

2025年度 学校関係者評価委員会報告書
および改善方策

学校法人 東京滋慶学園
ベルエポック美容専門学校

学校関係者評価委員会 議事録

会議情報

- 日時：2025-05-20 10:00:09
- 場所：[ベルエポック美容専門学校 第3校舎]
- 参加者：学校関係者評価委員会

委員 =敬称略=

- <保護者代表> 中野 理絵 (ヘアメイク科1年 中野美羽保護者)
- <地域代表> 小泉 由梨 (穂田表参道町会 会長)
- <高等学校代表> 鈴木 隆英 (成田高等学校 校長)
- <卒業生代表> 渋谷 僚太 (美容師科 卒業)
- <業界代表> 中村 雄樹 (株式会社 REDEAL 代表)
- <業界代表> 武田 隼人 (株式会社プウエンテ 代表)

学校法人東京滋慶学園 ベルエポック美容専門学校 職員

- <理事長> 中村 道雄
- <学校長> 大谷 啓一
- <運営本部長> 三井 真以子
- <事務局長> 三井 真以子 (運営本部長兼任)
- <事務部長> 内田 麻奈美
- <教務部長> 今井 香菜子
- <美容師科学科長> 今井 香菜子 (教務部長兼任)
- <ヘアメイク科学科長> 岩本 賢矢
- <トータルビューティ科学科長> 阿部 和彦
- <学生サービスセンター長> 遠藤 直美
- <キャリアセンター長> 大松 晶野
- <広報センター長> 組野 智仁

議事録

1. 2025 年度学校運営と職業実践専門課程認定に関する意見交換

- **会議の趣旨と進行案内**
2025 年度学校三選手紹介会議の開始と、参加者への感謝、会議の目的（より良い学校運営のための意見交換）を説明。
- **理事長・学部長挨拶**
理事長および学部長からの挨拶と、会議の重要性、参加者への期待を表明。
- **ベルエポック美容専門学校の概要と沿革**
三井より、ベルエポック美容専門学校の全国 5 校の展開、2000 年原宿校開校、2025 年 4 月横浜校開校などの沿革説明。
- **職業実践専門課程認定の説明**
職業実践専門課程認定の目的、認定条件（企業等との連携、実務技術習得）、全国の認定校数（1123 校、3100 学科）、全専門学校の約 1/3 が認定校である現状を説明。
- **評価・自己点検の実施方法と情報公開**
年 1 回の自己点検・自己評価の実施、参加者からの評価・意見聴取、議事録はホームページで公開する流れを説明。
- **各学科・部門責任者の自己紹介**
事務部、キャリアセンター、学生サービスセンター、広報センター、美容師科、トータルビューティ科、ヘアメイク科の責任者が自己紹介と担当業務について説明。
- **委員・外部参加者の自己紹介**
千葉県成田高等学校の教員、サロン経営者など委員や外部参加者が経歴や現状、業界への思いを紹介。

結論

1. 参加者から幅広い意見を募り、今後の学校運営に活かす方針。
2. 参加者の率直な意見を歓迎し、学校運営に反映する意向。
3. 美容グループ全体を統括し、今後も意見を反映し学校運営を改善する方針。
4. 同校の三学科（美容師科、トータルビューティ科、ヘアメイク科）は全て認定学科。
5. 本日の会議内容も情報公開対象。

2. 学校運営の自己評価と地域・企業連携による人材育成

- **自己紹介と参加者の背景共有**
各自それぞれの経歴や現在の活動、学校や地域との関わりについて紹介した。卒業生や保護者、地域代表など多様な立場から参加していることが共有された。

