

2023 年度第 1 回 職業実践専門課程

学校関係者評価委員会・教育課程編成委員会

日 時：2024 年 1 月 18 日（木） 14：00～15：30

場 所：大阪文化服装学院 南館図書室

出席委員：植田委員、萩原委員、小林委員、片岡委員、志貴委員、岩光委員、榎本委員、河野委員

学校関係者：豊田、森、岩崎、加藤、枚山、眞砂、白倉

1. 開会のあいさつ
2. 学校関係者評価委員会
3. 教育課程編成委員会
4. 質疑
5. 閉会

*資料

- 学校関係者評価委員会・教育課程編成委員会 2023 年度事業報告書

【議事録】

校長より開会の挨拶

委員の方々の紹介

校長より資料の説明

【1. 教育理念・目標・育成人材像】

● 「社会への還元」が本学院の教育理念である。1946 年（昭和 21 年）の創立以来、ファッションで社会に貢献する事を目標としてきた。当校でファッションを学ぶ学生には最良の環境で、最良の教育を提供する事を通して、学生一人ひとりがファッション業界で活躍するという強い使命感を持ち、企業で通用する一流の知識・技術・技能を身に付けてもらう。前回の会議で配布した自己評価報告書をご参照。

【2. 学校運営】

- ①グローバル戦略

●ファッションクリエイター学科2年生・3年生 POLIMODA 研修旅行

研修期間：2023年6月12日（月）～6月22日（木）11日間

参加学生：ファッションクリエイター学科2年生19名、ファッションクリエイター学科3年生3名 計22名

●スーパーデザイナー学科3年生イタリア短期留学

留学期間：2023年9月11日（月）～10月2日（月）22日間

参加学生：スーパーデザイナー学科21名

●韓国スタイリング研修

昨年該当学科の国際戦略案件として、全国の専門学校で初めて導入した「韓国スタイリング研修」。今年度9月、スタイリスト学科2年生を対象に任意募集で実施。韓国の有名スタイリストによる講義から、スタイリング組み、ロケ撮影、トレンドスポットリサーチまで、全5日間の研修。

参加学生：スタイリスト学科2年生15名

●韓国バイイング研修

4年ぶりに実施。目的は卒展商品の仕入れ及び卒展ショップVMD参考イメージのリサーチ。

参加学生：ファッションビジネス学科2年生11名

●韓国ピョンテク大学、ソウルファッションハブとMOU締結

韓国ファッションを体感する教育コンテンツの充実を加速。特別講義やワークショップ、学生交流プログラム、学術研究プロジェクトなど、両国間での共同事業の実施を検討・協議するもの。7月には第一弾としてピョンテク大学の教員が来校し、パターン講義を実施した。

●韓国ピョンテク大学主催のPTU Fashion Weekに参加（10月）

講演会「Global Fashion Seminar」に、森慈郎会長、卒業生の田中大資氏、特別講師のOleg Mitrofanov氏が参加。

ファッションショーに、スーパーデザイナー4年生のマイブランドコレクションが参加。ポップアップショップには、ブランドマネジメント学科ショップ「ISO」、tanakadaisuke展示会が参加。

●OIF CREATIVE FEVER international

コロナ禍を機に活用が進んだICTを活用し、海外スピーカーによるオンライン授業を導入。シリーズ化し、国際感覚を修得できるコンテンツとしての充実を図る。以下が実施事例。

・Isabelle Gelot：4月28日（金）＊対面授業：アメリカ在住のフランス人イラストレーター。

・Thomas Persson：6月23日（金）17：30～18：30：「Acne Paper」アートディレクター（GQ Italy 元編集長）

- ・Howard Tangye：6月30日（金）17：30～18：30：CSMのレディスファッションのトップを歴任（ジョンガリアーノやステラマッカートニーを教え子に持つ）
- ・Nige Luck：7月7日（金）17：30～18：30：ロンドンを拠点にしている現役デザイン講師（サラバートンやジョナサンアンダーソンを教え子に持つ）

