

職業実践専門課程の基本情報について

学校名	設置認可年月日	校長名	所在地			
専門学校 文化デザイナー学院	昭和51年4月1日	荒井 真次	〒310-0026 茨城県水戸市泉町1丁目3番22号 (電話) 029-303-1010			
設置者名	設立認可年月日	代表者名	所在地			
学校法人リリー文化学園	昭和51年1月22日	理事長 大久保博之	〒310-0021 茨城県水戸市南町2丁目3番14号 (電話) 029-224-4820			
分野	認定課程名	認定学科名	専門士	高度専門士		
文化・教養	産業デザイン専門課程	ファッションビジネス学科 ファッション&ブライダルビューティ学科	平成20年文部科学省 告示第12号	-		
学科の目的	本学科は、ファッション業界において、コーディネーターとして就職並びに活躍できる人材の育成を目指し、コーディネート技術から、仕入れ・販売・ディスプレイ・小売管理に至るまでの専門教育を行うことを目的とする。					
認定年月日	平成26年3月31日					
修業年限	昼夜	全課程の修了に必要な総授業時数又は総単位数	講義	演習	実習	実験
3	昼間	2760時間	840時間	1920時間	0時間	0時間
生徒総定員	生徒実員	留学生数(生徒実員の内)	専任教員数	兼任教員数	総教員数	
90人	34人	0人	4人	19人	23人	
学期制度	■1学期:4月1日～9月30日 ■2学期:10月1日～3月31日		成績評価	■成績表: 有 ■成績評価の基準・方法 成績基準は、80点以上をA、70点以上80点未満をB、60点以上70点未満をC、59点以下をD(不合格)とする。 成績評価は、規定課題作品、学期末試験、レポートなどの部分評価を総合して評価する。		
長期休み	■学年始:4月4日 ■夏季:7月25日～8月20日 ■冬季:12月25日～1月7日 ■学年末:3月16日		卒業・進級条件	■卒業条件 教育指導計画にしたがって所定の全授業科目を修得し、単位判定会議で卒業が認められた者で所定の期日までに生徒納付金を納付していること ■進級条件 教育指導計画にしたがって当該学年の必須授業科目を5割以上修得し所定の全授業科目を修得し、単位判定会議で進級が認められた者で所定の期日までに生徒納付金を納付していること		
学修支援等	■クラス担任制: 無 ■個別相談・指導等の対応 専任教員が担当する授業のキャリアデザインでは、毎回同じ者が担当する。また、試験・課題・出欠・就職・学校生活についてはそれぞれの担当がいる。長期欠席者への指導は電話確認、保護者への連絡、面談など。		課外活動	■課外活動の種類 mito☆ファッションショー、水戸デザインプロジェクト、奥順株式会社 見学(伝統芸見学) ■サークル活動: 無		
就職等の状況※2	■主な就職先・業界等(令和3年度卒業生) 販売員(アパレル)/フラワーアレンジ/写真スタジオ/ネイル/EC運営 ■就職指導内容 業界人を囲む会・卒業生を囲む会・就職ガイダンス・企業見学・模擬面接 ■卒業生数 7 人 ■就職希望者数 7 人 ■就職者数 7 人 ■就職率 : 100 % ■卒業者に占める就職者の割合 : 100 % ■その他 (令和3年度卒業生に関する 令和4年5月1日時点の情報)		主な学修成果(資格・検定等)※3	■国家資格・検定/その他・民間検定等 (令和3年度卒業生に関する令和4年5月1日時点の情報) 資格・検定名 種 受験者数 合格者数 サービス接遇実務検定準1級 ③ 7人 5人 サービス接遇実務検定2級 ③ 6人 6人 ファッションビジネス能力検定3級 ③ 7人 5人 AFTカラーコーディネーター検定3級 ③ 5人 3人 ジュエルネイル技能検定初級 ③ 7人 7人 MOS検定(Word) ③ 7人 5人 MOS検定(Excel) ③ 7人 3人 販売士検定3級 ③ 6人 0人 WB認定ドレスコーディネーター検定 ③ 7人 4人 ブライダルコーディネート技能検定 ③ 7人 1人 ※種別の欄には、各資格・検定について、以下の①～③のいずれかに該当するか記載する。 ①国家資格・検定のうち、修了と同時に取得可能なもの ②国家資格・検定のうち、修了と同時に受験資格を取得するもの ③その他(民間検定等) ■自由記述欄 文化服装学院連鎖校協会会長賞、水戸オーバ賞、株式会社ユーゴー賞		
中途退学の現状	■中途退学者 4 名 令和3年4月1日時点において、在学19名(令和3年4月1日入学者を含む) 令和4年3月31日時点において、在学者15名(令和4年3月31日卒業生を含む) ■中途退学の主な理由 (例)学校生活への不適合・経済的問題・進路変更等 ①方向性や適性など進路変更 ■中退防止・中退者支援のための取組 対策として、欠席率の段階によって教職員による面談をしている。1段階指導として担当の面接、2段階指導として主任以上の職員による面接を実施している。また、課題の提出状況も把握し適切に指導出来るように、全ての規定課題(提出義務課題)については教務提出としている。経済的問題に対しても細かく配慮し、保護者との面談を行っている。奨学金や国の教育ローンなどを利用することによる資金計画について相談し、就学困難を回避している。また、昨今増えつつある精神的な病気についても出来る限り配慮することとし、安心して就学出来るように細かく面接等をしている。これらの細部にわたる「学生に対する配慮」が退学率を低くしており、「愛情をもって接する」という一人ひとりのスタッフのスピリッツにより支えられている。		■中退率 21.1 %			
経済的支援制度	■学校独自の奨学金・授業料等減免制度: 有 ※有の場合、制度内容を記入 「AO入学」・・・学力だけでなく、本校の掲げる学生像(アドミッションポリシー)と照らし合わせ、好きなことを学び職業に活かしたいという熱意や職業理解などを作文や面接で総合的に判断する入学方法。プレスクール無料、入学選考料免除(通常15,000円が無料) 「指定校推薦入学」・・・デザインの分野に強い興味と熱意があり、入学を希望する者が本校の定める基準を満たし高等学校の推薦を受けた場合、高等学校との信頼関係に基づき優先的に選考を行う指定校推薦による入学方法。入学選考料免除(通常15,000円が無料、入学金5万円免除(通常150,000円が100,000円)) 「特待生推薦入学」・・・高等学校での学習の取組において、地域社会と向合い、自ら課題を発見し解決に向けた行動を行い、自らの提案をプレゼンテーションしてきた成果を残された者に、地域から世界で活躍する事を目標とする人材の就学支援をすることを目的とする入学方法。 1年次:入学金は全額を支給(通常150,000円が無料) 1年次・2年次・3年次:授業料は半額を支給(通常650,000円が325,000円)、維持費は半額を支給(通常100,000円が50,000円)、実習費は半額支給(1年次/通常80,000円が40,000円、2・3年次/通常130,000円が65,000円) ※進級時に学内判定会議で基準を満たしていないと判定された場合は、特待生特典を失い一般生となる。 ■専門実践教育訓練給付: 非給付対象 ※給付対象の場合、前年度の給付実績数について任意記載					
第三者による学校評価	■民間の評価機関等から第三者評価: 無 ※有の場合、例えば以下について任意記載 (評価団体、受審年月、評価結果又は評価結果を掲載したホームページURL)					
当該学科のホームページURL	www.bunka-gakuen.ac.jp					

(留意事項)

1. 公表年月日(※1)

最新の公表年月日です。なお、認定課程においては、認定後1か月以内に本様式を公表するとともに、認定の翌年度以降、毎年度7月末を基準日として最新の情報を反映した内容を公表することが求められています。初回認定の場合は、認定を受けた告示日以降の日付を記入し、前回公表年月日は空欄としてください

2. 就職等の状況(※2)

「就職率」及び「卒業者に占める就職者の割合」については、「文部科学省における専修学校卒業生の「就職率」の取扱いについて(通知)(25文科生第596号)」に留意し、それぞれ、「大学・短期大学・高等専門学校及び専修学校卒業予定者の就職(内定)状況調査」又は「学校基本調査」における定義に従います。

(1)「大学・短期大学・高等専門学校及び専修学校卒業予定者の就職(内定)状況調査」における「就職率」の定義について

①「就職率」については、就職希望者に占める就職者の割合をいい、調査時点における就職者数を就職希望者で除したものをいいます。

②「就職希望者」とは、卒業年度中に就職活動を行い、大学等卒業後速やかに就職することを希望する者をいい、卒業後の進路として「進学」「自営業」「家事手伝い」「留年」「資格取得」などを希望する者を含みません。

③「就職者」とは、正規の職員(雇用契約期間が1年以上の非正規の職員として就職した者を含む)として最終的に就職した者(企業等から採用通知などが出された者)をいいます。

※「就職(内定)状況調査」における調査対象の抽出のための母集団となる学生等は、卒業年度に在籍している学生等とします。ただし、卒業の見込みのない者、休学中の者、留学生、聴講生、科目等履修生、研究生及び夜間部、医学科、歯学科、獣医学科、大学院、専攻科、別科の学生は除きます。

(2)「学校基本調査」における「卒業者に占める就職者の割合」の定義について

①「卒業者に占める就職者の割合」とは、全卒業生数のうち就職者総数の占める割合をいいます。

②「就職」とは給料、賃金、報酬その他定期的な収入を得る仕事に就くことをいいます。自家・自営業に就いた者は含めるが、家事手伝い、臨時的な仕事に就いた者は就職者とはしません(就職したが就職先が不明の者は就職者として扱う)。

(3)上記のほか、「就職者数(関連分野)」は、「学校基本調査」における「関連分野に就職した者」を記載します。また、「その他」の欄は、関連分野へのアルバイト者数や進学状況等について記載します。

3. 主な学修成果(※3)

認定課程において取得目標とする資格・検定等状況について記載するものです。①国家資格・検定のうち、修了と同時に取得可能なもの、②国家資格・検定のうち、修了と同時に受験資格を取得するもの、③その他(民間検定等)の種別区分とともに、名称、受験者数及び合格者数を記載します。自由記述欄には、各認定学科における代表的な学修成果(例えば、認定学科の学生・卒業生のコンテスト入賞状況等)について記載します。

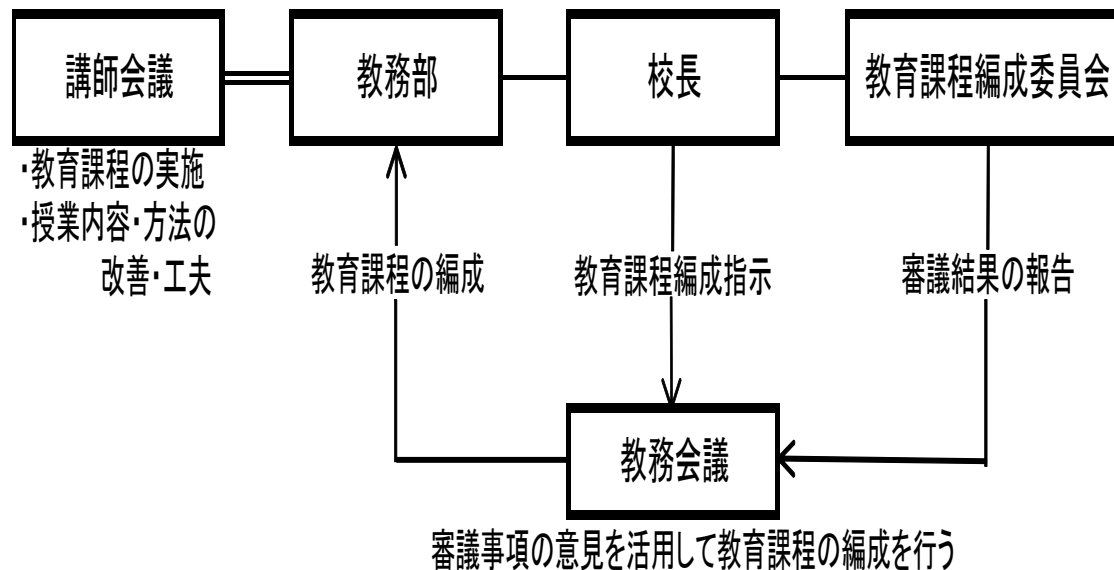
1.「専攻分野に関する企業、団体等(以下「企業等」という。)との連携体制を確保して、授業科目の開設その他の教育課程の編成を行っていること。」関係

(1)教育課程の編成(授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫等を含む。)における企業等との連携に関する基本方針

本校は、企業が求める人材ニーズや地域の産業振興の方向性を把握し、職業教育を向上させるために、企業・団体と連携して授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫を行うなど、企業等の要請を考慮した実践的かつ専門的な教育課程の編成を行うこととし、各学科の関連業界の動向や地域の産業振興に関して知見を有する業界団体の役職員や、実務に関する知識、技術、技能に関して知見を有する企業の役職員の方々を委員とする教育課程編成委員会を設置し、様々な意見を活用して教育課程を編成することを基本方針とする。

(2)教育課程編成委員会等の位置付け

下記図にあるように、教育課程編成委員会は校長が直轄して委員会を開催する。委員会は、授業科目の開設や授業内容・方法の改善や、企業が求める人材や就職に関して審議し、その結果を取りまとめ教務会議に報告する。教務会議は、報告のあった事項についての意見を活用し教育課程を編成するものとする。



