

授業科目等の概要

後期授業計画（10月-3月）			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	服飾雑貨知識1	鞄、バッグ、アクセサリーといったアパレル小物の知識を取り入れる。基本的なものに絞り、売り場における知識として役立てる。
2	3-4	服飾雑貨知識2	鞄、バッグ、アクセサリーといったアパレル小物の知識を取り入れる。基本的なものに絞り、売り場における知識として役立てる。
3	5-6	服飾雑貨知識3	鞄、バッグ、アクセサリーといったアパレル小物の知識を取り入れる。基本的なものに絞り、売り場における知識として役立てる。
4	7-8	ジャケットの知識1	ジャケットに関する知識を理解する。デザインだけではなく機能性についても触れる。
5	9-10	ジャケットの知識2	ジャケットに関する知識を理解する。デザインだけではなく機能性についても触れる。
6	11-12	ジャケットの知識3	ジャケットに関する知識を理解する。デザインだけではなく機能性についても触れる。
7	13-14	ニットウェア（セーターの知識）1	ニットウェア（セーター）の特徴性を理解する。
8	15-16	ニットウェア（セーターの知識）2	ニットウェア（セーター）の特徴性を理解する。
9	17-18	コートの知識1	コートに関する知識を習得。デザインだけではなく機能性についても触れる。
10	19-20	コートの知識2	コートに関する知識を習得。デザインだけではなく機能性についても触れる。
11	21-22	検定試験対策1	ファッション販売能力検定3級における商品知識の分野の検定試験対策を行う。
12	23-24	検定試験対策2	ファッション販売能力検定3級における商品知識の分野の検定試験対策を行う。
13	25-26	検定試験対策3	ファッション販売能力検定3級における商品知識の分野の検定試験対策を行う。
14	27-28	後期試験対策	後期試験対策として、配布されたプリントを復習する。
15	29-30	まとめ	配布されたプリントをまとめる。
その他 (授業に際しての注意点)		各学生が授業ごとにアイテムサンプルを持参し、手元でアイテムサンプルを見ながら授業を受ける形が望ましい。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年												
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を軸幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指す。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング授業を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショナードバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。												
分類	必修	<input type="radio"/>	選択		配当年次	1 年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期		後期	
種別	総論				授業方法	講義	<input type="radio"/>	演習		実習	<input type="radio"/>		
授業科目	アパレル素材 I				授業時間数	前期	30	後期	30	計	60		
担当教員	松延 直明				職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員													
資格検定	一般財団法人日本ファッション教育振興協会：ファッション販売能力検定3級								必修	<input type="radio"/>	選択		
授業概要	ファッション販売能力検定3級の素材知識を中心に、アパレルで使用される素材、および生地の知識を身に付ける。原材料、組成の知識から始まり、生地の特性、また加工で得られる効果など性質的な知識と、柄や染色によって得られる感覚的知識を習得する。講義授業だがサンプルを用いながら説明することにより、販売の現場に近い感覚で習得できるように授業を行う。またお直しの知識もテキストに準じて行う。												
学習成果	① 素材の原材料・組成についての知識習得。	② 素材の特性についての知識習得。	③ 柄、色といった感覚的知識の習得。	※ 素材の物理的特性と感覚的特性の知識習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果	70	%	2	提出物/期限遵守	%	
使用教材	●一般財団法人日本ファッション教育振興協会 ファッション販売3 ●文化ファッション大系 ファッション流通講座② ●KFDオリジナルプリント配布				3	独創性/習熟度		%	4	意欲・授業態度	30	%	

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	軽衣料に使用される素材と柄の知識1	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
2	3-4	軽衣料に使用される素材と柄の知識2	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
3	5-6	軽衣料に使用される素材と柄の知識3	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
4	7-8	編み物（カットソー）の知識1	ニット地のなかでカットソーに関する知識を学ぶ。
5	9-10	編み物（カットソー）の知識2	ニット地のなかでカットソーに関する知識を学ぶ。
6	11-12	原材料、織り、組成、品質表示についての基礎知識1	原料から組成といった素材の基本的な知識と、JIS規格による品質表示についての知識を習得する。
7	13-14	原材料、織り、組成、品質表示についての基礎知識2	原料から組成といった素材の基本的な知識と、JIS規格による品質表示についての知識を習得する。
8	15-16	原材料、織り、組成、品質表示についての基礎知識3	原料から組成といった素材の基本的な知識と、JIS規格による品質表示についての知識を習得する。
9	17-18	軽衣料に使用される素材と柄の知識4	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
10	19-20	軽衣料に使用される素材と柄の知識4	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
11	21-22	軽衣料に使用される素材と柄の知識4	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
12	23-24	軽衣料に使用される素材と柄の知識5	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
13	25-26	軽衣料に使用される素材と柄の知識6	シャツ、スカート、パンツ、ワンピースといった、軽衣料の生地についての知識と、柄に関する知識を得る。
14	27-28	前期試験対策	前期試験対策として、配布されたプリントを復習する。
15	29-30	まとめ	配布されたプリントをまとめる。

後期 授業計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	編み物（ニット）の知識1	ニット地の中でセーターに関する知識を学ぶ。
2	3-4	編み物（ニット）の知識2	ニット地の中でセーターに関する知識を学ぶ。
3	5-6	重衣料に使用される素材の知識1	ジャケット、コートなど重衣料に使用される生地の、デザイン性と機能性について学ぶ。
4	7-8	重衣料に使用される素材の知識2	ジャケット、コートなど重衣料に使用される生地の、デザイン性と機能性について学ぶ。
5	9-10	特殊素材（皮革）やデニムに関するメンテナンスと加工1	皮革やデニムなど加工や、メンテナンスが商品の価値をアップさせる素材について、実習形式で学ぶ。
6	11-12	特殊素材（皮革）やデニムに関するメンテナンスと加工2	皮革やデニムなど加工や、メンテナンスが商品の価値をアップさせる素材について、実習形式で学ぶ。
7	13-14	特殊素材（皮革）やデニムに関するメンテナンスと加工3	皮革やデニムなど加工や、メンテナンスが商品の価値をアップさせる素材について、実習形式で学ぶ。
8	15-16	お直しの知識・副資材の知識1	ファッション販売能力検定3級の内容に準拠したお直しに関する知識を学ぶ。またアパレル商品に使用される副資材についての知識も習得する。
9	17-18	お直しの知識・副資材の知識2	ファッション販売能力検定3級の内容に準拠したお直しに関する知識を学ぶ。またアパレル商品に使用される副資材についての知識も習得する。
10	19-20	お直しの知識・副資材の知識3	ファッション販売能力検定3級の内容に準拠したお直しに関する知識を学ぶ。またアパレル商品に使用される副資材についての知識も習得する。
11	21-22	検定試験対策1	ファッション販売能力検定3級における素材知識の分野の検定試験対策を行う。
12	23-24	検定試験対策2	ファッション販売能力検定3級における素材知識の分野の検定試験対策を行う。
13	25-26	検定試験対策3	ファッション販売能力検定3級における素材知識の分野の検定試験対策を行う。
14	27-28	後期試験対策	後期試験対策として、配布されたプリントを復習する。
15	29-30	まとめ	配布されたプリントをまとめる。
その他 (授業に際しての注意点)		各学生が授業ごとにアイテムサンプルを持参し、手元でアイテムサンプルを見ながら授業を受ける形が望ましい。	

授業科目等の概要

前期授業計画(4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	オリエンテーション、パーソナルカラーとは、色彩の基本	色彩を学ぶ意義、パーソナルカラーを知るメリットを理解する。色相について理解する。
2	3-4	色の三属性1	明度と彩度について理解する。
3	5-6	色の三属性2	明度と彩度について理解する。
4	7-8	トーンについて パーソナルカラーの色分類1	トーンのイメージを理解する。パーソナルカラーの4シーズンの考え方を色の三属性で理解する。
5	9-10	トーンについて パーソナルカラーの色分類2	トーンのイメージを理解する。パーソナルカラーの4シーズンの考え方を色の三属性で理解する。
6	11-12	パーソナルカラー4シーズンの色の特徴 色名について	4シーズンの色の特徴を見分け、色分類ができるようにする。イメージワード、トーンなどで見分けられるようにする。
7	13-14	4シーズンのカラーパレットとイメージ	各シーズンの色について理解し、カラーパレットを作成する。
8	15-16	似合う色の基準となる色素の見分け方1	色素の特徴の捉え方について理解する。
9	17-18	似合う色の基準となる色素の見分け方2	色素の特徴の捉え方について理解する。
10	19-20	色素チェック	パートナーを組みグループごとに色素チェックを行いタイプ分析を行う。
11			
12			
13			
14			
15			

後期 授業 計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	色彩学の基本（復習）	POCSの色表示方法、慣用色名を理解する。4シーズンの慣用色名を把握する。
2	3-4	色が見える仕組み	光と色の関係、反射と吸収などによる見え方の変化を理解する。
3	5-6	対比効果	対比による見え方の変化を理解する。
4	7-8	ドレーピングの色分類とドレーピング方法	ドレーピングに適した生地や大きさを把握し、色分類が的確に行える能力を身につける。
5	9-10	ドレーピング方法とドレーピング実習1	ドレーピング技術を習得しドレーピング能力を身につける。
6	11-12	ドレーピング方法とドレーピング実習2	色素の属性を客観的に判断する能力を身につける。
7	13-14	似合う色の取り入れ方	個性に合わせたファッションコーディネートを考える。
8	15-16	さまざまなアイテムへの活用1	ファッションアイテム、ヘアメイク、ネイル、ブライダルの活用について理解し、タイプに合わせて提案できる能力を身につける。
9	17-18	さまざまなアイテムへの活用2	アイテムもプラスしたトータルコーディネートを考える。
10	19-20	復習と総まとめ1	過去問題と実習課題を見直し、提出物なども再点検を行う。
11	21-22	復習と総まとめ2	3級、ポイントを確認し、苦手な単元について理解を深める。
12	23-24	総合演習 試験対策1	過去問題を解きながら出題傾向をつかみ、全体的な理解度を深める。
13	25-26	総合演習 試験対策2	試験に臨む最終的な仕上げを行う。
14	27-28	パーソナルボード作成1	自分プランディングボードを完成させ、プレゼンテーションを行い、相互評価する。
15	29-30	パーソナルボード作成2・まとめ	自分プランディングボードを完成させ、プレゼンテーションを行い、相互評価する。
その他 (授業に際しての注意点)			パーソナルカラーアドバイザー(3級)を取得し、他者へのカラー アドバイス、コーディネート提案能力を身につけ、仕事に活かすことを最終目標とする。そのため日常においても常に色を意識することが望ましい。授業においては、使用するカラーカード、糊、ハサミなど、忘れ物が無いようにすること。実習、実技などにも積極的に臨むよう心がけることが望ましい。

授業科目等の概要

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	文化祭販促物1	文化祭の展示物、ショップの販促物を各自デザインする。
2	3-4	文化祭販促物2	係ごとに文化祭の展示物、ショップの販促物を各自デザインする。
3	5-6	文化祭販促物3	係ごとに文化祭の展示物、ショップの販促物を各自デザインする。
4	7-8	ポスター制作1	映画のポスターを模倣し、配置テクニックを学ぶ。
5	9-10	ポスター制作2	映画のポスターを模倣し、配置テクニックを学ぶ。
6	11-12	ポスター制作3	オリジナルショップ販促物を各自デザインする。
7	13-14	ポスター制作4	オリジナルショップ販促物を各自デザインする。
8	15-16	シーズンカード製作1	シーズン販促物を各自デザインする。
9	17-18	シーズンカード製作2	シーズン販促物を各自デザインする。
10	19-20	シーズンカード製作3	シーズン販促物を各自デザインする。
11	21-22	リアルショップ販促物1	販売実習で行うショップの販促物を各自デザインする。
12	23-24	リアルショップ販促物2	販売実習で行うショップの販促物を各自デザインする。
13	25-26	オリジナルショップ販促物1	プロデュースⅠのショップの販促物を各自デザインする。
14	27-28	オリジナルショップ販促物2	プロデュースⅠのショップの販促物を各自デザインする。
15	29-30	作品まとめ	販売実習で行うショップの販促物を各自デザインする。
その他 (授業に際しての注意点)		授業意欲として日頃から作る側の心理を理解するという視点で「商品を見る」事を推奨する。演習内容に対しても積極的に質問をし、自己で理解することが望ましい。授業毎に出題される課題は、提出期限を厳守すること。また、技術項目の為遅刻・欠席をすると、次回の授業に遅れが出るため、必ず出席する事が望ましい。	

授業科目等の概要

前期授業計画(4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	オリエンテーション/マップ作り基礎	授業の進行計画について理解する。ファッションが生活中でどのような価値を持っているのかをマップ作りを通して理解する。
2	5-8	ファッション用語1/マーチャンダイジング/ワードローブ	書き込みプリントに緯研新聞、WWD、ファッション販売の記事に掲載されている最新のファッション用語を書き出し、調べる。G�前にプリントを配布し、学生自身のワードローブについて調査する課題を与える。
3	9-12	ファッション用語2/ファッションマーケティング	書き込みプリントに緯研新聞、WWD、ファッション販売の記事に掲載されている最新のファッション用語を書き出し、調べ、ファッションマーケティングについて知識を得る。
4	13-16	セグメンテーション1/福岡のショップ研究1	マーケティングリサーチで行う福岡に現存するファッションショップについて事前情報を与える。
5	17-20	セグメンテーション2/福岡のショップ研究2	マーケティングリサーチで行ったファッションショップについて各自まとめる。
6	21-24	ファッション用語3/ファッションマーケティング	書き込みプリントに緯研新聞、WWD、ファッション販売の記事に掲載されている最新のファッション用語を書き出し、調べ、ファッションマーケティングについて知識を得る。
7	25-28	セグメンテーション3/緯研新聞分析	ビジネスで新しいキーワードになる情報について事前情報を与える。企画グループを作り、以降グループ演習を行う。
8	29-32	セグメンテーション4/雑誌分析	ビジネスで新しいキーワードになる情報について事前情報を与える。企画グループを作り、以降グループ演習を行う。
9	33-36	プレゼンテーション1	プレゼンテーションを行った福岡のショップ及び人々について、グループでまとめたものを基に、オリジナルのショップ企画グループを決定し企画を立ち上げる。
10	37-40	ターゲティング1/ターゲット設定	オリジナルのショップ企画グループでターゲットについて企画を進める。
11	41-44	ターゲティング2/ターゲット設定	オリジナルのショップ企画グループでターゲットについて企画を進める。
12	45-48	ターゲティング3/カスタマージャーニーマップ	オリジナルのショップ企画グループでターゲットについて企画を進める。
13	49-52	ポジショニング1/ショップコンセプト1/計数基礎1	オリジナルのショップ企画グループでショップコンセプトについて企画を進め、計数の基礎知識を取得し演習する。
14	53-56	ポジショニング2/ショップコンセプト2/計数基礎2	オリジナルのショップ企画グループでショップコンセプトについて企画を進め、計数の基礎知識を取得し演習する。
15	57-70	企画前半のまとめ	グループ企画でまとめたものを企業様を招いて発表する。

後期 授業計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	文化祭ショップ企画1/マーチャンダイジング基礎1	文化祭に向けた組織作りを行い、オリジナルのショップ企画を立ち上げ、マーチャンダイジングの基礎をリアルに演習する。
2	5-8	文化祭ショップ企画2/マーチャンダイジング基礎2	文化祭に向けた組織作りを行い、オリジナルのショップ企画を進行し、マーチャンダイジングの基礎をリアルに演習する。
3	9-12	文化祭ショップ企画3/VMD基礎	文化祭に向けた組織作りを行い、オリジナルのショップ企画を進行し、VMDの基礎をリアルに演習する。
4	13-16	文化祭ショップ企画4/プロモーション・売り場オペレーション	文化祭に向けた組織作りを行い、オリジナルのショップ企画を進行し、売り場作りの基礎をリアルに演習する。
5	17-20	文化祭ショップ企画5/損益計算	文化祭に向けた組織でオリジナルのショップ企画の結果報告書を作成する。
6	21-24	ポジショニング3/マーチャンダイジング基礎3/織研新聞分析	マーチャンダイジングについて解説し、基本的な商品計画の立て方を理解する。ここからは個人作品とする。企画に役立つ情報を収集、読みこなす方法を学習する。
7	25-28	ポジショニング4/マーチャンダイジング基礎4/WWD分析	マーチャンダイジングについて解説し、基本的な商品計画の立て方を理解する。ここからは個人作品とする。企画に役立つ情報を収集、読みこなす方法を学習する。
8	29-32	ポジショニング5/マーチャンダイジング基礎5/トレンド分析	マーチャンダイジングについて解説し、基本的な商品計画の立て方を理解する。ここからは個人作品とする。企画に役立つ情報を収集、読みこなす方法を学習する。
9	33-36	ポジショニング6/ゾーニング	店舗レイアウトについて理解し、企画を進める。
10	37-40	ポジショニング7/ゾーニング	店舗レイアウトについて理解し、企画を進める。
11	41-44	ポジショニング8/プロモーション	プロモーションについて各種の特性を理解し、企画を進める。
12	45-48	販促計画1/オープン時販促計画	オープン時のプロモーションや店舗づくりについて企画を進める。
13	49-52	販促計画2/オープン時販促計画	オープン時のプロモーションや店舗づくりについて企画を進める。
14	53-56	販促計画3/オープン時販促計画	オープン時のプロモーションや店舗づくりについて企画を進める。
15	57-60	進級作品展展示物資料制作・まとめ	オリジナルのショップ企画を個人で印刷、ファイリングする。
その他 (授業に際しての注意点)		ファッション雑誌、織研新聞、WWD、ファッション販売といった書籍やインターネットサイトから最新のマーケティングに関する情報収集を行う意識を高めるため、資料読み込み時間を取り、より広く知識を得る方法をとる。文化祭では企画立案、組織作りから学生自身で行い、実際に予算計画を立てたショップ運営を行う。作成した資料は各自就職活動において重要な物となる。そのため、別途就活用資料を作成することが望ましい。	

