

平成 27 年度 ドレスメーカー学院 学校関係者評価委員会

基本方針：

学校関係者評価委員（以下『委員』という）に本委員会で検討される資料を事前に送付し、委員との意見交換や委員の所見を本委員会で伺う。

その後、本学院の「運営に関する諸会議規程」で定める、各会議で検証を行う。

具体的には、本委員会終了後、委員の所見の中から直ぐに実施できる事項と、次年度に実施できる事項、長期計画の中で取り組む事項を学科長会議の中で明確にする。

直ぐに実施できることと次年度に実施できることは、各会議で実施方法を決定し、実行する。

長期計画の中で取り組む事項は、順位をつけて次年度の自己点検・評価委員会や学生募集実行委員会の中で検討する。

情報公開に関しては、平成 27 年度自己評価報告書が完成する 6 月頃、平成 27 年度学校関係者評価委員会報告書も同時に HP に公開する。

日 時：第 1 回 平成 27 年 12 月 4 日（金）14：00～17：15

第 2 回 平成 28 年 2 月 22 日（月）14：00～17：00

場 所：本校舎 3 階 会議室

評価委員：黒部 和夫氏 カルロインターナショナル代表

櫻井 武美氏 横浜ファッションデザイン専門学校 理事長・校長

福永 成明氏 有限会社 ファッションリンクス 代表

出席者：中村賢二郎理事長、布矢千春院長、相場千枝副院長・服飾造形科科長、

峯岸恵院長補佐、宮崎好明アパレル技術科科長、木村千晶ファッションサービス科科長、

渡邊千佳子高度アパレル専門科科長、宮本泰子学務課長

書 記：曾根礼子教務課長

資 料：「カリキュラム変更概要」

「カリキュラム新旧対照表」

「平成 27 年度自己点検・評価報告書」

議事次第：第 1 回

検討事項説明

教育課程の現状と改善案についての説明

質疑応答 意見交換及び評価

委員会評価のまとめ

議事次第：第 2 回

各科新カリキュラムについての概要説明

平成 27 年度自己評価報告書についての概要説明

質疑応答 意見交換委員所見のまとめ

●学校関係者評価委員会まとめ：

【基準1. 教育理念・目的・育成人材像】

建学の精神は、10年前、創立80周年式典に向けて学園として検討し、杉野芳子の建学の精神を再確認した。

また、ドレスメーカー学院については、文部科学省に職業実践専門課程の認定申請を出来るように取り組むことを方針として、カリキュラムの充実等の教育の確保を目指した。

【基準2. 学校運営】

現在は、諸規程に基づき運営をし、規範意識は徹底している。

7年前に作成された中長期計画は、すべて達成されている。今年度中に次期中長期計画を作成しようと考えている。

【基準3. 教育活動】

自己点検・評価委員会の中でいろいろな課題があったが、逐次問題解決している。

概要は以下のとおり。

・服飾造形科

服飾造形技術を学ぶ2年課程。

1年次に服飾造形の基礎を学んだうえ、アパレルCG、スタイル画やプロの方からマーチャンダイジングを学び、資格取得率100%を目指す。

平成27年度から平成29年度に向けてカリキュラム作成をしている。平成29年度から完全実施するため、平成28年度は移行期として実施する。

服飾造形科卒業後にアパレルデザイン科に進学し、デザイナーを目指す学生と就職する学生がいる。

新たに産学連携のカリキュラムを設定して業界の知識を学ぶ。

具体的には販売員になるための知識や接客スキルを学び、就職のフォローアップをする。

服飾造形Ⅱの中で実施している産学協同マーケティングプロジェクトの授業では、マーケットリサーチ、分析、新しい商品提案等アパレルの考え方を修得し、強化を図り、産学連携の明確なカリキュラムにしていきたい。

