

科目名	商品製作	整理番号	記入しないで下さい	
学科	ファッション・プロデュース	期	前期	
コース	ファッション・プロデュース		後期	
学年	3	授業形態	講義	50% 実習 50%
時間数	180	作成者	高木義隆	

## 【科目の到達目標】

商品の社会的・歴史的背景の調査や、時代にマッチした商品の提案力を身につける。  
現在の市場を意識した商品のデザインと実習作品で商品サンプルを製作する。  
また、商品についてのプレゼンテーション書類を作成し発表する。

## 【科目の概要】

市場分析などマーケティング的な観点から素材選定、パターン、デザインを企画し、実習作品を製作する。  
また、現実的な商品を意識しながら企画できるように工場や産地見学、市場調査などを実施する。  
アパレルに関する「川上から川下」工程をミニマムに一気に通貫で実践的に学ぶ。

## 【授業計画】

90分/コマ	前期		後期
1・2・3	「商品製作」産官学連携スケジュール	46・47・48	デザイン画選手権 作品制作 エントリー
4・5・6	産学パートナー企業紹介 ショップ訪問	49・50・51	福井研修レポート作成
7・8・9	リサーチ ゲスト講師(外嶋)	52・53・54	産官学取り組み(調整中)
10・11・12	リサーチ 会社訪問(Vogaro)	55・56・57	産官学取り組み(調整中)
13・14・15	レポート作成 ゲスト講師(奥)	58・59・60	産官学取り組み(調整中)
16・17・18	フィールドワーク(泉州タオル産地)	61・62・63	産官学取り組み(調整中)
19・20・21	租税教室 レポート作成	64・65・66	商品企画2(オーガニックコットン)プラン
22・23・24	商品企画1 リサーチ プランニング	67・68・69	商品企画2 リサーチ デザイン
25・26・27	商品企画1 デザイン・デザイン画	70・71・72	商品企画2 製作
28・29・30	サンプル製作 パターン	73・74・75	商品企画2 製作
31・32・33	ゲスト講師(大野)レポート作成	76・77・78	商品企画2 製作
34・35・36	サンプル製作 裁断・縫製	79・80・81	商品企画2 プレゼンテーション準備
37・38・39	サンプル製作 裁断・縫製	82・83・84	商品企画2 プレゼンテーション準備
40・41・42	プレゼンテーション準備 福井研修予習	85・86・87	企業向けプレゼンテーション
43・44・45	商品プレゼンテーション(スマイリー) デザイン画選手権	88・89・90	1年間の総括と期末テスト

## 【成績評価方法】

提出物評価60% テスト(プレゼンテーションを含む)30% 授業態度10%

## 【教科書・参考書】

適宜プリントを配布

## 【教材・教具】

筆記用具・パソコン・ミシン・模造紙・ケント紙・デザインセット

科目名	ファッションビジネスプランニングⅠ	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 70% 実習 30%
時間数	120	作成者	太田 博
<b>【科目の到達目標】</b> ビジネス的な観点から捉えたファッション業界に関する知識を講義と演習によって習得する。 また、任意に想定した企業向けの商品企画提案書をパソコンを使って作成ができる。 さらに後期に向けては、上田学園コレクションにて展示発表をする。			
<b>【科目の概要】</b> 変化する消費者の価値観をとらえ、市場にある商品(アパレル商品を含め)をマーケティング的視点でブランドトータルに企画する。 プレゼン(発表)の訓練。			
<b>【授業計画】</b> 90分/コマ		前期	後期
1・2	ファッションビジネス事業の特性	31・32	企画書草案 面談
3・4	歴史から学ぶファッションビジネス	33・34	草案プレゼン
5・6	ファッションビジネスの変化について	35・36	マーチャンダイジング①
7・8	ファッションビジネスの業界構造について①	37・38	マーチャンダイジング②
9・10	ファッションビジネスの業界構造について②	39・40	マーチャンダイジング③
11・12	マーケティングの要素	41・42	バイイング①
13・14	マーケティングと消費行動	43・44	バイイング②
15・16	マーケティングの基礎①	45・46	企画書作成
17・18	マーケティングの基礎②	47・48	プレゼンのしかた
19・20	マーケティングの基礎③	49・50	授業内プレゼン
21・22	ブランディング	51・52	経営戦略について
23・24	ビジネスモデルの概要	53・54	契約について
25・26	企画書の流れ説明①	55・56	仕事(プロフェッショナル)とは
27・28	企画書の流れ説明②	57・58	まとめ講義
29・30	前期まとめ 講義・試験	59・60	後期試験
<b>【成績評価方法】</b> 課題 60% 試験 30% 出席率、授業態度 10%			
<b>【教科書・参考書】</b> プリントを配布			
<b>【教材・教具】</b> 筆記用具			

