

平成 27 年度

ファッション・ビジネス系専門職大学院認証評価
自 己 点 検 評 価 書

[日本高等教育評価機構]

平成 27(2015)年 6 月

文化ファッション大学院大学

目 次

I. 建学の精神・専門職大学院の基本理念、使命・目的、 専門職大学院の個性・特色等	1
II. 専門職大学院の沿革と現況	2
III. 評価機構が定める基準に基づく自己評価	
基準 1 使命・目的等	3
基準 2 教育課程	8
基準 3 学生	32
基準 4 教員	38
基準 5 教育研究環境	44
基準 6 自己点検・評価	47
V. エビデンス集一覧	
エビデンス集（資料編）一覧	51

I. 建学の精神・大学の基本理念、使命・目的、大学の個性・特色等

1. 建学の精神、基本理念

文化ファッション大学院大学（以下「本大学院」という。）は、「ファッション分野における知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立し、国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材を育成する」ことが建学の精神であり、そしてこの建学の精神を教育に具現化させることを教育理念としている。

本大学院は、平成18(2006)年に理論と実務を架橋した教育研究を行う専門職大学院を設置する大学院大学として開学した。

開学した当時のファッションビジネスをめぐる環境は、グローバル化や生活者意識の変化など大変革の渦中にあった。また内閣府もファッションを知財ビジネスの一つとして位置づけ「デザイナー、ビジネスマネジメント人材及びデザイン創作活動を支える人材の育成を充実するために大学は専門職大学院を検討する」ことを提言していた。グローバル視点での「日本ブランド」を創造し世界に発信できる「知財創造産業のビジネスモデル」を確立・実践する人材の育成が要請されていた。

本大学院は、そのような時代背景の下、知財創造ビジネスとして位置づけられるファッションビジネスのプロフェッショナル人材を育成するために、日本初のファッションビジネス専門職大学院として開学した。

平成26(2014)年に、建学の精神をより分かり易く親しみのあるフレーズにした「ファッション知財を世界市場へ(Fashion intellectual property for the global market)」を決定した。

2. 本大学院の使命・目的

専門職大学院は、理論と実務を架橋した教育を行うことを基本とする。そして本大学院の使命・目的は、「本大学院ファッションビジネス研究科は知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立する研究を行い『国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材』を育成する」である。

3. 本大学院の個性・特色

本大学院は、上記の建学の精神、使命・目的に沿ってファッションビジネス研究科を設置し、さらにこのファッションビジネス研究科に、ファッション知財を創造するクリエイターを育成するファッションクリエイション専攻と、ファッション知財をビジネスに結実させるファッションビジネス・マネジャーを育成するファッションマネジメント専攻からなる2専攻を設置している。

そしてファッションビジネス研究科では2つの専攻による「ファッションビジネスにおける高度な能力を持ったリーダーの育成」と「グローバル市場で展開する新たなビジネスモデルの追求」を特色としている。

「ファッションビジネスにおける高度な能力を持ったリーダーの育成」

ファッションビジネス研究科では、クリエイションとマネジメントの2つの視点を兼ね備えたファッションビジネスのリーダーを育成する。目的とする専門性にあわせ、独自の

デザインを生み出す創造力や、デザイナーの感性と生産ラインをつなぐ高度なテクニックを修得するための研究を行う「ファッションクリエイション専攻」と、ファッションビジネスの経営・経営管理に関する理論・手法を研究する「ファッションマネジメント専攻」の2専攻からなる。各専攻は他専攻の科目履修を可能にしているのも特色のひとつである。

「グローバル市場で展開する新たなビジネスモデルの追求」

このような人材の育成とともにグローバル市場で展開する新たなビジネスモデルを研究することは、日本のファッション産業の再構築に貢献することに連なり、これがファッションビジネス研究科の目的である。

II. 沿革と現況

1. 本大学院の沿革

＜文化学園、文化ファッション大学院大学の沿革＞

本大学院の沿革は、設置法人である文化学園の創設に遡及する。文化学園は、大正中期の準備段階を経て、大正12(1923)年6月、東京府からわが国最初の洋裁教育の学校として認可された。以来、文化学園は90年近くにわたり、日本のファッション教育の中心的存在として主導的な役割を果たしてきた。その活動は歴史とともに広がりを見せ、昭和11(1936)年の文化服装学院への改称や、昭和25(1958)年の文化女子短期大学(現文化学園大学短期学部)の開学、昭和39(1964)年の文化女子大学(現文化学園大学)開学、平成10(1998)年の高層新校舎完成、平成15(2003)年の文化ファッションビジネススクール開校などを節目としながら、高度なファッション教育を行ってきた。このような文化学園のファッション教育の蓄積を基盤に、ファッションビジネスに特化した専門職大学院である文化ファッション大学院大学が平成18(2006)年に開学した。

