

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、市場と消費者を理解し、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの思考力と実践力を備えた人材を育成する。													
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	1	年	学 期	通 年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>
種 別	コーディネート					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>		
授業科目	ファッションコーディネート I					単 位	4単位							
担当教員	堤 麻実子・後藤 聖華					職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員	<input type="radio"/>	後藤：小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネートの販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。												
資格検定											必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
授業概要	ファッションアドバイザーに必要な基礎知識として、色彩・素材・シルエット・トレンドなどのファッション要素を理解し、テーマやトレンドに沿ったコーディネートを構築する力を養う。また、スタイリング演習やスタイリング撮影を通して、コーディネートの意図を視覚的に表現する方法と、顧客へ提案するためのセールストーク力を身に付ける。最終的にはスタイリングブック制作を行い、自己のスタイリング力を体系的にまとめ、実務で活用できる提案力を養う。													
学習成果	①	色彩・素材・シルエット・トレンドなどの基礎知識を理解する。					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	テーマやトレンドに基づいたコーディネート構築力を習得する。						2	提出物/期限遵守	60	%			
	③	コーディネートの意図や根拠を説明する力を習得する。						3	独創性/習熟度	20	%			
	※	スタイリングブック制作を通してコーディネート表現力を習得。						4	意欲・授業態度	20	%			
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布													

前期授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-4	オリエンテーション/コーディネートとは/自己のファッション分析/テストマップ制作	コーディネートの基本概念を理解し、テストマップ制作を通して自己のファッションテストを整理する。事前に自身の服装や好みのスタイルを振り返っておく。
2	5-8	ライフスタイル・オケージョン・TPOとは	ターゲット、ライフスタイル、オケージョンとファッションの関係を理解し、TPOに応じた服装の考え方を学ぶ。前回の授業内容を復習しておく。
3	9-12	ファッションイメージの基礎1 イメージ分類	10大感性とは何かを理解する。対比するイメージを比較し、コーディネートにおけるイメージ形成の考え方を学ぶ。言葉の意味を復習して行くこと。
4	13-16	ファッションイメージの基礎2 イメージマップ制作	感性別イメージを理解し、イメージマップで構成し理解を深める。配布プリントの理解を深めて行く。
5	17-20	ファッションイメージの基礎3	テスト分類し、雑誌からイメージを読み取り写真・雑誌を用いたイメージ収集とムードボード作成し理解を深める。配布プリントの理解を深めて行く。
6	21-24	ファッションイメージの基礎4	色・素材・シルエットからイメージを表現する方法を学び、マップで構成し理解を深める。配布プリントの理解を深めて行く。
7	25-28	ファッションイメージの基礎5	ファッションイメージをスタイリングに落とし込み、対比するイメージを比較することで理解を深める。配布プリントの理解を深めて行く。
8	29-32	ファッションイメージの基礎6	ファッションイメージをスタイリングに落とし込み、対比するイメージを比較することで理解を深める。配布プリントの理解を深めて行く。
9	33-36	感性別スタイリング1	異なるテストを組み合わせたスタイリングを構築し、イメージをコントロールする力と提案力を養う。配布プリントに目を通し、扱うファッションイメージの特徴を確認しておく。
10	37-40	感性別スタイリング2	異なるテストを組み合わせたスタイリングを構築し、イメージをコントロールする力と提案力を養う。配布プリントに目を通し、扱うファッションイメージの特徴を確認しておく。
11	41-44	感性別スタイリング3	異なるテストを組み合わせたスタイリングを構築し、イメージをコントロールする力と提案力を養う。配布プリントに目を通し、扱うファッションイメージの特徴を確認しておく。
12	45-48	感性別スタイリング4	異なるテストを組み合わせたスタイリングを構築し、イメージをコントロールする力と提案力を養う。配布プリントに目を通し、扱うファッションイメージの特徴を確認しておく。
13	49-52	感性別スタイリング5	異なるテストを組み合わせたスタイリングを構築し、イメージをコントロールする力と提案力を養う。配布プリントに目を通し、扱うファッションイメージの特徴を確認しておく。
14	53-56	スタイリング撮影プラン1 テーマ設定	スタイリングのイメージを視覚的に表現するための撮影計画を立てる力を養う。撮影の構図や表現方法を参考資料として収集しておく。
15	57-60	スタイリング撮影プラン2 コーディネート	スタイリングのイメージを視覚的に表現するための撮影計画を立てる力を養う。撮影の構図や表現方法を参考資料として収集しておく。

通 年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-4	小物&アクセサリースタyling1	バッグ・シューズ・アクセサリーの役割を理解し、コーディネート完成度を高める。全体の印象に与える影響を理解する。繰り返し復習しておく。
2	5-8	小物&アクセサリースタyling2	テーマやイメージに合わせてコーディネートを作成させる力を養う。小物による印象の変化を理解し、スタイリングの意図や効果を説明できる提案力を身につける。繰り返し復習しておく。
3	9-12	パーソナルカラースタyling1	パーソナルカラーの基本理論と4シーズン分類を理解する。似合う色の特徴を活かし、コーディネートを作成し、色の提案力を高める。理論を復習して行く。
4	13-16	パーソナルカラースタyling2	パーソナルカラーを活かしたスタイリングをコーディネート提案に応用する。色の組み合わせやアイテム選びを通して、販売現場で活用できる提案力を養う。理論を復習して行く。
5	17-20	トレンドスタイリング1 A	コレクションやファッションメディアを参考にトレンド要素を分析する。ファッショントレンドの仕組みを復習しておく。
6	21-24	トレンドスタイリング2 A	シーズントレンドカラー、トレンド素材やシルエットの特徴を理解し、スタイリングに反映する。今季のトレンドアイテムを分析し、スタイリングの構成方法を学ぶ。
7	25-28	トレンドスタイリング3 A	テーマ・ターゲット・市場を踏まえたトレンドスタイリングを提案する。事前にコーディネートプランを準備しておく。
8	29-32	トレンドスタイリング4 A	テーマ・ターゲット・市場を踏まえたトレンドスタイリングをトルソーに実践し、発表する。
9	33-36	トレンドスタイリング1 B	コレクションやファッションメディアを参考にトレンド要素を分析する。ファッショントレンドの仕組みを復習しておく。
10	37-40	トレンドスタイリング2 B	シーズントレンドカラー、トレンド素材やシルエットの特徴を理解し、スタイリングに反映する。今季のトレンドアイテムを分析し、スタイリングの構成方法を学ぶ。
11	41-44	トレンドスタイリング3 B	テーマ・ターゲット・市場を踏まえたトレンドスタイリングを提案する。事前にコーディネートプランを準備しておく。
12	45-48	トレンドスタイリング4 B	テーマ・ターゲット・市場を踏まえたトレンドスタイリングをトルソーに実践し、発表する。
13	49-52	オリジナルテーマスタイリング1	スタイルのテーマを決定し、スタイリングの方向性を計画する。テーマを設定し、スタイリング構成を作成する。資料やアイテム類を準備しておく。
14	53-56	オリジナルテーマスタイリング2	モデルまたはトルソーを使用し、スタイリングを実践し、テーマ・ターゲット・市場を踏まえたコーディネート提案する。アイテムや小物を準備しておく。
15	57-60	オリジナルテーマスタイリング3	スタイリングテーマとコーディネート意図をプレゼンテーションする。1年間のまとめを行う。
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)		ファッション業界で求められるスタイリング力と提案力の習得のため、コーディネート演出・市場調査・スタイリング撮影など実践的な課題を行う。授業内では、積極的な発言・ディスカッション・課題制作への主体的な取り組みを重視する。トレンドやブランドリサーチなどの事前準備を行い、授業内で活用できるようにしておくこと。	

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/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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。													
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					授業形態	講義	<input type="radio"/>	演習		実習			
授業科目	ファッションビジネス知識 I					単位	2単位							
担当教員	横内 裕子					職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員	<input type="radio"/>	小売業での接客経験と現場の知識技術をもとに、接客の基礎を検定合格を通して身につくよう指導。												
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		選択	<input type="radio"/>
授業概要	12月に受験する検定で、ファッション販売能力検定3級の合格を目標とし、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)「ファッション販売能力検定3級概論」として、ファッションビジネスの基本知識となる内容を通して、ファッション業界で、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。同時に、挨拶をはじめとした礼儀やマナーを身に付け、社会人として自信を持って行動できることを目指す。													
学習成果	①	ファッションビジネスの川下の仕事の重要性を理解する。					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	50	%			
	②	計数知識を理解する。						2	提出物/期限遵守	40	%			
	③	12月の検定試験合格を目指す。						3	独創性/習熟度		%			
	※	3級合格を通してファッションビジネスの基礎を習得する。						4	意欲・授業態度	10	%			
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●KFDオリジナルプリント配布 ●過去問題 													

前期授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-2	自己紹介・1章ファッション販売知識	小売業の流れと販売の基礎知識を理解し、元氣よい挨拶を習慣とする。 ファッション販売3・1章に目を通しておくこと。
2	3-4	5章マーケティング	マーケティングの概念と、その重要性を理解する。 ファッション販売3・5章に目を通しておくこと。
3	5-6	6章販売スタッフの業務	川下に位置する販売員の業務について理解する。 ファッション販売3・6章に目を通しておくこと。
4	7-8	A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。 ファッション販売3・1章、5章、6章を復習しておくこと。
5	9-10	2章ファッション販売技術	ファッション販売を通して、購買心理や包装、贈答マナーを理解する。 ファッション販売3・2章に目を通しておくこと。
6	11-12	4章売り場づくり	売り場づくりの重要性を理解する。 ファッション販売3・4章に目を通しておくこと。
7	13-14	B科目復習問題	授業で学んだことを問題演習で復習することで定着させる。 ファッション販売3・2章、4章を復習しておくこと。
8	15-16	計数知識の理解	店舗で扱う基本的な計数知識を理解する。 ファッション販売3・6章-4に目を通しておくこと。
9	17-18	過去問題演習	授業で学んだことを問題演習で復習することで定着させる。
10	19-20	過去問題解説、復習、まとめ	問題解説、復習を通して全体のまとめを行う。
11			
12			
13			
14			
15			

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	ファッション造形知識5章ファッションエンジニアリング1	パターンや生産に関する知識をデモンストレーションなどを交えながら履修する。
2	3-4	ファッション造形知識5章ファッションエンジニアリング2	パターンや生産に関する知識をデモンストレーションなどを交えながら履修する。
3	5-6	ファッション造形知識まとめ	検定におけるファッション造形知識に該当する内容の総括を行う。
4	7-8	検定試験直前対策1	11月のファッションビジネス能力検定に向けての対策授業。過去問題も参考にしながら進める。
5	9-10	検定試験直前対策2	11月のファッションビジネス能力検定に向けての対策授業。過去問題も参考にしながら進める。
6	11-12	検定試験直前対策3	11月のファッションビジネス能力検定に向けての対策授業。過去問題も参考にしながら進める。
7	13-14	検定試験直前対策4	11月のファッションビジネス能力検定に向けての対策授業。過去問題も参考にしながら進める。
8	15-16	検定試験直前対策5	11月のファッションビジネス能力検定に向けての対策授業。過去問題も参考にしながら進める。
9	17-18	検定試験自己採点によるPDCA	検定受験後に自己採点を行いPDCAで分析する。自身の授業理解度の把握を行う。
10	19-20	まとめ	配布資料のファイリングも行う。
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。		
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。また計数に関しては各自電卓を持参し、常に授業前に準備しておく。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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。												
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						授業形態	講義	○	演習		実習	
授業科目	VMD I						単位	1単位					
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	○	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	マーケティングの究極の目的である「販売せずして売上を上げる」を理解することを目的とする。この授業は、店舗運営に関わることを効果的に学ぶ授業であり、「V・M・D（ビジュアルマーチャンダイジング）」の授業では、本来の意味と基本を徹底して学び、商品企画、商品計画、商品政策、顧客サービスなど会議室で考えられたものを、現場である売場・お買場で反映させる手法を学んでいく。消費者がどのような情報やモノを選択しているのか、購入に至る経緯を論理的に理解し、現場で活かせるようになる。												
学習成果	①	誰が見ても売れる売場を作ることができ、シーズンごとに自分の店の販売計画が作れるようになる。					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	20	%		
	②	シーズンを通じて適正在庫数量・金額の確保が科学的にできるようになる。						2	提出物/期限遵守	50	%		
	③	「販売せずして売上を上げる」という理論を修得できる。						3	独創性/習熟度		%		
	※	各自がIP、PP、VPを理解し、実践できる力をつける。						4	意欲・授業態度	30	%		
使用教材	●織研新聞社 VMD 新テキスト												

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容	
1	1-4	V・M・Dの概要と定義		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。テキスト第1章19ページまでを読んでくる。	
2	5-8	V・M・Dに必要な基本MD (マーチャンダイジング) ターゲット分類、ライフステージ分類		家族、タンスの中を分類しておく。人を分類してみる。	
3	9-12	V・M・Dに必要な基本MD1		定点観察、グループで百貨店を視察しておくこと。オケージョン分類、カラーの基本について学ぶ。	
4	13-16	V・M・Dに必要な基本MD2		サイズの基本、プライスの基本などVMD用語の理解を深めるため、売り場の部分的な作り方を演習する。講義後 定点観察、グループで百貨店を視察すること。	
5	17-20	V・M・Dに必要な基本MD3		事前に季節分類、年間行事・催事をまとめておく。グレード分類、テスト分類を学ぶ。	
6	21-24	売場づくりの基本1		定数・定量の考え方、陳列の手法を学ぶ。VMDの基本用語を学ぶ。講義後、百貨店IPスペースを視察すること。	
7	25-28	売場づくりの基本2		VP (ビジュアルプレゼンテーション) について学ぶ。百貨店VPスペースを視察すること。	
8	29-32	売場づくりの基本3		IP (アイテムプレゼンテーション) PP (ポイント・オブ・プレゼンテーション) について学ぶ。百貨店IP、PPスペースを視察すること。	
9	33-36	売場づくりの応用		顧客購買心理を基にした売場づくり季節によって変わるポップアップショップの考え方を学ぶ。講義後、百貨店、ショッピングモールを視察すること。	
10	37-40	VMD係数		売上と在庫の関係を学ぶ。講義後、レポートにまとめる。	
11					
12					
13					
14					
15					
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。				
その他 (授業に際しての注意点)	講義中の私語・スマホ操作は他者への迷惑、評価減点につながるため注意すること。授業ごとの復習課題については次回授業までにレポートとしてまとめ提出すること。授業内で講評・解説の時間を設けフィードバックする。				

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。						
分 類	必修	○	選択	配当年次	1	年	
種 別	流通・販売			授業形態	講義	○	
授業科目	ウェブマーケティング I			単位	1単位		
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	○	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。その他にコミュニケーション行動心理学講師として学校、企業などで実績を積み、現在はアートサロンSOWAKA主宰。					
資格検定	一般財団法人ネットショップ能力認定機構：ネットショップ実務士補					必修	○
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	① ネットショップの知識や用語を理解する。 ② 特定商取引法を理解する。 ③ 売れるウェブサイトの運営方法を知る。 ※ 実際にベースを使用し、売れるサイトの運営方法を知る。			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	提出物/期限遵守	90
					3	獨創性/習熟度	%
					4	意欲・授業態度	10
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルプリント配布 ●KFDオリジナルデータ配布 ●ネットショップ検定テキスト 						

