

平成27年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業

ファッション分野において 地方から発信できるグローバルな人材育成事業



事業報告書

平成28年3月

学校法人 新潟総合学院
国際ビューティ・ファッション専門学校



平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業
事業報告書 目次

はじめに	2
I 事業計画	4
II 議事録	14
第1回推進協議会 議事録	15
第2回推進協議会 議事録	21
第3回推進協議会 議事録	28
III グローバルな人材育成事業 取組内容	36
a. ファッション関連事業者人材ニーズアンケート	38
b. ベトナム市場調査	51
c. グローバルマーケティング授業	74
d. 地域ファブリック授業	88
e. 合同成果発表会	92
IV カリキュラム	94
V 総括	98

はじめに

ファッション業界の国内市場は海外ブランドの進出に拍車がかかり、その一方、日本アパレル企業の海外進出が顕著になるなど、大きな変化に見舞われている。日本製品の品質の良さは国内外でも高い評価を得ているが、価格の安い海外製品が大量に生産・輸入され、その影響を受けて国内生産量が激減し、素材企業や縫製工場が経営不振となり、国内の製造構造の空洞化が進行している。我が国のファッション業界は2014年には9兆円ほどの売上規模となり、年を追うごとに市場が縮小している。

テキスタイル産業も同様で、日本製品は海外著名ブランドより高い評価を受け、信頼性も高い。日本にしかできない伝統的テキスタイルが数多く存在するが、中国をはじめとするアジア諸国で低価格の素材が大量に生産されており、我が国の繊維・縫製業界が圧迫を受け、国産テキスタイルの国内シェアは3%を下回るまでに低減し、危機的状況となっている。海外に目を向ければ、経済成長が進むアジア諸国に新中間層が勃興し、拡大していくものと予想されている。こうしたボリュームゾーンに向けたマーケティング知識とプロダクトアウトの視点に加え、海外市場ニーズを適切に捉えるマーケットインの視点も重要性が高まっている。これまでの消費大国・日本から思考や視点の変換が必要な時期を迎えているものと考えねばならない。

福島県産テキスタイルの代表「川俣シルク」は、世界最高水準の高品質素材を開発する技術力がある。しかしながら最盛期には約250社だった企業数が、現在は10社に満たないほど激減している。海外に販路を広げられない理由として、「作ることはできるが、売れるデザインができない」「若い感性がほしい」という意見が挙げられている。また、人材を求めても応募がなく、若者たちはファッション分野の地元企業に魅力と将来性を認めていないものと推測される。

福島県のファッション産業の環境改善と活性化に向けて、グローバル人材育成は必要不可欠である。福島で生まれ育った若者が、グローバルな視点を持って地元企業に就職できるシステムづくりは「地方創生」にも寄与することができる重要課題である。

本事業は「地元産業に精通し、海外グローバルマーケティングの知識を持つ人材」「商品企画力とデザイン力を持つ人材」などを育成するためのカリキュラムを構築することを目的に、アジアでの調査や外部連携による実証授業、作品制作や展示等で外部評価を行うものである。

本プロジェクトがめざす基本目標は、産官学連携で構築された人材育成事業によって指導を受けた学生たちが地方のファッション産業で活躍し、その未来を担う存在となることによって、教育機関とファッション業界の双方の活性化につながるものと考えられる。

平成28年2月

学校法人新潟総合学院 国際ビューティ・ファッション専門学校
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業 推進協議会

I 事業計画

H27	中核	
-----	----	--

平成27年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業 事業計画書

1. 分野名

⑨クリエイティブ(ファッション)	「その他」分野名	
------------------	----------	--

2. 事業名称

ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

3. 申請する職域プロジェクト

職域プロジェクト	(1) 職域プロジェクトA (「地域版学び直し教育プログラム」の開発・実証)	○
	(2) 職域プロジェクトB (「特色ある教育推進のための教育カリキュラム等」の開発・実証)	

※申請する取組いずれかひとつに「○」を記入すること。(大学院プログラムは別様式)

「女性の学び直し」に対応する場合、右欄チェック

4. 代表機関

■ 代表法人(申請法人)等

法人名	学校法人 新潟総合学院
理事長名	池田 祥護
学校名	国際ビューティ・ファッション専門学校
所在地	〒 963-8811 郡山市方八町2-4-21

■ 事業責任者(事業全体の統括責任者)

職名	副校長
氏名	増子 卓矢
電話番号	024-941-6550
E-mail	mashiko.takuya@nsg.gr.jp

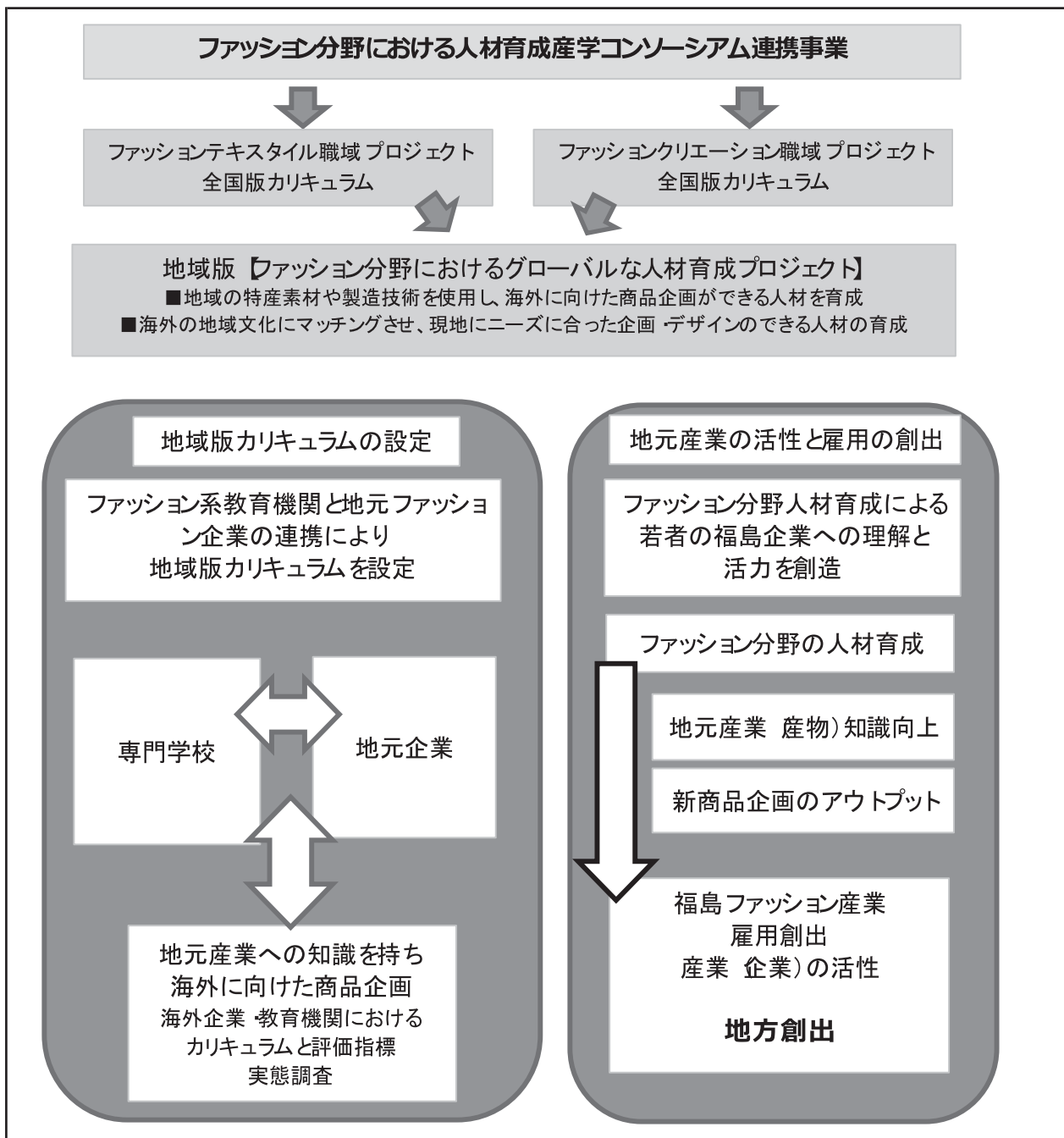
■ 事務担当者(文部科学省との連絡担当者)

職名	教務部長
氏名	佐藤 雅之
電話番号	024-941-6550
FAX番号	024-941-6551
E-mail	sato.masayuki@nsg.gr.jp

■ 推進協議委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
双石 茂	国際ビューティ・ファッション専門学校/学校長	運営・調査開発	福島県
増子 卓矢	国際ビューティ・ファッション専門学校/副校長	統括	福島県
宮本 英治	文化・ファッションテキスタイル研究所/所長	運営・助言	東京都
土田 一郎	国際トータルファッション専門学校/副校長	運営・助言	新潟県
大城 圭永	学校法人KBC学園/副理事長	運営・助言	沖縄県
齋藤 泰行	齋栄織物株式会社/代表取締役	運営・助言	福島県
大島トシヤ	ファッションデザイナーMONO2 FACTRY/代表	運営・助言	福島県
有我 一弘	有限会社 NALコーポレーション/代表	コーディネーター	福島県
柳沼 信之	学校法人新潟総合学院 国際部/部長	運営・調査開発	福島県
水野 和哉	学校法人新潟総合学院 専修事業政策部/部長	運営・調査開発	福島県
佐藤 雅之	国際ビューティ・ファッション専門学校/教務部長	運営・調査開発	福島県
長沢 伸貴	国際ビューティ・ファッション専門学校/学科長	運営・調査開発	福島県
小野里俊哉	国際ビューティ・ファッション専門学校/事務局長	事務局	福島県

(4) 事業の実施体制図(イメージ)



6. 事業の内容等

(1) 事業の目的・概要

① 目的・概要

福島県の人口は5年前と比べ10.6万人も減少し、さらに若者世代が都市部に流出している。地元企業の活性化が急務とされている今、福島県においてファッション分野の職域プロジェクトを構築し、海外を視野に入れた商品企画のノウハウを持つ人材の育成を行う。

② 養成する人材像

ファッション分野でグローバル専門人材育成に取り組み、海外の各地域の文化やニーズに合った商品企画のできる人材を育成する。

(2) 事業の実施意義や必要性について

① 当該分野における人材需要等の状況、それを踏まえた事業の実施意義

福島県の人口は5年前から約10.6万人減少している。県では昨年末より地域創生・人口減少対策本部が設置されて、既存産業の再生に併せ若者の定着、魅力ある雇用の促進などもあげられている。

福島県のファッション産業は、川俣シルクや会津織に代表されるような、素材産業や縫製工場があるのですが、製造拠点を海外へ移転し価格の安い製品が大量に生産・輸入され、さらに震災で生産量が激減している状況である。近年は徐々に回復傾向にあるが、若者に求人を出すも応募はほとんど見込めず、ファッション系を目指す学生は販売や首都圏に流出している現状である。従って、地元福島で就職しファッション分野の活性化を図れる人材の育成が必要であり意義がある。

② 取組が求められている状況、本事業により推進する必要性

日本のテキスタイルは品質が良く、海外でも評価が高いものが多い。海外ブランドなどから愛されており、日本でしかできない伝統的なものが数多く存在する。ここ福島県の川俣シルクも同じである。昭和20年代から続いている川俣シルクですが、最近では地元齋栄織物株式会社が【世界一軽く薄い絹織物】を売り出し、2012年にもものづくり日本大賞を受賞している。

この受賞している会社でも「作ることにはできるが、売れるデザインが出来ない為、若い感性がほしい」というような状況であり、求人募集をかけているが応募がない状況である。

福島県のファッション業界を活性化し、グローバルに活躍できる人材が地元で育ち地元企業に就職できるシステム作りに取り組むことは、地方創生に寄与することとなる。

取組もうとしている地方版カリキュラム開発については、企業や団体と連携し、ユニット型にすることで「Uターン」など再就職や学び直しする若者にも対応できるとも考える。

③ 取組実施にあたっての平成26年度までに実施された職域プロジェクト等の成果の活用方針、方法等 「ファッション分野における中核的専門人材育成産学コンソーシアム事業(H24~26)」代表校:文化学園

が全国版のモデルカリキュラム等を開発・実証しているが、このカリキュラムを参考にしH27年度「ファッション分野において地方から発信できるグローバル人材育成事業※地方版」に取り組む。

H27年度：福島県内に本社を置く「安田縫製」という縫製工場があり、ベトナムに工場を設置し縫製業を拡大している。グローバル専門人材育成のカリキュラム作成の視点から、同社の協力を得て福島シルク素材および製品についての調査を、今後の販路拡大が見込める東南アジアのうち、ベトナムで実施することとする。

グローバル人材カリキュラム地方版としては次の3つを福島版として行っていく。

①地域産業の知識を深める授業：シルク工場の見学と講義

②海外向けマーケティング授業：外部講師による商品企画立案授業

③商品開発授業：シルク素材理解と商品デザイン授業

→企業と連携し商品のサンプルを制作。ベトナムにて、日本のシルク素材のニーズをアンケート調査し商品企画の基礎データとする。

H28年度は、H27年度の内容を反映したカリキュラムを導入し、素材の開発・製品デザインまで行い効果検証する。製品化したサンプルは、ベトナム「ジャパンフェスティバル」(11月予定)で展示・受注会を行い、現地の反応を効果測定する。(※ジャパンフェスティバル <http://www.jfv.jp/>)

(3)事業の成果目標

○期待される活動指標(アウトプット)・成果目標及び成果実績(アウトカム)

1.養成すべき人材像の設定

- ・ファッションのセンスと知識を持ち、地域産業(テキスタイル)の伝統文化や製造知識を十分理解するとともに、海外地域にニーズに合わせた商品企画やプレゼンのできる人材
- ・地方(福島)の企業と連携し、海外で売れる新商品(デザイン)の開発、発信できる人材

2.地方版教育プログラム・教材開発

- ・全国版で開発された「ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成プロジェクト」+「グローバルファッション人材育成カリキュラム地域普及プロジェクト」を参考にした福島版カリキュラムの作成

①福島県のテキスタイルの歴史・制作方法を学ぶカリキュラム

■県産代表素材の川俣シルク(福島県)の知識・製造方法を学ぶ

・産地研修 シルクの歴史・素材の講演(齋藤 泰行社長)

齋栄シルク工場見学(製造工程等)・川俣シルクピア織物体験

・素材加工授業(10月) 【講師】文化・ファッションテキスタイル研究所 宮本所長

②国際市場を理解するため、海外地域・歴史・文化を学ぶカリキュラム

■国際的なマーケティング力とプレゼンテーション力を学ぶカリキュラム

・日本アパレル・ファッション産業協会・日本ファッション教育振興協会より講師派遣
グローバルマーケティング授業(9・10・12月)3回予定

○成果目標及び成果実績(アウトカム)

H27の事業においては、カリキュラム開発、実証・調査を実施する

・実証講座においては、アジア(ベトナム)をターゲットとした地元素材の新商品サンプルを制作する
・ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う。

(4) 事業の実施内容 (※本事業の運用方針及び基本方針等を踏まえ具体的な取組内容を記載すること)

① 会議(目的、体制、開催回数等)

●実施委員会

目的:プロジェクトの方向性と重要事項の決定

開催回数3回 (9月15日・10月27日・2月17日)

・調査・開発委員会

目的:手法の確認、調査実施

開催回数:4回 (9月15日・10月27日・12月10日・2月17日)

② 調査等(目的、対象、規模、手法、実施方法等)

・人材ニーズ調査

目的:地方ファッション産業における国際的人材育成の必要性を基礎データ収集

対象・規模:ファッション製造業及び関係団体 100社程度

手法:アンケート用紙を送付

実施方法:外部業者に封入、発送を依頼。回収、集計、分析は代表校で実施

・海外教育機関への実地調査

目的:海外における福島のシルクに関連する授業と調査を行い評価指標を行う

対象・規模:訪問先:ベトナム

手法:現地でのヒアリング調査

実施方法:調査開発委員、事務局

③ モデルカリキュラム基準、達成度評価、教材等作成(目的、規模、実施体制等)

・中央で行われた「ファッション分野における中核的専門人材育成産学コンソーシアム」の地域プロジェクト(興隆するファッションテキスタイル産業のためのプロジェクト)(グローバルファッション人材育成カリキュラム)を基本導入し、地域(福島県)の実際に合わせた地方版標準モデルの作成

- ・委員会で方針を決定
- ・海外の実態調査を参考に評価基準を検討

④ 実証等(目的、対象、規模、時期、手法、実施方法等)

今年度事業として

●人材ニーズの調査 ●地方版カリキュラム開発 ●実証講座(短期カリキュラム) を実施する。
実証講座においては、東南アジア・ベトナムをターゲットとした商品開発・商品サンプルを制作する。
ベトナムの教育機関において、現地学生たちに対しての短期講座で検証する。

具体的内容としては、

・福島産テキスタイル(川俣シルク・からむし織)を使用した商品開発カリキュラム

(5) 事業成果及び事業終了後の方針(成果の活用、継続性・関連性、発展性等)

(事業成果物) ※本事業により作成等される成果物について、個別に列記すること

① 事業成果報告書 350冊

関係教育機関150校、関係協会・企業等150社(団体)へ郵送配布

委員保管他50冊

② HPで事業成果報告書の公開

③ 成果発表会を行い、県市町村や公的機関、教育機関、業界団体にカリキュラム内容を広く浸透させる
(成果の活用等) ※上記成果物の活用方法等について、個別に列記すること

① 開発したカリキュラムをもとに、H28年度には新たな教育ツール活用研究も含めて
連携校を中心に実証講座を行い精度向上を図る。

② カリキュラム開発後は、企業・業界団体等における活用・評価を実施予定。

(6) 「女性の学び直し」に対応した取組内容等

(事業実施体制、プログラム構成、環境配慮等、女性の学び直しに対応する取組内容等)

※「3. 申請する職域プロジェクト」で、「女性の学び直し」対応欄

事業計画概要

【職域プロジェクトA(クリエイティブ(ファッション)分野)】 「ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」 (国際ビューティ・ファッション専門学校)

成果目標(アウトカム)

①成果目標及び成果実績(アウトカム)

平成27年の事業においてカリキュラム開発、
実証講座を実施する

- ◎実証講座においては、アジア(ベトナム)をターゲットとした地元素材の新商品サンプルを制作する
- ◎ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う

活動指標(アウトプット)

①養成すべき人材像の設定

- ◎ファッションのセンスと知識を持ち、地域産業(テキスタイル)の伝統文化や製造知識を十分理解するとともに、海外地域にニーズに合わせた商品企画やプレゼンのできる人材

- ◎地方(福島)の企業と連携し、海外で売れる新商品(デザイン)の開発、発信できる人材

②地方版教育プログラム・教材開発

- ◎福島県での「興隆するファッションテキスタイル産業のための育成プロジェクト」カリキュラム作成
- ◎福島県のテキスタイルの歴史・制作方法を学ぶカリキュラム
- ◎国際市場を理解するため、海外地域・歴史・文化を学ぶカリキュラム
- ◎国際的なマーケティング力とプレゼンテーション力を学ぶカリキュラム

平成27年度の成果の活用

- ①「グローバル人材育成プログラム」地方版を実証と検証のため本校学生に実施し、ベトナムをターゲットとした地元素材(川俣シルク)の商品を企画、制作する
- ②ベトナムで学生・企業・教育機関に対し制作した商品の展示を行い実証と検証を行い評価
- ②ベトナム(海外)での地元素材のニーズや傾向をデータ収集し、制作した商品の完成度を上げていく

事業計画概要

【職域プロジェクトA(クリエイティブ(ファッション)分野)】 「ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」 (国際ビューティ・ファッション専門学校)

ファブリックに精通した ファッションクリエイター人材育成

ポイント

- ①産地に赴き実際に触れる必要性
- ②素材について専門知識の強化
 - メイドインジャパンのテキスタイルの良さを知る
 - 生地の大切さ、加工の難しさを知る
 - 素材の特徴を生かしたデザイン・作品づくりを行う
- ③他校との合同プロジェクトによる学生間の交流

グローバルファッション 人材育成

ポイント

- ①学生たちが主体的に参加できるようなスタイル
- ②国際市場の理解と魅力を伝えられるような環境づくり
- ③ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う



地域版グローバル化ゼーション 【ファッション分野におけるグローバルな人材育成】

地域の特産素材や製造技術を使用し、
海外に向けた商品企画ができる人材を育成

Ⅱ 推進協議会 議事録

第1回 平成27年10月23日(金) 16:30～17:30

第2回 平成27年12月16日(水) 14:00～15:00

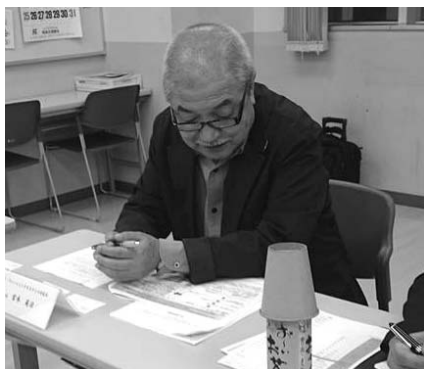
第3回 平成28年2月5日(金) 15:00～16:00

平成27年10月23日

平成27年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

第1回推進協議会

- 日 時／平成27年10月23日(金)16:30～17:30
- 場 所／国際ビューティ・ファッション専門学校2階 201教室
- 出席者／
 - ◎文化・ファッションテキスタイル研究所 所長 宮本 英治
 - ◎齋栄織物株式会社 齋藤 泰行
 - ◎ファッションデザイナーMONO2 FACTRY 代表 大島 トシヤ
 - ◎有限会社NALコーポレーション 有我 一弘(コーディネーター)
 - ◎国際ビューティ・ファッション専門学校 副校長 増子 卓矢
 - ◎国際ビューティ・ファッション専門学校 教務部長 佐藤 雅之
 - ◎国際ビューティ・ファッション専門学校 事務局長 小野里俊哉
 - ◎国際ビューティ・ファッション専門学校 学科長 長沢 伸貴
 - ◎学校法人新潟総合学院 専修事業政策部 部長 水野 和哉
 - ◎学校法人新潟総合学院 国際部 部長 柳沼 信之
- 議 題／
 - 1.開会挨拶……………副校長 増子 卓矢
 - 2.委員紹介
 - 3.事業概要・スケジュール……………教務部長 佐藤 雅之
 - 4.質疑応答・意見交換
 - 5.連絡事項・その他



