

第1回 教育課程編成委員会 11/1(月) 10:00~12:00

服飾造形科/ファッションビジネス科

1、2020年度後期及び2021年度前期の報告

○概要およびコンテスト

本学院(D)

今年度も時間短縮の授業 10:00~15:00 ごろまで実施し、放課後 16:00 までは自習とするフォローアップ体制を行なっている。担任はクラスに常駐し 16:00 までは学生対応できるようなシステムとなっている。服飾造形科の教生実習は緊急事態宣言延があり 60 名を超える人数のため実施できなかったが別課題で対応した。少人数のファッションビジネス科は、学園祭に向けてリサイクルショップ準備の実習を行った。一昨年のコロナの影響が 2 年生に出てしまっている。カリキュラムはこなしたけれどもやはり短縮授業だったので、一部の内容をカットすることになってしまった。リサーチはネットだけになってしまったので、リアリティにかけてしまった。コンテストについては YKK に 1 次審査 1 名入選したが 2 次審査で落選した。昨年は 2 名入賞した。10 月 23 日に杉野学園主催全国ファッションデザインコンテストを開催した。4 賞 5 名、企業賞 9 名が選ばれました。この中でドレメ生は 3 名が受賞した。

○2020 年度コロナ禍での卒業制作発表会

・ファッションビジネス科(FB)

卒業制作に関してはリテールプランニングの授業で企画書、販売促進ツールを制作し、最終的に口頭発表しました。ただ昨年度の学生はコロナ禍ということもあり、作業がいつもより 2 か月遅れでの開始だったため、最後のプロモーションと係数管理がカットされてしまった。2 年次は各科目との連動していくことが大事なのだが、やはり 2 か月遅れたところから連動性は難しかった。これが昨年が一番苦労したところでした。また、リサーチに行くことができなかった。

・服飾造形科

コロナ禍なのでファッションショー形式で、無観客、クラスごとに映像撮影し、編集しました。卒業前に DVD にして記念に学生に渡した。

昨年全員卒業でき、よく頑張りました。卒業制作の審査会は卒業生クリエイター 5 名に声掛け、評価していただいている。

造形科 I 先生ご指導のクリエイティブの授業での作品は、グループごとのテーマに沿って、編集したショートフィルムで学園祭でも発表しました。1 つずつ作品に QR コードを作り、来校者が作品を見られるようにしました。

I 委員

FB 科は、リサーチできないからネットで調べるとかコロナ禍を逆手に取って今まで学校で出来なかったことができて良かったのではないかと思います。

教員は大変だったかと思うが、個性を掘り下げる時間が持てて、より自分らしい作品を表現できていると思う。就職しなくても自分でネットショップを出すとか可能性が見えてきている。そのためにはどうしたらいいのか。起業するためには助成金を付けて何かをするところまでつなげていってあげられるといいと思う。コロナ禍で今、アパレルの就職が難しいかもしれないけれども自立して何かする方向性を示してあげられるといいと思う。

I 委員

服飾造形科は、映像でも審査した方がいいかもしれない。服を通じて何を言いたいのか映像だと表現が明確だった。今後の SNS 発信やプレゼンをする上でステップアップになったのではないかと。予想以上に伝わるものがあった。

M 委員

これだけのものが作れるということに感心した。就職活動で、これまでは紙のポートフォリオだったが、これからは動画の可能性もあると思う。商業的な話をするとは今もうデジタルでセールスする時代。洋服を WEB の動画で見せていく流れになってきている。学生も動画を作っていくことに対してリテラシーを高めいくと社会に出た後にも役立ち、この授業が予行演習になるのではないかと思います。

T 委員

昨年早々からコロナ禍でみんなが経験してこなかった社会現象が起こっている。これによって制約が発生していて、消費者の購買行動が大きく変わってきている。社会構造も変わってきているが、技術教育についてはこの現象とは関係なく必要である。問題は技術を身に付けて卒業させていくだけでいいのかどうかということ。今後こういう社会現象が起きたときに、この時代の中でファッションがどういう役割を持っているかを考える必要がある。例えば、コロナによって SDGs をこれまで以上に考えなくてはならなくなった。これはファッションビジネスでもクリエイティブなところでも必要なもので、教育のプログラムの中でも重要になる。若い人の新しい発想が起爆剤となって、社会の中で発信してもらいたい。

D

FB 科は古着ショップの実体験をする授業で取り組んでいるので、今後も更に広く深く取り組んでいきたい。服飾造形科も SDGs をマーケティングのテーマに掲げたり、特別講義で知識を身につけたり SDGs については意識して授業に取り入れている。

