令和３（2021）年度

自 己 点 検・評 価 報 告 書

令和４(2022)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 5
B-3　キャリア支援 5
B-4　学修環境の整備 6
C　教員・職員 7
C-1　職員人事給与制度 7
C-2　業務生産性向上のための取組み 7
D　社会との連携 7
D-1 産学・地学連携活動 8
D-2 附置研究所の活動 8
D-3 全国高等学校デザイン選手権大会（デザセン）の開催 9
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
〇文化財保存修復学科 10
〇歴史遺産学科 10
〇美術科 11
▼日本画コース 11
▼洋画コース 11
▼版画コース 12
▼彫刻コース 12
▼工芸コース 12
▼テキスタイルコース 13
▼総合美術コース 13
〇文芸学科 14

●デザイン工学部 14
〇プロダクトデザイン学科 14
〇建築・環境デザイン学科 15
〇グラフィックデザイン学科 15

〇映像学科 16
〇企画構想学科 16
〇コミュニティデザイン学科 17

●大学院 17

Ⅰ．事業編

はじめに

本学は、開学以来 30 年間にわたり一貫して芸術とデザインによる人類課題の解決や世界平和の希求を理念に掲げ、教育、研究及び産学官連携等の取り組みを通じて大学のありかたを社会に問い続けてきた。

現在は、令和元（2019）年 12 月に策定した中期計画「TUAD Vision 2024」に基づき次なる 30 年を見据えた将来像を掲げ、実社会で「活躍できる人材」の育成を通じて地域の課題解決に貢献する、地域になくてはならない新しい芸術大学像を目指している。

公設民営型大学の多くが学生募集に苦慮し公立大学化に活路を求めるなか、本学は私立大学の強みを活かして、全国から多くの志願者を集め続けている。地域に開かれた特色ある教育活動も多彩に展開され、その教育を通して社会の課題を発見し解決する人材を輩出することにより、全国の大学関係者からも一目置かれる存在となりつつある。

一方、コロナ禍における教育活動が 2 年目を迎えたが、教職員が一丸となって感染拡大防止に取り組みつつ、各学科・コースの創意工夫によって授業方法を開発し、学生の満足度を下げることなく質の高い教育と学修環境を提供している。

こども芸術大学も認定こども園として再スタートして 5 年が経過し、保護者からの高い満足度を得ながら地域の子育て支援の一翼を担っている。

A　教育課程

A-1 学部教育

A-2 大学院教育

A-1 学部教育

コロナ禍での授業運営が 2 年目を迎え、原則講義科目はリモート形式、演習科目は対面形式で実施するスタイルが定着した。対面授業時には換気の徹底や着席状況の記録化など全学共通のチェック項目を設け、感染対策を行いながら学修環境の確保に努めた。その結果、学期末に実施している 5 段階評価による「授業改善アンケート」では、全学の平均評価点（5 段階評価）が前期 4.47、後期 4.48 となった。前年度前期の 4.37、後期の 4.40 を上回る評価結果となり、満足度の高い教育を提供できている。

学生の学びを活性化させ、主体的な学びを引きだすために実施している FD（ファカルティ・ディベロプメント）研修会には授業担当専任教員全員が参加するなど、教職員の全学的な授業改善活動への意識が高まっている。その結果が授業評価の高さにもつながっている。

また、令和 5（2023）年度からの新カリキュラム導入を前に、現在の教育活動について定期的かつ継続的に検証を行った。それらを基により良い教育活動と教育成果の実現に向けて次の 2 点を重点的に推進した。

①　教育成果年次報告の充実

従来から自己点検・評価の一環として各学科・コースが前年度の教育活動及びその成果を「教育成果年次報告」としてとりまとめ、自己点検・評価機能を担う学長会に集約している。

今年度は、その報告内容を「学生の学修成果」「教育結果と達成度」「卒業生進路」などの項目別に整理した。この報告に加え、「授業満足度」、「教員からの指導満足度」及び「授業評価」について授業改善アンケートや学修成果アンケートからの客観的データをもとに検証し、令和 4（2022）年度の教育計画に反映するためのフィードバックを行うことで自己点検・評価の質的充実を図った。

② 外部相互評価制度の導入

初の試みとして、姉妹校である京都芸術大学との間で教育活動を対象とした相互評価制度を導入した。「学科」単位でカリキュラム評価や 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、ディプロマポリシー）との一貫性を相互に点検・評価する。また、両大学の教職員のみならず高等教育の専門家や産業界など外部からも審査員を招聘し、「教育の質保証」について客観的なチェック機能も併せ持つ仕組みとした。

第 1 回目は、両大学のプロダクトデザイン学科を対象に実施し、それぞれの大学において外部評価委員会を開催した。令和 4（2022）年度以降も毎年 2 学科を対象に実施する予定である。

