

職業実践専門課程等の基本情報について

学校名		設置認可年月日	校長名		所在地		
横浜カレッジ		1976/8/16	岩崎 有紀子		〒 220-0004 (住所) 神奈川県横浜市西区北幸1-2-7 (電話) 045-311-5561		
設置者名		設立認可年月日	代表者名		所在地		
学校法人岩崎学園		1951/3/8	理事長 岩崎 文裕		〒 220-0004 (住所) 神奈川県横浜市西区北幸1-2-7 (電話) 045-311-5561		
分野	認定課程名	認定学科名	専任士認定年度	高度専任士認定年度	職業実践専門課程認定年度		
服飾・家政	服飾・家政専門課程	ファッションビジネス科	平成14(2002)年度	—	平成26(2014)年度		
学科の目的	アパレル企業、ファッション系出版社等との連携を推進した実習・演習型の教育課程で、ファッション業界を戦略的、分析的に捉える視座を養う。多様化するファッションビジネスの世界で、販売、流通、EC、プロモーション、スタイリスト等の分野で幅広く活躍できる人材を育成する。						
学科の特徴(取得可能な資格、中退率等)	ファッションビジネス能力検定3級、スタイリングマップ ジュニアルレベル、スタイリングマップ プレイヤールレベル、色彩技能パーソナルカラー検定 モジュール1、ネットショップ実務士補						
修業年限	昼夜	全課程の修了に必要な総授業時数又は総単位数	講義	演習	実習	実験	実技
2年	昼間	※単位時間、単位いずれかに記入 1,710 単位時間 単位	480 単位時間 単位	1,500 単位時間 単位	0 単位時間 単位	0 単位時間 単位	0 単位時間 単位
生徒総定員	生徒実員(A)	留學生数(生徒実員の内数)(B)	留學生割合(B/A)	中退率			
140 人	90 人	0 人	0 %	20 %			
就職等の状況	■卒業生数(C)		37	人			
	■就職希望者数(D)		33	人			
	■就職者数(E)		26	人			
	■地元就職者数(F)		26	人			
	■就職率(E/D)		79	%			
	■就職者に占める地元就職者の割合(F/E)		100	%			
	■卒業者に占める就職者の割合(E/C)		70	%			
	■進学者数		0	人			
	■その他						
	(令和 5 年度卒業生に関する令和 6 年 5 月 1 日時点の情報)						
■主な就職先、業界等 (令和5年度卒業生) ㈱T&E・販売職、㈱シブックス・販売職、㈱ストライプインターナショナル・販売職、㈱ナルミヤインターナショナル・販売職、タベストリージャパン合同会社・販売職、㈱アズノウアズ・販売職、㈱アダストリア・総合職、㈱キャン・販売職、㈱玉屋・販売職、㈱リーガルリテール・販売職、㈱エクスポローラーストリーキョー・販売職、㈱エス・グルーヴ・販売職、㈱ステプス・販売職、㈱ロスジェパン・販売職、スタイリスト 他							
第三者による学校評価	■民間の評価機関等から第三者評価: ※有の場合、例えば以下について任意記載		無		評価結果を掲載したホームページURL		
当該学科のホームページURL	<a href="https://yfc.iwasaki.ac.jp/index.html">https://yfc.iwasaki.ac.jp/index.html</a>						
企業等と連携した実習等の実施状況(A、Bいずれかに記入)	(A: 単位時間による算定)						
	総授業時数						1,710 単位時間
	うち企業等と連携した実験・実習・実技の授業時数						0 単位時間
	うち企業等と連携した演習の授業時数						300 単位時間
	うち必修授業時数						180 単位時間
	うち企業等と連携した必修の実験・実習・実技の授業時数						0 単位時間
	うち企業等と連携した必修の演習の授業時数						180 単位時間
	(うち企業等と連携したインターンシップの授業時数)						0 単位時間
	(B: 単位数による算定)						
	総単位数						0 単位
	うち企業等と連携した実験・実習・実技の単位数						0 単位
	うち企業等と連携した演習の単位数						0 単位
	うち必修単位数						0 単位
	うち企業等と連携した必修の実験・実習・実技の単位数						0 単位
	うち企業等と連携した必修の演習の単位数						0 単位
	(うち企業等と連携したインターンシップの単位数)						0 単位
教員の属性(専任教員について記入)	① 専修学校の専門課程を修了した後、学校等においてその担当する教育等に従事した者であって、当該専門課程の修業年限と当該業務に従事した期間とを通算して六年以上となる者 (専修学校設置基準第41条第1項第1号)						3 人
	② 学士の学位を有する者等 (専修学校設置基準第41条第1項第2号)						2 人
	③ 高等学校教諭等経験者 (専修学校設置基準第41条第1項第3号)						0 人
	④ 修士の学位又は専門職学位 (専修学校設置基準第41条第1項第4号)						0 人
	⑤ その他 (専修学校設置基準第41条第1項第5号)						0 人
	計						5 人
上記①～⑤のうち、実務家教員(分野におけるおおむね5年以上の実務の経験を有し、かつ、高度の実務の能力を有する者を想定)の数						3 人	