- **地域連携と学校活動への協力**
[地域代表小泉様]が原宿地域の町会やシニアクラブ、子供テーブル、ネイル教室、夏祭りなど、地域活動と学校の連携状況を説明。昨年4月からは原宿表参道まちづくり協議会の代表幹事も務めていることを報告した。
- **学校運営の自己点検・自己評価**
事務部長、内田から毎年4月に前年度の学校運営について自己点検・自己評価を実施していることを説明。
- **意見提出の依頼と方法**
参加者にA3用紙が配布され、意見記入欄に記入し、2025年5月末までに提出するよう依頼があった。不明点や気になる点は随時質問可能と案内された。
- **2024年度の重点目標**
原宿コラボレーションを軸とした地域・企業連携による人材育成（年間現場実習3000件）、および自己変革型（問題解決型）人材の育成を重点目標として掲げていることが説明された。
- **教育理念とカリキュラム**
三井運営本部長より滋慶学園のミッション（職業人教育を通じて社会貢献）と、実学教育・人間教育・国際教育の三本柱について説明があった。

3. 美容専門学校における教育方針・カリキュラム・現場実習・就職支援の現状と課題

- **学校運営方針と目標（今井）**
定員充足と健全な学校運営を柱とし、美容業界の変化に対応しながら新規事業にチャレンジし続ける組織を目指す方針が共有された。
- **カリキュラム作成と見直し（今井）**
各学科で法制度や業界ニーズ、競合校、環境を毎年調査し、年2回の教育課程編成委員会で業界の意見を反映してカリキュラムを見直している。
- **入学後半年間の教育プログラム（今井）**
入学後半年間（前期）に目的意識強化プログラムを実施し、オリエンテーションや導入期間（約1週間）で不安解消を図る。ゴールデンウィーク明けのシンдрローム対策も重視。
- **クラスマネジメント授業（今井）**
クラス会議を授業内で設け、学生同士の相互支援環境を構築。昨年から継続して実施。
- **美容師科の2024年度目標と課題（今井）**
2024年度は「原宿で学ぶ価値」「業界と連携した授業」「実践カリキュラム中心の授業」の三本柱で展開。原宿立地を活かしたサロンゼミやSNS授業、現場実習を重視。

- **美容師科のカリキュラム詳細** (今井)
1 年生前期は幅広く学び、後期は選択制で深く学ぶ。2 年生は将来の進路に合わせた専門授業（アイリスト、現場実習、ヘアメイク、国際ライセンス等）を実施。
- **トータルビューティ科の運営方法変更** (阿部)
2 年前は前期を半分に分けて運営し出席率向上も、職業理解が浅くなってしまった。昨年はクォーター制を廃止し、セルフマネジメントブランディング授業で選考特化型に変更した。
- **トータルビューティ科の現場実習と就職状況** (阿部)
2 年生はコンテストや外部実習を強化。昨年度は職業理解と外部実習の前倒し実施により、2025 年 5 月 20 日時点で 2 年生約 30 名が内定を獲得。
- **トータルビューティ科の具体的な取り組み** (阿部)
メイクはコスメブランドルナソルによるタッチアップやコスメ知識、ネイルは ELC ジャパンでの現場実習、ファッションは SPINNS との撮影や生成 AI によるデザイン授業、エステは学校サロン化で一般客対応を実施。

結論

1. 変化の激しい美容業界に対応し、新しい取り組みを継続することが確認された。
2. カリキュラムの定期的な見直しと業界連携が継続されている。
3. 半年間で目的意識強化とクラスマネジメントを重視した教育活動が行われている。
4. クラスマネジメント授業が継続実施されている。
5. 三本柱を中心に教育活動を展開する方針が示された。
6. 段階的に専門性を高めるカリキュラムが実施されている。
7. 運営方法の見直しにより出席率と選考後の**合が改善された。
8. 現場実習強化と職業理解向上により内定者数が増加した。
9. 各分野で現場に近い実践的な授業が行われている。

