

職業実践専門課程等の基本情報について

学校名		設置認可年月日		校長名		所在地			
創造社デザイン専門学校		昭和55年3月31日		中前 寛文		〒 550-0002 (住所) 大阪府大阪市西区江戸堀1-25-15 (電話) 06-6459-6221			
設置者名		設立認可年月日		代表者名		所在地			
学校法人創造社学園		昭和56年7月2日		林 健児		〒 550-0002 (住所) 大阪府大阪市西区江戸堀1-25-15 (電話) 06-6459-6221			
分野	認定課程名		認定学科名		専門士認定年度	高度専門士認定年度	職業実践専門課程認定年度		
文化・教養	デザイン専門課程		ICTデザイン・マーケティング学科		平成 7(1995)年度	-	-		
学科の目的	ICTデザイン・マーケティング学科は、デザイン思考とICT技術を融合させ、社会課題を創造的に解決し新たな価値を生み出せる人材の育成を目的としています。AIやノーコードなどの先端技術を活用し、専門性を越えた連携を推進できる“ハブ人材”としての基礎力を培うとともに、実社会で即戦力となるプロトタイプ構築力やマーケティング視点を重視しています。技術・ビジネス・創造の交点に立ち、持続可能で人間中心の未来を形にする次世代の人材育成を目指します。								
学科の特徴(主な教育内容、取得可能な資格 等)	創造的発想とICTスキルを実社会で活用できる力を育むため、実践重視のカリキュラムを展開している。具体的には、生成AIやPython等を用いたデジタル制作、ノーコード開発、プロトタイピング演習、UI/UXデザイン、デジタルマーケティングの応用などを学ぶ。産学連携による課題解決型学習やインターンシップも充実しており、技術と表現、ビジネスを横断できる人材の育成を図る。取得可能な資格には、基本情報技術者試験、Python3認定試験、ウェブ解析士、Webクリエイター能力認定試験等があります。								
修業年限	昼夜	全課程の修了に必要な総授業時数又は総単位数		講義	演習	実習	実験	実技	
2年	昼間	※単位時間、単位いずれかに記入		1,700 単位時間	180 単位時間	750 単位時間	840 単位時間	0 単位時間	0 単位時間
				単位	単位	単位	単位	単位	単位
生徒総定員	生徒実員(A)		留学生数(生徒実員の内数)(B)		留学生割合(B/A)	中退率			
40 人	4 人		2 人		50%	0 %			
就職等の状況	■卒業者数(C) : 0 人								
	■就職希望者数(D) : 0 人								
	■就職者数(E) : 0 人								
	■地元就職者数(F) : 0 人								
	■就職率(E/D) : 0 %								
	■就職者に占める地元就職者の割合(F/E) : 0 %								
	■卒業者に占める就職者の割合(E/C) : 0 %								
	■進学者数 : 0 人								
	■その他								
	(令和 7 年度卒業者に関する令和8年5月1日時点の情報)								
■主な就職先、業界等 (令和6年度卒業生) 広告制作事務所、グラフィックデザイン事務所、WEB制作会社、印刷・出版、商品開発メーカー等									
第三者による学校評価	■民間の評価機関等から第三者評価: 有 ※有の場合、例えば以下について任意記載 評価団体: JAMOTE認証サービス株式会社 受審年月: 2026年6月 評価結果を掲載したホームページURL https://www.jamotec.co.jp/iso29993/list.html								
当該学科のホームページURL	https://www.sozosha.ac.jp								
企業等と連携した実習等の実施状況(A、Bいずれかに記入)	(A: 単位時間による算定)								
	総授業時数				1,700 単位時間				
	うち企業等と連携した実験・実習・実技の授業時数				270 単位時間				
	うち企業等と連携した演習の授業時数				30 単位時間				
	うち必修授業時数				270 単位時間				
	うち企業等と連携した必修の実験・実習・実技の授業時数				240 単位時間				
	うち企業等と連携した必修の演習の授業時数				30 単位時間				
	(うち企業等と連携したインターンシップの授業時数)				240 単位時間				
	(B: 単位数による算定)								
	総単位数				単位				
うち企業等と連携した実験・実習・実技の単位数				単位					
うち企業等と連携した演習の単位数				単位					
うち必修単位数				単位					
うち企業等と連携した必修の実験・実習・実技の単位数				単位					
うち企業等と連携した必修の演習の単位数				単位					
(うち企業等と連携したインターンシップの単位数)				単位					
教員の属性(専任教員について記入)	① 専修学校の専門課程を修了した後、学校等においてその担当する教育等に従事した者であって、当該専門課程の修業年限と当該業務に従事した期間とを通算して六年以上となる者 (専修学校設置基準第41条第1項第1号)				8 人				
	② 学士の学位を有する者等 (専修学校設置基準第41条第1項第2号)				0 人				
	③ 高等学校教諭等経験者 (専修学校設置基準第41条第1項第3号)				0 人				
	④ 修士の学位又は専門職学位 (専修学校設置基準第41条第1項第4号)				0 人				
	⑤ その他 (専修学校設置基準第41条第1項第5号)				0 人				
	計				8 人				
	上記①～⑤のうち、実務家教員(分野におけるおおむね5年以上の実務の経験を有し、かつ、高度の実務の能力を有する者を想定)の数				8 人				

