

基本計画書

基本計画								
事項	記入欄							備考
計画の区分	大学の収容定員に係る学則変更							
フリガナ設置者	ガッコウホウジン オオサカセイケイガクエン 学校法人 大阪成蹊学園							
フリガナ大学の名称	オオサカセイケイダイガク 大阪成蹊大学 (Osaka Seikei University)							
大学本部の位置	大阪府大阪市東淀川区相川3丁目10番62号							
大学の目的	<p>本学は人間の徳を涵養する成蹊の名を体し、幅広く深い教養と総合的な判断力を備えた豊かな人間性を培うとともに、深く専門の学芸を教授研究し、実践的な専門教育に重きを置く大学教育を施し、実社会において知的、道徳的及び応用的能力を展開し得る人材の育成を目的とする。</p>							
新設学部等の目的	<p>社会からの人材需要や高校生の進学ニーズの高まりに応え、芸術学部造形芸術学科における開講科目の充実と履修上の区分としてのコースの新設等を行い、時代に即した芸術教育の体系を整えて、教育内容の一層の充実を図ることを目的として、芸術学部造形芸術学科の入学定員を増やし、大阪成蹊大学の収容定員を変更する。なお、マネジメント学部及び教育学部の入学定員に変更はない。</p>							
新設学部等の概要	新設学部等の名称	修業年限	入学定員	編入学定員	収容定員	学位又は称号	開設時期及び開設年次	所在地
	マネジメント学部 マネジメント学科	年	人	年次 人	人		年 月 第 年次	大阪府大阪市東淀川区相川3丁目10番62号
		4	70	3年次 1	282	学士（経営学）	平成15年4月 第1年次 平成30年4月 第3年次	
	スポーツマネジメント学科	4	110	3年次 1	442	学士（経営学）	平成28年4月 第1年次 平成30年4月 第3年次	同上
	国際観光ビジネス学科	4	60	3年次 2	244	学士（経営学）	平成30年4月 第1年次 平成32年4月 第3年次	同上
	芸術学部 造形芸術学科	4	190 (177)	3年次 1	762 (710)	学士（芸術）	平成31年4月 第1年次 平成30年4月 第3年次	同上
	教育学部 教育学科 初等教育専攻	4	120	3年次 5	490	学士（教育学）	平成26年4月 第1年次 平成28年4月 第3年次	同上
	中等教育専攻	4	60	-	240	学士（教育学）	平成30年4月 第1年次	同上
計		610 (597)	3年次 10	2,460 (2,408)				
同一設置者内における変更状況 (定員の移行、名称の変更等)	該当無し							
教育課程	新設学部等の名称	開設する授業科目の総数					卒業要件単位数	
		講義	演習	実験・実習	計			
	-	- 科目	- 科目	- 科目	- 科目	- 単位		

教員組織の概要	学部等の名称		専任教員等					兼任教員	
			教授	准教授	講師	助教	計		助手
新設			人	人	人	人	人	人	
	教員組織の概要	マネジメント学部 マネジメント学科		7 (7)	6 (6)	3 (3)	0 (0)	16 (16)	1 (1)
スポーツマネジメント学科		8 (8)	2 (2)	4 (4)	0 (0)	14 (14)	0 (0)	8 (8)	
国際観光ビジネス学科		4 (4)	5 (5)	1 (1)	1 (1)	11 (11)	0 (0)	6 (6)	
芸術学部 造形芸術学科		12 (12)	12 (12)	4 (4)	2 (2)	30 (30)	0 (0)	87 (87)	
教育学部 教育学科		14 (14)	13 (13)	8 (8)	0 (0)	35 (35)	0 (0)	59 (59)	
計		45 (45)	38 (38)	20 (20)	3 (3)	106 (106)	1 (1)	— (—)	
既設	なし		— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	
	計		— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	
合計		45 (45)	38 (38)	20 (20)	3 (3)	106 (106)	1 (1)	— (—)	
教員以外の職員の概要	職種		専任		兼任		計		
	事務職員		60 (60)		8 (8)		68 (68)		
	技術職員		0 (0)		0 (0)		0 (0)		
	図書館専門職員		1 (1)		3 (3)		4 (4)		
	その他の職員		0 (0)		0 (0)		0 (0)		
計		61 (61)		11 (11)		72 (72)			
校地等	区分		専用	共用	共用する他の学校等の専用		計		
	校舎敷地		5,932.24 m ²	27,043.55 m ²	50,288.54 m ²		83,264.33 m ²		
	運動場用地		0 m ²	73,520.01 m ²	83,657.17 m ²		157,177.18 m ²		
	小計		5,932.24 m ²	100,563.56 m ²	133,945.71 m ²		240,441.51 m ²		
	その他		0 m ²	233.71 m ²	15,611.11 m ²		15,844.82 m ²		
	合計		5,932.24 m ²	100,797.27 m ²	149,556.82 m ²		256,286.33 m ²		
校舎		専用	共用	共用する他の学校等の専用		計			
		11,947.81 m ² (11,947.81 m ²)	24,276.31 m ² (24,276.31 m ²)	4,157.11 m ² (4,157.11 m ²)		40,381.23 m ² (40,381.23 m ²)			
教室等	講義室		演習室	実験実習室	情報処理学習施設	語学学習施設			
	19 室		43 室	163 室	13 室 (補助職員-人)	2 室 (補助職員-人)			
専任教員研究室		新設学部等の名称			室数				
		大学全体			83 室				
図書・設備	新設学部等の名称		図書 〔うち外国書〕 冊	学術雑誌 〔うち外国書〕 種	電子ジャーナル 〔うち外国書〕	視聴覚資料 点	機械・器具 点	標本 点	
	大学全体		298,963 [38,159] (298,963 [38,159])	10,204 [8040] (10,204 [8040])	7,907 [7,907] (7,907 [7,907])	6,456 (6,456)	3,449 (3,449)	34 (34)	
計		298,963 [38,159] (298,963 [38,159])	10,204 [8040] (10,204 [8040])	7,907 [7,907] (7,907 [7,907])	6,456 (6,456)	3,449 (3,449)	34 (34)		
図書館		面積		閲覧座席数		収納可能冊数			
		1,730.14 m ²		180 席		310,000 冊			
体育館		面積		体育館以外のスポーツ施設の概要		大学全体			
		2,357.27 m ²		該当なし		該当なし			

経費の見積り	区分		開設前年度	第1年次	第2年次	第3年次	第4年次	第5年次	第6年次	大学全体 図書購入費には電子 ジャーナルの整備費を 含む(運用コストを含 む)	
	教員1人当り研究費等			360千円	360千円	360千円	360千円	— 千円	— 千円		
	共同研究費等			3,000千円	3,000千円	3,000千円	3,000千円	— 千円	— 千円		
	図書購入費		4,400千円	4,400千円	4,400千円	4,400千円	4,400千円	— 千円	— 千円		
	設備購入費		17,500千円	5,500千円	5,500千円	5,500千円	5,500千円	— 千円	— 千円		
経費の積及維持方法の概要			第1年次	第2年次	第3年次	第4年次	第5年次	第6年次			
	マゼジメント学部		千円	千円	千円	千円	千円	千円	千円		
	マゼジメント学科		1,222	972	972	972	—	—	—		
	スポーツマネジメント学科		1,222	972	972	972	—	—	—		
	国際観光ビジネス学科		1,410	1,160	1,160	1,160	—	—	—		
	芸術学部										
	造形芸術学科		1,569	1,369	1,369	1,369	—	—	—		
	教育学部										
教育学科		1,410	1,160	1,160	1,160	—	—	—			
学生納付金以外の維持方法の概要				手数料収入、私立大学等経常費補助金収入等をもって充当する。							
既設大学等の状況	大学の名称		大阪成蹊大学								
	学部等の名称		修業年限	入学定員	編入学定員	収容定員	学位又は称号	定員超過率	開設年度	所在地	
	教育学研究科 教育学専攻		年	人	年次人	人	修士(教育学)	1.40 1.40	平成30年度	大阪府大阪市東淀川区 相川3丁目10番62号	
	マネジメント学部 マネジメント学科		4	70	3年次 1	430	学士(経営学)	1.09 1.07	平成15年度	同上	平成27年度入学定員減 (△20人) 平成27年度より3年次編 入学生募集停止(△40 人) 平成28年度入学定員減 (△90人) 平成30年度入学定員減 (△20人)
	スポーツマネジメント学科		4	110	3年次 1	290	学士(経営学)	1.17	平成28年度	同上	平成30年度入学定員増 (20人)
	国際観光ビジネス学科		4	60	3年次 2	60	学士(経営学)	1.01	平成30年度	同上	
	芸術学部										
	造形芸術学科		4	177	3年次 1	708	学士(芸術)	1.06 1.06	平成18年度	同上	平成27年度入学定員増 (147人)
	情報デザイン学科		—	—	—	—	学士(芸術)	—	平成18年度	同上	平成27年度より学生募集 停止
	環境デザイン学科		—	—	—	—	学士(芸術)	—	平成18年度	同上	平成27年度より学生募集 停止
	教育学部										
	教育学科							1.04 1.04			
	初等教育専攻		4	120	3年次 5	480	学士(教育学)	1.05	平成26年度	同上	平成27年度入学定員増 (20人)
	中等教育専攻		4	60	—	60	学士(教育学)	1.00	平成30年度	同上	平成30年度入学定員増 (60人)
	大学の名称		びわこ成蹊スポーツ大学								
学部等の名称		修業年限	入学定員	編入学定員	収容定員	学位又は称号	定員超過率	開設年度	所在地		
スポーツ学研究科 スポーツ学専攻		年	人	年次人	人	修士(スポーツ学)	0.65 0.65	平成24年度	滋賀県大津市北比良 1204番地		
スポーツ学部											
スポーツ学科		4	360	—	1,360	学士(スポーツ学)	1.11 1.11	平成27年度	同上	平成28年度入学定員増 (80人)	
生涯スポーツ学科		—	—	—	—	学士(スポーツ学)	—	平成15年度	同上	平成27年度より学生募集 停止	
競技スポーツ学科		—	—	—	—	学士(スポーツ学)	—	平成15年度	同上	平成27年度より学生募集 停止	

大 学 の 名 称		大阪成蹊短期大学								
学 部 等 の 名 称	修業年限	入学定員	編入学定員	取容定員	学位又は称号	定員超過率	開設年度	所 在 地		
	年	人	年次人	人		倍				
既設大学等の状況	総合生活学科	2	-	-	-	短期大学士 (生活デザイン) (食物)(栄養)	-	昭和26年度	大阪府大阪市東淀川区 相川3丁目10番62号	平成28年度より学生募集 停止
	生活デザイン学科	2	50	-	100	短期大学士 (生活デザイン)	1.12	平成28年度	同上	
	調理・製菓学科	2	120	-	240	短期大学士 (調理・製菓)	1.08	平成28年度	同上	
	栄養学科	2	120	-	240	短期大学士 (栄養)	0.88	平成28年度	同上	
	幼児教育学科	2	300	-	600	短期大学士 (幼児教育)	0.99	昭和31年度	同上	平成28年度入学定員増 (60人)
	観光学科	2	90	-	180	短期大学士 (観光)	1.13	昭和42年度	同上	
	グローバルコミュニケーション学科	2	30	-	60	短期大学士 (グローバルコミュニケーション)	1.03	平成15年度	同上	平成28年度入学定員減 (△20人)
	経営会計学科	2	50	-	100	短期大学士 (経営会計)	1.14	平成15年度	同上	平成28年度入学定員減 (△10人)
附属施設の概要		該当なし								

(注)

- 1 共同学科等の認可の申請及び届出の場合、「計画の区分」、「新設学部等の目的」、「新設学部等の概要」、「教育課程」及び「教員組織の概要」の「新設分」の欄に記入せず、斜線を引くこと。
- 2 「教員組織の概要」の「既設分」については、共同学科等に係る数を除いたものとする。
- 3 私立の大学又は高等専門学校の取容定員に係る学則の変更の届出を行おうとする場合は、「教育課程」、「教室等」、「専任教員研究室」、「図書・設備」、「図書館」及び「体育館」の欄に記入せず、斜線を引くこと。
- 4 大学等の廃止の認可の申請又は届出を行おうとする場合は、「教育課程」、「校地等」、「校舎」、「教室等」、「専任教員研究室」、「図書・設備」、「図書館」、「体育館」及び「経費の見積もり及び維持方法の概要」の欄に記入せず、斜線を引くこと。
- 5 「教育課程」の欄の「実験・実習」には、実技も含むこと。
- 6 空欄には、「-」又は「該当なし」と記入すること。

学校法人大阪成蹊学園 設置認可等に関わる組織の移行表

平成30年度	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	平成31年度	入学 定員	編入学 定員	収容 定員	変更の事由
大阪成蹊大学				大阪成蹊大学				
マネジメント学部		3年次		マネジメント学部		3年次		
マネジメント学科	70	1	282	マネジメント学科	70	1	282	
		3年次				3年次		
スポーツマネジメント学科	110	1	442	スポーツマネジメント学科	110	1	442	
		3年次				3年次		
国際観光ビジネス学科	60	2	244	国際観光ビジネス学科	60	2	244	
芸術学部		3年次		芸術学部		3年次		
造形芸術学科	177	1	710	造形芸術学科	<u>190</u>	1	<u>762</u>	定員変更(13)
教育学部				教育学部				
教育学科		3年次		教育学科		3年次		
初等教育専攻	120	5	490	初等教育専攻	120	5	490	
中等教育専攻	60	-	240	中等教育専攻	60	-	240	
計	597	10	2,408	計	<u>610</u>	10	<u>2,460</u>	
大阪成蹊大学大学院				大阪成蹊大学大学院				
教育学研究科				教育学研究科				
教育学専攻(M)	5	-	10	教育学専攻(M)	5	-	10	
	5	-	10		5	-	10	
びわこ成蹊スポーツ大学				びわこ成蹊スポーツ大学				
スポーツ学部				スポーツ学部				
スポーツ学科	360	-	1,440	スポーツ学科	360	-	1,440	
計	360	-	1,440	計	360	-	1,440	
びわこ成蹊スポーツ大学大学院				びわこ成蹊スポーツ大学大学院				
スポーツ学研究科(M)	10	-	20	スポーツ学研究科(M)	10	-	20	
計	10	-	20	計	10	-	20	
大阪成蹊短期大学				大阪成蹊短期大学				
生活デザイン学科	50	-	100	生活デザイン学科	50	-	100	
調理・製菓学科	120	-	240	調理・製菓学科	120	-	240	
栄養学科	120	-	240	栄養学科	120	-	240	
幼児教育学科	300	-	600	幼児教育学科	300	-	600	
観光学科	90	-	180	観光学科	90	-	180	
グローバルコミュニケーション学科	30	-	60	グローバルコミュニケーション学科	30	-	60	
経営会計学科	50	-	100	経営会計学科	50	-	100	
計	760	-	1520	計	760	-	1520	

① 都道府県内における位置関係の図面

①-1 大阪府

大阪成蹊大学
大阪市東淀川区相川3-10-62

茨木校地
大阪府茨木市彩都あさぎ



① -2 滋賀県

セミナーハウス
滋賀県大津市和邇北浜天川519



② 最寄り駅からの距離や交通機関がわかる図面



■ 阪急相川駅より東へ 200m。

阪急京都線(地下鉄堺筋線乗り入れ) 大阪「梅田駅」から「相川駅」下車、京都「河原町駅」から特急、急行で「高槻駅」で普通に乗換え、「相川駅」下車

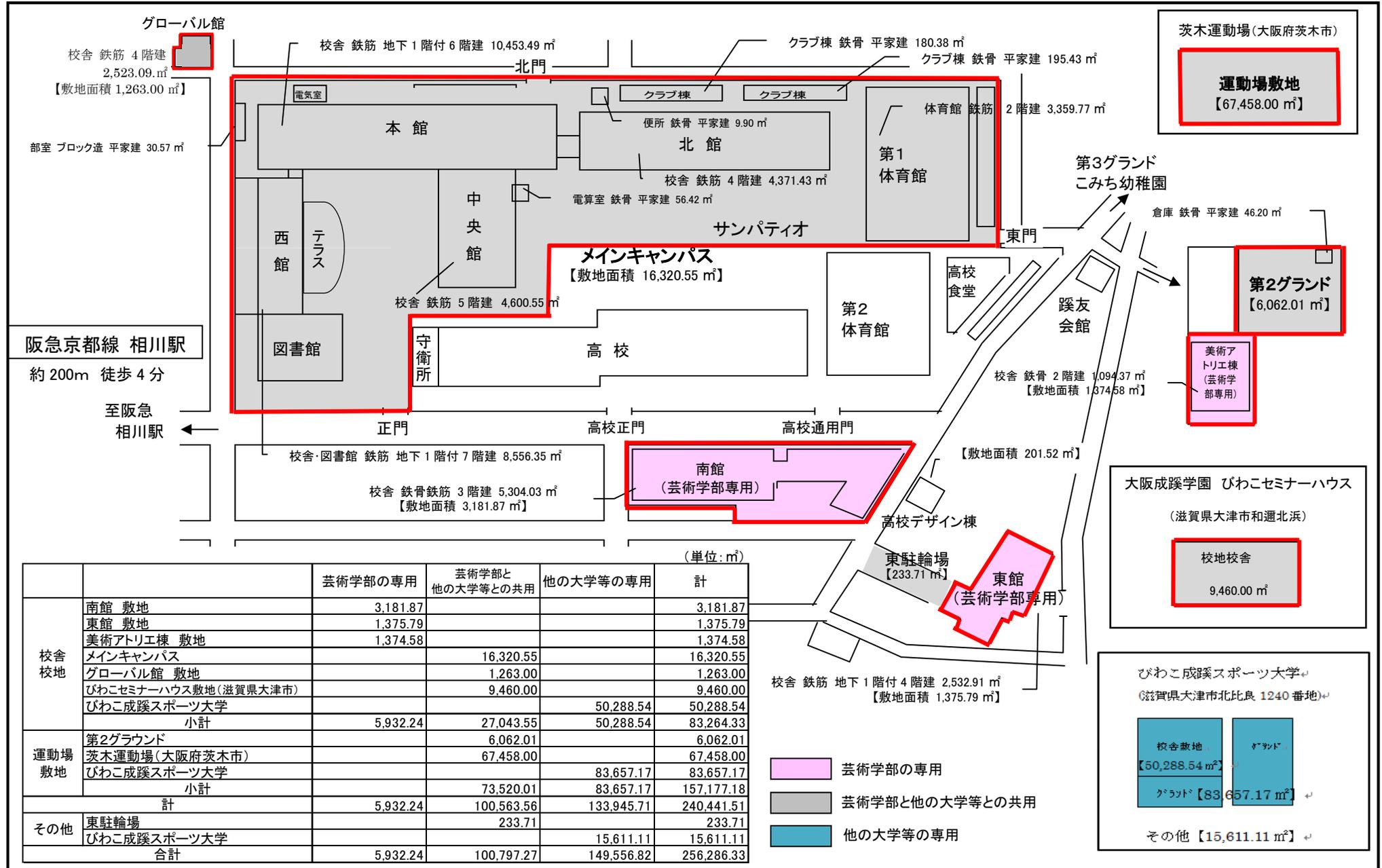
■ 地下鉄今里筋線井高野駅からスクールバス 5分。

JR 学研都市線「鳴野駅」で地下鉄今里筋線「鳴野駅」と連絡、京阪本線「関目駅」で地下鉄今里筋線「関目成育駅」と連絡、「井高野駅」下車

■ JR 京都線吹田駅下車、スクールバスで阪急相川駅前下車(10分)、東へ 250m。

JR 京都線「大阪駅」から普通で「吹田駅」下車、「京都駅」から快速で「茨木駅」で普通に乗換え「吹田駅」下車

③ 校舎、運動場等の配置図



(単位: m²)

	芸術学部の専用		芸術学部と他の大学等との共用		他の大学等の専用		計
	南館敷地	東館敷地	美術アトリエ棟敷地	メインキャンパス	グローバル館敷地	びわこセミナーハウス敷地(滋賀県大津市)	
校舎	3,181.87	1,375.79	1,374.58	16,320.55	1,263.00	9,460.00	
校地							50,288.54
	3,181.87	1,375.79	1,374.58	16,320.55	1,263.00	9,460.00	50,288.54
小計	5,932.24	27,043.55		50,288.54			83,264.33
運動場							
敷地							
		6,062.01	67,458.00				
小計		73,520.01					83,657.17
計	5,932.24	100,563.56		133,945.71			240,441.51
その他							
			233.71				233.71
				15,611.11			15,611.11
合計	5,932.24	100,797.27		149,556.82			256,286.33

第1章 総則

第1節 目的及び自己点検・評価

（目的）

第1条 本学は人間の徳を涵養する成蹊の名を体し、幅広く深い教養と総合的な判断力を備えた豊かな人間性を培うとともに、深く専門の学芸を教授研究し、実践的な専門教育に重きを置く大学教育を施し、実社会において知的、道徳的及び応用的能力を展開し得る人材の育成を目的とする。

（自己点検・評価）

第2条 本学は、その教育水準の向上を図り、前条の目的及び社会的使命を達成するため、本学における教育研究活動等の状況について自ら点検及び評価を行うものとする。

2 前項の点検及び評価の実施に関する規程は、別に定める。

第2節 組織

（学部、学科及び収容定員）

第3条 本学に、次の学部、学科を置く。

- マネジメント学部
 - マネジメント学科
 - スポーツマネジメント学科
 - 国際観光ビジネス学科
- 芸術学部
 - 造形芸術学科
- 教育学部
 - 教育学科

2 前項の学部、学科における教育研究目的は次の各号に掲げるとおりとする。

（1） マネジメント学部

現代の社会・経済・経営・情報環境におけるビジネスとマネジメントを学び、グローバル化・情報化の進展する現代産業社会において、複雑化・多様化する経営上の諸問題を解決しうる能力を持った人材を育成する。

① マネジメント学科

現代の社会・経済・経営・情報環境の下で求められる「ビジネスとマネジメント、及び情報処理に関する基礎的能力とスキル」及び「コミュニケーションに関する基礎的能力とスキル」を備え、現代の多様な経営課題の解決に貢献できる人材を育成する。

② スポーツマネジメント学科

現代の社会・経済・経営・情報環境の下で求められる「スポーツ産業に係るビジネスとマネジメントに関する基礎的能力とスキル」及び「コミュニケーションに関する基礎的能力とスキル」を備え、スポーツ産業における現代の多様な経営課題の解決に貢献できる人材を育成する。

③ 国際観光ビジネス学科

現代の社会・経済・経営・情報環境の下で求められる「グローバル化が進む産業及び観光関連産業に係るビジネスとマネジメントに関する基礎的能力とスキル」及び「国際コミュニケーションに関する基礎的能力とスキル」を備え、グローバル化が進む産業及び観光関連産業における現代の多様な経営課題の解決に貢献できる人材を育成する。

（2） 芸術学部 造形芸術学科

芸術的教養や芸術的表現能力を育成するとともに、専門領域を超えた幅広い視野と知識を持ち、社会の要請を敏感に感じ取り社会との関わりにおいてその芸術的感性や表現能力

を生かし、伝統的な造形表現と未来を開く革新的な造形思考との往還の中に現代人の置かれたさまざまな局面を捉え、未来的な展望のもとに個性豊かな表現の可能性を追求できるとともに、心豊かな社会の実現に寄与することのできる人材の育成をする。

(3) 教育学部 教育学科

時代が求める新しい教育への対応と普遍的な教育の営みとを総合的・専門的に学修し、未来を切り拓く子どもの「生きる力」を育むことのできる幅広い教養をもった専門職業人を育成する。

3 前項の各学部置く学科、入学定員、編入学定員及び収容定員は、次のとおりとする。

学部	学科	入学定員	第3年次 編入学定員	収容定員	
マネジメント学部	マネジメント学科	70	1	282	
	スポーツマネジメント学科	110	1	442	
	国際観光ビジネス学科	60	2	244	
	計	240	4	968	
芸術学部	造形芸術学科	190	1	762	
教育学部	教育学科	初等教育専攻	120	5	490
		中等教育専攻	60	0	240
	計	180	5	730	
合計		610	10	2460	

(大学院)

第3条の2 本学に、大学院を置く。

2 大学院に関する学則は、別に定める。

(図書館)

第4条 本学に、図書館を置く。

2 図書館に関し必要な事項は、別に定める。

(保健センター)

第5条 本学に、保健センターを置く。

2 保健センターに関し必要な事項は、別に定める。

(事務)

第6条 本学に事務組織を置く。

2 事務組織に関し必要な事項は、別に定める。

第3節 教職員組織

(教職員)

第7条 本学に学長、教授、准教授、助教、助手及び事務職員を置く。ただし、教育研究上の組織編制として適切と認められる場合は、准教授、助教又は助手を置かないことができる。

2 本学に、前項のほか、副学長、学部長、講師、技術職員その他必要な職員を置くことができる。

(職務)

第8条 学長は、本学を代表し校務を掌り、所属教職員を統括する。教授は、専攻分野について、教育上、研究上又は実務上の特に優れた知識、能力及び実績を有する者であって、学生を教授し、その研究を指導し、又は研究に従事する。准教授は、専攻分野について、教育上、研究上又は実務上の優れた知識、能力及び実績を有する者であって、学生を教授し、その研究を指導し、又は

研究に従事する。助教は、専攻分野について、教育上、研究上又は実務上の知識及び能力を有する者であって、学生を教授し、その研究を指導し、又は研究に従事する。助手は、その所属する組織における教育研究の円滑な実施に必要な業務に従事する。講師は教授又は准教授に準ずる職務に従事する。

- 2 その他の事務職員の職務については、別に定める。

第4節 評議会及び教授会

(評議会)

第9条 本学に、本学の教育研究に関する重要事項を審議するため評議会を置く。

- 2 評議会に関し必要な事項は、別に定める。

(教授会)

第10条 学部に、学部の教育研究に関する重要事項を審議するため教授会を置く。

- 2 教授会に関し必要な事項は、別に定める。

第2章 学部通則

第1節 学年、学期及び休業日

(学年)

第11条 学年は、4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。

(学期)

第12条 学年を、次の2学期に分ける。

前学期 4月1日から9月30日まで

後学期 10月1日から翌年3月31日まで

(休業日)

第13条 休業日は、次のとおりとする。

- (1) 日曜日
 - (2) 国民の祝日に関する法律(昭和23年法律第178号)に規定する休日
 - (3) 本学園の創立記念日(4月20日)
 - (4) 春期休業日(3月1日から3月31日まで)
 - (5) 夏期休業日(7月21日から8月31日まで)
 - (6) 冬期休業日(12月24日から翌年1月6日まで)
- 2 必要がある場合は、学長は、前項の休業日を臨時に変更することができる。
 - 3 第1項に定めるもののほか、学長は、臨時の休業日を定めることができる。

第2節 修業年限及び在学期間

(修業年限)

第14条 本学の修業年限は、4年とする。

- 2 在学期間は、8年を超えることはできない。ただし、第20条第1項、第21条第1項及び第22条第1項の規定により入学を許可された者は、それぞれの在学すべき年数の2倍に相当する年数を超えて在学することはできない。

第3節 入学、編入学、再入学、休学、復学、転学、退学、除籍及び復籍等

(入学時期)