後 期 授 業 計 画 (10月-3月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容	
1	1-4	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	シラバスをデータで閲覧しておく。 業界の現状と社会の動向、AI。ネットショップの知識や言葉を理解する。	
2	5-8	第3章・第4章・第5章 オムニチャンネル	ネットショップについて事前に情報を得ておく。 独自ドメイン・オンラインモールなどの違いを知る。	
3	9-12	第6章 商品取引・商品セキュリティについて	ネットショップについて事前に情報を得ておく。 商品取引・商品セキュリティの知識を深める。	
4	13-16	第7章 ペルソナについて	ネットショップについて事前に情報を得ておく。 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演習を行う。	
5	17-20	第8章 トップページの要素・キャッチコピーについて	キャッチコピーを考える。	
6	21-24	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。	
7	25-28	第10章 問い合わせ対応・ブログ・アクセス解析について	ショップのブランディング、X、インスタ、フェイスブック、ブログの大切さ知る。	
8	29-32	第18章・第19章・第20章 代金の回収等/ネットショップ作品制作	ビジネスマナー、ビジネスメールの基礎知識習得とベースのアカウントを取得。 最終検定日までに作品制作を各自で行う。	
9	33-36	評価テスト	科目としての評価テストを行う。 各自、検定のための復習を行っておく。	
10	37-40	検定試験・まとめ	ネットショップ作品を提出する。 ネットショップ実務士補の認定取得のための検定受験。	
11				
12				
13				
14				
15				
準備学習 (予習・復習)	演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。			
その他 (授業に際しての 注意点)	社会の動向に関心を持ち情報収集やその都度思考していく習慣を身につけよう。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できる。			

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、市場と消費者を理解し、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの思考力と実践力を備えた人材を育成する。													
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	コーディネート							授業形態	講義		演習	<input type="radio"/>	実習	
授業科目	カメラワーク I							単 位	単 位					
担当教員	村上 裕志、明石 憲壕・渡辺 曜							職業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	<input type="radio"/>	村上：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と技術を持っている。 赤司：												
資格検定											必修		選択	
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。後期3回はスポット授業で動画作成テクニックを学習する。													
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	40	%		
	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	60	%		
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-2	撮影機材取り扱い説明(カメラの基本的構造、操作方法)		撮影機材のメインであるカメラの基本的な構造や、操作方法を解説する。各自でマニュアルとなるレポートの作成。			
2	3-4	撮影機材取り扱い説明(スタジオ機材の操作方法)		撮影スタジオの機材(バック、照明、フラッシュメーター、レフ板)の使用方法を解説する。各自でマニュアルとなるレポートの作成。			
3	5-6	商品撮影/商品広告撮影演習		店舗ポスター、SNS、ECサイトに使用する商品広告写真の撮影演習。			
4	7-8	商品撮影/写真選定・チェック・再撮影		撮影した写真についてディスカッションし必要な修正撮影を行う。			
5	9-10	商品撮影/商品撮影とささげ業務の演習		ECサイトなどにアップするための商品撮影の基本的撮影方法を実践形式で習得する。ECサイトに必要な文章やコメントを同時に作成する。			
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

通年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	人物撮影の実践1/撮影準備	スタジオでの人物撮影の基礎知識、技術を実践形式で学習する。また次回撮影の準備、撮影プランを計画する。
2	3-4	人物撮影の実践2/文化祭商品PR用ロケハンおよび試撮	文化祭の商品を使用してプロモーション用の撮影の校内ロケ準備、試撮を行う。ロケ撮影の照明の使い方を習得する。
3	5-8	人物撮影の実践3/文化祭商品PR撮影	文化祭の商品を使用してプロモーション用の撮影を行う。
4	9-10	人物撮影の実践4/写真選定	撮影した写真を選定し、必要な修正も行う。また次回の撮影のイメージマップを作成。4テストに分けたグループで行う。
5	11-12	画像撮影まとめ	ここまで8回の授業のまとめと振り返りを行う。
6	13-16	動画撮影の基礎知識1/撮影準備 (スポット授業)	動画撮影と写真撮影の違いを学習する。講師主導の企画で撮影演習を行う。
7	17-18	動画撮影の基礎知識2/撮影演習 (スポット授業)	動画撮影と写真撮影の違いを学習する。講師主導の企画で撮影、編集の演習を行う。
8	19-20	動画撮影の基礎知識3/撮影企画の手順 (スポット授業)	撮影した動画を基に絵コンテを起こし、撮影企画演習を行う。
9	21-24	商品撮影の実践2/雑誌の商品広告撮影	雑誌に開催されているような商品広告写真を撮影。
10	25-26	商品撮影の実践3/写真選定・チェック・屋外撮影イメージマップ作成	撮影した写真を選定し、必要な修正も行う。また屋外での撮影をするためのイメージマップを作成する。
11	27-28	屋外撮影の実践1/撮影準備	屋外での写真撮影の準備。前回までの注意点を含めて周知準備を行う。
12	29-30	屋外撮影の実践2/屋外での人物撮影・まとめ	屋外で写真を撮影し、選定まで行う。ここまでの作品をまとめた資料作成も行う。
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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ンコーディネーター、ヘアメイクの各自計画的な準備が必要。後期ではスポット授業で動画撮影を行う。授業評価は個人作品、および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/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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。											
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	1	年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期	後期
種別	流通・販売					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>
授業科目	キャリアトレーニング					単位	2単位					
担当教員	月橋 一浩・三好 真代					職業実践専門課程：企業との連携						
※実務教員	<input type="radio"/>	月橋：人事業務経験者。人事評価や就職情報提供を行う会社を経営。実践的ビジネスマナーの知識・技術を教授する。 三好：人材紹介、再就職支援経験者。個と組織のウェルビーイングを支援する事業を展開。キャリア開発を教授する。										
資格検定												
授業概要	学生自身が、自分の将来をより良いものにするためには「何が必要か」「どんな職業に就きたいか」などを考え、就職をゴールではなく、スタートであり通過点である事を認識する。授業内容は講師の話を一方向的に聞くのではなく、グループ内で考えたり、発表したり、ゲーム形式でのワークを行い、頭や体・口を動かしながら授業を進める。											
学習成果	①	今後のキャリアプラン (ゴール) を明確にし行動につなげる	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	人生設計において有効なコミュニケーションスキルを身につける		2	提出物/期限遵守	60	%					
	③	難易度の高い就活をクリアするためのノウハウを学ぶ		3	独創性/習熟度		%					
	※	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	40	%					
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布 ●ゲームやロープレ、グループワークを多用した授業内容											

前期 授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-2	オリエンテーション (アイスブレイク・自己紹介・ビジネスマナーとは・ゴール提示)	ゴールを提示し、これから何を考え、勉強していくのかを明確にする。自分自身のゴールを見据えることで、今後の行動につながる。(マナーと発声練習の復習)			
2	3-4	人生100年時代のキャリア形成	将来のキャリアについて考える。(キャリアプラン) (復習：キャリアシミュレーションゲーム終了後の自分の課題を整理しておくこと)			
3	5-6	ライフプランニング、マネープランニング	人生の各ステージにおけるプランニングとマネープランニングについて考える。(予習：自分なりの10年後、20年後、30年後どうなりたいか、未来を考えておく。)			
4	7-8	社会人とは (社会人と学生の違い)、仕事をするの意味とは	社会人と学生の違いを自ら考えることで認識し、社会人になる心構えができるようになる。仕事の意味を問うことで、自分で答えを見つけていく。(復習：仕事をするこの意味を各自深める)			
5	9-10	質問力・価値観分析シート作成	ワークショップを通じてコミュニケーションスキル向上を目指す。自分の価値観について考える。(復習：自分の価値観を就職にどう結びつけるかを整理しておくこと)			
6	11-12	ほめるワーク・座学 (報連相のポイント)・カードゲーム	ワークショップを通じてコミュニケーションスキル向上を目指す。報連相のポイントを学ぶ。(復習：報連相&ほめる)			
7	13-14	自己理解・カードゲーム・座学 (アサーティブ)	ワークショップを通じてコミュニケーションスキル向上を目指す。コミュニケーション手法について学ぶ。			
8	15-16	自己分析を深掘りする、1~8小テスト	これまでの自己分析を整理して深掘りする。			
9	17-18	言葉遣いの基本 (敬語、クッション言葉、間違った日本語)	敬語の基本的な形から場面に応じた敬語、ビジネス敬語も取り入れる。ビジネスで必要なクッション言葉の習得や間違った日本語の違いを理解する。(復習：日々の生活で実践する)			
10	19-20	プレゼンテーション手法	自分の考えや言いたい事を、他の人に分かりやすく伝えるスキルを習得する。①目的意識、②まとめ方、③事例で語る、④質問する、⑤動く (復習：発表での自身の課題を明確にすること)			
11	21-22	ワークショップ・文章作成の基本	ワークショップを通じてコミュニケーションスキル向上を目指す。伝わりやすい文章作成方法を学ぶ。			
12	23-24	プレゼンテーション・スピーチの基本 (表現力、伝える力、人前で話す力、発表練習)	プレゼンテーションの基本を学び、グループで自分の意見を人前で発表できるような練習を実施する。(予習：PPTや制作物を準備・復習：発表での自身の課題を明確にすること)			
13	25-26	プレゼンテーション・スピーチの基本 (表現力、伝える力、人前で話す力、発表練習)	プレゼンテーションの基本を学び、グループで自分の意見を人前で発表できるような練習を実施する。(予習：PPTや制作物を準備・復習：発表での自身の課題を明確にすること)			
14	27-28	9~13小テスト、グループディスカッション (1)	集団の中で自分の資質に合った言動や振る舞いができる能力を身に付け、チームワークの重要性を理解する。(復習：グループディスカッションでの自身の課題を明確にすること)			
15	29-30	模擬グループディスカッション (2) (課題認識、役割認識、グループ発言、フィードバック)	グループディスカッションでの課題認識、役割認識、表情、発言、声の大きさなど、面接官と学生側両方を体験し、相互に評価し合い学んでいく。(復習：模擬ディスカッションでの自身の課題を明確にすること)			

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	就職活動の基本(企業研究・職種理解)	就職活動の基本を学ぶ。企業研究のポイントを学び、職種理解を深める。 (予習:事前に企業研究シートの記入を課題とする)
2	3-4	自己分析から自己PRへ(PREP法)	自己分析の結果から、自己PRへ展開する手法を学習する。文章の作成後、PREP法に分解し、実際に履歴書内に書き込んでいく。 (復習:履歴書の見直し)
3	5-6	自己PR・志望動機のための自己分析(マインドマップ・ロジックツリー作成)	自己PR・志望動機で、正しく自分を知ってもらうには、いかに自分を知り得るかが重要となる。マインドマップやロジックツリーを作成することで、自己の信念や資質、要求を深掘りし、把握・理解する。(復習:作成物の見直し)
4	7-8	自己PR・志望動機のための自己分析(自分史作成)	正しく自分を知ってもらうには、いかに自分を知り得るかが重要となる。自分史を作成することで、自己の信念や資質、要求を深掘りし、把握・理解する。(予習:小中高時代を振り返っておく)
5	9-10	自己分析まとめ1およびフィードバック	2~4のまとめと講師からのフィードバック (復習:フィードバック理解をさらに深めること)
6	11-12	自己分析まとめ2およびフィードバック	2~4のまとめと講師からのフィードバック (復習:フィードバック理解をさらに深めること)
7	13-14	履歴書・エントリーシート、ビジネス文書の書き方1、写真撮影のコツ(ルール、項目の意味、表現方法)	履歴書とエントリーシートを書くために必要なルール、項目を知り、理解できるようになる。項目ごとに書き込む内容を自分で文作でき、就職するに望ましい表現力を身に付ける。
8	15-16	履歴書・エントリーシート、ビジネス文書の書き方2(ルール、項目の意味、表現方法)	履歴書とエントリーシートを書くために必要なルール、項目を知り、理解できるようになる。項目ごとに書き込む内容を自分で文作でき、就職するに望ましい表現力を身に付ける。
9	17-18	模擬集団面接1 (自己分析、面談態度、発言、フィードバック)	集団面接での適切な言葉遣い、表情、発言、立ち居振る舞い、声の大きさなど、面接官と学生側両方を経験し、相互に評価し合い学んでいく。(予習:自身の長所短所を具体的な事例で語る)
10	19-20	はがきの書き方・手紙やメールの書き方・御礼状	マナーを習得し、実践で学んだ事を就職活動で活用出来る。 (復習:資料を見直し、理解を深めること)
11	21-22	模擬集団面接2 (自己分析、面談態度、発言、フィードバック)	集団面接での適切な言葉遣い、表情、発言、立ち居振る舞い、声の大きさなど、面接官と学生側両方を経験し、相互に評価し合い学んでいく。(予習:一生懸命取り組んだ事を具体的な事例で語る)
12	23-24	模擬WEB面接 (通信環境、視線、自己分析、発言、フィードバック)	WEB面接での通信環境整備、言葉遣い、表情、自己分析、声の大きさなど、面接官と学生側両方を経験し、相互に評価し合い学んでいく。(予習:ZOOMやTEAMSを使っておく)
13	25-26	模擬個人面接 (面接態度、笑顔、自己分析、発言、フィードバック)	個人面接での適切な言葉遣い、表情、立ち居振る舞い、声の大きさなど、面接官と学生側両方を経験し、相互に評価し合い学んでいく。(復習:模擬面接の自身の課題を明確にすること)
14	27-28	就活向けグループディスカッション1	企業側の視点を理解し、必要となる心構え・役割・評価ポイントを習熟。また、集団の中で自分の考えを伝えるスキルを身につける。
15	29-30	就活向けグループディスカッション2	企業側の視点を理解し、必要となる心構え・役割・評価ポイントを習熟。また、集団の中で自分の考えを伝えるスキルを身につける。
準備学習 (予習・復習)		1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。														
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	パソコン					授業形態	講義		演習	<input type="radio"/>	実習				
授業科目	グラフィック I					単 位	単 位								
担当教員	中島 宏樹					職業実践専門課程：企業との連携									
※実務家教員	<input type="radio"/>														
資格検定											必修		選択		
授業概要	Adobe Illustrator と Adobe Photoshop の基本操作を学びながら、グラフィックデザインの基礎を身につけることを目的とする。Illustrator ではベクター画像の特徴や図形の作成、文字の配置などを学び、Photoshop では写真の加工や色調補正などの基本的な画像編集の方法を理解する。これらのソフトの操作を実際の演習を通して習得し、デザイン制作に必要な基礎的な知識と表現方法を学ぶ。また、レイアウトや配色、構成などデザインの基本的な考え方にも触れながら、今後の制作活動に活かせる基礎的なデザイン力を養うことを目標とする。														
学習成果	①	Adobe Photoshop・Illustratorの基本操作の習得。					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	企画書作成スキルの習得。						2	提出物/期限遵守	60	%				
	③	各イベントでのプロモーションツールを作成する。						3	独創性/習熟度	10	%				
	※							4	意欲・授業態度	30	%				
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルデータ配布 ●コレクション雑誌・ファッション雑誌 														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-4	Illustrator/イラストレーター基本操作・保存方法の徹底、図形作成とカラーと文字打ち・フォント説明	新規ファイル作成・ツール説明など基本操作の解説/図形の作成・カラー配置・文字打ち方などの基本操作
2	5-8	Illustrator/図形作成とパスファインダー・ツール説明、パスの理解・ペンツールの使い方とレイヤー構造の理解	パスファインダを理解することにより、図形の可能性を広げる/ペンツールを使ったトレース方法とレイヤーの解説
3	9-12	Illustrator/ペンツールを使ったトレース (Tシャツ)、イラレでの画像のクリッピングマスクと画像配置	ペンツールに触れペンツールの基本操作であるベジェ曲線の作成方法を習得する。ペンツールの基礎であるパス・アンカーポイント・セグメント・ハンドルの操作方法を習得する。オリジナルデータ配布・各自データ持参。
4	13-16	Illustrator/ポスタートレース 画像埋め込み・アウトライン、保存形式	サンプルポスターをトレースすることで技術を定着させる。データ配布。
5	17-20	Illustrator/オリジナル Tシャツデザイン	オリジナルデザインを制作する。参考資料を持参する。
6	21-24	Photoshop/フォトショップの基本操作 画像サイズと保存方法の徹底と画像の色の付け方、自動選択・ブラシ・色調補正	新規ファイル作成・ツール説明など基本操作の解説/自動選択とブラシツールを使い分けて画像に色をつける。
7	25-28	Photoshop/写真画像のマスク・合成・レタッチ・色相調整	フォトショップでのマスクの取り方やレタッチを理解する。データ配布。
8	29-32	Illustrator/Photoshop/ポスタートレース 写真画像のマスク・合成など	Illustrator/Photoshop/を適切に使用しポスターをトレースする。データ配布。
9	33-36	Illustrator/Photoshop/企画書トレース レイアウト・アートボード 10P程度	画面構成やレイアウトの構造を学ぶ。データ配布。
10	37-40	Illustrator/Photoshop/合成した写真画像をイラレに配置してポスターデザイン	習得した技術でオリジナルポスターをデザインする。参考資料を持参する。
11	41-44	Illustrator/雑誌レイアウトデザイン 画像配置・ボックス文字	習得した技術でオリジナルポスターをデザインする。参考資料を持参する。
12	45-48	Illustrator/写真集レイアウトデザイン 画像配置・画像色味調整	習得した技術でオリジナルポスターをデザインする。参考資料を持参する。
13	49-52	Illustrator/完成した雑誌と写真集プリント用版下データ作成	習得した技術でオリジナルポスターをデザインする。参考資料を持参する。
14	53-56	Illustrator/テーマを決めてオリジナル雑誌用広告をデザイン作成	オリジナルブランドの雑誌用広告を制作する。参考資料を持参する。
15	57-60	Illustrator/Photoshop/課題まとめ	課題データを適切な状態でまとめ作業。参考資料を持参する。

