

2025年度 教員の自己点検・自己評価報告書

所属学部 学科	職位	氏名
経営学部 コミュニケーション・デザイン学科	助教	向島美奈子
最終学歴	学位	専門分野
京都芸術大学 大学院芸術研究科 芸術専攻	修士	グラフィックデザイン

I 教育活動

○理念・目標・方針・計画（方法）

【理念】

「デザインはすべての人の可能性を広げる力」という信念のもと、建学の精神である「真に信頼して事を任せうる人格の育成」を実現するため、実務家教員としての経験を活かし、デザインを通じて社会に貢献できる人材を育成する。

【目標】

- ・専門性を活かしたデザイン教育を通じて、学生の創造力と実践力を養成する
- ・業種を問わず活用できるデザイン思考とビジュアルコミュニケーション能力を育む
- ・学生一人ひとりの個性を尊重し、「オンリーワンを、一人に、ひとつ」を実現する

【方針】

- ・実務経験に基づく実践的な知識とスキルの伝達
- ・デザインの専門家に限らず、幅広い分野で活用できる汎用的なデザインスキルの教授
- ・学生の主体的な学びを促す参加型授業の実施

【計画（方法）】

- ・実践的な課題設定による問題解決型学習の実施
- ・最新のデザインツールやトレンドを取り入れた授業内容の更新
- ・学生の理解度に応じた段階的な学習プログラムの構築

○担当科目（前期・後期）

（前期）

基礎演習Ⅰ 総合演習Ⅰ メディアコンテンツ入門 東邦プロジェクトB EMEA 研究

（後期）

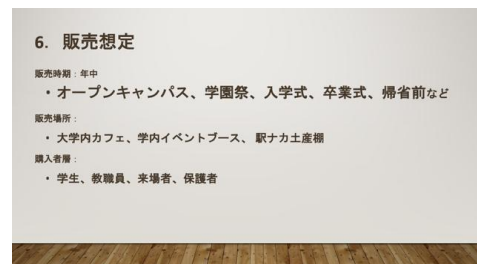
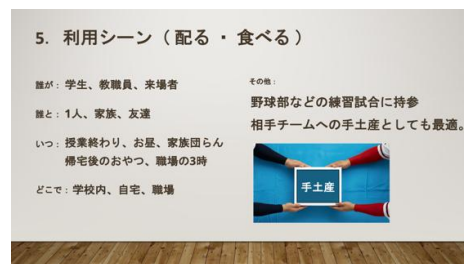
地域ビジネス特講Ⅱ ビジネス実務演習 基礎演習Ⅱ 総合演習Ⅱ 東邦プロジェクトA

○教育方法の実践

- ・基礎演習では、ゼミ全員で「名古屋グランパス・アイデアコンテスト」へ応募し、企画立案から企画書作成、プレゼンテーションまでを一連のプロジェクト型学習として実施した。企画経験の少ない学生が多い状況を踏まえ、アイデア発想の手法、課題設定、伝わる構成づくりを段階的に指導し、学生の主体的な協働とアウトプット力の向上を図った。
- ・メディアコンテンツ入門では、Canva を用いた自己紹介 Web サイト制作を通して情報設計とビジュアル表現の基礎を体験的に学ばせるとともに、Adobe Firefly 等の画像生成 AI を活用した演習を行い、最新ツールの活用方法と倫理的配慮（目的に沿った使用、表現の検討）を含めたりテラシ

ー形成を図った。

- ・東邦プロジェクト B では、名刺作成および大学 PR ポスターのデザイン制作を題材に、実務に近い課題設定で制作指導を行った。制作意図を言語化し、第三者に伝わるデザインへ改善するため、講評・フィードバックを重ね、学内外へ発信する媒体制作の基本（ターゲット設定、訴求点、視認性）を指導した。
- ・総合演習では「東邦大学オリジナル土産」をテーマに、パッケージデザインを中心とした実践課題に取り組みさせた。クリエイティブを専門としない学生にも取り組めるよう、リサーチ→コンセプト設計→企画書作成→デザイン制作→モックアップ制作→広告デザインまで、プロセスを分解して指導し、試作と改善を繰り返す学習を取り入れた。