1.「専攻分野に関する企業、団体等(以下「企業等」という。)との連携体制を確保して、授業科目の開設その他の教育課程の編成を行っていること。」関係			
(1)教育課程の編成(授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫等を含む。)における企業等との連携に関する基本方針 本学科の目的及び教育改革戦略会議(本学園設置)の目標を踏まえ、企業等連携組織「教科課程編成委員会」での多角的な学識・知見より、必要となる専門能力や新たな課題等を抽出し、それらを学則・教科課程に落とし込み、その実践や学生の成果物から得る客観的な評価をフィードバックし活用する好循環型のシステムで教科課程の改定・変更・改善を行うものとする。			
(2)教育課程編成委員会等の位置付け ※教育課程の編成に関する意思決定の過程を明記 教科課程編成は、本校の教育課程編成方針規定に基づき、教育課程編成委員会を開催し、①企業、社会が必要とする人材像の明確化 ②実務ニーズに適合した知識や技術、技能に有用な内容③客観評価・ニーズ・シーズ調査結果から分析した改善事項等について委員の意見を伺う。その意見を参考に分野別の委員で構成される分科会で精査され、その内容を踏まえ学校内部教務シラバス設計委員会(作業部会)にて教育課程方針を策定し、最終成果として教科課程表「設置科目・シラバス設計要求書」に落とし込まれ、その教科課程表を基に学校が運用することとしています。			
(3)教育課程編成委員会等の全委員の名簿			
令和8年4月1日現在			
名 前	所 属	任期	種別
大森あき子	一般社団法人日本空間デザイン協会 副会長	R8.4.1～R9.3.31(1年)	①
川畑大助	公益社団法人 日本インダストリアルデザイン協会 正会員	R8.4.1～R9.3.31(1年)	①
有馬 徹	公益社団法人 グラフィックデザイナー協会 運営委員	R8.4.1～R9.3.31(1年)	①
尾崎卓治	株式会社わのてっく 代表取締役	R8.4.1～R9.3.31(1年)	①
浅井大河	ヤラ建築設計事務所 代表 一級建築士	R8.4.1～R9.3.31(1年)	③
福村保	福村環境デザイン研究室 主宰	R8.4.1～R9.3.31(1年)	③
中前寛文	UGUmetadesigh 代表	R8.4.1～R9.3.31(1年)	③
松田祥宏	studio meets 代表	R8.4.1～R9.3.31(1年)	③
木村 博昭	創造社デザイン専門学校 学校事務室 室長	R8.4.1～R9.3.31(1年)	—
西 正雄	学校法人創造社学園 学校本部 参事	R8.4.1～R9.3.31(1年)	—
※委員の種別の欄には、企業等委員の場合には、委員の種別のうち以下の①～③のいずれに該当するか記載すること。 (当該学校の教職員が学校側の委員として参画する場合、種別の欄は「—」を記載してください。) ①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員(1企業や関係施設の役職員は該当しません。) ②学会や学術機関等の有識者 ③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員			
(4)教育課程編成委員会等の年間開催数及び開催時期 (年間の開催数及び開催時期) 年4回 4月・8月・12月・3月 (開催日時(実績)) 第1回 2025年4月13日(月) 13:00～14:30 第2回 2025年8月4日(月) 11:00～13:00 第3回 2025年12月1日(火) 13:00～15:00 第4回 2026年2月2日(月) 13:00～15:00			
(5)教育課程の編成への教育課程編成委員会等の意見の活用状況 ※カリキュラムの改善案や今後の検討課題等を具体的に明記。 ①新しい産業動向や業界における人材の専門性について ②新たに必要となる実務に関する知識・技術・技能について、これらの課題を具現化し、可能なところから教科課程に取り込んで、学科再編内容に反映していく。特にAIや生成系AI、chatGTPなどは、積極的に活用していくこと			
(別途、以下の資料を提出) * 教育課程編成委員会等の位置付けに係る諸規程 * 教育課程編成委員会等の規則 * 教育課程編成委員会等の企業等委員の選任理由(推薦学科の専攻分野との関係等)※別紙様式3-1 * 学校又は法人の組織図 * 教育課程編成委員会等の開催記録			

2. 「企業等と連携して、実習、実技、実験又は演習（以下「実習・演習等」という。）の授業を行っていること。」関係

(1) 実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針

業界を理解し、その業界に必要な「知識・技術力」への対応能力（学習の目的視点）の強化の為、その目的に適正なIT分野、専門デザインの企業・事務所から講師を迎え（企業承諾・講師契約締結）現場の最新動向を踏まえた実践的な分野職域の専門性を理解させるワークショップを各学科別に実施する。

① 産学連携・校内型「ビジネスリテラシー」1年学科別設置科目との企業等の連携

ア) IT・マーケティング・デザインそれぞれの事業所によって領域の特性が多岐に渡る為、担当企業講師がその代表的な特性を持つ企業の従事者・技術者等の選定し、必要に応じて担当講師と特別講師による指導を行う。

イ) 当科目で学習した専門性、必要能力向上の為に、学生の学習目的に応じて本校が開講する講師・外部企業等による専門別スキル講座との連動（補完）で専門スキル向上を図る。

② 産学連携・校外型「企業実習A・B」1・2年学科別設置科目との企業等の連携

ア) 専門分野での現場（企業）の実務を通して、実践的な授業を行う為、学生の所属学科（1年学科別、2年専攻分野）の目的に対応した専門のデザイン分野企業を選定し、その企業と委託契約書（職業教育）を締結し企業実習を実施する。また、学生一人（最大3名）に対して一人の企業のデザイン従事者が指導者として担当する体制が可能な企業実習先を選定する。

イ) 学生から企業実習の事前準備講座、報告・相談、指示を含む企業実習をサポートする専属の担任教員（企業実習実績企業の講師を迎え）を置く。又、いつでも相談が可能なようにWEBによるオンデマンド型の相談窓口を設置する

(2) 実習・演習等における企業等との連携内容

※授業内容や方法、実習・演習等の実施、及び生徒の学修成果の評価における連携内容を明記

○科目「ビジネスリテラシー」… 連携内容

- ① 企業又は企業派遣講師と学校による科目打ち合わせ（カリキュラム会議）
業界のニーズに沿った目標、課題内容、評価方法等の確認
- ② 企業の承諾、派遣講師との講師委嘱契約締結
- ③ 企業担当講師によるカリキュラム設計（業界の最新動向を踏まえた実践的な演習）
- ④ 企業担当講師による学生への科目オリエンテーション（授業内容、到達目標、評価方法）
- ⑤ 企業担当講師による演習授業の実施（カリキュラム計画書に基づく実施）
- ⑥ 企業担当講師による学習ポイントごとの特別講師の招聘（業界の専門エキスパート）
- ⑦ 企業担当講師による成績評価に基づき学校長又は、学校長が指定する者が単位認定を行う