後期授業計画 (10月-3月)		授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容	
1	1-2	Illustrator/前期の復習まとめ (保存形式の徹底) 文化祭ショップ販促物作成 1	事前にテーマなどの必要条件を理解しておく。 文化祭で使用するポスター・フライヤーなどの販促物のデザインを行う。
2	3-4	c文化祭ショップ販促物 2/ 作成&完成	事前にテーマなどの必要条件を理解しておく。文化祭で使用するポスター・フライヤーなどの販促物のデザイン
3	5-6	Illustrator/オープンポスターデザイン作成&完成	検定におけるファッション造形知識に該当する内容の総括を行う。
4	7-8	Illustrator/オリジナルロゴタイプとシンボルマーク作成&完成	オープン時に使うポスターデザインを作成する
5	9-10	Illustrator/名刺とインヴィテーションデザイン 作成&完成 (オリジナル)	ペンツールを使ったトレース方法とレイヤーの解説
6	11-12	Illustrator/オリジナルロゴタイプとシンボルマーク作成&完成	ペンツールを使ってトレースをする
7	13-14	Illustrator/70%OFFポスターデザイン作成&完成	オリジナルロゴデザインの作成
8	15-16	Illustrator/企画書トレース レイアウト・アートボード 10P程度	販売実習用の70%OFFポスターをデザインする
9	17-18	Illustrator/Photoshop/オリジナル企画書デザイン 1/レイアウト・アート	前期より複雑な企画書をトレースする。レイアウトの理解を深める
10	19-20	Illustrator/Photoshop/オリジナル企画書デザイン 2/レイアウト・アート	テーマを決めてオリジナルの企画書をデザインする
11		Illustrator/年賀状デザイン 作成&完成	オリジナルの年賀状をデザインする
12		Illustrator/ファサードデザイン作成&完成	一点透視図法を理解し、自身のイメージする店舗を再現する
13		Illustrator/Photoshop/オリジナル雑誌デザイン 1	テーマを決めてスタイリングブックをデザインする
14		Illustrator/Photoshop/オリジナル雑誌デザイン 2	テーマを決めてスタイリングブックをデザインする
15		Illustrator/Photoshop/オリジナル雑誌デザイン 2	課題データを適切な状態でまとめ作業
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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) を忘れると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。	

授業科目等の概要

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。												
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	1 年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>
種別	デザイン			授業形態	講義	<input type="radio"/>	演習	<input type="checkbox"/>	実習	<input type="checkbox"/>			
授業科目	パーソナルカラー I			単位	単位								
担当教員	久保 康代			職業実践専門課程：企業との連携									
※実務家教員	<input type="radio"/>	福岡、東京でプライダリストとして活動中、パーソナルカラーの大切さを実感し、パーソナルアナリストとしてのスキルを身につける。現在はフリーでパーソナルカラー診断、骨格診断を行い、トータルビューティーアドバイザーとして顧客の持つ生まれた魅力を活かす活動を行っている。											
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3級									必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>
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、プ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	カラーアドバイス能力をパーソナルカラーを通して身につける。	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	60	%						
	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。		2	提出物/期限遵守	20	%						
	③	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。		3	独創性/習熟度		%						
	※	色彩活用パーソナルカラー検定3級の合格を目指す。		4	意欲・授業態度	20	%						
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●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3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3級公式問題集 												

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-2	自己紹介、色彩活用パーソナルカラー検定3級序章、第1章		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。			
2	3-4	第2章		色の三属性について理解する。			
3	5-6	第2章		系統色名、慣用色名、色のイメージについて理解する。			
4	7-8	第3章		似合う色の色素基準を理解する。			
5	9-10	第3章 色素チェック		"			
6	11-12	第4章		色の対比現象について理解する。			
7	13-14	第4章		"			
8	15-16	第5章		色と光の関係について理解する。			
9	17-18	第5章		ドレーピングの仕方、似合う色と似合わない色の見分け方について理解する。			
10	19-20	ドレーピングチェック		ドレーピング演習。個別にパーソナルカラー診断をする。			
11	21-22	第6章		シーズン別に似合うコーディネート技法を理解する。			
12	23-24	過去問演習①		過去問題を解き、正解率50%台を目指す			
13	25-26	過去問演習②		過去問題を解き、正解率65%を目指す			
14	27-28	過去問③		過去問題を解き、正解率80%台を目指す			
15	29-30	振り返り、コラージュ作成		4シーズンのコラージュを作成し、パーソナルカラーについて理解を深める。			

通年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	パーソナルカラードレーピング演習	ドレーピング技術を習得する。
2	3-4	骨格診断について	骨格診断について理解する。
3	5-6	セルフブランディング	自身に似合う要素でコーディネートが出来るようになる。
4	7-8	ジュエリーについて	ジュエリーについての基礎知識を理解する。
5	9-10	フォーマル、オフィスカジュアルについて	フォーマルの格、オフィスカジュアルの提案について理解する
6	11-12	トレンドカラー、今期ファッショントレンドについて	トレンドカラーの定義、今期のファッショントレンドについて理解する。
7	13-14	メンズスタイリング (少人数グループワーク)	メンズモデルを決め、モデルの似合う要素を引き出すスタイリングが出来るようになる
8	15-16	”	”
9	17-18	ウィメンズスタイリング (少人数グループワーク)	ウィメンズモデルを決め、モデルの似合う要素を引き出すスタイリングが出来るようになる
10	19-20	”	”
11	21-22	雑誌の表紙風撮影 作品作り (グループワーク)	パーソナルカラー、骨格診断、トレンドを用いたカップルのトータルファッションコーディネートを作成する。企画、担当、コンセプトを決定し、作品についての基礎を固める
12	23-24	”	”
13	25-26	”	リハーサル、撮影、メイキング撮影
14	27-28	”	撮影、編集
15	29-30	”	各班プレゼン、発表
準備学習 (予習・復習)		講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。	
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

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。														
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	企 画					授業形態	講義		演習	<input type="radio"/>	実習				
授業科目	プロデュース I					単 位	9単位								
担当教員	平尾 真州美・堤 麻実子					職業実践専門課程：企業との連携									
※実務教員	<input type="radio"/>	平尾：企業のMD企画職の経験からマーケティング、MD、企画書制作、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点のモノ、ハコづくりを教授する。ファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを伝授し、プランニングに役立てる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、効率的な作品制作方法を教授する。													
資格検定											必修		選択		
授業概要	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。そして、グループワークを通して企画演習を行い、ショップ作りに重要なSTPステップを理解し、企画書の作成方法やプレゼンテーション方法、文化祭ショップ作りを実践できる力を身につけることを目標とする。														
学習成果	①	消費者視点を理解する。					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	30	%				
	②	マーチャンダイジングのステップと要素を理解する。						2	提出物/期限遵守	20	%				
	③	福岡のショップを多く知る。						3	独創性/習熟度	20	%				
	※	企画の方法、企画書作成、プレゼンテーションスキルの習得。						4	意欲・授業態度	30	%				
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルプリント配布 ●一般財団法人日本ファッション教育振興協会 ファッションビジネス3級新版 ●日経BP 最新マーケティングの教科書 														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-8	オリエンテーション/マップ作り基礎	シラバスをデータで閲覧しておく。 授業の進行計画について理解する。ファッションが生活の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	9-16	ファッション用語1/マーチャンダイジング	書き込みプリントに織研新聞、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ビジネス用語を書き出す。 用語の意味については次回までに調べてくる。
3	17-24	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織研新聞、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ビジネス用語を書き出す。 用語の意味については次回までに調べてくる。
4	25-32	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織研新聞、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ビジネス用語を書き出す。 用語の意味については次回までに調べてくる。
5	33-40	セグメンテーション1/福岡のショップ研究	市場調査Iでショップ調査を行っておく。 福岡に現存するファッションショップについて情報収集する。
6	41-48	セグメンテーション2/福岡のショップ研究	市場調査Iでショップ調査を行っておく。 福岡に現存するファッションショップについての情報をまとめる。
7	49-56	セグメンテーション3/福岡のショップ研究	市場調査Iでショップ調査を行っておく。 福岡に現存するファッションショップについての情報をまとめる。
8	57-64	セグメンテーション4/福岡のショップ研究	市場調査Iでショップ調査を行っておく。 福岡に現存するファッションショップについて分析しポジショニングマップを作成する。
9	65-72	セグメンテーション5/ファッションビジネス	事前に最新マーケティングの教科書を読んでもく。 ファッションビジネスで新しいキーワードになる情報について、ディスカッションやワークを行う。
10	73-80	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のターゲットを絞り込み、資料を収集する。X 次回までに市場調査Iでターゲット調査を行う。
11	81-88	ターゲティング2/ターゲット資料作成	市場調査Iで行ったターゲット調査シートを持参する。 オリジナルのショップ企画のターゲットに沿った資料を分類しPCデータにまとめる。
12	89-96	ターゲティング2/ターゲット資料作成	市場調査Iで行ったターゲット調査シートを持参する。 オリジナルのショップ企画のターゲットに沿った資料を分類しPCデータにまとめる。
13	97-104	ポジショニング1/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ショップコンセプトについて企画を進め、ファッション消費について演習する。
14	105-112	ポジショニング2/計数基礎	2年生の発表を見学する。 オリジナルのショップ企画グループで計数の基礎知識を演習する。
15	113-120	企画前半プレゼンテーション演習	発表のためのデータを各自プリントしておく。 個人で企画したオリジナルショップ企画について発表の演習を行う。

通 年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-8	文化祭ショップ企画1/マーチャンダイジング基礎	実践的なショップ作りの見本となるセレクトショップを調査しておく。文化祭に向けた組織作りを行い、企画を立ち上げ、マーチャンダイジングの基礎を演習する。
2	9-16	文化祭ショップ企画2/マーチャンダイジング基礎	実践的なショップ作りの見本となるセレクトショップを調査しておく。文化祭に向けた組織作りを行い、企画を立ち上げ、マーチャンダイジングの基礎を演習する。
3	17-24	文化祭ショップ企画3/VMD基礎	実践的なショップ作りの見本となるセレクトショップを調査しておく。文化祭に向けた組織作りを行い、企画を立ち上げ、VMDの基礎を演習する。
4	25-32	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	前回のショップ作りをVMD I で指導を受けておく。指導で得た知識を基に修正を行う。
5	33-40	文化祭ショップ企画5/損益計算	各担当で情報の整理を行っておく。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	41-48	ターゲティング3/カスタマージャーニーマップ	前回よりリアルなターゲット調査を行っておく。オリジナルのショップ企画グループでターゲットの消費行動について情報収集を進める。
7	49-56	ターゲティング4/カスタマージャーニーマップ	前回よりリアルなターゲット調査を行っておく。ここからは個人作品とする。ターゲットの消費行動について情報収集、分析を進める。
8	57-64	ポジショニング3/マーチャンダイジング基礎/52週MDカレンダー1	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。企画に役立つ情報を収集、読みこなす方法を学習する。
9	65-72	ポジショニング4/マーチャンダイジング基礎/52週MDカレンダー2	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。
10	73-80	ブランディング1/VMDとゾーニング1	市場調査 I で見本となるショップを調査しておく。店舗レイアウトについて理解し、企画を進める。
11	81-88	ブランディング2/VMDとゾーニング2	市場調査 I で見本となるショップを調査しておく。店舗レイアウトについて理解し、企画を進める。
12	89-96	ブランディング3/プロモーション戦略1	マーケティング論 I で学ぶ知識を利用するため、ノートを持参する。プロモーションについて各種の特性を理解する。
13	97-104	ブランディング4/プロモーション戦略2	マーケティング論 I で学ぶ知識を利用するため、ノートを持参する。プロモーションについて企画を進める。
14	105-112	プレゼンテーション	事前にプレゼンテーション原稿を作成しておく。分析内容およびオリジナルショッププランを校内発表する。
15	113-120	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。
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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、組織作りを体験し、予算計画を立てたショップ運営に携わる。作成した資料は各自の活動において重要な物となるため、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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。													
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				授業形態	講義	○	演習	実習					
授業科目	マーケティング論 I				単位	1単位								
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	○	有限会社中西商会（販売代行）を運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											必修	選択		
授業概要	この授業の視点は2点。1点めは企業(会社)側から見たファッション販売員、消費者(お客様)側からも満足されるプロフェッショナルファッション販売とは何かを学ぶ。2点めはマーケティングの基礎知識、マーケティングテクニックを現場のリアルな情報を事例に市場調査 I、ディスプレイ I と連動しながら習得する。													
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 マーケティング戦略を理解する。 ※ 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 ●織研新聞社 VMD 新テキスト ●日経BP 最新マーケティングの教科書				3	独創性/習熟度	20	%	4	意欲・授業態度	30	%		

後期 授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
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	店舗運営1/定数定量	前期ディスプレイ I の基礎知識を基に店舗とマーケティングの考え方を学ぶ。
3	5-6	店舗運営2/定数定量	前期の基礎知識を基に文化祭ショップの店舗づくりを実践する。
4	7-8	消費行動と消費環境1	消費者、顧客の様々な消費行動や環境について学ぶ。消費者の購買行動について学び、VMDとの関連を理解する。次回までに店舗を調査しておく。
5	9-10	消費行動と消費環境2	消費者、顧客の様々な消費行動や環境について学ぶ。7つの環境について次回までに調べておく。
6	11-12	マーケティングの基本要素の理解1	マーケティングの10の要素を学び、ビジネスに必要なことは何かを理解する。
7	13-14	マーケティングの基本要素の理解2	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。
8	15-16	マーケティングの基本要素の理解3	4Pの要素や広告について学び、ケーススタディでプロモーション戦略を理解する。
9	17-18	マーケティング論まとめ1	前回までに学んだ内容を進級試験に向けて整理し、復習する。
10	19-20	マーケティング論まとめ2	前回までに学んだ内容を進級試験に向けて整理し、復習する。
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。		
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。		

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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。													
分類	必修	○	選択		配当年次	1	年	学期	通年		前期	○	後期	
種別	総論							授業形態	講義	○	演習		実習	
授業科目	現代ファッション史							単位	1単位					
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												必修		選択
授業概要	ファッションをビジネスとして捉えた際に、他人が見て素敵！と思えたファッションは歴史として残っていると考えられる。そのことを考えると、「売れる」、「人気のある」、「ファッションの流れを変えた」などのファッション史に名を刻むデザイナーの考え方や商品の持つ力を知り、ファッションをより詳しく、好きになれるよう、ブランド、デザイナー、年代など自身が興味を持つ分野を深掘りし、プレゼンテーションを通して提案力を身に付けることを目標とする。そうする中で、将来、商品セレクトや販売力として発揮できるようにしたい。													
学習成果	①	歴史を知る楽しさや意義を感じてもらう。	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	ファッションは繰り返す、という流れを理解する。						2	提出物/期限遵守	80	%			
	③	自分の興味ある分野への知識を広げてもらう。						3	独創性/習熟度	10	%			
	※	今後のファッションを創る基礎として、歴史の流れを理解する。						4	意欲・授業態度	10	%			
使用教材	<ul style="list-style-type: none"> ●文化ファッション大系 服飾造形講座①「服飾造形の基礎」 ●ヨーロッパアンモード ●KFDオリジナルプリント配布 ●「ファッションヒストリー 1850-2020」 													

