

科目名	ショッププランニング	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコースショップオーナー専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 20 % 実習 80 %
時間数	120	作成者	松下絢子/塚井良太

【科目の到達目標】

ショッププランニングとは、「売れるショップの仕組みづくり」である。いつ、どこで、誰の為のショップを作れば顧客に喜んでもらえ、利益を上げる事が出来るのかを考え、計画するための、基本的しくみ、ショップの経営管理、数字の立て方、などの基本を学び、事業計画を提案できることが目的である。

【科目の概要】

本科目では、前半において新たな市場を狙ったセレクトショップの立ち上げをテーマに、ショップの企画立案から売上目標設定を体系的に学び、ショップ運営管理に必要な基礎的知識と実践力を養う。
後半では、異業種との掛け合わせによる新しい形のセレクトショップを題材に、コンセプト設計、ターゲット設定、マーケティングミックスの考え方を踏まえた企画立案を行う。市場分析をもとに実現性と独自性を兼ね備えたセレクトショップ企画書を作成し、ファッションビジネスにおける応用力と企画力の向上を図る。

【授業計画】

前期 90分/コマ		後期	
1・2	オリエンテーション	31・32	市場分析、素案
3・4	PEST分析、ショップのポジショニング	33・34	セレクトショップ企画(ショップコンセプト企画)
5・6	オリジナルショップ企画(ショップイメージ企画)	35・36	セレクトショップ企画(ペルソナ企画)
7・8	オリジナルショップ企画(ペルソナ企画)	37・38	セレクトショップ企画(品揃え企画)
9・10	オリジナルショップ企画(品揃え計画)	39・40	セレクトショップ企画(取扱いブランド)
11・12	オリジナルショップ企画(取り扱いブランド)	41・42	セレクトショップ企画(コーディネート企画)
13・14	オリジナルショップ企画(コーディネート企画)	43・44	セレクトショップ企画(エリア企画Ⅰ)
15・16	オリジナルショップ企画(エリア戦略)	45・46	セレクトショップ企画(エリア企画Ⅱ)
17・18	オリジナルショップ企画(店舗デザイン)	47・48	セレクトショップ企画(店舗デザイン)
19・20	オリジナルショップ企画(プロモーション企画)	49・50	セレクトショップ企画(プロモーション企画)
21・22	オリジナルショップ企画(マーケティングミックス)	51・52	プレプレゼンテーション
23・24	プレプレゼンテーション	53・54	プレゼンテーション
25・26	プレゼンテーション	55・56	ポップアップショップ運営分析・展開
27・28	ショップ事業計画Ⅰ ー 独立開業	57・58	ポップアップショップ運営分析・展開
29・30	ショップ事業計画Ⅱ ー 独立開業	59・60	プレゼンテーション

【成績評価方法】

提出物評価60% 期末テスト(プレゼンテーション)30% 授業態度10%

【教科書・参考書】

プリントを配布

【教材・教具】

筆記用具、PC

科目名	リテールマネジメント	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ショップオーナー専攻/バイヤー専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 10 % 実習 90 %
時間数	60	作成者	松原大樹
【科目の到達目標】 SDGsの考えを根底に持続可能な生産消費の概念を体感的に理解し ビジネスにおける発想だけではなく社会的な問題解決に対してもアクションできる気概を育成する。			
【科目の概要】 短期集中型の実践的な実習を行う。古着卸し業者や古着屋と連携をはかり実際の現場での体験をもとに学生の瞬間の閃きや創造性を伸ばす。			
【授業計画】 90分/コマ			
前期		後期	
1	オリエンテーション	16	ショップ運営1
2	各ショッププレゼン	17	ショップ運営2
3	買い付け実習1	18	映像作品製作 構成1
4	買い付け実習2	19	映像作品製作 構成2
5	買い付け実習3	20	映像作品製作 撮影1
6	買い付け実習4	21	映像作品製作 撮影2
7	買い付け実習5	22	映像作品製作 撮影3
8	買い付け実習6	23	映像作品製作 編集1
9	ショップリサーチ	24	映像作品製作 編集2
10	シルクスクリーン実習1	25	映像作品製作 振り返り
11	シルクスクリーン実習2	26	買い付け実習1
12	シルクスクリーン実習3	27	商品メンテナンス1
13	ショップ運営について	28	商品メンテナンス2
14	総括	29	総括
15	修業テスト	30	修業テスト
【成績評価方法】 提出課題の評価 60% 期末試験 30% 授業態度 10%			
【教科書・参考書】 必要があれば随時配布			
【教材・教具】 スマホ 筆記具 カメラ			

