

私立大学研究ブランディング事業 成果報告書

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	<p>「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。</p>				
事業目的	<p>「人間を尊重し、人間を大切にすること」を建学理念の柱に据えた京都精華大学では、2024年度までに達成する将来ビジョン「2024SEIKA」として「リベラルアーツの大学」「表現の大学」「グローバルな大学」を掲げている。そこで本事業では、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>				

私立大学研究ブランディング事業 成果報告書

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		
事業成果	<p>【研究】</p> <p>I. 「表現」から伝統産業を読み解くためのデータベースの構築 これまでに取り組んできた研究成果を広く社会に還元するため「京都精華大学 工芸文化データベース」〈図1〉を構築した。2020年度に公開を開始し、伝統産業や工芸文化に関する1,255件(2021年3月末日時点)の情報を登録した。登録情報は日本の伝統文化にまつわる事象を伝統産業、工芸、道具・素材、出来事、人物、文様等で区分し、伝統文化における辞書的役割をもたせる設計とした。また、登録情報のテキストは日本語・英語で記述し、国外においても日本の伝統文化研究に活用されることをめざした。</p> <p>〈図1〉工芸文化データベース</p>  <p>II. 3つの視点から社会課題に向き合う、人類の未来創出モデルの開発 「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に関する研究事業を実施した。各研究事業は3つの視点【A.マテリアル研究】【B.コミュニティ研究】【C.ヒューマン研究】で分類し、現代社会が直面する課題解決への貢献を目的とした。 各研究事業は今日の伝統文化が抱える課題をもとに計画し、さらにSDGsで掲げられた目標「働きがい・経済成長」「技術革新の基盤」「クリーンエネルギー」「都市計画」「ダイバーシティ」等を解決すべく、未来の社会像をめざして実施した。</p> <p>1) ファッション業界における持続可能な原材料の開発 世界的にファッション業界で使用される素材の中でも環境負荷が高いエキゾチックレザー(稀少な鱧、蛇等の皮革)の代替として廃棄率が50%を超えるアイスランドの「魚革」に注目した。これを日本の天然染色技法で染め、新たな衣料素材とすることで、持続可能な消費・生産モデルを開発し、環境汚染、地球温暖化、食糧問題等の課題解決を図る。 本研究をテーマにヨーロッパの9機関との連携による国際研究プロジェクトを発足した。ファッションデザイン、マテリアルサイエンス、海洋生物学、伝統産業、環境学などが複合する研究プロジェクトとして実施している。 2018～2020年度にかけて、職人と連携して天然染料による魚革への染色実験を実施した。伝統染色技法の活用とファッション素材に求められる機能性の両立について試作、調査研究をおこなった。また、京都市産業技術研究所による評価試験をおこなった。加えて、ヨーロッパの共同研究機関で開発が進められていた魚革の高精細スキャンデータをもとにした縫製シミュレーションソフトウェア開発に参加した。 本研究はヨーロッパの9つの共同研究先との間で研究成果を定期的な報告会(対面会議、ウェブ会議、メール会議)によって情報共有や議論をおこなった。2018年にイスラエルで開催された国際会議、2019年にはアイスランドで開催された国際会議に参加。2020年度は京都での国際会議を予定していたが新型コロナウイルスの影響により延期となったためウェブ会議およびメールでの情報共有を実施した。</p> <p>2) 「漆塗膜」を事例とした天然素材の用途を広げる研究 さまざまな素材・用途に耐えうる漆の活用方法確立のため漆精製法および塗技法の試験を実施した。2018年、2019年に京都府丹波町において漆採取に関する調査を実施した。また、2019年にはプラスチックに代替する天然素材(木製/漆塗)ストローの実用化をめざして漆ストロー「/suw」の共同研究先と開発した。また、2020年度には、ユネスコ伝統文化財国際学会「3rd APHEN-ICH International Seminar(主催:Korea National University of Cultural Heritage)」にて日本の漆に関する研究発表をおこなった。</p>		

3) コミュニケーションツールとしてのマンガ・アニメーションの応用研究

2019年にフランス国立社会科学高等研究院(EHESS) マルセイユ校准教授のフレデリック・ジュリアン氏(文化人類学者)を招聘し、「和紙製作および、和紙の活用法」をテーマに合同フィールド調査を実施。フィールド調査にマンガ家を帯同し、マンガと論文を組み合わせた研究・発表手法を用いる「Anthropographiks(マンガ人類学)」の確立をめざした。本研究の成果として2020年度にフランスでの展覧会(新型コロナウイルス感染症の影響により入場不可)、フランス国立社会科学高等研究院(EHESS) 発刊の学術誌「WAZA」へ寄稿、査読を経て採択された。2021年中に論文掲載を予定している。