大正8(1919)年	「並木婦人子供服縫製教授所」創設
大正11(1922)年	「文化裁縫学院」開設
大正12(1923)年	「文化裁縫女学校」に改称。わが国初の洋裁教育各種学校として認可
昭和10(1935)年	「財団法人並木学園」を設置認可
昭和11(1936)年	「文化裁縫女学校」を文化服装学院に改称
昭和25(1950)年	「文化女子短期大学(現文化学園大学短期学部)」開学
昭和26(1951)年	「学校法人並木学園」に組織改定
昭和39(1964)年	「文化女子大学(現文化学園大学)」開学
昭和48(1973)年	法人名を「学校法人文化学園」に改称
昭和55(1980)年	「文化外国語専門学校」開校
平成10(1998)年	超高層新校舎(21階建て)完成
平成15(2003)年	「文化ファッションビジネススクール」開校
平成18(2006)年	「文化ファッション大学院大学」開学 ファッションビジネス研究科ファッションクリエイション専攻・ファッションマネジメント専攻を設置
平成23(2011)年	「文化女子大学・文化女子大学短期学部」を「文化学園大学・文化学園大学短期学部」に改称

文化ファッション大学院大学

2. 本大学院の現況

- ・ 大学名 文化ファッション大学院大学
- ・ 所在地 東京都渋谷区代々木 3-22-1
- ・ 研究科 ファッションビジネス研究科（ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻）

研究科構成・入学定員・収容定員・在籍学生数 [平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

研究科	専攻	入学定員	収容定員	在籍学生数		
				1 年	2 年	計
ファッション ビジネス	ファッションクリエイション (ファッションデザインコース) (ファッションテクノロジーコース)	50	100	46	48	94
	ファッションマネジメント (ファッション経営管理コース)	30	60	22	26	48
計		80	160	68	74	142

教員数 [平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

研究科	専攻	教授	准教授	講師	助教	助手	計
ファッション ビジネス	ファッションクリエイション	3	3	0	5	0	11
	ファッションマネジメント	6	1	0	2	1	10
計		9	4	0	7	1	21

職員数 [平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

研究科	事務局	法人本部	計
ファッションビジネス	5	3	8
計	5	3	8

Ⅲ. 評価機構が定める基準に基づく自己評価

基準 1. 使命・目的等

1-1 使命・目的及び教育目的の明確性

《1-1 の視点》

(1) 1-1 の自己判定

基準項目 1-1 を満たしている。

(2) 1-1 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

1-1-① 意味・内容の具体性と明確性

本大学院は、「ファッション分野における知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立し、国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材を育成する」を建学の精神とし、この建学の精神を教育に具現化させることを教育理念としている。

この建学の精神に基づき「知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立するための研究を

行い『国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材』を育成する」が使命・目的である。またファッション及びファッションビジネスに特化した日本で唯一のファッション分野の専門職大学院として、ファッションビジネスの発展に寄与していくことも本大学院の使命・目的である。

このような社会的使命を踏まえて、本大学院の教育目的を「文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則」（目的）第1条に次のように定めている。

（目的）

第1条 文化ファッション大学院大学（以下「本大学院」という。）は、学術の理論及び応用を教授研究し、高度の専門性が求められる職業を担うための深い学識及び卓越した能力を培うことを目的とする。これにより、本大学院ファッションビジネス研究科は知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立するための研究を行い、「国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材」を育成する。

以上のとおり、本大学院の使命・目的及び教育目的は、学則においてその意味・内容を具体的かつ明確に示している。

◇エビデンス集 資料編【資料 1-1-1～1-1-3】参照

1-1-② 簡潔な文章化

本大学院の使命・目的及び教育目的は、「I. 建学の精神・大学の基本理念、使命・目的、大学の個性・特色」及び「基準 1. 1-1-①」で述べたとおり学則や、本大学院の入学案内、本大学院ホームページに「簡潔な文章」で明確に文章化されている。

さらに建学の精神と、それに沿った使命・目的をより一層簡潔に文章化するために、「ファッション知財を世界市場へ（Fashion intellectual property for the global market）」をキャッチフレーズとして使用している。

◇エビデンス集 資料編【資料 1-1-1～1-1-3】参照

(3) 1-1 の改善・向上方策（将来計画）

本大学院の使命・目的及び教育目的は、建学の精神に合わせて、ファッションビジネス分野の専門職大学院に対する社会からの期待を踏まえ、時代の変化に応じた表現となるように、「教育・研究委員会」で必要に応じて改善していく。