授業科目等の概要													
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年												
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショニアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイルリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。												
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	配当年次	1年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期		後期		
種別	服飾造形												
授業科目	ソーイング I												
担当教員	松延 直明・平尾 真州美・村川 俊樹												
※実務家教員	<input type="radio"/>	平尾：企業のMD企画職の経験からMD、企画書、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点を理解することを教授する。コーディネーター職の経験からトレンドディレクションスキルを伝授し、コーディネートを行うことを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、サスティナブルを意識した作品製作を教授する。											
資格検定													
必修									必修			選択	
授業概要	実物を制作し、縫製用具の使い方、服の構造やシルエット、素材の取り扱いを学ぶ。デザイン、パターン、素材選定、裁断、芯貼り、縫製、仕上げ、加工の商品化の一連の流れを学ぶ。また近年のファッションビジネスに繋がるリメイク商品としても使える簡単なハンドテクニックを学ぶ。進級作品としてオリジナルリメイクテクニックを施したトータルコーディネート1体を制作する。												
学習成果	① 服や雑貨の構造や行程を知る。 ② 布の縦横の違い、裁断時の注意を身につける。 ③ リメイクテクニックを身につける。 ※ ミシン使用の基礎知識、技術を身につける。			成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)		1	定期試験結果		%	2	提出物/期限遵守		%
使用教材	●文化ファッション大系 服飾造形講座① ●KFDオリジナルプリント配布												

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-4	オリエンテーション/裁縫道具の説明		教材の確認と縫製用具の使い方を解説する。以降、全ての授業で用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
2 5-8	手縫い基礎1まつり		手縫いの基本技術であり、お直しや修正でも重要なまつり縫いを習得する。
3 9-12	手縫い基礎2ボタン付け		手縫いの基本技術であり、お直しや修正でも重要なボタン付けを習得する。
4 13-16	ミシン基礎1直線縫い/ロックミシン		ミシン使用を開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
5 17-20	リメイクテクニック1/パッチワーク		リメイクに必要なパッチワークを習得する。
6 21-22	リメイクテクニック2/刺繍		ハンドテクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
7 23-27	デコリメイクコンテスト作品制作1		デコリメイクコンテストに出品する作品を前項までのテクニックをもとに制作。
8 28-31	デコリメイクコンテスト作品制作2		デコリメイクコンテストに出品する作品を前項までのテクニックをもとに制作。
9 32-35	デコリメイクコンテスト作品制作3		デコリメイクコンテストに出品する作品を前項までのテクニックをもとに制作。
10 36-40	デコリメイクコンテスト作品制作4		デコリメイクコンテストに出品する作品を前項までのテクニックをもとに制作。
11 4-42	リメイクテクニック3/脱色		脱色テクニックを学習する。使用前後には器具の確認をする。
12 43-45	リメイクテクニック4/染色		染色テクニックを学習する。使用前後には器具の確認をする。
13 46-50	リメイクテクニック5/染色		染色テクニックを学習する。使用前後には器具の確認をする。
14 51-55	リメイクテクニック6/染色		染色テクニックを学習する。使用前後には器具の確認をする。
15 56-60	まとめ		前期の制作作品や演習作品を整理する。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは準備学習
1	1-4	アイロンによるメンテナンス1	アイロンによるメンテナンスを習得する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
2	5-8	アイロンによるメンテナンス2	アイロンによるメンテナンスを習得する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
3	9-12	一重ジャケット・コート1	バターン基礎テクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
4	13-16	一重ジャケット・コート2	バターン基礎テクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
5	17-20	一重ジャケット・コート3	裁断テクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
6	21-22	一重ジャケット・コート4	芯貼りテクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
7	23-27	一重ジャケット・コート5	ステッチテクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
8	28-31	一重ジャケット・コート6	仕上げアイロンテクニックを開始する。使用前後には器具の確認をする。縫製用具を持参し、手入れをしておくことが必要。
9	32-35	皮革による小物制作1	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
10	36-41	皮革による小物制作2	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
11	42-44	皮革による小物制作3	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
12	45-47	皮革による小物制作4	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
13	48-52	皮革による小物制作5	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
14	53-56	皮革による小物制作6	皮革を使った小物の制作を、皮革の知識授業を含めながら行う。道具に関しては学校備品で用意。
15	57-60	まとめ	前、後期の制作作品や演習作品を整理する。
その他 (授業に際しての注意点)		制作物によっては支給できる布地もあるが、生地調達は基本的に各自で行う。また道具の保管など基本的なことを徹底する。	

授業科目等の概要																
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年															
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイルリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。															
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	配当年次	1年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期		後期					
種別	流通・販売					授業方法	講義	<input type="radio"/>	演習	<input type="radio"/>	実習					
授業科目	ディスプレイ I					授業時間数	前期	30	後期	30	計 60					
担当教員	松延 直明					職業実践専門課程：企業との連携					<input type="radio"/>					
※実務家教員																
資格検定																
授業概要	ディスプレイの基本である基礎用語、用具や使用方法を理解し、消費者視点でのマーチャンダイジングのわかる売り場作りを目指して、部分的な店頭ディスプレイを繰り返し行い、文化祭ショップ、進級ショップの運営に役立てる。北館3階ロビー及び北館1階を利用し、シーズンディスプレイ作品を展示し、グラフィック授業と連動してポスター作品を制作。さらに文化祭および進級ショップでは店舗ディスプレイを行う。															
学習成果	① ディスプレイの基礎知識を習得する。 ② マーチャンダイジングの分類を理解する。 ③ シーズンを理解する。 ※ 各自分がIP、PP、VPを理解し、実践できる力をつける。			成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1	定期試験結果		2	提出物/期限遵守	50 %					
使用教材	●織研新聞社 VMD 新テキスト ●株式会社Ric ファッション販売															

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	ディスプレイの概要・用語解説・ディスプレイ用材の知識	授業の進行計画について理解する。またディスプレイに使われる基本用語・什器名称を学習する。
2	5-8	ディスプレイ演習1	ディスプレイに使用される什器の使い方を学習する。
3	9-12	ディスプレイ照明、色彩、IP・PPIについての知識と演習	ディスプレイにおける照明効果や配色に関する基礎知識を学習し、ディスプレイ手法の基礎となるIP、そして売り場の核となるPPを演習を交えながら学習する。
4	13-16	マネキン・トルソーを用いたVP	ショップの顔となるVPの制作。マネキン・トルソーを用いた演習を行う。
5	17-20	店頭におけるコーディネートディスプレイ実習1	協力企業の実際の店頭においてコーディネートディスプレイを行うための下見とプランを練る。
6	21-22	店頭におけるコーディネートディスプレイ実習2	協力企業に対してコーディネートディスプレイのプランを提示。アドバイスなど頂き、ブラッシュアップを図る。
7	23-27	店頭におけるコーディネートディスプレイ実習2	協力企業に対してコーディネートディスプレイのプランを提示。アドバイスなど頂き、ブラッシュアップを図る。
8	28-30	店頭におけるコーディネートディスプレイ実習4	協力企業の実際の店頭においてコーディネートディスプレイを施工。
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期 授業 計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	シーズンディスプレイVP1	シーズンディスプレイのVPプラン（12月、1月）を立てる。
2	5-8	シーズンディスプレイVP2	シーズンディスプレイのVPを施工する。
3	9-12	シーズンディスプレイVP2	シーズンディスプレイのVPを施工する。
4	13-16	進級作品展ディスプレイ1	進級作品展に向けたVPプランを立てる。
5	17-20	進級作品展ディスプレイ2	進級作品展に向けたVPプランを立てる。
6	21-22	進級作品展ディスプレイ3	進級作品展のディスプレイを施工する。
7	23-27	進級作品展ディスプレイ4	進級作品展のディスプレイを施工する。
8	28-30	ディスプレイまとめ	ディスプレイのレポート整理を行う。
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		校内ディスプレイにおいては一部商品の購入を行うが、学生自身の洋服を使用することが基本となるため、授業事に忘れずに持参する。	

授業科目等の概要																														
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年																													
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショナードバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイルリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																													
分類	必修	<input checked="" type="radio"/>	選択	配当年次	1年	学期	通年	<input checked="" type="radio"/>	前期			後期																		
種別	流通・販売					授業方法	講義	<input checked="" type="radio"/>	演習		実習	<input checked="" type="radio"/>																		
授業科目	販売実習I					授業時間数	前期	40	後期	40	計	80																		
担当教員	河本 愛華					職業実践専門課程：企業との連携					<input checked="" type="radio"/>																			
※実務家教員	<input checked="" type="radio"/>	河本：小売業でのショップレディースリーダー、プライベートブランド事業、バイヤー経験から販売現場の役割と重要性を落とし込み実践的なプログラムで個性を即戦力になるよう指導する。																												
資格検定																														
授業概要	前期は知識とロールプレイングでお客様に喜ばれる接客応対力を習得。販売員の基礎知識として必要な「挨拶」「笑顔」「おおたま」「購買心理」などを学び、ロールプレイングを通じて接客対応力を身につける。後期はより実践的な店舗の対応を習得し、さらに近年のグローバル化、ソーシャルネットワーク化、EC化を反映し、ライブコマースなどの新形態の販売実習を行う。進級ショップではイオンモール香椎浜での催事場にてショップづくりを行い、販売員として売上を上げることを目標とする。																													
学習成果	① コーディネート提案力の習得。 ② アプローチからクロージングまでのステップ習得。 ③ 商品知識、素材の特徴を活用した販売力をつける。 ※ 基本的接客技術の習得。					成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1	定期試験結果		%																			
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布 ●商業界 ファッション販売																													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	オリエンテーション/販売員として	接客販売の基礎的マナーを学ぶ。
2	5-8	接客と購買心理	販売現場の一連の流れとCTとSTの動向。
3	9-12	基礎マナー、お畳みと店頭待機、発声練習	基礎マナーと印象、店頭での待機方法とお畳み、接客8大用語と発声練習。
4	13-16	ロールプレイング1	ファーストアプローチのかけ方を学ぶ。
5	17-20	ロールプレイング2	日常的会話とリアクション。
6	21-22	キーワード抽出、商品知識と提案	接客のキーワードの抽出と言い換えの方法、接客時の商品知識。
7	23-27	ロールプレイング	別のシチュエーションごとに適して繰り返しロールプレイング。
8	28-31	ロールプレイング	別のシチュエーションごとに通して繰り返しロールプレイング。
9	32-35	クラス内発表会1	後期の担当講師に引き継ぐためクラス内発表会を行いう。
10	36-40	反省会・まとめ 長所交換と認識	発表会の反省、前期のまとめ。
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	ロールプレイング1	お客様の観察、日常会話からニーズの引き出し、商品提案からテストクロージング、販売員ならではの商品説明。
2	5-8	ロールプレイング2	個人スキルをアップするため繰り返しロールプレイング。(状況条件を都度変更)
3	9-12	ロールプレイング3	個人スキルをアップするため繰り返しロールプレイング。(状況条件を都度変更)
4	13-16	ロールプレイング発表会	職業実践授業として校内にてロールプレイング大会を行い評価をいただく。
5	17-20	発表会評価 再来店の促し	発表会の振り返り。再来店に禁ぐ方法。
6	21-22	再来店のアプローチ 現場での問題例	店舗からの再来店のアプローチ方法と現場で起こる問題提起。
7	23-27	ショップポジショニング・購買心理による接客の流れ	職業実践授業。株式会社ビーザ・ワンの会社概要や業界説明。アイドマの法則と接客の流れ。
8	28-31	接客デモンストレーション、ファーストアプローチ	株式会社ビーザ・ワン講師による接客の流れのデモンストレーション。明るく好印象な接客とファーストアプローチを習得、お声掛けのOK・NGポイントを理解。
9	32-35	日常会話、お客様を褒める、鏡への誘導	天気、気温、季節、イベントに応じた日常会話、相手を褒める練習、自然な鏡への誘導と鏡前での接客。
10	36-40	進級ショップ準備	イオンモール香椎浜での現場研修準備。
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		ロールプレイングを通して実際の店舗での接客態度、販売トークを身に付けることが目的のため、文化祭や進級作品展ショップでの実践を組み入れている。職業実践専門課程授業として校内ロールプレイング発表会を行う。様々なテーマに沿ったお客様対応ができるよう訓練するため、日頃からショップに出かけ、しっかりと接客を受けることが重要になる。1年間で100店舗の店舗調査を目標とし、店づくりや接客を受けるなどの経験値を上げることに重点を置いている。	

授業科目等の概要																			
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年																		
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイサー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																		
分類	必修	<input checked="" type="radio"/>	選択	配当年次	1年	学期	通年	<input checked="" type="radio"/>	前期		後期								
種別	流通・販売					授業方法	講義	<input checked="" type="radio"/>	演習		実習	<input checked="" type="radio"/>							
授業科目	市場調査 I					授業時間数	前期	30	後期	30	計	60							
担当教員	松延 直明					職業実践専門課程：企業との連携				<input checked="" type="radio"/>									
※実務家教員																			
資格検定																			
授業概要	ショップ企画、商品企画の基礎情報となる市場を観察し、分析を行う。学生自身の五感で調査する1次情報を基本としながら、Web、SNS、WWDや織研新聞など2次情報も合わせて収集し、授業内で情報共有（プレゼンテーション形式）を行う。情報収集だけではなく、仮説と分析・考察を伴わせるとこで、情報企画として各種授業（プロデュース I、ディスプレイ Iなど）と連動していく。市場を観察し、そして時代を読む力を養い、身に付ける。																		
学習成果	<p>① マーケティングリサーチに関する基礎知識を習得する。</p> <p>② 情報収集能力、分析力を身につける。</p> <p>③ プrezentationの資料作成、発表方法を習得する。</p> <p>※ 市場を知り、先を読む力を養うことで分析力を習得する。</p>						成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1 2 3 4	定期試験結果 提出物/期限遵守 独創性/習熟度 意欲・授業態度		% 50 20 30	% % %							
使用教材	<ul style="list-style-type: none"> ● 織研新聞社 ファッションマーケティング ● WWF、織研新聞 ● KFDオリジナルプリント配布 																		
前 期 授 業 計 画 (4月-9月)							授業習熟度のねらいまたは、準備学習												
1	1-2	オリエンテーション					授業進行を説明し、概要を把握する。また授業に必要なアバランチ界の基礎知識についても学ぶ。												
2	3-4	ブランド・ショップ調査					協力企業の商品提案のために、そのブランドやショップを調査し、そのイメージをつかむ。												
3	5-6	ターゲット調査					協力企業の商品提案のために、ブランド、ショップのターゲットを調査し、消費者、顧客とは何かを知る。												
4	7-8	情報精査					市場の動きを知るために、店頭、SNSなど多角的に情報を集めて精査する。何のために、どの情報を知るのがということを統計的に考える。												
5	9-10	デザイン調査1					協力企業の商品提案のために、市場の商品デザインを知る。前項までの情報や仮説に基づいた調査方法を学ぶ。												
6	11-12	デザイン調査2					協力企業の商品提案のために、市場の商品デザインを知る。前項までの情報や仮説に基づいた調査方法を学ぶ。												
7	13-14	デザイン提案1					収集、分析した情報を基にした具体的な提案を行う。プレゼンテーションの基礎手法も学ぶ。												
8	15-16	デザイン提案2					収集、分析した情報を基にした具体的な提案を行う。プレゼンテーションの基礎手法も学ぶ。												
9	17-18	最終プレゼン					グループでの提案をプレゼンテーションする。アイデアや考えをいかにして相手に伝えるかを考え、その手法を学ぶ。												
10	19-20	福岡トレンド調査1					ファッショングビジネス科で毎年行っている福岡のトレンド調査を行う。独自性があると言われる福岡のトレンドを分析することで、環境とトレンドの関係性を考察する。												
11	21-22	福岡トレンド調査2					ファッショングビジネス科で毎年行っている福岡のトレンド調査を行う。独自性があると言われる福岡のトレンドを分析することで、環境とトレンドの関係性を考察する。												
12	23-24	福岡トレンド調査3					ファッショングビジネス科で毎年行っている福岡のトレンド調査を行う。独自性があると言われる福岡のトレンドを分析することで、環境とトレンドの関係性を考察する。												
13	25-26	大手門祭ショップ1					大手門祭時に開店するショップの基礎情報を市場から得る。プロデュースIとの連動する情報企画となる。												
14	27-28	大手門祭ショップ2					大手門祭時に開店するショップの基礎情報を市場から得る。プロデュースIとの連動する情報企画となる。												
15	29-30	まとめ					前期のレポートを精査し、まとめておく。中間チェックとなる。												

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	大手門祭ショップ3	大手門祭時に開店するショップの基礎情報を市場から得る。プロデュース1との連動し情報企画となる。
2	3-4	福岡トレンド調査3	ファッションビジネス科で毎年行っている福岡のトレンド調査を行う。独自性があると言われる福岡のトレンドを分析することで、環境とトレンドの関係性を考察する。
3	5-6	福岡トレンド調査4	ファッションビジネス科で毎年行っている福岡のトレンド調査を行う。独自性があると言われる福岡のトレンドを分析することで、環境とトレンドの関係性を考察する。
4	7-8	ミステリーショッパー(接客調査)	ショップの構成要素でもあるFAの接客について調査する。協力企業の販促活動にもつながる調査であり、その草稿を留む。
5	9-10	プロモーション調査	協力企業の販売促進のために、アパレルにおけるプロモーションとは何かを調査する。
6	11-12	プロモーション調査	協力企業の販売促進のために、アパレルにおけるプロモーションとは何かを調査する。
7	13-14	プロモーション調査	協力企業の販売促進のために、アパレルにおけるプロモーションとは何かを調査する。
8	15-16	社会情報調査1	アパレル業界に限らず社会全体のトレンドや一般知識情報について調査。各トレンドの関連、因果などを考察する。
9	17-18	社会情報調査2	アパレル業界に限らず社会全体のトレンドや一般知識情報について調査。各トレンドの関連、因果などを考察する。
10	19-20	社会情報調査3	アパレル業界に限らず社会全体のトレンドや一般知識情報について調査。各トレンドの関連、因果などを考察する。
11	21-22	進級作品展作品1	進級作品展におけるレポート展示に必要な作業。全体を通して一つの作品としてファイリングする。
12	23-24	進級作品展作品2	進級作品展におけるレポート展示に必要な作業。全体を通して一つの作品としてファイリングする。
13	25-26	進級作品展作品3	進級作品展におけるレポート展示に必要な作業。全体を通して一つの作品としてファイリングする。
14	27-28	まとめ1	年間で行った作品を自己評価と他者評価を行う。自身の成果がどのようなものかをプレゼンテーションする。
15	29-30	まとめ2	年間で行った作品を自己評価と他者評価を行う。自身の成果がどのようなものかをプレゼンテーションする。
その他 (授業に際しての注意点)		情報の分析や実際行った活動に対してのレポートは就職活動時でも有用な作品となる。まとめの時間は作るもの、毎時間ごとにしっかり資料を制作しておくことが望ましい。	