宮本 英治様



齋藤 泰行様



大島 トシヤ様



開会挨拶

国際ビューティ・ファッション専門学校 副校長 増子 卓矢

増子 平成27年度文部科学省の事業におきましては、本日まで出席いただきました文化・ファッションテキスタイル所長・宮本英治様が昨年度実施された中央版コンソーシアムを私どもが地方版に置き換えて実施する事業計画を文部科学省に提出をいたしました。その結果、受託することができまして推進協議会を発足する運びとなりました。今後の予定としては、平成27年度は11月にベトナムのホーチミン市におきまして、ファッションを学んでいるベトナムの学生たちによるアンケート、さらにジャパンフェスティバルinベトナム会場で一般の方々にもアンケート調査を実施します。こうしたプロジェクトに対し、皆様方の忌憚のないご意見を頂戴いたしまして、事業を進めてまいりたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

委員紹介(自己紹介)

宮本 文化学園グループの文化ファッション大学院大学・教授、併せて文化・ファッションテキスタイル研究所の所長を務めています。私は40年ほど織物に携わっています。今回ご一緒の大島トシヤ先生とともに、若手デザイナーを支援するグループづくりなどにも取り組んでいます。委員としてできるだけことはさせていただきたいと思えます。

齋藤 地元・福島で織物業を営んでおります齋藤泰行です。

大島 本校で非常勤講師としてデザインを教えていますので、学生たちの能力も十分理解しています。これから福島県をはじめ、ベトナムをはじめとする海外の国々など、様々な地域の活性化にお役に立てるように頑張りたいと思えます。

有我 コーディネーターとして、記録や報告書を取りまとめる作業を担当させていただきます。

増子 どうぞよろしくお願いいたします。

長沢 お世話になります。いろいろとよろしくお願いいたします。

水野 本事業によってグローバルに発信できる人材育成を目標に、新たな人材育成カリキュラムやプログラムを構築していきたいと考えております。ファッション分野をめざす学生が年々減ってきておりますが、新しいカリキュラムの元で次世代の人材を育てていきたいと考えております。

柳沼 私は留学生・海外事業・海外提携・地域振興・インバウンドなどの事業を担当する国際部の所属です。福島とベトナムを結ぶお手伝いをさせていただきます。今回の事業では「川俣シルク」の品質が一番のポイントと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

佐藤 以上の方々が推進協議会委員の方々になります。よろしくお願いいたします。

事業概要・スケジュール

国際ビューティ・ファッション専門学校 教務部長 佐藤 雅之

佐藤 ●目的

◎ファッション分野におけるグローバルな人材育成事業の地方版コンソーシアムの具現化。

●課題

◎中国を主とした海外へのファブリック部門や縫製工場等の移転によって、福島県内のテキスタイル、縫製産業が縮小している。

◎ファッション分野を志望する学生・若者の減少が顕著になっている。

◎福島県内のテキスタイルや縫製分野において、企画力のある人材を企業が求められている。

◎アパレル企業全体・地域全体の活性化を図っていくために、若者の教育に特化したい。

●事業概要

◎「ファッションテキスタイル地域プロジェクト全国版カリキュラム」に基づく地方版のグローバルな人材育成のカリキュラムづくりが基本的な事業内容。

佐藤 (前ページの続き)

- ◎文化学園グループが先行して取り組んでいるテキスタイル分野、素材分野の内容を参考にしながら、その地方版という形でカリキュラムを作成したい。
- ◎地域の特産素材について、本校では「川俣シルク」を選択した。
- ◎海外に向けた商品企画を担える人材、海外の地域文化にマッチングできるマーケティング力を持った人材を育成したい。
- ◎学生は国際的なマーケティング力を学び、地元産業について学び、ベトナムをターゲットとした「川俣シルク」の商品開発を行ってサンプル化する。
- ◎ベトナムのホンバン国際大学でファッションやデザインを専攻する学生を対象にアンケート実施。さらにホーチミン市で開催される「ジャパンフェスティバル」会場の展示ブースで「川俣シルク」のPR、アンケート調査を実施する。
- ◎平成27年度事業はカリキュラムの開発が基本となる。
- ◎コンソーシアム並びに本事業は、通常は3年で完結させる事業計画だが、本校では2年間で完結させるスケジュールで企画している。
- ◎養成すべき人材像としては、ファッションセンスと知識を持ち、地域産業の伝統や製造の知識を十分に理解し、海外の地域ニーズに合わせて商品企画やプレゼンテーションができる者。
- ◎地方版教育プログラムは、福島県のファッションテキスタイル産業のための育成カリキュラム、福島県のテキスタイルの歴史・製作方法を学ぶカリキュラム、海外の市場を理解するために海外の地域・歴史・文化を学ぶカリキュラム、国際的なマーケティング力・プレゼンテーション力を学ぶためのカリキュラム。
- ◎平成27年度の事業成果は、調査・情報収集となる。中央で活躍している方々より情報や指導をいただきながら、調査及び情報収集に取り組む。
- ◎平成28年度はベトナムのホンバン国際大学と本校の学生が連携し、「川俣シルク」を素材に商品開発を行い、ホーチミン市で展示会を実施し、商品を検証する段階まで行いたい。
- ◎学生たちが企画開発した商品の受注会を実施するのが最終的な希望となる。
- ◎本校の学生講座として、マーケティング特別授業を3回、学生向け視察調査として繊維工場、縫製工場を訪問し、講義していただく予定。

質疑応答・意見交換

佐藤 宮本様はすでに中核的専門人材養成事業に取り組まれていますので、ご説明をお願いいたします。

宮本 ◎日本におけるテキスタイルは1993年の時点で衰退期に入り、斜陽産業であるというのが経済産業省の見解となっていた。

◎この数年、可処分所得の高い新中間層の拡大、円安などによって、ファッションに使うお金が増加している。こうした層が2010年から2030年までに約6億4～5000万人増えると言われ、主に中国、インド、インドネシア、タイなど、アジア中心。そのプラス分の売上は70兆円以上が見込まれている。

宮本 (前ページの続き)

- ◎グローバル化のなかで新中間層がさらに増加するという背景があって、文部科学省よりテキスタイルは成長分野として認められた。
- ◎日本のテキスタイルは非常に伝統があり、独自の技術を持っているが、消えかかっているものが非常に多いので、早急にカバーしなければならない。
- ◎かつては繊維産地には必ず公立の工業高校があり、後継者や若手の人材育成の受け皿として指導にあたってきたが、それが全滅の状態。そこで教育のチカラで人材を育成しなければならない。
- ◎文部科学省の事業について、平成26年度はバリューチェーンをうまく生かせる人材を育てる教育プログラムづくりを行った。その成果は非常に良かった。
- ◎同じく平成26年度は米沢、能登、小千谷、五泉、伊勢崎、久留米、八王子、備後、西丹後、奄美大島などの伝統産地の調査を行った。その結果、経済産業省の基準に則った「伝統的工艺品」は、その基準を守らなければならないために業績が右肩下がりになっている。
- ◎「伝統的工艺品」のマークを求めず、伝統のエッセンスを取り入れて新しいものづくりを行っているところは横ばいか右肩上がりになっている。
- ◎平成27年度は社会人教育を課題として、6~7ヵ所の産地で若手後継者に知識や技術の指導にあたる。また現代織物の産地14ヵ所の調査を行う。

佐藤 続きまして、齋藤さんに、福島県内の繊維産業の状況についてお話しただけだと思います。

- 齋藤
- ◎「伝統を極める」というパンフレットで川俣絹織物の歴史、発展の過程、震災からの復興に向けた取り組みについて紹介しているが、50年前に繊維会社は240社あったのが現在は18社まで減少している。
 - ◎「川俣シルク」の品質をメディアを通して発信した結果、産地全体の生産が15~18%ほどアップし、再生しつつある。
 - ◎「川俣シルク」の用途として、ファッションに限定すると制約があるが、自動車産業、酒造業、精密機器(時計)などの新たな分野からオファーがある。

- 齋藤
- ◎再生医療の分野でもIPS細胞を培養する基材として薄いシルクを使ったフィルターづくりが検討されており、スピーカーの振動板やパックン、フィルターなどの工業資材用としても「川俣シルク」が活用されている。
 - ◎ファッション分野の「川俣シルク」は和装で40%、他にスカーフ、ウエディングドレス、フォーマルドレス、婦人コートなど。さらに輸出用となっている。



齋藤 (前ページの続き)

- ◎福島の産地は、いち早く構造改革に取り組み、他地域とバッティングしないものづくりを進め、棲み分けできたことで、生き残って来れた。
- ◎現在は、ストレッチ性があり、シワになりにくく、洗えるシルクの開発です。平成28年中には洗濯機で洗えるシルクのブラウスが商品化できるよう取り組んでいる。まだまだ若い人材もおり、生き残っていけるかなと考えている。

佐藤 大島先生に伺います。海外での取引やデザインの現状についてお願いします。

- 大島
- ◎国によって価値観の違いがある。台湾は完全に天然物でなければダメ。コットンもオーガニックでなければならない。日本は何でもありで、価格優先の傾向がある。ヨーロッパは品質が優先される。
 - ◎今一番、面白いと思っているのは、黒人社会の人たち。様々なファッションに興味を持ち、形なども面白いものに飛びつきやすい。
 - ◎欧米は成熟しているので、何を出しても刺激的に感じないと思いがちだが、意外なものに刺激を感じたり、ファッションに対する柔軟性がある。
 - ◎シルクを中心に考えると、様々なアイデアが出てくるような感じがする。いろんなデータを集めて、ポイントとなる点を見出して提案することが大切だと思う。

連絡事項・その他

佐藤 第2回推進協議会は12月16日午後2時からとさせていただきます。本日はありがとうございました。

平成27年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

第2回推進協議会

●日 時／平成27年12月16日(水)14:00～15:00

●場 所／国際ビューティ・ファッション専門学校3階 304教室

●出席者／◎文化・ファッションテキスタイル研究所 所長 宮本 英治

◎ファッションデザイナーMONO2 FACTRY 代表 大島 トシヤ

◎学校法人KBC学園 副理事長 大城 圭永

◎有限会社NALコーポレーション 有我 一弘(コーディネーター)

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 副校長 増子 卓矢

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 教務部長 佐藤 雅之

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 学科長 長沢 伸貴

◎学校法人新潟総合学院 国際部 部長 柳沼 信之

●議 題／1. 開会挨拶…………… 副校長 増子 卓矢

2. 経過報告…………… ファッション系学科長 長沢 伸貴

・人材ニーズ調査報告

・ベトナム調査報告

3. 質疑応答・意見交換

4. 今後の運営内容

5. 連絡事項・その他



宮本 英治様



大島 トシヤ様



大城 圭永様



開会挨拶

国際ビューティ・ファッション専門学校 副校長 増子 卓矢

増子 第1回目から引き続き宮本様、大島様にご出席いただき、新たに沖縄の学校法人KBC学園・副理事長の大城様にご出席いただきまして誠にありがとうございます。11月に実施しましたベトナム訪問の事業報告、今後の活動予定についてお話しさせていただきます。なお平成28年度より国際ビューティ・ファッション専門学校の学校長に就任いたします村上史成がオブザーバーとして出席しております。

経過報告

国際ビューティ・ファッション専門学校 ファッション系学科長 長沢 伸貴

佐藤 経過報告といたしまして、12月15日に東京で中央のコンソーシアム会議に、本校のファッション系学科長の長沢が出席してまいりました。その結果も踏まえて、長沢より経過報告をさせていただきます。

長沢 ●カリキュラム概要と目標

◎ファッション分野における人材育成産学コンソーシアム連携事業はファブリックに精通したクリエイター人材育成とグローバルファッション人材育成を目標としている。

◎地域版ファッション分野におけるグローバルな人材育成に向けて、「川俣シルク」を使ってグローバルな考え方や取り組みのできる学生を育成するカリキュラムを作っていくことが最終目的となる。

●実績報告

◎ベトナムを対象としてマーケティングアンケートを実施。質問項目は年齢・性別をはじめ、日本に対する意識調査など、全11項目についてチェック式と記入式のアンケート用紙を準備。

◎ベトナムのホンバン国際大学の学生とホーチミン市で行われた「ジャパンフェスティバル」の一般来場者の大きく2つのターゲットに対してアンケートの記入を依頼した。

◎ホンバン国際大学はホーチミン市にある私立大学。そのファッション学科・デザイン学科の86名の学生に協力していただいた。

◎ホンバン国際大学の学生の皆さんのアンケートで興味深かったのが、「どの国のファッションに興味があるか」に対する回答で、韓国が一番という結果。

◎「ジャパンフェスティバル」は11月14日・15日にホーチミン市の9月23日公園で行われ、その会場内に展示ブースを設け、「川俣シルク」の素材展示を行った上で、一般来場者にアンケートに協力していただいた。事前目標ではアンケート回収数は500件を予定していたが、実数では1,000件近くを回収することができた。

◎以上の結果からベトナムの方々の日本のファッションに対する関心の高さが感じられた。

◎最終集計結果は報告会までにまとめて発表する。

◎11月16日に安田縫製ベトナム工場視察を行った。安田縫製は福島県須賀川市に本社を設ける縫製会社。その現地法人が2つの縫製工場を運営している。従業員は約400人。工場内はCADエリアやサンプルエリア、裁断エリア等々があり、管理も徹底しており、日本と比較しても遜色のないクオリティを感じた。

◎現地法人の社長は「全体管理ができる」「CADが扱える」などのスキルを持った人材を求めている。

◎今後予定している導入カリキュラムは大きく2つ。ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成とグローバルファッション人材育成と、それぞれレベル別に分けて「概論型」と「体験実習型」で学生が授業を受けていく。

◎アパレル関連企業150社を対象に「人材ニーズ」に関するアンケート調査を実施した。回収数は22社と少数であるため、どの程度まで参考にしていいか判断が難しいところ。

佐藤 ◎人材ニーズの調査に関して、対象企業に再度アプローチして、追加情報の収集を行っている。グローバル人材の採用についてアパレル関係はどのような点を重視しているのかを中心にアンケートを実施したが、職種では営業職を求めており、ターゲットは英語圏や中国語圏を視野に入れている企業が多数を占めている。

佐藤 (前ページの続き)

◎平成28年度以降も同様のアンケートを継続し、回収率を上げていきたい。

佐藤 続いて宮本さんにお聞きしますが、同じく文部科学省の中核的専門人材養成事業に取り組み、平成28年度が2年目となりますが、その経過や方向性についてお願いいたします。

宮本 ◎文部科学省からの要望で社会人教育に取り組んでいる。テキスタイル業界は待ってられない。社会人教育を緊急対応しないと日本のテキスタイルは消滅するという切実感がある。

◎平成28年度は新潟県見附市、静岡県天竜社、静岡県内、山梨県富士吉田市、愛知県津島市など。アパレルの島根県大田市を加えて、6カ所が対象となっている。そのうち4カ所で社会人教育を行った。

◎テキスタイルの人材育成や後継者育成の受け皿だった産地に根ざした工業高校がなくなってしまう、誰も基礎を知らない。基礎を知らないから新たな展開もできない。

◎社会人教育の結果を調査したら、極めて良好な反応があり、今後とも継続した指導を希望された。

◎昨年は伝統産地調査を実施。伝統的な技術や知識が今後どうなっていくかとかいう問題を取り上げた。今年度は現代の織物がどういう状況になっているのかについて調査を実施。平成28年早々に調査結果の報告書が出てくるので楽しみにしている。

佐藤 長沢先生が昨日のコンソーシアム会議に出席し、各校から取り組みについて事例発表がありましたので、代表的な例をご紹介します。

長沢 ◎本校が携わる事業を含めて5つのプロジェクトが進行中。一番ボリュームが大きいのは文化服装学園が取り組んでいる地域連携を行いながらファブリックに精通したファッションクリエイターの人材育成を進めるプロジェクト。全国11校が連携して事業に取り組んでいる。

◎ファッションデザイナーの田山先生が、全11校を回って答案チェックとアドバイスをを行っている。

◎文化服装学園が取り組んでいるeラーニングプロジェクトは、昨年度は学生対象、今年度は社会人を対象に事業を進めている。

◎さらにもうひとつ文化服装学園が、全国の6つの県の高校と組んで、地元の素材を使いながら学習したものを元に就職につなげるプロジェクトを進めている。

◎中国のデザイン専門学校が、デニムで有名な岡山県の倉敷や児島と一緒に、デニムを素材としたプロジェクトを進行している。

佐藤 ◎本校では情報収集したもの、授業に反映させたものを元に、次年度向けにカリキュラムをつくる。それを次年度に学生による実証授業を行っていく予定。

◎本校では情報収集したもの、授業に反映させたものを元に、次年度向けにカリキュラムをつくる。それを次年度に学生による実証授業を行っていく予定。

◎成果物と最終評価は、ベトナム・ホーチミン市で製品をつくり、展示発表及びアンケートによる最終評価を得るというストーリーを検討している。また、さらに踏み込んでベトナムの展示会に出品、現地で販売などの意見も出ている。

佐藤 (前ページの続き)

◎ベトナムのホンバン国際大学には様々な協力をいただいたが、来年度も同様に連携していきたい。

佐藤 実績報告も踏まえて、大島先生からアドバイスをお願いいたします。

大島 その前に、ベトナムでのアンケート収集について、現地での印象や感想を聞かせていただけますか。

増子 ◎学生たちからサンプルを使ったアイデアが数多く出ており、作品づくりを積極的に展開したいという報告があった。

◎「ジャパンフェスティバル」の展示ブースを訪れた来場者が世界一薄い「川俣シルク」に注目して、ぜひ入手したいという熱烈な希望があった。

◎こうしたエピソードを通して、日本の技術、日本製品のクオリティの高さを実感した。

◎学生のアイデアを元にした製品づくりを本校では授業として取り上げたことはないが、このプロジェクトの一環として、来年度は検討すべきではないかと思った。

佐藤 ◎「ジャパンフェスティバル」に15万人という集客があり、日本に対して友好的で興味・関心が高いことが如実に分かった。

◎アンケートに対する協力も予想を大きく上回り、「川俣シルク」に触れる人の数も驚くほどだった。

◎ベトナムのファッション傾向はモノトーン系が多く、若い世代の嗜好が分かった。

柳沼 ◎ベトナムは日本より人口は少ないですが、10年後には日本のGDPを越えると思われ、日本と同じ産業構造。縫製・ファッション関係では、日本の企業は中国・バングラデシュから撤退しており、現在はベトナムとミャンマーを中心に製造している。

◎福島県のシルクの加工技術は、世界一のレベルにある。一方ベトナムは世界で最も多くシルク製品をつくっている。ただし加工技術が劣り、付加価値が付けられない。その生産と加工をワンセットにするパートナーシップを結ぶことで、日本の商品力を高めることができるのではないかと思う。

◎欧米諸国や中国・韓国と産業的なパートナーシップを結ぶことは難しい。唯一残されたのがアジア、特にベトナムやミャンマーなど、親日の国々となる。

◎地方都市と海外の国々が連携するためには技術・人材育成・文化振興の3つがテーマとなる。そのなかでも人材育成は最も重要なキーワードであり、専門教育機関であるFSGカレッジリーグ全体としても様々なカタチで全力を尽くして取り組んでいきたい。

佐藤 ◎ベトナム現地でいろんな情報を目で見て、触れて、声をかけてもらって体感できたのは良かった。肌で感じたものを文言で残して伝えたい。画像も含めて報告書に収録したい。

佐藤 大城様は今回初出席となりますが、沖縄のファッション傾向についてお伺いします。

大城 ◎気候とファッションは大きく関連しますが、本土と沖縄では10℃ほど気温差がある。たまに寒い時期があり、ダウンを着ることもある。

◎昔は県外で流行ったものが5年後に沖縄で流行したが、インターネットやメディア情報によってタイムラグはまったくなく、ファッションスタイルはほぼ同じ。

大城 (前ページの続き)

◎ベトナムでは日焼けをしないための着こなしだが、沖縄ではファッション性を考えた着こなし。最近
は沖縄でもニット帽をかぶる。女性はロングブーツも履く。

質疑応答・意見交換

宮本 ◎グローバル化に関する企業アンケートについて。生産後のグローバル化が中心のようだが、できれば販売のグローバル化もあればいいと思う。昔はアパレルメーカー大手が海外に生産拠点を設けることがグローバル化だったが、現在は海外で販売することをグローバル化と言うので。

佐藤 ◎今回は工場にはアンケートを送っていない。アンケート依頼先の150社は縫製会社以外のところにDMを発送した。数少ないアンケート回収結果から読み取れるのは、中国を意識し、製造中心のグローバル化のようだ。

宮本 ◎学生たちが協力するプロジェクトであり、若者たちが海外に飛躍していくことが大事だと思う。
◎「川俣シルク」を使って大島先生がデザインし、ベトナムの工場で製造し、海外の展示会で製品として発表するようなプロジェクトを組んで事業展開していくような流れが望ましい。