毎年学年末の 2 月に開催する卒業／修了研究・制作展では、土日祝日の来場者を事前予約による定員制にするなど感染防止対策を図りながら、多くの県民・市民の来場を受け入れることができた。コロナ禍がきっかけとなり始まった Web 上で学生の作品が購入できる「買える卒展」も充実し、76 作品 1,182 千円を販売した。

A-2 大学院教育

通常の授業はすべて対面形式で実施し、全研究領域の学生が集まり展覧会・学会形式で中間発表を行う、本学大学院教育の特色でもある「大学院レビュー」（年 2 回実施）は、コロナ禍により対面とオンラインでのハイブリッド方式で実施した。

修士課程では、令和 2（2020）年度に 3 つのポリシーを再構築したうえで各専門領域の特性を活かした体系的な新カリキュラムを導入している。令和 3（2021）年度は新カリキュラムによる修了生を初めて輩出する年となった。

コロナ禍での学びではあったものの、複合芸術領域の 1 年生が「第 8 回トリエンナーレ豊橋 星野眞吾賞展」で大賞の星野眞吾賞を史上最年少で受賞し、絵画領域の 2 年生は「第 25 回岡本太郎現代芸術賞」で入選するなど、目覚ましい成果を得ることができた。

デザイン工学専攻では、進学者確保のため必修科目の「デザイン工学原論」の一部を学部学生も聴講可能としたことで、大学院進学希望の動機づけにつながった。

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

令和 3（2021）年度の学生募集活動では、出願者が最も多い 10 月に実施する総合型選抜（旧 AO 入試）において、学科・コースごとに細分化されていた選考方法を見直し、「体験授業」＋「面接」という形式に統一した。加えて、試験の名称を「総合型選抜入学試験｛体験型｝」と改め、事前課題の提出や作品・資料等の持ち込みを廃止することで、直前に出願する受験生の心理的な負担やハードルを下げるとともに、選考においても受験生個々の伸びしろや可能性をより重視することとした。

あわせて、試験実施時のイメージをより具体的に伝えるため、模擬体験授業をオープンキャンパスで実施したほか､入学試験に関する解説動画コンテンツ等を充実させることで、受験生の不安の払拭に努めた。

入学試験の実施方式の変更と丁寧な情報発信を行った結果、当該入学試験の出願者はこれまでで最も多い 546 名（昨年比 121%、101 名増）となった。

これを皮切りに、今年度は通年にわたり出願状況は良好に推移し、総出願者数は 2,810 名（前年比 121%）となった。入学定員 593 人に対し入学者数は 619 人、入学定員充足率は 104%を達成し、私立大学の 3 割以上が定員割れを起こすなか、引き続き堅調に入学者を獲得できている。

B-2　学修支援

令和 2（2020）年 3 月から、本学の学生支援の在り方を検討するため、副学長、学生部長が中心となり立ち上げた「学生支援ワーキンググループ」による学生支援策の継続的な検討を行った。令和 3（2021）年 4 月には臨床心理士である専任研究員が着任し、学生相談室に常駐する体制を構築した。新入生ガイダンスでは学生生活に関する講話を行うなど「精神的病の予防教育」を進めるとともに、定期的に学生の心理状態について調査を行うなど、専門家としての視点も交えながら事例研究及び知見を積み重ねている。加えて非常勤の臨床心理士も 2 名配置し、様々な学生の相談に対応できる体制を整備した。

保健室には保健師 1 名が常駐し、学生及び教職員の健康状態の把握、怪我や事故等の対応、健康増進に向けた啓発活動やイベントの主催など、健康管理全般を担っている。保健師と教学課の学科担当職員とが連携を図り、障害学生への支援や精神疾患を抱えた学生を広くケアできる体制を整え、学生が抱えている問題の傾向や解決策等についても、関係者間での情報共有を図っている。

多様な家庭環境や障害、学習歴等を背景に持つ学生の中途退学や休学の予防策として、1 年生及び 2 年生を対象に「学年主担当教員制」を導入した。入学直後に教員が全新入生との面談を実施し、コロナ禍における学生生活へのスムーズな導入を促すとともに、新入生の一人ひとりの特性把握を行った。

日常的な学修相談や生活支援を目的に専任教員全員が開設するオフィスアワー（学生が学部・学科にかかわらず自由に教員に相談できる時間帯の設定）については、世話役となる教員チームを紹介することで申し込みのしやすさをアピールし、潜在的なメンタルヘルスに問題を抱える学生把握にも活用した。

B-3　キャリア支援

コロナ禍における就職活動スタイルの変化に伴い、キャリアセンターではオンライン化

が定着した企業説明会や採用選考などへの対応を特に意識して学生の指導にあたった。昨年度に引き続き、キャリア相談、キャリアガイダンス及び就職活動関連セミナー並びに学内企業説明会などをオンラインにて実施した。