4. 美容専門学校における教育活動・現場実習・就職支援・学生募集の現状と取り組み

- **トータルビューティ家の教育活動** (阿部)
昨年度の教育活動として、老人ホームでの施術体験やアロマ・フレグランスの研修など、幅広い分野で学生にチャンスを与える教育を実施した。
- **ヘアメイク科の教育活動と 2024 年度の目標** (岩本)
2024 年度はヘアメイク職種理解と業界に求められる人物像の育成を目指し、業界人や卒業生との連携、現場実習の準備・実施、特別授業を行った。

- **現場実習の実績** （岩本）
学生がネットフリックスドラマ『地面師たち』『極悪女王』や映画『逃走中』、テレビ朝日ドラマ、Mステ（xgのヘアメイクアシスタント）などで現場実習を経験した。
- **就職支援体制と実績** （内田）
開校以来、希望者の就職率100%を維持。担任とキャリアセンターが連携し、筆記・履歴書・面接対策、業界説明会、求人情報の提供、採用試験データの蓄積・活用を行っている。
- **学生募集の現状と課題** （組野）
東京都内30校以上の美容学校が毎年募集を行う中、少子高齢化や大学進学志向の影響で美容学校志望者が減少傾向。90%以上が高校現役生で、複数校を比較検討する傾向が強まっている。

結論

1. 幅広い教育活動を通じて、学生の将来性を広げる取り組みを行った。
2. 現場実習や特別授業を通じて、学生の職種理解と就職意欲を高める教育を実施した。
3. 多様な現場での実習機会を提供し、学生の実践力向上に貢献した。
4. 学生一人ひとりに合った就職先への内定を重視し、きめ細やかなサポートを実施している。
5. SNSやデジタルパンフレットの活用、毎週末のオープンキャンパス開催などで募集活動を強化している。

5. オープンキャンパスと入学者動向、学校プロモーションの現状

- **オープンキャンパスの実施方法の変化** （組野）
コロナ禍を受けて、オープンキャンパスは対面だけでなく、動画やウェブを活用した説明や個別相談も実施されている。各地域ごとに参加者が学校を検討している。
- **原宿校の入学者地域構成の変化** （組野）
原宿校では関東圏からの入学者が約6割を占めているが、過去2～3年で地方や埼玉からの入学者も増加している。横浜校の開校も影響している。
- **SNSや動画を活用した学校プロモーション** （組野）
SNSや動画を通じて学校の雰囲気や特色を伝える取り組みが強化されている。在校生とのコラボレーション動画やエンタメ要素を取り入れたプロモーションも行われている。

6. 学校広報・学生支援・地域連携・2025年度方針

- **SNSを活用した学校広報と認知拡大** （組野）
SNSを通じて学校のリアルな様子や事業内容を発信し、高校生世代の認

知拡大を図っている。パンフレットを持たずに直接来校する学生が増加している現状や、SNS が進路選択に与える影響について議論された。

- **専門人材育成訓練生の募集と多様な年齢層の受け入れ** （組野）
開校以来初めて専門人材育成訓練生を募集し、30 代、40 代、50 代など幅広い年齢層の社会人が学び直しで入学している現状について説明があった。
- **学校のブランディングと認知度向上の課題** （組野）
東京都内の他校と比較して認知度や口コミがまだ低いことが課題とされ、SNS 時代に合わせたブランディング強化の必要性が指摘された。
- **オープンキャンパスと授業満足度の向上** （組野）
来校者や入学者が授業やオープンキャンパスで満足感を得られるよう、スタッフ一人一人が見直しを行い、価値向上を目指す方針が示された。
- **学生支援体制（医療・カウンセリング）** （遠藤）
江戸川区の慶生会クリニックと連携し、在学中の医療費・薬代を無料化。スクールカウンセラーによる相談体制も整備されているが、2025 年からは週 1 回の学校訪問がなくなり、センターでの受付に変更となる。
- **カウンセリング利用率と認知課題** （遠藤）
2024 年度のカウンセリング利用率は昨年より上昇したが、認知不足が課題。2025 年から週 1 回のカウンセラー訪問がなくなるため、利用促進のタイミングや時間確保が課題となっている。
- **学費支援制度と奨学金利用状況** （遠藤）
奨学金や給付奨学金、学費無償化制度を導入し、2022 年から 2024 年の利用率や多子世帯への支援拡充について説明。毎年 110 数名が利用しており、2025 年度は多子世帯の影響で利用者増加が見込まれる。
- **地域連携活動とイベント参加** （内田）
原宿や地域のイベント（裏原フェス、原宿のお神輿、商業施設プロモーション、小学校・コミュニティセンターでの活動、地域清掃など）に学生が積極的に参加し、地域とのつながりを強化している。
- **2025 年度の重点方針とコラボレーション戦略の変更** （三井）
2025 年度の重点方針として、原宿コラボレーションから業界コラボレーションへと戦略を変更。原宿の街の変化（インバウンド・小学生増加、若者の分散）を受け、原宿ブランドのイメージ低下に対応するため、より広範な業界との連携を強化する。