●Youth College（香港）来訪

参加者：学生25名、教員：4名

Youth College (International)：デザインにおける3年間の国際バカロレア・ディプロマ・プログラムを有する、15歳からの学生にファッションデザインを含むアートとデザインにおける専門教育を提供している香港の学校。卒業生のほとんどが、日本を含む海外の学士号プログラムへの進学を目標としている。

OIFの国際的なビジョン、入学要件、Polimoda マスター留学を見据えてキャリアパス、関西でファッションを学ぶことのメリットなどについてプレゼン。その後、当校スーパーデザイナー学科3年生5名が自身の作品やポートフォリオを見せ、クリエイティブワークについて紹介。香港の学生も制作したりメイク作品を持参し紹介。

●FASHION GRADUATE ITALIA

ミラノ市が主催しているイタリアのファッションスクール各校が合同でそれぞれの優秀学生のコレクションをショー形式で発表しているイベント。当校からはスーパーデザイナー学科4年生の2名が参加。ミラノと姉妹都市である大阪市からの依頼によるもので、2年連続の参加となる。他の参加校は上田安子、マロニエ。

●大連杯 2023

中国大連で国際コンペ「大連杯 2023」が開催され、スーパーデザイナー学科4年生の佐土原愛未さんが学生部門優秀賞（日本人での最高位）を受賞。

●「Asia Fashion Collection」でグランプリをダブル受賞

今年で11回目を迎えた「Asia Fashion Collection」（主催：株式会社バンタン、株式会社パルコ）の国内最終審査会が開催。スーパーデザイナー学科4年生 重田美有さんによる「MIARI SHIGETA」と同3年生 長谷雪花さんによる「KIYOKA HASE」がグランプリに選ばれ、本年2月に開催されるニューヨーク・ファッション・ウィークでのランウェイデビューが決定した。AFCは、アジアのファッション産業の更なる発展を目的とし、アジアの中から新人デザイナーを発掘し、ブランドの事業化支援を行うグローバルコンテスト。

②DX教育の推進

●3Dモデリストコース：マツオインターナショナルとコラボ。ブランド「慈雨」にCLOを活用してデザインを提案。2024年SSの販売を目指す産学連携カリキュラムとして導入。3Dモデリングを活用し、時間削減、サンプル作成のコストダウンの実現について学ぶ。

●AIビジネス活用：河合拓氏による「ファッションのDX化」等の特別講義を継続。ファ

ッション AI を独自開発した「ニューロープ」社と提携、通常カリキュラムを継続。AI を駆使したトレンドやデータ分析を活用し、仮説検証スキルを修得。分析結果・成果としてプレスリリースや企業課題の解決提案を実施。講義を通じて教員の研究テーマとして「メタバース」を採用。

③卒業生活躍支援（インキュベーション）

●2023 年度の活動方針としては

インキュベーションに繋ぐための卒業生活動の可視化：月次で卒業生の声を掲載し、OIFer LINK から発信。

活動活性化のためのイベント実施：ビジネスパーソンなどコアメンバーが集まる東京同窓会をより重要、開催の価値が高いと考え昨年を引き続き連続で実施。

これらの事業を定期的・恒常的に回すことで、ハブとなる卒業生が現れて、卒業生が「自走するネットワーク」への3年後の移行を目標に引き続き支援活動を推進していく。

【3. 教育・学修成果】

①高専連携

●樟蔭高等学校 身体表現コース 12名のダンス衣裳のスタイリングをスタイリスト学科1年生が担当。ダンスに合う衣裳・リメイク・K-POPをテーマに衣装を作製した。ダンスに興味のある高校生に当校のことを知ってもらうことを目的に制作過程を動画撮影し SNS で発信。衣装は夏フェスで披露した。

●「高校生ファッションデザイン画コンテスト 2023」（大阪文化服装学院主催）を実施。卒業生の田中大資氏（tanakadaisuke デザイナー）をはじめ、WWD JAPAN や織研新聞社など後援各社による審査の結果、各賞が決定。

