

2023 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：2024 年 7 月 3 日（水） 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 弘一、植田 茂和、萩原 直樹、小林 義歩、志貴 昌弘、
河野 あゆみ、片岡 敏哲、岩光 栄太郎、榎本 麻子

学校関係者：豊田 晃敏、加藤 圭太、岩崎 一哉、森 慈郎、杵山 晶、白倉 亮一、
眞砂 香、下岸 貴美子、関 琢也

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. 質疑応答
5. 閉会

*資料

- 学校関係者評価委員会・教育課程編成委員会 2023 年度事業報告書
- 令和 5 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 2023 年度事業報告書の説明

【1.教育理念・目標・育成人材像】

- 令和 5 年度自己評価報告書の「基準 1 教育理念・目的・育成人材像」を参照。

【2.学校運営】

- 令和 5 年度自己評価報告書の「基準 2 学校運営」を参照。

【3.教育活動・4.学修成果】

●速報 「第98回装苑賞」で装苑賞（グランプリ）を受賞。

6月18日、「第98回装苑賞」でファッションクリエイター学科の岩野蓮祐さんが装苑賞（グランプリ）を受賞。15年連続ファイナリストには残っていたが、グランプリは10年ぶり。

●阪神梅田本店にPOP UPストアがオープン。

期間：1月10日（水）～1月16日（火）

場所：阪神梅田本店4F イベントスペース「コミュニティスタジオ」

参加学生：ブランドマネジメント学科3年プロデューサーコース。

学生自らがブランドオーナーとなり運営。今回その集大成として阪神梅田本店でのPOP UPストアをオープン。

ビームス様など外部の方にブランドコンセプト、商品企画MDなどの項目を審査いただきGP、準GPを決定した。

●ワーキングウェアブランド「カラフルファクトリー」の商品開発に参画

参加学生：ファッションクリエイター学科3年アパレルデザイナーコース。

東大阪市で金属加工業を営み、新たにアパレル事業に参入する株式会社オーミヤ様と産学連携。「ジャケット」「ワークパンツ」の企画・デザインをOIFの学生が担当。2024年1月5日より、公式販売が開始。

●ニューヨーク州立ファッション工科大学（FIT）の研修に参加。

期間：1月19日（金）～1月27日（土）

参加学生：ブランドマネジメント学科2年生。

業界最先端のセミナーや服装史、VMD等を学び、最終日には学生自らが企画をプレゼンテーションし、FITの教授からの講評を受けた。業界視察では、ニューヨークのショールームやブルックリンを代表するヴィンテージショップ等も訪問。

●卒業生ブランド「JUHA」が設立10周年のアニバーサリーショーを実施

2月13日、2008年に卒業した武長遼さんのブランド「JUHA（ユハ）」が、ブランド設立10周年を記念して「東京国立博物館 表慶館」を舞台に、ブランド初となるランウェイショーを開催。バックヤードではスタイリスト学科生が活躍。

●NEW ENERGY 2024 東京展示会に参加

期間：2月15日（金）～2月18日（日）

場所：新宿住友ビル三角広場

参加学生：スーパーデザイナー学科3年生・4年生。

主な成果としては学生作品がセレクトショップ Vanilla での取り扱いが決定し、装苑での

リースが決定。

●阪急百貨店スーパークリエイティブアクトに出展

期間：3月6日（水）～3月12日（火）

参加者：卒業生8ブランド、スーパーデザイナー学科2年4ブランド、ファッションクリエイター学科2年16ブランド、いい刺繍の日ワッペン・ブローチ、ブランドマネージメント学科2年のオリジナルショップ。

310万円の売り上げ。

●「スタイリングアワード 2023AW」でグランプリ、準グランプリを獲得。

参加学生：スタイリスト学科2年

一般社団法人日本ファッションスタイリスト協会が主催するコンテストで昨年に引き続き本校学生がグランプリを獲得。 さらに準グランプリも 獲得。

●マツオインターナショナルのブランド「慈雨」と商品企画コラボ。

期間：2月16日（金）～3月3日（日）

参加学生：ファッションクリエイター学科3Dモデリストコース3年生。

松尾産業株式会社様がプロデュースするライフスタイルショップ「about her.」にて、3Dモデリストコースの学生が企画した商品が展示販売された。

●卒業作品発表会を開催

2月10日（土）グランフロント大阪にて卒業作品発表会を開催。

ファッションショー&オリジナルショップを発表。

海外ゲストやファッション業界関係者など約2,000人が来場。

今回特別ゲストとしてPOLIMODA校の学長で、世界的ブランド「フェラガモ」の元クリエイティブディレクターMassimiliano Giornetti氏が来日し、作品審査を実施した。