ドレメは基礎教育がきちんとできる学校だが、同時に学科の特性を生かしながら時代性のものを入れていかなければならないと思っている。

I 委員

日本のテキスタイル産業を勉強してほしい。

T 委員

学校側に繊維の最新知識がない。学校側から企業との連携はできないだろうかという話はよく聞く。これに関しては素材メーカーから言えば、それはわかっているけどできないという現状である。素材協会に学校側からデザインと素材の関連性について教育したいので協力してもらいたいという働きかけをしたほうがいいのではないか。社会に出たときに素材とデザインの整合性がわからないことは業界にとっても問題であるので、教育機関が素材について困っているということを素材協会にわかってもらわなければならない。

D

1年生はテキスタイルの基礎の授業で取り入れている。服飾造形科は2年生になると産学連携のマーケティングプロジェクトのなかで、現状をリサーチした上で、5年後のアパレルの素材を企画プレゼンするという授業に取り組んでいる。ウールマークは協力してくれるので、毎年特別講義を行っている。本学院に数社協力してくれるメーカーがある。今後、産地から素材を提供してもらい、商品企画をする授業を進学過程で企画している。現在はコーディネータを通して産地に働きかけをしているところである。

2、就職部状況について

D

ファッションビジネス科

株式会社ワールドストアパートナーズ・・・韓国系ファッション、ジョルジオアルマーニジャパン、アダストリアやスタイリストアシスタント等に決まった。この学年の学生は1年次の5月からキャリアプランニングの授業をカリキュラムに取り入れた学年。ワールドに就職が決まった学生は1年次にはすでに内定がでた。それ以降は非常に苦戦し、長い期間の就職活動だった。

今年度はパル、古着屋当で内定が出ている。

服飾造形科

はかなりの人数がアパレルデザイン科に進学するので、就職希望者は少ない。服飾造形科は縫製の仕事に就きたいという学生が非常に多い。本来であれば衣裳系のところ行きたいが、

2年課程卒業では募集がないので、株式会社ビッグママ、おしゃれ工房などリメイクの会社に就職した。昨年6月から学校で対面授業が始まりました。そこから就職活動をする学生が多く、コロナ禍ということもあり、販売職希望の学生たちが全く決まらない状況だった。今年度、現在決まっているのがずっとアルバイトしていたUNIQLOでの採用、おしゃれ工房、ソーイングアサヒ縫製工場となる。

I 委員

飲食でアルバイトしている学生が多い。「アパレルでアルバイトしないのか」と聞くとアパレルは労働時間が合わない、時給が安いとの理由でやっていないのが実情。アルバイトから就職するというケースが増えていることを学生に教える必要がある。

D

現在はアルバイトからじゃないと採用しない企業が本当に多くなってきている。今まで100%だったものがコロナ禍で随分と下がってしまった。今後も努力はしていかなければならないと思っている。

M 委員

去年の学生はコロナ禍の対応が遅れた世代で一番被害を被った。去年のアパレルの新卒採用の流れは、早めに動いていてインターンシップで早期先行していた学生は就職活動が成立した。その後、アパレルに就職を考えていた学生たちがアパレルではなくて違う方向性を見出していった。通常、専門学校の就職率は後半に伸びてくるのだが、それも途切れてしまった。今年に関しては企業の業績や採用意欲は高くはなっていないが、他業界がとるようになってきている。通常アパレルの就職辞退率が、総合職・販売職20%くらい、専門職辞退率は10%いかないくらいだが、今年は35%くらい。各社、途中までは例年以上に取りやすかったが、6月以降バタバタと辞退が出た。例えば、広告業界、ホテル業界を目指していた人たちがアパレル業界にも目を向けてくれたのだが、こういう人たちが最初に内定を取っていてあとからほかの企業を受け、辞退していくという状況だった。来年の採用に関しては各企業、まだきちんと決まっていない様子だが、アパレルの採用が少しはよくなると思うので、あきらめずに頑張ってもらいたい。

D

4月採用ではなく、10月採用で新卒という話が結構ある。卒業生を10月に採用につなげる学校もあると聞く、本校でも12月入社でアシスタント職が決まったとの報告を受けた。まだまだ厳しい状況が続くが、あきらめずに少しずつ前に進んでいきたいと思う。

I 委員

コロナ禍で行動が制限された結果として、アパレルメーカーの店舗の考え方を考えるしかなかった。一生懸命ネットに力を入れているがネットだけで店頭での落ち込みをカバーできていないのが実態である。今後は少しずつ変わりつつあると思うが、ネットでの接客業というのは新しい要素が要求されるのではないかと思う。お客様をつかんで離さないようにしているところは、お客様が知らない情報を販売の技術を通じて伝えている。心を込めて接客しているかどうか問われてきていて、初心に戻って本当の意味でアドバイザーになれるかどうか問われる。

D

現場の情報が得られて、本当に参考になりました。本日はありがとうございました。

教育課程編成委員会 12/13(木) 10:00~12:00

服飾造形科/ファッションビジネス科

1、2021年度実施の職業実践専門課程と特別講義

D

○産学連携授業 服飾造形科

資料紹介。(※実習・演習等において連携する企業等一覧と特別講義一覧)

