

会議議事録

会議名	教育課程編成委員会（高度アパレル専門科／アパレル技術科）
開催日時	第1回 - 1 令和2年10月9日（金） 10:00～12:00 第2回 - 2 令和2年11月27日（金） 10:00～12:00
場所	本校舎2階 会議室
委員	<p>① 企業等委員</p> <p>境 泰志 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会 事務局長 吉川 順子 株式会社ポーラ 商品企画部ビューティーライフチーム（アパレル開発担当）ディレクター 藤田 泰史 株式会社日本アパレルシステム サイエンス 代表取締役社長</p> <p>② 本校委員</p> <p>布矢 千春 本学院学院長 渡邊千佳子 本学院高度アパレル専門科 科長 藤田 里恵 学院アパレル技術科 科長 曾根 礼子 本学院教務課長 佐藤佐千枝 本学院教務課員</p>
欠席者	なし
配布資料	令和2年度 シラバス 産学連携授業の主な一覧 特別講義一覧 入学案内 D.M.J会誌
議題等	<p>第1回</p> <p>1、コロナ禍での授業体制について 2、2020年度実施の1年生新カリキュラムについて</p> <p>第2回</p> <p>1、2020年度実施の職業実践専門課程 2、2020年度実施の特別講義について</p>

以上

会議議事録

会議名	教育課程編成委員会（服飾造形科／ファッションビジネス科）
開催日時	第1回 - 1 令和2年10月9日（金） 14:00～16:00 第2回 - 2 令和2年11月26日（木） 10:00～12:00
場所	本校舎2階 会議室
委員	<p>① 企業等委員</p> <p>澤田 勤志 株式会社MORI パーソネル・クリエイツ代表取締役社長 伊藤 弘子 ZEROZEROESUESU INC.代表取締役／デザイナー 津曲 公夫 株式会社 オアシススタイリング 代表取締役社長本校委員</p> <p>② 本校委員</p> <p>布矢 千春 本学院学院長 峯岸 恵 本学院服飾造形科 科長 依田 侑里子 本学院ファッションビジネス科 科長 曾根 礼子 本学院教務課長 佐藤佐千枝 本学院教務課員</p>
欠席者	第1回 なし 第2回 峯岸 恵 本学院服飾造形科 科長
配布資料	令和2年度 シラバス 産学連携授業の主な一覧 特別講義一覧 入学案内 D.M.J会誌
議題等	<p>第1回</p> <p>1、コロナ禍での授業体制について 2、2020年度実施の1年生新カリキュラムについて</p> <p>第2回</p> <p>1、2020年度実施の職業実践専門課程 2、2020年度実施の特別講義について</p>

以上

教育課程編成委員会の主な討議内容

第1回-1

- ・高度アパレル専門科
- ・アパレル技術科

10/9（金）10：00～12：00

[院長]

* 昨年の委員会でのアドバイスから実現したこと。

・ 近代服装史が大事であるというご意見をいただき、今年は2年生がリモートで5回、高学年が1950年代～近代、シャネルについて特別講義を実施し実現した。

・ R社のサステイナブル関係の事業部とインターンシップができることになった。コロナ禍でどの企業もインターンシップを受入れを中止している中、委員からとても貴重な情報をいただき成果に結びついた。

* コロナの影響を受けて実施できなくなった授業

・ 高度アパレル専門科がやっていた中国の縫製工場を使ってサンプルを作ってもらった授業はコロナ禍で不可能になってしまった。今回はブランドを想定して自分でサンプルを作る授業に切り替えた。しかし、個人事業主のデザイナーに講師をお願いしたので、産学の授業としての契約はできなかった。

議案1 コロナ禍での授業体制について

[院長]

コロナ禍で授業体制を5月からリモートに切り替えた。夏休みを短縮すれば、授業時間が確保できるので教員は時間割を作り変えた。

比較的上級生はグループLINEが繋がっていたのでスムーズに連絡が取れた。

特に課題だったのは新入生で、入学式ができなかったためメールアドレスすら渡せていない状況。説明書を作成して郵送し、メールアドレス配信・設定の指導から開始した。プラットフォームはフェイスブックグループで行った。

2年生以上は登校日を1日だけ設定した。

6月からは実習演習など対面授業で3蜜を避けるようにして実施した。特別授業など人数の多いものに関してはzoomを使用したり、広い講義室を使用したりなどの工夫をしながら授業を実施した。

コロナ禍の4月はどのツールを使ってどのように取り組むのか素人では判断が難しいので、IT系の方にコンサルタントをスポットで頼んだ。教材づくりなど教員への負担がとてもあった。SNSをはじめオンラインツールがなかったら授業はできなかった。

[高度アパレル専門科 科長]