科目名	経営戦略論	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 50 % 実習 50 %
時間数	60	作成者	新家章秀

【科目の到達目標】

アパレルビジネスにおいて「売上の最大化」と「高収益な利益構造の構築」を両立できる実践的な提案力を身につけます。前期は顧客の悩みを解決する新ブランド開発を通じ、市場開拓による売上アップの手法を習得します。後期は既存ブランドの財務分析に基づき、在庫削減、人的生産性向上、DX活用などの業務改善を行い、売上規模に依存せず営業利益を確実に残せる経営体質への変革スキルを養成します。前期：新規ブランド開発による売上アップ。後期：既存ブランドの業務改善による営業利益アップ。

【科目の概要】

コンセプト設計から業務改善まで段階的に学びます。前期はペルソナ設定、SWOT分析、ポジショニングマップを用いた「ブルーオーシャン」の発掘、4P分析による戦略構築を実践します。後期はP/L(損益計算書)を基に、MDカレンダーによる在庫管理、粗利率向上、固定費削減アクションを検討します。さらにD2C、サブスク、リユース等の新業態やVIP戦略、最新のDX事例を通じた利益最大化手法を修得します。

【授業計画】

前期 90分/コマ			後期
1	ビジネスの本質と市場の定義	16	営業利益を最大化する利益構造の基礎
2	経営学者の理論：コトラーとドラッカー	17	売上至上主義の落とし穴と利益優先経営
3	ブランドの原点：強みは創業に宿る	18	粗利率を劇的に向上させる3つの柱
4	ビジョンと社会貢献の言語化	19	MDカレンダーと季節戦略の適正化
5	ターゲット設定とペルソナ構築	20	在庫削減の極意：消化率とランキングMD
6	ブランドコンセプトの策定	21	経費削減アクション：固定費と変動費
7	ポジショニングとブルーオーシャン戦略	22	人的生産性の向上とDX・AI活用
8	トレンドの螺旋的発展とライフサイクル	23	戦略マップによる経営の見える化
9	ブランドの三要素：記号・体験・信頼	24	VIP戦略：富裕層の心理と高単価商品
10	SWOT分析による戦略立案	25	次世代ビジネスモデル：D2Cとサブスク
11	マーケティングの4P分析(1)：製品と価格	26	リユース・リメイクと循環型ビジネス
12	マーケティングの4P分析(2)：流通と宣伝	27	成熟市場を切り拓く8つの共感市場
13	イメージマップによる世界観の視覚化	28	人口減少時代のニッチ戦略とNo.1戦略
14	プレゼン	29	プレゼン
15	フィードバック	30	フィードバック

【成績評価方法】

プレゼンテスト30%、提供課題60%、授業態度10%

前期・後期にそれぞれ4回の提出物とプレゼンの評価。加えて授業態度にて評価します。□

【教科書・参考書】

1ヶ月以内に起きたファッションビジネスに関連する事例をもとに、それぞれのテーマで、まとめて配布します。サンクス先生のファッションビジネスの授業（WEBテキスト）・これだけは知ってほしいファッションビジネスの教科書（電子書籍）など

【教材・教具】

プリントを配布。パソコン・Google クラウド、スライド。

科目名	トレーニングタイム	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ショップオーナー専攻/バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 20 % 実習 80 %
時間数	120	作成者	塚井良太

【科目の到達目標】

学内イベントなどを通して、ファッションビジネスの現状を学び、動向や情勢の読み方を理解して実践的に活かせる技術を付ける。

Office/Adobe系ソフトウェア、Googleドライブ等を実践の中で活用し、ビジネスに必要な企画書や資料を作成できる。

【科目の概要】

学内イベントを通して、企画・品揃え・販促・販売など、一連の計画・管理などを行い、ショップやイベント運営を学生主動で行う。IT社会に対応するため、基本的なソフトウェアの使い方を実践的に修得し、それらを用いた書類作成、企画～プレゼンテーションまでの実践的な学習を行う。