●「第1回ファッションスクールアワード」で準グランプリを受賞。

織研新聞社主催の「第1回ファッションスクールアワード」で準グランプリを受賞。ポイントは主要コンテストグランプリ年間7名、イタリアポリモーダ校との長期の提携、全国初3Dモデリストコース設置、産学連携コラボ年間20件以上、業界著名人30名以上の特別講義などが評価された。

【5.学生支援】

就職活動

●就職内定率は昨年より向上した。

ファッション業界の求人数はコロナ前より増加し、安定傾向で求人率・求人数は市場では

着実に続伸している。

業種別では販売系は人材不足が出てきて概ね順調に推移した。

しかしながらこの状況はコロナ禍のリバウンドもあり楽観視は出来ない。

企画系は特色のある産地産業、縫製工場、ドレス系、セレクト系などで新たな採用につながった。

ST 学科は給与面の課題はありながら登録型が減少し個人のアシスタントについての学生が増加した。

退学者

特に学生数の多いファッションクリエイター学科の退学者に対する対応が急務。

また、1年生の退学者への対策として、今年は入学式後の学生支援者会（保護者会）にて当校の対策と保護者への協力を依頼。

【6.教育環境】

2022 年度に引き続き 2023 年度も学内のレノベーションを実施。今年度は教室等の改修に加えサービス面も改善。

OIFer カフェ、E32 すみれホール、E21 ショップ教室、カフェにてウォーターサーバーの無償利用、キッチンカーによる飲食サービスの導入など。

【7.学生の募集と受け入れ】

入学者が減少し、卒業生が増加したことによって在校生は減少傾向。

学生数の多い3年制ファッションクリエイター学科での減少が痛手であり、学校のブランディング、学科の再建・改革のプロジェクトを立ち上げ、復権に向けた動きを取っている。

ファッションクリエイター学科改善は 2024 年度募集における最大のポイントとなるため、3D モデリストコースなど当学科の独自性やクリエイティブデザイナーコースのコンテスト実績など教育の成果を積極的にアピールしている。

各学科の強みを感じてもらおうよう「体験プログラムの再検討」などオープンキャンパスの魅力を高め、来校者一人ひとりを丁寧にキャッチしていく取り組みを強化している。

次年度以降の分母を増やすために、各高校との関係性も再強化し、連携授業も拡大していく。

2024 年度は現状、高校へ直接訪問するガイダンスを見直し強化したことによって効果が表れてきている。

こうした広報戦略の見直しにより「来校者」は増加傾向にあり、結果として6月末時点での AO エントリー数は昨年を上回り、過去4年間と比較しても順調に推移している。

【8. 財務】

事業活動収支計算書のとおり基本金組入前当年度収支差額が△7700万。

これはレノベーションの為で、2024年度も学生数減により赤字予算となる。

財務内容については、貸借対照表のとおり流動資産 10.56 億（主に現金預金）、固定資産の内、保有する有価証券（その他の固定資産）が9億 合計約 20 億の余裕資金。

以上のように十分な内部留保があり、無借金経営で土地建物もあるので財務的には健全、優良な状態。

【9.法令等の遵守】

令和5年度自己評価報告書の「基準9 法令等の遵守」を参照。

【10.社会貢献・地域貢献】

令和5年度自己評価報告書の「基準10 社会貢献・地域貢献」を参照。

【質疑応答】

植田：デザイン教育の方法は大阪文化服装学院では他校と比べてどのような違いがあるのか。

豊田：結果を出すことを最終の目標としてここまで取り組んでいるのは当校だけだと思う。当校はヨーロッパの教育を参考にして卒業学年では5体から7体のコレクションを作っている。

そのための教育ができる教員が当校には揃っているのが強み。これに対して他校は1体から3体の作品を作るという教育方法でコレクションという考え方で教えているわけではない。

他校においても確かに個人的に能力のある学生は結果を出すことができるが偶発的な要素も多々あると思う。

しかしながら高校生が他校のコレクションを見てそこまで理解するかと言えば、なかなか伝わりにくいの現状。

植田：財務についても盤石であることが理解できた。有価証券の評価は時価か簿価か。

森：正確には簿価。時価が3割以下になると帳簿価格を変えている。現在の有価証券は全てAランクで安全資産。

また、財務内容は企業との信頼関係を構築する上で非常に重要な要素であり、就職面でも高校生にアピールするために、とりあえずどこでも就職して実績を作ればよいという考え方ではなく、キャリア支援課を窓口にして学校として就職先を適正に判断し、しかるべき先に就職させることを基本方針としている。

~~また、就職に関しては、とりあえずどこでも就職すればよいという考え方ではなく、キャリア支援課を窓口にして学校として就職先を適正に判断し、しかるべき先に就職させることを基本方針としている。~~

