

平成25年度第2回（第6回）外部アドバイザー委員会報告書

1 開催場所

倉敷市立短期大学 大会議室

2 開催日時

平成26年3月18日（水） 13:30～15:07

3 出席者

①委員：出席7名（欠席1名）

江島学長（委員長）、高田委員、竹馬委員、乙部委員、陶山委員、佐藤委員、岸本委員
（欠席：河合委員）

②教職員：出席7名（欠席0名）

野村保育学科長、内田服飾美術学科長、三輪図書館長、安達学生部長、
田中学生部主幹、岩崎事務局長、峰尾事務局主幹

③オブザーバー：出席2名（欠席0名）

小野企画経営室室長、別府企画経営室主幹

4 次第

- (1) 学長挨拶
- (2) 外部アドバイザー委員自己紹介
- (3) 短期大学関係者自己紹介
- (4) 報告・審議事項

5 外部アドバイザー意見

- 意見1：公立短大として信頼度が高く、学費も安く私立にはない特性を生かすとよいのでは。岡山県内の大学として私立短大の知名度が著しく低いことはない。
- 意見2：自分も赴任して1年であるが、大学の門戸を地域に開いているという意味で地元の方が短大を訪れている姿が見られる。
- 意見3：服飾美術学科と地域との関わりは、今面白くなってきた。産業を観光資源としてやっ
ていこうとしている。産業振興の中で目玉となるのが児島のジーンズストリートやせんいのま
ち児島フェスティバル。学校でもジーンズウィークという催しをしている中で、非常に瀬戸内
80周年の事業を行っている中で盛り上がりを感じている。産業の面で頑張っているの
が、地域の中で産業だけの頑張りでは限界がある。産業のみならず、歴史文化も同時に発信す
ることにより内容をより濃いものに出来る。地域との交流や発信ということで短大の学生は生
き生きと活動しているし、学生がしていること自体が地域にとって刺激となっている。学生と
の接点が増えてきたと感じている。瀬戸内芸術祭は残念ながら児島と少し離れている。そこで
諦めることなく児島ブルーとして活動をしている。お金がないと出来ないと思ってしまうが
ちであるが、昨年秋、今年春も行う。色々な参画の仕方があるので学生の参加も期待してい
る。地域としての受入れもするので楽しみである。

- 意見4：イタリアのオロビアンコという会社がある。革製品を扱う会社であるが、和の製品に非常に興味を持っていて、児島の唐琴で縁を見たいと。ジーンズの紹介もしたのであるが、あちらの方は非常に生産過程に興味を持っている。昔からの生産過程など。学生にも商品・製品の工程を実際に見ていただくと面白いのではないかと。理解も深まり新しい発想へ広がるのではないかと思う。自分たちで気づいていない地域の特性が沢山あるのではないかと思う。我々も見直しをしていかなければならないが、逆に言えば学生の立場から見えてくるものもあるのでは。再発見に繋がるのではと期待している。
- 意見5：服飾美術学科は現在再生中。何とか立て直していきたいとの言葉は素晴らしい。是非、進めていただきたい。学科長、学科だけではなく事務局の応援も入って進めるべき。学科名が実態と違うがという意見があったが、卒業生もどんどん増え、これからもこの学科名で是と云えるであろう。学科名が実態を反映していないというべきか、学科名に相応しい実態というものを考えるべきか。原点に戻り倉敷市が市立短大にした、地場産業繊維産業の人材を送り込んでいこうという原点があり、おそらく今でもそれは変わらない。服飾美術学科というものを作った意味を大切にすべき。児島に作ったということは繊維産業と離れたものを作ってはいけない。ただし、100%をそれにしてしまうのではなく、10%20%異分子が混じっている、そういうものが刺激となるのでは。必ずしもアパレル100%ではなくてもよいのでは。許容範囲を広くし支援をするというのであれば異分子を入れるのもよいのではないかと思う。市立短大の位置づけ、主旨も考えつつ名称を考えるべき。明確な考えに基づいたものであれば受験生にも企業にもアピールできる。3つの履修モデルとはよいアイデア。学生にも重点をおく分野が必要である。アパレルとは少し違う履修モデルもよい。共通科目は必修にして選択科目は別にあるというのでよいのでは。受験生の減少に対しては、原因が分からないまでも、高校へPRに行くのは大切。その時必要なほどのようなことをしているのか、きちんとPRする。
- 意見6：学生たちは本当に生き生きとして頑張っていると感じている。自分から発信していくものを、新しいものを作っていただきたい。2年間という短い時間の中で非常に頑張っていると思う。
- 意見7：学科の名称に関して服飾美術学科というのは分かりにくい。美術という言葉が入っているからかと思う。服飾学科だと被服だと分かるが。学生生活から個性豊かなユニークな学生がいて面白いが、服飾美術学科の方に強調されていると感じる。どういう所に就職しているが気になる所である。美術に興味がある学生なのか、服飾に興味がある学生なのか。絞り込みが必要なのではないかと感じる。入学する学生に明確な勉強内容を伝えられるようにあった方がよいと思う。例として、こういう学生はこういう勉強をしてこういう所に就職した。そしてこういう風に活躍していると伝えられる。研究の経緯と就職先が見えるように。若い方はまずインターネットで検索するので、ホームページで見られるようにすればよいのでは。高校訪問も手段の一つかと思うが、ネットの利用も必要なのが時代の流れ。
- 意見8：洋服、デザインの方へ新しいものを作ろうとする若者に夢は必要であり、しかし多くある道の中で進む道をいくつか示すことも学生支援の一つではないか。
- 意見9：短大は市立という所が非常に魅力的。保護者が気にするのは就職先。短大に限らず「そこに行ったらどこに就職できるのか」を気にするし、高校生も将来に描く夢への道として進学先を考えるので、「入り口から出口までを示す」というのは高校側として大変ありがたい。四年

大の国公立であっても就職率が低い大学もある中で、服飾美術学科93%の就職率は素晴らしいので、そこをもっとPRすれば。現実との兼ね合いがあるとしても就職へ結びつくのであればよいのでは。

- 意見10：就職難の時に、とにかく「これがやりたい」という熱意を以て取り組む人材はありがたい。人材の多様化も社内の雰囲気もよいし、色々な特色を持った方がそれぞれを生かしながら仕事をしていくことが会社の将来性にもつながる。大学で経験したことではない職種で、自分自身も驚きながら現在の職業をこなしている、そういう人もいる。

以上