また、採用活動の早期化対策として、夏期インターンシップへの参加に照準を合わせ、前期中に3年生を対象としたインターンシップ対策のためのガイダンスやセミナー等を実施した。加えて個別面談などでのインターンシップに向けた教員からの指導を促進するとともに、本学の後援会会員企業が実施するインターンシップ情報の提供なども行った。その結果、約7割の学生が夏期インターンシップに参加するに至った。

一方、障害や疾患を持つ学生に対する指導にあたっては学生支援関係部署との連携を強化し、企業とのマッチングのサポートや精神的フォローを行うことで前向きな進路に導くことができた。

以上の結果、「卒業時進路アンケート調査」では、就職内定者のうち約7割が就職先企業に対して「満足している」と回答し、全学の就職率は、本年5月1日時点で89.7%（前年同日比1.0ポイント増）となった。

B-4　学修環境の整備

快適かつ安全な学生生活を提供するため、中期計画に基づいた施設・設備の維持・改善を進めるなか、令和 3（2022）年度は情報インフラ整備を含めた以下の施設改修工事等を実施した。

（1）新実習棟エリア受電設備更新工事

受電設備（キュービクル）の老朽化等に伴い安全性向上を図るため、当該設備の更新及び設置環境の改善工事を実施した。

（2）本館・学生会館・図書館空調更新工事計画策定

温水ボイラー、ターボ冷凍機の老朽化に伴う空調設備の実施計画を策定した。現行の室内機（ファンコイル方式）を活かすことで更新に係るコストをおさえ、カーボンニュートラルを実現できる見通しとなった。

（3）防犯カメラの設置

安心・安全なキャンパスつくりを念頭に、敷地内全棟の出入口にネットワークで一元管理されている防犯カメラを52台設置した。

（4）次世代型学務系システムへの更新

授業におけるICTの活用が進み、LMS（Learning Management System）を活用した学生と教員との双方向コミュニケーションが必須となっている。また、学生自身による学修成果の客観的把握によるキャリア支援ツールとしての機能や、データの分析による教育改革支援ツールとしての重要性も高まりつつある。

これらを実現するための新教務システムの移行作業に着手し、令和 4（2022）年秋には新教務システムが稼働する予定である。

（5）学内無線LAN環境のアンテナ再配置と増強

コロナ禍におけるリモート授業の増加に対応し、学内各所での良質な無線LAN環境を提供するため、10Gbpsの高速回線を敷設するとともに、Wi-Fi関連機器の増設及び再配置などを行った。

C　教員・職員

C-1　職員人事給与制度

C-2　業務生産性向上のための取組み

C-1　職員人事給与制度

事務局職員と同様に生産性向上と職員の育成を目的として令和2（2020）年6月から導入した「食育推進室職員人事給与制度」は、1年間の仮配置運用を経て令和3（2021）年6月に本配置を行い正式な運用を開始した。

事務局職員については「役割等級制度」を軸として令和元（2019）年度に導入した「職員人事給与制度」に連動する形で「定年退職者再雇用制度」を構築し、再雇用職員の能力や知識、意欲を活用し組織力の向上につなげる仕組みを整備するとともに、職員個人のライフプランの多様化に対応し、主体的なキャリアデザインを支援することを目的とした「早期優遇退職制度」を策定した。両制度とも令和3（2021）年6月から導入し、運用を開始している。

事務局職員の育成制度であるSD研修制度については、短時間でも研修効果が高まる方法を模索して実施した。役割等級ごとに職員各自の課題に対応したオンライン研修を受講したうえで、同じ等級ごとに、少人数のディスカッション・振り返りを行った。これにより、研修内容の定着、他課の職員との対話による気づきを得ることができた。

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引き続き運用しながら、令和5（2023）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、若手教員を中心とした検討会を組織し、求める教員像、学科長・コース長の評価の在り方並びに組織（学科・コース）評価の在り方などを議題として制度設計を進めている。

C-2　業務生産性向上のための取組み

働き方改革関連法等に基づいた服務規律の整備と運用（時間外勤務の上限規制、勤怠管理、休日出勤対策、同一労働同一賃金への対応など）を推進した。

令和2（2020）年度後期から一部運用を開始した「勤怠管理システム」を令和3（2021）年4月から本格導入した。これにより職員の出退勤時刻の客観的把握をはじめ、時間外勤務の集計や年次有給休暇等の残日数管理などにおいて適正かつ効率的な管理を実現させた。

また、管理部門における業務の効率化の一環として、人事管理及び決裁プロセスなどへのシステム導入を行った。これらのシステムは、令和4（2022）年度から順次本格運用を見込んでいる。