佐藤 ◎海外の展示会で「川俣シルク」を使った製品を発表し、そこに学生が関与できると、広がりが見えてくる。
◎ベトナムのホンバン国際大学と連携してシルク製品をつくり、福島で展示会や販売を行い、同じくベトナムで展示と販売を行うのも面白い。集大成としてミラノで発表するような方向になると理想的。
◎ベトナムの製品はヨーロッパ向けであり、ベトナム人が着るためのものではないことが分かった。今回のプロジェクトの流れで、日本でデザインし、素材を提供し、ベトナムで製造したシルク製品もヨーロッパに向けて売っていくのが基本戦略かと思う。

長沢 大島先生は海外で展示会を開催されていますが、ベトナムはいかがですか。

大島 ベトナムはないです。ソウルや香港、中国ですね。ベトナムの人たちは、日本のシルクを見て、買えないけど興味を持ったのか、或いは頑張ったら買えると思ったのか。それだけでもシルクに対する距離感が違うと思うんですけど。

佐藤 高価だと思っているようです。

大島 高嶺の花としてベトナムに持っていっても、ビジネスとしては難しい……。

柳沼 ◎日本のクオリティに関して興味がある。日本がアジアのなかで素晴らしいポジションにいることに対する憧れがある。

◎技術については中国・韓国でも同じレベルで安く購入できる。しかし日本のものもいい、日本のものを買いたいという事実がある。日本製品は高い安いではなく、日本クオリティに対する興味がある。

◎韓国・中国の製品は合成染料を使っていて、身体に良くないというイメージ。

◎アメリカやヨーロッパのものを購入したいとも思っていない。日本のものを手にとって触ってみたい。お金が許せば買いたいという願望が強い。

大島 日本の若い子はシルクって言われてもピンと来ない感じですけど。

柳沼 ◎ベトナムではアオザイという服があり、基本的にシルク製品だが、現在は化繊になっている。ベトナムの女性はアオザイに相当のお金を使う。

◎そこに日本クオリティの素材や技術を導入したいという気持ちは強いと思う。それがアオザイであったり、Tシャツであったり、いろんなものに転用できると思う。

◎彼らはアメリカやヨーロッパの高級ブランドを求めているわけではない。自分たちの身近な生活で、自分たちの生活を彩ってくれて、プラスアルファのあるものを入れたいという気持ちが強いと思う。

宮本 ◎シルクは精練しないほうがいい。生のままのシルクは生菌効果だとかUVカット効果がある。ベトナムの人たちが肌を気にするならば精練しないシルクの方がメリットがある。

今後の運営内容／連絡事項・その他

佐藤 第3回推進協議会を2月5日に開催し、これが最終回となります。

増子 その後で、2月16日にFSGカレッジリーグの文部科学省委託事業の合同成果発表会を行い、年度末までに成果物として報告書を完成させることとなります。

佐藤 本日はありがとうございました。

平成27年10月23日

平成27年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

第3回推進協議会

●日 時／平成28年2月5日(金)15:00～16:00

●場 所／国際ビューティ・ファッション専門学校4階 404教室

●出席者／◎文化・ファッションテキスタイル研究所 所長 宮本 英治

◎ファッションデザイナーMONO2 FACTRY 代表 大島 トシヤ

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 学校長 双石 茂

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 副校長 増子 卓矢

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 教務部長 佐藤 雅之

◎国際ビューティ・ファッション専門学校 学科長 長沢 伸貴

●議 題／1.開会挨拶…………… 学校長 双石 茂

2.経過報告…………… ファッション系学科長 長沢 伸貴

・人材ニーズ調査報告

・ベトナム調査報告

3.今後の運営内容

4.質疑応答・意見交換

5.連絡事項・その他



開会挨拶

国際ビューティ・ファッション専門学校 学校長 双石 茂

双石 ファッション分野の新たな展開、グローバル人材の育成ということで、文部科学省のご協力を得まして、本事業に取り組んでまいりましたが、今回が最後の協議会となります。今年度は調査を主体に事業を進めましたが、この結果を元に次年度は具体的な展開に向けた計画を進めたいと考えております。在學生もグローバル化に対応する学習が必要なことを認識しておりますので、このプロジェクトを積極的に推進し、学生のグローバル教育に生かしていきたいと考えておりますので、何卒よろしくお願いしたいと思います。

経過報告

国際ビューティ・ファッション専門学校 ファッション系学科長 長沢 伸貴

佐藤 中央のコンソーシアム会議に長沢学科長が出席しておりますが、その内容も含めて、事業経過について報告させていただきます。

長沢 ●事業計画

◎中央のコンソーシアムの内容を元に、福島県に置き換えて事業化する際の問題点。福島県内でテキスタイル産業をめざす学生が減っている。グローバルに活躍できる人材が少ない、グローバルそのものにも興味のない学生が増えている。縫製工場は数多くあるが衰退して勢いがなくなってきている。

長沢（前ページの続き）

- ◎プロジェクトを具体的に進めていくなかで、どのようなところにポイントを置いてカリキュラムを作っていくか。今回はファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成、グローバルファッション人材育成という2つの要素を取り入れて、福島県版のグローバル化をめざすことを目的としたカリキュラムづくりに取り組む。
- ◎今回のプロジェクトはベトナムをアジアの拠点として取り組む。その理由として、福島県須賀川市に本社がある安田縫製さんがベトナム・ホーチミン市に工場を所有しており、積極的に協力していただけ。もう1点はアジア諸国に比べてベトナムは経済格差が非常に少ない。また日本に対して非常に友好的で関係づくりが容易であり、協力的な環境を構築できるということ。
- 事業推移
- ◎推進協議会は3回実施し、その後、今年度の事業活動の集大成として2月16日に文部科学省の事業に携わるFSGカレッジリーグ4校合同の成果発表会を行う。
- ◎福島県の特産品「川俣シルク」が代表的な素材として挙げられ、推進協議会構成員の齋栄織物さんの協力を得て、「川俣シルク」を提供していただき、事業に使用している。
- ◎「川俣シルク」は、軽め羽二重という柔らかくて非常に繊細な素材で、洋服に仕立てていく上で、非常に困難な状況もある。
- ◎ベトナムで行った「川俣シルク」の展示調査では極めて良好な結果を得た。
- ◎ベトナムで行ったアンケート調査はホンバン国際大学の学生86名、さらに「ジャパンフェスティバル」会場の展示ブースで一般来場者の協力を得て、合計1,028名の方々のアンケートを回収することができた。
- ◎アンケートの回答について興味深い項目をピックアップ。「どの国に興味があるか」について、500人を超える方が日本と韓国に非常に興味があるという結果。「1ヶ月にどのくらいの洋服代を使うか」は、50万ベトナムドン、日本円で2,500円程度が一番多い回答。
- ◎安田縫製さんのベトナム工場の視察報告。400人規模の工場は日本にはほとんどない規模。工場内は非常に綺麗に整理整頓されている。また各部署ごとにきめ細かに管理されている。また事務管理のスタッフが20名ほど勤務していたが、多忙を極めていたのは資材の輸入、製品の輸出に関わる事務処理の部署だった。
- ◎安田縫製の現地工場の代表者と懇談した際に、どのような日本人スタッフが必要かという質問に対し、「工場全体を管理できる日本人」「CAD室でパターンなどを操作できる日本人」が望ましいという回答。
- ◎ファッション業界で活躍されている先生方に講義をしていただく学生向けの特別講義を3回実施した。学生たちからグローバルファッションについて理解を得ることが難しく、「何をもってグローバルなのか」「どこからグローバルになるのか」「自分たちが福島県で勉強しているので、グローバルにリアリティを感じない」という意見・反応があった。
- ◎学生たちは一方通行の授業よりも、対話しながらの授業に対して非常に良好な反応があった。

長沢（前ページの続き）

- ◎第1回の特別講義は久保雅裕先生が講師を務め、「グローバルビジネスの理解」「グローバルスタンダード」「メイドインジャパンについて」の3点についてご指導いただいた。
 - ◎今回の講義を受けて、学生たちからは「メイドインジャパン」をキチンと理解したいという感想が多数寄せられた。海外だけでなく、日本を見つめ直す上で有効な授業になった。
 - ◎2回目の特別講義はアパレル出身でプランニング会社の坂口昌章先生が講師を務め、「日本では集団行動が求められ、集団で取り組むことの素晴らしさを教えていく文化があるが、海外では個々の能力が重視される」という講義内容に学生たちは興味を示した。また、いかに自分の中身を磨くか、どのように進路に役立てていくかにも良好な反応があった。
 - ◎3回目の特別講義は織研新聞アッシュ編集長の村重達也先生が講師を務め、対話型で講義を進め、学生からの質問に即答していただいた。
 - ◎学生たちがグローバルビジネスやグローバルファッションの必要性について気づいていなかった、もしくは知らなかったケースが多かったが、村重先生の話によって、グローバルファッションが自分たちに身近なものであり、これからアパレル業界で活躍していく上で必要なこととして理解が深まった。
 - ◎ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成をテーマに学生たちが行った実習報告。福島県川俣町の川俣シルクピアで川俣産シルクを素材として使用し、煮染めを体験した。全体染め、絞り染めなどによってハンカチ・スカーフづくりを学生たちが体験。沸騰したものが冷めて染料がシルクに入っていくとことが分かり有意義だったという意見があった。
 - ◎参加した学生のアンケートでは「染色には非常にいろんな工程があり、そのプロセスのなかでオリジナルな色、世界に一つしかない自分だけの色が作れるということに気がついた」「毎回同じ色にはならないという貴重な経験ができた」などの意見があった。
 - ◎これまでの内容をまとめたカリキュラムの報告。平成27年度はファッションデザイン科とファッションビジネス科の1年生を対象とした。平成28年度は1年生・2年生全体に広げていきたい。2年生は今年度の学習をベースに、グローバルファッションの授業を行うほか、実際にシルク製品を制作し、最終的にアジアに向けて発表したい。そのためのカリキュラムづくりを進めたい。素材研修は織りや撚糸なども実習・体験・見学などを実施したいと考えている。
- プロジェクトの成果
- ◎地場産業と海外の教育機関等が連携したカリキュラム構築・開発・実証を行った。また産地・素材・海外需要との適合性について理解を深めることができた。さらに海外で求められる人材像についても把握できた。
 - ◎ベトナムにおいて日本文化・福島県素材の「川俣シルク」をアピールできた。学生の成果としては、グローバルファッションへの理解・興味が深まった。特産素材の特徴の理解と素材加工について習得することができた。

長沢 (前ページの続き)

●平成28年度の展開

- ◎今まで以上に「川俣シルク」を使用したデザインを追求し、軽め羽二重以外のシルク素材、さらにシルク以外の素材、福島県産であればアパレル以外の素材なども使用しながら、実際に洋服づくりを進めたい。
- ◎今年度の調査で生産拠点としてベトナムは最高の環境であり、ベトナムの学生たちは日本に対して非常に協力的で興味を持っているということも分かったので、海外生産でのルーティンなどを学生たちに理解させる授業を行いたい。
- ◎他のアジア諸国、ヨーロッパなど、他地域での展開も検討したい。制作して終了ではなく、海外に向けて発信していくことが、今後ますます地方でも求められるようになることを痛感している。

今後の運営内容

- 佐藤 ◎グローバルな人材育成の終着点はカリキュラムをつくり、それを外部に発信していくこと。この課題に平成28年度は取り組むことになる。2月16日のFSGカレッジリーグ文部科学省事業合同成果発表会、さらに実施報告書を作成し、全国に配布する。
- ◎平成28年度の予定として、リサーチやデータに基づく商品化という課題が残っている。内容分析を行ってデザインづくりを行う。ホンバン国際大学の学生とも連携しながら、Skypeなどを使用して会議を行いながら内容を詰めていく。
- ◎決定したデザインに対して、本校で工業パターンを含めて制作を行う。それを縫製工場でサンプル化するのが、次年度の授業内容となり、ファッションデザイン科とファッションビジネス科の学生が携わることになる。
- ◎ベトナムの「ジャパンフェスティバル」またはホンバン国際大学でサンプルの展示・アンケート調査を再度実施し、最終的に製品化されたものを実施評価するという予定はあるが、実際に販売ルートに乗せて、売れるものをつくらうというプランもある。
- 佐藤 中央のコンソーシアム会議において、他の委員や文部科学省から質問や意見が出ており、その点について長沢先生より説明してください。
- 長沢 ◎文部科学省からは今回のプロジェクトで得たものを成果物として活用してほしい。経済産業省からはプロジェクトに携わった学生たちの今後の活躍ぶりをフォローしてほしい。そのようなコメントがあった。
- ◎今回のプロジェクトは当初は平成28年度までの予定だったが、1年間延長し、平成29年度までの事業になるとのことで、計画の見直しが必要になる。
- ◎日本では「Jクオリティ」が昨年よりプッシュされており、上手に活用できないかという、各企業の方々からのコメントがあった。福島県の素材を使って製品化していこうという流れがあるが、テキスタイルの部分を強化していくことも必要ではないかとのこと。
- ◎福島県の技術支援センターにいい腕を持ったいい人材がたくさんいるので、こうした方々と組んでプロジェクトを推進するのも一策かと思う。

佐藤 ◎中央のコンソーシアム会議では学生が外部に出て、企業と一緒に何かできないかという要望があった。具体的にバイヤーと交渉するなど、外部に対するアピールを検討してはどうか。具体的な発表の場についても検討の余地があるのではないか。こうしたことを踏まえて、当初の2年間から3年に期間延長されたのでカリキュラムの見直しを検討したい。

大島 ◎学生たちと何か企画する際に素材が「川俣シルク」だとすると、素材のバリエーションはどうなのかな。例えばエアリーのシルクでも平織りばかりで洋服をつくっても付加価値を高めることは難しい。日本の織りの技術、加工の技術を取入れていくと、学生たちも楽しんで企画できると思う。

◎学生たちの着地点としては達成感がないと、やらされてる感になってしまい、全然興味の持ち方も違う。真剣に取り組んでもらう環境づくりをしないと、学生たちのスイッチが入らないと思う。最後の発表の場まで関わらないと。行動した後の結果はとても大切なので、学生たちには次のエネルギーになっていくと思う。そんな流れができると、ベトナムの学生たちと連携しながらよりよいプロジェクトになっていくと思う。

佐藤 サンプル製品の展示会をベトナムではなく他のアジア圏の国で考えた場合で、アジア諸国で展示会を行っている大島先生にお聞きしますが、経験を踏まえてアイデアをお願いします。

大島 ◎ベトナムのファッションに関する購買力が2,500円くらいがマックスだとすれば、シルク製品のマーケットとはならない。学生たちが一生懸命つくっても見るだけでは意味がない。市場性のあるところに持っていかないと。

◎市場的にシルクが好まれるとか、パーティションが多い国とか、カジュアル性があるとか。香港・シンガポール・台湾で盛んに展示会が開かれているが、アイテムが決まらなると何とも言えない。ただしベトナムにはシルク製品の市場性はないような気がする。

宮本 ◎素材のバリエーションは豊富なほどよい。ファッションの大きなトレンドとして、あるいは社会全体の流れとして、リアルクローズはないが無難なもの、奇をてらったような形・デザインではなく、高級感があり、品質のよいものが求められる。

◎ファストファッションが下り坂になっている。逆にラグジュアリーが注目されている。

◎そういう中で大事なのはやっぱり素材。とそれがポイントであることは変わらない。素材をうまく生かしてもらうことが重要。

◎グローバルについて講師が話した内容で、日本のテキスタイル産業の市場規模が19兆円まで縮小している。日本の市場の中で97%が海外生産。国内は3%だった。それが2%になってしまった。19兆円というと非常に大きく感じるが、ごくわずかごくの市場規模でしかない。「ジャパノクオリティ」とは糸づくりから染色、製品化までオール日本産ということ。だから人材育成はとても大切であり、しかも難しい。

長沢 そうすると、完全100%日本製じゃない「Jクオリティ」のものを生産するということですか。

宮本 ◎例えばトヨタが海外で車をつくるのと同じなので、それはそれでいいと思うけれども。

宮本 (前ページの続き)

◎成長産業についてどのような規定があるかだが、テキスタイルについては1993年以降は衰退産業として経済産業省が認めている。衰退産業では成長戦略は絶対できない。しかし、なぜテキスタイル産業が取り上げられたかという点、2030年までにアジアを中心に新中間層が6億5千万人ほど増えるという見込みがあり、新たな市場性が認められたことによって、成長産業として認められたという経緯がある。

◎アジアの新中間層とは、1ヵ月にファッションに従来よりも1万円位プラスしてお金を支える人たち。その市場規模は60兆円～70兆円になると予測されている。

佐藤 ◎今回のプロジェクトについて外部に発信する最終の発表会をどうするか。文化服装学園さんの発表会を見学して要検討になった。3年目の平成29年度に連携する学校を増やして一緒に外部に発信するなど。

◎2年目に向けて課題は山積しているが、「川俣シルク」以外の素材を検討することも可能か。他地域は面白い素材を取り上げているところが多いので。

宮本 ◎地域版なので、「川俣シルク」を素材として使うのが良いと思う。「川俣シルク」のバリエーションを増やすことに留意すべき。

佐藤 例えば学生がバイヤーと交渉する段階まで進めるとよいと思うが、そんな事例はありますか。

宮本 ◎なかなか難しい。学生の商品が直接売れるかどうかは、実験的には行っているが。例えば新宿の伊勢丹で学生がつくったものを売りたいというケースはあったが、実際は難しい。あまり背伸びしないでやれることを確実にやった方がよい。

大島 ◎私が知っている範囲では2回ほど実験的にバイヤーと交渉したことがある。最終的に学生たちを主体に考えていけば、具体的な着地点だけは必要だから。

◎シンガポール・香港・台湾、ベトナムでもいいが、海外の国のバイヤーから意見をいただくというのが理想形じゃないかと思う。

佐藤 ◎ファブリックとかマテリアルとか素材に関して、私自身も知らないことがたくさんあり、改めて連携先の企業を見つけ、ネットワークを広げていきたい。

大島 ◎素材バリエーションを増やさないと、一般の人たちに売れる服づくりは難しい。学生の企画と考えた場合、福島県産であれば、「川俣シルク」に似たようなものでいいんじゃないかなと思う。

佐藤 ◎当初外していたニットや木綿の見直しも必要。梁川町はニットが有名だが、ただニットは非常に難しく、ゲージなのか太さなのか。他地域にもニットはたくさんあるし。

◎県産素材を使うのが前提なので、川俣町の企業を中心にしますが、バリエーションが広がるように連携先を増やしたり、特別授業なども新たに用意して、次年度にもう一度企画を出すという形でプロジェクトを検討したい。

- 双石** ◎大島先生に先ほどお話しいただいたシンガポールの業界の方々の展示会について。それはファッション業界ではなく、「クールジャパン」コンテンツの一つとして、漫画と同じカテゴリーで出展することになる。ファッション関係者が製品を目当てに来場するわけではないので、その点を吟味しなければならない。
- ◎例えば「川俣シルク」だけでつくった製品を「ジャパンフェスティバル」に出展すると、高い評価を得ることができる。来場者はファッションを見に来るというよりも、日本のカルチャーを見に来る人がほとんど。ところがシンガポールのファッション業界の展示会になると格段にランクが高くなり、製品のクオリティを相当高めなければならない。
- 佐藤** ◎評価対象をどこにするかについて、机上で考えていたことと、長沢が会議に出席して、肌で感じてきたことはまったく違うと思う。
- 宮本** ◎消費者に見てもらって評価を求めるなら、服に対するレベルが高いところじゃないと。シンガポールだったり香港だったり、あるいはヨーロッパだったり。
- 佐藤** ◎実際にベトナムに行って、アンケートを取ってみると「これ素敵」と言われるが、着てみたい、買ってみたいという反応ではない。
- 宮本** ◎文化服装学園でやっている。静岡県の福田織物さんの素材を100%使って、ミラノで展示する。学生がつくったものを一緒に展示してもらい、売るのはなく、あくまでも評価してもらうために。
- 長沢** ◎「川俣シルク」に対する評価もベトナムの「ジャパンフェスティバル」とシンガポールのファッション展示会では全然違う気がする。
- 佐藤** ◎推進協議会のメンバーの斎栄織物さんがイタリアとの関係があり、連携の可能性はあると思う。斎栄織物さんの素材を紹介するためにサンプル製品を展示し、アンケート調査を行うような。平織りや綾織りなどの特殊織りについては要検討だが。
- ◎誰にどのように協力を依頼し、サンプル製品を外部に発信し、最終的な評価をもらう基準を上げていかなければならないのか。プロジェクトに携わって様々なことを学習したので、来年度以降、それをルーティンにできるよう、評価いただけるような方向に進めていきたい。
- 佐藤** 本日はご出席いただきましてありがとうございます。

Ⅲ グローバルな人材育成事業

取組内容

アンケート集計・分析

取組内容

1. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート

2. ベトナム市場調査

調査理由

～アンケート実施報告～

- ①ホンバン国際大学 学生アンケート調査
- ②ジャパンフェスティバル in ベトナム 一般来場者アンケート調査
- ③安田縫製視察

3. グローバルファッション人材育成を目的とした授業

グローバルマーケティング授業

第1回特別講座／講師 久保 雅裕 氏

第2回特別講座／講師 坂口 昌章 氏

第3回特別講座／講師 村重 達也 氏

ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成

地域ファブリック授業

福島県素材研修／指導員 菅野美枝子 氏

アンケート調査概要

調査対象／●アパレルメーカー

●大型流通小売業(百貨店、GMS)