(3)教育課程編成委員会等の全委員の名簿

令和4年4月1現在

名前	所属	任期	種別
倉田 稔之	茨城デザイン振興協議会	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	①
坂 大樹	株式会社 スタジオサカ	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
樺本 学	いばらき印刷株式会社	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
西條 友弥子	元茨城県デザインセンター	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	①
橋本 人志	株式会社 水戸京成百貨店	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
山本 貴広	ウェディングプロデュースショップ エクラ	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
杉浦 時彦	株式会社 アットワーク	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
棚井 政江	茨城インテリアコーディネーター協会	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	①
小川 憲一	茨城県建築士事務所協会	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	①
横須賀 弘	有限会社 コムスペースデザイン	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	③
渡邊 忠	学校法人 リリー文化学園	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	
荒井 真次	専門学校 文化デザイナー学院	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	
川上 大輔	専門学校 文化デザイナー学院	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	

※委員の種別の欄には、委員の種別のうち以下の①～③のいずれに該当するか記載すること。

- ①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員(1企業や関係施設の役職員は該当しません。)
- ②学会や学術機関等の有識者
- ③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員

(4)教育課程編成委員会等の年間開催数及び開催時期

2回 / 毎年 2月、7月

(開催日時)

第1回 令和3年7月12日 14:00～16:00

第2回 令和4年2月5日・12日 13:30～15:30

(5)教育課程の編成への教育課程編成委員会等の意見の活用状況

※カリキュラムの改善案や今後の検討課題等を具体的に明記。

2021年度 第1回教育課程編成委員会(7月12日)の活用状況

	◆全学科全学年 授業名:修了制作にかかわる授業 2022年度も継続
①意見委員(倉田委員) ある企業のリニューアルで、会社の売上げを上げるために社屋のリノベーションと新規事業に取り掛かったが、デザインはされているが、いい意味でデザインが前面に出ていない。しかし、社屋が変わって社員の意識も大きく変わり、併設したカフェの若い女性にまで社屋の理念が浸透している。押し付けられたわけではなく、パッケージなどのデザインも分かりやすく社員が誇りを持って働いている。CIが見事に成立していた。総合してそれをデザインの力がまとめていると分かるいいデザインで感動した。 今後経済を回していくのはデザインであり、それだけでなく世の中をスムーズに流していく根本はデザインだと思っているので、それを教えていることを誇らしく感じている。学校で取り組んでいる内容はいずれ地元で働く多くの学生を通して地元の力になっていくと感じている。 企業との連携は、社会人になってから教育しなければならない内容が学べるので、ますますの指導を要望したい。そして、SDGsの取組は企業も最優先で関わってくる話でもあるので、企業のメリットにつながると思う。そのような内容を意識して、リカレント教育を行う事が出来れば時流に合った新学科になると思われる。	① ・現代の市場環境としては生活のあらゆる場面で使える商品・サービスが開発され価格競争も起きている。それなりの価格で質の高いものが出回り、労力をかけずに良質なものが手に入る時代になっている。そうした状況では、他社と差別化するための独自性が磨かれ、ブランディングがより重視されてきている。そして、ブランディングにはデザインの力が欠かせないと考えられる。そのような面からも企業と連携し、実社会で求められるデザインを学ぶことは学生にとって大きな意味を持つことである。コロナ禍では、従来の固定概念にとらわれず新しい発想やアイデアが求められている。企業との連携を通して、実社会で抱える課題を解決していく力を養ってもらいたい。また、SDGsは企業も積極的に取り組んでいるので、内容を理解していくことも必要である。企業活動がSDGsに即した内容でない社会的に受け入れられなくなるため、デザインを仕事にする者にとっても欠かせないトピックである。

<p>②意見委員(坂委員) 学校の取組みは単年度が多いが、例えば城里町との取組みを昨年度は実施して、5年後10年後に学生達が提案したものかどの様に成果を得られているのか、追跡調査を行う必要があるのではないかと思う。提案を行うだけではなく、それがどのような成果を残しているのか、それとも必要が無かったのか。学生に本物の指導を行うのであれば、学校としてしっかりとリサーチをして、その結果をまた学生達の指導に繋げられると良いと思う。 それがまた、教育の持続可能なサステナブルな活動にも繋がる。昨年と一昨年ではコロナの影響があり、提案した内容も異なっていると思うので、その時の事だけを考えるだけではなく、新しいことをどんどん提案して実行することに加え、将来に渡り時代に対応できる力を付けさせることが重要だと考える。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p> <p>② ・連携課題については、レクチャー、中間審査、プレゼンテーションを実施し制作過程において意見をいただく機会や完成作品の発表の機会を必ず設けている。一連の取り組みが終了した後は、教務職員が報告書を作成し、取り組みの振り返りを行っている。また、ファッションビジネス学科では、水戸オーバで運営した店舗の日々のデータ(毎日の売り上げ、来客数、購入商品など)をまとめ、クライアントへ報告を行っている。そして、次年度の学年は前年度のデータを分析し改善点を考えることから店舗作りを進めている。広告プロモーションデザイン学科でも提案したデザインが実用化される例が多くあり(東海村いばらき国体応援グッズ、城里町古内茶パッケージ)、クライアントが期待する効果が得られたか確認を行うことも大切であると感じた。そして、制作プロセスや指導に新たな方法が見つければ、教育の質向上につながる感じた。その際には、全体的なスケジュールを立て、企業と連携を結ぶ段階から調整を図っていきけるようにしていきたい。</p>
<p>③意見委員(橋本委員) 学校の教育方針を講師まで落とし込んでいることはとても良い。トップだけが絵に描いているだけではなく、学生に落とし込むところまで意識していることは素晴らしいと思う。時間のかかる部分ではあるだろうが頑張って欲しい。 今年度は、ひたちなか市や常陸大宮市と実践で学んでいて、色々なところと連携する大変さはあると思うが、机の前に座っているだけの学びとは全く違ってくるので、ぜひ継続的に行って欲しい。 だが、学生の満足度に関して心配なところもある。満足度アンケートの結果を見ると、1学年は非常に満足度が高く見受けられるが、2学年と3学年と学年が上がるにつれて不満や、やや不満が見受けられる。学生も慣れてくると様々な意見を伝えてくることは分かっているのだが、学生の意見に対して学校がどの様にフィードバックしているか。そこは無視してはならない部分だと思う。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名：教育方針の浸透にかかわる授業、修了制作にかかわる授業、学生アンケート 2022年度も継続</p> <p>③ ・教育の変化に合わせて本校の教育方針も2020年より新しく策定した。講師に対しては、講師会の中で指導に必要な研修会を継続的に行って来た。教育方針の理解や浸透を図ることはもちろんだが、成功事例を共有できる場にもなり、講師のモチベーションにも効果があったと感じている。学生に対しては、2021年はクラスを中心とするような学生を軸に勉強会を実施し、クラス全体への波及を期待した。2022年度はそれ以外の学生に対しても取り組みを行っていく予定である。 ・企業連携は毎年の必修課題として継続的に実施していきたい。近年益々地域のニーズが高まっていると感じる。クライアントとなる企業・団体とは教育の内容を十分に刷り合わせて連携していきたい。 ・学生からの意見には、講師・教務に対するもの、施設環境に対するものなど色々な意見があり気づきにつながることもある。授業に対する意見は学習修得度により個人の感想は異なってくる。各意見を精査し、問題と思われるものに対しては、講師と個別で打ち合わせ、面談を設けている。新しい学期、年度を迎えるにあたって改善すべき内容として直接伝えていく。施設環境については、これまでインターネット環境の改善、工事を行うなど意見を元に改善に取り組んできた。それらはキャリアデザインの授業を通して連絡を行い、見解のズレやコミュニケーションをとることが必要な場合には個別で面談を実施している。また、これらの課題については、教務部内で共有している。</p>
<p>④意見委員(橋本委員) 百貨店の来店者数はコロナの影響で明らかに減っている。一昨年の70～80%である。特に売れないのがアパレルで、逆に好調なのは高額商品である雑貨宝飾品や、外食が減って家でどう楽しむかが繋がりが食品部門も好調である。自己実現、自己満足はどこでするか来店者は考えており、後2年くらいは続くと思定している。新しい生活に大きくITが活用されているので、自己実現、自分の成長を発見するツールとしての要素が強くなっている。本社もそれに合わせ、ECビジネスをしっかりとしたシステムで構築しているところである。その打合せ時に感じることは、投資をして構築しているシステムであるが、そのシステム担当といくら話を進めても売り上げにつながるような話は出てこないということで、魅力的な商品を提案する事は自分で考えるしかない。最終的に顧客がそれを見てどの様に感じるかが分かる事、顧客にとってその提案がどうなるのかという発想を持つ事、最終消費者の目に届ける事が出来る力が求められる。旅行・外出・買い物などでも人と会わずということを求められて、自分がいかに楽しめるか、自己実現が大事になってくる。車も誰かを乗せるのではなく、自分が楽しく外出が出来て、ファッションに興味を持たずとも目の前に人がいないため満足できてしまう。そのような状況だと従来の発想で商売を継続する事が成り立たなくなってくる。教育の段階から先を見越した学習が必要であると実感している。今起きている現実を受け止め、これから現場で必要であると思う事を取り入れて人材育成を行っていく必要がある。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p> <p>④ ・デザイナーの真の役割は単なるデザイン制作に限らず、クライアントに有益な価値をもたらすことと言える。クライアントの満足を得ることも必要だが、それはクライアントの先にいるエンドユーザーの満足につながるなければ本質的に効果のあるデザインとは言えない。安易に見た目の綺麗なデザインを作るのではなく、デザインがもたらす効果をしっかりと考え、かつクライアントの理解を得るためのプレゼンテーション力が必要である。これからの時代では技術や表現力だけに特化したデザイナーではなく、クライアントにもっと深く寄り添い、良きパートナーとなる人材でなければAIや技術の進歩に置き換えられてしまう。 これからの人材育成においては、特にファッションの分野は変化の振れ幅やスピードが速いと感じている。すでに2021年の授業からいくつかカリキュラムの見直しを行っている。内容としては、ファッションビジネス学科1年生の修了制作の作品に動画を使ったプロモーションを取り入れている。また、SNS活用についての講演会を実施する予定である。2022年度からはSNSを活用したネットマーケティングの授業を実施することを計画している。</p>
<p>⑤意見委員(山本委員) 古着販売やリメイクをして販売するなど、ファストファッションが多く求められる中、今まで売れなかった商品をリユースして再利用するSDGs的な試みで学習に繋がっていることは良いと思う。ファッション業界に限らず、持続可能な取り組みは益々求められる活動であり、若年層の年代は、その問題を考える事が当たり前であると捉えている年代へと変わっていき、これから学校に入学を希望して行く学生には必要な学習内容になっていく事は間違いない。 3学年でのブライダル授業のアンケート結果からは、実際にやっていたかという意見が出ている。今後の事を考えるとイベント自体を行えるのかは難しい話になるかも知れない。授業の中でリアルイベントを設定して実施するのももちろん良いのだが、オンラインを使っての結婚式なども実際にはある。三密を避けてのフォトウェディングもある。リアルウェディングに拘らず、新郎新婦にあった衣装提案など、ファッションを学ぶ学生だからできる内容にするといった、イベントに左右されない学習内容を設定できるとよいのではないと思う。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名：SDGsにかかわる授業 2022年度も継続</p> <p>⑤ ・高等学校では教育改革に合わせて課題探求という授業で、地域課題やSDGsに触れている。高校生が学ぶ内容が変化しているため、教える側もそれを意識することが必要である。すでに各授業での対応も進んでいて、例えば建築設計デザイン学科1年生の雑貨デザインの授業では、2021年度に京成百貨店様のクリスマスディスプレイの提案をさせていただいた。その中で、SDGsの視点を取り入れ、廃棄物を装飾に活用できないかを考えてデザインを提案している。企業にとっても取り組むべき課題であるので本校の学習としてもSDGsを意識することが必要である。 ・2021年に引き続き、2022年度も当然コロナ禍でのイベント企画が求められる。カリキュラムを計画する段階でも考えていかななくてはならない。そこで本校の学生だからできることも出てくると思う。前例がない中だからこそ、学生の提案が新たなサービスやビジネスのヒントになり、企業が求めているものであると考えている。いまの時代に合わせた学習ができる環境を企業・団体・行政などと共に作っていくプラットフォーム的な存在を目指していきたい。</p>
<p>⑥意見委員(西條委員) 地域行政との連携という視点では、広告やデザインとまちづくりの関係は切っても切れない。このコロナの問題はとても難しいが、デザインの力を使って人の心を動かせるかが重要であると思う。また、それを大切だと思い始めている地域行政が増えてきている。連携授業にウエイトが多くなっているが、社会経験が出来て貴重だと捉えている。その一方で通常の科目がある中、報告であった内容の連携をこなすのは大変なものではないかとも感じた。それらを考えると、学生の時間の使い方や作品のクオリティーに差が出てしまわないか。学習成果に差が生まれてしまうのは良くない事なので、気を付ける必要がある。自治体との連携は、学校の期待度にも繋がっていくと考えられる。それが卒業生にも反映され、独立している卒業生の依頼にも繋がると良い。そのような繋がりを持つ学校になってほしい。デザインの使い方・担当・自治体の違いによって、作り方や考え方も違ってくる。学校で学べる3年間では限界があり、社会に出てから学ぶことも多くあると思う。その部分は人と話しをして解決するコミュニケーション力や、インサイトを捉える難しさがあ、社会人学科には期待が寄せられる。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p> <p>⑥ ・学生にとって修了制作は、条件が設定されている通常の課題とは異なり、課題を発見し解決法を考える、そしてデザインで表現するといったプロセスを経て作品制作を行う為、課題ウォリュームは大きい。進捗にも差が出やすいが、例年11月には中間審査、12月、1月には課題の締切日を設けており、学生は各締切に合わせてスケジュールを調整して対応している。また、課題評価後にも2月の修了制作展まで引き続き作品のブラッシュアップを行うよう指導している。修了制作課題は60点以上の評価が単位修得に必要なので、学生は一定以上の質を目指して努力をしている。その結果もあり、大幅に質が劣る作品になってしまう学生はごく稀である。一生懸命取り組む学生は作品をどんどんブラッシュアップしているため、クオリティーの幅は広く見えるかも知れない。 ・年々本校への期待値の高まりは実感している。毎年地域の企業や行政と取り組んだ内容をたくさんの人に知ってもらうことで、県内唯一のデザイン学校としての独自性にさらに磨きがかかり、地域からの信頼も厚くなっていくのではないかと感じる。</p>

