

項目	評価・意見	学校の対応等	評定
基準1 教育理念・目的・育成人材像	中長期計画2年目となり、理念達成のために新たに取り組んだことについて。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・育成人材像に定めた「常に挑戦し続ける情熱と新しい価値観を発信できる独創性を持った、世界で活躍できるプロフェッショナル」を基本にクリエイター系、ビジネス系、スタイリスト系それぞれにおいて、学科・コースの特徴を発揮することで他校との優位性を確保することに引き続き取り組んだ。</li> <li>・コロナ禍に伴う社会変化に対応し、オンライン授業やテキストの電子化、カリキュラムの改善、進化を通して多彩な人材を育成することで企業評価を高めた。</li> <li>・コロナ禍により制限されていた海外校との連携を少しずつ復活させていった。</li> </ul>	4
基準2 学校運営	中長期計画に基づいた学校運営の進捗状況についての説明。	<ul style="list-style-type: none"> <li>取り組むべき4テーマ</li> <li>①グローバル戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>・スタイリスト学科において新たに「韓国スタイリング研修」を実施。</li> <li>・イタリアPolimoda校とのニット部門等における新たな協業を提案。</li> <li>・海外コンテストに積極的に参加。</li> </ul> </li> <li>②DX 教育の推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・3Dモデリストコースにおいて協業や講演などのオファーが急増。</li> </ul> </li> <li>③インキュベーション <ul style="list-style-type: none"> <li>・卒業生ブランドを各方面で支援、東京にプレスルームを開設。</li> <li>・ホームカミング日の開催。</li> </ul> </li> <li>④SDGs <ul style="list-style-type: none"> <li>・中之島美術館にてファッションとサステイナビリティについて考える展覧会を実施。</li> </ul> </li> </ul>	4
基準3 教育活動	職業教育の実効を引き出すため、学科の特性に応じて、進めている企業との連携事業についての説明。	<ul style="list-style-type: none"> <li>産学協同事業、主な取り組み</li> <li>・縫製メーカーの(株)アーバンが立ち上げた新ブランド「UO」のデザインを担当、製品化された。</li> <li>・東大阪の金属加工工場(株)オーミヤと協業。「明るい作業着で工場を変える」をテーマに新しいワークウェアのデザインを提案した。</li> <li>・(株)アーバンリサーチとのコラボ授業として「URスタイルアンバサダー」を実施。対象店舗の店頭にある商品でスタイリングを組み、スタイリング投稿アプリ『Rekoccha』を使用してスタイリングを投稿。PV数(webページを閲覧した回数)や購入金額の分析を通してSNSマーケティングについて実践的に学んだ。</li> </ul>	4
基準4 学修成果	就職状況について。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ感染症の影響が後半には解消され求人企業はコロナ前を上回った。</li> <li>・内定先では販売系は人出不足感が出てきて概ね順調に推移した。企画系は特色のある産地企業、縫製工場、セレクト系などでは、新たな採用もあった。</li> <li>・しかし、デザイナー職が相変わらず厳しい状態が続いており前項のような企業への対応が必要となるだろう。</li> <li>・ST学科はアシスタントが人出不足もあり31名と増員することが出来た。内24名が東京勤務となった。</li> <li>・相対的には求人企業は増加したが、職種により採用人数に厳しい面がある。</li> <li>・問題点は、就職率が75%前後と低迷しているので、就職意識をいかに高めるかにある。</li> </ul>	3

<p>基準5 学生支援</p>	<p>現状の学生支援に関して。</p>	<p>退学防止策          ・退学理由としては経済的理由、健康上の理由、学習意欲の喪失、家庭の事情、進路変更などに区分されるが、2020年度より高等教育無償化により経済的理由による退学者は減少した。          ・退学理由の分析と同時に各学科に退学者を出さない意識を持たせ、危険信号の出ている学生を早急に察知対応するよう努力を促す。          ・学生数が減少する中で、学生一人一人へのきめ細やかで、ホスピタリティある対応を強化する。          卒業生の支援          ・同窓会組織である「OIFer LINK」の活動を本格化。          ・卒業生を対象としたプレスルームを開設。</p>	<p>3</p>
<p>基準6 教育環境</p>	<p>学内のレノベーションの実施について。</p>	<p>・建物老朽化に対するオープンキャンパスでの声に対応し、外部デザイナー活用して、事務局、インフォメーション→オンラインブース化、2F廊下、会議室や保健室リニューアル、コーナーサインの刷新、学内サインの改善・デザイン統一等を実施。          ・加えて、中庭にウッドデッキも設置(OIFer LINK協賛)          ・引き続き、すみれホール、学生ホール(カフェ化)、ショップ教室、3F廊下、西館階段室・エントランス等のレノベーションにも着手。</p>	<p>4</p>
<p>基準7 学生募集と受入れ</p>	<p>学生募集についての取り組み。</p>	<p>・スタイリスト学科に新しく「ビューティ&amp;スタイル」コース(2年次選択)を設立。ファッションや美容が好きでコーディネートやビューティに興味がある高校生に向け、今の時代にあったデジタルコンテンツと組み合わせた楽しく学べるコースとして設置。          ・高専連携担当の設置(校長)と、服飾系学科のある高校へ出張授業を強化する。          ・インフルエンサー特別ゼミによるSNSを活用した募集においては、新たに当校の卒業生を起用し、チームワークを更に強化、スムーズな運用を実現し、タイムリーかつ効果的な投稿を維持・継続。          ・2023年度よりファッションビジネス学科、スタイリスト学科に若手責任者を登用。それにより、学科自体のカリキュラムの根本的改善、見直しや、オープンキャンパス訴求の見直し等「魅力化」を図る。</p>	<p>3</p>
<p>基準8 財務</p>	<p>財政面での状況について。</p>	<p>・財務的には、従来通り健全経営を維持する。ただし、教育環境の整備、入学者数の確保のための投資は積極策を継続する。          ・具体的には教員研修、設備の刷新・増強、海外とのネットワークづくりなど、学校の資産となる有形無形のものへの投資は積極策で臨む。          ・その一環として2022年度は校内の大幅な改修或いは新規事業、設備投資等、積極財政を実施した。          ・また、デジタル化による費用対効果の改善に取り組み、固定費を含めた無駄のない経営を目指す。</p>	<p>4</p>

基準9 法令等の順守	情報セキュリティについての今後の対応。 その他の法令等の順守について。	・2022年6月で情報セキュリティPJを解散し、情報セキュリティ委員会を発足。 ・教職員に対する個人情報管理に関する啓発、教育活動の充実。 ・コンプライアンス規程、情報セキュリティ管理規程、個人情報保護規程、ハラスメント防止規程、表簿・文書取扱規定を策定。	4
基準10 社会貢献 地域貢献	SDGsへの取り組みについて。	・障がいがある人が抱えるおしゃれの悩み・課題を理解し、“リデザインする”「コオク塾」に参加。約3ヶ月間にわたりワークショップ形式で、企画から作品化までを実施。 ・韓国「Seoul Fashion Hub」が主催する、「Global Fashion Seminar」がソウルファッションウィーク内で行われ、森会長が「OIFがSDGs達成のためにできること」をテーマに講演。	4