●製造小売企業

●ファッション小売企業

●紡績・染色加工産業

●加工メーカー

調査地域／東北・関東地区

調査内容／ファッション関連企業に向けた人材ニーズ調査

調査方法／無作為で抽出した対象業種企業にアンケート用紙を送付し、封書で返送していただいた。

送付企業／150社

回収数／22社(回収率15%)

a.ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(調査票)

<あなたの情報についてお尋ねします>

設問に対して回答を選び回答欄に番号をご記入ください。

Q1 あなたの年齢についてお答えください

- ① 20代 ② 30代 ③ 40代 ④ 50代 ⑤ 60代以上

回答欄【 】

Q2 あなたの勤務年数についてお答えください

- ① ~ 10年 ② ~ 20年 ③ ~ 30年 ④ ~ 40年 ⑤ 41年以上

回答欄【 】

<アンケートにお答えください>

設問に対し回答を選び、回答欄に番号をご記入ください。その他の場合は()内にご記入ください。

Q3 貴社の業態・業種について、該当項目をお選びください(複数回答可)

- ① アパレルメーカー
② ファッション小売企業
③ 大型流通小売業(百貨店、GMS)
④ 紡績・染色加工産業
⑤ 縫製業界
⑥ 副資材メーカー
⑦ その他 ()

回答欄【 】

Q4 貴社の社員数についてお答えください

- ① ~ 10名
② 11名 ~ 50名
③ 51名 ~ 100名
④ 101名 ~ 1,000名
⑤ 1,001名 ~

回答欄【 】

a.ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(調査票)

Q5 貴社は操業して何年になりますか

- ① ~ 5年
- ② 6年 ~ 10年
- ③ 11年 ~ 20年
- ④ 21年 ~ 50年
- ⑤ 51年 ~ 100年
- ⑥ 101年 ~

回答欄【 】

Q6 貴社の男女比についてお答えください

- ① ほとんど男性 80%以上
- ② 男性約70%、女性約30%
- ③ 男性約60%、女性約40%
- ④ 男性約50%、女性約50%
- ⑤ 男性約40%、女性約60%
- ⑥ 男性約30%、女性約70%
- ⑦ 男性約20%、女性約80%
- ⑧ ほとんど女性 80%以上

回答欄【 】

Q7 貴社が採用する最終学歴についてお答えください

<新卒・中途の別>

- ① 新卒採用
- ② 中途採用
- ③ 能力次第なので、学歴にはこだわらない

回答欄【 】

<最終学歴>

- ① 中学校卒業 以上
- ② 高等学校卒業 以上
- ③ 大学卒業 以上
- ④ 短期大学卒業 以上
- ⑤ 高専卒業 以上
- ⑥ 専門学校卒業 以上
- ⑦ その他 ()

回答欄【 】

Q8 貴社の採用試験についてお尋ねします

- ① 筆記試験のみ
- ② 面接試験のみ
- ③ 筆記試験+面接試験 ()回
- ④ 筆記試験+面接試験 ()回+実習
- ⑤ その他 ()

回答欄【 】

a.ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(調査票)

Q9 貴社では、どこが優れた人物像を採用しますか(優先順位順3つまで)

- ① 積極性
- ② 柔軟性
- ③ 外向性
- ④ 緻密性
- ⑤ 配慮・サービス性
- ⑥ 機敏性
- ⑦ 課題形成・解決能力と対人関係能力
- ⑧ 高い意識を保てる人
- ⑨ 自分で考え判断できる自立型人材
- ⑩ 自分で考え行動する個性豊かな人材
- ⑪ その他 ()

回答欄【 】

Q10 外国人の雇用状況についてお答えください

- ① 現在採用している
- ② 過去に採用していた
- ③ 今後は採用を予定 / 検討している
- ④ 今は考えていない
- ⑤ その他 ()

回答欄【 】

Q11 外国人留学生の採用条件についてお答えください

- ① 新卒・中途ともに採用したい
- ② 新卒のみ
- ③ 中途のみ
- ④ 日本人の採用状況による
- ⑤ その他 ()

回答欄【 】

Q12 インターンシップ制度はあるか

- ① ある
- ② ない
- ③ その他 ()

回答欄【 】

Q13 貴社のグローバル化についてお答えください

- ① 取り組んでいる
- ② 今後、取り組む予定がある
 <例> 日本国内にしか工場や店舗はないが、社内では外国語を使っている
 日本にて外国人を雇用している
- ③ 取り組む予定がない

回答欄【 】

a.ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(調査票)

Q17 グローバルビジネスにおいて採用するとしたらどんな能力を持った方ですか (優先順位順に3つまで)
(採用予定がなくても、採用するとしたらという仮定でお答えください)

<能力、実績等>

- ① 英語会話
- ② 中国語会話
- ③ 海外ビジネス経験
- ④ 海外生活経験
- ⑤ 海外留学経験
- ⑥ 海外企業の勤務経験
- ⑦ 外国人のマネジメント経験
- ⑧ 貿易実務
- ⑨ その他 ()

回答欄 能力、実績等【 】

◇ グローバル人材の育成や地方創出について、取り組むべきと思われるものがあれば自由にご記入ください。

<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

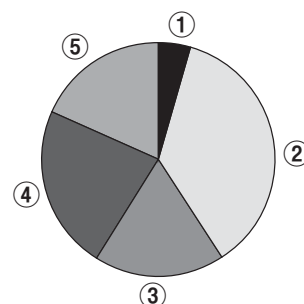
ご協力ありがとうございました。

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(集計結果)

〈あなたの情報についてお尋ねします〉 回答欄にお答えください。

Q1 あなたの年齢についてお答えください。

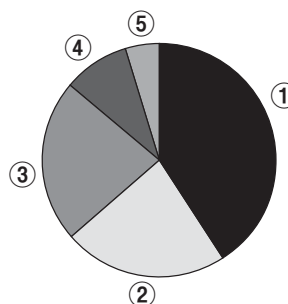
① 20代	1
② 30代	8
③ 40代	4
④ 50代	5
⑤ 60代以上	4



① 20代 ② 30代 ③ 40代
④ 50代 ⑤ 60代以上

Q2 あなたの勤務年数についてお答えください。

① ~10年	9
② ~20年	5
③ ~30年	5
④ ~40年	2
⑤ 41年以上	1



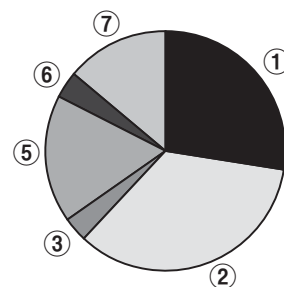
① ~10年 ② ~20年 ③ ~30年
④ ~40年 ⑤ 41年以上

〈アンケートにお答えください〉

回答欄にお答えください。その他の場合は()内にご記入ください。

Q3 貴社の業態・業種について、該当項目をお選びください。
(複数回答可)

① アパレルメーカー	8
② ファッション小売企業	10
③ 大型流通小売業(百貨店、GMS)	1
④ 紡績・染色加工産業	
⑤ 縫製業界	5
⑥ 副資材メーカー	1
⑦ その他	4

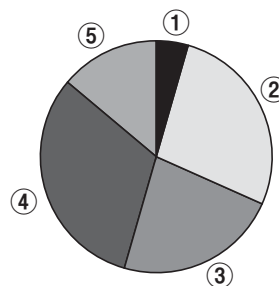


① アパレルメーカー
② ファッション小売企業
③ 大型流通小売業(百貨店、GMS)
④ 紡績・染色加工産業
⑤ 縫製業界
⑥ 副資材メーカー
⑦ その他

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート (集計結果)

Q4 貴社の社員数についてお答えください

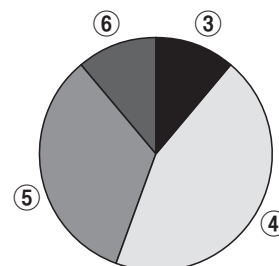
① ~10名	1
② 11名~50名	6
③ 51名~100名	5
④ 101名~1,000名	7
⑤ 1,001名~	3



- ① ~10名
- ② 11名~50名
- ③ 51名~100名
- ④ 101名~1,000名
- ⑤ 1,001名~

Q5 貴社は操業して何年になりますか

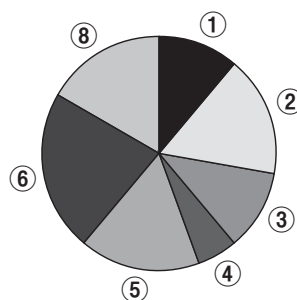
① ~5年	
② 6年~10年	
③ 11年~20年	2
④ 21年~50年	8
⑤ 51年~100年	6
⑥ 101年~	2



- ① ~5年
- ② 6年~10年
- ③ 11年~20年
- ④ 21年~50年
- ⑤ 51年~100年
- ⑥ 101年~

Q6 貴社の男女比についてお答えください

① ほとんど男性 80%以上	2
② 男性約70% 女性約30%	3
③ 男性約60% 女性約40%	2
④ 男性約50% 女性約50%	1
⑤ 男性約40% 女性約60%	3
⑥ 男性約30% 女性約70%	4
⑦ 男性約20% 女性約80%	
⑧ ほとんど男性 80%以上	3



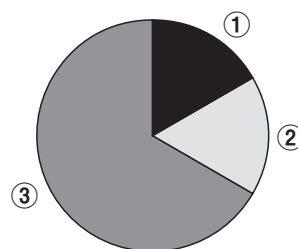
- ① ほとんど男性 80%以上
- ② 男性約70% 女性約30%
- ③ 男性約60% 女性約40%
- ④ 男性約50% 女性約50%
- ⑤ 男性約40% 女性約60%
- ⑥ 男性約30% 女性約70%
- ⑦ 男性約20% 女性約80%
- ⑧ ほとんど男性 80%以上

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(集計結果)

Q7 貴社が採用する最終学歴についてお答えください

〈新卒・中途の別〉

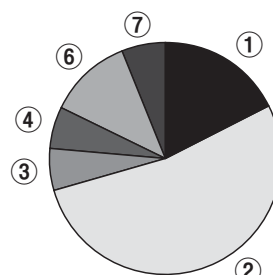
① 新卒採用	3
② 中途採用	3
③ 能力次第なので、学歴にはこだわらない	12



- ① 新卒採用
- ② 中途採用
- ③ 能力次第なので、学歴にはこだわらない

〈最終学歴〉

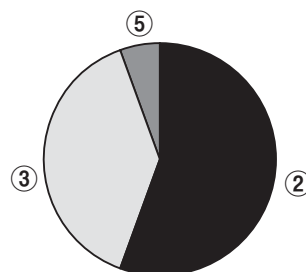
① 中学校卒業以上	3
② 高等学校卒業以上	9
③ 大学卒業以上	1
④ 短期大学卒業以上	1
⑤ 高専卒業以上	
⑥ 専門学校卒業以上	2
⑦ その他	1



- ① 中学校卒業以上
- ② 高等学校卒業以上
- ③ 大学卒業以上
- ④ 短期大学卒業以上
- ⑤ 高専卒業以上
- ⑥ 専門学校卒業以上
- ⑦ その他

Q8 貴社の採用試験についてお尋ねします

① 筆記試験のみ	
② 面接試験のみ	10
③ 筆記試験+面接試験()回 2回……3 3回……2 4回……1	7
④ 筆記試験+面接試験()回+実習	
⑤ その他	1

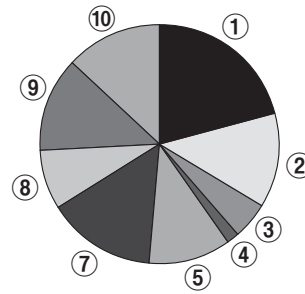


- ① 筆記試験のみ
- ② 面接試験のみ
- ③ 筆記試験+面接試験()回
- ④ 筆記試験+面接試験()回+実習
- ⑤ その他

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート (集計結果)

Q9 貴社では、どこが優れた人物像を採用しますか
(優先順3つまで)

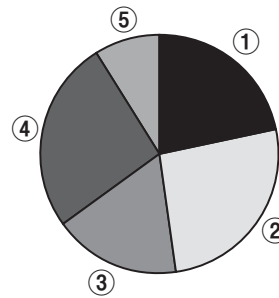
① 積極性	13
② 柔軟性	8
③ 外向性	3
④ 緻密性	1
⑤ 配慮・サービス性	7
⑥ 機敏性	
⑦ 課題形成・解決能力と対人関係能力	9
⑧ 高い意識を保てる人	5
⑨ 自分で考え判断できる時分型人材	8
⑩ 自分で考え行動する個性豊かな人材	8
⑪ その他	



- ① 積極性 ② 柔軟性 ③ 外向性
- ④ 緻密性 ⑤ 配慮・サービス性 ⑥ 機敏性
- ⑦ 課題形成・解決能力と対人関係能力
- ⑧ 高い意識を保てる人
- ⑨ 自分で考え判断できる時分型人材
- ⑩ 自分で考え行動する個性豊かな人材
- ⑪ その他

Q10 外国人の雇用状況についてお答えください

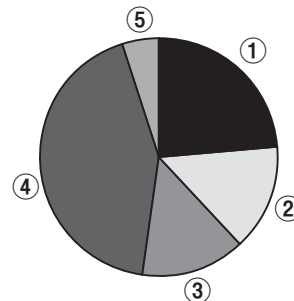
① 現在採用している	5
② 過去に採用していた	6
③ 今後は採用を予定・検討している	4
④ 今は考えていない	6
⑤ その他	2



- ① 現在採用している
- ② 過去に採用していた
- ③ 今後は採用を予定・検討している
- ④ 今は考えていない
- ⑤ その他

Q11 外国人留学生の採用条件についてお答えください

① 新卒・中途ともに採用した	5
② 新卒のみ	3
③ 中途のみ	3
④ 日本人の採用状況による	9
⑤ その他	1

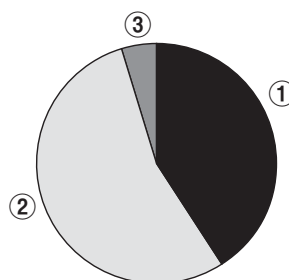


- ① 新卒・中途ともに採用した
- ② 新卒のみ
- ③ 中途のみ
- ④ 日本人の採用状況による
- ⑤ その他

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(集計結果)

Q12 インターンシップ制度はあるか

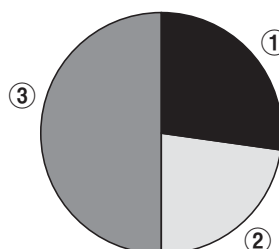
① ある	9
② ない	12
③ その他	1



- ① ある
- ② ない
- ③ その他

Q13 貴社のグローバル化についてお答えください

① 取り組んでいる	6
② 今後、取り組む予定がある (例)日本国内にしか工場や店舗はないが、 社内では外国語を使っている 日本にて外国人を雇用している	5
③ 取り組む予定がない	11

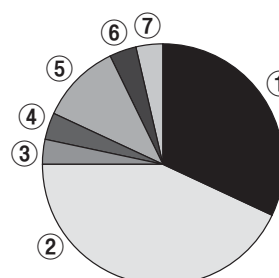


- ① 取り組んでいる
- ② 今後、取り組む予定がある
- ③ 取り組む予定がない

〈Q13にて①・②とお答えになった方にお尋ねいたします〉

Q14 グローバルビジネスの内容について、該当する項目をお選びください(複数回答可)

① 海外生産	9
② 海外市場に輸出	12
③ 海外市場で店舗展開 (直営店、代理商を含む)	1
④ 海外企画(海外に企画拠点がある)	1
⑤ 海外法人がある(独立資本、合併含む)	3
⑥ 現在は行っていないが、予定はある	1
⑦ その他	1

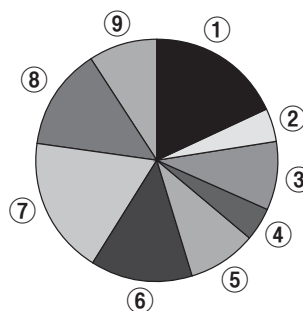


- ① 海外生産
- ② 海外市場に輸出
- ③ 海外市場で店舗展開
(直営店、代理商を含む)
- ④ 海外企画(海外に企画拠点がある)
- ⑤ 海外法人がある(独立資本、合併含む)
- ⑥ 現在は行っていないが、予定はある
- ⑦ その他

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート (集計結果)

Q15 貴社の展開している国について教えてください
(複数回答可)

① 中国	4
② 韓国	1
③ 台湾	2
④ 香港	1
⑤ シンガポール	2
⑥ ベトナム	3
⑦ アメリカ	4
⑧ EU	3
⑨ その他(タイ)	2



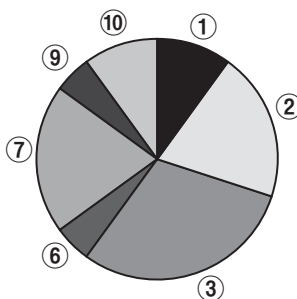
① 中国 ② 韓国 ③ 台湾
④ 香港 ⑤ シンガポール
⑥ ベトナム ⑦ アメリカ
⑧ EU ⑨ その他(タイ)

Q16 グローバルビジネスにおいて採用するとしたら
どんな職種ですか(優先順位順に3つまで)

※採用予定がなくても、採用するとしたらという仮説でお答えください。

職種

① 現地法人社長	2
② 営業	4
③ 生産管理・技術指導	6
④ マーチャンダイザー	
⑤ デザイナー	
⑥ 素材調達	1
⑦ 店長・販売員	4
⑧ 法務・総務	
⑨ 財務・経理	1
⑩ その他	2



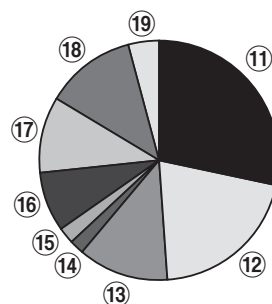
① 現地法人社長 ② 営業
③ 生産管理・技術指導
④ マーチャンダイザー
⑤ デザイナー ⑥ 素材調達
⑦ 店長・販売員 ⑧ 法務・総務
⑨ 財務・経理 ⑩ その他

Q17 グローバルビジネスにおいて採用するとしたらどんな
能力を持った方ですか(優先順位順に3つまで)

※採用予定がなくても、採用するとしたらという仮説でお答えください。

能力・実績等

⑪ 英語会話	14
⑫ 中国語会話	10
⑬ 海外ビジネス経験	6
⑭ 海外生活経験	1
⑮ 海外留学経験	1
⑯ 海外企業の勤務経験	4
⑰ 外国人のマネジメント経験	5
⑱ 貿易実務	6
⑲ その他	2



⑪ 英語会話 ⑫ 中国語会話
⑬ 海外ビジネス経験
⑭ 海外生活経験 ⑮ 海外留学経験
⑯ 海外企業の勤務経験
⑰ 外国人のマネジメント経験
⑱ 貿易実務 ⑲ その他

a. ファッション関連事業者 人材ニーズアンケート(集計結果)

グローバル人材の育成や地方創出について、取り組むべきと思われるものがあれば自由にご記入ください。

- ニーズを十分に理解してグローバル化をしていく必要があり、企画も売り上げと利益のどちらかをターゲットにするかは非常に悩ましいことを理解できなければ難しいと感じる。地方創出のためには、一品ものを生産することが重要と感じる。
- 英語力が必要。
- 文化・言語・宗教などを理解する必要がある。

b. ベトナム市場調査(調査理由)

なぜベトナムを市場とするのか？

日本に対して友好的な国民性。福島県須賀川市本社の安田縫製ベトナム工場があり、連携が容易であること。さらに新中間層の増大による市場価値が高まっている。こうした状況から判断して、素材検証を行う地域としてベトナム市場が最適であるとの結論に達した。

今後(海外へ向けての展開)



全国展開の強化と合わせて、海外への発信方法の検討を早急に進めることが、ファッション分野においても必要となってくる。
まずは、近隣のアジア諸国、特にASEAN諸国へ向けての展開を検討する。

●協力企業／安田縫製(ベトナム工場 2社所有 場所／ホーチミン)

①ベトナム国概要

●ベトナム 総人口……………約9000万人

※土地面積 日本とほぼ同じ 約0.9倍

●主要都市

◎ハノイ人口……………約700万人

◎ホーチミン人口……………約800万人

②基礎経済

◎(例)ペットボトル 水

日本110円……………ベトナム20円

③アジア諸国 平均年収

◎韓国……………約600万円 ※経済格差特大

◎フィリピン……………約50万円 ※経済格差大

◎タイ……………約40万円 ※経済格差大

◎ベトナム……………約30万円 ※経済格差小

※過去10年間で平均年収の上昇率が200%

b. ベトナム市場調査(アンケート協力教育機関)

私立ホンバン国際大学(Hong Bang University International)

●所在地/ベトナム・ホーチミン市 ●学校規模/16学部・61学科、学生数16,000名

●調査日程/2015年11月13日

●調査対象/ホンバン国際大学のファッション・デザイン分野の学生86名



概要説明の様子



学校内設備



集合写真



授業風景

b. ベトナム市場調査(ジャパンフェスティバル in ベトナム)

Japan Festival in Vietnam 2015

- 開催日時／ 2015年11月14日(土)・15日(日) 10:00～20:00
- 会場／ 9月23日公園(Aエリア) ベンタイン市場側
- 主催／ 観光庁、日本政府観光局(JNTO)
- 目的／ 1.「食」「技術」「文化」「伝統」「観光」のJapan Styleを体感してもらう
2.日本企業のベトナム進出支援、教育機関の訪日留学生拡大支援
3.日本ブランドの紹介による日本への観光客誘致
- 来場者数／ 150,000人

- 調査日程／2015年11月14日(土)・15日(日)
- 調査方法／会場内に本事業に関するPRブースを設け、一般来場者942名にアンケート調査を依頼。「川俣シルク」製品は実際に手に触れてもらった。



b. ベトナム市場調査(ジャパンフェスティバル in ベトナム)