第15条 入学時期は学年の始めから30日以内とする。ただし、転入学及び再入学については、学期

の始めとすることができる。

(入学資格)

第16条 大学に入学することができる者は、次の各号の一に該当する者とする。

- (1) 高等学校若しくは中等教育学校を卒業した者
- (2) 通常の課程による12年の学校教育を修了した者(通常の課程以外の課程によりこれに相当する学校教育を修了した者を含む。)
- (3) 外国において学校教育における12年の課程を修了した者又はこれに準ずる者で文部科学大臣の指定したもの
- (4) 文部科学大臣が高等学校の課程と同等の課程を有するものとして認定した在外教育施設の当該課程を修了した者
- (5) 専修学校の高等課程(修業年限が3年以上であることその他の文部科学大臣が定める基準を満たすものに限る。)で文部科学大臣が別に指定したものを文部科学大臣が定める日以後に修了した者
- (6) 文部科学大臣の指定した者
- (7) 高等学校卒業程度認定試験規則による高等学校卒業程度認定試験に合格した者(旧規程による大学入学資格検定(以下「旧検定」という。)に合格した者を含む。)
- (8) 学校教育法第90条第2項の規定により大学に入学した者であって、本学において、大学における教育を受けるにふさわしい学力があると認めたもの
- (9) 本学において、個別の入学資格審査により、高等学校を卒業した者と同等以上の学力があると認めた者で、18歳に達したもの

(入学の出願)

第17条 本学に入学を志願する者は、入学志願票に別に定める書類及び第54条に定める検定料を添えて願い出なければならない。

(入学者の選考)

第18条 前条の入学志願者については、別に定めるところにより、選考を行う。

(入学手続及び入学許可)

第19条 前条の選考の結果に基づき合格の通知を受け、入学しようとするものは、所定の期日までに、所定の書類を提出するとともに、所定の入学手続料を納付しなければならない。

2 学長は、前項の入学手続を完了した者に入学を許可する。

(編入学)

第20条 次の各号の一に該当する者で、本学へ編入学を志願する者があるときは、選考の上、学長は相当の年次に入学を許可することがある。

- (1) 高等専門学校又は短期大学(外国の短期大学を含む。)を卒業した者
 - (2) 大学(外国の大学を含む。)を卒業した者又は学校教育法第104条第4項の規定により学士の学位を授与された者
 - (3) 他の大学(外国の大学を含む。)に2年以上在学し、所定の単位を修得した者
 - (4) その他法令により大学の途中年次に入学できるものと認められている者
- 2 前項の規定により、編入学を許可された者の既に履修した授業科目及び単位数の取扱いについては、当該学部の教授会の審議を経て、学部長が決定する。

(再入学)

第21条 やむを得ない事由により本学を退学した者で、同一学科に再入学を志願する者があるときは、選考の上、学長は相当年次に再入学を許可することがある。

2 前項の規定により、再入学を許可された者の既に履修した授業科目及び単位数の取扱いについて

は、当該学部の教授会の審議を経て、学部長が決定する。

(転入学)

第22条 他の大学(外国の大学を含む。)に在学している者で、本学への転入学を志願する者があるときは、選考の上、学長は相当年次に入学を許可することがある。

2 前項の規定により、転入学を許可された者の既に履修した授業科目及び単位数の取扱いについては、当該学部の教授会の審議を経て、学部長が決定する。

(転学部及び転学科)

第23条 他の学部に転学部を志願する者は、転学部先の学部教授会の審議を経て、学長が許可することがある。

2 他の学科に転学科を志願する者は、学部教授会の審議を経て、学長が許可することがある。

3 第1項及び第2項の規定により、転学部又は転学科を許可された者の既に履修した授業科目及び単位数の取扱いについては、新たに所属することとなる学部の教授会の審議を経て、学長が決定する。

(準用)

第24条 第17条、第18条及び第19条の規定は、第20条、第21条及び第22条の規定により入学するものに準用する。

(休学)

第25条 学生は、疾病その他正当な事由により2月以上修学することができないときは、学長の許可を得て休学することができる。

2 疾病のため就学することが適当でないと認められる者については、学長が休学を命ずることができる。

(休学期間)

第26条 休学期間は、1年以内とする。ただし、特別の理由がある場合は、1年を限度として休学期間の延長を認めることができるが、通算3年を超えることはできない。

2 休学期間は、第14条に定める在学期間に算入しない。

(復学)

第27条 休学期間中に、その事由が消滅したときは、学長の許可を得て復学することができる。

(転学)

第28条 他の大学に、入学又は転入学を志願しようとする者は、学長の許可を受けなければならない。

(留学)

第29条 外国の大学又は短期大学で修学することを志願する者は、学長の許可を得て留学することができる。

2 前項により留学した期間は、第14条の定める修業年限に含めることができる。

3 第1項による留学期間中に履修した授業科目について修得した単位の取扱いは、第39条第2項の規定を準用する。

(退学)

第30条 退学をしようとする者は、学長の許可を得なければならない。

(除籍)

第31条 次の各号の一に該当する者は、当該学部の教授会の審議を経て、学長が除籍する。

- (1) 授業料の納付を怠り、督促してもなお納付しない者
- (2) 第14条第2項に定める在学年限を越えた者
- (3) 第26条に定める休学期間を超えてなお修学できない者
- (4) 長期間にわたり行方不明で修学できない者

(復籍)

第32条 前条(1)により除籍となった者が復籍を希望する場合は、学長の許可を得て復籍することができる。

第4節 教育課程及び履修方法等

(教育課程の編成方針)

第33条 本学は、学部及び学科の教育上の目的を達成するために必要な授業科目を開設し、体系的に教育課程を編成するものとする。

2 教育課程の編成に当たっては、学部の学科に係る専門の学芸を教授するとともに、幅広く深い教養及び総合的な判断力を培い、豊かな人間性を涵養するよう適切に配慮するものとする。

(教育課程の編成方法等)

第34条 教育課程は、各授業科目を必修科目、選択科目及び自由科目に分け、これを各年次に配当して編成するものとする。

2 授業科目及びその単位数並びに履修方法については、別に定める。

(授業の方法等)

第35条 授業は、講義、演習、実験、実習、若しくは実技のいずれかにより又はこれらの併用により行うものとする。

(単位)

第36条 授業科目の単位の計算方法は、1単位の授業科目を45時間の学修を必要とする内容をもって構成することを標準とし、次の基準によるものとする。

- (1) 講義及び演習については、15時間から30時間までの範囲で別に定める時間の授業をもって1単位とする。
 - (2) 実験、実習及び実技については、30時間から45時間までの範囲で別に定める時間の授業をもって1単位とする。
- 2 前項の規程にかかわらず、卒業論文、卒業研究、卒業制作等の授業科目についてはこれらの学修の成果を評価して単位を与えることができる。

(単位の授与)

第37条 授業科目を履修し、その試験に合格した者には、担当教員が所定の単位を与える。

(他の学部の授業科目の履修等)

第38条 教育上有益と認められるときは、学生は、他の学部の授業科目を履修し、その単位を修得することができる。

2 他の学部の授業科目の履修に関し必要な事項は、別に定める。

(他の大学又は短期大学における授業科目の履修等)

第39条 教育上有益と認めるときは、学生が他の大学又は短期大学において、履修した授業科目について修得した単位は60単位を超えない範囲で本学における授業科目の履修により修得したものとみなすことができる。但し、保育士に関する授業科目については30単位以内とする。

- 2 前項の規定は、外国の大学又は短期大学に留学し修得した場合に準用する。
- 3 他の大学又は短期大学における授業科目の履修に関し必要な事項は、別に定める。

(大学以外の教育施設等における学修)

第40条 教育上有益と認めるときは、学生が行う短期大学又は高等専門学校の専攻科における学修その他文部科学大臣が別に定める学修を、当該学部の教授会の審議を経て、当該学部長が本学における授業科目の履修により修得したものとみなすことができる。

- 2 前項の規定により与えることができる単位数は、前条第1項により本学において修得したものとみなす単位数と合わせて60単位を超えないものとする。但し、保育士に関する授業科目については30単位以内とする。
- 3 大学以外の教育施設等における学修に関し必要な事項は、別に定める。

(入学前の既修得単位等の認定)

第41条 教育上有益と認めるときは、学生が本学に入学する前に大学又は短期大学(外国の大学又は短期大学を含む。)において履修した授業科目について修得した単位を、入学後の本学における授業科目の履修とみなし単位を与えることができる。

- 2 教育上有益と認めるときは、学生が本学に入学する前に行った前条第1項に規定する学修を、学部教授会の審議を経て、当該学部長が本学における授業科目の履修とみなし単位を与えることができる。
- 3 前2項により修得したものとみなし、又は与えることができる単位数は、編入学及び転入学の場合を除き、本学において修得した単位以外のものについては、合わせて60単位を超えないものとする。但し、保育士に関する授業科目については30単位以内とする。
- 4 既修得単位等の認定に関し必要な事項は、別に定める。

(成績の評価)

第42条 成績評価は、秀・優・良・可及び不可をもって表し、可以上を合格とする。

(教育職員免許状)

第43条 教育職員免許状授与の所要資格を取得しようとする者は、教育職員免許法(昭和24年法律第147号)及び教育職員免許法施行規則(昭和29年文部省令第26号)に定める所定の単位を修得しなければならない。

- 2 本学において当該所要資格を取得できる教育職員免許状の種類及び教科は、別表のとおりとする。

(司書教諭資格)

第43条の2 司書教諭の資格を取得しようとする者は、小学校教諭、中学校教諭もしくは高等学校教諭のいずれかの免許状授与に必要な所定の単位の修得のほか、学校図書館法(昭和28年法律第185号)及び学校図書館司書教諭講習規程(昭和29年文部省令第21号)に定める所定の単位を修得しなければならない。

(保育士資格)

第43条の3 教育学部の学生で保育士資格を取得しようとする者は、児童福祉法(昭和22年法律第164号)及び児童福祉法施行規則(昭和23年厚生省令第11号)に定める所定の単位を修得しなければならない。

(博物館学芸員資格)

第44条 芸術学部の学生で博物館法(昭和26年法律第285号)同法施行規則(昭和30年文部省令第24号)に規定する博物館に関する科目及び別に定める科目の単位を取得した者には、学芸員の資格証明書を授与する。

第5節 卒業及び学位

(卒業)

第45条 本学に第14条の規定による修業年限以上在学し、次に掲げる単位数を修得した者については、当該学部の教授会の審議を経て、学長が卒業を認定する。

マネジメント学部

科目区分	卒業必要単位数		
大学共通科目	38単位以上	124単位以上	
専門科目	学部共通専門科目		20単位以上
	学科別専門科目		48単位以上
自由枠	大学共通科目若しくは専門科目	18単位以上	

芸術学部

科目区分	卒業必要単位数		
大学共通科目	36単位以上	124単位以上	
専門科目	学部専門科目		34単位以上
	学科専門科目		44単位以上
自由枠	大学共通科目若しくは専門科目	10単位以上	

教育学部

科目区分	卒業必要単位数		
大学共通科目	22単位以上	124単位以上	
専門科目	専門基礎科目		48単位以上
	専門選択科目		10単位以上
	実践研究科目		22単位以上
	教職キャリア科目		4単位以上
自由枠	大学共通科目若しくは専門科目	18単位以上	

(学位)

第46条 卒業した者には、学士の学位を授与する。

2 学位の授与等に関し必要な事項は、別に定める。

3

第6節 賞罰

(表彰)

第47条 優秀な学業成績を修め又は模範となる行為のあった学生に対しては、当該学部の教授会の審議を経て学長が表彰することができる。

(懲戒)

第48条 学生が、本学の諸規則及び諸指示を守らないときは、別に定めるところにより、学長が懲戒する。

2 懲戒の種類は、訓告、停学及び退学とする。

3 前項の懲戒のうち、退学については、次の各号に該当する者に対して行うことができる。

(1) 性行不良で改善の見込みがないと認められる者

(2) 正当な理由なくして出席が常でない者

(3) 本学の秩序を乱し、その他学生としての本分に著しく反した者

第7節 研究生、聴講生、科目等履修生、単位互換履修生及び外国人留学生

(研究生)

第49条 本学において、特別の専門事項について研究することを志願する者があるときは、本学の教育研究に支障のない場合に限り、選考の上、研究生として入学を許可することができる。

2 研究生に関し必要な事項は、別に定める。

(聴講生)

第50条 本学において、特定の授業科目を聴講することを志願する者があるときは、本学の教育研究に支障のない場合に限り、選考の上、聴講生として入学を許可することができる。

2 聴講生に関し必要な事項は、別に定める。

(科目等履修生)

第51条 本学の学生以外の者で、一又は複数の授業科目について履修することを志願する者について、本学の教育研究に支障のない場合に限り、選考の上、科目等履修生として入学を許可し、単位を与えることができる。

2 科目等履修生に関し必要な事項は、別に定める。

(単位互換履修生)

第52条 他の大学又は短期大学(外国の大学又は短期大学を含む。以下この項において「他の大学等」という。)の学生で、本学において授業科目を履修することを志願する者があるときは、当該他の大学等との協議に基づき、単位互換履修生として、入学を許可することができる。

2 単位互換履修生に関し必要な事項は、別に定める。

(外国人留学生)

第53条 外国人で、本学において教育を受ける目的をもって入国し、本学に入学を志願する者があるときは、選考の上、外国人留学生として入学を許可することができる。

2 外国人留学生に関し必要な事項は、別に定める。

3

第8節 入学検定料、入学金及び授業料等

(入学検定料)

第54条 本学への入学志願者は、別に定める入学検定料を納めなければならない。

(入学金、授業料及び教育充実費)

第55条 入学金及び授業料並びに教育充実費(以下、「授業料等」という。)の額は次のとおりとする。

種別	年額			
	マネジメント学部		芸術学部	教育学部
	マネジメント学科 スポーツマネジメント学科	国際観光 ビジネス学科		
入学金	250,000円	250,000円	200,000円	250,000円
授業料	775,000円	963,000円	1,172,000円	850,000円
教育充実費	197,000円	197,000円	197,000円	310,000円

2 外国人留学生、科目等履修生及び研究生の入学検定料、入学金及び授業料等については、別に定める。

(授業料等の納期)

第56条 入学金の納期は、入学時とし、授業料等の納期は、各年度に係わる授業料等については前期及び後期の2期に区分して行うものとし、それぞれの期において納入する額は年額の2分の1に相当する額とする。

- 2 授業料等の納期は、前期分にあたっては4月30日まで、後期分にあたっては10月2日までに納入しなければならない。
- 3 本学において特別の事情があると認められた者は、前項の規定にかかわらず分納又は延納を認めるものとする。
- 4 前項の分納又は延納の期限等については、別に定める。

(その他の納付金)

第57条 実験実習費その他必要な費用は別に徴収する。

(復学等の場合の授業料等)

第58条 学年の中途において復学した者の授業料等の額は、授業料等の年額の12分の1に相当する額に復学の日の属する月から当該学期末までの月数を乗じた額とし、これを復学した日の属する月に納入しなければならない。

(休学の場合の授業料等)

第59条 休学期間中の授業料等は免除する。

- 2 前期又は後期の途中で休学した者は、休学許可された月の翌月から復学した月の前月までの授業料等を免除する。
- 3 休学者は、休学期間中の在籍料を納付しなければならない。
在籍料 年額 30,000円

(退学等の場合の授業料等)

第60条 退学、転学する者は、その当該期までの授業料等は全額を納入しなければならない。

(授業料等の免除)

第61条 経済的理由により授業料等の納入が困難と認められる者、休学中の者、その他特別の理由があると認められる者に対しては、授業料等の全額若しくは一部を免除し、又は授業料等を分納して納入させることができる。

- 2 授業料等の減免等に関し必要な事項は別に定める。
- 3

第9節 公開講座

(公開講座)

第62条 地域社会の教育と文化・芸術の向上に資するため、必要に応じて公開講座を開設する。

附 則

- 1 この学則は、平成15年4月1日から施行する。
- 2 ただし、平成15年度、16年度においては、芸術学部は第3条第2項の第3年次編入学定員にかかわらず、3年次に220名の入学生を受け入れることができる。

附 則(平成17年4月1日)

- 1 この学則は、平成17年4月1日から施行し、平成17年度入学生から適用する。
- 2 平成15年度、16年度入学生については、従前の例による。

附 則(平成18年4月1日)

改正 平成24年3月23日

- 1 この学則は、平成18年4月1日から施行し、平成18年度入学生から適用する。
- 2 平成15年度、16年度、17年度入学生については、従前の例による。

(学科の存続に関する経過措置)

大阪成蹊大学 芸術学部美術・工芸学科、デザイン学科は改正後の第3条の規定にかかわらず、当該学科に在学する者が当該学科に在学しなくなるまでの間、存続するものとする。

(教職課程の存続に関する経過措置)

大阪成蹊大学 芸術学部美術・工芸学科、デザイン学科は改正後の第43条の規定にかかわらず、当該学科に在学する者が当該学科に在学しなくなるまでの間、存続するものとする。

附 則(平成18年11月16日)

この学則は、平成19年4月1日から施行する。

附 則(平成20年1月24日)

この学則は、平成20年4月1日から施行する。

附 則(平成21年4月1日)

この学則は、平成21年4月1日から施行する。

附 則(平成21年11月17日)

この学則は、平成22年4月1日から施行する。

附 則(平成21年12月15日)

この学則は、平成23年4月1日から施行する。

改正後の学則第3条の規定は、平成23年度の入学生及び編入学生から適用する。

附 則(平成22年7月20日)

この学則は、平成22年9月1日から施行する。

附 則(平成22年9月21日)

この学則は、平成23年4月1日から施行し、平成23年度入学生から適用する。

附 則(平成24年2月23日)

この学則は、平成24年4月1日から施行する。ただし、第45条については、平成24年度の入学生及び平成26年度の編入学生から適用する。

附 則(平成24年3月23日)

この学則は、平成24年4月1日から施行する。

平成18年4月1日附則の2(学科の存続に関する経過措置)(教職課程に関する経過措置)については、平成24年3月22日現在、当該学科に在学する者がいなくなるため、平成24年3月31日をもって解除する。

附 則(平成24年3月23日)

この学則は、平成24年4月1日から施行する。ただし、第59条第3項については、平成24年度の入学生及び編入学生から適用する。

附 則(平成25年3月26日)

この学則は、平成26年4月1日から施行する。

附 則(平成25年3月26日)

- 1 この学則は、平成26年4月1日から施行する。
- 2 第3条に規定する芸術学部情報デザイン学科、環境デザイン学科及び美術学科の学生定員は、同条に係わらず、平成26年度から平成28年度まではそれぞれ次のとおりとする。

年度	芸術学部									合計
	情報デザイン学科			環境デザイン学科			美術学科			
	入学定員	第3年次編入学定員	収容定員	入学定員	第3年次編入学定員	収容定員	入学定員	第3年次編入学定員	収容定員	
平成26年度	97	0	315	30	0	169	30	0	138	622
平成27年度	97	0	334	30	0	150	30	0	130	614
平成28年度	97	0	361	30	0	135	30	0	125	621

附 則(平成26年2月20日)

この学則は、平成27年4月1日から施行し、平成27年度入学生から適用する。

附 則(平成26年3月27日)

- 1 この学則は、平成27年4月1日から施行し、平成27年度入学生から適用する。
- 2 平成26年度以前の入学生については、なお従前の例による。
(学科の存続に関する経過措置)

大阪成蹊大学芸術学部情報デザイン学科、環境デザイン学科及び美術学科は改正後の第3条の規定にかかわらず、当該学科に在学する者が当該学科に在学しなくなるまでの間、存続するものとする。

(教職課程の存続に関する経過措置)

大阪成蹊大学芸術学部情報デザイン学科、環境デザイン学科及び美術学科は改正後の第43条の規定にかかわらず、当該学科に在学する者が当該学科に在学しなくなるまでの間、存続するものとする。

- 3 第3条に規定する各学部、学科の収容定員は、同条の規定にかかわらず、平成27年度から平成29年度まではそれぞれ次のとおりとする。

学部	学科	平成27年度	平成28年度	平成29年度
マネジメント学部	マネジメント学科	820	760	740
芸術学部	情報デザイン学科	237	167	97
	環境デザイン学科	120	75	30
	美術学科	100	65	30
	造形芸術学科	177	354	531
	計	634	661	688
教育学部	教育学科	220	350	480
合計		1674	1771	1908

附 則(平成26年11月20日)

この学則は、平成27年4月1日から施行する。

附 則(平成27年2月19日)

この学則は、平成27年4月1日から施行する。ただし、第45条については、平成27年度入学生から適用する。

附 則(平成27年3月26日)

- 1 この学則は、平成28年4月1日から施行する。
- 2 第3条に規定する各学部、学科の収容定員は、同条の規定にかかわらず、平成28年度から平成30年度まではそれぞれ次のとおりとする。

学部	学科	平成28年度	平成29年度	平成30年度
マネジメント学部	マネジメント学科	670	560	450
	スポーツマネジメント学科	90	180	270
	計	760	740	720
芸術学部	情報デザイン学科	167	97	0
	環境デザイン学科	75	30	0
	美術学科	65	30	0
	造形芸術学科	354	531	708
	計	661	688	708
教育学部	教育学科	350	480	500
合計		1771	1908	1928

附 則(平成27年5月28日)

(施行期日等)

- 1 この学則は、平成27年9月1日から施行する。
- 2 この学則による改正後の第55条の規定は、平成28年度入学生からの教育学部教育充実費について適用する。

附 則(平成28年3月24日)

- 1 この学則は、平成28年4月1日から施行し、平成28年度入学生から適用する。

附 則(平成29年2月23日)

- 1 この学則は、平成30年4月1日から施行する。
- 2 第3条に規定する各学部、学科の収容定員は、同条の規定にかかわらず、平成30年度から平成32年度まではそれぞれ次のとおりとする。

学部	学科	平成30年度	平成31年度	平成32年度	
マネジメント学部	マネジメント学科	431	322	302	
	スポーツマネジメント学科	291	402	422	
	国際観光ビジネス学科	60	120	182	
	計	782	844	906	
芸術学部	造形芸術学科	709	710	710	
教育学部	教育学科	初等教育専攻	495	490	490
		中等教育専攻	60	120	180
	計	555	610	670	
合計		2046	2164	2286	

附 則(平成30年2月22日)

この学則は、平成30年4月1日から施行する。

附 則(平成 年 月 日)

- 1 この学則は、平成31年4月1日から施行する。
- 2 第3条に規定する各学部、学科の収容定員は、同条の規定にかかわらず、平成31年度から平成33

年度まではそれぞれ次のとおりとする。

学部	学科	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	
マネジメント学部	マネジメント学科	322	302	282	
	スポーツマネジメント学科	402	422	442	
	国際観光ビジネス学科	120	182	244	
	計	844	906	968	
芸術学部	造形芸術学科	723	736	749	
教育学部	教育学科	初等教育専攻	490	490	490
		中等教育専攻	120	180	240
	計	610	670	730	
合計		2177	2312	2447	

別表(学則第43条第2項)

取得できる教員免許状の種類

学部・学科	教育職員免許状の種類	免許教科	
マネジメント学部 マネジメント学科	中学校教諭一種免許状	社会	
	高等学校教諭一種免許状	公民、商業	
芸術学部 造形芸術学科	中学校教諭一種免許状	美術	
	高等学校教諭一種免許状	美術	
教育学部 教育学科			
初等教育専攻	初等教育コース	幼稚園教諭一種免許状 小学校教諭一種免許状	
	幼児教育コース	幼稚園教諭一種免許状	
中等教育専攻	保健体育教育コース	中学校教諭一種免許状	保健体育
		高等学校教諭一種免許状	保健体育
	英語教育コース	中学校教諭一種免許状 高等学校教諭一種免許状	英語 英語

学則の変更事項を記載した書類

①変更の事由

- ア 社会からの人材需要や高校生の進学ニーズの高まりに応え、芸術学部造形芸術学科における開講科目の充実と履修上の区分としてのコースの新設等を行い、時代に即した芸術教育の体系を整えて、教育内容の一層の充実を図ることを目的として、芸術学部造形芸術学科の入学定員を増やし、大阪成蹊大学の収容定員を変更する。

②変更点

- ア 造形芸術学科及び大学全体の入学定員及び収容定員を変更する。(第3条3項)
- イ 平成33年度までの学年進行に伴う収容定員の推移について明示する。(附則)

変更部分の新旧対照表

〈新〉

〈旧〉

(略)

(略)

第3条 本学に、次の学部、学科を置く。

第3条 本学に、次の学部、学科を置く。

(略)

(略)

2 (略)

2 (略)

3 前項の各学部¹に置く学科、入学定員、編入学定員及び収容定員は、次のとおりとする。

3 前項の各学部¹に置く学科、入学定員、編入学定員及び収容定員は、次のとおりとする。

学部	学科	入学定員	第3年次編入学定員	収容定員	
マネジメント学部	マネジメント学科	70	1	282	
	スポーツマネジメント学科	110	1	442	
	国際観光ビジネス学科	60	2	244	
	計	240	4	968	
芸術学部	造形芸術学科	190	1	762	
教育学部	教育学科	初等教育専攻	120	5	490
		中等教育専攻	60	0	240
	計	180	5	730	
合計		610	10	2460	

学部	学科	入学定員	第3年次編入学定員	収容定員	
マネジメント学部	マネジメント学科	70	1	282	
	スポーツマネジメント学科	110	1	442	
	国際観光ビジネス学科	60	2	244	
	計	240	4	968	
芸術学部	造形芸術学科	177	1	710	
教育学部	教育学科	初等教育専攻	120	5	490
		中等教育専攻	60	0	240
	計	180	5	730	
合計		597	10	2408	

(略)

(略)

附 則(平成 年 月 日)

(新設)

1 この学則は、平成31年4月1日から施行する。

2 第3条に規定する各学部、学科の収容定員は、同条の規定にかかわらず、平成31年度から平成33年度まではそれぞれ次のとおりとする。

学部	学科	平成31年度	平成32年度	平成33年度
マネジメント学部	マネジメント学科	322	302	282
	スポーツマネジメント学科	402	422	442
	国際観光ビジネス学科	120	182	244
	計	844	906	968

芸術学部	造形芸術学科		723	736	749
教育学部	教育学科	初等教育専攻	490	490	490
		中等教育専攻	120	180	240
	計		610	670	730
合計			2177	2312	2447

学則の変更の趣旨等を記載した書類 目次

1. 学則変更（収容定員変更）の内容	…p.1
2. 学則変更（収容定員変更）の必要性	…p.1
3. 学則変更（収容定員変更）に伴う教育課程等の変更内容	
(1) 教育課程の変更内容	…p.3
(2) 教育方法及び履修指導方法の変更内容	…p.4
(3) 教員組織の変更内容	…p.5
(4) 大学全体の施設・設備の変更内容	…p.6

学則の変更の趣旨等を記載した書類

1. 学則変更（収容定員変更）の内容

大阪成蹊大学は、学則第3条第3項に定める芸術学部造形芸術学科の入学定員及び収容定員を、平成31年度から下記のとおり変更する。なお、3年次編入学定員は現行のままとする。また、その他の学部・学科の入学定員及び収容定員に変更はない。

(新)

学部	学科	入学定員	第3年次 編入学定員	収容定員
芸術学部	造形芸術学科	190人	1人	762人

(旧)