1.「専攻分野に関する企業、団体等(以下「企業等」という。)との連携体制を確保して、授業科目の開設その他の教育課程の編成を行っていること。」関係

(1)教育課程の編成(授業科目の開設や授業内容・方法の改善・工夫等を含む。)における企業等との連携に関する基本方針

高等学校教育の基盤の上に深く専門的な教育を施すにふさわしい授業を行うため、就職先企業などと連携し、その要請を十分に活かしつつ、教育課程の編成に反映させることにより、職業教育の質を高める。外部の関連施設の意見を教育課程編成に反映させるための機能として、「教育課程編成委員会」を設置する。教育課程編成にあたっては、授業内容、授業方法およびその手法、法定の範囲内での授業科目の新たな開設など「教育課程編成委員会」の意見を反映させるものとする。

(2)教育課程編成委員会等の位置付け

※教育課程の編成に関する意思決定の過程を明記

教育課程編成委員は、就職後に求められる実務に関する理論・知識・技術・技能などを十分に把握し、それを職業教育に具体化するために、特に教育課程につき意見を述べ、その編成に寄与するものとする。このため、関連業界の動向や地域の実情に明るく、かつ経験豊富で卓識をもつ者を外部委員として選任する。また、実務のみならず、学校教育についても十分な理解があることが望まれる。委員会は学校長が主催し、外部委員のほか教育課程編成にたずさわる教職員も協議に加わるものとする。協議の結果については、教員会議で共有し、学校長の判断をもって、当該年度または翌年度の教授内容、教授方法など教育に具体的に活かすものとする。また、上記の性質から「学校関係者評価委員会」とは、役割を異にし、別組織として運営を行う。

(3)教育課程編成委員会等の全委員の名簿

令和6年5月31日現在

名前	所属	任期	種別
上野 真帆	一般財団法人ファッション産業人材育成機構 IFIビジネス・スクール 課長	R6.4.1～R7.3.31	①
蒲生 典子	一般社団法人ジャパン・ヘア・トレーニング・アワード・アソシエーション副運 営委員長 株式会社ガモウ 代表取締役社長	R6.4.1～R7.3.31	①
佐々木 貴夫	公益社団法人日本プライダル文化振興協会 事務局長代理	R6.4.1～R7.3.31	①
千葉 智之	株式会社リクルート Division統括本部 ビューティDivision リサーチ&アカデミー-G ホットペッパービューティーアカデミー アカデミー長	R6.4.1～R7.3.31	③
中村 英二	株式会社イーグラント・コーポレーション 代表取締役社長	R6.4.1～R7.3.31	③
村山 武史	新横浜グレイスホテル 総務部 部長 兼 総務・人事課 課長	R6.4.1～R7.3.31	③
柳川 純一	株式会社オンワードホールディングス人財Div.人財Sec 課長	R6.4.1～R7.3.31	③
横山 昌弘	全国理美容製造者協会 代表理事 日本ロレアル株式会社プロフェッショナルプロダクツ事業本 部 営業統括本部長	R6.4.1～R7.3.31	①
安達 有美	株式会社OPA コミュニケーション推進室 室長	R6.4.1～R7.3.31	③
川上 直美	株式会社FANCLE ファンケル大学研修部ビューティグループ 課長	R6.4.1～R7.3.31	③
森井 純子	株式会社髪書房 取締役 BOB編集部 編集長	R6.4.1～R7.3.31	③
岩崎 有紀子	横浜fカレッジ 学校長	R6.4.1～R7.3.31	委員長
小松 加代子	横浜fカレッジ グループ長	R6.4.1～R7.3.31	—
角館 裕美	横浜fカレッジ 教務チーム グループリーダー	R6.4.1～R7.3.31	—
別所 慶子	横浜fカレッジ 教務チーム 課長補佐	R6.4.1～R7.3.31	—
佐々木 睦美	横浜fカレッジ 教務チーム 課長補佐	R6.4.1～R7.3.31	—
藤重 寛志	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6.4.1～R7.3.31	—
三富 千恵子	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6.4.1～R7.3.31	—
糸内 美穂	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6.4.1～R7.3.31	—

