

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	服飾史	科目区分	一般教養科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	古賀由紀夫	授業担当・外部講師	古賀由紀夫	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業は、古代文明の衣服から現代ファッションに至るまでの洋服の歴史を体系的に学び、時代背景と衣服の関係性を理解することを目的とする。素材・シルエット・装飾・技術革新の変遷を通して、社会や文化、価値観が服装に与えた影響を考察する。歴史的知識をデザイン発想やスタイリング提案に活かせる基礎力を養い、服飾専門学生としての視野と表現力を高めることをねらいとする。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>古代から現代までの衣服の素材・形・構造の変遷を理解し、それぞれの時代背景と結びつけて説明できる力を身につけることを目標とする。習得した知識をもとに、デザイン発想や商品説明に具体性を持たせ、説得力ある提案ができる力を養う。また、時代考証を踏まえたスタイリング構成ができ、根拠を持って表現できる実践力の習得を目指す。</p>				
授業方法・形態				
オンライン講義				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	衣服の起源を取り上げ、気候・環境・社会構造と衣服の関係性を理解する			1.25時間
2	衣服の基本形と素材に着目し、「巻く・結ぶ・被る」といった原初的構造や毛皮・毛・絹・綿・麻など素材の特性を学ぶ。			1.25時間
3	代エジプト・メソポタミアの腰衣やロインクロス、			1.25時間
4	古代ギリシャ・ローマのペプロスやキトンなど「巻く衣服」の完成形を学習する。			2.5時間
5	ビザンチン・ロマネスクのチュニック型上衣、			1.25時間
6	ゴシックの上衣・下衣の分化を学ぶ。			1.25時間
7	ルネサンスの男女服の特徴、			1.25時間
8	バロック期のフランス宮廷衣装			1.25時間
9	ロココのコルセット文化や宮廷のルール・マナーを扱う。			1.25時間
10	フランス革命からナポレオン時代における市民服・軍服・古代回帰様式			1.25時間
11	代の市民革命以降に成立するドレス、ジャケット、パンツ、シャツなど現代服の原型を学ぶ。			2.5時間
12	世紀末文化と様式、デザインの多様化、既製服産業の成立を理解する			.25時間
13	アールヌーボーとアールデコのデザイン様式			1.25時間
14	1930年代の新しい文化とアメリカの影響を考察する			1.25時間
15	アートとファッションの関係、とくにシュールレアリズムを通して芸術思想が服飾表現に与えた影響を学び、総括とする			1.25時間
				合計時数
				22.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
レポート 期末テスト				
評価方法・評価基準				
課題の提出 期末テスト 平常点の平均				
教科書・参考書・資料・文献				
教科書 世界服飾史 深井晃子 美術出版社				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
雑誌編集者として文化出版局にて、装苑、ハイファッションなどの編集業務に携わり、ニットデザイナー、手芸家としても東京コレクション、雑誌などに作品提供していた。		講師	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	素材学	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	古賀由紀夫	授業担当・外部講師	古賀由紀夫	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業では、アパレル製品を構成する「繊維・糸・布地」の基礎知識を体系的に学ぶ。天然繊維(綿・麻・毛・絹)や化学繊維(再生・半合成・合成)の分類と種類を理解し、それぞれの特性(吸湿性、保温性、強度、風合いなど)を比較検討する。さらに、繊維から糸、布地へと至る工程と名称を把握し、素材特性を踏まえた企画・デザイン・取り扱いができる力を養うことをねらいとする。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>本授業の到達目標は、各種繊維・生地を特性を理解し、用途に応じた適切な取り扱い方法(裁断・縫製時の注意点、洗濯・保管方法など)を説明できることである。さらに、素材知識を製作に活かし品質向上につなげる力、販売時に特性を的確に伝える力、スタイリングにおいて機能性や風合いを踏まえた提案ができる実践力を習得することを目標とする。</p>				
授業方法・形態				
オンライン講義				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	アパレル素材の定義を理解し、衣服を構成する素材の役割と基本構造を学ぶ。			2.5時間
2	繊維がファッション表現に与える影響を知り、素材選びの重要性を理解する			1.25時間
3	天然繊維(植物性・動物性)の種類と特性を学び、それぞれの違いを把握する。			1.25時間
4	化学繊維(再生・半合成・合成)の分類と特徴を理解し、用途との関係を学ぶ。			2.5時間
5	糸の撚り・太さ・長さ・番手などの基礎知識を学び、糸構造を理解する。			1.25時間
6	織物の三原組織(平織・綾織・朱子織)の構造と特徴を理解する。			1.25時間
7	ストライプやチェックなど基本柄の名称と、織り・プリントの違いを学ぶ。			2.5時間
8	洗濯・クリーニング・プレス・保管など素材の適切な扱い方を学ぶ。			1.25時間
9	編物の構造と特性を理解し、ニット製品の特徴を把握する。			1.25時間
10	表地・芯地・裏地・付属の種類と役割を理解し、製品構造を学ぶ			2.5時間
11	生地の仕上げ加工の種類と、機能性や外観変化について理解する			2.5時間
12	秋冬素材の特徴と保温・断熱加工の仕組みを学び、用途を考える			1.25時間
13	レースの歴史と手工芸・機械生産の違いを理解する			1.25時間
14	デニムの歴史と代表的な加工技術を学び、素材特性を理解する			1.25時間
15	不織布やフェルトの構造と特徴を学び、用途との関係を理解する/期末試験			1.25時間
				合計時数
				25時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
レポート 期末テスト				
評価方法・評価基準				
提出物 テスト 平常点の平均				
教科書・参考書・資料・文献				
アパレル素材論 文化服装学院編				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
雑誌編集者として文化出版局にて、装苑、ハイファッションなどの編集業務に携わり、ニットデザイナー、手芸家としても東京コレクション、雑誌などに作品提供していた。	講師	ファッション総合科 石川 誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	色彩学	科目区分	一般教養科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	堀川 彩里	授業担当・外部講師	堀川 彩里	
授業の概要(科目のねらい)				
AFT色彩検定3級公式テキストを使用し、文部科学省後援AFT色彩検定3級の取得を目指すことを主目的とし、実務にむけた色彩知識を学ぶ。 色彩検定日：2026年11月8日(受験申込者のみ)				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・文部科学省後援AFT色彩検定3級の取得及び、習得した色彩知識を仕事の現場に活かすことができるようになる ・表現したいファッションイメージに合わせて、ロジックに基づいてカラーコーディネートが提案できるようになる ・パーソナルカラー(人それぞれに似合う色)の概要を理解し、デザイン、スタイリング、企画、販売などそれぞれの分野に役立つ知識を習得する(色彩応用編) 				
授業方法・形態				
授業方法:オンライン 形態:講義100%(チャットによる質疑応答も含む)				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オリエンテーション:色彩の重要性について・色彩検定の概要・色の表示①:色の分類と三属性			1.25時間
2	色の表示②:PCCSを学ぶ			1.25時間
3	色の表示③:PCCストーン、トーンマップ作成・色彩心理①:色の心理的効果			1.25時間
4	色彩心理②:色の視覚効果			1.25時間
5	ファッションと色彩、流行色・色彩調和①:PCCSを用いた色相配色			1.25時間
6	色彩調和②:PCCSを用いたトーン配色			1.25時間
7	色彩調和③:アクセントカラー、セパレーション、グラデーション			1.25時間
8	色彩調和④:配色イメージ・イメージに合わせたファッションカラーコーディネート①			1.25時間
9	イメージに合わせたファッションカラーコーディネート② コラージュ作成			1.25時間
10	光と色①:混色と混色の身近な応用例			1.25時間
11	光と色②:色が見えるしくみ			1.25時間
12	光と色③:照明の色、視覚			1.25時間
13	検定対策①:色彩検定の概要・インテリアと色彩・色名・全7項目ごとの出題ポイント解説			2.5時間
14	検定対策②:全7項目ごとの出題ポイント解説			2.5時間
15	検定対策③:全7項目ごとの出題ポイント解説・筆記試験・パーソナルカラー概論			2.5時間
合計時数				22.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
修了試験:色彩検定3級模擬テスト 修了課題:イメージに合わせたファッションカラーコーディネートのコラージュ(イメージ、コンセプト、世界観、ビジュアル、カラーコーディネート・素材・スタイリング説明)				
評価方法・評価基準				
課題評価(PCCストーンマップ作成、配色演習、コラージュ作成、色彩検定小テスト、色彩検定模擬テスト) 33%、テスト結果 33%、 日常点(授業参加・態度・出席率)33% 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり				
教科書・参考書・資料・文献				
<ul style="list-style-type: none"> ・『AFT色彩検定公式テキスト3級編』内閣府認定公益社団法人色彩検定協会 著 ・新配色カード 199a・新配色カード199用演習台紙 日本色研事業株式会社 ・オリジナル模擬テスト 				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
文部科学省後援AFT色彩検定協会認定色彩講師として、色彩検定やパーソナルカラー検定対策を行う他、ファッション・美容・映像等各分野の企業や学校の色彩講義、カラーセミナー、パーソナルカラー診断を20年以上担当。色彩、パーソナルカラーに関する知見を豊富にもつ。		講師	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	英会話	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	梨本 雅子	授業担当・外部講師	梨本 雅子	
授業の概要(科目のねらい)				
ファッション用語を含む基本的英会話力の取得 カラー・柄・素材・スタイルの表現方法及び日常英会話(買い物・旅行等)・文法・海外トレンド理解				
到達目標・習得技術				
英語による自己紹介と簡単な会話がスムーズにできる。 ファッションに関する英単語や英語表現の知識定着				
授業方法・形態				
オンラインにて、オリジナル資料による学習と相互会話 課題提出と会話の繰り返しによる復習 期末テストによる理解力確認				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	授業内容説明・自己紹介・はじめの会話			1.25 時間
2	アルファベットの発音・基本英単語			1.25 時間
3	少ない単語でコミュニケーション			1.25 時間
4	サイレントレター・英語と和製英語の違いについて(勘違い英語を知ろう)			1.25 時間
5	英語でのいろいろな表現(数字・敬称・続柄・図形・体のパーツなど)			1.25 時間
6	ファッションに関連した単語の基本知識1(スタイル・種類等)			2.5時間
7	ファッションに関連した単語の基本知識2(素材・柄等)			2.5時間
8	アメリカとイギリス英語の違い			1.25 時間
9	海外での買い物における基本会話			1.25 時間
10	日本と海外の使用単語の違いについて(ファッション用語含)			2.5時間
11	生活に密着した英単語および日常的な行動の表現			1.25 時間
12	英語の不思議・英語圏と日本の文化の違いとジェスチャー			1.25 時間
13	英語スラングとイディオム・テストのための総合復習(単語・基本会話)			2.5時間
14	期末テスト実施(オンライン)			1.25 時間
15	テスト解答解説・英語視聴用おすすめ映画紹介			2.5時間
合計時数				25 時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
オリジナル作成期末テスト(オンライン) 選択式回答・正誤式回答による25問問題				
評価方法・評価基準				
出席と授業参加評価(チャットによるクイズ出題) 期末テスト点数				
教科書・参考書・資料・文献				
オリジナルPowerPoint資料 『WORD by WORD English Picture Dictionary』				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
ISSEI MIYAKEパリオレ衣装制作アシスタント・株式会社ワールド オリジナルブランドデザイナー 舞台衣装デザイン及び製作・アパレルブランド総合プロデューサー・アパレルグラフィックデザイナー TFACグラフィックデザイン及びビジネス関連授業担当・現在アメリカロサンゼルス在住		講師	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	就職ガイダンス	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	2単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科・ファッション造形科	対象課程	基礎課程	
教員	花園 和年	授業担当・外部講師	花園 和年	
授業の概要(科目のねらい)				
1、業界研究からスタートし、ファッション繊維業界全体に対する理解を深め、将来の職業選択の選択肢を増やす 2、自己分析を通して、自分にとっての適職は何かを探索 するためにジョブカードの作成、活用法を学ぶ 3、敬語、マナー、等、社会人としての基礎知識を身に付け、面接、選考対策のみならず就職後も継続して活用できる動作、知識の反復の徹底 4、第1次選考に必修になりつつあるグループディスカッション対策 それを通じて会議の推進法、プレゼンテーションの仕方を身に付け、就活のみならず就職後役に立つ能力の取得を目指す				
キャリア				
1、業界研究を通じ、服ができるまでの全工程、関連産業への理解を深め、職業選択時に有用に活用できる知識の習得 2、ジョブカード作成を中心とした自己分析を通じ、適職探し、エントリーシート作成に有効活用 3、敬語、マナー、SPI対策 4、グループディスカッション対策				
授業方法・形態				
講義＋演習(グループワーク、ロールプレイング含む) ジョブカードを含む各種課題作成				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	2028卒用就活スケジュール解説 働き方解説(働くとは?)			2.5時間
2	業界研究:川上から川中まで:製糸業からテキスタイルまでの各業界解説			2.5時間
3	業界研究:川中から川下まで:専門商社、小売業、セレクトショップ、EC			2.5時間
4	ジョブカード 解説 作成 1 自己分析を通じ、自分の適職を探す			2.5時間
5	ジョブカード 解説 作成 2 ジョブカードの完成とES,履歴書との連動			2.5時間
6	敬語・マナー対策 1 就職活動時に必要とされる敬語、ビジネスマナー			2.5時間
7	敬語・マナー対策 2 電話対応含め社会人としての基礎;の反復練習			2.5時間
8	SPI 対策 1 言語 国語を中心とした語句の意味、読解、文章の要旨			2.5時間
9	SPI 対策 2 非言語 数学 確率、推論、速度、利益率、集合			2.5時間
10	SPI対策 3 一般常識問題 時事問題			2.5時間
11	選考対策解説(面接、エントリーシート、履歴書)			2.5時間
12	グループディスカッション 1 会議の本質の理解(役割分担、各役割の推進方法)			2.5時間
13	グループディスカッション 2 会議のまとめ方、発表練習、評価			2.5時間
14	期末試験			2.5時間
15	試験内容解説、面談			5時間
合計時数				50時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
修了試験(敬語、一般常識、ビジネスマナー、自己PR) グループディスカッション 日常課題				
評価方法・評価基準				
日常点(授業参加、態度、出席率)1/3、小課題＋プレゼンテーションの平均評価1/3、修了試験1/3 出席率一定以下(3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり				
教科書・参考書・資料・文献				
担当教員による、28卒用最新就職情報の毎回の提供 企業よりの提供資料の有効活用 「就職活動1冊目の教科書」KADOKAWA				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
明治大学卒 テキスタイル企画、MD12年(ニット、合織、プリント) 海外製品バイヤー20年		講師	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	情報処理基礎 I	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	20回
設置学科・コース	ファッション総合科・ファッション造形科	対象課程	基礎課程	
教員	福嶋 哲平	授業担当・外部講師	豊泉 彩乃	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>将来的に必要な情報処理の基礎能力を身につけることを目的とする。 Microsoft Office(PowerPoint、Excel、Word)を中心に、情報の整理・加工・表現・伝達の基本的な方法を学習し、レポート作成、資料作成、簡単なデータ処理を適切に行える能力を養う。また、複数のオフィスソフトを連携させた作業を通じて、他授業と連動した情報、プレゼンテーションツール制作力を身につける。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>図案構成の基本を理解し、シルクスクリーン製版・プリントの基本技法を習得。 染色手法(抜染、捺染、防染など)、用具の基礎知識と作業工程を身につける。 自らのコンセプトに基づいたオリジナルテキストスタイルを制作。制作過程を振り返り、デザイン意図を言語化して発展性を研究考慮したプレゼンテーション力。</p>				
授業方法・形態				
<p>PowerPointを用いて、目的に応じた資料を作成、複数のOfficeソフトを連携させ、情報を統合した成果物を作成できる Excelを用いて、基本的な表作成・計算・グラフ化、Wordを用いて、体裁の整った文書(レポート)を作成できる 情報処理の基本的な考え方(正確性・再現性・可読性)を理解</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オリエンテーション「PC操作の基本」情報処理の基礎、Officeソフトの役割			2.5時間
2	PowerPoint①:プレゼンテーションの構成、スライド作成の基本			2.5時間
3	PowerPoint②:図表・画像の挿入、視覚的表現の工夫			2.5時間
4	PowerPoint③:発表資料の完成、簡単な発表演習			5時間
5	Excel①:表計算の基礎、データ入力、基本的な計算			2.5時間
6	Excel②:相対参照・絶対参照、簡単な関数(SUM、AVERAGE等)			2.5時間
7	Excel③:グラフ作成、データの可視化			2.5時間
8	Excel④:データ整理と活用(並べ替え、簡単な分析)			5時間
9	Word①:文書作成の基礎、書式設定、段落構成			2.5時間
10	Word②:表・図の挿入、レポート形式の理解			2.5時間
11	Word③:見出し設定、目次作成、文書の完成			5時間
12	Office連携①:Excelで作成した表・グラフをWordに活用			5時間
13	Office連携②:Word・Excelの内容をPowerPointに反映			2.5時間
14	3ソフトを連携した課題制作			5時間
15	授業全体の振り返り、終了試験			2.5時間
合計時数				50時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
授業内課題・演習成果物				
評価方法・評価基準				
<p>授業への取り組み・出席状況(日常点):1/3 実習課題評価:1/3 筆記試験:1/3</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
『Microsoft PowerPoint 基礎』、『Microsoft Excel 基礎』、『Microsoft Word 基礎』 FOM出版				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
株式会社アスキー、株式会社内外出版社にて15年以上の実務を担当し、PCスキルの知見を豊富に持つ。	専任教員	ファッション総合科 石川 誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	情報処理基礎Ⅱ	科目区分	一般教養科目	
履修期間	前期	履修要件	あり	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	11～15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	福嶋 哲平	授業担当・外部講師	豊泉 彩乃	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>「情報処理基礎演習(Office)」で修得した知識・技能を基盤として、ExcelおよびWordを用いた実践的な情報処理能力の向上を目的とする。表計算ソフトによる関数処理、データ分析、分析グラフの作成、ならびに文書作成ソフトによる各種フォーマットの設計を通じて、学修・研究・実務に応用可能な情報活用力を養う。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>Excelの主要な関数を用いて、データの集計・分析、分析結果を適切なグラフとして可視化できる。 Wordを用いて、目的に応じた文書フォーマットを設計・作成できる ExcelとWordを連携させ、分析結果を整理・報告する文書を作成でき、情報処理における正確性・効率性・再現性の重要性を理解している</p>				
授業方法・形態				
<p>PCを用いた演習形式で実施する。 担当教員による操作説明およびデモンストレーションの後、学生は各自の端末を用いて課題に取り組み、ExcelおよびWordによる関数処理、データ分析、文書フォーマット作成を段階的に学習する。</p>				
項目	授業計画・内容			予定時数
1	オリエンテーション 応用的情報処理の位置づけ、基礎内容の復習			2.5時間
2	Excel①:関数の基礎(IF、COUNT、SUMIF 等)			2.5時間
3	Excel②:関数の応用(VLOOKUP/XLOOKUP、IF の組合せ)			2.5時間
4	Excel③:データの集計と整理(条件付き集計、ピボットテーブル)			2.5時間
5	Excel④:分析グラフの作成と読み取り			2.5時間
6	Excel⑤:実践的データ分析演習			2.5時間
7	中間チェック Excel⑥:演習課題のまとめ			2.5時間
8	Word①:ビジネス・学術文書の構成とフォーマット設計			2.5時間
9	Word②:スタイル機能による文書管理			2.5時間
10	Word③:表・図・図表番号の管理			2.5時間
11	Word④:差し込み文書、テンプレート作成			2.5時間
12	Excel×Word連携①:分析結果の文書化			2.5時間
13	Excel×Word連携②:レポート形式の作成			2.5時間
14	総合演習:データ分析から報告書作成まで			2.5時間
15	授業全体の振り返り、終了試験			2.5時間
				合計時数
				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
授業内課題・演習成果物				
評価方法・評価基準				
<p>授業への取り組み・出席状況(日常点):1/3 実習課題評価:1/3 筆記試験:1/3</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>『よくわかる Microsoft Excel 応用』、『よくわかる Microsoft Word 応用』 FOM出版 『情報活用能力・情報リテラシーに関する資料』 総務省</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
株式会社アスキー、株式会社内外出版社にて15年以上の実務を担当し、PCスキルの知見を豊富に持つ。		専任教員	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	カメラ撮影実習	科目区分	一般教養科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	野間憲治	授業担当・外部講師	福嶋哲平	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>商品情報やコーディネート撮影など、ファッション業界に不可欠な写真撮影の技術を習得するため、</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.モデルや商品撮影に必要なデジタルカメラの使用方を習得し、絞りやシャッター速度、構図や光源など多様な技術を理解する。 2.撮影に使うカメラ機材やスタジオ撮影機器などの名称・操作を修得し、撮影現場でのスムーズな作業を身に付ける 3.撮影機材の使用法と効果を理解することで、イメージする写真に沿った指示や道具の準備が行えるようにする。 4.商品写真やイメージビジュアルなど、用途に応じた写真の選び方を理解して身に付ける。 				