結論

1. SNS は学校広報に不可欠なツールとなっており、今後も積極的に活用していく方針。
2. 社会人の学び直し需要に対応し、今後も多様な年代層の受け入れを進める。
3. オープンキャンパスの満足度向上に努める。

4. 今後も地域連携活動を拡大していく方針。
5. 原宿に限定せず、業界全体とのコラボレーションを推進する。

7. 教育現場における美容・国際交流・コミュニケーション・日本文化の重要性

- **世代間の価値観や考え方の違い**
自分たちの世代と今の若い世代との価値観や行動の違いについて話し合わせ、昔の常識が今の世代には通用しないことや、共に成長していく必要性が述べられた。
- **国際教育・オンライン交流の実施**
外国とのオンライン交流や来日による技術・ヘアメイクショーのオンデマンド授業など、国際教育の取り組みについて説明された。
- **幼稚園・高校におけるコミュニケーションとチームワークの重要性**
幼稚園や高校での子どもたちのチームワークやコミュニケーションの大切さ、自己肯定感を高める活動の重要性が語られた。
- **SNS やホームページを活用した認知拡大**
SNS やホームページ、動画配信などを活用し、学校や活動の認知度を高めることの重要性が述べられた。
- **日本人としての価値観と国際性の両立**
日本人としての歴史・文化・価値観を大切にしつつ、国際的な知見や技術と触れ合うことの重要性が強調された。

8. 美容師教育・業界動向と子供の夢・自己肯定感育成

- **美容師教育方針と業界の働き方の多様化**
美容師教育方針やプロモーション、業界の最新動向、働き方（正規雇用・フリーランス・SNS 活用など）について質問・意見を述べ、サロンの採用やマッチング、努力の在り方、収入格差、ヒアリングの重要性などを議論した。
- **サロンの採用・マッチングと努力の評価**
サロンの採用数やマッチングの仕組み、努力が評価される会社か否か、SNS 活用の必要性、店舗ごとの違い（渋谷店・大宮店）について具体的な質問をし、現状の説明や課題を共有した。
- **子供の夢と自己肯定感の重要性**
小学生・中学生への教育や夢の持ち方、自己肯定感の育成、現状の課題（小学校六年生の40%が夢がないと回答）について述べ、家庭環境や親の影響、前向きな環境作りの必要性を強調した。