	<p>◆全学科全学年 授業名：キャリア設計にかかわる授業 2022年度も継続検討</p>
<p>⑦意見委員(小川委員) 報告内容については、技術的な勉強はこの内容で問題ない、様式4に記載の研修についてもとても良いと思う。意識付けはとても重要である。就職率100%についても、様々な就職サポートをしており、講師を招いての講習であったり、意識を上げるような取り組みだったり、学生が意識を高めて就職活動に挑んでいる様子が伺えてとても良かったと感じている。企業としてはとても有難い事である。技術的な部分は置いて、社会人として、デザイナーとしての意識の植え付けはとても重要な事であり、その部分を持っていないと頑張れない人材になってしまう。デザインを学んで社会人となる場合、その意識をどれだけ高められるかが、その人材の評価にもつながる。将来に渡って受け入れた企業にもメリットが生まれる。技術的なものに関しても、一方的なものではなく、学生自身がこういう風にやっていると成長できる、というような自己設定や自己目標を持てると良い。そのような取り組みをしていけると良いのではないかと感じる。 学生は建築・ファッション・デザインをやっていて楽しい、それだけでなくクライアントに話を聞いて、咀嚼した上で提案して、顧客が喜んでくれて、よかったと言ってもらえることが嬉しい。最終的にはそれを目指していると思う。そういう部分に喜びを見出さないとダメ。顧客に満足してもらおうと自分にとっても嬉しいか分かってほしい。 今はCADで図面を書いていて手描きはほほいしない。自分は20代後半くらいからだ、CADに慣れてなくて時間がかかった。今後CADは残っていくだろうが、BIMで図面を書く人が大手のゼネコンでは増えてきている。構造や設備設計、すべての意思疎通を図るのにとっても便利で、茨城もBIMを推進していく動き、流れになってきている。今後はBIMを勉強していかなければいけないだろう。1~2年単位の話ではないが、学校でも教える必要性が考えられる。</p>	<p>⑦ ・就職指導の一環では外部機関のサポートを得ながら指導を行っている。これまでにハローワークや就職支援機関に特別講座を行っていただいている。また、就職指導に限らずデザインの見識を広げるための講演会を修了制作展期間中に毎年開催している。デザインの社会性や可能性を理解し、デザイナーという職業に誇りややりがいを感じてほしい。また、修了制作展では他学年の作品を見る良い機会であり、3年間の成長のプロセスを意識することにつながり、各自が目標を設定してほしいと考えている。強い目標意識が在学時のモチベーションや卒業後のデザイナーとしてのマインドにもつながり、壁にぶつかってもやりぬく力を育てることにつながると考えている。学生時代には小さな成功体験を積み重ねることから自信をつけ、修了制作や企業と連携した課題ではクライアントのためにデザインをする喜びや達成感を感じてもらいたい。 ・業界動向を注視することは欠かせない。BIMを利用している設計事務所も話に聞いているので、技術の習得が就職や業界での活躍に必要な場合には、2年、3年後を見据えてカリキュラムに取り入れていく必要がある。</p>
	<p>全学科全学年 授業名：研修、キャリア設計にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑧意見委員(横須賀委員) カリキュラムと内容については十分過ぎるぐらいの内容だと感じている。人材育成の部分で10年くらい前までは海外研修があったと思うが、コロナが落ち着いたらまた実施するのか、海外研修に限らずとは思いますが、好きが高じて海外まで行き、素晴らしいデザインに触れてくるとか、そのような環境に触れてくる経験がある方が長く仕事を好きでいてくれる印象がある。学校は学ぶ場所だが、授業に関係ない経験や風土環境に触れる事は意識を高めるためにも必要だと感じる。その意識があるからこそ、より良い仕事ができるのだと思う。 十分過ぎるほどのカリキュラムの内容も必要だとは思いますが、意識を高めるための教育にも重点を置いてほしい。また、高校生の全員が全員、意識高く進路を決定できるわけではないと思う。あまり技術だけに走り過ぎず、楽しさややりがいを教えてあげ、頭でっかちな人材にならないよう気を付けてほしい</p>	<p>⑧ ・デザインに限らず新しいものや良いものに触れることは学習意欲向上や発想の引き出しを増やすことにつながるで大変なことであると考えている。例えば水戸芸術館の年間パスを購入して全学年がいつでも見学できる環境を作っている。また、コロナ以前は毎年デザインツアーという企画を実施しており、都内に行くと学生が美術館や企画展を見学するイベントを行っていた。コロナ禍においては、オンラインを利用できる環境があるので、この状況をプラスにしてこれまで触れることができなかつたような経験ができればなお良いと思う。また、デザインを学ぶ上での楽しさややりがいをすることは非常に大切である。建築設計デザイン学科では、ものづくりの授業を増やすカリキュラムに変更している。ファッションビジネス学科ではメイクの授業で制作した服を販売、広告プロモーションデザイン学科では、作品販売のイベントに参加している。修了制作の提案が実用化されるケースも多くあり、意欲の向上やデザインが社会に貢献することを肌で実感してほしい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：カリキュラム、就職について 2022年度も継続</p>
<p>⑨意見委員(棚井委員) 3年間を通して盛りだくさんの授業内容になっている。建築をやりたいと思って入学してきた学生にとっても、保護者の目線に立っても、建築の奥深さ、様々な知識や技術が学べる内容になっていてとても良い。それぞれの学生が自分の方向性を見つけるには、それなりの経験が必要になってくると思うが、この学校の3年間のカリキュラムであれば、それが学べると感じる。 そして、それが就職率にもつながっているという事にまた感じている。今後の地方都市での就職を考えると、実践的に地域と繋がりが企業とコラボしている授業内容と、学生の作品にパワーを感じる。ぜひそれが生かされるような就職先の開拓をお願いしたい。また、それは企業にも知って貰わなければならない内容でもある。新しい社会人学科を上手く繋ぐ事ができれば、良い結果をもたらすことが可能だと思う。地元地域にある企業には、これから新しい人材が求められる。そのような人材がこの地域で活躍してくれることが楽しみである。</p>	<p>⑨ ・入学時点で将来の目標や学びたい内容は入学試験で確認をしているが、好きなことを職業にしたいかという思い、自分のキャリアを模索しながら学ぶ学生もいる。2年制の学びでは就職活動の時期も1年生の段階からスタートしなくてはならず、よりクリエイティブな仕事を目指すにはやはり3年制のカリキュラムが必要である。3年制であれば自分のやりたいことを実現できる土台が整うと感じている。 ・コロナ禍においても2020年度は就職率100%を達成できた。求人数についても建築・インテリア分野は堅調、ファッション分野はやや減少傾向ではあるが専門職の需要はあると感じる。広告分野はすでにアフターコロナの傾向が現れており、WEBの就職の伸びや、一般企業内での販促の就職が増え、就職先の割合が変化している。今後も学生の就職先は常に開拓していきたい。企業訪問を定期的実施しているが、学生が活躍できるフィールドを広げていくことは学生募集にもつながる。</p>

2021年度 第2回教育課程編成委員会・学校関係者評価委員会(2月5日、2月12日)の活用状況

	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>①意見委員(倉田委員) (PD3) 難しい課題に取り組んでいると思う。どれも具体的に計画する側(市)と実際に利用する側(市民)がほんやりとしかイメージできなかったのが見える化され、分かりやすくなっている。 (PD2) 「イノフォルニア」より良いのではないかと感じるような魅力的なデザインがたくさんあった。「海」は色々な可能性を感じさせてくれ、それをデザインが引き出している。見本のような課題。 (IF3) 市の基本計画が変更になるかもしれないくらい、広がり可能性を秘めたとても質の高い作品だった。説得力があり課題で終わってしまうのが惜しいレベル。 (IF2) 実際に欲しい、建ててみたいと思わせるショップの数々だった。広く市民に見てもらおうと出資者が現れるかもしれない。具体的に夢のある提案だった。 (AD1) 子育てするには若い世代だと思いが、自分が子育てされた経験を理想に仕上げたのだろうか。どれも実現すれば「売れる」住宅になるのではと感じた。質の高いデザインだった。 (FB3) 日常ではない世界にどっぷり浸かっている感が素晴らしい。日々の地道な努力の成果だと感じる。このパワーとモチベーションを仕事に活かしていけると良い。</p>	<p>(PD3)(IF3)(IF2)(AD1)デザイナーの役割は課題を設定しその解決法を考えることから具体的なデザインとして表現することにある。そして、プレゼンテーションしてわかりやすく伝える力を身に付けなければならぬ。わかりやすく見える化されているという評価は今回の課題で学習成果が得られていると感じる。様々な地域課題に毎年取り組むことでデザイナーとして真に必要な力を磨いていきたい。また、提案がきれいに作られているだけでなく、クライアントが本当に望んでいるものでもあることも重要である。今回の課題制作の過程では、地域住民と意見交換を実施し、併せてイベントアンケート調査を行った。自分だけの考えだけでなく、しっかりとクライアントの意見を聞きデザインにそれを反映させることができた。地域から求められるデザインを提案できる力を養うことが就職した後も長く業界で活躍することにつながる。 (PD2) 海というテーマはわかりやすい反面、海水浴のイメージが強くてそこから脱却するような斬新なアイデアを出すことは難しかったのではないかと感じる。自分の好きなことをきっかけにしたり、現地取材、イベントでのアンケート調査を通してそれぞれが提案をまとめることができた。現地に足を運ぶこと、現地の人とコミュニケーションをとりながらアイデアを広げていくことは重要である。 (FB3) ファッションの分野は憧れや非日常を提案しなりたい姿を顧客にイメージさせ、共感してもらったことが購買につながる。学生それぞれが持つ世界観を表現することから、プレゼンテーションまでを3年間繰り返し学習している。</p>