授業科目等の概要																									
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年																								
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサブイットの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																								
分類	必修	○	選択		配当年次	1年	学期	通年	○	前期		後期													
種別	流通・販売				授業方法	講義	○	演習	△	実習															
授業科目	ビジネスマナー				授業時間数	前期	10	後期	10	計	20														
担当教員	月橋 一浩				職業実践専門課程：企業との連携																				
※実務家教員	○	他校講師経験、実務的マナー講師歴を基に、実践的なビジネスマナーへの知識・技術の教授。																							
資格検定														必修		選択									
授業概要	将来設計とビジネスマナーの基本的な考え方、立ち振る舞い、言葉遣いを学び、就職活動に向けての戦略を考え、学んだマナーをエントリーシートや面接に活用します。座学の講義よりも演習やグループワークを中心にし「考えながら仕事をする」スキルを身につけ、面接では、面接官↔学生 それぞれの役割を演じて、実践的に学びます。																								
学習成果	①	マナーがなぜ必要かを考え基本的なマインドを身につける。				成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)	1	定期試験結果		0	%														
	②	就活に勝つ、エントリーシートに活用できるスキル習得。					2	提出物/期限遵守		0	%														
	③	就活の面接を実践的に行いスキルアップを目指す。					3	独創性/習熟度		30	%														
	※	就職活動に有効なビジネスマナーの習得。					4	意欲・授業態度		70	%														
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布																								

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習		
1	1-2	自分を分析してみよう	①自己紹介をしてみましょう。②自分年表を作ってみよう。③今まで一番お金をかけたこと。④今までで一番時間をかけたこと。(演習、グループワーク中心)		
2	3-4	マナーはなぜ必要なのか	①買い物に行って店員の対応にムカついた経験ありますか?②逆に嬉しい経験は?③アルバイトと学校の違い。④ビジネスマナーの必要性。(演習、グループワーク中心)		
3	5-6	ビジネスマナーの基本	①服装みだしなみ。②立ち方座り方。③お辞儀の基本。④あいさつの基本用語。⑤名刺交換。(行動訓練中心)		
4	7-8	ビジネスで使う敬語	①尊敬語。②謙譲語。③丁寧語。基本と使い方を考える。(カードを使ってゲーム感覚で覚えるトローブレ)		
5	9-10	ビジネスにおける上座・下座と応対の基本	①上座と下座。②対応の基本。③具体的な動き方。④カバンはどこに置く。(カードを使ってゲーム的に実施+ローブレ)		
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	就職活動についての基礎知識	①就活の基本。(書類選考、適正検査、面接) ②業種と職種。 ③どんな会社に行きたいか。(スマホで企業研究)
2	3-4	エントリーシート・履歴書を書いてみよう	①エントリーシートの書き方。②志望動機のポイント。③自己分析。 (演習・グループワーク中心)
3	5-6	就活面接 グループディスカッション	①グループディスカッションのポイント。②ロールプレイング。 (グループワーク・ロールプレイング中心)
4	7-8	就活面接 オンライン面接と動画納品	①オンライン面接のポイント。②ロールプレイング。③動画撮影。 (グループワーク・ロールプレイング中心)
5	9-10	就活面接 個人面接	①個人面接のポイント。②ロールプレイング。③動画撮影。 (グループワーク・ロールプレイング中心)
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		全体を通して参加型授業のため、積極的に参加、発言出来るよう心がける。	

授業科目等の概要																														
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年																													
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング経験を通して、マーチャンダイサー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイルリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																													
分類	必修	<input type="radio"/>	選択		配当年次	1年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期		後期																		
種別	流通・販売					授業方法	講義	<input type="radio"/>	演習	<input type="radio"/>	実習																			
授業科目	マーケティング論 I					授業時間数	前期	10	後期	10	計	20																		
担当教員	中西 健也					職業実践専門課程：企業との連携																								
※実務家教員	<input type="radio"/>	有限会社中西商会（販売代行）を経営する店舗運営の実務者であり、実践的なスキルを持つため幅広く教授することが可能。																												
資格検定																														
授業概要	企業(会社)側から見たファッション販売員、消費者(お客様)側から見たファッション販売員、同じファッション販売員でも要求される仕事内容には大きな違いがある。企業(会社)側からも消費者(お客様)側からも満足される、プロフェッショナルなファッション販売とは何かを学ぶ。この授業は、ファッション販売員とは、商品(企業、会社)と消費者(お客様)との間に立つ通訳であると言う基本的な考え方の中で、社会に出て即使える、最低限の知識、常識、テクニックを楽しく学んでいきながら、CRM(顧客創出と維持)に重点を置いた現場目線でのマーケティングを学習する。																													
学習成果	① 消費者の視点を理解する。 ② 企業の視点を理解する。 ③ 販売戦略を理解する。 ※ モノの効果的な売り方を提案できるスキルの習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1	定期試験結果		50	%	2	提出物/期限遵守		%																		
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布																													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	オリエンテーション/マーケティングの意義	プロデュースⅠ、ディスプレイ、販売実習で学んでいる知識と連動する。
2	3-4	ファッションマーチャンダイジング分類	ファッションマーケティング要素の一つである商品の様々な分類方法を正しく学ぶ。
3	5-6	消費行動と消費環境	消費者、顧客の様々な消費行動や環境について学ぶ。
4	7-8	店舗運営/定数定量 (ディスプレイ、VP、VMDの基本)1	ディスプレイ基礎知識が必要なため、しっかりと理解しておくことが必須である。
5	9-10	店舗運営/定数定量 (ディスプレイ、VP、VMDの基本)2	ディスプレイ基礎知識が必要なため、市場調査でよく調査ししっかりと理解しておくことが必須である。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	店舗運営/定数定量(ディスプレイ、VP、VMDの基本)3	プロデュースⅠ、ディスプレイ、販売実習で学んでいる知識、文化祭のショップVMDと連動する。
2	3-4	店舗運営/定数定量(ディスプレイ、VP、VMDの基本)4	プロデュースⅠ、ディスプレイ、販売実習で学んでいる知識、文化祭のショップVMDと連動する。
3	5-6	店舗経営について/店舗企画とは	創業に必要な自分分析など準備段階について学習し、演習を行う。
4	7-8	マーケティング論まとめ1	前後期を通して学んだ内容、進級試験に向けての復習と整理。
5	9-10	マーケティング論まとめ2	前後期を通して学んだ内容、進級試験に向けての復習と整理。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)			各授業ごとに積極的にノートをとる必要がある。試験時には持ち込み資料として使用する。各授業もしくはセクションごとに内容報告レポートの課題を課す。提出期限を設けた際は厳守すること。超過した場合は一切受け取らず、評価の対象にしない。

授業科目等の概要

学 科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC)										1年										
D P / 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を軸幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションドバイサー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																				
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択		配当年次	1 年	学期	通年		前期		後期	<input type="radio"/>								
種 別	流通・販売					授業方法	講義	<input type="radio"/>	演習	<input type="radio"/>	実習										
授業科目	ウェブマーケティング I					授業時間数	前期		後期	30	計	30									
担当教員	中嶋 貴子					職業実践専門課程：企業との連携															
※実務家教員	<input type="radio"/>	ネットショップ実務士補の資格習得後、専門学校にて授業を担当。その他にE0行動心理学講師として学校、企業 などで実績を積み、経営者の立場として激動の時代を生きる力を伝授します。																			
資格検定											必修		選択								
授業概要	現在のビジネスにおいて、ネットビジネスは欠かせないものとなっている。店舗での対面販売とインターネットの販売・購入方法の違いを知ったうえで、ネットショップを運営するノウハウを学ぶ。また授業を履修する事でネットショップ検定実務士補の認定取得を目指す。																				
学習成果	<p>① ネットショップの知識や用語を理解する。</p> <p>② 特定商取引法を理解する。</p> <p>③ 売れるウェブサイトの運営方法を知る。</p> <p>※ 実際にベースを使用し、売れるサイトの運営方法を知る。</p>						成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)		1	定期試験結果		%									
使用教材									2	提出物/期限遵守		90	%								
									3	独創性/習熟度			%								
									4	意欲・授業態度		10	%								

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	ネットショップ検定とは	今、元気な業界とは。成功例を挙げて知識を得る。
2	3-4	第1章・第2章 ソーシャルメディア・ソサエティ5.0 5Gでつながる世界	ネットショップの知識や言葉を理解する。
3	5-6	第3章・第4章・第5章 オムニチャンネル	独自ドメイン・オンラインモールなどの違いを知る。
4	7-8	第6章 商品取引・商品セキュリティについて	商品取引・商品セキュリティの知識を深める。
5	9-10	第7章 ペルソナについて	実際にペルソナを作成し、ターゲットを定めたウェブサイトを考える。
6	11-12	第8章 トップページの要素・キャッチコピーについて	キャッチコピーの例を見て自身に合ったキャッチコピーを考える。
7	13-14	第9章 特定商取引法に基づく表示・アクセシビリティ	特定商取引法の知識を深める。
8	15-16	第10章 問い合わせ対応・ブログ・アクセス解析について	ショッピングのプランディング、Twitter、インスタ、フェイスブック、ブログの大切さを学ぶ。
9	17-18	第18章・第19章・第20章 代金の回収等	ビジネスマナー、ビジネスメールの基礎知識。
10	19-20	ネットショップを制作してみよう1～準備編～企画書作成	ベースのアカウントを取得し、下準備をする。
11	21-22	ネットショップを制作してみよう2	実際にベースで売れるウェブサイトを立ち上げ、商品展開をしてみる。
12	23-24	ネットショップを制作してみよう3	実際にベースで売れるウェブサイトを立ち上げ、商品展開をしてみる。
13	25-26	検定対策	ネットショップ検定実務士補の取得を目指す。
14	27-28	確認テスト	作品提出。
15	29-30	検定試験・まとめ	ネットショップ実務士補の認定取得を目指す。
その他 (授業に際しての注意点)	実際にベースを使用し、売れるサイトの運営方法を知る。他社のサイトをみて研究するとより深めることが出来る。		

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程		ファッショニングビジネス科 (SP/FC)			1年
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサーサイドの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイサー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショニアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。					
分類	必修	○	選択	配当年次	1年	学期
種別	流通・販売	授業方法			講義 ○ 演習 ○ 実習	
授業科目	ファッショニング販売	授業時間数			前期 50 後期 70 計 120	
担当教員	松延 直明	職業実践専門課程：企業との連携				
※実務家教員						
資格検定	一般財団法人日本ファッショニング教育振興協会：ファッショニング販売能力検定3級	必修	○	選択		
授業概要	12月に受験するファッショニング販売能力検定3級試験の合格を目標とし、主に販売知識分野に特化して学ぶ。（商品知識分野は他の授業にて補填）「ファッショニング販売能力検定3級概論」として、ファッショニングビジネスの基本知識となる内容を通して、ファッショニング業界で、消費者との最前線で働く販売員の重要性を理解する。また、基礎的な計数知識を習得する。					
学習成果	<p>① ファッショニングビジネスの川下の仕事の重要性を理解する。</p> <p>② 計数知識を理解する。</p> <p>③ 12月の検定試験合格を目指す。</p> <p>※ 3級合格を通してファッショニングビジネスの基礎を習得する。</p>	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果 70 %	2	提出物/期限遵守 %
使用教材	<ul style="list-style-type: none"> ●一般財団法人日本ファッショニング教育振興協会 ファッショニング販売3 ●KFDオリジナルプリント（過去問題含む）配布 		3	独創性/習熟度 %	4	意欲・授業態度 30 %

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	1章 ファッショニング販売知識1	小売業の流れと販売の基礎知識を理解し、元気よい挨拶を習慣とする。
2	5-8	1章 ファッショニング販売知識2	小売業の流れと販売の基礎知識を理解し、元気よい挨拶を習慣とする。
3	9-12	1章 ファッショニング販売知識3	小売業の流れと販売の基礎知識を理解し、元気よい挨拶を習慣とする。
4	13-16	1章 ファッショニング販売知識4	小売業の流れと販売の基礎知識を理解し、元気よい挨拶を習慣とする。
5	17-20	2章 ファッショニング販売技術1	ファッショニング販売を通じて、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。
6	21-24	2章 ファッショニング販売技術2	ファッショニング販売を通じて、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。
7	25-28	2章 ファッショニング販売技術3	ファッショニング販売を通じて、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。
8	29-32	2章 ファッショニング販売技術4	ファッショニング販売を通じて、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。
9	33-36	2章 ファッショニング販売技術5	ファッショニング販売を通じて、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。
10	37-38	3章 商品知識1	パーソナルカラーI、アパレル商品知識、アパレル素材Iと連動した復習授業。
11	39-40	3章 商品知識2	パーソナルカラーI、アパレル商品知識、アパレル素材Iと連動した復習授業。
12	41-42	3章 商品知識3	パーソナルカラーI、アパレル商品知識、アパレル素材Iと連動した復習授業。
13	43-44	A科目復習問題1	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
14	45-46	A科目復習問題2	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
15	47-50	まとめ	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	4章売り場つくり1	売り場づくりの重要性を理解する。
2	5-8	4章売り場つくり2	売り場づくりの重要性を理解する。
3	9-12	4章売り場つくり3	売り場づくりの重要性を理解する。
4	13-16	5章マーケティング1	マーケティングの概念と、その重要性を理解する。
5	17-20	5章マーケティング2	マーケティングの概念と、その重要性を理解する。
6	21-24	5章マーケティング3	マーケティングの概念と、その重要性を理解する。
7	25-28	6章販売スタッフの業務1	川下に位置する販売員の業務について理解する。
8	29-32	6章販売スタッフの業務2	川下に位置する販売員の業務について理解する。
9	33-36	6章販売スタッフの業務3	川下に位置する販売員の業務について理解する。
10	37-40	B科目復習問題	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
11	41-44	B科目復習問題	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
12	45-48	検定直前対策1	検定前の直前対策を実施。
13	49-52	検定直前対策2	検定前の直前対策を実施。
14	53-56	まとめ1	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
15	57-70	まとめ2	授業で学んだことを実演、問題演習を復習することで定着させる。
その他 (授業に際しての注意点)			授業意欲として日頃から織研新聞や、雑誌、インターネットニュース等を「ファッションビジネス」の動きをとらえる、という視点で読む事を推奨する。講義内容に対しても積極的に質問をし、自己で理解することが望ましい。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	VMDとコーディネートとは	VMDが持つ役割と意味、コーディネート提案のバランスを知る。
2	3-4	A/Wトレンドリサーチ	トレンドを理解し、コーディネートで表現する。
3	5-6	プレゼンテーション	トルソーにコーディネートを着せて、VPをプレゼンテーションする。
4	7-8	素材とスタイリングイメージ1	素材が持つイメージとスタイリングのバランスを理解する。
5	9-10	素材とスタイリングイメージ2	素材感を活かしたコーディネートを表現する。
6	11-12	素材とスタイリングイメージ3	素材にカラーをミックスさせてスタイリングイメージをまとめる。
7	13-14	プレゼンテーション	テーマに沿ったコーディネートを完成させてプレゼンテーションする。
8	15-16	「人」と「スタイリング」	「似合う」と「似合わない」、「似合う」と「なりたい」をコーディネートで表現するとはどういうことなのかを理解する。
9	17-18	「人」に似合うコーディネートとは	「人」の属性や特徴を見て、より似合うコーディネート提案を学習する。
10	19-20	「人」とファッショングのスタイリングテクニック1	クラスメイトや先生など、その「人」に似合うコーディネートを考える。
11	21-22	「人」とファッショングのスタイリングテクニック2	クラスメイトや先生など、その「人」に似合うコーディネートを考える。
12	23-24	「人」とファッショングのスタイリングテクニック3	クラスメイトや先生など、その「人」に似合うコーディネートを考える。
13	25-26	プレゼンテーション	考えたコーディネートをプレゼンテーションする。
14	27-28	後期振り返り確認のテスト	レポート形式で提出。
15	29-30	アクティブラーニング	1年を振り返って「コーディネート」とは?を考える。
その他 (授業に際しての注意点)			

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP/FC) 1年										
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とする。SPは企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。FCは企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショニアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。										
分類	必修	○	選択	配当年次	1年	学期	通年	○	前期		
種別	コーディネート				授業方法	講義	○	演習		実習	
授業科目	カメラワーク I				授業時間数	前期	20	後期	20	計 40	
担当教員	村上 裕志				職業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	○	有限会社村上商店の代表として撮影機材全般に対しての見識が深く、その取扱いから様々な撮影方法（スタジオ撮影、商品撮影、屋外風景撮影など）と幅広い知識、経験、技術を持っている。フォトグラファーとしても風景写真を中心に精力的に撮影しており、SNSなどの最新ツールも利用した作品発表も行っている。									
資格検定										必修	
授業概要	企画書、販促物に活用するカメラワークの基礎知識を習得し、プランニングに沿ったカメラワークをこなせるように実習形式で行う。DTP、Web等、活用する媒体に合ったカメラワークも習得する。										
学習成果	①	カメラの簡単な構造や特徴を知る。				成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果			
	②	機材の設置方法を身につける。					2	提出物/期限遵守			
	③	機材のお手入れテクニックを身につける。					3	独創性/習熟度			
	※	媒体や目的に合わせた撮影テクニックを身につける。					4	意欲・授業態度			
使用教材											