②学習成果

国内コンテストにおいて

●「YKK ファスニングアワード」では、ファッションクリエイター学科3年生 敷矢大輔さんがグランプリを獲得。

●「日暮里ファッションデザインコンテスト 2023」では、スーパーデザイナー学科2年生 鳥居楓月さんがグランプリ（経済産業大臣賞）を獲得。

●ブックオフ主催「アップサイクルデザインコンテスト Reclothes Cup」では、ファッションクリエイター学科2年生 川口智加さんが準グランプリを獲得。

●公益財団法人パル井上財団主催、「PAL FOUNDATION CUP2023」では、ファッションビジネス学科2年生 横山紘規さんがブロンズ賞を受賞。

③SDG s

●「関西学生アダプティブファッションショー2023」に参加。心身障がい者の方の「服装の困りごと」を解決する衣装を提案。社会福祉法人大阪重症心身障害児者を支える会（支える会）が主催する当イベントは、障害者の「服装の困りごと」を解決すべく、学生、企業、重症心身障がい者の方（当事者）がタッグを組んで、共に洋服のリメイク方法を考

え、社会に発信していくことを目的としている。

【4. 産学共同事業・企業コラボ】

●大阪造幣局

「桜の通り抜け」とスタイリスト学科2年生のコラボ。NMB48をモデルにファッションショーを実施。全作品のスタイリング及びヘアメイク、モデルとしての出演など、ショー制作に全面協力。今年で140周年を迎えた「桜の通り抜け」を若年層にPRしたいという主旨のもと、夜桜を背景に「通り抜け」をランウェイに見立てたファッションショーを実施。

●高野口：紀州繊維パイル織物・ニット、西脇市：播州織、岐阜羽島・一宮：尾州毛織各産地との連携。

成果は、24年3月の阪急スークイベントでの販売。学生が産地ごとのグループに分かれて、グループコレクションを企画・制作する。狙いとしては、産地訪問を通じて、生産背景と素材特性を把握し、知識を深める。生産現場との業界接点の構築。デザイナーとして、将来重要になる「オリジナル素材の開発」のイメージづくり、また「協力者を作る」重要性を知る。将来的な期待としては、産地の「施し＝将来への投資」をありがたく受け止め、将来的に産地に戻り、還元する意識を持ったプロデザイナーとなってもらい、産地や地域創生に貢献する。

●阪急メンズ館

With Good Harmony (WITH COMMUNITIES 企画)

大阪の企業・学校・クリエイター、阪急メンズ館のお客様が新しいコミュニティとして集うイベント。本校は学校枠のクリエイターとしてスーパーデザイナー学科4年生 南優海と谷口こころの2ブランドが出展。

●阪急うめだ本店

With Good Harmony 藍染企画（うめはん BLUE SEA）

藍染体験ツアーの実施後、阪急百貨店うめだ本店9階祝祭広場で、2023年6月14日（水）～19日（月）にかけて、藍染商品を販売。

●阪急うめだ本店、伊勢丹新宿店など、小売6社

国内外のブランド・クリエイターと取り組むアップサイクル企画「ピース de ミライ」に参画。学生が関西の企業3社（「栄レース」レース生地、「岡田織物」フェイクファー、「サンコロナ」オーガンジー）の余剰在庫を使用して作品を制作。10月11日～17日の7日間、阪急うめだ本店3階D-LABにて販売した。

●株式会社ジュン

メンズブランド「ジュンレッド」とスーパーデザイナー学科学生が協業で商品をデザイン・制作し、直営店とオンラインサイトで販売。同ブランドは、Z世代がターゲット。コアな客層を作る施策の中で、同学科に「新しい可能性・発想を盛り込んだ商品を提案して欲しい」と依頼し実現した。22年11月から同学科3年生（現4年生）13人が参加して年

