

2022 年度第 1 回 職業実践専門課程

学校関係者評価委員会・教育課程編成委員会

日 時：2023 年 1 月 20 日（金） 10：30～12：00

場 所：大阪文化服装学院 南館図書室

出席委員：糸井委員、岩光委員、植田委員、上泉委員、奥田委員、河野委員、小林委員、
志貴委員、萩原委員（欠席）

学校関係者：森、岩崎、大橋、加藤、豊田、枚山、白倉

1. 開会のあいさつ
2. 議長選出
3. 学校関係者評価委員会
4. 教育課程編成委員会
5. 質疑
6. 閉会

*資料

学校関係者評価委員会・教育課程編成委員会 2022 年度事業報告書

【議事録】

理事長より開会の挨拶

委員の方々の紹介

糸井委員が議長に選任され学校関係者評価委員会が開始

理事長より資料の説明

【学校法人の概要】

5 学科にて構成。

2022 年度の学生数は 722 名。ここ数年右肩上がりが増加していたが 2022 年度は減少。

2023 年度もこの傾向が伺える。

【2022 年度の主なレビュー】

2022 年度は中長期計画 2 年目ということで、「グローバル戦略」「DX 教育の推進」「インキュベーション」を重点 3 テーマとして引き続き推進する。加えて「SDGs」に対する姿勢を明確にし、具体的なアクションをおこす。予算面では前年度に引き続き積極予算を組んだ。入学者減に伴い収入は減少するが、将来に向けての投資は惜しまない。

1, グローバル戦略

① 海外研修の本格再開

- ・スーパーデザイナー学科のポリモーダ短期留学は、3年生および昨年行くことのできなかった4年生との合同参加となった。
- ・ブランドマネジメント学科のFIT研修も、2022年12月に2年生、2023年2月に3年生が参加することとなった。

② 海外研修新コンテンツ導入

- ・スタイリスト学科の新たな海外研修として、韓国スタイリング研修を実施。内容はソウルのトレンドスポットで、フォトシューティングの実習。現地で活躍するスタイリストから韓国のファッション業界事情や学生のスタイリング及びディレクションのレクチャーを受ける。現地のフォトグラファーやビデオグラファー、そしてモデル達との交流や韓国人気エリアのマーケットリサーチをすることにより、国際感覚を身に付け、学生自身のスタイリングの幅を広げる事が出来た。今年は希望者だけの参加であったが、2024年度からは必修となる。

③ 新たな国際的な取り組み

- ・イタリア「Polimoda校」との留学に関する契約の更新および新たな協業についての協議を行い、ニット分野でのコラボ、キモノリメイクコラボなどを推進することとした。
- ・イタリア「Accademia di Costume e di Moda校」のミラノキャンパス開校イベントに参加。MOU締結など関係強化を模索。
- ・留学説明会の内容を充実。それにより留学希望者が増加傾向にある。
- ・韓国「ピョントック大学」「ソウルファッションハブ(SFH)」を訪問し関係を深める。ソウルファッションウィークにて森会長が講演。SFHとのMOUを締結。また韓国のファッションコンテストへ参加し、4人が入賞した。

④ 海外コンテストへの参加

- ・インド・ムンバイにて開催された「GFWi」に参加し、スーパーデザイナー学科4年の中本美衣奈がグランプリを獲得。
- ・イタリア・ミラノで開催された「FGI」にてスーパーデザイナー学科4年の上野美紅が4体のコレクションを発表。

⑤ 外国人教師による授業の拡張

- ・国立ロンドン芸術大学講師「Oleg Mitrofanov氏」による特別講義。2021年10月から海外の一流校で基本スキルとなっているポートフォリオ制作スキル「Visual Presentation」を修得する講義を開始。今まではクリエイター系のみだったが、2022年度は他学科にも対象を拡張し着実に効果を上げている。