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	機材取り扱い説明(カメラ・ストロボ・露出計・レフ板等)	カメラ機材を解説する。以降、授業の前にグループごとに機材準備を行う。
2	5-8	スタジオ人物撮影1／商品撮影テクニック	各個人をペアにしての撮影テクニックを学ぶため、事前にペア作成、どう撮影するかワークシート作成を課題とする。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
3	9-12	スタジオ人物撮影2／商品撮影・ささげ業務	プロモーションツールとしての撮影テクニックを学ぶため、ECサイトにアップする商品を撮影。拵業務をチームで行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
4	13-16	スタジオ人物撮影3／商品撮影・ささげ業務	プロモーションツールとしての撮影テクニックを学ぶため、ECサイトにアップする商品を撮影。拵業務をチームで行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
5	17-20	スタジオ人物撮影4／商品撮影・まとめ	プロモーションツールとしての撮影テクニックを学ぶため、ECサイトにアップする商品を撮影。拵業務をチームで行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	個人作品撮影1／スタイリング撮影	前回から継続する商品撮影をスタイリング提案として行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
2	5-8	個人作品撮影2／スタイリング撮影	前回から継続する商品撮影をスタイリング提案として行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
3	9-12	個人作品撮影3／スタイリング撮影	前回から継続する商品撮影をスタイリング提案として行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
4	13-16	個人作品撮影4／スタイリング撮影	前回から継続する商品撮影をスタイリング提案として行う。授業の前にグループごとに機材準備を行う。
5	17-20	まとめ	年間を通して作った作品をファイル形式でまとめる。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		制作物によってはファッショナーディネート、ヘアメイクの各自準備が必要なため、関連する店舗への下調べが必要である。授業評価は個人作品、および毎回の授業レポートで行う。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程		ファッションビジネス科 (SP)		2年						
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。										
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期					
種別	デザイン		授業方法	講義	△	演習					
授業科目	プロモーションデザインII		授業時間数	前期	30	後期					
担当教員	村川 俊樹		職業実践専門課程：企業との連携		○	計 60					
※実務家教員	○	WebデザイナーとしてWebデザイン・グラフィックデザイン・企画業務で培ってきたデザイン・企画の基礎知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売をした業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。									
資格検定			必修		選択						
授業概要	紙媒体 (DM、タグなど) での効果的販促デザインと、近年のEC化に伴った電子媒体 (Web、SNSなど) での効果的販促デザインの習得を目指す。Pop up shopなど学生自身が実際に企画・運営するショッフの販促物を作成することで、デザインだけではなく、その効果も検証する。またブック (カタログ) 作成を通してDTPのテクニックも習得する。										
学習成果	① 紙媒体 (ポスター、DMなど) での効果的販促デザインの習得。 ② 電子媒体 (Web、SNSなど) での効果的販促デザインの習得。 ③ DTPテクニックの習得。 ※ 販売促進ツールの作成方法の習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1 定期試験結果	10 %						
使用教材	●デザインを学ぶ! グラフィックデザイン基礎 ●世界一わかりやすいIllustrator&Photoshop 操作とデザインの教科書 ●KFDオリジナルデータ配布			2 提出物/期限遵守	60 %						
				3 独創性/習熟度	30 %						
				4 意欲・授業態度	30 %						

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	プロモーションデザインの応用1、タイポグラフィーとホワイトスペース	1年次で習得したスキルを駆使し、Adobe PhotoshopとIllustratorでのプロモーションデザインの理解を深める目的で1年次のおさらいを行う。各自データ(雑誌)持参。
2	3-4	ポスター制作演習1	デザインを意識したポスター制作演習を行う。
3	5-6	レイアウトデザインの役割	読み易い見やすさ分かり易さを総合的に達成する為の技術を習得する。
4	7-8	レイアウトにおける色と図版	情報整理する役割を理解し、読者に与える印象をコントロール出来るスキルを習得する。
5	9-10	ポスター制作演習2	デザインを意識したポスター制作演習を行う。
6	11-12	レイアウト配置の様々	間違性・統一感・リズム・対比・アクセント等、レイアウト配置における様々な理解を深める。
7	13-14	ポスター制作演習3	デザインを意識したポスター制作演習を行う。
8	15-16	図版のジャンプ率	図版の面積と文字の比率の理解を深め、効果的な印象を与えるスキルを習得する。
9	17-18	ポスター制作演習4	デザインを意識したポスター制作演習を行う。
10	19-20	ポスター制作実習1	デザインを意識したポスター制作実習を行う。
11	21-22	ポスター制作実習2	デザインを意識したポスター制作実習を行う。
12	23-24	DTPの基礎1 【用紙サイズとマージン】	DTPの基礎的知識として用紙サイズとマージンに関する知識を習得し理解を深める。各自データ持参。
13	25-26	効果的な画像処理【DTPIにおける画像の扱い方】	DTPIに伴った画像の処理と解像度の理解を深め、適切に画像を扱えるようにスキルを習得する。
14	27-28	DTPの基礎2 【カンプとキャプション】	ワイヤーフレームを用いた構成とキャプション処理方法を習得する。各自データ持参。
15	29-30	DTPの基礎3 【カンプの組み立て】・まとめ	参考デザインを基にカンプの制作を行い、一枚物の印刷物を乗者へ入稿出来るスキルを習得する。各自データ持参。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	文化祭ショップ印刷物作成1	文化祭に向けたショップの販促物(ポスター・フライヤー等)の作成を行う。
2	3-4	文化祭ショップ印刷物作成2	文化祭に向けたショップの販促物(ポスター・フライヤー等)の作成を行う。
3	5-6	卒業雑誌制作1	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
4	7-8	卒業雑誌制作2	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
5	9-10	卒業雑誌制作3	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
6	11-12	卒業雑誌制作4	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
7	13-14	卒業雑誌制作5	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
8	15-16	卒業雑誌制作6	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
9	17-18	卒業雑誌制作7	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
10	19-20	卒業雑誌制作8	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
11	21-22	卒業雑誌制作9	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
12	23-24	卒業雑誌制作10	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
13	25-26	卒業雑誌制作11	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
14	27-28	卒業雑誌制作12	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
15	29-30	卒業雑誌制作13	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
その他 (授業に際しての注意点)		プロデュースⅡで行なう企画と連動したデザイン、作成となるため、ショッププランニングの企画資料が必須である。	

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年										
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイサー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。										
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期	
種別	企画					授業方法	講義	△	演習	実習	
授業科目	プロデュースⅡ					授業時間数	前期	190	後期	240 計 430	
担当教員	平尾 真州美					職業実践専門課程：企業との連携					
※実務家教員	○	企業のMD企画職の経験からMK、MD、企画書、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点を理解することを教授する。コーディネーター職の経験からトレンドディレクションスキルを伝授し、コーディネートを行うことを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、サスティナブルを意識した作品製作を教授する。									
資格検定										必修	
選択概要	ファッションビジネスの基本である消費者のニーズの多様化、競合商品や競合小売業の乱立など問題が山積している情報社会の現代で、何をどれだけどんな方法で消費者に沿って販売するのかというリテールマーチャンダイジングについて理解する。2年次ではアクティブラーニング形式のグループワークで企画実習を行い、プレゼン力や能動的で積極的な実行力をつける。さらに福岡市が主催するスタートアップカフェでのコンシェルジュ相談や職業実践専門課程授業で現実的なショップ作りを実践できる知識を身につける。										
学習成果	① 消費者のニーズやウォンツ、ディマンズを理解する。 ② MD知識を深め、計数と絡めて計画立案する。 ③ ファッションビジネス動向に合わせた店舗運営戦略を理解する。 ※ 時代に沿ったショッププランニングの立案、運営の能力習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1	定期試験結果	30	%	2	提出物/期限遵守	10	%
使用教材	●日本ファッション教育振興協会 ファッションビジネスI ●WWD、織研新聞 ●KFDオリジナルプリント（プロデュースIの資料が必要）										

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-12	オリジナルショップ企画1 (セグメンテーション/ストアコンパリゾン)		オリジナルショップ企画の準備段階として各テーマに沿ったグループで調査、分析し福岡のファッション市場をセグメンテーションする。
2 13-24	オリジナルショップ企画2 (セグメンテーション/ストアコンパリゾン)		オリジナルショップ企画の準備段階として各テーマに沿ったグループで調査、分析し福岡のファッション市場をセグメンテーションする。
3 25-36	オリジナルショップ企画3 (セグメンテーション/マクロ環境分析)		オリジナルショップ企画の準備段階として各テーマに沿ったグループで調査、分析し福岡のファッション市場をセグメンテーションする。
4 37-48	オリジナルショップ企画4 (セグメンテーション/トレンド分析)		オリジナルショップ企画の準備段階として各テーマに沿ったグループで調査、分析し福岡のファッション市場をセグメンテーションする。
5 49-60	プレゼンテーション1 (福岡市主催スタートアップカフェ相談)		オリジナルショップ企画グループでコンシェルジュにプレゼンテーションし、情報やアドバイスを受ける。
6 61-72	オリジナルショップ企画5 (ターゲティング・ポジショニング/ショップコンセプト)		プレゼンテーションを行った福岡のセグメンテーションについて、グループでまとめたものを基に、オリジナルのショップ企画グループを決定し企画を立ち上げる。
7 73-84	オリジナルショップ企画6 (ターゲティング・ポジショニング/ショップコンセプト)		オリジナルのショップ企画グループでしょぶコンセプトについて市場調査分析やコンシェルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
8 85-96	オリジナルショップ企画7 (ターゲティング・ポジショニング/ターゲット)		オリジナルのショップ企画グループでターゲットについて市場調査分析やコンシェルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
9 97-108	オリジナルショップ企画8 (ターゲティング・ポジショニング/ターゲット)		オリジナルのショップ企画グループでターゲットについて市場調査分析やコンシェルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
10 109-120	オリジナルショップ企画9 (ターゲティング・ポジショニング/立地計画)		オリジナルのショップ企画グループで立地について市場調査分析やコンシェルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
11 121-132	オリジナルショップ企画10 (ターゲティング・ポジショニング/立地計画)		オリジナルのショップ企画グループで立地について市場調査分析やコンシェルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
12 132-144	プレゼンテーション2(職業実践専門課程)		オリジナルショップ企画グループで工夫を凝らし、企業にプレゼンテーションする。
13 145-160	オリジナルショップ企画11 (ターゲティング・ポジショニング/経営計画)		オリジナルのショップ企画グループで経営戦略について企画を進める。
14 161-180	オリジナルショップ企画12 (ターゲティング・ポジショニング/経営計画)		オリジナルのショップ企画グループで経営戦略について企画を進める。
15 181-190	企画前半のまとめ		グループ企画でまとめたものをクラス内で発表、評価し改善点をディスカッション。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-16	文化祭ショップ企画1	文化祭に向けた組織作りを行い、一年生と合同ショップを立ち上げ、組織としての行動や連帯意識を養う。
2	17-32	文化祭ショップ企画2	文化祭に向けた組織作りを行い、一年生と合同ショップを立ち上げ、組織としての行動や連帯意識を養う。
3	33-48	文化祭ショップ報告書作成	文化祭ショップの売上報告書を作成する。
4	49-64	オリジナルショップ企画13(ターゲティング・ポジショニング/商品計画)	オリジナルのショップ企画グループで商品戦略について企画を進める。
5	65-80	オリジナルショップ企画14(ターゲティング・ポジショニング/商品計画)	オリジナルのショップ企画グループで商品戦略について企画を進める。
6	81-96	オリジナルショップ企画15(ターゲティング・ポジショニング/立地計画)	オリジナルのショップ企画グループで立地戦略について企画を進める。
7	97-112	プレゼンテーション3(職業実践専門課程)	オリジナルショップ企画グループで工夫を凝らし、企業にプレゼンテーションする。
8	113-128	プレゼンテーション4(福岡市主催スタートアップカフェ相談)	オリジナルショップ企画グループでコンシェルジュにプレゼンテーションし、情報やアドバイスを受ける。
9	129-144	オリジナルショップ企画16(ターゲティング・ポジショニング/販売計画)	オリジナルのショップ企画グループで販売戦略について企画を進める。
10	145-160	オリジナルショップ企画17(ターゲティング・ポジショニング/販促計画)	オリジナルのショップ企画グループで販促戦略について企画を進める。
11	161-176	卒業記念ショップ準備1	卒業記念でオープンするショップの準備を行う。
12	178-192	卒業記念ショップ準備2	卒業記念でオープンするショップの準備を行う。
13	193-208	卒業記念ショップ準備3	卒業記念でオープンするショップの準備を行う。
14	209-224	卒業記念ショップオープン	卒業記念ショップを開店・運営する。
15	225-240	卒業記念ショップ売上報告書作成	卒業記念ショップの売上報告書を作成する。
その他 (授業に際しての注意点)	前後期を通してグループワークでショップ企画を制作する。1年次に学んだ企画の基礎を基に進めるためプロデュースIの授業資料が必要である。さらに文化祭では1年生と合同で期間限定ショップを立ち上げる。卒業記念展ではクラス内コンペで選抜した企画をベースに限定ショップを運営する。この授業では出席、参加意欲の評価を重視する。		

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年									
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。									
分類	必修	○	選択		配当年次	2年	学期	通年	○	前期
種別	パソコン				授業方法	講義	△	演習	△	実習
授業科目	グラフィックⅡ				授業時間数	前期	60	後期	60	計 120
担当教員	村川 俊樹				職業実践専門課程：企業との連携					○
※実務家教員	○	WebデザイナーとしてWebデザイン・グラフィックデザイン・企画業務で培ってきたデザイン・企画の基礎知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売した業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。								
資格検定		必修			選択					
授業概要	ファッショングビジネスの基本である消費者のニーズの多様化、競合商品や競合小売業の乱立など問題が山積している情報社会の現代で、何をどれだけどんな方法で消費者に沿って販売するのかというリテールマーチャンダイジングについて理解する。2年次ではアクティブラーニング形式のグループワークで企画実習を行い、プレゼンカや能動的で積極的な実行力をつける。さらに福岡市が主催するスタートアップカフェでのコンシェルジュ相談や職業実践専門課程授業で現実的なショップ作りを実践できる知識を身につける。									
学習成果	①	Adobe Photoshopの応用操作の習得。				成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果		%
	②	平面的なヴィジュアル表現方法の習得。					2	提出物/期限遵守		%
	③	DTPの基礎知識の習得。					3	独創性/習熟度		%
	※	Adobe Photoshop・Illustratorを用いたデザインスキルの習得。					4	意欲・授業態度		%
使用教材	●コレクション雑誌・ファッション雑誌 ●KFDオリジナルデータ配布									

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	グラフィックの応用1、Adobe PhotoshopとIllustratorでのデザイン	1年次で習得したスキルを駆使し、Adobe PhotoshopとIllustratorでのグラフィックデザインの理解を深める目的でおさらいを行う。各自データ(雑誌)持参。
2	5-8	効果的な画像処理1【色調補正】	色の書き換えツールを学び、画像編集の応用能力を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。
3	9-12	効果的な画像処理2【肌のスムージング修正】	肌修正に関するフィルタを学び、画像編集の応用能力を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。
4	13-16	効果的な画像処理3【フィルタリング効果】	レイヤーマスク、フィルタリングのテクニックを学び、画像編集の応用技術を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。
5	17-20	効果的な画像処理4【コントラスト効果による切り抜き】	コントラスト効果を利用し、主に人物の画像切り抜きテクニックを学び、画像編集の応用技術を習得する。
6	21-24	グラフィックの応用2、Adobe PhotoshopとIllustratorでのデザイン	これまでに習得したスキルを駆使し、Adobe PhotoshopとIllustratorでのグラフィックデザインの理解を深める目的でおさらいを行う。各自データ(雑誌)持参。
7	25-28	グラフィックの応用3、Adobe PhotoshopとIllustratorでのデザイン	これまでに習得してきたスキルを駆使し、技術向上を目的とした技術テストを行う。オリジナルデータ配布。
8	29-32	効果的な画像処理5【素材の入れ替え】	自動合成とスマートオブジェクトの理解を深め、ワープをはじめとした変形ツールのテクニックを学び画像編集応用能力を習得する。
9	33-36	効果的な画像処理6【素材の入れ替え】	自動合成とスマートオブジェクトの理解を深め、ワープをはじめとした変形ツールのテクニックを学び画像編集応用能力を習得する。
10	37-40	効果的な画像処理7【ゼロから作る素材1】	Photoshopのツールを使ってゼロからショップ企画に必要な素材を作成する。
11	41-44	効果的な画像処理8【ゼロから作る素材2】	Photoshopのツールを使ってゼロからショップ企画に必要な素材を作成する。
12	45-48	デザインの応用 【ポスター制作】	これまでに習得してきた技術を駆使し、オリジナルのグラフィック作品制作を通じAdobe Photoshop・Illustratorの理解を深め技術向上を図る。各自データ持参。
13	49-52	効果的なベクター技術1【スウォッチで作る柄とブラシツール】	Illustratorのスウォッチで柄の作成方法を学び、オブジェクトの理解を深める。Illustratorのブラシツールでオリジナルブラシ柄の作成方法を学ぶ。
14	53-56	効果的なベクター技術2【パスの変形と3Dツール】	オブジェクトの理解を深める為に、多種多様のパスの変形方法を学ぶ。3Dツールを使い効果的な立体物の作成方法を学ぶ。
15	57-60	まとめ	前期で習得したスキルを駆使し、Adobe PhotoshopとIllustratorでのグラフィックデザインの理解を深める目的でおさらいを行う。各自データ(雑誌)持参。