9. 美容業界における新人教育、現場意識、キャリア形成、卒業生フォローアップ、業界構造

- **新人教育と現場の温度差**
ヘアメイク事務所や美容師の新人が、現場での業務や顧客対応に対する意識や姿勢に温度差があり、受け身な姿勢や「教えてもらって当たり前」という感覚が課題として挙げられた。先輩からの無償の知識提供やアドバイスへの感謝の意識が薄い点も指摘された。
- **インターンシップ強化の必要性**
現場での即戦力化や意識改革のため、インターンシップ制度を早期から強化し、実践的な経験を積ませる方針が示された。
- **原宿・渋谷エリアの変化と業界動向**
原宿や渋谷の街の変化や、インバウンドや家族連れの増加、ファッション業界の変化について議論された。原宿の変化量が少なく、渋谷の方が人の入れ替わりが激しいと指摘された。
- **卒業生のフォローアップと離職率**
美容業界の離職率の高さや、卒業後のキャリア追跡の重要性が指摘された。卒業後も継続的にフォローアップする体制の必要性が提案された。
- **業界の先行投資型構造と努力の重要性**
ヘアメイクや美容師業界が先行投資型であり、アシスタント時代の無償労働や努力が将来的な収入に反映されることが強調された。28歳で月収100万円を超えるスタッフの例も挙げられた。

10. 若手美容師・学生の多様化と業界・教育側の対応

- **若手美容師の成長とメンタルケア**
SNS集客による若手スタッフの急成長や、アシスタントの不満・疲弊への対応、成長のグラデーションの必要性について議論。[Speaker 1]も、学生や若手のメンタル面の課題や個別対応の難しさを指摘。
- **学生の志向・動機の多様化**
現代の学生はライフワークバランスを重視し、9割がそれを志向していると述べる。有名になりたい、稼ぎたいなど動機が多様化している現状を両者が共有。
- **情報取得手段の変化と業界認知の低下**
雑誌離れやSNS偏重により、サロン名や業界人を知らない学生が増えている現状を指摘。学校側のマッチングの難しさも議論。
- **Z世代の特徴と業界への志望動機の変化**
Z世代はSNSでネガティブ情報も多く知っており、美容師志望者が減少していると説明。フリーランス志向やショートカット志向も増加。

- **学校・業界側の対応の必要性**

従来の常識が通用しない世代に対し、学校や業界側が柔軟に対応し、ポジティブな情報発信や個別対応を強化する必要性を強調。

結論

1. 急成長による負担やメンタル面の課題が顕在化しており、丁寧な育成や個別対応が必要との認識で一致。
2. 学生の志向が多様化しており、従来の価値観だけでは対応できないとの認識。
3. 情報の取得範囲が狭まり、業界認知が低下している。学校側も多様な情報提供やマッチング支援が必要。
4. 美容師志望者が減少し、フリーランス志向や早期成功志向が強まっている。
5. 学校・業界側が学生に合わせて柔軟に対応し、ポジティブな情報発信を強化する必要がある。

11. 若手世代の社会適応・情報収集・働き方・マナー教育の課題

- **現場のリスクヘッジとメンタル面の課題**

現場でのリスクヘッジの重要性や、現場対応の難しさ、特にメンタル面のケアが必要であることを指摘。SNS 普及による若手の情報収集方法の変化や、先輩への礼儀・感謝の伝え方の難しさも議論された。

- **若手の情報収集・コミュニケーションの変化**

若い世代が Google 検索をあまり使わず、TikTok など SNS で情報を得る傾向や、メールや謝罪・お礼のマナーが伝わりにくい現状について話合った。

- **フリーランスと正社員の働き方・制度の違い**

フリーランスと正社員の違い、特にインボイス制度や住宅ローン、産休制度の取得しやすさなどの情報が若手に十分伝わっていないことを指摘。情報不足がキャリア選択に影響していると述べた。

