以外でフィールドワークに参加する学生が減っている。

1・2年次に基礎学力を定着させる取り組み。公務員講座・社教主事任用資格課程履修者へのサポート。一方、公務員試験対策講座の受講生の一部に学びのモチベーション低下がみられる。

<学生募集>

志願者数は隔年で増減を繰り返しているが、AO入試・自己推薦入試での志願者が横ばいから下降気味。教育活動・成果の発信力が不足しているとともに、オープンキャンパス・卒業/修了研究・制作展での学科教育成果のPR不足が考えられる。

○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の指導が不足している。

<教育>

社会と繋がるための新カリキュラムが完成して今年度より実施しているが、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。また、教員志望者へのプログラムが構築できていない。

<学生募集>

AO 入試出願数の推移：2016 年 21 名、2017 年 22 名、2018 年 20 名、2019 年 36 名、重点校のリストアップと訪問スケジュール作成が不十分である。説明会や出張講義に行く先を精査し、最低限伝えるべき内容を共有することが不足している。

▼洋画コース

<進路>

学生の能力に対応した就職先の提案・指導や学生自身の SPI・GPA 成績把握、教職課程担当教員との連携が不足している。また、大学院進学の意味・価値の周知を進めなければならない。

<教育>

映像学科・グラフィックデザイン学科との共同授業、「美術と実践力」、「キャリアマネジメント」「アーティストマネジメント」の開講実施。

産学連携企画、対社会のイベントへ参加を促進している。(第 7 回日本一さくらんぼ祭り参加、みちのおくの芸術祭山形ビエンナーレ 2018 ボランティア参加、矢吹病院作品展示協力、山形県立楯岡特別支援学校ワークショップ企画等)

<学生募集>

オープンキャンパス 1 と 2 の連携を進め、新規受験生対象高校の開拓が必要。

▼版画コース

<進路>

GPA+SPI を連動させた自身の能力の把握などで、学生の資質や能力とのミスマッチのない就職指導が必要。

<教育>

①専門演習と美術科共通のキャリア系授業をより連動させ、学びの目的や展開の工夫を一層深化させられるよう指導する。

②2 年次の美術と実践力を受け 3 年次では学内でなく学外で展示を行う。展示場所の交渉や広報などは学生自ら行い、セルフマネジメントによる社会との繋がりを体験する。

<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>

Web デザイン系への業界研究とノウハウが教員にも不足している。また、学生の半数が GPA2.0 未満のため、どのように就職活動と向き合うことができるかの指導に工夫が必要。

<教育>

課外学修と演習授業の時期・課題内容との関係が完全には構築されていない。また、活動・制作物（成果物）の見せ方や金属演習における実践方法も課題。

<学生募集>

高校生との直接的な接触の機会。コースの魅力を具体的に伝える言葉や文章（“事”は伝えられているが、それによってどのような“良さ”があるかまでは伝えられていない）。

▼工芸コース

<進路>

過去3年間において100%で、数値目標は達成している。起業・独立を視野に入れた進路も目指しているが、具体的な対策が取れていない。

<教育>

「工芸×〇〇」工芸の可能性を引き出す為、領域越境型プロジェクトを工芸コース主体となって進めるが、現状は他コースや地域連携室からの依頼に頼る部分が多く待つ状態にある。

<学生募集>

大学案内を含めたコースの見え方の統一が課題。卒業制作を含む学生作品の質を担保し、進路決定の分野を明確に示す。

▼テキスタイルコース

<進路>

就職希望者に対しては、就職率100%を目標とするが、キャリアセンターとの連携、地場産業との交流に不足がある。

<教育>

紅花プロジェクトを中心とした身体感覚を通じた素材理解と、表現への可能性を強化するとともに、新コンテンツとして「紅花シーディング」と題し、紅花の可能性を分野を超えて、作家・職人・アーティストと学生がコラボレーションし、クリエイション（商品開発を含む）に繋げ、学外の地域や地場産業へと新しい考え方やモノとして提案・発表していくことを予定。本学で美術・テキスタイルを学んで得た力を自覚し、進路意識（社会的な自立）を持たせる教育の充実させるが、産学連携などの地場産業とのコラボレーションや、学外へのアピール不足の状況にある。