【授業計画】

前期 90分/コマ		後期	
1・2	オリジナルブランド企画販売	30・31	ポップアップショップ企画運営
3・4	オリジナルブランド企画販売	32・33	ポップアップショップ企画運営
5・6	オリジナルブランド企画販売	34・35	ポップアップショップ企画運営
7・8	オリジナルブランド企画販売	36・37	ポップアップショップ企画運営
9・10	オリジナルブランド企画販売	38・39	ポップアップショップ企画運営
11・12	オリジナルブランド企画販売	40・41	ポップアップショップ企画運営
13・14	オリジナルブランド企画販売	42・43	ポップアップショップ企画運営
15・16	オリジナルブランド企画販売	44・45	ポップアップショップ企画運営
17・18	オリジナルブランド企画販売 収支報告準備	46・47	ポップアップショップ企画運営
19	オリジナルブランド企画販売 収支報告会	48・49	ポップアップショップ企画運営
20・21	ポップアップショップ企画運営 分析・調査	50	ポップアップショップ企画運営
22・23	ポップアップショップ企画運営 分析・調査	51・52	ポップアップショップ企画運営
24・25	ポップアップショップ企画運営 企画立案	53・54	ポップアップショップ企画運営
26・27	ポップアップショップ企画運営	55・56	ポップアップショップ企画運営 収支作業
28・29	ポップアップショップ企画運営	57・58	ポップアップショップ企画運営 収支作業
		59・60	ポップアップショップ企画運営 収支報告

【成績評価方法】

提出課題の評価 60% 期末試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

【教材・教具】

ノートパソコン

科目名	ビジュアルマーチャンダイジング	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ショップオーナー専攻/ バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 60 % 実習 40 %
時間数	60	作成者	道仲阿子

【科目の到達目標】

VMの意義とその効果を理解し、リテールレイアウト計画能力のある人材の育成を目指す。
販売員が店頭管理する重要性が分かり、買いやすく、メンテナンスしやすい売り場作りができる。
さらに店舗の課題を抽出し、改善策を立てられる人材を目指す。

【科目の概要】

視覚的表現や効果を的確に捉え、店舗で求められている考え方や、リテールのサイズによる導線計画を踏まえてお客様目線から捉えたVM計画を修得する。

【授業計画】

前期 90分/コマ		後期	
1	VMとは①	16	壁面プランニング①
2	VMとは②	17	壁面プランニング②
3	VMとは③	18	壁面プランニング③
4	VMとは④	19	ディスプレイ実践①
5	プレタ展VP計画書①	20	ディスプレイ実践②
6	プレタ展VP計画書②	21	店舗診断①
7	プレタ展VM作成	22	店舗診断②
8	プレタ展 搬入	23	上コレ準備
9	リアル店舗の価値	24	上コレ準備
10	導線計画①	25	上コレ準備
11	導線計画②	26	上コレ搬入
12	ゾーニング計画①	27	上コレ搬入
13	ゾーニング計画②	28	ショップ教室搬入
14	ハンガーラックディスプレイ	29	上コレ reflection
15	期末試験	30	期末試験

【成績評価方法】

提出課題の評価 60% 期末試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

なし

【教材・教具】

授業スライド

持っている学生はノートパソコン、iPadを持参すること

科目名	ファッションビジネス論	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻 バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 80 % 実習 20 %
時間数	60	作成者	塚井良太

【科目の到達目標】

ファッションビジネスの周辺領域にある様々なサブカルチャーやアート・音楽など幅広い知識を身につける。
コレクションからトレンドを読み取り、次シーズンのトレンド予測ができる。