後期 授業計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	文化祭ショップ印刷物作成1	文化祭に向けたショップの販促物（ポスター・フライヤー等）の作成を行う。
2	5-8	文化祭ショップ印刷物作成2	文化祭に向けたショップの販促物（ポスター・フライヤー等）の作成を行う。
3	9-12	文化祭ショップ印刷物作成3	文化祭に向けたショップの販促物（ポスター・フライヤー等）の作成を行う。
4	13-16	ショップデザイン1【パースの作成・二点透視1】	二点透視法の理解を深め、Illustratorの遠近グリッドツール操作方法を学ぶ。
5	17-20	ショップデザイン2【パースの作成・二点透視2】	二点透視法の理解を深め、Illustratorの遠近グリッドツール操作方法を学ぶ。
6	21-24	ショップデザイン3【パースの作成・陳列1】	二点透視法の理解を深め、Illustratorの遠近グリッドツール操作方法を学ぶ。
7	25-28	ショップデザイン4【パースの作成・陳列2】	二点透視法の理解を深め、Illustratorの遠近グリッドツール操作方法を学ぶ。
8	29-32	卒業雑誌制作1	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
9	33-36	卒業雑誌制作2	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
10	37-40	卒業雑誌制作3	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
11	41-44	卒業雑誌制作4	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
12	45-48	卒業雑誌制作5	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
13	49-52	卒業雑誌制作6	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
14	53-56	卒業雑誌制作7	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
15	57-60	卒業雑誌制作8	卒業記念展に向けて、これまでのスキルを駆使し雑誌の作成を進める。
その他 (授業に際しての注意点)		授業意欲として日頃からファッショングラフィックやWebページ等を「グラフィック」という視点で「見る」事を推奨する。講義内容に対しても積極的に質問をし、自己で理解することが望ましい。授業毎に課される制作物は、期限内に制作を厳守すること。また、採点後、再提出の際、何を見落としていたのかを理解し、また積極的に質問し改善することが望ましい。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年															
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。															
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期						
種別	服飾造形					授業方法	講義	演習	△	実習						
授業科目	ソーイングⅡ					授業時間数	前期	60	後期	30 計 90						
担当教員	平尾 真州美・村川 俊樹・松延 直明					職業実践専門課程：企業との連携										
※実務家教員	○ 平尾：企業でのサンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、サスティナブルを意識した作品製作を教授する。 村川：皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売をした業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。															
資格検定																
授業概要	リメイク衣装作品の制作を通じて、衣服の構造やシルエット、素材の取り扱いや企画、デザイン、パターン、素材選定、裁断、芯貼り、縫製、仕上げ、加工といった作品制作の一連の流れを体験する事で、衣服の商品化までの流れも学ぶ事が出来る。簡単なオリジナルリメイク商品の開発を行い、接客販売で必要なお直しの知識、採寸、お手入れなどの実践的な知識と技術も習得する。															
学習成果	① 衣服の取り扱いや素材知識の習得。 ② 基本的な縫製技術の習得。 ③ 接客販売におけるお直し、採寸などの知識の習得。 ※ 衣服の取り扱い、基礎的縫製技術、お直しに関する知識の習得。					成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)	1 定期試験結果		%							
使用教材	●文化ファッション大系 服飾造形講座① ●文化ファッション大系 ファッション流通講座⑦ ●KFDオリジナルプリント配布						2 提出物/期限遵守	50	%							
										3 独創性/習熟度 20 %						
										4 意欲・授業態度 30 %						

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-4	リメイク衣装作品コンセプト決定、イメージマップ作成		リメイク衣装作品デザインのためのコンセプトを決定し、イメージマップを作成する。
2 5-8	リメイク衣装作品デザイン、使用素材決定、テクニック検討		リメイク衣装作品のデザイン、使用素材を決定する。また作成するためのテクニックを検討する。
3 9-12	リメイク衣装作品加工指示書作成		工場指示に必要な要素を理解するための簡単なデザイン指示書を作成する。
4 13-16	リメイク衣装作品解体1		土台となるアイテムを丁寧に解体し、その工程を記録に残す。
5 17-20	リメイク衣装作品解体2		土台となるアイテムを丁寧に解体し、その工程を記録に残す。
6 21-24	リメイク衣装作品解体3		土台となるアイテムを丁寧に解体し、その工程を記録に残す。
7 25-28	リメイク衣装作品型出し1		解体したパーツを保存しパターン作成および生地を当てデザインを決定づける。その工程を記録に残す。
8 29-32	リメイク衣装作品型出し2		解体したパーツを保存しパターン作成および生地を当てデザインを決定づける。その工程を記録に残す。
9 33-36	リメイク衣装作品縫製1		解体したパーツを組み立てる。裁断、芯貼り、しつけや印付けを行い縫製する。その工程を記録に残す。
10 37-40	リメイク衣装作品縫製2		解体したパーツを組み立てる。裁断、芯貼り、しつけや印付けを行い縫製する。その工程を記録に残す。
11 41-44	リメイク衣装作品縫製3		解体したパーツを組み立てる。裁断、芯貼り、しつけや印付けを行い縫製する。その工程を記録に残す。
12 45-48	リメイク衣装作品縫製4		解体したパーツを組み立てる。裁断、芯貼り、しつけや印付けを行い縫製する。その工程を記録に残す。
13 49-52	リメイク衣装作品縫製5 ファーストチェック		作品の最初のデザインチェックを行い、着脱に問題がないかなど縫製仕様のチェックも行う。
14 53-56	リメイク衣装作品縫製6 ファーストチェック修正		作品のチェック後のデザイン、仕様の修正を行う。
15 57-60	リメイク衣装作品縫製7 ファーストチェック修正/検品		作品のチェック後のデザイン、仕様の修正を行い、検品し、リクロースカッピングの出品準備を行う。

後期 授業 計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	お直し（ボタン・ホック・ループ・まつり）1	お直しの基礎を講義。販売員の行うお直しのチェックポイントを習得する。
2	3-4	お直し（ボタン・ホック・ループ・まつり）2	リメイク衣装作品の修繕お直しを行う。
3	5-6	お直し（丈出し、丈詰め、ウエストの寸法調整）3	リメイク衣装作品の修繕お直しを行う。
4	7-8	リメイク衣装作品仕上げアイロン	リメイク衣装作品の仕上げアイロンのかけ方を習得する。
5	9-10	リメイク衣装作品メンテナンス	リメイク衣装作品のメンテナンスとして革製品の磨き方などを習得する。
6	11-12	リメイク衣装作品の商品化企画1	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
7	13-14	リメイク衣装作品の商品化企画2	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
8	15-16	リメイク衣装作品の商品化企画3	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
9	17-18	卒業記念展出品準備（エントリーシート、スタイル画、衣装カード作成）1	リメイク衣装作品を卒業記念展に出品する為のエントリーシートなどの作成を行う。
10	19-20	卒業記念展出品準備（エントリーシート、スタイル画、衣装カード作成）2	リメイク衣装作品を卒業記念展に出品する為のエントリーシートなどの作成を行う。
11	21-22	リメイク衣装作品の商品化企画4	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
12	23-24	リメイク衣装作品の商品化企画5	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
13	25-26	リメイク衣装作品の商品化企画6	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
14	27-28	卒業記念展リメイク衣装作品仕上げ・検品	卒業記念展に出品するリメイク衣装作品の仕上げ作業を行う。精良意識をしっかりと持つ。
15	29-30	卒業記念展リメイク衣装作品メンテナンス・まとめ	ファッションショー終了後の破損などがないか検品する。場合によっては修繕もを行う。
その他 (授業に際しての注意点)		リメイク衣装作品である事から、早期の材料調達が必要となる。また制作した作品はリメイクコンテスト、卒業記念展にリメイク衣装作品として出品する。	

授業科目等の概要

学 科	服飾専門課程		ファッショングループ (SP)		2年
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指し、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング・提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。				
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	配当年次	2 年
種 別	流通・販売		授業方法	講義	<input type="radio"/> 演習 <input type="radio"/> 実習
授業科目	ファッショングループⅡ		授業時間数	前期	後期 60 計 60
担当教員	松延 直明		職業実践専門課程：企業との連携		
※実務家教員					
資格検定	一般財団法人日本ファッショングループ：ファッショングループ能力検定3級				必修 <input type="radio"/> 選択
授業概要	11月の『ファッショングループ能力検定3級』の検定試験項目を範囲とする。検定合格を目指すが、理解を深めるために、現在のファッショングループの現状と照らし合わせながら、時流を読み取り、どう行動すべきか考えることができるようになることを目標とする。また、最終目標としての合格を達成するために、問題演習を行うことで理解を深める。※ファッショングループ能力検定3級全員受験				
学習成果	① ファッショングループ業界の構造理解。 ② 計数知識の習得。 ③ ファッショングループの歴史、商品知識に対する知識の習得。 ※ ファッショングループ能力検定2級の知識を習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果	70
			2	提出物/期限遵守	%
			3	独創性/習熟度	%
			4	意欲・授業態度	30
使 教 材	●一般財団法人日本ファッショングループ：ファッショングループ3級 ●KFDオリジナルプリント配布				

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	知識：1章ファッションビジネスの概要・知識：2章ファッション生活・ファッション消費	ファッションビジネス能力検定3級の出題範囲であるファッションビジネスの概要を知る。またファッション生活・消費を理解する。
2	5-8	知識：3章ファッション産業構造	ファッション業界におけるビジネスの産業構を理解する。
3	9-12	知識：4章ファッションマーケティング	ファッション業界におけるマーケティング知識を理解する。
4	13-16	知識：5章ファッションマーチャンダイジング	ファッション業界におけるマーチャンダイジングを理解する。
5	17-20	知識：6章ファッション流通・知識：7章ファッション産業の職種概要	ファッション業界における流通機構、及び職種概要を理解する。
6	21-24	知識：8章ビジネス基礎知識	基本的ビジネス用語、さらに最新のビジネス用語の知識を習得する。またファッションビジネスに関わる計数知識の習得と、演習によって計数管理ができるように学習する。
7	25-28	ファッションビジネス知識まとめ	ファッションビジネス知識の科目範囲を復習し、検定に備える。
8	29-32	造形：1章ファッション、デザイン、アパレル・造形：2章ファッションコーディネート	ファッションの語源から始まり、20世紀までのデザインの流れを理解する。また企業におけるスタイリング計画から展示会、売り場における演出までの流れを学ぶ。
9	33-36	造形：3章ファッション商品知識1	一般的商品のアイテム名、素材、副資材についての知識を学ぶ。
10	37-40	造形：3章ファッション商品知識2	一般的商品のアイテム名、素材、副資材についての知識を学ぶ。またサイズ表示や品質表示などの知識も習得する。
11	41-44	造形：4章ファッション・デザイン・造形：5章ファッションエンジニアリング	アパレルデザインの基礎知識から商品企画、ファブリケーション、エンジニアリングの知識を理解する。またアパレル業界の中での生産の現場に関する知識を習得する。
12	45-48	ファッションビジネス造形知識まとめ	ファッション造形知識の科目範囲を復習し、検定に備える。
13	49-52	検定試験直前対策1	過去問題を前提として、出題傾向の分析をして頻度の高い分野を再学習する。後期試験に向けてまとめも行う。
14	53-56	検定試験直前対策2	過去問題を前提として、出題傾向の分析をして頻度の高い分野を再学習する。後期試験に向けてまとめも行う。
15	57-60	まとめ	後期試験に向けてのプリントまとめの総括を行う。
その他 (授業に際しての注意点)		テキストを基に、オリジナルプリントで補足するため前項までのプリントの準備が必要である。	

授業科目等の概要																			
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年																		
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。																		
分類	必修	○	選択		配当年次	2年	学期	通年	○	前期		後期							
種別	流通・販売				授業方法	講義	△	演習	△	実習	○								
授業科目	ディスプレイ II				授業時間数	前期	50	後期	50	計	100								
担当教員	めの 恵子・平尾 真州美				職業実践専門課程：企業との連携														
※実務家教員	○	めの：国家資格（厚生労働認可）商品装飾技能士1級を保有しており、商業施設の内装・ディスプレイ等、空間のトータルビジュアルコーディネートを仕事とする有限会社ビーナック代表取締役社長。常に新しい視点でコーディネートを提案。実践的な演習を通じ、空間に意味を持たせ、視覚化できる人材の育成を狙いとする。																	
資格検定					必修				選択										
授業概要	MDと商品の視覚的効果を研究実習し、プラン、ドウ、チェック、アクションの動きを習得する事により、売場において客数増加、購買力増加を図る力、さらに接客販売の現場での臨機応変な対応力を養う。																		
学習成果	① ウィンドウディスプレイのプランニング技術習得。 ② 店舗におけるVMD知識と技術の習得。 ③ ディスプレイを構成、制作する技術の習得。 ※ ウィンドウディスプレイのプランから施工までの技術習得。	成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)		1	定期試験結果		%	2	提出物/期限遵守		%	3	独創性/習熟度		%	4	意欲・授業態度		%
使用教材	●文化ファッション大系 ファッション流通講座⑧ ●各自ディスプレイ用材（アイテム）持参																		

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-6	オリエンテーション・VMDとは		授業の準備は1年次の基礎の復習。用語の復習しレポート1枚目を作成しておく。
2 7-12	IP, PP, VPとは、ウインドー制作基礎		授業の準備段階として、什器類の名称や使い方を、実際に手に触れながら再確認する。
3 13-18	ウンドープラン1、店舗ディスプレイ		IPのデザイン案と計画をプランニング。
4 19-25	ウンドー制作、店舗ディスプレイ		IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
5 26-31	ウンドー完成、店舗ディスプレイ		IPのデザイン案と計画をプランニング。
6 32-37	カラー心理、ウンドープラン2		カラー心理を理解し、学生個々のパーソナルをカラー診断を並行して行う。
7 38-43	ウンドー制作、店舗ディスプレイ		IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
8 44-50	ウンドー完成、店舗ディスプレイ		IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作。期限内に完成させる。
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-6	文化祭ウンドープラン	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
2	7-12	文化祭ウンドー制作	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作。期限内に完成させる。
3	13-18	ウンドープラン3、店舗ディスプレイ	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
4	19-25	ウンドー完成、店舗ディスプレイ	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作。期限内に完成させる。
5	26-31	ウンドープラン4、店舗ディスプレイ	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
6	32-37	ウンドー完成、店舗ディスプレイ	IP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作。期限内に完成させる。
7	38-43	店舗ディスプレイまとめ、質疑応答	MN基礎を学び、今後プロとして店頭に立つ心構えを質疑応答を通して知る。
8	44-50	ディスプレイ授業レポート作成	学んだことを授業レポートとして作成し評価を受ける。
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		各授業ごとのレポートの提出で評価するため期限厳守のこと。	

授業科目等の概要														
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年													
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指し、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。													
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期				
種別	流通・販売													
授業科目	市場調査Ⅱ													
担当教員	平尾 真州美													
※実務家教員	○	企業のMD企画職の経験からMK、MD、企画書、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点を理解することを教授する。コーディネーター職の経験からトレンドディレクションスキルを伝授し、コーディネートを行うことを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、サスティナブルを意識した作品製作を教授する。												
資格検定														
必修									必修					
									選択					
授業概要	1年次に身に着けた調査情報の取得、整理、分類方法を発展させ、ディレクションしプレゼンテーションで発表する能力をつける。主にプロデュースⅡ、ディスプレイⅡと連動し企画進行を実践できるよう情報を収集する。さらに福岡市主催スタートアップカフェを利用し、より確実な情報の収集、相談を行い調査の精度を高める。													
学習成果	① 既存店舗の動向分析ができる。 ② 顧客層の動向分析ができる。 ③ 情報を基にビジネスアイデアの発想を広げることができる。 ※ 企画開発の方向性を示すことができる。	成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)			1	定期試験結果			%					
使用教材	●WWD、縫研新聞													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	福岡ショップ調査（ストアコンパリゾン）1	プロデュースⅡのオリジナルショッププランに役立てるための事前情報を調査。
2	3-4	福岡ショップ調査（ストアコンパリゾン）2	プロデュースⅡのオリジナルショッププランに役立てるための事前情報を調査。
3	5-6	福岡マクロ環境調査（市役所公開データ）1	プロデュースⅡのオリジナルショッププランに役立てるための事前情報を調査。
4	7-8	福岡マクロ環境調査（市役所公開データ）2	プロデュースⅡのオリジナルショッププランに役立てるための事前情報を調査。
5	9-10	福岡調査まとめ	情報をまとめプレゼンテーションの準備を行う。計画性、グループ作業による協調性や役割分担を学ぶ。
6	11-12	福岡調査プレゼンテーション	情報をまとめプレゼンテーションを行う。評価を受け分析の方向性を確認する。
7	13-14	福岡市主催スタートアップカフェコンシェルジュ相談1	プロのアドバイスを受け、学内では得られない現実性や時代性を学ぶ。
8	15-16	福岡他業種ショップ調査	プロデュースⅡのオリジナルショッププランを深めるための情報を調査。
9	17-18	ターゲット調査1	プロデュースⅡのオリジナルショッププランを深めるための顧客情報を調査。
10	19-20	ターゲット調査2	プロデュースⅡのオリジナルショッププランを深めるための顧客情報を調査。
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	文化祭ショップ調査1	前橋で習得した知識や情報を元に実践ショップ企画に活用できるよう役割ごとに調査計画を立て調査する。
2	3-4	文化祭ショップ調査2	文化祭に向けた相模作りを行い、実践ショップ企画に活用できるよう役割ごとに調査計画を立て調査する。
3	5-6	文化祭ショップ報告書	文化祭に向けた相模でオリジナルのショップ企画の結果報告書を作成する。
4	7-8	品揃え調査	オリジナルショップのプロモーションツールを調査。
5	9-10	VPトレンド調査1	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
6	11-12	福岡市主催スタートアップカフェコンシェルジュ相談2	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
7	13-14	VPトレンド調査2	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
8	15-16	ショップトレンド調査	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
9	17-18	プロモーション調査	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
10	19-20	福岡市主催スタートアップカフェコンシェルジュ相談3	卒業記念展Pop up shopに向けた店舗調査を行う。
11	21-22	卒業記念展ショップ調査1	卒展ショップに向けた相模作りを行い、実践ショップ企画に活用できるよう役割ごとに調査計画を立て調査する。
12	23-24	卒業記念展ショップ調査2	卒展ショップに向けた相模グループで調査を行う。
13	25-26	卒業記念展ショップ調査3	卒展ショップに向けた相模グループで調査を行う。
14	27-28	卒業記念展ショップ調査4	卒展ショップに向けた相模グループで調査を行う。
15	29-30	卒業記念展ショップ調査5	卒展ショップに向けた相模グループで調査を行う。
その他 (授業に際しての注意点)		調査内容は企画書に盛り込む。各企画ごとにグループ調査が主となる。	