○科目「企業実習A・B」… 連携内容

- ① 実習先企業と学校によるヒヤリング・実習内容打ち合わせ
実習内容と評価項目の策定、実習指導担当者の決定
- ② 実習先企業との委託契約締結
- ③ 企業実習プログラム担任（企業実習受入実績企業から派遣）による学生への事前オリエンテーション
- ④ 実習先企業の指導担当者の指導のもとで現場での実習を行う
- ⑤ 学生による実習日誌（WEB）をもとに企業実習の担任が教育指導
- ⑥ 実習先企業の指導担当者評価・学生自己評価に基づき企業実習プログラム担任を含む第三者評価委員会が成績評価をし、学校長又は、学校長が指定する者が単位認定を行う

(3) 具体的な連携の例※科目数については代表的な5科目について記載。

科目名	企業連携の方法	科目概要	連携企業等
ビジネスリテラシー（業界研究・自己分析）	5. その他※具体的な連携方法を科目概要欄に記述すること。	IT分野・デザイン関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。こういった業種・職種があるのか、ITスキルを活かしてどのような業界に就くことのできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。その他、業界の方や 現役OBを迎えてのミニセミナーで、これから必要となる人材像や必要な能力の把握など自己の学習と就職の目標に気づきをもたらすプログラム	UGUmetadesigh、レプラスデザイン、株式会社わのてつく、株式会社Answer
企業実習A	3. 【校外】企業内実習（4に該当するものを除く。）	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	有限会社 FORMO、グランツコーポレーション、合同会社インセクツ、株式会社ネイムス、株式会社 グラフィティー、有限会社セメントプロデュース
企業実習B	3. 【校外】企業内実習（4に該当するものを除く。）	専攻分野の職業において必要とされる実践的な能力、および専門分野 全般に必要な能力を、企業と連携して育成します。企業に勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際のデザインプロセスと関連実務を体験します。	有限会社モル、株式会社登プリント、株式会社ユナイテッドドック、株式会社インセクツ、エムタブ株式会社、モスリングラフィック、株式会社アメージング

（別途、以下の資料を提出）

* 企業等との連携に関する協定書等や講師契約書（本人の同意書及び企業等の承諾書）等

3.「企業等と連携して、教員に対し、専攻分野における実務に関する研修を組織的に行っていること。」関係

(1)推薦学科の教員に対する研修・研究(以下「研修等」という。)の基本方針

※研修等を教員に受講させることについて諸規程に定められていることを明記

(目的)

教員研修を実施するにあたり、教員の経験や既修能力に応じた研修を実施し、組織の一員として求められる力を育成するとともに、教科等や教育課題への対応など、教員としての専門性を高める研修を充実させます。また、人材育成の3つの手段(Off-JT・OJT・自己啓発)の関連を図った以下の研修運営を推進します。

(学園の責務等)

1. 本学園は、教員に対する研修の必要性を理解するとともに、研修計画を策定し、その研修計画 に基づく研修を実施することにより、教員に研修を受ける機会を与えなければならない。

(1)本学園は、前項の研修計画を策定し、研修を実施するに当たって、教員の自己啓発に向けた意 欲を高めるよう努めるものとする。

(2)本学園は、必要と認めるときは、他の機関と共同して又は外部の機関に委託して研修を行うことができるものとする。

(教員の責務)

2.研修受講の原則

(1) 新人教員は、「基本リテラシー研修」「カリキュラム・指導方法研修」「ティーチング・コーチングスキル研修」全ての研修を受講する。

(2) 継続で科目担当の教員は、毎年「カリキュラム・指導方法研修」受講する。

(3) 継続の教員であっても、研修結果が不十分な場合は指定する場合がある。

(4)「OJTや自己啓発及び研修・研究」、「技術・スキル講習」は希望者対象教員とする。

(研修運営事務)

3. 教員研修は、学校本部が主催し、次の運営事務を統括する

(1) 年度毎の研修実施計画(予算編成も含む)を策定する。

(2) 研修講師の選定、手配、研修案内。

(3) 実施運営管理 …… 実務担当者を定め、実施計画の運用を指揮する。

(4) 研修結果(講師評価)を受講者へフィードバック(改善・指導・研修指定)を行う。

(5) 研修実施報告書の作成。

(研修方針)

4. 研修方針(区分別)

① 教員の経験や実績に応じた研修の充実経験や実績に応じて身に付けるべき力を育成する研修 。

② 授業力・指導力向上等を図る研修の実施教員の授業力や指導力等の向上を図るための研修。

③ シラバス設計要領の改訂に対応した研修 新シラバス設計要領の内容理解や、改訂の理念を実現するための教育実践に役立つ研修。

④ OJTや自己啓発及び研修・研究への支援校内研修などのOJT、教員の自己啓発や研究などに様々な支援。

⑤ 企業等との連携・協力による研修やOFF -JT支援 産業関係団体や関連施設との協力・連携による最新の技術研修・研究への支援。

(2)研修等の実績

①専攻分野における実務に関する研修等

研修名:	技術・スキル向上講習(smile工房講座)	連携企業等: -
期間:	smile工房講座時間開催時に個別受講 2025年4月7日～2026年3月2日	対象: 3名
内容	OJTや自己啓発及び研修・研究への支援 最新技術・スキル講習(指導領域の拡大、専門技術・知識の習得)先端素材加工、3Dプリンター活用、特殊素材活用技術等	

研修名:

コト / ビジュアルデザイン・モノ / 産業デザイン技術・スキル講習

連携企業等:

総合デザイナー協会、日本グラフィックデザイナー協会、日本インダストリアルデザイナー協会、日本空間デザイン協会、日本インテリアデザイナー協会、その他、関連企業

期間:

各協会主催セミナー等開催時に個別受講 2025年4月7日～2026年3月2日

対象: 9名

内容

本学園の会員所属しているデザイン協会・団体主催セミナー・研修

②指導力の修得・向上のための研修等

研修名:	カリキュラム・指導方法研修	連携企業等: -
期間:	2025年3月12日から3月14日 2025年8月18日から8月22日	対象: 新規採用教員、継続教員54名
内容	各分野毎の代表教員(優良)を講師として課題設定の在り方、指導手法、適切な教材選定、指導のポイントを学ぶ	