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

【高大連携事業の推進】

本学のデザイン思考のノウハウを活用した探究型学習研究大会のオンライン形式による開催も2年目となった。今回は対面とオンラインのハイブリッド方式での開催となり、昨年度に続き参加可能な対象者が広がった。高校教諭を中心に257名（前年度比124%）の参加があり、そのうち176名は新規参加者であった。

また、山形東高、山形西高を中心にカリキュラム開発や教員研修、出張授業等による連携を継続展開した成果が拡散しつつあり、連携高校を中心に延べ40回の講師派遣等を行った。両校に加え、12月には山形北高が連携協定校となった。

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では地域の文化財の保存修復に関する受託研究を推進しており、総契約件数は33件（前年度比127%）、今年度受託額は30,055千円（前年度比96%）と順調に推移した。20年計画で進行中の鶴岡市善寶寺の五百羅漢プロジェクトは7年目となり、修復事業の長期継続性を確保するために、修復記録等を格納し、学生を含む関係者が利用できるデータベースの構築に着手した。

また、文化財保存修復の啓発と研究成果の社会還元を目的に、山形県立博物館との共催によるオンライン公開講座を4回シリーズで開催した。海外からの参加者など、従来の対面式の公開講座へは参加できない層の集客に成功し、参加者はほぼ毎回100名を超えている。

【美術館大学センター】

新型コロナウイルス感染症が収束しない状況のなか、令和4（2022）年度第5回「山形ビエンナーレ2022」の開催に向け開催方式など基本計画を策定した。あわせて、関連事業として文化庁などからの外部資金を活用し、4つのアートプロジェクトと先進事例の調査研究などを実施した。

ビエンナーレ開催準備に向けては延べ11回にわたるディレクターズ会議での議論を重ね、今後の感染状況が読めないなか、中心市街地での展開を重視した対面によるリアルイベントとしての開催を基本としつつ、感染拡大時にはオンライン形式に段階的に移行可能な開催方式を採用することを方針として定めた。

【共創デザイン室】

共創デザイン室を窓口とした産学連携事業は、コロナ禍による行動制限のため、契約件数・金額とも令和2（2020）年度に減少したものの、令和3（2021）年度には社会活動の再開に伴い契約件数・金額ともコロナ禍以前の水準に回復した。総契約件数は62件（前年度

比 129%)、契約額は 46,715 千円（前年度比 164%）に達した。なお、契約件数は共創デザイン室を開設した平成 23（2011）年度以降、一昨年度（令和元（2019）年度）に次ぐ 2 番目の高水準となった。

D-3 全国高等学校デザイン選手権大会（デザセン）の開催

令和２（2020）年度は新型コロナウイルスの影響により開催を見送ったが、今年度は開催スケジュールの変更や決勝大会をオンライン方式で開催するなど、大会全体にわたる大幅な見直しを行い実施した。

大幅なレギュレーション変更にもかかわらず、応募チームは 51 校 602 チームにのぼり、二次審査を経て入賞した 10 チームによるオンラインでの決勝大会を 2 月下旬に開催した。

今大会は、従来と比較して参加チームは減少したものの、今後の新たな開催スタイルと探究型学習発表の場としての可能性を検証するための有意義な機会となった。

E　その他事業

E-1 こども芸術大学

こども芸術大学は、平成 29（2017）年度の幼保連携型認定こども園への移行から 5 年が経過し、完成年度を迎えた。この間、1 歳児から 5 歳児までの教育・保育の推進及び地域の子育て支援の充実を図りながら運営基盤を整えてきた。

今年度は、今後の著しい少子化に伴う園児募集環境を見据え、低年齢児の入園希望に対応すべく、ニーズの高い 1 歳児の定員の 2 人増員を実施した。

また、前年度に引き続き、新型コロナウイルスの感染拡大防止策を打ち出し、保護者への理解と協力を求めるとともに、園での活動や行事をその都度点検し、状況に応じた取り組みの工夫により、感染者を出すことなく教育・保育機能を維持することができた。保護者による園評価アンケートでは、どの項目も 5 年連続で「満足」との回答が 8 割を超え、高水準を維持している。

引き続き、社会状況や国の制度に応じた園児数の設定、人事給与制度や評価制度の点検を重ねながら、より良質な保育サービスの提供に努める。

Ⅱ．教学編

●芸術学部

○文化財保存修復学科

＜進路＞

専門分野にこだわらない広い視野を持った就活への意識付けを促進し、就活へのスタートダッシュの遅れを改善する必要があると考える。公務員に向けた学習の支援も検討する学生の。特徴に合った就活の導きをキャリアセンターの協力の下、各教員で行う。