[Trường FSG] đào tạo nguồn nhân lực có thể hoạt động ở các ngành

Nhóm trường gồm có 5 trường thành viên, 57 khoa và là trường trung cấp nghề chuyên nghiệp lớn nhất Nhật Bản



Khởi đầu là du học sinh Việt Nam, và sau đó là các du học sinh ở các nước Đông Nam Á đến học tại trường FSG



Hình ảnh [trường FSG] được chụp từ trên cao

Trường Trung Cấp Nghề Thẩm Mỹ Thời Trang Quốc Tế

Khoa thẩm mỹ, Khoa thẩm mỹ tổng hợp, Khoa làm tóc, Khoa học tạo dáng, Khoa thời trang chuyên sâu, Khoa thời trang truyền thống, Khoa làm móng tay

JO-BI Trường Trung Cấp Nghề Thông Tin Thương Mại Koriyama

Khoa thông tin y khoa, Khoa thủ y y khoa, Khoa bán lẻ dược, Khoa phụ tá nha khoa, Khoa kế toán, Khoa kinh doanh, Khoa kế toán thương mại, Khoa tư vấn thuế, Kế toán, Khoa kinh doanh phân phối, Khoa huấn luyện viên thể dục, Khoa khách sạn - tiệc cưới, Khoa dịch vụ khách sạn, Khoa du lịch quốc tế, Khoa du lịch quốc tế, Khoa nghiên cứu và phát triển công nghệ, Khoa công nghệ, Khoa thương mại quốc tế (đang trong kế hoạch), Khoa nuôi gà và lồng trong kế hoạch

ART-DESIGN Trường Trung Cấp Nghề Thiết Kế và Nghệ Thuật Quốc Tế

Khoa thiết kế đồ họa, Khoa minh họa, Khoa chụp ảnh, Khoa kỹ sư ảnh thành phố sáng, Khoa sáng tạo truyền hình, Khoa truyền hình chuyên sâu, Khoa minh họa truyền hình, Khoa hoạt hình CG, Khoa minh họa, Khoa chuyên sâu về nội thất

WIZ Trường Đại Học Khoa Học Kỹ Thuật Thông Tin Quốc Tế

Khoa kỹ thuật ô tô cấp 1, Khoa kỹ thuật điện tử ô tô, Khoa kỹ thuật ô tô tự động, Khoa kỹ thuật ô tô, Khoa kỹ thuật thông tin cơ sở, Khoa kỹ thuật thông tin truyền thông, Khoa hệ thống thông tin, Khoa ứng dụng di động, Khoa phát triển phần mềm game, Khoa đồ họa game, Khoa thời trang (đang trong kế hoạch), Khoa đào tạo nhân viên kỹ thuật, Khoa kỹ thuật nâng cấp, Khoa kỹ thuật điện tử - điện tử, Khoa kỹ thuật phòng vệ

Trường Trung Cấp Nghề Công Nghệ Y Khoa Quốc Tế

Khoa kỹ thuật hình ảnh, Khoa cấp cứu cứu hộ, Khoa kỹ thuật gây mê, Khoa làm răng, Khoa làm răng chuyên sâu, Khoa làm răng chuyên sâu, Khoa chăm sóc, phục hồi, Khoa học giao tiếp khoa học y



Giới thiệu các khoa của Trường Trung Cấp Nghề Thẩm Mỹ Thời Trang Quốc Tế. ①

Là trường mà bạn được học về [Thẩm Mỹ] [Thời Trang] [Bánh Ngọt] bởi những giảng viên chuyên nghiệp

Khoa Beauty

Học làm tóc và trang điểm

Khoa thẩm mỹ tổng hợp

Học làm móng tay

Khoa công nghệ cưới

Học công nghệ cưới

Khoa thiết kế thời trang

Học thời trang

Khoa thương mại thời trang

Học phong cách thời trang

Khoa làm bánh ngọt

Học làm bánh kẹo

b. ベトナム市場調査 (ジャパンフェスティバル in ベトナム)



Hỗ trợ nhiều thời trang quốc tế làm đẹp trường cao đẳng

Không thể thiếu cho trường kinh doanh, ngoài việc tăng cường kiến thức chuyên môn và kỹ năng, và ý nghĩa giáo dục ngôn ngữ và cách cư xử Đào tạo cũng được nâng cao. Công bố kết quả học tập thêm vào sự kiện và cho thấy sinh viên đang hoạt động một cách độc lập.



01 education

Trong lĩnh vực thời trang, làm đẹp và suites Bạn có thể tìm hiểu các chuyên nghiệp kiến thức và kỹ năng, và cảm giác.



02 communication

Trên toàn thế giới, chẳng hạn như mức độ cao về tiếng Anh Nó tiến hành để giáo dục Nhật bản ngữ Nhật bản.



03 partnership

Kinh nghiệm các trang web của ngành công nghiệp làm đẹp thông qua hợp tác với công ty Ràng bạn có thể.



04 skill in business

Và kỹ năng kinh doanh cho đồng chày Nhật bản nói tiếng trên toàn thế giới Và mua lại Manor là chứng nhận chương trình giảng dạy.

BF Festa



Presentation Festival



BXB Wedding

Cherry tree Festival in Shanghai BF Fashion Show

● March 27, 2013 ● Shanghai



FSG Japan Culture & Fashion Show

● September 30, 2011 ● Taipei



Đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực thời trang theo sự liên kết giáo dục giữa Việt Nam và Nhật Bản

Bộ Giáo Dục Nhật Bản [Xúc tiến chiến lược đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp trong các ngành đang phát triển
Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực từ địa phương ra quốc tế trong lĩnh vực thời trang.

Chi tiêu hoạt động

Nhân viên nên được đào tạo trên

- Với kiến thức thời trang chuyên nghiệp có sẵn cùng với việc đào tạo thêm kiến thức chế tạo, văn hóa truyền thống các ngành của địa phương, và thiết lập nên đối tượng nhân lực thiết kế riêng cho thị trường hải ngoại
- Liên kết với các nhà máy của tỉnh Fukushima thiết kế, phát triển sản phẩm cao cấp bán ra thị trường hải ngoại.

Chi tiêu hoạt động

Chương trình giáo dục cấp tỉnh và giảng dạy vật liệu phát triển

- Tỉnh Fukushima đang soạn giáo trình, chương trình đào tạo phiên bản địa phương để làm giáo trình đào tạo cho dự án [Sự phồn thịnh của ngành công nghiệp dệt may ở Fukushima]
- Giáo trình học phương pháp chế tạo, lịch sử ngành dệt may ở Fukushima
- Giáo trình học văn hóa, lịch sử, địa lý nước ngoài để hiểu thị trường quốc tế
- Giáo trình học kỹ năng thuyết trình và kỹ năng tiếp thị mang tính quốc tế.

Thiết lập giáo trình phiên bản địa phương

Thời trang trong nước và cơ quan đào tạo ngành thời trang

Liên kết với các nhà máy, thiết lập giáo trình phiên bản địa phương



Lấy kiến thức của các ngành địa phương, lập kế hoạch sản xuất sản phẩm hướng đến thị trường hải ngoại

Làm chương trình đào tạo và điều tra thực trạng, chỉ tiêu đánh giá ở các cơ quan giáo dục và các công ty nước ngoài

Tạo việc làm và hoạt động của các ngành tại địa phương

Tạo sinh khí và sự hiểu biết cho giới trẻ ở các công ty ở tỉnh Fukushima đưa sự đào tạo nhân lực ngành thời trang



From October, 2015 to March, 2016

Thực hiện giáo trình học về thị trường quốc tế và phương pháp chế tạo, lịch sử của ngành dệt may của tỉnh Fukushima

- Thực hiện các ngành gia công nguyên phụ liệu, thực nghiệm sản phẩm may, tham quan nhà máy, các bài giảng do người sáng tạo ra [lụa Kawamata] sản vật của vùng Fukushima
- Thực hiện buổi học tiếp thị toàn cầu theo bài giảng tiến cử của Hiệp hội phục hưng giáo dục thời trang Nhật Bản và Hiệp hội công nghiệp thời trang, may mặc Nhật Bản

From November 12, 2015 to November 17

Khảo sát xu hướng thời trang ở các vùng miền của Việt Nam và phát triển nguyên liệu lụa

- Thực hiện khảo sát về [lụa Kawamata] và xu hướng thời trang ở lễ hội văn hóa Việt Nhật diễn ra tại Việt Nam
- Thực hiện khảo sát về [lụa Kawamata] và xu hướng thời trang ở trường Đại Học Hồng Bàng
- Tham quan công ty may mặc Yasuda ở Việt Nam, và ở tỉnh Fukushima

2016

Chế tạo sản phẩm mẫu mới bằng nguyên liệu [lụa Kawamata] theo thị trường Việt Nam



2016

Thực hiện khảo sát đánh giá và giới thiệu phục trang, văn hóa Nhật Bản cho sinh viên trường Hồng Bàng



b. ベトナム市場調査(ジャパンフェスティバル in ベトナム)



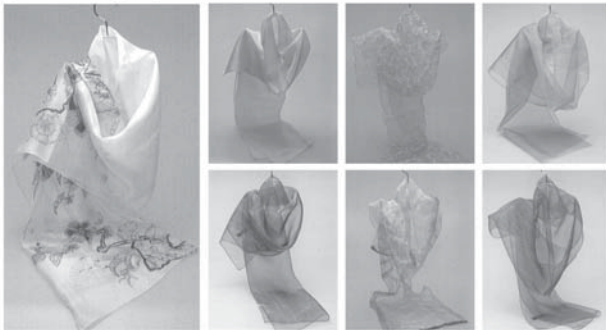
Tạo sản phẩm sử dụng lụa của Nhật Bản là loại lụa mỏng nhất trên thế giới

Lụa Nhật Bản đã nhận được đơn đặt hàng từ thương hiệu nổi tiếng của Châu Âu

[Lụa Kawamata] tự hào là lụa có truyền thống 1400 năm



[Lụa Kawamata] được ví như là [Đôi cánh thiên thần trong truyện cổ tích] là lụa mỏng nhất trên thế giới và đã nhận được đơn đặt hàng của thương hiệu nổi tiếng thế giới tại buổi đàm phán thương mại diễn ra ở Paris và Milano vào năm 2011.



HONGBANG
UNIVERSITY INTERNATIONAL



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BANG

Lễ Hội Nhật Bản
Tại Việt Nam
**Khoa Mỹ Thuật
Công Nghiệp**

Đào tạo
các chuyên ngành:

▶ Thiết kế
thời trang

Thiết kế phim
hoạt hình
 Manga Nhật &
Cartoon Mỹ-3D

▶ Thiết kế
đồ họa

Thiết kế mỹ thuật
điện ảnh
sân khấu,
truyền hình

▶ Thiết kế
tea đang
công nghiệp 3D

Thiết kế
nội, ngoại thất

Khoa Mỹ Thuật Công Nghiệp Đại Học Quốc Tế Hồng Bang
website : artmedia.hbu.edu.vn
www.hongbang.edu.vn
Email: hankh@hbu.edu.vn
18/25 - Đường Thống Nhất - Phường 16 - Quận Gò Vấp
Tel: 08.39164526 - 08.39164528



HONGBANG
UNIVERSITY INTERNATIONAL



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BANG

Lễ Hội Nhật Bản
Tại Việt Nam
**Khoa Mỹ Thuật
Công Nghiệp**

Fashion



Đào tạo chuyên ngành:
Thiết kế Thời trang
Thiết kế Đồ họa
Thiết kế Nội, Ngoại thất
Thiết kế Mỹ thuật Điện ảnh, Sân khấu, Truyền hình
Thiết kế Phim Hoạt hình Manga Nhật & Cartoon Mỹ-3D

b. ベトナム市場調査(調査票)

マーケティングアンケート

Phiếu khảo sát thị trường

にチェックを入れてください

Hãy đánh dấu lựa chọn của bạn vào ô

●性別

●Giới tính

男 ・ 女

Nam ・Nữ

●年齢 ()歳

●Độ tuổi ()

〈 ライフスタイルについて 〉

〈 Thói quen trong cuộc sống của bạn 〉

●休日は何をして過ごしていますか?

●Bạn thường làm gì vào ngày nghỉ?

旅行 ショッピング ゲーム インターネット TV アルバイト

その他()

Du lịch Mua sắm Chơi Game Sử dụng Internet Xem TV Làm thêm

Câu trả lời khác()

〈 日本について 〉

〈 Khảo sát về Nhật Bản 〉

●日本の文化のどんなジャンルに興味がありますか?(複数回答可)

●Bạn có quan tâm hứng thú đối với lĩnh vực nào của văn hóa Nhật Bản? (Có thể chọn nhiều đáp án)

歴史 ビジネス ファッション 漫画・アニメ ビューティー

音楽 食事 ゲーム

その他()

Lịch sử Thương mại Thời trang Manga-Anime Làm đẹp, thẩm mỹ

Âm nhạc Ẩm thực Trò chơi điện tử

Câu trả lời khác()

●上記のチェックしたジャンルで具体的に知っているものはなんですか?

●Bạn đã biết những gì về lĩnh vực bạn chọn ở câu hỏi trước?

()

()

b. ベトナム市場調査(調査票)

〈 ファッションについて 〉

〈 Khảo sát về Thời trang 〉

●どの国の服に興味がありますか？(複数回答可)

●Bạn thích thời trang của đất nước nào? (Có thể chọn nhiều đáp án)

アメリカ フランス イタリア イギリス 中国

日本 韓国 ベトナム その他()

Mỹ Pháp Italia Anh Trung Quốc

Nhật Bản Hàn Quốc Việt Nam Câu trả lời khác()

●服はどこで買いますか？

●Bạn thường mua trang phục ở đâu?

百貨店 ショッピングセンター 市場(ベントイ市場等)

出店(夜市等) その他()

Trung tâm thương mại Khu mua sắm Chợ (VD: chợ Bình Tây)

Các gian hàng trên đường (VD: chợ đêm)

Câu trả lời khác()

●インターネットで服を買った経験がある方

ネットショッピングで利用したことのあるサイト名を教えてください

●Đối với những bạn từng có kinh nghiệm mua trang phục trên mạng, xin hãy cho biết tên những trang mua sắm bạn thường sử dụng.

()

()

●1ヶ月で服にいくら使いますか？(VNDベトナムドン)

●Xin hãy cho biết 1 tháng bạn thường sử dụng bao nhiêu tiền cho việc mua sắm quần áo (đơn vị VND)

()

●好きな服の色を教えてください？(複数回答可)

●Xin hãy cho biết màu sắc quần áo ưa thích của bạn (Có thể chọn nhiều đáp án)

白 黒 赤 青 黄 緑 紫

その他()

Trắng Đen Đỏ Xanh dương Vàng Xanh lá cây Tím

Câu trả lời khác()

●好きなファッション誌を教えてください

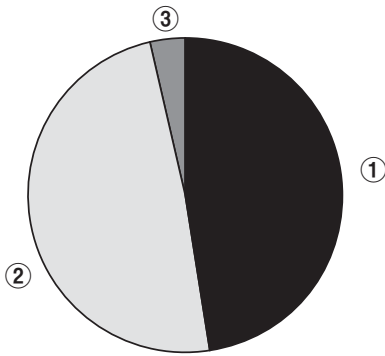
●Xin hãy cho biết tên tạp chí thời trang yêu thích của bạn.

()

()

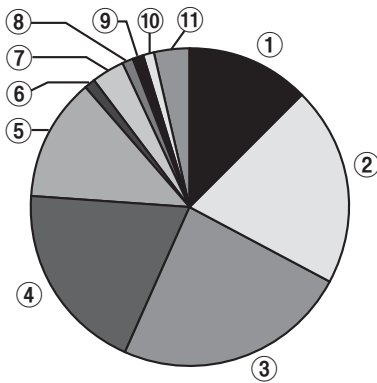
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ホンバン国際大学86名)

Q1あなたの性別は？



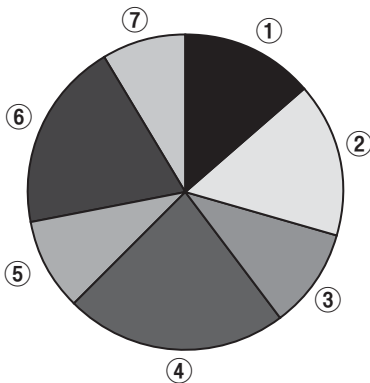
- ①男 42名
- ②女 43名
- ③未記入 3名

Q2あなたの年齢は？



- ①19歳 11名
- ②20歳 18名
- ③21歳 21名
- ④22歳 17名
- ⑤23歳 11名
- ⑥24歳 1名
- ⑦25歳 3名
- ⑧26歳 1名
- ⑨30歳 1名
- ⑩31歳 1名
- ⑪未記入 3名

Q3休日は何をして過ごしますか？



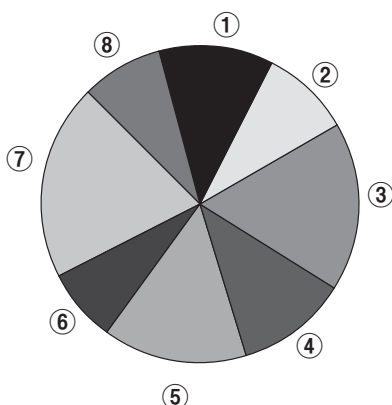
- ①旅行 24名
- ②ショッピング 28名
- ③ゲーム 18名
- ④インターネット 40名
- ⑤テレビ 17名
- ⑥アルバイト 34名
- ⑦その他 15名

その他の回答内容

- 映画 3名
- ヨガ 2名
- 写真撮影 2名
- 睡眠、友達と遊ぶ、子供と遊ぶ 1名

b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果（ホンバン国際大学86名）

Q4 日本の文化のどんなジャンルに興味がありますか？（複数回答）

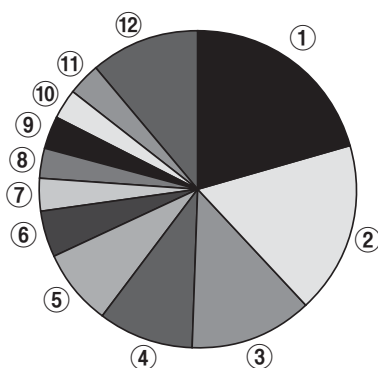


①歴史	17名	②ビジネス	20名
③ファッション	38名	④漫画・アニメ	25名
⑤音楽	17名	⑥食事	44名
⑦ゲーム	18名	⑧その他	9名

その他の回答内容

- 合気道 ●映画 ●旅行 ●ショッピング ●デザイン
- 電子工芸 ●建築 ●コスプレ

Q5 上記のチェックしたジャンルで具体的に知っているものは何ですか？

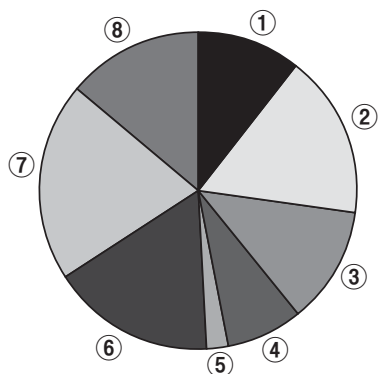


①ファッション	13名	②食事	11名
③ビューティ	8名	④漫画	6名
⑤アニメ	5名	⑥ゲーム	3名
⑦音楽	2名	⑧コスプレ	2名
⑨ビューティマガジン	2名	⑩ビジネス	3名
⑪自然景観や温暖な気候	2名	⑫その他	7名

その他の回答内容

- 化粧品 ●電子 ●現代工芸 ●武術 ●自動車 ●ショッピング
- 歴史

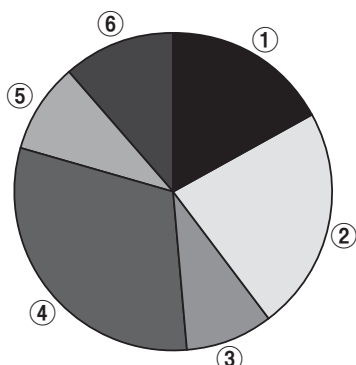
Q6 どの国の服に興味がありますか？



①アメリカ	18名	②フランス	28名
③イタリア	20名	④イギリス	13名
⑤中国	4名	⑥日本	28名
⑦韓国	34名	⑧ベトナム	4名

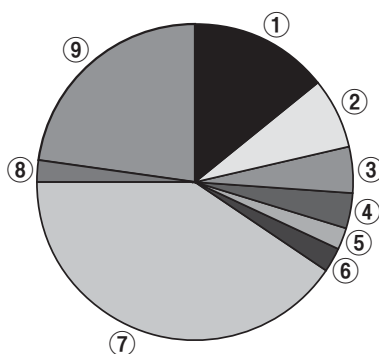
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ホンバン国際大学86名)

Q7 服はどこで買いますか？



①百貨店	15名	②ショッピングセンター	20名
③市場(ベントイ市場等)	8名	④出店(夜市等)	27名
⑤その他	8名	⑥未記入	10名
その他の回答内容			
●ファッションショップ	4名	●オンライン	4名

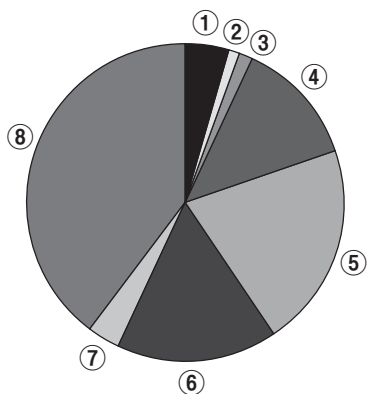
Q8 インターネットで服を買った経験のある方は、ネットショッピングで利用したことのあるサイト名を教えてください？