授業科目等の概要

前期授業計画(4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	小売業の類型1 流通構造・組織小売業	標準的な流通構造をはじめ、各業界における特徴的な流通構造を把握する。また相機小売業についての特徴と相機運営におけるメリット、デメリットを理解する。
2	5-8	小売業の類型2 店舗形態別小売業	店舗形態別にその特性を理解し、小売業全般における基本知識を理解する。
3	9-12	小売業の類型3 商業集積/マーチャンダイジング 商品とは	商業集積の種類と特性を把握し、日本における現状を把握する。MDの基本となる商品について品質の観点と法令的観点から理解する。
4	13-16	マーチャンダイジング1 MDサイクルの基本	MDサイクルを理解したうえでMDの仕事内容を把握し、全体像をつかむ。
5	17-20	マーチャンダイジング2 品ぞろえ・計数管理	品揃えの幅と深さを理解することで商品ラインナップの構成方法を知る。数量と金額の面における管理と商品回転率など在庫に関する計数を学ぶ。
6	21-24	ストアオペレーション1 店舗管理	店舗における基本業務を把握し、店舗運営の概要をつかむ。
7	25-28	ストアオペレーション2 ディスプレイ	ハード面での売り場の構成方法に関する知識を習得し、効果的な陳列方法の知識を得る。
8	29-32	販売経営管理 小売業における基礎的法令知識1	小売業に必要な法令知識、販売信用などの消費者金融の知識を理解する。
9	33-36	販売経営管理 小売業における基礎的法令知識2	小売業に必要な法令知識、販売信用などの消費者金融の知識を理解する。
10	37-40	販売経営管理 小売業における基礎的法令知識3、予備試験	小売業に必要な法令知識、販売信用などの消費者金融の知識を理解する。また科目合格のための予備試験の実施。
11	41-44	マーケティング1 4P理論	マーケティングの基本たる4P理論を知ることで、戦略的基本的考え方を理解する。
12	45-48	マーケティング2 FSP	マーケティング戦略であるFSPを理解し、その特徴を知る。
13	49-52	マーケティング3 販売促進	店舗における販売促進の種類とその効用を理解し、効果的な販促を学ぶ。
14	53-56	検定試験直前対策	検定受験前に直前対策として、要点をまとめた解説を行う。
15	57-60	検定自己採点及び前期試験対策・まとめ	検定後の自己採点を行う。前期試験の出題範囲となるため、受験の際に配布された試験問題が必須。
その他 (授業に際しての注意点)	授業が検定の養成講習会として申請されるため、80%以上の出席と販売・経営管理の模試において70点以上の点数をとる事で免除科目ありの受験となる。		

授業科目等の概要												
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (SP) 2年											
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイサー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。											
分類	必修	○	選択		配当年次	2年	学期	通年	○	前期		後期
種別	コーディネート						授業方法	講義		演習		実習
授業科目	カメラワークⅡ						授業時間数	前期	10	後期	10	計 20
担当教員	渡辺 曜						職業実践専門課程：企業との連携					
※実務家教員	○	アパレル業界経験のあるフリー映像制作。アパレル業界は約5年、OEMとメーカー経験。映像業界では制作現場助監督を経て、プライダム映像制作（撮影/編集12年、総数1000件超）に従事。現在はアパレル映像制作の受注を並行し、映像への幅広い知見と実践的な技術を持つ。										
資格検定												必修
選択	映像の性質や仕組みを正しく理解し、ファッション業界に不可欠なSNSやWeb動画への知見を深める。また映像機材特有の技術、光や構図などの演出、ストーリーや動画編集など企画構成や基本ルールを学び、実際に商品（プロモーション）撮影までを行うことで、現場で活躍出来る実践力を身に付ける。											
学習成果	① 映像の性質や仕組み、機材を理解する。 ② 構図や編集テクニックとその成果を理解する。 ③ ファッションビジネス×映像の実践力を身に付ける。 ※ 媒体や目的に合わせた撮影テクニックを身につける。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1	定期試験結果		%	2	提出物/期限遵守		40	%
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布											

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-2 映像の種類や仕組み・動画制作過程の解説・ファッション動画制作の目的の整理			プロジェクトやアスペクト比、各種設定の解説。チーム編成にてディスカッションを実施。
2 3-4 映像機材の解説とそれ特有の仕組み・スマホでの撮影（各々実践）・音声、音源、著作権、法律について			シャッタースピードとフレームレート。（アスペクト、ISO、F値、HDR、RAW撮影、LOG撮影）、レンズ特性や歪みの解説。BGM使用について、ドローンや路上撮影での法律関連知識を習得。
3 5-6 構図と編集の知識・基本的な編集の流れを理解する（簡単な撮影実習）			イマジナリーラインやカット割セオリー（矛盾、スマーズな緊ぎ）、カラーグレーディング、MA(Multi Audio)、テロップなどの制作方法。
4 7-8 制作前に個人役割とチームテーマ発表・チーム単位で撮影実践と修正			補足、誘導（目的が明確かどうか、映像制作メリットがあるか）などのアドバイスでブラッシュアップ。
5 9-10 完成動画発表・映像授業まとめ1			授業開始に映像提出、発表時にプレゼンテーション。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	前期授業の復習、解説・映像の広告化・チーム編成	構図/構造とそこに生まれる効果を理解する。フォントやレイアウト、伏線の使い方、市場のトレンドの知識を習得。チーム編成にてディスカッションを実施。
2	3-4	映像発注と受注の実践・撮影実践1	企画段階、撮影現場での映像発注/受注、それぞれの難しさを体験し、理解する。
3	5-6	完成動画発表	授業開始までに映像提出、発表時にプレゼンテーション。
4	7-8	映像発注と受注の実践・撮影実践2	企画段階、撮影現場での映像発注/受注、それぞれの難しさを体験し、理解する。
5	9-10	完成動画発表・映像授業まとめ2	授業開始に映像提出、発表時にプレゼンテーション。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		撮影機材は各自のスマートフォンを使用。課題となる動画編集は各自のスマートフォンに編集アプリを入れ実施。生徒制作動画、講師参考動画などを再生/鑑賞する環境が授業時に必要。商品撮影時にPop up shop商材サンプルなどを揃えて使用する。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (FC) 2年										
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指し、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショニアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。										
分類	必修	○	選択		配当年次	2 年	学期	通年		前期 ○ 后期	
種別	デザイン					授業方法	講義 ○	演習 △	実習 △	計	
授業科目	パーソナルカラーⅡ					授業時間数	前期 30	後期		30	
担当教員	佐藤 多佳代					職業実践専門課程：企業との連携					
※実務家教員	○	日本カラーコーディネーター協会 北部九州エリア統括、日本色彩研究所認定講師。カラーコーディネーター、カラーリストとしての実務に携わる傍ら、専門学校、高等学校、職業能力開発校等で色彩活用能力を育む指導を行なってきた。									
資格検定	一般社団法人日本カラーコーディネーター協会：色彩活用パーソナルカラー検定2級							必修 ○	選択		

授業概要	似合う色の見つけ方、色分類方法などのパーソナルカラーの基本から、自己演出だけではなく、人へのアドバイス方法やビジネスへの活用法などの応用まで、総合的に学ぶ。ファッション、ブライダルの現場など人と関わる仕事の様々な場面で活躍できる「カラーアドバイザー」を目指す。									
学習成果	① カラーアドバイスの能力をパーソナルカラーを通して身につける。 ② 自分自身に似合う色を知り、色を通じて自己表現の場を広げる。 ③ 現場の即戦力として有効なファッション色彩活用能力を身につける。 ※ 色彩活用パーソナルカラー検定2級の合格を目指す。									
	●産経新聞出版 色彩活用パーソナルカラー検定公式テキスト2級 ●カラーカード199a ●一般社団法人日本カラーコーディネーター協会 色彩活用パーソナルカラー検定2級公式問題集									
使用教材										

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	色彩学の基本1	PCCSの色表示方法、慣用色名を理解する。4シーズンの慣用色名を把握する。
2	3-4	色彩学の基本2	混色の原理、心理効果を理解する。
3	5-6	配色技法1	色相を中心とした配色方法を理解し、自分で配色する能力を身につける。
4	7-8	配色技法2	トーンを中心とした配色方法を理解し、自分で配色する能力を身につける。
5	9-10	配色技法3	効果的な配色テクニックを習得し、パーソナルカラータイプに合わせて提案できる力を身につける。
6	11-12	色素のアドバイス方法1	色素の個性に合わせて提案する能力を身につける。
7	13-14	色素のアドバイス方法2	4シーズンの中でも三属性の中で得意な要素が異なることを理解し、タイプ別に提案できる力を身につける。
8	15-16	ドレーピング実習1	ドレーピング技術を習得し、他者へのアドバイスを的確に行う能力を身につける。
9	17-18	ドレーピング実習2	ドレーピング技術を習得し、他者へのアドバイスを的確に行う能力を身につける。
10	19-20	さまざまなアイテムへの活用	ファッションアイテム、ヘア、メイク、ネイルへ、ブライダルの活用について理解し、タイプに合わせて提案できる力を身につける。
11	21-22	復習と総まとめ	3級、2級のポイントを確認し、苦手な単元について理解を深める。
12	23-24	総合演習 試験対策1	過去問題を解きながら出題傾向を掴み、全体的な理解度を深める。
13	25-26	総合演習 試験対策2	試験に臨む最終的な仕上げを行う。
14	27-28	パーソナルボード作成	自分ブランディングボードを作成する。プレゼンテーションを行い、相互評価する。
15	29-30	パーソナルボード作成2・まとめ	まとめ。自分ブランディングボードを作成する。プレゼンテーションを行い、相互評価する。
その他 (授業に際しての注意点)		パーソナルカラーアドバイザー(2級)を取得し、他者へのカラー アドバイス、コーディネート提案能力を身につけ、仕事に活かすこと最終目標とする。そのため日常においても常に色を意識して欲しい。授業においては、使用するカラーカード、糊、ハサミなど、忘れ物が無いようにすること。実習、実技などにも積極的に臨むよう心がけて欲しい。	

授業科目等の概要																															
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科(FC) 2年																														
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショナードバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																														
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期																					
種別	パソコン				授業方法	講義	△	演習	△	実習	○	■																			
授業科目	グラフィックII				授業時間数	前期	60	後期	20	計	80																				
担当教員	村川 俊樹				職業実践専門課程：企業との連携				○																						
※実務家教員	○	WebデザイナーとしてWebデザイン・グラフィックデザイン・企画業務で培ってきたデザイン・企画の基礎知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売をした業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。																													
資格検定																															
授業概要	Adobe Photoshop（ラスター）を使い、テーマにあった効果的な画像処理（色調補正・画像切り抜き・フィルタ効果・描画モード等）や自分の思い描くイメージマップ作成などの演習を通じグラフィックデザインの基礎を学ぶ。またAdobe Illustrator（ベクター）を理解し、デザインを行うための基礎を中心に入門を進める。アイテムの平面画・柄・DM・ポスターを描くための基礎力を身に付ける。																														
学習成果	① Adobe Photoshop・Illustratorの応用操作が問題なくできる。 ② 企画書作成スキルの習得。 ③ 各イベントでのプロモーションツールを作成する。 ※ Adobe Photoshop・Illustratorを用いたグラフィックデザイン習得。	成績評価方法 (右記の評価を 基準に平均点で 算出)				1	定期試験結果		%	2	提出物/期限遵守																				
使用教材	●MDNコーポレーション デザインを学ぶ I グラフィックデザイン基礎 ●コレクション雑誌・ファッション雑誌 ●KFDオリジナルデータ配布																														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習		
1	1-4	グラフィックの応用、Adobe PhotoshopとIllustratorでのデザイン	1	定期試験結果	%
2	5-8	効果的な画像処理1【色調補正】	2	提出物/期限遵守	50 %
3	9-12	効果的な画像処理2【肌のスムージング修正】	3	独創性/習熟度	20 %
4	13-16	効果的な画像処理3【フィルタリング効果】	4	意欲・授業態度	30 %
5	17-20	効果的な画像処理4【コントラスト効果による切り抜き】	1年次で習得したスキルを駆使し、Adobe PhotoshopとIllustratorでのグラフィックデザインの理解を深める目的で1年次のおさらいを行う。各自データ(誌)持参。		
6	21-24	効果的な画像処理5	色の書き換えツールを学び、画像編集の応用能力を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。		
7	25-28	デザインの応用 【ポスター制作】	肌補正に関するフィルタを学び、画像編集の応用能力を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。		
8	29-32	画像処理応用1	レイヤーマスク、フィルタリングのテクニックを学び、画像編集の応用技術を習得する。オリジナルデータ配布、各自データ持参。		
9	33-36	画像処理応用2	コントラスト効果を利用し、主に人物の画像切り抜きテクニックを学び、画像編集の応用技術を習得する。		
10	37-40	画像処理応用3	これまでに習得してきた技術を駆使し、技術向上を目的とした技術テストを行う。オリジナルデータ配布。		
11	41-44	DTPの基礎1【用紙サイズとマージン】	これまでに習得してきた技術を駆使し、オリジナルのグラフィック作品制作を通じAdobe Photoshop・Illustratorの理解を深め技術向上を図る。各自データ持参。		
12	45-48	効果的な画像処理6【DTPにおける画像の扱い方】	プロモーションデザイン運動、カメラワークの授業内で撮影した画像を適切な工程を経て画像処理を行う。		
13	49-52	DTPの基礎2【カンプとキャプション】	プロモーションデザイン運動、カメラワークの授業内で撮影した画像を適切な工程を経て画像処理を行う。		
14	53-56	DTPの基礎3【カンプの組み立て】	DTPの基礎的知識として用紙サイズとマージンに関する知識を習得し理解を深める。各自データ持参。		
15	57-60	DTPの基礎4【カンプの組み立て】・まとめ	DTPに伴った画像の処理と解像度の理解を深め、適切に画像を扱えるようにスキルを習得する。		

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは準備学習
1	1-2	進級作品展DM、ポスター作成	文化祭に向け、オリジナルのショップ企画の企画書及びプロモーションツールデザインを行うため、プロデュースⅠ授業で計画を立てておくことが前提となる。
2	3-4	文化祭企画書及び販促物制作1	文化祭に向け、オリジナルのショップ企画の企画書及びプロモーションツールデザインを行うため、プロデュースⅠ授業で計画を立てておくことが前提となる。
3	5-6	文化祭企画書及び販促物制作2	文化祭に向けた相続でオリジナルのショップ企画の結果報告書を作成する。
4	7-8	オリジナルショップ企画書1	オリジナルのショップ企画グループで企画の進行とともに、企画書作成を進めるため、プロデュースⅠ授業で計画を立てておくことが前提となる。
5	9-10	オリジナルショップ企画書2	オリジナルのショップ企画グループで企画の進行とともに、企画書作成を進めるため、プロデュースⅠ授業で計画を立ておくことが前提となる。
6	11	フォントデザイン1	ディスプレイ授業で制作した作品の撮影をした上でデザインを進めるため、プロモーションデザイン及びディスプレイ授業を完了しておくことが前提となる。
7	12	フォントデザイン2	ディスプレイ授業で制作した作品の撮影をした上でデザインを進めるため、プロモーションデザイン及びディスプレイ授業を完了しておくことが前提となる。
8	13	オリジナルショップ企画書3	オリジナルのショップ企画グループで企画の進行とともに、企画書作成を進めるため、プロデュースⅠ授業で計画を立ておくことが前提となる。
9	14	オリジナルショップ企画書4	オリジナルのショップ企画グループで企画の進行とともに、企画書作成を進めるため、プロデュースⅠ授業で計画を立ておくことが前提となる。
10	15	オリジナルショップ企画書5	ショップオープン時に必要な地図の作成を学ぶため、事前にプロデュースⅠ授業で計画を立ておくことが前提となる。
11	16	コーディネートブック制作1	進級作品として事前に収集しておいた素材を複数し1日の日子にし就職活動に役立てる。
12	17	コーディネートブック制作2	進級作品として事前に収集しておいた素材を複数し1日の日子にし就職活動に役立てる。
13	18	コーディネートブック制作3	進級作品として事前に収集しておいた素材を複数し1日の日子にし就職活動に役立てる。
14	19	コーディネートブック制作4	進級作品展に向け報告書作成グループを作り、進級ショップ企画の結果報告書を作成する。
15	20	オリジナルDTP進級作品制作5/コーディネートブック制作	進級作品展に向け報告書作成グループを作り、進級ショップ企画の結果報告書を作成する。
その他 (授業に際しての注意点)		日頃からファッション雑誌やWebページ等を「グラフィック」という視点で収集するファイルを作成。授業毎に課される課題は、期限内制作を厳守すること。必要教材(持参するデータ)を忘れる受講困難になるので注意が必要。作成した資料は各自就職活動において重要な資料となる。そのため別途就活用資料を作成することが望ましい。	