1-2 使命・目的及び教育目的の適切性

《1-2 の視点》

(1) 1-2 の自己判定

基準項目 1-2 を満たしている。

(2) 1-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

1-2-① 個性・特色の明示

本大学院の個性・特色は、建学の精神、使命・目的に沿って設置されたファッションビジネス研究科と、このファッションビジネス研究科の2つの専攻であるファッション知財

を創造するクリエイターを育成するファッションクリエイション専攻と、ファッション知財をビジネスに結実させるファッションビジネス・マネジャーを育成するファッションマネジメント専攻に具現化している。

ファッションビジネス研究科では、クリエイション分野とマネジメント分野の2つの専攻における「ファッションビジネスにおける高度な能力を持ったリーダーの育成」と「グローバル市場で展開する新たなビジネスモデルの追求」を特色としている。

本大学院の研究科・専攻は、「文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則」第2条で次のように定めている。

（研究科・専攻）

第2条 本大学院は、専門職大学院とし、専門職学位課程のファッションビジネス研究科を置く。

2 ファッションビジネス研究科に、次の専攻を置く。

（1）ファッションクリエイション専攻

（2）ファッションマネジメント専攻

◇エビデンス集 資料編【資料1-2-1】参照

1-2-② 法令への適合

本大学院の目的は、1-1-①のように定められており、学校教育法第99条の2が「大学院のうち、学術の理論及び応用を教授研究し、高度の専門性が求められる職業を担うための深い学識及び卓越した能力を培うことを目的とするものは、専門職大学院とする。」に則している。また、専門職大学院設置基準第2条「専門職学位課程は、高度の専門性が求められる職業を担うための深い学識及び卓越した能力を培うことを目的とする。」にも則している。

本大学院は、教育研究上の目的を学則に定めており、大学院設置基準第1条の2が定める「大学院は、研究科又は専攻ごとに、人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的を学則等に定めるものとする。」に則している。

◇エビデンス集 資料編【資料1-2-1】参照

1-2-③ 変化への対応

本大学院の使命・目的は、開学以来堅持しているが、専門職大学院に対する社会の要請を踏まえながら、変化への対応策を「教育・研究委員会」で全体的な調整を経て、教授会で審議し学長が決定する。

◇エビデンス集 資料編【資料1-2-2～1-2-3】参照

（3）1-2の改善・向上方策（将来計画）

本大学院の使命・目的は、開学以来堅持しているが、専門職大学院に対する社会の要請を踏まえながら、変化への対応策を「教育・研究委員会」で全体的な調整を経て、教授会で審議し学長が決定する。

1-3 使命・目的及び教育目的の有効性

《1-3 の視点》

(1) 1-3 の自己判定

基準項目 1-3 を満たしている。

(2) 1-3 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

1-3-① 役員、教職員の理解と支持

本大学院の使命・目的及び教育目的について、役員に対しては入学案内、本大学院のホームページ、文化学園案内や、入学式、学位記授与式、教職員新年挨拶会、創立記念式典、文化ファッション大学院大学ファッションウィーク（以下「BFGU FW」という。）の学長の挨拶等を通じて周知し、十分な理解と支持を得ている。また、学則をはじめとする基本的な規程の改定に関する事項は、理事会に諮られ、承認を得ることになっており、この点でも役員理解と支持を得ていると言える。

また本大学院教職員に対しては入学案内、本大学院のホームページを通じて周知すると同時に、教授会、入学式、オリエンテーション、学位記授与式、BFGU FW、夏期北竜湖セミナー等にほぼ全員が参加し役割を分担することを通じて十分な理解と支持を得ている。

さらに非常勤講師に対しては、入学案内の配布、専任教職員と非常勤講師が合同で参加する講師連絡会での情報交流を通じて、十分な理解と支持を得ている。

◇エビデンス集 資料編【資料 1-3-1～1-3-4】参照

1-3-② 学内外への周知

本大学院の使命・目的及び教育目的は、入学案内、本大学院のホームページ、文化学園案内や BFGU FW の学長の挨拶、学校説明会での研究科長・専攻長の説明等を通じて、学内外に周知されている。

また専任教員の文化学園内の文化学園大学や文化服装学院での授業や特別講義、学外での講演活動等を通じて文化学園内や産業界に周知されている。さらに本大学院の特別講義や科目内特別講義を依頼している客員教授や特別講師は、産業界で知名度もあり活躍中であることから産学連携によって本大学院の使命・目的及び教育目的、本大学院の特色を周知している。