2. DX教育の推進

① 3Dモデリストコース：協業や講演など各方面からのオファーが急増

- ・講演
 - Seoul Fashion Hub 主催「Global Fashion Seminar」
 - FED 協会主催オンラインセミナー
 - 大阪商工会議所主催「ファッションイノベーション展」
 - 関西ファッション連合主催「3D モデリストセミナー」
- ・学会誌
 - 「繊維製品消費者科学」2022 年 9 月号に掲載
- ・メディア
 - 関西テレビ「報道ランナー」
 - 日経 MJ
 - 読売新聞 他
- ② 3D モデリストコース：人材の輩出に厚み
 - ・3Dモデリストとして4名が内定。第1期卒業生がアパレル DX ソリューションサービスの会社である（株）FMB に就職予定。
 - ・3Dモデリスト検定3級に10名が受験し5名が合格。
 - ・2021年10月より3Dモデリストコース以外の学生に対し、特別ゼミ（有償）を開講。3期とも定員を超える受講申し込みがある。
- ③ 3D モデリストコース：3Dモデリングを活用した商品企画
 - ・（株）アーバンリサーチ、（株）ヤギなどと協業
- ④ 3D モデリストコース：3Dモデリングを活用し PR 画像を制作
 - ・セレクトショップ「FAB4」からの依頼で展示会用の PR 画像を制作。
- ⑤ インフルエンサー特別ゼミ
 - ・フォロワーの増加。約 1,600（1 年目）→約 3,500（2 年目）
 - ・今期より卒業生の菅内さんがアシスタントに加わりゼミをサポート。
 - ・投稿不足も解消され、ガイダンスや OC でも認知や来校に繋がり、10月からは広告運用をスタートさせた。
 - ・11月13日の秋フェスには、TikTok 日本女性フォロワーNo.1 の景井ひなの特別講演会を実施。
- 3. インキュベーション
 - ① 卒業生ブランド：tanakadaisuke
 - ・9月には伊勢丹新宿本店にてポップアップショップを実施し、知名度・売上を伸ばした。
 - ・2022年「紅白歌合戦」では、SEKAINO OWARI の Saori の衣装を担当した。
 - ② 卒業生ブランド：DOKKA vivid
 - ・一青窈、詩羽、森山良子など数々のタレントやアーティストの衣装を手掛ける。
 - ③ ホームカミングデイ開催

- ・インキュベーションプロジェクトの一環として「ホームカミングデー」を開催。今回は学院が卒業生にも力を入れていく表明を行う記念すべきイベント。吉本興業のタレントである卒業生2名が司会進行。田中大資氏との対談も実施。2部構成で合計67名が参加。

4. SDGsアクション

- ・当校が取り組むべき「SDGsアクション」は「教育」そのもの。質の高い教育は、「クリエイティブな人材」を育み、クリエイティブな人材は、新しい価値を生み出し、長く愛用される「本物のファッション」、持続可能な社会を実現できる「ビジネスモデル」を創造する。この基盤となる「教育」を常にアップデートしていくことが、教育機関たる当校が果たすべき社会的責任だと考えている。

【その他の主な取り組み】

- ① 学内内装レノベーション
 - ・外部デザイナーを活用して建物外観、イルミネーション、劣化パネルの入れ替え等を実施。
- ② 産学共同事業
 - ・ファクトリーブランド「UO」
 - ・BOOKOFF ディスプレイ企画
 - ・長期運営ショップ「mei li」
 - ・オーミヤカラフルファクトリー
 - ・オオサカコオフク塾
- ③ 特別講義
 - ・ISAMU MORITA (ウエディング)
 - ・エリザ・パロミノ氏 (フィッシュスキン)
- ④ 国内コンテスト
 - ・2022 OSAKA 手づくりフェア第11回デコリメイクチャレンジ展
 - ・販売ロールプレイングコンテスト PAL FOUNDATION CUP
 - ・BOOK OFF Re Clothe Cup

【就職状況】

コロナ感染症発生から3年が経過した就職活動は、求人企業数はコロナ前の9割まで回復してきたが、募集人数は8割程度になっている。現実には今年度の求職率は75%（在籍249名、求職者数186名）、内定率62%（115名）で、2年前の求職率69%、内定率51%に比較すると回復基調となっている。特にクリエイター系の内定職種は縫製職、パタンナー職の増加が目立っている。業態としても縫製工場が縫製職以外に企画職募集を行ったり、パタンナー職募集ではセレクト系企業がでたりという「モノづくり」に従来とは違う方向性