研修名:

ティーチング・コーチングスキル研修

連携企業等:

-

期間:

2025年4月8日～7月27日

対象: 新人0名 該当者なしのため未実施

内容

優良教員の授業見学・教育実習

(3) 研修等の計画

① 専攻分野における実務に関する研修等

研修名:	基本リテラシー研修（新人研修）	連携企業等:	-
期間:	3月・7月	対象:	新規採用教員
内容:	教員の経験や実績に応じた研修「教員資質・姿勢」「学則・運用システム」「教育基本法等基礎知識」		
研修名:	技術・スキル向上講習(smile工房講座)	連携企業等:	-
期間:	smile工房講座時間割に基づく各学期の間、3月、8月、12月	対象:	希望者又は指定
内容:	OJTや自己啓発及び研修・研究への支援 最新技術・スキル講習(指導領域の拡大、専門技術・知識の習得)先端素材加工、3Dプリンター活用、特殊素材活用技術等		
研修名:	技術・スキル講習	連携企業等:	総合デザイナー協会、日本グラフィックデザイナー協会、日本インダストリアルデザイナー協会、日本空間デザイン協会、日本インテリアデザイナー協会、その他、関連企業
期間:	セミナー等開催時（デザイン先端技術系）	対象:	希望者又は指定
内容:	企業等との連携・協力による研修やOFF-JT支援 本学園の会員所属しているデザイナー協会・団体主催セミナー・研修		

② 指導力の修得・向上のための研修等

研修名:	カリキュラム・指導方法研修	連携企業等:	-
期間:	学期のカリキュラム設計会議時 3月・7月	対象:	新規採用教員、継続教員
内容:	教員の経験や実績に応じた研修 課題設定の在り方、指導手法、適切な教材選定、指導のポイント		
研修名:	ティーチング・コーチングスキル研修	連携企業等:	-
期間:	各学期の講師の指定科目授業時間	対象:	新規採用教員
内容:	教員の経験や実績に応じた研修 優良教員の授業見学・教育実習		

(別途、以下の資料を提出)

- * 研修等に係る諸規程
- * 研修等の実績(推薦年度の前年度における実績)
- * 研修等の計画(推薦年度における計画)

4.「学校教育法施行規則第189条において準用する同規則第67条に定める評価を行い、その結果を公表していること。また、評価を行うに当たっては、当該専修学校の関係者として企業等の役員又は職員を参画させていること。」関係

(1) 学校関係者評価の基本方針

複雑化しつづける世の中の変化に合わせ、学校に求められることは変化してきます。この変化に対応していく為に、即時性を高めるオンデマンドでシームレスな取り組みで実施すること又、ニーズ・シーズ把握のみならず、学識・知見の有識者により先見的なテーマを先取りし、それらを学校運営や教科課程に落とし込み、その実践によって得る客観的な評価をフィードバックする好循環型のシステムを確立することが重要です。

このようなサイクルを好循環させ、事務・業務の効率的な標準化による教育サービスの品質向上、及び均質性を担保すること、並びに継続的な教育サービスの開発に資することを目的として学校関係者評価を実施する。又、第三者評価の機能としてISO29993(平成26年3月認証)導入しほか、以下の通りとする。

① 自己評価について

自己評価は、本校の理念・目標に照らし、自らの教育活動等の学校運営の状況「学校設定の評価項目」及び外部アンケート結果(※)を踏まえ、学校長及び学校長指定教員、関連部署の役職員によって年1回の評価を実施し、学校長がまとめる。

(※)外部アンケート

- 1) 学生対象に学期別の「授業・教員指導・学習環境」について実施するアンケート
- 2) 企業実習(インターンシップ)・産学コラボレーション授業における企業担当者評価
- 3) 卒業生の就職先における、既習知識・技術等の効果調査
- 4) 学生成果物(作品展、公開プレゼンテーション会)に対する第三者評価
- 5) その他、企業等へのヒヤリング情報

○ 成果物【学校自己評価報告書】

② 学校関係者評価について

学校関係者評価は、以下の委員で構成される「学校関係者評価委員会」において、「自己評価」結果についての 評価を年1回実施し、学校関係者評価委員会事務局が集約しまとめる。

