

創造社デザイン専門学校
学校自己評価報告書
(2024年度)

基準日：2025年6月1日

2025年6月

学校法人 創造社学園

創造社デザイン専門学校 学校自己評価報告について

はじめに

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・専門分野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。

この様なサイクルを循環させ、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自己評価を実施しております。2024年度は、ISO29993 定期検査及びプライバシーマークの内部監査の実施、その基準に基づき、業務のPDCAを回し、継続的な取り組みとして進めております。

今回の学校自己評価を一般に公開することで、学園が更に取り組むことを内外に問う体制を図り、社会的責任を果たすと共に、学校の品質向上に努めてまいりたいと考えています。

2025年6月

学校法人 創造社学園 理事長 松村 眞吾
創造社デザイン専門学校 学校長 中前 寛文

■2024年 学校自己評価部会

○創造社デザイン専門学校

学校長

学校事務室長

○創造社学園

学校本部 本部長

法人本部 本部長

法人事務室 室長

■ 学校自己評価報告書

【創造社デザイン専門学校】

1. 学校の教育目標

創造社デザイン専門学校の特色は、専門学校のみならず大学を含め多くの専門高等教育機関は、専門的な知識・技術の教授を第一の教育目標に掲げています。

創造社デザイン専門学校では、学科・専攻の各レベルに区分した それぞれに必要なとされる専門的な知識・技術を、短期集中型授業や工房指導をはじめとする綿密に練り上げた独自の教科課程の「AO ポリシー」「カリキュラムポリシー」「ディプロマポリシー」を明確にし、実施していますが、創造社の特徴はそれにとどまらず、他校に類例を見ない目標を掲げています。

それは、専門的な知識・技術をベースに、“問題を解決する能力”を身に付けてもらうことが、その一つです。一つのテーマ（問題）を多角的な角度から分類、分析し提案する能力のことであり、他の人と違う個性的な提案（プレゼンテーション）ができる人材を育成することを大きな教育目標にしています。

又、白紙の状態で何をなし、何が求められているかを考える能力、“課題を設定する能力”を育てること、そしてデザイン力で豊かで潤いのある社会を実現したいという意志（志し）の養成も、創造社にとって重要な教育目標としています。

2. 本年度に定めた重点的に取り組むことが必要な目標や計画

I. 専門課程 … 事業基本方針

1. 学生募集事業

(1) 年間を通して、ターゲット層への訴求のメリハリをつけてのオープキャンパスに改編

【目的：来校者増と日曜日の賑わい創出の取組み】

体験講座・学校見学・相談会の3区分の形式で、それぞれの提供時期における最適なコンテンツを開設。体験講座は、本校の授業特徴を色濃く反映する講座、本校の授業をそのまま受講・聴講できる講座、デザイン分野・業界理解を主とした講座の展開で実施する。又、見学会・相談会等は、年間いつでも参加できる仕組（フルオープン）みで、遠隔地からも参加できるオンライン型も含め展開する。

(2) **重要業績評価指標（KPI）による PDCA の組織的な取り組み**

【目的：事業評価能力の向上と PDCA を回す仕組みの確立】

学生募集の PR コンテンツを持続的に生み出す仕組みとして、KPI 指標を活用して本校の教育活動を継続的に発信していく仕組みを確立する。これらは、5つの活動（就職支援の活性化、外部認知度の Up、顧客満足度の向上、提供する教育サービスの質向上、学校の特色化）を実施する活動を数値化し、その活動の効果的（質・量を担保）に訴求できるコンテンツを発信します。特に PDCA を回す仕組みとして、主要スタッフによる KPI に基づく毎週の評価とその処方を迅速に実施することと、スタッフ組織の質向上に取り組む。

