

2022 年度第 2 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 7 月 6 日（木） 14：00～15：30

場 所：大阪文化服装学院 南館図書室

出席委員：糸井委員、植田委員、萩原委員、小林委員、片岡委員、志貴委員、岩光委員、榎本委員、あいざわ委員(欠席)

学校関係者：豊田、森、岩崎、加藤、枚山、眞砂、大橋、白倉、関

1. 開会のあいさつ
2. 学校関係者評価委員会
3. 教育課程編成委員会
4. 質疑
5. 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
- 令和 4 年（2022 年）度自己評価報告書

【議事録】

校長より開会の挨拶

委員の方々の紹介

校長より資料の説明

【2023 年度からの新体制の報告】

- ・豊田 晃敏 理事長
- ・森 慈郎 会長
- ・岩崎 一哉 校長
- ・加藤 圭太 経営企画本部長 兼 副校長

【学校法人の概要】

・在校生数は2021年度までは、右肩上がりが増加していたが、2022年度からは減少傾向となっている。

【2022年度 主要戦略のレビュー】

① グローバル戦略

- ・イタリア、ポリモーダ校とは引き続き、留学に関する契約の更新、新たな協業の提案など関係を強化する。
- ・ポリモーダ校に加え、新たに Accademia di Costume e di Moda 校と MOU 締結など関係強化を模索。
- ・韓国のピョンテック大学やソウルファッションハブ（SFH）を訪問し関係を深める。
- ・1月にソウルで開催された、第3回「Korea Textile・Fashion Contest」でファッションクリエイター学科3年生の学生が金賞を受賞。

② DX教育の推進

- ・3Dモデリストコースにおいて第一期の卒業生を輩出し、3Dモデリストとして4名が就職。
- ・AIを駆使してトレンドを分析し、いかに「データをビジネスで有効活用するか」を重要視して導入したカリキュラムを実施。

③卒業生活躍支援（インキュベーション）

- ・OIF卒業生を対象としたプレスルームを新設。今後はアーティストやタレントにOIFの衣装を着用させ、学院及び各ブランドの知名度及び価値を高めることを目指し、学生にも幅広く使ってもらおう。
- ・同窓会のすみれ会が、OIFer LINKと改名し、デジタルとリアルを融合させ卒業生の活動を活性化。学院に担当を設け、ハブとなり、OB任せではない企画、運営を行い、学校との関りを深めていく。

④SDGsアクション

- ファッションとサステナビリティについて考え、様々な企業と協働で取り組んできた企画から生まれたクリエイションを一同に集めた展覧会としてZ世代のクラフトマンシップ展を、3月14日（火）～3月19日（日）の6日間、大阪中之島美術館にて開催。
- ・オオサカコオフク塾。障害の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」ワークショップを約3ヵ月間にわたり、合計3回開催。クリエイター学科より希望した3名の学生が、リデザインし、カタチにし、成果発表まで行うプログラム。

【2022年度 他の主な取り組み】

- ・学内内装リニューアル。既に事務局、オンラインブース、会議室、ウッドデッキ等、改装済み。2023年度は、すみれホール、カフェ等を改装。カフェは6月からオープンし、

学生の為に環境を整えている。

- ・中之島グランキューブ大阪にて、2月11日に卒業作品発表会を開催。1日のみの実施であったが、1708名が来場し、各方面からの評価も高く成功裡に終わった。

- ・2023年2月25日（土）～2月28日（火）に新宿住友ビル三角広場にて行われたNEW ENERGYに出店。OIFの作品を広くアピール出来た。会場にて3Dモデリングのアプローチを実施。特にデジタルフィッティングを活用したスナップチャットが好評であった。

- ・昨年に引き続き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。対象店舗の商品でスタイリングを組み、スタイリング投稿アプリを使用してスタイリングを投稿。PV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。

- ・グランフロント大阪のオファーを受け、スーパーデザイナー学科2年生が「WISH（希望・願い）」をテーマに作品を製作。作品には東レ株式会社提供の「ウルトラセード」を使用。12月3日にグランフロント大阪北館1階ナレッジプラザにてお披露目した。