①Zalora	12名	②Facebook online	6名
③123mua.vn	4名	④Lazada.vn	3名
⑤yame.vn	2名	⑥Sendo	2名
⑦tiki.vn	34名	⑧Instagram	2名
⑨その他	19名		

その他の回答内容
 ●The blue ●Fd Tod's1994 ●Mayhem ●hot deal.vn ●Licier
 ●all about him ●Deal va ●Giaydep ●quanaocjiay
 ●mua 24h com ●khoac ●Chogia Tot com ●www.kata.vn
 ●Urbanista ●Like ●Sentyoe ●nastag ●phukiengiyaydep
 ●gioxach

Q9 1カ月に服にいくら位使いますか？

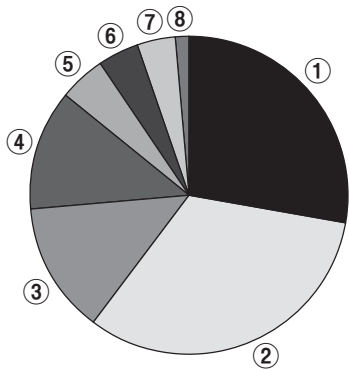


①500万ドン以上	4名	②300万ドン以上	1名
③200万ドン以上	1名	④100万ドン以上	11名
⑤50万ドン以上	18名	⑥20万ドン以上	14名
⑦20万ドン以下	3名	⑧未回答	34名

※日本/100円=ベトナム/約20,000ドン

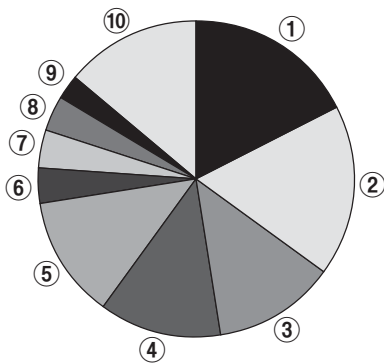
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ホンバン国際大学86名)

Q10 好きな服の色を教えてください。



①白	48名	②黒	56名
③赤	23名	④青	21名
⑤黄	8名	⑥緑	7名
⑦紫	7名	⑧その他	2名

Q11 好きなファッション誌を教えてください。



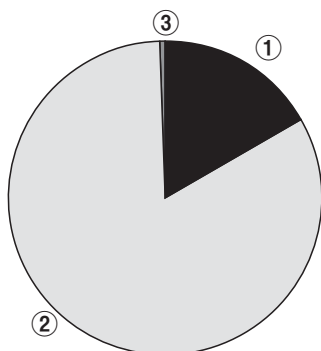
①mode	14名	②ELLE	14名
③VOGUE	10名	④beauty	10名
⑤Harpers BAZAAR	10名	⑥Fashion&Life	3名
⑦Cosmopolitan	3名	⑧Young Fashion	3名
⑨bazza	2名	⑩その他	11名

その他の回答内容

- Sach manga ●Play boy ●Summer Fashion ●Game
- cosmopolia ●beauty magazine ●Fashiobista ●Styla
- hoahoctro magazine ●her world ●Lucky

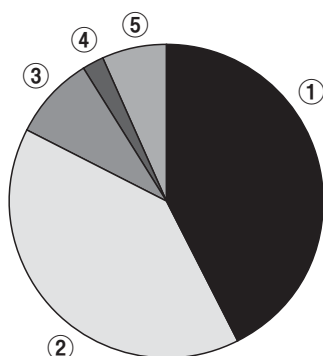
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ジャパンフェスティバル942名)

Q1 あなたの性別は？



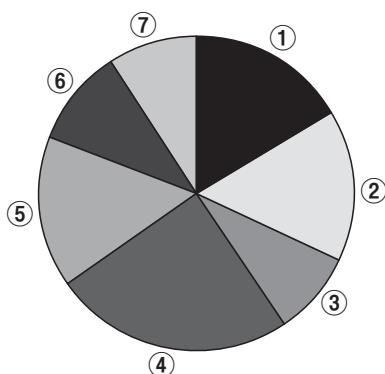
- ①男……………157名
- ②女……………781名
- ③未記入……………4名

Q2 あなたの年齢は？



- ①13～19歳……………401名
- ②20～24歳……………377名
- ③25～29歳……………81名
- ④30歳～……………21名
- ⑤未回答……………62名

Q3 休日は何をして過ごしますか？



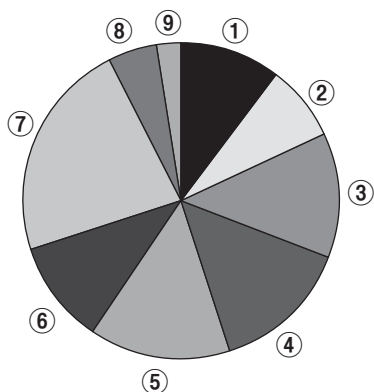
- ①旅行……………347名
- ②ショッピング……………329名
- ③ゲーム……………180名
- ④インターネット……………516名
- ⑤テレビ……………328名
- ⑥アルバイト……………210名
- ⑦その他……………188名

その他の回答内容

- 読書……………19名
- 音楽……………19名
- 絵を描く……………11名
- 遊び……………10名
- 勉強……………9名
- 映画……………8名
- 家事……………7名
- 散歩……………5名
- スポーツ……………5名
- 漫画……………5名
- アニメ……………4名
- 食事……………3名
- ダンス……………3名
- 睡眠……………3名
- ボランティア……………2名
- トレーニング……………2名
- 教会に行く
- デート
- コスプレ
- 唄う
- 服づくり
- マジック
- 写真撮影
- メイク
- デザイン
- 営業活動……………1名

b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ジャパンフェスティバル942名)

Q4 日本の文化のどんなジャンルに興味がありますか？(複数回答)



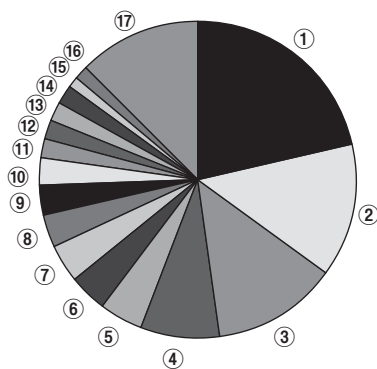
① 歴史	286名	② ビジネス	218名
③ ファッション	359名	④ 漫画・アニメ	394名
⑤ ビューティ	397名	⑥ 音楽	291名
⑦ 食事	626名	⑧ ゲーム	143名
⑨ その他	64名		

その他の回答内容

●文化 13名 ●教育 3名 ●日本語 3名 ●環境・風景 3名
●旅行 3名 ●建築 2名 ●映画 2名 ●人間 2名

●温泉 ●不動産 ●メディア ●絵画 ●経済 ●農業 ●伝統
●子ども ●コスプレ ●精神 ●工芸品 ●陶芸 ●買物 ●芸術
●茶道 ●医学 ●IT 1名

Q5 上記のチェックしたジャンルで具体的に知っているものは何ですか？



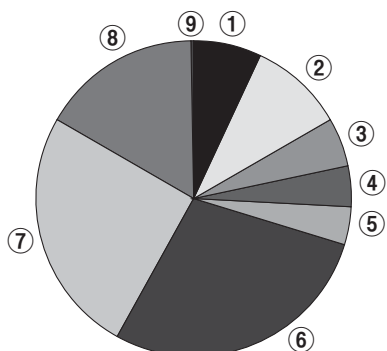
① 日本料理(寿司・刺身・たこ焼き・餅・ラーメンなど)	33名
② 音楽(AKB48・SKE48・HKT48・NMB48・嵐・GREENなど)	21名
③ アニメ(ONE PEACE・ドラえもん・進撃の巨人・コナン・犬夜叉・ピカチュウ・NARUTO・DETH NOTEなど)	20名

④ ファッション(着物含む)	12名	⑤ 化粧品	7名
⑥ 漫画	6名	⑦ 日本文化	6名
⑧ 桜	5名	⑨ 歴史	5名
⑩ ビューティ	4名	⑪ ゲーム	3名
⑫ 華道	3名	⑬ 日本経済・ビジネス	3名
⑭ 観光	3名	⑮ 品質管理	2名
⑯ 富士山	2名	⑰ その他	19名

その他の回答内容

●文学 ●デパート ●剣道 ●インターネット ●IT ●陶芸 ●接客
●芸者 ●コスプレ ●ダンス ●サムライ ●将軍 ●渋谷 ●地震
●火山 ●整形美容 ●電気製品 ●人材派遣 ●ベトナムへの投資

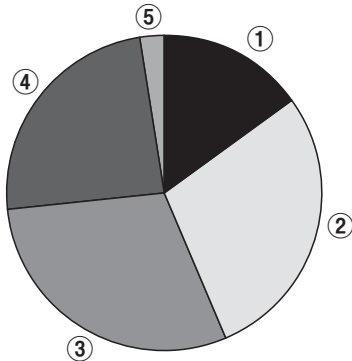
Q6 どの国の服に興味がありますか？



① アメリカ	145名	② フランス	196名
③ イタリア	107名	④ イギリス	84名
⑤ 中国	79名	⑥ 日本	576名
⑦ 韓国	518名	⑧ ベトナム	334名
⑨ その他	4名		

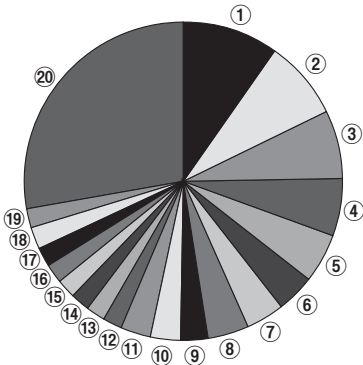
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ジャパンフェスティバル942名)

Q7 服はどこで買いますか？



①百貨店	219名	②ショッピングセンター	407名
③市場(ベントイ市場等)	428名	④出店(夜市等)	346名
⑤その他	34名		

Q8 インターネットで服を買った経験のある方は、ネットショッピングで利用したことのあるサイト名を教えてください？

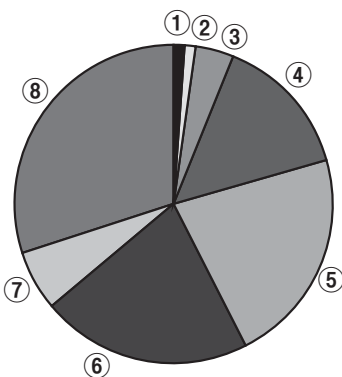


①Lazada.vn	10名	②Facebook online	8名
③Sendo	7名	④Taobao	6名
⑤tiki.vn	5名	⑥Zalora	4名
⑦Amazon	4名	⑧yame.vn	4名
⑨Zara.vn	3名	⑩Kamaka	3名
⑪cungmua	3名	⑫123mua.vn	2名
⑬Zahado.com	2名	⑭H&M	2名
⑮ユニクロ	2名	⑯T-smart	2名
⑰Zabra	2名	⑱ebay.com	2名
⑲toto shop	2名	⑳その他	28名

その他の回答内容

●Deal ●Mua qua ●Amime love ●Talaco ●楽天 ●SKII ●liki.com
 ●24yes ●mango ●violet closet ●quan jean ●minion
 ●clothingInstagram ●converse ●FTV shop ●Dress jeans ●T-shist
 ●muasam ●enbacquan ●meo boutique ●Indos ●civc shop
 ●candy store ●year1shop ●Aeon ●Hot deallBYN shop
 ●lan a shop net ●Tila

Q9 1カ月にいくら位使いますか？

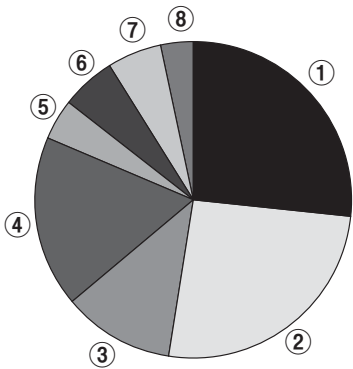


①500万ドン以上	13名	②300万ドン以上	8名
③200万ドン以上	39名	④100万ドン以上	135名
⑤50万ドン以上	206名	⑥20万ドン以上	201名
⑦20万ドン以下	59名	⑧未回答	280名

※日本／100円＝ベトナム／約20,000ドン

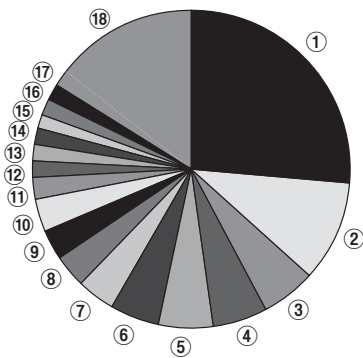
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(ジャパンフェスティバル942名)

Q10 好きな服の色を教えてください。



① 白	559名	② 黒	535名
③ 赤	237名	④ 青	359名
⑤ 黄	91名	⑥ 緑	113名
⑦ 紫	113名	⑧ その他	68名

Q11 好きなファッション誌を教えてください。



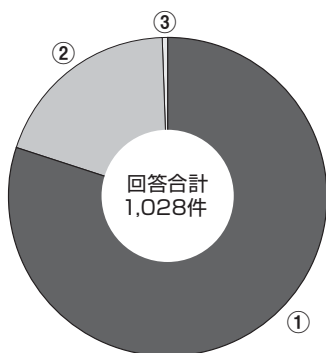
① ELLE	33名	② VOGUE	13名
③ Cosmopolitan	7名	④ her world	7名
⑤ bazza	7名	⑥ Fashion&Life	6名
⑦ beauty	5名	⑧ Harpers BAZAAR	4名
⑨ Fashiobista	4名	⑩ Kilala	4名
⑪ Ray	3名	⑫ beauty magazine	2名
⑬ Styla	2名	⑭ ViVi	2名
⑮ Non-no	2名	⑯ Newyork	2名
⑰ 2!	2名	⑱ その他	18名

その他の回答内容

- modo ●young Fashion ●Sach manga ●cosmopolia
- Ford ●CANCAN ●cosmos ●Woman&Family
- young magazine ●popteen ●the most ●青年&woman
- Zipper ●Dep ●young fashion ●Elite ●Unno ●channe

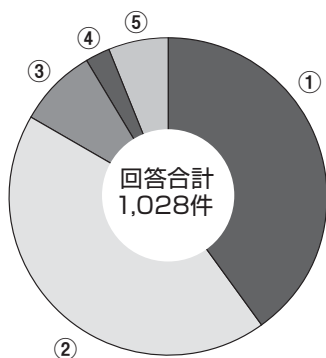
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(合算 1,028名)

Q1 あなたの性別は？



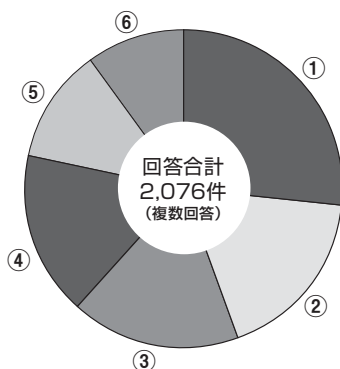
- ① 男性……………199名／19.36%
- ② 女性……………824名／80.16%
- ③ 未回答……………5名／0.48%

Q2 あなたの年齢は？



- ① 13～19歳 ……412名／40.08%
- ② 20～24歳 ……445名／43.29%
- ③ 25～29歳 ……85名／8.27%
- ④ 30歳～ ……24名／2.33%
- ⑤ 未回答 ……62名／6.03%

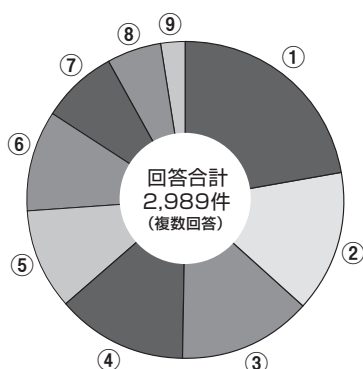
Q3 休日の過ごし方は？



- ① インターネット……………556名／26.79%
- ② 旅行……………371名／17.88%
- ③ ショッピング……………357名／17.19%
- ④ テレビ……………345名／16.62%
- ⑤ アルバイト……………244名／11.75%
- ⑥ その他……………203名／9.77%

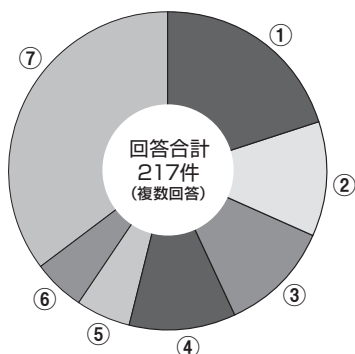
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(合算 1,028名)

Q4 興味のある日本文化のジャンルは？



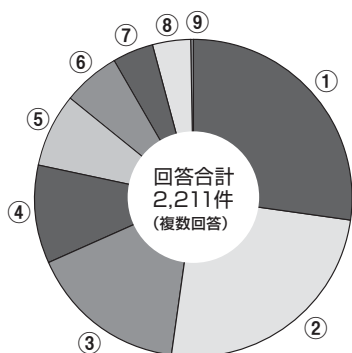
①日本食	670名／22.42%
②ビューティ	429名／14.36%
③漫画・アニメ	410名／13.72%
④ファッション	397名／13.29%
⑤音楽	308名／10.30%
⑥歴史	303名／10.13%
⑦ビジネス	238名／7.96%
⑧ゲーム	161名／5.38%
⑨その他	73名／2.44%

Q5 具体的に知っている日本文化は？



①日本食各種	44名／20.27%
②アニメ	25名／11.53%
③ファッション	25名／11.53%
④音楽	23名／10.59%
⑤漫画	12名／5.53%
⑥ビューティ	12名／5.53%
⑦その他	76名／35.02%

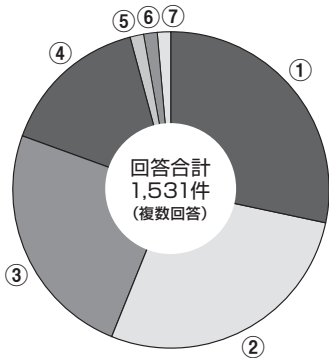
Q6 どの国のファッションに興味があるか？



①日本	604名／27.32%
②韓国	552名／24.97%
③ベトナム	357名／16.15%
④フランス	224名／10.14%
⑤アメリカ	163名／7.37%
⑥イタリア	127名／5.74%
⑦イギリス	97名／4.38%
⑧中国	83名／3.75%
⑨その他	4名／0.18%

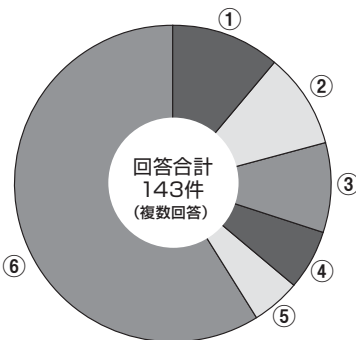
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(合算 1,028名)

Q7 どこで服を買うのか？



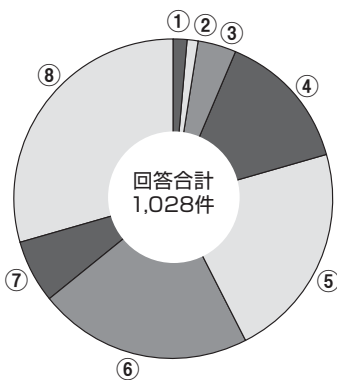
①市場	436名	28.48%
②ショッピングセンター	427名	27.89%
③出店(夜市など)	373名	24.37%
④百貨店	234名	15.28%
⑤専門店	19名	1.24%
⑥オンライン	23名	1.50%
⑦その他	19名	1.24%

Q8 服を買ったことがあるネットショップは？



①Zalora	16名	11.19%
②Facebook online	14名	9.79%
③Lazada.vn	13名	9.09%
④Sendo	9名	6.29%
⑤tiki.vn	7名	4.89%
⑥その他	84名	58.75%

Q9 服代として1か月に使う金額は？

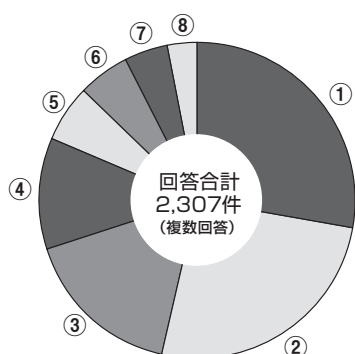


①500万ドン以上	17名	1.66%
②300万ドン以上	10名	0.98%
③200万ドン以上	40名	3.89%
④100万ドン以上	146名	14.21%
⑤50万ドン以上	224名	21.79%
⑥20万ドン以上	225名	21.88%
⑦20万ドン以下	64名	6.22%
⑧未回答	302名	29.37%

※日本/100円=ベトナム/約20,000ドン

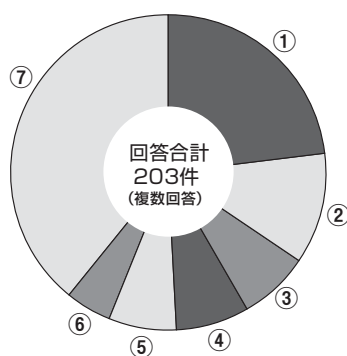
b. ベトナム市場調査／アンケート集計結果(合算 1,028名)

Q10 好きな服の色は？



①白	647名	28.05%
②黒	591名	25.62%
③青	380名	16.48%
④赤	260名	11.27%
⑤紫	140名	6.06%
⑥緑	120名	5.20%
⑦その他	70名	3.03%

Q11 好きなファッション雑誌は？



①ELLE	47名	23.16%
②VOGUE	23名	11.34%
③beauty	15名	7.39%
④modo	15名	7.39%
⑤Harpers BAZAAR	14名	6.89%
⑥Cosmopolitan	10名	4.92%
⑦その他	79名	38.91%

b. ベトナム市場調査(現地工場視察)

