

創造社デザイン専門学校  
学校自己評価報告書  
(2025年度)

基準日：2026年6月1日

2026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。2025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。

2026年6月

創造社デザイン専門学校 学校本部長 松村 眞吾  
創造社デザイン専門学校 学校長 中前 寛文

### ■2025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としています。

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思う意志（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) “学んだ先の将来が見える化” OB の社会での活躍の記事化

【目的：学んだ先に広がる仕事の世界や等身大の OB キャリアを紹介し、将来への感心を抱かせる。】

文系の学び直しや社会人等の IT やクリエイティブへのジョブチェンジ今後も増える予想から、再進学やジョブチェンジで活躍している卒業生をフォーカスし、発信していく。本校の講師や OB から紹介を受け、広げ多くの卒業生の活躍や仕事のの記事化を組織的に進めていく。これは、継続であるが IT/デザインなど本校を卒業して広がる仕事図鑑（ビジュアルブック）をつくり、将来像がイメージ（共感）を訴求すること目的に、学修した職能を活かせる「これから生まれてくる仕事」テーマに、編集を実施する。

(2) コアな情報発信の為の仕組みと継続を担保する組織づくり。

【目的:新WEBサイト、SNS (Instagram/YouTube) による「学ぶ環境のライブ感を伝える」】

学校案内・WEB で得れない情報である「ライブ感のある学ぶ環境」をブログ、YouTube で発信していく。これらは、学生と講師と距離感、学生同士の熱意のある討論、学生達の学校の過ごし方などを切り口とした動画を展開していくことと、学生作品の Instagram への随時更新や講師ブログなどで LIVE 感を発信。昨今、Z 世代は、SNS 中心のコミュニケーション増加 (Instagram) や通信制の高校生が増え、学ぶ場の空気感を敏感に捉える傾向が高まっており、学ぶ内容より学ぶ環境に優先順位をおく層を抑えることが重要な点と社会人の学び直し層にも学ぶ環境要因の影響が大きいことから、この事業を展開します。

(3) 学び易さの再編成

【目的:週の出講日数を抑える昼夜開講の履修システムや通信授業の導入(1/2の範囲)】

ビジネススクールやオンデマンド型企業やリスキリングに対応した、履修システムを ICT マーケティング学科の集客の目玉として先行導入する為の開発 (授業運営管理・カリキュラム) を行う。今後、増えて来る学び直しリスキリングなどの講座展開を踏まえ実施する。

(4) デザインコンペ・出前講座の実施

小中高対象としたデザインコンペ大阪を開催 (JAGDA 共催)。早い段階から創造社を知ってもらうことデザインに興味と感心を持ってもらうこと主眼に行う。又、併せて「デザイン/業界」などをテーマに出前講座・セミナーを高等学校向けに実施。

## 2. 教育事業

(1) 学科の特徴のある授業展開 … 活動のコンテンツ化

【目的:学科毎の特徴を表す活動を集中的に実施し、教育成果並びに広報コンテンツとして機能させる。】

- (1) デザイン学科 … コンペディション出品強化、学外展示イベントの実施
- (2) ICT デザイン・マーケティング学科 … 地域・企業連携プロジェクト、ビジネスコンペへの出品
- (3) モノ・コトづくり学科 … 地域連携事業の実施
- (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) オンデマンド学習の最適化

【目的:通信によるマルチウェイ学習の指導法開発。(ICT 学科)】

社会人の学び易さ、遠隔授業、海外提携校と共同授業の実施に向けた準備として、オンデマンドで行う教授法を確立 (実験と検証) する事業です。

### (3) 教育活動を通して認知度（広報効果）の向上及び実績づくり

【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。又、教育のライブ感が伝わる、授業プレゼン、校外学習など、動画や取材も併せて実施する。

### (4) 全学的な AI 活用の醸成と新職種領域の講座展開

【目的：クリエイターが活用すり AI の活用法の醸成。】

AI を活用したデザインプロセスを授業への導入や AI 活用の教育プログラムの開発（職業訓練 5 ヶ月コースにて導入）。又、デザイン力を活かして、新領域であるビジュアルファシリテーターの養成（グラフィックコーディング）などを実験的の講座展開を実施する。