学部	学科	入学定員	第3年次 編入学定員	収容定員
芸術学部	造形芸術学科	177人	1人	710人

2. 学則変更（収容定員変更）の必要性

大阪成蹊大学（以下、「本学」という。）は、学校法人大阪成蹊学園の建学の精神である「桃李不言下自成蹊（徳が高く、尊敬される人物のもとには徳を慕って人々が集まってくるという意味）」に基づき、幅広く深い教養と総合的な判断力を備えた豊かな人間性を培うとともに、深く専門の学芸を教授研究し、実践的な専門教育に重きを置く大学教育を施し、実社会において知的、道徳的及び応用的能力を展開し得る人材の育成を目的としている。

なかでも芸術学部は、平成15年4月に京都府長岡京市に開設して以来、「芸術的教養や芸術的表現能力を育成するとともに、専門領域を超えた幅広い視野と知識を持ち、社会の要請を敏感に感じ取り社会との関わりにおいてその芸術的感性や表現能力を生かし、伝統的な造形表現と未来を開く革新的な造形思考との往還の中に現代人の置かれたさまざまな局面を捉え、未来的な展望のもとに個性豊かな表現の可能性を追求できるとともに、心豊かな社会の実現に寄与することのできる人材の育成（大阪成蹊大学学則第3条第2項）」に取り組んできた。平成18年4月には3学科への改組、平成24年4月にはマネジメント学部とのキャンパス統合に伴う大阪府大阪市東淀川区への移転、平成27年4月には旧美術学科への名称変更等を経て、現在の芸術学部造形芸術学科に至る。

芸術学部造形芸術学科では、マンガ・デジタルアートコース、アニメーション・キャラクターデザインコース、ビジュアルデザインコース、イラストレーションコース、インテリア・プロダクトデザインコース、テキスタイル・ファッションデザインコース、美術コース、表現教育コースの8つのコースで構成しており、社会の動向に即して芸術・デザイン学の教育体系を整えている。

現在の入学定員177人へと変更した平成27年度入試以降の募集状況は次表のとおりであり、志願者数及び志願倍率を伸ばしつつ、安定して定員を充足している。

大阪成蹊大学芸術学部造形芸術学科の募集状況(平成27年度～平成30年度)

(単位:人)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
入学定員	177	177	177	177
志願者数	218	225	270	270
志願倍率(倍)	1.23	1.27	1.52	1.52
受験者数	216	221	267	258
合格者数	206	207	225	219
入学者数	187	183	191	195
入学定員充足率(倍)	1.05	1.03	1.07	1.10

さて、本学の校地校舎が位置する大阪府と大阪市では、大阪を新たな成長軌道に乗せるため、概ね平成32年までの10年間の成長目標を掲げて、およそ3年から5年の短期・中期の具体的な取組み方向を明らかにするものとして、平成22年より「大阪の成長戦略」を策定している。社会経済情勢の変化に応じて、具体的な取組内容について適宜、追加修正を行うなど、基本的な方向性を堅持しつつも、必要に応じ柔軟に見直しを図っていくものであり、これまでに2度の改訂が図られている。平成25年の改訂では、平成23年に策定された大阪市の大阪市経済成長戦略と、大阪府の大阪の成長戦略を「大阪の成長戦略」に一本化することが図られた。そして、平成28年の改訂では、目標年次である平成32年の大阪・関西の姿(将来像)を明示し、その実現に向けた重点的な課題とその解決に向けた取組みを一層明確化するものとなった。これに合わせて、世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速し、平成32年へ向け大阪を世界にアピールするために、内外から人、モノ、投資等呼び込む「強い大阪」と世界に存在感を示す「大阪」の実現を目的として、「大阪都市魅力創造戦略2020」が策定された。「観光・都市魅力」「文化」「スポーツ」「国際化」の4つの分野ごとに、合わせて10の「目指すべき都市像」を設定し、「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」「世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備」の3つの観点から、計画期間中に重点的に取り組む施策を掲げたものである。「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」での重点取組として、世界第一級の文化・観光拠点形成・発信(夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成等)や、多様な観光資源の発掘・発信(国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツ創出等)が、「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」での重点取組として、大阪の文化・食の魅力発信(アートスポットの魅力創出・発信等)が挙げられている。このような状況の中で、芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実(大阪の優れた文化事業を結集し、国内外に発信するとともに、芸術文化の担い手(若手アーティスト、プロデューサー等)を発掘、育成すること等)や、将来の社会の担い手となる青少年の育成(子どもや青少年が、学校における授業や地域活動を通じて、優れた芸術文化に触れ、豊かな感性や創造性

を育む機会の充実等)は、喫緊の重要な課題である。

また、近年では、世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市をめざす大阪に限らず、日本の成長戦略においても見逃せない産業がある。日本のコンテンツ産業(映画、アニメ、TV番組、音楽、ゲーム等)の国内市場規模は12兆円であり、映像とゲームが半分の6兆円を占めている。加えて海外のコンテンツ市場規模は今後アジアを中心に拡大し、市場が85兆円となる見込みである。ここで重要なのは、日本由来のコンテンツの売り上げは、約141億ドルと海外市場規模全体の2.5%を占め、分野ではマンガ、ゲーム、キャラクター、アニメの順に大きいことである。この状況を踏まえ、経済産業省は平成26年より「クールジャパン戦略」を掲げ、日本のコンテンツを、新興国等の海外需要を獲得し、日本の経済成長(企業の活躍・雇用創出)につなげるために、①日本ブーム創出(日本の魅力の効果的発信)、②現地で稼ぐ(現地で稼ぐためのプラットフォーム構築)、③日本で消費(日本に呼び込み大きく消費を促す)の支援を講じている。以来、コンテンツの総合国際見本市「Japan Content Showcase(映画・放送、音楽、アニメ等)」の出展者・招聘バイヤーの推移および商談件数ともに平成26年度から平成28年度まで着実に増加しており、大きな成果が見て取れる。

上記の、社会における人材要請の急速な高まりを鑑みて、ソフトウェア、特にゲームグラフィックのデザインを中心として、業界で活躍できる人材、加えて、様々な実習を通してデザインスキルだけでなく、アートディレクション、チーム運営能力など、プロジェクトで活躍できる人材を育成するゲーム・アプリケーションコース(履修学生数の想定:約25人)を新たな履修上の区分として設ける。併せて、現行の美術コース(履修学生数の想定:約15人)および表現教育コース(履修学生数の想定:約15人)を統合し、美術・アート表現コース(履修学生数の想定:約25人)とする。

以上より、本学に対する高校生の進学ニーズの高まりと社会の人材需要に応え、新たなコースの設置と、既存コースの再編を通して、教育内容の充実を図るとともに、増員可能な専任教員数、教室等の施設・設備の状況からきめ細かい学生指導等を可能にするクラス編成等を勘案して、教育研究環境の充実と質の担保を可能にする入学定員を設定するものとして、入学定員を現行の177人から190人へと変更する。

3. 学則変更(収容定員変更)に伴う教育課程等の変更内容

(1) 教育課程の変更内容

本学の教育課程は、学部・学科の別なく開講する「大学共通科目」と、学部・学科の専門性に応じて開講する「専門科目」から構成される。このうち、「大学共通科目」には「共通基礎科目」「教養科目」「キャリア支援科目」を配置しているが、今回の学則変更に伴う開講科目の変更は生じない。

芸術学部の「専門科目」には「学部共通専門科目」「学科（コース）別専門科目」を配置している。このうち、「学部共通専門科目」では、今回の学則変更に伴う開講科目の変更は生じない。「学科（コース）別専門科目」では、「ゲーム・アプリケーションコース」と「美術・アート表現コース」に対応して、各々のコースの特色を活かした専門科目を新たに開講する。「ゲーム・アプリケーションコース」では、コンピューターの使用方法や専門ソフトの修得を目的とした「造形芸術基礎実習科目」を1・2年次に2科目、専門分野の基礎知識を修得するための「造形芸術概論科目」を1年次に1科目、より深い専門分野の知識を修得し問題解決を図るための「造形芸術専門研究科目」を2・3年次に3科目、専門分野のより深い技術を修得する「専門基幹科目」を1・2・3・4年次6科目、専門に対する幅広い知識と実践的な技術を修得する「専門展開演習科目」を1・2・3年次に7科目、4年間の学びの集大成として専門分野を深く掘り下げ、卒業に向けて作品を制作する「卒業研究科目」を4年次に2科目を新たに開講する。また、「美術・アート表現コース」では、「芸術を社会に活かす」をコンセプトとするカリキュラムを充実するよう科目を開講する。画材の使用法や専門ソフトの修得を目的とした「造形芸術基礎実習科目」を1・2年次に3科目、専門分野の基礎知識を修得するための「造形芸術概論科目」を1年次に1科目、より深い専門分野の知識を修得し問題解決を図るための「造形芸術専門研究科目」を2・3年次に3科目、専門分野のより深い技術を修得する「専門基幹科目」を1・2・3・4年次に6科目、専門に対する幅広い知識と実践的な技術を修得する「専門展開演習科目」を1・2・3年次に7科目、4年間の学びの集大成として専門分野を深く掘り下げ、卒業に向けて作品を制作する「卒業研究科目」を4年次に2科目を新たに開講する。

以上のとおり、学部の別なく共通して学ぶこととなる「大学共通科目」において、今回の学則変更に伴う開講科目の変更はなく、他学部等の学生の履修に大きな影響を与えるような教育課程の変更はない。また、芸術学部造形芸術学科の「専門科目」においても、人材育成の目的に即し、また系統性に十分に配慮した教育課程を編成することで一層の充実を図っており、教育課程にあつては、変更前の内容と比較して同等以上の内容を担保している。

（2）教育方法及び履修指導方法の変更内容

本学の教育課程は、学部・学科の別なく開講する「大学共通科目」と、学部・学科の専門性に応じて開講する「専門科目」から構成される。以下に、「大学共通科目」と、各学部・学科の「専門科目」につき、変更内容を示す。

「大学共通科目」は「共通基礎科目」「教養科目」「キャリア支援科目」から構成される。今回の学則変更に伴い、大学全体の入学定員は13人増加することとなるが、こうした学生数の増加に対しては、各科目で開講しているクラス規模における教育効果を勘案して、適宜開講クラスを増設することで対応する。

まず、「共通基礎科目」で開講する科目では、各学部・学科別にクラス編成を行い授業を

展開している。そのため、学則変更に伴う学生数の増加に対しては、クラス規模を維持したままで、各学部・学科別に開講クラスを増設して対応する。「キャリア支援科目」で開講する科目も同様に、各学部・学科別にクラスを編成しているが、本学が特色とする「各学部・学科に所属する学生が、全員で取り組む PBL 型のキャリア科目」のような、開講クラスを増設が教育目的を損なう科目にあつては、開講クラスを増設ではなく、担当教員を増員することで、教育効果を一層高めることとする。一方「教養科目」では、所属する学部・学科の別なくクラスを編成して開講しているため、想定される履修者数に応じて開講クラスを増設することで対応する。

次に、芸術学部の「専門科目」は、「学部共通専門科目」「学科（コース）別専門科目」から構成される。今回の学則変更に伴い、入学定員が 13 人増加することとなる。こうした学生数の増加に対しては、各科目で開講しているクラス規模における教育効果を勘案して、適宜開講クラスを増設することで対応する。例えば、「学部共通専門科目」として 1 年次に開講される「造形初動演習」では、学部の専任教員がクラス担当となり、約 20 人程度のクラス規模となるように開講する。また、「学科（コース）別専門科目」として 2 年次以降に開講される「専門演習 1～6」では、各学科の専任教員の専門分野及び、学生が選択する研究テーマに応じて受講することとなるため、1 ゼミ当たり 20 人程度に調整を行った上で開講する。これらの科目において、学修指導・支援、学生生活指導・支援、キャリア支援等、授業担当教員がアドバイザー教員として日常的な支援を幅広く行うという基本的な考え方を維持し、そのための開講クラス規模の維持が行えるよう専任教員を増員する。その他の講義や演習を行う科目にあつても、適宜開講クラスを増設を基本として対応する。

また、履修指導は、入学時のオリエンテーションや各セメスター開始前の履修ガイダンスにおいて、シラバス、履修ガイド等を用いて、履修モデルを例示しながら指導を行う。他に、オフィスアワーを活用した履修相談や、基礎実習や専門演習などのゼミ指導のなかでの履修指導も適宜行うこととしており、こうした履修指導の方法についても、学則変更後の変更は生じない。

以上より、収容定員の増加に対しては、開講クラスを増設を基本として対応するとともに、丁寧な履修指導や教育指導を実現することとしており、教育方法にあつては、変更前の内容と比較して同等以上の内容が担保されている。

（3）教員組織の変更内容

今回の学則の変更に伴い、芸術学部造形芸術学科の入学定員が 13 人増加することとなる。こうした入学定員の増加に対しては、（2）に記載のとおり、開講クラスを増設により適宜対応することを基本としている。以下に、大学全体と各学部・学科の教員組織につき、変更内容を示す。

平成 29 年度の大学全体の専任教員数は 83 人であるが、今回の学則変更に伴う専任教員の増員を含めて、平成 31 年度の大学全体の専任教員数は 106 人となり、「大学共通科目」

のうち、特に、学部・学科別のクラス編成や専任教員の担当を原則としている科目にあっては、クラス規模を維持するための開講クラスの増設に対応できる。また、専任教員を配置していない科目にあっては、増設するクラス数に応じて、非常勤教員の採用または、担当コマ数の増加により、対応することとしている。

次に、芸術学部造形芸術学科の専任教員数は、平成 29 年度は教授 10 人、准教授 14 人、講師 1 人の合計 25 人であるが、平成 31 年度には、教授 12 人、准教授 12 人、講師 4 人、助教 2 人の合計 30 人となる予定である。

新たに履修上の区分として設けるゲーム・アプリケーションコースの科目は、ゲームを専門分野として研究する准教授と、サウンドを専門分野として研究する教授の 2 人が主に担当する。また現役のゲームクリエイターを客員教授として招聘し、外部との連携強化と実践的教育の充実を図る。なお、基盤となる専門教育に関する科目や、既存コースの科目については、退職補充としての採用や、教員体制をより充実するための新規採用のほかに変更はなく、支障はない。

以上より、「大学共通科目」におけるクラス数の増設や、各学部・学科の「専門科目」におけるクラス数の増設、及び教育課程の変更内容に対応する専任教員を増員しており、教員組織にあっては、変更前の内容と比較して、同等以上の内容を担保している。

(4) 大学全体の施設・設備の変更内容

大学全体で使用する施設・設備においては、現在の講義室 19 室、演習室 34 室、実験実習室 163 室、情報処理学習施設 13 室、語学学習施設 1 室のうち、演習室 7 室を研究室へと転用し、新規に採用する専任教員に対して教育研究に必要な研究室を確保する。一方、平成 31 年 3 月に完成の新棟では、新たに演習室 16 室、語学学習施設 1 室が確保できる。先述のとおり、学生数の増加に対しては、開講クラスの増設により対応することを基本としているが、収容定員の増加に伴うクラス数の増設にも、より効果的に対応できる。

また、VR 機器の導入や、デジタルでアニメーションやイラストを描くための液晶タブレットの導入、世界中でゲーム制作に用いられているソフト「Unreal Engine」の導入と、それに伴う高性能パソコン 40 台の導入等により、教育環境を一層充実する。

以上より、大学全体の施設・設備について変更はなく、変更前の内容と比較して、同等以上の内容を担保している。

学生確保の見通し等を記載した書類 目次

1. 学生確保の見通し及び申請者としての取組状況	
(1) 学生の確保の見通し	
①定員充足の見込み	…p.1
②定員充足の根拠となる客観的なデータの概要	…p.3
(2) 学生確保に向けた具体的な取組状況	…p.7
2. 人材需要の動向等社会の要請	
(1) 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的 (概要)	…p.10
(2) 上記 (1) が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠	
①社会的な人材需要の動向	…p.10
②地域的な人材需要の動向	…p.13

学生の確保の見通し等を記載した書類

1. 学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況

(1) 学生の確保の見通し

①定員充足の見込み

芸術学部

大阪成蹊大学（以下、「本学」という。）は、学校法人大阪成蹊学園の建学の精神である「桃李不言下自成蹊（徳が高く、尊敬される人物のもとには徳を慕って人々が集まってくるという意味）」に基づき、「幅広く深い教養と総合的な判断力を備えた豊かな人間性を培うとともに、深く専門の学芸を教授研究し、実践的な専門教育に重きを置く大学教育を施し、実社会において知的、道徳的及び応用的能力を展開し得る人材の育成（大阪成蹊大学学則第1条）」を目的としている。

こうした教育目的の下、芸術学部（以下、「本学部」という。）は、平成15年4月に京都府長岡京市に開設して以来、「芸術的教養や芸術的表現能力を育成するとともに、専門領域を超えた幅広い視野と知識を持ち、社会の要請を敏感に感じ取り社会との関わりにおいてその芸術的感性や表現能力を生かし、伝統的な造形表現と未来を開く革新的な造形思考との往還の中に現代人の置かれたさまざまな局面を捉え、未来的な展望のもとに個性豊かな表現の可能性を追求できるとともに、心豊かな社会の実現に寄与することのできる人材の育成（大阪成蹊大学学則第3条第2項）」に取り組んできた。平成18年4月には3学科への改組、平成24年4月にはマネジメント学部とのキャンパス統合に伴う大阪府大阪市東淀川区への移転、平成27年4月には旧美術学科の名称変更等を経て、現在の芸術学部造形芸術学科に至る。

芸術学部造形芸術学科では、マンガ・デジタルアートコース、アニメーション・キャラクターデザインコース、ビジュアルデザインコース、イラストレーションコース、インテリア・プロダクトデザインコース、テキスタイル・ファッションデザインコース、美術コース、表現教育コースの8つのコースで構成しており、社会の動向に即して芸術・デザイン学の教育体系を整えている。

現在の入学定員177人へと変更した平成27年度入試以降の募集状況は下表のとおりであり、志願者数及び志願倍率を伸ばしつつ、安定して定員を充足している。

大阪成蹊大学芸術学部造形芸術学科の募集状況（平成27年度～平成30年度）

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
入学定員	177	177	177	177
志願者数	218	225	270	270
志願倍率(倍)	1.23	1.27	1.52	1.52
受験者数	216	221	267	258
合格者数	206	207	225	219
入学者数	187	183	191	195
入学定員充足率(倍)	1.05	1.03	1.07	1.10

さて、本学の校地校舎が位置する大阪府と大阪市では、大阪を新たな成長軌道に乗せるため、概ね平成 32 年までの 10 年間の成長目標を掲げて、およそ 3 年から 5 年の短期・中期の具体的な取組み方向を明らかにするものとして、平成 22 年より「大阪の成長戦略」を策定している。社会経済情勢の変化に応じて、具体的な取組内容について適宜、追加修正を行うなど、基本的な方向性を堅持しつつも、必要に応じ柔軟に見直しを図っていくものであり、これまでに 2 度の改訂が図られている。平成 25 年の改訂では、平成 23 年に策定された大阪市の「大阪市経済成長戦略」と、大阪府の「大阪の成長戦略」を「大阪の成長戦略」に一本化することが図られた。そして、平成 28 年の改訂では、目標年次である平成 32 年の大阪・関西の姿（将来像）を明示し、その実現に向けた重点的な課題とその解決に向けた取組みを一層明確化するものとなった。これに合わせて、世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速し、2020 年へ向け大阪を世界にアピールするために、内外から人、モノ、投資等呼び込む「強い大阪」と世界に存在感を示す「大阪」の実現を目的として、「大阪都市魅力創造戦略 2020」が策定された。「観光・都市魅力」「文化」「スポーツ」「国際化」の 4 つの分野ごとに、合わせて 10 の「目指すべき都市像」を設定し、「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」「世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備」の 3 つの観点から、計画期間中に重点的に取り組む施策を掲げたものである。「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」における重点取組として、世界第一級の文化・観光拠点形成・発信（夢洲での IR を含む国際観光拠点形成等）や、多様な観光資源の発掘・発信（国内外の人々を惹きつけるキャラクターコンテンツ創出等）が示され、また「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」における重点取組として、大阪の文化・食の魅力発信（アートスポットの魅力創出・発信等）が示されている。こうした成長戦略を掲げる中で、芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実（大阪の優れた文化事業を結集し、国内外に発信するとともに、芸術文化の担い手（若手アーティスト、プロデューサー等）を発掘、育成すること等）や、将来の社会の担い手となる青少年の育成（子どもや青少年が、学校における授業や地域活動を通じて、優れた芸術文化に触れ、豊かな感性や創造性を育む機会の充実等）は、喫緊の課題となっている（資料 1：大阪府・大阪市「大阪都市魅力創造戦略 2020～世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速～」（抜刷）参照）。

また、近年では、世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市をめざす大阪に限らず、日本の成長戦略においても見逃せない産業がある。経済産業省「コンテンツ産業政策について」によれば、平成 27 年の日本のコンテンツ産業（映画、アニメ、TV 番組、音楽、ゲーム等）の国内市場規模は 12 兆円であり、また、海外のコンテンツ市場規模は今後アジアを中心に拡大し、平成 32 年には市場が約 85 兆円となる見込みであることが示されている。その中で、日本由来のコンテンツの売り上げは約 141 億ドルと海外市場規模全体の約 2.5%を占めており、分野別に見れば、マンガが 26.9%、ゲームが 15.2%を占めている。こうした産業動向を踏まえ、平成 26 年より経済産業省は「クールジャパン戦略」を掲げ、日本のコンテンツが新興国等の海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげることを目的に、戦略

的海外展開のための対応として、①日本ブーム創出（日本の魅力の効果的発信）、②現地で稼ぐ（現地で稼ぐためのプラットフォーム構築）、③日本で消費（日本に呼び込み大きく消費を促す）の3つの対応を推し進めている。以来、コンテンツの総合国際見本市「Japan Content Showcase（映画・放送（テレビ番組等）、音楽、アニメ等）」の出展者・招聘バイヤーの人数および商談件数は平成26年度から平成28年度まで着実に増加しており、大きな成果が見て取れる（資料2：経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課「コンテンツ産業政策について」参照）。

上記の、社会における人材要請の急速な高まりを鑑みて、ソフトウェア、特にゲームグラフィックのデザインを中心として学び、デザインスキル、アートディレクション、チーム運営能力などを兼ね備えて、業界の将来を担うことのできる人材を育成するゲーム・アプリケーションコース（履修学生数の目安：約25人）を新たな履修区分として設ける。併せて、現行の美術コース（履修学生数の目安：約15人）および表現教育コース（履修学生数の目安：約15人）を統合し、美術・アート表現コース（履修学生数の目安：約25人）とする。

以上より、本学に対する高校生の進学ニーズの高まりと社会の人材需要に応え、コースの充実を通して教育内容の一層の充実を図るとともに、増員可能な専任教員数、教室等の施設・設備の状況からきめ細かい学生指導等を可能にするクラス編成等を勘案して、教育研究環境の充実と質の担保を可能にする入学定員を設定するものとして、入学定員を現行の177人から190人へと変更する。

なお、入学定員は、以下に示すとおり客観的なデータに基づき算出したものであることから確実に充足する見込みであり、大阪府の18歳人口の推移と本学科の志願傾向の推移予測が示すよう、長期的かつ安定的に学生の確保を図ることができる見通しである。

②定員充足の根拠となる客観的なデータの概要

芸術学部

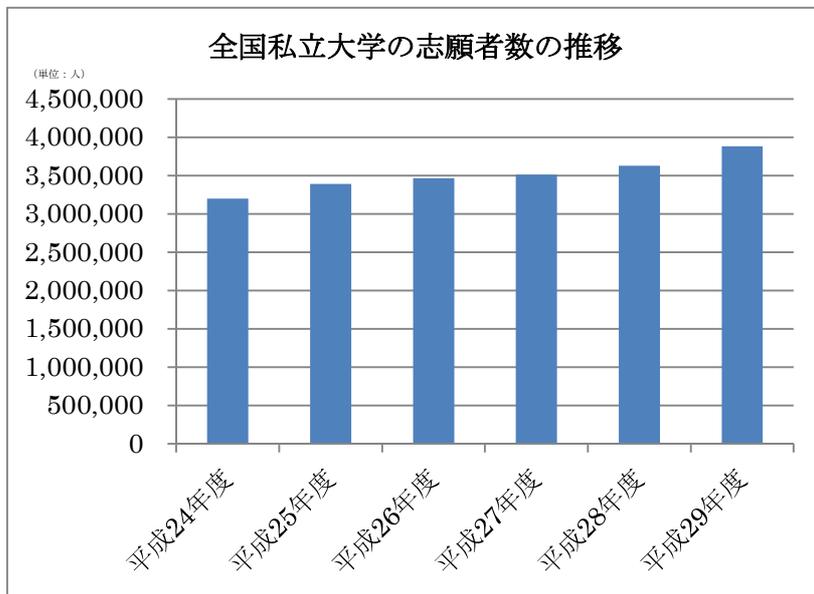
本学芸術学部造形芸術学科の4ヵ年の学生募集状況は下表のとおりである。平成27年度以降、志願者数を増やしなが、安定的に入学者を確保している。

大阪成蹊大学芸術学部造形芸術学科の募集状況（平成27年度～平成30年度）

（単位：人）

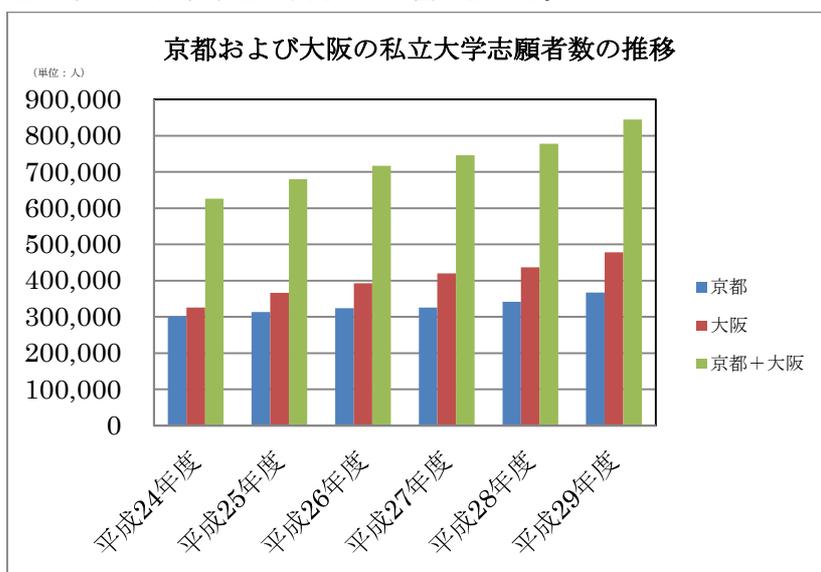
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
入学定員	177	177	177	177
志願者数	218	225	270	270
志願倍率(倍)	1.23	1.27	1.52	1.52
受験者数	216	221	267	258
合格者数	206	207	225	219
入学者数	187	183	191	195
入学定員充足率(倍)	1.05	1.03	1.07	1.10