後期授業計画（10月-3月）			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	お直し（ボタン・ホック・ループ・まつり）1	お直しの基礎を講習。販売員の行うお直しのチェックポイントを習得する。
2	3-4	お直し（ボタン・ホック・ループ・まつり）2	リメイク衣装作品の修繕お直しを行う。
3	5-6	お直し（丈出し、丈詰め、ウエストの寸法調整）3	リメイク衣装作品の修繕お直しを行う。
4	7-8	リメイク衣装作品仕上げアイロン	リメイク衣装作品の仕上げアイロンのかけ方を習得する。
5	9-10	リメイク衣装作品メンテナンス	リメイク衣装作品のメンテナンスとして革製品の磨き方などを習得する。
6	11-12	リメイク衣装作品の商品化企画1	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
7	13-14	リメイク衣装作品の商品化企画2	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
8	15-16	リメイク衣装作品の商品化企画3	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
9	17-18	卒業記念展出品準備（エントリーシート、スタイル画、衣装カード作成）1	リメイク衣装作品を卒業記念展に出品する為のエントリーシートなどの作成を行う。
10	19-20	卒業記念展出品準備（エントリーシート、スタイル画、衣装カード作成）2	リメイク衣装作品を卒業記念展に出品する為のエントリーシートなどの作成を行う。
11	21-22	リメイク衣装作品の商品化企画4	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
12	23-24	リメイク衣装作品の商品化企画5	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
13	25-26	リメイク衣装作品の商品化企画6	リメイク衣装作品を基に卒業記念ショップで販売するリメイク商品を作成する。
14	27-28	卒業記念展リメイク衣装作品仕上げ・検品	卒業記念展に出品するリメイク衣装作品の仕上げ作業を行う。納品意図をしっかりと持つ。
15	29-30	卒業記念展リメイク衣装作品メンテナンス・まとめ	ファッションショー終了後の破損などがないか検品する。場合によっては修理も行う。
その他 (授業に際しての注意点)		リメイク衣装作品である事から、早期の材料調達が必要となる。また制作した作品はリメイクコンテスト、卒業記念展にリメイク衣装作品として出品する。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科(FC) 2年										
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。										
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年		前期	○	後期
種別	流通・販売				授業方法	講義	△	演習	△	実習	○
授業科目	ディスプレイⅡ				授業時間数	前期	50	後期		計	50
担当教員	めの 恵子・村川 俊樹				授業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	○	めの：国家資格（厚生労働認可）商品装飾技能士1級を保有しており、商業施設の内装・ディスプレイ等、空間のトータルビジュアルコーディネートを仕事とする有限会社ビーナック代表取締役社長。常に新しい視点でコーディネートを提案。実践的な演習を通じ、空間に意味を持たせ、視覚化できる人材の育成を狙いとする。									
資格検定							必修		選択		
授業概要	MDと商品の視覚的効果を研究実習し、プラン、ドラ、チェック、アクションの動きを習得する事により、売場において客数増加、購買力増加を図る力、さらに接客販売の現場での臨機応変な対応力を養う。										
学習成果	① ウィンドウディスプレイのプランニング技術習得。 ② 店舗におけるVMD知識と技術の習得。 ③ ディスプレイを構成、制作する技術の習得。 ※ ウィンドウディスプレイのプランから施工までの技術習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果		%					
使用教材	2		提出物/期限遵守		70	%					
	3		独創性/習熟度		15	%					
	4		意欲・授業態度		15	%					

前期授業計画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-6	IP, PP, VPとは	VMDの基本的実務項目であるIP, PP, VPの基本知識とテクニックを演習を通して制作し、その目的とテクニックを学ぶ。
2	7-12	店舗ディスプレイ1	より店舗での具体的なVMDに焦点を絞って演習作成を行う。
3	13-18	店舗ディスプレイ2	より店舗での具体的なVMDに焦点を絞って演習作成を行う。
4	19-25	VPディスプレイ・プラン1	IPのデザイン案と計画をプランニングし演習作成を行う。
5	26-31	VPディスプレイ・プラン2	IPのデザイン案と計画をプランニングし演習作成を行う。
6	32-37	カラー診断	学生個々のパーソナルをカラー診断を通じて相互理解し、その後の作業や仕事の計画性等指導などの指針とする。
7	38-50	質疑応答・まとめ	前項までの学習内容復習、理解が不足していた点等の精足とグローバルな仕事のあり方を摸索。学生の今後のキャリアプランにも役立てる。
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		校内での授業においては各授業ごとにレポートの提出が義務となっているため厳守すること。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (FC) 2年											
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。											
分類	必修	○	選択	□	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	□	
種別	流通・販売					授業方法	講義	○	演習	△	実習	
授業科目	販売実習II					授業時間数	前期	50	後期	300	計 350	
担当教員	横内 裕子・大隈 紳太郎・平尾 真州美・村川 俊樹					職業実践専門課程：企業との連携					○	
※実務家教員	○	WebデザイナーとしてWebデザイン・グラフィックデザイン・企画業務で培ってきたデザイン・企画の基礎知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売をした業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。										
資格検定								必修		選択		
授業概要	選ばれるファッション販売員(FA)の機能に必要な「プロ意識」「ホスピタリティ」「提案力」を身につけ、接客業を追求できる人材の育成を目指す。前期は知識とロールプレイングでお客様に喜ばれる接客対応力を習得。また、近年のグローバル化、インバウンド需要における海外からのお客様に対応するため、接客英会話を新たな項目として組み込む。後期はP(プラン)D(ダ)S(スタディ)A(アウト)に沿って、文化祭限定の仮想ショップや実際の店舗研修で、現場で起きた問題や店舗からの評価を受け、改善点をレポートし、PBL(プロジェクトベースドラーニング)を実行する。											
学習成果	① 基本的接客技術の習得。 ② 顧客に対する提案力。 ③ アプローチからクロージングまでのステップ習得。 ※ 顧客創造のための提案力とホスピタリティ。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果			%	2	提出物/期限遵守			%
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布		3	独創性/習熟度			%	4	意欲・授業態度			%

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	接客技術応用基礎	I年次の復習を兼ねた接客販売の基礎的テクニック、マナーを学ぶ。
2	5-8	職業実践授業ロールプレイング基礎	コラボレーション授業に向けての土台作り、基礎台本の作成を行い次項のロールプレイング練習につなげる。
3	9-12	販売実習ロールプレイングに向けての準備1	接客ロールプレイングに向けての基本台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
4	13-16	販売実習ロールプレイングに向けての準備2	接客ロールプレイングに向けての基本台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
5	17-20	販売実習ロールプレイングに向けての準備3	接客ロールプレイングに向けての基本台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
6	21-23	職業実践授業ロールプレイング応用	シーン別の接客方法を知る。基礎台本のロールプレイングを行い、次回は応用台本の提案が出来るようにする。
7	24-26	販売実習ロールプレイングに向けての準備4	接客ロールプレイングに向けての応用台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
8	27-29	販売実習ロールプレイングに向けての準備5	接客ロールプレイングに向けての応用台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
9	30-32	販売実習ロールプレイングに向けての準備6	接客ロールプレイングに向けての応用台本と演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
10	33-34	職業実践授業ロールプレイング実践	シーン別の接客方法を知る。台本なしのロールプレイングを行い。次回はバルカッブへの出場者の校内選考も兼ねる。
11	35-36	販売実習ロールプレイングに向けての準備7	接客ロールプレイングに向けて台本なしの演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
12	37-39	販売実習ロールプレイングに向けての準備8	接客ロールプレイングに向けて台本なしの演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
13	40-42	販売実習ロールプレイングに向けての準備9	接客ロールプレイングに向けて台本なしの演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
14	43-46	販売実習ロールプレイングに向けての準備10	接客ロールプレイングに向けて台本なしの演技、コーディネート提案の指導を行い、反復練習を行う。
15	47-50	職業実践授業ロールプレイング大会	シーン別の接客方法をお客様に合わせ台本なしで実践する。ロールプレイング大会を通じて提案力と応用力、ニーズ把握などの実践的要素で評価する。

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-17	現場研修1	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
2	18-34	現場研修2	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
3	35-51	現場研修3	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
4	52-69	現場研修4	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
5	70-94	現場研修5	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
6	95-114	現場研修6	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
7	115-144	現場研修7	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
8	145-174	現場研修8	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
9	175-194	現場研修9	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
10	195-214	現場研修10	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
11	215-234	現場研修11	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
12	235-249	現場研修12	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
13	250-269	現場研修13	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
14	270-284	現場研修14	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
15	285-300	現場研修15・まとめ	実際の現場に出ての研修において各企業の特色をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
その他 (授業に際しての注意点)		前期は演技の場である店舗の設営を学生自身で行う。また実習に必要な商品となる衣服は各自持参の必要がある。	

授業科目等の概要															
学科	服飾専門課程							ファッションビジネス科(FC)					2年		
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。														
分類	必修	○	選択	配当年次	2 年	学期	通年		前期	後期	○				
種別	流通・販売							授業方法	講義	△	演習	△	実習		
授業科目	接客英会話 I							授業時間数	前期		後期	30	計 30		
担当教員	内川 コリーン 孝子							職業実践専門課程：企業との連携							
※実務家教員	○	海外でのコスメティック系の就業経験をもとに英語での実用的な接客方法を伝授するとともに、国内での英語表現と海外での英語表現の差をしっかりと意識した接客として必要な英会話の習得を行う。													
資格検定								必修			選択				
授業概要	選ばれるファッション販売員の機能に必要な「プロ意識」「ホスピタリティ」「提案力」を身につけ、接客業を追求できる人材の育成を目指す。近年のグローバル化、インバウンド需要における海外からのお客様に対応するため、接客英会話を新たな項目として組み込む。														
学習成果	① 接客に関する英語的な表現知識の習得。 ② 伝える力、聞き取る力を養う。 ③ 積極的な英会話習得。 ※ 英語を通しての基礎的コミュニケーション能力の習得。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果		%	2	提出物/期限遵守		20	%	3	独創性/習熟度	20	%
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布		4	意欲・授業態度		60	%								

後期授業計画 (10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1 1-2	英語に親しむ・日本と海外の接客の違い/求められる販売員として・選ばれるFAとして		名前や簡単な英単語を使い、英語を使用する事への心理的ハードルを下げる。コミュニケーションをとれるように授業内での呼びかけを英語にする。
2 3-4	入店時の挨拶・お声かけ1 (Greeting) /接客技術基礎		お客様に対してのファーストアプローチを英語で行うために定型的文章を見て行く。
3 5-6	入店時の挨拶・お声かけ2 (Greeting) /接客技術応用		お客様に対してのファーストアプローチを英語で行うために定型的文章を見て行く。
4 7-8	アイテム・カラー提案 (out of stockの場合の対処法)		英語でのアパレル商品の名称、またカラー表現等日本語と英語表現との差異を比べながら理解し、覚える。
5 9-10	フィッティングルームへのご案内・対応1 (サイズ変更など)		お客様を説導するためのお声掛けと、フィッティングルームを出てからのコミュニケーションがとれるように定型文を見る。
6 11-12	フィッティングルームへのご案内・対応2 (サイズ変更など)		お客様を説導するためのお声掛けと、フィッティングルームを出てからのコミュニケーションがとれるように定型文を見る。
7 13-14	英語で伝える洗濯の仕方		洗濯などメンテナンスに関するお客様の問い合わせ、ニーズは多く、最低限のメンテナンスは英語で表現出来る様にする。
8 15-16	お会計 (お金の伝え方) ・ラッピングサービス		支払いの際の間違いが起らないように、またラッピングに関してはクロージングの面で必要な知識であり、特に金額の表現を徹底する。
9 17-18	英語で伝える施設内のご案内1 家庭で出来るお手入れ方法		インショップでの就職を見越して、実際に現場で多く見られる施設案内の回答が出来るようにする。
10 19-20	英語で伝える施設内のご案内2 素材の知識・お手入れ方法まとめ		インショップでの就職を見越して、実際に現場で多く見られる施設案内の回答が出来るようにする。
11 21-22	接客英会話総復習1		前項までの内容をまとめ、次回からのオーラルテストに向けての簡単なロールプレイングの準備を行う。
12 23-24	接客英会話オーラルテスト練習		オーラルテストに向けて、具体的な例文でのロールプレイングを練習する。定型文をしっかりと覚え、英語での接客に関する意思疇道が出来るようにする。
13 25-26	接客英会話オーラルテスト1		オーラルテストに向けて、具体的な例文でのロールプレイングを練習する。定型文をしっかりと覚え、英語での接客に関する意思疇道が出来るようにする。
14 27-28	接客英会話オーラルテスト2		オーラルテストに向けて、具体的な例文でのロールプレイングを練習する。定型文をしっかりと覚え、英語での接客に関する意思疇道が出来るようにする。
15 29-30	接客英会話総復習2・まとめ		売り場、付帯施設に関する英会話を総括し、現場でも使えるように特に聞き取りの能力と、現場に持ち込める資料としての授業プリントを整理する。
その他 (授業に際しての注意点)	オーラルテストなど実際にお声掛けが出来るようにするために授業への積極的参加と発言が必要である。		

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科 (FC) 2年														
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショニアドバイザー・パーソナルコーディネーター・ stylist に必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。														
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期					
種別	流通・販売					授業方法	講義	△	演習	実習					
授業科目	市場調査Ⅱ					授業時間数	前期	10	後期	30 計 40					
担当教員	村川 俊樹					職業実践専門課程：企業との連携									
※実務家教員	○ WebデザイナーとしてWebデザイン・グラフィックデザイン・企画業務で培ってきたデザイン・企画の基礎知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。皮革製品のオリジナルブランドを立ち上げ、企画・製造・販売をした業務経験より、皮革製品の川上～川下の知識と実践的なデザイン・スキルを教授する。														
資格検定															
授業概要	ファッションの現場、ショップやファッション市場を見て調査し広く深く学び、自分で動き（動く力）、自分で考え（考える力）、考えたことを表現する力（表現力）を学ぶ。また、消費者の嗜好やファッション動向を調査分析し、トレンドを掴み、現在の情報を未来の提案に結びつける能力を養う。														
学習成果	① 福岡のファッション動向の実態把握。 ② データの収集方法の学習。 ③ トレンドを読む力を養う。 ※ 収集データの分析力・考察力の習得。					成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果	%						
使用教材	●WWD、織研新聞														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)

			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	福岡ファッション調査1	地場福岡で現在何が流行していて何が衰退しているのかを調査し、流行を先読み・考察する力を養う。
2	3-4	福岡ファッション調査2	地場福岡で現在何が流行していて何が衰退しているのかを調査し、流行を先読み・考察する力を養う。
3	5-6	SNSトレンド調査1	地場福岡で現在何が流行していて何が衰退しているのかを調査し、流行を先読み・考察する力を養う。
4	7-8	ショップトレンド調査1	調査するショップでは何に力を入れ、何が流行しているのか何が衰退しているのかを調査し、考察する力を養う。
5	9-10	ショップトレンド調査2	調査するショップでは何に力を入れ、何が流行しているのか何が衰退しているのかを調査し、考察する力を養う。
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは準備学習
1	1-3	2023-24AW街頭調査1	街中のお客様の流れを把握した上で、次シーズンでは何がほしくて何を買ったかなどの購買に関する街頭アンケートを行い、次シーズンの流行を調査し、考察する力を養う。
2	4-6	2023-24AW街頭調査2	街中のお客様の流れを把握した上で、次シーズンでは何がほしくて何を買ったかなどの購買に関する街頭アンケートを行い、次シーズンの流行を調査し、考察する力を養う。
3	7-9	2023-24AW街頭調査3	街中のお客様の流れを把握した上で、次シーズンでは何がほしくて何を買ったかなどの購買に関する街頭アンケートを行い、次シーズンの流行を調査し、考察する力を養う。
4	10-12	2023-24AW店頭スタイリング調査1	スタイリングの基本を理解した上で、店頭でのお客様の流れ、客層、トレンドのスタイリングを調査し、考察する力を養う。
5	13-15	2023-24AW店頭スタイリング調査2	スタイリングの基本を理解した上で、店頭でのお客様の流れ、客層、トレンドのスタイリングを調査し、考察する力を養う。
6	16-18	2023-24AW店頭スタイリング調査3	スタイリングの基本を理解した上で、店頭でのお客様の流れ、客層、トレンドのスタイリングを調査し、考察する力を養う。
7	19-21	卒業記念展での作品制作に向けての市場調査1	卒業記念作品制作で必要な事を調査し、考察する力を養う。
8	22-24	卒業記念展での作品制作に向けての市場調査2	卒業記念作品制作で必要な事を調査し、考察する力を養う。
9	25-26	卒業記念展での作品制作に向けての市場調査3	卒業記念作品制作で必要な事を調査し、考察する力を養う。
10	27-28	卒業記念展での作品制作に向けての市場調査4	卒業記念作品制作で必要な事を調査し、考察する力を養う。
11	29-30	市場調査報告書・まとめ	卒業記念作品制作で必要な事を調査し、考察する力を養う。
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		各項目においてレポートの提出が必要であり、提出期限の厳守する事。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程	ファッションビジネス科(FC)	2年
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。		
分類	必修	○	選択
種別	流通・販売		
授業科目	ウェブマーケティングⅡ		
担当教員	明田 茉沙美		
※実務家教員	○ 米国での大学時代には国際コミュニケーション学を専攻、のちに翻訳職、web制作の専門職になり現在に至ります。現在は同業で起業、ディレクションをメインに制作の技術職にも携わっている。さらにアジアフューチャー株式会社にて、システムやWEB制作周りでの責任者として、取締役の立場で参画するなど豊富な企業経験を活かすことができる。		
資格検定			
授業概要	昨今様々あるSNSでは、そもそもマーケティングプランによって、使い分けが必要ということが浸透していない。プロの目線からマーケティングについての必要知識を学び、プランニングの重要性を理解し、実際の職場で活かせる知識を身につける。		
学習成果	① マーケティングの基礎知識の習得とプランニング。 ② 商品ニーズの理解とマーケティング最適化を知る。 ③ ビジネス視点としてのSNS運用方法の習得。 ※ 実際のアカウント運用を通じ、理論と実践の体験型学習。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1 定期試験結果 2 提出物/期限遵守 3 独創性/習熟度 4 意欲・授業態度
使用教材	●各自個人所有のPC (Excelの使用) ●各自個人所有のスマートホン ●撮影用の衣装 (各自用意)		
前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-2	オリエンテーション	自己紹介と授業オリエンテーションと、マーケティングって何だろう?という内容で前段知識を入れる。
2	3-4	マーケティングの基礎1 (商品ニーズを知る)	マーケティングの基礎用語と意味を習得します。ニーズ分析に必要なデータを同集積するのかを考える。
3	5-6	マーケティングの基礎2 (プランニングの重要性)	ファッションで人々に何を提供したいのか、その提供したい物や事が、人々にどのようなニーズがあるのかを知るために、数値を交え分析し、プランニングを行う。
4	7-8	情報発信の方法のファン最適化	ターゲット層の年齢や性別、思考、行動に最適な情報発信手法があり、それぞれのペルソナにあつた情報発信を理解し、ファンをどうやって形成するのかを学ぶ。
5	9-10	SNSの種類と特性、特徴を理解しよう	SNSも今は色々な種類があり、それぞれに特徴や焦まっている年齢層、性別、居住地などが違うことを理解する+海外の事情も理解する。
6	11-12	LINEのBtoCでの発信方法1	実際の活用事例を見ながらLINEのビジネスアカウントでできることを知る。
7	13-14	LINEのBtoCでの発信方法2	実際の活用事例を見ながらLINEのビジネスアカウントでできることを知る。
8	15-16	InstagramのBtoCでの発信方法1	実際の活用事例を見ながらInstagramのビジネスアカウントでできることを知る。
9	17-18	InstagramのBtoCでの発信方法2	実際の活用事例を見ながらInstagramのビジネスアカウントでできることを知る。
10	19-20	広告デザインのルール	広告デザインのルールと、メラビアンの法則、目の動きのZの法則など、広告作成に必要な知識とルールを学び、デザイナーと円滑にコミュニケーションが取れる方法を理解する。
11	21-22	アカウント運用のプランニングシートの作成1	これまでの学習をもとに、自分の仮想店舗を立案し、どのような手法でマーケティングプランを組むかを考える。
12	23-24	アカウント運用のプランニングシートの作成2	これまでの学習をもとに、自分の仮想店舗を立案し、どのような手法でマーケティングプランを組むかを考える。
13	25-26	職場実習1	実店舗での接客時のSNSやITツールがどのように活用されているか、実習を行う。
14	27-28	職場実習2	実店舗での接客時のSNSやITツールがどのように活用されているか、実習を行う。
15	29-30	まとめ、総括	授業総括として最終的なフォロワー数などの数字をまとめ、分析する。
その他 (授業に際しての注意点)	各自、スマホ、PC (またはタブレット) を用意。PCにはエクセル、またはgoogleのスプレッドシートが使えるようにしてください。数値分析に必要となる。また、プランニングシート等のレポートはパワーポイントやそれに準ずるソフトでの制作を行う (実際の職場に出た際に使われているため)。		