前期授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-2	「ファッションヒストリー 1850-1939」	ファッションの誕生から、30年代迄の概要を理解する。 「ファッションヒストリー」JP12-131を読み、流れを理解しておくこと。
2	3-4	「ファッションヒストリー 1940-1969」	1940年代から60年代のポピュラーファッションを理解する。 「ファッションヒストリー」JP134-171を読み、流れを理解しておくこと。
3	5-6	「ファッションヒストリー 1970-1989」	1970年代から80年代デザイナーズファッションを理解する。 「ファッションヒストリー」JP174-219を読み、流れを理解しておくこと。
4	7-8	「ファッションヒストリー 1990-2020」	21世紀へのグローバルファッションを理解する。 「ファッションヒストリー」JP222-263を読み、流れを理解しておくこと。
5	9-10	小テスト実施、PP課題制作	全4回分の復習を行っておくこと。 方向性についてのディスカッション、PowerPoint等発表データ制作。
6	11-12	PP課題制作 <完成させ、プレゼン練習>	前回の続き、発表データ制作、終わった方からプレゼンテーション練習。
7	13-14	プレゼンテーション(1グループ)	自分の興味の範囲を分かりやすくプレゼンし、皆の発表からも学ぶ。
8	15-16	プレゼンテーション(2グループ)	自分の興味の範囲を分かりやすくプレゼンし、皆の発表からも学ぶ。
9	17-18	プレゼンテーション(3グループ)	自分の興味の範囲を分かりやすくプレゼンし、皆の発表からも学ぶ。
10	19-20	プレゼンテーション予備、最後のまとめ	残りのプレゼンの後、小テストを実施、答え合わせ、全体のまとめ。
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。		
その他 (授業に際しての注意点)	授業意欲として日毎からコレクション雑誌等を「ファッション史」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探求し、自己で興味ある範囲を更に深掘りすることが望ましい。課題は提出期限を厳守すること。		

授業科目等の概要

服飾専門課程		ファッションビジネス科 (SP/FC)						1年							
学 科															
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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。														
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						授業形態	講義		演習	○	実習			
授業科目	市場調査 I						単 位	2単位							
担当教員	堤 麻実子						職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員															
資格検定													必修		選択
授業概要	ファッションビジネスにおける市場理解を目的とし、実際の店舗やブランドを対象とした調査活動を行う。ショップリサーチ、ターゲット調査、ブランド分析、売り場構成 (VMD) の観察などを通して、ファッション市場の動向やブランドの特徴を読み取る力を養う。また、企業研究や業界調査を通してファッション企業の実務理解を深めるとともに、将来の就職活動を見据えた企業理解と職業意識の形成を図る。調査結果の整理・分析および発表を通して、情報収集力、分析力、表現力を総合的に身に付けることを目的とする。														
学習成果	①	市場構造やブランド特性、売り場構成を理解する力を習得する。		1	定期試験結果										
	②	店舗調査や企業研究を通して、整理・分析する力を習得する。		2	提出物/期限遵守	50	%								
	③	プレゼンテーションの資料作成、発表方法を習得する。		3	独創性/習熟度	20	%								
	※	市場を知り、先を読む力を養うことで分析力を習得する。		4	意欲・授業態度	30	%								
使 用 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 ●WWD、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)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-2	オリエンテーション/ショップリサーチ	市場調査とは何かを理解し、調査時の注意、調査のポイントを理解し、調査準備を行う。リサーチのまとめをおこなうこと。
2	3-4	福岡のショップ調査1	福岡にあるセレクトショップおよびブランドショップを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
3	5-6	福岡のショップ調査2	福岡にあるセレクトショップおよびブランドショップを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
4	7-8	福岡のショップ調査3	福岡にあるセレクトショップおよびブランドショップを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
5	9-10	福岡のショップ調査4	福岡にあるセレクトショップおよびブランドショップを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
6	11-12	福岡のショップ調査5	福岡にあるセレクトショップおよびブランドショップを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
7	13-14	ターゲット調査1	オリジナルショッププラン立案のために福岡に存在する顧客となりうる客層を調査する。授業内容を復習しておく。
8	15-16	ターゲット調査2	オリジナルショッププラン立案のために福岡に存在する顧客となりうる客層を調査する。授業内容を復習しておく。
9	17-18	ターゲット調査3	オリジナルショッププラン立案のために福岡に存在する顧客となりうる客層を調査する。授業内容を復習しておく。
10	19-20	ターゲット調査4	オリジナルショッププラン立案のために福岡に存在する顧客となりうる客層を調査する。授業内容を復習しておく。
11	21-22	立地調査	オリジナルショッププラン立案のために競合店舗、モデル店舗の立地を調査する。配布プリントに目を通しておく。
12	23-24	感性別ブランド市場調査1	ブランドの世界観 (テイストやコンセプト) の違いを調査し、感性や方向性の違いを理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
13	25-26	感性別ブランド市場調査2	複数のブランドを比較調査し、ブランドごとの特徴を調査し、読み取る力を養う。リサーチのまとめをおこなうこと。
14	27-28	感性別ブランド市場調査3	ブランドの世界観が売り場でのように具現化されているかを調査し理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
15	29-30	感性別ブランド市場調査4	調査結果を整理し、ブランドの特性や市場におけるポジショニングをまとめることで体系的に理解する力を養う。リサーチのまとめをおこなうこと。

通 年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	店舗ディスプレイ調査1	文化祭でオープンするショップのディスプレイのアイデアを広げるために調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
2	3-4	店舗ディスプレイ調査2	文化祭でオープンするショップのディスプレイのアイデアを広げるために調査したものを基に立案し役立てる情報としてまとめる。
3	5-6	世代別コーディネート調査1	世代が違ってお客様(40代~70代)に向けたコーディネートを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
4	7-8	世代別コーディネート調査2	世代が違ってお客様(40代~70代)に向けたコーディネートを調査する。リサーチのまとめをおこなうこと。
5	9-10	就職活動店舗調査1	企業ごとのブランドコンセプトやターゲット層を調査し、店舗の特徴を理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
6	11-12	就職活動店舗調査2	企業ごとのブランドコンセプトやターゲット層を調査し、店舗の特徴を理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
7	13-14	就職活動店舗調査3	企業のブランド展開や事業内容を調査し、企業の特徴や強みを分析する力を養う。リサーチのまとめをおこなうこと。
8	15-16	就職活動店舗調査4	接客スタイル、商品構成、VMDを調査し、企業がどのように顧客価値を提供しているのかを理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
9	17-18	就職活動店舗調査5	アパレル企業の業界動向やブランド戦略を調査し、市場構造や記号のポジショニングを理解する。リサーチのまとめをおこなうこと。
10	19-20	就職活動店舗調査6	企業研究を通して、企業理念、事業内容、求める人材像を整理し、志望企業を分析する。リサーチのまとめをおこなうこと。
11	21-22	まとめ1	1年間の市場調査を分析し考察する。ファイリングを通して情報を整理し、これまでの学習内容を振り返り復習する。
12	23-24	まとめ2 プレゼンテーション	1年間の市場調査を分析し考察発表する。ファイリングを通して情報を整理し、これまでの学習内容を振り返り復習する。
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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。ファッション調査はその時期が重要となるため、指定した時刻に調査することを重視する。	

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/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、ファッションをビジネスの視点から捉え、市場や消費者のニーズを理解する力を養う。顧客分析やターゲット設定、売り場づくり (VMD)、マーケティングの基礎を通して、ファッションが価値へと変換される仕組みを学び、社会のニーズに応じて価値を提案できるファッションビジネスの基礎的な思考力と実践力を備えた人材を育成する。														
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	1	年	学 期	通 年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>	
種 別	流通・販売					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="checkbox"/>	実習	<input type="radio"/>			
授業科目	販売実習 I					単 位	3単位								
担当教員	河本 愛華・後藤 聖華					職業実践専門課程：企業との連携					<input type="radio"/>				
※実務家教員	<input type="radio"/>	河本：小売業での販売リーダー、PB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。 後藤：小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネート販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。													
資格検定											必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>	
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」「おたたみ」「購買心理」などを学び、ロールプレイングを通じて接客応対力を身につける。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。					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	アプローチからクロージングまでのステップ習得。						2	提出物/期限遵守		%				
	③	商品知識、素材の特徴を活用した販売力をつける。						3	独創性/習熟度	40	%				
	※	基本的接客技術の習得。						4	意欲・授業態度	60	%				
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルプリント配布 ●株式会社Ric ファッション販売 ●西東社 骨格診断×パーソナルカラー本当に似合うBestアイテム事典 														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-4	オリエンテーション	シラバスをデータで閲覧しておく。 接客を行うにあたっての心構え。
2	5-8	基礎マナー・発声練習	体を動かすため、動きやすい服装で臨むこと。 接客販売の基礎的マナーを学ぶ・声の出し方と接客 8 大用語。
3	9-12	購買心理	体を動かすため、動きやすい服装で臨むこと。 customerの購買動向を知る。
4	13-16	商品の扱い方・お量みと店頭待機	体を動かすため、動きやすい服装で臨むこと。 動向に沿って店頭待機とお量み練習を行う。
5	17-20	接客時の声かけ	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 ファーストアプローチの練習とバリエーションを習得する。
6	21-22	ロールプレイング1	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
7	23-27	ロールプレイング2	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
8	28-31	キーワード抽出・商品知識と提案	前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 接客に使うキーワードの抽出と言い換えの練習・商品知識。
9	32-35	ロールプレイング3	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
10	36-40	ロールプレイング4	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
11	41-42	日常会話の広げ方・褒め方	前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 日常会話を弾ませニーズを拾い、ニーズに合った提案を行う。
12	43-45	ロールプレイング5	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
13	46-50	ロールプレイング6	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
14	51-55	クラス内発表	店頭立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 グループに分かれて、発表をする。
15	56-60	前期ロールプレイング反省会・まとめ	発表を振り返り・評価分析する。 課題確認。

通 年

2026年 ファッションビジネス科1年シラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-4	課題確認とまとめ	課題の材料を元に現場で行われているリアルな接客を確認する。
2	5-8	着こなし提案方法	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 提案するコーディネート方法から着こなしの知識を得る。
3	9-12	ロールプレイング7	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
4	13-16	ロールプレイング8	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
5	17-20	接客の1連の流れ・商品の見せ方	1連の接客の流れと商品の見せ方。
6	21-22	ロールプレイング9	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
7	23-27	ロールプレイング10	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
8	28-31	ロールプレイング11	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
9	32-35	ロールプレイング12	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 個人のスキルアップの為、繰り返しロールプレイング。
10	36-40	ロールプレイング大会	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 校内にてロールプレイング大会を行い、評価をいただく。
11	41-42	発表会の評価・現場での問題例	頂いた評価を振り返り自己評価と分析。
12	43-45	フィッティングルームでの対応	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 気になる商品を着用し、最終提案の方法を習得。
13	46-50	レジ対応からお見送り	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 商品購入確定からレジ・お見送りと再来店を促す最終アプローチ。
14	51-55	現場研修のための事前演習1	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 イオンモール香椎浜での現場研修準備。
15	56-60	現場研修のための事前演習2	店頭に立つ演習のため自分らしい服装で臨むこと。 前回指示のあった数量の洋服を持参のこと。 イオンモール香椎浜での現場研修準備。
準備学習 (予習・復習)		ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
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およびイオンモール香椎浜での現場研修を行う。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。	

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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。													
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				授業形態	講義	<input type="radio"/>	演習		実習				
授業科目	ファッションビジネス知識Ⅱ				単 位	2単位								
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"/>	選択	
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本の範囲とする。検定合格が最大の目標だが、少しずつでも理解の範囲を広げ、販売活動に自信が持てるようにすることをその先の目標とする。教科書を学び、問題演習を繰り返しながら、特に計数知識を自信を持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。 ※ 検定2級の知識習得を通し、販売活動に自信を持てるようにする。				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	50	%	2	提出物/期限遵守	30	%
							3	独創性/習熟度		%	4	意欲・授業態度	20	%
使 用 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2級 ●KFDオリジナルプリント配布													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)				授業目的・準備学習(予習・復習)内容			
1	1-2	A5章「マーケティング」・計数知識1		ビジネスプランを考える上で、まずマーケティングを理解する。毎回継続して、計数知識&問題演習を繰り返し行っていく。教科書P152-173を読み、計数復習を行う事。			
2	3-4	A5章「マーケティング」&問題演習 計数知識2		「マーケティング」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を理解する。教科書P152-173を読み、問題・計数復習を行う事。			
3	5-6	B4章「売り場づくり」・計数知識3		大手門祭での販売に向けて、ディスプレイの知識を復習する。教科書P118-151を読み、計数復習を行う事。			
4	7-8	B4章「売り場づくり」&問題演習 計数知識4		「売り場づくり」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を理解する。教科書P118-151を読み、問題・計数復習を行う事。			
5	9-10	B3章「商品知識(素材)」・計数知識5・前期試験対策		大手門祭での販売や販売実習に向けて、商品知識(素材)を復習する。前期試験対策を行う。教科書P62-93を読み、計数復習を行う事。			
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

通年

2026年 ファッションビジネス科2年ファッションコーディネートコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	前期試験復習・B3章「商品知識(素材)」&問題演習	前期試験復習後、「商品知識(素材)」と検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。 教科書P62-93を読み、問題・計数復習を行う事。
2	3-4	B3章「商品知識(配色・副資材)」&問題演習・計数知識6	「商品知識(配色・副資材)」を復習し、検定問題を通して、問題の傾向を学ぶ。 教科書P94-117を読み、問題・計数復習を行う事。
3	5-6	B3章「商品知識(サイズ)」&問題演習・計数知識7	「商品知識(サイズ)」のしくみを理解し、検定問題を通して、問題の傾向を学ぶ。 教科書P94-117を読み、問題・計数復習を行う事。
4	7-8	B2章「ファッション販売技術」・接客プレゼンテーション実施	販売実習を前に、接客プレゼンを通して、接客のバリエーションを学ぶ。 教科書P20-61を読み、復習を行う事。
5	9-10	B2章「ファッション販売技術」&問題演習・接客プレゼン実施	「ファッション販売技術」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。 教科書P20-61を読み、問題・計数復習を行う事。
6	11-12	A1章「ファッション販売知識」・計数知識8	実際の大手門祭での販売を前に、「ファッション販売」の基本知識を学ぶ。 教科書P8-19を読み、計数復習を行う事。
7	13-14	A1章「ファッション販売知識」&問題演習・計数知識9	「ファッション販売知識」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。 教科書P8-19を読み、問題・計数復習を行う事。
8	15-16	A6章「店舗運営管理」・計数知識10	大手門祭での販売を終え、実際の店舗運営を検証しながら学ぶ。 教科書P174-193を読み、計数復習を行う事。
9	17-18	A6章「店舗運営管理」&問題演習	「店舗運営管理」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。 教科書P174-193を読み、問題復習を行う事。
10	19-20	過去問題A科目-1(A科目実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、A科目を実施し、個別に疑問点を解説。 教科書を読み、復習を行う事。
11	21-22	過去問題A科目-2(A科目実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、A科目を再度実施し、個別に疑問点を解説。 教科書を読み、復習を行う事。
12	23-24	過去問題B-1(B科目2.4章実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、B科目2.4章を繰り返し実施し、疑問点を解説。 教科書を読み、復習を行う事。
13	25-26	過去問題B-2(B科目3章実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、B科目3章を繰り返し実施し、個別に疑問点を解説。 教科書を読み、復習を行う事。
14	27-28	検定直前対策A科目：解説	検定直前対策として、今まで学んだA科目を復習する。 教科書を読み、復習を行う事。
15	29-30	検定直前対策B科目：解説・最後のまとめ	検定直前対策として、今まで学んだB科目を復習する。 教科書を読み、復習を行う事。
準備学習 (予習・復習)		講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備 または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。	
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、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。欠席した場合は、翌日または事後初登校時に課題プリントを受け取りに来て、次回までに進める事。また、問題採点后は、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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。											
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						授業形態	講義	演習	実習	○	
授業科目	VMD II						単位	1単位				
担当教員	めの 恵子						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提案。実践的な演習を通し、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。										
資格検定												
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 50 % 3 独創性/習熟度 20 % 4 意欲・授業態度 30 %			
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)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容	
1	1-6	オリエンテーション・VMDとは	用語の復習しレポート1枚目を作成しておく。授業の準備は1年次の基礎の復習。	
2	7-12	IP, PP, VPとは、店舗ディスプレイ	什器などの道具について復習しておく。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	店舗ディスプレイ1	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。またマネキンへの着せ付けを行う。実習した内容をレポートにする。	
4	19-24	カラー心理、カラー演習	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。実習した内容をレポートにする。	
5	25-30	店舗ディスプレイ2	必要な商材を持参する。店舗のVMDについて演習する。実習した内容をレポートにする。	
6	31-36	店舗ディスプレイ3	必要な商材を持参する。店舗のVMDについて演習する。実習した内容をレポートにする。	
7	37-40	まとめ・質疑応答	前項までの学習内容復習、理解が不足していた点等の補足とグローバルな仕事のあり方を講義。学生の今後のキャリアプランに役立てる。実習した内容をレポートにする。	
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
準備学習(予習・復習)	ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。			
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。			