到達目標・習得技術				
<p>カメラの絞りやシャッター速度、ISOの変化によって起きる写真の効果を把握し、能動的な撮影を可能にする。 商品カタログやECショップに掲載する商品写真を、用途に合わせて最適な構図や撮影手法を選択できる。 撮影スタジオ内で使用する機材の名称や役割を把握して、撮影内容に合わせたセッティングができるようにする。 自ら撮影するだけでなく、提供された写真の中からより目的に沿った写真を選べる観察・審美眼を育む。</p>				
授業方法・形態				
<p>写真撮影に関する技術や知識を学び、その技術を実際に一眼レフカメラを使った撮影実習を行うことで理解して身に付ける。 技術指導に関しては全国誌などで撮影経験を持つ講師が指導し、学生の修得状況に応じた指導を行う。 提出された作品に対しては、講師による評価だけでなく学生同士の相互評価を行うことで鑑賞能力の向上も計る。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ピントの合わせ方やレンズ交換、データのPC移行など基本的なデジタルカメラの操作方法			2.5時間
2	ポートレート撮影の基本とアングルによる商品・ブランドイメージのコントロール方法			2.5時間
3	カメラの絞り機能を使ってボケを操り、モデルや商品を印象付ける撮影			2.5時間
4	シャッター速度をコントロールして、洋服のドレーピングやモデルの動きを見せる撮影			2.5時間
5	スローシャッターを使った「流し撮り」で被写体の動きを効果的に演出する撮影			2.5時間
6	カタログやECサイトの商品写真撮影に有効な日の丸構図や三角構図、三分割構図での撮影			2.5時間
7	放射線構図や額縁構図などを使ったパンフレットの表紙やイメージビジュアルの撮影			2.5時間
8	光源を意識して順光や斜光での商品着用モデルの撮影			2.5時間
9	逆光や半逆光、サイド光などを使ったイメージビジュアルの撮影			2.5時間
10	撮影スタジオで使用する機材の使用法や名称と、撮影計画書の作成			2.5時間
11	ECサイトやパンフレットに掲載する写真を想定した、撮影スタジオを使った物撮り実習			2.5時間
12	イメージビジュアルの撮影を想定した、スタジオ内で多灯ストロボを使った人物撮影実習			2.5時間
13	ECサイトや商品カタログへの掲載写真を想定した、撮影スタジオを使った商品着用モデルの撮影			2.5時間
14	機材の使用法と撮影技術の理解度・習熟度の確認のためのペーパーテスト			2.5時間
15	学生による提出写真の講評と相互評価による鑑賞能力の向上			2.5時間
合計時数				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
指定された絞り、シャッター速度、ISO、構図、光源等を用いた撮影写真、ペーパーテスト(デジタルカメラの使用法・撮影機材と技術)				
評価方法・評価基準				
<p>日常点を1/3、授業内課題を1/3、筆記試験を1/3として平均値を算出し、成績評価を行う。 課題の評価点やテストの正答率が一定以下(59点以下)であれば自動的に不合格とする場合あり なお、成績評価が60点未満の場合は補習対象となる。</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
「始めよう、カメラの授業13」日本広告写真家協会				
担当教員の経歴・実務経歴			教員種別	科目所属科長
雑誌「TVガイド」や「モデルプレスカウントダウンマガジン」、雑誌・書籍・広告などの分野で活動しているフォトグラファー。野間写真事務所代表、日本広告写真家協会所属。			専任教員 実務家	ファッション総合科 石川 誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ヘア&メイク	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	名取瞳	授業担当・外部講師	藤井奈穂・白鳥みやこ・かすみきりこ	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>ファッション分野におけるヘアメイクの基礎知識と基本技術と応用技術を学ぶ授業。メイクアップでは基礎理論を理解するとともに、ベースメイク、ポイントメイクの実習や応用としてのイメージメイクアップを学び、ヘアスタイリングでも基礎理論と基本的なテクニック、それらを使った応用のアレンジを実習を通して、ファッション表現に適したヘアメイク技術を身につけ、トータルコーディネート視点の視点を養う。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ヘアメイクに関する基礎知識を理解し説明できる ベースメイク、アイメイク、リップメイクなどの基本的なメイク技術を実践できる 基本的なヘアスタイリングおよびヘアアレンジを行うことができる ファッションのテーマやコーディネートに合わせて、適切なヘアメイクを考え提案できる ヘアメイクをトータルコーディネートの一要素として活用できる基礎力を身につける</p>				
授業方法・形態				
<p>ヘアスタイリングはウィッグとヘア道具を使った実習、メイクアップは化粧品を使い学生同士が相互にモデル役となり実習をする。講師によるデモンストレーションを行い、学生はそのデモンストレーションをお手本に各自が課題を実習する形式。デモンストレーション後、実習する学生に対して質問に対する回答やアドバイス、細かいレクチャー等、学生に対して適切な指導を行い、習得目標の技術を学び完成させる</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ヘアスタイリング基礎:ヘア美容用語解説、ヘア用具の説明、基本のブロッキング			2.5時間
2	ヘアスタイリング基礎:編み込み(表編み、裏編み)			2.5時間
3	ヘアスタイリング基礎:ヘアアイロン(扱い方、フォワード巻き、リバース巻き、ミックス巻き)			2.5時間
4	ヘアスタイリング応用:編み込みとアイロンを使ったヘアスタイル(カチューシャ編み込み)を作る			2.5時間
5	ヘアスタイリング基礎:ストレートアイロン(扱い方、ストレートにする、波巻きにする)			2.5時間
6	ヘアスタイリング基礎:ポニーテール(髪を結ぶ、ゴムの結び方、結ぶ位置による見え方の違い)			2.5時間
7	ヘアスタイリング基礎:シニヨン(お団子スタイルのテクニック、ピンニング、毛先の逆毛テクニック)			2.5時間
8	ヘアスタイリング応用:トレンドのヘアアレンジ(くるりんぱ、玉ねぎ、編みおろし)			2.5時間
9	ヘアメイク:実技テスト(テーマに合わせたヘアスタイル作品作り、コンセプト設計と解説)			2.5時間
10	メイクアップ基礎:ベースメイク(スキンケア、ファンデーション)			2.5時間
11	メイクアップ基礎:アイメイク(アイブロウ、アイカラー、アイライン、マスカラの各テクニック)			2.5時間
12	メイクアップ基礎:チーク、リップ、これまでの復習(ナチュラルなメイクアップを仕上げる)			2.5時間
13	メイクアップ応用:イメージメイクアップ①カワイイ(日本のアイドルメイク)イメージのメイクアップを仕上げる			2.5時間
14	メイクアップ応用:イメージメイクアップ②シャープ&クールなイメージでメイクアップを仕上げる			5時間
15	テスト			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
授業ごとの目標に対しての実習成果物、筆記試験(実技試験とコンセプトシート)				
評価方法・評価基準				
各項目に標準点を置き講師からのレクチャーやアドバイスに対して「日常点」1/3、「授業内課題」1/3、「筆記試験(実技試験)」1/3				
教科書・参考書・資料・文献				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
ヘアメイクアーティスト		非常勤講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	キャリアデザイン	科目区分	一般教養科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	2単位	17回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	花園 和年	授業担当・外部講師	なし	
授業の概要(科目のねらい)				
就職活動のために必要なマナー、知識の習得。業界理解、企業理解のためにも企業説明会の校内開催を中心として企業と学生の接触の場を増やすことにより、企業選択の機会を増やすとともに、選考対策の場としても活用。就職後、5年先、10年先のキャリアプラン作成の基礎となるキャリアデザインシートの作成。就職活動を前提としながら、社会人としてのキャリア設計を長期的に考え、将来を見据えるコンパスの作成				
キャリア				
1、自己分析 エントリーシート、履歴書作成 内容面談 2、面接、グループディスカッション対策 3、敬語、マナー、SPI対策 4、キャリアデザインシート作成				
授業方法・形態				
講義＋演習(グループワーク、ロールプレイング含む)				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	本年の就職活動状況解説・企業紹介			2.5時間
2	エントリーシート・履歴書作成 1 自己PR,長所短所の記入(自己分析に基づく、自己分析指導)			2.5時間
3	エントリーシート・履歴書作成 2 志望動機			2.5時間
4	エントリーシート解説・面談			2.5時間
5	企業説明会① 会社説明、職業人のプロたる企業人との接触による自己啓発、採用担当からの就職指導			2.5時間
6	グループディスカッション 1 チームを変えながら複数回練習、会議、プレゼンテーションの学習			2.5時間
7	グループディスカッション 2 様々な企業で実施されたディスカッションテーマに挑戦・発表・講評			2.5時間
8	企業説明会② 会社説明、企業人事担当による就活指導			2.5時間
9	敬語・マナー習得 1 敬語、訪問時、面接、電話対応、就職後の対応含む			2.5時間
10	敬語・マナー習得 2 ビジネスマナー、社会人常識、会議、商談対応			2.5時間
11	SPI対策 言語・非言語・一般常識			2.5時間
12	面接練習 グループ面接対策 個人面接対策			2.5時間
13	キャリアデザインシート作成 現状分析 5年後、10年後を見据えたキャリアプラン作成			7.5時間
14	期末試験			2.5時間
15	試験内容解説、面談			2.5時間
合計時数				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
修了試験(敬語、一般常識、キャリアデザイン) エントリーシート キャリアデザインシート				
評価方法・評価基準				
日常点(授業参加、態度、出席率)1/3 小課題＋プレゼンテーションの平均評価1/3、修了試験1/3 出席率一定以下(3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり				
教科書・参考書・資料・文献				
担当教員による、27卒用最新就職情報の毎回の提供 企業よりの提供資料の有効活用 キャリアデザインシート使用 「自立へのキャリアデザイン」且まゆみ著				
担当教員の経歴・実務経歴			教員種別	科目所属科長
明治大学卒 テキスタイル企画、MD12年(ニット、合織、プリント) 海外製品バイヤー20年			実務家教員 基幹教員	石川 誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	SNSセルフプロデュース	科目区分	一般教養科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	11回
設置学科・コース	ファッション総合科ファッションビジネスコース	対象課程	専門課程	
教員	伏見幸恵	授業担当・外部講師	近藤耀司	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>SNS時代に求められるコンテンツ企画力・制作力・分析力を身につけることを目的とする。 主要プラットフォームの特徴を学びながら、バズを生むコンテンツの構造やアルゴリズム理解、撮影・編集技術、SNS運用戦略、モデルとしてのブランディングまでを体系的に扱う。 最終的には、学生が実際に企画したSNSコンテンツを制作・発信し、分析しセルフプロデュースできるモデルを目指す</p>				
到達目標・習得技術				
<p>SNSごとの特徴やアルゴリズムを理解し、適切に企画を立てられる スマホのみで撮影・編集できる技術を習得する バズの構造を分析し、戦略的にコンテンツを制作できるモデルとしてのブランディング手法を学ぶ 法的・倫理的リスクを理解し、安全に発信できる</p>				
授業方法・形態				
<p>デモンストレーションからの実習を中心。 プレゼンテーションにおいては、学生同士の相互講評、評価を取り入れる。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オリエンテーション (授業概要、評価方法の説明)			2.5時間
2	SNS時代のメディア構造、特徴とアルゴリズム理解(各種プラットフォームの特徴/プラットフォームコンテンツの傾向)			2.5時間
3	「バズる」とは何か? 実例をもとに分析的に理解する			2.5時間
4	SNS向けコンテンツ企画 「どんな欲求に刺さるのか」共感を企画する技術・競合・類似コンテンツのリサーチ			2.5時間
5	SNS向けコンテンツ企画 「アイデア出しワークショップ」ミニ課題			2.5時間
6	SNS向けコンテンツ企画 「TikTok / YouTubeショート企画」			2.5時間
7	構成の分析 「0～3秒の重要性」導入→展開→落ち(CTA)」			2.5時間
8	撮影技術① 画角・縦構図・ライティング・色			2.5時間
9	撮影技術② 音声収録・室内撮影・屋外撮影(簡易照明やレフの活用)			2.5時間
10	編集技術① 「CapCut / VN などの基本操作」(テロップ、BGM、スピード、カット割の基本)			2.5時間
11	編集技術② SNSで好まれる動画のテンポ・コンテンツブラッシュアップ			2.5時間
12	アカウント設計「ブランディング(インフルエンサーの構造)・世界観の統一」			2.5時間
13	リテラシー「炎上リスクと法・倫理・著作権」・PR案件の仕組み・企業が求めるモデルとは?			2.5時間
14	成果発表会・動画、アカウントのプレゼンテーション			5時間
15	終了テスト			2.5時間
			合計時数	40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
課題動画				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
ジェンダーレス系男子として世間の注目を浴び、国内メディアのみならずニューヨークタイムズ、BBC等海外メディアでも取り上げられるインフルエンサーでありタレント		講師	ファッション総合科 伏見幸恵	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	業界人講話	科目区分	一般教養科目	
履修期間	特別講座	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	1単位	
設置学科・コース	全学科	対象課程	基礎課程	
教員	石川和男	授業担当・外部講師	石川誠、花園和寿、鷺典子、伏見幸恵	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業はそれぞれの課程や専門技術の習得に資するタイミングで、各業界の第一線で活躍する著名な専門家・実務家を招き、最新の業界動向、キャリア形成、社会課題、実際の現場での経験などについて講話いただく特別講義である。学生は、実務家のリアルな言葉に触れることで、将来のキャリア形成に必要な視野を広げ、社会で求められる能力や姿勢を理解することを目的とする。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>業界の構造・トレンド・課題について自分なりの考察をする機会として、実務的な視点から、学びとキャリア形成の重要性を理解する。講話内容をもとに、自らの今後の学習計画・進路選択を見直すことができる。積極的に質問や議論に参加する姿勢を身につける。</p>				
授業方法・形態				
<p>授業形態の基本方針としては在宅・課外学習を中心とした段階的演習型授業として運営するが、他授業の「キャリアデザイン」「業界研究」「産学連携」などの複数の授業と連動して、事前課題学習を進め、中間チェック、総括していく。準備段階から記録に関するまで、統括教員が学修進行を管理し、課題提示・提出・フィードバックを通じて、継続的な指導を行う。</p>				
項目	授業計画・内容			課外時数
1	学修の起点とする理解（「好き」と「専門」の違い整理）			3時間
2	興味関心の棚卸し（これまでの制作・学修・体験の振り返り、印象に残った出来事の抽出）			3時間
3	漠然とした興味を言語化した問いに変換			3時間
4	関心の焦点化（各自の関心とファッション業界の接続）			3時間
5	関心分野で活躍する人物・ブランド調査			3時間
6	仮説構築（ゲスト業界人について「なぜ今、関心が寄せられるか」「なぜ今、自分が関心を寄せるのか」）			3時間
7	準備・中核体験への接続（登壇者の経歴・思想分析）			3時間
8	疑問、問いの設計（関心を軸にした質問作成）			3時間
9	業界実務家による特別講話			2.5時間
10	再定義（振り返りと整理）現実の差異整理			3.5時間
11	新たな問いの抽出、関心			3時間
12	関心の再定義（より具体的・実践的な関心へ再構築）			3時間
13	キャリア構想、キャリアへの展開（成功へのルート多岐化）			3時間
14	学修計画への接続（制作・研究・インターンへの反映）			3時間
15	キャリア感の成長確認			3時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>講義後レポート(テーマ「講義の要点整理」「講師の話から得た学び」「今後のキャリアにどのように活かすか」)</p>				
評価方法・評価基準				
<p>評価項目と内容は、出席:1/3、レポート評価:1/3、聴講姿勢:1/3 事前申告者においては、オンライン聴講による出席も可、レポート未提出は単位不認定(提出期限:講義日から1週間以内)</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>指定なし(講師から関連資料配布)</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
		基幹教員	鷺典子	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ソーシャルメディアマーケティング	科目区分	一般教養科目□	
履修期間	前期	履修要件	なし□	
必修・選択	選択	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	廣瀬龍也	授業担当・外部講師	斎藤美空□	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>Instagram、TikTokの特性と活用方法を理解し、服飾業界における情報発信、集客、販売促進に活かす力を養う。また、SNS上でコンテンツを企画・制作・発信し、その反応を分析して改善につなげる一連の流れを学ぶことで、ブランドや商品の魅力を適切に伝える実践力を身につける。</p> <p>さらに、マーケティングの基礎理解を深め、服飾分野においてブランドの認知拡大から販売促進までを総合的に考え、提案できる力を養う。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>服飾業界において、SNSの企画・運用担当者として基礎的な実務対応ができるレベルの知識と技術を身につける。具体的には、SNSアカウントの基礎的な運用方法を理解し、集客、ブランディング、販促の基礎知識を習得する。また、自ら設定したブランドや商品をSNS上で効果的に発信し、分析と改善を重ねながら、マーケティング視点をもって提案・発信できる力を養う。加えて、服飾業界で求められる視覚表現力、企画力、発信力、分析力、職業倫理を総合的に身につける。</p>				
授業方法・形態				
<p>実習では、服飾業界におけるSNS運用担当者・スタイリスト・ブランド発信担当者として必要な視点を身につけるため、衣服・スタイリング・ブランドイメージを他者に伝えるための企画、撮影、編集、文章作成、投稿分析を行う。指導テクニック:講義、事例分析、実演、個別指導、講評、質疑応答作業形態:個人作業、グループワーク、ディスカッション、プレゼンテーション</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	SNSを活用したブランド発信の基礎を理解し、服飾業界において必要なブランドイメージの作り方や見せ方を習得する。			2.5時間
2	Instagramの基本機能と特性を理解し、服飾分野における効果的な情報発信方法と見せ方を習得する。			2.5時間
3	発信目的やターゲットを整理し、ブランドや商品の魅力を伝えるための企画立案力と構成力を習得する。			2.5時間
4	服飾アイテムやスタイリングを魅力的に見せるための撮影方法を学び、視覚的に伝える表現力を習得する。			2.5時間
5	SNS発信用動画の基礎編集技術を学び、ブランドや商品の魅力を短時間で伝える編集力を習得する。			2.5時間
6	投稿後の反応や数値をもとに、発信内容の改善点を見つけ、次の施策に活かす分析力を習得する。			2.5時間
7	TikTokの基本機能と拡散特性を理解し、服飾業界における動画発信の活用方法を習得する。			2.5時間
8	SNS運用に必要なモラルやルール、著作権・肖像権・炎上防止などの基礎知識を理解し、適切に活用する力を習得する。			2.5時間
9	商品やブランドの魅力を的確に伝えるためのPR視点を学び、訴求力のある発信方法を習得する。			2.5時間
10	発信内容を具体化し、実際のSNS運用や販売促進につなげるための企画提案力を習得する。			2.5時間
11	企画意図に沿って撮影を行い、ターゲットに伝わるビジュアル表現力を高める。			2.5時間
12	撮影素材を整理・編集し、媒体特性に合わせて見やすく伝わりやすいコンテンツ制作力を習得する			2.5時間
13	制作・発信した内容を振り返り、改善提案ができる力と、実務につながるマーケティング視点を習得する。			2.5時間
14	授業を通して学んだSNS運用、ブランディング、企画、撮影、編集、分析、モラルに関する知識と理解を総括する。			2.5時間
15	試験結果の振り返りを通して、自身の理解度や課題を確認し、今後の学習や実務への活用につなげる。			2.5時間
合計時数				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>ブランディング設計シート、Instagram運用企画書、投稿企画書、撮影構成シート、動画編集データ、分析レポート、TikTok企画書、SNSモラル確認シート、PR企画書、最終成果物「SNSマーケティングポートフォリオ」、修了試験:筆記試験。</p>				
評価方法・評価基準				
<p>授業態度、SNSの実績、各コンテンツのクオリティやテストで採点する。日常点(授業参加・態度・出席率)1/3、課題(企画書、制作したコンテンツ作品)1/3、終了試験1/3</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>『SNSマーケティング7つの鉄則』日経BP 『Instagram運用の教科書』</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
アパレルブランド等のSNSマーケターとして活動中。		講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	体育Ⅰ・Ⅱ	科目区分	一般教養科目	
履修期間	特別講座	履修要件	なし	
必修・選択	選択	単位数・(実日程)	各1単位(実日程)	2回
設置コース	全学科	対象課程	全課程	
教員	実行委員教職員	授業担当・外部講師	なし	
授業の概要、科目のねらい				
<p>本授業は、学生主体のスポーツイベント(運動会等)を通じて、体力向上とともにコミュニケーション能力や協働性を育むことを目的とする。(種目はリレー、綱引き、大縄跳びなど。学生は当日の競技参加に加え、事前準備や後日の振り返りレポートの作成を行う)</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・チームでの協働を通じ、コミュニケーション力とリーダーシップを育成する ・身体活動を通じて健康的な生活習慣の重要性を理解する ・イベント企画・運営に関わる体験から、主体性・責任感を養う 				
授業方法・形態				
<p>『チームビルディング研修』体験型特別授業 本科目における事前準備期間の学修は、学生による組織的活動を中心とするが、教員の指導・管理のもとで計画的に実施される。教員は実行委員会を随時召集し、活動計画の確認、進捗管理、安全配慮に関する指導を行い、学生の活動が教育目標に沿って適切に進行するよう統括する。これにより、時間割外での活動を含めつつも、正課授業としての指導性、双方向性、評価性を確保している。</p>				
回	授業計画・内容			課外時数
1	ガイダンス/運動体育科目としての位置づけ(心身成長と組織形成)			3時間
2	身体理解と他者認識(心身身体能力、集団における多様性理解)			3時間
3	参加関与と役割意識(実行委員会編成)			3時間
4	コミュニケーション(チーム編成・信頼関係構築)			3時間
5	スポーツイベント企画立案(心身負荷と安全性配慮した競技設定)			3時間
6	運動会企画立案(自立主体性と競技種目バランス、組織運用)			3時間
7	調整力形成(意見調整・合意形成)			3時間
8	事前準備(用具・進行確認)			3時間
9	スポーツイベント実施(競技参加)			3時間
10	身体的負荷・心理的反応の振り返り			3時間
11	改善計画策定(発展・反省会)			3時間
12	運動会事前準備(心身のセルフマネジメント)			3時間
13	運動会実施(競技参加)			5時間
14	健康意識の定着(心身成長の振り返り)			2時間
15	今後の学生生活への活用(振り返りレポート)			2時間
合計時数				45時間
課題成果物・修了試験・修了課題				
<p>実行委員会議事録 振り返りレポート</p>				
評価方法・評価基準				
<p>授業・行事への参加態度:1/3、組織活動・役割遂行:1/3、振り返りレポート:1/3 無断欠席は単位不認定(やむを得ない場合は別課題による補填) レポート未提出は単位不認定</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>スポーツ・レクリエーション事典 著:日本レクリエーション協会</p>				
担当教員の経歴・実務経歴				
<p></p>				