(3) **SNS・動画コンテンツを活用するマーケティングの取り組み**

【目的：WEB サイトアクセス数増加させ来校に結びつける】

Instagram・YouTube・Twitter・Facebook・LINE など、世代の人気コミュニケーションツールを活用し、学校の取り組み強化、並びに継続的に発信していく環境を整える。これらは、様々な広報媒体、ソーシャルメディアに、①メッセージや受講者・学生の声を必ず併していくことで、認知と等身大の声を拡散させていく点、②社会的潮流や話題のキーワードと本校の教育特徴と結び付けるマーケティングの視点、本校の良さ（学生の熱意、講師の熱心さなど、授業での距離感）などのライブ感などを魅せる点をソーシャルメディアを活用して発信していく。

2. 教育事業

(1) **新教育改革 … デザイン専門課程の教科課程の改組**

【目的：未来を担うクリエイティブ人材を育成する教育開発】

IT・ネットワーク・仮想現実技術の発展やデータサイエンスなどの新たなマーケティング手法に伴い、人々の生活の質の変革や新たな経済発展を目的とした新しい仕組みが今後、益々広がっていくなかで、工学的な手法を用いたデザイン職能の重要性が増してきます。それらに対応する人材育成を目的として ICT・デザインマーケティング学科を開講しています。

(2) **ワンストップ型のクラス担当チームによる・学修・就職支援**

【目的リアルタイムな指導プロセスの情報共有と処方箋づくり】

クラス担任（指導統括者）の下に担当講師・就職支援担当者・キャリアコンサルタントのチームでワンストップ型で就職支援を行う。運用は、チャットワークを使った学生、訓練生へのタイムリーな指導プロセスを共有化し、学習指導や就職指導に活かしていく。又、学生、訓練生の様々な課題に対して月1回のカンファレンスを実施し個々の処方箋をつくり、学生、訓練生の指導へフィードバックを実施する。

(3) ビジネス（成し遂げる・勝ち取る）としてのデザイン力向上の為の取組み強化

【目的：次代のデザイン職能の領域拡大と社会的評価を得る】

本校の5つの活動方針なかで「成し遂げる」を軸とした、企業クライアント制、コンペディションなどの社会的評価を得る教育事業を強化する。特に社会評価を得る課題テーマを学修目標に合致する様々な科目に配当するとともに、今、世の中が求めている価値を発見させ、商品採用やコンペディションの入賞を目指し、社会的評価を勝ち取る能力を醸成する。

(4) その他の事業（継続）

(1) 6ヶ月訓練の新講座の応募分野の開発

2025年度は現在継続中の6ヶ月訓練（デジタルマーケティング）の継続に加えて新講座の新規採択。

(2) ISO29993・Pマーク認証の活用

内部監査の改定。ヒヤリング形式から完全監査の方式に転換し、PDCAすべての実施エビデンスを求めるカタチに転換し実施する。これらは、「PDCAを回す仕組み」と「ISO基準監査項目以外の不必要な仕事の排除」を目的として実施する。

3. 開発事業…継続事業

(1) 「子供の気持ちプロジェクト」…Different is better than Perfect

クリエイティブは小学生頃の子供が一番高い。大人になるにつれて“クリエイティブ”がなくなることの逆手にとり、共通テーマで子供と学生が共にモノづくりを取り組む中で、学生達にインスピレーションを与え、ブレークスルーを起こすクリエイティブを醸成する。※Sozosha short kenotomy project （継続）

(2) ビジネス教育プロジェクト … 社会人の為のデザインビジネス講座の設置

今後、様々な職能が生み出される時代において、クリエイティブ・ITの技能を必須とする社会が変わってくる。高校新卒問わず社会人も含め全年齢層の学び直しが必要になる時代において、社会人をターゲットにおいた講座パッケージを開発する。これらは、デザインをビジネスに転換する技能（デザインメソッド系）講座パッケージ、ITを活用した講座パッケージを開発し、夜間時間帯の施設活用有効にする。

以上

3. 評価項目の達成及び取組状況

(1) 教育理念・目標

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
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)	4 3 2 1
2	学校における職業教育の特色は何か	4 3 2 1
3	社会経済のニーズ等を踏まえた学校の将来構想を 抱いているか	4 3 2 1
4	学校の理念・目的・育成人材像・特色・将来構想な どが学生・保護者等に周知されているか	4 3 2 1
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られているか	4 3 2 1

