

私立大学研究ブランディング事業

2020年度の進捗状況

学校法人番号	261015	学校法人名	京都精華大学		
大学名	京都精華大学				
事業名	持続可能な社会に向けた伝統文化の「表現」研究				
申請タイプ	タイプB	支援期間	3年	収容定員	4392人
参画組織	創造戦略機構(伝統産業イノベーションセンター、高大接続センターほか) 全学研究機構(国際マンガ研究センター、社会連携センターほか) 芸術学部、デザイン学部、マンガ学部、ポピュラーカルチャー学部、人文学部 芸術研究科、デザイン研究科、マンガ研究科、人文学研究科				
事業概要	「表現の大学」を将来ビジョンの基軸とする本学が蓄積してきた「表現」研究の実績を活かし、国内外の協定機関と伝統文化を3つの視点【A:マテリアル B:コミュニティ C:ヒューマン】から共同研究する。期待される成果は、伝統文化のイノベーションに資するデータベースの構築と、伝統文化を活用した未来創出モデルの開発である。これを普及させ、「文化と芸術の力によって世界の未来を創造する表現の大学」というブランドを確立する。				
①事業目的	<p>本事業では、世界的に持続可能な社会が求められる現代において「人間」と「表現」の存在を復権すべく、これまでの研究実績に基づき、海外の協定機関等との共同研究を展開する。これを通じ、人類社会が持続するための未来創出モデルを提示し、「文化と芸術の力によって世界の未来を創造する表現の大学」というブランドを国内外に普及させることを目的とする。</p> <p>本学では2016年度と2018年度に「ダイバーシティ推進宣言」を公表し、「ダイバーシティ」を「多様なバックグラウンドや属性を持つ人々が違いを受容し合い、対等に機会が開かれること」と定義した。ここに示すように、本事業で意図する「人間」とは、年齢や性別、国家や宗教、人種や民族などを超えた、多様な存在を含意している。そして「表現」とは、「自己の思想、考えをかたちにして他者へ投げかけることによって、自己と他者に変革をもたらす未来を創造する行為」を意味するものである。</p>				
②2020年度の実施目標及び実施計画	<p>【実施目標】 研究に資するデータを収集し、工芸文化データベースを公開する。多岐に渡る研究を2020年度で一旦取りまとめ、本事業を総括する国際シンポジウムを開催する。これらの活動を前年度から引き続き、プレスリリースの強化やWEBページによる活動報告、SEIKA AWARDの開催などによって、広く社会への発信し、本学のブランドを確立する。</p> <p>【実施計画】 研究活動では、①フィッシュスキンの最適な染織方法を試行し、ファッション材料としての適切な活用方法を模索する。②さまざまな素材に漆塗布を行い、色彩変化等に関する経過観察を実施。③職人の分業制作体制における生活に着目し、2019年度に実施したフィールド調査で得た成果をマンガ表現を活用することでビジュアル的にまとめ、フランスで展示会を行う。④国立台北芸術大学(台湾)と連携を深め、藍染めを軸に伝統工芸の知見をどのように教育に活かすかを試行する。こうした研究活動は工芸文化データベースに蓄積し、今後の活動に持続性・発展性を持たせる。</p> <p>ブランディング活動では、研究活動の諸成果をウェブサイトを通じて社会発信するとともに、ブランドブック・ノベルティの配布、シンポジウムをはじめとしたイベントの開催、プレスリリースの強化などを並行する。また、高校生向けの高大接続教育プログラムやSEIKA AWARDを介して、高校生との接触を増やしつつ、大学の公式SNSの発信を重ねることでブランディングの向上を図る。</p> <p>さらに、補助期間の終了を見据え、新たなリソースの獲得や研究活動とブランディング活動との継続的サイクルの構築を目指す。</p>				
③2020年度の事業成果	<p>【研究】 研究発表5回、論文掲載2回の実績となった。詳細は次のとおりである。 研究発表:①国立研究開発法人科学技術振興機構主催「サイエンスアゴラ2020」にて魚革研究について発表②国立台北芸術大学国際講座シリーズ「Ecology, History and Cultural Heritage(生態系・文化遺産・知識生産)」にて水質と伝統工芸に関する研究を発表③国際シンポジウム「Things - 工芸から覗く未来」を開催し、本事業の事業成果の発表 研究発表・論文発表:①フランス国立社会科学高等研究院(Ecole des hautes etudes en sciences sociales - EHESS)刊行誌「Techniques & Culture(技術と文化)」主催の学会にて人類学者フレデリック・ジュリアン氏との共同研究成果を掲載②アジア太平洋無形文</p>				