9.パッケージデザイン①

- 【6個入り】四角タイプ
- 硬式野球部「東邦伝統純白デザイン」のユニフォームに合わせたパッケージデザイン。
- ・フォーマルな雰囲気のお土産として



9.パッケージデザイン②

- 【9個入り】丸型タイプ
- 野球ボールを形どった遊び心のあるパッケージデザイン。
- ・カジュアルな雰囲気のお土産として



○作成した教科書・教材

- ・全ての科目の講義資料を作成。スライド資料（keynote 約 50～60 枚/回）、動画資料（参考資料動画 5 分程度/回）
- ・クイズ問題を作成（約 5 問/回）

○自己評価

本年度は、「デザインはすべての人の可能性を広げる力」という理念に基づき、実務家教員としての経験を活かした実践的な授業運営を行った。特に、デザインを専門としない学生にも到達可能な段階的プロセス（リサーチ→企画→制作→検証→改善）を意識し、課題解決型学習を通じて創造力と実践力の育成を図った。

授業では、企画・プレゼンを含むプロジェクト型演習（アイデアコンテスト応募等）や、大学オリジナル土産のパッケージ制作など、社会や現場を意識した課題設定を行い、学生の主体性・協働性・発信力の向上につながった。また、Canva や画像生成 AI など最新ツールを授業に取り入れ、制作技術だけでなく、目的に応じた表現選択や情報整理の力を身につけさせることができた。

教材面では、各回のスライド資料や短時間の参考動画、クイズ問題を継続的に作成し、理解の定着と学習意欲の維持に努めた。学生の反応や理解度に応じて説明の仕方や課題の難易度を調整し、個別の支援やフィードバックも重ねたことで、学習成果の底上げに一定の効果があったと考える。

一方で、限られた授業時間の中で、制作指導・講評・個別対応のバランスを最適化することは今

後の課題である。今後は、評価基準や到達目標の可視化をさらに進めるとともに、振り返りの仕組みを整備し、学生が自ら改善点を見出しやすい授業設計へ発展させたい。

II 研究活動

○研究課題

コミュニケーション・デザイン領域における効果的な教育手法の研究と実践

○目標・計画

【目標】

デザインの民主化における教育的アプローチの確立

【計画】

教育実践の事例研究と成果分析の実施

○2018年4月から2026年3月の研究業績（特許等を含む）

なし

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

なし

○所属学会

日本ブランド経営学会

日本マーケティング学会

○自己評価

目標である「デザインの民主化における教育的アプローチの確立」に向けて、担当科目における実践を通じて、誰もが取り組めるデザイン学習の設計と有効性の検討を進めた。特に、デザインを専門としない学生にも到達可能な学習段階の設定、ツール活用の導入、アウトプットを通じた学びの可視化を意識し、教育的アプローチの輪郭を整理できた点は成果である。

一方で、計画として掲げた「教育実践の事例研究と成果分析の実施」については、本年度が取り組みの1年目であるため、比較・検証に足る成果物や記録の蓄積が十分ではなく、成果を分析としてまとめる枠組みの整備も含め、検証をより明確な形で提示する段階には至っていない。今後は、実践データの蓄積を進めながら事例研究として整理・分析し、目標の達成に向けた根拠を強化していきたい。

III 大学運営

○目標・計画

【目標】

学生募集活動への積極的な参画

【計画】

入試広報課と連携した高校での模擬授業の実施

○学内委員等

・地域・産学連携センター 運営委員会

・広報委員会

○学内外連携に関するデザイン制作

- ・上條ゼミからの依頼により、電子書籍「Z世代にもほどがある？」の表紙デザインを制作し、研究活動の成果発信を支援した。



- ・名古屋グランパス・アイデアコンテストに関連する募集チラシ (A4) およびデジタルサイネージ版、ブラッシュアップ講座チラシを制作し、学外連携事業の周知と参加促進に寄与した。制作にあたっては、目的・対象者に応じた情報整理と視認性、訴求点の設計を重視し、伝わる広報物としての品質向上に努めた。



