

科目名	バッグ実習Ⅳ	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	通年
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 20 % 実習 80 %
時間数	360	作成者	片山知佳

【科目の到達目標】

バッグの制作方法を理解した上で夫々の制作方法に合った細部の加工作業ができ、またそれを生かしたオリジナルデザインの作品を制作することができる。バッグ特有の縫製技術を活かしたデザインによりクオリティの高い作品を制作することができる。

【科目の概要】

バッグの総合的な技術と知識を活かし、質の高い作品作りを目指す

【授業計画】

90分/コマ

1～6	プレタ展出品制作 プレタ展出品制作	91～96	上コレ出品制作 展示作品制作 1点
7～12		97～102	展示作品制作
13～18	★リボルバー出品作品型紙チェック	103～108	
19～24		109～114	
25～30	★リボルバー出品作品型紙チェック	115～120	
31～36		121～126	
37～42	バッグメーカーとのコラボ作品	127～132	
43～48	染色課題の素材によるバッグ制作	133～138	卒業課題制作
49～54		139～144	
55～60		145～150	卒業課題制作
61～66	課題1(スワローマチ)	151～156	
67～72		157～162	
73～78		163～168	
79～84		169～174	
85～90		175～180	

【成績評価方法】

課題作品60%、修了テスト20%、平常点20%

【教科書・参考書】

プリント配布

【教材・教具】

縫製用具一式、製図用具一式、指定のはさみ、ピンセット、ライター、刷毛

科目名	商品研究Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	通年
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 20 % 実習 80 %
時間数	180	作成者	野田 光晴

【科目の到達目標】

研究を通して市場の現状を理解し、商品の新たな需要や価値を創造し提案できる

【科目の概要】

マーケットリサーチ 企業見学 工場見学 コラボ商品や海外展示販売などの製作・提案を行う

【授業計画】

90分/コマ	前期	後期
1・2	アパレル業界概要と就職指導 Revolver製作①	1・2 価格設定①価格の内訳
3・4	アパレル業界概要と就職指導 Revolver製作②	3・4 価格設定②原価計算
5・6	ターゲットの設定とマーケット細分化 Revolver製作③	5・6 価格設定③レートと運搬費・関税
7・8	競合ブランドとの分析 Revolver製作④	7・8 トレンド企画① スタイリングからのデザイン
9・10	企画の特徴とオリジナル性 Revolver製作⑤	9・10 トレンド企画② スタイリングからのデザイン
11・12	分析からの商品構成 Revolver製作⑥	11・12 店頭企画 顧客情報からのデザイン
13・14	素材、フソク、色・柄／販路と販売方法の重要性 ポートフォリオ確認	13・14 販売促進企画 期中デザイン ①
15・16	企業コラボデザイン	15・16 販売促進企画 期中デザイン ②
17・18	①OEMからの企画:企業デザインと商品の分析	17・18 アパレルから学ぶ企画Ⅱ アレンジデザイン①
19・20	②OEMからの企画:商品構成	19・20 アパレルから学ぶ企画Ⅱ アレンジデザイン②
21・22	③OEMからの企画:プレゼン	21・22 アパレルから学ぶ企画Ⅱ 各月打ち出しデザイン①
23・24	素材からのデザイン①	23・24 アパレルから学ぶ企画Ⅱ 各月打ち出しデザイン②
25・26	素材からのデザイン②	25・26 アパレルから学ぶ企画Ⅱ 各月打ち出しデザイン③
27・28	まとめ	27・28 まとめ
29・30	テスト	29・30 テスト

【成績評価方法】

平常点(授業態度)10% 課題作品60% 理解力30%

【教科書・参考書】

【教材・教具】

科目名	コンピュータ演習Ⅲ	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	通年
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 50% 実習 50%
時間数	60	作成者	鶴 鉄雄

【科目の到達目標】

自分で「考える習慣」を身につける事で、社会で活躍できる人材を育成する。

【科目の概要】

学んできたことを総合的に組み合わせて活用するための「考える習慣」を自主的なトレーニングを通して身につける。トレーニングテーマの基本メニューを示し、専門家への質問を組み込むことで学びを深める。