＜教育＞

本学科の特長である文化財保存修復研究センターとの連携により、実践に基づいた教育を提供することが出来ている。4 年生の卒業研究の中にはレベルの高い研究内容のものも見られる一方、卒業研究に取り組むことが困難な学生も現れてきている。

学生の能力の多様化、および合理的配慮の必要な学生の増加により、より柔軟な対応が必要とされてきている。既存のカリキュラムや課題の設定では対応できない学生やメンタルケアの必要な学生に対する対応について、学科でのシステムを確立する必要がある。

＜学生募集＞

今年度の総合選抜入試［専願体験型］では志願者が 23 名と前年度より 2 名減少したが、例年よりも学力が高い志願者が多く、入学後の伸びが期待される。北は北海道、南は長崎、沖縄と全国から文化財保存修復を学びたい意欲ある学生が集まった。但し、今年度は山形県内からの出願者が少なかった。 専門分野として認知の低い学問であるため、本分野として本学科のことを知るきっかけが乏しい。

○歴史遺産学科

＜進路＞

社会へ出るという意識の欠如のためか、年々就活に積極的ではない学生が増えており意識改革を推進するためにインターンシップやアルバイト実践を奨励している。

＜教育＞

目標となる職種や地域との関わり方のモデル（憧れる対象）と出会うためのインターンシップの推進及び原稿の 3 年生必修の「フィールドワーク 3」の授業内容を「応用探求の時間」とし、自分で卒業研究に向けた現地フィールドワークや文献調査を学生自身に計画させ、これを教員が指導する形をとる。現在行っている 4 年生の 7 月の卒業研究中間発表会を 3 年後期に前倒し、コンテスト的に研究に邁進できる授業体制を整える。この形態は試験的に 2022 年度から開始する。これをすることで卒論の不安等から学生が解放され、就活やインターンシップにも果敢に取り組める時間設計とする。

＜学生募集＞

学科主催の「探求の時間」対応のワークショップ、フィールドワークの開催。上述した「仮」応用探求の時間」の中身に高校生が参加できる仕組みを用意したり、学科学生が高校の「探求の時間」に参加するといったコラボレーションを実現することで志願者確保の一助としたい。

〇美術科

▼日本画コース

＜進路＞

3 年のゼミ決めの時期の再検討。4 年次は個々の学生の性質に適合した進路の選定の指導をする。

＜教育＞

メンタル、コンピテンシーが高まる演習プログラムが不足している。高いレベルの学生の思考力、画力がさらに磨かれるプログラムが不足していることが授業アンケート授業満足に反映されている。学生の能力に合わせた教育方針、特に就学困難学生支援についての指導は改善の余地がある。コースの非常勤コマ数が学科内で極端に低く、常勤教員の稼働域に余裕が無く、その歪みが年々増していることは否めない。

＜学生募集＞

総合型選抜専願体験型入試出願数 : 2017 年 22 名、2018 年 20 名、2019 年 36 名、2020 年 26 名、2021 年度 23 名。2021 年度は学外営業に向けた重点校リストアップが不十分だった。また、重点高校の訪問とアポイントが不足していた。独自の営業を含めた今後の学生募集活動が課題。OC でも在学生の力を借りて営業を行なうところがあってもよかった。

▼洋画コース

＜進路＞

PROG 結果や履歴書作成により学生が自らの強みや弱みを自覚する自己分析の不足。適した就職先の選定や進路先の早期決定。就活のスタートに出遅れている学生の支援。正規雇用の促進。

＜教育＞

美術科基礎演習や共通演習によるコース内横断型演習に加え、選択演習では、古典技法から抽象絵画、インスタレーション、写真、2D・3DCG まで、幅広い視点で技術・造形力を身に付けさせる学びの形がある。「美術と実践力」では、進級制作と連動させ展覧会を行わせている。その中で、学生の主体性を育み、社会への発信を意識させ表現意欲を高めている。キャリアマネージメント・アーティストマネージメントの実践的な学びにより社会性を育んでいる。３年次から自立した学びが出来るように選択授業が組まれている。自らの表現方向に合わせて選ぶカリキュラム設定が行なわれ、思考型演習や 100 点ドローイングにより表現の確立に向けて有効な成果を上げ卒業制作へと繋がっている。産学連携企画、展示企画やイベントへの参加・促進によって洋画コースの多様な学びを社会で生かしている。（請戸漁港防潮堤復興ペイント企画、鮭川村きのこジオラマ制作企画、成島園お風呂壁画制作、矢吹病院作品展示協力、パナソニック絵本プロジェクト、ＩＨＩ、最上町連携事業卒業制作展示プロジェクト、山形ビエンナーレ、本館７階１００号展開催）学生の自己肯定感と主体性の育成や意識の醸成。学びや自己表現を自分の強みとして作品のみならず主体的な活動。モチーフ棚や設備の老朽化に伴い学生の主体性を育む環境になっていない。