■課題

- ① 評価項目2において就職実績企業より学校全体としてのデザイン基本力・表現技術に関して評価を頂いているが、将来像のキャリアパスを描き、具体的な道筋をつくって行きたい。
- ② 評価項目5において組織改革・学科改編により2024年4月より学科・専攻が4学科から3学科へ編成する事に付随して3名の学科長及び就職支援のキャリアセンター長と学科長会議を毎月実施。学科長＝現役デザイナー自らが各学科のカリキュラム開発に直接関わり、学科の特色を出し、業界のニーズを踏まえた教育目標を掲げられている。2年目以降のカリキュラム開発においても同様に実施をしています。

■今後の改善方策

- ① 課程・学科・専攻各々の育成人材像、創造性を発揮させる視点、コアコンピタンスを完結に明示する。特に専攻の特徴とそれらの学びのキャリアパスを明確化。
- ② 教科課程編成委員会、学科会議において、時代の職能を定め、カリキュラムを時代に合わせバージョンUPしていく体制を整備する。

(2) 学校運営

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
1	目的等に沿った運営方針が策定されているか	4 3 2 1
2	運営方針に沿った事業計画が策定されている	4 3 2 1

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	3	2	1
4	人事、給与に関する規程等は整備されているか	4	3	2	1
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	4	3	2	1
6	業界や地域社会等に対するコンプライアンス体制が整備されているか	4	3	2	1
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1

■ 課題

- ① 評価項目7において情報公開は適切に掲載されている。今後も基本の情報公開だけではなく、ステークホルダーが知りたい情報を調査し、その情報を反映させる必要がある。
- ② 評価項目8において、情報システム化については各部署間で情報共有（学生ベースとした学事や進路支援）できるシステムを取り入れているが、教育人材管理、学習指導に効果を上げる情報共有化のシステム強化が必要。現在はグループウェア（チャットワーク）を導入し、効率化、共有化を図りうまく機能している。

■ 今後の改善方策

- ① 教育活動等の情報公開について、学校が伝えたい情報だけではなく、学校の活動授業・実習講座等をリアルタイム（WEB映像・刊行物）に流していく。
- ② コンパクトな学校運営をしていく上で、情報共有に加えて、一人一人のスタッフのスキルアップも必須。フロント業務の幅を拡大し、誰もが同じ質の対応を出来る様にする事。その上で学校事務室長を筆頭に学生の為の学びやすい環境づくり、スタッフの働きやすい環境づくり等 環境改善に取り組みたい。

(3) 教育活動

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1			
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	4	3	2	1
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にされているか	4	3	2	1
3	学科のカリキュラムは体系的に編成されているか	4	3	2	1

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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
7	授業評価の実施・評価体制はあるか	4	3	2	1
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
11	関連分野における業界等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	4	3	2	1
12	関連分野における先端的な知識・技能等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	4	3	2	1
13	職員の能力開発のための研修等が行われているか	4	3	2	1

■ 課題

① 評価項目12において、教員の3つの軸（コンピタンス研修・OJT・OFF-JT）とした研修を体系的に行っているが、社会と共に変化するデザイン領域の変化に対応した新しい職域や新デザイン関連領域の知識を広げる外部の関連団体主催のセミナーや研修に積極的に参加させる必要がある。また、セミナー・研修受講後は報告会もしくは書面で共有する事で情報の共有を行う。

② 評価項目13において、学内の職員研修及び外部主催の研修等への受講は行っているが、研修の開講⇒受講に留まっている。研修の受講を目的とせずそれらを活か

した今後の業務に期待したい。それには自発的な受講を促す仕掛けが必要であり現在の教育活動に対して、課題と改善意識を持つ事、その為の業務の振り分けを行う必要がある。こちらも評価項目12と同じく研修受講後は報告会もしくは書面で共有を行う。