<学生募集>

他美大のテキスタイルに比べて、高校生を中心に本学の強みを周知できていないことで、入学者の確保に苦戦している。よりカリキュラムの内容や、ここでの学びの特徴、その結果としての進路や成果物としての作品や活動について SNS などを含めた広報活動を強化していく。

▼総合美術コース

<進路>

早期の「個々の強みを生かした進路先選定」とすり合わせ（学生・教員・キャリアセンター）が必要。社会教育関連施設希望者の就職活動支援として、指定管理者会社一覧を作成の上配布している。キャリアセンターと情報共有(2回/月)の上、早期の進路指導と適正な就活先の選定を推進している。

<教育>

1年～2年次では、社会教育的視点を持ったコミュニケーション力、様々な人が集う場作りに必要なファシリテーションの育成と共に、対外的なネゴシエーション力を養うフィールドワークに注力が必要。カリキュラムと連動した実践活動で学び合い、3年次からは4年次の卒業研究活動に向けて、個々に「社会教育的研究テーマ」を掲げ、リサーチから具体的な解決策とその表現力の指導を強化することで、「目の前の人・課題解決に向けて主体的に挑む力」の育成とソーシャルモチベーションの醸成に繋げている。

<学生募集>

人文系の学部や社会科学系・教育学部系に進学が多い高校への周知活動として、出張講座（アートプロジェクトマネジメント講座・芸術ふれあい入門講座等）を積極的に展開する。

○文芸学科

<進路>

就活情報の提供も、キャリアセンターを頼らず、教員自らが行うなど、徹底的に手取り足取り指導していくなど、入学当初の緊張感と熱意とを、4年まで持続させる。

<教育>

小説等の創作指導は限りなくカウンセリングに近くなり、結果的に教員と学生との関係性は親密になるが、その分課題への取り組みに甘えが発生するため、いい意味での「厳しさ」を指導の中で意識して進める。

<学生募集>

高校出張を行い、高校の先生方と信頼関係を築く。

●デザイン工学部

○プロダクトデザイン学科

<進路>

5年連続95%以上を達成している。優良企業、デザイン職としての就職者数も増加傾向にある。2019年度は2/3以上の学生をデザイン関連職への就職につなげる。モビリティ以外のメーカー（家電、雑貨、家具、インテリアなど）との連携強化も必要。

<教育>

新カリキュラムにより低学年のUIUX演習を強化した。天童木工、つるや商店などの地域企業と連携演習を行っている。UIUX教育のさらなる強化。地域との連携演習を対外的にアピールできていない。

<学生募集>

AO 入試において、志願者数は微減状態が続いている。

プロダクトデザインの広がりへのアピール。高校、高校生に対して学校訪問、SNS での発信等きめ細かい対応ができていないため、重点高校を選定、訪問し、学科特徴及びプロダクトデザイン分野の広がりを高校教員にアピールしていく。

○建築・環境デザイン学科

<進路>

就職活動に出遅れた学生に対し、丁寧な指導。就職企業への斡旋を行う必要がある。

<教育>

基本的には良好に推移しているが、中途退学者がわずかではあるが学年ごとにいることから対策を取る必要が出てきている。

<学生募集>

より優秀な学生を確保し将来の学生募集にも寄与するため、入試枠や推薦入試の評点見直しなど優秀な学生が集まりやすい環境づくりを進めたい。また、仙台の学生が徐々に減っている状況もあるので、特に仙台（宮城）の受験生の掘り起こしを強化する。

○グラフィックデザイン学科

<進路>

3年次時点（就活本格化前）で、意識を醸成しておく必要がある。早期から面接やグループディスカッションなどの実践的な選考に進むことで、早期内定、及び複数企業の内定を得られるように指導計画を練る。また、進路がなかなか決まらない学生については、今後も学科で密に共有しながら経常的なフォローアップを行なっていく。