入学希望者、文化学園内学生には、入学案内、本大学院のホームページ、学校説明会、入学後のオリエンテーション（履修要項配布）のなかで教育の使命・目的に触れながら紹介している。

◇エビデンス集 資料編【資料 1-3-1～1-3-3、1-3-5】参照

1-3-③ 中長期的な計画及び3つの方針等への使命・目的及び教育目的の反映

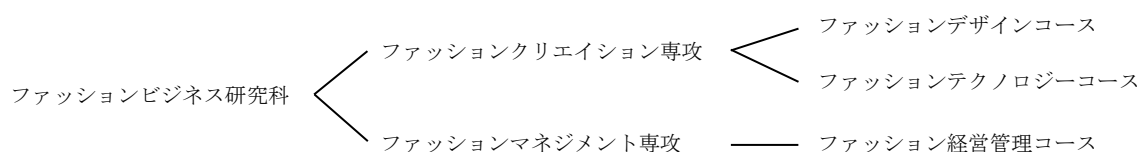
中長期的な計画への本大学院の使命・目的及び教育目的の反映に関して基本的に開学以来堅持しているが、社会の変化に対応する教育目標を「中長期計画」（当該年度の学校法人文化学園事業計画に掲載）に反映させている。また、3つの方針「ディプロマ・ポリシー」「カリキュラム・ポリシー」「アドミッション・ポリシー」にも反映させている。

◇エビデンス集 資料編【資料 1-3-6～1-3-9】参照

1-3-④ 使命・目的及び教育目的と教育研究組織の構成との整合性

本大学院の教育研究組織は、図 1.3.1 のとおりであり、本大学院の使命（「知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立する研究を行い、『国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材』を育成する」）に沿って設置されたファッションビジネス研究科があり、このファッションビジネス研究科はファッション知財を創造するクリエイターを育成するファッションクリエイション専攻と、ファッション知財をビジネスに結実させるファッションビジネス・マネジャーを育成するファッションマネジメント専攻からなる2つの専攻で構成されている。

図 1.3.1 大学院における教育組織の基本



◇エビデンス集 資料編【資料 1-3-1、1-3-10～1-3-11】参照

(3) 1-3 の改善・向上方策（将来計画）

使命・目的及び教育目的、そしてそれを簡潔に表現したキャッチフレーズは、今後も継続的に、大学生・社会人等の入学希望者へは入学案内やホームページ、学校説明会、文化祭等で、学内及び文化学園内へは入学式、教職員新年挨拶会、創立記念式典、文化祭、BFGU FW や各種印刷物にも積極的に記載し、より一層周知・理解を深めるよう努力する。

学外へは、理論と実務を架橋した教育を行う専門職大学院ということから、とりわけファッション産業界への告知が重要であることを認識し、従来から行っている専任教員、非常勤講師・特別講師等による周知に加えて、産学連携活動を通じて新たな広報活動の方策を検討する。

[基準1の自己評価]

本大学院は、建学の精神、大学院の使命・目的を、学校教育法、大学院設置基準、専門職大学院設置基準に則して「文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則」（目的）に明確に定めている。そして、それをより一層簡潔に文章化するために「ファッション知財を世界市場へ（Fashion intellectual property for the global market）」をキャッチフレーズとして使用している。また使命・目的及び教育目的は、ファッションクリエイション専攻とファッションマネジメント専攻からなる2つの専攻に具現化している。その意味・内容は、簡潔な文章で具体的かつ明確に示されているものと評価できる。

使命・目的及び教育目的は基本的に開学以来堅持しているが、法令の定めるところに適合するものであることを前提に、社会の変化に対応する教育目標を「3つの方針」等に反映させている。また使命・目的及び教育目的は、入学案内、本大学院ホームページ、文化学園内各種刊行物等を通じて、学内外へ広く周知しており十分な理解と支持を得ている。

基準 2. 教育課程

2-1 教育目的の達成に向けた教育課程編成方針の明確化等

《2-1 の視点》

(1) 2-1 の自己判定

基準項目 2-1 を満たしている。

(2) 2-1 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

2-1-① 専門職大学院の使命・目的及び教育目的を踏まえた教育課程編成方針の明確化

本大学院の使命・目的及び教育目的は、理論と実務を架橋した教育を行う専門職大学院として、「知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立する研究を行い、『国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材』を育成する」ことである。