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	グラフィックデザイン実習 I	科目区分	職業専門科目	
履修期間	通年	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	30回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎過程	
教員	田中 小百合	授業担当・外部講師		
授業の概要(科目のねらい)				
MacPCを利用したグラフィック制作ソフト(Illustrator・Photoshop)の基礎知識、基礎技術の習得。 座学と実践を通じてデザイン構築の4大原則を学び、より魅力的でユーザー目線に立ったデザインを制作するための知識を養う。 MacPCの基本的な操作を学び、実務で活用するためのPCスキルを習得する。				
到達目標・習得技術				
1. MacPCの扱い方を始め、Illustrator、Photoshopなどのデザイン制作ソフトの基本操作を学ぶ 2. デザインを構築するためのノウハウを学び、チラシやDMなどの紙面や、EC制作に応用ができる技術と知識を習得する 3. 画像形式などの種類や使い分けに関する基礎知識を学び、デジタル分野におけるデータの取り扱い方法を習得する				
授業方法・形態				
主にMacPCを使用した実習と、座学。前面モニターでは教員がソフトを操作する様子がリアルタイムに投影されており、その操作手順を確認しながら、学生1人1人に割り当てられたPCで実際に作業の練習を行い、ソフトの操作方法や技術を習得していく。時には作品制作を通して自身の技術の習得度を測り、苦手な作業分野の再習得と、得意な分野の更なる向上を目指す。				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	授業内容の説明、PC周辺機器に関する基礎知識(座学)、ソフトの種類の説明、MacPCの基本操作、ソフト基本操作			2.5時間
2	Illustrator基本操作の習得: 選択ツール、図形の描画と変形、色の付け方を簡単なイラスト制作で学ぶ			2.5時間
3	Illustrator基本操作の習得: コピーとペースト、回転、反転、線ツールを使ってアイコンを制作する			2.5時間
4	ハンガーイラストの作成: 線ツール・ペンツール、パスの結合をマスターし、ベジェ曲線・ベクターデータを理解する			5時間
5	メニュー表の作成: 文字ツール、クリッピングマスク、写真を組み合わせたデータの制作方法を学ぶ			5時間
6	自己紹介シートの作成: 文字パネルの使い方、文字の組み方からレイアウトデザインを学ぶ			5時間
7	ルックブックの作成: 写真を多用したデータの取り扱い方、データの書き出し方法を学ぶ			5時間
8	中間チェック: カタログの作成: ページものの作成を通じて、基礎的な操作方法の習得、レイアウト能力の確認			7.5時間
9	イベントチラシの作成: デザイン4大原則に基づいた、より実践的に見栄えのあるレイアウトを組む方法			5時間
10	Photoshop基本操作の習得: ソフトの違いについて復習、操作説明、簡単な画像加工からPhotoshopの導入			5時間
11	選択ツール各種、選択とマスク、切り抜きを使った合成写真の作成を通して写真加工のテクニックを学ぶ			5時間
12	歪みツール、文字ツール、フィルターを利用した、より複雑な画像加工テクニックを学ぶ			7.5時間
13	夏休みの思い出雑誌制作: 解像度について(座学)、印刷に適したデータの作り方			7.5時間
14	オリジナルブランド制作: ターゲットの設定方法(座学)から、より市場を意識したデザイン構築の方法			7.5時間
15	Illustrator・Photoshop/期末テスト(ペーパー、実技)による習得度の確認			2.5時間
合計時数				82.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
筆記テストにおけるPC・ソフトの基本用語、基本知識の確認/実技テストにおける操作方法の習得状況の確認				
評価方法・評価基準				
・期末テスト(筆記・実技テスト): 1/3 ・作品、課題評価(ソフトやPCに関する知識の理解・技術の習得度、オリジナリティの表現、応用力): 1/3 ・日常点(授業態度、参加姿勢、出席率などの評価項目): 1/3				
教科書・参考書・資料・文献				
Adobeラーニング、アドビ認定プロフェッショナル対応Photoshop試験対策(オデッセイコミュニケーションズ) アドビ認定プロフェッショナル対応Illustrator試験対策(オデッセイコミュニケーションズ) Photoshopしっかり入門(SBクリエイティブ)、Illustratorしっかり入門(SBクリエイティブ)				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
阿佐ヶ谷美術専門学校 卒業 広報物のインハウスデザイナー兼、デザイン系ソフトの講師として教務を担当。企業向けセミナー講師の経験有り。		基幹教員	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	グラフィックデザイン実習Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	通年	履修要件	あり	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	3単位	33回
設置学科・コース	ファッション総合科ファッションビジネスコース	対象課程	専門課程	
教員	田中 小百合	授業担当・外部講師	田中 小百合	
授業の概要(科目のねらい)				
MacPCを利用したグラフィック制作ソフト(Illustrator・Photoshop)の応用知識、応用技術の習得。 座学と実践を通じてデザイン構築の4大原則を学び、より魅力的でユーザー目線に立ったデザインを制作するための知識を養う。 応用力を踏まえた作品制作を通じて、より実務的な知識、技術のスキルを習得する。				
到達目標・習得技術				
1.Illustrator、Photoshopをはじめ、周辺ソフトを活用したデザイン制作ソフトの応用操作を学ぶ 2.デザインを構築するためのノウハウを学び、チラシやDMなどの紙面や、EC制作に応用ができる技術と知識を実務レベルで習得する 3.データの変換方法や活用法などに関する知識を学び、デジタル分野における基本的な能力を習得する。				
授業方法・形態				
主にMacPCを使用した実習と、座学。前面モニターでは教員がソフトを操作する様子がリアルタイムに投影されており、その操作手順を確認しながら、学生1人1人に割り当てられたPCで実際に作業の練習を行い、ソフトの操作方法や技術を習得していく。時には作品制作を通して自身の技術の習得度を測り、苦手な作業分野の再習得と、得意な分野の更なる向上を目指す。				
項目	授業計画・内容		授業時数	
1	基本操作の復習:練習用ワークを通じて1年次の基礎知識の復習、2年次の習得内容、目標の確認		5時間	
2	ショップカードの作成:地図制作から学ぶ著作権について(座学)、より複雑なオブジェクトの制作を学ぶ		5時間	
3	4大原則を意識した綺麗なレイアウトデザインとは(座学)		5時間	
4	クライアントを想定したチラシデザイン:デザインクイズを通じて、より見栄えの良いデザインを感覚で掴む		5時間	
5	文字パネル応用編:文字の種類、サイズ計算方法、綺麗な文字組みを学ぶ		5時間	
6	3D機能を利用したモックアップの作成:3D機能を利用して、立体的なモックアップの制作を学ぶ		7.5時間	
7	店舗(VMD)デザイン:遠近グリッドを使用した立体図の作成から、体系的なデザインの提案力を学ぶ		5時間	
8	Illustrator、Photoshopのグラフ機能を活用し、視認性を意識したプレゼンテーション資料の作り方を学ぶ		5時間	
9	中間チェック:オリジナル店舗のブランドコンセプト(プレゼンテーション)、ソフト応用力とデザイン力の習得度の確認		2.5時間	
10	Webサイト制作練習:Web広告、Webサイトのトレース練習を通じて、UI/UXを意識した画面構築を学ぶ		7.5時間	
11	オリジナルWebサイトの作成:Adobe Portfolioの基礎知識、サイト構築の方法を学ぶ		7.5時間	
12	ターゲットを意識したブランドの制作:訴求力のあるデザイン制作のために、AI機能の活用を学ぶ		5時間	
13	Photoshopを使用したCameraRawフィルター、高度な写真リタッチの応用を学び、実践力を身につける		5時間	
14	コラージュアートポスターの制作:ブランドイメージを元に、ビジュアルとして表現する方法を追求する		7.5時間	
15	Illustrator・Photoshop/期末テスト(ペーパー、実技)による習得度の確認		5時間	
			合計時数	95時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
筆記テストにおけるPC・ソフトの基本用語、基本知識の確認/実技テストにおける操作方法の習得状況の確認				
評価方法・評価基準				
・期末テスト(筆記・実技テスト): 1/3 ・作品、課題評価(ソフトやPCに関する知識の理解・技術の習得度、オリジナリティの表現、応用力): 1/3 ・日常点(授業態度、参加姿勢、出席率などの評価項目): 1/3				
教科書・参考書・資料・文献				
Adobeラーニング、アドビ認定プロフェッショナル対応Photoshop試験対策(オデッセイコミュニケーションズ) アドビ認定プロフェッショナル対応Illustrator試験対策(オデッセイコミュニケーションズ) Photoshopしっかり入門(SBクリエイティブ)、Illustratorしっかり入門(SBクリエイティブ)				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
阿佐ヶ谷美術専門学校 卒業 広報物のインハウスデザイナー兼、デザイン系ソフトの講師として教務を担当。企業向けセミナー講師の経験有り。		基幹教員	ファッション総合科 石川 誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ファッションビジネス概論 I	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	18回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師		
授業の概要(科目のねらい)				
<p>「ファッションビジネス能力検定3級(ファッションビジネス知識)」合格を目標に、ビジネス科学生がアパレル業界の基礎知識を体系的に習得することを目的とする。検定範囲(業界構造・流通・販売・MD・マーケティングなど)を重点的に学習し、出題傾向を押さえた演習を通じて、検定合格力と実務基礎力を同時に養うこと</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・ファッションビジネス能力検定3級の出題範囲を網羅し、過去問正答率80%以上を達成できる。 ・アパレル業界の構造(生産・流通・小売)と各職種(MD・バイヤー・VMD)の役割を正確に説明できる。 ・消費者動向・トレンドサイクルとビジネス戦略の関連性を理解し、事例で説明できる。 ・検定形式(四択問題・用語記述)の解法パターンを習得し、本番で時間内に解答できる。 				
授業方法・形態				
<p>過去問解説講義→用語暗記・計算問題演習→模擬試験実施&復習。 評価: 模擬試験平均点(60%)、小テスト(20%)、提出物(20%)。 目標: 検定合格率90%以上、基礎知識の定着。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ガイダンス/検定概要と出題傾向			2.5時間
2	ファッション業界の全体構造:市場規模、トレンドの捉え方			2.5時間
3	アパレル企業組織と職種①			2.5時間
4	アパレル企業組織と職種②			2.5時間
5	マーチャンダイジ 商品知識①:素材と品質			2.5時間
6	マーチャンダイジング 商品知識②:仕様と縫製			2.5時間
7	流通①:卸売と小売の仕組み			2.5時間
8	流通②:物流と在庫管理			2.5時間
9	セールス 販売促進①:販促の種類			2.5時間
10	セールス 販売促進②:顧客管理			2.5時間
11	小テスト①/用語確認演習			5時間
12	マーケティングの基礎 消費者と市場①:購買行動			2.5時間
13	マーケティングの基礎 消費者と市場②:市場セグメント			2.5時間
14	法規①:消費者保護法規			5時間
15	前期まとめ/模擬テスト①			5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
日本ファッション教育振興協会主催 ファッションビジネス能力検定3級(ビジネス知識)合格				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率:1/3 ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等):1/3 ・終了テスト:1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級 新版、及過去問題集				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□	基幹教員	ファッション総合科 石川 誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ファッションビジネス概論Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	あり	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師		
授業の概要(科目のねらい)				
<p>「ファッションビジネス能力検定3級(ファッションビジネス知識)」合格を目標に、ビジネス科学生がアパレル業界の基礎知識を体系的に習得することを目的とする。検定範囲(業界構造・流通・販売・MD・マーケティングなど)を重点的に学習し、出題傾向を押さえた演習を通じて、検定合格力と実務基礎力を同時に養うこと</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・ファッションビジネス能力検定3級の出題範囲を網羅し、過去問正答率80%以上を達成できる。 ・アパレル業界の構造(生産・流通・小売)と各職種(MD・バイヤー・VMD)の役割を正確に説明できる。 ・消費者動向・トレンドサイクルとビジネス戦略の関連性を理解し、事例で説明できる。 ・検定形式(四択問題・用語記述)の解法パターンを習得し、本番で時間内に解答できる。 				
授業方法・形態				
<p>過去問解説講義→用語暗記・計算問題演習→模擬試験実施&復習。 評価: 模擬試験平均点(60%)、小テスト(20%)、提出物(20%)。 目標: 検定合格率90%以上、基礎知識の定着。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	後期ガイダンス/過去問分析			2.5時間
2	小テスト②/計算問題特訓			2.5時間
3	模擬テスト①/本番形式			2.5時間
4	模擬テスト②/本番形式			2.5時間
5	最終模擬テスト/総復習			2.5時間
6	ガイダンス:リメイクショーの意義説明(サステナ・ビジネス視点)			2.5時間
7	リサーチフェーズ①:トレンド分析(SNS・雑誌)			2.5時間
8	リサーチフェーズ②:グループ分け・コンセプト設定(コンセプトシート作成)			2.5時間
9	リサーチフェーズ③:デザインアイデア作成・企画案最終決定			2.5時間
10	リサーチフェーズ④:主資材・副資材仕入れ・収集			2.5時間
11	リメイク実践①(裁断・パーツ作成)			2.5時間
12	リメイク実践②(組み立て・仕上げ)			2.5時間
13	ショー全体構成企画案・リハーサル準備			2.5時間
14	最終調整・各種リハーサル			2.5時間
15	本番ショー			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
日本ファッション教育振興協会主催 ファッションビジネス能力検定3級(ビジネス知識)合格/【基礎リメイクショー】参加衣装制作完成・ショーの実施				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率:1/3 ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等):1/3 ・終了テスト:1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級 新版、及過去問題集				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□	実務家教員	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ファッション造形知識	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象過程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	吉岡文子	
授業の概要(科目のねらい)				
ファッションビジネス能力検定3級の資格取得を目指し、ファッション造形知識全般の習得を目的とする。 ファッション業界で使用している専門用語の理解と対応力。				
到達目標・習得技術				
ファッションビジネス能力検定 ファッション造形知識3級の問題を基準とし、正解率80%を目指す。 これによりファッション業界の仕事を理解し、職種選択やキャリアプランに広がりを持つ。				
授業方法・形態				
講義(インタラクティブボード、iPadを使用) / 講義内容の小テストを毎回実施 / グループワーク(iPadを使用し課題資料作成) □				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「ファッション、デザインの定義と特性」:トレンドとファッション範囲を学習			2.5時間
2	「衣服とアパレルデザインの基礎知識」:衣服の役割、デザインとアートの違いを学習			2.5時間
3	「繊維とアパレルの基礎知識」:繊維製品と服飾雑貨を学習			2.5時間
4	「コーディネート基礎知識」:代表的なコーディネート手法を学習			2.5時間
5	「ビジネスにおけるスタイリング提案」:代表的なスタイリング手法を学習			2.5時間
6	「ディスプレイの基礎知識」:ディスプレイの必要性和ディスプレイ技法を学習			2.5時間
7	「アパレルアイテムの基礎知識」:アパレルアイテムの名称と商品分類を学習			2.5時間
8	「シルエット、ディテールの基礎知識」:代表的なシルエットとディテールの名称を学習			2.5時間
9	「品質表示、サイズの基礎知識」:繊維指定用語とJISに基づくサイズ表示方法を学習			2.5時間
10	「繊維、糸、染色の基礎知識」:繊維の分類、紡績、染色加工を学習			2.5時間
11	「デザイン画と製品図の理解」:デザイン画の目的と製品図活用法を学習			2.5時間
12	「デザインと機能の基礎知識」:アパレルに求められる装飾性と実用性を学習			2.5時間
13	「色彩、柄の基礎知識」:色の特性と代表的な柄の名称を学習			2.5時間
14	「アパレル製造の基礎知識」:商品企画から製品、商品になるまでを学習			2.5時間
15	期末試験			2.5時間
				合計時数
				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
ファッション、デザインの定義と特性、繊維とアパレル、アパレルアイテム名称、ディスプレイ方法、 代表的なシルエットとディテール名称、色彩、柄などファッション造形の基礎知識全般を習得□				
評価方法・評価基準				
"課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり□□				
教科書・参考書・資料・文献				
『ファッションビジネス能力検定3級公式テキスト』 一般財団法人 日本ファッション教育振興協会				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
国内アパレルブランドのデザイナー職、MD職として勤務		講師 実務家教員	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	アパレル起業実習	科目区分	職業専門科目	
履修期間	通年	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	29回
設置学科・コース	ファッション総合学科	対象課程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>学生がクラスを一つの「企業組織」と見立ててショップを立ち上げ・運営するプロジェクトを通じて、アパレルビジネスに必要な企画力・数値管理能力・実行力を総合的に養うことを目的とする。 リメイク商品を中心とした小規模ショップの起業プロセスを体験することで、「アイデアをビジネスとして成立させる」視点と、チームで仕事を進める実務感覚を身につけること</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・ショップコンセプトとターゲットを自ら設定し、「誰に・何を・どのように売るか」を説明できる(企画・マーケティング力) ・職種(MD・VMD・販売・広報・会計など)の役割を理解し、自分の担当業務を責任を持って遂行できる(チームワーク・ビジネス基礎力) ・仕入・原価・販売価格・売上目標などの基本的な数値を用いて、簡単な商品計画・販売計画を立案できる(数値管理能力) ・実際の販売結果(売上・粗利・在庫など)を集計・分析し、課題と改善策を言語化できる(プレゼンテーション力) 				