	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>②意見委員(坂委員) (PD3) 全体的にアニメーションのレベルが高いと感じた。一人でアニメーションを描いている学生もいて、大分手間がかかったことだろう。学生ごとに動画の尺がかなり違うので、例えば60秒でまとめる等の制限があるといいかもかもしれない。 (PD2) 全体のデザイン感覚は素晴らしい。ただ多くのコンセプトが「おしゃれな阿字ヶ浦」に偏っている部分が残念である。一つも二つでも構わないので、例えば子供や幼児向けなど、とがったコンセプトがあってもいいのではないかと感じた。 (PD1) 以前はAdobe Illustratorの機能に頼って作られていたキャラクターが多かったことを思うと、格段にレベルが上がっている。色数を抑えたり白黒だけでも成立するようなデザインにしたりすると使い勝手が良くなると思う。 (F3) 学科全体に言えることだが、いわゆるバリアフリーの考えがあまり見られなかった事は残念だった。コンセプトの中に高齢化があるのであれば「この施設を使用するにあたってどんな不都合があるだろうか」という視点を持つと更に良いものができるのではないかと。</p>	<p>(PD3)課題の規定に1分ほどの時間で動画をまとめるという条件はつけているが、学生それぞれがYoutubeやサイネージ、SNSなど動画の利用媒体を考えて制作することが重要だと考える。今回アニメーションを作りたいという学生の意欲が高いこともあったが、前期の課題でアニメーション制作に取り組んだことがスキルアップにつながったと感じる。 (PD2)ターゲットに対する理解を深めるために、学生にはまず自分と同じ価値観を持つ同世代にどんなアイデアが受け入れられるかを考えさせることから課題に取り組みむこともある。自分の好きがそのままターゲットの共感につながるため、おしゃれなイメージの作品が多くなってしまったかもしれない。もちろん同世代の中でもさまざまな趣味趣向があるので、コンセプトがいろいろな方向に向けて作られると良いと思う。そして、情報過多といわれる現代にはニッチなターゲットに向けたとがったコンセプトが反響につながる。ターゲット設定も含めて、万人受けのデザインではなく狙いとしたターゲットの心をしっかり掴むデザイン制作を目指していきたい。 (PD1)以前からも制作過程ではアイデア出しやブラッシュアップには相当の検分量があるが、講師の指導も年々質が高くなっていると感じる。研修会を通して学生の世代の特徴を理解することやモチベーションをあげる方法などを講師間で共有し意見を出し合うなど教える側もレベルアップしている。キャラクター制作は必ずその使用例も作成しており、キャラクターをどう展開していくかということも考えて制作している。1年生ではハードルが高いかもしれないが次年度も継続して取り組んでいきたい。 (F3)今後ますます多様化の時代となり、住空間、商空間の設計にあたって世代や障がいの有無、国籍など利用するさまざまな人のことを考えていかなければならない。デザインは相手の立場に立ち利便性や快適性を考えることであり、多様化という社会背景の理解も今後必要になってくると感じている。例年福祉住環境コーディネーター検定の資格取得に向け学習は行っているが、それをデザインにどのように落とし込むかが確かに重要であるので、その部分は指導につなげていきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>③意見委員(西條委員) (PD3) 子供の遊び、成長を応援するスタンプシートなどを作っていた学生のプレゼンを聞いたが、自身の体験、家族のことからテーマを深めており、具体性が高かった。表現力も高いと感じた。 (PD2) Googleマップを活用した企画が特に良かった。接客対象の特性を考え、マップ作成、プロモーション展開後の継続性も意識されていた。雑誌「みつけ」はコンテンツに加え、マージンや一行の長さなどの基本的な読みやすさ、レイアウトをかなり意識して実践している。 (PD1) パネルのフォーマットが例年より目を引き且つ見やすいと感じた。質問に対して、まだ声は小さいが答えが返ってくるので、試行錯誤して講師と対話しながら深め、胸に落としながら作っているのだろうという様子を感じられた。</p>	<p>(PD3)教育方針にも掲げている主体的に課題に取り組む姿勢は実務においても重要であり、自分事としての物事を捉え提案ができる学生がもっと増える指導を行ってきたい。まだまだ全員がそのようなマインドを持っている段階には至っていないのが現状だが、2022年度はクルートに協力していただき自己発見プログラムに取り組み計画である。1年生を中心に自分自身を客観的に理解し、学ぶ目的や将来のイメージを明確化することで学習意欲を高めていきたい。一人でも多くの学生が次年度の修了制作課題で主体的に取り組めるよう指導していきたい。必然と一生懸命に制作した作品は表現や具体性が高い成果物となると言える。 (PD2)2年生の課題は企画立案から考え提案している。プロモーションは一過性のものでなくいかに継続的に効果があるかということも重要である。より実現性のある提案を作るためには、しっかり深掘りして検討する必要である。そこまで見据えた指導を今後も行っていきたい。また、雑誌制作をはじめとするレイアウト技術は積み重ねの努力が必要である。良いデザインに触れ、どこが良いのか観察して、自分で実際に制作して身につくのもであり、レイアウトや写真加工、文字の見せ方など基礎的なグラフィック技術のトレーニングも怠らないようにしたい。 (PD1)1年次の学生はプレゼンテーションにまだまだ不慣れな学生も多いが、しっかり考えて根拠を持ったデザインを制作することに重点を置いている。講師の指導も一方的な指示ではなく、創造的な対話ができていると感じる。そのため質問に対し、制作意図や狙いを答えられるのだと思う。自信を持ってクライアントの心を動かすようなプレゼンテーションを次の学年では目指していきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>④意見委員(橋本委員) (PD3) 整備計画提案はかなりハードルが高かったのではないかと感じる。見た目のデザインが優先されるが、人の流れ(流出・流入)、生活動線、歴史などを理解しないと計画できないと思う。 (PD2) 単なる観光案内ではなく、どのように阿字ヶ浦のエッセンスを表現するかが大切。海＝南国のイメージになりやすいがそれは違うと思う。「リゾート」という発想は良かった。 (F3) デジタルアートを街づくりと繋げるところが良かった。そうすると常陸大宮市はデジタルアートの街になる。街づくりも考えたプランだと思った。 (F2) 一番は常陸大宮の何を伝えたいのか、何と連携したいのか、ということである。常陸大宮を深掘りできればなお良い。単に「自然」ではなく、何か具体性がほしい。ショップの場合、ターゲットを明確にすべきである。 (FB3) 今、古着は十分注目されている。そこにSDGsを組み合わせ、まだ行動していない高校生をターゲットにする部分が面白い。文字通り古着に興味がない人へもアプローチできそう。</p>	<p>(PD3)見た目の美しいデザインだけでは真に求められるデザインとは言えなくなっている。今後技術の発達でAIがデザインを作るようになる時代も近いと考えられ、クライアントが本当に求めるものを見出す力がより重要となる。それには町の文化や産業、地域性を捉えた発想が求められる。クライアントとのコミュニケーションはもちろん、調査や実体験を通して課題を発見し解決案を考える力が重要である。 (PD2)ありきたりなアイデアを脱却する新しい発想がより求められる。また、今回の取り組みでは非常にやる気がある様々なアイデアを実践されている方がご担当として協力して下さったので学生たちも刺激を受けながら柔軟に物事を考える大切さを実践的に学べる機会になったと感じる。 (F3)建築とまちづくりは切り離せない。誰にも利用されない施設になってはいけない。また、一時的な賑わいだけでなく継続性も考えられたアイデアが本当の意味で地域の活性化につながる。 (F2)自然や文化、特産など地域資源をよく理解してその場所にしかない魅力を見出すことが必要である。そのためにはリサーチや周辺環境を捉えることが必要である。また、ターゲット設定やいつ、どのようなシーンで利用されるのかニーズをよく考え、機能面やデザイン性を導き出すような思考力を磨く必要がある。 (FB3)SDGsをライフスタイルに取り入れている層は若い世代を中心に増えてきている。それに伴いファッションのジャンルとしてサステナブルというキーワードは欠かせないため、学習にも取り入れている。また、古着への注目も高まっていることから、これまで取り組んできたリユース商品のコーディネート販売やリメイク制作・販売などはより重要な学習題材となる。古着が好きな層だけでなく、抵抗があったり、興味がない層へもアプローチできるような仕掛けを考えていきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作にかかわる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑤意見委員(山本委員) (PD3) 子供と親が公園で遊ぶ際、どんな遊具があり、どんな公園かということが、1ページでも案内があると安心に繋がるので、良いプロモーションだと思う。地域資源を生かした魅力発信は必要であり、それを見て行ってみたいと思われる提案がさらに求められる。 (PD2) 人がいないということをデメリットではなくメリットとして、どのように阿字ヶ浦の魅力伝えられるか。実際に町の人と話したり、町を歩いたりしないと気づけないことを取材したことで、まず自分たちが阿字ヶ浦が好きになり、そこから更に人に伝えられているように感じた。また雑誌「みつけ」も若い人達が伝えたいことを発信できる良いフリーペーパーだと思った。 (F3) 常陸大宮市には既に道の駅かわづらざらがある。また異なる施設がある方がよいのではないかと感じた。今建てるのであれば、まだ可能性のある提案もあったが、他のところと同じような施設を提案しても差別化が図れないと思う。 (AD1) 人口増を考え、これからの世代に少し田舎だが、田舎ならではの土地の安さと住みたいと思える住宅。ただ、住宅だけでなく2年生のショップ提案もないとなかなか住みたいとなりにくいかもしれない。 (FB3) 自分で企画・戦略を立てショップをオープンする仕組みはとて良いと思う。学生が写真やチラシ、HP、リメイクと何役もすることで、店舗を運営するために必要なことも分かる。これからは地下ショップでのリメイクやオーパでのショップなど楽しんで頑張っていきたい。 (FB1) ファッション雑誌にも7daysコーデなど、コーディネートを参考にしたい人は多い。そこから新たな出会いがあるので、歳の近い女子高生をターゲットにしたコーディネートの提案、そしてそれが実際の店舗で購入できるのは嬉しい繋がりである。学生も自分のコーディネートを元に商品が売ればモチベーションも上がり更に良いと思う。</p>	<p>(PD3) 今回の課題では整備前の公園で学生もどのような場所なのかレクチャーや資料のみでの理解だった。実際の仕事でも同じようなことはあると思うが、実際にどんな場所なのか、どのような使い方ができるかを伝える必要がある。それには色々な表現方法があり、よく検討して制作する必要がある。 (PD2) デメリットも視点を変えればメリットとなりうる良い例になったのではないかと。実際にその場所を訪れて雰囲気を感じることとはとても大切であり、コロナ禍ではあったが、時期を見計らって視察やレクチャーなどは例年通りに実施した。今後同様なケースも発生すると思うが、オンラインなどをうまく活用していきたい。また、イベントに参加しワークショップを行いながらアンケート調査を実施した。地域の人と直接触れ合うことで阿字ヶ浦が好きになることにつながったと思う。課題に前向きに取り組めることは良い作品づくりに直結したのではないかと感じる。 (F3) 既存の施設との関係性や相乗効果など町を良く知った上で考えることが重要である。同じような施設があるのであれば、それによってどういった効果があるのか考えを持った上で提案できると良い。 (AD1) 1年生の進級制作としては建築の基本である住宅設計の基本を理解することである。課題の発展性としては地域性を踏まえその土地でのライフスタイルから提案ができると良い。 (FB3) ファッションビジネスにおいて業界に求められる人材を育成するには、コーディネート力や商品知識だけでなく、販促やWEBショップの運営など多岐に渡る。水戸オーパで運営する店舗では、企画・デザイン・販促・運営を総合的に学習できる機会であり3年間の集大成の課題として充実した内容となっていると感じる。また、古着を扱う点は変わらないが毎年同じコンセプトではなく、トレンドや時代背景、前年度の反省点を踏まえて常に今求められるものはなにかということを考えて店舗づくりを行っている。 (FB1) 提案したカラーズをもとに実際の商品からコーディネートを組み店頭販売を行うシステムが定着している。1年生にとっては初めての実践の場であり、実際に購買につながった時はモチベーションに繋がると感じる。地下にできた店舗も今後はより学生の実践の場となるようにしていきたい。仕入れた商品を使ってコーディネートとSNSを使った販促を取り入れていくことを計画している。</p>