4) 陶芸家・石黒宗麿に関する研究

近代陶芸を代表する陶芸家、石黒宗麿の人的交流を明らかにするとともに、石黒が晩年を過ごした工房兼住居「八瀬陶窯」に遺された登り窯や陶片群から、作陶技法や工夫の解明をおこなう。2018から2020年度にかけて登り窯および陶片の調査を実施し、1,000点を超える陶片を発掘。2019年には発掘調査で発見された石黒の未発表作「木葉天目茶碗」の3次元測定、3Dプリンタによる樹脂モデル出力を実施して詳細な技法研究をおこなった。2020年には陶片の分類調査をはじめとするこれまでの研究成果を「京都精華大学 工芸文化データベース」に収録し、今後の研究の基礎環境を整備した。

5) 「アートと社会」をテーマとした教育プログラムの開発

2019年度にオランダで開催された国際アジア研究会議における国際会議「教育学としての工芸」に参加し研究発表<図2>をおこなうとともに、アジア、アフリカ、ヨーロッパ各国から参加した研究者とそれぞれの大学における工芸教育の現状について議論した。2020年度から日本を含むアジアの伝統工芸を題材に、持続可能な社会に必要な教育課題を整理し、教育プログラムや教材の検討を進め、今後は国際アジア研究会議参加大学とともに大学院における共通カリキュラム・教育手法を検討する。

<図2>国際アジア研究会議発表風景



事業成果

6) 伝統産業を題材とした教育プログラム開発

本学で約40年間取り組んできた「京都の伝統産業演習」にて蓄積してきた資料の活用法を探り、2019～2020年度にかけてすべての紙資料のデータ化をおこなった。今後は学内教員が閲覧可能な状態に整備し、伝統産業を軸とした地域連携教育の実践をより強化していく。また、その実験的な場として2018、2019年度に学生・教職員・学外者が参加可能な研究会「手仕事の学校」を開催した。

【ブランディング】

伝統産業イノベーションセンターの研究内容・成果を一般市民群、受験生群、研究者群、大学構成員群の4つのターゲットに訴求し、本学のブランド力向上を図った。事業実施期間である2018から2020年度の3年間の実績・成果は以下のとおりである。

1) 一般市民群(民間企業、地域社会、自治体)

伝統産業イノベーションセンターの特設WEBページ(日本語、英語)を構築し、伝統産業イノベーションセンターの活動内容の蓄積と発信を行い、10,469件のアクセスがあった。うち1,446件は海外からのアクセスであった。研究成果をはじめとした本事業に関するプレスリリースは19回おこない、のべ92件のメディアに掲載された。公開講座等を4回開催し、計340人が来場した。本学ギャラリー等における展示会は4回開催し、1,263人が来場した。京都府イベント「KYOTO KOUGEI WEEK」は2019、2020年度の2回開催し、1,599人が来場(オンライン含む)した。ブランドブック・折り紙は計13,000冊を配布した。またブランディングの発信拠点として叡山電車出町柳駅ビル2階に新たに「京都精華大学サテライトスペースDemachi」を開設した。

2) 受験生群(高校生、高校教員、社会人、留学生)