授業方法・形態				
<p>事業計画立案→模擬店舗レイアウト作成→仕入れ・価格設定・販促立案→最終プレゼン。 評価:事業計画書(40%)、プレゼン(30%)、運営シミュレーション(30%)。 目標:アパレルショップ経営の全体像を理解し、収益計算・顧客視点思考を習得。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ガイダンス/科目概要とゴール共有			2.5時間
2	企画理解学習①: 役職・組織設計とチームビルディング			5.0時間
3	企画構築学習②: コンセプト、テイスト、各チームの役割分担設定			5.0時間
4	企画構築学習①ブランド名・ロゴ/ショップビジュアルの設計			5.0時間
5	企画構築学習②: ターゲット(ペルソナ・エリア・マーケティング施策企画)			7.5時間
6	取扱商品企画①: 品揃え構成と価格帯の設計・仕入れ			7.5時間
7	中間チェック: 実務フロー設計(ToDoとスケジュール)(全体稼働把握のリスクマネジメント)			7.5時間
8	売上予算学習: 販売計画・売上目標設定			7.5時間
9	企画承認プロセス: 理事長プレゼンテーション実施			7.5時間
10	リメイク制作本格スタート①(生産管理の視点)			7.5時間
11	リメイク制作本格スタート②(効率化と標準化)			2.5時間
12	商品撮影・商品情報作成(商品台帳)			5.0時間
13	POP・販促ツール制作			5.0時間
14	SNS運用実践①(プレオープン期)			5.0時間
15	運営準備: オープン時の勤務シフト・全体スケジュール策定・確定			2.5時間
合計時数				90時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
2027年1月、選定エリア・物件で3日間ポップアップストアの学生達の自主運営				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率: 1/3 ・役割分担の積極的遂行(チームワーク、プレゼンテーション、リーダーシップ、献身力等): 1/3 ・運営中のパフォーマンス: 1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級(職種説明・MD・マーケティング面で活用)				
担当教員の経歴・実務経歴			教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、パイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□			実務家	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ショップオープン実習(郊外3日間)	科目区分	職業専門科目	
履修期間	特別講座	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	3日間
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>学生がクラスを一つの「企業組織」と見立ててショップを立ち上げ・運営するプロジェクトを通じて、アパレルビジネスに必要な企画力・数値管理能力・実行力を総合的に養うことを目的とする。</p> <p>リメイク商品を中心とした小規模ショップの起業プロセスを体験することで、「アイデアをビジネスとして成立させる」視点と、チームで仕事を進める実務感覚を身につけること</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・ショップコンセプトとターゲットを自ら設定し、「誰に・何を・どのように売るか」を説明できる(企画・マーケティング力) ・職種(MD・VMD・販売・広報・会計など)の役割を理解し、自分の担当業務を責任を持って遂行できる(チームワーク・ビジネス基礎力) ・仕入・原価・販売価格・売上目標などの基本的な数値を用いて、簡単な商品計画・販売計画を立案できる(数値管理能力) ・実際の販売結果(売上・粗利・在庫など)を集計・分析し、課題と改善策を言語化できる(プレゼンテーション力) 				
授業方法・形態				
<ul style="list-style-type: none"> ・日中営業実習+売上分析・改善提案。 ・：撤収・精算作業。 <p>評価:売上実績(40%)、改善提案(30%)、プレゼン(30%)。</p> <p>目標:実店舗運営力・即時改善力習得</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オープン準備・搬出物最終確認			時間
2	オープン準備①:テナントオーナーと打ち合わせ(利用方法・注意点等)			時間
3	オープン準備②:近隣店舗へ挨拶・チラシ配布等			時間
4	オープン準備③:店内レイアウト変更			時間
5	オープン準備④:商品ディスプレイ・配置決定			時間
6	オープン準備⑤:動画・音響等 空間演出作業			時間
7	オープン準備⑥:商品数量・本体価格確認/商品台帳(在庫リスト)			時間
8	オープン準備⑦:レジ準備・釣り銭確認			時間
9	営業①:呼び込み・チラシ配布(要申請/管轄警察署)			時間
10	営業②:販促活動(SNS投稿アップ・お客様勧誘)			時間
11	営業③:販促活動(SNS投稿アップ・お客様勧誘)接客・商品説明/コーディネート提案・販売			時間
12	営業④:お会計業務・商品包装・お見送り			時間
13	営業最終日:閉店作業・荷物搬出準備			時間
14	閉店作業①:レジ締め・売上金額・商品在庫確認			時間
15	閉店作業②:商品・備品・什器等搬出			時間
				合計時数
終了成果物・修了試験・修了課題				
2027年1月、選定エリア・物件で3日間ポップアップストアの学生達の自主運営				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率:1/3 ・役割分担の積極的遂行(チームワーク、プレゼンテーション、リーダーシップ、実施貢献度等):1/3 ・運営中のパフォーマンス:1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級(職種説明・MD・マーケティング面で活用)				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□		実務家	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	トレンド分析・パーソナルコーディネート	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石原輝美	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>トレンド分析の方法を学ぶ。ファッション基礎知識に加え、特定ジャンルの知識の深掘り、シーズンテーマになりやすいスタイルについて学ぶことにより、より高レベルのコーディネートを作成する能力を身につける。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ウェブを使ってのトレンドリサーチ術。ジーンズ、サープラスの基礎&深掘り知識。代表的なストリートスタイルについての知識。コーディネートレベルアップするスカーフやマフラー使い。コーディネートを的確に説明・提案できるプレゼン力。</p>				
授業方法・形態				
<p>業界知識やジーンズ、サープラス、ストリートスタイルの講義、説明。トレンドリサーチやコンセプト調べ、コーディネート作成はPCもしくはタブレットを使用して課題として作成し、各自プレゼンを行う。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「アパレル業界基礎知識」ものづくりの流れ、トレンド分析の必要性			2.5時間
2	「ブランドのコンセプト調べ」ドメスティックブランドの背景を知る			2.5時間
3	「春夏トレンドリサーチ」アイテムのトレンドを分析する			2.5時間
4	「春夏トレンドリサーチ」色・柄・ディテール・小物などのトレンドを分析する			2.5時間
5	「トレンドスタイル提案」トレンド要素を取り入れたコーディネート作成			2.5時間
6	「ジーンズ商品学」基礎知識、歴史、ヴィンテージディテールなど			2.5時間
7	「ジーンズトレンドリサーチ」ジーンズの現状トレンド			2.5時間
8	「サープラス商品学」基礎知識、特徴的なディテールなど			2.5時間
9	「サープラススタイル提案」サープラスアイテムを使ったコーディネート作成			2.5時間
10	「スカーフ・ストールの結び方」コーディネートを格上げする小物使い			2.5時間
11	「ハイブランド研究」ハイブランドのシーズンスタイルの分析			2.5時間
12	「アメリカのストリートスタイル」プレッピー、ヒッピーの解説			2.5時間
13	「イギリスのストリートスタイル」モッズ、ミニスタイルの解説			2.5時間
14	「プレゼンテーション発表」作成したコーデや分析内容を発表			5時間
15	修了試験学習(業界知識、ジーンズ、サープラス、ストリートスタイル)			2.5時間
合計時数				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
ドメブランドのコンセプト調べ、春夏トレンドリサーチ・スタイル提案、ジーンズトレンドスタイル提案、サープラススタイル提案、ハイブランドシーズンスタイル分析				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
「スタイリングブック」「ザ・ストリートスタイル」高村是州 著				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
ファッション雑誌編集&スタイリング、通販雑誌のバイイング		講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	洋裁技術 I	科目区分	職業専門科目		
履修期間	前期	履修要件	なし		
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	15回	
設置学科・コース	ファッション総合科 スタイリストコース、ファッションビジネスコース	対象課程	基礎課程		
教員	鷺典子	授業担当・外部講師	福永・小泉		
授業の概要(科目のねらい)					
<p>スタイリストの現場で求められる実践的な縫製技術を基礎から習得する。 衣装の補修・サイズ調整・簡易リメイクなど、撮影やショーの現場で即対応できる技術を身につける。 道具の扱い方や作業スピードも含め、現場力を高めることを目的とする。</p>					
到達目標・習得技術					
<p>縫製技術や装飾技術の基礎的な知識を取得する。 提出期限を守る意識を身につける。</p>					
授業方法・形態					
<p>講義を行い製作過程の説明。 各自作品製作。</p>					
項目	授業計画・内容			授業時数	
1	オリエンテーション(裁縫道具・用語の説明):業界で必要な専門知識の習得			2.5時間	
2	手縫いの基礎(まつりぬい・糸と針・玉留め):まつりぬいの縫い方・糸と針の番手・玉留めのやり方			2.5時間	
3	裾上げ実習:裾上げのやり方・現場で必要な知識の習得			2.5時間	
4	ピンクッション製作(デザイン・材料選び):ピンクッションに適した素材の選び方			2.5時間	
5	ピンクッション製作(製図・裁断):デザインに合わせた製図方法・裁断方法			2.5時間	
6	ピンクッション製作(縫製・仕上げ):ブランケットステッチのやり方			2.5時間	
7	ミシンの扱い方、ロックミシンの扱い方:ミシンの各部名称・注意点の習得			2.5時間	
8	トートバッグ製作(デザイン材料選び):トートバッグに適した素材の選び方			2.5時間	
9	トートバッグ製作(製図・裁断):デザインに合わせた製図方法・裁断方法			2.5時間	
10	トートバッグ製作(縫製):ミシンを使用した縫製技術の習得			2.5時間	
11	トートバッグ製作(装飾・仕上げ):装飾に合わせた縫い方の習得			2.5時間	
12	装飾の技法/ビーズとバンダ(説明・図面作成):現場で必要な技術の習得			2.5時間	
13	装飾の技法/ビーズとバンダ(ランニングステッチ・コーチングステッチ・アウトラインステッチ):現場で必要な技術の習得			5時間	
14	装飾の技法/ビーズとバンダ(ストレートステッチ・バックステッチ・フレンチナッツステッチ):現場で必要な技術の習得			5時間	
15	前期試験(習得度の確認・筆記・実技)			5時間	
				合計時数	45時間
終了成果物・修了試験・修了課題					
基礎縫い、ピンクッション、トートバッグ、ビーズ刺繍					
評価方法・評価基準					
<p>課題 1/3、テスト結果 1/3、日常点 1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>					
教科書・参考書・資料・文献					
<p>スタイリングブック 項目別オリジナルプリント</p>					
担当教員の経歴・実務経歴			教員種別	科目所属科長	
国内コレクションブランドでのデザイナー、パタンナー職 / コスチュームデザイナー			実務科教員	ファッション総合科 伏見幸恵/石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	洋裁技術Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科 スタイリストコース、ファッションビジネスコース	対象課程	基礎課程	
教員	鷺典子	授業担当・外部講師	福永・小泉	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>スタイリストの現場で求められる実践的な縫製技術を基礎から習得する。 衣装の補修・サイズ調整・簡易リメイクなど、撮影やショーの現場で即対応できる技術を身につける。 道具の扱い方や作業スピードも含め、現場力を高めることを目的とする。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>縫製技術や装飾技術の基礎的な知識を取得する。 提出期限を守る意識を身につける。</p>				
授業方法・形態				
<p>講義を行い製作過程の説明。 各自作品製作。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	エプロン製作(デザイン・材料選び):エプロンに適した素材の選び方			2.5時間
2	エプロン製作(製図・裁断):デザインに合わせた製図方法・裁断方法			2.5時間
3	エプロン製作(縫製):ミシンを使用した縫製技術の習得			2.5時間
4	リメイク製作(説明・デザイン):SDGsについて・現場で必要な知識の習得			2.5時間
5	リメイク製作(材料選び):リメイクに適した素材の習得			2.5時間
6	リメイク製作(製図・裁断):デザインに合わせた製図方法・裁断方法			2.5時間
7	リメイク製作(縫製・装飾):ミシン・手縫いを使用した縫製技術の習得			2.5時間
8	商品製作/アパレル起業実習と連携(企画・デザイン)			2.5時間
9	商品製作/アパレル起業実習と連携(材料選び・リサーチ)			2.5時間
10	商品製作/アパレル起業実習と連携(縫製・装飾)			5時間
11	修了製作(テーマ考案、グループ決め):ファッションショーの企画・協調性の向上			5時間
12	修了製作(デザイン・材料選び):デザインに適した素材の選び方			5時間
13	修了製作(裁断・縫製):デザインに合わせた裁断方法・縫製方法			5時間
14	修了製作(装飾・仕上げ):装飾に合わせた縫い方の習得			5時間
15	後期試験(習得度の確認・筆記・実技)			2.5時間
				合計時数
				50時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
エプロン、リメイク作品、修了作品				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果 1/3、日常点 1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>スタイリングブック 項目別オリジナルプリント</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
国内コレクションブランドでのデザイナー、パタンナー職 / コスチュームデザイナー		実務科教員	ファッション総合科 伏見幸恵/石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	スタイリング	科目区分	職業専門科目	
履修期間	通年	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	3単位	32回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	伏見幸恵	授業担当・外部講師	遠藤麻希子、中野みずき	
授業の概要(科目のねらい)				
洋服や商品をより魅力的に見せるという意識を植え付け、アパレル撮影の幅広い知識を得ることでECサイト運営や、エンタメ業界で求められる知識、技術、表現力の取得 作品作りでの協調性の育成、また自分が表現する世界観、スタイリングの具現化、他者に伝えるための言語化ができるようにする人材育成				
到達目標・習得技術				
撮影現場研修に参加するための敬語、業界ルール、ビジネスマナーを理解、スチーマー、仮留め、裁縫ができる。 トルソー、モデルに対するフィッティング、サイズ調整を正しくできる。 より良い作品作りのために自分や他者の意見を尊重して客観的に判断しまとめ、協力して完成させることができる。 自分が作成したスタイリングについてファッション用語を用いて、要点をまとめて提案することができる。				
授業方法・形態				
アパレル業界の基本ルール、専門用語、ビジネスマナーの講義。スタイリストアシスタント、及びディスプレイ研修に必要なスチーマー、仮留め、裁縫技術、トルソーディスプレイ技術の基礎と実践。各コースの特性を生かしたグループ制作課題(スチール撮影)、個人完結型制作課題(コラージュ、テーマ別スタイリング作成、プレゼンテーション)				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「研修制度、業界ルール」: 守秘義務、ビジネスマナー、業界ルール、撮影の流れ			7.5時間
2	「世界観の構築」: コラージュ、テーマ別スタイリング作成			7.5時間
3	「フィッティング、着替え補助」: 体型に合わせたサイズ調整、トルソーディスプレイ、撮影の着替え補助			10時間
4	「スチーマーの基礎技術」: アイロン表示、素材、デザイン別にスチーマーをする技術の習得			5時間
5	「裁縫実技」: 裾上げ、サイズ調整の仮留め、サイズ詰めの方法			5時間
6	「スチール撮影」: グループごとに撮影のテーマ設定、撮影の立ち会い方について			5時間
7	「レディース デザインファッション用語」: 衿、袖の名称/体型別コーデグループディスカッション			5時間
8	「サイズ表記について」: 洋服、靴の海外と日本サイズについて			5時間
9	「レディース デザインファッション用語」: トップス、ボトム、靴の名称			12.5時間
10	「映画ファッションの考察」: 映像作品の衣装、インテリアから時代背景、登場人物の考察			5時間
11	「映画ファッションの落とし込み」: 年代別の映画ファッションから現代ファッションへの落とし込み			5時間
12	「自社ブランドカタログ」: ブランドコンセプト、ロゴ、ターゲット設定 アパレルささげ業務の実践			5時間
13	「自社ブランドカタログ」: スタイリングシート作成、採寸、商品撮影、テキスト作成 プレゼン発表			7.5時間
14	「春夏トレンドリサーチ」: 春夏トレンドリサーチ			5時間
15	「春夏トレンドリサーチ」: トレンドスタイリング作成、プレゼン発表			5時間
合計時数				95時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
コラージュ作成、トルソーディスプレイ、スタイリング作成、映画ファッション、自社ブランドカタログ、春夏トレンドリサーチ、(PowerPointによる資料作成、プレゼン発表)、グループ撮影(シチュエーションに沿ったスチール撮影)、筆記試験(アパレル業界のルール、ファッション用語)語)				
評価方法・評価基準				
課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり				
教科書・参考書・資料・文献				
「スタイリングブック」高村是州 著				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
遠藤麻希子 スタイリスト 中野みずき スタイリスト レディースを中心に雑誌、、スチール、ライブ現場など多ジャンルを担当口	講師	ファッション総合科 伏見幸恵