を見出そうとしているように思われる。

【学生募集状況】

- ① AO エントリー結果
 - ・AO エントリー233 名（昨年 269 名、昨対 86.6%）
 - ・ファッション分野希望者の減少と高校 3 年生の進路決定（大学進学者）の増加
- ② AO エントリー者の既卒者率の高さ
 - ・既卒者エントリー31 名 13.3%（平均値 6.2%）
 - ・2021 年コロナ禍で就職したものの、厳しい状況下、新たにファッション分野で、高い技術を身に付けるために、お金を貯め再進学する動きが出ていると推測。
- ③ 歩留まりの低下
 - ・高校 3 年生の来校者実数は前年同等 625 名。
 - ・来校は前年同等にもかかわらず歩留まり（来校者数に対する出願者数）は、7.4%落ちている。
 - ・来校も一昨年水準まで上げる必要はあるが、本年度は歩留まりの低下が大きかった。
- ④ 今後の施策：ONE-TO-ONE の対応
 - ・クラウド導入（見える可）による、学生個別アプローチ強化。
 - ・高校 3 年生のオープンキャンパス参加学生のクロージング強化。
 - ・再進学説明会実施による既卒者獲得。

【2022 年度決算着地予定並びに 2023 年度予算概要】

- ・2022 年度は退学者が予想よりも増えており、予測される最終着地は厳しい。
- ・減価償却を含めたキャッシュフローでは、辛うじてキャッシュアウトは免れる見通しである。
- ・2023 年度は、在校生数がさらに減少することがほぼ確定しており、厳しい財務内容となることが予測される。
- ・2022 年度、2023 年度共に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ことも大きな要因である。
- ・2023 年度予算は、特に割合の大きい広報費を筆頭に費用を分解・精査し、各部署にて見直しを行い、無駄の圧縮に努める。
- ・2024 年度以降については、入学者数を精査し、経費の節減を行うなど、健全な財務運営が出来るように早急に対策を講じる。
- ・最終決算については次回の委員会で報告予定。

以上が学校関係者評価委員会の報告。

教育課程編成委員会の報告として、成績評価の説明。

【成績評価】

- ・定められた授業期間の講義、演習、実習に出席し、試験を受験、またはレポート、作品・成果物提出がそれぞれの科目で要件を満たした場合、学期又は学年末に成績評価が与えられる。
- ・成績評価は学習態度、出席状況、試験、提出課題、成果物などをもとに総合評価。
- ・評価は5段階で行い、A・B・C・D・Eのレターグレードによる評定とし、Eの場合は不認定となる。但し、SD学科はC以下、BM学科はD以下が不認定となる。

【質疑応答】

追加説明等

白倉：学生募集は従来の高校ガイダンスだけでなく、SNS,WEBを中心にファッションに目を向けてもらうこと大きな目標として進めていく。

今の高校生は、紙媒体よりもWEBなので、適切な媒体を色々精査している。

豊田：グローバル戦略の中の韓国研修は、広報戦略の一環として如何にライト層を獲得するかということも目的としており、彼らにカリキュラムの魅力を感じてもらいたい。

また、中庭のウッドデッキは、学生の交流の場を作ることを目的にOIFer LINKの協賛により完成した。

質疑応答

小林：グローバル戦略の内容をよりアピールすることにより、今後の入学者増につながると感じた。

内装レノベーションについては、企業も同じでオフィスの環境を見直す事例が増えてきている。環境が変わると意識も変わりよい効果が生まれると思う。

また最近、プロダクトにも興味を持つ学生も増えてきた。ものを作りたい学生が今後増えることを期待したい。

奥田：環境について述べると泉尾工業高校は公立校でもあり、金銭面で苦勞している学生も多数いる。学生が学びながら収入を得られる機会が増えれば学修環境ももっと変化できると考える。