○ 成果物【学校関係者評価委員・意見集約結果報告書】

(2)「専修学校における学校評価ガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの評価項目	学校が設定する評価項目
(1)教育理念・目標	1、理念・目的・育成人材像は定められているか(専門分野の特性が明確になっているか) 2、学校における職業教育の特色は何か 3、社会経済のニーズ等を踏まえた学校の将来構想を抱えているか 4、学校の理念・目的・育成人材像・特色・将来構想などが学生・保護者などに周知されているか 5、各学科の教育目標、育成人材像は、学科等に対応する業界のニーズに向けて方向づけているか
(2)学校運営	1、目的等に沿った運営方針が策定されているか 2、運営方針に沿った事業計画が策定されているか 3、運営組織や意思決定機能は、規則等において明確化されているか、有効に機能しているか 4、人事、給与に関する規程等は整備されているか 5、教務・財務等の組織整備など意思決定システムは整備されているか 6、業界や地域社会に対するコンプライアンス体制が整備されているか 7、教育活動等に関する情報公開が適切になされているか 8、情報システム化等による業務の効率化が図られているか
(3)教育活動	1、教育理念等に沿った教育課程の編成・実施方針等が策定されているか 2、教育理念、育成人材像や業界のニーズを踏まえた学科の修業年限に対応した教育到達レベルや学習時間の確保は明確されているか 3、学科のカリキュラムは体系的に編成されているか 4、実践的な職業教育の視点に立ったカリキュラムや教育方法の工夫・開発などが実施されているか 5、関連分野の企業・関係施設等や業界団体等との連携により、カリキュラムの作成・見直し等が行われているか 6、関連分野における実践的な職業教育(産学連携によるインターンシップ、実技・実習等)が体系的に位置づけられているか 7、授業評価の実施・評価体制はあるか 8、職業教育に対する外部関係者からの評価を取り入れているか 9、成績評価・単位認定、進級・卒業判定の基準は明確になっているか 10、人材育成目標の達成に向け授業を行うことができる要件を備えた教員を確保しているか 11、関連分野における業界などとの連携において優れた教員(本務・兼務含む)を確保するなどマネジメントが行われているか 12、関連分野における先端的な知識・技能などを修得するための研修や教員の指導力育成など資質向上のための取組が行われているか 13、職員の能力開発のための研修等が行われているか
(4)学修成果	1、就職率の向上が図られているか 2、退学率の低減が図られているか 3、卒業生・在校生の社会的な活躍及び評価を把握しているか 4、卒業後のキャリア形成への効果を把握し学校の教育活動の改善に活用されているか。
(5)学生支援	1、進路・就職に関する支援体制は整備されているか 2、学生相談に関する体制は整備されているか 3、学生の経済的側面に対する支援体制は整備されているか 4、学生の健康管理を担う組織体制はあるか 5、課外活動に対する支援体制は整備されているか 6、学生の生活環境への支援は行われているか 7、保護者と適切に連携しているか 8、卒業生への支援体制はあるか 9、社会人のニーズを踏まえた教育環境が整備されているか 10、関連分野における業界との連携による卒後の再教育プログラム等を行っているか 11、社会ニーズを踏まえた教育環境が整備されているか
(6)教育環境	1、施設・設備は、教育上の必要性に十分対応できるよう整備されているか 2、学内外の実習施設、インターンシップ、海外研修等について十分な教育体制を整備しているか 3、防災に対する体制は整備されているか
(7)学生の受入れ募集	1、学生募集活動は、適正に行われているか 2、学生募集活動において、教育成果は正確に伝えられているか 3、学生学納金は妥当なものとなっているか
(8)財務	1、中長期的に学校の財務基盤は安定しているといえるか 2、予算・収支計画は有効かつ妥当なものとなっているか 3、財務について会計監査が適正に行われているか 4、財務情報公開の体制整備はできているか

(9)法令等の遵守	1、法令、専修学校設置基準等の遵守と適正な運営がなされているか 2、個人情報に関し、その保護のための対策がとられているか 3、自己評価の実施と問題点の改善を行っているか 4、自己評価結果を公開しているか
(10)社会貢献・地域貢献	1、学校の教育資源や施設を活用した社会貢献・地域貢献を行っているか 2、地域に対する公開講座・教育訓練（公共職業訓練等を含む）の受託等を積極的に実施しているか
(11)国際交流	1、留学生の受入れ・派遣について戦略を持って国際交流を行っているか 2、学習成果が国内外で評価される取組を行っているか 3、学内で適切な体制が整備されているか

※(10)及び(11)については任意記載。

(3)学校関係者評価結果の活用状況

自己評価及び学校関係者評価の成果物の【学校自己評価報告書】【学校関係者評価委員・意見集約結果報告書】は、学校運営の自らの改革・改善目標の指標とする他、「教科課程編成編成委員会・作業部会」においての教科課程編成に関連する目標・改善事項に活用しています。又、本校ではISO29993を取得しており、その中で学校全体の点検として、毎年、当評価をマネジメントレビュー項目として導入しております。特に学校関係者評価委員会では、演習授業のリアル課題（企業クライアント制）の導入している点が好評を得ており、業界と学校が密に連携していくことは大切であり、学校教育に社会リアル感を多く取り入れ、これから必要なデザイナー人材を育成していってほしいという意見があり、それらを踏まえ、当学科設置の2年演習授業に多く取り入れることとした。

(4)学校関係者評価委員会の全委員の名簿

令和8年4月1日現在

名 前	所 属	任期	種別
岡 哲也	株式会社エスピーアイティー 代表取締役	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	会長・企業等委員
杉山 陽二	(有)サン・デザイン・プロダクツ 代表取締役	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	企業等委員
溝口 賢	Podtics 代表	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	企業等委員
上田 寛	株式会社 登プリント	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	企業等委員
津田 光明	デザイン事務所 スペースQ 代表	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	企業等委員
北野 ちあき	株式会社エレファントグラフィックス 代表取締役	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	卒業生等委員
金指 博文	デライトラボ 代表	令和8年4月1日～令和9年3月31日（1年）	卒業生等委員

※委員の種別の欄には、学校関係者評価委員として選出された理由となる属性を記載すること。

(5)学校関係者評価結果の公表方法・公表時期

(ホームページ・広報誌等の刊行物・その他())
URL: <https://www.sozosha.ac.jp/> (情報公開ページ)
公表時期: 毎年、7月に更新

(別途、以下の資料を提出)

- * 学校関係者評価委員会の企業等委員の選任理由書（推薦学科の専攻分野との関係等）※別紙様式3－2
- * 自己評価結果公開資料
- * 学校関係者評価結果公開資料（自己評価結果との対応関係が具体的に分かる評価報告書）

5.「企業等との連携及び協力の推進に資するため、企業等に対し、当該専修学校の教育活動その他の学校運営の状況に関する情報を提供していること。」関係

(1)企業等の学校関係者に対する情報提供の基本方針

情報提供の基本方針は、学生、保護者、業界関係者など本校に関する関係者の理解を深め、これらの者と連携・協力するとともに、公的な教育機関として、教育活動その他の学校運営の状況に関する情報を積極的に提供するものとするほか、教育情報の積極的な公表を通じて、教育サービスの品質向上、並びに継続的な教育サービスの開発に資することを目的とします。

1. 学生・生徒、保護者や、関係業界、地域等の関係者に向けた情報の積極的提供は、学校案内書、パンフレット等の作成・配布、高等学校・高等専修学校、関係業界向け説明会等における説明、広報誌等の刊行物への掲載などを通じて、日常的に行う
2. 広く社会一般に向けて提供すべき情報については、ホームページに掲載する。また、定期的に更新するなど、最新の情報の提供に努めていく