そして本大学院は、上記の使命・目的及び教育目的に沿って、ファッションビジネス研究科を設置し、さらにこのファッションビジネス研究科に、ファッション知財を創造するクリエイターを育成するファッションクリエイション専攻と、ファッション知財をビジネスに結実させるファッションビジネス・マネジャーを育成するファッションマネジメント専攻からなる2専攻を設置している。

本大学院ファッションビジネス研究科には、ファッションクリエイション専攻とファッションマネジメント専攻の2つの専攻を設けているが、さらにファッションクリエイション専攻にはファッションデザインコースとファッションテクノロジーコースの2つのコース、ファッションマネジメント専攻にはファッション経営管理コースを設置している。

生活者に対してファッション満足価値を提供するファッションビジネスをプロデュースするための重要な3つの科目群、すなわち独創的なファッションを生み出す「デザイン系」デザイナーの感性を商品化する生産ラインを考察し、さらに生産体制を高度化する「テクノロジー系」ファッションの価値を高めその感性を収益に結びつける「マネジメント系」3つの科目群を有機的に連携させていくことで、世界で高い競争力を持ったファッションブランドが構築できると考えている。つまり次世代のファッションビジネスを担う人材は、「高い感性」「豊かな技能」「確かな戦略」を兼ね備えていることが求められる。

ファッションビジネス研究科は、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻の両専攻とも、次の①～⑤の教育課程編成方針（カリキュラム・ポリシー）に基づいて教育課程を編成している。

①2年間を通じて、段階的に学習できる科目構成

専門職大学院にふさわしく教育内容を高度なレベルに保つためには、科目を履修する院生が一定以上の能力に達している必要がある。ファッションビジネス研究科は院生のスキルを段階的に育成するために、1年次前期、後期、2年次前期、後期と段階的にグレードアップできるような科目構成としている。

②必修科目と両専攻・コースが履修できる選択科目で構成

ファッションビジネス研究科は、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネ

ジメント専攻とも、ファッションビジネスに特化した教育を行うが、同専攻であっても院生の進路は多岐にわたる。即ちファッションクリエイション専攻でデザイナーを目指す院生にも企業内でデザインクリエイションを志す院生もいれば、独立創業を目指す院生もいる。またファッションマネジメント専攻でファッション企業のマネジメントに従事することを志す院生もいれば、アパレルメーカーやショップ経営を創業しようとする院生もいる。

ファッションビジネス研究科のカリキュラムは、各専攻にとって必要不可欠な能力を育成するための必修科目と、院生の進路に合わせて自主的に選択できる選択科目で構成している。

③理論と実践を融合させるために、講義科目、演習科目、プロジェクト科目で構成

ファッションビジネス研究科は、両専攻とも座学を中心とする講義科目に併せて、実践能力を育成するための演習科目を設置する。演習科目では院生は科目担当教員から与えられた課題を演習する。

また当研究科では、院生が自分自身の専門分野を深めるために自らテーマを選んで担当教員の指導のもとに、自主的に研究・企画・創作するための必修プロジェクト科目（研究課題科目）を設置している。

④修了作品または修了研究プロジェクト報告書を修了要件としている

ファッションビジネス研究科は、専門職大学院であることにより修士論文に代わって理論に裏付けられた実践的能力を証明するプロジェクト（研究課題）を課し、その成果物である修了作品または修了研究プロジェクト報告書を修了要件としている。即ちファッションクリエイション専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究・創作」で修了作品を制作し、修了前に修了創作の発表を学内外で行う。またファッションマネジメント専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究プロジェクト」での修了研究プロジェクト報告書を作成し、修了前に修了研究発表を行う。

⑤他の専攻の科目と連携を保つ

ファッションビジネスにおいては、クリエイションとマネジメントは協同連携作業であるが故にファッションビジネス研究科では、在学中に両専攻の院生が他専攻の一部科目の選択履修を可能にしている。

具体的には、在学中に両専攻の院生が、他専攻の一部科目の選択履修を可能にしている。（例：ファッションクリエイション専攻の院生が「グローバルビジネス論」を選択履修する）。また各専攻専任教員の一部が他専攻の科目も兼担することも実施している。（例：ファッションクリエイション専攻の専任教員がファッションマネジメント専攻の院生のための「素材論」や「マテリアルプランニング」などを、ファッションマネジメント専攻の専任教員がファッションクリエイション専攻の院生のための「ファッション起業論」や「グラフィックワーク」などを担当する）。

1年次前期の終わりにファッションクリエイション専攻とファッションマネジメント専攻の内容をリンクさせる「ファッションビジネスメソッド（演習）」を院生全員の必修科目として設置している。