<教育>

それぞれの演習内での課題が確立し、反対にテコ入れや実験的な要素を入れ込むことへの躊躇がある。一方で、卒業制作に関しては現状自由度が高く、学科全体で見た時に多種多様な研究があるので、学生個人が研究したい表現については、卒制で実現出来るような指導をし、自由度とクライアントワークのバランスをとっていく。

<学生募集>

OC の参加者は全体的に伸びがあるが、仙台 OC の来場者や宮城県内からの OC 参加者が減少傾向にある。入試課と連携してより正確な原因を把握した上で、打てる施策を考案。また、長年多数の卒業生を送り出してくれている高校との関係性を強化する施策も今後打っていききたい。

○映像学科

<進路>

春休み中の進路指導不足（特にエントリーシートと履歴書の添削）と3～4月の就活の出遅れが見られるため、学生の絶対的なエントリー数が不足するとともに、学科での学びと自分のスキルを、多様な業種・企業で応用する発想力が不足している。

<教育>

具体的で実戦的な課題提示や、地域・実社会と連携したプロジェクトを実施しており、

学科独自の演習評価・満足度アンケート調査の実施（2018年度内）をもとに、カリキュラムと授業運営の見直しを進める。

<学生募集>

過去3年の平均AO初回出願者数56人（2019年50人/2018年59人/2017年59人）と安定しているが、新しいカリキュラムの魅力と他校にない独自性が伝わっていない。

○企画構想学科

<進路>

学生の様々な背景により、毎年どうしても就職ができない学生が数名残るほか、自分が知る範囲での企業選びしかできないため、内定を得ていない学生に対しては、個別に合説への参加を促し、具体的な企業の紹介をしていくほか、ゼミ担当教員による指導に加え、それ以外の教員による面談を実施していく。

<教育>

他大学でも「産官学連携プロジェクト」が多く行われるようになる中、学科のプロジェクトへの取り組みが埋もれてきている。プロジェクトをやっているということだけではなく、コンセプトの違いを明確にし、どのように取り組み、どのような成果を上げているかを情報発信していく必要がある。

<学生募集>

AO入試志願者数は、2018年度44名、2019年度52名と2年連続で過去最高を更新した。この数値をベンチマークとし、さらに伸ばしていくことを目指す。

○コミュニティデザイン学科

<進路>

スタートラインに立てれば内定が取れるが、いかに立たせるか、また適職を定められない（上手に挫折できない）学生をどのように導くかが課題。

<教育>

なぜこの学科が生まれたのかなどの説明をしているが、課題に追われるようになる1年後半から2年になると、学びのモチベーションが見失われる学生が増え、就学意欲が減退する傾向が見受けられる。今までにないデザイン領域であり、これがどのように社会で役に立つのかわからない学生も多いため、キャリアデザインと合わせて、1～2年でも学びの意味を理解できるような時間をつくる必要がある。

<学生募集>

学費の件も含めて、地方創生奨学金制度や進路の状況なども合わせて、高校へのアプローチが必要。

●大学院

<進路>

作家活動・研究者（就職含む）としての進路を選ぶものを安定して輩出できている。今後は、大学院のアーティストキャリア教育・理論教育を充実させるほか、内定者情報を集約していく。

<教育>

芸術文化原論を含む数年前の原論系授業の改革を経て大学院の講義系科目はスリム化した。クリエイティブダイアログ2を理論指導の授業へと改革し、アーティストマネジメント特講（アーティストキャリア教育）と連動させる。大学院教育に熱量を持って参画する教員を増やす為、個々に面談を行っていく。

<学生募集>

現在アーツ千代田 3331 での大学院レビュー展（学内でも展示）2回、3331 アートフェア参加、ORIE GALLERY での小品展を開催。今年度は他に 3 3 3 1 アートフェア、来年度には佐藤美術館にて大学院レビュー展を開催する。今年度は1名の TOHOKU CALLING を観ての受験生を獲得。美術科3年アーティストマネジメント受講者（約30名）の半数以上が本学大学院受験を考えている。また後期大学院説明会には40名（うち30名が4年生）が参加した。

保存修復は近年順当に入学者を伸ばしている。（6年教育のビジョンができています）