授業科目等の概要

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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネートを構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。														
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2	年	学 期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>	
種 別	コーディネート							授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>	
授業科目	カメラワークⅡ							単 位	2単位						
担当教員	渡辺 曜・赤司 憲壕							職業実践専門課程：企業との連携							
※実務家教員	<input type="radio"/>	赤司：株式会社Def.pro代表 主に全国の企業向けの広告写真・動画制作を行っている。 渡辺：業界経験のあるフリー映像制作者。アパレル業界は約5年、OCM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	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
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	構図や編集テクニックとその成果を理解する。						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	撮影を通じ、ディレクターとしての視点を学ぶ。							2	提出物/期限遵守	40	%			
	③	ファッションビジネス×映像の実践力を身に付ける。							3	独創性/習熟度	30	%			
	※	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	30	%			
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容	
1	1-4	(動画) 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。内容に合わせチーム編成にてディスカッションを実施も。	
2	5-8	(動画) 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)、レンズ特性や歪みの解説。BGM使用など法律について。	
3	9-12	(動画) 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、スムーズな繋ぎ)、カラーグレーディング、テロップなどについて理解を深める。	
4	13-16	(動画) 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	映像制作を実践するにあたり、目的や手法一実践一修正の必要性や重要性を学びながら、ファッションビジネスでの活かし方を体験する。	
5	17-20	(動画) 完成動画発表・映像授業まとめ	映像(制作)そのものをファッション業界人の立ち位置から見直し、整理する。作り手売り手としての映像との付き合い方を考える。	
6	21-24	(静止画) プロモーションにおける写真撮影の概念・ワークフロー座学と、スマートフォンによる実践	プロモーション撮影における写真表現の考え方、構図スマートフォンでも実践 AdobeLightroomによるレタッチ。	
7	25-28	(静止画) 目的に応じたロケーション選定とスマートフォンによる実践	ファッションの傾向やジャンルによるロケーション選定とスマートフォンによる撮影実践。	
8	29-32	(静止画) LOOKブック作成のための企画・構成	スタイリングブック制作に向けて、チーム分けを行い、コンセプト設定や構成を行う。	
9	33-36	(静止画) スタジオ撮影	25-26で行ったコンセプトを元に、スタジオ撮影でのライティング&ポージングの実習。	
10	37-40	(静止画) LOOKブック 制作	AdobePhotoshopを使用したレタッチとページ制作実習と成果物のプレゼンテーション。	
11				
12				
13				
14				
15				

通年

2026年 ファッションビジネス科2年ファッションコーディネートキーノートコースシラバス

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	(動画) 前期授業の復習・映像の広告化・チーム編成	構図/編集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	5-8	(動画) 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	9-12	(動画) 完成動画提出	映像提出、発表時にプレゼンテーション。
4	13-16	(動画) 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	17-20	(動画) 完成動画提出2・映像授業まとめ	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			
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)		撮影実践は学校機材使用を基本とするが、提出がある場合や授業外課題は各自のスマートフォンを使用。前期の静止画撮影はファッションコーディネートⅡと連動してファッションフォトの習得のための演習を行う。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。学生制作動画、講師参考動画などを再生/鑑賞する環境が授業時に必要。商品撮影時にはPop up shop商材サンプルや個人持ち込み衣装などを揃えて使用する。また、後期は卒業コーディネート作品のプロモーション映像制作を行う。	

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 (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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。														
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2	年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期	後期			
種別	パソコン						授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習			
授業科目	グラフィックⅡ						単位	5単位							
担当教員	中島 宏樹						職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員	<input type="radio"/>	グラフィックデザイン企業で培ったグラフィックデザイナーの経験を活かした実践的なレイアウトデザイン・パッケージデザインに加え高い、より効率的なソフトウェア操作方法を教授する。													
資格検定												必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
授業概要	Adobe Photoshop と Adobe Illustrator を使用し、ファッション雑誌のデザイン制作を通してグラフィックデザインの応用力を学ぶ。Photoshopでは、写真の補正や合成、フィルタリング効果などの画像処理を行い、雑誌に適したビジュアル表現の方法を理解する。Illustratorでは、ベクター画像の特徴を学びながら、ロゴや装飾、レイアウトに使用するパーツなどを制作する。授業ではこれらのソフトを組み合わせて使用し、写真や文字、図形をバランスよく配置するレイアウトの方法や、DTPデザインの基本についても学ぶ。最終的には、学んだ技術を活かしてファッション雑誌の誌面をデザインすることで、実践的なデザイン力や表現力を身につけることを目的としている。														
学習成果	①	Adobe Photoshop・Illustrator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	DTP基礎知識の習得。						2	提出物/期限遵守	60	%				
	③	Adobe Photoshop・Illustratorを用いたグラフィックデザイン習得。						3	独創性/習熟度	10	%				
	※							4	意欲・授業態度	30	%				
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●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)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-6	1年次の復習まとめ	1年次で習得したスキルの復習。
2	7-12	スタイリングブックコンセプトシート・イメージボード作成	授業説明 (雑誌制作の流れ)・スタイリングブックとは・有名スタイリストの作品分析・テーマタイトル決め・ページ数・世界観設定。
3	13-18	スタイリング・コーデ企画シート作成	撮影アイデア・コーディネート構成・ロケーション検討。
4	19-24	タイトルロゴデザイン	ブックタイトルロゴをイラストレーターで各自デザイン。
5	25-30	ページ構成・台割制作	ページ構成作成 台割作成。
6	31-36	Illustrator基礎復習 レイアウトグリッド・文字組みなど	雑誌デザインに入る前にデザインのレイアウトやフォント基礎を復習。
7	37-42	Photoshop基礎 モデル写真レタッチ	雑誌デザインに必要なレタッチ・色調整・切り抜き・合成の復習。
8	43-48	スタイリングブックページデザイン進行 表紙・見開き	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
9	49-54	画像レタッチ	ファッションコーディネートⅡ授業資料を持参のこと。 スタイリングプランに合わせて構図などの紙面構成を考える。
10	55-60	スタイリングブックページデザイン/コンセプトページ1	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
11	61-66	スタイリングブックページデザイン/コンセプトページ2	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
12	67-72	スタイリングブックページデザイン進行/スタイリングページ1	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
13	73-78	スタイリングブックページデザイン進行/スタイリングページ2	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
14	79-84	スタイリングブックページデザイン進行/特集ページ1	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
15	85-90	スタイリングブックページデザイン進行/特集ページ2	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-4	スタイリングブックページデザイン進行/スタイリングページ3	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
2	5-8	スタイリングブックページデザイン進行/スタイリングページ4	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
3	9-12	スタイリングブックページデザイン進行/スタイリングページ5	ブックデザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
4	13-16	全ページレイアウト完了 編集と修正1	完成したページをチェックして編集と修正。
5	17-20	全ページレイアウト完了 編集と修正2	完成したページをチェックして編集と修正。
6	21-24	全ページレイアウト完了 編集と修正3	完成したページをチェックして編集と修正。
7	25-28	オリジナルスタイリングブック 入稿作業1	印刷会社への入稿作業。
8	29-32	オリジナルスタイリングブック 入稿作業2	印刷会社への入稿作業。
9	33-36	卒業記念ショップ販促物デザイン1	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
10	37-40	卒業記念ショップ販促物デザイン2	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
11	41-44	プレゼンテーション	完成したデザインをプレゼンテーション。
12	45-48	卒業記念ショップ報告書作成1	卒業記念ショップ運営後の反省報告書を紙面構成する。 事前にFCコースと共有しておく。
13	49-50	卒業記念ショップ報告書作成2	卒業記念ショップ運営後の反省報告書を紙面構成する。 事前にFCコースと共有しておく。
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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)を忘れると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。	

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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。																								
分類	必修	<input type="radio"/>	選択		配当年次	2	年	学期	通年		前期	<input type="radio"/>	後期												
種別	デザイン				授業形態	講義	<input type="radio"/>	演習		実習															
授業科目	パーソナルカラーⅡ				単位	1単位																			
担当教員	久保 康代				職業実践専門課程：企業との連携																				
※実務家教員	<input type="radio"/>	福岡、東京でブライダルスタイリストとして活動中、パーソナルカラーの大切さを実感し、パーソナルアナリストとしてのスキルを身につける。現在はフリーでパーソナルカラー診断、骨格診断を行い、トータルビューティーアドバイザーとして顧客の持つ生まれた魅力を活かす活動を行っている。																							
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	<input type="radio"/>	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。		成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点を算出)	1	定期試験結果	80	%	2	提出物/期限遵守		%	3	独創性/習熟度		%	4	意欲・授業態度	20	%
使用教材	●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																								

前期授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容	
1	1-2	色彩学の基本1	1年次3級の内容を復習しておく。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	前回の内容を復習しておく。混色の原理、心理効果を理解する。	
3	5-6	配色技法1	前回の内容を復習しておく。色相を基本に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	前回の内容を復習しておく。トーンを基本に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	前回の内容を復習しておく。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	前回の内容を復習しておく。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	前回の内容を復習しておく。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能力を身につける。	
8	15-16	ドレーピング実習	ドレーピングの布を準備する。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	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。過去問題を学習しておく。	
10	19-20	総合演習 試験対策	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。過去問題を復習しておく。	
11				
12				
13				
14				
15				
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。			
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し、授業においては、使用するカラーカード、糊、ハサミなどを準備すること。実習も積極的に臨むよう心がける。			

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 (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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。														
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2	年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期	後期			
種別	コーディネート						授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="checkbox"/>	実習	<input type="radio"/>		
授業科目	ファッションコーディネートⅡ						単位	5単位							
担当教員	河本 愛華・後藤 聖華・堤 麻実子・ピーススタッフ・平尾 真州美						職業実践専門課程：企業との連携								
※実務教員	<input 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。 後藤：小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネートの販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。 平尾：企業のファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、効率的な作品制作方法を教授する。													
資格検定												必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
授業概要	ファッションコーディネートの応用として必要な世代を超えたスタイリング知識を学び、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、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を上げるためにセルフメイク、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、ファッションイメージ別のメイク、ヘアスタイルの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	ファッションコーディネート力の習得。					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	コーディネート分析力の習得。						2	提出物/期限遵守	30	%				
	③	トータルでスタイリングの提案ができる。						3	独創性/習熟度	40	%				
	※	トレンド理解するために分析力を上げる。						4	意欲・授業態度	30	%				
使用教材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルプリント配布 ●WWDおよびFASHION NEWS他各種ファッション雑誌 ●自分のメイクアップ用品、スキンケア用品 														

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-10	ファッションコーディネートテクニック1		シラバスをデータで閲覧しておく。 ファッションコーディネート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制作しセルフスタイリングする。			
2	11-20	メイクアップ1メイクチェック		セルフメイクの手順や使用品の見直し、効果的な使い方を演習し、セルフメイクチェック、ファッションとのバランス、色使いを個別指導する。			
3	21-30	トレンド分析1/春夏現状結果情報収集分析		事前にSSのファッショントレンド情報を収集しておく。 情報を基に分析結果をまとめ、卒業コーディネート作品の資料とする。			
4	31-40	卒業コーディネート作品プラン1		トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。 SPコース合同授業。			
5	41-50	卒業コーディネート作品プラン2		事前課題を持参のこと。SPコース合同授業。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。			
6	51-60	卒業コーディネート作品プラン3		事前課題を持参のこと。SPコース合同授業。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。			
7	61-70	メイクアップ2/イメージメイク		卒業コーディネート作品グループテーマに沿ったヘアメイクイメージマップ作成とヘアメイク演習。			
8	71-80	卒業コーディネート作品プラン4		ヘアメイクイメージマップ持参のこと。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘアメイク演習と作品制作。 SPコース合同授業。			
9	81-90	卒業コーディネート作品プラン5		ヘアメイクイメージマップ持参のこと。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘアメイク演習と作品制作。 SPコース合同授業。			
10	91-100	トレンド分析2/秋冬情報収集分析		必要なAWの情報を収集しておく。 AWのファッショントレンド分析行い、カラーマップ制作を行う。			
11	101-110	トレンド分析3/秋冬情報収集分析		必要な情報を収集しておく。 AWのファッショントレンドマップに沿ってスタイリングプランを立てる。			
12	111-118	トレンド分析4/秋冬情報収集分析		前回作成したカラーマップを持参する。 AWのファッショントレンドマップをデータ化する。			
13	119-126	ファッションコーディネートテクニック2/秋冬スタイリングプラン		必要な情報を収集しておく。 AWのファッショントレンドマップに沿ってスタイリングプランを立てる。			
14	127-134	ファッションコーディネートテクニック3/秋冬スタイリングプランデータ		AWのファッショントレンドマップに沿ってスタイリングMAP政策を行う。			
15	135-140	メイクアップ3/トレンドメイク		トレンドのヘアメイクをセルフプロデュースする。			

後期 授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-6	ファッションコーディネートテクニック4/シーン別スタイリングプラン	ファッションビジネス演習で事前に情報を収集しておく。 AWのファッショントレンドマップに沿ってシーン別のスタイリングプランを立てる。
2	7-12	ファッションコーディネートテクニック5/シーン別スタイリング撮影	AWのファッショントレンドマップに立てたシーン別のスタイリングプランに沿って撮影。
3	13-18	ファッションコーディネートテクニック6/シーン別スタイリング撮影	AWのファッショントレンドマップに立てたシーン別のスタイリングプランに沿って撮影。
4	19-22	ファッションコーディネート応用1/年代別スタイリング1	各年代の特徴を調査しておく。 販売実習の研修店舗に合わせた年代別スタイリングを行う。
5	23-30	ファッションコーディネート応用2/年代別スタイリング2	各年代の特徴を調査しておく。 販売実習の研修店舗に合わせた年代別スタイリングを行う。
6	31-36	ファッションコーディネートテクニック7/骨格を活かしたコーディネート	必要な情報を収集しておく。 骨格のウェーブ・ナチュラル・ストレートを理解しプランを立てる。
7	37-40	ファッションコーディネートテクニック8/骨格を活かしたコーディネートマップ制作	必要な情報を収集しておく。 骨格のウェーブ・ナチュラル・ストレートに基づいたマップを制作する。
8	41-44	卒業コーディネート作品制作1	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。 SPコース合同授業。
9	45-49	卒業コーディネート作品制作2	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。 SPコース合同授業。
10	50-58	卒業コーディネート作品制作3	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。 SPコース合同授業。
11	59-63	卒業コーディネート作品制作4/撮影準備1	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のPR撮影に向けてプランを練る。 SPコース合同授業。
12	64-70	卒業コーディネート作品制作5/撮影準備2	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘア、メイク、スタイリング演習を行う。 カメラワークⅡ授業と連動する必要がある。SPコース合同授業。
13	71-74	卒業コーディネート作品制作6/仮撮影	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のPR撮影を行う。 カメラワークⅡ授業と連動する必要がある。SPコース合同授業。
14	75-78	卒業ショップスタイリング1	卒業ショップに役立つ情報を収集しておく。 コーディネーターとして情報をまとめる。
15	78-80	卒業ショップスタイリング2	卒業ショップの売場でVP、PPのスタイリングを行う。 ショップ終了後は報告反省会を行って行く。
準備学習 (予習・復習)		ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
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。また、ショッププランニングコースと合同で卒業コーディネート作品を制作する。卒業ショップではコーディネーターとして参入し、実践する。	