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	スタイルコーディネート論Ⅰ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	伏見幸恵	授業担当・外部講師	持田洋輔	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>スタイリスト・販売員などアパレル職に就く為にアイテムの名称やブランドの知識、また実践ではネクタイの結び方や底張りなどの基礎～実践的な内容を取り入れ、知識や技術などを習得。またグループでのディスカッションやプレゼン作業を行う事により、コミュニケーション能力や協調性、対応力などを身につけ、実際に現場に出た際の即戦力になる力を養う。</p> <p>□</p>				
到達目標・習得技術				
<p>アパレル職に必要な不可欠な底張り、ネクタイ結びなどの技術の習得。ファッションアイテムの名称や、ブランド知識の習得。作品撮りでの世界観の表現力向上やディスカッションによりコミュニケーション能力や協調性を高め、就職活動につなげる。</p>				
授業方法・形態				
<p>底張り、ネクタイ結び、作品撮りなどの実際の現場に近い実習。また、アイテム名称やブランドリサーチなどの講義。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「自己紹介/授業内容の説明/仕事の流れ」:仕事への理解を深める			2.5時間
2	「底張りの基礎技術」:道具説明並びに手法説明し、理解を深める			2.5時間
3	「ネクタイの表現方法」:素材、柄などを学び、結び方を習得する			2.5時間
4	「底張りの基礎技術」:実際に底張り行い、技術習得をする			2.5時間
5	「トルソーへの理解」:トルソーへの洋服の着せ方を理解し、使い方を習得する			2.5時間
6	「コーディネートの写真の撮り方(携帯カメラ)」:置き撮り、吊るしの撮り方を理解し、習得する			2.5時間
7	「サイズ採寸/靴紐の結び方」:実際の洋服、靴を使いサイズを計測、また結ぶ方を学び、習得する			2.5時間
8	「洋服の畳み方」:実際の洋服を使い、様々な畳かたを学び、習得する			2.5時間
9	「プレスへの理解、販売員とスタイリストの関係」:各仕事の理解、横のつながりの大事さを認識する			2.5時間
10	「メンズ デザインファッション用語」:ジャケットのアイテムを理解し、資料制作を行い、理解を深める			2.5時間
11	「メンズ デザインファッション用語」:シャツのアイテムを理解し、資料制作を行い、理解を深める			2.5時間
12	「メンズ デザインファッション用語」:フットウェアのアイテムを理解し、資料制作を行い、理解を深める			2.5時間
13	「カラー別スタイリング」:カラーの組み合わせ方を学び、コーディネートの構成力を養う			5時間
14	「カラー別スタイリング」:組み合わせたコーディネートプレゼン。評価する			5時間
15	学期末修了テスト			2.5時間
				合計時数
				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>PowerPointによる資料、プレゼン、ペーパーテストを実施し修了とする</p>				
評価方法・評価基準				
<p>日常点1/3、授業内課題1/3、筆記試験(実技試験)1/3</p>				
<p>スタイリングブック:高村是州 著</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
<p>東京服飾専門学校 卒業 アシスタント期間を得て、スタイリスト職として10年以上経験。特にメンズに関しての知見を豊富に持つ。</p>		講師	<p>ファッション総合科 伏見幸恵</p>	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	スタイルコーディネート論Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	あり	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	14回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	基礎課程	
教員	伏見幸恵	授業担当・外部講師	持田洋輔	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>スタイリスト・販売員などアパレル職に就く為にアイテムの名称やブランドの知識、また実践ではネクタイの結び方や底ばりなどの基礎～実践的な内容を取り入れ、知識や技術などを習得。またグループでのディスカッションやプレゼン作業を行う事により、コミュニケーション能力や協調性、対応力などを身につけ、実際に現場に出た際の即戦力になる力を養う。</p> <p>□</p>				
到達目標・習得技術				
<p>アパレル職に必要な不可欠な底張り、ネクタイ結びなどの技術の習得。ファッションアイテムの名称や、ブランド知識の習得。作品撮りでの世界観の表現力向上やディスカッションによりコミュニケーション能力や協調性を高め、就職活動につなげる。</p>				
授業方法・形態				
<p>底張り、ネクタイ結び、作品撮りなどの実際の現場に近い実習。また、アイテム名称やブランドリサーチなどの講義。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「世界・国内ブランドの探求」: 歴史や時代背景など、ブランドに対して深く探る事により、理解を深める			2.5時間
2	「世界・国内ブランドの探求」: ブランドの歴史や時代背景などを資料にまとめ制作する			2.5時間
3	「世界・国内ブランドの探求」: 上記資料をプレゼン。評価する			2.5時間
4	「メンズ デザインファッション用語」: アウター類のアイテムを理解し、資料制作を行い、理解を深める			2.5時間
5	「メンズ デザインファッション用語」: 眼鏡・時計・グローブのアイテムを理解し、資料制作を行い、理解を深める			2.5時間
6	「1アイテムのパターン構成」: 一つのアイテムで複数のスタイリングを考える構成力を養う。			2.5時間
7	「1アイテムのパターン構成」: 組み合わせたコーディネートプレゼン。評価する			5時間
8	「世界観の表現」: 各グループになり作品撮りに向けてのディスカッションを行う			2.5時間
9	「世界観の表現」: コーディネート、小物、背景など全てをまとめた資料を制作する			5時間
10	「世界観の表現」: 作品撮りスチール撮影			5時間
11	「世界観の表現」: コーディネート、小物、背景などをまとめた資料を元にプレゼンを行う			2.5時間
12	「ファッション業界の流行とストリートのギャップ」: 世の中のファッションについてギャップを追求し、理解、資料制作を行う			2.5時間
13	「ファッション業界の流行とストリートのギャップ」: 追求した資料を元にプレゼンを行う			2.5時間
14	「即興スタイリング」: 演者に合わせたスタイリングを即興で考え、プレゼン			5時間
15	学期末修了テスト			2.5時間
				合計時数
				47.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>PowerPointによる資料、プレゼン、ペーパーテストを実施し修了とする</p>				
評価方法・評価基準				
<p>日常点1/3、授業内課題1/3、筆記試験(実技試験)1/3</p>				
<p>スタイリングブック: 高村是州 著</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
<p>東京服飾専門学校 卒業 アシスタント期間を得て、スタイリスト職として10年以上経験。特にメンズに関するの知見を豊富に持つ。</p>		講師	<p>ファッション総合科 伏見幸恵</p>	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	バイヤー論	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	須山 博加	授業担当・外部講師	須山 博加	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>ファッションビジネスにおけるバイヤーの役割や業務内容を理解し、市場調査やトレンド分析を基にした商品選定や商品構成の考え方を学ぶ。リサーチや分析を通して、ブランドコンセプトやターゲットに適した商品提案を行うための基礎的な知識と視点を身につけることを目的とすること</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・バイヤーの役割や業務内容を理解し、ファッションビジネスにおける商品仕入れの基本的な流れを説明できる ・市場調査やトレンド分析を基に、ターゲットやブランドコンセプトに適した商品を選定する基礎的な判断力を身につける ・商品構成、価格設定、シーズン計画など、バイヤー業務に必要な商品計画の基本を理解する ・リサーチ結果を整理し、商品提案やプレゼンテーションとしてまとめる力を習得する 				
授業方法・形態				
<p>自ら資料を作成し、学生にプレゼンを行い、その後に学生が資料を作成。外にも目を向けて、マーケットリサーチを行いながら、資料を作成してもらう。自分のお店での授業も積極的に活用していく。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	授業内容説明、自己紹介+アンケート			2.5時間
2	バイヤーの仕事について+セレクトショップのバイヤーとしてコラボレーションを考える(授業)			2.5時間
3	お店で授業(セレクトショップバイヤーの仕事)+リサーチ			2.5時間
4	セレクトショップのバイヤーとしてコラボレーションを考える(資料作成)			2.5時間
5	プレゼンテーション(セレクトショップのバイヤーとしてコラボレーションを考える)			2.5時間
6	「セレクトショップ」とは?			2.5時間
7	セレクトショップにおけるバイイング企画書作成①			2.5時間
8	セレクトショップにおけるバイイング企画書作成②			2.5時間
9	プレゼンテーション(セレクトショップにおけるバイイング企画書をもとに)			2.5時間
10	海外のリサーチスケジュールを組み立てる(調査エリアや対象ブランド、ショップの選定)			2.5時間
11	海外のファッション研究			2.5時間
12	プレゼンテーション+海外のバイイングの方法について(ブランドショールーム・合同展示会など)			2.5時間
13	海外のバイイングの方法について(実際に、どのようにして買い付けているのかを知る)			2.5時間
14	テスト範囲の復習(これまでの授業内容を総括)			2.5時間
15	テスト実施			2.5時間
合計時数				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>バイヤー視点での商品企画書(A4・5頁以内:コンセプト・ターゲット・仕入れ計画・売上想定・リスク分析)、展示会レポート(実際or仮想展示会の商品選定理由)、模擬交渉記録(仕入れ条件交渉シミュレーション)、個人学習シート(習得スキル・キャリアプラン)を最終回までに提出</p>				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率:1/3 ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等):1/3 ・終了テスト:1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
販売・バイヤー・MD・ディレクター職		非常勤講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	デジタルマーケティング & 流通	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川 誠	授業担当・外部講師	(株)アッカ 林千博	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業では、デジタルマーケティングの基本概念を学びつつ、特にアパレル業界におけるECビジネスの実務に焦点を当てて学習する。ネットを利用した物販の仕組み、顧客データの活用、SNSマーケティング、広告運用に加え、アパレル特有の「ささげ業務」(撮影・採寸・原稿)や商品登録・在庫管理などの現場知識を習得する。また、国内外のEC事例やブランドのマーケティング戦略をケーススタディとして扱い、実践的な分析力を養う。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>デジタルマーケティングの基本概念(4P/4C、カスタマージャーニー、SEO、SNS戦略など)を理解する。 アパレルECにおける「ささげ業務(撮影・採寸・原稿)」の重要性と実務内容を説明できる。 商品ページの改善点や売上向上施策を論理的に提案できる。 ECサイトの主要KPIを理解し、プランの提案を行える。 実際のブランドや企業のデジタル施策を分析し、新たにマーケティングプランを作成する。</p>				
授業方法・形態				
<p>グループワークを多く取り入れ、ECネット通販、物流、アパレル関係者のゲスト講師による対面授業と臨地学習</p>				
項目	授業計画・内容			予定時数
1	オリエンテーション 「デジタルマーケティングとは何か？」アパレル業界におけるデジタルシフトの現状			2.5時間
2	ECビジネスの基本構造(ECサイトの種類(自社EC/モール型EC)と物流システム)			2.5時間
3	カスタマージャーニーと購買行動分析(KPIの設計)			2.5時間
4	アパレルECの「ささげ業務」(撮影)			2.5時間
5	アパレルECの「ささげ業務」(採寸)			2.5時間
6	アパレルECの「ささげ業務」(コピーライティング)			2.5時間
7	在庫管理・商品登録の基礎(「SKUとは」「在庫管理リスク」)			2.5時間
8	SNSマーケティング(アパレルにおけるUGC活用、SNSの役割)			2.5時間
9	広告運用の基礎(リスティング広告 / SNS広告のターゲティング)			2.5時間
10	ECデータ分析と売上改善(CVR向上施策、A/Bテスト(実験)の考え方、Google Analyticsの基礎)			2.5時間
11	アパレルECのグローバル事例(国内外ブランドのEC戦略、O2O(オンラインとオフライン統合))			2.5時間
12	企業のデジタル施策をチームで分析			2.5時間
13	商品プレゼン(ささげ業務とマーケティングを統合した改善案)			2.5時間
14	発表(プレゼンテーション)・講評総括			2.5時間
15	終了テスト			2.5時間
合計時数				47.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>テキスタイル作品、ポートフォリオ、知識問題筆記試験</p>				
評価方法・評価基準				
<p>授業参加:1/3 、課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等):1/3 終了テスト:1/3</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>講師独自作成による実際のECサイト・ケーススタディ資料、アパレルEC実務に関する業界誌</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
株式会社アッカ・インターナショナルにて、ロボティクス化やDXソリューションの構築、倉庫業務オペレーションコンサルティングを行う		講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	PR論 I	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	山内 講平	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業では、ファッション業界におけるPR・販売職の役割を理解し、インハウスプレスとアタッチドプレスの違いや特徴を学ぶ。さらに、雑誌・Web・SNSなど各媒体の特性と分類を理解し、年代やテイストに応じた効果的なPR方法を考える力を養う。また、販売職からプレスや関連職種へとキャリアを発展させるステップについても学び、ファッションビジネスにおける職域理解と将来の進路意識を高めることを目的とする</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ファッション業界におけるインハウスプレスとアタッチドプレスの役割や業務内容の違いを理解し、PR業務の基礎知識を習得することを目標とする。また、雑誌・Web・SNSなど各媒体の特徴やターゲット層を理解し、年代やブランドテイストに応じたPR方法を考える力を身につける。さらに、販売職からプレスなど関連職種へとステップアップするキャリアの流れを理解し、自身の適性や進路を考える力を養う</p>				
授業方法・形態				
<p>講義にて必要な知識を習得し、課題制作で基礎からの応用や実践に取組み、発表を通して他者のアイデアと自分自身の個性や強みを見つける。 講義70%、実習30%</p>				
項目	授業計画・内容			授業時間
1	インハウスPRとアタッチドプレスの違いを学び、プレス職の役割やファッション業界における広報業務の基礎知識を理解する			2.5時間
2	プレスアシスタントの1日の業務内容を学び、媒体への貸出を行うリース業務の基本的な流れを理解する			2.5時間
3	アタッチドプレスの仕事内容と役割を理解し、都内の主要PR会社をリサーチする課題を通して業界構造を学ぶ			2.5時間
4	ブランドのバイオグラフィとプレスリリースの役割を学び、基本構成や作成方法について理解する			2.5時間
5	リリース作成課題の説明を行い、5W1Hの整理方法やメインビジュアルの効果的な使い方を学ぶ			2.5時間
6	ブランド情報を整理しながら、実際にプレスリリースを制作する課題制作日として実践的に取り組む			2.5時間
7	リース伝票の正しい書き方を学び、サンプル管理や貸出・返却の管理方法など実務の基礎を理解する			2.5時間
8	スタイリストとプレスの関係性を理解し、衣装貸出を通じた仕事の流れやスタイリストの役割を学ぶ			2.5時間
9	スタイリストの仕事内容を理解し、衣装リース時の注意点やトラブルを防ぐためのポイントを学ぶ			2.5時間
10	ファッション誌・WEB・広告など関わる媒体の種類を学び、ファッション誌への広告出稿の仕組みを理解する			2.5時間
11	ファッション業界におけるトレンド観測の方法を学び、トレンドを読み取る視点や情報収集の方法を理解する			2.5時間
12	キャスティング、ブッキング、ギフトなどPR活動に関わる業務の流れと役割を理解する			2.5時間
13	SNS時代の広報活動に必要なSNSリテラシーを学び、情報発信時の注意点やブランドイメージ管理を理解する			2.5時間
14	期末試験実施			2.5時間
15	テストの解答と解説を行い、授業全体の内容を振り返りながらファッションPR業務の理解を整理する			5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>テスト 課題制作(パワーポイント使用) 課題制作(KEYNOTE使用)</p>				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
スタイリスト/バイヤー/プレス 現在はODM会社にて企画職	講師	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	PR論II	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	あり	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	11回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	山内 講平	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業では、ファッション業界におけるPR・販売職の役割を理解し、インハウスプレスとアタッチドプレスの違いや特徴を学ぶ。さらに、雑誌・Web・SNSなど各媒体の特性と分類を理解し、年代やテイストに応じた効果的なPR方法を考える力を養う。また、販売職からプレスや関連職種へとキャリアを発展させるステップについても学び、ファッションビジネスにおける職域理解と将来の進路意識を高めることを目的とする</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ファッション業界におけるインハウスプレスとアタッチドプレスの役割や業務内容の違いを理解し、PR業務の基礎知識を習得することを目標とする。また、雑誌・Web・SNSなど各媒体の特徴やターゲット層を理解し、年代やブランドテイストに応じたPR方法を考える力を身につける。さらに、販売職からプレスなど関連職種へとステップアップするキャリアの流れを理解し、自身の適性や進路を考える力を養う</p>				
授業方法・形態				
<p>講義にて必要な知識を習得し、課題制作で基礎からの応用や実践に取組み、発表を通して他者のアイデアと自分自身の個性や強みを見つける。 講義70%、実習30%</p>				
項目	授業計画・内容			授業時間
1	前期授業の内容を振り返り、プレス業務やリース業務など基礎知識を復習し、本授業の目的と流れを理解する			2.5時間
2	広告プラン作成課題の概要を説明し、撮影や制作の進行を管理するための香盤表の役割と基本構成を学ぶ			2.5時間