■ 今後の改善方策

① 新学科関連分野及び就職支援関連の知識、技術を取り入れた研修・セミナーを実施。特に ICT・マーケティング分野においては外部企業等で頻繁に開催（オンラ

イン含む) されているので、積極的に参加を促す。

(4) 学修成果

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
1	就職率の向上が図られているか	4 3 2 1
2	退学率の低減が図られているか	4 3 2 1
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 3 2 1
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。	4 3 2 1

■ 課題

- ① 評価項目1については、80%以上のデザイン関連職への就職が決定しています。高卒以外の学生（社会人・大学卒業）が多い中、一定の就職率を維持できているのは自身の社会人経験や大学での学びと本校での学びを上手く掛け合わせて自己の訴求力を高めた就職活動ができている事、1～2年にかけて段階的に開講している就職支援講座についても、個人に合わせたきめ細かい就活のサポートができていると考えています。
活動の時期が遅い事が課題として挙げられるので、学内企業説明会・OBセミナー等の機会の提供を増やし早期にエントリーを促すきっかけを作る。
- ② 評価項目2については、昨年度、今年度と共に在学生進級率80%を達成している、特に、一昨年については、93%という過去最も高い進級率を達成しました。近年は常に80%以上の在学生進級率を達成しています。これらは担任制によるワンストップ型の学生サポート及びチャットワークを活用した講師との情報共有及び問題発生時の早期の対応という全学的な学生サポート体制が上手く機能したと考えています。この水準を維持しつつ、専任スタッフ以外も補習等の履修相談、休学等の処遇相談、就活の相談等について対応できる体制をつくり質の高いサポートを継続して行う事とします。
- ③ 評価項目3において、進路支援担当によるデザイン分野の企業等へのヒヤリング（企業アンケート含む）や年度末に、就業率、就職先を分析し、次年度への就業支援方針の内容に反映させているが、新しい時代の職の変革に伴うデザイン職能を活かせる業界へのアプローチが必要。

■ 今後の改善方策

- ① 先述の通り、例年学生の就職活動開始時期が遅い事が挙げられます。対策としてオンライン会社説明会を継続的に実施。時間も短く参加しやすいオンラインでの実施をする事で機会を多く提供し学生の積極的な就活を促します。キャリアセンター長やキャリアカウンセラーとのキャリアコンも継続して実施し、それぞれの活

動状況に合った処方性を提供し早期の就職決定を目指します。

- ② 評価項目4の対策として、卒業後の後追いは十分ではなく業界で活躍している卒業生に対するアンケート・ヒアリングについてはデータとして活用するには十分な数字ではありません。OBセミナー・入学式式事、作品展、ポートフォリオ展来校等、卒業生と接点が取れる機会は年間を通して多くあるので、この機会を逃さずに卒業生アンケート及びヒアリングを実施。教育活動の改善となるデータを蓄積し反映させます。

(5) 学生支援

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1			
1	進路・就職に関する支援体制は整備されているか	4	3	2	1
2	学生相談に関する体制は整備されているか	4	3	2	1
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	3	2	1
4	学生の健康管理を担う組織体制はあるか	4	3	2	1
5	課外活動に対する支援体制は整備されているか	4	3	2	1
6	学生の生活環境への支援は行われているか	4	3	2	1
7	保護者と適切に連携しているか	4	3	2	1
8	卒業生への支援体制はあるか	4	3	2	1
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
11	社会ニーズを踏まえた教育環境が整備されているか	4	3	2	1

■ 課題

- ① 評価項目8について、本校では10年伴走キャリアプログラムを実施、卒業後、10年にわたり主にキャリアコンサルティングを主体として、転職・起業等のキャリアアップのサポートを行っている。制度についての認知が低いので、キャリアアップを考えている学生には積極的に活用してもらいまた、OBセミナー等として自身の経験を在校生に伝えるという循環を促したい。

■ 特記事項

- ① 卒業後も本校制度を利用し、キャリアカウンセリングを受講できる。
 ② 入学時における特待制度や日本学生支援機構の奨学金体制を整えている
 ③ 専門実践教育訓練給付金、支援金等の国の施策を積極的に取り入れている。

(6) 教育環境

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
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	4 3 2 1
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	4 3 2 1
3	防災に対する体制は整備されているか	4 3 2 1