- ・3月8日（水）～3月14日（火）の7日間、阪急うめだ本店10階うめだスーク内にて期間限定ショップを開催。独立支援を目的とした当企画では、スーパーデザイナー学科とクリエイター学科の学生、そして卒業生のブランドを集積した「SUPER CREATIVE ART ACT」、ブランドマネジメント学科ショップ開発コースが企画するセレクトショップ「UCHINOKO」の2店舗がオープンした。

- ・ブランドマネジメント学科プロデューサーコースの学生が阪神梅田本店でPOP-UPをオープンした。販売だけではなく、業界プロを招いて審査会を実施し、評価とアドバイスを受けた。

- ・日本ファッションスタイリスト協会主催の第1回スタイリングアワードでグランプリを獲得。

【就職状況】

- ・2022年度の求人企業はコロナ前を上回った。内定先では販売系、企画系が回復。しかしデザイナー職が厳しい状態が続いている。スタイリストは人手不足もあり回復。

- ・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。

- ・今後は現状75%と低迷している求職率を高めていくことにも注力する。

【学生募集】

- ・学生募集は昨年を割り込む結果となった。要因はファッション業界の希望者が少ない事、大学への進学が多いことなどが考えられる。

- ・対策としては、スタイリスト学科に「ビューティー&スタイル」コース(2年次選択)を2024年に新設。ファッションの他に美容やネイルなどにも興味のある高校生をターゲット

に好きなことを学ぶコース。

- ・高等学校等への出張授業を行い、高専連携を強化。
- ・SNSゼミ運用強化。
- ・ビジネス学科・スタイリスト学科に若手責任者を登用し、体制変更による学科の「魅力化」に着手。

【退学者削減】

- ・退学理由としては、経済的理由（高等教育無償化で減少）、健康上の理由、学習意欲の喪失、家庭の事情、進路変更等に区分される。
- ・退学理由の分析等、プロジェクトを立上げ、退学率低下を目標とする。

【学費の改訂】

- ・経費、物価の高騰の背景もあるが20年来行ってこなかった学費の改訂を、2024年度入学生から実施。

【2022年度決算】

- ・財務的には従来通りの健全経営を維持する。但し、教育環境の整備、入学者数確保のための投資は積極策を継続する。逆風に強い体質を目指す。
- ・教育研修、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、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。
- ・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。

以上が学校関係者評価委員会の報告となります。

教育課程編成委員会の報告として、成績評価の説明を致します。

【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】

糸井：退学者については何か危険信号等はあるのか。

理事長：まず出席が悪くなり、授業の集中力が落ちてくる。危険信号の出ている学生を早急に察知対応するよう、講師も含めて努力している。退学プロジェクトを立上げ、対策強化する。

糸井：傾向的にはどのような学生が退学するのか。

理事長：傾向としては、圧倒的に1年生が多い。入学して直ぐに学校が合わない等の傾向は現れる。年間出席率ギリギリで退学する学生も多い。

会長：スーパーデザイナー学科は競争が激しく、40人入学して10人～15人が卒業する。74点以下が落第で、意識的に高い学科レベルを設定し、その結果やり切った学生がコンテストにも入賞する。ついていけずに退学する学生がいるのも一つの理由だと思う。クリエイター学科への転科という選択肢もあるが、本人の意思も関わってくる。

理事長：スーパーデザイナー学科は最初にとっても難しいデザインスカートを作るが、そこが最初の壁となる。出来る学生に高いレベルを目指すことを指導していくのも大事だが、学科のレベルを下げずに不合格者を減らすことも一つのテーマになっている。海外校はグレードが違って進級、卒業ができるが大阪文化服装学院はレベルを下回る学生は進級、卒業は出来ない。

会長：海外は出来る学生だけを卒業ショーに参加させるが、大阪文化服装学院は全員が卒業ショーに参加する。卒業ショーのレベルを下げるわけにはいかない。永遠のテーマだ。

理事長：退学率を10%以下にするために、これから対策を考え、仕組み化する

小林：学費見直しの件だが、比較的他校より低いと思う。上がるのはこの時世では避けられないと思う。ただ学生自身が負担する材料費等の物価も上がっているの、そちらの援助は考えているか。

理事長：具体的にはまだ何も考えてはいない。逆にカリキュラムとの連動でメリットがあるとすれば、産地との連携で、メーカーや問屋などから無料で生地提供等はある。しかし全員に普及しているわけではない。

