

2019年度 基準項目ごとの学校関係者評価・意見及び学校の対応

2020.10.8

項目	評価・意見	学校の対応等
<p>基準1 教育理念・目的・育成人材像</p>	<p>①中長期プロジェクトの中で「FOR学生諸氏」「NOT私たち(学校)」というテーマがあったがそれについての考え方は？</p> <p>②今後店舗についてはWebへのシフトが加速するがそれに対応できる人材の育成及び、自分のスタイリングをアピールしてSNSによるフォロワーを増やすことができる人材の育成について。</p>	<p>①現在中長期プロジェクトは進行中で定期的に打合せを行い議論を重ねている。各学科でビジョン・育成人材を明確にし、社会で必要とされる学生の輩出を目指す。</p> <p>②2018年度よりファッションビジネス学科にプレス&インフルエンサーコースを開設しWebの専門家による講義を行っている。またその授業の一環で卒業作品発表会ではWeb店舗の運営も実施している。</p>
<p>基準2 学校運営</p>	<p>①少子化の影響が進んでおり学校業界が連携して情報交換等を強化しながら運営することが必要ではないか。</p>	<p>①文化服装学院連鎖校協会、大阪府専修学校各種学校連合会、関西ファッションカレッジコンソーシアム等の組織を通じて情報交換の場があり、より活用していく必要はある。</p>
<p>基準3 教育活動</p>	<p>①SNSの接客を導入したいがその教育が遅れている。コミュニケーションとテクノロジーを組み合わせた従来の仕組みにとらわれない職種に対応できる人材育成が必要。</p> <p>②オンライン授業において学びの成果をあげられる方法を検討。学生たちも考える良いチャンスにしてほしい。またこれを機会にオンラインによる海外戦略もより進めてほしい。</p>	<p>①SNSの接客に関してはファッションビジネス学科にプレス&インフルエンサーコースを開設しWebの専門家による講義を行っているがWebによる接客も今後の課題として検討。</p> <p>②オンライン授業は2020年度より導入し、課題を解決しながらグレードアップを図る。海外からのオンライン授業の実施も今あるルートをベースに検討する。</p>

<p>基準4 学修成果</p>	<p>①就職率</p> <p>②ブライダルスタイリストは土日メインの仕事なので女性スタッフの定着率が低く今後も需要が見込まれる。</p> <p>③縫製工場では服作りそのものは縮小するので今後は服を開発、販売する力が必要。ECサイトを立ち上げ、工場から消費者へのダイレクト販売も今後は実施する。</p> <p>④また縫製工場においてもデザインを考える人材が必要であり、方法としては生地メーカー、デザイナーなど5～6名程度のコミュニティを作ることを考えている。</p>	<p>①2019年度の就職率は99%とほぼ全員が就職。学内で企業による個別説明会を実施。クリエイター系の学科ではポートフォリオの作成指導などのここに合わせた個人指導を行っている。</p> <p>②ブライダルに特化したスタイリストを招聘し特別講義を行って業界についての認識を深めた。</p> <p>③クリエイター系の学科においてもWebによる自作品のPRは行っており、今後は販売につながる講義も検討する必要がある。</p> <p>④デザイナー職の就職先が減少する傾向にありデザイナーを必要とされる先とのパイプ役になることが学校にも求められていると感じた。</p>
<p>基準5 学生支援</p>	<p>①ファッション業界の現状は決して明るいとは言えないが就職活動に関して今まで以上に戦略を打ち出してほしい。</p> <p>②業際化が進む中で当校の卒業生が他業界にでも活躍できないかを研究する必要がある。</p> <p>③新型コロナウイルスの影響による経済的な困窮への対応として奨学金の枠を広げることが必要。</p> <p>④卒業生とのネットワークづくりについての方策。</p>	<p>①2019年度の就職率は99%とほぼ全員が就職。担任とキャリアセンターが連携を取りながら個々の学生の就職活動を支援。このシステムは今後も強化していきたい。</p> <p>②現在、東京を中心に当校に求人がきていない企業を開拓するため求人DMを発送しているが送付先の幅を広げることを検討する。</p> <p>③主に2020年度での対応となるが緊急奨学助成金の給付、2020年度後期授業料の納入期限の一斉延期、オリエントコーポレーション学費サポートプラン活用における利子補給、大阪文化服装学院奨学金の臨時採用などを実施。</p> <p>④ネットワークを構築するうえで、SNSなどデジタルツールを活用した情報管理・発信の仕組みづくりは、マンパワーさえあれば比較的容易であるが、実際に卒業生をそのネットワークに参加させるためのアプローチは、情熱や信頼関係といった情緒的な要素が重要であり、この点は、学生との繋がりをもつ教員の働きかけによることになる。その手段として、現在も定期的実施している「東京同窓会」を集客を重視した形を模索するなど、最大限活用することとする。</p>

<p>基準6 教育環境</p>	<p>①起業家を育てることを目的とした企業とのコラボを研究する必要がある。</p> <p>②スタイリストアシスタントについてはカメラマン、メイク、プロデューサーなどとのチームプレーのためコミュニケーションスキルが重要であるため個人の強みをさらに引き出す授業が必要となってくる。</p> <p>③コロナ禍の中、様々なイベントが中止となり、学校の盛り上がりを作るのが大変難しいと感じる。そんな状況下、教師が一生懸命考えるばかりでなく、生徒たちが自分たちのために自分たちのことを考え実現する良いチャンスしたい。いろいろな制限の中、工夫して実現することの楽しさを味わってほしい。</p> <p>④産学連携については10年程度の長期スパンで考え、学校と工場の双方で共同での服作りを実施。その際には企業が複数の学校とコラボし研究グループを作って同じテーマで競わせることも必要ではないか。</p>	<p>①大学ではそのような取り組みもなされており専門学校においてもカリキュラムに取り入れる必要があるかは今後検討したい。</p> <p>②SNSやYou Tubeなどを通じて発信力を磨く取り組みを検討する。</p> <p>③日々のホームルームや担任とのコミュニケーションを通じて生徒の意見を取り上げる機会を増やすことはこの状況下でこそ必要であると考え。その手段としてはWeb, SNSの活用も検討する。</p> <p>④現在ブランドマネジメント学科の長期運営店舗は10年以上継続しており、大きな効果をもたらしている。連携する企業のリサーチを行い、企業コラボは今後もさらに進めていきたい。</p>
<p>基準7 学生募集と受入れ</p>	<p>(学生募集活動)</p> <p>①従来のガイダンスに加えて今後はWebを活用した学生募集活動を強化する必要がある。</p>	<p>①インスタグラム、ツイッター、ライン等、Web, SNSを活用し、学院情報を発信強化している。</p> <p>またオンラインを利用した個別相談会を実施している。</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過去20年以上無借金経営を堅持し、財務基盤は安定している。ただし教員研修、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。</p>
<p>基準9 法令等の順守</p>	<p>(関係法令、設置基準等の順守)</p>	<p>①コンプライアンス規程を策定済</p>
<p>基準10 社会貢献 地域貢献</p>	<p>(社会貢献・地域貢献)</p> <p>①企業においてもSDGsをテーマとしたブランドの立上げや新たな企業活動が目立っているが学校における取組は何かあるのか。</p>	<p>①2月に行われた卒業作品発表会では(株)アーバンリサーチ様とのコラボによるダウンの再生をテーマとした「グリーンダウンプロジェクト」に参加。またショップにおいてはリメイク商品を数多く出品し好評を得た。今後もSDGsに関する企画には積極的に参加する。</p>