	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑥意見委員(棚井委員) (PD2)完成度が高く、どの作品も味がある。作品にストーリーがあり良くできている。雑誌「みっけ」も書店に置いてあっても手に取りたくなくなる構成になっていると感じた。 (PD1)ゆるキャラは地域を盛り上げるのに絶好のモチーフ。阿字ヶ浦の特色をよく掴んで考えられた完成度の高い作品になっている。 (F3)大作が多いと感じた。常陸大宮市をよく理解して自分の思いを形にしていることは素晴らしい。 (F2)作りこんであるという印象。よく整理されていて見やすく分かりやすく表現されている。 (AD1)街並みに合う建物を各自考えて、一生懸命取り組んだ事が伝わる作品ばかりだった。鳥瞰図を取り入れた表現も工夫が見られて良かった。 (全体)どの学生の作品も一生懸命に手を抜かず頑張ったことが伝わってくる。学校側の学生に対する向き合い方、姿勢がとても良く感じられた。</p>	<p>(PD2)今年度の雑誌制作は良い評価をいただけている。グループ制作で1冊の雑誌を制作しているため、ページの統一性やクオリティのバラつきがどうしても出てしまっていたが、モチベーション高く取り組めたのではないかと感じる。次年度より、2年次後期と3年次前期の1年間にカリキュラムを変更する。これまで修了制作の締め切り時期と重なっていたため、制作が思うようにいかない場合もあったが、よりよい内容となることを期待したい。 (PD1)ゆるキャラが溢れる中でいかに際立たせるアイデアを生み、そして表現ができるかということも学習に繋がると考えている。 (F3)3年間の集大成とも言える修了制作は、建築規模はもちろんパース表現やインテリア、プレゼンテーションボードまで最大のボリュームであり見応えのある作品が多く生まれた。そして、地域と特色を捉え本当にその場所に求められる建築を追求している。学生がそこにしっかり情熱を注いだことが作品から伝わるような成果物となるよう指導を心がけたい。 (F2)模型制作の授業を追加して3年が経過し、コンセプトの授業との連携も図れておりカリキュラムが成熟してきていると感じる。インテリア詳細まで作り込まれた模型が多かった。プレゼンテーションボードの表現の部分ではまだ改善の余地も見られ次年度の更なる成長を期待したい。 (AD1)街の景観を意識し外観まで考えられた作品制作を意識していきたい。それが街全体の魅力になり、地域の活性化にも繋がると考える。 (全体)学生のモチベーションをいかに向上させるかは近年の講師研修会のテーマであり、全ての講師が意識して取り組んでいることである。その成果が第三者にしっかり伝わっていることは嬉しく思う。それぞれの学年で特徴や性格が異なる学生に対し、工夫をしながら指導にあたっている講師陣を教務職員も同じ目線でサポートしていきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑦意見委員(清水委員代理) (PD1)ご当地キャラなので、着ぐるみの製作も視野に入れてデザインした方が良いと感じた。「阿字ヶ浦」でイメージできるアイテムが少なく、なかなか難しい課題だと思う。 (F3)駅前だからといって電車で利用するだろうか。駐車場は必要ではないだろうか。車で10分も走れば豊かな自然がある。街中に何か必要かということを考えるべきである。 (FB3)作品ごとに制作者のコンセプト、意図などの説明があるとより良いと思う。実際に着用するか、ということを考えて制作しているだろうか。 (FB1)様々なコーディネートで多彩だが、シチュエーションの幅が狭く見えた。ファッションビジネスで考えるなら、個人の好みのコーディネート提案だけでなく、色々なファッションジャンルを取り入れられるようになる方が良いのではないだろうか。</p>	<p>(PD1)キャラクター制作においては紙媒体をはじめその他の媒体でどのように活用するかを含めた提案が求められる。ポスターやステッカーなどにキャラクターを用いた展開例も課題に含めて提案としてまとめている。より実現性の高い例としては着ぐるみも考えられるので今後の検討材料としていきたい。阿字ヶ浦と聞くとうしろも海というキーワードが強くてそこからアイデアを広げていくことは難しかったと思う。しかし、いかに固定概念から脱却し、新しい価値を創造していけるかが今後の社会では重要になる。現場に足を運んだり、イベントに参加するなど実体験からヒントが得られると考えている。そのような機会を設けていきたい。 (F3)立地条件を把握することは重要である。交通網や周辺施設を理解した上で計画していかなければならない。それが本当の意味でその地域で求められる提案となる。 (FB3)展示やパネル制作においては、それを見る側の視点を持ち、わかりやすく表現するとともに制作意図を簡潔に伝えることが重要である。パネルの内容に関してはさまざまな意見を参考に改善点・反省点を次年度に活かしていきたい。 (FB1)ファッションビジネスの現場ではいかに購買に繋げるかという点が最も重要であり、ライフスタイルの様々なシーンに合わせたコーディネートを考えることは修了制作の更なる発展に繋がると思う。ファストファッションのように多くの方に気に入ってもらえるファッションもあるが、ファッションが大好きでものにこだわり一点物を好む傾向も需要があると感じる。ファッションを学ぶ学生であれば後者に対しての学習意欲が当り前なので、それに対応できる力をつけるために様々なシチュエーションを感じさせるコーディネートを提案できるようにファッションジャンルを更にインプットできるような指導を行ってきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑧意見委員(黒木委員代理) (PD3)スタンブラーなど実際にできれば、住んでいる方々が喜んでくれる提案ばかりだった。2年生と3年生でポスターのレベルが上がっていると感じた。 (PD1)デザインのコンセプトが明確になっていて、よくまとめられている。 (F2)模型だけでなくパネルも見やすく作り込まれている。 (FB1)コラージュでのパネル表現がうまく、ターゲットである高校生の足が止まると思う。</p>	<p>(PD3)本校は3年制のカリキュラムを採用しており、学年ごとに着実にレベルアップしている。1年次はデザインの制作プロセスを理解し、各学科の基礎となるデザイン制作を行う。2年次はよりこだわったデザインとそれをわかりやすく伝えるための表現と技術を身に付ける。業界で働くための基礎的な技術はここで修得できている。3年次はさらに上のレベルを目指し、求められる人材となるため、企画段階から考えデザイン提案するとともに、地域課題に取り組み、課題解決力を身に付け、この地域で必要とされるデザイナーを目指していく。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑨意見委員(岡田委員) (PD3)展示ブースも凝っていて惹きつけられる。モノをデザインするのではなく、コトから考えなければならぬ授業は大変だが勉強になる。学科を超えて常陸大宮市を題材に取り組んでいるので他学科との交流も図れるのではないかと感じる。 (PD2)昔に比べてノベルティの問い合わせは非常に増えている。紙やデジタルだけでなく、ペン等のノベルティも実際に作成していて、実情に合ったカリキュラムになっていると思う。 (PD1)デザインだけでなく、印刷や完成品を意識した学習指導をしていると感じた。 (F3)ボリュームのある課題で模型作りも大変だろうと思う。模型のクオリティが上がっていると感じる反面、コンセプト等、展示の見せ方は2年生の方が分かりやすいと感じた。</p>	<p>(PD3)活躍されているデザイナーはビジョンを持ち、コトを起し新しい価値を創造している。言われたことをこなすだけでなく、自ら発信できるような人材を育成していくことが大切である。常陸大宮市との連携では、学科の垣根をこえて、イベントに参加したりプレゼンテーションを行った。本校が取り組む地域の課題解決はデザイン分野、建築分野に共通するテーマであり学生同士も刺激となったことと思う。ケースバイケースになるが、そのような機会は設けていきたい。 (PD2)グラフィックデザインの応用としてノベルティやパッケージ、さらには展示ブース、店舗空間のデザインなどフィールドは広く存在する。学んでいることを活かしてそのような提案ができることを体感し、デザインの引き出しを広げてほしい。 (PD1)デザインそのもののクオリティやプロセスを踏んで制作することが重要であるが、修了制作展をはじめとする作品展示の機会を通して、自分の作品をキレイに見せる、見た目が良く印刷をするなどの意識もつけてほしい。 (F3)3年制に移行し始めて完成年度を迎えたカリキュラムであった。各授業の計画や連携などの構成の見直しを行い、変更の必要がある点については改善を図ってほしい。3年生は扱うテーマが大きく、まとめ方にもわかりやすく伝えられる工夫ができる点がないか振り返りを行い今度の取り組みに活かしていきたい。</p>
	<p>◆全学科全学年 授業名：修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p>
<p>⑩意見委員(竹越委員) (PD3)どれもコンセプトが見て伝わってくるものが多くクオリティも高い。特にセールスプロモーションの作品は3人グループで制作しているだけあって内容がしっかり練られており分かりやすかった。動画のアニメーション500枚を描いたという学生のような熱量は大切だと思う。 (PD2)デザインコンセプトをうまくまとめており、どの作品も工夫が見られた。デザインワークが頭一つ飛びぬけてクオリティが高い学生がいたのが印象的。 (PD1)手描きラフからブラッシュアップ、完成まで全て展示されているのは良かった。手描きのアイデアがどの学生もたくさんあり、丁寧に考えていることが伝わってきた。共通のフォーマットの見栄えもいい。 (FB3)地下のショップはリメイク服も可愛らしく、楽しくしかし責任をもって学べる場としてとても良い。自分の制作したものが売れるというのは純粋にモチベーションに繋がると思う。 (FB1)一人一人コンセプトの方向性が異なっている点良かった。古着からそのコンセプトに合ったものを探すのは大変だと思うが、良くマッチしていたと思う。</p>	<p>(PD3)(PD2)(PD1)課題に向き合った熱量や時間は作品のクオリティに大きく影響することを学生に伝えていきたい。そして、良い作品作りにはプロセスが大切である。ラフからブラッシュアップの過程、完成までをまとめ、学生にとってもその重要性を理解する意味で展示まで行っている。ゼロから情報を収集し、整理と課題を抽出しデザイン制作のプロセスを実体験しながら作品制作を行う修了制作は一年の集大成として学生にとっても成長するためのステップにしてほしい。その中で、課題に向き合った熱量や時間は作品のクオリティに大きく影響する。モチベーションを向上・維持するためにクライアントと直接触れ合う機会や地域と関わる機会を設けているが、学生がこちらの想像以上に打ち込む場合もあり、クラスの中でも飛びぬけた存在となることもある。そのような学生が一人でも多く出てくるように指導していきようしたい。そして、クラスの先頭に立ち、全体のレベルアップにもつながることを期待している。2022年度はモチベーションアップの一環として各クラスで自己発見プログラムと題し、自分の適性を客観的に見つめ将来設計を行い学習意欲を向上させる取り組みを行っていく予定である。 (FB3)地下ショップは2021年10月にオープン後、運営が軌道に乗ってきた。学生が制作したリメイクを販売できる仕組みが構築できたので、今後はコーディネートを組んで販売をしたり、SNSを使って販促を行うなど学生のモチベーションにつながるような実践の場を目指したい。</p>

<p>⑪意見委員(丸山委員) (PD3) 子育てというところから西口公園でのスタンプラリーに繋げるという流れがよく考えられている。しっかりとしたコンセプトを持った作品で素晴らしい。素晴らしい出来栄だと思ふ。提案の内容もしっかりとしていて、駅を利用する方のことをイメージして提案していると感じた。 (AD1) ターゲットの子育てについてどの作品も考えられており良くできている。 (FB1) 古着を活用した斬新なプライダル衣装が素晴らしい。ポスターが見やすく目を引く内容になっていると感じた。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名: 修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p> <p>修了制作は半年以上の時間をかけて制作を行う。コンセプトがいかに重要であり、それを煮詰める事の大切さを学んでほしいと願い、講師陣との擦り合わせを行っている。また、クライアントや地域の意見を聞く事で形を作るうえで方向性も見えてくる。ゼロからの生み出せる力が付けられるように今後も指導を続けていきたい。そして、その成果を作品や展示、プレゼンテーションで専門家に限らず誰にでもわかりやすく伝えることも大切である。クライアント、クライアントの商品やサービスを利用する人など相手の立場に立って考えることはデザイン制作に限らずプレゼンテーションにおいても重要である。プレゼンテーション指導は毎年行っているが、修了制作のプログラムの一部として継続していきたい。</p>
<p>⑫意見委員(関根委員) (PD3) プレゼンをした学生の子供の成長期間は平等に、という考え方が素晴らしい。映像作品も明るくイメージがとても良かった。 (F3) 3年生になるとどれもレベルが高く、作品テーマもしっかりと考えられている。 (F2) 見て楽しい作品が多かった。思い切った発想をしていて、それが重要である。 (AD1) 1年生には建築は楽しい、と感じるような指導を今後もしてほしい。 (FB3) 完成度が高く素晴らしい。1年から2年、2年から3年と学生自身も成長を感じているだろうし、それを楽しんでいる。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名: 修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p> <p>学生が修了制作を楽しんで前向きに取り組んでいることが作品から伝わるのがうれしく思う。半年以上のプログラムとなっているが、レクチャーや中間審査、学内プレゼンテーションなど、制作過程の中でメリハリをつけることも大切だと考えている。クライアントから直接想いを聞くことや意見を聞くことなど、連携企業にも教育のプロセスを理解していただき学生指導へのご協力が欠かせない。その中から自分の形となっていくものづくりの楽しさはたくさん感じて欲しいと考えている。自分が面白いと思わない作品は相手にも思いが届かないと思う。プレゼンテーションの部分ではキレイなものを見せるという視点よりいかに情熱を持って作った作品である事を伝える事が大切だと思ひ、それが伝わる学生指導を行っていききたい。打合せ段階から調整していくことが教務職員に求められる。</p>
<p>⑬意見委員(阿久津委員) (PD3) 公園を一般の子供だけでなく、色々な特徴を持った子供も使う事を提案しているのは発想に面白かった。 (F3) 計画の内容が深く考えられていて、建築として成り立つ作品が多かった。コンセプトからターゲット層を割り当てデザインに反映している。広い敷地を有効に生かしていた。 (F2) 店舗デザインとして、細かいインテリアや導線、バックヤードスペースの考え方も良く考えられていたと思う。 (AD1) 建築デザインは今までの住宅デザインが多かったため、参考に色々な住宅を調べていることが伝わってきた。 (FB3) ロゴデザイン、店舗デザインがとても良くまとまっていてデザイン性が高い。</p>	<p>◆全学科全学年 授業名: 修了制作に関わる授業 2022年度も継続</p> <p>(PD3) 社会的なキーワードとしてSDGsや多様性は外せなくなっている。広告デザイン、ファッション、建築のどの分野においても、多様な人々が生活を豊かに送れるように考えていかなくてはならない。 (F3) (F2) 2021年度の授業計画では前期から課題制作を進めてきた。学生それぞれが行ったりサーチクライアント、地域住民からのヒアリングの時間もたくさん作り、しっかり情報をインプットした上で、コンセプトやデザインに落とし込んでいるのではないかと。考えやイメージを持っていることが、細かな部分の設計にもつながっている。 (AD1)(FB3) 建築に限らずどの分野でもトレンドを押さえておくことは大切である。単に流行りに乗るのではなく、知識として持っておき、その上で根拠を持って選択をすることがデザイナーとして必要にある</p>

2.「企業等と連携して、実習、実技、実験又は演習(以下「実習・演習等」という。)の授業を行っていること。」関係

(1)実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針
 本校は教育方針として、「職業実践主義」「プロセス・表現主義」「デザインマインド教育」の三つを掲げている。特にデザインプロセスの実践的学習として「情報収集」→「分析」→「企画」→「デザイン制作」→「プレゼンテーション」までの流れを体験的に学習することは、上記の教育方針を総合的に理解することができる。そのために、地域においてデザインを必要とする企業・団体・自治体と連携して学生に「現実的テーマ」を与え、担当講師の指導の下、一連のデザインプロセスについて質の高いデザイン力を習得することを目的として実習・演習を行うことを基本方針とする。