豊田：例えばアダストリアさんは年間に2人しかデザイナーを採用しないが、その内の1人を常に毎年採用してもらっている。4年制のスーパーデザイナー学科は企業からも高い評価をいただいている。

榎本：4回目の出席で、学校の仕組みを理解出来てきた。娘はスーパーデザイナー学科の中でコンテストをはじめ、さまざまな事にチャレンジしている。

見守る事しかできないが、引き続き指導をお願いしたい。

豊田：4年生になって、かなり成長されている。先日も海外のデザインスクールの学生に対して丁寧に接客してくれた。

榎本：娘は海外留学も視野に入れているがその際のサポートなどはあるのか。

豊田：学校として、留学に際しての資金面はもちろん生活面でのサポートもできるような仕組みを作っている。

糸井：装苑の児島さんが教員として来られるとのこと。いい意味で学校が変わってきた。就職についてだが、中堅商社は即戦力で中途採用が多く、人を育てるという意味では十分な環境であるとは言えない。そんな環境の中で就職面での商社との関係についてお聞きしたい。

豊田：現状は十分入り込んでいるとは言えないが、3Dモデリングを切り口にして実績を作っていきたい。今後就職先としてアパレル商社はもちろん総合商社も目指していきたい。具体的には豊島、瀧定などに割り込んでいきたい。そのための準備を進めている。

小林：卒業後3~5年の卒業生の就職先への定着率はどうか。企業側の立場で言えば結構頑張ってくれているという印象を持っているが、学校において卒業生の動向は把握できているのか。

白倉：卒業後のデータは取れていない。

豊田：卒業後の情報については、単発で入社した会社では傾向はわかりにくいので、毎年複数名入社する会社に聞いてみたい。

小林：現状は卒業後の情報は入って来ないということか。

豊田：全く入って来ない。産学連携の際にコラボ先の会社から聞くこともあるが、個人情報なので聞きにくい。

また企業側も社員定着率が悪い場合は明らかにしたくないという部分もある。

白倉：企業は学校から在籍確認を頼まれたら、それぞれにルールがあり情報は出せる先と出せない先があると思う。また当校と企業との関係性にも左右されると思う。

岩崎：OIFer LINKを活用してSNSや同窓会を機会に情報を収集することも、今後必要であると思う。

白倉：アーバンリサーチさんは、学校の方から御社の人事に在籍の確認をすることはできるのか。

萩原：情報の登録はされているが、ルール上、情報を出せるかは分からない。

あいざわ：教育の方針についてお聞きしたい。優秀な生徒に対する教育の取り組みは分かるが、自分自身色々な学校を見てきた印象としては各学校における生徒の個人差が大きい

と感じる。

教育の方針として優秀な生徒を伸ばすことを最優先とするのか、優秀ではない生徒にも何らかの対応をしながら退学をしないような施策も講じていくのか学校の方針としてはどうか。

豊田：当校を選んで入学してきてもらった以上、全員が一定のスキルを身に付けて卒業してもらおうということは絶対的な考え方として変わるものではない。

優秀な学生だけを優先し、その他の学生を手助けしないということはない。

優秀な学生のポテンシャルを保ちつつ、できない学生が離脱しないようにしっかりと面倒を見る。

当校の教員にはこの方針を理解してもらって教育に携わってもらっている。

教育の質の担保は学校の評価、信頼になるので退学者を減らすためにカリキュラムを緩めたり、合格点を下げたりすることは 現段階では行わない方針。

幅広い学生に対応し、 退学する学生を減らしつつ 、 同時に就職先の評価についてのバランスを 最適化しながら、 退学者削減 プロジェクトの中で改善に取り組んでいるところ。

あいざわ：カリキュラムも緩めない方針だということは理解できた。

退学者を減らすためには今後オープンキャンパスなどであらかじめ、こうした学校の方針を理解してもらえる工夫が必要と思う。

志貴：在校生の男女の比率はどうか。

豊田：以前は女子8対男子2だったが、現在は女子7対男子3くらい。

志貴：弊社には若い男性社員が2名いるが2名とも良い意味で女子力が高い。

繊細なZ世代で感覚が違う部分もあり、それに対する企業側が接し方に慣れていないと感じる。

そういった若手社員とのギャップは社会でも多く見られると思う。

若手社員が入社後に自分の力で何かやろうとしたときに基礎となるような教育ができることが必要と思う。

他校と違う教育内容を高校生に伝えることによってより学校への理解が深まるのではないか。

豊田：大阪文化の卒業生を評価する際、教育内容そのものが企業の人にとって 強みが明確で 、採用時に有利となる教育コンテンツ を作っていくことが必要。広報的観点でも同じことが言える。

岩崎：今回いただいた意見を参考に今後も教育内容の改善に取り組んでいく。

*事務局より閉会を宣言し終了した。