＜学生募集＞

今年度 2021 年総合型選抜入学試験専願型は受験者数 61 名、過去最高となった。

授業内容や学生の制作活動など、洋画コースの魅力を伝えるホームページやＳＮＳの発信

により効果が出ている。また、２Ｄや３Ｄの導入によってイラストや漫画に興味を持つ高校生に向けてのアピールが強化された。洋画コースの多様な学びの魅力を伝えるホームページやSNSへの良質な投稿に必要なWeb情報作成機材が不十分であるため、情報作成の手際がスムーズに行かず発信には不便なところがある。

▼版画コース

＜進路＞

進路決定へ行動を起こせない学生への早期からの後押しが不足している。

＜教育＞

版画の多様な表現（ZINE、アーティストブック制作、紙漉きなど）のカリキュラムを来年度に向けて準備中。特別講師を増員し、幅広い教育を実践し始めた。版画の多様な表現（ZINE、アーティストブック制作、紙漉きなど）のカリキュラム化がまだ弱い。地域との印刷を通した連携（パッケージやスタンプなどの制作、画文集や冊子の展示）が必要。

＜学生募集＞

版画の認知度不足・大学HP、コースHP、SNSでの発信が浸透していない。専願型入試内容の見直しが必要。

▼彫刻コース

＜進路＞

10月時点で100%達成。3年生は就活指導対象者11名（うち公務員3名）、進路ガイダンス出席率平均84%、夏期インターン参加率64%、立体3コース合同インターン説明会（6月）、美術科合同業界・仕事セミナー（11月）、10月よりゼミごとに履歴書添削を行なっている。新規教員の就活指導経験、公務員試験（市役所、警察、自衛官）の現状把握。

＜教育＞

事前課題で内容を先取りし、導入レクチャーで取り組みを可視化することで意欲向上につなげている。実技と並行して週末にジャーナル記載とフィードバックを行い、理解度推進とモチベーション維持を図っている。プレゼンテーションは期初（プランニング）・中間（進捗）・最終（成果）の発表・共有の場として設定している。演習科目の2/3は良好なサイクルができているが十分ではない。 3年生後期に3コマの特別講義としてCAD演習を実施した。教員によって授業マネジメントに差がある。3D デジタルを活用する授業設計と機材。

＜学生募集＞

OC、オンライン出張講義、SNS（Facebook,Instagram,Twitter）で情報発信、コース独自のパンフレット配布。出張回数、高校生および高校教員との接触の機会。

▼工芸コース

＜進路＞

過去3年間において卒業不可者を除き進路決定率は90%を超えているが、6月までの早期進路決定率は上がらない状況である。ゼミ別のサポートによる進路指導の安定とゼミを学生間での情報共有の場として機能させる。

＜教育＞
　現在授業化出来ているプロジェクトもある。鶴岡でのワークショップ開催や県民ホールでのワークショップ、販売の開催予定。
＜学生募集＞
　昨年入試からは大きく改善されている。OC でのコースの見え方を大幅に改革。 分野への理解。コースからのあらゆるアプローチでの実績の発信。高校生が利用する SNS での発信。（授業内容や学生生活など）

▼テキスタイルコース
＜進路＞
　テキスタイル関係への就職を増加させるための地場産業や地域企業との交流。早期決定を見越したゼミ教員によるサポート。オンライン採用対策の意識付け。 3 年後期には進路を明確にさせる（進学、就職など）。進路に関係なくインターンシップへの参加を義務化（最低三社）。ゼミ対応を夏休み前からスタート（2021 年は 10 月より）。オンライン採用対策の意識付け。県内企業のコース独自の会社説明会の開催。
＜教育＞
　演習において、2021 年から成果物としての習得技法や表現方法を増やし、学生が「できるようになったこと」を実感しやすくする方針に変更したが、低学年の学生の質に変化が見られ、しっかりとテキスタイルを考える姿勢が見て取れるようになった。その中で地場産業に通じる演習や特別講義も実施し、わかりやすい体感を増やすことにより学生自身が主体的に考えられる部分を確保できるようになりつつあり、多様なテキスタイル分野の本質に目が向き始めている。座学との整合性が取れていない。担当教員の不足。機器不足、制作場所の不足による産業につながるモノづくりの指導の困難。
＜学生募集＞
　2021 年 OC では見せ方の大幅な改革、さらに同時期に特別展を開催することで昨年まで不十分だった対外的なアピールを充実させた。結果的に専願型の志願者は 13 名で、志願者数の大幅な増加につながった。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する必要がある。現在は SNS において、実験的に導入している演習内容を中心に発信している。