(2)実習・演習等における企業等との連携内容

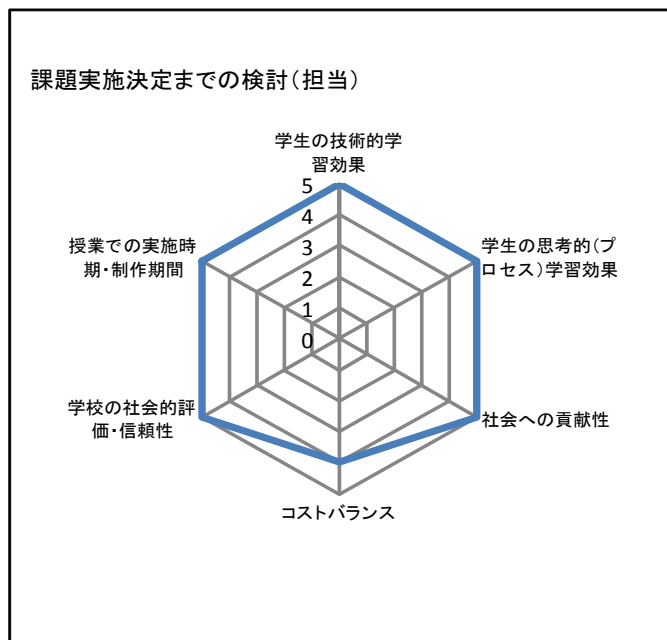
ファッションビジネス学科1年		企業・団体等 連携課題 実施報告書		2021年度 修了制作
課題名	ファッションコーデPR作戦			
レクチャー実施日	2021年8月10日(火)13:00~15:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
レクチャー参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様 イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様 講師:飯村信子先生、入江勇太先生 教務:黒須、田村 ファッションビジネス学科1年 全員 9名 (3年生7名も同会に参加)			
中間審査会実施日	2021年11月19日(金)13:00~16:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
中間審査会参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業企画 マネージャー 安川真理依 様 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業担当 畠井夏菜 様 講師:高場淳先生、飯村信子先生、入江勇太先生 教務:荒井校長、黒須、田村 中間審査会発表学生 ファッションビジネス学科1年 全員 9名 (3年生7名も同会に参加)			
代表プレゼンテーション実施日	2022年1月28日(金)10:00~12:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
代表プレゼンテーション参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様 イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業企画 マネージャー 安川真理依 様 講師:高場淳先生、入江勇太先生 教務:荒井校長、川上部長、黒須、田村 代表プレゼンテーション発表学生 生田 怜奈 坂本 結希乃 関 桃花 森田 真央 選抜 4名(9名中)			
株式会社ユーゴー賞	関 桃花(せきももか)「届けたい!これが大人かわいい淡色コーデ」			
審査会実施日	2022年2月12日(土)13:30~15:30 本校7F L701教室			
審査会参加者	本校講師:ファッション&ブライダルビューティ学科/ファッションビジネス学科担当 8名参加 学校関係者評価委員:関根工務店 関根貴雄 様、根本建築設計事務所 阿久津裕司 様、水戸ステーション開発株式会社 丸山久 様 教育課程編成委員会:株式会社京成百貨店 橋本志 様、株式会社アットワーク 清水敏之 様、株式会社ビーハビィ 山本貴広 様、 茨城インテリアコーディネーター協会 棚井政江 様、有限会社コムスペースデザイン 黒木翔 様 卒業生代表:高野りか 様(水戸京成百貨店)、角田明穂 様(古着屋オーナー)、大内あかり(株式会社ストライプインターナショナル) 計3名参加			
受賞者	1年次修了制作部門 最優秀作品賞:薄井 柚香(うすい ゆずか)「自分自身の思うがまま At your own will」			
作品展示期間・場所	修了制作展(2022年2月5日~13日)本校7F L701教室			
店舗運営期間	2022年2月5日~13日 10:30~20:00			
	店舗名:FFIND 所在地:水戸オーパ5F アートシティホール 総来店者数:1427名(内訳 10代:759名 20代:470名 30代:79名 40代以上:119名) 総購入アイテム数:306点			
成果の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットとなる女子高校生を分析し、コンセプトやキャラクター設定に時間を掛け、より深く具現化したコーディネートを考える事が出来た。 ・パネルでは、学生らしいアイデアを入れてコラージュを作成し、平面だけでなく半立体的にデザインすることが出来た。 ・代表プレゼンテーションでは、コロナによりSNSの強化が進められるファッション業界に合わせ、商品を紹介する動画を取り入れることでより視覚的にコーディネートが伝わるよう工夫し高く評価して頂いた。 ・実際に店舗に立つという経験が学生時代にできることは、学生にとって貴重な体験となった。自らお客様に声を掛け、1年間学んだ知識を活かしコーディネートアドバイスを行うことが出来た。 ・学校内の展示では、ただ修了作品を飾るのではなく作品とコーディネートした洋服を中心にディスプレイを考え、ビジュアルからコンセプトが伝わるよう小物やPOPなども制作し自らの作品を表現した。 		学修成果の評価 	
反省点	<ul style="list-style-type: none"> ・古着の回収の際に、一人ひとり9日間のコーディネートを実際に組むことをより意識させた商品の選定が必要。 ・コーディネートに組む際に、より3年生とも連携を取り、使用する洋服が被らないよう商品の管理をすることが必要。 ・店舗にて洋服を販売する際に、1年次のコーディネートと言う事をもっとはっきりとさせる事が必要。 ・課題への取り組みやプレゼンテーションでは、地域に向けた事をより意識させる指導が必要。 			
教務対応担当	荒井校長、川上部長、黒須、田村			

ファッションビジネス学科1年

企業・団体等 連携課題 実施計画書

2022年度 修了制作

課題名	ファッションコーデPR作戦
課題概要 (主旨)	リユース衣料を使用し、ファッションコーディネート提案をする リユース衣料を使用し、学生各個人が設定したテーマに沿って、女子高校生をメインターゲットとしたファッションコーディネート提案をする。制作を通して、ファッションアイテムについての知識やスタイリング技術を学ぶ。また、コーディネートに使用した商品は、3年生の考える店舗にてディスプレイ・販売する。
連携団体・企業① (担当者)	株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦 様
連携団体・企業② (担当者)	イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢 様
打合せ実施日	①2022年4月1日(金)15:30～ ②2022年6月7日(火)10:00～ ③2022年8月4日(木)13:00～ レクチャー
打合せ出席者	①オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様、 教務: 荒井校長、川上部長、黒須 ②執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、教務: 荒井校長、黒須 ③執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、 オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様、教務: 黒須、田村、渡部
担当する学科・学年	ファッションビジネス学科 1年 全員 26名
担当科目(講師):指導内容	ファッションラインナップ・ファッションコーディネート(高場淳先生) :課題の取り組みへのプロセス等、総合的な指導
課題として適する理由	ファッションラインナップは、基礎的なアイテムを網羅し構成する要素を体系的に学び、組合せや構成によって印象が変わる事を学ぶ。またファッションコーディネートは、流通・販売促進に不可欠とされるスタイリングの基本的な知識や技術を学び実際へと応用することが目的である。リユース衣料(古着)を扱う店舗は、商品の種類やデザインが豊富な上、1点ものの商品が多い。各々のアイテムの良さを理解し、実際にスタイリングを組むことで商品知識とスタイリング力をつけられる課題であるため適していると考えられる。
学生の制作物 (制作条件等)	(1)A1パネル×1枚 (9日分のコーデのコラージュ、その他タイトルやコンセプト、ロゴ等自由) (2)概要説明書(A4サイズファイリング) (タイトル・ターゲット分析・ショップ分析・コンセプト・ロゴ等授業で制作した内容全て) (3)リユース衣料を使った制作物
学生の制作期間	2022年8月4日(木)～2023年1月10日(火)
提出期限	2023年1月11日(水) 締切後、関連授業を担当する講師へ向けプレゼンテーションを実施し、2023年2月修了制作展期間前に控える代表者プレゼンテーションの選抜者を決定する。また、代表者プレゼンテーションは、店舗ディスプレイを提案するファッションビジネス学科2年生と合同とし、各学年の選抜者が行い、発表をした1年生の中からユーゴー賞を決定する予定である。審査会では、本校講師や卒業生より優秀と認められたものには表彰(1年次修了制作部門 最優秀作品賞)を授与する。実際にコーディネートした商品は、2023年2月修了制作展期間中にオープンするポップアップショップの商品としてディスプレイ・販売する。
備考	使用する商品は企業に提供依頼をし、店舗での売上については、売り場使用料に充てる。
教務対応担当	荒井校長・川上部長・黒須・田村・渡部



決定に対する教務会議決議

適合 不適合

ファッションビジネス学科2年	
企業・団体等 連携課題 実施計画書	
2022年度 修了制作	
課題名	ファッションデザインとディスプレイ計画
課題概要 (主旨)	リメイク衣料の制作とポップアップショップとしてのディスプレイデザインを計画する 各個人の考えるコンセプトに合わせ、リユース衣料をリメイクする。また本校の地下で運営されているリユースショップのポップアップショップとしてコーディネートしたマネキンを中心に、ヴィジュアル・プレゼンテーション(VP)空間を計画する。
連携団体・企業① (担当者)	株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦 様
連携団体・企業② (担当者)	株式会社OPA 水戸オーパ 営業企画マネージャー 武藤力矢 様
打合せ実施日	①2022年4月1日(金)15:30～ ②2022年6月7日(火)10:00～ ③2022年8月4日(木)13:00～ レクチャー
打合せ出席者	①オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様、 教務: 荒井校長、川上部長、黒須 ②執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、教務: 荒井校長、黒須 ③執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、 オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様、教務: 黒須、田村、渡部
担当する学科・学年	ファッションビジネス学科 2年 全員 8名
担当科目(講師):指導内容	デジタルデザイン(星野綾子先生) :課題の取り組みへのプロセス等、総合的な指導(Illustrator、Photoshopを使用し、パネル制作における表現的指導)
関連科目(講師):指導内容	ファッションデザイン画(飯村祐子先生):デザイン画の制作指導 ニットデザイン(志甫仁美先生):リメイク衣料の制作指導 ビジュアルマーチャンダイジング(飯村信子先生):店内ディスプレイの制作指導
課題として適する理由	2年次修了制作においては、ショップを始め流通の場で商品の販売促進を目的として行われる商空間演出を学ぶことが目的である。今回の連携課題は、商品のリメイクと店内VP空間の提案の2つがポイントとなる。リメイクをすることで商品の価値を理解し、より価値を上げる技術を学ぶことができる。また、店内VP空間を計画することで販売促進のためのディスプレイ方法を学ぶことができ、実践的な学修課題として適していると考えられる。
学生の制作物 (制作条件等)	(1)A1パネル×3枚 (イベントタイトル・イメージマップ・コンセプト・テーマ・リメイク前アイテム・イメージカラー・デザイン画(正面・背面・服飾雑貨)・ディスプレイイメージ等) (2)リメイク衣料 (3)リメイク服飾雑貨 (4)店内ディスプレイ空間
学生の制作期間	①2022年8月4日(木)～2022年12月5日(月) ②2022年12月7日(水)～2023年1月4日(水)
提出期限	①2022年12月6日(火) ②加点評価締切 2023年1月5日(木) ②締切後、関連授業を担当する講師へ向けプレゼンテーションを実施し、2023年2月修了制作展期間前に控える代表者プレゼンテーションの選抜者を決定する。また、代表者プレゼンテーションは、リユース衣料を題材とするファッションビジネス学科1・2年生合同とし、各学年の選抜者が行い、発表をした2年生の中から水戸オーパ賞を決定する予定である。審査会では、本校講師や卒業生より優秀と認められたものには表彰(2年次修了制作部門 最優秀作品賞)を授与する。本校校舎地下のショップのポップアップとして店舗は修了制作展の期間で運営する。
備考	使用する商品は企業に提供依頼をし、店舗での売上については、売り場使用料に充てる。
教務対応担当	荒井校長・川上部長・黒須・田村・渡部
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>課題実施決定までの検討(担当)</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>決定に対する教務会議決議</p> <p>適合 不適合</p> </div> </div>	

ファッション&ブライダルビューティ学科3年		企業・団体等 連携課題 実施報告書		2021年度 修了制作
課題名	ファッションコーデショップ開店			
レクチャー実施日	2021年8月10日(火)13:00~15:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
レクチャー参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様 イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様 講師:飯村信子先生、入江勇太先生 教務:黒須、田村 ファッション&ブライダルビューティ学科3年 全員 7名 (1年 計9名も同会に参加)			
中間審査会実施日	2021年11月19日(金)13:00~16:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
中間審査会参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業企画 マネージャー 安川真理依 様 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業担当 畠井夏菜 様 講師:高場淳先生、飯村信子先生、入江勇太先生 教務:荒井校長、黒須、田村			
中間審査会発表学生	ファッション&ブライダルビューティ学科3年 全員 7名 (1年 計9名も同会にて発表)			
プレゼンテーション実施日	2021年12月13日(月)14:00~16:00 本校6F プレゼンテーションルーム			
プレゼンテーション参加者	連携団体:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦様、 イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢様 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業企画 マネージャー 安川真理依 様 イオンモール株式会社 水戸オーパ 営業担当 畠井夏菜 様 講師:飯村信子先生、猪狩直彦先生、入江勇太先生、松本美枝子先生 教務:荒井校長、黒須、田村			
プレゼンテーション発表学生	ファッション&ブライダルビューティ学科 3年 全員 7名			
店舗デザイン	埴里菜(はなわりな)「FFIND」			
審査会実施日	2022年2月12日(土)13:30~15:30 本校7F L701教室			
審査会参加者	本校講師:ファッション&ブライダルビューティ学科/ファッションビジネス学科担当 8名参加 学校関係者評価委員:関根工務店 関根貴雄 様、根本建築設計事務所 阿久津裕司 様、水戸ステーション開発株式会社 丸山久 様 教育課程編成委員会:株式会社京成百貨店 橋本人志 様、株式会社アットワーク 清水敏之 様、株式会社ピーハビィ 山本貴広 様、 茨城インテリアコーディネーター協会 棚井政江 様、有限会社コムスペースデザイン 黒木翔 様 卒業生代表:高野りか 様(水戸京成百貨店)、角田明穂 様(古着屋オーナー)、大内あかり(株式会社ストライプインターナショナル) 計3名参加			
受賞者	3年次修了制作部門 最優秀作品賞:埴里菜(はなわりな)「FFIND」			
作品展示期間・場所	修了制作展(2022年2月5日~13日)本校7F L701教室			
店舗運営期間	2022年2月5日~13日 10:30~20:00 店舗名:FFIND 所在地:水戸オーパ5F アートシティホール 総来店者数:1427名(内訳 10代:759名 20代:470名 30代:79名 40代以上:119名) 総購入アイテム数:306点			
成果の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗デザインだけではなく、WEBサイトやイメージブックの制作、イベント企画など、ショップ運営に関する総合的な知識や技術を学ぶことができた。 ・近年の古着ファッションブームにより男性も入りやすい店舗デザインにこだわり、ジェンダーギャップを無くした店内にすることができた。 ・イベントでは、この状況下の中店舗に来られない方の為にライブコマースを開催するなど、今の時代に合ったイベントを提案することができた。 ・店内の商品やトルソーのコーディネートを毎日変えることで、リピーターで来てくれる方にも楽しめる店内づくりを心掛けることができていた。 ・高いコミュニケーション力を活かして、積極的に来店したお客様に話かけるなど行動を起こし、学生自身に会いに来て会話を楽しんでいる方もいた。 ・Instagramのストーリーを毎日数回更新する事で、SNSを通して店舗を見つけてもらい、来店時にもキャンペーンなどでフォローを促し、フォローを増やすことができた。 ・校舎内の展示ではパネルだけではなく、一人ひとりがデザインした店舗の看板を制作・展示し、ハンガーラックやレジなども設置することで、より店舗の雰囲気が変わるように工夫をした。 	学修成果の評価 		
反省点	<ul style="list-style-type: none"> ・制作期間が短い為、より学生とのスケジュールを細かく調整する必要がある。 ・制作期間では、準備物が多い為、講師・学生・教務の連携がもっと必要。 ・商品管理を3年生だけでなく、1年生とも連携し行い、使用商品の被りが発生しないよう工夫する必要がある。 			
教務対応担当	荒井校長、川上部長、黒須、田村			