次に、専攻ごとの教育課程編成の方針を示す。

＜ファッションクリエイション専攻＞

ファッションビジネスにおけるクリエイションを研究し、次世代ファッションビジネスを創造するデザイナーやテクノロジストを育成する。そのためファッションクリエイション専攻は次のような点に主眼をおいて研究・教育している。

ーファッションデザインコースー

- ①世界を牽引する、ワールドファッションリーダーとしてのファッションデザイナーを育成する。
- ②優れた美的感性やオリジナリティのある創造性をもとに、世界の多くの人々に共感を与えるデザインを提案するクリエイティブディレクターを育成する。

ーファッションテクノロジーコースー

- ①デザイナーのイメージを具現化する為に新素材や生産技術、システム上の革新などを柔軟にとり入れ、より高度な技術をもって商品化できるファッションテクノロジストを育成する。
- ②商品化するために必要なプロダクトパターンの要素となる素材特性、縫製仕様、縫製技術、CAD、パターンメイキング、生産管理、工場生産の実務などを研究する。
- ③海外生産や貿易の知識、国内外の情勢を把握して国際的な舞台で活躍でき、日本の技術力をグローバルスタンダードにする人材を育成する。

＜ファッションマネジメント専攻＞

ファッションビジネスにおけるマネジメントを研究し、次世代ファッションビジネスを創造してマネジメントできる人材を育成する。具体的には、グローバル視点に立つブランドを創造し、デザイン価値をビジネスとして結実させる知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立してマネジメントできる人材を育成する。そのためファッションマネジメント専攻は、次のような点に主眼をおいて研究・教育している。

ーファッション経営管理コースー

- ①ファッションビジネスのマネジメントを研究する。
- ②次世代ファッションビジネスの方向や戦略を研究する。
- ③ファッションビジネスにおける企画、素材選定・生産、流通・コミュニケーション、販売の各業務を管理し、企業・ブランド・業態・工場などの経営戦略を立案し組織運営、人材管理、財務管理などのマネジメントができる人材を育成する。
- ④デザインを理解して市場を創造できる、革新的な事業開発と経営管理を行う人材を育成する。

またファッションマネジメント専攻ファッション経営管理コースには、実務経験3年以上の院生を対象にした「起業プログラム」を設置し、入学年次から起業準備にあたるような教育課程編成としている。

表 2.1.1 カリキュラム・ポリシー

<p>ファッションビジネス研究科</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2年間を通じて、段階的に学習できる科目構成 2. 必修科目と両専攻・コースが履修できる選択科目で構成 3. 理論と実践を融合させるために、講義科目、演習科目、プロジェクト科目で構成 4. 修了作品または修了研究プロジェクト報告書を修了要件とする。 5. 他の専攻の科目と連携を保つ
<p>■ファッションクリエイション専攻</p> <p>ファッションビジネスにおけるクリエイションを研究し、次世代ファッションビジネスを創造する、デザイナーやテクノロジストを育成する。そのため当専攻は次の点に主眼をおく。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ワールドファッションリーダーとしてのファッションデザイナーを育成する。 2. 優れた美的感性やオリジナリティをもとに、世界の多くの人々に共感を与えるデザインを提案するクリエイティブディレクターを育成する。 3. デザイナーのイメージを具現化する為に新素材や生産技術、システム上の革新などを柔軟に採り入れ、より高度な技術をもって商品化できるファッションテクノロジストを育成する。 4. 商品化のためのプロダクトパターンに重要な要素となる素材特性、縫製仕様、縫製技術、CAD、パターンメイキング、生産管理、工場生産の実務などを研究する。 5. 海外生産や貿易の知識、海外事情や情勢を把握して国際的な舞台で活躍でき、日本の技術力をグローバルスタンダードにする人材を育成する。
<p>■ファッションマネジメント専攻</p> <p>ファッションビジネスにおけるマネジメントを研究し、次世代ファッションビジネスを創造してマネジメントできる人材を育成する。具体的には、グローバル視点に立つブランドを創造し、デザイン価値をビジネスとして結実させる知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立し、マネジメントできる人材を育成する。そのため当専攻は次の点に主眼をおく。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ファッションビジネスのマネジメントを研究する。 2. 次世代ファッションビジネスの方向や戦略を研究する。 3. ファッションビジネスにおける企画、素材選定・生産、流通・コミュニケーション、販売の各業務管理、企業・ブランド・業態・工場などの経営戦略を立案、組織運営、人材管理、財務管理などのマネジメントができる人材を育成する。 4. デザインを理解して市場を創造できる、革新的な事業開発と経営管理を行う人材を育成する。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-1-1～2-1-5】参照