▼総合美術コース
＜進路＞
　芸術学部の目標値を大きく超えている。しかし、昨年は就職についての満足度が低い。昨年はコロナ禍ということもあり、就職活動の大変さから、どこでもいいから早く就職を決めしてしまいたいと考え、やりたい仕事というより、内定できる会社を選んでいたと考えられる。自己肯定感が低かったり、働きたいという意識が低いということや、力のある学生であっても大きい会社にチャレンジしないなど、就職に対して後ろ向きに考えているような気がする。

＜教育＞
大学の社会教育主事任用資格（社会教育士）の資格課程については、同じ資格にもかかわらず、各学科・コースそれぞれでプログラム化されたもので、大学全体としてまとめられてはいない。2022 年から歴史遺産学科の社会教育科目を総合美術コースが年間 6 科目の受け入れを行わなければならなくなった。歴史遺産学科にも対応できる講義を行うために、社会教育専門の非常勤講師をコースの非常勤枠で呼ばなければならなくなった。これは相当な負担であり、これまでコースでお呼びしていた非常勤講師を呼ぶことができなくなった。（社会教育科目のための非常勤コマ数として 90 コマを使用しています。）この状況を改善し、大学全体としての社会教育士取得課程についての方針決定と内容の統一が必要である。
＜学生募集＞
総合型選抜入試[専願型体験型]志願者が、昨年のコース目標である 13 人を超える 15 人を達成することができた。志願者は全国から来ているのだが、山形からの志願者が少なく、地元でのコースのアピールが必要だと考える。

〇文芸学科
＜進路＞
志望先を理想（特に「ゲーム業界」）から現実へとなかなか切り替えられない。　希望職に対するこだわりが高く志望先のランクを落とせない学生が一定数存在する。 現実への切り替えがうまく行けば就職先満足度アップにもつながると考える ゲーム業界と比較的近い IT 業界や WEB 業界へも関心を広げさせる。プランナー、シナリオライターの新卒採用はほぼないことを前提に就職指導を行う。
＜教育＞
アウトプット能力をきたえる授業内容をカリキュラムに入れ込んでいく。2 年を対象に編集系授業におけるプレゼンテーションをグループ単位で 3 回、さらに個人単位で 1 回増やしてみた。結果が良好なので、同様のことを引き続き行っていく。
＜学生募集＞
東北、北関東を中心に、文芸部のある高校にパンフ、ハンドブック、「文芸ラジオ」等を郵送する。山形、宮城を固めつつ、北関東をターゲットに新規開発したい。 女子高の進学方針が、難関大学への進学よりも「本人の個性を活かした進路選択」に変わりつつあるため、ターゲットに入れていく。

●デザイン工学部
〇プロダクトデザイン学科
＜進路＞
UIUX、CMF デザイン職が増加傾向にある。2021 年度は 70%以上の学生をデザイン職への就職につなげることができた。優良企業への進路実績が継続され、その割合の高さと質ともに安定した成果をあげている。この数値および内容を 2022 年度も継続していく。インテリア、空間系の進路として住設などにも連携を強化し結果に結びつける。
＜教育＞

1.2 年生の UX デザイン教育（論理、思考力、仮説構築力など）を強化しており、すべての分野の基盤となっている。ペルソナやカスタマージャーニーマップなど UX を検討する手法は身についているが、それらを課題解決や課題定義などに活かせていない。インテリア・空間系に新任教員を迎え、充足を図った。目標達成のために不足している点 3 年次の演習や卒業制作で課題に対して適切に調査しそれらをデザインに活かす能力が欠けている。目標達成のための具体的方法【2 年次後期】2 年次の UX デザイン演習 2 が、現状は 2 クラスに分けハードとソフトと異なる媒体の UX を検討する課題となっている。そのうちのひとつのクラスをデザイン・リサーチ重視とした課題を設定する。【4 年次】4 年次の卒業制作の評価方法にルーブリックを導入し、調査・検証などについても適切に評価することで、より論理的な思考力を養う。

＜学生募集＞

2021 年度の専願型入試は志願者やや減少したが安定して 50 名以上の志願者を確保している。学科紹介動画などを学科長の交代に合わせ、新規作成し YouTube でも継続して再生されている。オープンキャンパスと出張講義などで学科の特色を伝えた。目標達成のために不足している点学科の特色である UX を基盤とした教育などを高校訪問などで丁寧に伝える。SNS の配信は徐々に増えているが、よりきめ細かく学生生活の充実度を伝え、それらをリニューアル予定の学科 WEB サイトに集約する。

〇建築・環境デザイン学科

＜進路＞

昨年度、就職活動の立ち上がりの遅さが、年度の後半にまで就職活動の低迷を招いたことを反省し、早期（特に春休み期間）での活動を継続的に行なった結果、本年度の好調に繋がったと考えている。 的確な業界の情報を学生に、的確に届けることが不足しているので、改善したい。