(2)「専門学校における情報提供等への取組に関するガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの項目	学校が設定する項目
(1)学校の概要、目標及び計画	①学校の目標及び計画、経営方針、特色 ②校長名、所在地、連絡先 ③学校の沿革
(2)各学科等の教育	①入学者に関する受け入れ方針及び入学数、収容定員、 ②カリキュラム・コースガイド ③学習の成果として取得を目指す資格、合格を目指す検定等 ④卒業後の進路状況(就職率・デザイン関連企業への就職率)
(3)教職員	①教員、教員の専門性
(4)キャリア教育・実践的職業教育	①キャリア教育への取組状況 ②実習・実技等の取組状況 ③就職支援等への取組支援 ④産学共同・産学連携事業状況
(5)様々な教育活動・教育環境	①学校行事への取組状況
(6)学生の生活支援	①学生支援への取組状況
(7)学生納付金・修学支援	①学生納付金の取り扱い(金額、納入時期等) ②活用できる経済的支援措置の内容等 (奨学金、授業料減免等の案内等)
(8)学校の財務	①事業報告書 ②貸借対照表 ③収支計算書
(9)学校評価	①学校自己評価報告書 ②学校関係者評価の報告書
(10)国際連携の状況	①外国の学校等との交流状況
(11)その他	

※(10)及び(11)については任意記載。

(3)情報提供方法

|(ホームページ・広報誌等の刊行物・**その他**())

1. 学生・生徒、保護者や、関係業界、地域等の関係者に向けた情報の積極的提供は、学校案内書、パンフレット等の作成・配布、高等学校・高等専修学校、関係業界向け説明会等における説明、広報誌等の刊行物への掲載などを通じて日常的に行う。

2. 広く社会一般に向けて提供すべき情報については、ホームページに掲載する。また、定期的に更新するなど、最新の情報の提供に努めていく。 URL: <http://www.sozosha.ac.jp> (情報公開ページ)

(別途、以下の資料を提出)

* 情報提供している資料

(備考)

・用紙の大きさは、日本産業規格A4とする(別紙様式1-2、2-1、2-2、3-1、3-2、4、5、6、7、8についても同じ。)

授業科目等の概要

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
	分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
	必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
1	○			ビジネスリテラシー（業界研究・自己分析）	IT分野・デザイン関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。 といった業種・職種があるのか、ITスキルを活かしてどのような業界に就くことかできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。その他、業界の方や 現役OBを迎えてのミニセミナーで、これから必要となる人材像や必要な能力の把握など自己の学習と就職の目標に気づきをもたらすプログラム	1年・前期	15	1	○			○		○	○	○
2	○			プロモーション	自身の曖昧なニーズの整理と秩序づけを目的とし、自己の分析と卒業後・5年後・10年後のキャリアを描く。自己の経験値などの棚卸しも実施。	1年・後期	15	1	○			○		○	○	
3	○			業界研究	マーケティング・デジタル人材関連分野業界を主に研究し、自己の目標を定める。 といった業種・職種があるのか、ICTスキルを活かしてどのような業界に就くことかできるのかなど、その情報の収集方法を学びます。業界分析のマッピングや得た知識を自己に展開し、自己の訴求ポイント定める。	2年・前期	15	1	○			○		○	○	
4	○			ポートフォリオ企画	自己の持つ個性や学修した能力のスペックを整理し、自己を売り込む為のセールスポイントのコンセプトをつくる科目です。この科目で作成した自己PRのコンセプトは、就職活動におけるICT分野の必須ツールであるポートフォリオ制作のコンセプトとして展開していきます	2年・前期	15	1	○			○		○	○	
5	○			ポートフォリオ制作	ICT分野の就職に必須となるWEBポートフォリオ制作を行います。作品集としてのポートフォリオではなく、自己の経験値や人物像とデザインシンキングされたIT作品を素材とし、ITスキルを裏付けしたWEBポートフォリオを創ります。	2年・前期	15	1	○			○		○	○	
6	○			資格対策A	IT資格取得のための知識・実践問題ドリルなど資格取得するための対策科目です。	1年・前期夏集中	30	1	○			○		○	○	
7	○			資格対策B	IT資格取得のための知識・実践問題ドリルなど資格取得するための対策科目です。	1年・前期夏集中	30	1	○			○		○	○	
8	○			マーケティング基礎	マーケティング全般の専門的知識、概観、デジタルマーケティングの多様な手法の理解。	1年・前期	30	1		○		○		○	○	
9	○			Web マーケティング基礎	Webマーケティングの概観。Webサイトへの集客、サービス、ファンなどの分析・施策。	1年・前期	30	1		○		○		○	○	

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
	分類			授業科目名	授業科目概要	配 当 年 次 ・ 学 期	授 業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企 業 等 と の 連 携
	必 修	選 択 必 修	自 由 選 択						講 義	演 習	実 験 ・ 実 習 ・ 実 技	校 内	校 外	専 任	兼 任	
10	○			SNS マーケティング基礎	企業のブランドや商品、サービスに関する情報をSNSで発信、認知度や好感度、販売促進につなげることを目的とした運用、活動の基本を学ぶ。	1年・前期	30	1		○		○		○	○	
11	○			データマーケティング基礎演習	消費者の消費者行動から取得できるさまざまなデータを活用して、消費者に対してより最適化されたマーケティングを実施する為のマーケティング手法及びマーケティングプロセス毎の基本手法を学ぶ。	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
12	○			アプリマーケティング演習	モバイルファーストの時代。ユーザーのショッピング・サービスの起点であるスマートフォンを軸に、スマホアプリであらゆるチャネルを統合して、シームレスな顧客体験創りできるアプリマーケティングの基本手法及び、そのアプリ作成のスキルを学ぶ	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
13	○			企画分析ワークショップ	デザイン思考のメソッドワークからのインサイト定義し、発見したインサイト情報から必要となる分析手法や分析結果を分かりやすく可視化するビジュアルライゼーションの手法を学ぶ	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
14	○			WEB マーケティング演習A	従来のマーケティングとSEMを比較し、実際に通販サイトを制作しながら、顧客をつくるための市場調査と サイトの関係を学びます。サイトとインターネットの関係の根本＝市場のしくみ から考えて、SEMを理解していきます。	1年・後期	15	1		○		○		○	○	
15	○			プロモーションマーケティング	マーケティング目標の為に戦術であるプロモーション。顧客や消費者に知ってもらう為にどのようなメッセージをどのように届けるかを企てます。その目的に応じて広告宣伝、ダイレクトマーケティング、デマンドゼネレーションなどのプロモーション手法を学ぶ	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
16	○			Web マーケティング演習	WebサイトやWeb技術を利用したマーケティング手法を学ぶ。Webを利用した市場調査、広告、アクセス解析・分析、集客などのマーケティングプロセスの各手法や目的に応じたプランニングができる力を養う。	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
17	○			SNS マーケティング演習	新たなSNSを考え、それをWEB上で構築することを学ぶ。デザイン思考を使い、人と人との新たなつながり方を創出し、そのコミュニケーションを促進・サポートするWEBサイトとその構築スキルを身に付ける。	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
18	○			WEBサイト基礎演習	HTML、CSS、構造理解、LP制作。JavaScript基礎	1年・前期	30	1		○		○		○	○	