2-1-② 教育課程編成方針と学位の名称及び学位授与方針との整合性

本大学院ファッションビジネス研究科には、ファッション知財を創造するデザイナーとテクノロジストを育成するファッションクリエイション専攻と、ファッション知財をビジネスに結実させるファッション企業経営者・起業家を育成するファッションマネジメント専攻の2つの専攻がある。

そしてファッションクリエイション専攻は、学位の名称を「ファッションクリエイション修士（専門職）」とし、ファッションマネジメント専攻は、学位の名称を「ファッショ

ンマネジメント修士（専門職）」としている。学位の名称は本大学院学則第 11 条に明示している。

次に学位授与についてであるが、両専攻ともグローバルに通用するファッションビジネスのプロフェッショナルを育成する必要性から、専門職大学院設置基準における 30 単位以上を上回る 54 単位以上を修了要件としている。

教育課程は理論と実践を融合させるために講義科目、演習科目、プロジェクト科目で構成している。ファッションビジネス研究科は専門職大学院であることにより、修士論文に代わって理論に裏付けられた実践的能力を証明するプロジェクト（研究課題）を課し、その成果物である修了作品または修了研究プロジェクト報告書を修了要件としている。即ちファッションクリエイション専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究・創作」で修了作品を制作し、修了前に修了創作の発表を行う。またファッションマネジメント専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究プロジェクト」で修了研究プロジェクト報告書を作成し、修了前に修了研究発表を行うこととしている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-1-6～2-1-7】参照

(3) 2-1 の改善・向上方策（将来計画）

今後とも関係する専門家による評価を受けながら、より良い教育課程を教育・研究委員会、専攻会議、運営諮問会議等により改善、推進していく。

2-2 教育課程編成方針に沿って理論的教育と実務的教育の架橋に留意した体系的な教育課程の編成

《2-2 の視点》

(1) 2-2 の自己判定

基準項目 2-2 を満たしている。

(2) 2-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

2-2-① 教育課程編成方針に沿った授業科目の適切な配置と、理論的教育と実務的教育の架橋に配慮した体系的な教育課程の編成

本大学院はファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも、ファッションビジネスのプロフェッショナルを育成することを目的としているため、座学を中心とする講義科目に併せて、理論的教育と実務的教育を融合させるために演習科目・プロジェクト科目を設置している。

演習科目では、院生は与えられた課題を教員の指導のもとに演習する。またプロジェクト科目では、院生が自らの専門分野を深めるために、自らテーマを選んで担当教員の指導のもとに、自主的に企画・創作・研究を行っている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-2-1】参照

2-2-② ファッションビジネス系の職業分野における人材養成及び学位名称に照らして適切な人材養成の期待に応え得る教育課程の内容・水準

本大学院の科目は理論と実践を融合させるために、講義科目、演習科目、プロジェクト

科目を設置している。ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻の教育課程の内容、水準について専攻別に説明する。

<ファッションクリエイション専攻>

◎講義科目

講義科目は座学を中心とした科目であるが、科目の特性に応じて DVD やパワーポイントなどの IT 機器類に、科目の特性に応じて視察・見学（工場、美術館、博物館）などを行っている。

◎演習科目

演習科目は理論を具現化させるための科目で、院生は与えられた課題を、担当教員の個別指導のもとに演習する。例えばファッションデザインコース「クリエイション理論・演習 I」では院生は、発想したデザイン画を形にして表現する作業を行うため、立体裁断用のボディと裁断用布のトワル、マーキングペーパー他、細かい道具を準備して、立体ドレーピングをし、ドラフティング、パターン作成、などを演習の上、実物作品制作を行う。ファッションテクノロジーコースの「アパレル CAD パターンメイキング I」では院生は、工業用のパターン作成や、グレーディングを習得するために予め講義で得た知識をもとに CAD マシンの使用法などを演習する。

◎プロジェクト科目

プロジェクト科目では、院生が自らの専門分野を深めるために、各自がテーマを選んで担当教員の指導のもとに自主的に企画・創作・研究する。

また、ファッションデザインコースとファッションテクノロジーコースの院生は相互の課題に対して、自分が所属しないコースの院生とコラボレートすることも可能である。これはファッションデザインコースの院生はデザインで、ファッションテクノロジーコースの院生はパターンで完成度の高い作品制作を行うためである。

