

経営協議会の学外委員からの意見を法人運営の改善に活用した主な取組事例 (平成29年度)

平成29年度の経営協議会において、学外委員からの意見を法人運営の改善に活用した主な取組事例は下記のとおりである。

記

- 藝大130周年を契機に毎年、海外から芸術家や教授が来て、魅力を求めて一緒に企画からコラボレート、ディベロップするようなイベントが出来るかと藝大の良さが出るのはないか。
(平成29年6月29日 第61回経営協議会)

(海外大学の教員・学生や招聘アーティストとの共同による多様なイベントの実施)

美術研究科では、パリ国立高等美術学校（エコール・デ・ボザール）、ロンドン芸術大学セントラル・セント・マーチンズ校、シカゴ美術館附属美術大学と、数か月間に渡る国際共同授業「グローバルアート共同カリキュラム」を実施し、その成果発表として、香川県東かがわ市讃州井筒屋敷および引田地区周辺にて、「Seeing Through the Garden 東西の自然観から物語へ」展を開催（2017年8月26日～9月17日）し、また、上野「文化の杜」新構想の一環として開催されたTOKYO数寄フェスティバルにおいて、東京・谷中地域内での「The Whole and The Part—部分と全体—」展を開催（2017年11月10～11月19日）した。

また、国際芸術創造研究科のアートプロデュース専攻では、ホーチミン市美術大学との交流事業として双方の教員・学生が共に東京・五島（長崎県）・ホーチミンにおけるリサーチ活動を行い、その成果物として冊子制作及び展覧会「三角測量」を開催した。さらに、シンガポールの南洋理工大学等の国内外の連携機関から教員を招聘し計30回を超える特別講義を実施したほか、ロンドン大学やコペンハーゲン大学等とも連携し、共同研究プロジェクトとして今日の世界におけるアートの役割等に関するシンポジウム等を開催した。

- 藝大の持つ理念・ビジョンを検討願いたい。
(平成29年6月29日 第61回経営協議会)

(周年事業を契機とした新たなブランディング戦略の策定と発信)

大学改革を一層推し進める姿勢を内外に向けアピールするため、本学創立130周年を契機とし、今後本学が進む10年の指針として、「革新的であること」「多様性があること」「国際

的であること」の3つの軸を掲げた「NEXT 10 Vision」を策定・発表するとともに、本学の新略称を「TOKYO GEIDAI」として、これまでの大学ロゴマークを一新するなど、大学ブランドのリニューアルを行った。

さらに、新たな広報媒体として、本学卒業生で、JR東日本Suicaのマスコットキャラクターなどを手掛けた、デザイナー坂崎千春氏による学長キャラクター「カズキチャマ」を制作し、学長の周知広報の強化を図るとともに、本学のブランディングを積極的に展開した。

○ 東京藝術大学が誇るものをいかに世界に発信するかが今後重要。

(平成29年10月26日 第62回経営協議会)

(創立130周年を契機とした「グローバル創造・発信」プロジェクトの実行)

平成29年度に創立130周年を迎えたことを機に、今後10年、本学が歩むべき方向性を全学的に議論し、「東京藝術大学 NEXT 10 Vision」定めた。そのビジョンの一つとして「国際的であること～もっと 世界へ、日本の芸術文化の発信を。」を掲げ、平成29年度はこれまで培ってきた国際的な取組をさらに発展させることとして、新たに「グローバル創造・発信」プロジェクトを立ち上げ、数々の取組を展開した。

具体的には、本邦との国交樹立120周年となるチリにおいて、チリ政府大統領府等との連携により、総勢80名の藝大フィルハーモニア管弦楽団による「日本チリ国交樹立120周年記念公演」を、チリ・サンティアゴ市立劇場等で開催したほか、1月には世界の各大陸を代表する芸術大学8大学の学長等を一堂に会し、21世紀における新しい芸術大学の在り方を問うシンポジウム「五大洲 アーツサミット2018」を本学において開催するなど、本学が有するコンテンツの国際発信及び緊密なグローバル展開のための環境構築を行った。