3	広告プラン作成に向け、ターゲット設定、ブランドイメージの整理、広告制作に必要な予算計画の立て方を学ぶ			2.5時間
4	広告プラン制作課題として、撮影や制作スケジュールを整理した香盤表の作成と具体的な予算案の作成を行う			2.5時間
5	撮影プラン制作課題として、フォトグラファーやヘアメイクなどスタッフ選定、リサーチ、ロケハンの基礎を学ぶ			2.5時間
6	撮影プラン制作の進行管理としてスタッフリスト作成、校正確認の流れ、媒体への入稿方法について理解する			2.5時間
7	撮影したビジュアル素材の用途を理解し、Web転用、サイズ調整、カタログなど各媒体での活用方法を学ぶ			2.5時間
8	掲載時のブランド名やアイテム情報などのクレジット確認と、誤字脱字を防ぐための校正作業の重要性を学ぶ			2.5時間
9	ファッションショーの運営方法を学び、スケジュール管理やスタッフ配置などイベント運営の基礎を理解する			2.5時間
10	カタログ撮影の流れを理解し、撮影画像をWeb媒体へアップする際の基本作業やデータ管理を学ぶ			2.5時間
11	掲載記事のクリッピング作成方法を学び、掲載媒体への確認やクライアントへの報告業務の流れを理解する			2.5時間
12	デジタルインビテーション作成課題として、データ圧縮やメール添付など実務に必要なデータ送信方法を学ぶ。			2.5時間
13	ファッション業界のAW・SSシーズンごとの業務スケジュールを理解し、年間のPR業務の流れを把握する			5時間
14	期末試験実施			2.5時間
15	テストの解説と振り返りを行い、授業全体の内容を整理しながらPR業務の理解を深める			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>テスト 課題制作(パワーポイント使用) 課題制作(KEYNOTE使用)</p>				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
スタイリスト/バイヤー/プレス 現在はODM会社にて企画職	講師	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	マーケティング論 I	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>アパレル業界におけるマーケティングの基礎から応用までを体系的に学び、ビジネス科学生が消費者行動の理解と戦略立案スキルを身につけることを目的とする。4P(Product・Price・Place・Promotion)を軸に、デジタルマーケティングと店舗施策を統合した実践的アプローチを重視し、即戦力として活躍できるマーケティング人材を育成すること。</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基本概念(4P、STP、消費者行動モデル)を説明し、アパレル事例に適用できる。 ・ブランドポジショニングマップを作成し、自社ブランドの競争優位性を分析できる。 ・デジタルツール(Google Analytics、SNSインサイト)を活用したKPI分析と改善提案ができる。 ・ケーススタディを通じて、売上低迷やトレンド変化へのマーケティング対応策を議論できる。 ・マーケティング施策の成果をレポート化し、プレゼンテーションで説得力を持って伝えられる 				
授業方法・形態				
<p>講義: 4P、STP、消費者行動をファッションブランド事例で解説。 演習: 実際のブランドを題材に市場分析→マーケティングプラン作成→発表。 評価: 演習レポート(50%)、プレゼン(30%)、小テスト(20%)。 目標: ファッション特化のマーケティング思考と実践力を修得</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ガイダンス/マーケティング概要			2.5時間
2	消費者行動論①: 購買プロセス			2.5時間
3	消費者行動論②: セグメンテーション			2.5時間
4	市場調査の基礎			2.5時間
5	競合分析学習 SWOT 分析活用			2.5時間
6	ブランド戦略①: ポジショニング			2.5時間
7	ブランド戦略②: ストーリーテリング			2.5時間
8	プロダクトマーケティング(ライフサイクル、			2.5時間
9	プライシング戦略			2.5時間
10	プレイス(流通)マーケティング			2.5時間
11	市場調査実習①: アンケート実施			2.5時間
12	市場調査実習②: データ分析			2.5時間
13	中間テスト/ケーススタディ			2.5時間
14	前期まとめ/フィードバック 後期に向けた個人課題(ペルソナシート)			2.5時間
15	デジタルマーケティング入門			2.5時間
合計時数				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
中間テスト、課題作成・コンテンツ内容(プレゼンテーション力含む)				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率: 1/3 ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等): 1/3 ・終了テスト: 1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級(マーケティングカテゴリー)、ゼロからわかる!ビジネスで使いこなす!マーケティング大全(中川 功一著 ナツメ社)				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、パイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□		実務家	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	マーケティング論Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	14回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業は、アパレル業界におけるマーケティングの基礎から応用までを体系的に学び、ビジネス科学生が消費者行動の理解と戦略立案スキルを身につけることを目的とする。4P(Product・Price・Place・Promotion)を軸に、デジタルマーケティングと店舗施策を統合した実践的アプローチを重視し、即戦力として活躍できるマーケティング人材を育成すること。</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基本概念(4P、STP、消費者行動モデル)を説明し、アパレル事例に適用できる。 ・ブランドポジショニングマップを作成し、自社ブランドの競争優位性を分析できる。 ・デジタルツール(Google Analytics、SNSインサイト)を活用したKPI分析と改善提案ができる。 ・ケーススタディを通じて、売上低迷やトレンド変化へのマーケティング対応策を議論できる。 ・マーケティング施策の成果をレポート化し、プレゼンテーションで説得力を持って伝えられる 				
授業方法・形態				
<p>講義:4P、STP、消費者行動をファッションブランド事例で解説。 演習:実際のブランドを題材に市場分析→マーケティングプラン作成→発表。 評価:演習レポート(50%)、プレゼン(30%)、小テスト(20%)。 目標:ファッション特化のマーケティング思考と実践力を修得</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	後期ガイダンス/プロモーション概要			2.5時間
2	プロモーションMix①: 広告・PR			2.5時間
3	プロモーションMix②: セールスプロモーション			2.5時間
4	SNSマーケティング①: コンテンツ企画			2.5時間
5	SNSマーケティング②: 運用実践			2.5時間
6	インフルエンサーマーケティング			2.5時間
7	メール・LINEマーケティング			2.5時間
8	O2Oマーケティング			2.5時間
9	広告運用基礎			2.5時間
10	KPI分析とPDCA			2.5時間
11	グループプロジェクト: キャンペーン立案			2.5時間
12	中間発表①/ピアレビュー			2.5時間
13	中間発表②/ピアレビュー			2.5時間
14	最終テスト/成果レポート 期末試験(記述+計画立案)と個人レポート提出			2.5時間
15	総括/キャリアトーク			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
中間テスト、課題作成・コンテンツ内容(プレゼンテーション力含む)				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> ・出欠率: 1/3 ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等): 1/3 ・終了テスト: 1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級(マーケティングカテゴリー)、ゼロからわかる!ビジネスで使いこなす!マーケティング大全(中川 功一著 ナツメ社)				
担当教員の経歴・実務経歴			教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□			実務家	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	販売実務	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	山内 講平	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>本授業では、ファッション業界における販売職を中心に、ファッションビジネスの職種や職域について理解を深めることを目的とする。店舗運営や接客、商品管理、VMD(売場づくり)など販売実務の基礎を学びながら、アパレル企業の仕事の流れや各職種との関わりを理解する。実践的な知識を通して、ファッション業界で働くために必要な視点や職業意識を養い、将来の進路選択や就職活動につなげることをねらいとする</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ファッション業界における販売職の役割や業務内容を理解し、接客、商品管理、売場づくりなど販売実務の基礎知識を習得することを目標とする。また、販売職から店長、バイヤー、VMD、プレスなどへのキャリアステップや関連職種について理解を深め、ファッションビジネスにおける職域の広がりを学ぶ。これらを通して自身の適性や志向を考え、将来の進路やキャリア形成を主体的に考える力を身につける</p>				
授業方法・形態				
<p>講義にて必要な知識を習得し、課題制作で基礎からの応用や実践に取組み、発表を通して他者のアイディアと自分自身の個性や強みを見つける。グループワークを通してデスクッションやロールプレイングを実践し体得する 講義40%、グループワーク30%、実習30%</p>				
項目	授業計画・内容			授業時間
1	ファッションビジネスの構造を理解。川上(素材・生産)、川中(企画・製造)、川下(流通・販売)の役割と業界全体の流れを学ぶ			2.5時間
2	い販売員とは何かをテーマにグループワークを実施。理想の接客や顧客対応について意見交換し、販売員に必要な資質を考える			2.5時間
3	販売員の一日の業務内容を理解。開店準備から接客、レジ周りの業務、金種確認や領収証の正しい書き方など実務を学ぶ			2.5時間
4	品質表示タグの見方を学び、素材ごとの特徴を理解。衣類の正しい洗濯方法や保管方法など、商品知識としてのケア方法を習得			2.5時間
5	接客やビジネスに必要な敬語(尊敬語・謙譲語)を学ぶ。電話対応の基本マナーやビジネスメールの書き方など実務的な対応力を身につける			2.5時間
6	ブランド知識課題①。ブランドの歴史やコンセプト、ターゲット層などを調査し、ブランド理解を深めるリサーチを行う			2.5時間
7	ブランド知識課題②。ブランドの世界観、商品構成、価格帯などを分析し、ブランドの特徴を整理する			2.5時間
8	ブランド知識課題③。競合ブランドとの違いや販売戦略を調査し、ブランドのポジショニングを理解する			2.5時間
9	接客の基本となるファーストアプローチを学習。来店時の声かけや接客の流れ、電話対応やメール対応の基本も実践的に学ぶ			2.5時間
10	店舗リサーチ課題の目的と方法を説明。接客や売場づくりを客観的に調査するミステリーショッパーの視点について理解する			2.5時間
11	実際の店舗を訪問し店舗リサーチを実施。接客、商品構成、ディスプレイ、店舗環境などを観察し記録する			2.5時間
12	店舗リサーチの結果を整理し、分析内容をまとめた資料を制作。観察結果をもとに改善点や特徴を考察する			2.5時間
13	店舗リサーチ課題の発表を行う。各自の調査結果を共有し、接客や店舗づくりについて理解を深める			2.5時間
14	期末テスト実施			2.5時間
15	期末テストの解説と振り返りを行う。授業全体のまとめとして、販売職の役割やファッションビジネスへの理解を整理			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>ファッションビジネス知識テスト ブランド知識課題(パワーポイント使用) 店舗リサーチ課題(Paseg使用)</p>				
評価方法・評価基準				
<p>課題 1/3、テスト結果1/3、日常点1/3 出席率が一定以下(例:3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>トップ販売員の接客術(大和出版) プロの常識BOOK(商業界)</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
スタイリスト/バイヤー/プレス 現在はODM会社にて企画職		講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	ファッションジャーナリズム	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	14回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川和男	授業担当・外部講師	細野敏彦	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>ファッションを社会・文化・産業の文脈から読み解き、文章やビジュアルを通じて発信するための基礎的能力を養うことを目的とする。 ファッション誌、新聞、ウェブメディア、SNSなど多様な媒体を対象に、ファッションジャーナリズムの役割、歴史、パブリック倫理を理解するとともに、 リサーチ、取材、批評、執筆の実践を通じて、情報的確かかつ批評的に伝える力を身につける。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>ファッションやブランド、アイテムデザインに関する情報の文章化、批評的文章を自ら構成・執筆できる ファッションを社会・文化的現象として分析する視点を獲得と媒体メディアに合わせた適切な表現方法を選択できる 事実確認・取材倫理を踏まえた情報発信ができる</p>				
授業方法・形態				
<p>各自でファッションジャーナリズムの歴史、役割、代表的メディアの書き手を取り上げ、文章表現と視点の特徴を分析する。 実際のファッション記事を題材にした批評的読解、リサーチ演習、短文執筆を行い、後半では自主テーマによる記事制作を行う。</p>				
項目	授業計画・内容			予定時数
1	オリエンテーション 「ファッションジャーナリズムとは何か」メディアの歴史(雑誌・新聞・デジタル)			2.5時間
2	メディア視点からのファッションと社会・文化・産業・流通知識			2.5時間
3	記事サンプルの分析①「レビューとレポート」			2.5時間
4	記事サンプルの分析②「批評とエッセイ文」			2.5時間
5	情報リサーチ方法と情報の信頼性について			2.5時間
6	取材とインタビュー手法の基礎			2.5時間
7	執筆演習①:ショートレビューの作成			2.5時間
8	視覚表現と文章の関係(テーマ素材提供写真とレイアウト)			2.5時間
9	記事作成演習 テーマ「ファッションとジェンダー／多様性」			2.5時間
10	報道倫理、リテラシー			2.5時間
11	デジタル時代のファッションジャーナリズム			2.5時間
12	執筆演習②:テーマ記事構想			2.5時間
13	記事編集ワークショップ			2.5時間
14	成果発表会・講評・総括:ファッションを「書く」ことの意義			2.5時間
15	終了筆記テスト			2.5時間
合計時数				47.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
リサーチシート(途中課題)、ショートレビュー／批評文(複数回)、インタビュー原稿(演習課題)、記事課題(プレゼンテーション資料)				
評価方法・評価基準				
出席率・受講姿勢、日常点 :1/3 制作課題評価 :1/3 筆記試験 :1/3				
教科書・参考書・資料・文献				
『ファッション・ライティング』 フィル・ビッカー著 講師による配布資料				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
株式会社 主婦と生活社 LEON編集長補佐、ar編集長、私のカントリー編集長		講師	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	MD論 I	科目区分	職業専門科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科 ファッションビジネスコース	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>マーチャンドライザー(MD)の役割と実務を体系的に理解し、学生が商品企画から販売計画、在庫管理までを俯瞰的に学べることを目的とする。ビジネス科学生向けに、数値管理と戦略的思考を重視し、実際のMD業務をケーススタディや演習で体感させることで、即戦力となるビジネスパーソンを育成すること</p>				
到達目標・習得技術				
<ul style="list-style-type: none"> MDの全体像と各フェーズ(企画・仕入・販売・分析)の役割を説明できる。 売上計画・在庫計画・仕入計画の連動性を理解し、簡易計画書を作成できる。 粗利率、在庫回転率、消化率などの主要KPIを計算・解釈できる。 MDが担うサプライチェーン全体の最適化を、データに基づいて提案できる。 値下げ・在庫処分などの危機管理策を、数値シミュレーションで検証できる。 				
授業方法・形態				
<p>講義(30%):MDの役割・業界構造・売上分析指標を事例で解説。 演習(70%):Excelで簡易売上分析、商品計画立案 評価:演習レポート(50%)、グループプレゼン(30%)、小テスト(20%)。 目標:MD思考(「5適」・数値感覚)を身につけ、実務即戦力化。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	ガイダンス/MDの全体像			2.5時間
2	アパレル業界構造とMDの位置づけ			2.5時間
3	売上計画の基礎学習(事業売上予算とブランディング)			2.5時間
4	売上予算設定学習 在庫計画①:基本指標			2.5時間
5	売上予算設定学習 在庫計画②:季節在庫曲線			2.5時間
6	売上予算設定学習 仕入計画①:数量・タイミング			2.5時間
7	売上予算設定学習 仕入計画②:海外・国内調達			2.5時間
8	商品施策学習 商品ミックス設計			2.5時間
9	商品施策学習 価格設定と粗利管理①			2.5時間
10	商品施策学習 価格設定と粗利管理②			2.5時間
11	数値分析学習 MD数値管理ツール(ピボットテーブル、ガントチャート)			2.5時間
12	中間テスト/ケーススタディ①(店舗売上実績の分析等)			2.5時間
13	ブランディング学習 MDとマーケティング連携施策学習			5.0時間
14	前期まとめ/課題(新規ブランドローンチ)			5.0時間
15	振り返り/MDのトレンド学習①:サステナビリティ			2.5時間
合計時数				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
中間テスト、課題作成・コンテンツ内容(プレゼンテーション力含む)				
評価方法・評価基準				
<ul style="list-style-type: none"> 出欠率:1/3 課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等):1/3 終了テスト:1/3 				
教科書・参考書・資料・文献				
日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級 新版、及び関連業界書籍				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、パイヤー、マーチャンドライザー、商品部長/営業部長を歴任。	実務家	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	MD論Ⅱ	科目区分	職業専門科目	
履修期間	後期	履修要件	あり	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	2単位	16回
設置学科・コース	ファッション総合科・ファッションビジネスコース	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠	