【授業計画】

90分/コマ		前期	後期
1,2	イタリア研修のまとめとプレゼン	31,32	自主トレーニング<アプリ編> ・動画編集 ・人工知能(ニューラル・ネットワークコンソール) ・InDesignの活用 自主トレーニング<企画編> ・商品企画設計 ・購買心理の8段階 ・トレンドマップ ・文化的関連性 ・マーケティングの基本プロセス ・事業の見通し 自主トレーニング<海外文献研究編> ・Marketing Fashion Second edition (Strategy, Branding and Promotion)
3,4		33,34	
5,6	トレーニング目標と調査の考え方 自主トレーニング<アプリ編> ・Illustratorの活用 ・Photoshopの活用 自主トレーニング<社会調査編> ・予備調査の計画 ・予備調査の設計 ・予備調査の実施 ・予備調査データの分析と可視化 ・予備調査に基づいた企画の計画	35,36	
7,8		37,38	
9,10		39,40	
11,12		41,42	
13,14		43,44	
15,16		45,46	
17,18		47,48	
19,20		49,50	
21,22		51,52	
23,24		53,54	
25,26	55,56		
27,28	57,58		
29,30	59,60		

【成績評価方法】

提出課題(的確さ、完成度)70% 授業への取り組み態度30%
 以上を指導要項の認定要項に基づいて総合的に評価する

【教科書・参考書】

科目名	染色	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	前期
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 10% 実習 90%
時間数	60	作成者	藤 直晴

【科目の到達目標】

デザインの感性を高め作業を計画的進めて行く能力を養う。

染料と繊維の関係を学ぶ。

平面構成、色彩構成力を養う。テキスタイルデザイン画の基礎を学ぶ。

【科目の概要】

私たちの生活空間に存在する多くの染色物のそれぞれの多様な染色技法を理解するためにテキスタイルデザイン画の制作を通じて シルクスクリーン、ステンシル、マーブリング等の染色技法を使い 手作りを基本とした実習で生地や革素材等を染めながら修得します。

【授業計画】

前期

90分/コマ

1	テキスタイルデザイン概論。 アナログ制作からコンピューターによる思考と表現までの	テ
2	キスタイルデザインの変遷について。	
3	平面構成、色彩構成力を養う。	
4	パース表現、ドローイングを学ぶことにより空間、立体表現力を養う。	
5	同上	
6	構成手法を学ぶ。 バランス、リズム、プロポーションについて。	
7	構成手法を学ぶ。 ムーブメント、シンメトリー、デフォルメ、リザナンス(共振)について。	
8	テーマ設定し計画を立てた上で作品を制作する。 デザイン画制作。	
9	デザイン画を完成させる。	
10	シルクスクリン、マーブリング等の技法でデザイン画をもとに皮革、生地等にプリント。	
11	同上	
12	同上	
13	染色作品を完成させる。 合評。	
14	アイデアのきっかけとなる資料収集。整理、分類。	
15	基本的な造形表現に加えテキスタイルデザインの基礎を学ぶ。	
16	抽象的表現。点、線、面を中心としたデザイン画の制作。	
17	同上	
18	具象的表現。植物、動物、建築、大自然などを中心としたデザイン画の制作。	
19	同上	
20	抽象的表現と 具象的表現を組み合わせたデザイン画の制作。	
21	同上	
22	これまでのデザイン画をもとに染色作品を制作する。	
23	同上	
24	同上	
25	作品を完成させる。 合評。	
26	自由制作。 テーマ設定は各々自由。これまでの染色技法やデザイン力を活かして制作する。	
27	同上	
28	同上	
29	同上	
30	染色作品を完成させる。 合評。	

【成績評価方法】

課題作品評価60%、期末試験・小テスト30%、平常点10%

【教科書・参考書】

【教材・教具】

科目名	ファッションビジネス概論	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	通年
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 50% 実習 50%
時間数	60	作成者	榮 和代

