

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				
新潟ビジネス専門学校		昭和53年12月22日		学校長 荒井 英之		〒 950-0088 (住所) 新潟県新潟市中央区万代1丁目2番22号 (電話) 025-241-2131				
設置者名		設立認可年月日		代表者名		所在地				
学校法人国際総合学園		昭和32年10月10日		理事長 池田 祥護		〒 951-8063 (住所) 新潟県新潟市中央区古町通二番町541番地 (電話) 025-210-8565				
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				
商業実務	商業実務専門課程	販売・マーケティング学科		平成21(2009)年度	-	平成26(2014)年度				
学科の目的	販売・マーケティング学科はリテールマーケティング検定の合格を目指すと共に、DX化に必要な不可欠とされる各種マーケティング技術やコミュニケーションが需要視される接客技術の向上を目的とした実践的な授業を展開し、コンサルティングセールスが行える人材の育成を目指している。									
学科の特徴(取得可能な資格、中退率等)	小売業の現場に必要な知識技術の取得を主とする。対面での接客販売技術とSNSを使ったマーケティング知識をあわせて学ぶことができる。選択授業では、リテールマーケティング検定は1級まで取得可能。この他ファッション販売能力検定や宅建士の取得も可能。									
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			766 単位時間	345 単位時間	670 単位時間	0 単位時間	0 単位時間	
					単位	単位	単位	単位	単位	
生徒総定員	生徒実員(A)	留學生数(生徒実員の内数)(B)		留學生割合(B/A)	中退率					
40人	33人	0人		0%	3%					
就職等の状況	■卒業生数(C)		26人							
	■就職希望者数(D)		22人							
	■就職者数(E)		22人							
	■地元就職者数(F)		21人							
	■就職率(E/D)		100%							
	■就職者に占める地元就職者の割合(F/E)		95%							
	■卒業者に占める就職者の割合(E/C)		85%							
	■進学者数		0人							
	■その他									
	・非正規 4名		(令和5年度卒業者に関する令和6年5月1日時点の情報)							
■主な就職先、業界等		(令和5年度卒業生) 株式会社スズキ新潟販売、株式会社ホンダカーズ越後中央、佐川急便株式会社、クラッシュアンドカンパニーグループ、株式会社マンションセンター、株式会社ハウステック等								
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: ※有の場合、例えば以下について任意記載				無					
当該学科のホームページURL	https://www.nbc.ac.jp/subject/sales/									
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					1,781 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					54 単位時間					
うち企業等と連携した演習の授業時数					90 単位時間					
うち必修授業時数					818 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					0 単位時間					
うち企業等と連携した必修の演習の授業時数					90 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)					54 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遡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)				1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)				1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)				1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								3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								1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

卒業後、即戦力となり得る人材を輩出するために、在学中に1週間のインターンシップ(現場実習)を行うと共に、事前講義の一部を企業の方にもご担当いただくことで、より現場に即した実践的な知識を事前授業で教授し、充実したインターンシップの実施を図る。また、事前授業に企業の方を召喚することで学生のインターンシップへ向けてのモチベーションと責任感を高める。そのため、専門分野に関する流通・販売業界の動向、販売実務に関する知識を有する関係者から構成される委員会を組織し、意見を聴き、教育課程の編成の参考とする。

(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

- ①教育課程編成委員会は本校の教務部長のもとにおく。
- ②学科の教育課程の編成にあたっては教育課程編成委員会の意見を活用する。
- ③委員会の議長は本校教務部長等教育課程編成の責任者とする。
- ④授業・実習を依頼する企業の方を教育課程編成委員に任命する。
- ⑤教育課程編成委員は直接ないしは間接に学生の指導監督する立場とする。
- ⑥指導監督を通して、カリキュラムの改善案を作成し、学校に対し指導助言を行う。
- ⑦助言指導は教務部内のカリキュラム編成会議で審議され、新規科目の設定や既存科目の修正等の方法によって採用される。

(3)教育課程編成委員会等の全委員の名簿

令和6年9月21日現在

名前	所属	任期	種別
清野 和雄	株式会社Hope	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	③
喜多村 豊	一般社団法人公開経営指導協会	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	①
藤井 貴志	学校法人国際総合学園 新潟ビジネス専門学校	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	—
木了 礼子	学校法人国際総合学園 新潟ビジネス専門学校	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2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2回 (10月、3月)

(開催日時(実績))

第1回 令和5年10月30日 10:00～11:00

第2回 令和6年3月30日 10:00～11:00

0

(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。

社会が活発に動き出しており、大規模のイベントが各地で実施されている。イベント業界や飲食業界、コンビニ、スーパー等は常に人手不足。一方リアルを求めないファン層も出てきており、集客に苦戦している業界もあり。AIやECで賄えることはそちら利用したほうがわずらわしさが少ない時代。店頭にいるだけのスタッフは不要となった。対面にてお客様に付加価値を提供できる人材を育てる教育が必要。また、SNSの効果的な利用方法、AIの限界を理解し、AIをアシスタントとして「使う側」になれるような技術つけておくべき。