科目名	ファッションデザイン論&プランニング	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		
学年	3	授業形態	講義 40 % 実習 60 %
時間数	120	作成者	三谷 和也

**【科目の到達目標】**

ビジネス的な観点から捉えたファッションとアパレルデザインに関するスキルを講義と演習により修得する。  
また、任意に想定した企業に向けた商品の企画提案書をコンピュータを使って作成し、プレゼンテーションできる。

**【科目の概要】**

マーケティング的観点から変化する消費者の動向を捉え、自らを企画担当者と想定して商品を企画し、商品デザインと企画書類を作成する。  
書類作成に必要なコンピュータの操作の演習と作成方法を解説する。

**【授業計画】**

90分/コマ		前期	後期
1 2	企業における企画業務 解説・演習1	31 32	プリント商品企画・デザイン 1
3 4	企業における企画業務 解説・演習2	33 34	プリント商品企画・デザイン 2
5 6	企業研究 リサーチ	35 36	プリント商品企画・デザイン 3
7 8	企画・仕様書演習 1	37 38	プリント商品企画・デザイン 4
9 10	企画・仕様書演習 2	39 40	プリント商品企画・デザイン 5
11 12	企画・仕様書演習 3	41 42	企業コラボ② 商品企画 1
13 14	企画・仕様書演習 4	43 44	企業コラボ② 商品企画 2
15 16	企業コラボ① 商品企画 1	45 46	企業コラボ② 商品企画 3
17 18	企業コラボ① 商品企画 2	47 48	企業コラボ② 商品企画 4
19 20	企業コラボ① 商品企画 3	49 50	企業コラボ② 商品企画 5
21 22	企業コラボ① 商品企画 4	51 52	企業コラボ② 商品企画 6
23 24	企業コラボ① 商品企画 5	53 54	企業コラボ② 商品企画 7
25 26	企業コラボ① 商品企画 6	55 56	企業コラボ② 商品企画 8
27 28	企業コラボ① 商品企画 7	57 58	企業コラボ② 商品企画 9
29 30	まとめ 期末試験	59 60	まとめ 期末試験

**【成績評価方法】**

提出物・プレゼンテーション60% テスト30% 授業態度10%

**【教科書・参考書】**

プリント、データ等を随時配布

**【教材・教具】**

筆記用具 PC

科目名	西洋美術史	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッションプロデュース	期	前期
コース	ファッションプロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 80% 実習 20%
時間数	30	作成者	山本廣道

**【科目の到達目標】**

西洋美術史とデザイン史を学ぶことにより、ファッションへの影響力やその国固有の文化力を吸収し、知性と教養を身に付ける

**【科目の概要】**

ギリシャ&ローマ時代から、イタリアルネサンスの栄華、以降、世界に拡大した美術家たちのスタイルを詳細に俯瞰する。

**【授業計画】** 90分/コマ

- 1 その時代を制した国が圧倒的な文化力を持つ、それが西洋美術の流れ
- 2 日本の文化力と世界で活躍する日本人インターナショナルアーティスト
- 3 古代ギリシャは未来永劫の美の原点、【強いイタリアの時代】古代ローマから中世ゴシック
- 4 イタリアルネサンスの黄金時代、ダヴィンチ、ミケランジェロ、ラファエッロ、バロック時代
- 5 【強いフランスの時代】印象派とオートクチュールの関係、3Dプリンターの可能性
- 6 20世紀初頭から始まる世界各地の芸術運動(アールヌーボー、ジャポニスム、アールデコなど)
- 7 【強いイギリスの時代】産業革命とヴィクトリア女王、ゴシックリバイバルとダークファンタジー、ゴス
- 8 20世紀からのモダンアート、フォービズム、キュビズム、ポスト印象派
- 9 抽象画の始まりターナー、カンディンスキー、モンドリアン、クレー、バウハウス
- 10 現代アートの始まり、デュシャンとハードコンセプト
- 11 【強いアメリカの時代】1930年代の連邦美術計画と抽象表現主義、アートの大量生産時代の到来
- 12 1960年代のPOP ARTとアンディウォーホル
- 13 1980年代のHIP HOP とグラフィティアート、ヘリング、バスキア、バンクシー、KAWZ
- 14 現代美術の大きなカテゴリー、ネオポップ、ハードコンセプト、シュール、ハイパーリアル、見立て系
- 15 テスト