<p>③2020年度の事業成果</p>	<p>化遺産国際情報ネットワークセンター(ICHCAP)主催の無形文化遺産保護研究会(APHEN-ICH)にて日本の漆産地の現状について発表</p> <p>また、「伝統産業を表現するビジュアル研究」として、デザイン学部・人文学部・学外の伝統産業従事者による横断的共同研究を実施。研究成果として作成した「伝統文化を伝えるポスター」を京都市営地下鉄構内に掲示した。加えて、陶芸家・石黒宗麿に関する調査研究を実施し、陶片群整理・分類しデータベースに収録し、研究成果として工芸文化データベースへ計1,255件のデータを投入した。</p> <p>【ブランディング】</p> <p>伝統産業イノベーションセンターのWEBサイトを引き続き運営し、英語版WEBサイトを公開した。アクセス数は3,777件で初年度比157%であった。SNSはInstagramとTwitterの公式アカウントを開設し、Instagram(フォロワー462名)Twitter(フォロワー308名)への情報発信を行った。また、本学事業の一般参加者を対象としたメールマガジンを5回発行し、累計320名に対し事業の告知を行った。2020年度は、本事業に関わる8回のプレスリリースを行い、各種メディアにてのべ92回記事となった。一般市民向けの公開講座として、「ぼくには「美しい」がわからない 美をめぐる木工職人と美術家の対話」、「マーガレット・ハウエルと開化堂 変わらない変わり方 時間を取り込んだ物づくり」を開催し、計310人が参加。私立大学研究ブランディング事業の成果報告にあたる国際シンポジウム「Things - 工芸から覗く未来」には1499人が来場。京都市左京区に「京都精華大学サテライトスペース Demachi」を開設し、大学ブランディングの発信拠点とし、展示会「染めの型紙にみる着物のデザイン」を開催した。</p> <p>受験生向けとして、全国の高校生向け創作コンペティション「SEIKA AWARD」を開催した。1005点の応募があり昨年度826点を大きく上回った。大阪府の帝塚山学院高校と愛知県の愛知工業大学名電高等学校で高大接続教育プログラムを開催した。学長の学外での講演会等においてより強く大学ブランディングを図ることを目的として、伝統産業柄でデザインされた大学紹介パワーポイントスライドの英語版を制作した。ヒューマン研究の一環で推進している「マンガ人類学」では研究成果をフランスの植物園「ドメヌ・ド・レイオル」で展示した。</p> <p>大学ステークホルダー向けに、広報誌「木野通信」を7、12月に発行し、それぞれ約26,000部を配布。卒業生に対して、同窓会誌「精華人」を発行し、約20,000部を配布した。同窓会において講演会「伝統産業の歴史と現代社会でのあり方について」を開催。教職員向けにFD研修「研究をととした大学ブランディングの促進に向けて」を開催した。</p>
<p>④2020年度の自己点検・評価及び外部評価の結果</p>	<p>(自己点検・評価)</p> <p>【研究】</p> <p>工芸文化データベースが構築・公開され、研究活動の成果の蓄積と研究の成果を活用する体制が整ったことは評価できる。また、5回の研究発表を行い、大学全体の研究実績の底上げにつながった。これが一過性の事業とならないよう定常的運用として浸透するよう努める。</p> <p>【ブランディング】</p> <p>コロナ禍により、想定通りの事業推進が困難だったが、オンラインを活用し、多少の遅れがあるものの計画を履行している。研究活動の活性化とあわせて、研究実績を活用した大学ブランディングのさらなる推進や知名度の向上を計画的に図る。</p> <p>(外部評価)</p> <p>事業を通じて伝統産業を「守る」ではなく、伝統産業をどのように「展開」するかという意識を強く感じた。京都の伝統産業は新しいものを取り入れ、変革してきた歴史がある。それは時代の変革にあわせて技術や思想の取捨選択をするということである。変えなければならぬことと変えてはならないことを選択には教養が必要である。大学はそのような考えのもと、伝統産業を継承することやサポートをしていく必要があると感じている。</p> <p>特に後継者育成についての研究・取り組みに期待する。伝統産業の関係者だけでは解決できない課題だが、大学、とくに京都精華大学にはその可能性があると考えており、今後、伝統産業と大学の産学連携が増え、若い学生のアイデア、教員の知見が、伝統産業界に新しい可能性をもたらすと期待している。</p> <p>後継者不足、販売不振、材料の供給難といった伝統産業が抱える深刻な課題に向き合っている。一過性の取り組みではなく、長期にわたる積み重ね型の連携として、「大学の知見」と「職人の知恵」が融合する京都らしい研究活動を続けてほしい。</p> <p>国際シンポジウムや海外での展示会の開催をはじめとした本事業の推進によって国際展開や伝統産業といった大学ブランドは担保されたのではないかと。(外部評価委員:総合地球環境学研究所 阿部健一氏、吉田装束店 吉田恒氏)</p> <p>以上の意見をふまえ、事業進捗・成果が適正であると評価された。</p>
<p>⑤2020年度の補助金の使用状況</p>	<p>5回のシンポジウムにおける研究発表やデータベースへのデータ投入、フランスでの展示会、成果報告書の制作、などに補助金を活用した。ブランディング活動としても、大学紹介のパワーポイントスライドの英語版を制作、研究ブランディング事業成果検証費、マーガレットハウエルとの連携公開講座、SEIKA AWARDなどを開催した。</p> <p>従来から実施している活動である広報誌「木野通信」にも本事業の特集を組み、ブランディング活動の一環と位置付け、強化した。</p>