末までにデザインを提出。当初の採用予定は1人だったが、提案が評価され、4人の企画（各1アイテム、2色）が、商品化されることになった。

●オーロラ株式会社

D2C オーダーシステム（帽子・傘などのファッション小物を個人がデザインオーダーできるシステム）を使用して学生デザイン・図案を使用し、オーロラ株式会社のECサイトより販売。スーパーデザイナー学科3年生21名が関与しており、「学生デザイナーとのコラボレーション」として特集したLPを制作、他商品との差別化も図る。学生達は、ブランドHPやインスタグラムなどからPRしてこちらのサイトへ誘導し販売に繋げつつ、当サービスの認知促進を図る。

●セレクトショップ DAMIER

ショップPRの為にスタイリングを作成。スーパーデザイナー学科3年生、4年生の学生が商品を製作。セレクトショップ DAMIER が注文した商品と DAMIER にあるアイテムを使用しスタイリスト学科1年生がスタイリングを考案。考案したスタイリングをカメラマンが撮影し撮影現場にスタイリストとして参加。撮影データは DAMIER の PR 及び学院 PR として使用する。

●セレクトショップ Narcissus

スーパーデザイナー学科などがデッドストックをアップサイクルし、梅田 EST 店にて販売した。この企画は、Narcissus 設立 20 周年記念とした取り組みで、SDGs の観点から、デッドストックを魅力的なオンリーワン商品へアップサイクルし、新たな価値を生み出したいという思いから「感度が高く自由な発想を持つ大阪文化服装学院の学生と協業したい」とのオファーを受け実現した。

●HEP FIVE

ブランドマネジメント学科3年生が、9月16日より3カ月間の長期運営ショップ「ISO」をオープンした。今年のショップは、流行中の NEWTRO をキーワードとし、90年代の韓国ファッションを解釈したアパレル・雑貨を展開。HEP FIVE に、イベントスペース以外で学生ショップが出店することは、極めて異例で20年以上もの間、市街地での長期店舗運営カリキュラムを継続してきた当校の実績が生かされた。

●株式会社チュチュアンナ

レグウェア・インナーの人気ブランド「tutuanna」を運営する株式会社チュチュアンナとのコラボ企画「チュチュアンナデザインコンテスト」が実施され、学生によるデザイン企画が商品化された。

●マツオインターナショナル株式会社

ブランド「慈雨」と3Dモデリストコースの3年生がコラボ。3種類の生地から選択してCLOを活用し、デザインを提案する企画。11月21日、22日に綿業会館にて開催されたイノベーション展に出展。学生によるCLOのデモンストレーションを行い、コラボ企画をPRした。企画立上げから、1st サンプル UP まで、3D データと実物サンプルを共に展

示した。

●日本ジャガード刺繍工業組合

「いい刺しゅうの日」コンテストを通じてコラボを実施。スーパーデザイナー学科及びファッションクリエイター学科の学生たちが応募した刺繍デザインの中から、審査を通過した計 41 作品の商品化が決定。あべのハルカス近鉄本店にて開催されたイベント「ハルカス学園祭」にて販売した。また会場にて人気投票を行い、その結果に加えて、販売実績なども総合した最終審査会を行い、優秀作品の学生デザイナーには日本ジャガード刺繍工業組合より表彰。このイベントにはブランドマネジメント学科の学生も古着のセレクトショップをオープンした。

●株式会社アリエス

ファッションクリエイター学科、アパレルデザイナーコースの 2 年生がコラボ。企業デザイナーとしての仕事の流れを把握し、卒業後に即戦力として活躍できる能力向上を図るため、企業、ブランドリサーチを含め企画デザインを手掛ける。社内選考を経て、選ばれた 1 チームのデザインを 5 月の展示会に出品し、展示会受注結果で生産・販売まで行われる。

●株式会社アーバンリサーチ

スタイルアンバサダーの企画。ファッションビジネス学科プレス&インフルエンサーコースとショップスタッフコースの 2 年生がコラボ。今年で 3 年目となる取組み。店頭にある商品でスタイリングを組み、スタイリング投稿アプリ「Rekoccha」を使用して投稿を行う。PV 数や購入金額の分析を通じて SNS マーケティングについても実践的に学ぶ。