**【成績評価方法】**

課題評価 60%、 期末試験 30%、 授業態度 10%

**【教科書・参考書】**

西洋美術史/美術出版社  
世界デザイン史/美術出版社

**【教材・教具】**

科目名	コンピュータ演習Ⅲ	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 20% 実習 80 %
時間数	120	作成者	鶴 鉄雄

**【科目の到達目標】**

ICT(Information and Communication Technology)を仕事の現場で活用するために知識と技術を身につけ実践へとつなげる。

**【科目の概要】**

世界で通じる国際資格の最新版MOS2016の中で実務に直結する内容のExcelエキスパートと、WebSite構築に必要なレスポンスWebデザインを実現するための最新のHTMLとCSSを学び、ネット・ショップやブログシステムの核になるPHPを学び実践へとつなげる。

【授業計画】 90分/コマ		前期	【授業計画】 90分/コマ	後期
1,2	ガイダンス(教科書の使い方リフレクション 名刺作成		31,32	リフレクション 情報とデザイン
3,4	Excelエキスパート(MOS2016上級)		33,34	PHP
5,6	・ユーザー定義の表示形式と入力規則		35,36	・パソコン設定
7,8	・条件付き書式		37,38	・サーバーXAMMP
9,10	・数式に関数を適用する		39,40	・テキストエディタTeraPad
11,12	・関数を使用してデータを検索する		41,42	・PHPプログラミング
13,14	・名前付き範囲とオブジェクト定義		43,44	・MySQLデータベース
15,16	HTML5 & CSS3		45,46	・文字化け対策
17,18	・HTMLの基礎知識		47,48	ローカルとプロバイダ上で動かす
19,20	・CSSの基礎知識		49,50	ネット・ショップシステム
21,22	・テキストの装飾		51,52	・EC-CUBE3
23,24	・リンクの設定と画像の表示		53,54	ブログシステム
25,26	・ボックスと情報の整理		55,56	・WordPress
27,28	・レスポンスWebページ作成		57,58	写真撮影の基本
29,30	理解度チェックテスト		59,60	後期まとめ
				理解度チェックテスト

**【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】**

【一般】MOS Excel 2016 対策テキスト&問題集、【上級】MOS Excel 2016 Expert 対策テキスト&問題集 FOM出版  
いきなりはじめるPHP いちばんよくわかるHTML5 & CSS3デザインきちんと入門

**【教材・教具】**

教材: プリントやPDF等で配布 準備物: 筆記用具

科目名	キャリアデザインⅡ	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	前期
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 50% 実習・演習 50%
時間数	30	作成者	今 恒男

**【科目の到達目標】**

これから始まる就職活動に向けて、自分が何を準備し、それをどのように表現して相手に伝えるべきかを、キャリアデザインⅠで整理した自分自身の情報をもとに考えます。

同時に企業でのインターンシップについても、積極的に参加するための心構えを身に付けます。

**【科目の概要】**

自分自身が描くキャリアデザインを実現に近づけるため、採用する側の目線に立ち、自分自身の何を伝えるべきかを考えます。また、同年代の学生に負けないアピールのあり方を知るとともに、実践的な演習に取り組みながら等身大の自分をプレゼンテーションできる力を身に付けます。

**【授業計画】**

90分/コマ

- 1 ・就職活動の心構え  
就職活動の取り組み方、基本マナーの習得（返事、あいさつ、姿勢、お辞儀）
- 2 ・コミュニケーションの基本①  
「聴く力」と「伝える力」
- 3 ・コミュニケーションの基本②  
コミュニケーション・トレーニング
- 4 ・「就職の軸」を考える  
仕事の優先順位とこだわりの優先順位を考える
- 5 ・企業研究のすすめ方  
企業研究を行うポイントとその方法
- 6 ・企業研究実践  
実際に企業研究を行い、企業の特徴や仕事の具体的内容を調べてみる
- 7 ・自己PR作成  
自分自身のアピールポイントを文章で表現する
- 8 ・志望動機作成  
志望企業の応募理由を明確に文章で表現する
- 9 ・応募書類を作成する①  
履歴書編
- 10 ・応募書類を作成する②  
エントリーシート編
- 11 ・企業インターンシップの参加について  
インターンシップ参加の形式と目的、および準備の整え方
- 12 ・面接選考の考え方  
企業目線での面接選考を理解し、そのために必要なことを考える
- 13 ・面接選考対策①  
個人面接およびグループ面接
- 14 ・面接選考対策②  
グループディスカッション
- 15 ・就職活動のまとめ  
就職活動の目標と、明日からの具体的な行動目標を設定する