- ・コミュニケーションスキル

基本的な立ち居振る舞いから電話のかけ方、接客の基本を演習で学ぶ

- ・写真演習

スマホを使って写真、動画の撮影、加工のテクニックを講義、演習で学ぶ。

- ・マーケティング

アパレル素材の市場調査から企画、プレゼンを学ぶ。

- ・縫製技術指導

ベーシックなジャケットとシャツの縫製テクニックを学ぶ。

- ・クリエイティブ実習

近代服飾史を学び、グループごとに企画立案、実物制作、審査会、映像制作を行う。

- ・マーケティングの授業の詳細説明

課題「SDGsとアパレル素材」

審査会で1位と2位になったチームを紹介

1位

SDGs 17項目の中から2番と14番について取り組む。14番の海洋汚染問題というところからペットボトルで繊維を作ることに実験をしながら取り組む。※実験資料参照

2位

SDGsの2番目の項目について取り組む。家庭で出るゴミ、果物の皮でマスクを染色。※資料参照

両チームが共通した考察として、再利用することで、エネルギーや大量の水を使うことは、やはり問題が残ってしまう。ただ意識として家庭にあるもので大量にはできなくてもやれることはあり、この授業を通じてSDGsの意識が高まった結論づけていた。

○特別講義についての説明※資料参照

I 委員

SDGsの授業は素晴らしい。自分で染めるなど実験したことによって、気づきがあったと

思う。自分が実感した中で、どうしたらいいかと考える、深掘りができることは大切。継続する価値のある授業だと思う。特別講義はなるべく最先端の情報をキャッチできる方向で取り組んでもらいたい。

T委員

大変面白い授業だと思う。自分たちが取り組んだことによって課題を見つけることができた。これが本来の教育だと思う。SDGsは非常に大きなテーマ。本来ならば時間をかけてやっていくことなのかもしれないが、学校側から考えると良いきっかけ作りになったと思う。産学連携で企業側が持っている次の課題と取り組むこともいいのではないか。具体的に自分たちがやってみて理解できたことが最大の強み。

○産学連携授業 ファッションビジネス科

資料紹介。（※実習・演習等において連携する企業等一覧と特別講義一覧）

- ・産経新聞社主催の社会貢献事業「ふくのわプロジェクト」の授業

産学連携で1企業とだけ取り組むのではなく。複数の企業が加わった集大成の授業

「ふくのわプロジェクト」は着なくなった衣類を売却した収益でパラスポーツを応援する活動。プロジェクトの立ち上げは平成28年、平成30年度より産学連携がスタートしました。令和2年度より古着屋を運営するという形式にした。令和元年より学園祭でふくのわマルシェを出店、実施している。

リメイクは1年生の時に服飾造形科と一緒に服飾造形の授業で、スカート・ブラウス・パンツまで作成したことが役立ち、服の構造がすこしでもわかるとリメイクできることがわかった。本年度、挑戦したのは、SNSによる発信で「インスタグラムで発信してくれたらまたノベルティを差し上げます」などのZ世代ならではの取り組みで、非常に多くの来店客があり、SNS効果があった。（※写真・映像参照）

○特別講義についての説明※資料参照

2年生で今年新たにSNSでの広報活動を導入するにあたって（株）顧客時間の広報統括の方の特別講義を実施した。

I委員

非常に面白かった。現場のお店もみた。売る方がアイロンかけなど、実際にやることは良い経験。SNSの授業を受けたことにより1年生は来年があるので広がりがある。

学校で勉強していること、ディスプレイなどを「ふくのわプロジェクト」でリアルに体験できることはとてもいいこと。友達と楽しく協力して達成できる過程がよい。このコロナ禍に学生はよく頑張ったと思う。

T 委員

大変いい授業。20年ぐらい前から若い人たちが古着に興味をもち、ビジネスとしてマーケットが成り立ってきている。リメイクもデザイン発想の新しい教育課程となるので進めていくことが大事だと思う。ゼロからデザイン発想していくことは大前提だと思うが、このリメイクという新たなクリエイティブが加わっていくと、また新しいマーケットの世界が生まれると思う。

D

産学連携で、継続している授業は良い授業だと思っている。学校側も次年度はこれに挑戦しようという前向きな取り組みができています。9月はコロナへの対応を余儀なくされたが、教員と話し合って予定を組み替え、なんとか実施した。コロナ禍で何ができるかということだけでなく、毎年レベルアップしていかないとならないので、苦勞しながらでも実施できてよかった。この教育課程編成委員会での委員のアドバイスが来年度の取り組みに大変参考になる。この委員会を来年度も進めていきたいと思っている。本日はありがとうございました。