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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。											
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					授業形態	講義	演習	○	実習	○	
授業科目	市場調査Ⅱ					単 位	3単位					
担当教員	後藤 聖華					職業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	○	小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネート販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。										
資格検定											必修	選択
授業概要	ファッションの現場や市場を観察調査し、動向を分析してトレンドを読み取る力を養う。データの収集方法や分析手法を学び、市場の消費者の変化を客観的に捉える視点を身につける。さらに調査結果を基に自分の考えを整理、表現し、現在の情報を将来の提案へ結びつける。											
学習成果	①	福岡のファッション動向の実態把握。					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	データの収集方法の学習。						2	提出物/期限遵守	50	%	
	③	トレンドを読む力を養う。						3	独創性/習熟度	20	%	
	※	収集データの分析力・考察力の習得。						4	意欲・授業態度	30	%	
使 用 材	●WWD、織研新聞											

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-4	福岡ファッション調査1	シラバスをデータで閲覧しておく。 福岡で流行しているファッションを街頭で調査する。
2	5-8	福岡ファッション調査2	福岡で流行しているファッションを街頭で調査する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
3	9-12	福岡ファッション調査3	福岡で流行しているファッションを街頭で調査する。 ファッションコーディネートⅡで活かせるように調査レポートをまとめておく。
4	13-16	SNS調査1	SNSを調査し、インフルエンサー分析を行う。 次回までに調査レポートをまとめておく。
5	17-20	SNS調査2	SNSを調査し、インフルエンサー分析を行う。 ファッションコーディネートⅡで活かせるように調査レポートをまとめておく。
6	21-24	ショップトレンド調査1	ファッションコーディネートⅡでターゲットを設定しておく。 ターゲットに関連するショップのトレンドを調査する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
7	25-28	ショップトレンド調査2	ターゲットに関連するショップのトレンドを調査する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
8	29-32	ショップトレンド調査3	ターゲットに関連するショップのトレンドを調査する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
9	33-36	ショップトレンド調査4	調査したターゲットに関連するショップのトレンド情報をまとめ、分析する。
10	37-40	AW街頭調査1	ターゲット層の購買に関する街頭やウェブで情報収集する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
11	41-44	AW街頭調査2	ターゲット層の購買に関する街頭やウェブで情報収集する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
12	45-48	AW街頭調査3	ターゲット層の購買に関する街頭やウェブで情報収集する。 次回までに調査レポートをまとめておく。
13	49-52	AW店頭スタイリング調査1	ファッションコーディネートⅡで作成したコーディネート基礎マップを理解しておく。 ターゲット層に関連するショップのAW情報を収集する。
14	53-56	AW店頭スタイリング調査2	ファッションコーディネートⅡで作成したコーディネート基礎マップを理解しておく。 ターゲット層に関連するショップのAW情報を収集する。
15	57-60	AW店頭スタイリング調査3	ターゲット層に関連するショップのAW情報を収集する。 ファッションコーディネートⅡで活かせるように調査レポートをまとめておく。

通 年

2026年 ファッションビジネス科2年ファッションコーディネートコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	市場調査報告まとめ1	前期で調査してきた内容をファッションコーディネートIIと連動し、ターゲット層に関連する調査内容をまとめる。
2	3-4	市場調査報告まとめ2	前期で調査してきた内容をファッションコーディネートIIと連動し、ターゲット層に関連する調査内容をまとめる。
3	5-6	市場調査報告まとめ3	前期で調査してきた内容をファッションコーディネートIIと連動し、ターゲット層に関連する調査内容をまとめる。
4	7-8	市場調査報告まとめ4	まとめた報告書を印刷しファイリングする。
5	9-10	卒業コーディネート作品制作に向けてのトレンド、スタイリング調査1	卒業記念作品制作に必要な事を調査し、考察する力を養う。
6	11-12	卒業コーディネート作品制作に向けてのトレンド、スタイリング調査2	卒業記念作品制作に必要な事を調査し、考察する力を養う。
7	13-14	卒業コーディネート作品制作に向けてのトレンド、スタイリング調査3	卒業記念作品制作に必要な事を調査し、考察する力を養う。
8	15-16	卒業コーディネート作品制作に向けてのトレンド、スタイリング調査4	卒業記念作品制作に必要な事を調査し、考察する力を養う。
9	17-18	卒業コーディネート作品制作に向けてのトレンド、スタイリング調査5	卒業記念作品制作に必要な事を調査し、考察する力を養う。
10	19-20	市場調査まとめ	全ての調査資料のまとめをファイリングする。
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)	演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。		
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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。														
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2	年	学 期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>	
種 別	流通・販売					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>			
授業科目	接客外国語					単 位	1単位								
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	<input type="radio"/>	海外でのコスメティック系の就業経験をもとに外国語での実用的な接客方法を伝授するとともに、国内と海外での表現の差をしっかりと意識して販売接客に必要な外国語の習得を行う。													
資格検定												必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
授業概要	選ばれるファッション販売員の職能に必要な「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、接客外国語を組み込む。														
学習成果	①	接客に関する外国語の表現知識の習得。					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		%				
	②	伝える力、聞き取る力を養う。						2	提出物/期限遵守	20	%				
	③	積極的な外国語習得。						3	独創性/習熟度		%				
	※	英語を通しての基礎的コミュニケーション能力の習得。						4	意欲・授業態度	80	%				
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容	
1	1-2	外国語に親しむ・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	名前や簡単な外国語単語を使い、外国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も外国語で行う。次回までに授業動画を閲覧しておく。	
2	3-4	入店時の挨拶・お声かけ1 (Greeting) /接客技術基礎	次回までに授業動画を閲覧しておく。 ファーストアプローチを外国語で行うために定型的な文章を習得する。	
3	5-6	入店時の挨拶・お声かけ2 (Greeting) /接客技術応用	前回までの外国語の文章を復習しておく。 ファーストアプローチを外国語で行うために定型的な文章を習得する。	
4	7-8	アイテム・カラー提案 (out of stockの場合の対処法)	外国語でのアパレル商品の名称、またカラー表現等日本語と外国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)	お客様を誘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覚える。	
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)	お客様を誘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覚える。	
7	13-14	外国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外国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こらないように、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	外国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	外国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				
12				
13				
14				
15				

通年

2026年 ファッションビジネス科2年ファッションローテーションコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)		授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	接客外国語総復習1 前項までの内容をまとめておく。 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。
2	3-4	接客外国語オーラルテスト練習 オーラルテストに向けて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、外国語での接客に関する意思疎通が出来るよう復習しておく。
3	5-6	接客外国語オーラルテスト1 オーラルテストに向けて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、外国語での接客に関する意思疎通が出来るよう復習しておく。
4	7-8	接客外国語オーラルテスト2 オーラルテストに向けて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、外国語での接客に関する意思疎通が出来るよう復習しておく。
5	9-10	接客外国語総復習2・まとめ 売り場、付帯施設に關した外国語會話を総括する。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しておく。
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
準備学習 (予習・復習)	演習に關しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)	評価は授業内でオーラルテスト形式で実施する。販売の現場で自信をもってお声掛けが出来るようにするため、授業への積極的な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、「スタイルを仕事に、感性をビジネスに」を教育の柱とする。学生一人ひとりが自らの感性を活かし、他者の魅力を引き出すコーディネート力を養う。提案力・発信力・ビジュアル化スキルを体系的に習得する。市場動向、消費者心理、文化的背景といった根拠に基づいて分析し、論理的にコーディネート構築する力を身につけ、ファッションを通してライフスタイルを戦略的に提案できる人材を育成する。																
分 類	必修	<input type="radio"/>	選 択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2 年		学 期	通 年		<input type="radio"/>	前 期	<input type="checkbox"/>	後 期	<input type="checkbox"/>			
種 別	流通・販売							授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演 習	<input type="checkbox"/>	実 習	<input type="radio"/>				
授業科目	販売実習Ⅱ							単 位	11単位									
担当教員	横内 裕子・後藤 聖華							職業実践専門課程：企業との連携							<input type="radio"/>			
※実務家教員	<input type="radio"/>	横内：小売業（ラグジュアリーファッション）での豊富な接客経験とスタッフ指導経験を活かし、お客様の視点に立った販売技術を教授する。 後藤：小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネートの販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。																
資格検定													必修	<input type="checkbox"/>	選 択	<input type="checkbox"/>		
授業概要	選ばれるファッション販売員 (FA) の職能に必要な「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応対力を習得。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(ドゥ)S(スタディ)A(アクト)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。						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	顧客に対する提案力。							2	提出物/期限遵守	60	%						
	③	アプローチからクロージングまでのステップ習得。							3	独創性/習熟度		%						
	※	顧客創造のための提案力とホスピタリティ。							4	意欲・授業態度	40	%						
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布																	

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容			
1	1-6	接客技術応用基礎	シラバスの確認をしておく。 1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	7-12	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	13-18	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	19-24	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	25-30	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	31-36	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	37-42	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	43-48	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	49-54	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	55-60	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。次回はバルカップへの出場者の校内選考も兼ねる。			
11	61-66	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	67-73	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	74-81	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	82-90	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	90-100	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役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。			

通年

2026年 ファッションビジネス科2年ファッションコーディネートコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-24	文化祭ショップ販売実習ロールプレイング1	文化祭ショップで販売する商品に関する情報を収集しておく。ターゲットに合わせた接客プログラムに沿ってロールプレイングを行う。
2	25-48	文化祭ショップ販売実習ロールプレイング2	文化祭ショップで販売する商品に関する情報を収集しておく。ターゲットに合わせた接客プログラムに沿ってロールプレイングを行う。
3	49-72	現場研修1	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
4	73-96	現場研修報告会と販売実習ロールプレイング1	各々の研修先で得た経験や知識、メリットデメリットの報告会を行う。それをもとに改善するために販売実習ロールプレイングを行う。
5	97-120	現場研修2	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
6	121-144	現場研修報告会と販売実習ロールプレイング2	各々の研修先で得た経験や知識、メリットデメリットの報告会を行う。それをもとに改善するために販売実習ロールプレイングを行う。
7	145-168	現場研修3	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
8	169-192	現場研修報告会と販売実習ロールプレイング3	各々の研修先で得た経験や知識、メリットデメリットの報告会を行う。それをもとに改善するために販売実習ロールプレイングを行う。
9	193-216	現場研修4	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
10	217-240	現場研修報告会と販売実習ロールプレイング4	各々の研修先で得た経験や知識、メリットデメリットの報告会を行う。それをもとに改善するために販売実習ロールプレイングを行う。
11	241-264	現場研修5・まとめ	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
12	265-288	現場研修6・現場研修最終報告会	実際の現場に出た研修において各企業の特徴をつかみつつ、学内での振り返り学習の項目を意識して行う。
13	289-312	卒業ショップ販売実習ロールプレイング1	卒業ショップで販売する商品に関する情報を収集しておく。売場の店長とスタッフという立場を意識してターゲットに合わせた接客プログラムを組む。
14	313-336	卒業ショップ販売実習ロールプレイング2	卒業ショップで販売する商品に関する情報を収集しておく。ターゲットに合わせた接客プログラムに沿ってロールプレイングを行う。
15	337-360	卒業ショップ販売実習ロールプレイング3	卒業ショップで販売する商品に関する情報を収集しておく。ターゲットに合わせた接客プログラムに沿ってロールプレイングを行う。
準備学習 (予習・復習)		ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)		ファッション業界の情報だけでなく、一般情報、ニュースなども頭に入れておく。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。卒業ショップではSPと連動して売場の店長の立場で販売実習ロールプレイングを主導する。また、授業内容は、習得度等により前後及び変更の可能性がある。	

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 (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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。												
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	コーディネート						授業形態	講義		演習		実習	<input type="radio"/>
授業科目	ファッションコーディネートⅡ						単位	3単位					
担当教員	河本 愛華・後藤 聖華・堤 麻実子・平尾 真州美						職業実践専門課程：企業との連携						
※実務家教員	<input 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専業、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。 後藤：小売業でFA業務、新人指導にあたる。ロールプレイング大会での受賞経験を活かし、ロールプレイングとファッションコーディネートの販売に繋がる論理に基づいた技術を教授する。 平尾：企業のファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、効率的な作品制作方法を教授する。											
資格検定											必修	選択	
授業概要	1年次に学んだファッションコーディネートⅠの応用として必要なイメージスタイリング知識を学び、卒業作品としてコーディネート作品1体を制作する。												
学習成果	①	ファッションコーディネート力の習得。						成績評価方法 (右記の評価を基準に平均点を算出)	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	30	%	
	③								3	独創性/習熟度	40	%	
	※	トレンド理解するために感性イメージ力を上げる。							4	意欲・授業態度	30	%	
使教材													

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-10	ファッションコーディネートテクニク1		シラバスをデータで閲覧しておく。 ファッションコーディネート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制作しセルフスタイリングする。			
2	11-20	卒業コーディネート作品プラン1		トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。 FCコース合同授業。			
3	21-30	卒業コーディネート作品プラン2		事前課題を持参のこと。FCコース合同授業。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。			
4	31-40	卒業コーディネート作品プラン3		事前課題を持参のこと。FCコース合同授業。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品グループテーマを確定し、イメージマップ作成。			
5	41-50	卒業コーディネート作品プラン4		ヘアメイクイメージマップ持参のこと。トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘアメイク演習と作品制作。FCコース合同授業。			
6	51-60	卒業コーディネート作品プラン5		ヘアメイクイメージマップ持参のこと。トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘアメイク演習と作品制作。FCコース合同授業。			
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	1-10	卒業コーディネート作品1/作品制作1	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。
2	11-20	卒業コーディネート作品1/作品制作2	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。
3	21-30	卒業コーディネート作品1/作品制作3	前回作成したマップ、アイテムや材料を揃えておく。 トレンドを意識した卒業コーディネート作品制作を行う。FCコース合同授業。
4	31-40	卒業コーディネート作品4/撮影準備1	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のPR撮影に向けてプランを練る。FCコース合同授業。
5	41-50	卒業コーディネート作品5/撮影準備2	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のヘア、メイク、スタイリング演習を行う。カメラワークⅡ授業と連動する必要がある。FCコース合同授業。
6	51-60	卒業コーディネート作品6/仮撮影	トレンドを意識した卒業コーディネート作品のPR撮影を行う。 カメラワークⅡ授業と連動する必要がある。FCコース合同授業。
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)		ファッションコーディネートコースと合同で卒業コーディネート作品を制作する。	

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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。														
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2 年		学 期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>	
種 別	流通・販売					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="checkbox"/>	実習	<input type="radio"/>			
授業科目	VMD II					単 位	3単位								
担当教員	めの 恵子					職業実践専門課程：企業との連携									
※実務家教員	<input type="radio"/>	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。実践的な演習を通し、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	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>	
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	店舗におけるVMD知識と技術の習得。					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		%				
	②	VPのプラン、構成、制作する技術習得。						2	提出物/期限遵守	50	%				
	③							3	独創性/習熟度	20	%				
	※	VP制作においてはプランから施工まで行い、グループワークの技術を習得。						4	意欲・授業態度	30	%				
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●織研新聞社 VMD 新テキスト ●各自商材（アイテム）持参 														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習（予習・復習）内容	
1	1-6	オリエンテーション・VMDとは	シラバスをデータで閲覧しておく。 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	7-14	IP, PP, VPとは、店舗ディスプレイ1	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	15-22	店舗ディスプレイ2	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	23-30	ウインドープラン1	VPのデザイナーと作業計画をプランニング。各自が衣装選抜、コンセプト案、デザイナーをプレゼンし2グループに選抜する。各グループで役割分担を行い期限内に仕上げる。	
5	31-38	ウインドー制作1（仮組）	VP仮組を行い全体構成を見ながら進める。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。	
6	39-46	ウインドー制作1（完成）	VP完成。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。	
7	47-52	カラー心理、カラー演習	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。	
8	53-60	ウインドープラン2	VPのデザイナーと作業計画をプランニング。各自が衣装選抜、コンセプト案、デザイナーをプレゼンし2グループに選抜する。各グループで役割分担を行い期限内に仕上げる。	
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				