**【成績評価方法】**

- ◎課題・提出物 50%
- ◎試験(修業試験、確認テスト) 20%
- ◎授業態度 30%

**【教科書・参考書】**

『自分で「考え」、自分で「動く」 キャリアテキスト』 株式会社パーソナルヴィジョン研究所・著 ※2年次購入済

**【教材・教具】**

各種ワークシート

科目名	服飾素材論Ⅲ	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	後期
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 100% 実習 %
時間数	30	作成者	河本 育子

**【授業の到達目標】**

クリエイター、マーチャンダイザーには素材の知識と、それらを商品企画に組み立てる能力が必要である。素材流通の動向が社会情勢などと関連していることを理解し、情報をもとに素材の組み立て(商品企画)ができるよことを目標とする。

**【授業概要】**

変化するマーケットやチャネルに伴い、モノ作りもグローバル、ダイバーシティへの対応を余儀なくされている。素材の本質は変わらないまでも、それに対応できる専門知識と応用できる能力が必要。この授業では、講義により素材の専門知識を深め、市場動向を踏まえた素材の組み立て(商品企画)を実践してい

**【授業計画】** 90分/コマ

- 1 オリエンテーション
- 2 ファッショントレンドと素材・アパレル製品の流通経路
- 3 1.トレンド分析
- 4 感性分類
- 5 素材感・風合いの分類
- 6 トレンド背景と素材イメージ
- 7 2.ファッションディレクションを作成
- 8 トレンドのテーマとコンセプト設定
- 9 トレンド分析のビジュアル化
- 10 イメージマップ作成
- 11 素材・デザインに落とし込む
- 12 (マップ作成)
- 13 (マップ作成)
- 14 3.プレゼンテーション
- 15 ↓

**【成績評価方法】**

課題提出物 80% 授業態度20%

**【教科書・参考書】**

- ・一見 輝彦、『わかりやすいアパレル素材の知識』,ファッション教育社, 2012年
- ・『生地の事典』株式会社みずしま加工 2013年

**【教材・教具】**

筆記用具

科目名	縫製工学	整理番号	
学科	ファッション・プロデュース	期	後期
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 80% 小テスト 20%
時間数	30	作成者	相馬成男

**【科目の到達目標】**

アパレル製品の企画・設計、工業生産（縫製・プレス）、出荷に至る各工程では、デザイナー、マーチャンダイザー、パタンナー、縫製担当者、生産管理者、品質管理者など多くの専門技術者・技能者が携わっており、それぞれの業務の基礎知識と技術、もの作りに対する考え方が理解できる人材育成を目指し、社会へ出て自分を取り巻く関係者と円滑に意思疎通が図れることができることを目標とする。

**【科目の概要】**

専門学校では注文服（オートクチュール）作りを主体に履修するが、社会へ出ると既製服（プレタポルテ）が主流であり、工業生産のもの作りの道理、実務工程の知識を習得し、自分を取り巻く関係者と円滑に意思疎通が図れる技術者を養成するため、アパレル業・縫製加工業の役割、繊維製品の品質に関わる法律、JIS衣料サイズ、表素材・副資材の品質管理、工業パターン設計方法、縫製加工、生産工程管理・品質管理と原価計算を修得する。

**【授業計画】 90分/コマ**

- 第1週 ・縫製工学とは ・アパレル業と縫製加工業（Ⅰ）
- 第2週 ・アパレル業と縫製加工業（Ⅱ） ・衣服の品質に関わる法律（Ⅰ）
- 第3週 ・衣服の品質に関わる法律（Ⅱ）
- 第4週 ・JIS衣料サイズ
- 第5週 ・衣服の品質（Ⅰ）
- 第6週 ・衣服の品質（Ⅱ） ・原反検査（Ⅰ）
- 第7週 ・原反検査（Ⅱ）
- 第8週 ・副資材と付属品・・・芯地、接着芯地
- 第9週 ・副資材と付属品・・・裏地、縫い糸、ボタン、ファスナー、中入れ綿
- 第10週 ・工業用パターンと縫製仕様書 ・グレーディング
- 第11週 ・縫製準備工程
- 第12週 ・縫い目形式、工業用ミシン・縫合、工業用ミシン針
- 第13週 ・アイロン ・プレス
- 第14週 ・縫製工程の管理・・・生産システム、縫製工程表
- 第15週 ・縫製工程の管理・・・品質管理、原価計算