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
	分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
	必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
19	○			WEBデザイン演習	WordpressなどのCMSによるサイト制作、SEO対策。JavaScript基礎	1年・前期	30	1		○		○		○	○	
20	○			WEBスクレイピング基本演習	WEBサイトを巡回し、自動的にデータを収集ダウンロードする仕組み「クロールプログラム」とWEBページから必要な情報を抜き出す「スクレイピングプログラム」の基本理論と設計スキルを学びます。	1年・前期	30	1		○		○		○	○	
21	○			データマーケティング演習	データマーケティングの手法を用い、消費者のインサイトからの取得データの定義設定から、その情報データを基に、最適なマーケティング提案（事業・アクション）できる力を養う。	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
22	○			AI活用基礎演習	AIを活用した価値創造とは何か、何ができて何ができないのかAI活用のしくみとAIによる取得データを定量的に分析する力を身に付ける。	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
23	○			AI活用基礎WS	AI・データ時代におけるビジネス、価値創造のためのデザイン思考+AI活用ができる力を養う。	1年・後期	30	1		○		○		○	○	
24	○			アプリ開発基礎演習	Google CloudのAppSheetを使いコードのいらないアプリ開発プラットフォームで、既存のデータを使って素早くモバイルアプリやデスクトップ アプリの構築方法を学びます。	1年・後期	15	1		○		○		○	○	
25	○			ノンプロアプリ開発演習A	ノーコードでアプリを開発可能なプラットフォームで直感的なインターフェースを通じて、自身が思い描くアプリの機能やデザインを瞬時に形にしていける力を養います。	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
26	○			情報セキュリティ演習	Pythonで公開されている、誰でもが使用できるオープンプログラムのパッケージ管理ツール（プラットフォーム）やWEBに潜む危険性など理解し、それらを踏まえ、より良いセキュリティ対策の設計ができる力を養う。	2年・前期	15	1		○		○		○	○	
27	○			UX演習	サービスやプロダクトを通じたユーザーの顧客体験のすべてを考えて設計します。UXデザインの考え方をを用いて、ユーザーのニーズに寄り添った顧客体験を創出し、それを体験する仕組みとして提案する力を養います。	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
28	○			AI応用WS	AIをどのようなコトに活用するかをデザイン思考から導き出し、AIを開発するコンセプトを定義する力を養います。データ収集・分析・デザイン思考メソッドを経て、AIコンセプトをまとめます。	2年・後期	15	1		○		○		○	○	

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
	分類			授業科目名	授業科目概要	配 当 年 次 ・ 学 期	授 業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企 業 等 と の 連 携
	必 修	選 択 必 修	自 由 選 択						講 義	演 習	実 験 ・ 実 習 ・ 実 技	校 内	校 外	専 任	兼 任	
29	○			AI展開WS	AI活用を設定し、その実際のプロトタイプを創ります。プロトタイプのデザインも生成系AIを活用しながら制作します。	2年・後期	15	1		○		○		○	○	
30	○			プレゼンテーション演習	プレゼンテーションを行う方に、自己の企画提案の訴求効果を高める為のプレゼンテクニックを磨く。 提案内容を訴求するポイントをおさえ、プレゼン相手の興味と感心を想定したプレゼンバリエーションを増やす。	2年・後期	15	1		○		○		○	○	
31	○			コンテンツ開発マーケティング	価値あるコンテンツの制作・発信をとおりて見込み顧客のニーズを育成、購買を経て、最終的にはファンとして定着させることをめざす一連のマーケティング手法及びその実制作を行う。	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
32	○			プロダクト開発マーケティング演習	プロダクト製品の価値を伝えるためのマーケティング手法を学びます。製品が売れるしくみを考え、より製品の価値に共感してもらう戦略設計の創り方を学びます。	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
33	○			ブランド開発マーケティング演習	顧客に支持される価値を生み出すためにブランドの基本設計から、それを関係者で共有し一貫性を持って実行および評価する仕組みを創ります。世の中に存在していなかった機能や体験など、新しい価値を提供できるそれまでの市場構造をある種破壊するイノベーションの提案力を養います	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
34	○			WEBアプリ開発演習A	今まで学修してきた「マーケティング手法+デザイン思考+エンジニアリング」を用いて、アドバンス的なWEBアプリケーションの開発企画提案を行います。	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
35	○			WEBアプリ開発演習B	UXデザインの考え方をを用いて、ユーザーのニーズに寄り添った 顧客体験を設定し、それを体験 する仕組みとしてのWEBアプリケーションを構築します。	2年・後期	30	1		○		○		○	○	
36	○			Python基礎演習A	Pythonプログラミング基礎。 環境構築、Pythonでできること、基本的な文法、書き方。	1年・前期	15	1		○		○		○	○	
37	○			Python基礎演習B	関数、クラス、CSV形式で読み書き、HTML解析、フレームワークなど専門知識。データ処理。	1年・前期	15	1		○		○		○	○	
38	○			PythonWEB 演習A	プログラミング言語Pythonを軸にオブジェクトの機能を理解します。オブジェクトの指向機能や定義を理解し、WEBアプリケーションの制作を行います。	1年・前期	15	1		○		○		○	○	

