

項目	評価・意見	学校の対応等
基準1 教育理念・目標	(育成人材像) 1) 育成する人材像は？	1) モードの世界標準を「Plan Do」できる人材。発想力と実践力を合わせ持った人材である。この基軸にブレはない。
基準2 学校運営	(人事・給与制度等) 1) 人事制度や給与規定等の見直しは検討しているのか。	1) 2019年4月「働き方改革関連法(仮称)」が施行されるのに伴い、見直し作業を進めている。組織は学科長を軸に権限を委譲し、将来の人材育成とともに組織活性化を図る。
基準3 教育活動	(カリキュラムの編成等) 1) カリキュラムの見直しには継続的に取り組んでいるのか。	1) 学科ごとに微調整しながら進めている。特に学科、コースの特徴をどのように伝え、他校との違いを出すか、が大切だと考える。
基準4 学修成果	(SD学科) 1) 業界団体や産地主催のデザインコンテストの中止、閉鎖が相次ぐ。これへの対応は？	1) 海外で実施されるデザインコンテストへ重点を移す。例えば、大連杯(中国)、GFW(英)、IFFTI等。
	(FC学科) 1) パターンメーキング検定1級はどの程度のレベルなのか、知りたい。全国平均の合格率は？	1) PM1級は教員レベル。昨今は学生の受験者が増加。当校ではパタンナーコースの学生全員に受験を義務付けている。全国平均合格率は50%前後。
	(BM学科) 1) 販売インターンシップの実施は以前から実施しているのか？問題点は？  2) 韓国でのバイイングは定例化しているのか？	1) もう10年近くになる。企業数を絞り、事前の話し合いを行い、店長から学生の成績評価も提出してもらっている。時折、ミスマッチはある。  2) 始めて2年になるが、定着してきた。比較的値ごろで売れる商材を仕入れることができるのが利点。学生の反応もよい。
	(FB学科) 1) パルカップでダブル受賞したのは快挙。学生のモチベーションは高いのか？	1) 学内で事前選考し、代表に選ばれることを荣誉と感じている。他の学生も見学、応援のために参加している。また販売の重要性を再認識してもらう場でもある。
	(ST学科) 1) 外部の企業や団体等とコラボした取り組みが目立つが、...	1) 意図して企業やイベントとの連携を重視。学生にとって実践の場であり、その成果を幅広く見てもらう狙い。
基準5 学生支援	(就職) 1) 就職求人数は増えているのか？	1) 求人先企業は微増。ただ販売職の求人は急増しているが、学生数が足りない。半面、企画職、技術職は若干名とする企業が多い。
	(学生支援) 1) 就職担当を置いた狙いは？	1) クリエイター系、ビジネス系にそれぞれ就職担当の教員を配置。系ごとに企業との連携を図るのが目的。ST系はキャリアセンターが兼務する。
	(退学者) 1) 退学者の低減は指摘にあるとおり急務。	1) 多少の改善があった。リスタート制度等の有効な制度改善をしたい。

項目	評価・意見	学校の対応等
<p>基準6 教育環境</p>	<p>(南館の稼働状況)</p> <p>1) 南館の稼働状況をどのように判断している。</p> <p>2) 図書館を整備したが、利用状況はどうか？</p>	<p>1) 教室不足は解消した。素材の授業等は南館に集約している。</p> <p>2) クリエイター系学生が中心。昨今はスマートフォンを利用して手軽に調べる傾向が強い。利用者は減少している。</p>
<p>基準7 学生の受入募集</p>	<p>(学生募集)</p> <p>1) オープンキャンパスを中心に募集活動を進めている。体験セミナーはどうするのか？</p> <p>2) SNSの活用はどうか？</p>	<p>1) 高校生の負担を軽減し、拘束時間を短縮するため、オープンキャンパスが柱。体験セミナーの開催頻度は減少している。</p> <p>2) 公式SNS「#大阪文化服装学院」で最新情報を発信。学生、教職員対象のSNS研修も実施。</p>
<p>基準8 財務</p>	<p>(財務)</p> <p>1) 無借金経営を堅持している。</p>	<p>1) AO入試に伴う特別奨学金制度が拡大し、教育研究経費が大幅増。他の経費予算管理を徹底する。</p>
<p>基準9 法令等の遵守</p>		
<p>基準10 社会貢献 地域貢献</p>	<p>(高専連携)</p> <p>1) 高校との出張授業等に積極的に取り組んでいる。</p>	<p>1) デザイン、縫製、就職面接等の授業を行っている。大阪市立泉尾工業高校とは教育業務提携に関する契約を結び、継続的に実施。</p> <p>2) 地元中学生向けにデザイン画授業を実施。</p>