【科目の到達目標】

・ファッションビジネスの基礎知識とファッション産業における商品知識、ビジネスの基本を講義と演習により修得。

【科目の概要】

日本のファッション産業は、国際化が激しくなっており、あらゆる部門で国内だけでなく、国際的な視点を持って進める事の出来る人材が求められる。

本教科では、ファッションビジネスの基本として、ファッションビジネス知識や商品知識の基礎を中心に講義と演習により習得する。

【授業計画】

90分/コマ		前期	後期
1	ファッションとは/ファッション業界とは	16	マーチャンダイジング基礎知識
2	ファッションビジネスの特性	17	マーケティングの分類方法
3	繊維ファッション産業の構成と流れについて	18	市場調査の基礎知識
4	ファッションビジネスの流れ	19	マーチャンダイジング基礎知識
5	ファッションビジネスの最近の傾向	20	アパレル企業のマーチャンダイジング
6	アパレル産業の概要(生産企業、卸企業)	21	ファッション小売企業のマーチャンダイジ
7	アパレル産業の概要 (アパレルメーカーの業種、業態)	22	商品企画・生産・販売の流れ
8	ファッション小売産業の概要 (百貨店、量販店、専門店)	23	売場商品構成の基礎知識
9	ファッション小売産業の概要 (チェーンストア、低価格の小売業)	24	ファッション流通の基礎知識
10	ファッション小売産業の概要 (専門店の主な業態)	25	ファッション小売業の仕組み
11	ファッションマーケティングの基礎知識	26	ヨーロッパブランド調査
12	ファッション企業のマーケティング特性	27	企業の組織、企業会計
13	マーケティングの分類方法	28	計数知識
14	市場調査の基礎知識	29	計数知識
15	前期テスト	30	修業テスト

【成績評価方法】

課題	60%
修業テスト	30%
平常点(授業態度)	10%

【教科書・参考書】

辞典:ファッションビジネス学会・監督『ファッションビジネス用語辞典訂正版』文化出版局

教①:(財)日本ファッション教育振興会・編『ファッション販売[I]訂正版 ファッション販売能力検定試験3級準拠』(財)日本ファッション教育振興会

教②:(財)日本ファッション教育振興会・編『ファッションビジネス[I]訂正版 ファッションビジネス能力検定試験3級準拠』(財)日本ファッション教育振興会

教③:菅原正博・山本光子『ファッション・マーケティング』ファッション教育社

問:(財)日本ファッション教育振興会・編『ファッション販売能力検定試験2級項目別試験問題・解答集』(財)日本ファッション教育振興会

【教材・教具】

(財)日本ファッション教育振興会・編『ファッション販売能力検定試験3級項目別試験問題・解答集』

大枝一郎『ファッションビジネスの基本上』ファッション教育社

科目名	海外研修	整理番号	
学科	ファッションクラフトデザイン	期	前期
コース	バッグ		昼間
学年	3	授業形態	講義 50% 実習 50%
時間数	120	作成者	杉山 佳美

【科目の到達目標】

・イタリア、ハイブランドを基準としたブランディング、製造方法の習得

【科目の概要】

・イタリア提携校 アルストリア校にてハイブランドのブランディング、マーケティングを学び、現地講師の指導のもと、コレクションデザインしたシューズを制作する。チームで企画したブランドプレゼンテーションをする

・フィレンツェにてラグジュアリーブランドの歴史の講義、会社見学を通じ製造や機械のレベルの高さを学ぶ

【授業計画】

90分/コマ

前期

1～16	ブランディング・マーケティング講義
17～20	デザインアイデアについて講義
21～24	アルマーニ博物館見学
25～28	リナシェンテ リサーチ
29～32	コレクション組み立てについて講義
33～40	企画ミーティング
41～76	プロダクト制作
77～84	プレゼンテーション
85～92	フィレンツェ市内リサーチ
93～100	トスカーナ地方歴史 講義
101～104	会社見学
105～108	会社見学
109～112	会社見学
113～117	会社見学
117～120	アウトレットモールリサーチ

【成績評価方法】

現地授業での平常点 帰国後レポート提出

【教科書・参考書】