次に、全国的な進学状況について確認する。日本私立学校振興・共済事業団の「私立大学・短期大学等入学志願動向」（平成 24 年～29 年度版）によると、全国の私立大学の志願者数は下図のとおりであり、過去 6 ヶ年で経年的に増加し、約 70 万人の増加があることが分かる。



日本私立学校振興・共済事業団「私立大学・短期大学等入学志願動向」（平成 24 年～29 年度版）より作成

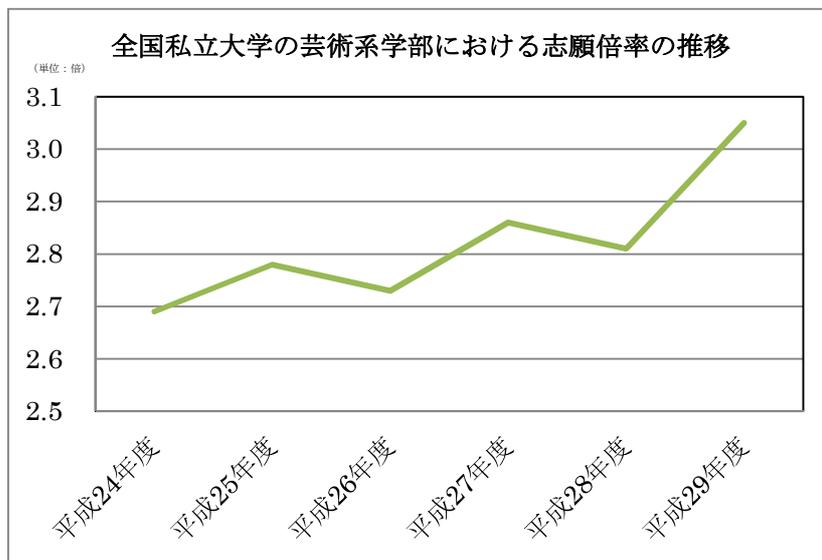
また、本学への受験生の出身地の大半を占める大阪府、京都府の私立大学における平成 24 年度から平成 29 年度までの志願者数は、下図のとおり経年的に増加しており、地域的に見ても大学への進学希望の高まりが確認される。



日本私立学校振興・共済事業団「私立大学・短期大学等入学志願動向」（平成 24 年～29 年度版）より作成

さらに、全国の私立大学における、本学部と同系統の学部である芸術学系の学部の志願倍率は次図のとおり推移しており、平成 24 年度から平成 29 年度まで、多少の増減はあるものの、

一定の志願倍率を保ちつつ、漸次的に上昇している。



日本私立学校振興・共済事業団「私立大学・短期大学等入学志願動向」（平成24年～29年度版）より作成

次に、本学の所在地である大阪府における18歳人口の推移を確認する。リクルート進学総研「【都道府県別：近畿】18歳人口・進学率・残留率の推移2017年」によれば、大阪府において平成30年度入学者募集の対象となる平成29年度の18歳人口は83,780人、平成40年度入試の対象となる平成39年度の18歳人口は72,718人と見込まれている（資料3：リクルート進学総研「18歳人口予測（全体：近畿：2017～2028年）」参照）。平成29年度の18歳人口83,780人のうち約0.32%にあたる270人が本学部への志願者であるが、人口に対する志願率を基に単純に算出すると、平成40年度入試では233人の志願者数が推計される。これに、近年志願者数が増加傾向にあることや今後も教育内容の充実を図っていくことを鑑みると、より長期的かつ安定的な入学者の確保が見込まれる。さらに、一般社団法人全国高等学校PTA連合会・株式会社リクルートマーケティングパートナーズ合同調査「第8回 高校生と保護者の進路に関する意識調査2017」において、高校生が将来就きたい職業として、「画家・イラストレーター・アニメーター・CGデザイナー・芸術・ゲーム関連」は、全体では12位であった。また、2009年に実施した第4回調査以降、「ゲーム関係」「グラフィックデザイナー・CGデザイナー」は常に20位以内に上がっている。このことから、本学部の学びに対する高校生の進学ニーズの安定性が見て取れる。

さらに本学部では、併設の大阪成蹊女子高等学校から多くの内部進学者が入学している。平成26年度は36人、平成27年度は43人、平成28年度は32人、平成29年度は39人と毎年30人以上が入学している。また、平成30年度入学者募集の対象学年における、併設高校から本学部への進学希望者を明らかにする内部進学調査を実施した結果、33人の内部進学希望者が確認できた。これは、後述するように、併設高校から本学への内部進学を強化する学園方針に基づく施策の実施による成果であり、今後ともこうした施策を継続していくことから、本学

部への併設高校からの内部進学者は、平成 30 年度以降も一定数を見込めるものとする。

さらに、併設高校においては、平成 27 年度まで普通科に美術・イラストアニメーションコースを設けていたが、平成 28 年度からは、新たに美術科を立上げて、美術の専科として定員を設定している。その結果、併設高校の入学人数の推移は下表の通りとなっており、平成 27 年度以前と比較すると、平成 28 年度以降、より安定して入学人数を確保している。以上のことから、併設高校から本学部への内部進学者を、平成 31 年度以降も安定して確保できるものとする。

併設高校の入学人数の推移(平成25年度～平成29年度)

(単位:人)

科・コース		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
普通科	キャリア特進	15	28	26	55	42
	キャリア進学	189	210	199	282	235
	美術・イラスト・アニメーション	78	79	63	-	-
	幼児教育	119	179	124	191	147
	スポーツ	29	32	33	42	27
美術科	アート・イラスト・アニメーション	-	-	-	119	98

次に競合校の状況について確認する。本学では毎年、新入生に対してアンケート調査を実施しているが、そのなかで、本学以外の大学のオープンキャンパスへの参加状況を明らかにしている。平成 29 年度の芸術学部の新入生アンケート調査によって得られた、本学以外の大学のオープンキャンパスへの参加状況は下表のとおりである。10 校のうち京都橘大学および追手門学院大学を除く 8 校が芸術分野の学部・学科を設置しており、大阪府、京都府、兵庫県と本学所在地に近接する都道府県の大学であることがわかる。

平成29年度大阪成蹊大学芸術学部新入生アンケート調査 オープンキャンパス参加校 上位10校

(単位:人)

順位	学校名	参加者数	所在地	最寄り駅
1	大阪芸術大学	47	大阪府	喜志駅
2	京都造形芸術大学	11	京都府	芥山駅
3	大手前大学	10	兵庫県	夙川駅
4	京都精華大学	9	京都府	京都精華大前駅
4	京都橘大学	9	京都府	柳辻駅
6	追手門学院大学	7	大阪府	茨木駅
6	神戸芸術工科大学	7	兵庫県	学園都市駅
8	近畿大学	5	大阪府	長瀬駅
9	成安造形大学	4	滋賀県	堅田駅
9	嵯峨美術大学	4	京都府	車折神社駅

これら 8 校の芸術分野の学部・学科の平成 29 年度入試の募集状況は下表のとおりである。競合する 8 校の 12 学部・学科のうち、9 の学部・学科で定員を充足しているほか、定員を充足していない 3 の学部・学科においても、志願者数が一定程度確保されている。また、8 校の合計では、定員 4,190 人に対して志願者数が 23,325 人、志願倍率が 5.56 倍、入学者数 4,559 人、入学定員充足率が 1.08 倍となっており、本学部の競合校においても募集状況が安定していることが分かる。

競合大学における平成29年度の募集状況

(単位:人)

大学名	学部名	入学定員	志願者数	志願倍率(倍)	入学者数	入学定員充足率(倍)
成安造形大学	芸術学部	200	555	2.77	263	1.31
京都造形芸術大学	芸術学部(※1)	732	3,077	4.81	927	1.26
嵯峨美術大学	芸術学部(※2)	120	422	3.92	178	1.48
京都精華大学	マンガ学部	232	339	2.22	237	1.02
	デザイン学部	208	511	2.52	209	1.00
	ポピュラーカルチャー学部	118	88	0.75	55	0.46
	芸術学部	240	278	1.20	109	0.45
近畿大学	文芸学部 芸術学科	115	1,277	11.10	114	0.99
	文芸学部 文化デザイン学科	80	2,120	26.50	80	1.00
大阪芸術大学	芸術学部	1,245	2,931	2.15	1,455	1.16
神戸芸術工科大学	芸術工学部	400	698	1.90	409	1.02
大手前大学	メディア・芸術学部	180	479	2.60	182	1.01
合計		4,190	23,325	5.56	4,559	1.08

(※1 通信教育課程及び大学院を除く)

(※2 短期大学部及び大学院を除く)

各大学ホームページ公表数値より作成

以上、本学部の直近の募集状況の推移、全国及び大阪府の私立大学や全国の私立大学同系統学部である芸術系学部の志願倍率の推移、大阪府の 18 歳人口の推移に伴う平成 40 年度の志願倍率の予測、併設高校の入学者数及び内部進学者数の推移、近隣等競合校の募集状況等を鑑み、芸術学部造形芸術学科の入学定員 190 人を長期的かつ安定的に充足できると考える。

(2) 学生確保に向けた具体的な取組状況

本学園では平成 22 年度から新理事長が就任し、経営陣を刷新するとともに、学園の諸改革に着手した。特に、学生募集については、組織の整備（募集本部、入試企画部、入試広報部、入試事務部、広報部の設置）、陣容強化（担当理事制、本部長職、2 部長制の導入）、募集要員の増員、教職協働組織の立上げ（理事長、学長をはじめ、教職員幹部が全員参加する募集強化対策会議を月一回の定例開催）等募集業務全般の見直しを行った。その結果として、本学及び併設の大学、短期大学の入学定員及び、志願者数、入学者数は次表のとおり推移しており、各種改革の成果が着実に上がっている。

大阪成蹊大学・びわこ成蹊スポーツ大学・大阪成蹊短期大学の入学定員・志願者数・入学者数の推移

(単位:人)

大学名		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
大阪成蹊大学	入学定員	350	350	350	457	477	477	477	597
	志願者数	283	457	430	904	893	1,343	1,686	2,084
	入学者数	196	327	338	533	497	511	517	660
びわこ成蹊 スポーツ大学	入学定員	270	280	280	280	280	360	360	360
	志願者数	777	664	727	887	922	739	657	756
	入学者数	330	310	359	351	350	368	374	413
大阪成蹊短期大学	入学定員	690	690	690	660	660	760	760	760
	志願者数	748	838	861	1,003	989	904	1,178	1,021
	入学者数	602	691	720	743	696	744	803	763
合計	入学定員	1,310	1,320	1,320	1,397	1,417	1,597	1,597	1,717
	志願者数	1,808	1,959	2,018	2,794	2,804	2,986	3,521	3,861
	入学者数	1,128	1,328	1,417	1,627	1,543	1,623	1,694	1,836

また、併設高校から本学部への内部進学強化を重点課題として取上げ、高大連携の一層の促進、教員間の交流の促進等にも積極的に取り組んでおり、先述のとおり平成 25 年度以降は、毎年 30 人以上が併設高校から本学部へ進学している。

上記は、以下の学生確保に向けた各取組の成果であると考えている。

① 高校訪問

前述の通り、組織の整備や担当役員の配置及び募集要員の増員等さらに教職協働組織の立上げ等により、近隣高校への訪問を強化した。高校訪問は、教員、職員が単独或いは、同道して行い、訪問高校数や訪問回数を増やすことができ、学部の学びや進路等の説明をより詳細に行うことで、高校の本学に対する理解を深めることにつながった。

② オープンキャンパス

本学では、毎年 3 月から 12 月まで合計 12 回のオープンキャンパスを実施して、高校生の本学に対する理解度を深めている。毎回コースごとに工夫をこらし、模擬授業等様々なイベントを実施している。また、大学の施設設備等を知る機会としてキャンパスツアーを実施したり、受験に際しての学習のポイント等を解説したり、多様な受験機会を活用できるように入試説明会を開催する等している。

③ 進学相談会

毎年 3 月から翌年 2 月にかけて実施される広告代理店等の企画する会場での進学相談会に参加しており、平成 30 年度入学者募集では 106 会場に参加した。大阪、京都、兵庫を中心に奈良、和歌山或いは中国・四国地方等近畿圏以外の入学実績のある地域にも参加して受験生獲得をめざしている。

④ 学校内入試説明会

高校内で開催される入試説明会へも積極的に参加している。高校から本学へ直接要望してくる場合と広告代理店が企画する場合があります、平成 30 年度入学者募集では 311 校の高校での入試説明会に参加した。

⑤ 高校教員対象入試説明会

高校の進路指導担当教員を本学に招き、高校生への指導の一助となるよう、入試全般の説明や学校見学会を実施し、本学への理解を深めていただく機会を、毎年設けている。

⑥ インターネット等広報ツール

地域を選ばず、不特定多数への広報が可能なインターネットは、最近では重要な広報ツールとなっている。本学においても広報企画本部を設置して、専一の職員によるきめ細かな管理を行い、高校生や保護者、高校教員等へのタイムリーな情報等の発信に務めている。高校生の 7 割がスマートフォンから学校情報の閲覧を行っている状況を踏まえ、平成 28 年度 7 月に大阪成蹊大学、学校法人大阪成蹊学園のホームページをスマートフォン対応に切り替えるとともに、教育トピックスを即時に発信できる仕組みに変更し、本学に興味を持つ高校生や保護者等に適切かつスピーディーに必要な情報を提供できるようにした。

また、大学案内を作成し、高校進路指導部への送付やオープンキャンパス、進学相談会等において高校生に配布している。さらに、受験関連企業等が発行する受験情報誌も積極的に活用し、受験者獲得を図っている。

⑦ マスメディアの広報

本学では、マスメディアを活用した広報にも積極的に取り組んでいる。平成 30 年度入学者募集においては、毎日テレビ、関西テレビ等でのテレビ CM の放映や、朝日新聞、スポーツニッポン等全国紙を活用した広報も年間を通じて行っている。

⑧ 併設高校生及び教員対象説明会

併設校の生徒及び教員の本学への理解を深めるため、それぞれに説明会を実施している。特に、生徒に対しては、ミニオープンキャンパスの形式で、本学部造形芸術学科の各コースの模擬授業等を行い、本学部への進学意欲向上へとつなげている。また、本学部の専門性を生かした講座を、併設高校生向けに開講する等により、高大連携の一層の強化を図っている。高校教員に対しても本学科各コースの説明会を実施して理解を深める取り組みを行い、内部進学者の確保を図っている。

以上の通り、様々な機会や媒体を活用して高校生、保護者、高校教員等の本学への理解を深める取り組みを行っており、次年度以降も一層精力的に広報活動等の学生確保に向けた具体的取り組みを展開する予定である。

2. 人材需要の動向等社会の要請

(1) 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）

芸術学部

大阪成蹊大学芸術学部では、芸術的教養や芸術的表現能力を育成するとともに、専門領域を超えた幅広い視野と知識を持ち、社会の要請を敏感に感じ取り社会との関わりにおいてその芸術的感性や表現能力を生かし、伝統的な造形表現と未来を開く革新的な造形思考との往還の中に現代人の置かれたさまざまな局面を捉え、未来的な展望のもとに個性豊かな表現の可能性を追求できるとともに、心豊かな社会の実現に寄与することのできる人材を養成する。すなわち、芸術教育をとおして成熟した人格形成を達成し、自己のもつ想像力や感性を磨くことで、独創的な発想や表現ができる創造力を育て、加えて芸術をとおして多様な価値観を享受する力を身につけ、社会における人間同士のコミュニケーション能力を高めることで、学園の掲げる行動指針である「忠恕」にかなう、誠実で思いやりのある人間形成を目指し、さらに芸術による社会貢献を目標に掲げて、より実り豊かな未来を実現すべく活躍できる「人間力」を備えた人材を育成する。

(2) 上記(1)が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠

①社会的な人材需要の動向

平成 29 年版の文化庁「文化芸術関連データ集」によれば、我が国における文化や芸術に対する国民的な関心の高さ、心豊かな社会の実現における芸術の重要性が読み取れる。

内閣府「社会意識に関する世論調査」（平成 29 年 1 月）によれば、「あなたは、日本の国や国民について、誇りに思うことはどんなことですか」という設問に対して、「すぐれた文化や芸術」と答えた者の割合が 51.1%となり、「治安のよさ（58.7%）」「美しい自然（56.1%）」に次ぎ、3 番目の高さであった。また、内閣府「文化に対する世論調査」では、平成 21 年 11 月の調査で「子どもの文化芸術体験について重要だと思いますか」という設問に対して、「重要である」と答えた者の割合が 93.1%、「あなたは、日常生活の中で、優れた文化芸術体験をしたり、自ら文化芸術活動を行ったりすることについて、どのように思いますか」という設問に対して、「非常に大切だ」または「ある程度大切だ」と答えた者の割合が 88.5%と非常に高かった。一方、住んでいる地域の文化的環境の満足度には課題がある。平成 28 年 9 月に実施された内閣府による同様の調査では、「あなたは、文化芸術を鑑賞したり習い事をしたりする機会や文化財・伝統的まちなみの保存・整備など、お住まいの地域での文化的な環境に満足していますか」という設問に対して、「満足している」または「どちらかといえば満足している」と回答した者の割合は 53.6%に留まった。そして、地域の文化的環境の充実に必要な事項を問う設問「あなたは、お住まいの地域の文化的な環境を充実させるために、何が重要だと思いますか」に対する回答状況は、「子どもが文化芸術に親しむ機会の充実（40.5%）」「地域の芸能や祭りなどの継承・保存（36.8%）」「ホール・劇場、美術館・博物館などの文化施設の充実（28.1%）」

「歴史的な建物や遺跡などを活かしたまちづくりの推進 (24.9%)」「公演、展覧会、芸術祭などの文化事業の充実 (19.8%)」「ワークショップなどを通じて地域在住の芸術家と直接接する機会の充実 (14.3%)」「著名な芸術家を招へい (12.0%)」の順に高い。こうした回答状況から分かるのは、文化芸術に対する市民の要求が非常に強いものであるにも関わらず、文化的環境の充実においては様々に課題が認識されており、その解決を図ることのできる文化芸術の専門性を備えた人材の活躍が期待されるということである。

平成 27 年 5 月には文化審議会答申を受け、政府は「文化芸術の振興に関する基本的な方針—文化芸術資源で未来をつくる— (第 4 次基本方針)」を策定した (資料 4:「文化芸術の振興に関する基本的な方針—文化芸術資源で未来をつくる— (第 4 次基本方針) ポイント」参照)。平成 32 年度までの取組みを見通して策定されたこの基本方針は、「我が国が目指す文化芸術立国の姿」を明示するものであり、「あらゆる人々が全国様々な場で創作活動への参加、鑑賞体験ができる機会の提供」「2020 年東京大会を契機とする文化プログラムの全国展開」「被災地からは復興の姿を、地域の文化芸術の魅力と一体となり国内外へ発信」「文化芸術関係の新たな雇用や産業が現在よりも大幅に創出」を掲げた。なお、その成果目標・成果指標には、先に確認した「日本の誇りとして『文化芸術』を挙げる国民の割合」や「地域の文化的環境に対して満足する国民の割合」が含まれる。

そして、同基本方針では文化芸術振興に関する重点施策として、「文化芸術活動に対する効果的な支援」「文化芸術活動を創造し、支える人材の充実及び子供や若者を対象とした文化芸術振興策の充実」「文化芸術の次世代への確実な継承、地域振興等への活用」「国内外の文化的多様性や相互理解の促進」「文化芸術振興のための体制の整備」の 5 つの重点戦略が掲げられた。成熟社会に適合した新たな社会モデルの構築に向けて文化芸術振興施策を一層展開し、地域コミュニティの衰退、文化芸術の担い手不足、地域の文化芸術を支える基盤の脆弱化等に対する波及効果をもたらすことを期待している。文化芸術の人材動向に関連する取組みとしては、「国内外の芸術家を積極的に地域へ受入れる取組への支援」「雇用の増大を念頭に置き、文化芸術活動や施設の運営を支える専門人材育成・活用」「学校における芸術教育の充実」などが挙げられる。文化芸術振興に関する「基本的施策」のうち、「芸術家等の養成及び確保等」では、「多様で優れた文化芸術を継承し、発展させ、創造していくためには、その担い手として優秀な人材を得ることが不可欠」であり、「幅広い人材の養成及び確保、資質向上のための研修を充実させ、文化芸術活動を担う人材」の育成を図ることや「文化芸術団体、劇場、音楽堂等、教育機関等の関係機関が連携し、計画的・継続的な人材」の育成を促進すること、「芸術系大学等や有する教員や教育研究機能、施設・資料等、様々な資源を活用して、アートマネジメント人材の育成を図るとともに、大学等の教育機関や国立の文化施設等における文化芸術に係る教育及び研究」の充実を図ること、「芸術家等がその能力を向上させ、十分に発揮し、自らの職業や活動に安心して安全に取り組めるよう、芸術家等の活動環境等に関する諸条件の整備や、社会的な役割に関する理解の促進、社会的、経済的及び文化的地位の向上に努める」ことが示された。文化芸術に関わる人材の育成が強く求められているとともに、芸術系学部のみならず役割はこれまで以上に重要となってくる。また基本方針に求められる文化芸術に関わる人

材像は、文化芸術の社会的便益（外部性）、たとえば「国家への威信付与」「地域への愛着の深化」「周辺ビジネスへの波及効果」「将来世代のために継承すべき価値」といったものと、子供・若者や、高齢者、障がい者、在留外国人等にも社会参加をひらく社会包摂の機能を深く理解し、表現活動を通してその実現を担うことのできる人材であることが読み取れる。

翌平成 28 年には、文化芸術を活用した産業の活性化を含む「日本再興戦略 2016—第 4 次産業革命に向けて—」が閣議決定され、クールジャパン戦略の推進にも資するコンテンツ産業の更なる活性化と新たな産業の創出を促進する等の「コンテンツを軸とした、新たな技術・手法を用いた文化発信・市場拡大戦略」、企業経営におけるデザインの活用方法の普及・啓発や地域に根差した文化価値を再認識し経済価値へと変換するデザイナー等の支援等「デザインを用いた戦略的な文化の潜在力発揮」が掲げられた。また平成 29 年「未来投資戦略 2017—Society 5.0 の実現に向けた改革—」でも、文化芸術資源の活用の更なる促進に向けた体制・制度の整備や文化芸術資源を核とした地域活性化・ブランド力向上、コンテンツを軸とした文化芸術産業の強化を掲げた。同年 12 月には、文化芸術産業の経済規模（文化 GDP）及び文化芸術資源の活用による経済波及効果を拡大することを目的とする「文化経済戦略」が内閣官房、文化庁により策定され、文化芸術を活用した産業の活性化とその推進を担う文化芸術人材の育成は、国家的政策として強固に推し進められている（資料 5：文化庁「文化芸術資源を活用した経済活性化（文化 GDP の拡大）」（抜刷）も参考）。

上記のほか、ゲーム・アプリケーションに関する人材の社会的需要に関して付言する。経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課の発表資料「コンテンツ産業政策について」によると、平成 27 年の日本のコンテンツ産業の市場規模は約 12 兆円であり、近年ではほぼ横ばいで推移している（再掲：資料 2 参照）。なかでも、ゲーム市場は平成 27 年には 1.7 兆円の市場規模を持つ。また、世界のコンテンツ市場では今後アジアを中心に規模が拡大し、平成 32 年には、約 85 兆円となる見込みであり、日本由来のコンテンツの売上は約 141 億米ドルと海外市場規模全体の 2.5%を占め、そのシェアは、マンガ、ゲーム、キャラクター、アニメの順に大きい。こうした中、我が国ではクールジャパン戦略を掲げ、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや衣・食・住をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変え、旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長につなげるべく、①日本ブーム創出（日本の魅力の効果的発信）、②現地で稼ぐ（現地で稼ぐためのプラットフォーム構築）、③日本で消費（日本に呼び込み大きく消費を促す）の 3 つの対応を推し進めている。ローカライズ・プロモーション支援による海外売上、新規海外展開事業者の増加、「Japan Content Showcase」の出展者・招聘バイヤーの推移および商談件数の増加、「コ・フェスタ」の安定的な動員数、成約金額等を鑑みると、着実に成果を上げていることが分かる。こうしたなか、先に見た通り、「日本再興戦略 2016—第 4 次産業革命に向けて—」ではクールジャパン戦略の推進にも資するコンテンツ産業の更なる活性化と世界に誇るマンガ・アニメ・ゲーム等のメディア芸術分野におけるクリエイターやプロデューサー等の人材育成、「未来投資戦略 2017—Society 5.0 の実現に向けた改革—」ではコンテンツ産業やマンガ・アニメ・ゲーム等メディア芸術分野の国内外への発信機能の強化によるブランドの創出と新たな市場の開拓が掲げられることとなる。

以上、本学部では、文化芸術に携わる者として、「個性豊かな表現の可能性を追究」するに留まらず、「社会との関わりにおいてその芸術的感性や表現能力を生かし」「未来的な展望」を持って「心豊かな社会の実現への寄与」を果たすことのできる人材育成をめざしており、我が国の成熟社会における成長の源泉としての様々な社会的便益や社会的包摂の役割を果たしながら、国家、地域の産業の活性化を担う人材としての社会的な需要に応えるものであると考える。

②地域的な人材需要の動向

本学の所在する大阪府では、大阪府市文化振興会議の答申等を踏まえ、平成 28 年 11 月、平成 28 年度から平成 32 年度までを計画期間とする「第 4 次大阪府文化振興計画」を策定している。この計画では「芸術文化の担い手や劇場、ホール等の発表の場が少ないこと等によってマーケットが小さくなり、文化への寄付も減少傾向となるなど、厳しい状況にあり」、「人材の発掘や育成、発表の場の確保等を通じて、マーケットの拡大を図るとともに、文化振興に対する意識の醸成により、府民や企業からの寄附につなげるなど、みんなで大阪の文化を支え、育てていく好循環を作り出していくこと」、「教育、福祉、まちづくり等、人や地域が抱える諸課題の改善や解決にあたって、文化の有する力を積極的に活用するなど、これまで以上により広範な分野において、文化が果たす役割への期待」に応えることを重要な課題として示す。その上で、「大阪が誇る文化力を活用した魅力あふれる都市」「あらゆる人々が文化を通じていきいきと活動できる都市」「あらゆる人々が文化を享受できる都市」である「文化自由都市、大阪」の実現をめざして、「文化創造の基盤づくり」「都市のための文化」「社会のための文化」の 3 つの基本方向に 9 分野の施策を位置づけた。とりわけ、「文化創造の基盤づくり」では、「芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実」「将来の社会の担い手となる青少年の育成」「芸術文化拠点の充実と府民意識の醸成等」においては、芸術文化の担い手、若手アーティストの発掘・育成と、地域における優れた芸術文化の醸成により、子どもや青少年、府民が豊かな感性や創造性を養うことをめざしており、表現活動を通じた社会貢献を実現できる人材が求められている（資料 6：大阪府「第 4 次大阪府文化振興計画」（抜刷）参照）。