(株)安田縫製ベトナム工場

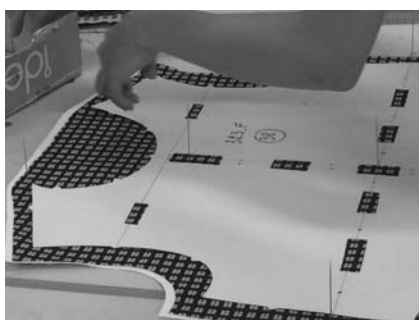
●所在地／ベトナム・ホーチミン市 ●従業員数／400名

●調査日程／2015年11月16日

●調査内容／福島県須賀川市に本社を設ける(株)安田縫製のベトナム工場を訪問し、製造工程等を視察しました。

●生産内容／日本向け……………90%
ベトナム向け……………10%

●生産アイテム／ジャケット、パンツ、コート、シャツ、ワンピース
※ニット製品以外のフルアイテム



b. ベトナム市場調査(現地工場視察)



縫製ライン

作業日報

		10:00	11:00	12:00	1:00	2
8:	ERI ORI A					
1.	385P A 95 07	1.			1.	
	ERI SHINHARI + WARI A					
2.	385P A 95 07	2.			2.	
	ERI ORI A					
	385P A 66 07					
	ERI SHINHARI + WARI A					
3.	385P A 66 07					
	ERI ORI A					
	385P B 11 07					
	ERI SHINHARI + WARI A					
4.	385P B 11 07					
	ERI ORI A					
	385P A 16 07					
	ERI SHINHARI + WARI A					
5.	385P A 16 07					
	ERI ORI A					
	385P A 17 07					
	ERI SHINHARI + WARI A					
6.	385P A 17 07					
	ERI ORI A					
	385P A 96 07					
	ERI SHINHARI + WARI A					
	385P A 96 07					
	ERI ORI A					
	385P A 22 06					
	ERI SHINHARI + WARI A					
	385P A 22 06					
	ERI ORI A					

作業日報



検品エリア

使用針管理台帳



ハンド刺繍



柄合わせ裁断



サンプル製作



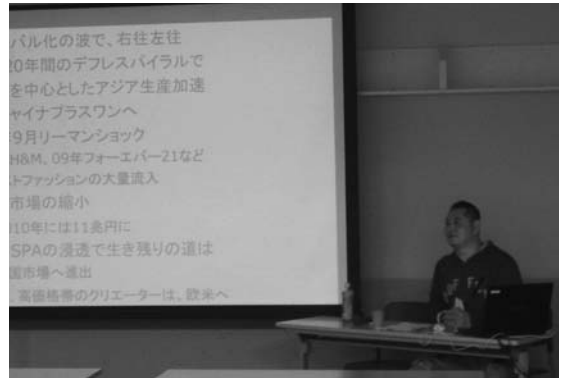
CAD室

C. グローバルマーケティング授業(第1回特別講座概要)

グローバルファッション人材育成 第1回特別講座

講師/久保 雅裕 氏(アナログフィルター『Journal Cubocci』編集長)

- 日時/ 2016年1月15日 13:30~15:50
- 会場/ 国際ビューティ・ファッション専門学校 302教室
- 目的/ グローバルファッションビジネスとメイドインジャパンについて興味を持たせる。
- 対象/ ファッションビジネス科1年(13名)
ファッションデザイン科1年(7名)
- 方法/ 講義形式~Q&A~学生感想文提出



授業風景



C. グローバルマーケティング授業(第1回特別講座レジュメ)

1. グローバルビジネス理解について

異常な入超産業だった日本のファッションビジネス

政府は輸出振興策を展開

- ①テキスタイル分野
- ②アパレル分野
- ③靴分野
- ④皮革分野

2. グローバルスタンダード

オープンプライスと参考上代

輸入価格設定の仕組み

- ①FOB、CIFとは

越境ECの課題は物流

- ①関税とEPA、FTA

ファッションにおけるパリの役割

- ①フランス人が作るヒエラルキー
- ②コレクションと展示会

まだまだあるグローバルスタンダード

- ①ケアラベルと素材表記言語
- ②アゾ染料や子供服の安全基準

3. メードインジャパンについて

高コストだから高付加価値でないと生き残れない

- ①テキスタイル～高密度織物、デニム、綿織物、毛織物

- ②ニット～山形、米澤の先行企業事例

- ③ファッション製品～ジーンズ、「ロウタス」「パドカレ」「アーチ&ライン」
(一部メイド・バイ・ジャパニーズ)

- ④コレクション～先行組と新興勢力

「サカイ」「トーガ」「ミハラ」「カラー」「ホワイテマウンテナリング」「アンリアレイジ」

- ⑤直接投資～グローバル、パリ、NY、東アジア

Jクオリティー商品認証事業(純正国産表示制度)は、3工程(素材・染色整理・縫製)が必要

C. グローバルマーケティング授業 (第1回特別講座 受講者感想文)

私は将来、企業に就職した後に独立し、自分のブランドを立ち上げて、国内のみならず海外でも活動できるようなデザイナーになりたいと考えています。そのために必要な知識や経験談を聞くことができ、とても有意義な時間でした。最近ではH&Mやフォーエバー21など、ファストファッションが大量流入しており、海外SPAの浸透によって生き残る道は中国市場への参入です。さらに高価格帯のクリエイターは欧米へ進出しなければならいと感じました。私は主にコアな顧客が買うような高価格な服をデザイン・販売していきたいと考えていたので、不安がありますが、日本でも海外でも認められるようなブランドづくりに取り組み、成長していきたいと思います。

つねにピラミッド型の関係をめざすのが大事ということが分かって良かったです。「メイド・イン・ジャパン」の話については、現在は様々なモノの多くが中国製になっており、日本の製品は少なくなっています。しかし日本の製品には良いところが沢山あります。その良さを広めたり、もっと知ってもらうためにも、自分自身も「メイド・イン・ジャパン」をキチンと理解すべきだと思いました。日本の技術はとても素晴らしいと思うので、何かのキッカケで広まってほしいですね。

海外にも興味があるので、とても印象的でした。特にパリがファッションの都と言われているのは、パリジェンヌがオシャレだからという理由ではなく、「パリコレ」「トレードショー」などのプラットフォームを用意した賢さから、そう呼ばれていることを知り、今までのイメージが覆されました。

講座のなかで特に印象的だったのは「人とのつながりの大切さ」です。久保雅裕さんは日本のアパレル界を背負って立ち、世界を股にかけて活躍されているお一人ですが、久保さんの社会人スタートが病院の事務職だったと聞いて、とても驚きました。

C. グローバルマーケティング授業(第1回特別講座 受講者感想文)

久保さんの仕事への取り組み方がとても参考になりました。久保さんは就職したときに仕事のやり方が分からないので、とにかく人にやり方を聞いて、さらに新たに企業の方々を紹介してもらう……。このやり方でどんどん人脈を広げていき、様々な企業の人に取材されたそうです。これこそ正に、人と接することが好きだからこそ、出来たことだと思います。

最近のアパレル界の現状として、SPAでは、国内だけではなく、海外への進出を考えている企業が多くなっているようです。代表的な企業として「ユニクロ」が挙げられ、今年2月には海外へのインターシップも考えているようです。日本で売られている製品の大半は中国で作られていましたが、最近ではベトナムやミャンマーでも製造されていることが分かり、大変参考になりました。

パリは数多くの国際基準を持つことで、パリが基準なのだというイメージになりつつあります。このままでは日本は、その基準に従うだけになってしまいますので、日本も数々の基準となるものを持つべきだという考えを聞いて、他国に負けない日本になるためには、日本の良さを基準にすることが大切だと思いました。それは「人の気持ちを考えて先に行動する」といったサービス精神、丁寧で繊細な職人技などです。量や価格などで他国に勝るのは難しいかもしれませんが、日本は高度な技術やサービスで他国に無いものを持っています。量が少なく高価でも、決して需要は無くならないと思います。

「メイド・イン・ジャパン」について教えていただきました。高コストだから、高付加価値じゃないと生き残るのが厳しいのと、今ではファストファッションが日本に沢山あると聞いて、確かにそうだなと思いました。日本製と言えるものは「素材」「染色整理」「縫製」の3工程が必要と教えていただいたので、しっかり覚えておきたいです。

C. グローバルマーケティング授業(第2回特別講座概要)

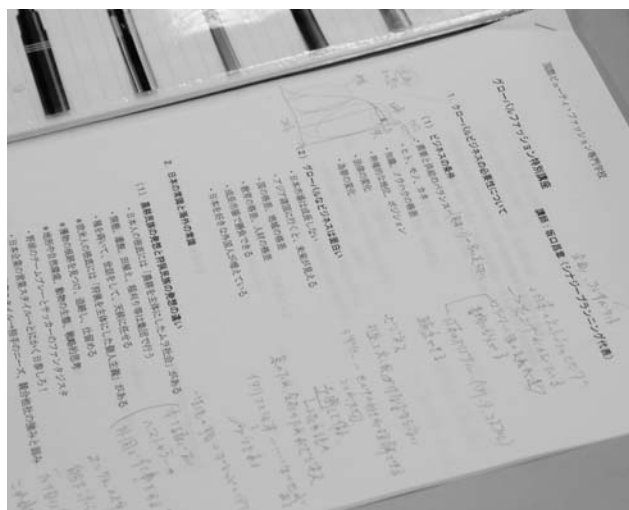
グローバルファッション人材育成 第2回特別講座

講師/坂口 昌章 氏(シナジープランニング代表)

- 日時/ 2016年1月19日 13:30~15:50
- 会場/ 国際ビューティ・ファッション専門学校 303教室
- 目的/ グローバルファッションビジネスと日本のアイデンティティを理解する。
- 対象/ ファッションビジネス科1年(13名)
ファッションデザイン科1年(7名)
- 方法/ 講義形式~Q&A~学生感想文提出



授業風景



C. グローバルマーケティング授業(第2回特別講座レジュメ)

グローバルビジネス理解について

ビジネスの条件

- ①需要と供給のバランス ②ヒト、モノ、カネ ③知識、ノウハウの格差
- ④特権的な地位、ポジション ⑤法律の変化 ⑥為替の変化

グローバルなビジネスは面白い

- ①日本市場は成長しない ②アジア諸国に行くと、未来が見える ③国の格差、地域の格差
- ④教育の格差、人材の格差 ⑤成長市場で勝負できる ⑥日本を好きな外国人が増えている

日本の常識と海外の常識

農耕民族の発想と狩猟民族の発想の違い

- ①日本人の根底には「農耕を主体にしたムラ社会」がある
- ②開墾、灌漑、田植え、稲刈り等は集団で行う
- ③種を蒔いて、世話をして、天候に任せる

※欧米人の根底には「狩猟を主体にした個人主義」がある ※獲物の痕跡を見つけ、追跡し、仕留める

※地形や自然環境、動物の生態、戦略的思考

- ④野球のチームプレーとサッカーのファンタジスタ
- ⑤日本企業の営業スタイル→とにかく日参しろ!

※欧米企業の営業スタイル→相手のニーズ、競合他社の強みと弱み

- ⑥日本企業は、報・連・相

※欧米企業は、自分で判断し、行動する

市場原理と競争

※ダーウィンの進化論→自然淘汰(自然選択)説

※弱肉強食の環境が経済を強くする

※競争を阻害することを法律で規制(独占禁止法)

※所得格差は必然→社会の安定は必要→勝者は弱者を救済する義務

- ①日本の談合主義→競争すると一社に仕事が集中→共存共栄のための順番
- ②新規参入(競争)を規制(許認可主義、大店法等)
- ③結果の平等、所得格差は悪
- ④一億総中流社会、大衆市場、薄利多売

C. グローバルマーケティング授業 (第2回特別講座レジュメ)

(3)「空気を読む」と「主張する」

- ①場の空気を読む→相手の気持ちを察する
- ②集団主義、和を乱さない、協調性
- ③自分の意見を言わず、他人の発言を引用する
- ④個人の意見ではなく、組織内の立場で発言する
- ⑤身内の恥を晒さない→隠蔽体質

※自分の意見を主張する

※他社と異なる意見を持つことが評価される

※個人主義、他人の目を気にしない

※情報公開とフェアプレー

日本のアイデンティティを考える

日本人の自然観

- ①日本のアニミズム(英語:animism)は、生物・無機物を問わず全てのものの中に靈魂、霊が宿っているという考え方)
- ②日本に輸入された神々(儒教、仏教、キリスト教等)
- ③西欧では神が万物を創造→神々しい山を見て創造主の神に祈る
- ④日本では、山そのものを拝む
- ⑤自然のままを愛でる文化、人工的なものを嫌う文化

日本の伝統工芸、伝統文化の特徴

- ①邦楽と西欧音楽の違い
- ②邦楽の楽器、西欧の楽器の違い
- ③邦楽の発声、西欧の発声の違い
- ④日本舞踊とクラシックバレエの違い
- ⑤日本料理、中華料理、フランス料理の違い
- ⑥建築、仏像を塗り直さないこと

鉄砲を捨て、刀を選んだ日本人

- ①戦国時代末期の日本には50万丁の鉄砲があったという説
- ②なぜ、圧倒的な殺傷力を持つ鉄砲を捨てたのか?
- ③西欧の鎧と日本の鎧の違い

C. グローバルマーケティング授業 (第2回特別講座レジュメ)

- ④ 西欧の突き刺す剣、日本の引いて切る日本刀
- ⑤ 機能より美、強さより形を優先する文化

浮世絵、マンガ、ガングロ

- ① ヨーロッパの画家は浮世絵に心を動かされた
- ② 平面に立体を再現することに熱中した西欧 (遠近法、陰影、ハイライト等)
- ③ 平面には平面の美があると考えた日本
- ④ 余白、間、白壁
- ⑤ 紙の姿に近い成熟した大人のフォルムが美しいと考えた西欧の中世
- ⑥ 無垢な子供に神性を感じる日本
- ⑦ 日本の漫画は子供の顔が基本
- ⑧ ガングロに世界のメイクアップアーティストが驚嘆した理由

職人・手仕事を評価する

- ① 肉体労働より頭脳労働を尊重する儒教思想
- ② 新しい技術の導入と伝承を尊重する日本
- ③ 江戸時代に始まった分業と技術の専門化
- ④ 伝統の手仕事、職人技はコンピュータ以上の精度

クールジャパン＝日本の再評価

- ① アニメ、マンガ、ゲーム、キャラクター
- ② ビジュアル系バンド
- ③ ストリートファッション、ゴシック&ロリータ
- ④ ガラパゴスはユニークだ!
- ⑤ 文化人、アカデミズムが評価しないポップカルチャーに対する評価
- ⑥ 歴史上、最も日本が好かれている時代

C. グローバルマーケティング授業 (第2回特別講座 受講者感想文)

「グローバル」ということで、世界基準や世界を知ることが必要なのかなと思っていましたが、むしろ自分の国を知ることが大切で、日本の誇れるものを海外に説明できるようになることが、グローバルにつながる第一歩だと分かりました。まず沢山考えること、そして社交の場で短い時間でいかに自分をアピール・プレゼンできるかの会話力を高めることも大事だと思いました。その国のベストセラー本を読んだり、自分の引き出しを増やすことを実践したいと思います。私は企画にも興味があったので、今回学んだことを参考に、今後の進路選択に役立てていきたいと思っています。

日本の中だけに囚われず、世界に目を向けてみると、もっと大きなビジネスになることもあり、もっと自分の知識を深め、視野を広げることを学びました。日本では協調性が重視されますが、外国では協調性ではなく、個人の能力が大切にされます。日本の社会人の常識とされている「報・連・相」は通用せず、日本人が大事にしている集団行動は外国では不要なもののようにです。しかし、日本人の協調性は、私たちの強みであり、ひとつのビジネスの手段でもあります。日本人としての文化も大切にしつつ、個人として主張する強さを身につけることも大事であり、将来はそのような人材になりたいと思いました。

海外と日本の良いところ、悪いところ、発想の違いなど、いろんなことを知ることができました。特に印象に残ったのは「あった方がいいと思ったもの」「ここに無いもの」を予測して考え、企画していくには「去年と変わったところ」「自分がやるなら、どうやるか」など、自分なりに予測して考えて、つねに訓練しているという点でした。私も企画に興味があるので、「何でそうなんだろうか」「こうした方がいいんじゃないか」など、つねに考えていくようにしたいと思いました。ビジネスは努力だけでは成功できないことも分かりました。努力も大切だけど、周りの環境もキチンと見て、法律の変化や為替の推移にも影響されるので、様々なところを見ていくのも大切だということが分かりました。

ロリータや日本のファッション、中国についてなど、初めて聞く話が多かったです。特に驚いたのは、海外では個人の力が大事だということでした。

C. グローバルマーケティング授業(第2回特別講座 受講者感想文)

日本のアパレルでは、「ネットモール」などの通販サイトの需要が高まっています。それとは逆に店舗販売の百貨店などは販売が低下しており、時代が大きく変化していることが分かりました。企画の仕事をされていた坂口さんは、「企画とは予測販売」と語れました。「つねに新しいモノを考え、提案する」ことが大事だと分かりました。そして、自分が良いと思ったものを提案するのではなく、お客様や会社が欲しいと思うものを第一に考えることの大切さも。坂口さんはショップに入ると、つねに商品をチェックして、何が面白いのか、何がつまらないのかを考えておられ、つねに新しい考えを持っていらっしゃるように感じました。いつも周囲の環境を観察し、日本国内だけを視るのではなく、グローバルに幅広く捉えるだけで、考え方がまったく新しくなることがあります。今まで私の中では「中国」に対するイメージが悪かったのですが、今回の話を聞いて、中国には中国の良さがあり、面白みのある、チャンスをつかめる国だと理解することができました。中国以外にも、ヨーロッパなどは「個人主義」が重視されるのに対し、日本は「集団主義」であり、国によって文化の違いがあり、社会の成り立ちが違うことが分かりました。

C. グローバルマーケティング授業(第3回特別講座概要)

グローバルファッション人材育成 第3回特別講座

講師/村重 達也 氏(織研新聞社アッシュ編集長)

- 日時/ 2016年2月2日 13:30~15:50
- 会場/ 国際ビューティ・ファッション専門学校 303教室
- 目的/ グローバルファッションの必要性について理解する。
- 対象/ ファッションビジネス科1年(13名)
ファッションデザイン科1年(7名)
- 方法/ 講義形式~Q&A~学生感想文提出



授業風景



C. グローバルマーケティング授業(第3回特別講座レジュメ)

ファッションにおけるグローバルとは何だろう？

なぜ日本からグローバルブランドが生まれにくいのか？

⇒「グローバルとは、ピンチの裏返し。ピンチはチャンスということ」

「グローバルブランドは常に、負け組み・ピンチ組みから生まれる。土俵際こそがスタート地点」

グローバルなステージとは何か？そこで求められるのは？

「他の国や文化を知ることよりもむしろ、個性の明確化。自分や自社、自社ブランドは何かをきちんと国際的に説明できること」

「クールジャパン??」

⇒自分たちで気づきたかった。気づかないといけない

グローバルビジネスについて

グローバルで仕事をするには。活躍する人の条件

「自分で判断。自分で責任を取る。ルールを塗り替えても良い」

「何となく、はNG」

「自分の意見を言う、人と対立することを恐れない。対立を経て、融和できること。本当のマジ友を作ろう!」

「言葉はその後でも良い」

ビジネス条件

量ではなく質。量と資源・国境を越える質／付加価値とは

C. グローバルマーケティング授業(第3回特別講座 受講者感想文)

ファッション業界はどんどん衰退していて、売上げが24兆円から19兆円まで落ちていることにショックを受けました。しかし、逆に考えると、このような状況はチャンスに変わると聞き、今後いかに自分がファッション業界に携わり、どのようにして再び売上を伸ばしていけるのかを考えられるよう、発想力を身につけられるように勉強に励んでいきたいと思えます。

私たち目線でお話しして下さり、わかりやすく、とてもためになるものばかりでした。今までの3回の講演で口を揃えておっしゃっていたこと。それは「母国を知ること」。グローバル活動をするうえで自国を知っておくことが強みになると言います。また、FAになるうえでアドボカシーが大事だと言われました。相手にできることは何でもやる。そのアドボカシー精神でお客様に感動を与えられるように頑張りたいと思えます。

グローバルとはピンチの裏返しであり、ピンチはチャンスという事も聞き、今後、ピンチをチャンスに変えていこうと思いました。「グローバルは常に負け組、ピンチ組から生まれる。土俵際こそがスタート」という言葉がとても印象に残りました。

日本で1年間にファッションに使っている額は約19兆円。これはアメリカと同じくらいで、日本の人口は約1億人、アメリカの人口は約3億人。このことから日本人はおしゃれが好きなのが分かる。日本ではなにがかっこいいのか、どんな国なのか、いわゆるクールJAPANを知ることが、グローバルになるために最初に必要なことだと知った。

NYにある「バーグ・ドルフ・グッドマン」。ここは周りと変わりのないブランドが入っているデパートだが、「売上を伸ばすことは考えず、まずはお客様のためにできることは何でもやる精神」を教訓に、サービスを行った。その結果客数が伸び、売上げも伸びていった。という話に感動した。

C. グローバルマーケティング授業(第3回特別講座 受講者感想文)

海外では日本のファッションのことを聞かれることが多い。何を売りにしているのかなど、明確なことをきちんと説明できなければいけない。知らない人たちへの伝え方が大事である。今回の講義でやっとグローバルについて詳しく理解することが出来た。日本のことだけでなく、海外での日本の印象や、海外との違いを知ることが出来た。自分の将来のことにも的確なアイデアや違う考え方を教えてもらい、いろんな考え方でたくさんのことを調べようと思った。将来に役立つことをたくさん教えてもらい、本当に良かったと思う。