三船 澄人	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6..4.1～R7.3.31	—
安池 かおり	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6..4.1～R7.3.31	—
前川 竜也	横浜fカレッジ 教務チーム 主任	R6..4.1～R7.3.31	—
鈴木 理恵	横浜fカレッジ 教務チーム 副主任	R6..4.1～R7.3.31	—
末次 友香	横浜fカレッジ 教務チーム 副主任	R6..4.1～R7.3.31	—
中澤 宏将	横浜fカレッジ 教務チーム 副主任	R6..4.1～R7.3.31	—
中谷 香穂	横浜fカレッジ 教務チーム 専門教員	R6..4.1～R7.3.31	—
鈴木 寿子	横浜fカレッジ 教務チーム 専門教員	R6..4.1～R7.3.31	—
菅井 陽子	横浜fカレッジ 教務チーム 専門教員	R6..4.1～R7.3.31	—
大瀬 三香子	横浜fカレッジ 教務チーム 教員	R6..4.1～R7.3.31	—
田口 壽代	横浜fカレッジ 教務チーム 教員	R6..4.1～R7.3.31	—
木幡 桃子	横浜fカレッジ 教務チーム 教員	R6..4.1～R7.3.31	—

※委員の種別の欄には、企業等委員の場合には、委員の種別のうち以下の①～③のいずれに該当するか記載すること。  
(当該学校の教職員が学校側の委員として参画する場合、種別の欄は「—」を記載してください。)

- ①業界全体の動向や地域の産業振興に関する知見を有する業界団体、職能団体、地方公共団体等の役職員(1企業や関係施設の役職員は該当しません。)
- ②学会や学術機関等の有識者
- ③実務に関する知識、技術、技能について知見を有する企業や関係施設の役職員

(4)教育課程編成委員会等の年間開催数及び開催時期

(年間の開催数及び開催時期)

年2回開催し、7月は当該年度の中間報告として、2月は当該年度の振り返りと次年度方針についての討議を行う。

(開催日時(実績))

令和5年度 第1回 令和5年7月24日14:00～15:30、 第2回 令和6年2月22日14:00～15:30

令和6年度 第1回 令和6年7月22日14:00～15:30、 第2回 令和7年2月19日13:00～14:10(予定)

(5)教育課程の編成への教育課程編成委員会等の意見の活用状況

※カリキュラムの改善案や今後の検討課題等を具体的に明記。

気候変動が与えるアパレル業界の動向の変化、引き続き課題となっているSDGsに対する現状の取り組みなどについて理解を深め、知識を身に付けるための講座または授業を実施する。また、ECサイトと対面販売の両方を活用した、リメイクファッションの製作・販売を通して、業界の抱える課題に対する取り組みが、社会貢献で終わるのではなく、経済性を持った活動にしていく事ができるよう、実践しながら取り組んでいく。

2. 「企業等と連携して、実習、実技、実験又は演習（以下「実習・演習等」という。）の授業を行っていること。」関係

(1) 実習・演習等における企業等との連携に関する基本方針

多様化、複雑化するファッションビジネスの学習には、企業と連携し、業界動向に即した対応が求められる。本学科では、1年次より、就職活動に向け、ファッション業界を俯瞰して幅広く捉える視座の養成、販売の基礎、社会人基礎力の養成を目的とした企業連携の科目を配している。

(2) 実習・演習等における企業等との連携内容

※授業内容や方法、実習・演習等の実施、及び生徒の学修成果の評価における連携内容を明記

本学科では、学科ブランドデザインに基づき、企業と連携しシラバスを作成し下記の連携科目を実施している。企業講師や担当教員による実習を行い、課題ごとの中間発表や作品展を通して、企業講師の評価を受けている。実習修了時には、担当教員が企業講師の評価を踏まえ総合的に成績評価を行っている。