## 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4において学校案内の冊子、ホームページの更新等を通して常に最新情報を提供しています。学校見学で来られた方にはさらに具体的な説明を行い安心して入学を判断できる運用を継続して行います。
- ② 評価項目5において教科課程の毎年見直しをかけ、時代とともに進化させています。社会や暮らしの変化、テクノロジーの発展とともに、様々な動きがでてくる時代には、絶えずクリエイティブ能力の進化が大切であり引き続きそれらに対応できる人材の育成を行う。

#### ■今後の改善方策

- ① 学校の発信力強化の為にWEB、SNSなどネットマーケティングを重視し、外部を含めた多様な組織且つ迅速なアプローチを展開。
- ② メッセージ力の源泉となる教育の質を高めるとともに、時代により適合した学科内容を編成し、コンパクトでクリエイティブ、学びやすい学校を目指す。

## (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2において5ヵ年の中長期の事業計画から単年度事業計画の編成並びにその成果の振り返りがきっちりと文章化されている。引き続き計画に基づく運用を行う。
- ② 評価項目7においてHPの更新はIS029993の定期・更新スケジュールに基づき複数人でチェックする体制を整えている。

### ■ 今後の改善方策

- ① Instagramの積極的な活用である程度は学校の活動（授業・実習講座等）をリアルタイムで発信できている。更なる発信（刊行物）を目指して引き続き取材を行いストックを増やす。
- ② ワンストップ型の学校運営をしていく上で学則はもちろんの事、各種制度等についても勉強しスキルアップが必要。外部施設の使用や学内でも勉強会等を実施し業務の幅を広げる。

### (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12.13について、教員会議終了後に指導方法・クラス運営についての教員研修を実施し、講師内で指導方法について共有を行なっているが、外部施設を利用した研修に加えてそれらを他講師に報告・共有する機会が設けられていないので、書面等でも良いので共有する機会が必要。

#### ■ 今後の改善方策

- ① 教職員研修として、ハラスメントセミナー又は AI 活用セミナーを本校主催で実施。合わせて外部企業等で開催されているセミナーも積極的に情報を集めて参加を促す。

#### (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、80%近くの卒業生がデザイン関連職への就職が決定しています。今年度の卒業生は主な就職支援対象生となる2年前の入学生が26名と少ない数であった為就職率も一人当たりの数字が大きくなっていましたが、興味のある企業には積極的に応募し、また内定者が出ると良い意味で周囲の焦りから活動が活発になった印象で例年通りの就職率に落ち着きました。

昨年同様に社会人経験者の学生で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た事、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たと考えています。

- ② 評価項目2については、在学生進級率86%とここ数年は進級率について安定してきました。担任制によるワンストップ型の学生サポートや先生方のきめ細かな指導に加えて、普段からの情報共有等でリアルタイムに学生のフォローが出来ていると考えています。しかしここ数年の課題として留学生の単位喪失及び出席率の低さが問題と考えております。ビザ更新の関係で原則2年での卒業が必須な留学生に対するサポートを検討します。

#### ■ 今後の改善方策

- ① 就活のスタートが遅い印象を毎年受けますので、初回についてはキャリアセンター長のキャリコンを必須とし学生の就活の意識改革に努めます。キャリコン必須化を起爆剤として学生の就活状況を把握し、それぞれに合った処方箋(サポート)を行います。
- ② 評価項目2の対策として留学生だけのオリエンテーションに加えて日常的な声掛けを実施。さらに効果的な方法として、卒業後、日本で働いている卒業生のセミナー等の実施も検討しています。自身と同じ悩みや就活での苦労等、共感できる卒業生と話をする事で自身の抱えている悩みや不安を取り除くきっかけとしたいとする。