【科目の概要】

時代に合ったビジネス感覚を養うべくファッションビジネスにおける最新のトレンドやニュース・ビジネス情報をリアルタイムで学ぶ。

【授業計画】

前期 90分/コマ		後期	
1	現代アートとファッション1	16	スニーカーの歴史
2	現代アートとファッション2	17	デニムの歴史1
3	繊維ファッション産業の歴史	18	デニムの歴史2
4	アパレル産地研究Ⅰ	19	古着
5	アパレル産地研究Ⅱ	20	古着
6	アパレル産地研究Ⅲ	21	市場調査
7	アパレル産地研究プレゼンテーション	22	イベント見学
8	ファッションビジネスに関する法務の知識	23	イベント見学
9	コンプライアンスとは	24	多様性とファッション
10	ファッション業界のSDGsと未来Ⅰ	25	海外のアパレル産業・小売産業Ⅰ
11	ファッション業界のSDGsと未来Ⅱ	26	海外のアパレル産業・小売産業Ⅱ
12	販売チャネルの多角化が及ぼす影響	27	アパレルMDとリテールMD
13	世界で活躍する日本の経営者	28	アパレル生産と物流
14	総復習	29	総復習
15	テスト	30	テスト

【成績評価方法】

提出物評価60% 期末試験30% 授業態度10%

【教科書・参考書】

プリントを配布

【教材・教具】

筆記用具、PC

科目名	販売技術Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻/ バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 50 % 実習 50 %
時間数	120	作成者	島津和音

【科目の到達目標】

「販売技術Ⅰ」にて修得した販売の基礎知識を元に、顧客ニーズの開発をきっかけに顧客づくりが出来、アパレルショップのショップチーフ・ショップマスターとして、商品管理、顧客管理、人事管理、売場管理が出来る人材を育成する。

【科目の概要】

実技ロールプレイングを中心に、ショップやスタッフ自身の顧客づくりの重要性を学び、顧客との良好な関係性を築くコミュニケーション能力や顧客心理やライフスタイルに沿った提案力を修得する。

自身の接客スキル向上とともに、店舗や人材育成について講義やOJTを通して相対的なマネジメント能力を身につける。

【授業計画】

前期		後期	
90分/コマ			
1 2	自己分析と目標設定	31 32	アイテム別対応 AW特化アイテムⅠ
	販売スタッフの役割と意識		
3 4	販売テクニック アプローチ	33	販売OJTⅠ 導入
5 6	販売テクニック 質問力、共感力	34 35	アイテム別対応 AW特化アイテムⅡ
7 8	販売テクニック セールストーク、提案力Ⅰ	36 37	校外学習/外部コンテスト見学
9 10	販売テクニック セールストーク、提案力Ⅱ	38 39	アイテム別対応まとめ
11 12	販売テクニック セールストーク、提案力Ⅲ	40	販売OJTⅡ コーチング
13 14	イベントセールス プレタ展	41 42	後期中間実技テスト
15 16	アイテム別対応 フットウェア	43 44	マネジメントスキルⅠ
17 18	販売テクニック 体型別対応	45 46	マネジメントスキルⅡ
19 20	販売テクニック お客様タイプ別対応	47	販売OJTⅢ コーチング
21 22	販売テクニック FR対応/コーディネート開発	48 49	マネジメントスキルⅡ
23 24	アイテム別対応 お直し対応	50 51	後期末筆記テスト/顧客研究
25 26	販売テクニック シーズン立ち上がり	52 53 54 55	イベントセールス 上コレ/卒展
27 28	前期末筆記テスト/弱点強化対応	26	販売OJTⅣ まとめ
29 30	前期末実技テスト(上安祭RP予選)	57 58	販売テクニック ニーズ開発、顧客対応
		59 60	後期末実技テスト

【成績評価方法】

課題評価 60% 試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

「ファッション販売2 ファッション販売能力検定2級公式テキスト」 財団法人日本ファッション教育振興協会

【教材・教具】

アパレル商品・店舗什器一式・店舗備品、上條美由紀「ビジュアル版 プロの接客術」織研新聞社
「ファッション販売」 商業界

科目名	商品製作Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	通年
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻/バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 10 % 実習 90 %
時間数	120	作成者	山田友己

【科目の到達目標】

洋服の構造、製作工程、シルエットとパターンや素材の関連性等を理解し、ファッションに携わる者として、相応しい商品のセレクト、コーディネート、説明や生産発注の指示ができる知識の修得。