資料説明

上級生はクリエイションを伸ばす、デザイン画を描く作業は自宅でできる。

教員はいろいろ試行錯誤しながら動画やパワーポイントを作成した。

***授業例**

- ・パワーポイントで画像作成し、これから作る洋服のデザイン考案のオンライン授業実施。
- ・ラインを使ってグループ配信したあとに個々でライン面談実施。
- ・デザインマスク作成。
- ・産学連携授業のデザイン考案。

***就職活動** 現在 8 名中 2 名のみ決定。 レイカズン・デザイナー、ソフトバンク・企画
(※2021 年 5 月 31 日に全員就職決定)

[アパレル技術科 科長]

今年からアパレル技術科と高度アパレル専門科 1 年生が合同授業を開始。

また、1 年生は学年で 80 名ほどいる。1 度も登校していないので、オンライで連絡が取れるまで苦労した。

4 月に郵送で縫い方の説明、動画の URL、パターンなど必要な資料を 2 回ほど郵送した。ファッション画の授業は教材送りすぐに開始した。

遠隔授業を 1 年生も少しでも進められるように努力した。

***授業例**

- ・坂口昌章先生の YouTube 配信で特別講義。レポート提出。
- ・就職活動についての内容を YouTube 配信。レポート提出。
- ・アパレル素材論 I の授業を zoom で実施。
- ・造形の授業はすべて映像を見せながら実施。授業を YouTube にあげているのでいつでもみることができる。

上級生は YouTube とラインでパターン検定の問題に特化した授業を推進。

- ・デザインマスク作成。

就職状況は 13 名中 5 名決定している。パタンナーとしては松竹衣裳に 1 名、総合職で 4 名。

(※2021 年 5 月 31 日に 11 名決定)

[院長]

コロナ禍の授業の在り方についての意見と今後、業界的にはどう変わっていくのか等、ご意見アドバイスをいただきたい。

[Y 委員]

訪問販売で成り立っている会社に勤務しているが、販売者は商品説明の学習をするのだが、一昨年後半からオンラインで学習できるというシステムに変えたばかりだった。今はやっておいて良かったという状況。慣れるまで大変ではあった。

物づくりは触らないと出来ない。入社率が限られている中でどう仕事をこなすのか現場も悩んでいる。しかし、受身になっているとだめだと思う。

新入社員にはモバイル PC を支給して zoom で仕事をこなした。衣類はサイクルが短く次

のシーズンになったら廃棄しなくてはならない、SDGs の観点も考えると在庫を持たないで販売する方法を考えないといけないという時期になった。

精錬がオンラインでオリジナルワンピースをつくるという EC 販売をしていたりして売り方を考えることも大切。

アパレルメーカーは経営が大変だと思うので大きな転換期。コロナ禍で差ができる。

[S 委員]

コロナ禍は来春以降も続く。4月1日から働き方改革で残業規制が変わる。今後、制度として罰則ができる。昨年、都内企業オリンピックシーズンの7・8月は会社に出ないで仕事してくださいと大企業には要請があった。時差通勤、リモートワークをトレーニングしていた。結果的にトレーニングではなくやらなければならなくなった状況。

大きな転換期であることは間違いない。アパレル全体の事業の方向性として DX をスピード感をもってやらないと置き去りにされる。IT を浸透させなければならない。リアル店舗は現状復帰が難しい。EC を始めたけれどもっと効率よくやらなければならない。展示会もオンラインになっている。採用はするが裏では早期退職。販売職は店舗減少で減少。EC 関係の事業部は採用枠が増えるのではないか。

協会では 3D CAD の画像を使って EC サイトをロスなく作るという CAD セミナー開催。今後人材が求められる分野である。

[F 委員]

パターンメイキング業界とアパレル産業の話だが、ファッション商品のパターン発注が減っている。ゆるいサイズの服が増えたため、展開型紙数が減っている。公共交通機関のユニフォームなど制服は現状通り、サイズ展開が豊富。

コロナ前から働き方改革をはじめていたが、IT の力を借りて働く側の質をあげるという方向には、なかなか進まなかった。しかし今回一気に促進した。営業については在宅勤務が進まなかった。

EC は、アパレル業界からではなく、個人から依頼がくる。服が好きだから服を作るという人たちが増えているのはデジタルの力。ネット上の繋がりで商談がスムーズに進められるのもデジタルの恩恵。パターンメーカーなのでデジタルで型紙を売ることが今年はじめた。3D CAD は需要が高まっている。サンプルがいらなくなるということは魅力的。

[院長]

日本のアパレル業界は CAD の主流が東レであるので、本学院は東レのクリアコンポ II にバージョンアップしている。なので、必然的に 3D CAD ができる。アパレル技術科は自分で CAD でパターンを作り、3D にして確認するという授業は行っている。