＜教育＞

特に低学年で低い満足度の向上。アンケートでの満足度が低いことを受け､原因の究明、改善をする必要がある（基礎的な知識の獲得におけるモチベーションと将来の姿への意思のバランスが悪いものと思われる)。

＜学生募集＞

総合型選抜は試験に持参するファイルをなくなったことでハードルが下がり、本年度の高倍率に繋がった。 建築・環境デザインという裾野の広い分野の説明を強調する必要がある。［高校生向け］文系、女子にも受験しやすい学校を目指す。

〇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）就活に対しての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（インターン等）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、今後も学科で現状を見ながら教員間で密に共有し、経常的なフォローアップを行なっていく。各ゼミでの就活指導だけでなく、未内定学生に対しては的確

な指導ができる教員をつけて学科全体でより細やかに対応していく。
＜教育＞
必修演習課題内外でも、実際に社会と繋がる実践型課題や案件が多い中、さまざまな案件をコンペ形式で 2-3 年生を中心に公募する。幅広く全員に機会を与えて制作させる。近年、課題制作についていけない学生が多く見られ、新カリキュラムに向けての演習、課題の見直しが必要となっている。教員の世代交代を意識した新たなカリュキュラムで実践して検証していく。
＜学生募集＞
OC1-3,学科 HP の更なる強化。受験生が少なくなることを見据えて学科のオリジナルな発想と展開が新たに必要とされる。近年 OC の来場者数・出願者について学部、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引き続き強化する施策も行っていく。

〇映像学科
＜進路＞
学生が自発的に就活に向かえる学科の就活サイトがなかったため作成し、就活に消極的な学生を早期に把握し、教員全体で情報共有した。また、学生のエントリー数を増やすことと、多様な企業・業界へ目を向けさせる指導も行った。
＜教育＞
作品思考中心で映像デザイン思考が理解できている学生が少ない。また、クォーター制の強み（多様なカリキュラム選択）が、学生に浸透しているとは言い難い。 クォーター制のマイナス面として、CG、映画分野は実行出来ておらず、全体のカリキュラムとして浸透していない。
＜学生募集＞
2021 年度の総合型選抜入試（専願型）の出願者数は、過去最高の 97 名。 OC 参加者は、一定数を確保できている。 ライバル校と志願者が重複する関東近郊の高校への出張講義を特に強化する。 毎週の更新を目指し、インスタグラムや Twitter で学科の活動を積極的にアピールする。

〇企画構想学科
＜進路＞
過去数年間、95%をクリアしているが、精神的な弱さ、複雑な家庭事情などにより、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、就職活動の進行を自分でマネジメントできない学生がいる。
8 月以降、内定を得ていない学生に対しては、個別に合説への参加促進、知り合い企業の斡旋、就活支援エージェント利用の促進などにより具体的な企業の紹介をしていく。
＜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。 また、プロジェクトが各教員の裁量化で行われており一貫性が見えない。
＜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するも、2020 年度 41 名、2021 年度 36 名とダウントレンドに。2019 年度の最高値をベンチマークとし、まずはアップトレンドに戻すことを目指す。学科コンセプトである「プロジェクト実践型教育」を徹底し、ターゲットごとに適切な情報発信を強化すること。さらに、高校生の志望動機となっている「イベント実践」「商品開発実践」「広告 PR 実践」の 3 つの柱がまだ見えていない。

〇コミュニティデザイン学科
＜進路＞
比較的低学年時から、学生の個性が把握できており、就職活動に必要な自己理解が、比較的早期に対応できている。また、外部の大人との接点を含む学外での活動を、在学中に蓄積している。一方、自分の特性の理解、社会や地域の課題解決をしている職業に対しての理解、働くことで実現できる自分と地域の幸せな未来づくりへの理解や地域貢献する仕事への関心意欲の醸成が不足している。
＜教育＞
地域実習を軸にしたカリキュラム構成にしており、大枠でのカリキュラムツリーは完成している。地域実習のための授業というコンセプトに関して、教員間では共有済み。 退学者数も大幅に減少し、教員と学生の計画的コミュニケーションは、この一因になっていると考えられる。 カリキュラムにおいて、コミュニティデザインにおける知識、スキルを取り扱う授業は、習得と活用・実践の反復を複数の授業間で行うという点で、充実していると言える。 一方、ルーブリックの未完成、科目内で教える内容の精査が不十分、日本社会、世界における地域の価値を研究・考察する授業が不足している等の課題がある。
＜学生募集＞
メインターゲットである高校生、保護者、高校の先生の 3 者に対するキーメッセージの設定。インフルエンサーとしてのまちづくりキーパーソン、行政職員、地域づくりの関係者の設定。メインターゲットエリアの設定。

●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＞
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。

＜学生募集＞

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。