○自己評価

【目標】である学生募集活動への積極的な参画に向けて、入試広報課と連携し、高校での模擬授業を複数回実施した。啓明高校、四日市メリノール高校（訪問授業2回・本学招待授業1回）、半田商業高校にて、学科の学びやデザインの面白さ・実用性が具体的に伝わる内容を意識して授業を構成し、高校生の進路選択に資する情報提供と学習意欲の喚起に努めた。

また、名古屋グランパス・アイデアコンテストの「ブラッシュアップ講座」（応募を検討している高校生向け）では、講座用スライドを作成し、企画のポイントをレクチャーした。単に手法を説明するだけでなく、「挑戦してよい」「応募してみよう」と思える心理的ハードルを下げることを意識し、参加者が応募へ踏み出す勇気を持てるよう背中を押す機会となった。

IV 社会貢献

○目標・計画

【目標】

実務家教員としての経験を活かした産学連携の推進

【計画】

企業や地域団体との連携プロジェクトの実施

○学会活動等

なし

○地域連携・社会貢献等

名古屋グランパス主催のアイデアコンテストにおいて、担当する1年生ゼミの学生が全員応募する取り組みを実施した。企画立案から企画書作成までを支援し、結果として応募チームのうち1チームが3位入賞を果たし、学生の学びを対外的な成果へつなげることができた。

○自己評価

名古屋グランパス・アイデアコンテストへの応募を通じて、学生が社会に向けて提案を行う機会をつくり、社会貢献に資する活動を実施できた点を成果と捉えている。企画経験の少ない学生が多い状況であったが、学生とのコミュニケーションを丁寧に重ね、進捗管理や方向性の調整を行いながら牽引したことで、全員応募の達成と入賞という具体的な成果につながった。

一方で、初年度は企画書を完成させることに注力する段階に留まり、提案の検証やブラッシュアップまでを十分に行う余地が無かった。今後は本年度の経験を土台として、学生が各自でコンテストに挑戦する心理的ハードルを下げ、主体的に地域課題へ向き合い提案できる学習環境へ発展させることで、継続的な地域連携・社会貢献につなげていきたい。

V その他の特記事項（学外研究、受賞歴、国際学術交流、自己研鑽等）

京都芸術大学大学院芸術研究科（通信教育課程）コミュニケーション・デザイン領域を修了した。修士課程では、コミュニケーション・デザイン領域に関する研究に取り組み、その成果をWeb卒業制作展にて発表した。

<https://www.kyoto-art.ac.jp/t/graduationworks/>





VI 総括

本年度は、実務家教員としての経験を活かし、デザインを専門としない学生にも到達可能な段階的な学習プロセスを設計し、課題解決型・プロジェクト型の授業を中心に教育活動を展開した。特に、名古屋グランパス・アイデアコンテストへの挑戦を授業実践と結びつけ、ゼミ生全員の応募を実現するとともに、入賞という成果にもつながった点は、学生の主体性と実践力を引き出す機会となった。

また、Canva や生成 AI 等の新しいツールを取り入れながら、表現技術の習得に留まらず、目的に応じた情報設計や伝達力の育成を重視して指導を行った。加えて、高校での模擬授業やブラッシュアップ講座の実施を通じて、大学の学びを学外へ発信し、学生募集活動・地域との接点づくりにも貢献した。

一方で、コミュニケーション・デザイン学科が発足 1 年目であることに加え、本年度の履修者は地域ビジネス学科の 2 年生以上が大半で、デザインへの関心や経験が十分ではない学生も多かった。そのため、教育実践として一定の成果は得られたものの、制作物の質や内容がコミュニケーション・デザイン学科の教育効果を分析するうえで最適なデータとして揃っているとは言い難い。次年度以降は、成果物・記録を事例研究として整理・分析し、教育効果をより明確に示していきたい。

以上