こうした社会的な側面からの人材需要のみならず、経済的な側面からの人材需要もまた非常に高い。大阪府と大阪市では、大阪を新たな成長軌道に乗せるため、概ね平成 32 年までの 10 年間の成長目標を掲げて、およそ 3 年から 5 年の短期・中期の具体的な取組み方向を明らかにするものとして、平成 22 年より「大阪の成長戦略」を策定している。社会経済情勢の変化に応じて、具体的な取組内容について適宜、追加修正を行うなど、基本的な方向性を堅持しつつも、必要に応じ柔軟に見直しを図っていくものであり、これまでに 2 度の改訂が図られている。平成 25 年の改訂では、平成 23 年に策定された大阪市の大阪市経済成長戦略と、大阪府の大阪の成長戦略を「大阪の成長戦略」に一本化することが図られた。そして、平成 28 年の改訂では、目標年次である平成 32 年の大阪・関西の姿（将来像）を明示し、その実現に向けた重点的な課題とその解決に向けた取組みを一層明確化するものとなった。「成長に向けた課題、施策展開の方向性」として「内外の集客力強化」「人材力強化・活躍の場づくり」「強みを生かす

産業・技術の強化」「アジア活力の取り込み強化・物流人流インフラの活用」「都市の再生」を「成長のための5つの源泉」と位置づけた。特に、国際ハブ化する関西国際空港、阪神港を拠点としたグローバル市場への挑戦と観光関連産業の活性化により、外需を稼ぎ内需を生み出しながら、大阪府・大阪市を「価値創造都市」及び「中継都市」とすることが、成長戦略のなかでも特に重要なテーマとなっている（資料7：大阪府・大阪市「大阪の成長戦略（2016年12月版）」（抜刷）参照）。我が国全体を見ても、平成27年度末には訪日外国人が2,000万人を突破し、経済発展の著しいアジア諸国の台頭、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックといった国家的イベントの開催決定等を勘案し、訪日外国人受け入れ目標は4,000万人に上方修正されることとなった。大阪においても、こうした訪日外国人の増加に伴い経済の活性化をいかに図るかが重要となる。

とりわけ、文化芸術の分野においては、「これまで国家資源としての活用が不十分であった、世界に冠たる先端技術・インフラ技術や映像・ゲームをはじめとするクリエイティブ産業などの海外展開を強力に推進することにより、新たな市場を開拓する」ことを方向性として明示し、クリエイティブ産業等の競争力向上、輸出・海外展開の促進をめざすこととしている。また、「大都市圏の特性を活かしたクリエイティブ産業などの都市型サービス事業などの強化」として、「幅広く厚みのある産業を支える対事業所向けビジネス支援サービスなど都市型サービス産業の強化（クリエイティブ産業の育成支援、協業を通じた付加価値の高い製品・サービスの創出支援等）」、「ハイエンドなものづくりの推進」として「デザイン・イノベーションによる高付加価値化した製品・サービスの創出」をめざすこととされている。

また時期を同じくして、世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速し、平成32年へ向け大阪を世界にアピールするために、内外から人、モノ、投資等呼び込む「強大大阪」と世界に存在感を示す「大阪」の実現を目的として、「大阪都市魅力創造戦略2020」が策定された。「観光・都市魅力」「文化」「スポーツ」「国際化」の4つの分野ごとに、合わせて10の「目指すべき都市像」を設定し、「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」「世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備」の3つの観点から、計画期間中に重点的に取り組む施策を掲げたものである。「大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信」での重点取組として、世界第一級の文化・観光拠点形成・発信（夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成等）や多様な観光資源の発掘・発信（国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツ創出等）が、「文化・スポーツを活かした都市魅力の創出」での重点取組として、大阪の文化・食の魅力発信（アートスポットの魅力創出・発信等）がそれぞれ挙げられている（再掲：資料1参照）。

以上のように、本学部の育成する文化芸術を担う人材のニーズは、社会的な側面からも経済的な側面からも、先に見た社会的な人材需要の動向と同様に本学の位置する地域社会においても極めて高い。

次に、大阪成蹊大学全体及び本学部における過去4ヵ年の就職率、就職希望率は次表の通り推移している。本学部卒業生の就職率は、平成26年度卒業生98.5%（全国平均96.7%）、平成27年度卒業生98.0%（全国平均97.3%）、平成28年度卒業生98.2%（全国平均97.6%）、

平成 29 年度卒業生 98.1%となり、厚生労働省が毎年公表する全国の大学平均と比しても高い数値で推移している。また同就職希望率は、平成 26 年度卒業生 89.0% (全国平均 72.7%)、平成 27 年度卒業生 87.5% (全国平均 74.0%)、平成 28 年度卒業生 88.2% (全国平均 74.7%)、平成 29 年度卒業生 89.1%となり、非常に高い水準を維持していると言える。

大阪成蹊大学全体及び本学芸術学部における就職率、就職希望率の推移(平成26年度～平成29年度)

(単位:%)

		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
就職率	大学全体	97.5	98.2	98.2	97.5
	芸術学部	98.5	98.0	98.2	98.1
	全国平均 (大学)	96.7	97.3	97.6	91.2
就職希望率	大学全体	85.0	86.8	88.0	91.7
	芸術学部	89.0	87.5	88.2	89.1
	全国平均 (大学)	72.7	74.0	74.7	77.9

表内の全国平均は、平成28年度までの数値は厚生労働省「大学等卒業者の就職状況(各翌年度4月1日現在)」、平成29年度の数値は厚生労働省「大学等卒業予定者就職内定状況(各年度2月1日現在)」による

また、本学部では、株式会社カプコン、株式会社モノリスソフトをはじめとするゲーム等クリエイティブ系企業への就職実績があり、ゲーム・アプリケーション等のクリエイティブ産業は、既に本学部で育成している芸術人材が社会からの需要に応えつつある分野であることが分かる。さらに、平成 31 年度からは、現在スマートフォンゲーム「Fate/Grand Order」等を開発するディライトワークス株式会社との間に連携協定を締結し、ゲーム制作分野の現場ノウハウと教育カリキュラムの連携、様々な産学連携プログラムの実施や情報交換を通じた知的・人的な交流により、新たな若手クリエイターの育成とゲーム制作分野の更なる発展・拡大をめざすこととしている(資料 8「ディライトワークス株式会社と学校法人大阪成蹊学園との連携協力に関する協定書(案)」参照)。

こうした就職実績の背景には、就職活動支援に際しての本学部教員や職員によるきめ細かなサポートはもとより、アクティブラーニング型授業の展開により確かな専門性を育みながら、企業や自治体と連携した PBL (課題解決型授業) により他者との協働を通じた芸術表現による社会課題の解決を繰り返してきたことによる社会人基礎力の高さに対する地域社会からの評価がある。

以上より、本学部の育成する人材は、地域的な人材需要においてもまた十分に応えるものであると言える。

資料目次

- 資料1 大阪府・大阪市「大阪都市魅力創造戦略 2020～世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速～」(抜刷)
- 資料2 経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課「コンテンツ産業政策について」
- 資料3 リクルート進学総研「18歳人口予測(全体：近畿：2017～2028年)」
- 資料4 「文化芸術の振興に関する基本的な方針—文化芸術資源で未来をつくる—(第4次基本方針)ポイント」
- 資料5 文化庁「文化芸術資源を活用した経済活性化(文化GDPの拡大)」(抜刷)
- 資料6 大阪府「第4次大阪府文化振興計画」(抜刷)
- 資料7 大阪府・大阪市「大阪の成長戦略(2016年12月版)」(抜刷)
- 資料8 「ディライトワークス株式会社と学校法人大阪成蹊学園との連携協力に関する協定書(案)」

大阪都市魅力創造戦略2020

～世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市へ加速～

平成28年11月

大阪府・大阪市

1. 戦略策定の背景

大阪府市のこれまでの取組み

○大阪都市魅力創造戦略に基づく施策推進（平成24年度～平成27年度）

世界的な創造都市に向けた観光・国際交流・文化・スポーツの各施策の上位概念となる府市共通の戦略「大阪都市魅力創造戦略（計画期間：平成24年度～平成27年度）」を策定し、「民が主役、行政はサポート役」の基本的な考え方のもと、3つの重点取組（水と光のまちづくり推進体制の構築、大阪アーツカウンシルの設置、大阪観光局の設置）、重点エリアのマニフェスト、2015年シンボルイヤー、大阪ミュージアム構想などを推進してきた。

大阪の都市魅力創造の現状と課題

○世界における大阪のプレゼンスの向上

大阪は、日本の第二の都市として、国内では一定の存在感を持っているが、世界の中での存在感はまだ薄い。（世界の都市総合ランキング2016で42都市中22位、アジアで7位）
 ・人口減少の加速が予測されている中で、世界で通用するグローバル人材の育成や外国人留学生の受入環境の充実・強化に取り組むとともに、世界の都市間競争に打勝つためにも、多様な人材が交流し新しい価値を創造する都市として、国際都市・大阪のプレゼンスを高めていく必要がある。

○都市魅力創造の好循環の実現

水と光のまちづくりや文化・観光分野においては、それぞれ総合プロデュースを担う推進体制を構築し、取組みを進めており、これまでの取組状況を踏まえ、行政と民間の役割と負担のあり方をより一層明確にし、民間主体の取組みについては、集客促進⇒消費喚起・民間等からの投資拡大⇒取組みの充実・発展といった好循環につなげていく必要がある。

○国内外からの注目の高まりを捉えたさらなる魅力向上

大阪における平成27年の延べ宿泊者数は、3,037万人（うち外国人897万人）、来阪外国人旅行者数は年間716万人、関空の国際線を利用する外国人旅客数も初めて年間1千万人を超え、ホテル等の客室稼働率も2年連続全国1位と好調であり、国内外からの観光客受入環境の充実とさらなる魅力向上を図っていく必要がある。
 ・ラグビーワールドカップ2019や2020年オリンピック・パラリンピック、さらには関西ワールドマスターズゲームズ2021の三大スポーツイベントの開催などにより、国内外からさらに多くの方が大阪・関西を訪れる絶好の機会であり、効果的なプロモーションを展開する必要がある。

○大阪観光局の機構強化（大阪版DMO*）

大阪観光局については、平成28年4月22日、地域連携DMOとして登録され、平成28年度地方創生推進交付金の交付対象となるなど、観光事業推進の司令塔として、さらなる進化・機能強化が求められる。

*DMOとは…「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地づくりの担取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を基盤に実施するための調整機能を備えた法人

2020年に向けた大阪の都市魅力創造

世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市へ加速

2020年に向け、大阪を世界ヘアビール！

10の都市像で施策展開



【基本的な考え方】

- ◇国内及び世界に向けた大阪の魅力の発信
- ◇これまで取り組んできた重点取組を発展・進化
- ◇府域全体の発展に資する施策展開
- ◇2020年度以降も見据えた仕組みづくり
- ◇みんまで支える
- ◇PDCAサイクルの徹底

計画期間

平成28（2016）年度～平成32（2020）年度

2. 10の目指すべき都市像

施策の成果の先に都市魅力を高める上でのような都市像の実現に寄与するのかわかりと見据え、施策分野ごとに「目指すべき都市像」と「施策の方向性」を設定し、その目指すべき都市像の実現に向けてペクトルをあわせて施策の実施に取り組みます。

観光・都市魅力	世界に誇れる 自慢の都市	お勤めできる観光地や魅力的なスポットを創出し、大阪の人々が積極的にアピールできる自慢の都市を目指します。
	安全で安心して楽しめる 24時間おもてなし都市	観光客が昼夜を問わずまちに魅力を感じ、安全で安心して旅行を楽しめる都市を目指します。
文化	多様な人材が集う 観光・MICE都市	多様な人が訪れ、集い、交流する活気あふれる都市を目指します。
	多様な楽しみ方ができる 同遊・滞在都市	観光客が大阪に滞在し、府内をはじめ各地を訪れ、多様な楽しみ方を体験できる都市を目指します。
スポーツ	大阪が誇る 文化力を活用した都市	大阪の文化を保存・継承し、国内外に情報発信していくことにより、大阪の魅力を高めるとともに、国内外からアーティストをはじめ多くの人々が大阪に集い、交流する都市を目指します。
	あらゆる人々が 文化を享受できる都市	あらゆる人々が、大阪の様々な場所において、これまで以上に創作活動に参加でき、鑑賞体験できる都市を目指します。
国際化	アジアをリードする 国際・プロスポーツ都市	世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会を創出し、府民・市民に夢と希望を与えることができる活力のある都市を目指します。
	健康と生きがいを創出する スポーツに頼りすぎる都市	年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市を目指します。
	グローバル人材育成都市	国内外の若者に学びの場を提供し、世界で活躍できる人材を育てる都市を目指します。
	出会いが新しい価値を生む 多様性都市	世界中から訪れる外国人が府民と変わりなく安心・快適に過ごせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市を目指します。

3. 目指すべき都市像のKPIの現状と確認方法

目指すべき都市像	KPI (※主指標・副指標)	測定時の数値	指標の単位	データの確認方法
世界に誇れる 自慢の都市	<ul style="list-style-type: none"> 来阪外国人旅行者数 世界の都市総合ランキング (分野：文化・交流ランキング) 自分の住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合 大阪が楽しいまちだと思う人の割合 (全国) 	H27 716万人 H28 27位 H27 74.2% H27 36.7%	1,300万人	<ul style="list-style-type: none"> 日本政府観光局「訪日外客数」等を基に算出 (一財)深セン総領事館 都市戦略研究所「世界の都市総合ランキング」 大阪府「将来ビジョン・大阪に関する調査」(大阪府) 大阪府「将来ビジョン・大阪に関する調査」(全国)
安全で安心して楽しめる 24時間おもてなし都市	<ul style="list-style-type: none"> 来阪外国人旅行消費額 Osaka Free Wi-Fi認証数 24時間営業店舗数、深夜営業店舗数 	H27 5,781億円 H27 4,873,259件 H26 2,369所	1兆1,900億円	<ul style="list-style-type: none"> 大阪観光局「関空調査」等を基に算出 大阪観光局実績 経済産業省「商業統計」の終日営業の小売業事業所数
多様な人材が集う 観光・MICE都市	<ul style="list-style-type: none"> 国際会議開催件数 MICE外国人参加者数 インセンティブツアーの誘致・開催件数 インテックス大阪における展示会延べ使用面積 	H26 253件 H26 27,360人 H27 51件 H27 225万㎡	340件	<ul style="list-style-type: none"> 日本政府観光局「国際会議統計」 日本政府観光局「国際会議統計」 大阪観光局実績 インテックス大阪実績
多様な楽しみ方ができる 岡地・海浜都市	<ul style="list-style-type: none"> 延べ宿泊者数 外国人旅行者平均宿泊日数 外国人旅行者比率 	H27 3,037万人 H27 1.68日 H27 31.4万人	3,600万人	<ul style="list-style-type: none"> 観光庁「宿泊旅行統計調査」 観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に算出 大阪観光局「関空調査」等を基に算出
大阪が誇る 文化力を活用した都市	<ul style="list-style-type: none"> 府内外から人々が集まり、芸術活動が活発になっていると思う府民の割合 文楽、歌舞伎、演芸等 伝統芸能が保存・継承され、鑑賞の機会が充実していると思う府民の割合 海外や他県等と芸術文化の交流が活発であると思う府民の割合 芸術文化が都市の魅力づくりに貢献していると思う府民の割合 	H27 10.8% H27 23.0% H27 11.1% H27 12.3%	40%	<ul style="list-style-type: none"> 大阪府調査 大阪府調査 大阪府調査 大阪府調査
あらゆる人々が 文化を享受できる都市	<ul style="list-style-type: none"> 文化的環境が整備されていると思う府民の割合 一年間で芸術鑑賞をしたことがある府民の割合 一年間で文化施設(美術館、音楽ホール、映画館など)を利用したことがある府民の割合 文化に関する情報ネットワークが充実していると思う府民の割合 	H27 9.8% H27 22.4% H27 64.9% H27 23.2%	40%	<ul style="list-style-type: none"> 大阪府調査 大阪府調査 大阪府調査 大阪府調査
アジアをリードする 国際・プロスポーツ都市	<ul style="list-style-type: none"> 大阪にゆかりのあるプロスポーツチーム7チームの年間主催試合での観客者合計数 大阪マラソンの外国人参加イベント数 ラグビーワールドカップ2019花園ラグビー場開催試合関連の集客数 機運醸成イベント参加者数 	H27 2,653,404人 H28 10,332人 -	360万人	<ul style="list-style-type: none"> 各チーム公表資料 大阪マラソン組織委員会事務局調査 大阪府調査 大阪府調査
健康と生きがいを創出する スポーツに傾斜する都市	<ul style="list-style-type: none"> 成人の週1回以上のスポーツ実施率(性別・年齢別) 運動やスポーツをすることが好きな小中学生の割合 大阪府民が、着スポーツ大会における参加者数 大阪府登録スポーツボランティアのスポーツ大会への延べ派遣者数 	H27 40.0% H27 72.0% H28 916人 H27 796人	50%	<ul style="list-style-type: none"> Webアンケート(府内) 全国体力・運動能力、運動習慣等調査 大阪府調査 大阪府調査
世界で活躍できる グローバル人材育成都市	<ul style="list-style-type: none"> 海外へ留学する大阪の生徒・学生数 大阪で学ぶ留学生数 留学生が就職する全国の日本企業等のうち、大阪の企業が占める割合 府内在留高度外国人材数 	H25 高校 468人 H26 大学 2,678人 H27 15,280人 H26 10.4% H27 14,106人	23,000人	<ul style="list-style-type: none"> 高校：文部科学省学校基本調査(隔年調査実施) 大学：協定等に基く日本人学生留学状況調査(JASSO) 外国人留学生在籍状況調査(JASSO) 留学生の日本企業等への就職状況調査(法務省) 在留外国人統計 都道府県別在留資格別外国人人数(法務省)
出会いが新しい価値を生む 多様な都市	<ul style="list-style-type: none"> 大阪で働く外国人労働者数 府内外国人相談窓口常設市町村数 	H27 45,838人 H28 11市	61,000人	<ul style="list-style-type: none"> 厚生労働省統計調査 大阪府調査(常設窓口のみ)

4. 目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み

世界に誇れる**自慢の都市**

①世界第一級の文化・観光拠点形成・発信

- ・夢洲でのIPを含む国際観光拠点形成
- ・水都大阪、大阪市内の重点エリア（大阪城・大手前・森之宮地区、中之島地区、御堂筋地区、天王寺・阿倍野地区、築港・バイエリア地区）、大阪駅周辺地区、難波周辺地区
- ・万博記念公園エリア、百舌鳥・古市古墳群エリアの魅力創出

ほか

②大阪ならではの魅力創出・発信

- ・世界の人々を惹きつけるキラコンテンツの創出
- ・大阪が誇るスポーツ資源を活かしたスポーツリズムの推進

③大阪の文化を誇耀できる魅力創出・発信

- ・伝統的な祭りや食など、大阪の文化を満喫できるコンテンツの創出

④魅力的な景観演出

- ・歴史的建築物や街並みを活用した景観演出の推進

安全で安心して楽しめる**24時間おもてなし都市**

①観光客受入環境の充実

- ・観光案内機能の充実、多言語対応の強化
- ・ICTに対応した環境整備（Wi-Fi環境の充実等）
- ・宿泊施設、観光施設等の受入環境強化

②旅行者の安全・安心の確保

- ・医療機関、災害・事故等に関する情報の発信
- ・観光施設、宿泊施設等におけるスムーズな避難誘導
- ・災害等緊急時の相談対応の充実

③旅行者ニーズに配慮した多様なサービスの提供

- ・日本文化を楽しむためのナイトカルチャーの創出
- ・富裕層の受入に対応した環境整備やニーズに対応した魅力づくり

多様な人材が集う**観光・MICE都市**

①MICE誘致の推進

- ・官民が一体となった誘致体制の構築
- ・ターゲット等を明確にした方針に基づく戦略的な誘致活動の展開
- ・統合型リゾートも視野に入れたMICE受入体制の充実

②観光マーケティング・リサーチの強化

- ・国内外における観光客のニーズ把握手法の確立
- ・宿泊施設や観光施設と連動した調査手法の検討

③観光振興を支える人材等の育成

- ・DMOの推進、専門人材の育成
- ・ホスピタリティの向上・人材の育成

多様な楽しみ方ができる**周遊・滞在都市**

①効果的なプロモーションの強化

- ・マーケティングに基づく観光客のニーズやターゲットに応じた戦略的なプロモーションの展開
- ・大阪ミュージアムの推進

②周遊性を高める利便性の向上

- ・地域資源を活用した着地型観光の促進
- ・府内の観光スポット等を周遊できる仕組みの充実
- ・広域周遊観光ルートの発信・誘客促進
- ・大型バスの駐車場等の確保・充実
- ・自転車周遊できる広域サイクルロードの活用

③大阪に滞在しなくなる仕掛けづくり

- ・観光客の目線で捉えた地域魅力の再評価と発信

4. 目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み

大阪が誇る文化力を活用した都市

- ① 上方伝統芸能を活用した魅力発信
 - ・上方伝統芸能の歴史的、文化的価値の理解、普及を図り、その保存・継承を支援するため、国内外に魅力を発信
 - ・上方演芸の歴史を伝えるため、府立上方演芸資料館において、資料を体系的に整理し、展示や研究機関との連携等の推進
 - ・国内外の間に、上方伝統芸能をはじめ、多様な大阪の文化を伝え、大阪文化のさらなる振興につなげる取組みの検討
- ② 都市の魅力向上と新たな文化の創造
 - ・府内のアートのスポットの創造と掘り起こしによる魅力の発信（大阪の名所）
 - ・大阪文化の海外サポーターにつなげるため、海外留学生に対し文化芸術機会の提供等
 - ・新美術館の整備や市立美術館の大改修等による都市魅力の向上

③ 文化プログラムの推進

- ・大阪ならではのリーディング事業の展開
- ・府内市町村が独自の文化プログラムを実施できるようサポート
- ・関西広域連合における文化プログラム事業との連携
- ・アーツカウンシルの機能強化

あらゆる人々が文化を享受できる都市

- ① 芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実
 - ・大阪の優れた文化事業を結集し、国内外に発信するとともに、芸術文化の担い手（若手プロデューサー等）を発掘、育成
 - ・若手アーティストらが作品を発表し、情報を発信できる機会の提供
 - ・府民に優れた芸術文化の鑑賞機会の提供
 - ・障がい者の文化活動の推進
- ② 将来の社会の担い手となる青少年の育成
 - ・子どもや青少年が、学校における授業や地域活動等を通じて、優れた芸術文化に触れ、豊かな感性や創造性を育むための機会の充実
 - ・子どもや青少年が芸術文化活動に参加し、発表する機会の提供
- ③ 芸術文化拠点の充実と府民意識の醸成等
 - ・官民が適切な役割分担のもと、相互に協力しながら、劇場、ホール等の設置や立地を誘導
 - ・府内の文化情報の発信等を通じた府民意識の醸成
 - ・文化事業の内容に応じた資金獲得手法の研究、具体化
 - ・文化財の適切な状態での保存・継承、府民が親しむ機会の充実

アジアをリードする国際・プロスポーツ都市

- ① 国際的なスポーツイベントの開催
 - ・人気の高い競技大会を誘致し、トップアスリートのパフォーマンスを見る機会の提供
 - ・ラグビーワールドカップやオリ・パラ等機運醸成イベント等の展開
 - ・市町村と連携した事前キャンペーンの誘致、ホストタウン登録の推進
- ② スポーツ都市大阪の魅力発信
 - ・大阪マラソンのさらなる進化発展
 - ・ランドマークなど大阪のブランド力を活用したスポーツイベントの誘致・開催
 - ・大阪にゆかりのあるプロスポーツチームと連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進
- ③ ラグビーワールドカップ、オリ・パラ、関西ワールドマスタースターズゲームズの開催を契機としたレガシーの形成
 - ・オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進
 - ・産学官連携によるスポーツ人材の育成

健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市

- ① スポーツを「する」機会、「ささえる」力の拡充
 - ・誰もが気軽にスポーツに取り組み始める機会の提供
 - ・トップアスリートの指導力などを活用した子どもたちの運動やスポーツに対する興味・関心の向上
 - ・関西ワールドマスタースターズゲームズを契機とした府民のスポーツへの参加意欲の向上
 - ・スポーツをささえる人材の育成
- ② スポーツを通じた健康増進
 - ・身近なコミュニティにおける気軽なスポーツ実践の場の拡充
 - ・企業・大学等と連携した事業の展開
 - ・スポーツ健康科学の推進

4. 目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み

世界で活躍できるグローバル人材育成都市	出会いが新しい価値を生む多様性都市
<p>①グローバル人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・英語教育の充実 ・グローバルリーダーの育成 ・国際交流の推進 ・国際バカロレア認証取得の推進 <p>②外国人留学生の受入と定着支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・留学生の受入環境の充実および拡大 ・留学生の活躍機会の拡充 ・留学生の就職活動支援 <p>③企業における高度外国人材の積極的受入・活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人材の雇用を通じた企業のグローバル化 	<p>①国際都市にふさわしい安全安心の取組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人多言語相談機能の充実 ・災害時における支援体制の充実 <p>②地域のグローバル化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホスピタリティの向上 ・オンライン・パラリンピック等を契機とした国際理解の促進 <p>③国際競争力を有するビジネス拠点としての大阪の魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成長分野での産業振興やイノベーション創出の推進 ・中小企業の国際ビジネス交流の促進 ・外国人の起業支援 ・外資系企業の誘致、定着促進（外国人駐在員等への生活支援等） <p>④大都市大阪の活力を統合した都市外交の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪の魅力や強みの効果的な海外への発信 ・府市それぞれの都市間ネットワーク・外交ノウハウを相互に活用した交流推進 ・総領事館とのネットワークを活かした情報発信の強化 ・地域特性を活かした国際協力 ・成長著しいアジアとの交流や先端産業界での欧米等との交流の促進を通じた相互利益の実現

5. 施策展開の考え方

都市魅力創造の好循環につながる施策展開	行政・地域・民間の役割分担と施策展開	より効果的な施策展開
<p>様々な角度から、都市としての魅力向上を図り、国内外の人々に大阪の魅力を発信し続けていくとともに、まちづくりや観光、文化、スポーツをはじめ、様々な分野の施策連携を図り、都市魅力の向上（都市魅力創造）⇒交流人口の拡大（集客効果）⇒消費喚起・投資拡大（経済効果）⇒まちの活性化（取組みの充実・発展）の好循環に結びつく施策展開を図る。</p>	<p>行政・地域・民間の役割分担と施策展開</p> <p>都市魅力創造は、民間、地域団体など、様々な主体がその担い手となり、行政としても、それぞれの主体を繋ぐ役割や、総合プロデュース、旗振り役を担う必要がある。</p> <p>今後、観光地域づくりの舵取り役（DMO）となる大阪観光局とも連携を図りながら、これまで以上に、魅力あふれるまちづくりや観光資源づくり、効果的な府域への誘客を図るとともに、文化・スポーツによる都市魅力の向上の取組みなど、公と民のそれぞれが必要役割を担いつつ、一体となって、都市の魅力を高める取組みを展開する。</p>	<p>より効果的な施策展開</p> <p>都市魅力施策の展開にあたっては、限られた財源を有効に活用し、最大の効果を発揮することが求められる。</p> <p>新たに平成29年1月より導入する宿泊税についても、新たな行政需要として実施すべき事業に充当するという考え方のもと、観光客急増に伴う課題解決のための受入環境整備や、安定的な集客に向けたリピーター確保のための取組みなど、観光客が大阪での滞在を安全・快適かつ、楽しみ、満足いただくための観光振興施策に活かす。</p>