・ファッションサービス科

ファッションビジネスにおけるトータルスペシャリストの育成を目指す。

コミュニケーション能力、エディトリアル能力、パソコン技術が三本の柱となる。

販売員、マーチャンダイザー、バイヤー、スタイリスト、プレス等を目指すスペシャリストの育成。プロの講師をたくさん入れている。

パソコンの技術力強化のためパソコン環境を整備している。

科名については、ファッションビジネス流通の分野で活躍できる人材の育成を目指すため、さらに高校生にもわかりやすいファッションビジネス科に変更する。

・アパレル技術科

パターンナー育成という明確な科。

基礎から応用力までを身につけ、就職後、即戦力になるような人材を目指す。

パターンが引けるが縫製の指示書は苦手という事がないようにする。

パソコンで縫製指示書を作成し、ネットを通して指示できるなど工場とのやりとりがきちんとできるようにしたい。

・高度アパレル専門科

4年間という長いスパンで組まれているカリキュラム。

服飾造形力とクリエイティブ能力とビジネス能力を備えた学生を輩出している。

作る能力や IT スキルを使って総合的にプレゼンテーションできる学生を輩出していきたい。

産学連携については、インターンシップや『スギノエプロン』など様々実施しているため、積極的に増やしていく計画である。

・アパレルデザイン科

服飾造形科から進学してデザイナーを目指す学科。

アパレルデザイン科では、クリエイティブ教育を強化している。

各コンテストへのチャレンジやプレゼンテーション、ポートフォリオ作成の教育も充実している。

■委員所見

○高級素材は、企業に入ってから知ったが、今のユニクロやH&M等に親しんでいる学生にとってはなじみがなく、いい素材が選べない。プルミエールビジョンで布を見てくることも必要。

○今のファッションは、時間をかけて完成していくオリジナル素材の価値が高い。学生のうちに産地とのつながりを作るプロジェクトを実施してはどうか。

○産学連携での生きた勉強も充実させたいがそうすると造形のプログラムが減ることになる。

○今一番費やしている造形教育の時間、つまりもの作りのスキルをどこまでつけさせ、どう再編成するのが課題。

○外部講師が多くなると授業内容に目が届かないこともある。

○カリキュラムのストーリー性がないまま教えるのとあるのでは到達度が違ってくる。

○テキスタイルについての知識はとても重要。以前は、企業に入ってから教育することはあったが今はない。特長のある素材を触らせながら質を覚えさせることが重要で素材の知識は後で良い。

○企業に入ると素材を渡されてデザインをしていくという素材ありきの場面も多い。素材になじんでいないと戸惑うことになる。

○百貨店など業界では、メンズ強化の傾向がある。メンズ売り場が少なくなった。

メンズのプロフェッショナルが求められているが、メンズ専門の学校が無くなっているのが現状で、本学院の他に1校のみである。

これからメンズ素材も学ぶ必要がある。

○ファッション業界の中の広報や販促関係で、グラフィックデザイン系の事がわかる人材まで育てていきたいというのはとても良いが、小売りはとても大切である。メーカービジネスを教えることと小売ビジネスを教えることが混同しないようにしなければいけない。

【基準 4. 学修成果】

最近の就職率は極めて良くなっている。就職希望者に対する就職率は 98.6%となり、一般企業への就職は少なく、服飾関係の就職がほとんどである。

■委員所見

○学生にとって明確なのは就職。

クチュールへの就職は、狭き門でそれを差別化とするのでは弱い。

○プレゼンテーション、コミュニケーション能力があるか、エントリーシートにどれだけ取り込むのか、今では小学校からやっているパソコンをどのレベルまで学ばせるか、英語がどのくらいできるのか等、どこに目標を持っていくかが大切。