結果としてはクリアコンポ II にしたことで導入の部分ではよかった。

スポーツ業界ではサンプルを作らず CLO などの 3D CAD の画像を EC サイトに掲載して受注を受けるという内容の DX に関する特別講義は受講させた。学びとしてはパタンナーを目指すアパレル技術科では非常に重要。ソフトの投資もしなくてはならないので、今後

は学生にどこまで授業として行うかを検討していきたい。

議案2 2020年度実施の1年生新カリキュラムについて

[院長]

* 育成人材像

- ・ アパレル技術科ははパタンナーを目指す。
- ・ 高度アパレル専門科はビジネスも見据えたブランディングを学び、総合職、企画職、デザイナーになるための人材育成。その上で「ファッションの企画力でなりたい自分になれる」という自己開発を目的としている。

1年生の学びとしてはアパレル技術科と高度アパレル専門科を一緒にすることによってよりアパレルに近い学びにした。

* 授業料減免の制度

授業料の無償化という制度ができて、家計が厳しい学生でも入学できるようになった。

[Y 委員]

1年生は基礎なので工業用パターンで進めることはよい。どのような目的で入ってきたかにもよるが、授業の目的を学生に理解させる、納得させることが大事。

[S 委員]

内容的にはよいのではないか。目的を理解して入学する、学生に興味を持ってもらう、先輩の話聞くなど、動機付け、伝え方が大事。

[F 委員]

ベースとなる基礎の科目はよいのではないか。

まずは学生に興味をもってもらう。わかりやすく伝えて安心させてあげたらよいのではないか。

[院長]

このままの方向性で学生募集の伝え方、授業目的の伝え方は工夫していこうと思う。

内容的にはこのまま進める。

基礎の部分が大切であることしっかりと伝える。

第1回-2

・服飾造形科

・ファッションビジネス科

10/9（金）14：00～16：00

[院長]

* 昨年の委員会でのアドバイスから実現したこと。

・ 近代服装史が大事であるというご意見をいただき、今年は2年生がリモートで5回、高学年が1950年代～近代、シャネルについて特別講義を実施し実現した。

・ R社のサステナブル関係の事業部とインターンシップができることになった。コロナ禍でどの企業もインターンシップを受入れを中止している中、委員からとても貴重な情報をいただき成果に結びついた。

* コロナの影響を受けて実施できなくなった授業

・ 高度アパレル専門科がやっていた中国の縫製工場を使ってサンプルを作ってもらった授業はコロナ禍で不可能になってしまった。今回はブランドを想定して自分でサンプルを作る授業に切り替えた。しかし、個人事業主のデザイナーに講師をお願いしたので、産学の授業としての契約はできなかった。

議案1 コロナ禍での授業体制について

[院長]

コロナ禍で授業体制を5月からリモートに切り替えた。夏休みを短縮すれば、授業時間が確保できるので教員は時間割を作り変えた。

比較的上級生はグループLINEが繋がっていたのでスムーズに連絡が取れた。

特に課題だったのは新入生で、入学式ができなかったためメールアドレスすら渡せていない状況。説明書を作成して郵送し、メールアドレス配信・設定の指導から開始した。プラットフォームはフェイスブックグループで行った。

2年生以上は登校日を1日だけ設定した。

6月からは実習演習など対面授業で3蜜を避けるようにして実施した。特別授業など人数の多いものに関してはzoomを使用したり、広い講義室を使用したりなどの工夫をしながら授業を実施した。

コロナ禍の4月はどのツール使ってどのように取り組むのか素人では判断が難しいので、IT系の方にコンサルタントをスポットで頼んだ。教材づくりなど教員への負担がとてもあった。SNSをはじめオンラインツールがなかったら授業はできなかった。

[服飾造形科 科長]

1年生は授業開始までに非常に時間がかかった。4月は教科書やプリントなどを郵送で対応。

5月ようやく学生とオンラインで連絡が取れるようになった。5月18日からオリエンテーションを含む授業をフェイスブックのプラットフォームを使い開始した。

2年生は LINE 連絡網が出来ていたのでスムーズだった。不安のないようにこまめに連絡した。毎日 LINE で出席をとっていた。

*授業内容

- ・マスクの作成に取り組んだ
- ・ファブリックデザインについて
- ・パターンメイキング技術検定試験に向けたパターンの授業。
- ・非常勤講師の近代ファッション史の特別講義。

[ファッションビジネス科 科長]

ビジネス科 1年生は今年から前期だけ服飾造形科と合同で授業をやっている。

4月5月は服飾造形科に同じ。アクティブメール・フェイスブックグループへの招待などの設定は大変だった。5月29日に全員が ZOOM でつながることができた。学生の表情を見ているクラスの皆に会いたかったのだなという気持ちが伝わってきた。