通年

2026年 ファッションビジネス科2年シヨツプランニングコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-8	ウインドー制作2 (仮組1)	VP仮組を行い全体構成を見ながら進める。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。
2	9-16	ウインドー制作2 (仮組2)	VP完成。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。
3	17-24	ウインドー制作2 (完成)	VP仮組を行い全体構成を見ながら進める。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。
4	25-32	ウインドー制作3 (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。
5	33-38	ウインドー制作3 (仮組)	VP完成。各グループで期限内に仕上げるためのデザイン修正の可能性を考慮し材料追加などの準備をしておく。
6	39-46	ウインドー制作3 (完成)	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	47-58	ウインドー制作3 (チェック)、質疑応答	ウインドーの卒業制作作品として最終チェック。VMD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	59-60	VMD授業まとめ	すべてのVMD基礎授業レポート作成を行う。
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		ソーイングのような実習教室等における授業に関しては、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。											
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					授業形態	講義	○	演習	実習		
授業科目	ウェブマーケティングⅡ					単位	1単位					
担当教員	明田 茉沙美					職業実践専門課程：企業との連携					○	
※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る。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											必修	選択
授業概要	昨今様々な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。					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	商品ニーズの理解とマーケティング最適化を知る。						2	提出物/期限遵守	40	%	
	③	ビジネス視点としてのSNS運用方法の習得。						3	独創性/習熟度	30	%	
	※	実際のアカウント運用を通し、理論と実践の体験型学習。						4	意欲・授業態度	30	%	
使用材料	<ul style="list-style-type: none"> ●各自個人所有のPC (Excelの使用) ●各自個人所有のスマートフォン ●撮影用の衣装 (各自用意) 											

前期授業計画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	オリエンテーション	シラバスをデータで閲覧しておく。 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)	最新マーケティングの教科書を復習しておく。 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どう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、数値を交え分析をし、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っ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。 次回までに情報発信手法について調査しておく。
5	9-10	SNSの種類と特性、特徴を理解しよう	SNSも今や色々な種類があり、それぞれに特徴や集まっている年齢層、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。 次回までに海外の情報発信手法について調査しておく。
6	11-12	LINEのBtoCでの発信方法	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。 次回までに情報発信手法について調査しておく。
7	13-14	instagramのBtoCでの発信方法	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。 次回までに情報発信手法について調査しておく。
8	15-16	アカウント運用のプランニングシートの作成	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。 次回までプロデュースⅡのビジネスプランにふさわしいマーケティングについて調査しておく。
9	17-18	プレゼンテーション	事前にプレゼンテーション原稿を作成しておく。 プロデュースⅡ作品との連動でプレゼンテーションを行う。
10	19-20	まとめ、総括	講師への質問を準備する。 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。
11			
12			
13			
14			
15			
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。		
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 (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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。														
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2 年		学 期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	<input type="checkbox"/>	
種 別	コーディネート							授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>	
授業科目	カメラワークⅡ							単 位	1単位						
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	<input type="radio"/>	アパレル業界経験のあるフリー映像制作者。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	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
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。						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	構図や編集テクニックとその成果を理解する。							2	提出物/期限遵守	40	%			
	③	ファッションビジネス×映像の実践力を身に付ける。							3	独創性/習熟度	30	%			
	※	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	30	%			
使 用 材	●KFDオリジナルプリント配布														

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)				授業目的・準備学習(予習・復習)内容	
1	1-4	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		シラバスをデータで閲覧しておく。 プロジェクトやアスペクト比、各種設定の解説。内容に合わせてチーム編成にてディスカッションを実施も。	
2	5-8	映像機材の解説とそれ特有の仕組み・スマホでの撮影(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)、レンズ特性や歪みの解説。BGM使用など法律について。	
3	9-12	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、スムーズな繋ぎ)、カラーグレーディング、テロップなどについて理解を深める。	
4	13-16	撮影実践。テーマやコンセプトについて考える。個人役割・チームでの撮影実践と修正		映像制作を実践するにあたり、目的や手法→実践→修正の必要性や重要性を学びながら、ファッションビジネスでの活かし方を体験する。	
5	17-20	撮影実践と復習。映像の効果やファッションとの関係をあらためて考える。		映像(制作)そのものをファッション業界人の立ち位置から見直し、整理する。作り手売り手としての映像との付き合い方を考える。	
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

通年

2026年 ファッションビジネス科2年 ショッピングプランニングコースシラバス

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	前期授業の復習・映像の広告化・チーム編成
2	5-8	映像発注と受注の実践・撮影実践1
3	9-12	完成動画提出
4	13-16	映像発注と受注の実践・撮影実践2
5	17-20	完成動画提出2・映像授業まとめ
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
準備学習 (予習・復習)	演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)	撮影実践は学校機材使用を基本とするが、提出がある場合や授業外課題は各自のスマートフォンを使用。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。学生制作動画、講師参考動画などを再生/鑑賞する環境が授業時に必要。商品撮影時にはPop up shop商材サンプルや個人持ち込み衣装などを揃えて使用する。また、後期は卒業コーディネート作品のプロモーション映像制作を行う。	

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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。													
分 類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2 年		学 期	通年	<input type="radio"/>	前期	<input type="checkbox"/>	後期	
種 別	パソコン					授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習	<input type="checkbox"/>		
授業科目	グラフィックⅡ					単 位	5単位							
担当教員	中島 宏樹					職業実践専門課程：企業との連携								
※実務家教員	<input type="radio"/>	グラフィックデザイン企業で培ったグラフィックデザイナーの経験を活かした実践的なレイアウトデザイン・パッケージデザインに加え高い、より効率的なソフトウェア操作方法を教授する。												
資格検定											必修	<input type="checkbox"/>	選択	<input type="checkbox"/>
授業概要	Adobe Photoshop と Adobe Illustrator を使用し、ファッション雑誌のデザイン制作を通してグラフィックデザインの応用力を学ぶ。Photoshopでは、写真の補正や合成、フィルタリング効果などの画像処理を行い、雑誌に適したビジュアル表現の方法を理解する。Illustratorでは、ベクター画像の特徴を学びながら、ロゴや装飾、レイアウトに使用するパーツなどを制作する。授業ではこれらのソフトを組み合わせて使用し、写真や文字、図形をバランスよく配置するレイアウトの方法や、DTPデザインの基本についても学ぶ。最終的には、学んだ技術を活かしてファッション雑誌の誌面をデザインすることで、実践的なデザイン力や表現力を身につけることを目的としている。													
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	平面的なビジュアル表現方法の習得。						2	提出物/期限遵守	60	%			
	③	DTPの基礎知識の習得。						3	独創性/習熟度	10	%			
	※	Adobe Photoshop・Illustratorを用いたデザインスキルの習得。						4	意欲・授業態度	30	%			
使 用 材	<ul style="list-style-type: none"> ●KFDオリジナルデータ配布 ●コレクション雑誌・ファッション雑誌 													

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-6	1年次の復習まとめ	1年次で習得したスキルの復習。
2	7-12	雑誌コンセプトシート作成・チーム分け(3~5人)	授業説明(雑誌制作の流れ)・ファッション誌研究分析・雑誌コンセプト・タイトル決め・ターゲット・ページ数。
3	13-18	タイトルロゴデザイン	雑誌タイトルロゴをイラストレーターで各自デザイン。投票で選ぶ。
4	19-24	企画会議・ページ構成・台割制作・役割決定	企画会議/ページ構成作成(台割)/編集役割決定/アートディレクター/デザイナー/編集/フォト担当チーム分け(3~5人)。
5	25-30	Illustrator基礎復習 レイアウトグリッド・文字組みなど	雑誌デザインに入る前にデザインのレイアウトやフォント基礎を復習。
6	31-36	Photoshop基礎 モデル写真レタッチ	雑誌デザインに必要なレタッチ・色調整・切り抜き・合成の復習。
7	37-42	ファッション雑誌ページデザイン進行 表紙・見開き	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
8	43-48	画像レタッチ	プランに合わせて構図などの紙面構成を考える。
9	49-54	ファッション雑誌ページデザイン進行 スタylingページ	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
10	55-60	ファッション雑誌ページデザイン進行 コンセプトページ	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
11	61-66	ファッション雑誌ページデザイン進行 特集ページ	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
12	67-72	撮影企画 アイテム撮影 授業内撮影 or 学外撮影	企画ページに必要なアイテム撮影を行なっていく・スタイリング・ロケーション・構図など。
13	73-78	ファッション雑誌ページデザイン進行 アイテム紹介ページ	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
14	79-84	ファッション雑誌ページデザイン進行 企画ページ	各役割で雑誌デザイン進行・グリッド/余白/見出しデザイン/タイポグラフィ/写真の使い方/レイアウト/画像配置/切り抜きなど。
15	85-90	全ページレイアウト完了 編集と修正 1	完成したページをチェックして編集と修正。

通年

2026年 ファッションビジネス科2年シヨツプランニングコースシラバス

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-4	全ページレイアウト完了 編集と修正 2	完成したページをチェックして編集と修正。
2	5-8	全ページレイアウト完了 データまとめと版下制作	完成したページをまとめてデータを作成して版下を作る。
3	9-12	全ページレイアウト完了 版下制作とデータチェック	完成したページをまとめてデータを作成して版下作成とデータチェック。
4	13-16	オリジナルファッション雑誌 入稿作業1	印刷会社への入稿作業。
5	17-20	オリジナルファッション雑誌 入稿作業2	印刷会社への入稿作業。
6	21-24	プレゼンテーション	完成した雑誌をチームごとにプレゼンテーション。
7	25-28	卒業記念ショップ告知ポスターデザイン1	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
8	29-32	卒業記念ショップ告知ポスターデザイン2	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
9	33-36	卒業記念ショップ販促物デザイン1	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
10	37-40	卒業記念ショップ販促物デザイン2	卒業記念ショップのための販促デザイン、運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
11	41-44	プレゼンテーション	完成したデザインをプレゼンテーション。
12	45-48	卒業記念ショップ報告書作成1	卒業記念ショップ運営後の反省報告書を紙面構成する。 事前にFCコースと共有しておく。
13	49-50	卒業記念ショップ報告書作成2	卒業記念ショップ運営後の反省報告書を紙面構成する。 事前にFCコースと共有しておく。
14			
15			
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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「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、採点后、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 (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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。															
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						授業形態		講義	<input type="radio"/>	演習		実習			
授業科目	ファッションビジネス知識Ⅱ						単 位		2単位							
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"/>	選択		
授業概要	12月の『ファッション販売能力検定2級』の検定試験科目を基本の範囲とする。検定合格が最大の目標だが、少しずつでも理解の範囲を広げ、販売活動に自信がつくようにすることをその先の目標とする。教科書を読み、問題演習を繰り返しながら、特に計数知識を自信を持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。 ※ 検定2級の知識習得を通し、販売活動に自信を持てるようにする。				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	50	%	2	提出物/期限遵守	30	%
								3	独創性/習熟度		%	4	意欲・授業態度	20	%	
使 用 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2級 ●KFDオリジナルプリント配布															

前 期 授 業 計 画 (4月-9月)				授業目的・準備学習(予習・復習)内容			
1	1-2	挨拶 ・A5章「マーケティング」・計数知識1	ビジネスプランを考える上で、まずマーケティングを理解する。毎回継続して、計数知識&問題演習を繰り返し行っていく。教科書p152-173を読み、計数復習を行う事。				
2	3-4	A5章「マーケティング」&問題演習 ・計数知識2	「マーケティング」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を理解する。教科書p152-173を読み、問題・計数復習を行う事。				
3	5-6	B4章「売り場づくり」・計数知識3	大手門祭での販売に向けて、ディスプレイの知識を復習する。教科書p118-151を読み、計数復習を行う事。				
4	7-8	B4章「売り場づくり」&問題演習 ・計数知識4	「売り場づくり」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を理解する。教科書p118-151を読み、問題・計数復習を行う事。				
5	9-10	B3章「商品知識」・計数知識5 ・前期試験対策	大手門祭での販売や販売実習に向けて、商品知識(素材)を復習する。前期試験対策を行う。教科書p62-93を読み、計数復習を行う事。				
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

