

<p>事例 教育力の強化</p> <p style="text-align: center;">学生確保とカリキュラム改革</p> <p style="text-align: right;">～多摩美術大学～</p>	<p>本事例の中心人物</p> <p>教員</p>
---	---------------------------

事例内容

【概要】

平成 12 年 4 月多摩美術大学に、大手自動車メーカー常務取締役で同大学卒業生である岩倉信弥氏が教授として着任した。同教授は近年の入学志願者数の減少に対して危機感を持ち、生産デザイン学科（プロダクトデザイン専攻。以下「プロダクト専攻」という。）の「5 ヵ年計画」「10 年ビジョン」を作成し、プロダクト専攻の改革に取り組んだ。

今後の課題として「教育目標の明確化」及び「入学志願者数の増加」「学生の質の向上」等を掲げ、カリキュラム改革や学生募集活動の見直しを行った。その結果、入学志願者数はわずかながら増加し、目的意識の高い優れた学生を確保することが可能となった。

【背景】

同学科は全国の大学の平均と比較すると志願倍率は高く、入学志願者数も入学定員を上回っていたが、過去からの長期的な推移をみると入学志願者数は減少傾向にあった。

しかし、「不況だから・・・」「他校と比較すれば・・・」等々の雰囲気があり、今までよりさらに学生の確保及び質の向上を目指すこと等が課題となっていた。

【取組み内容】

同教授はプロダクト専攻の目標を設定し、非常勤を含む全教員の協力を得て学生確保とカリキュラム改革に取り組んだ。

カリキュラムの見直しでは、4 年間で「どんな学生に育てるか」という目標を定めた

上で、カリキュラムマップを作成し、重複部分や不足部分、それに必要とする新たな授業の確認を行った。この現状把握をもとに、4 年間で総合的な学習ができるようバランスの取れたカリキュラムを作成した。

学生募集活動では、教員や場合によっては学生が全国の高等学校や予備校等へ今まで以上に足を運び、カリキュラムの内容や教員・学生の作品、学校の施設設備等プロダクト専攻の内容を詳細に説明した。同大学で始めて作成したプロダクト専攻のパンフレットは、分かりやすさを重視し、カリキュラム内容の他、教育活動に関する方向性などを示すと共に、教員と学生、加えて社会で活動する卒業生の顔写真を掲載するなど、入学から卒業、就職先のことまで具体的なイメージを伝えるように工夫した。

社会で活躍している卒業生に大学に来てもらい、学生に生きた活動内容を伝えてもらっている（サロン）。このことは、カリキュラム改革や学生募集活動の見直し、さらには就職活動の参考となっている他、学生たちの帰属意識とモチベーションの向上に役立っている。

【効果】

入学志願者数が平成 14 年度は 556 名だったが、平成 18 年度は 589 名と増加している。

歩留率が、平成 14 年度の 72%から、平成 18 年度には 95%に上昇しており、受験生がプロダクト専攻を第一希望として志願していることが確認できるようになった。

学生確保のために他の学科の教員も、今までより多くの高等学校や予備校等に足を運ぶようになった。そのほか、

説明に使用するオリジナルパンフレットもほとんどの学科で作成されるようになった。

オープンキャンパスでは、どの学科でも学生が自ら作成した作品をアピールするようになるなど、学生のモチベーションが高まり、大学への評価も高まった。

【苦労した点】

明確な目標を打ち出しても、成果確認に時間がかかることもあり、経営改革への取組みに対する財政措置も遅れがちであった。

日常業務や産学共同研究等の特別業務に追われ、カリキュラムの見直しについて詳細に検討する機会が先送りになり、カリキュラム改革の重要性を理解するまで時間を要した。

成功のポイント

教授のリーダーシップの発揮

同教授の「総合力」を基本としたカリキュラム改革と学生募集活動を教員が理解し、協力した。

教育目標の明確化

「世界に通用する自立したデザイナーを育成する」という明確な教育目標を掲げたこと。

プロダクト専攻内の強い結束

プロダクト専攻の教員、学生、卒業生等が議論や体験を通して協力し合い全体のモチベーションが向上したこと。

計画実行を目に見える形で推進したこと

今後の課題

ビジョンの見直し

5年前に作成した「10年ビジョン」を現状に適合させる為の見直し（入学定員

の適切な設定、入学志願者数の確保、教育内容と研究の質の向上、就職先の確保等）

共同研究

世界のデザイン教育の先駆的立場を目指すため、共同研究を世界各地へ発信。

時間の短縮

プロジェクトに要する企画・実行時間の短縮化。

委員の所感

同教授の話を伺い、行動すること、特にカリキュラム等の改革は関係教員の理解と協力を得られるよう努力することの大切さを痛感した。またプロダクト専攻の魅力が高まることにより、優秀な学生が集まり、そのことが本当に魅力ある大学や学科として認められることになると実感した。同大学プロダクト専攻の事例により、リーダーが高い目標意識を持ち、粘り強い努力を続けていけば、大学の改革は可能になると確信した。