2年生はクラス全員がパソコンを持っているので遠隔授業はスムーズだった。

現在も週1回遠隔授業実施しているが、特に問題なく進められている。

[院長]

コロナ禍の授業の在り方についての意見と今後、業界的にはどう変わっていくのか等、ご意見アドバイスをいただきたい。

[I 委員]

学生とのオンラインのやり取りが増やしていくのも新しいステップになる。

映像で見せる授業は良いことだと思う。

日本は3Dでデザインすることについて遅れている。3Dデザインの授業も必要。新しいことが出来ると新しい就職先も出てくるかもしれない。

[M 委員]

アパレル業界もデジタル化とずっと言っているが踏み込めなかったのが現状。今年はコロナ禍なので、デジタル化するしかないという状況だった。やはりデジタル化は、よい面と悪い面がある。海外に行っているバイヤーに関しては大変よかった。

業界の状況は大変厳しい。来期以降の新卒に関しては減。たとえば今年の採用で UR100名から 25名。来期も同じくらい。総合職・企画職は壊滅的。メガネの Zoff, JINS などは好調

[T 委員]

今回のコロナに関しては今までやってきたことが出来なくなったことにより世界的規模で屋外行動が変化した。それによってファッションビジネス関連やクリエイティブ関係も従来のやり方が通用しなくなった。

1 月後半からも自粛傾向は継続。大学、専門学校と対面型とオンライン授業を経験したが、技術系と知識系とやり方が違って良い。技術系は双方向でないと身に付かない。デジタル化が普通の時代になっていくことを考えて、仕組みを考えなければならない。今後は宿題の出し方、授業のやり方、運営の手法、就職活動を連動して考えなければならない。ファッション業界は対面ビジネスが EC へ。EC でも店舗と同じ問題がでてきている。学校の授業の中で EC 技術と EC 知識を入れた授業を本格的に考えて、単位制で運営しないと、今までの技術と発想力だけでは今後難しいと考えられる。ファッションビジネス科がデザイン画とパターンを強化していくことは否定しないけれど、中途半端な気もする。EC が強化されるほど接客が大事になってくる。販売接客のスキルも専門的な知識も含めてブランドの世界観の接客という技術が必要と考えられる。お客様とのつながりも大切。

[院長]

ドレメを評価するときに「技術のドレメ」と呼ばれることが普及している。その上でファッションビジネス科のあり方を考えた。造形の授業を 2 年間やっていたことを 1 年の前期に集約させた。

ここ数年、グラフィックデザイナーに近い教育をやっていたが、ファッションビジネス科の学生がパソコン中心の授業に、挫折するケースが多かった。方向転換して、ショップというところに焦点を当てた。

[ファッションビジネス科 科長]

学生には説明する間もなく実習が始まり、スカート、シャツブラウス、パンツまで制作が始まった。達成感があり、作ったことにより興味がわく。後期のアパレル商品論の授業では今度は商品として素材やアイテムの名称、ディテールなどを教えていくという方向に展開していく。造形科とは学習目的が違うことを何度も伝えた。

[院長]

服飾造形科はマーケットリサーチ、ビジネス検定など総合的な授業を取り入れて効果があった。服飾造形科は 3 年に進学する学生が増えた。来年度も増える。基礎を学んでからクリエーションの授業をすると学生が成長する。

今までは進学するアパレルデザイン科と高度アパレル専門科との差別化が出来ていなかった。同じデザイナーなのにどのようなアプローチなのか。服飾造形科は造形の基礎をしっかり身に付けて 3 年生でコンテストにチャレンジ。掘り下げたものづくり。

高度アパレル専門科は 4 年間かけてビジネスとものづくりをバランスよくブランディングとして学び、最後の卒業制作で自分のブランドを完成させる。

パターンの基礎も分けた。高度アパレル専門科は工業用パターン。服飾造形はドレメ式。ファッションビジネス科は大学に編入できないかを検討している。

[I 委員]

服を知っていることは自信になる。服を知っていて販売できることは素晴らしい。
プラス、自分で発信することを考えてほしい。

[院長]

ファッションビジネス科 1 年に後期からブログを書かせる授業を実施。
今は特別講義だけで行っているが、動画制作の授業など、ネットで発信する授業は強化しなければいけないと思っている。

[M 委員]

どの学校もビジネス科の学生はファッションアドバイザーとし就職するのが大多数。
現在、アパレル業界のほとんどは販売職がスタート。ここからキャリアアップする。
洋服を作ったことがあるということが社会に出てから自信となると思うので、ファッションビジネス科の学生が服を作る半年の経験はとても良い試み。

[T 委員]