【5. 学生支援・就職活動】

●求人状況（求人数）はコロナ前の 2019 年を上回り、各企業の求人募集への回復の兆しが見えてきている。現実的に今年度の就職率は 81%（在校生 185 名、求職者数 150 名）、内定率 67%（101 名）で、4 年前の同時期（就職率 81%、内定率 97%）と比較すると回復基調となっている。求人数は増加傾向にあるが、特にクリエイター系の内定獲得はやや厳しい状況。ブライダル系の縫製職は一定の人数が内定を獲得。課題としては 3D モデルリスト新卒求人募集の新規開拓が重要となる。

【6. 教育環境】

2022 年度に引き続き 2023 年度も学内のレノベーションを実施。E21 ショップ教室は、株式会社 TSI ホールディングスに監修をして頂いた。

【7. 学生の募集と受け入れ】

●募集環境

ファッション分野のみならず、専門学校全般が苦戦。ファッション分野希望者の減少と高校 3 年生の大学進学者が増加傾向にある。大学による指定校枠のバラマキを拡大している

ことも要因の一つ。

●今後の施策

高校ガイダンスへ積極参加する。低学年ガイダンスにも積極的に参加し認知強化にも繋げる。対面だけではリーチできない層も多数いる為、当校が主催する大阪ファッション分野進学検討層に向けたWEB媒体を構築し認知強化に繋げる。

【質疑応答】

志貴：就職活動の報告にあった3Dモデリストの就職については、どのような状況か。

白倉：現状は3Dを導入している企業はまだ一部で新卒よりも中途採用者を優先している。企業リサーチを重ねながら2D、3Dと出来る人材を送り込む就職窓口を広げていきたい。

豊田：キャリア支援課として各企業に営業活動をしている。3Dで何が出来るかということやOIFの学生のスキルを東京のアパレル企業に説明をしており、就職につながる様、関係を構築している。

志貴：具体的に3Dモデリストとはどんな仕事をしているのか。モデリストという名が付いているので、モノを構築する教育をしているのかと思った。企業側もどのような人材なのか具体的に分かりづらい面があるのではないか。

豊田：あくまでもファッションクリエイター学科の3Dモデリストコースという位置づけになる。クリエイションの出来る人材の中で、3Dも扱えるスキルを持った人材育成が目的。

志貴：デザイナーとの仕事とリンクしているのか。それともデザイナーの代わりをするということなのか。

豊田：その学生のスキルによるが、決してデジタルだけに偏った人材ではない。

杵山：デザイナーとパタンナーでは3Dの使い方が違う。また会社によっても役割分担の内容が違う。例えばパタンナーはサンプルを作成する作業が軽減され時間短縮になる。デザイナーは展示会サンプルを作成しなくても、本物に近い物が見られる。また、OEMなどの営業活動の際には3Dを活用したデザインプレゼンテーションが可能となる。当校の学生はどれも出来るように育成している。

志貴：とても幅が広いので、企業に認知してもらおうアプローチが難しい。送り出す側としては、あえて絞った方が良いのではないか。

豊田：従来のアパレルに入り込む難しさを感じている。一方アパレル商社は機能別組織なので、クリエイターの就職先として豊島株式会社さんなどアパレル商社を狙っている。

志貴：インキュベーター的に、3Dを取り込んだモノ作りを、点と点を結ぶように3Dモデリストの卒業生が、マネージャーとしての役割を担えるなら面白い。

豊田：中国、韓国は3Dを始めとするアパレルのデジタル化が進んでいる。日本はその点

については遅れている。

加藤：アパレル業界の国際戦略として海外に目を向けた商社的な動きが必要ではないかと思う。

志貴：これから大阪文化服装学院が発展するには、卒業生を使って、横の繋がりを作る。3Dモデリストコースの卒業生がマネージャー的な役割として機能する事だと思う。

豊田：東京ファッションテクノロジーラボのような役割を果たすということが今後必要となる。

加藤：若手のクリエイター達がそこで、機能できるよう OIF の卒業生である 3Dモデリストを活用したい。

志貴：東京では、クリエイター達が共同で事務所を構えるコミュニティーがある。そこで新しいものが生まれたりする。これからは SNS 等で共有しながら次の時代に必要なものを作り上げていくことに期待したい。