## (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。卒業生の転職等で相談を受ける事が多いので、本制度をアナウンスしてキャリアコンへ誘導しています。昨年は3名の卒業生がこの制度を使用して就職しました。
- ② 評価項目7について、本校では自費で学費を払っている学生が半分以上いますので、保護者と話をすることは少ないですが年度末に学費負担者に成績通知書を郵送した際に成績の見方と合わせて学校生活や就活状況等について相談があります。高卒学生の保護者は色々と気になる事も多い様子ですのでこの機会に積極的に関わりを持つようにしています。

### ■ 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 教育環境、施設の管理については定期的にスタッフが分担してチェックを実施。  
Mac等の購入やソフトの更新等、通常授業の合間でできないメンテナンスについてはインターミッション期間を使用して集中的に行なっています。

### ■ 今後の改善方策

- ① 防災に対する整備として、避難訓練について土曜・祝日・夜間部時間帯と授業を行なっている本校は実施のタイミングが難しいので、日曜日等の限られた時の実施しかできませんが、前期・後期・進卒期と少なくとも数回に分けて実施し、出講のタイミングが違う各講師に広く参加してもらおう計画を検討します。

### ■ 特記事項

- ① 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

### ■ 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 IS029993 及び P マーク規準に基づき、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 AO 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/AO セクション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（LINE 個別相談・遠隔 ZOOM 相談他）を行っています。また、社会人等の学び直し対象には、キャリアプラン相談会・専門実践訓練給付説明会なども実施しております。

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。AO 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。また、個人の能力を計り、特技を評価する様々な AO 選抜も導入し、入学者の質の向上を図っております。

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価となっており、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・AO 特待制度（学費充当型）、PC 購入サポートを運用して支援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

- ① 学生募集状況が苦しい状況が続いていますが、コンパクトな学校づくりを継続して実施。各学科の定員必達することでの財務基盤の安定が急務。募集力を強化し引き続き運用を行っていきます。

### ■ 特記事項

- ① 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

- ① 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・今後の改善課題

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（下記）に取り組み、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。また、SDGs課題も企業連携して積極的に取り組んでおります。

## (11) 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

### ■ 特記事項

- ① 今年度は例年のマレーシアに加えてフランスからも3名の留学生が参加しました。また、取り組みも『韃公園 東園におけるデザインワークショップの作品展示及び参加型イベントの実施』として、主に近隣の子供達に向けた遊びを提案・実施しました。当日は12:00～18:00頃迄実施し、約40名程度の参加者（子供・親御さん）にイベントを楽しんでいただきました。

### ■ 今後の改善方策

- ① 今回フランスからの参加は久しぶりでクラスとしても非常に盛り上がりました。国際交流及び履修学生のモチベーションアップの為に複数国からの受け入れに力を入れる。

## 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) コンパクトな学校づくり

今後起こりうる社会の変化に負けない進化し続ける学校を体現すべく、持続可能でコンパクトな経営に努め、組織の壁を超えて多様な知恵の集積による統合力で学校の価値を高めてまいりました。

2025年度は入学定員に対して充足率50%超を計画とし、それらを達成する為の情報発信とその情報提供の仕組みづくり、組織改革が重要方針でありました。前年度において蓄積した広報展開する為のデータやエビデンスを如何に活用し学生募集に繋げられるかが重点施策で、WEBマーケティングやSNSマーケティングを軸に、学ぶ価値、共感づくり、運営組織改革にフォーカスし、学生募集事業・教育事業・収入源確保を展開してまいりました。その結果、微増ながら入学者数の増加という結果となりました。

今後も持続的な収益力強化に努めると共に、学校の発信力強化の為にWEB、SNSなどネットマーケティングを重視し、外部を含めた多様な組織且つ迅速なアプローチを展開してまいります。専門課程におきましては、メッセージ力の源泉となる教育の質を高めるとともに、時代により適合した学科内容を編成し、コンパクトでクリエイティブ、学びやすい学校を目指します。そして学園の評価と競争力を強化していきます。