(3) 具体的な連携の例※科目数については代表的な5科目について記載。

科目名	企業連携の方法	科目概要	連携企業等
アパレルサービステクニック	2. 【校内】企業等からの講師が一部の授業のみを担当	販売という職種を通して、社会人としてのマナーコミュニケーションスキル、販売知識商品知識を身につける。	株式会社TSI
インターネットビジネスⅠ	2. 【校内】企業等からの講師が一部の授業のみを担当	インターネットビジネスの動向、アパレル業界の電子商取引導入例、関連法規等、Eコマースの実務知識、SNSの活用法を総合的に学ぶ。	株式会社 ストライプインターナショナル
インターネットビジネスⅡ	5. 【その他】教員に対し企業主催の資格取得指導に必要なセミナーを実施。授業資料の提供。	インターネットをはじめとしたテクノロジーの発達による消費行動の変化を理解し、消費者にとって重要な購買チャネルとなっているネットショップ運営の基礎知識と基礎スキルを身につけ、ネットとリアルを合わせたマーケティング等の施策立案ができるようになることを目標とする。(ネットショップ実務士補資格取得対象科目)	一般社団法人 ネットショップ能力認定機構
スタイリング演習	2. 【校内】企業等からの講師が一部の授業のみを担当	ヘアメイク知識、ファッションアイテム製作を学び、全身トータルコーディネート提案と表現方法の習得。プレゼンテーションにてオリジナルコーディネートを理論的に提案することを身につける。	一般社団法人 日本ファッションスタイリスト協会
ファッション流行論	1. 【校内】企業等からの講師が全ての授業を主担当	近代ファッション史から、世俗的社会背景や経済等との関係を検証しつつ流行の変遷を辿る。	株式会社 INFASパブリケーションズ
ファッションコーディネート	1. 【校内】企業等からの講師が全ての授業を主担当	ファッションの基礎知識、コーディネートのテクニック。販売、スタイリスト、バイヤーなどファッション業界で幅広く活躍できるよう、様々な視点から個人に合わせたスタイリングを理論的に説明提案ができるようになる。トータルスタイリスト検定の取得。	一般社団法人 日本ファッションスタイリスト協会
流通論Ⅰ	2. 【校内】企業等からの講師が一部の授業のみを担当	人材、情報を駆使し「ファッションビジネス業界で働く上で、国内外の市場知識を備えた即戦力となる人材」や、実際に業界動向を学び社会に出てからも通用する「情報のインプット・アウトプット力を備えた人材」を育成する。	一般財団法人 ファッション産業人材育成機構 (IFI)

3.「企業等と連携して、教員に対し、専攻分野における実務に関する研修を組織的に行っていること。」関係		
(1)推薦学科の教員に対する研修・研究(以下「研修等」という。)の基本方針 ※研修等を教員に受講させることについて諸規程に定められていることを明記 本校では、平成24年4月1日施行の教職員研修に関わる規程に基づき、企業と連携した研修を行うことで産業動向や企業の人材ニーズを理解し、教育内容や就職支援に役立てることとする。研修は本校の人材育成計画に添って、①職業実践に資する知識・技術の習得 ②学生指導・教授法 ③学生サービス・支援等の内容で、年間で計画し、実施する。		
(2)研修等の実績		
①専攻分野における実務に関する研修等		
研修名:	フィガロジャパンBWA事務局第11回オンラインセミナー	連携企業等: CCCメディアハウス
期間:	2023年4月27日	対象: 安池かおり
内容:	思いを言葉に、ファッションバイヤーの起業への第一歩	
研修名:	サステナブルファッション講演会	連携企業等: 横浜市経済局消費経済課
期間:	2023年12月9日	対象: 大塚留美子・中谷香穂
内容:	ファッション産業の課題、企業と行政の取り組みについて	
研修名:	WWDJAPAN SUSTAINABILITY SUMMIT2023	連携企業等: 株式会社INFASパブリケーションズ
期間:	2023年12月11日	対象: 三船澄人
内容:	環境危機下でのモノ作りとデザイナーの役割について	
研修名:	「パリとファッション」	連携企業等: 小田原市
期間:	2024年7月15日	対象: 吉田将史
内容:	パリと「スポーツとモード」をテーマにしたトーク	
②指導力の修得・向上のための研修等		
研修名:	0から学ぶチームビルディング	連携企業等: (株)旅武者
期間:	2023年11月16日	対象: 三船澄人
内容:	社会人になっても役立つ一生使えるチーム作りの秘訣	
研修名:	ハワホ対策セミナー	連携企業等: 学校法人岩崎学園
期間:	2023年12月5日	対象: 安池かおり
内容:	プレゼンの目的、作成、見せ方について	
(3)研修等の計画		
①専攻分野における実務に関する研修等		
研修名:	「doublet」井野将之と語るサステナブル～ファッションデザイナーはサステナブルとどう向き合うのか～@+NARU NIHONBASHI	連携企業等: 織研新聞
期間:	2024年8月25日	対象: 安池かおり
内容:	サステナブルファッションについて	
研修名:	Fashion x Gen-AI Front Runners ファッションと生成AIの最前線	連携企業等: WWD JAPAN
期間:	2024年10月31日	対象: 三船澄人
内容:	ファッション×生成AIについて	
②指導力の修得・向上のための研修等		
研修名:	配色とパーソナルカラー	連携企業等: 日本パーソナルカラー協会
期間:	2024年10月25日	対象: 安池かおり
内容:	認定講師向けセミナー	