小林：何かお手伝いする事があるかもしれない。

理事長：ぜひお願いしたい。

枚山：メーカーさんからの副資材（糸、裏地等）の提供がある時は、全学生に還元している。頂けるのは助かる。

小林：卒業作品展へ行って凄い作品が多くて、お金がかかっていると思った。何かプラスになる事があればと思う。

会長：ただし企業の資材提供に括られすぎると、作品作りに制限がかかり、卒業ショーのレベルが下がるという懸念がある。

理事長：テーマ括りになって、そういう事がおこる。やれる事が制限されるから。

小林：バランスが難しい。

会長：やりたい事をさせ、コンテストに入賞させるとなると矛盾が起こる。

校長：やはり表現する上でこだわりのある生地を使いたい気持ちはよくわかる。

榎本：スーパーデザイナー学科3年の父兄です。この学校に入学した意気込みが凄くて、家族で協力している。子供も一生懸命であるし、学校の行事や海外研修に参加出来る事には感謝しているが、やはり生地代の負担は大変なようである。

糸井：以前、ラミネート生地についてお伺いしたかと思うが、ストック場所などはあるか。

加藤：一部ではあるが、大量にストックする場所はない。

理事長：短期的な場所しかないので、生地メーカーの皆様には学割などをお願いしたい。

岩光：グローバル戦略やDX戦略など時代が急激に変化していると思う。こうした現状の中、卒業生として気がかりなのは、年配の先生方へのケアはされているか。

理事長：ケアに繋がるかは分からないが、全教職員と1時間かけて面談をしている。教務では、一人一人の業務量を把握し、偏りを分散し、学生へのホスピタリティに繋がるよう意識している。

片岡：本校も7月1日から企業が来校し、就職活動も佳境を迎えている。御校の就職率が75%というのは、求人倍率の関係なのか、ファッションという仕事に特殊性があるのか、学生が今は活動を控えているのか、または出口が見えず卒業だけを目標としているのか。

大橋：就職率75%はコロナの影響が大きい。コロナ禍以前からも実家に帰ったり、他業種に就いたり、留学したりする学生は一定数存在しており通常は85%~90%が正常。コロナ禍では、ファッション業界に対する見方が厳しかった。それがかなり無くなり、回復基調にある。

理事長：有効求人倍率はコロナ前より上がっており求職者数も増えている。しかし内定率は下がっている。一社当たりの求人がマッチングしていないのか。また、こだわりの強い学生が多く自分の好みではないなら行かないという傾向も強い。一方で専門学校の学習はハードなので、卒業後は「一服したい」や「見極めたい」というパターンも多い。

枚山：留学希望の学生がここ数年多い。又、就職せずに個人ブランドを立ち上げる学生も多い。

理事長：1回は就職をして、社会を見て欲しいと思う。

白倉：泉尾工業高等学校の学生の意識はどうか。大学全入時代と言われているが。

片岡：世間的には大学全入時代と言われているが、工業高校も人気が下火になってきている。それでも工業高校へ来る学生の目的意識は高く、以前に比べても85%は就職希望。本校にはファッション工学科があり、ファッションに関しては専門学校へ行く学生が多い。私自身4月に赴任して、大学入学者が少なく驚いた。就職するか、またはファッションという専門性からか、専門学校へ行く学生が多い。

植田：グローバル戦略については、韓国や中国と日本では、教えている事の違いはあるか。違うとすれば、吸収すべき事があるか。同じような教え方、メニューなのか。

会長：大学と専門学校は、教える側が研究に寄るか実務に寄るか、の違いは若干あるように思う。例えば韓国のピョンテック大学の先生が今度ドレーピングを習いに来る。これからだと思う。

植田：韓国ファッションは人気がある。

加藤：大学に関しては同意見。一方ご承知の通り韓国はエンターテイメントが非常に強く、それに合わせてファッションを国策として高めようとしている。若手デザイナー支援のソウルフアッションハブに国や市がお金を出している。インキュベーション施設が充実しており、官の後押しがあるから今後学校教育も追いついて来るでしょう。

植田：発展途上だけれど勢いがある。

加藤：ソウルファッションウィークも国が9月～10月の時期と決めて、パリ、ロンドン、ミラノ、NYにくだり込もうとしている。日本のファッションウィークより熱い。

植田：韓国ファッション業界は今後も注目していく必要がある。

校長：今回いただいた意見は、学校で検討を加え出来ることから実践していくこととする。