販売職は高度な技術知識が必要。
SNS の発信は 2 年弱くらい前から、動画が主流。静止より動いているもののほうに興味がある。ファッション界の入り口は販売。キャリアアップしていくもの。総合職と販売職というわけ方をしている会社は少ない。

[院長]

「販売職は高度な技術・知識が必要」、これは大事なキーワード。高卒で販売員になるわけではない。本校が基礎を大事にしてきたことは誇れることと考える。基礎と専門的な知識をバランスよく学ばせたいので、ファッション業界の先生方のご意見により、カリキュラムを修正していくということは非常に重要なことだと考える。今後もアドバイスをお願いしたい。

[I 委員]このコロナ禍で、学園祭を行うのか。

[院長]

オンライン Zoom 学園祭になる。事前に学生がファッションショーなどを撮影。当日は、全教室を zoom でつなげて、スタジオを開局して、そこから教室に中継する。記録として残しておくが、どのサイトを使い、いつ配信するのかは決定していない。ライブ配信はトラブルが多いので中止した。

第2回-1

・服飾造形科

・ファッションビジネス科

11/26（木）10：00～12：00

議案1 2020年度実施の職業実践専門課程について

*ファッションビジネス科 科長より報告

※実習・演習において連携する企業一覧とそれに関する資料を参照

[T 委員]

実習・演習は専門学校にとってとても大事な授業要素である。産学連携授業について特に意義はない。学校内の授業だけで完結する学科ではないので、産学はもっと増やしていかないといけない。一つの内容に絞りその課題を様々な方面から具現化していく授業がわかりやすいと思う。

懸念しているのはSDG'sが流行語になっていて、業界が右往左往している。SDG'sは早い段階からクリエイターが哲学として提案をしており、現在もコレクションの中で継続している。流行語にしないで、社会貢献の具体的な事例として各企業の評価判断基準にもつながることが大事なのではないか。

一般の消費者はSDG'sの本質がまだわかっていない。これをファッションビジネスの教育の柱にしていくのはどうか。ファッションはサステナビリティの考え方が取り組みやすい。事例を学び、企業との連携の中で具体化し、2～3年かけてレベルアップしながら発表していく流れが大事。

ファッションは人の心に関わってくることが多く、理屈だけじゃすまないが、ファッションという感情と環境問題との結合を大切にしたい。

[院長]

SDG's 中心にカリキュラムを組み立てていくとファッションビジネス科の特徴にもなってくると思うのであらためて大事なことだなと感じた。対学校として12月7日に社会貢献ということでオンライン会議を行う。本校としてどういう社会貢献に取り組むかを自己点検評価委員会でも議案に挙げている。

具体的には「ふくのわマルシェ」がそのひとつで、これは3年継続して行っている。品川区とで協力してのフェスティバルに参加したり、さまざまな社会貢献、地域貢献の意識はあると思う。それを中心には据えていないので、ファッションビジネス科が「ふくのわマルシェ」を核に科の特徴になるよう発展させていけたらと感じた。学生は古着がとても好きなので

学生には人気がある授業。

残念なのはコロナ禍なので学校全体で古着の仕分やリユースする授業ができなくなった。今年度に限ってファッションビジネス科と一部の高度アパレル専門科が取り組んだ。本来は学校全体で取り組むことが望ましいと思っているが、コロナが収束したら、もっと広くSDG'sを捉えていきたい。

[M 委員]

産経新聞社との産学連携「ふくのわプロジェクト」は興味深い。

お店の構造や収益源など座学や、アルバイトで店頭の運営や販売を経験した学生はいるが、実際に実社会に出て、ファッションビジネスを経験すると躓いてやめてしまう人が多い。

[院長]

SDG'sに反するということですか？

[M 委員]

そういったことだけではなく、お客様が求めていないものを販売しているのではないかという罪悪感でやめていく人がいる。座学だけではなく、実際に自分たちがプランニングをし、販売でその結果を出して喜ぶ、というプロセスが経験できるというのは、販売職に就いた時に生きてくると思う。彼らの心が折れない方向につながるのではないか。

コロナの影響でできないのであればもう少しECよりでも何か実習を経験できればいいと思う。たとえば古着屋Jamさんと提携することはどうか。社長が若くておもしろい。ここはECが整っている。古着屋さんは意外とどんぶり勘定だったりするが、ここはシステムを入れていてスマートな会社である。

[院長]

実はワールド系のR社と話があったが、商品の様々な問題や学生が売った場合とR社が売った場合の値段の差が大きいなど問題解決ができず流れてしまった。寄付するならいいが売るとなると収入になってしまう。会社的に収入の扱いをどうするかなど経理的な問題もあった。産学の難しさは、相手の会社の理解があってこそ成立するので、難しい。

[M 委員]