4. 「学校教育法施行規則第189条において準用する同規則第67条に定める評価を行い、その結果を公表していること。また、評価を行うに当たっては、当該専修学校の関係者として企業等の役員又は職員を参画させていること。」関係

(1) 学校関係者評価の基本方針

学校目的を達成するための目標設定や具体的計画について、達成状況や取り組みの適切さを自己評価として行い、その結果について、本校に定める学校評議委員会が評価を行う。その目的は、学校評価の精度を上げ、客観性を高めるためのものであり、企業、地域代表、卒業生の意見を積極的に汲み取り反映させる。そのため、学校関係者評価委員会を組織し、学校の活動内容を各委員に周知するとともに、意見交換を行う機会を設ける。

(2) 「専修学校における学校評価ガイドライン」の項目との対応

ガイドラインの評価項目	学校が設定する評価項目
(1) 教育理念・目標	理念・目的・育成人材像は定められているか、また学生、保護者へ周知されているか、公表されているか、等
(2) 学校運営	運営会議等が定期的に開催されているか、事業計画が定められているか、等
(3) 教育活動	教育理念に沿った教育課程の編成・実施方針が策定されているか、等
(4) 学修成果	就職率の向上、退学率の低減、卒業生の活躍、等
(5) 学生支援	進路・就職に対する支援体制、学生相談の体制、経済的支援体制、等
(6) 教育環境	施設・設備は教育上の必要性に十分対応できるよう整備されているか、等
(7) 学生の受入れ募集	学生募集活動は適性に行われているか、教育成果は正確に伝えられているか、等
(8) 財務	財務基盤は安定しているか、予算・収支計画は妥当か、会計監査は適正か、等
(9) 法令等の遵守	法令、専修学校設置基準等の遵守と適正な運営、個人情報保護の対策、等
(10) 社会貢献・地域貢献	学校施設を活用した社会貢献の実施、ボランティア活動の奨励・支援、等
(11) 国際交流	

※(10)及び(11)については任意記載。

(3) 学校関係者評価結果の活用状況

ファッション業界は大きな変革を必要としており、多くの業界では20～30代の若手経営者が注目を集め業績を拡大しているとのご意見を伺った。若年経営者の育成プログラムや支援体制を構築し、在学時より起業を学び、また起業できるような学習環境構築を行い、その人材輩出が多ければ多いほど次世代が活躍できる就労環境の拡大につながる。こういった学習環境やカリキュラムを提供するべく、マーチャンダイジングやマーケティング等の授業内では、起業家養成プログラムの内容を見直し、更に拡大して実施することで、分野や職業選択の幅を狭めることなく活躍できる人材育成に努め、業界の魅力と社会的評価の向上に繋げていく。

(4) 学校関係者評価委員会の全委員の名簿

令和6年5月31日現在

名前	所属	任期	種別
木内 潤一	株式会社TFL スクールヘッドマスター	R6.4.1～R7.3.31	企業等委員
井上 弥生	花王株式会社 化粧品BRCセンター長	R6.4.1～R7.3.31	企業等委員
夏目 哲宏	株式会社ブライト 代表取締役	R6.4.1～R7.3.31	企業等委員
望月 大作	株式会社ウィゴ 取締役 WEGO事業部 商品部門 副事業部長	R6.4.1～R7.3.31	卒業生、企業等委員
吉原 直樹	株式会社アルテ ジェネシス 代表取締役会長 CEO	R6.4.1～R7.3.31	企業等委員