会長：以前に東京の大学でプロと学生がサンプル作成に取り組むという試みがあったが、実際にお金を取れるだけのレベルのものを制作するとなると難しく、継続できなかったという事例がある。アルバイトをしやすい環境、フリーの時間を作る配慮が学生たちには必要なのかと思う。

岩光：イタリアとの新たな取り組みである着物リメイクについては、株式会社京扇（着物レンタル）の社長が知り合いで、着物の提供が出来るかもしれない。

また、産学協同事業の作業着については、私も以前に運送業者のユニフォームを作ったことがある。学生にデザインを担当させるなどのコラボもよいかと思う。

学生が減少傾向にあるとのことだが、今後留学生を増やすなど、先の戦略はあるのか。

豊田：留学生は国内、海外を含めて日本語学校やファッションスクールなど協業先を探しているところである。

上泉：学生募集に関する説明では大学進学者が多いと言われているが、コロナが流行し、大学へ行くよりも専門的な知識を身に付ける方が必要なのではと思う。またそのような方針の高校もあると聞いている。こうした事例は専門学校にとって追い風になる可能性も高い。

また退学する学生が多いと聞いたが、学校のレベルを維持しつつ、なるべく辞めないシステムを考えているのか。

校長：退学者対策は学校としても以前から大きなテーマである。辞める原因は、経済面、人間関係、学力等いろいろある。経済面では、給付型の奨学金が充実し、以前よりは減ってきている。今後の課題としては人間関係、学力等残りの理由による退学を如何に減らすかという事。ハードな授業や課題ばかりでは、ついていけない学生もいることは事実なので例えばスタイリスト学科の韓国研修のように、学力の維持とのバランスを取りながら、楽しめるカリキュラムの導入も必要かと思う。

上泉：途中でドロップアウトするのは、とても勿体ないことだと思う。

植田：留学生の国籍としてはどこが多いのか。

校長：中国、韓国、台湾、インドネシアなど。

植田：留学生のファッション感度は上がってきているのか。

杵山：中国の留学生は感度の高い学生が増えてきた。特に日本に留学を希望する学生は、ファッションが好きで、関係する SNS 等見る機会が多いから、センス面は格段に上がってきている。

植田：特に韓国は日本より感度が高くなってきているといっても過言ではないと思う。

また、海外からの留学生やイタリアの学生から学ぶべきことがあるとすればどんな点か。

杵山：日本においてファッションを目指す学生は、例えばアイドルにあこがれたリアルなファッションとコレクションベースを目指す学生との二極化している。最近は前者が増えてきている。それに対して海外はモードを目指す学生が多い。学生にはグローバルな感覚を身に着けるためにもモードファッションを教育し、レベルを上げていきたい。

植田：国内だけの感覚では生き残れないことは企業も同様で私もよく理解している。今後グローバルな教育を積極的に進めてほしい。

豊田：当校では外国人講師の授業や教員のイタリア Polimoda 校への留学等で、海外の教育メソッドを学び教育に還元させている。

またグローバル戦略を進めていく手段として、海外から英語力のある留学生を入学させることによって、彼らから日本の学生が語学の大切さを学び、留学に対する意識を高めた。その上で意識の高い学生を海外へ送り出したい。

当校の留学のシステムで最大のメリットは卒業してから Polimoda 校のマスターに編入で

きる点。専門学校を卒業後、修士課程に進める仕組みは他校にはないメリットで、学歴志向が高い海外からの留学生にとっても大変魅力のあるシステムであると考えている。

志貴：工場を経営する立場として現状を申し上げますと、ここにきてコロナも落ち着き、受注が過剰と言えるくらい入ってきており、日本のモノ作りが見直されているのを実感している。今後はマテリアルも含めた縫製の部分でモノ作り全体を重視した授業に力を入れてほしい。

あいざわ：スタイリスト協会が行っているスタイリングアワードの発表が1月31日に予定されており、審査の段階で大阪文化服装学院のレベルが断トツに高かった。今後アワードを運営していく上で、学生の授業のスケジュールなどを考慮して、何月にアワードを開催したらよいか相談したい。

岩崎：今回頂いた意見は、学校で検討を加え、出来ることから実践をさせていただく。

以上