ポップインターナショナルがリメイクのお店を広げている。もともとはOEMの会社。縫いができるかつ販売ができる適性のある人が必要。縫製のできる学生がお店で接客する。つまり、自分たちで作るものをプレゼンテーションしていくことの面白さがわかればSDG'sの職種につながるのではないかと思う。

[院長]

まさに服飾造形科が就職する職場だと思う。

不況でアパレルが打撃をうけている中、リメイクは魅力的な市場である。

[I 委員]

サステイナブルや SDG's については、リメイクだとか古着を使うとかだけではなく、もっと幅広く深い知識、哲学があることを知ってほしい。

若いときに知ることはすごく大事で、これから発展する新しい分野を学生のときから知ってもらって、新しい社会を作っていくという意識が重要。

世界の情報を教育現場で教えて欲しい。海外の営業ツール、デジタルなど新しい即戦力として学生のうちに学んで社会で活躍できる人材育成をお願いしたい。他にも各自のスキルやプランニングの授業が大事だと思う。

* 服飾造形科科長の峯岸が欠席のため代わりに院長が報告

※ 実習・演習において連携する企業一覧とそれに関する資料を参照

[I 委員]

近代服飾史を今回から特別講師の方が Zoom で配信した授業はカルチャーを含めての服飾史でとてもよい授業だった。

その授業を受けて 30 年代～80 年代ごとに 3 人から 5 人のグループを作り、テーマを決めてリサーチしてデザイン考案する授業を担当している。具体的には

企業から提供された服飾資材のレーステープやリボンを使ってオリジナルのテキスタイル作り、リアルクロージングではないクリエイションの強い服の作成。先輩よりいいものを作るという意識がとても良い。

東京テクノロジーラボで講師をしている。

3D CAD のデザインとパターンメイキング、3D CAD の中でデザイン変更をするとそのまま画像になり、プラス素材の性質を読み込むとドレープなどリアルな画像が見られる。サンプルを作らず、商品を作るような方向になっている。

未来を考え 3D CAD の先生を育成することを検討してもらいた。

[院長]

実際の 3D はアパレル技術科で取り入れている。東レのクレアコンポⅡで最終の形を作っている。スポーツ業界ではかなり進んでいて、特別講義で 3D CAD の講義を聞かせている。

まずはアパレル技術科と高学年の高度アパレル専門科から意識して取り入れていきたいと思っている。

[M 委員]

産学の授業では、ファニーウェブさんに興味がある。

既卒、新卒問わず、人の採用の仕事をしているが、コロナの影響で一気にデジタル化が進んだ。これまでのアパレルは就職採用の中で動画を使っているところが 1 割もなかったが、今年は 8 割が web 面接や動画を作成している。これからのひとつの手法であるので、学生が知っているのは良いことだと思う。

[T 委員]

SDG's の具体化、具現化が服飾造形科も必要なのではないかと。コロナになって販売、接客とは何かという話になるのだが、ファッション業界は、売りっぱなしの状態になっていた。コロナ禍になって、少しずつ変わってきた。これからは売った後、お客様にどういったフォロー、スキルを提供できるか。リメイクの人たちが業務に携わっている。これこそ専門学校が持っている一番の強みだと思う。接客した人がフォローしていくこともスキル上必要だと思う。SDG's を具現化できる専門業種なんだと思っている。

サステイナブルをコアにした授業展開をしていってもらいたい。テーラードも接客も素材もクリエイティビティもすべて SDG's につながるしくみを作ることが学校の価値だと思う。教育のなかでしっかり伝えていってもらいたい。

[院長]

なかなか結びついていかないところもあるが、常に意識しながらどう取り入れていくかを考えて学校としての未来をみられるようにしていきたい。すごく大事なことだと思う。

議案 2 2020 年度の特別講義について

*ファッションビジネス科 科長より報告

※令和 2 年度 ファッションビジネス科 特別講義一覧 参照

*院長より報告

※令和 2 年度 服飾造形科 特別講義一覧 参照

[T 委員]

全体論としてはサステイナブルをコアとした授業展開をしていくことが大事である。

マーケティング会社と何らかの取り組みができればいい。

[院長]

一流ブランドでは5年前はなかったSDG's 事業部ができている。ボッテガベネタからマネキンディスプレイ什器等を提供していただいた。

[M 委員]

来期に向けて学生が不安なことは世の中が変わったこと、ファッション業界が変わったこと。学生のとくに勉強したことが社会に出た時、役に立たないかもしれないと思っている学生が中にはいる。

[院長]

キャリアガイダンス以外に1年生全科に「就職活動対策」「キャリアプランニング」の授業をカリキュラムに入れた。インターンもなかなか受け付けてもらえない。オンラインでのインターンなどを企業で考えていただけると嬉しい。できる範囲で考えて頂けると学校として動きやすい。