【科目の概要】

デザイン・仕様・素材・付属など、様々な角度から洋服を研究。
洋服を製作する際のデザインによる素材選び、仕様の決定、それに必要な付属の手配などから実際の製作、それに関する作業をすることにより、仕事をする上で必要な知識を学ぶ。

【授業計画】

90分/コマ		前期	後期
1・2	復習(ミシンの使い方など) リメイク作品①	31・32	ワンピース① パターントレース
3・4	リメイク作品②	33・34	ワンピース② 裁断・芯貼り・標付け
5・6	企業・店舗見学	35・36	ワンピース③ 縫製
7・8	プレタ販売作品製作①	37・38	ワンピース④ 縫製
9・10	プレタ販売作品製作②	39・40	ワンピース⑤ 縫製
11・12	プレタ販売作品製作③	41・42	ワンピース⑥ 縫製
13・14	プレタ販売作品製作④	43・44	ワンピース⑦ 縫製
15・16	パンツ① 製作にあたっての説明・製図	45・46	ワンピース⑧ 縫製
17・18	パンツ② 裁断・標付け	47・48	ワンピース⑨ 縫製
19・20	パンツ③ 部分縫い(ファスナー)	49・50	ワンピース⑩ 縫製
21・22	パンツ④ 縫製	51・52	ワンピース⑪ 縫製
23・24	パンツ⑤ 縫製	53・54	ワンピース⑫ 縫製
25・26	パンツ⑥ 縫製	55・56	ワンピース⑬ 縫製
27・28	パンツ⑦ 仕様書作成・お直しについて	57・58	ワンピース⑭ 仕様書作成・お直しについて
29	パンツ⑧ 仕上げ・検品	59	ワンピース⑮ 仕上げ・検品
30	前期末試験	60	後期末試験

【成績評価方法】

提出課題の評価 60% 期末試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

「立体式洋裁」 上田安子著 服飾手帖社 改訂版 / 「パンツ」「ワンピース」上田安子服飾専門学校 最新版
教員作成のオリジナルプリント

【教材・教具】

実物、それに準ずるサンプル、部分縫いの見本
ミシン等縫製機器、洋裁道具、製図道具、課題を製作するための生地、副資材など

科目名	ビジネスマナーⅡ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	ファッションビジネスコース スタイリストコース ブライダルファッション・ビジネスコース		昼間
学年	2年	授業形態	講義 60 % 実習 40 %
時間数	30	作成者	松下絢子

【科目の到達目標】

ビジネスの現場で求められる実践的なコミュニケーション能力と対人関係構築力を身につけることを目標とする。
就職後の社会人として必要な社内外における文書作成力、対面応対力、チームで働く力を理解し、状況に応じた適切なマナーと行動を実践できるようになることを目指す。また、目標設定を通じて自己理解を深め、主体的に行動できる社会人としての基盤を築く。さらに、会話スキルやティーチング・コーチングの基礎を学ぶことで、円滑な人間関係を構築し、組織の一員として信頼される人材となることを到達目標とする。

【科目の概要】

本授業は、ビジネスマナーⅠで身につけた基礎的なマナーやコミュニケーション力を土台とし、就職後の実務を想定したビジネスコミュニケーションの応用力を育成する科目である。目標設定により、自身の課題や成長目標を明確にし、主体的に学ぶ姿勢を養う。また、お礼状をはじめとする文書の作成、来客対応としてのマナーなど、現場で求められる実践的スキルを習得する。さらに、人間関係構築やチームビルディング、会話スキルを中心としたワークを通して、職場における円滑なコミュニケーションの重要性を理解する。相手の成長を支援し、協働できる社会人としての姿勢を身につけ、即戦力として活躍できる人材の育成を目指す。

【授業計画】 90分/コマ

- 1 オリエンテーション
- 2 目標設定
- 3 ビジネス文書基礎
- 4 ビジネス文書応用
- 5 人間関係構築とチームビルディング
- 6 来客対応実践
- 7 テーブルマナー
- 8 会話スキル ― 傾聴と質問力
- 9 会話スキル ― 伝達力
- 10 ティーチング・コーチング
- 11 チームビルディング演習
- 12 チームビルディング演習
- 13 総合演習 ― ビジネスシミュレーション
- 14 ユニバーサルマナーと多様性理解
- 15 修業試験