### (2) 職業意識の醸成を目的とした事業の実施

#### ① キャリアプログラム … 自己の目標の職に就くため

2025年度卒業生の就職率は、卒業後一ヶ月時点で74%、三ヶ月で約89%の見込みです。内、デザイン関連業種への就業率も88%の見込みです。これら就職率向上の実現に向けては、キャリアプログラム授業（自己デザイン・ポートフォリオ制作）の導入や入学時から就業に至るキャリアコンによるキャリアパスの提示など、一貫したプログラムを実施して成果を上げています。又、卒業後10年間サポートする「10年伴走プログラム」を実施し就業先のキャリアアップに繋がっています。

#### ② 「企業実習（インターンシップ）」の全学科必修化 … ミスマッチを防ぐ

社会との繋がりを知り、現場でのデザイン実務により気づきをもたらす目的で、職業実践専門課程においては全て必修とし、該当学科全ての学生が受講できるようになっています。特徴的なことは、1年次・2年次と2回の企業で行う実研修（年間140時間×2）を組み込んだ教科課程により、本校との連携企業数・求人企業数の増加と、就職時のミスマッチの改善に効果を出しています。

#### ③ 「企業課題（企業クライアント制）」の実施 … ビジネス感覚の醸成

実際のリアルな企業案件をデザインによって解決するプログラムを全学科（年間18社クライアント）に取り入れています。これらの導入に伴い、クライアントや消費者のインサイトを引き出す力やビジネスでの0か1かの採択の厳しさを知り、就業後の実務への即践力人材として、企業実習先や求人企業先から好評を得ています。

## 4. 次年度に向けての事業方針（専門課程）

### I. 募集事業（詳細）

2026年度学生募集は、学ぶ価値、学んだ先の仕事がターゲットに刺さり、興味と感心を得られるかがポイントとなります。これらの情報発信と発信の質を担保する為に、新たにネットマーケティング専門知見者を組織に組み込み、それらの戦略に基づく全学的な取り組みを計画しています。

今回、実際の入学者へのヒヤリング実施（外部地権者）において、得られた共通キーワード「本気度の共鳴」「作品クオリティの証明」「自分に近い境遇への安心感」を打ち出し、展開してまいります。

又、進路を考えている方が将来のイメージができることが訴求ポイントとなることから、それらをイメージしやすく、又、その情報を如何に効率的に届けることができる点とWEBや見学では得られない「学ぶ場の空気感」を伝えるSNSマーケティングを中心とする事業を実施します。通常の学生募集オペレーションに関しては、昨年度の実績や課題を踏まえて改善策を実施します。

- (1) ネットマーケティングの強化 8つのパルナ毎のターゲットへの適切な情報発信
- (2) コアな情報発信の為に仕組みと継続を担保する組織づくり。  
学ぶ環境のライブ感を発信
- (3) “学んだ先の将来が見える化” OBの社会での活躍の記事化  
社会人、大卒の学び直し層へのリーチ
- (4) 学び易さの再編成・・・リアルと通信のハイブリット型、履修システム
- (5) 早期AOエントリー特典・学費ディスカウント
- (6) デザインコンペ・出前講座の実施 認知度向上の為に事業（継）

### II. 教育事業

教育事業は、学生募集に有用な支援が出来るように、教育活動を通して学校の認知度を高め、広報コンテンツとして機能させること、又、SNS発信や募集リーフレットなどの素材をエビデンスとして集積をし、いつでも、その情報を広報展開に活用できることを目的としています。又、教育事業のイベントにおいて学生募集の支援策として、集客を軸に展開することとします。社会的評価のエビデンスとして、「企業クライアント」「地域連携」「学外地域連携イベント」などをキーワードに活発な学校を魅せる取り組みを重点に行う。

- (1) 学科の特徴のある授業展開 … 活動のコンテンツ化、クオリティの担保
- (2) 教育活動を通して外部評価、認知度の向上及び実績づくり
- (3) 教育活動イベントの集客力の向上…学生募集支援（対象者）年間 30 名の来校者の獲得
- (4) 全学的な AI 活用の醸成と新職種領域の講座展開
- (5) 学則改定（昼夜開講制：出校回数 3～4 日、社会人やデジタル人材不足への対応）

以上