話の中で、「自分の意見を言う、人と対立することを恐れない。対立を経て融和できること。本当のマジ友を作ろう!」という言葉聞いて、とても大切なことだと思いました。これからはもっとたくさんの人に出会い仕事をしようと思うので、今のうちにいい関係をどうやって作るか学ぶべきだとも思いました。

グローバルなステージとは、他国の文化を知ることよりも、個性の明確化、自分や自社、自社ブランドは何かをきちんと国際的に説明できることだという事を知ることが出来ました。また、発想は人からしか生まれないので発想することはとても大切なことだと知りました。今日のことを忘れずにこれからも頑張っていきたいと思いました。

d. 地域ファブリック授業

地域ファブリック授業(福島県素材研修)

ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成

- 日 時／2016年1月29日(金) 10:30～15:00
- 場 所／かわまたシルクピア「からりこ館」
- 目 的／福島県を代表する素材「川俣シルク」の産地・伊達市川俣町でシルクの染色加工を体験し、素材産業・地域産業の知識を深める。
- 指導員／菅野 美枝子 氏
- 対 象／ファッションビジネス科1年(13名)
ファッションデザイン科1年(7名)



内 容

- 仕様素材／各種ストール ●染料／コチニール ●媒染／鉄・銅・アルミ・錫

工 程

- ① 素材を選ぶ
バイアスシホン・シャーリング・サテンストライプ
素材に各自名前(布)を付ける。
- ② 染液を作る
前日に煮出し、温めて染色に使用する。
- ③ 地染をする
たらい4ヵ所に染色液を分ける。(1班5名で使用)
各自のストールを動かしながら、20分位空気を抜きながら染める。すすいで脱水する。
- ④ 媒染を選ぶ
各自選んだ媒染液に、20分位入れて空気を抜きながら浸した後、すすいで脱水する。
- ⑤ 媒染後、染液に入れて煮染めする。(80℃まで上がったら火を止め、冷めるまで放置する)
- ⑥ 水洗いをして仕上げる。(脱水)

d. 地域ファブリック授業

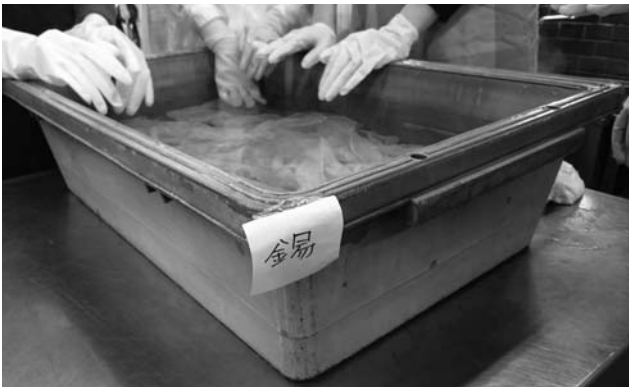
授業風景



①説明・素材を選ぶ



②地染め



③媒染



④煮染め



⑤脱水し、完成



⑥完成品



d. 地域ファブリック授業(参加者感想文)

染色には段階があり、いくつかの過程を経て染めることを初めて知りました。また、媒染では錫、アルミ、銅、鉄があり、それぞれ色の染まり方が違うので面白いなと思いました。次回はまた違う染め色や模様を試してみたいと思いました。

染色をしたことがなかったのですごく楽しみにしていました。私はシャーリングの布を鉄で染めました。難しかったのが空気を抜きながら染めることです。空気を抜かないとムラが出てしまい綺麗に染め物が出ないからです。シャーリングは空気が入りやすく、指導員の方にも手伝って頂きました。完成するとすごい達成感があるのでまたやってみたいと思いました。

今回初めて染色を体験しました。しっかりと色を入れるためには同じような過程を何度も繰り返す地道な作業が必要だということを学びました。また、細かい温度管理が必要ということも知ることが出来ました。

色は紫で若干思っていた色ではなかったが、染色は、いろいろな色につけることによって仕上がる色も違うと分かった。それに加えて、つけておく時間・温度によっても変化し、全く同じ色を作り出すのは難しいと教えてくれた。今回私たちが染色したストールも、世界に1つしかない自分だけの色だと気づいた。

染料を繊維に定着させる工程に錫やアルミなどの金属を使用することに驚きました。また、染料は前日から煮出すことが必要で、とても時間がかかることを学びました。今回は動物由来のコチニールを使用しましたが、他にも植物由来の茜、藍、ウコン、ベニバナなどがあることも知り、今後を活かしていきたいと思いました。

d. 地域ファブリック授業(参加者感想文)

この染色をするには、染色液を作り、地染め、媒染、煮ぞめと、たくさんの工程があることが分かりました。また、実際に体験をしてみて時間も手間もかかり、丁寧にやらないときれいに染まらないのでとても大変でした。でも、きれいな濃いピンクに染めることが出来て良かったです。

染める前の下準備がこれほど時間がかかるとは思いませんでした。また、染める時間によって色が濃くなるので、毎回同じ色にならないのは特別だと思いました。

スカーフ染めでは、縛ったり、輪ゴムを巻きつけたり、糸で縫ったり、割り箸で挟んだりして、模様をつけることもとても楽しかったです。自分はスカーフを結んで染めましたが、思っていた通りに染まらず少し残念でした。しかし、ストールのほうは薄紫にきれいに染まりとても満足でした。

染色の体験は今回が初めてで、いろいろなことを知ることが出来ました。染める工程が意外と多く手間がかかっていることに驚きました。しかし、自分の手で染め物をし、いい仕上がりになったのでとても良い経験になりました。

ストールを液に浸している間にハンカチーフを染めました。模様をつけるときは、ゴムで結んだり、糸で縫ったりして、模様を付けます。結んだところ、縫ったところが白くなるようになっていました。私はゴムで結んで丸の模様にしました。貴重な経験が出来たので、今後に活かしていきたいです。

e. 合同成果発表会

「東日本大震災からの復興を担う専門人材育成支援事業」

「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業」

平成27年度FSGカレッジリーグ合同成果発表会

●日 時／ 2016年2月16日(火) 14:00～16:30

●会 場／ 郡山ビューホテルANNEX 4階 花勝見

●参加校／ 国際ビューティ・ファッション専門学校

「ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」

郡山情報ビジネス公務員専門学校

「福島の子ども達を健康に導く運動プログラム普及と指導者育成事業」

「福島版MICEに対応できる中核的人材育成事業」

専門学校国際情報工科大学校

「再生可能エネルギー・スマートグリッド分野技術者育成事業」

国際アート&デザイン専門学校

「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」

●出席者／ 200名(教育機関・行政機関・一般企業・各種団体等)



平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

事業概要

課題・ニーズ・背景・目的

- | | |
|--------|---|
| 課題 | ●中国を主とした海外へのアパレル・縫製関連工場の移転に伴う 福島県内のテキスタイル・縫製産業の縮小
●県産テキスタイル企業募集にめざす学生の減少 |
| ニーズ・背景 | ●福島県内のテキスタイルや縫製の分野において企画力ができる人材を求めている
●アパレル業界における地域活性化の必要性 |
| 目的 | ●地元産業の活性化と、若い人材の確保
●国内にとどまらず、海外に目を向けグローバルな人材を育成する |

平成27年度の具体的な取組内容

- 「ファッション分野におけるグローバルな人材育成プロジェクト」を参考に地方版カリキュラム作成
- 地元ファッション産業の内容理解と商品開発できる人材の育成
 - 国際市場を理解するため、ベトナムにおける地域・歴史・文化を学ぶ
 - 国際的なマーケティング力とプレゼンテーション力を学ぶ
 - 実証講座においては、アジア(ベトナム)をターゲットとした福島の素材の商品開発をし、サンプルを制作する
 - ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う

成果目標

- 平成27年度の事業においてカリキュラム開発、実証講座を実施する
- 実証講座においては、アジア(ベトナム)をターゲットとした地元素材の新品サンプルを制作する
 - ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う

実施体制イメージ図

ファッション分野における
人材育成学コンソーシアム連携事業

ファッションテキスタイル産地プロジェクト
全国版カリキュラム

- 地域版【ファッション分野におけるグローバルな人材育成プロジェクト】
- 地域の特産素材や製造技術を使用し、海外に向けた商品企画ができる人材を育成
 - 海外の地域文化にマッチングさせ、現地にニーズに合った企画・デザインのできる人材の育成

カリキュラム概要と目標

アパレルに精通した ファッションクリエイター人材育成

- 産地に赴き実際に触れる必要性
- 素材について専門知識の強化
- メイドインジャパンのテキスタイルの良さを知る
- 生地の大切さ、加工の難しさを知る
- 素材の特徴を生かしたデザイン・作品づくりを行う
- 他校との合同プロジェクトによる学生間の交流

グローバルファッション人材育成

- 学生たちが主体的に参加できるようなスタイル
- 国際市場の理解と魅力を伝えられるような環境づくり
- ベトナムの教育機関において現地学生に日本の文化、服飾の素材をアピールし素材検証、アンケートによる評価を行う

e. 合同成果発表会

平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

平成27年度事業内容①

ベトナムファッション需要市場調査

2015年11月13日 ベトナム・ホンバン国際大学
ベトナム・ホンバン国際大学のファッション・デザイン分野の学生を対象にアンケート調査を実施しました。
●ホーチミン私立ホンバン国際大学(Hong Bang University International)16学科・61学科・学生数16,000名



2015年11月14日・15日 Japan Festival in Vietnam 2015

会場内に本事業に関するPRブースを設け、一般来場者1,000名以上に対し、アンケート調査を実施しました。
●主催/観光庁、日本政府観光局(JNTO) ●日程/2015年11月14日(土)・15日(日) ●会場/9月23日公開
●目的/「食」「住」「技術」「文化」「伝統」「観光」のJapan Styleを体感してもらう
①日本企業のベトナム進出支援、教育機関の訪日留学生拡大支援 ②日本ブランドの紹介による日本への観光客誘致
●来場/150,000人



2015年11月16日 安田縫製ベトナム工場

福島県須賀川市に本社を設ける(株)安田縫製のベトナム工場を訪問し、製造工程等を視察しました。
●(株)安田縫製ベトナム工場(ホーチミン市)/従業員数400名



平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

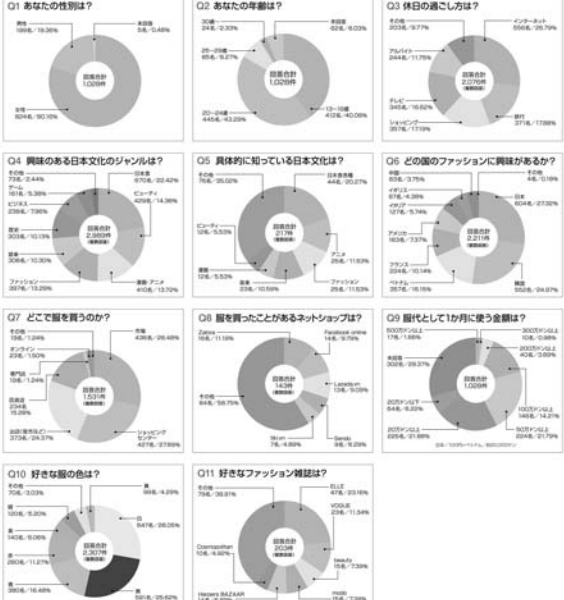
平成27年度事業内容②

ベトナムファッション需要市場調査報告

●調査対象/1,028名(ホンバン国際大学生86名+Japan Festival in Vietnam 2015来場者942名)

●実施方法/①ホンバン国際大学を訪問し、同校のファッション・デザイン分野の学生を対象に実施

②Japan Festival in Vietnam 2015会場内にPRブースを設け、一般来場者を対象に実施



平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

平成27年度事業内容③

グローバルファッション人材育成

第1回特別講座 講師/久保 雅裕 氏(アナログフィルタ「Journal Cubocci」編集長)
●日時/2016年1月15日 13:30~15:50
●会場/国際ビューティ・ファッション専門学校 302教室
●対象/ファッションビジネス科1年(13名)、ファッションデザイン科1年(7名)
●方法/講義形式-Q&A-学生感想文提出

第2回特別講座 講師/坂口 昌幸 氏(シナジープランニング代表)
●日時/2016年1月19日 13:30~15:50
●会場/国際ビューティ・ファッション専門学校 303教室
●対象/ファッションビジネス科1年(13名)、ファッションデザイン科1年(7名)
●方法/講義形式-Q&A-学生感想文提出

第3回特別講座 講師/村重 達也 氏(編研新聞社アッシュ編集長)
●日時/2016年2月2日 13:30~15:50
●会場/国際ビューティ・ファッション専門学校 303教室
●対象/ファッションビジネス科1年(13名)、ファッションデザイン科1年(7名)
●方法/講義形式-Q&A-学生感想文提出

ファブリックに精通したファッションクリエイター人材育成

●日時/2016年1月29日(金) 10:30~15:00
●会場/かわまたシルクピア「からりこ蔵」(伊達市川俣町)
●指導/菅野 美枝子 氏(かわまたシルクピア)
●対象/ファッションビジネス科1年(13名)、ファッションデザイン科1年(7名)
●内容/県内代表素材「川俣シルク」の産地で、シルクの染色加工を体験し、素材産業・地域産業の知識を深めました。

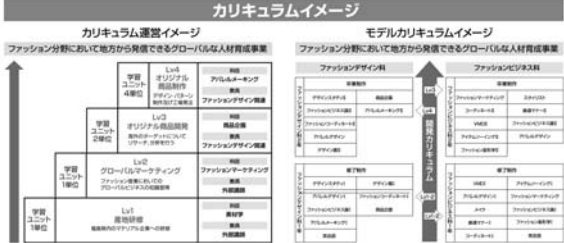
平成27年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

平成27年度事業成果

実証カリキュラム・予定カリキュラム

平成27年	ファッションデザイン科1年/ファッションビジネス科1年 ●グローバルファッション特別講座(LV1.2.3) ●産地素材体験実習(染色) ●海外文化研究	ファッションデザイン科2年/ファッションビジネス科2年 ~平成28年に導入予定~
平成28年	ファッションデザイン科1年/ファッションビジネス科1年 ●グローバルファッション特別講座(LV1.2.3) ●素材研修(繊維分析/縫製/染色) ●産地素材体験実習(縫製/染色) ●コミュニケーション技法習得 ●海外文化研究	ファッションデザイン科2年/ファッションビジネス科2年 ~学校設置済~ ●デジタル商品制作(FD科) ●グローバルマーケティング(FB科) ●グローバルファッション特別講座(LV4.5.6) ●産地素材研修 ●プレゼンテーション技法習得 ●海外文化研究

ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材



事業成果

目的/全国版カリキュラムを参考に地方版カリキュラムの作成

プロジェクトの成果

- 産地産業と海外の連携したカリキュラム構築・開発・実証
- 産地素材の海外需要と適合性
- 海外で求められている人材像
- ベトナムにおいて日本文化、産地素材のアピール

学生の成果

- グローバルファッション理解
- 特産素材の特徴理解と素材加工の習得

今後の展開

- 産地素材を使用したデザイン制作
- 海外生産のルーティン理解実証
- 海外学生との連携授業
- 特産素材を使用した制作物の海外への発信

IV カリキュラム

カリキュラム

平成27年

ファッションデザイン科1年／ファッションビジネス科1年

- グローバルファッション特別講座(LV1、2、3)
- 産地素材体験実習(染色)
- 海外文化研究

ファッションデザイン科2年／ファッションビジネス科2年

～平成28年に導入予定～

平成28年

ファッションデザイン科1年／ファッションビジネス科1年

- グローバルファッション特別講座(LV1、2、3)
- 産地素材体験実習(織り・染色)
- 海外文化研究
- 素材研修(繊維分析・精練・撚糸)
- コミュニケーション技法習得

ファッションデザイン科2年／ファッションビジネス科2年

～学科別授業～

- オリジナル商品制作(FD科)
- グローバルマーケティング(FB科)

～グループワーク～

- グローバルファッション特別講座(LV4、5、6)
- プレゼンテーション技法習得
- 産地素材研修
- 海外文化研究

ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材

カリキュラム

モデルカリキュラムイメージ

※国際ビューティ・ファッション専門学校の場合

ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

ファッションデザイン科

2年

卒業制作	
デザインスタディⅡ	商品企画
ファッションビジネス論Ⅱ	アパレルメーキングⅡ
ドレーピング	デザイン画Ⅱ
オーラル コミュニケーション	アパレルメーキングⅡ

1年

修了制作	
デザインスタディⅠ	デザイン画Ⅰ
アパレルデザインⅠ	ファッション コーディネートⅠ
ファッションビジネス論Ⅰ	文化概論
ファッションカラー	英会話
アパレルメーキングⅠ	ドラフティング
ドラフティング	就職実務

ファッションビジネス科

2年

卒業制作	
ファッション マーケティング	接遇マナーⅡ
ファッション コーディネートⅡ	ファッション ビジネス論Ⅱ
VMDⅡ	アイテムソーイングⅡ
商品企画	オーラル コミュニケーション

1年

修了制作	
VMDⅠ	アイテムソーイングⅠ
英会話	ファッション マーケティング
メイク	ファッション ビジネス論Ⅰ
ファッションカラー	文化概論
接遇マナーⅠ	ファッション造形学Ⅰ
ファッション コーディネートⅠ	就職実務

開発カリキュラム

Lv.4
Lv.5
Lv.6

Lv.4
Lv.5
Lv.6

Lv.1
Lv.2
Lv.3

Lv.1
Lv.2
Lv.3

カリキュラム

開発カリキュラム成果活用イメージ

ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材
習得要素／グローバルマインドを持った人材

ファッションデザイン系学科 ファッションビジネス系学科	↑	開発カリキュラムトータル学習ユニット	学習ユニット 領域別科目	Lv.5 オリジナル商品制作 素材を活かした デザイン・トワフル・縫製	Lv.5 商品企画 ターゲット別 アパレル製品企画
			学習ユニット 領域別科目	Lv.4 アパレルマーケティング 服飾造形基礎 ～応用の習得	Lv.4 グローバルファッション マーケティング 海外のターゲットについて リサーチ、分析を行う
			学習ユニット 共通科目	Lv.3 素材学 素材基礎～応用及び地元企業への研修	
			学習ユニット 共通科目	Lv.2 文化概論 日本国内および海外の文化についての基礎知識習得	
			学習ユニット 共通科目	Lv.1 コミュニケーション学・ プレゼンテーション学(英会話) ファッション産業において英語での ビジネス会話用語・知識の習得	

※学校の立地条件や各地場産業に合わせ、研修内容などはオリジナルカリキュラムを開発

※履修期間や授業時間などに合わせ、学習ユニット・カリキュラムは応用

V 総括

今回の成果

目的／全国版カリキュラムを参考に地方版カリキュラムの作成

●プロジェクトの成果

- ①地場産業と海外の連携したカリキュラム構築・開発・実証
- ②産地素材の海外需要と適合性
- ③海外で求められている人材像
- ④ベトナムにおいて日本文化、県産素材のアピール

●学生の成果

- ①グローバルファッション理解
- ②特産素材の特徴理解と素材加工の習得

今後の展開

●産地素材を使用したデザイン制作

●海外生産のルーティン理解実証

●海外学生との連携授業

●特産素材を使用した制作物の海外への発信

総 括

近年のファッション業界における国内市場は大きく変化している。日本製品の品質の良さは国内外でも評価が高いが、価格の安い海外製品が大量に生産・輸入され、国内生産量が激減している。こうした外的要因より、素材企業や縫製工場が立ち行かず、国内の製造構造が空洞化しているのが現状である。福島県も例外ではなく状況は深刻である。こうした伝統的な価値が認められる産業を復興・活性化させるためにも、世界を視野に入れて地方から発信できるグローバルな企画力を備えた人材育成が急務であると考えられる。

平成27年度、文部科学省委託事業のファッション分野において、地方から発信できるグローバルな人材育成事業の地方版カリキュラム構築に取り組み、初年度の事業として市場調査市場・業界調査を実施したが、情報を収集し理解を深めるに連れて、ファッション分野のさらなる可能性を確信できた。中央でのコンソーシアム事業を基盤として、地方だからこそ実現できるオリジナル企画の具体化に向けて、教育機関と企業・団体等がさらに連携を強化することで、どの地域でも使用可能なカリキュラム構築を実現できる手応えを感じている。

今後はアジア各国の特徴を分析し、カリキュラムの内容による国別産官学連携を強化し、情報・発想・デザイン・物流などの諸業務を各国の連携校と共有化できるシステムづくりに取り組み、プロのバイヤーと一般ユーザーの双方から最終評価をいただけるよう検討していきたい。

地方のファッション産業が今後さらなる発展を遂げ、未来を切り開く若者を育成するため、このコンソーシアムの各セクションの方々よりアイデア等をいただき、連携しながら継続的に検討・修正を繰り返しながら、各地域及び日本のファッション業界の発展に寄与していきたいと考えている。

平成27年度 文部科学省
「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
ファッション分野において地方から発信できる
グローバルな人材育成事業
事業報告書

発行／平成28年3月

編集・発行／ファッション分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業 推進協議会

問合せ・連絡先

学校法人 新潟総合学院

 **国際ビューティ・ファッション専門学校**

〒963-8811 福島県郡山市方八町2-4-21

フリーダイヤル ☎ **0120-442-335**

<http://www.b-f.ac.jp>

E-mail bf@nsg.gr.jp

学校法人 新潟総合学院
国際ビューティ・ファッション専門学校

