

議 事 録	
ファッションビジネス科 教育課程編成委員会	
日 時	2026年 3月5日（木） 16:00-17:00 オンライン
場 所	東京服飾専門学校（東京都豊島区巣鴨1-19-7）
企業出席者	株式会社ステップス 常務取締役 塚田龍一様
	株式会社クレヨン 人事営業部 マネージャー 森井久美子様
	有限会社ビーシーコスチューム代表取締役 太田えりこ様
	ソーイングアサヒ株式会社 代表取締役 高橋 英一郎様
	非常勤講師：廣瀬様
	常勤講師：石川
	常勤講師：花園・田中
	造形科学科長：鷺
	ビジネス科学科長：石川誠
欠 席 者	3名
概要	1. 教育課程編成委員会の学内位置付けと、教育内容向上への取り組み
	2. 教育・育成内容向上に関する取り組み（成果・課題）
	以上について業界の求める人材を学科として育てているか、意見を収集して改善を図る
内 容	挨拶 ・教育課程編成委員会の学内位置付けと、教育内容向上への再確認 ・当校教育理念の共有と時代・価値変化に伴う意義説明
	 ・教育課程編成委員会の趣旨説明。 ・今回の教育編成委員会の目的と議事項目の紹介。 ・出席者ご紹介（業界団体様・企業様・非常勤教員様）
	 <u>基本指針を踏まえて</u> 学生に対してどのような指導を行い、彼らを将来的に、どう導いていくか。選択肢や気づきの機会を与えることができるか？その為の授業を行っているか？を常に念頭に置き授業を実施している <u>最終学習目標</u> 知識学習・演習・実習を経て、将来、どのような人材になりたいのか？ その為には、今、何が必要で、何を得るか、という逆算のカリキュラム構成を実施
	 企業連携実務講座（対象クラス：2年ビジネス科/2年スタイリスト科ビジネス選択 合計40名）
	①株式会社アッカ・インターナショナル様 （2025.4～ 7）
	 「AI・DX化が進むファッション業界の今と未来」 目的：2050年問題に代表される労働人口の減少。ファッション業界でのDX化、ロボットの活用が今後、急速に進む環境で就業する学生達にAI、ロボットと協創するには？を学習する事 成果：DX化とAI、ロボットが運用されている今の業界全体理解とその実務作業経験
	②株式会社アバハウス・インターナショナル様（2025.7～10）
	 「企業分析から新しい戦略・施策を創り出す」 自社分析の重要性と競合ブランドとの差別化戦略を企画する 目的：自社（自己）の強み・弱み（SWOT分析など）を客観的に把握し、市場での立ち位置を理解する。実践的なマーケティング・ブランディング思考を身につける 成果：自社（自己）の現状と競合との差別化ポイントを言語化できるようになる「誰に」「何を」「どう伝えるか」を明確にした差別化戦略案を作成できる
	③株式会社BIGI 様（2025.10～2026.1）
	 「富裕層への接客知識・スキル実習」 高級商材の取り扱い方・プレゼンテーション方法の実践 丁寧な言葉遣いや所作、身だしなみの徹底・ロールプレイによるパーソナル接客体験 目的：高額商品の提案やプレミアムなサービス提供を通じて、富裕層顧客の価値観やニーズを理解する。言葉遣いや所作、空間演出など、上質な接客マナーを身につける長期的な信頼関係構築を意識したホスピタリティの在り方を学ぶ 成果：顧客一人ひとりに合わせたパーソナル提案ができる接客力を習得 高単価商品でも自信を持って提案できるプレゼンテーションスキルが向上 富裕層に限らず、幅広い顧客に対して質の高いサービスを提供できるようになる
研修活動	標記研究会【AI生成技術の授業活用】について（公益社団法人 東京都専修学校各種学校協会） ChatGPTなどの生成AIツールを教育現場で効果的に活用する方法を理解し、授業設計や学習支援に活かす実践力を養うことです。教員がAIの可能性とリスクを正しく理解し、創造的かつ安全な学びの場を提供することが目的（常勤教員2名受講）
上記学習報告書を拝読して頂いた結果の委員様からの質問事項等	①造形科の学生達の学習内容は製作作業が中心だが、同時に商品を販売する、接客する際の消費者心理に関して学習機会はあるのか？（ビジネス知識と連動する部分）→ 来年度からファッションビジネス論履修のカリキュラム ・企業連携実習の内容はここ数年品質は上がって実務に近い事を実施できている。 ②E-コマースで購入する学生達がいざ、店頭でお客様とコミュニケーションを取り接客を行うまで育成の部分でも苦労をしている。 ③デジタルデバイスの利便性はもちろん活用すべきだが、「対人」となる場面では思い通りに自分の意見が言えなかったり、（内容が）間違っているのではないかと不安になり、“自分”を出せない若年層が多い。→ 仕事するという事は、経済人であり、ビジネスを担う人材であるため、製作だけ、デジタルだけと偏っては成長しない。製作した物を売る。利益を上げる。商品を知った上でお客様を知り、購入して頂く。まさに、モノ・ヒト双方のバランス学習が必須と考える。
作成者 石川誠	