[I 委員]

院長のニューヨークコレクションの話が学生に響く。コロナ禍の中で学生が集中したような気がした。特別講義の近代ファッション史のお話もよかった。

デジタルは繰り返し見ることができるので、他のものもストックして自由に見ることができるよ。

[院長]

参考になるお話がたくさんあったので、まとめて、また来年どのように実施したのか報告する。2回に渡りありがとうございました。

第2回-2

・高度アパレル専門科

・アパレル技術科

11/27 (金) 10:00~12:00

□□1 2020□□□□の□□□□□□□□について

*高度アパレル専門科 科長より報告

※実習・演習において連携する企業一覧とそれに関する資料を参照

[Y 委員]

学生の作品にカリキュラムが反映されていて、成果が素晴らしい。きちんとできている。マッピング、平絵やファッションイラスト、表現がわかりやすく感心した。あえて言うならどういう売り方をするのか。売り方が多様化しているので、このチャネルのためにこういうことをするということがあってもいいのかもしれない。今、コロナ禍だからここに着目したというのがあってもいい。全体的にととてもよくできている。

[院長]

高度アパレル専門科の特徴としては4年間で時間をかけて学べる。専門学校協会は高度専門士の4年制の科を設置することを推奨している。大学との差別化は圧倒的に教養が少ないけれども4年間での積み上げ、強み、段階的にスキルアップができること。専門職を考えると最低3年はかかる。4年あると仕上げができる。

ドレメの伝統の良さを残しながらブランディングなどを取り入れ運営している。

[S 委員]

今、拝見させてもらって、アウトプットの完成度、個人個人のスキルが高い。

学生が直接企業のオフィスの中で先輩たちと仕事をする、リアル店舗でのお客様と接する機会は必要性がある。アパレルの業務もこの5年間で大きく様変わりしている。皆さんが思っているアパレルの仕事や企業風土と実際の中は違う。直接業務を担当している先輩と話をすることは必要。店頭の情報やブランドのものづくりに反映されている。店舗スタッフからMDになる人が多い。このカリキュラムは継続して欲しい。

アパレルに限らずものづくりやブランディング携わっている会社も含めてインターンシップをより多くの学生に体験してもらいたい。

[院長]

インターンシップは本当に困っている。昨日も1社断られた。コロナ禍になって厳しい。職業実践でネックになっているのは企業でないと役所が認めてくれない点である。フリーランスの個人でやっているところは認めてくれない。インターンシップは個人でのつながり、学校に対して企業が理解がある、企業側と利害が一致するなどの条件が揃わなければ成立しない。

[F 委員]

成果をみて、ひとつの服のブランドの始まりから出口までを設計する授業は価値がある。社会に出る前にこの産業を俯瞰してみる授業と受けとめた。

全体像がわかっている人でないと仕事がまわらない。そういった意味では全体がみえていくことは大事である。

コンセプトを作ることが重要なポイントで磨き上げないといけない。1つの授業ではそこまで完成度が高くないかもしれないけれども重要性がわかっている、経験しているところはすばらしい。

資料をみて8つのブランドポジションがあったけれども、みんな同じポジションだった。みんな同じでいいのかなと思った。

売りたいもの、好きなものはちがう。

ビジネスのスケールが小さくなってきている。いかにしたら利益が出るかといった観点もあるといいのではないか。社会にでたとき、スムーズに仕事ができるのではないかと思う。行動様式、思考様式などの授業も授けてもらいたい。

ブランドコンセプト全体がライフスタイル、すきなもの、心地よさに集中する傾向がある。それを実現するために素材が重要。SDG's、サステナビリティがマストな考え方になってきている。素材感をブランドで表現できたらよいと思う。

[院長]

学生は素材に弱い。どの科にも共通している。

企業が使っている素材は学生の日常の中では手に入らない。どんどん変化している素材の知識については今後の課題。素材メーカーとの提携はこれからもっと増やしていかなければならない。今は3、4社くらいと提携している。

[アパレル技術科 科長]より報告

※実習・演習において連携する企業一覧とそれに関する資料を参照

[院長]

ワールドのインターンシップは学校として非常に助かりました。コロナ禍で実施できない

と思っていたのですが会社としてやってくれた。アパレル技術科の技術のレベルに満足して頂いた。

[F 委員]

3D についてはどう活用していった事業化できるかを今年度着手した。生地の特徴をデータ化するソフト開発。サンプル縫製がいらなくなるのが理想的。テキスタイルのデータ科が必須だが、データ化はかなりの費用がかかる。どこまでビジネスとして成立するのか。技術的にはできる環境が整いつつある。教育の現場としては将来制があるので教えていくことはできるが、習熟するには時間がかかると聞いている。