- **社会人マナー教育の必要性**

学生にとって社会人マナー（お礼や謝罪の回数、メールの送り方など）が当たり前ではなく、学校での事前教育の重要性を強調した。

- **若手の就業意識と適応障害**

自身の娘の就業経験を例に、責任感や社会のルールへの適応が難しく、適応障害を感じて退職した経緯を共有。フリーランスの大変さや会社員との違いも議論された。

- **若者の消費行動と情報源の変化**

若者が商品選択時に口コミやレビューよりも TikTok など SNS の意見を重視し、自分の意見を持たずに流されやすい傾向について述べた。

12. 教育・現場体験と職業観の形成

- **現場研修と職業観のギャップ**
現場研修を通じて社会を知ることの重要性や、現場の厳しさと夢とのギャップについて議論された。美容師などの職業で、理想と現実の違いにより早期離職が多い現状や、子供たちが夢よりも収入を重視する傾向についても触れられた。
- **学校や親の役割と責任**
問題が起きた際の学校の責任や、親からのアドバイスよりも業界経験者からの話が子供たちに有効であること、現場体験を通じてギャップを埋める教育の必要性が話し合われた。
- **掃除や筋トレなどの基礎活動の意義**
小学校での掃除や部活動での筋トレなど、基礎的な活動が人格形成や職業意識に与える影響について議論された。美容業界でも掃除やシャンプー練習などが当たり前になっている現状が共有された。
- **地域との関わりと教育**
地域行事や地域密着型の活動が子供たちの成長や精神面の強化に役立つこと、また地域と業界の連携の重要性について話された。
- **映画を通じた教育観の共有**
2024年11月頃に上映された映画を例に、小学校での掃除や給食当番などの経験が人格形成に寄与していることが紹介された。日本人特有の清潔さや対人スキルの重要性も強調された。
- **渋谷区教育改革**
渋谷区教育委員会が令和6年（2024年）から導入した新しい教育方針について説明があり、午前中は通常授業、午後は『探求の時間』として個人やグループで興味や疑問を探究する活動が行われていることが共有された。

13. 原宿地域のまちづくり・教育施設再編・地域安全・今後の運営方針

- **原宿のまちづくりと景観維持**
原宿が新宿化・渋谷化しないよう、地域の品位や景観を守るための取り組みや課題について議論。電子広告や建物の色彩規制、地域住民の意見反映の重要性が語られた。
- **教育施設の再編・建て替え計画**
原宿外苑中学校の建て替えや千駄ヶ谷小学校の小中一貫校化、仮校舎設置、原宿駅舎の建て替えなど、2027年から2030年にかけての教育施設再編計画について説明。
- **地域の安全対策と交通リスク**
特別支援老人ホーム建設や公開支援施設の新設に伴い、1日あたり最大

120回の往復が発生するなど、児童の登下校時の安全確保が課題として挙げられた。

- **地域の子育て・教育環境**

保育園・幼稚園の定員状況や、子どもたちの成長に合わせた地域の受け入れ体制、将来のまちづくりへの視点について議論。

- **商業施設・売上状況**

原宿と渋谷の売上比較や、原宿の物販が渋谷の倍である現状、商業施設の建設意図と地域との関係性について言及。

- **資料提出・評価依頼**

参加者に配布した資料の内容確認と評価コメントの提出依頼、提出方法（紙・データ）、締切日（2025年5月30日）について説明。

- **専門学校認可と今後の運営**

専門課程・職業専門実践課程の認可状況、業界意見の取り入れ、文科省・科学大臣への書類提出について説明。

結論

1. 原宿らしさを守るため、まちづくり協議会が渋谷区と連携し、景観や品位を損なう事例にはストップをかけている。
2. 2027年から2030年にかけて建て替えが進み、仮校舎は泉長官所有地に設置予定。原宿駅舎も同様のデザインで再建予定。
3. 生徒や保護者に注意喚起を行い、特定時間帯の利用制限を協議会で要請中。
4. 子どもたちの成長段階に応じた受け入れや、100年単位でのまちづくりを目指す方針が共有された。
5. 物販売上は原宿が渋谷の倍であり、商業施設の新設には地域の意向が反映されている。
6. 評価コメントは2025年5月30日までに提出。紙・データいずれも可。
7. 認可取得は難関（全国で72校のみ）。本日の書類をまとめて文科省・科学大臣に提出予定。