※委員の種別の欄には、学校関係者評価委員として選出された理由となる属性を記載すること。

(例) 企業等委員、PTA、卒業生等

(5) 学校関係者評価結果の公表方法・公表時期

(ホームページ) 広報誌等の刊行物 ・ その他( ) )

URL: <https://yfc.iwasaki.ac.jp/index.html>

公表時期: 令和6年9月



授業科目等の概要

(服飾・家政専門課程ファッションビジネス科)															
分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業 時 数	単 位 数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
1	○		マテリアル・服飾史	ファッション史の変遷から流行を知り応用力を身に付ける。素材の特性について知り、取扱いについて習得する。	1通	30		○			○			○	
2	○		ファッションビジネス検定	販売促進や商品知識、年間の売り場店舗の進捗など、ファッションビジネス等の基礎的知識を習得する。	1通	60		○			○		○		
3	○		マーケティングⅠ	消費者動向をふまえて、実際のアパレル企業、ブランド、ショップ、集合施設、路面、ストリートの現状を理解しコミュニケーション想像型マーケティングを習得する。	1通	90		△	○		○		○		
4	○		ファッションアイテム画Ⅰ	アイテムの機能的造形について理解し平絵で説明表現できるようになる。企画者として提案出来る知識を習得する。	1通	60			○		○			○	
5	○		アパレル商品知識Ⅰ	工業製品としての洋服の形の成り立ちについて理解し、講義にてディテール構造やお直しの基礎知識、マテリアル・デザインについての知識を広げる。また、実習を通し販売の現場で必要な商品修理、接客に対応できる手法を取得する。	1通	120			○		○		○		
6	○		パーソナルカラー	提案型接客における知識として重要な色彩の物理特性を理解し、顧客ニーズに対応した説得力のある接客術を習得する。	1通	60			○		○		○		
7	○		ファッションコーディネート	アイテム特性を理解し、様々なシチュエーションテーマから色彩、素材感も含めて総合的コーディネート力を習得する。	1通	60			○		○			○	○
8	○		ファッション流行論	近代ファッション史から、世俗的社会背景や経済等との関係を検証しつつ流行の変遷を辿る。	1通	30		○			○			○	○
9	○		ITリテラシー講座	ビジネスで活用できるパソコン（文書作成：ワード、表作成：エクセル、プレゼンツール：パワーポイント）を理解し、ビジネス文書や企画書の作成、プレゼンテーション用ツールの作成技術を身につける。	1通	30			○		○			○	

10	○		インターネットビジネスⅠ	ネット上で行われているネット販売に関する基礎知識を学ぶ。	1通	60		△	○		○	○	○	○
11	○		マーチャンダイジングⅠ	商品の企画及び販売戦略を中心に、顧客から選ばれるブランドになるための基礎知識を学習する。特に、企業が顧客に対する戦略方法や企業理念、方針をいかに明確に打ち出し、ターゲットとなる消費者に伝えるかを理論的に学ぶ。	1通	30		○			○	○		
12	○		計数管理	坪売り上げ、一人当たり売り上げ、客単価、買い上げ単価、商品回転率や利益率計算を習得する。	1通	30		○			○	○		
13	○		アパレルサービステクニク	専門知識、総合知識、一般知識、教養、スキルを習得する。ファッションビジネスにおける店頭販売系の基本知識を学ぶ。	1通	90		○		△	○	○	○	○
14	○		eラーニングⅠ	20歳前後の人生の節目としてのキャリアデザイン(ライフデザイン)について学習する。豊かに社会生活を送る上で必要な一般常識、マナーとはなにか。先ず発言してみる、行動してみる、皆に話してみるといった基本行動の体験とその必要性を理解する。	1通	30		○			○	○		
15	○		流通論Ⅰ	産業界の第一線で活躍する講師による演習形式の授業。最新のファッション動向や、環境問題をはじめ将来を見据えた業界の課題についても考察する。	1通	30		○				○		○
16	○		サービストレーニング	ホスピタリティーの基本的知識習得と行動実践学習を通して、人間的な素養の向上を図る。おもてなし教育、ビジネスマナー、自己分析、業界研究、企業研究、文章作成力、面接練習等、就職活動をスムーズに行うための対策授業。	1通	30		○			○	○	○	
17	○		クラスアクティビティ	就職関連、クラス運営、コミュニケーショントレーニングを主とした活動を行う。	1通	30		○			○	○		
18	○		クラスアクティビティ	就職関連、クラス運営、コミュニケーショントレーニングを主とした活動を行う。	2通	30		○			○	○		
19	○		アパレル商品知識Ⅱ	工業製品としての洋服の形の成り立ちについて理解し、講義にてディテール構造やお直しの基礎知識、マテリアル・デザインについての知識を広げる。また、実習を通し販売の現場で必要な商品修理、接客に対応できる手法を取得する。	2通	90		○			○	○	○	