白倉：次に学生募集の現状についての報告。ここ数年の傾向としては 18 歳人口の減少に伴い、大学が積極的に囲い込みを早めてきている。ファッション分野への希望者が減少傾向にあり専門学校へ行くよりも大学への進学を目指す生徒が増えてきている。

片岡：当校のファッション工学科においてもファッション分野への希望者は以前に比べると減少傾向にある。

豊田：確かに大学が、オープンキャンパスや AO 入試など、専門学校が先行していたイベントや入試選考を早い時期から実施している。これからは業界ぐるみでファッションだけでなく、NFT アートなどのデジタル分野や若手育成のためのインキュベーションにもっと力を入れて、「ファッションは、マネタイズできる産業だ！」というところを見せていかなくてはならない。

豊田：ファッションスクールアワードについての報告。織研新聞主催の「第 1 回ファッションスクールアワード 2023」で、専門学校の部で準グランプリを獲得。グランプリは文化服装学院さん。海外における実績や DX 教育の分野など内容的には当校が一番かと思っている。

また、1月9日に、関西テレビのニュース番組、news ランナーで「カラフルファクトリー」が追跡ドキュメンタリーとして放送された。これは大阪市から紹介の産学連携事業で、町工場イメージアップを目的に OIF の学生がユニフォームを制作したコラボ企画。詳細は次回の委員会で紹介する。

志貴：イベントが沢山あるのは良いが、年間を通したスケジュールを知りたい。学生が負担する時間、コスト等も知りたい。特にスーパーデザイナー学科は、授業の他にもイベントを多く実施している。適切なスケジュールで行われているのか、過度な負担は無いのかなど見ていく必要があると思う。

岩崎：イベントやコラボの実施は学生にとって有意義であるかどうかを判断基準にしており、すべての案件を受け入れているわけではない。

豊田：ファッションクリエイター学科はそれぞれのコースでまとめて検討し、実施しているが、スーパーデザイナー学科はエントリー制で、学生は積極的にイベントにエントリーしてきている。

枚山：基本的にスーパーデザイナー学科は、コレクションがあつて、年間で作製する体数が決まっており、イベントやコラボはその中の作品から出していく。その都度、新しい作品を出すのではなく、自分のブランドからセレクトして出品するのが基本となっている。ファッションクリエイター学科は最終の制作までは学生はせずに、商品企画を提案して、コラボした会社で制作して頂くという形で実施している場合が多いので現状、過度の負担になっているとは言えないと思う。

豊田：ファッションクリエイター学科では数グループがコンペをする形が多い。良いものを作ろうと競い合い、教育の価値としてはかなりあると思う。

小林：マツオインターナショナルとのコラボ企画を通じて私も久しぶりに学生と接したが、日本製のテクニカルな生地にあれだけ学生が食いついてくるとは思わなかった。学生もクリエイターも自分だけでは得られない情報や質を欲している。情報を発信してあげれば吸収する力はある。世の中的にも量より質という時代になってきている。質を分かってもらえる、感じてもらえるカリキュラムが増えれば学生も面白いのではないか。栄レースとのコラボや藍染体験などは、とても貴重な体験だと思う。ファッション輸入大国になってしまった日本を、今の学生が製品を輸出する時代になってほしい。2~3%しかない日本生産が、ブランドの枠を超え日本製というブランドになるかもしれない。それを海外に向けて学生が発信していくという夢を持ってほしい。今後も期待したい。

岩崎：今回いただいた意見を参考にカリキュラムなどの教育内容の改善に今後も取り組んでいく。