【成績評価方法】

課題 60% 期末試験 30% 授業態度 10%

【教科書・参考書】

「ビジネスでの常識集 改訂版」トータルマナー株式会社

【教材・教具】

筆記用具、A4ファイル

科目名	ワークショップ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	前期
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻/ バイヤー専攻/ショップマスター専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 70 % 実習 30 %
時間数	30	作成者	塚井良太
【科目の到達目標】			
現場で活躍するゲスト講師から刺激を受け、学生のクリエイションやプランニングに活かす事を目的とし更には卒業後のキャリア形成に向けた視野を広げると共に、これからのファッション業界をはじめとする様々な分野での活躍を促進するきっかけとなる様に努める。			
【科目の概要】			
各テーマに沿った講師を招き、専門性に特化した接客や経営について講義やグループワーク、ロールプレイングにより学びながら、レギュラー科目以外の刺激や視野を広げる目的である。また、接客に必要な外国語基本単語やフレーズを身につけ接客スキルの自信に繋げる。			
【授業計画】 90分/コマ			
1	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
2	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
3	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
4・5	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
6・7	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
8・9	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
10	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
11	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
12	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
13	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
14	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
15	ゲストスピーカー講義	ワークショップ又はレポート	
【成績評価方法】			
課題60% 期末試験30% 授業態度10%			
【教科書・参考書】			
ゲスト講師により適宜			
【教材・教具】			
ゲスト講師により適宜			

科目名	服飾素材論Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	後期
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻/ バイヤー専攻/プレス専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 100 %
時間数	30	作成者	河本育子

【科目の到達目標】

素材の特性、機能性を理解し、目的に合わせた商品選定や、適した取り扱いが出来るようになる。

【科目の概要】

機能性商品など、市場には様々な特徴のある商品が並んでいる。繊維ごとの特性を実験や演習を交えながら解説し、そのメンテナンスに至るまで習得する。

【授業計画】

90分/コマ	前期	後期
		1 オリエンテーション 2 家庭用品品質表示法 洗濯表示 3 アパレル商品の取り扱いについて 4 天然繊維 5 化学繊維(1)再生繊維・半合成繊維 6 化学繊維(2)合成繊維 ナイロン・アクリル 7 化学繊維(3)合成繊維 ポリエステル・ポリウレタン 8 合成皮革・人工皮革 9 衣服に求められる機能と着心地 10 糸の種類 11 織物の組織とその特徴 12 編物の組織とその特徴 13 加工・染色・トラブル 14 総復習 15 総合テスト

【成績評価方法】

提出課題の評価 60 % 期末試験 30% 授業態度 10%

【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
「生地的事典」株式会社みずしま加工

【教材・教具】

筆記用具

科目名	ファッション史Ⅱ	整理番号	
学科	ファッションビジネス学科	期	後期
コース	ファッションビジネスコース ブランドディレクター専攻/ショップオーナー専攻/ バイヤー専攻/ショップマスター専攻		昼間
学年	2年	授業形態	講義 90 % 実習 10 %
時間数	30	作成者	杉山佳美

【科目の到達目標】

- ・時代背景や世界情勢によって影響を受け変化するトレンドの流れを理解する。
- ・時代によって生み出された技法やシルエット、ディテールの変遷を学び、服飾デザインの基礎知識を修得する。

【科目の概要】

服飾の起源から現代にまで繋がる服飾デザインの変換を図版、絵画、写真、映画などのヴィジュアル資料から学ぶ。

90分/コマ	前期	後期
		1 ガイダンス 【導入】現代の情勢と服飾トレンドの変化 2 古代ローマ～ビザンチン 3 ルネサンスと衣服 4 バロック時代:エリザベスⅠ世 5 マリーアントワネット:革命と失脚 6 復習/小テスト 7 復習/発表 8 ナポレオンの登場と19世紀ドレスの変容 9 オートクチュールの誕生 ベルエポックとレ・ザネ・フィル 10 世界恐慌とファッションの復興 11 プレゼン作成① 12 プレゼン作成② 13 プレゼンテーション/課題作成 14 復習/まとめ 15 テスト

【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】

教科書「世界服飾史」

【教材・教具】

授業スライド 配布プリント