アパレル技術科は自分が持っている技術、フィールドだけでなくその前後の仕事の連携も含めて、目配り、理解がある人材が育成されていくことを希望する。違う仕事にも関心を持ち、幅を広げることが大事。

[S 委員]

3D に興味を持っていてこれはいいよねと思っているのはパタンナーよりブランドの EC 担当者。ブランドの責任者もサンプルコストをおさえられると思っている。EC のプラットフォームはリアルなサンプルではなくて 3D の画像を載せてもいいと思っている。デジタルを使ってロスがない服作り、コストを考えて作っていくということが増えている。

[院長]

ナイキやアディダスの EC サイトのサンプルなどが出てきている。クリエイティブな洋服はまだまだ未知数だけれども EC サイトだったらそういう可能性がある。ファーストサンプルのあり方が変わってくる。業界の動向を見ながら教育現場も今何をやるべきかリサーチが必要な時期だと思っている。

[S 委員]

こちらで学ばせたいことと、受け皿のアパレルでこれだったら提供できるというところでギャップが出てくると思う。

いまだどちらかというとクリエイターのアワードがなくなっている。アワードに変わるような発表の場があるといい。

人の育成だと、アパレルに入って 1~3 年目の人が辞めていってしまう流れがある。

また、皆さんの才能をより上げていこうという活動が業界で動いている。ワールドとアダストリアが発信している。

[Y 委員]

実態のないものから人間が着る服になるときのギャップが 3DCAD は計り知れない。そこ

を埋めていくためにパタンナーの技術が生かされていくのではないかと思う。洋服でもクリエイティブの高いものができると思う。

学生の資料を見たときに仕様書の中に用尺はあるが型入れ図がないがそれはどうなっているのか。縫製のときにここを注意してくださいとは書いてあるが、仕上がったときにどこを検品するのかが仕様書と連動されているといい。納品されたときにどこを見るのかなど判断基準が必要ではないか。あとは桁をそろえて書くなどの仕様書の見易さも必要。

パタンナーの技術力もさることながら、コストの意識もパタンナーにも必要。用尺がコストに跳ね返ってくる。デザイナーとパタンナーのコミュニケーションが大事。技術だけでなく、情報や様子を言葉で伝えられる学習ができるとよりいい。

議案2 2020年度実施の特別講義について

*高度アパレル専門科 科長より報告

※令和2年度 高度アパレル専門科 特別講義一覧 参照

*アパレル技術科 科長より報告

※令和2年度 アパレル技術科 特別講義一覧 参照

[院長]

リモートに切り替えるにはどこから着手すればよいのか5月の配信までは苦勞した。

坂口先生に業界向けではなく学生向けにYouTube作っていただいて配信してもらった。

緊急時だったので、どこまで大変だと思い、大学などにも利用できるように繋いだ。

[F 委員]

坂口さんにはとても懇意にしている。YouTube 動画は絶対にやるべきだと言われて挑戦している。学生はweb 授業適応能力があるのではないか。仕組みが整っていていることはとても良い。

オンラインになるとコミュニケーション熱量が冷めてしまう。

ファッションだけでなくユニフォームも含めて、服が果たす役割、着るものの大切さ、生活をポジティブにしていく機能があるなど肯定的な役割があることを理解して発信していけるような企業、そのような人材を育てていてもらいたい。

デザイナーもパタンナーもコミュニケーション力は必要かなと思う。

人の話をきちんと聞くことができる人材を育ててもらいたい。

[S 委員]

学生からの問い合わせでアパレル商品の廃棄率、ロスについての問い合わせが多い。

アパレル企業として CSR、SDG's、最終的な商品ロスについてどういう取り組みをしてい

るかを学生に伝える取り組みがあってもいい。具体的こういう取り組みをしているなど説明してあげる機会があるといい。

[Y 委員]

特別講義であつたらいいなと思ったのは、環境問題の取り組み、アパレル業界でどのようにやっているのかがあるといい。

素材（組織）だけでなく、機能（消臭機能、抗菌機能）などの付加価値が付けられるようになってきた。今治タオルも今まで産地ブランドを前面に押し出してきていたけれど、タオルに抗菌加工するなどの付加価値をつけるような時代になった。そういったものも取り入れるといいのではないか。

廃棄については滞留在庫の動かし方、売り方なども考えていかなければならない。

学生が粗利を残すということについて 1 回でも授業で聞いておくことができたらいいのではないか。

[院長]

加工や機能素材は東レの web 展示会が面白いと思った。学生が見てもいいのかもしれない。ロックダウンになったときのことも考えて、メディアに出ているものなども活用して、学校としてもリサーチをしてストックしていきたいと思う。

貴重な意見をまとめて、授業で活用させていただく。2 回に渡りご足労いただき御礼申し上げます。