コンクール「SEIKA AWARD」を2019、2020年度に開催し、計1,832品が出品され、応募者の

	<p>うち48人が本学へ出願した。高大接続教育プログラムを開発し3校で実施し、計135人が参加した。本学の「表現」を切り口にキャラクターデザインやアイデア創出をテーマに実施し、高校生から非常に好評であった。新しい入試制度や高校教員向けワークショップについては高大接続改革の一環で組み入れる計画を立てたものの、本テーマを組み込むにいたらず、コロナ禍の影響もあり、実施できなかった。研究に関するプロモーションツールを制作し、WEBサイトにアップロード、SNSを用いた発信を行い、周知に努めた。社会人が受講できる公開講座は7回開講した。</p> <p>3) 研究者群 (国内の研究機関、国外の研究機関) シンポジウム・研究会を10回開催した。文字起こしをおこない、サマリーとして特設WEBサイトに開催報告をしている。また、国際シンポジウムについても2019、2020年度と2回開催した。フランス国立社会科学高等研究院 (EHESS) の協力を得て、2021年2月23日から3月14日の会期でフランス南部の植物園「ドメヌ・ド・レイオル (Domaine du Rayol)」で伝統文化の「表現」に関する展示会を催した。工芸文化データベースは2020年度に公開され、「KYOTO KOUGEI WEEK」をとおして公開した。</p> <p>4) 大学構成員群 (在学生、卒業生、保護者) 広報誌「木野通信」に関連情報を5回掲載し、卒業生をはじめとした関係者に配布した。学内の研究発表会では本事業に係る研究を3回発表した。同窓会誌「精華人」には2回掲載した。また、同窓会WEBページやホームカミングデーなどの媒体を活用し、ブランディングを図った。教育後援会でも事業に関する説明、伝統文化に関する講演会・ワークショップを開催した。FD/SD研修は2回開催し、本学のブランディング活動や研究活動に関して認識を共有した。</p> <p>上記のような施策を実施することで、本学の認知度が向上した。2019年度に芸術系の高校を中心とした直接アンケートで認知度55.9%であった。リクルート社が実施した大学ブランディング調査では本学の認知度は2018年度 25.9%、2019年度 29.5%、2020年度31.4%であり、大きな向上を示している。また、補足のデータとなるが日経BPコンサルティングが実施した大学ブランドイメージ調査 (近畿圏) の父母、ビジネスパーソン、教育機関関係者を対象とした認知度調査では父母が2018年度 73.0%、2019年度 78.9%、2020年度79.8%、ビジネスパーソンが2018年度 75.0%、2019年度 71.6%、2020年度77.9%、教育機関関係者が2018年度 85.4%、2019年度 84.8%、2020年度91.4%と、認知度が上昇傾向であることを示しており、研究の活性化と研究成果を素材とした大学ブランディングは一定の成果を得られたと考えている。</p> <p>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) からは「国際シンポジウムや海外での展示会開催によって、京都精華大学の国際展開や伝統産業といったブランドが担保された」、「一過性の取り組みではなく長期にわたる積み重ね型の活動が望ましい」といったコメントがあった。</p> <p>■事業方針 本学が私立大学研究ブランディング事業によって構築した研究基盤の主たるものは[京都精華大学 工芸文化データベース]である。今後は本データベースを起点に、[1.研究活動]～[2.論文・展覧会での成果発表]～[3.データベースによる情報整理・公開]～[4.新たな研究への展開]を研究サイクルの基本として確立する。恒常的な研究活動によってデータベースに蓄積した情報が新たな研究活動の萌芽となり、さらに研究を活性化することで、本学の伝統文化領域の研究成果を学術的・体系化にレベルアップしていく。</p> <p>■リソースの確保 前述の活動には基本的に学内予算を活用するが、新たな研究プロジェクトの原資となる外部資金の獲得を目指す。外部資金として、京都伝統産業のイノベーション促進事業という名目で広く支援を募るとともに、諸団体が運営する助成金への申請を積極的に行う。 あわせて、本事業の母体である伝統産業イノベーションセンターと国際マンガ研究センター、アフリカ・アジア現代文化研究センターが連携を深め、共同研究や国際展開を促進する体制を構築した。これらの3つの研究組織のマネジメントのために学長直下に全学研究機構を設置し、大学としてプライオリティを高く維持する。こうした体制による活動として2021年8月に開催予定である国際アジア研究会議で研究成果を発表する。これは本事業で進めた研究事業の集大成となると考えている。 また、本事業に関わった教職員は2021年度以降も一連の研究活動に携わることで、継続性を担保する。さらに大学院生にセンター内の研究への参加を認めるなど大学院との連携や研究員制度の構築によって、研究組織を強化する。 さらに具体的な達成目標として、データベースのデータ件数を毎年1,000件増やすことに加え、データベースを活用した研究会を年1回開催する。研究発表についても年1回以上のシンポジウムを開催する。 一方、ブランディングについても、補助事業と同様に学内の媒体を効果的に活用し進めていく。具体的には、特設ウェブサイトやSEIKA AWARDを継続的に運営し、広報誌「木野通信」や同窓会誌「精華人」、各種SNSを活用し、研究成果をリソースとした大学ブランディングを促進する。さらに、これまでの活動で広げたネットワークを活用し、年度末における活動報告やニュースレターなど送付することで本学の伝統産業に係る事業の認知を図るとともに参加を促す。</p>
事業成果	
今後の事業成果の活用・展開	