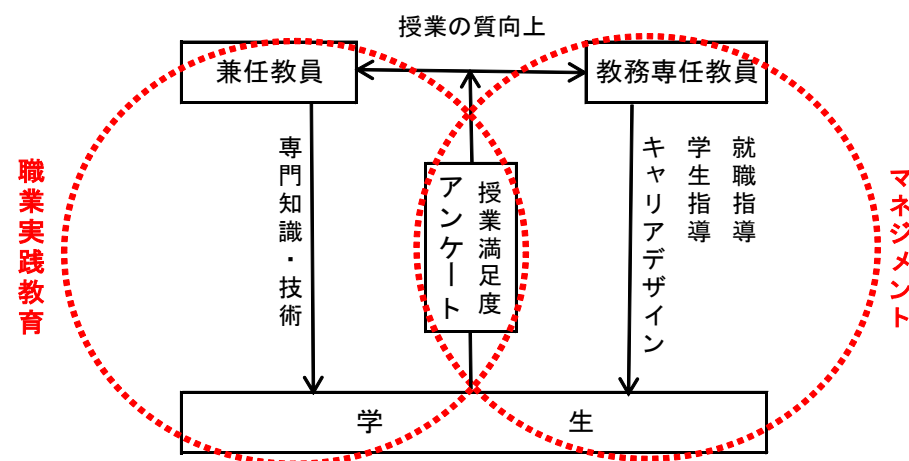
(3)具体的な連携の例※科目数については代表的な5科目について記載。

科目名	科目概要	連携企業等
ファッションコーディネート	ファッション流通・販売促進に不可欠とされるスタイリング。基本的な知識や技術を学び実際のスタイリングへと応用する。	株式会社ユーゴー 株式会社OPA水戸オーパ
ビジュアルマーチャンダイジング	ショップを始め流通の場で商品の販売促進を目的として行われる商空間演出を講義と実習を通して学ぶ。	株式会社ユーゴー 株式会社OPA水戸オーパ
デジタルデザイン	Adobeのイラストレーターとフォトショップを使い店舗ブランディングに生きる、仕事に役出すデジタルデザインの知識を修得する。	株式会社ユーゴー 株式会社OPA水戸オーパ
ファッションショップデザイン	ファッションショップの流通の場で商品の販売促進を目的として行われる商空間演出を実習を通して学ぶ。	株式会社ユーゴー 株式会社OPA水戸オーパ
ファッション雑誌演習	ファッション雑誌を制作するうえで必要となるコーディネート力と雑誌を制作する上での撮影技術を学び表現技術を高める編集についても学ぶ。	株式会社ユーゴー 株式会社OPA水戸オーパ

3.「企業等と連携して、教員に対し、専攻分野における実務に関する研修を組織的に行っていること。」関係

(1)推薦学科の教員に対する研修・研究(以下「研修等」という。)の基本方針

本校は、下記図のように、実務に関する知識、技術、技能に関しては「プロの兼任教員」が教授し、学生に対する様々な指導、マネジメントに関しては教務専任教員が担当している。



デザインは、教科書的にまとめられる領域は少なく、実務実習型の授業がほとんどである。

従って、授業を受け持つには、例えば、広告デザインの分野では、デザイン構成やDTP技術はグラフィックデザイナーが教え、カラーコーディネートはその有資格者が教え、Webデザインは、Webデザイナーが教えている。インテリアデザインの分野では、設計製図は一級建築士が教え、インテリアコーディネートはインテリアコーディネーターの有資格者が教え、3DCAD(3次元パース)は建築士の中でも、その技術を習得した者が教える。エクステリアデザインに関しては、造園業にも精通したプロが教えるという具合である。また、本校のファッションコーディネートは流通小売業の分野を学ぶもので、商品知識、接客、仕入れ、ディスプレイ、経理、はもとより、ネイルアート、フラワーコーディネート、ラッピング、雑貨・ファッション小物制作等、それぞれの専門的授業に対して、その分野のプロが授業を受け持つことが必要になる。

専任教員が教えられる領域を、はるかに超える授業内容である。

この様な観点から、本校は、ほとんどの授業においてその分野で活躍するプロの兼任教員が授業を担当し、学生の職業実践的能力を高めている。

また、教務専任教員は、学生指導・就職指導能力を高めるため、企業人事担当者を訪問し人材ニーズを把握するとともに、企画立案及び打合せを通して実践的な指導力を高めている。さらに、キャリアデザインを通してマインド教育や職業人育成に努めている。

プロの兼任教員と教務専任教員が相乗的に教育指導に当たることにより、知識・技術・人材教育をトータルに行う職業教育が可能になっている。

上記の指導体制を基に、「職業に関連した実務に関する知識、技術及び技能についての研修等」は、本校が重要視しているデザインのプロセスを教育するために、企業や行政にご協力を頂き教員が一堂に集まる教員会等で意思の疎通を図りながら組織的及び計画的に取り組み実施している。それぞれの担当する科目の視点よりレクチャーを受けられる機会になっている。

「授業及び生徒に対する指導力等の修得・向上のための研修等」は、企業・外部講師・ハローワークにご協力頂き、組織的及び計画的に受講させるため、年間研修計画のスケジュールに基づき実施している。

また、諸規定等では、年間研修計画により「職業に関連した実務に関する知識、技術及び技能についての研修等」並びに、「授業及び生徒に対する指導力等の修得・向上のための研修等」が、教員に対し必ず受けなければならない研修となっている。

(2)研修等の実績

①専攻分野における実務に関する研修等

組織的に位置付けられた研修等の対象、内容、期間について、実務に関する研修等については、企業や行政等との連携を行う授業がメインとなる。内容は、ファッションの分野においても、デザイン等のプロセスの部分が必要となる。昨年度の研修では先ず初めに、衣類関係の企業とアパレル系がテナントとして入っている商業施設より今の現場の状況とお客様から求められるニーズを説明頂いた。次に、コーディネート・ディスプレイ・店舗運営について提案する内容が企業のカラーとあっているかの確認と商業施設にて運営する際に適切な内容になっているかを中間的なレクチャーを頂いた。最終的には、お客様を楽しませるようなコーディネートになっているか、お客様の目を止められるようなディスプレイになっているか、イベントや店舗内のデザインを含めてお客様に満足して貰える空間を演出する事が出来ているかのプレゼンテーションを実施し、その後のアドバイスを頂いた。期間については、半年間にわたり実施した。

「地域デザインについての研修」

・令和3年8月10日 13:00~15:00

講師:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦

イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢

②指導力の修得・向上のための研修等

生徒に対する指導力等については、キャリアデザインに関連する授業が該当する。就職の指導を行うためには企業の事・マナー・履歴書等の描き方・ポートフォリオ(作品集)の制作など多岐にわたる。昨年度の研修では、6月にマナー講座・11月にハローワークから今の求人情報や施設の利用方法などのレクチャーを実施している。

「実践的な就職活動方法」

・令和3年6月16日9:00～10:30

講師:学校法人リリー文化学園 秘書室 求人担当 長谷川 なおみ

文化デザイナー学院 講師会

・令和3年9月16日 14:00～16:00

講師:株式会社リクルート北関東マーケティング 進学事業部営業 営業第2グループ

栃木支社 山崎 麻衣子

「文化デザインマインドの浸透度の評価と今後の課題について」

文化服装学院 特別講義 (オンライン)

・令和3年10月14日 17:00～17:45

講師:ファッションデザイナー ジョナサン・アンダーソン

「英国ファッション&ジャパン in Conversation with Jonathan Anderson」

「今般の求人状況と就職活動方法の研修」

・令和3年11月29日 10:40～12:10

講師:水戸公共職業安定所 学生ジョブサポーター 青天目ゆかり/田端夏絵

文化デザイナー学院 講師会

・令和4年3月18日 14:00～16:00(オンライン)

講師:株式会社リクルート北関東マーケティング 進学事業部営業 営業第2グループ

栃木支社 グループマネージャー 宮澤一幸 / 山崎麻衣子

「自己発見プログラムの取り組みについて」

茨城デザイン振興協議会 講演会&パネルディスカッション (オンライン)

・令和4年2月25日 17:00～19:00

「今求められる地域を繋ぐ”グローバル”志向のデザイナー」

講演会講師:Hitachifrogs 代表 菅原宏豊 「一人の想いが地域を変える」

パネルディスカッション Hitachifrogs 代表 菅原宏豊

茨城デザイン振興協議会 会長 佐藤正和(株式会社メディアワークス 代表取締役)

茨城デザイン振興協議会 副会長 岩間琢哉(株式会社でざいんさん 代表取締役)

茨城デザイン振興協議会 副会長 坂大樹(株式会社スタジオ・サカ 代表取締役)

ファッションライター 事務局長 荒井真次(文化デザイナー学院 学校長)

(3) 研修等の計画

①専攻分野における実務に関する研修等

学校が年度当初に教務会議にて年間研修計画を立案し、その後企業及び行政とデザインとの関連性について協議を重ね、研修等についての時期と内容を講師の授業計画に合わせ調整し決定する。

「地域デザインについての研修」

・令和4年8月4日 13:00～15:00 予定

講師:株式会社ユーゴー 執行役員 人事労務部長 鈴木克彦

イオンモール株式会社 水戸オーパ オペレーションマネージャー兼リーシング担当 武藤力矢

②指導力の修得・向上のための研修等

学校で決められた年間研修計画に合わせて、担当がキャリアデザインとの関連性について各施設や企業と調整を行う。

それぞれの研修等には企画書を作成し目的を明確にさせ実施している。学校ではその様な研修等を行う際には、必ず企画書の読み合せを行い、関係するすべての職員が内容を把握している。

「企業が求める人材像・企業の就職状況の研修」

・令和4年6月3日 13:00～15:00

講師:株式会社フクダ 取締役 鈴木香織

「いじめにあっていた学生、精神的に不安定な学生、発達障害のある学生の個別対応や集団内での対応方法について」

・令和4年6月15日 17:30～19:00

講師:茨城大学 教育学研究科 教育実践高度化専攻 教授 生越達

「実践的な就職活動方法」

・令和4年6月23日 13:00～14:30

講師:学校法人リリー文化学園 秘書室 求人担当 長谷川 なおみ

「今般の求人状況と就職活動方法の研修」

・令和4年8月18日 10:30～11:30 予定

講師:水戸公共職業安定所 学生ジョブサポーター

文化デザイナー学院 講師会

・令和4年9月15日 予定

講師:株式会社リクルート北関東マーケティング

文化デザイナー学院 講師会

・令和5年3月17日 予定

講師:株式会社リクルート北関東マーケティング

4. 「学校教育法施行規則第189条において準用する同規則第67条に定める評価を行い、その結果を公表していること。

(1) 学校関係者評価の基本方針
 本校は、「専門学校における学校評価ガイドライン（平成25年度文部科学省策定）」を踏まえ、学校教育活動や学校運営の状況について企業や業界の役員又は職員並びに卒業生の方に参画頂き、自己評価の結果を評価することを基本として、学校関係者評価の実施及び公表を行い、教育活動や学校運営の改善に取り組むことを基本方針とする。

(2) 「専門学校における学校評価ガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの評価項目	学校が設定する評価項目
(1) 教育理念・目標	I 教育理念 II 教育目標 III 教育方針 IV 年度目標
(2) 学校運営	I 学校運営の方針 II 授業計画 III 学校組織のありかた IV 意志決定のプロセス V 業務の効率化
(3) 教育活動	I 学科編成における全学科を通しての共通な特徴 II 各学科の概要 III カリキュラム IV 単位認定・成績評価の考え方 V 資格取得・国家資格に向けた授業 VI 業界との協力体制 VII 企業・団体等連携授業 VIII 業界からの授業成果に関する協力 IX 修了制作展 作品の展示 X 実践的な職業教育（インターンシップ）
(4) 学修成果	I 就職指導の全体方針 II 就職目標設定と2021年度報告 III 就職に対する本校の特徴 IV 就職指導体制
(5) 学生支援	I 学生支援体制
(6) 教育環境	I 施設・設備状況 II 防災・災害に対する対応 III 保険の加入
(7) 学生の受入れ募集	I 募集の動き II 広報媒体 III 募集体制 IV 学費
(8) 財務	I 財務
(9) 法令等の遵守	I 個人情報の保護 II 学校自己点検・自己評価 III 学生作品と著作権の問題
(10) 社会貢献・地域貢献	I 企業・団体等連携の成果 II 企業・団体等連携の一覧
(11) 国際交流	