■ 課題

- ① ネットインフラの改善（インターネットの速度）

■ 今後の改善方策

- ① ネット環境の専用ラインの増強を行う。

■ 特記事項

全教室 Wi-Fi（無線）は完備している。

(7) 学生の受け入れ募集

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
1	学生募集活動は、適正に行われているか	4 3 2 1
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	4 3 2 1
3	学生学納金は妥当なものとなっているか	4 3 2 1

■ 課題と改善

- ① 評価する項目の説明は、各種見学会（本人の知りたいこと別に開催）で対応できているが、募集力向上には、繋がっていないのが課題であるので、より魅力的なコンテンツを策定する体制及びコンテンツ開発、又、SNS取組みを拡充していく。

■ 特記事項

- ① 学生募集活動は、適正に行われているか

学校広報活動において、その出稿内容や説明表現については、担当が ISO29993 規準に基づき、真実性、明瞭性、法令遵守等について十分な配慮を行っています。また「入学後のミスマッチ」を防ぐために学校見学会やキャリア相談会を多く開催（本校並びにオンライン）して複数回参加してもらい、学びについて理解を深めてもらうことを強く推奨しています。このほか A0 入学の面接時には、教育の専門スタッフを充てるなどにより、客観的な見立てを個人別に行い、入学後の指導、

卒業後のキャリアパスへと繋げて行きます。

② 学生募集において教育成果は適正に伝えられているか

就職実績や公募展入賞等の教育成果は、学校パンフレット等に掲載するほか、適宜ウェブサイトで公表しています。学校説明会では、入学志願者の参考になる情報提供（教育目標・授業運営方針、仕上がり像、就職状況・入学～卒業後の就職支援）という観点から、教育部門のスタッフが直接説明に当たり、正確で新しい情報を伝えています。在学生の学習活動は、即時性が高いソーシャルメディアを用いて、清新な情報を発信できるように努めています。近年は、スマートフォンやタブレット端末を使ったホームページ閲覧が増加していることから、そのための技術対応（ネット出願・LINE 個別相談・遠隔ビデオ相談他）を行っています。

③ 入学選考は、適正かつ公正な基準に基づき行われているか

入学選考はすべて募集要項に定められた日程と方法により適正に実施しています。選考基準は入学願書に記載された入学志望動機、調査書・成績証明書の内容などにより、本校教育内容への理解、将来目標、熱意を主眼に判定しています。A0 入学では募集要項に表明するアドミッションポリシーが基本的な選考基準となります。なお、A0 合格者を対象に入学迄の一定期間、本校での学習を円滑に開始できる機会とするためにプレップスクール（入学前学習）の無償受講を提供しています。

④ 学納金は妥当なものとなっているか

社会経済状況、学費の家計負担軽減を考慮・検討して毎年見直しを行っています。関西エリア同分野校の学費状況のほか、東京都専修学校各種学校協会の専門学校学費データを参考に比較すると、本校学費は他校平均より安い学費となっており妥当性は高いと判断されます。なお、本校独自の就学支援策として、奨学給付金制度（学費充当型）を運営して普及に努めています。

(8) 財務

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1			
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	4	3	2	1
2	予算・収支計画は有効かつ妥当なものとなっているか	4	3	2	1
3	財務について会計監査が適正に行われているか	4	3	2	1
4	財務情報公開の体制整備はできているか	4	3	2	1

■ 課題

2024年募集に向けて学科改編を行いました。合わせて定員の見直しを行い、コンパクトな学校づくりを実施。設定した各学科の定員必達することで財務基盤の安定が急務。2025にも引き続き運用を行っています。

■ 特記事項

財務情報公開を WEB 上で公開しています。

(9) 法令等の遵守

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1			
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1
3	自己評価の実施と問題点の改善を行っているか	4	3	2	1
4	自己評価結果を公開しているか	4	3	2	1

■ 課題：特になし

■ 特記事項

プライバシーマーク（個人情報保護マネジメントシステム）に基づく運用を実施。

(10) 社会貢献・地域貢献

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1			
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	4	3	2	1
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	4	3	2	1