**【成績評価方法】**

- ・平常点（出席率、授業態度）・・・10%
- ・理解力（毎回の小テスト）・・・50%
- ・理解力（期末試験）・・・40%

**【教科書・参考書】**

- ・『縫製工学』齋藤景一郎著 2版 上田学園服飾手帖社2015年3月1日発行

**【教材・教具】**

- ・教科書（適宜配布資料）
- ・筆記具

科目名	産業組織心理論	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義 70% 実習 30%
時間数	60	作成者	太田 博

【科目の到達目標】

ビジネス(産業)をささえる組織運営や、個人あるいは集団のモチベーション維持さらにリーダーシップのあり方を心理的側面から理解できる。

【科目の概要】

すべての産業は人間関係によって成り立つという大原則に基づいて、より深くビジネスを理解し人の心の動機をビジネス戦略に置き換えられるようになる。

【授業計画】

90分/コマ		前期	後期
1	販売心理		16 産業組織心理
2			17
3			18
4			19
5			20
6			21
7	社会心理		22
8			23
9			24
10			25
11			26
12	マネジメントと組織心理		27 コミュニケーション心理について
13	マネジメントと組織心理		28 コミュニケーション心理について
14	前期まとめ講義		29 後期まとめ講義
15	前期試験		30 後期試験

【成績評価方法】

提出物評価60% テスト30% 授業態度10%

【教科書・参考書】

【教材・教具】

科目名	トレーニングタイム	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	通年
コース	ファッション・プロデュース		昼間
学年	3	授業形態	講義20% 実習80%
時間数	60	作成者	鶴 鉄 雄
<b>【科目の到達目標】</b> 自分で「考える習慣」を身につけ、社会で活躍できる人材を育成する。			
<b>【科目の概要】</b> 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			
<b>【授業計画】</b> 90分/コマ		前期	後期
1	トレーニング目標と調査の考え方	16	トレーニングテーマ<アプリ編> 動画編集
2	トレーニングテーマ<アプリ編> Illustratorの活用	17	人工知能(ニューラル・ネットワークコンソール)
3	Photoshopの活用	18	InDesignの活用
4	トレーニングテーマ<社会調査編>	19	トレーニングテーマ<企画編> 商品企画設計
5	予備調査の計画	20	商品企画設計
6	予備調査の計画	21	購買心理の8段階
7	予備調査の設計	22	購買心理の8段階
8	予備調査の設計	23	トレンドマップ
9	予備調査の実施	24	トレンドマップ
10	予備調査の実施	25	文化的関連性
11	予備調査データの分析と可視化	26	文化的関連性
12	予備調査データの分析と可視化	27	マーケティングの基本プロセス
13	予備調査に基づいた企画の計画	28	マーケティングの基本プロセス
14	予備調査に基づいた企画の計画	29	事業の見通し
15	前期試験	30	後期試験
<b>【成績評価方法】</b> 提出物評価60% テスト30% 授業態度10%			
<b>【教科書・参考書】</b>			
<b>【教材・教具】</b>			

科目名	ファッションマーケティング&プレゼンテーション	整理番号	記入しないで下さい
学科	ファッション・プロデュース	期	後期
コース	ファッション・プロデュース		中間
学年	3	授業形態	講義 60% 実習 40%
時間数	30	作成者	白井一樹

**【科目の到達目標】**

自然、社会、経済、技術革新など、あらゆる環境の変化の中からマーケティングという視点で消費者の『ニーズ』を消費者の変化に対応した商品やサービスの提案が企画出来る。また、プレゼンテーションスキルを身につける。

**【科目の概要】**

様々な要因で変化する市場と消費者の動向をマーケティングという視点で捉え、変化に対応したビジネスプランの立案方法や企画に対する考え方とプレゼンテーションスキルについて学ぶ。

**【授業計画】**

90分/コマ

- 1・2 ファッション市場とビジネスの特性
- 3・4 ファッション消費者動向
- 5・6 ファッション産業構造
- 7・8 ビジネス企画の理解
- 9・10 マクロ分析
- 11・12 ビジネス企画書作成の手順と意義の理解
- 13・14 ファッションマーケティング 1
- 15・16 ファッションマーケティング 2
- 17・18 ファッションマーケティング 3
- 19・20 ビジネス企画の理解
- 21・22 様々な商品企画書
- 23・24 プレゼンテーションスキルの基本
- 25・26 プレゼンテーション 1
- 27・28 プレゼンテーション 2
- 29・30 試験 まとめ

**【成績評価方法】**

課題評価 60% 試験 30% 授業態度 10%  
その他、プレゼンテーション発表などを加えて総合的に評価する

**【教科書・参考書】**

(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Ⅱ』第3版

**【教材・教具】**

パソコン、雑誌、マップ作成の用具一式