授業の概要(科目のねらい)

マーチャンダイザー(MD)の役割と実務を体系的に理解し、学生が商品企画から販売計画、在庫管理までを俯瞰的に学べることを目的とする。ビジネス科学生向けに、数値管理と戦略的思考を重視し、実際のMD業務をケーススタディや演習で体感させることで、即戦力となるビジネスパーソンを育成すること

到達目標・習得技術

- ・MDの全体像と各フェーズ(企画・仕入・販売・分析)の役割を説明できる。
- ・売上計画・在庫計画・仕入計画の連動性を理解し、簡易計画書を作成できる。
- ・粗利率、在庫回転率、消化率などの主要KPIを計算・解釈できる。
- ・MDが担うサプライチェーン全体の最適化を、データに基づいて提案できる。
- ・値下げ・在庫処分などの危機管理策を、数値シミュレーションで検証できる。

授業方法・形態

〃講義(30%) : MDの役割・業界構造・売上分析指標を事例で解説。
 演習(70%) : Excelで簡易売上分析、商品計画立案、グループディスカッション(バイヤー・MD)。
 評価: 演習レポート(50%)、グループプレゼン(30%)、小テスト(20%)。
 目標: MD思考(「5適」・数値感覚)を身につけ、実務即戦力化。
 〃□

項目	授業計画・内容	授業時数
1	後期ガイダンス/実務ケース入門	2.5時間
2	数値分析応用 消化率管理と売場調整	2.5時間
3	商品販促学習 多店舗MD①: エリア別戦略	2.5時間
4	商品販促学習 多店舗MD②: 在庫統廃合	2.5時間
5	OMO 一元化施策学習 EC連動MD	2.5時間
6	E-コマース販売施策 値下げ・在庫処分戦略	2.5時間
7	危機管理ケース①: 売上不振	2.5時間
8	危機管理ケース②: 在庫過多	2.5時間
9	MD分析テクニック学習	2.5時間
10	中間チェック/ミニテスト実施	2.5時間
11	グループプロジェクト: MD計画立案(架空ブランドの年間MD計画を作成)	5.0時間
12	グループプロジェクト 中間発表①	2.5時間
13	グループプロジェクト 中間発表②	2.6時間
14	最終テスト/振り返り	5.0時間
15	総括/キャリアアドバイス	2.5時間
合計時数		50時間

終了成果物・修了試験・修了課題

中間テスト、課題作成・コンテンツ内容(プレゼンテーション力含む)

評価方法・評価基準

- ・出欠率: 1/3
- ・課題提出(ワークレポート、プレゼンテーション等): 1/3
- ・終了テスト: 1/3

教科書・参考書・資料・文献

日本ファッション教育振興協会発行 ファッションビジネス2級 新版、ファッションビジネス3級 新版、及び関連業界書籍

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□	実務家	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	卒ショー企画	科目区分	総合科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	3単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠、石川和男	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>ファッションショーの企画・運営という高度に複合的なプロジェクトを通じ、個人の創造性を言語化して他者と共有し、自律的な対話と試行錯誤を繰り返しながら、一つの表現を社会へと実装する「共創の実践知」を習得することを目的とする。教員が正解を提示する伝達型ではなく、学生同士のグループディスカッション、リサーチ、プレゼンテーション、および相互講評を組み合わせた「対話的・参加型」の形態をとり、とくに、対面授業を「意思決定と合意形成の場」と位置づけ、その準備のための自律的な思考と調査(課外学習)を対面時間以上に重視します。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>1.自身の得意分野(デザイン、実務、交渉、分析など)と未習得の課題を客観的に評価し、プロジェクト内での最適解を導くスキル。 2.企画の実現に必要な能力と、チームが現在持っている能力の差(ギャップ)を特定し、それを補完するための判断力。 3.セルフ・ディレクション(自律的行動力)として指示を待つのではなく、プロジェクトの全体像を俯瞰し、今自分が担うべき役割を自ら創造して実行に移す力。</p>				
授業方法・形態				
<p>「対話と決定」そのプロセスに注目した科目である。リサーチ、資料調達、広報素材の作成などの「作業」は原則として課外時間に行い、授業内ではそれらを持ち寄った「合致・修正・決定」のプロセスに集中すること。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「チーム形成とビジョンの言語化」:単なる「作業」ではなく「表現」としてのショーの意義を確認			2.5時間
2	「グループ・ビルディングと価値観の共有」:個々の関心を出し合い、チームとしての「共通言語」の創作			5時間
3	「リサーチと多角的な視点の獲得」:自分たちのやりたいことが、社会や時代とどう繋がるかをリサーチ			5時間
4	「ショーテーマの核を全体考察」:抽象的なイメージを言葉に落とし込み、企画コンセプトを確立			5時間
5	「スキルの棚卸し」:各グループが目標達成に必要な役割を自律的に分担			5時間
6	「実現可能性(フィジビリティ)の検討」:予算・場所・時間の制約と具現化方法の議論			5時間
7	「集客、訴求プランの立案」:ターゲットに届けるためのコミュニケーションデザインを設計			5時間
8	「プレゼンテーション企画」:全グループが現状共有し、中間チェックを通して企画をブラッシュアップ。			5時間
9	「問題課題の抽出」:企画の全体像を確認し、予算感も含めて想定される問題を洗い出す			5時間
10	「プレゼンシミュレーション」:異なる意見をぶつけ合い、より質の高い合意形成を目指す。			5時間
11	「プレ・プレゼン」:違和感を修正し、細部のクオリティを追求。			5時間
12	「最終プレゼンテーション準備①」:これまでのプロセスを形に			5時間
13	「最終プレゼンテーション準備②」:企画案、予算案の作成と自己成長の言語化			5時間
14	「最終プレゼンテーション」			5時間
15	「企画の本番移行」:総括し、本番準備へ移行			32.5時間
合計時数				100時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>セクションプレゼン(企画書・プロジェクト設計資料) 最終成果(プロジェクトのアウトプット)</p>				
評価方法・評価基準				
個人成果(プロジェクト内業務貫徹):1/2、自己能力の客観評価:1/2				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>「Producing Fashion Shows」Adrienne Servies 著:Marjorie Clayman 「ファッションショーのつくりかた」著:稲垣 徹</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□		基幹教員 実務家	ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	卒業ショー制作実習	科目区分	総合科目	
履修期間	特別講座	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	石川誠・石川和男	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>後期授業「卒業ファッションショー企画」を立案した卒業予定学生が中心となり、在校生と協働してショー開催を実現するプロジェクト型演習である。企画プレゼンテーションで決定した内容をもとに、広報・会場設営・制作補助・演出補助・運営管理などを分担し、開催日までの約10日間を実践期間として運営を行う。チームビルディングを成果物とし「リーダーシップとフォロワーシップ」「ピアラーニングによる知識共有」「ジグソー法による専門性分担」「プロジェクト進行管理」に重点を置く。学年間協働による実践を通し、ファッション業界で求められる協働力・調整力・実行力を養成する。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>1.テーマ設定と研究背景を明確し、コンセプトに基づいた一貫性のあるファッション作品の制作力 2.制作プロセスを論理的に記録・考察(ポートフォリオ) 3.作品をファッションショー環境で専門的視点からの評価を受ける</p>				
授業方法・形態				
<p>実践的プロジェクトマネジメント、協働におけるリーダーシップ/フォロワーシップを発揮できるピアラーニング(アクティブラーニング型演習、プロジェクトベースラーニング)プロジェクトの実行段階で具体、臨地化する。</p>				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	「卒業ショー企画内容の再確認」:			5時間
2	「チームビルディング演習」:価値観共有ワーク、役割理解、役割分担ワーク、作業学習			2.5時間
3	「ジグソー法による専門分担決定」:責任分野の分担、広報/会場/演出/制作補助などの専門グループの組織			2.5時間
4	「専門グループ別技術共有」:制作技術指導、進行管理方法共有(ピアラーニング①)			2.5時間
5	「管理要件別技術共有」:リスクマネジメント、スケジュール設計(ピアラーニング②)			2.5時間
6	「ショー企画全体統合ミーティング」:全体工程、管理、人員問題確認、進捗共有方法確立			2.5時間
7	「実践作業①下地準備」:キックオフ			2.5時間
8	「実践作業②広報展開、制作補助作業」:			2.5時間
9	「実践作業③会場、バックステージ構成作業」:立込			2.5時間
10	「実践作業④課題の洗い出し」:演出確認、問題点、進捗再調整			2.5時間
11	「実践作業⑤チェックリスト作成」:技術リハーサル			2.5時間
12	「実践作業⑥内容、技術修正」:ショーリハーサル			2.5時間
13	「実践作業⑦」:本番リハーサル(確認)			2.5時間
14	「本番」:運営&記録			2.5時間
15	「振り返り・成果共有」相互評価、次年度への提言作成			2.5時間
時間外授業合計時数				7.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
<p>最終成果物、中間成果物、制作プロセス記録 卒業・終了作品</p>				
評価方法・評価基準				
<p>参加態度・貢献度:1/3 チームワーク評価:1/3 最終引き継ぎ提言書:1/3</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
適宜資料配布、アクティブラーニング実践事例資料				