■ 課題

なし

■ 今後の改善方策

なし

■ 特記事項

(1) 社会貢献・産学協同事業

「職業教育力の発揮」を目的に、外部企業とコラボレーション（企業クライアント制）による企画・実施を行っています。学生の学習を社会とつなぐことで成果のレベルや意欲の向上を図るとともに、社会・地域への貢献につながると身をもって自覚できるよう積極的に取り組んでいます。多くのプロジェクトに取組み、それぞれの目的に役立つデザイン提案・制作を実施し成果を挙げました。テレビ等のメディアにも取り上げていただき、広報的にも大いに活用し学生のモチベーションもアップしています。又、SDGs 課題も企業連携して積極的に取り組んでおります。合わせて、大阪府離職者訓練を実施しており IT

人材育成（6ヶ月）訓練を申請し受託しています。

(1 1) 国際交流

	評価項目	適切…4、ほぼ適切…3、 やや不適切…2、不適切…1
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	4 3 2 1
2	学習成果が国内外で評価される取組を行っているか	4 3 2 1
3	学内で適切な体制が整備されているか	4 3 2 1

■ 課題

新型コロナウイルス感染拡大による中断を余儀なくされましたが、2023年から国際学生ワークショップを再開。留学生の受け入れをこれまでのホストファミリーから学生自費の寮に変更した事で、より一層課題に取り組む事ができた。昨年は取り組み課題及び最終プレゼンテーションをテレビ大阪が取材。本校の取り組みを広く知っていただく機会となり学生のモチベーションUPにも貢献した。2023、2024年と海外の参加校がマレーシアからの一校だけであったので、国際交流及び履修学生のモチベーションアップの為にも複数国からの受け入れに力を入れる。

■ 今後の改善方策

海外への案内を早期に行い、複数国からの受け入れを促す。最終成果物を商品化等広く認識される形をとるための課題設定及びスケジュールの見直し等が必要。

4. 学校評価の具体的な目標や計画の総合的な評価結果

(1) 募集方法の全面改定

2023 年度の途中の組織改革により学科長を筆頭に学科毎の特色をより明確にしたコンテンツの提供を行い、創造社の人的資源（講師・在校生・OB・スペシャリスト）を巻き込んだ組織的に行う広報活動への構造転換を図った。特に実際に指導する講師、等身大の学生、キャリアパスが見えるOBなど、来校者への訴求力（ストーリーが語れる、等身大の声）が高い人的資源を活用して資料請求者・来校者を増やす取組を行う事により若干名前年度より数値を上げる事ができた。

■2024 年度、昨年度比較して増加。

(2) 商品戦略の見直し

① 商品改革

学科により入学者の差異があり、各学科毎の特徴をPRしたが、一部の学科に偏りが

あった。次年度に向けて、商品の見直しを実施する

- 特に ICT・デジタルマーケティング学科については、ターゲットとしている世代の入学が振るわず大きく定員割れを起こしており、学科自体の魅力づくりは必要。

② 教育改革

各課程の特徴を顕在化させ、メッセージ性のあるカリキュラム・ポリシー、ディプロマ・ポリシーを制定し、そのポリシーに基づく教科課程の改定を実施。特に質の評価に繋がる外部の評価を得る為に、積極的に企業連携による商品開発やコンペディションへの出品への取組みを実施。

- コンペ入賞、企業連携による商品採用率が向上。

③ 本校のストロングポイントの強化

5つの授業運営方針に基づく、学校行事・授業の中身を徹底し、その活動や成果を見えるカタチ（WEB 掲載の記事化）で学校のストロングポイントのエビデンス化、又、それらを活用し学生募集のメッセージとして転換。