6. 重点取組

施策分野ごとに「目指すべき都市像」と「施策の方向性」を設定し、施策の方向性に沿って、必要な施策に取り組んでいくこととし、その中でも、特に次の3つの視点から重点取組を設定し、2020年に向けて推進します。

重点取組の視点と考え方

大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信

- 都心部における観光魅力のさらなる充実
- 府域全体での都市魅力向上策の展開

文化・スポーツを活かした都市魅力の創出

- 三大スポーツイベントに向けた機運醸成
- 大阪が誇る文化・スポーツの強みを活かした都市魅力の創出と観光施策との連携

世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備

- 観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進

重点取組

- 世界第一級の文化・観光拠点形成・発信
- ◆ 夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成
- ◆ 水と光のまちづくりの推進
- ◆ 万博記念公園の魅力創出
- ◆ 百舌鳥・古市古墳群の魅力創出
- ◆ ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信
- ◆ 大阪市内の重点エリア等の魅力向上
- 多様な観光資源の発掘・発信
- ◆ 国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツ創出
- ◆ ナイトライフカルチャーの発掘・創出
- ◆ ランドマークのライトアップの時間延長・創出
- ◆ MICE誘致の推進
- みんなで支える仕組みづくり
- ◆ 都市魅力をみんなで支える人づくり・ネットワークづくり

重点取組

- 国際的なスポーツイベントの開催
- ◆ ラグビーワールドカップ2019の大阪開催
- ◆ 国際的なスポーツイベントなどの誘致
- ◆ ホストタウンへの登録
- ◆ 機運醸成イベントの展開
- スポーツ都市大阪の魅力発信
- ◆ 大阪マラソンの魅力向上
- ◆ スポーツリズムの推進
- オリ・パラ等の開催を契機としたレガシーの形成
- ◆ オリピック・パラリンピックムーブメント教育の推進
- 大阪の文化・食の魅力発信
- ◆ 世界に発信する「大阪文化の祭典」
- ◆ 文化魅力の情報発信
- ◆ アートスポットの魅力創出・発信
- ◆ 大阪の食の魅力の創出・発信
- ◆ 大阪らしい芸術文化の魅力の創出

重点取組

- 旅行者の利便性向上
- ◆ Wi-Fi設置の拡充
- ◆ 公共交通機関等と連携した受入環境の整備
- ◆ 観光公衆トイレの整備促進
- ◆ 宿泊施設における「おもてなし」環境の整備促進
- 観光案内機能の強化
- ◆ トラベルサービスセンター大阪の運営
- ◆ 観光客への情報提供機能の充実
- ◆ 観光案内板等の整備促進
- ◆ 観光ボランティアの育成
- インバウンド受入環境の整備
- ◆ 多言語対応の強化
- ◆ 外国人旅行者の災害時における安全確保
- 外国人留学生の受入と定着支援
- ◆ 留学生受入・定着支援事業



経済産業省

コンテンツ産業政策について

経済産業省 商務情報政策局

コンテンツ産業課



I. 現状



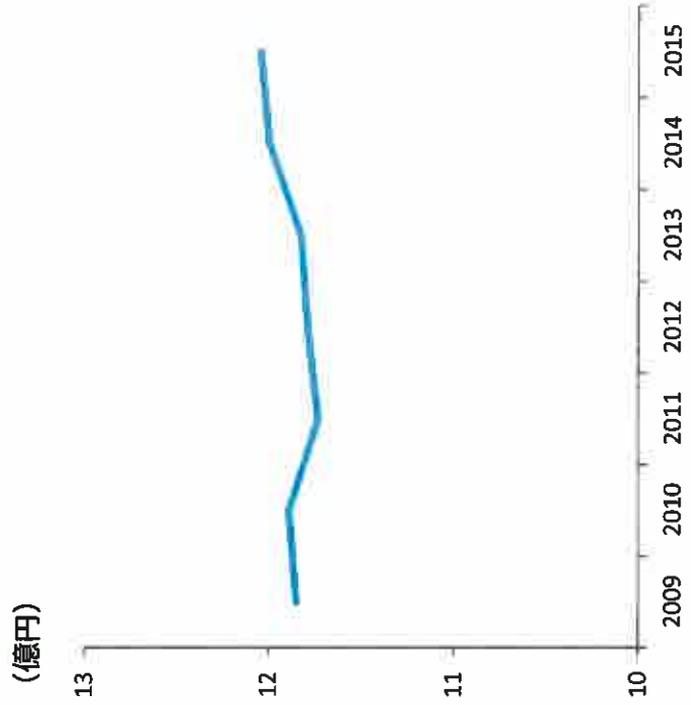
日本のコンテンツ産業の市場規模

- 映画・アニメ・TV番組・音楽・ゲーム等の国内コンテンツ市場規模は約12兆円。
- 市場規模は、近年ほぼ横ばいで推移している。

国内コンテンツ市場の全体像

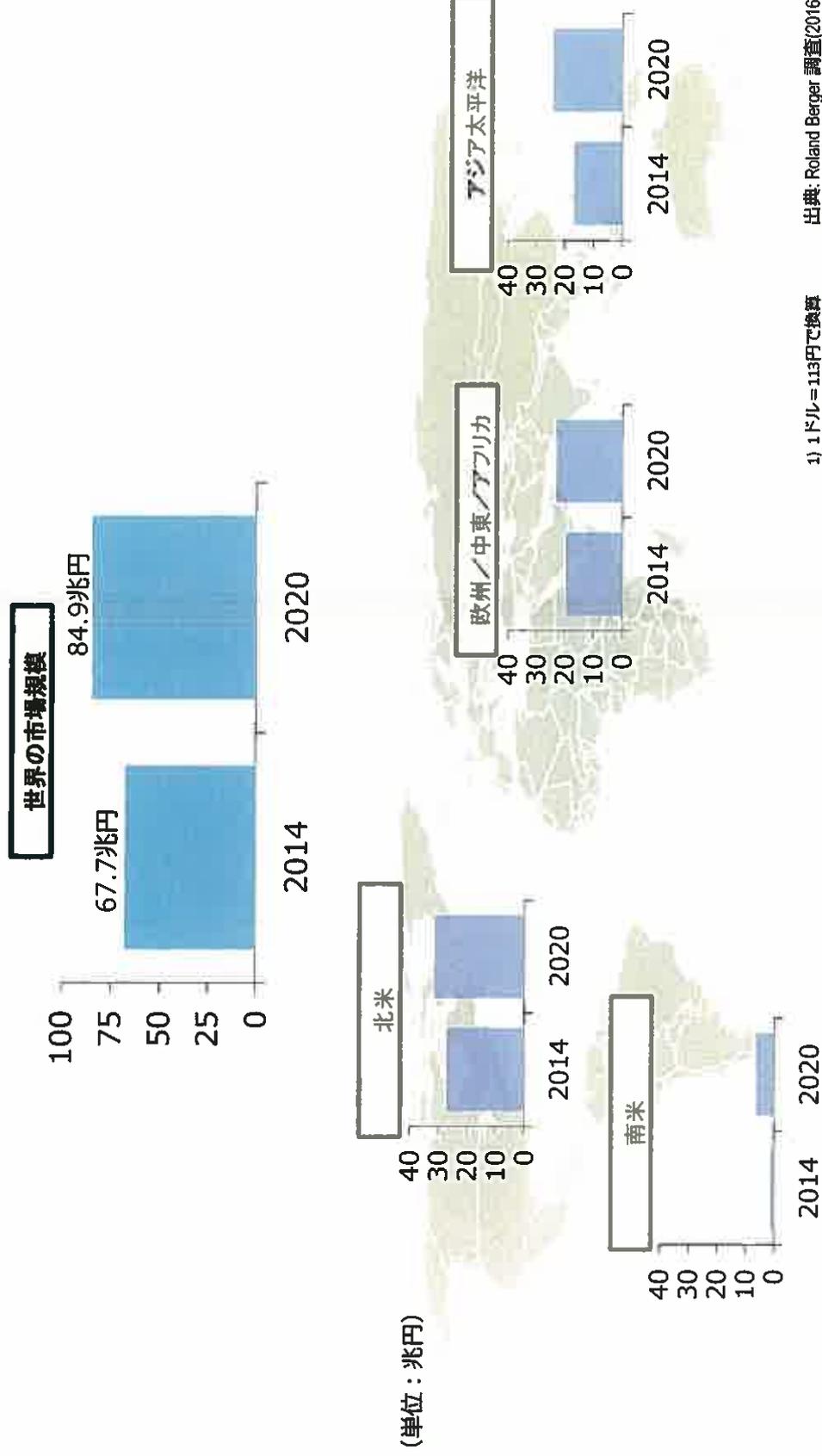
映像	音楽・音声	ゲーム	図書・新聞・画像	複合型※
4.3兆円	1.3兆円	1.7兆円	3.7兆円	1.0兆円
映像ソフト 約0.3兆円 映画 約0.2兆円 テレビ放送・ 関連サービス 約3.5兆円 その他 (配信・ス テージ) 約0.3兆円	音楽ソフト 約0.4兆円 カラオケ 約0.4兆円 コンサート 入場料 0.3兆円 ラジオ関連 サービス 0.1兆円 携帯電話・ ネット配信 約0.1兆円	ゲーム 約0.2兆円 オンラインゲーム 約1.0兆円 携帯電話 向けゲーム 約0.1兆円 アーケードゲーム 約0.4兆円	書籍 約0.7兆円 雑誌 約1.1兆円 フリー パーパー 約0.2兆円 新聞 約1.5兆円 その他 約0.2兆円	ネット・モバ イル広告 約1.0兆円 ※ネットを媒介するオンライン 広告は増加し、雑誌、新 聞等の伝統的なマス広告 は、図書・新聞・画像テ キストに占められている。

市場規模の推移



海外のコンテンツ産業の市場規模

- 世界のコンテンツ市場規模は今後アジアを中心に市場が拡大し、2020年には約85兆円となる見込み。



1) 1ドル=113円で換算

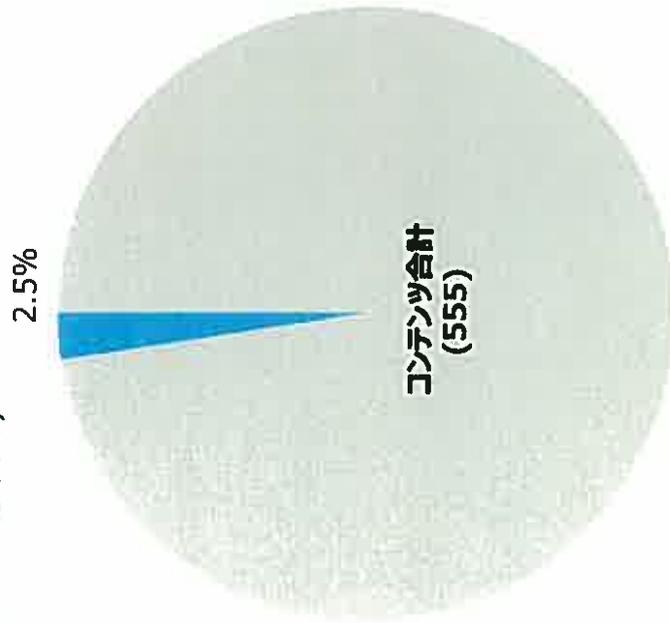
出典: Roland Berger 調査(2016)

世界の市場における日本由来コンテンツの売上シェア

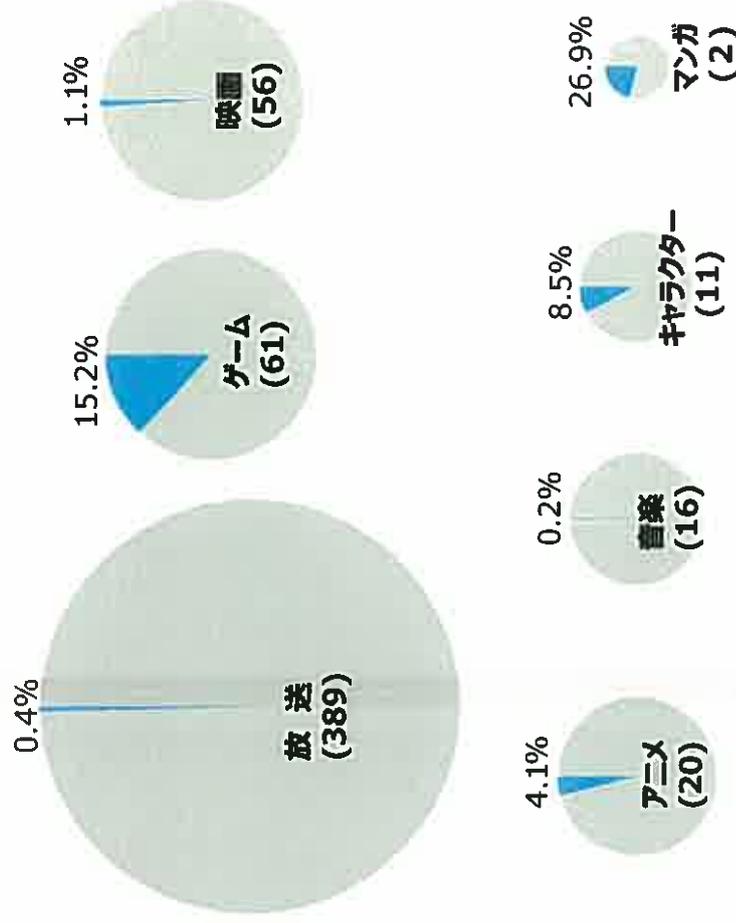
- 日本由来コンテンツの売上は約141億米ドルと海外市場規模全体の2.5%を占める。
- そのシェアは分野ごとに異なり、マンガ、ゲーム、キャラクター、アニメの順に大きい。

コンテンツの世界市場規模と日本由来コンテンツの売上シェア

(単位：10億米ドル)



内訳



(凡例)

○ : 海外市場規模

▲ : うち日本由来コンテンツ売上

出典：ローランドベルガー調査(2015) 4

Ⅱ. 施策

- ① J-LOP 事業
- ② 国際コンテンツ見本市事業
- ③ クールジャパン機構
- ④ 政府間対話
- ⑤ 海賊版対策
- ⑥ プロデューサー人材育成
- ⑦ コンテンツ技術戦略

クールジャパン戦略

- クールジャパン戦略の狙いは、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや「食」「住」をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を加価値に変え、新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげること。
- このため、海外需要を取り込む段階を3つに分け、①日本の魅力を発信することにより、海外において日本ブームを創出する段階、②現地で関連商品、サービス等を販売する段階、③観光政策などと連携しつつ、日本に関心を持った外国客を実際に日本に呼び込むことで消費を促す段階、それぞれの段階での支援を講じていく。

<戦略的海外展開>

①日本ブーム創出

日本の魅力の 効果的発信

日本に対する興味・関心を高める
機会の創出

- (1) コンテンツ海外展開支援
 - ・J-LOP
- (2) 日本でのイベント開催
及び海外情報発信
 - ・コアスタ
 - ・インフルエンサー招聘

②現地で稼ぐ

現地で稼ぐための プラットフォーム構築

日本のコンテンツ専用チャンネルの確
保や商業施設等における関連商品の
販売

- (1) 製品開発・チームづくり
 - ・プロデューサー派遣
- (2) 現地企業とのマッチング
- (3) テストマーケティング
- (4) リスクマネーの供給
 - ・クールジャパン機構

③日本で消費

日本に呼び込み 大きく消費を促す

ビジット・ジャパンをはじめとする外国
人観光客・ビジネス客の集客

- 日本でのイベント開催及び
海外情報発信（再掲）

① ローカライズ・プロモーション支援

- コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展等のプロモーションの支援及び権利情報の集約化により、日本コンテンツの海外展開を促進。
- また、事務局にて権利情報データベースの整備や異業種マッチングセミナー等を行い、総合的に海外展開をサポート。

ローカライズ (例)



プロモーション (例)



過去のJ-LOP事業における主な成果

採択件数
5,653件

海外売上増加額
1,918億円※

新規海外展開
506事業者



コンテンツの権利情報データベース

支援を受けたコンテンツの自立的な海外展開を図るため、権利許諾が円滑に行われるための権利情報データベースを整備。

アニメ	音楽	コミック
テレビ番組	ゲーム	映画

※本事業利用事業者の海外売上増加額の統計
 H24修正利用事業者数：2012年-2015年比較
 H26修正利用事業者数：2014年-2015年比較(一部重複あり)
 H27修正利用事業者数：2015年-2016年比較

②-1 コンテンツの総合国際見本市「Japan Content Showcase」

- 「Japan Content Showcase (JCS)」とは、映画・放送（テレビ番組等）、音楽、アニメ等の国際見本市であり、毎年10月に開催。
- 我が国コンテンツの魅力を世界的に世界へアピールするとともに、他産業との連携を促し、さらなる発信力の強化とコンテンツ産業全体の海外展開を促進することが目的。

Japan Content Showcase

TIMM™
2014 TIMM TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET

東京国際ミュージックマーケット

日本音楽の海外展開を目的として商談会やセミナー開催によるビジネスマッチングの機会を提供する場（2004年～）。

TIFFCOM
Marketplace for Film & TV in Asia

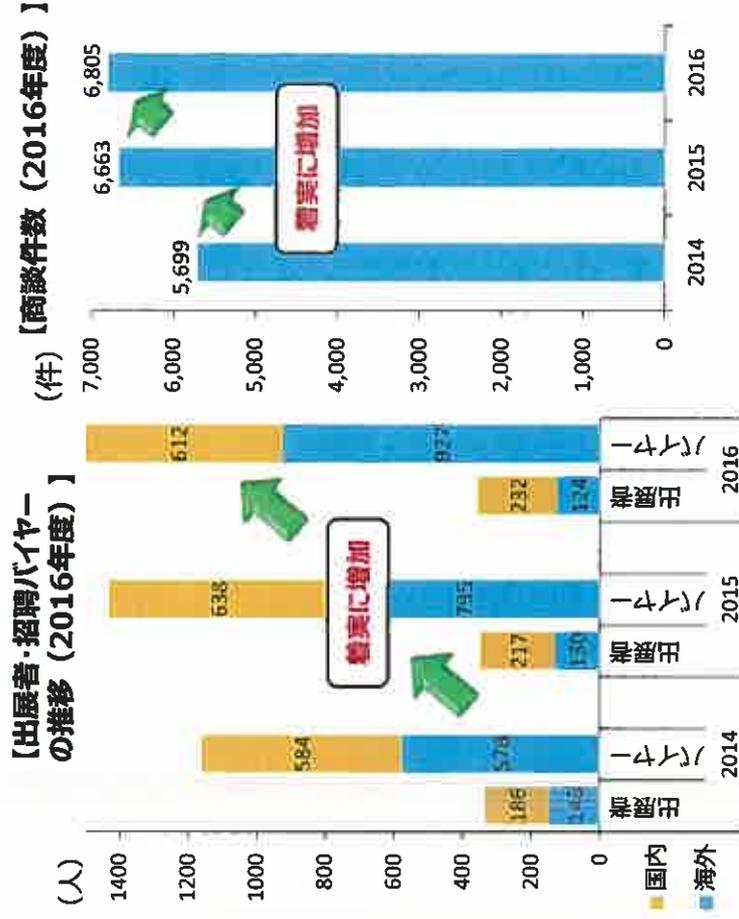
東京国際映画祭併設コンテンツマーケット

東京国際映画祭に併設した国内外の映画、TV番組等の映像コンテンツを中心とした見本市（2004年～）。

Tokyo International Anime Festival

東京国際アニメ祭

日本のアニメ産業の活性化を目的に、ビジネスマッチングの場を設け、国内外のアニメビジネス情報を発信する(2010年～)。



②-2 コ・フェスタ



JAPAN INTERNATIONAL CONTENTS FESTIVAL

- コンテンツ産業およびアッショシ、デザイン等コンテンツと親和性の高い各種イベントが連携し広く海外にアピールすることで、相乗効果による日本のコンテンツの海外展開を促進。

CoFesta	【全イベント】	【TIFFCOM】
CoFesta2007	オフイベント (18)、 パートナーイベント (6)	成約金額： 約15百万ドル
CoFesta2008	オフイベント (15)、 パートナーイベント (10)、 エキシビション (11)	成約金額： 約19百万ドル
CoFesta2009	オフイベント (18)、 パートナーイベント (16)、 エキシビション (6)	成約金額： 約45百万ドル
CoFesta2010	オフイベント (17)、 パートナーイベント (9)、 エキシビション (2)	成約金額： 約38百万ドル
CoFesta2011	オフイベント (18)、 パートナーイベント (14)、 エキシビション (7)	成約金額： 約45百万ドル
CoFesta2012	オフイベント (18)、 パートナーイベント (12)	成約金額： 約52百万ドル
CoFesta2013	オフイベント (17)、 パートナーイベント (11)	成約金額： 約65百万ドル
CoFesta2014	オフイベント (18)、 パートナーイベント (15)	成約金額： 約53百万ドル
CoFesta2015	オフイベント (18)、 パートナーイベント (15)	成約金額： 約51百万ドル
CoFesta2016	オフイベント (18)、 パートナーイベント (15)	成約金額： 約53百万ドル



© 2016 JAPAN INTERNATIONAL CONTENTS FESTIVAL. ALL RIGHTS RESERVED. 本誌に掲載された内容は、権利者および関係者の許可なく複製・転載・再配布を禁じます。また、本誌に掲載された内容は、権利者および関係者の許可なく複製・転載・再配布を禁じます。また、本誌に掲載された内容は、権利者および関係者の許可なく複製・転載・再配布を禁じます。

③クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

- 民間企業の呼び水となるリスクマネーの供給、海外におけるビジネスモデルの構築、海外展開できる人材の育成に寄与すべく、平成25年11月に設立。



①プラットフォーム整備型

日本の魅力ある商品・サービスを世界に展開するための販売プラットフォームを構築

②サブライチエーン整備型

海外マーケットにおいて日本の商品・サービスを提供する流通の幹線の構築

③地域企業等支援型

地域の魅力を世界へ展開



③クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

● コンテンツ関係投資案件リスト

内容	対象国	事業主体 〔出資額/総事業額〕	概要
海外向けジャパン コンテンツネット販売	全世界 (米国・インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode等 〔15億円〕	海外に向けて日本のマンガ・アニメ等の ポップカルチャーの魅力を発信する メディア・E C 事業
海外向けエンタテインメント 番組作成	アジア (台湾・タイ等)	吉本興業等 〔10億円/21億円〕	アジア各国向け T V 番組で日本を発信し、 イベントや地域物販等を展開
ジャパンコンテンツの ローカライズ	全世界	イマジカ・ロボットHD等 〔75億円/190億〕	80 言語以上に対応した日本コンテンツの 世界発信のためのローカライズの 基幹インフラを獲得
海外における ジャパンチャンネルの展開	全世界	スカパーJSAT 〔44億円/110億円〕	世界 22 カ国に日本コンテンツの有料 放送チャンネルを展開し、地域物販や インバウンドを促進
海外でのクリエイター育成	アジア・欧州・豪州	KADOKAWA Contents Academy 等 〔4.5億円/10億円〕	アジア等で日本コンテンツを活用した ビジネスを支えるクリエイター人材を 育成するスクール事業
アジア広域での ライブホール展開	アジア (シンガポール等)	Zeppホールネットワーク等 〔50億円/102億円〕	ライブ・エンタテインメントをアジア広域に展開する拠点 整備事業

④-1 政府間対話～日中韓文化コンテンツ産業フォーラム～

- 「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」は、日中韓3カ国におけるコンテンツ産業政策、動向に関する継続的な情報交換及び各国産業界間のビジネスチャンス創出のために設立。2002年に第1回会合を開催後、これまで9回開催。日中韓3カ国間において、政府間での合意形成を図る場として、また、日中韓3カ国民間企業交流の場として継続開催。
- 今後は、3カ国間における国際共同製作の推進及びコンテンツの相互流通へ向けて、適切な規制や海賊版対策を実施する予定。第10回を2017年6月に東京で開催予定。

回	開催年	開催場所	政府代表出席者及び成果	産業界参加者（日本）
第1回	2002年12月	中国・上海	〔日本〕メディアコンテンツ課長、〔中国〕文化部文化産業司長、〔韓国〕文化観光部コンテンツ振興課長	〔株〕小学館、日本テレビ放送網〔株〕、ROJAM ENTERTAINMENT HOLDINGS、吉本興業、東日本電信電話
第2回	2003年9月	韓国・済州島	〔日本〕商務情報産業局審議官、〔中国〕文化部文化産業司長、〔韓国〕文化観光部次官 〔3カ国共同声明書調印 毎年順次開催、文化交流の目的、費用配分の原則に合意〕	〔株〕コーエー、〔株〕電通社、TBS、〔株〕国際メディア・コーポレーション、シネカノン、〔株〕ゴンゾ、ディジメーション・ホールディングス、〔株〕小学館、〔株〕ティーンズ、〔株〕音楽制作者連盟、エイベックス〔株〕、〔株〕ホリプロ
第3回	2004年10月	日本・東京	〔日本〕経済産業副大臣、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官 〔3カ国共同声明書調印 共同製作・投資推進、市場相協力、コンテンツのデジタル化促進、フォーラムの継続実施に合意〕	〔株〕コーエー、〔株〕電通社、〔株〕セガ、〔株〕エンターブレイン、〔株〕東北新社、〔株〕IMAGICA FORCE、ブログレッシュ・ピクチャーズ〔株〕、日本テレビ放送網、〔株〕ゴンゾ、〔株〕小学館、〔株〕サンライズ、〔株〕ティーンズ、〔株〕音楽制作者連盟、〔株〕アール・アンド・シー、エイベックス〔株〕、〔株〕ポニーキャニオン
第4回	2005年10月	中国・成都	〔日本〕商務情報産業局審議官、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官	〔株〕小学館、〔株〕ゴンゾ、〔株〕ハルフィルムメーカー、〔株〕ゴンゾ、〔株〕ナムコ、〔株〕セガ、〔株〕コロポ、CESA、〔株〕ソニー、ミュージックエンターテインメント、ピクチャーエンターテインメント〔株〕、〔有〕エル・ディー・アンド・ケイ、〔株〕日本レコード協会
第5回	2006年11月	韓国・ソウル	〔日本〕商務情報産業局審議官、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官	日本動画協会、〔株〕ティーン・エル・イー、〔株〕SCF、〔株〕サテライト、〔株〕シンク、〔株〕バンダイナムコホールディングス、コナミデジタルエンターテインメント、〔株〕電通社、CESA、ACCS、エイベックス・グループ・ホールディングス、ソニー・ミュージックエンターテインメント、ジェネオン・エンタテインメント〔株〕、〔株〕日本レコード協会
第6回	2007年9月	日本・大阪	〔日本〕経済産業大臣政務官、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官	〔株〕バンダイナムコムズ、〔株〕コロポ、新世代〔株〕CESA、〔株〕ハルフィルムメーカー、〔株〕ゴンゾ、〔株〕ウインキーソフト、〔株〕ソニー・ミュージック・エンタテインメント、〔株〕ポニー・キャニオン、〔株〕日本音楽著作権協会、〔株〕日本レコード協会
第7回	2008年9月	中国・大連	〔日本〕商務情報政策局審議官、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官	〔株〕ハルフィルムメーカー、フューチャープラネット、スタジオ医円洞、韓国アニメーション協議会、フューチャー・プラネット〔株〕、小池一夫劇団村〔株〕、〔株〕ゲームポット、〔株〕ケイブ、〔株〕GPコアエッジ、〔株〕キネマ旬報社、〔株〕ワコ、金井大道具、ソニー・ミュージック・エンタテインメント、〔株〕日本レコード協会、〔株〕ぴあ
第8回	2009年9月	韓国・釜山	〔日本〕商務情報政策局審議官、〔中国〕文化部副部長、〔韓国〕文化観光部次官 〔釜山宣言調印 日中韓コンテンツ産業協力タスクフォース設立提案、共同プラットフォーム構築〕	CERO、〔株〕小学館、〔株〕アントルビーズ、コミュニティエンジン〔株〕、パナソニック〔株〕、〔株〕ティ・ジョイ、〔株〕キネマ旬報、〔株〕イーライセンス、パウンディ〔株〕、ソニー・ミュージックエンタテインメント、〔株〕ティチク、日本動画協会
第9回	2016年6月	韓国・ソウル	〔日本〕商務情報政策局審議官、〔中国〕文化観光部副部長、〔韓国〕文化観光部次官 〔共同宣言文採択 国際共同製作の促進等〕	東宝〔株〕、東映〔株〕、〔株〕KADOKAWA、松竹〔株〕、〔一社〕日本映画製作者連盟、〔株〕小学館、〔株〕ポリゴン・ピクチュアズ、NHN comico〔株〕、〔株〕ヒューマンメディア、〔株〕ビデオマーケット