通年

2026年 ファッションビジネス科2年シヨッププランニングコースシラバス

後期 授業計画 (10月-12月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	前期試験復習・B3章「商品知識(素材)」&問題演習	前期試験復習後、「商品知識(素材)」と検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。教科書p82-93を読み、問題・計数復習を行う事。
2	3-4	B3章「商品知識(配色・副資材)」&問題演習・計数知識6	「商品知識(配色・副資材)」を復習し、検定問題を通して、問題の傾向を学ぶ。教科書p94-117を読み、問題・計数復習を行う事。
3	5-6	B3章「商品知識(サイズ)」&問題演習・計数知識7	「商品知識(サイズ)」のしくみを理解し、検定問題を通して、問題の傾向を学ぶ。教科書p94-117を読み、問題・計数復習を行う事。
4	7-8	B2章「ファッション販売技術」・接客プレゼンテーション実施	販売実習の前に、接客プレゼンを通して、接客のバリエーションを学ぶ。教科書p20-61を読み、復習を行う事。
5	9-10	B2章「ファッション販売技術」&問題演習・接客プレゼン実施	「ファッション販売技術」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。教科書p20-61を読み、問題・計数復習を行う事。
6	11-12	A1章「ファッション販売知識」・計数知識8	実際の大手門祭での販売の前に、「ファッション販売」の基本知識を学ぶ。教科書p8-19を読み、計数復習を行う事。
7	13-14	A1章「ファッション販売知識」&問題演習・計数知識9	「ファッション販売知識」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。教科書p8-19を読み、問題・計数復習を行う事。
8	15-16	A6章「店舗運営管理」・計数知識10	大手門祭での販売を終え、実際の店舗運営を検証しながら学ぶ。教科書p174-193を読み、計数復習を行う事。
9	17-18	A6章「店舗運営管理」&問題演習	「店舗運営管理」を理解した後、検定問題を行い、問題の傾向を学ぶ。教科書p174-193を読み、問題復習を行う事。
10	19-20	過去問題A科目-1(A科目実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、A科目を実施し、個別に疑問点を解説。教科書を読み、復習を行う事。
11	21-22	過去問題A科目-2(A科目実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、A科目を再度実施し、個別に疑問点を解説。教科書を読み、復習を行う事。
12	23-24	過去問題B-1(B科目2.4章実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、B科目2.4章を繰り返し実施し、疑問点を解説。教科書を読み、復習を行う事。
13	25-26	過去問題B-2(B科目3章実施、自己採点后、個別解説)	検定直前対策として、B科目3章を繰り返し実施し、個別に疑問点を解説。教科書を読み、復習を行う事。
14	27-28	検定直前対策A科目：解説	検定直前対策として、今まで学んだA科目を復習する。教科書を読み、復習を行う事。
15	29-30	検定直前対策B科目：解説・最後のまとめ	検定直前対策として、今まで学んだB科目を復習する。教科書を読み、復習を行う事。
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。		
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、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。欠席した場合は、翌日または事後初登校時に課題プリントを受け取りに来て、次回までに進める事。また、問題採点后は、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 (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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。												
分類	必修	○	選択		配当年次	2	年	学期	通年	○	前期	後期	
種別	企画						授業形態	講義		演習		実習	○
授業科目	プロデュースⅡ						単位	13単位					
担当教員	平尾 真州美・野中 康司						職業実践専門課程：企業との連携					○	
※実務家教員	○ 平尾：企業のMD企画職の経験からマーケティング、MD、企画書制作、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点のモノ、ハコづくりを理解することを教授する。ファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを伝授し、プランニングに活かすことを教授する。 野中：株式会社福岡銀行に勤務、副支店長を経て事業金融部、法人営業部、融資部などを歴任。ベンチャー支援や事業再生、法人審査での知識と経験を活かし、事業創業についての基礎知識と考え方を教授する。												
資格検定												必修	選択
授業概要	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。さらに前期は外部コンテストに出品する力をつけ、後期は職業実践専門課程授業で福岡市内でのショップ運営を実践する。												
学習成果	①	社会動向を知り市場動向に沿った店舗運営戦略を理解する。					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	MD知識を深め、売り場の計数と絡めて計画立案する。						2	提出物/期限遵守	50	%		
	③	グループワークをベースにし、コミュニケーションスキルを上げる。						3	独創性/習熟度	20	%		
	※	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。						4	意欲・授業態度	30	%		
使教材	●日本ファッション教育振興協会 ファッション販売Ⅱ ●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)			授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容
1	1-12	経営戦略/ロジカル・シンキング	事前にビジネスプラン骨子を練っておく。事業に必要な経営の基礎知識と経営活動を方向付ける経営戦略について学習し、その策定に必要な環境分析を行う。情報や思考を整理するために必要な複数の方法を理解し使い方を習得する。
2	13-24	マーケティング戦略1/卒業記念ショッププラン (職業実践専門課程)	卒業記念ショッププランの概要を事前にまとめておく。グループで精査し、プレゼンテーションを行う。
3	25-36	マーケティング戦略2 (事業計画書基礎)	1年次の予算計画を復習しておく。事業計画書についての基礎知識や売上、粗利益、費用の理解と損益計算書の仕組みについて理解する。
4	37-53	ビジネスプランコンテスト企画1 (マクロ環境分析)	市場調査Ⅱで福岡のショップ調査を行っておく。福岡のセグメンテーションについて、グループでまとめる。
5	54-60	ビジネスプランコンテスト企画2 (コンセプト)	市場調査Ⅱで福岡のショップ調査を行っておく。ビジネスプラングループを決定し企画を立ち上げる。
6	61-72	ビジネスプランコンテスト企画3 (立地計画)	市場調査Ⅱで立地調査を行っておく。グループで分析やコンサルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
7	73-84	ビジネスプランコンテスト企画4 (経営計画)	市場調査Ⅱで立地調査を行っておく。グループで分析やコンサルジュ相談で得た情報を基に企画を進める。
8	85-96	ビジネスプランコンテスト企画5 (職業実践専門課程)	ビジネスプラングループで学内および職業実践専門課程企業にプレゼンテーションする。
9	97-108	ビジネスプランコンテスト企画6 (商品計画)	前回のプレゼンテーションで得た情報を整理しておく。ビジネスプラングループで商品戦略について52週販売計画を進める。
10	109-120	ビジネスプランコンテスト企画7 (店舗計画)	整理した情報について修正しておく。ビジネスプラングループで店舗内装、レイアウト、ゾーニング戦略について企画を進める。
11	121-132	ビジネスプランコンテスト企画8 (クラス内発表)	発表内容の原稿を作成しておく。ビジネスプラングループで店舗内装、レイアウト、ゾーニング戦略について企画を進め、発表する。
12	133-152	ビジネスプランコンテスト企画9 (ファッションビジネスプラン完成)	ビジネスプラングループで企画を見直しておく。発表した企画の改善点を理解し修正する。
13	153-174	プレゼンテーション (職業実践専門課程)	グループ企画でまとめたものを発表、評価するためにプレゼンテーションテクニックを習得し訓練を重ね、発表する。企業からの改善アドバイスをいただく。
14	175-189	文化祭ショッププラン1 (PLAN)	昨年度の文化祭ショップの報告書を熟読しておく。卒業ショッププランをベースにしたリアリティのある文化祭プランを立ち上げ、組織としての行動や連帯意識を養う。
15	190-210	文化祭ショッププラン2 (DO)	文化祭に向けに立ち上げたリアリティのあるショッププランのスケジュールリング、バイイングオフナーを行う。

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-16	文化祭ショッププラン3 (CHECK)	文化祭ショップの計画が順調に遂行されているか検証し、課題を見つけ改善点を上げる。 次回までに修正しておく。
2	17-32	文化祭ショッププラン4 (ACTION)	文化祭ショップの運営に向け、役割に責任を持ちバイイング、店舗づくり、プロモーションを実行する。
3	33-48	文化祭ショップ報告まとめ	事前にデータ化のためのエビデンス、金銭処理を正しく行っておく。 文化祭ショップの売上報告書作成に向けて会議を行いまとめる。
4	49-64	卒業記念ショップ準備1 (PLAN)	文化祭ショップの報告書を熟読しておく。 卒業記念でオープンするショップの具体的なプランを始める。
5	65-80	卒業記念ショップ準備2 (DO)	ショップの計画が順調に遂行されているか検証し、課題を見つけ改善点を上げ修正する。 修正点があれば次回までに詳細を調査しておく。
6	81-96	卒業記念ショッププラン中間発表(職業実践専門課程)	卒業記念ショッププランを職業実践専門課程協定企業や店舗借用企業などにプレゼンテーションし、運営に関するリアルなアドバイスを受ける。事前にプレゼンテーションの原稿を作成しておく。
7	97-112	卒業記念ショップ準備3 (CHECK)	ショップの計画が順調に遂行されているか検証し、課題を見つけ改善点を上げ修正する。 PR活動を始める。
8	113-128	卒業記念ショップ準備4 (ACTION)	ショップの運営に向け、出てきた課題について解決できるよう修正案に基づいて実行する。
9	129-144	卒業記念ショップ準備5 (ACTION)	役割に責任を持ちバイイング、店舗づくり、プロモーションを実行する。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
10	145-160	卒業記念ショップオープン1 (DO)	卒業記念ショップを開店、接客販売し運営準備を行う。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
11	161-176	卒業記念ショップオープン2 (CHECK) (職業実践専門課程)	卒業記念ショップを設営し運営するための職業実践専門課程協力企業のチェックを受け、課題点が見つければ修正する。 進捗状況をFCコースと共有しておく。
12	177-192	卒業記念ショップオープン3 (ACTION) (職業実践専門課程)	卒業記念ショップを運営し、修正を実行する。職業実践専門課程協力企業に現場確認の機会をいただく。
13	193-208	卒業記念ショップ商品返却および反省会	各担当者は役割を振り返り、データを集計しておく。 卒業記念ショップ仕入れ商品の返却、支払いを滞りなく行えるようチェック機能を重視する。
14	209-235	卒業記念ショップ報告書作成	各担当者は役割を振り返り、データを集計しておく。 卒業記念ショップ売上報告書作成を行う。
15	236-320	卒業記念ショップ報告会(職業実践専門課程)	卒業記念ショップ売上報告会を学内でを行い、次年度への課題や引継ぎを行う。 プレゼンテーション原稿を作成しておく。
準備学習 (予習・復習)		実習に関しては、1時間の実習に対し、教室外における1時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、30時間の授業をもって1単位とする。	
その他 (授業に際しての注意点)		前後期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サーIの授業資料が必要である。文化祭では期間限定ショップを立ち上げ、役割を分担し個人スキルをあげる。卒業記念展では文化祭企画をベースに修正を加えた限定ショップを運営する。この授業では常に(PLAN、DO、CHECK、ACTION)を実行する。	

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	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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。											
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						授業形態	講義	○	演習	実習	
授業科目	マーケティング論Ⅱ						単位	1単位				
担当教員	松清 一平・平尾 真州美						職業実践専門課程：企業との連携			○		
※実務家教員	○ 松清：1960～2000年頃までのマーケティング実績から、21世紀以降の社会における推移を主に日本国内とインバウンド市場などを例に実績ベースで教示する。ファッションのみに限らずマーケティングで成功をした商品・サービスを総合的に俯瞰できる事例を通じて、理論の裏付けを解説する。平尾：企業のMD企画職の経験からマーケティング、MD、企画書制作、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点のモノ、ハコづくりを理解することを教授する。ファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、効率的な作品制作方法を教授する。											
資格検定	内閣府認定 日本マーケティング協会マーケティング検定3級									必修	○	選択
授業概要	現代のファッションビジネスに不可欠なECやSNSを活用した最新のマーケティング知識を実践的に学びます。内閣府認定「マーケティング検定3級」の合格（目標50%）を目指し、公式問題集とプリントを中心に学習を進めます。消費者行動やブランド戦略から顧客関係構築まで、シヨッププランナーやEC担当者として自ら市場を分析し、新たな価値を提案できる論理的思考力と実践力を養います。											
学習成果	① マーケティングの基本概念と市場環境の分析手法の習得。 ② STP分析や消費者行動の理解に基づくターゲット設定力。 ③ 現代のアパレルに必須のEC・SNS・チャネル戦略の知識。 ※ マーケティング検定3級の合格に向けた実践的な問題解決力。						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		40	%
									2 提出物/期限遵守		25	%
									3 独創性/習熟度		25	%
									4 意欲・授業態度		10	%
使教材	内閣府認定 マーケティング検定 3級試験 公式問題集&解説 2024年度-2025年度版 KFDオリジナルプリント配布											

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習(予習・復習)内容			
1	1-2	マーケティングの基礎と市場環境分析		マーケティングの基本概念と、マクロ・ミクロの市場環境の分析方法を学ぶ。公式問題集の該当範囲を予習しておくこと。			
2	3-4	消費者行動と購買心理のメカニズム		顧客がなぜその服を買うのか、購買意思決定のプロセスを理解する。自身の最近の購買体験とその理由を振り返っておくこと。			
3	5-6	ターゲット・マーケティング (STP)		市場を細分化し、誰にどんな価値を提供するのかを明確にするSTP分析を習得する。問題集のSTP分野を解いておくこと。			
4	7-8	製品・ブランド戦略とライフサイクル		アパレル商品のライフサイクルやブランド構築の基本を学ぶ。自分が好きなブランドの魅力を言語化できるようにしておくこと。			
5	9-10	顧客が納得する価格戦略と利益の仕組み		価値に見合った価格設定の仕組みと、利益を出すための戦略を学ぶ。公式問題集の価格戦略の項目に目を通しておくこと。			
6	11-12	チャネル戦略とEC・オムニチャネル		実店舗とECサイトなど、商品が顧客に届くまでの流通チャネルの役割と最新のオムニチャネル戦略について理解を深める。			
7	13-14	プロモーション戦略とSNSの活用		広告やSNSを活用した現代の販売促進について学ぶ。InstagramやTikTok等のアパレル企業アカウントを調べておく。			
8	15-16	サービスとリレーションシップ構築		顧客との長期的な関係構築 (CRM) と、ホスピタリティあふれる接客サービスがもたらす価値について理解を深める。			
9	17-18	検定対策演習①：問題演習と苦手克服		検定合格に向け、公式問題集を用いた実践的な演習と解説を行う。これまでの学習範囲の復習と、苦手分野の洗い出しを行う。			
10	19-20	検定対策演習①：問題演習と苦手克服		模擬試験形式での最終確認を実施する。8月28日の本試験に向けたタイムマネジメントの習得と、最終課題の克服を目指す。			
11							
12							
13							
14							
15							
準備学習 (予習・復習)	講義に関しては、1時間の講義に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、15時間の授業をもって1単位とする。						
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。						

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、学生一人ひとりが企画力と分析力を磨き、変化の激しい時代に対応できる力を身につける。データに裏付けられた戦略的な提案力を養い、人々の生活を豊かにする未来のファッションビジネスを創造できる人材を育成する。											
分類	必修	<input type="radio"/>	選択	<input type="checkbox"/>	配当年次	2	年	学期	通年	<input type="radio"/>	前期	後期
種別	流通・販売						授業形態	講義	<input type="checkbox"/>	演習	<input type="radio"/>	実習
授業科目	市場調査Ⅱ						単位	2単位				
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	<input type="radio"/>	企業のMD企画職の経験からマーケティング、MD、企画書制作、プレゼンスキルを伝授し、消費者視点のモノ、ハコづくりを理解することを教授する。ファッションコーディネーター職の経験からディレクションスキルを教授する。サンプル縫製職の経験から、服の構造の理解、効率的な作品制作方法を教授する。										
資格検定												
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。					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	顧客層の動向分析ができる。						2	提出物/期限遵守	10	%	
	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。						3	独創性/習熟度	30	%	
	※	企画開発の方向性を示すことができる。						4	意欲・授業態度	60	%	
使教材	●WWD、織研新聞											

前期授業計画 (4月-9月)				授業目的・準備学習 (予習・復習) 内容			
1	1-2	福岡シヨップ調査 (ストアコンパゾン) 1		シラバスをデータで閲覧しておく。 プロデュースⅡのオリジナルシヨッププランに役立てるための事前情報を調査。			
2	3-4	福岡シヨップ調査 (ストアコンパゾン) 2		プロデュースⅡのオリジナルシヨ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のオリジナルシヨ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のオリジナルシヨッププランに役立てるための事前情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
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。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
6	11-12	ターゲット調査		プロデュースⅡのオリジナルシヨッププランに役立てるためのターゲット情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
7	13-14	プレゼンテーション1		情報をまとめ、プレゼンテーションを行う。福岡市主催スタートアップカフェコンシェルジュなどに相談し、評価を受け分析の方向性を確認する。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
8	15-16	プレゼンテーション2		情報をまとめ、プレゼンテーションを行う。福岡市主催スタートアップカフェコンシェルジュなどに相談し、評価を受け分析の方向性を確認する。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
9	17-18	スタイリング調査1		卒業記念展に出品するコーディネートプランを立案するための調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
10	19-20	スタイリング調査2		卒業記念展に出品するコーディネートプランを立案するための調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
11	21-22	ディスプレイ調査		VMDⅡのグループプランを深めるための情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
12	23-24	店舗レイアウト調査		プロデュースⅡのオリジナルシヨッププランに役立てるための店舗情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
13	25-26	店舗ゾーニング調査		プロデュースⅡのオリジナルシヨッププランに役立てるための店舗情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
14	27-28	PR調査		プロデュースⅡのオリジナルシヨッププランに役立てるためのPR情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。			
15	29-30	前期まとめ、調査予備日		プロデュースⅡの進行具合により調査予備日とする。追加調査がない場合はプレゼンテーション練習として調査まとめを行う。			

後期授業計画 (10月-3月)			授業目的・準備学習(予習・復習)内容
1	1-2	文化祭ショップ調査1	前期で習得した知識や情報を元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。 次回までに報告レポートをまとめておく。
2	3-4	文化祭ショップ調査2	文化祭に向けた組織作りを行い、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。 次回までに報告レポートをまとめておく。
3	5-6	文化祭ショップ調査3	文化祭に向けた組織作りを行い、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。 次回までに報告レポートをまとめておく。
4	7-8	文化祭ショップ報告書	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。
5	9-10	文化祭ショップ報告会	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を発表する。 次回までに報告レポートをまとめておく。
6	11-12	スタイリング調査	卒業記念展に出品するコーディネートプランを立案するための調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。
7	13-14	ディスプレイ調査	ディスプレイⅡのグループプランを深めるための情報を調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。
8	15-16	ショップトレンド調査	卒業記念ショップに向けた店舗調査を行う。 次回までに報告レポートをまとめておく。
9	17-18	プロモーション調査	卒業記念ショップに向けた店舗調査を行う。 次回までに報告レポートをまとめておく。
10	19-20	スタイリング調査	卒業記念展に出品するコーディネートプランを立案するための調査。 次回までに報告レポートをまとめておく。
11	21-22	卒業記念展ショップ調査1	卒業ショップに向けた組織作りを行い、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。 次回までに報告レポートをまとめておく。
12	23-24	卒業記念展ショップ調査2	卒業ショップに向けた組織グループで調査を行う。 次回までに報告レポートをまとめておく。
13	25-26	卒業記念展ショップ調査3	卒業ショップに向けた組織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	卒業ショップに向けた組織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	前回までの調査レポート持参のこと。 卒業ショップに向けた組織グループで調査報告書を作成する。
準備学習 (予習・復習)		演習に関しては、1時間の演習に対し、教室外における2時間程度の準備または学習を必要とすることを考慮し、20時間の授業をもって1単位とする。	
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。調査テーマはプロデュースⅡ、ディスプレイⅡ、卒業記念作品制作と連動する。各回の調査報告レポートが必要である。	