20	○		eラーニングⅡ	就職活動に先駆けて、一般常識、社会人マナー、ファッション業界に即した英語表現や英会話を学ぶ。	2通	30		○			○		○					
21	○		ファッションアイテム画Ⅱ	人物スタイリングとアイテムの形（フォーム、シルエット）の理解センシティブな表現が出来る。見やすいアイテムイラストが描ける。「基本的なアイテムを描けるようになる」から始めて、オリジナルデザインを描けるようにする。	2通	60			○			○					○	
22	○		ブランド・コミュニケーション	お客様の視点のニーズから商品企画・販売までの専門を理解する。	2通	90		△	○			○			○	○		
23	○		VMD	VMDにおける基礎知識と具体例を学び、実際の売り場に基づいたVMD知識を身につける。“商品が売れる売り場作り”を目指す。	2通	60			○			○					○	
24	○		ITスキルアップ	ドロー系イラスト制作ツールであるイラストレータを使用し、イラストレータの基本テクニックおよびドロー系特有のイラスト制作技術を学ぶ。また、習得した技術を使ってPOPやポスター、プレゼンツールの製作を行う。	2通	30			○			○					○	
25	○		インターネットビジネスⅡ	ネット上で行われているネット販売に関する基礎知識と、実際にホームページを作成することで、ネット販売の手法を学ぶ。	2通	60		△	○			○					○	○
26	○		ソーシャルデザイン	サステナブル、エシカルファッション的な視点を、授業全体を通じて獲得する。	2通	30			○								○	
27	○		マーケティングⅡ	ファッションビジネスでの市場を分析する為、実践的なマーケティング手法を学ぶ。	2通	90		△	○			○				○		
28		○	スタイリング演習	コーディネートテクニックだけでなく、即戦力となる実技を中心に、プロとしての知識と技術およびマナーを含めて習得を目指す。スタイリストのみならず、ファッション業界で幅広く活動出来るよう、様々な視点から個人にあわせたスタイルで授業を行う。	2通	120		△	○			○				○		○
29		○	ファッショングッズ製作	将来、販売員・スタイリストとしてのトータルコーディネートのための知識を、グッズ製作やファッションマップ製作を通して総合的に理解していく。	2通	90		△	○			○				○		

30	○	ヘア&メイク実習	頭髮やメイクについて、日常生活習慣との関係を考察し、健康で美しい髪の毛の保ち方や肌について学ぶ。毛髪の基礎知識、ヘアデザインを学び、基礎メイクや応用技術について習得する。	2通	60	△	○	○	○
31	○	マーチャンダイジングⅡ	リテール・マーチャンダイジングの基礎を習得する為、出店計画からショップコンセプト設定までのビジネスプランを設計。各種企画書の作成。後期はアパレルブランド制作のためのマーチャンダイジングを習得する品揃え計画を行う。	2通	90	△	○	○	○
32	○	セールスプロモーション	「マーケティング」をしっかりと学んだうえで調査する事により、体感的にプロモーションのあり方を学ぶ。又、組織内での各人の役割・一般消費者と販売者との関わりを模擬体験させる。	2通	90	△	○	○	○
33	○	ショップマネージメント	店舗運営の責任者として運営執行に当たり、有能な構成員として成果が認められるよう、経営管理の手法の重要性を認識し習得すると共に、CS接客から事業計画・経営分析・事業運営までの基礎能力を身につけ実践的なスキル・ナレッジを身につける。	2通	90	△	○	○	○
合計				30 科目	1710 単位 (単位時間)				

卒業要件及び履修方法		授業期間等	
卒業要件： 所定の単位を全て取得した者に対して卒業を認定する		1学年の学期区分	2期
履修方法： 各年次において必修授業・選択授業ともに決められた時間数を履修		1学期の授業期間	15週

(留意事項)

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3(3)の要件に該当する授業科目について○を付すこと。