○建学の精神のひとつである『自立』をかかげているため、自己実現をするための経済的基盤をつくる就職は大切である。

就職率だけでなく、希望する職種とのマッチングも重要。

○実際は販売からスタートして、デザイナーやパタンナーをやりたい学生も販売からというのが多い。今は販売員が不足していて異業種との取り合いになっている。

販売のプロになりたい人もいて早いうちからの職種の把握は重要。

また販売は語学力が必要とされている現在、どのようにカリキュラムに取り入れるのが問題である。

【基準 5. 学生支援】

平成 27 年度から給付型奨学金の充実を図った。

学生対応のために、24 時間電話相談が出来る「杉野学園ヘルスサポートセンター」を平成 26 年 4 月から導入した。

また学内では、学生相談室を設けて臨床心理の専門の教員が精神面のカウンセリングに対応している。

■委員所見

○杉野学園という規模があるので学生支援へのサポートは整っている。

【基準 6. 教育環境】

学外実習、インターンシップ等

今年度よりニューヨーク研修旅行を F I T 研修として修了書を授与してもらい本学院の 1 単位を取得できるプログラムを実施する。

パリオートクチュール研修旅行、ニューヨーク研修旅行は、毎年継続して実施していく。

インターンシップも充実を図るため企業と取り組んでいく。

■委員所見

○インターンシップについては、パートナー企業を選定して企業訪問や講義を依頼し、パートナーシップ性を持たせたら良いのではないかと。

【基準 7. 学生の募集と受入れ】

教員が 1 人 7 校の学校訪問をした。

来校者が増えて来校者からの出願率がよくなり、結果として入学者が増えた。

高校への出張授業も喜ばれている。

学納金に関しては、改定していない。消費税が引き上げられた場合のこともあるが、ここは慎重に協議しなければならないだろう。

■委員所見

○入学者数の減少については、学生人口の減少が言われているが、企業では、だからといって売り上げの減少は許されない。

入り口である入学者数を増やすというのが大きな目標となるだろう。

○国際化への対応が必要である。

留学生の就職の具体策の検討をすると留学生の入学者増を狙えるのではないかと。

ドレメならではのルートを作るのもひとつ、アプローチとして海外に目を向けるのもひとつである。

【基準 8. 財務】

ここ 10 年支出超過の状態が継続している。学生数減少に伴い悪化していたので、平成 27 年度 1 億円以上の赤字を計上。平成 16 年度より各部署より予算要求を提出し、予算配分を検討して執行している。

本学院に関しては、平成 28 年度は、昨年度より入学者増加傾向が見られるため、それらをさらに改善していけるだろう。

監査法人と学園の監事による監査を実施している。

○一般企業でいえば財務がすべての根幹となっている。それが好循環することで良くなっていく。

【基準 9. 法令等の遵守】

【基準 10. 社会貢献・地域貢献】

●委員所見のまとめ：

【学生募集】

一般企業でいえば財務がすべての根幹となっている。入学者数の減少については、学生人口の減少が言われてきたが、企業では、だからといって売り上げの減少は許されない。本学院の建学の精神でもある『自立』をするために経済的基盤をつくる就職と、入り口である入学者数を増やすというのが大きな目標となるだろう。

■国際化

国際化への対応が必要である。留学生の就職の具体策の検討をすることにより、留学生の入学者増を狙えるのではないか。

留学生が3割以上いることが専門学校では当たり前になっている。また、本学院独自のルートを作るのもひとつ。一番の近道は、日本語学校からの受け入れを今以上に強化することが必要である。

■カルチャースクール

入学者を増やすことを考えると東京都だけで洋裁・衣服の（専修学校ではない）手芸教室等も含めた学校が約100校ある。自分のための服づくりをしたい人のニーズもあるのではないか。18歳人口の入学率だけでなく社会人が入学できるエクステンションスクールのようなものもよいのではないか。

【ファッションビジネス科】

ファッション業界の中でホームページなどグラフィックデザインの事がわかる人材育成をするという視点は、そこを教えている学校が少ないのでとても良いが、メーカービジネスを教えるのか、小売ビジネスを教えるのかを混同しないようにしてもらいたい。小売を軽視してしまうと問題である。小売りはファッションビジネスにとってとても大切な分野であるという認識で人材育成をしていただきたい。

【カリキュラム】

■IT

デジタル化のビジネスモデルを教育の中にどう取込めるのか。コンピュータ教育とは違うデジタル教育を取り込んでいけないのではないか。5～6年経つと日本の中でもデジタル化が変わる。ITやデジタルという言葉を自己点検報告書の中にもっと書き入れた方が、そこを目指しているという印象が伝わるのではないか。

■環境科学

高度アパレル専門科にある環境科学のカリキュラムは、今後とても重要になってくるため、各学科も取り入れる方向性を検討して頂きたい。

【校風】

■学生像

接客時の商品説明力や商品に対する“目利き”が大切だが、その“目利き”を育てるのは難しい。そのニーズが増えてきている。それが本学院の強みになるとよい。

センスの良い学生像は本学院にとって大切な部分であり、本学院の学生は“センスが良い”を取り戻して頂きたい。しかし、センスが良い学生が必ずしも成績の良い学生であるとは言えないが、教員がそのような学生をどう育成するかが課題である。

■教員像

ファッションの学校である以上、教員自身のセンスアップが必要だ。学生の前でもファッションに気を使うべきである。センスを磨くのは大変だが、そこに尽きるともいえる。