④-2 政府間対話～ACBS～

【Asia Content Business Summit (ACBS)】

- アジアにおけるコンテンツ産業の官民関係者を一堂に集め、アジア市場におけるコンテンツ流通の促進、海賊版対策、人材交流、国際共同製作等の国際的な課題について議論し、共同行動に結びつけることを目指して2008年創設。
※主要メンバー国・地域：日本・中国・香港・インドネシア・韓国・マレーシア・フィリピン・シンガポール・タイ
- 2016年9月に第5回会合をマレーシア（クアラルンプール）で開催した。
- ※2009年10月に第1回会合を日本（東京）、2011年2月に第2回会合をタイ（パタヤ）、2011年12月に第3回会合をシンガポール、2014年10月に第4回会合を日本（東京）で開催。

ACBS (アジア・コンテンツ・ビジネス・サミット)

第5回会合開催時に参加国・地域の間でACBSとして取り組むテーマと方向性について共同声明を採択。
(第5回参加国・地域：日本・中国・香港・インドネシア・韓国・マレーシア・シンガポール・タイ・カナダ・米国)

A C B S 2016 共同声明 概要

ACBSメンバー国・地域は、下記テーマについて議論を行い、急速に成長するアジアのコンテンツ産業に適応するため一層の連携の重要性を認識するとともに、今後も継続してACBSを開催し、これらのテーマに関する取り組みを強化することに合意した。

- 進展するデジタルコンテンツ技術分野の展望及び今後の連携
- メンバー国・地域間での国際共同製作の推進
- 起業家ネットワークの構築
- 海賊版対策の連携強化
- 地方コンテンツの展開促進
- メンバー国・地域におけるコンテンツ産業活性化に向けた政策の検討
- コンテンツ制作のための資金調達手法

⑤-1 海賊版対策

- グローバル市場に対してコンテンツビジネスを展開するうえでの大きな障害のひとつは海賊版の存在。
⇒中国主要4都市における日本コンテンツの被害額は年間5600億円（出典：2013年文化庁推計）
- 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を通じて、権利者や各国の著作権関連団体と協力のもと海賊版対策を講じている。

インターネット上の海賊版対策

○CODAと主要な中国動画投稿サイトとの間でネット上の著作権保護の協力を図る覚書を締結。

【主な覚書締結先】

Youku、Tudou、ku6、56.com

○CODAとモーション・ピクチャー・アソシエーション（MPA）との間で、オンライン著作権侵害に対する新たな対策の整備や共同での著作権保護活動の強化を目的とする公式同意書（MOU）に署名

○インターネット上の違法動画コンテンツの削除要請に係る実証実験を、中国と韓国の動画投稿サイト等に対して実施。

→ほぼ100%の削除実施に成功

【削除要請URL件数と削除率】（2011年8月～2017年3月）

Youku（中国）	90,005件	99.88%
Tudou（中国）	73,317件	99.96%
Ku6（中国）	18,064件	100.00%
56.com（中国）	10,508件	100.00%
Pandora.tv（韓国）	30,189件	99.99%

共同エンフォースメント（権利行使）支援

- 2017年2月、成都市の裁判所が、日本のマンガ等をネット上で違法配信した中国人3人に対し、執行猶予付き実刑及び罰金支払いを命じた。
- 海賊版DVD等に関しては、CODAが中国等の現地取締機関と連携することで権利行使の支援を推進。→約694万枚の日本コンテンツの海賊版DVD押収の実績（2005年1月～2017年3月累計）
- 2017年3月には、中国・浙江省義烏市において、日本コンテンツのキャラクターグッズを無許諾で販売していた3店舗に対し、著作権法違反の疑いで行政摘発を実施した。



⑤-2 海賊版対策 Manga-Anime Guardians (MAG) PROJECT



- 日本のコミック出版社・アニメ関連企業により構成されるマンガ・アニメ海賊版対策協議会が2012年に発足。(2017年3月現在、18社が参加)
- 出版(マンガ)業界とアニメ業界が一体となって、デジタル海賊版への対策を総合的に実施し、世界中のファンに正規版を届ける仕組み作りに戦略的に取り組む。
- 国内外のマンガ・アニメのファン層を維持・拡充しつつ、海賊版を市場から減らしていくことで、正規のコンテンツに対価が支払われ、新たな作品創造へと繋がる好環境を整備する。
- 経済産業省は本プロジェクトへの支援を行う。

【民間/マンガ・アニメ海賊版対策協議会】

出版社及びアニメ関連主要各社(18社)から構成。
参加企業を拡大しつつ、以下を継続実施。

- ①海賊版対策(共同削除体制)
- ②正規流通促進、知的財産保護に係る広報普及啓発

連携

【国/経済産業省】

『知的財産権侵害対策強化事業』

- 1、国内外の産業界・団体及び政府機関との連携
- 2、有体物及びインターネット上の海賊版コンテンツに対する知的財産権侵害対策の実施
- 3、日本コンテンツの知的財産権侵害実態に関する情報収集や新たな対策の検討
- 4、日本コンテンツの知的財産権侵害対策基盤の整備



国内外市場での
日本コンテンツの価値の最大化



⑥ プロデューサー人材育成

- コンテンツ産業の国際展開および国際共同製作を推進するため、資金調達・契約・マーケティングを担う「国際コンテンツビジネスプロデューサー」の育成を目指す。
- このため、国内における基盤を整備するとともに、国際的な人的ネットワーク構築等を実施。

国内基盤整備

- 研修やグループワークでのトレーニングを通して、若手人材に人的交流の機会を提供し、将来の国際共同製作にむけた人的ネットワークの構築を図る。
- 海外から招聘した国際的に著名な講師等による国際コンテンツフォーラム及びハリウッドにおけるマーケティング戦略をテーマとしたワークショップを実施。

国際的な人的ネットワーク構築

＜海外教育機関における研修＞

- 最先端の国際コンテンツビジネスプロデューサーについて1週間の研修プログラムをカルフォルニア大学ロサンゼルス校において実施。コンテンツ関連企業や商社、証券会社等の幅広い業種から若手24名が参加。
- シリコンバレーがコンテンツビジネスに与えた影響等についてのレクチャーや、ハリウッド仕込みのオリジナル企画開発のグループワークを実施し、異業種間のネットワークを構築。
- また、海外フィルムスクールへの受験に対する総合的なサポートを実施。卒業生は国際共同製作作品のプロデューサー等として活躍中。

＜海外企業における実務研修＞

- ハリウッドをはじめとする海外のコンテンツビジネス関連企業や制作現場における、プロデューサー関連業務の実務研修（インターンシップ）の機会を提供。

⑦ コンテンツ技術振興

- ▶ CG (コンピュータ・グラフィックス) や立体映像などのコンテンツ技術は、様々なコンテンツ創出の基盤。
- ▶ コンテンツ技術の高度化と普及を目指し、技術マップ (コンテンツ分野) を策定し、DCEXPO (デジタルコンテンツエキスポ) でのコンテンツ技術発掘・普及の促進や、コンテンツ制作の効率化に資する取組を実施。

技術マップ (コンテンツ分野) の策定

コンテンツ技術が向かうべき方向性を提示。技術開発を促進し、日本のコンテンツ産業の更なる活性化と新たな産業の創出が目的。

コンテンツ制作基盤整備事業

■アニメーション分野のデジタル制作環境整備 (2016年度)

日本のアニメーション制作が抱える制作効率と労働環境等の問題を解決するため、アニメーションのデジタル制作における標準的な工程とや制作管理システムのモデルについて調査を実施中。

デジタル制作のための (マニュアル) を作成し、広く業界内に共有することで、質の高いコンテンツを継続的に制作をより一層促進する。

先進的なコンテンツ技術の発掘・普及促進

■DCEXPO (デジタルコンテンツエキスポ)

コンテンツ技術の展示会。コンテンツ分野の企業関係者や、研究者、学生、クリエイター等に向け、最新のコンテンツ技術を展示、交流を促し、コンテンツ産業の更なる発展を目指すもの。

■Innovative Technologies

コンテンツ産業の発展に大きく貢献することが期待される技術を表彰。

将来の産業界への応用に期待の持てる先進的なコンテンツ技術の発掘と国内外での情報発信を促進。

Innovative
Technologies

■Features

各年で注目すべき技術を

取り上げ、デモ展示や講演、

ワークショップを実施。2016年は、

「スポーツイベントで活用が期待できるコンテンツ技術」がテーマ。



1 (書類等の題名)

学生確保の見通し等を記載した書類 (【資料 3】 1 ページ)

2 (出典)

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ
リクルート進学総研

3 (引用範囲)

『リクルート進学総研 マーケットレポート Vol.54 2018年1月号』 (2 ページ)
<http://souken.shingakunet.com/research/2018/01/182017-9cb7.html>

4 (その他の説明)

特になし

文化芸術の振興に関する基本的な方針 –文化芸術資源で未来をつくる– (第4次基本方針)ポイント

<今回の改訂のポイント>

- 対象期間を、2020年度までのおおむね6年間(平成27年度～平成32年度)
- 第3次方針策定時(平成23年2月)以後の諸情勢の変化を踏まえた文化政策の方針を明示(地方創生、2020年東京大会、東日本大震災等)
- 我が国が目指す「文化芸術立国」の姿を明示

【我が国が目指す文化芸術立国の姿】

- ✓あらゆる人々が全国様々な場で創作活動への参加、鑑賞体験ができる機会の提供
- ✓2020年東京大会を契機とする文化プログラムの全国展開
- ✓被災地からは復興の姿を、地域の文化芸術の魅力と一体となり国内外へ発信
- ✓文化芸術関係の新たな雇用や産業が現在よりも大幅に創出

- 「文化芸術立国」の実現のための成果目標と成果指標を提示

【成果目標・成果指標】

- 日本の誇りとして「文化芸術」を挙げる国民の割合(2014年1月:50.5%→2020年に約6割へ)
地域の文化的環境に対して満足する国民の割合(2009年11月:52.1%→2020年に約6割へ)
寄付活動を行う国民の割合(2009年11月:9.1%→2020年に倍増へ)
鑑賞活動をする国民の割合(2009年11月:62.8%→2020年に約8割へ)
文化芸術活動をする国民の割合(2009年11月:23.7%→2020年に約4割へ)
訪日外国人旅行者数(2014年:1,341万4千人→2020年に2000万人へ)

第1 社会を挙げての文化芸術振興

- ✓地方創生:文化芸術、町並み等を地域資源として戦略的に活用し、地方創生の起爆剤に!
- ✓2020年東京大会:全国津々浦々で、あらゆる主体が『文化プログラム』を展開、多くの人々が参画→2016年リオ大会後、オリンピック・ムーブメントを国際的に高める取組を実施し、機運の醸成
- ✓東日本大震災からの復興:文化芸術の魅力で、国内や世界のモデルとなる『新しい東北』の創造
- ✓文化芸術への公的支援を、戦略的投資と位置づけ、文化芸術振興への支援を重点化

第2 文化芸術振興に関する重点施策

文化芸術振興のための5つの重点戦略を定める。

重点戦略1:文化芸術活動に対する効果的な支援

- ✓芸術の水準向上に直接的な牽引力となる創造活動に重点的な支援を行うなど、我が国の顔として世界に誇れる文化芸術の創造を支援
- ✓日本と海外との多様な芸術交流など、分野の特性に配慮しつつ、戦略的かつ工夫を凝らした創造活動の推進
- ✓地域の多様な主体による文化政策の立案
- ✓国内外の芸術家を積極的に地域へ受け入れる取組への支援
- ✓文化芸術創造都市の全国的ネットワークの充実・強化、観光・産業振興との連携
- ✓日本版アーツカウンシル
- ✓障害者の芸術活動の振興
- ✓衣食住に係る文化をはじめ「くらしの文化」の振興
- ✓全国の公演や文化芸術イベント等の情報発信
- ✓2020年東京大会を見据えたファンドへの協力要請、民間企業等の活動の促進

- 重点戦略2:文化芸術を創造し、支える人材の充実及び子供や若者を対象とした文化芸術振興策の充実**
- ✓子供や若者の「創造力」と「想像力」の育成
 - ✓学校における芸術教育の充実
 - ✓雇用の増大を念頭に置き、文化芸術活動や施設の運営を支える専門人材育成・活用
 - ✓指定管理者制度の理解の促進
 - ✓伝統文化を支える技術・技能の伝承者に対する支援

- 重点戦略3:文化芸術の次世代への確実な継承、地域振興等への活用**
- ✓文化財の適切な状態での保存・継承
 - ✓文化財の積極的活用による、各地域の地域振興・観光振興等
 - ✓「日本遺産(Japan Heritage)」認定の仕組みの創設
 - ✓歴史文化基本構想による地域の文化財の総合的な保存・活用
 - ✓ユネスコの世界文化遺産や無形文化遺産への推薦・登録の積極的推進
 - ✓水中文化遺産の保存・活用の在り方についての調査研究

- 重点戦略4:国内外の文化的多様性や相互理解の促進**
- ✓日本の芸術作品や芸術家・文化人等の海外展開
 - ✓国内外の国際的芸術イベントの充実
 - ✓文化施設や大学における文化発信・交流の活動・内容の充実
 - ✓デジタルアーカイブ化(映画、舞台芸術、アニメ、マンガ、ゲーム、デザイン、写真、建築、文化財等)の促進や分野横断的整備の検討、我が国のメディア芸術を広く海外に発信
 - ✓日本各地の文化創造と国際的発信の拠点づくりの推進
 - ✓文化施設等をユニークベニュー(*1)として公開・活用し、MICE(*2)の誘致や開催
 - (*1)ユニークベニュー:歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。
 - (*2)MICE:Meeting(企業等のミーティング)、Incentive(企業等の報奨・研修旅行)、Convention(国際会議)、Exhibition/Event(展示会・イベント)の総称。
 - ✓我が国の高度な文化遺産保護に係る知識・技術・経験を活用した国際協力の推進
 - ✓東アジア文化都市の取組、東アジアにおける若い世代の芸術家等の交流の推進
 - ✓外国人に対する日本語教育の推進

- 重点戦略5:文化芸術振興のための体制の整備**
- ✓国立の美術館、博物館や劇場の機能の充実
 - ✓『アイヌ文化の復興等を促進するための「民族共生の象徴となる空間」の整備及び管理運営に関する基本方針』に基づく取組の推進
 - ✓文化政策の形成に寄与する基礎的なデータの収集や各種調査研究
 - ✓デジタル・ネットワーク社会に対応した著作権制度等の整備

第3 文化芸術振興に関する基本的施策

文化芸術振興基本法に定める文化芸術振興の基本理念に基づき、以下の事項ごとに具体的施策を定める。

- | | |
|---------------|----------------|
| 1 文化芸術各分野の振興 | 2 地域における文化芸術振興 |
| 3 国際交流等の推進 | 4 芸術家等の養成及び確保等 |
| 5 国語の正しい理解 | 6 日本語教育の普及及び充実 |
| 7 著作権等の保護及び利用 | 8 国民の文化芸術活動の充実 |
| 9 文化芸術拠点の充実等 | 10 その他の基盤の整備等 |

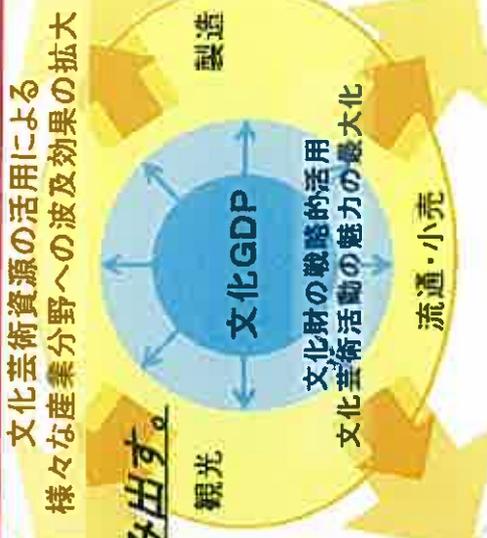
文化芸術資源を活用した経済活性化 (文化GDPの拡大)

平成28年4月13日
文 化 庁

文化芸術資源を活用した経済活性化(文化GDPの拡大)について

1. 概要

文化芸術は、観光地の魅力や産業の付加価値などを生み出す源。
文化芸術への投資は、他の様々な産業分野への経済波及効果を生み出す。



全国に存在する我が国の多様な文化芸術資源を一層活用することにより、**GDP600兆円の達成に貢献する経済波及効果を生み出す。**

文化産業の経済規模(文化GDP)の拡大

※数字は入手可能な資料(産業連関表、経済センサス)を基に、文化関連のものについて文化庁において抽出・試算したものの。

業種	GDP(2011年)	
	(億円)	%
映像・音声・文字情報制作業 (映画・ビデオ・テレビジョン番組・アニメーション制作業など)	11,663	21.7%
個人教授業 (音楽・書道・生け花・茶道教授業など)	7,505	14.0%
出版	6,326	11.8%
新聞	5,899	11.0%
その他 (劇場・楽団・博物館、美術館など)	22,411	41.7%
合計	53,804	100.0%

我が国の多様な文化芸術資源を考えれば伸びしろのある分野
総GDPの1.2%(諸外国は3~4%)

他産業への経済波及効果の創出

「国民文化祭・あきた2014」の例

観光客および出演者の消費支出による効果

	日帰り客	宿泊客
宿泊費	—	8.0億円
飲食費	4.3億円	4.2億円
土産費	16.1億円	10.8億円
交通費	11.8億円	10.5億円
入場料	2.2億円	1.0億円
その他	2.3億円	2.2億円
計	36.8億円	36.5億円

観客・出演者数 67万人 7万人

73.3億円

※全体の経済波及効果は134億円

文化産業以外への波及

- ・文化芸術資源の活用は、他の産業や地域経済へ波及効果をもたらす
- ・国内の芸術祭等の文化事業は年間約200件以上あり、それぞれを磨き上げることにより、より大きな波及効果を生み出す

2. 取組の方向性

以下の方向性1～3により、スポーツ・文化・観光の3庁連携をはじめとして関係省庁とも協働しつつ、文化産業・文化芸術活動の活性化による文化GDPの拡大、訪日外国人4,000万人への貢献等による他産業や地域経済への波及効果の創出する。

方向性1: インバウンドの増加・地域の活力の創出

地方創生に資する地域の文化芸術資源の掘り起こし

- ・芸術祭などの文化芸術活動や食文化を含めた「くらしの文化」などの文化芸術資源を掘り起こし、地域活性化へつながる文化プログラムの全国展開・推奨と国内外への発信
- ・官民協働による現代アート拠点や文化観光・産業活性化コンソーシアムの形成とその活動を支える人材育成

文化芸術の創造への支援と海外への発信

- ・「日本の美」総合プロジェクト懇談会の議論をもとに、一過性に終わらない、高い経済効果の創出と人材育成を重視した、息の長い支援を行い、「文化GDP拠点」を集中的・計画的に形成。2020年国内での「日本博」での全面的な開花を目指す。
- ・世界に誇るマンガ・アニメ・ゲームなどのメディア芸術分野の人材育成・アーカイブ化・海外発信の推進

数値目標：2020年までに全国の20万件の文化プログラムを海外へ発信
2030年までに文化芸術クラスター10拠点形成・プロデューサー人材100人育成

○ 国際的な芸術祭の開催

■ 瀬戸内国際芸術祭2013



(撮影 中村精氏)

- ・美しい瀬戸内海を船で巡りながら、島の自然や文化に溶け込んだアートを体感する現代アートの祭典。
 - ・26の国と地域から200組のアーティストが参加。多言語対応(英・仏・中・韓)
 - ・直島町では、首都圏から若い世代が移住し、年2%強の人口減少率が1%程度にまで改善しており、下げ止まり傾向が見られる。
 - ・来場者数 約107万人、経済波及効果 約132億円 (事業費 約10.2億円)
- 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ2012 (新潟県十日町市)
- ・里山を舞台とする地域内外のアーティストによる作品制作・展示や地域住民との交流、アートをテーマにした様々なイベントを行う芸術祭。
 - ・44の国と地域から310組のアーティストが参加。多言語対応(英・中・韓)
 - ・来場者数 約49万人、経済波及効果 約46億5千万円(事業費 約4.9億円)

○ 羽田空港跡地を活用した現代アート拠点

- ・世界最高水準の美術修復、梱包・運搬、展示業者などの美術関連技術を集積。最先端技術とアートの融合プロジェクトの実施など。
- ・アジアを中心とした外国人富裕層の開拓により、新たな短期滞在需要を喚起。訪日外国人一人当たりの異価(経済効果)の向上。
- ・公主体の手法ではなく、民間や自治体が主体となって行う取組を国が支援。



○ 文化庁メディア芸術祭・日本映画の製作支援

■ メディア芸術祭

世界86の国と地域から4,417点(うち、海外から半数を超える2,216点)の作品応募(第19回)昨年の受賞作品展には51,153人が来場

■ 日本映画の製作支援

- ・「超高速! 参勤交代」 興行収入 15.5億円
 - ・「小さいうち」 興行収入 12.6億円
- (文化庁より2千万円製作支援 平成26年度)



方向性2: 文化芸術における潜在的顧客・担い手の開拓

多様性を包容する文化の力を活用、障害者、外国人等、あらゆる人々が活躍する場を創出し、文化芸術活動の裾野を拡大。

- ・児童生徒、親子、親友、障害者、高齢者等を対象としたコミュニケーションワークショップなどの社会包摂プログラムの全国展開
- ・障害のあるアーティストの優れた文化芸術活動の支援

数値目標: 2030年までにすべての都道府県でワークショップ等の取組を実施

○文化芸術を活用した社会包摂プログラム

可児市文化創造センター

- ・年間約30万人が来館。地域のにぎわい創出に貢献。
- ・文化芸術を活用して、子育て支援、高齢者の生きがいづくり、多文化共生などの地域課題に取り組み「まち元気プロジェクト」を展開。
- ・ワークショップを実施し、コミュニティの形成に寄与。
- ・県立高校において自己表現力とコミュニケーション能力の養成を目的にしたワークショップを実施。中途退学者が約3分の1となり、新入生の定員割れも解消。



高齢者のWS

○障害者のアート活動

- ・埼玉県近代美術館「すごいぞ、これは！」展
- ・全国の調査研究員と事務局の埼玉県立近代美術館の館長・学芸員、あわせて12人が、アーティストをそれぞれ1名推薦する形式により作品を展示
- ・北海道、高知、広島で巡回展を開催



方向性3: 「文化財で稼ぐ」力の土台の形成

「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」(仮称)を年内に策定し、「地域の文化財を一体的に活用する取組への支援」等を通じて、「文化財」を観光資源として開花させる。

- ・文化財の解説の多言語化等を通じた、我が国の文化・歴史を体現する文化財の価値・魅力の効果的発信
- ・文化財の適切なサイケルによる修理、建造物等の美装化、文化施設の機能強化による雇用創出とともに観光客を魅了する環境の充実等

数値目標: 2020年までに日本遺産をはじめ、文化財を中核とする多様な「稼ぎ方」を可能とする観光拠点を全国200拠点程度整備

○わかりやすい解説と多言語対応



日光東照宮新宝物館

- ・東照宮の歴史や徳川家康の生涯をビデオ等で上映し、英語テロップを用いてわかりやすく解説
- ・絵巻など展示品をデジタル化し、画面タッチにより、日英の解説を表示

○投資リターンを見据えた文化財修理・整備の拡充と美装化



- ・総事業費30億円
 - ・観覧料収入
2.9億円(H26)→
18.7億円(H27)
- 修理中もガイダンス施設を運営



美装化

○歴史的建造物の活用促進



西日本工業倶楽部会館

- ・国指定重要文化財を結婚式場等に活用



○文化財を中核とする観光拠点の整備

- ・大内宿の茅葺き民家群再生(福岡県)
- ・地域の文化財の一体的整備を計画的に行い、観光中心の産業構造へ転換
- ・観光客数は20年間で約100万人増加
- ・収益が修理につながる循環型の文化財保存・活用事業の継続、地元技術者の育成



第4次大阪府文化振興計画

平成28（2016）年11月

大阪府

I 第4次大阪府文化振興計画について

(1) 策定趣旨（基本的考え方）

大阪府文化振興条例（平成17年4月施行）の前文にあるとおり、大阪は、いにしえより難波の宮の時代を経て現代に至るまで、東アジアをはじめとする諸外国の文明や文化の交流のための表玄関として、わが国の文化の形成に極めて重要な役割を果たすとともに、多様な文化を積極的に受け入れることにより、上方文化をはじめとする独自の文化を育み、府民はこれを誇りとしてきました。

こうした中、大阪府では、大阪府文化振興条例に基づき、これまで3次にわたる「大阪府文化振興計画」を策定し、「文化自由都市、大阪」を目指すべき将来像として、その実現に向けて、着実に文化施策の推進に取り組んできました。

しかし、大阪の文化を取り巻く状況は、芸術文化の担い手や劇場、ホール等の発表の場が少ないこと等によってマーケットが小さくなり、文化への寄付も減少傾向となるなど、厳しい状況にあります。そのため、人材の発掘や育成、発表の場の確保等を通じて、マーケットの拡大を図るとともに、文化振興に対する意識の醸成により、府民や企業からの寄附につなげるなど、みなで大阪の文化を支え、育てていく好循環を作り出していくことが、重要な課題となっています。

また、教育、福祉、まちづくり等、人や地域が抱える諸課題の改善や解決にあたって、文化の有する力を積極的に活用するなど、これまで以上に広範な分野において、文化が果たす役割への期待が高まっています。

一方、2020年東京オリンピック・パラリンピックは、大阪の文化の素晴らしさを国内はもとより、世界へ発信する好機であり、国内外の多くの人が大阪に集い、交流することにより、文化をはじめ、都市魅力全体をさらに高めていく、またとない機会です。