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

接客サービススタッフに必要な実践的・専門的な能力を育成するため、実習においてインターンシップ受け入れ先企業との密接な連携を通じ、実践的な職業教育の質の確保に努める。実習にあたっては、学校で学んだ知識をもとに現場実践的な専門知識・技術、社会人としてのマナー、社会性を身につけること、接客サービススタッフとしての職業観を得ることを主たる目標に置く。業界で求められる能力と自己の現在の能力との差を知るなど、自己分析を通して目標とする人材像に近づきよう学習モチベーションを高め、今後の学修に活かす。

(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

インターンシップ事前指導として講義開催。講義終了後、就業体験としてインターンシップ実施による現場指導。インターンシップ生が毎実習日に作成するインターンシップレポートの評価は企業の指導担当者が行う。インターンシップ実施後には企業からの今後の指導内容の要望を収集し学生の振り返りと企業からの要望の検証を図る。

(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
販売実習Ⅰ	3. 【校外】企業内実習(4に該当するものを除く。)	企業での短期、無償インターンシップ。デュアルコース以外の自由選択科目。	小売業、サービス業
デュアル実習Ⅱ	4. 【校外】企業等が主催するインターンシップ等(学校が主体的に企画していないものを除く。)	フアッション販売能力検定3級取得を目標とする。	小売業、サービス業
接客対応コンテスト	1. 【校内】企業等からの講師が全ての授業を主担当	マーケティングの基本概念、フレームワークを具体的な事例をもとに理解・体感する。	小売業、サービス業
SNSマーケティング	1. 【校内】企業等からの講師が全ての授業を主担当	1級合格のため、出題の半分を占める記述式問題にも対応できるように学ぶ。	マーケティングDX支援事業

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

(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

- ① 本校の教員は専門分野において、最新の実務の知識・経験を教育内容・教育方法に反映した教育を行うことが期待されている。そのため、法人本部、学校内および外部機関との連携の下、職業の実務に関連した知識、技術および技能ならびに授業および学生に対する指導力などの修得・向上のための組織的な研修機会を確保する。
- ② 担当教員は企業に赴き、実地研修を受講することで、最新の知識、技術、技能の研鑽を積む。
- ③ 校務分掌によって定められた委員会がテーマを設定し、全教職員が参加する研究会を定期的、継続的に開催する。

(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: Dream成果発表会	連携企業等: 一般社団法人ビッグデータマーケティング教育推進協会
期間: 令和5年11月21日(火)	対象: 専任教員1名
内容: データマーケター養成講座の授業を実施している学校の学生の取り組みを学ぶ	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	
② 指導力の修得・向上のための研修等	
研修名: 日本ケアフィット共育機構ウェビナー	連携企業等: 公益財団法人日本ケアフィット共育機構
期間: 令和6年9月26日(木)	対象: 専任教員1名
内容: たくさんの笑顔を作り出す、変化する時代に求められる「合理的配慮」とは	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	

(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: 販売・接客セミナー	連携企業等: 新潟商工会議所
期間: 令和6年11月頃(開催日未定)	対象: 専任教員1名
内容: 販売促進に関するスキルアップのための講座	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	

② 指導力の修得・向上のための研修等

研修名: 実践行動学Webセミナー	連携企業等: 一般社団法人実践行動学研究所
期間: 令和6年11月19日(火)	対象: 専任職員1名
内容: 教員に求められる「スクールコミュニケーション」のスキル向上のために	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	
研修名:	連携企業等:
期間:	対象:
内容:	

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

・実践的な教育を行いながら学生個々のモチベーションアップを図る上で、デュアル教育の役割は大きいとの意見があった。デュアル教育を推進するにあたり、今年度新たに1コースを増やすとともに、既に導入をしている学科における課題点の洗い出しと、システムの構築を推進していく。  
 ・よりスムーズな企業連携を図るために、学生ニーズと企業ニーズのマッチングや情報共有を進めていく必要があるとの意見があった。インターンシップ先、連携企業先とは実習日誌などでフィードバックを受けている他、密な連携を図るために実習先の訪問や教育担当者から意見をj得る場を設けている。年々、インターンシップ先となる企業が増えている点から社会的にも意義のある教育カリキュラムと捉え、よりよい情報共有方法の構築を図る。

(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) 教育理念・目標
(2) 学校運営	(2) 学校運営
(3) 教育活動	(3) 教育活動
(4) 学修成果	(4) 学修成果
(5) 学生支援	(5) 学生支援
(6) 教育環境	(6) 教育環境
(7) 学生の受入れ募集	(7) 学生の受入れ募集
(8) 財務	(8) 財務
(9) 法令等の遵守	(9) 法令等の遵守
(10) 社会貢献・地域貢献	(10) 社会貢献・地域貢献
(11) 国際交流	