担当教員の経歴・実務経歴	教員種別	科目所属科長
国内デザイナーブランドへ総合職入社。退職後、渡英、ロンドン・カレッジ・オブ・ファッションにてファッションマーケティング/プロモーションを専攻。小売/卸営業、バイヤー、マーチャンダイザー、商品部長/営業部長を歴任。□	基幹教員 実務家	ファッション総合科 石川誠

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	企業連携実習 I	科目区分	総合科目	
履修期間	前期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	花園 和年	授業担当・外部講師	なし	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>アパレル企業の現業に必要とされる知識を、専門用語、社会人常識を含めて、学習、即戦力としての知識を学ぶ 将来MD、企画職を目指す学生のために、ビジネス面だけでなく、デザイン、テキスタイル知識、情報分析と活用法を併せて学ぶ 店頭リサーチ、トレンド分析を通じ、現在のファッション産業の流れを理解し、今後の企画参画のための基礎を身につける アパレル業界の現状、歴史、課題を学び、業界人としての基礎を身につける</p>				
到達目標・習得技術				
<p>1、企画体験、MD体験を通じて実際の企画職としての最低限の知識を身につけると共に、今後の課題を明確にする。 2、テキスタイル、デザインに関する知識を広げ、企画職に早期に登用されるような土台作りをする 3、店頭、市場分析を通じ、現在のファッションの流れを正確に理解する</p>				
実習、講義、店頭・市場リサーチ、企業訪問、グループワーク				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オリエンテーション(企業連携講座について 企業研究 素材解説)			2.5時間
2	連携企業研究 ブランド分析			2.5時間
3	企業担当登壇(第1回) 質疑応答			2.5時間
4	グループワーク 資料作成			2.5時間
5	店頭リサーチ 1 指定ブランドの店頭リサーチ 顧客情報、商品情報、VMD			2.5時間
6	店頭リサーチ 2 館としての百貨店店舗の売り場構成、人気商品、人気ストアのリサーチ			2.5時間
7	情報収集・分析 発表資料作成			2.5時間
8	グループワーク・資料作成 ブランドコンセプト			5時間
9	グループワーク・資料作成 商品構成、ペルソナ			5時間
10	グループワーク・資料作成 売場構成イメージ作成			2.5時間
11	課題最終チェック・発表準備			2.5時間
12	グループ発表練習・質疑応答			2.5時間
13	企業担当登壇・発表会			2.5時間
14	期末試験			2.5時間
15	テスト内容解説、グループワーク順位発表			2.5時間
合計時数				42.5時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
グループ発表、パワーポイント資料、レポート 企画職、MDに求められるもの、体験、今後のキャリアプラン作り				
評価方法・評価基準				
<p>日常点(授業参加、態度、出席率)1/3 レポート+作品の平均評価1/3、修了試験1/3 出席率一定以下(3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>「アパレル興亡」黒木亮著 「Fashion Business 創造する未来」尾原蓉子著 企業、講師による参考文献</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
<p>明治大学卒 テキスタイル企画・MD12年(ニット、合織、プリント) 海外製品バイヤー20年</p>		<p>実務家教員 専任教員</p>	<p>ファッション総合科 石川誠</p>	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	企業連携実習Ⅱ	科目区分	総合科目	
履修期間	後期	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	15回
設置学科・コース	ファッション総合科	対象課程	専門課程	
教員	花園和年	授業担当・外部講師	なし	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>企業と連携することにより、実際の就業現場で求められる経験、知識、トレンドの習得 実際の百貨店店頭訪問、分析 将来百貨店でのポップアップ・ショップ展開のために必要な知識、今後の課題分析 売場コンセプト作り、コンセプトマップ作成を通し、売場構成方法の学習 自分の好きなものではなく、顧客のニーズに合った商品構成の構築</p>				
到達目標・習得技術				
<p>企業連携により実際の売場の動向、顧客のニーズと、それをいかにして把握するか、そのメソッドの習得 顧客のニーズに合わせた商品、アイテム、VMDの学習 顧客重視のセレクトショップのコンセプト作り、商品構成、他社との差別化方法の習得</p>				
授業方法・形態				
講義、種々リサーチ、グループワーク				
項目	授業計画・内容			授業時数
1	オリエンテーション(百貨店複合売場、自主構成売場解説)			2.5時間
2	百貨店研究 自主構成、ポップアップ研究			2.5時間
3	企業担当講義 1回目 課題提起 質疑応答			2.5時間
4	チーム分け、役割分担、課題理解、確認			2.5時間
5	店頭リサーチ 1 課題ブランド訪問 商品情報、顧客情報、VMD,リサーチ			2.5時間
6	店頭リサーチ 2 服、靴、靴、帽子、等トータルでのMD研究			2.5時間
7	ショップコンセプト作り、マップ作成			2.5時間
8	マップ作成 2 発表資料作成			2.5時間
9	企業担当講義2 中間発表 修正指示			2.5時間
10	企画修正			2.5時間
11	最終企画案作成、発表準備			5時間
12	企業担当講義3 課題評価			2.5時間
13	課題まとめ			2.5時間
14	期末試験			2.5時間
15	テスト内容解説、課題順位発表			2.5時間
合計時数				40時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
発表内容・発表パワーポイント・作成資料 セレクトショップ・自主編集売場の売場構成、必要とされる知識(VMD、バイイング、商品構成、等)				
評価方法・評価基準				
<p>日常点(授業参加、態度、出席率)1/3、レポート+作品の平均評価1/3、修了試験1/3 出席率一定以下(3分の1以上欠席)であれば自動的に不合格とする場合あり</p>				
教科書・参考書・資料・文献				
<p>連携企業、担当教員による資料準備、提供 「誰がアパレルを殺すのか」杉原淳一/染原睦美著 「全国百貨店の店舗戦略:新たな競争と成長の構図」大原茜/浅倉祐輔著</p>				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
<p>明治大学卒業 テキスタイル企画MD12年(ニット、合織、プリント) 海外製品バイヤー20年</p>		<p>実務家教員 専任教員</p>	<p>石川 誠</p>	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	臨地学習・見学	科目区分	総合科目	
履修期間	特別講座	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	
設置学科・コース	ファッション総合科・造形科	対象課程	基礎課程	
教員	石川和男	授業担当・外部講師	学科教員	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>基礎課程において、芸術、文化、ファッション業界の理解や知見を深めるべく、展覧会、舞台芸術、物流センター、生産工場など、クリエイティブから生産・配送までの全工程を体験的に把握する機会として設定。事前には関係する授業や連携する授業内において対面レクチャなども含め、授業内容に肉付けを図る目的を持つ。ものづくりへの理解と技術的視点の強化。(工場・ワークショップ参加を通じ、素材、加工、工程管理などの実務を知る) 文化的背景と表現の関係を学ぶ。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>現場見学を通じて、ファッション製品が企画から消費者へ届くまでの流れの把握 展覧会や舞台など文化芸術体験から得られた表現要素を自身の創作に応用 物流・生産現場の課題、強み、技術的ポイントを理解 現地現場ワークショップにおいては、実務体験をとおして職業意識の向上を図る。</p>				
授業方法・形態				
<p>本授業は明確な時間割を設けず、特別授業として実施する。また事前・事後の学修は、関連科目内および課外学修として進める。 内容としては相手先施設において、それぞれの学芸員や職能者による説明、レクチャーを受ける(現地現場において実務をもととしたワークショップ)</p>				
項目	授業計画・内容			課外時数
1	実社会に触れることの意味を理解し、「見る・感じる」体験を学修として扱う姿勢の形成			3時間
2	学修テーマの再確認 (現在の関心や問題意識を明確化)			3時間
3	事前研究 (疑問や問いを持って現場に向かう準備)			3時間
4	実社会との接続① (ファッション産業の現実に触れる)			3時間
5	実社会との接続② (アート・文化としてのファッション体験)			3時間
6	事前のイメージと実際の現場との差異の整理			3時間
7	役割・立場の多様性理解 (例として、現場で働く職能者技術の多様性)			3時間
8	学修との照合 (臨地体験を通して検証)			3時間
9	知識の再解釈 (臨地体験を通して自己の学習目標再構築)			3時間
10	「見る目」の変化			3時間
11	知見領域の変化、拡張			3時間
12	今後の学修への設定 (取り組むべき課題やテーマ)			3時間
13	振り返り、学修として統合			3時間
14	学修レポート作成			3時間
15	学修確立			3時間
時間外授業合計時数				45時間
終了成果物・修了試験・修了課題				
施設・企業からの配布資料、ワークシート 学修レポート				
評価方法・評価基準				
参加姿勢、事前学習ノート:1/3 学修レポート:1/3 参加姿勢:1/3				
教科書・参考書・資料・文献				
展覧会パンフレット 企画展資料本 企業パンフレットなど				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
			ファッション総合科 ファッション造形科	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	職業人基礎力と協働演習	科目区分	総合科目	
履修期間	集中講座	履修要件	なし	
必修・選択	必修	単位数・回(実日程)	1単位	1～4回
設置学科・コース	全学科	対象過程	全課程	
教員	石川和男	授業担当・外部講師		
授業の概要(科目のねらい)				
<p>ファッション産業の実務現場の理解。(展覧会、舞台芸術、物流センター、生産工場など、クリエイティブから生産・配送までの全工程を体験的に把握)ものづくりへの理解と技術的視点の強化。(工場・ワークショップ参加を通じ、素材、加工、工程管理などの実務を知る)文化的背景と表現の関係を学ぶ。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>課題解決型学習(PBL)やサービスマーケティングの手法を用い、学内での協働活動を通して、社会で求められる職業人基礎力を身につけることを目的とする。 履修者は在学期間を通じて以下を達成することを目標とする。 ・周囲と協働し、役割を理解して与えられた業務を責任をもって継続的に遂行できる ・社会貢献や組織運営への参画意識を身につける</p>				
授業方法・形態				
<p>日常的な学内活動(週番作業、大掃除、行事運営補助等)をPBL課題として位置づけ、サービスマーケティングとして評価・単位認定を行う実践型科目である。 学生は在学期間を通して、計画・実行・振り返り(PDCA)を繰り返しながら、協働力・責任感・主体性を養う。 在学期間を通じて継続的に実施する実践型科目であり、上記15回の授業計画は学修プロセスを示したものである。</p>				
項目	授業計画・内容			課外時数
1	授業の目的、評価方法、履修上の注意の理解。社会人基礎力の解説(前に踏み出す力/考え抜く力/チームで働く力)			3時間
2	学内活動の意義と社会的役割の理解			3時間
3	協働活動の基礎(週番作業実践)			3時間
4	協働活動における課題認識(作業効率や環境改善に関する気づきの共有)			3時間
5	作業の実践(協働行動の定着)			3時間
6	協働作業の課題発見と改善検討			3時間
7	計画的な協働活動の実践(協力して目標を達成す経験の蓄積)			3時間
8	大掃除等のプロジェクト計画立案(集団内の役割について)			3時間
9	協働活動の実践と調整			3時間
10	社会人基礎力の自己評価(中間成果確認)			3時間
11	サービスマーケティングとしての位置づけ理解(学内活動が組織や他者に与える影響の理解)			3時間
12	主体的行動の実践と原理			3時間
13	リーダーシップの実践実習			3時間
14	調整役・まとめ役の経験			3時間
15	学修成果の確認			3時間
合計時数				45時間(対面1時間)
終了成果物・修了試験・修了課題				
活動記録(週番作業・協働活動)				
評価方法・評価基準				
活動実績(活動記録)・行動観察評価:100%				
教科書・参考書・資料・文献				
『社会人基礎力育成の手引き』 経済産業省				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
			ファッション総合科 石川誠	

ファッション総合科ファッションビジネスコースシラバス

授業科目名	海外研修	科目区分	総合科目	
履修期間	集中講座7日間(年度により異なる)	履修要件	参加費自己負担・最少催行人数あり	
必修・選択	選択	単位数・回	1単位	
設置学科・コース	全学科	対象課程	全課程	
教員	石川誠	授業担当・外部講師	添乗員・現地職能スタッフ	
授業の概要(科目のねらい)				
<p>現地のアパレルブランド、デザインスタジオ、プレスルームを訪問し、国際的なグローバル視点でファッション産業の構造を学ぶ。デザインリサーチ能力や創作力を高めることを目的に現地クリエイターやプレス担当者との交流を通じ、基本的な業界英語(または現地語)に触れて、国際コミュニケーション能力の強化。文化施設、美術館などを巡り、デザインソースやトレンドの背景を理解し、自己の創作活動への応用とする。</p>				
到達目標・習得技術				
<p>世界のファッションブランドのデザイン工程・広報戦略を理解。 現地文化の観察を通して、新たなデザインソースを抽出。 自身のクリエイションに研修で得たインスピレーションを活用できる。 研修内容を整理し、レポート・プレゼンテーションとしてまとめられる。</p>				
授業方法・形態				
<p>デモンストレーションからの実習を中心。 プレゼンテーションにおいては、学生同士の相互講評、評価を取り入れる。</p>				
項目	授業計画・内容			課外時数
1	ファッションに関する国際感覚の基礎理解の形成			2時間
2	ファッション都市の業界構造理解(産業構造、メゾン、アトリエ、職人、教育機関の関係性)知見の蓄積			2時間
3	専門領域の焦点化①(世界的メゾン・ブランド研究)知見の蓄積			2時間
4	専門領域の焦点化②(各自の専門性と結びつけて観察できる領域視点作り)			2時間
5	個人テーマ、フィールドワーク設計(経験準備・主体的な問いの設定)			2時間
6	出発前レクチャー(現地最新ニュース、、交通・安全レクチャー)			2時間
7	出発・現地到着(現地ガイダンス/異文化コミュニケーション)			2時間
8	デザインスタジオ訪問(有名ブランド、または新鋭ブランドのデザインスタジオ見学、ワークショップ)			5時間
9	プレスルーム・ショールーム・展示会訪問(コレクション見学、ブランドイメージ構築の手法のワークショップ)			5時間
10	文化施設・美術館の見学「ファッション、アート、歴史資料の観察」(例:ルーヴル、V&A、MoMA など)			5時間
11	実践的体験・フィールドワーク(理論と事前理解の現場検証)			5時間
12	経験の再構築「研修内容の資料整理、研修前後比較・分析による考察			3時間
13	成果物制作(視覚的・論理的表現の検討)			3時間
14	研修を「一過性」としない学習の展開(学修成果の発信)			3時間
15	成果総括(今後の学修・制作への活用、キャリアへの活用計画)			3時間
合計時数				46+α(準備時間)
終了成果物・修了試験・修了課題				
代理店からの配布資料(デジタル) 現地ワークシート				
評価方法・評価基準				
参加姿勢、提出物、記録ノート:50% 終了レポート:50%				
教科書・参考書・資料・文献				
各国ファッション協会発行メディア(Première Visionなど) 代理店からの訪問先資料				
担当教員の経歴・実務経歴		教員種別	科目所属科長	
			ファッション総合科 石川誠	