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
	分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
	必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
39	○			SQL基礎演習	データベースの基礎知識。アプリ、データベース、SQLの概観。実行環境。	1年・前期	15	1		○		○		○	○	
40	○			PythonWEB 演習B	PythonのWebアプリケーションフレームワークの学習。 小規模向けの簡単なWebアプリケーション開発できる知識、スキルを身につける	1年・後期	15	1		○		○		○	○	
41	○			WEBスプレイング演習A	目的に応じた情報収集の為の、プロンプトの設定や、その情報を集める為のWEBクロール・スクレイピングの設計、構築を学ぶ（テーマ別）	1年・後期	15	1		○		○		○	○	
42	○			WEBスプレイング演習B	目的に応じた情報収集の為の、プロンプトの設定や、その情報を集める為のWEBクロール・スクレイピングの設計、構築を学ぶ（テーマ別）	1年・後期	15	1		○		○		○	○	
43	○			WEBアプリ演習A	Pythonで実装されたDjango（ Webアプリケーションフレームワーク）を使い、SNSに代表される大規模WEBアプリを開発する技術を学びます。	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
44	○			WEBアプリ演習B	WEBアプリ演習Aで作成したWEBアプリフレームにUIを考え、JavaScriptライブラリ（React）を活用し、ユーザビリティの高いWEBアプリ構築の為の知識とスキルを学ぶ。	2年・前期	30	1		○		○		○	○	
45	○			アルゴリズム演習	コンピュータを使って問題解決する手順(アルゴリズム)を基礎から学びます。アルゴリズムは情報処理技術の基礎であり、プログラミングを学ぶ上で必須の知識を習得します。	2年・前期	15	1		○		○		○	○	
46	○			機械学習基礎演習	OpenCVを用いて実際に「画像処理」「物体検出」「機械学習」の実装を行います。演習を通して、画像処理・画像認識の基礎知識と実装する基本を学ぶ。	2年・前期	15	1		○		○		○	○	
47	○			PythonWEB 総合演習	Pythonで書いたプログラムが操作したり、処理したりするオブジェクトの理解とそのプログラムを実行させるスキルを養う。	2年・後期	15	1		○		○		○	○	
48	○			WEBアプリ総合演習A	フロントエンドにNext.js、バックエンドにPythonを採用して、Webサイトの環境構築のスキルを学びます	2年・後期	15	1		○		○		○	○	
49	○			WEBアプリ総合演習B	フロントエンドにNext.js、バックエンドにPythonを採用して、Webサイトの環境構築のスキルを学びます。	2年・後期	15	1		○		○		○	○	
50	○			デザイン・アート思考	思考・発想プロセスを活用し、インサイトの発見や独創的な発想など前例のない課題や未知の問題に対して最適な解決をするためのフレームワークの理解・活用。	1年・前期	15	1		○		○		○	○	

(デザイン専門課程 ICTデザイン・マーケティング学科)																
分類				授業科目名	授業科目概要	配 当 年 次 ・ 学 期	授 業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企 業 等 と の 連 携
必 修	選 択 必 修	自 由 選 択	講 義						演 習	実 験 ・ 実 習 ・ 実 技	校 内	校 外	専 任	兼 任		
51	○			メディアイン テグレーション Lab A	自由選択の講座を受講し、自己のスキル アップや表現の幅を広げるため他分野のス キル習得を図ります。さらに、授業では出 来なかった様々な体験型の知識やスキルや 技能、表現などを体感する、人の感性につ いての感覚を磨きます。	1年・全期	90	2	△	△	○	○		○	○	
52	○			メディアイン テグレーション Lab B	自由選択の講座を受講し、自己のスキル アップや表現の幅を広げるため他分野のス キル習得を図ります。さらに、授業では出 来なかった様々な体験型の知識やスキルや 技能、表現などを体感する、人の感性につ いての感覚を磨きます。	2年・全期	90	2	△	△	○	○		○	○	
53	○			企業実習A	専攻分野の職業において必要とされる実践 的な能力、および専門分野 全般に必要な能 力を、企業と連携して育成します。企業に 勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際 のデザインプロセスと関連実務を体験しま す。	1年・後期	120	4			○	○				○
54	○			企業実習B	専攻分野の職業において必要とされる実践 的な能力、および専門分野 全般に必要な能 力を、企業と連携して育成します。企業に 勤務し、ICT・マーケティングの現場で実際 のデザインプロセスと関連実務を体験しま す。	2年・前後期	120	4			○	○				○
55	○			進級WS	全学科共通のグランドテーマ（ソーシャル テーマ）から、課題を発見し、自己のテー マを提案します。「完成度」「プレゼン テーション能力」の2つの視点で審査さ れ、最終のプレゼンテーションで審査員か らの推薦を勝ち取った 学生は、外部企業 を招いた公開プレゼンテーションへ挑みま す。ここで最も評価が高かった学生には 「学校賞」が与えられます。	1年・進卒期	140	4		○		○		○	○	
56	○			卒業WS	全学科共通のグランドテーマ（ソーシャル テーマ）から、課題を発見し、自己のテー マを提案します。「完成度」「プレゼン テーション能力」の2つの視点で審査さ れ、最終のプレゼンテーションで審査員か らの推薦を勝ち取った 学生は、外部企業 を招いた公開プレゼンテーションへ挑みま す。ここで最も評価が高かった学生には 「学校賞」が与えられます。	2年・進卒期	140	4		○		○		○	○	
合計						56 科目	70 単位（単位時間）									

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
当学科に定める卒業に必要な70単位以上の単位を取得した者に卒業を認定する	1 学年の学期区分	3 期
	1 学期の授業期間	15 週

（留意事項）

1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。

2 企業等との連携については、実施要項の3（3）の要件に該当する授業科目について○を付すこと。