今回策定する「第4次大阪府文化振興計画」においては、前計画の理念を継承しつつ、上記の観点を踏まえた内容とし、大阪市と共通ビジョンのもと、文化施策の充実を図ってまいります。

なお、「第4次大阪府文化振興計画」のうち、都市魅力の推進にかかる施策は、「大阪都市魅力創造戦略2020」（平成28年11月策定）においても位置づけて取り組むこととします。

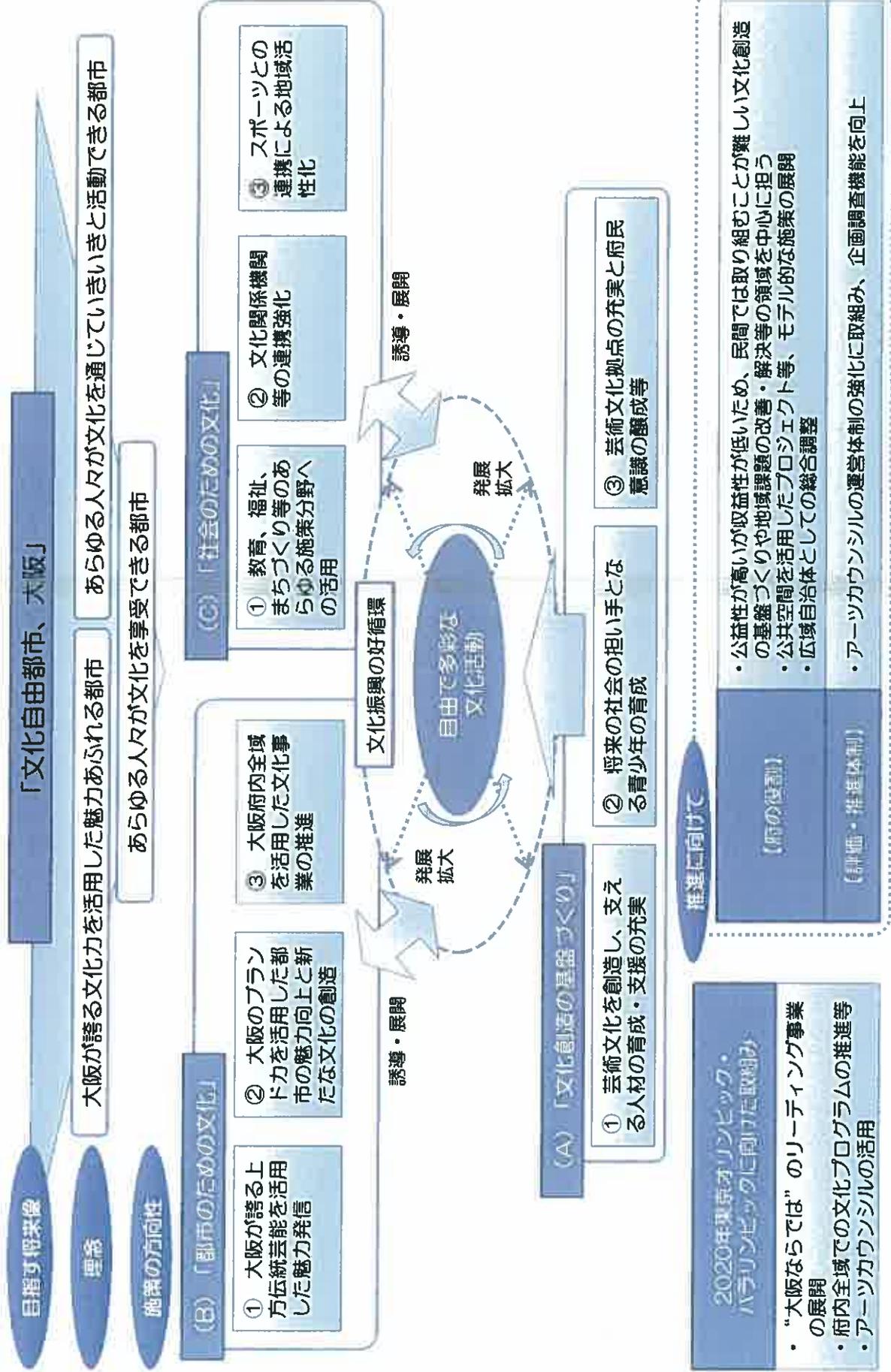
(2) 計画期間

平成28年度から平成32年度までの5年間とします。

なお、社会経済情勢の変化等に伴い、計画期間内でも内容を適宜見直します。

(3) 計画の全体概要

計画期間：平成28年度～平成32年度



II 目指す将来像

「文化自由都市、大阪」

大阪府は、民間の力を最大限に活かし、府民やアーティスト等の自主性、創造性が発揮されるよう、「文化自由都市、大阪」を目指していきます。

これまで蓄積された豊富な文化資源をもとに、新たなチャレンジにより文化が創造され、また、多様な文化を受容し、都市魅力として国内外から多くの人々をひきつける都市を目指します。

また、文化創造や都市魅力の向上が、まちづくりや観光集客、産業活性化をもたらし、みんなで支える意識の醸成等に結びつくことで、文化活動がさらに活発になるような文化振興の好循環の確立を目指します。

Ⅲ 基本理念

大阪府は、計画の実現に向け、以下の3つの基本理念を定め、文化の振興施策に取り組みます。

① あらゆる人々が文化を享受できる都市

文化を創造し、これを享受することは人々の生まれながらの権利であり、あらゆる人々が、劇場やホール、さらには公共空間等、大阪の様々な場所において、これまで以上に創作活動に参加でき、鑑賞体験できるよう、文化創造の基盤をつくります。

② 大阪が誇る文化力を活用した魅力あられる都市

上方伝統芸能をはじめとする大阪の文化を保存・継承し、国内外に情報発信していくことにより、大阪の魅力を高めるとともに、国内外からアーティストをはじめ多くの人々が大阪に集い、交流する機会をつくります。

③ あらゆる人々が文化を通じていきいきと活動できる都市

文化には、教育、福祉、まちづくり等、社会のあらゆる分野に波及する力があり、人や地域が抱える様々な課題の改善や解決に、文化を活用できる仕組みを整備していきます。

IV 施策の方向性

本計画では、基本理念を踏まえ、文化の振興施策を体系的に推進していくため、A「文化創造の基盤づくり」、B「都市のための文化」、C「社会のための文化」の3つの基本方向を定めるとともに、それぞれの下に施策（9分野）を位置付けます。

基本方向A「文化創造の基盤づくり」

府民一人ひとりの自主性や創造性を尊重しつつ、人材の育成や府民意識の醸成等、次の施策に取り組みます。

- ① 芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実
- ② 将来の社会の担い手となる青少年の育成
- ③ 芸術文化拠点の充実と府民意識の醸成等

基本方向B「都市のための文化」

2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機として、大阪の文化の魅力発信や府内全域における文化事業の推進等、次の施策に取り組みます。

- ① 大阪が誇る上方伝統芸能を活用した魅力発信
- ② 大阪のブランド力を活用した都市の魅力向上と新たな文化の創造
- ③ 大阪府内全域を活用した文化事業の推進

基本方向C「社会のための文化」

人や地域の課題の改善や解決に向けて、芸術文化の担い手、NPO等の団体、企業、大学等と連携を図りつつ、システム整備やネットワークの構築等、次の施策に取り組みます。

- ① 教育、福祉、まちづくり等のあらゆる施策分野への活用
- ② 文化関係機関等の連携強化
- ③ スポーツとの連携による地域活性化

基本方向A「文化創造の基盤づくり」

施策A-① 「芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実」

(主な内容)

- 大阪には優れた文化事業はあるものの、分野間の交流がなく、個々の文化事業が“タコツボ化”してアイデアやノウハウが共有されず、事業を作り出す人材も不足気味の状況にあります。
- 大阪の優れた文化事業を結集し、国内外に発信するとともに、芸術文化の担い手（若手プロデューサー等）を発掘し、育成するためのプロジェクトを推進していきます。また、同プロジェクトと連携して、若手アーティストらが作品を発表し、情報を発信できるための機会の提供に努めます。
- 府民に優れた芸術文化の鑑賞機会等を提供し、芸術文化の振興を図るため、府内の芸術文化団体が行う活動に対する補助事業について、アーツカウンシルの審査や評価を踏まえ、引き続き、効果的に運用していきます。
- 障がい者の創作活動や展示等を推進し、障がい者の文化活動の振興を図ります。

基本方向A「文化創造の基盤づくり」

施策A-② 「将来の社会の担い手となる青少年の育成」

(主な内容)

- 芸術文化には、子どもや青少年の豊かな感性や創造性を育み、自己表現力やコミュニケーション力を高める力があります。
- こうした子どもや青少年の健全な育成に資するため、学校における授業や地域活動等を通じて優れた芸術文化に触れ、豊かな感性や創造性を育むための機会を充実していきます。
- 府内の子どもや青少年が、芸術文化活動に参加し、発表する機会を提供するため、団体又は個人が行う芸術文化活動への補助事業について、アーツカウンシルの審査や評価を踏まえ、引き続き、効果的に運用していきます。

基本方向A「文化創造の基盤づくり」

施策A-③ 「芸術文化拠点の充実と府民意識の醸成等」

(主な内容)

- 劇場、ホール等は芸術文化を継承し、創造し、発信する場であるとともに、アーティストの育成や社会参加の機会を開くなど、様々な機能を有しています。官民が適切な役割分担のもと、相互に協力しながら、劇場、ホール等の設置や立地誘導に努めます。
- 府内各地域において、人々の暮らしの中で育まれてきた多様で特色ある大阪の文化について、府民が誇りを持ち、文化活動への参加が進むよう、府内の文化情報をしっかりと発信していくほか、「なにわなんでも大阪検定」等を通じて、より一層府民意識を醸成していきます。
- 大阪には、公に頼らず、町衆がまちをつくり、文化を育ててきた気風が今なお息づいています。みんなで大阪の文化を支えるため、売上金の一部が寄付される「メセナ自動販売機」等の設置や「Loving OSAKA 納税」（ふるさと納税）への呼びかけ等、既存の仕組みを最大限に活用することはもとより、アーツカウンシルとともにファンドレイジング等、文化事業の内容に応じた資金獲得手法の研究を進め、具体化を図ります。
- 文化財の種別や特性に応じて、計画的な修復、防災対策等その他の保存に必要な措置を講じ、文化財の適切な状態での保存・継承を図るとともに、文化財の定期公開や修理現場公開、学校連携の促進等、多様な公開・活用手法の実践により、府民が文化財に親しむ機会を充実していきます。

大阪の成長戦略

(2016年12月版)

2016年12月

(平成28年)

大阪府・大阪市

基本的な考え方

「大阪の成長戦略」とは

- 「大阪の成長戦略」は、大阪を新たな成長軌道に乗せるため、概ね2020年までの10年間の成長目標を掲げ、それを実現するための短期・中期（3～5年）の具体的な取組方向を明らかにすることをねらいとして、平成22年（2010年）12月に策定したものである。
- その後、東日本大震災の教訓を踏まえた点検・強化、大阪府・大阪市の全体最適化を図る観点から平成25年（2013年）1月に改訂を行っている。
- （平成22年（2010年）12月の策定時の課題意識は参考資料1、平成25年（2013年）1月の点検・強化時の課題意識は参考資料2を参照）
- その主体や内容は多岐にわたるものであり、大阪府・大阪市として取り組むべき施策・事業だけでなく、法制度の改革や創設など国として取り組むべきこと、関西全体で連携して取り組むべきこと、他の自治体や民間企業、NPOや広く府民・市民に取り組んでいただきたいことなどを含んでいる。
- その意味では、大阪が成長を実現するための戦略として、関係各方面に共有していただくことを期待する、いわば提言書でもある。
- この戦略を通じて、規制・制度の改革など、これまでの「仕組み」を大きく転換し、民間の活動を後押しする環境を整備することによって、国・府・市町村・民間企業等が取組の方向性を共有し、ともに取組を進め、大阪の成長を実現していく。

基本的な考え方

成長戦略改訂の趣旨 [2015年2月時点]

- 「大阪の成長戦略」は、「社会経済情勢の変化に応じて、具体的な取組内容について適宜、追加・修正を行うなど、基本的な方向性を堅持しつつも、必要に応じ柔軟に見直しを図っていく」ことと
している。
- 成長戦略の策定から4年、府市の戦略一本化から2年を経過。この間、国の「日本再興戦略」改訂2014の策定や、国における国家戦略特区制度の創設など、大阪の成長にも影響を与える状況の変化があった。
- これまでの進捗状況としては、関西イノベーション国際戦略総合特区・関西圏の国家戦略特区の指定、関空のLCC拠点化・貨物ハブ化の進展、市内を中心とした活発な民間開発など、成長に向けて明るい兆しが見えつつあるが、大阪が確かな成長軌道に乗るには、残された課題も多く、未だ道半ばと認識。
- これらの状況を踏まえ、2020年に向けて大阪の成長をより確実なものとするため、「大阪の成長戦略」の改訂を行う。改訂は、これまでの基本的な考え方は踏襲しつつ、目標年次である2020年の大阪・関西の姿（将来像）を示すとともに、その実現に向けて重点的な課題について取組みを強化することとした。

大阪・関西がめざすべき姿 ~2020年の大阪・関西の姿(将来像)~

日本の成長をけん引する東西二極の一極として 世界で存在感を発揮する都市

価値創造(ハイエンド)都市

強みを持つ産業、多様な分野で活躍する人材が生まれ育ち、集い、交流し、新たな価値を生み出す都市

好循環 相乗効果

中継都市

世界と日本各地を結ぶ玄関口として、ヒト・モノ・カネが集散し、日本の成長をけん引する都市

内外から信頼される安全・安心の確保

災害に対する強さとしなやかさを持ち、治安も向上

人が集う

新たな都市魅力と、大阪の歴史、文化やホスピタリティ*などの魅力があいまって、国内外から人を惹きつける都市

誰もが活躍

成長を支え、けん引する多様な人材が育ち、集い、活躍する都市

強い産業・技術

将来性のある産業・技術の創出や海外展開が進み、イノベーションが生まれる国際競争力のある都市

充実したインフラ

観光やビジネスにおける人と物の流れを支えるインフラ環境(空港・港湾・道路・鉄道等)が整備された都市

魅力的な環境

ビジネスがしやすい環境と身近にみどりを実感できる空間で、住みたい、働きたい都市

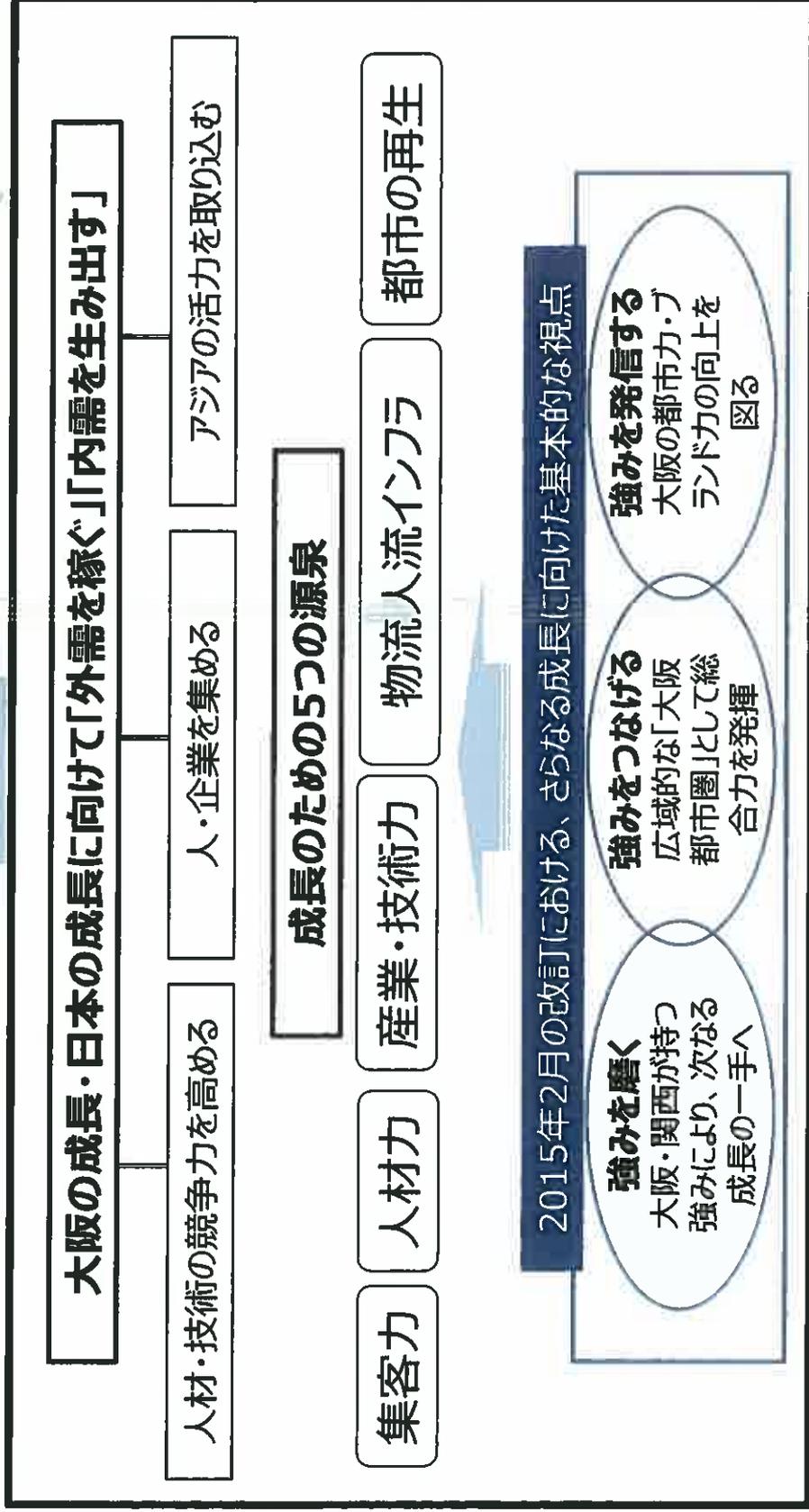
*ホスピタリティ：もてなし。もてなしの心。

大阪・関西がめざすべき姿 ～2020年の大阪・関西の姿(将来像)～

- 「大阪の成長戦略」では、大阪・関西がめざすべき都市像として、「ハイエンド*都市（高付加価値を創出する都市）」「中継都市（アジア・世界と日本各地を結び、集積・交流・分配機能を発揮する都市）」を掲げ、これまで取り組みを進めてきた。
 - この間、総合特区・国家戦略特区の指定、関空のLCC拠点化、民間都市開発の活発化などの進展が見られたが、2020年における成長目標を実現するためには、なお一層の取り組み強化が必要である。
 - そのため、2015年2月の改訂では、成長への取り組み強化を進める上でオール大阪で共有を図るビジョンとして、「ハイエンド都市」「中継都市」をめざす取り組みを進めた先にある、2020年に大阪・関西が到達すべき将来像を「日本の成長をけん引する東西二極の一極として世界で存在感を発揮する都市」と設定した。
 - この将来像の実現のためには、
 - ・特区の活用など、世界最高水準のビジネス環境の創出
 - ・2020年五輪に向けた取り組みや統合型リゾート施設（IR）の立地に向けた取り組み、大阪らしい都市魅力の向上などによる、世界からの集客機能の強化
 - ・英語教育の充実など、世界に通用するグローバル人材の育成・呼び込み
 - ・医療・健康関連分野や新エネルギー分野など、世界的なイノベーションを生み出す成長分野の創出
 - ・海外展開や成長分野への参入など、グローバル市場で果敢にチャレンジする中小企業の支援
 - ・関空・阪神港など、世界との窓口となるインフラの強化
 - ・うめきた2期や御堂筋、中之島など、世界を惹きつける街づくり
- など、世界で存在感を発揮するための大阪・関西の「強み」を磨き、つなげ、発信していくことが重要である。
- また、持続可能な成長を実現していくための基盤として、南海トラフ巨大地震への対応など、内外から信頼される安全・安心の確保が不可欠である。

*:高品質であることから付加価値の大きなもの。

成長に向けた課題、施策展開の方向性 ～概念図～



成長に向けた課題、施策展開の方向性 ～ 5つの源泉毎の方向性～

1.内外の集客力強化

- ☞ 2020年五輪に向け都市魅力の取り組みを戦略的に展開、IRの立地に向けた取り組み
- ☞ 関西の各都市が持つ強みをパッケージングした魅力の打ち出し
- ☞ 大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信、文化・スポーツを活かした都市魅力の創出、観光客の受入環境整備
- ☞ 2020年以降を見据えた国際博覧会大阪誘致等の中長期的プロジェクト検討

2.人材強化・活躍の場づくり

- ☞ 「大阪府教育振興基本計画」の推進等による成長をけん引する“人”づくり、成長を支える“人”づくり
- ☞ 国家戦略特区の規制緩和等による世界最高水準のグローバル人材が活躍しやすい環境づくり
- ☞ 人口減少社会の到来を踏まえ、若者・女性・高齢者をはじめ多様な人材がチャレンジでき、活躍できる環境づくりやトランポリン型セーフティネットの構築

成長に向けた課題、施策展開の方向性 ～5つの源泉毎の方向性～

3. 強みを活かす産業・技術の強化

- ☞ 国家戦略特区の規制緩和等による創業・ビジネスしやすい世界最高水準の環境づくり
- ☞ 大阪都市圏を世界有数のライフイノベーション拠点へ（医療先進都市の形成、医療・健康づくり関連産業の振興）
- ☞ 新エネルギー分野について、大阪・関西のポテンシャルを活用した産業振興を図る
- ☞ サービス産業を含めたグローバル市場への挑戦（縮小均衡に向かう国内市場からの脱却）

4. アジア活力の取り込み強化・物流人流インフラの活用

- ☞ 関空アクセス改善など、国際観光の玄関口としての人流機能強化
- ☞ 高品質・高付加価値商品の物流拠点としての関空・阪神港の機能充実
- ☞ 大阪都市圏が東西二極の一極を担うための広域交通インフラの確保
- ☞ 既存ストックのフル活用・組換えによる都市基盤強化（公共交通戦略等）

成長に向けた課題、施策展開の方向性 ～5つの源泉毎の方向性～

5. 都市の再生

- 成長の基盤となる最高水準の安全・安心の確保（大規模災害対策の強化、首都機能バックアップ等）
- 大阪の顔となる都心部のまちづくり（うめきた2期、御堂筋、中之島等）
- 新たなエネルギー社会に向けた再生可能エネルギーの普及拡大、発電事業者の参入促進

ディライトワークス株式会社と学校法人大阪成蹊学園との連携協力に関する協定書（案）

ディライトワークス株式会社（以下「甲」という）と学校法人大阪成蹊学園（以下「乙」という）は、ゲーム制作分野における連携の協力推進のため、以下の通り協定する。

（目的）

第1条 甲と乙は、相互に協力して、甲の持つゲーム制作分野の現場ノウハウと乙の教育カリキュラムを連携させることにより、新たな若手クリエイターの育成、また、甲乙ともに、産学連携プログラムの実施や情報交換等を通じた知的・人的な交流を図り、事業の発展に向けた協力を行うものとする。

（協力事項）

第2条 甲と乙は、前条の目的を達成するため、次の事項について必要な連携を実施する。

- (1) 甲と乙の協力による、産学連携プログラムの実施
- (2) 乙の実施する特別講義や講演、イベント等での、甲の講師提供
- (3) 最先端の学修環境導入等の技術相談
- (4) クリエイター育成のための教育教材等の共同開発
- (5) 学生のインターンシップに関わる協力
- (6) 甲と乙相互の広報活動への協力と素材提供・使用許諾
- (7) その他甲及び乙が合意した事項

（期間）

第3条 協定期間は、締結日から平成31年3月31日までとする。但し、甲又は乙から相手方に対し、期間満了の1ヶ月前までに書面にて更新しない旨の申し出を行わない限り、更に1年間（4月1日から翌年3月31日まで）自動的に更新され有効に存続するものとする。

（実施体制）

第4条 甲及び乙は、第2条の活動を推進するため互いに連携窓口を設置するものとする。

（連携の中止等）

第5条 甲及び乙は、やむを得ない事由により連携期間の変更、あるいは連携内容の変更を実施する場合は、甲及び乙で協議し、決定するものとする。また、甲及び乙のいずれかが、自らの意思により連携の中止を行う場合は、中止をする日の3か月前までに他方にその旨の申し出を実施することにより、連携の中止し、本協定の解除を行うことができるものとする。なお、本協定を解除する場合にも第8条（秘密の保持）は、継続するものとする。

（費用負担）

第6条 第2条に定める事項の実施に関し、甲及び乙それぞれにおいて発生した費用については、原則としてそれぞれが自ら負担するものとする。費用の支払い請求が必要な事態が生じた際は、甲及び乙で協議の上、別途覚書を取り交わすものとする。

（損害のために必要な経費）

第7条 乙の責めにより、連携する中で発生した損害（第三者に及ぼした損害を含む）のために生じた必要経費は、乙が負担するものとする。また、それらの損害が甲の責めに帰する事由の場合に

あたっては、甲が負担するものとする。ただし、甲乙どちらの責めに帰することもできない損害については、甲及び乙で協議の上、取り扱いを決定するものとする。

(秘密の保持)

第8条 甲及び乙は、第2条の協力事項により相手方から提出された情報を、相手方の事前の承諾なく第三者に提供、開示若しくは漏洩してはならない。また、第1条に掲げる以外の目的に利用してはならない。

2. 申及び乙は、第3条に定める有効期間の満了又は第5条による解除により効力を失った後も、前項に定める秘密保持の責務を負うものとする。

(権利、義務の譲渡禁止)

第9条 甲および乙は、この覚書によって生じる権利または義務を第三者に譲渡、または、承継してはならない。ただし、書面により相手方の承諾を得たときには、この限りではない。

(第三者の権利)

第10条 甲および乙は、連携の実施にあたり、第三者が有する商標権、意匠権、その他の権利を侵害してはならない。

(成果の取り扱い)

第11条 この連携により、発明、考案、意匠、著作物等の技術的成果が生じた場合、その成果は甲乙双方に帰属する。また、甲乙ともに、得られた成果を改変するときには、事前に書面をもって相手方に変更する旨の報告を行い、相手方による承諾を必要とする。

(協定書外の事項)

第12条 この協定書に定めない事項について、これを定める必要があるときは、乙及び甲で協議のうえ、定めるものとする。

この協定書の締結を証するため、本協定書を2通作成し、甲および乙がそれぞれ1通を保管するものとする。

平成 年 月 日

甲：東京都目黒区青葉台3丁目6番28号
ディライトワークス株式会社
代表取締役社長

乙：大阪府大阪市東淀川区相川3丁目10番62号
学校法人 大阪成蹊学園
理事長・総長

教 員 名 簿

学 長 の 氏 名 等						
調書 番号	役職名	フリガナ 氏名 <就任(予定)年月>	年齢	保有 学位等	月額基本給 (千円)	現 職 (就任年月)
—	学長	ムサシノ マコト 武蔵野 實 <平成27年4月>		理学博士		大阪成蹊大学 学長 (平成27年4月～31年3月)