授業科目等の概要													
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科(FC) 2年												
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショナドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。												
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	配当年次	2年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期		後期		
種別	流通・販売					授業方法	講義	<input type="radio"/>	演習	<input type="radio"/>	実習		
授業科目	ファッション販売					授業時間数	前期	10	後期	40	計	50	
担当教員	溝口 希弥子					職業実践専門課程：企業との連携							
※実務家教員													
資格検定	一般財団法人日本ファッション教育振興協会：ファッション販売能力検定2級										必修	<input type="radio"/>	
授業概要													
	12月の『ファッション販売能力検定2級』の検定試験項目を基礎の範囲とする。検定合格を目指し、問題演習を行いながら、自信をもって解答できるように進めていく。1年生で学んだ販売の知識を体系的に整理して理解を深めることを目標とする。												
学習成果	① ファッションビジネスの川下の仕事のリーダーの役割を理解。 ② 計数知識を理解し、使いこなす。 ③ 12月の検定試験合格を目指す。 ※ ファッション販売能力検定2級の知識を習得。					成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果	50	%			
	●一般財団法人日本ファッション教育振興協会 ファッション販売2						2	提出物/期限遵守	30	%			
使用教材													
	※教材は、各回の授業にて、実際の販売現場で使用する書籍や参考書等を用いています。												
前 期 授 業 計 画 (4月-9月)							授業習熟度のねらいまたは、準備学習						
1	1-2	挨拶・ファッション販売知識1、2、3・計数知識1					ファッション販売知識の復習と理解を深めることを目標とする。						
2	3-4	「サステナビリティ」とは、売り場づくり1、2、3、4、5、6・計数知識2					現在のキーワードを理解し、売り場づくりの変遷を理解する。						
3	5-6	ファッションマーケティング知識・計数知識3					ファッションマーケティング知識の復習と理解を深めることを目標とする。						
4	7-8	店舗運営管理・計数管理					店舗運営についての基礎的内容を理解することを目標とする。						
5	9-10	ファッション販売技術1、2、3、4・計数知識4、前期試験復習・まとめ					接客販売の流れを理解することを目標とする。前期試験の復習を行う。						
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	ファッション販売技術5、6、7、8・計数知識5	接客販売の流れを理解することを目標とする。
2	5-8	過去問題1-A(A科目 半分45分⇒解説)	昨年の過去問題を行い、知識を整理する。
3	9-12	過去問題2-B(B科目 半分45分⇒解説)	昨年の過去問題を行い、知識を整理する。
4	13-16	過去問題3-A(A科目 半分45分⇒解説)	昨年の過去問題を行い、知識を整理する。
5	17-20	過去問題4-B(B科目 半分46分⇒解説)	昨年の過去問題を行い、知識を整理する。
6	21-24	検定直前対策1	検定直前対策として、個別に疑問点や不明な点を質疑応答。
7	25-28	検定直前対策2	検定直前対策として、個別に疑問点や不明な点を質疑応答。
8	29-32	検定直前対策3	検定直前対策として、個別に疑問点や不明な点を質疑応答。
9	33-36	検定直前対策4	検定直前対策として、個別に疑問点や不明な点を質疑応答。
10	37-40	検定直前対策5・まとめ	検定直前対策として、個別に疑問点や不明な点を質疑応答。
11			
12			
13			
14			
15			
その他 (授業に際しての注意点)		授業意欲として日頃から雑誌や、新聞や、インターネットニュース等を「ファッショニビジネス」の動きをとらえる、という視点で読む事を推奨する。講義内容に対しても積極的に質問をし、自分で理解することが望ましい。授業毎に配布される課題は、提出期限を厳守のこと。また、問題採点後は、理解を深めるために再復習をして、検定に向けて同じ間違いをしないよう、あきらめずにこつこつと知識を積み上げていく事が望ましい。	

授業科目等の概要																											
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科(FC) 2年																										
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッショナードバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。																										
分類	必修	○	選択	配当年次	2年	学期	通年	○	前期	後期																	
種別	コーディネート				授業方法	講義	△	演習	△	実習	○																
授業科目	ファッショントレンド分析II				授業時間数	前期	120	後期	60	計	180																
担当教員	河本 愛華				職業実践専門課程：企業との連携																						
※実務家教員	○	小売業でのショップレディースリーダー、プライベートブランド事業、バイヤー経験から販売現場の役割と重要性を落とし込み実践的なプログラムで個性を即戦力になるよう指導する。																									
資格検定																											
授業概要	ファッショントレンド分析IIの応用として必要な世代を超えたコーディネート力の習得。市場分析、クラスター分析、トレンド情報分析を行い、店頭でのトータルコーディネート提案やパーソナルコーディネートに結びつくよう演習を行う。また定期試験においては後期のみ行う。																										
学習成果	①	ファッショントレンド分析II力の習得。				成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果	50	%																	
	②	コーディネート分析力の習得。					2	提出物/期限遵守	20	%																	
	③	スタイリング提案力を身に付ける。					3	独創性/習熟度	20	%																	
	※	トレンダ理解するために分析力を上げる。					4	意欲・授業態度	10	%																	
使用教材	●文化ファッション大系 ファッション流通講座⑦ ●ファッショントレンド分析 ●WWDおよびFASHION NEWS他各種ファッション雑誌																										
前 期 授 業 計 画 (4月-9月)						授業習熟度のねらいまたは、準備学習																					
1	1-8	ファッショントレンド分析IIとは/ファッショントレンド分析IIの基礎知識の復習とイメージについての理解を深め、自分自身のイメージマップを作成しセルフスタイル化する。																									
2	9-16	22SSのファッショントレンド調査の現状結果をまとめ分析する。																									
3	17-24	22SSのファッショントレンド調査の現状結果をまとめ分析する。																									
4	25-32	22-23AWのファッショントレンド調査を行い、マップ制作を行う。																									
5	33-40	22-23AWのファッショントレンド調査を行い、マップ制作を行う。																									
6	41-48	テーマに沿ったアイテムを使ったコーディネートに関する基礎知識と演習。																									
7	49-56	テーマに沿ったアイテムを使ったスタイリングに関する基礎知識と演習。																									
8	57-64	テーマに沿ったシルエットを使ったコーディネートに関する基礎知識と演習。																									
9	65-72	テーマに沿ったシルエットを使ったコーディネートに関する基礎知識と演習。																									
10	73-80	テーマに沿ったシルエットを使ったスタイリングに関する基礎知識と演習。																									
11	81-88	ベースカラー、アクセントカラーを使ったコーディネートに関する基礎知識と演習。																									
12	89-96	ベースカラー、アクセントカラーを使ったスタイリングに関する基礎知識と演習。																									
13	97-104	アイテム・シルエット・配色を各自プランを練りトータルコーディネート実践する。																									
14	105-112	22-23AWのファッショントレンド調査の現状結果をまとめ分析する。																									
15	113-120	22-23AWのファッショントレンド調査の現状結果をまとめ分析する。																									

後期授業計画(10月-3月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	年代別スタイリング1	文化祭制作として年代別ファッショングのスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
2	5-8	年代別スタイリング2	文化祭制作として年代別ファッショングのスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
3	9-12	年代別スタイリング3	文化祭制作として年代別ファッショングのスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
4	13-16	年代別スタイリング4	文化祭制作として年代別ファッショングのスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
5	17-20	年代別スタイリング5	文化祭制作として年代別ファッショングのスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
6	21-24	8大感性スタイリング1	卒業制作として8大感性のスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
7	25-28	8大感性スタイリング2	卒業制作として8大感性のスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
8	29-32	8大感性スタイリング3	卒業制作として8大感性のスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
9	33-36	8大感性スタイリング4	卒業制作として8大感性のスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
10	37-40	8大感性スタイリング5	卒業制作として8大感性のスタイリングを行う。大判出力で掲示する。
11	41-44	骨格診断1基礎1	骨格診断とは何かを理解する。
12	45-48	骨格診断2基礎1	骨格のウェーブ・ナチュラル・ストレートを理解する。
13	49-52	骨格診断3応用1	自らの骨格を診断し自分に合うスタイリングを行う。
14	53-56	骨格診断4応用2	自らの骨格を診断し自分に合うスタイリングを行う。
15	57-60	骨格診断5・まとめ	後期試験に向けて骨格診断の理解を深める。
その他 (授業に際しての注意点)		市場調査との連動でトレンドの実態を分析して行くため市場調査のレポートの提出と持参が必要となる。また、コーディネート時にはアイテムが必須となるので持参が必要である。	

授業科目等の概要

学科	服飾専門課程		ファッションビジネス科 (FC)		2年			
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目標とし、企業連携型の実店舗、ECサイトの企画・運営、プランニング提案を通して、マーチャンダイザー・バイヤー・営業・EC担当職の知識・経験を習得し、最終的に起業ができる学生を育成する。							
分類	必修	○	選択	配当年次	2 年	学期		
種別	コーディネート			授業方法	講義	演習		
授業科目	カメラワーク II			授業時間数	前期	10 後期		
担当教員	渡辺 曜			職業実践専門課程：企業との連携				
※実務家教員	○	アパレル業界経験のあるフリー映像制作。アパレル業界は約5年、OEMとメーカー経験。映像業界では制作現場監督を経て、ブライダル映像制作（撮影/編集12年、総数1000件超）に従事。現在はアパレル映像制作の受注を並行し、映像への幅広い知見と実践的な技術を持つ。						
資格検定						必修		
選択						選択		
授業概要	映像の性質や仕組みを正しく理解し、ファッション業界に不可欠なSNSやWeb動画への知見を深める。また映像機材特有の技術、光や構図などの演出、ストーリーや動画編集など企画構成や基本ルールを学び、実際に商品（プロモーション）撮影までを行って、現場で活躍出来る実践力を身に付ける。							
学習成果	① 映像の性質や仕組み、機材を理解する。 ② 構図や編集テクニックとその成果を理解する。 ③ ファッションビジネス×映像の実践力を身に付ける。 ※ 媒体や目的に合わせた撮影テクニックを身につける。	成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)		1 定期試験結果	2 提出物/期限遵守	3 独創性/習熟度		
使用教材	●KFDオリジナルプリント配布							
前 期 授 業 計 画 (4月-9月)				授業習熟度のねらいまたは、準備学習				
1	1-2	映像の種類や仕組み・動画制作過程の解説・ファッション動画制作の目的の整理		プロジェクトやアスペクト比、各種設定の解説。チーム構成にてディスカッションを実施。				
2	3-4	映像機材の解説とそれ特有の仕組み・スマホでの撮影（各々実践）・音声、音源、著作権、法律について		シャッタースピードとフレームレート。（アスペクト、ISO、F値、HDR、RAW撮影、LOG撮影）、レンズ特性や歪みの解説。BGM使用について、ドローンや路上撮影での法律関連知識を習得。				
3	5-6	構図と編集の知識・基本的な編集の流れを理解する（簡単な撮影実習）		イメージナリーラインやカット割セオリー（矛盾、スムーズな繋ぎ）、カラーグレーディング、MA(Multi Audio)、テロップなどの制作方法。				
4	7-8	制作前に個人役割とチームテーマ発表・チーム単位で撮影実践と修正		精度、誘導（目的が明確かどうか、映像制作メリットがあるか）などのアドバイスでブラッシュアップ。				
5	9-10	完成動画発表・映像授業まとめ		授業開始に映像提出、発表時にプレゼンテーション。				
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
その他 (授業に際しての注意点)	撮影機材は各自のスマートフォンを使用。課題となる動画編集は各自のスマートフォンに編集アプリを入れ実施。生徒制作動画、講師参考動画などを再生/鑑賞する環境が授業時に必要。商品撮影時にPop up shop商材サンプルなどを揃えて使用する。							

授業科目等の概要													
学科	服飾専門課程 ファッションビジネス科(FC) 2年												
D P/ 学科人材 育成像	学校教育理念に掲げられている「人間教育と技術教育」を根幹とし、学科では専門知識とホスピタリティを兼ね備えた人材育成を目指し、企業連携型の店舗研修による接客を通して、ファッションアドバイザー・パーソナルコーディネーター・スタイリストに必要な知識と経験を習得し、時代と顧客に寄り添った接客ができる学生を育成する。												
分類	必修	○	選択		配当年次	2年	学期	通年		前期	○	後期	
種別	コーディネート						授業方法	講義	△	演習	○	実習	
授業科目	ヘア・メイク・ネイル						授業時間数	前期	60	後期		計 60	
担当教員	小倉 幸・鎌田 真帆						職業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	○	22年間撮影やプライダルで培ってきたヘアアレンジ、メイクアップの技術とファッションをより効果的にみせる為の応用、トータルコーディネート力を教授する。											
資格検定							必修			選択			
授業概要	ファッション業界で活躍する為に必要なセルフプロデュース力（自分をよりよく見せる）としてセルフメイク、セルフヘアアレンジの基礎技術を習得する。その応用として、ファッションティスト別によるメイク、ヘアスタイルのイメージの違いや効果的な見せ方などトータルコーディネートのスキルをあげる事を目標とする。												
学習成果	①	ファッションに合わせたヘアメイクイメージの違いを理解する。					成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点で算出)	1	定期試験結果			%	
	②	トータルでスタイリングの提案ができる。						2	提出物/期限遵守			%	
	③	トレンドを意識したヘアメイクネイルを理解する。						3	独創性/習熟度			%	
	※	セルフメイク、ヘアアレンジの基礎技術の習得。						4	意欲・授業態度			%	
使用教材	●自分のメイクアップ用品、スキンケア用品 ●ヘアスタイリング剤、マニキュア												

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業習熟度のねらいまたは、準備学習
1	1-4	メイクアップ基礎	セルフメイクの手順や使用品の見直し、効果的な使い方。
2	5-8	メイクチェック、メイクアップ応用（ソフト、ハード）	セルフメイクチェック、手直し、個別指導、ファッションとのバランス、色使い。
3	9-12	メイクアップ応用（8大感性）	セルフメイクチェック、手直し、個別指導、ファッションとのバランス、色使い。
4	13-16	ヘアアレンジ1	セルフにてヘアアイロンの使い方、アップヘア、ダウンヘアアレンジ。
5	17-20	ヘアアレンジ2	セルフにて積み込み、くるりんぱ、引き出し方、スタイリング剤の使用。
6	21-24	セルフヘアメイクプロデュース1	ファッションコーディネート活動。提示したコンセプト、イメージに合わせヘア、メイクをセルフプロデュースする。
7	25-28	ブランド別メイクアップ、ヘアアレンジ	ブランドの持つイメージを自分に置き換へアメイクで表現する。
8	29-32	年代別メイクアップ、ヘアアレンジ	年代別で流行したヘアメイクを表現する。
9	33-36	ネイル基礎	ベースケア、ファイリング、カラーリング。
10	37-40	ネイルチップ制作 デザイン考案・練習	文化祭展示に向けてネイル作品の考案、練習、修正。
11	41-44	ネイルチップ制作	文化祭展示に向けてネイル作品の制作。
12	45-48	トレンドメイクアップ1	トレンドのヘアメイクをセルフプロデュースする。
13	49-52	トレンドメイクアップ2	トレンドのヘアメイクをセルフプロデュースする。
14	53-56	セルフヘアメイクプロデュース2	ファッションコーディネート活動。提示したコンセプト、イメージに合わせヘア、メイクをセルフプロデュースする。
15	57-60	セルフヘアメイクプロデュース・まとめ	好きなブランドを選び、ファッション、ヘアメイクをセルフプロデュースする（ネイルをしてくる）。
その他 (授業に際しての注意点)	セルフメイクの習得を目指すため各自のメイク道具の持参が必要である。		