- 学校案内へ掲載

3. BtoB 対策

長期高度人材育成コース・離職者訓練講座の拡充

- 採択は「デジタルマーケティング&デザイン実践思考科（2 ヵ年）」1科目が採択。
新たに「デジタルマーケティング（6 ヶ月）」も2講座採択

4. 次年度に向けての事業方針（専門課程）

I. 募集事業（詳細）

(1) ブランディング強化を目的とした学校案内書・WEB サイトの刷新

【目的：説明的な学校案内からビジュアルイメージ(VI 戦略)に転換】

昨今の若年層は、SNS 慣れ、スマホによる情報収集に慣れ、情報を瞬時に取捨選択する傾向が顕著であることから、ビジュアルイメージや図解、写真などを多用し学科のキービジュアルを前面に出して学科の特徴やデザイン学校らしさを強調した。又、本校の魅力である今の社会ニーズにあった学びの提供を、より一般的にわかりやすく、なぜその学びが必要であるか、その学びは求める将来像にどうマッチするかを伝えるためのパンフレットとする。WEB サイトは、学校案内書のデザインを活かしながら、スマートフォンから見ることを想定して編集する。

- 編集にあたっては、学科長、講師を含めたオール創造社で実施。

(2) 定期発信可能な SNS のオール創造社組織での運用

【目的：定期的 SNS 発信やコンテンツ不足を補う為の組織運用（拡散策）】

活気のある学校・学校の雰囲気のみせる発信の数と物量を継続して行う。
どんな学生が在籍しているか、どんな雰囲気の学校か、自分は馴染めるのだろうか
など、学校の雰囲気を知るためにSNSで検索する受験者が多いことから、今期は徹
底して雰囲気を伝えていくシリーズで配信していく。これらの発信は全学的な講師・
在校生も含めた配信組織で実施。

■主な SNS：LINE、X が中心。Instagram は今まで通り作品を中心に配信

(3) 信頼度向上の為の入学実績校への情報フィードバック

【目的：入学実績校の進路担当者への情報提供を行い、信頼関係を構築（ピンポイン
ト策）社会人等は、ハローワーク、商工会議所との担当者

対象を絞ったカタチで実施。特に留学生を対象とした日本語学校の担当者へは効果
的で、当年度も留学生の出願数が伸びた実績があり、一つ一つを積み重ねていくこ
とが重要と考えて実施する。

■対象：入学実績のある高校・日本語学校、社会人等はハローワーク、商工会での
セミナーを開催

II. 教育事業

(1) 改定学科の特徴のある授業展開

【目的：社会との関係を強く表現できる活動重点に学科毎の特徴を表す活動を集中的に
実施】

1. デザイン学科 … 学外作品展示会によるリアルな社会的評価のフィードバックの検証
2. ICT デザイン・マーケティング 学科 … 他学科との学科を跨いだ取り組みの実施。
3. モノ・コづくり学科 … プレゼンテーションウィークの開催（社会に提案）
4. 企業コラボレーション課題展示 … 採用・商品化された作品専用ブース/WEB での常設展示。

(2) 全学的な AI 活用力の醸成

【目的：AI を活用できるクリエイター人材の醸成】

全学科対象に、インスピレーションの醸成やアイデアソースの展開、表現バリエーショ
ン素案などに AI を活用する内容を主要科目や活用に最適な科目に展開する。

(3) 教育活動を通して認知度の向上（広報効果）及び実績づくり

【目的：… 広報コンテンツのデータ基盤づくり】

学生募集を目論む広報、SNS などに随時、発信できる体制の為に、実績の情報収集と
いつでも広報に活用できるデータ管理を実施する。

Ⅲ. その他（継続）

(1) 長期高度人材育成コース・6カ月コース応募分野の開発と採択の為の計画

次年度以降の長期高度人材育成コース及び短期訓練の継続採択。

(2) ISO29993 軸にガバナンスを担保する PDCA を回す組織づくり

教育運営・教育の質を担保し、PDCA を回す仕組みとしての組織づくりを行う。事業目標を達成する為の能力補完、学科長を軸とした学科の PDCA サイクルを回す仕組み（学科カンファレンスとワンストップ型の学習・進路支援のチームづくり）、第三者評価を有効に活用する為の教科編成会議、学校関係者会議などの評価体制の見直しを実施し、コンパクトな運営で質の高い教育運営体制をつくる。

以上