※(10)及び(11)については任意記載。

(3) 学校関係者評価結果の活用状況

・令和4年6月13日(月) 開催
 開催記録及び意見の活用状況は、7月31日の情報公開までに作成。

(4) 学校関係者評価委員会の全委員の名簿

令和4年4月1日現在

名前	所属	任期	種別
近藤 哲生	茨城県中小企業団体中央会	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	業界団体
岡田 寛和	株式会社光和印刷	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	企業等委員
竹越 萌野	アセビデザイン	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	卒業生
丸山 久	水戸ステーション開発株式会社	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	企業等委員
住谷 強生	株式会社ジェイディーアールスマヤ	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	企業等委員
高松 啓士	有限会社メイクス	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	卒業生
棚井 政江	茨城インテリアコーディネーター協会	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	業界団体
関根 貴雄	株式会社関根工務店	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	企業等委員
阿久津 裕司	株式会社根本建築設計事務所	令和3年4月1日～令和5年3月31日(2年)	卒業生

※委員の種別の欄には、学校関係者評価委員として選出された理由となる属性を記載すること。

(5) 学校関係者評価結果の公表方法・公表時期

ホームページ・広報誌等の刊行物・その他())・令和4年7月31日
 URL: www.bunka-gakuen.ac.jp

5. 「企業等との連携及び協力の推進に資するため、企業等に対し、当該専門学校における教育活動その他の学校運営の状況に関する情報を提供していること。」関係

(1) 企業等の学校関係者に対する情報提供の基本方針

本校は、基礎的情報をはじめ、本校の特色、教育活動の状況やその成果・実績、また学校運営の状況に関する情報を積極的に企業等関係者に提供することを通じ、本校教育の意義・役割等に対する理解を深め、学校内外の実習、就職指導など企業等との連携による活動の充実や、業界のニーズを踏まえた人材育成に向けての教育内容のさらなる充実に取り組むことを基本方針とする。

(2) 「専門学校における情報提供等への取組に関するガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの項目	学校が設定する項目
(1) 学校の概要、目標及び計画	I 学校の教育・人材の育成の目標及び教育指導計画、経営方針、特
(2) 各学科等の教育	I 広告プロモーションデザイン学科 II ファッションビジネス学科・ファッション&ブライダルビューティ学科 III 建築設計デザイン学科・インテリア&家具クラフト学科
(3) 教職員	I 教職員数 II 教職員の組織 III 教員の専門性 兼任講師一覧
(4) キャリア教育・実践的職業教育	I キャリア教育・就職支援への取組状況 II 実践的職業教育 実習・実技
(5) 様々な教育活動・教育環境	学校行事への取組状況と課外活動 II 教育環境について
(6) 学生の生活支援	I 学生支援の取組状況
(7) 学生納付金・修学支援	I 学生納付金 II 奨学金について
(8) 学校の財務	I 監査報告書 II 貸借対照表 III 収支計画書
(9) 学校評価	I 自己評価・学校関係者評価の結果 II 評価結果を踏まえた改善方策
(10) 国際連携の状況	I 国際交流 II 留学生の受入れ（出願資格・出願書類）
(11) その他	I 学則 II リリーアカデミーグループに関する情報

※(10)及び(11)については任意記載。

(3) 情報提供方法

ホームページ・広報誌等の刊行物・その他())
 URL: www.bunka-gakuen.ac.jp

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッションビジネス学科) 2022年度																
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携	
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任		
○			ファッション・ブライダル造形知識	ファッションとブライダルの文化・デザイン文化・コーディネート・商品知識・デザイン・エンジニアリング・パターンメイキングについて学ぶ。	1前	60	4	○			○			○		
○			ファッションイメージマップ	ファッションブランドを分析しトレンドにおける知識の引き出しを増やす。MAP制作を中心に行う。	1通	60	2		○		○				○	
○			ファッションラインナップ	ファッションの基礎的なアイテムを網羅し構成する要素を体系的に学ぶ。組合せや構成によって印象が変わる事を学ぶ。	1通	60	4	○		△	○	○			○	○
○			ファッションコーディネート	ファッション流通・販売促進に不可欠とされるスタイリング。基本的な知識や技術を学び実際のスタイリングへと応用する。	1通	60	2		○	△	○	○			○	○
○			コンピュータワーク	PCのスキルとワードを中心に、コンピュータ技術を身に付け、ファッションショップビジネスの即戦力の幅を広げる。	1通	60	2		○		○				○	
○			カラーコーディネート	色彩・明度・彩度など色の特性を理解し、ファッションシーンに活かされる方法を学ぶ。	1前	30	2	○			○				○	
○			ファッションクロッキー	描く事のトレーニング。フリーハンドから自分自身の表現へと繋がる描写の楽しさを知り表現する能力を身に付ける。	1通	60	2		○		○				○	
○			テキスタイル	素材の知識の特性を学び商品企画やコーディネート接客に繋がる知識を養います。素材に触れファッションの中でどの様に活かされるかを学ぶ。	1前	60	4	○			○				○	
○			ネイルデザイン	ベースとなる正しいネイルケアと美しさを際立たせるネイルアートの発想とその具体的な手法を学ぶ。また、基本を踏まえより美しさと華やかさを表現したネイルアートへと応用する。	1前	60	2		○		○				○	
合計				科目	単位時間(単位)											

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッションビジネス学科) 2022年度															
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
○			ファッション・ブライダルビジネス知識	ファッションとブライダルのビジネス・生活・消費・産業構造・マーケティング・マーケティング・流通・販売・基礎知識・キャリアプランについて学ぶ。	1後	60	4	○			○			○	
○			ファッションデザインⅠ	ファッションの価値を基本的な制作過程より学ぶ。授業では工業用ミシンによる制作と、パターンを0から作り、衣料の制作に繋げる。	1通	120	4		○		○				○
○			ヘアメイク	髪質、色、顔の形など個性に合わせて基本的なアレンジからスタイリング方法について学ぶ。パーティやブライダルを華やかに彩るヘアメイク技術を習得し、スタイリングの幅を広げる。	1後	60	2		○		○				○
○			カラーコーディネーター特講	カラーコーディネーターの資格取得を目指す。資格取得対応の授業内容となっている。	1後	30	2	○			○				○
○			ファッション史	ファッションは時代の最先端にあるアート・若者の音楽・そして映像表現などから影響を受け変化してきた。その移り変わりを学ぶ。	1後	60	4	○			○				○
○			キャリアデザインⅠ	自己のアイデンティティを再確認し、将来の専門分野での適正を考える。	1通	60	4	○			○		○		
合計				科目	単位時間(単位)										

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッションビジネス学科) 2022年度																
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携	
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任		
○			販売士	商品/マーケティングの基本。商品計画/利益追求の基本知識。流通経路・形態・チェーンストアの基本的な役割、商業集積の仕組みを理解する。	2前	30	2	○			○			○		
○			ファッショングッズ	ファッションに付随するグッズ/アイテムは数多く存在する。それらの制作プロセスを理解する事により、価値を見出す。	2通	120	4		○		○				○	
○			ファッションデザイン画	パターンを意識し服の構造を把握した表現方法、素材の特徴を生かす表現テクニックでデザインイメージを表現する事を身に付ける。	2通	60	2		○		○				○	
○			デジタルデザイン	Adobeのイラストレーターとフォトショップを使い店舗ブランディングに生きる、仕事に役立つデジタルデザインの知識を修得する。	2通	120	4		○	△	○	○			○	○
○			ファッションブランド	様々なトレンドにおける知識の引き出しを増やし、時代に合わせたトレンドポイントを明らかにする。	2前	60	4	○			○				○	
○			インターネットリテラシー	ネットビジネスの根幹を理解して運用と売りに上げに繋げる事や法的な制限について学ぶ。	2前	30	2	○			○				○	
○			ファッションデザインⅡ	ファッションの制作技術応用。基礎的な技術をマスターし、それぞれの考えでファッション制作がミシンを使用して出来るプロセスを学ぶ。	2前	60	2		○		○				○	
○			ディスプレイデザイン	ショップの商品の特長を活かし、飾れる技術を身に付ける為に実際の模型やプレゼンボードを制作し、実際にディスプレイデザインを制作する。	2前	60	2		○		○				○	
○			メイク	基本を踏まえながら個性的な感性を身に付ける。肌の色やドレスの色、雰囲気など様々な要素を踏まえた上で、より美しく見せる技術を学ぶ。	2前	60	2		○		○				○	
合計				科目	単位時間(単位)											

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッションビジネス学科) 2022年度																
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携	
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任		
○			フラワーコーディネート	フラワーアレンジメント・フラワーコーディネートを実務に沿って実習する。また、理論的に学ぶ事を行いお店で扱う事が出来る知識を身に付ける。	2後	60	2		○		○			○		
○			販売士	ディスプレイデザイン/作業割り当て/人的販売の基本的役割。顧客管理/販売促進/商品の設定と出店/売場づくりの基本的考え方。基本業務/法令知識/事務と計数管理/人間関係/店舗管理の役割。	2後	30	2	○			○				○	
○			ニットデザイン	より深くファッションデザインの仕組みを理解できるよう、制作を通してファッションへのアプローチ・研究を行う。	2後	60	2		○	△	○	○			○	○
○			ビジュアルマーチャンダイジング	ショップを始め流通の場で商品の販売促進を目的として行われる商空間演出を講義と実習を通して学ぶ。	2後	60	2		○	△	○	○			○	○
○			ブライダルコーディネーター	ファッションの分野にはブライダルも含まれる。パーティードレスやブライダルドレス、ファッションのシチュエーションの幅を広げる。	2後	60	2		○		○				○	
○			キャリアデザインII	社会の中でのアイデンティティを再発見し、将来の専門分野の進路への手がかりを得る。	2通	60	4	○			○		○			
合計				科目	単位時間(単位)											

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッション&ブライダルビューティ学科) 2022年度															
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
○			ドレスコーディネーター検定対策	洋装や和装、スタイルに合わせて挙式・披露宴全体のファッション計画を担う力を身に付ける。また、ドレスコーディネーター検定の資格取得を目指す対策授業。	3前	30	2	○			○			○	
○			ブライダルコーディネーター	新郎新婦からのヒアリングを通してプランニング、ドレスの制作、会場の装飾、本物の挙式をコーディネートすることで、ブライダル業界で求められるスキルを磨く。	3前	60	2		○		○			○	
○			ショップデザイン研究	ショップデザインコンセプトの研究。ショップを運営する為に必要なディスプレイサインやショップコーディネートを戦略的に提案できる力を身に付ける。	3前	60	4	○			○			○	
○			ファッションメディアデザイン	ファッションを取り巻く情報は溢れている。メディア(Web)に合わせて情報を編集・デザインする能力とそれを発信できる一歩進んだ販売方法を学ぶ。	3通	120	4		○	△	○	○		○	○
○			ファッションデザインⅢ	ファッションの制作技術応用。基礎的な技術をマスターし、それぞれの考えでファッション制作がミシを使用して出来るプロスを学ぶ。	3前	60	2		○		○			○	
○			写真表現	運営の中で写真で表現するものは多い。写真撮影の技術を求められると共に写真を使用した表現技術も求められる。	3前	60	2		○		○			○	
○			イベントプロデュース	ファッション業界には沢山のイベントがある。それぞれのイベントに合わせて企画を考えられ実行できる為のイベント運営のフローを学ぶ。	3通	120	4		○	△	○	○		○	○
○			リメイクファッション	リメイク衣料を制作し実際に店舗販売を行うことで、時代のニーズに合わせた制作技術を習得する。	3前	30	1		○					○	
○			ロールプレイング	実践的な接客対応を学ぶため「基本言動・接客応答・接客対応」のロールプレイングを行う。また、店舗での実習授業を行うことで、より実践的に接客対応能力を身に付け、即戦力としてのスキルを上げる。	3後	30	1		○		○			○	
合計				科目	単位時間(単位)										

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。

授業科目等の概要

(産業デザイン専門課程ファッション&ブライダルビューティ学科) 2022年度															
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
○			ファッションショップデザイン	ファッションショップの流通の場で商品の販売促進を目的として行われる商空間演出を実習を通して学ぶ。	3後	60	2	○	△		○	○		○	○
○			ファッション雑誌演習	ファッション雑誌を制作するうえで必要となるコーディネート力と雑誌を制作する上での撮影技術を学び表現技術を高める編集についても学ぶ。	3後	60	2	○	△		○	○		○	○
○			アクセサリデザイン	実際にアクセサリを制作する事により、ショップに売られているアクセサリを理解して販売する事を目指す。	3後	60	2	○			○				○
○			スタイリストワーク	スタイリングを行う際にも参考となる和装の着付を修得する。着付はスタイリング力を向上させる為にも必要な技術である。	3後	60	2	○			○				○
○			ブライダルコーディネート検定対策	お客様に合ったブライダルサービスを提供する総合エキスパートとしての力を磨く。また、ブライダルコーディネート検定の資格取得を目指す対策授業。	3後	30	2	○			○				○
○			サービス接遇	社会にでて必要なサービス接遇力を学び、最終的にはサービス接遇の資格取得を目指した対策授業。	3後	30	2	○			○				○
○			キャリアデザインⅢ	ファッションコーディネート力を学び身に付けたことを将来どう活かしていくかを確認し行動していく。	3通	60	4	○			○		○		
合計					46科目		2760単位時間(120単位)								

卒業要件及び履修方法	授業期間等	
	1学年の学期区分	2期
	1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。