※(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

・実践的な教育を行いながら学生個々のモチベーションアップを図る上で、デュアル教育の役割は大きいとの意見があった。デュアル教育を推進するにあたり、今年度新たに1コースを増やすとともに、既に導入をしている学科における課題点の洗い出しと、システムの構築を推進していく。  
 ・よりスムーズな企業連携を図るために、学生ニーズと企業ニーズのマッチングや情報共有を進めていく必要があるとの意見があった。インターンシップ先、連携企業先とは実習日誌などでフィードバックを受けている他、密な連携を図るために実習先の訪問や教育担当者から意見をj得る場を設けている。年々、インターンシップ先となる企業が増えている点から社会的にも意義のある教育カリキュラムと捉え、よりよい情報共有方法の構築を図る。

(4) 学校関係者評価委員会の全委員の名簿

名前	所属	任期	種別
渡邊 信子	Art税理士法人 代表社員	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	税理士
佐藤 洋彰	株式会社 フュージョンズ 代表取締役 社長	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	小売業・サービス
加藤 竜司	株式会社 サウンドエイト 専務取締役	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	イベント会社経営者
渡邊 賢一	医療法人社団 阿賀歯科 阿賀町鹿瀬歯科診療所	令和5年4月1日～令和7年3月31日(2年)	歯科医師

※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。

(例) 企業等委員、PTA、卒業生等

(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.nbc.ac.jp/zyouhou/>  
 公表時期: 45504



授業科目等の概要

#REF1	分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時間数	単位数	授業方法				場所			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	○			就職実務Ⅰ	就職活動に向けて具体的に準備に取り組む。	1・通	114	7	○			○	○			
2	○			リテールマーケティングⅠ	リテールマーケティング検定3級取得を目指す。小売業、サービス業従事者に必要とされる知識を習得する。	1・前	162	10	○			○	○	○		
3	○			POP広告実習	販売促進に必要なPOP広告について学ぶ。手書きPOPのスキル習得に重点を置く。	1・前	60	1			○	○	○			
4	○			Excel実習	Excelを使った表計算の基礎を身につける。	1・前	42	1			○	○	○			
5	○			計算実務	電卓の機能を理解し操作技術、操作スピードの向上を図る。	1・後	45	1			○	○	○			
6	○			ビジネス実務マナー	ビジネスの場における基本的マナーを身につける。	1・前	30	1	○			○	○			
7	○			商業簿記	会計処理の基礎を身につけ、利益の構造について理解する。	1・後	90	5	○			○	○			
8	○			接客対応コンテスト	ロールプレイング形式により対面販売技術の向上を図る。	1・後	54	1	○			○	○	○	○	
9	○			ラッピング実習	販売の現場で必要とされるラッピングの技術を身につける。	1・前	39	1			○	○	○			
10	○			異文化研究	海外研修と、その事前・事後学習。	1・後	57	1	○			○	○	○		
11	○			課外研修活動Ⅰ	国内研修、各種イベント等（1年次）。	1・通	73	2			○	○	○			
12	○			社会人常識マナー	社会人常識マナー検定3級に合格するための知識を学ぶ。	1・後	36	2	○			○	○			
13	○			基礎英語Ⅰ	アプリを活用した英語力向上のための科目。	1・通	16	1	○			○	○			
14	○			色彩学	色の働き、色彩調和、色彩効果、色彩と心理な度について学ぶ。	2・前	78	4	○			○	○			
15	○			就職実務Ⅱ	就職内定に向けての全体指導、個別指導。	2・通	85	5	○			○	○			
16	○			課外研修活動Ⅱ	国内研修、各種イベント等（2年次）。	2・通	60	1			○	○	○			
17	○			サービス接遇	サービス接遇2級を目指す。接遇スキルの向上を目的とする。	2・後	57	3	○			○	○			
18	○			パソコン実践	実務で使用頻度の高いパソコンスキルを中心に学び、実践力を高める。	2・前	42	1			○	○	○			
19	○			基礎英語Ⅱ	アプリを活用した英語力向上のための科目。	2・通	16	1	○			○	○			
20	○			接客英会話	接客の場面を想定した英会話を、ネイティブの講師から学ぶ。	2・通	42	2	○			○	○			
21	○			卒業研究(SDGs)	就職する業界のSDGs問題を知り、解決のためのアイデアを考案する。	2・前	55	3	○			○	○			
22	○			ディスプレイ実習	ディスプレイの基本パターンを理解し、テーマに合わせた校内の装飾なども行う。	2・後	72	2			○	○	○			
23	○			リテールマーケティングⅡ	リテールマーケティング検定2級取得を目指す。小売業、サービス業従事者に必要とされる知識を習得する。	2・後	144	9	○			○	○	○		
24	○			SNSマーケティング	各種SNSを用いた効果的な集客方法を学ぶ。	2・通	36	2			○	○	○			
25	○			カラーコーディネート	色彩学的应用として、実務の場面での活用方法を学ぶ。	2・後	39	2	○			○	○			
26	○			ファッションビジネスⅠ	ファッションをビジネスの視点で学ぶ。	1・後	90	2			○	○	○			
27	○			マーケティング基礎	マーケティングの基本的な知識を身につける。	1・後	90	5	○			○	○			