<ファッションマネジメント専攻>

◎講義科目

講義科目は座学を中心とした科目であるが、科目の特性に応じてパワーポイントや DVD を活用したり、現場で使用されている企画書・ファッションマップ・指図書・帳票類・素材見本・カラーチップ・スナップ写真などを活用する。また授業期間内に科目の特性に応じて、現場視察（工場、店舗、物流センターなど）、展示会視察、市場調査などを行う。

◎演習科目

演習科目は理論を実践化させるための科目で、院生は担当教員から与えられた課題を教員の指導のもとに演習する。例えば、ファッション経営管理コースの「ブランドマネジメント演習」では、院生はアパレルメーカーの新規ブランドを、市場の動向把握から始まり、ターゲット顧客の設定、ブランドコンセプトの設定、ブランドマーチャライジング、流通・コミュニケーション計画、事業計画までを、パソコンソフトを活用して作成してプレゼンテーションする。このように演習科目では、パソコンソフト等の活用や作図することで企画書、調査報告書などを作成する。

◎プロジェクト科目

プロジェクト科目では院生が自らの専門分野を深めるために、各自がテーマを選んで担当教員の指導のもとに自主的に企画・創作・研究する。プロジェクト科目には、「フィール

ドプロジェクト」なる学外に出て研究する科目もある。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-2-1】参照

2-2-③ 次の各事項を踏まえた教育課程の内容

1. 教育課程が、クリエイションとマネジメントを総合的に扱うファッション・ビジネスの実務に必要な専門的な知識、思考力、分析力、創造力、企画力等を修得させるとともに、高い倫理観及び国際的視野を持つプロフェッショナルの人材を養成する観点から適切に編成されていること。

本大学院ファッションビジネス研究科では、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも、それぞれの専攻の養成目的に応じて専門分野を深化させながら、一方で他専攻の専門分野も理解できるような人材を育成することを基本としており、各専攻ともファッションビジネスの実務に必要な専門知識、思考力、情報収集・分析力、創造力、企画力、実践力等を修得させる教育手法としている。

具体的には1年次前期の終わりに、ファッションクリエイション専攻とファッションマネジメント専攻の内容をリンケージさせる「ファッションビジネスメソッド(演習)」を院生全員の必修科目として設置している。当科目では2専攻3コースの院生合同によるグループが、アパレル事業を計画する。具体的にはターゲット設定、ブランドコンセプト設定、初回シーズンコンセプト設定、アパレルデザイン、アパレルマーチャンダイジング、パターンメイキング、サンプルメイキング、アパレル生産計画、アパレル流通計画、プロモーション計画、さらに売上予算・粗利益予算までを策定する。そして、最終のプレゼンテーションを9月の夏期北竜湖セミナーで行っている。ファッション産業の実務現場における職種間コミュニケーションを図りながら、共同企画を行う能力を身に付ける点で成果を上げている。

高い倫理観及び国際的視野を持つプロフェッショナル人材を育成することに関して、本大学院では、日本企業だけを対象とせずグローバルに活躍できる人材、日本市場だけを対象とせずグローバルに展開できるビジネス、日本企業の業務の仕組みだけを前提とせず、グローバルな観点からデザイン・生産・マネジメントができる人材を育成することを主眼としている。さらに、知的財産権、環境問題、コンプライアンス、コーポレートガバナンスなどにも配慮した教育課程としている。(例:「知財マネジメント論」、「ビジネス法務」におけるコンプライアンスなど)

2. 以下の科目が養成目的に応じて重点的に、かつ、バランス良く履修できるよう、教育課程が編成されていること。

- ・ファッションクリエイションに関する科目
- ・ファッションテクノロジーに関する科目
- ・ファッションマネジメントに関する科目
- ・総合的な専門性に関する科目

本大学院ファッションビジネス研究科では、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも、ファッションクリエイションに関する科目、ファッションテクノロジーに関する科目、ファッションマネジメントに関する科目、総合的な専門性に

関する科目を編成しているが、ファッションクリエイション専攻はファッションクリエイションに関する科目とファッションテクノロジーに関する科目の比率が高く、ファッションマネジメント専攻はファッションマネジメントに関する科目の比率が高い。各専攻の科目編成には次のような特徴がある。

<ファッションクリエイション専攻の教育課程>

ファッションクリエイション専攻のカリキュラムは次のような特性をもっている。

ファッションビジネスにおけるクリエイションを研究し、次世代ファッションビジネスを創造するため、デザインできる人材を育成する。具体的にはグローバル視点に立つ独自のブランドを創造して、ビジネスとして結実させるべくコンテンツとしてのデザインを確立、クリエイション出来る人材を育成する事を目的としている。

そして、国際的に通用するデザイン価値を創造し、具現化させるため「デザイン価値をビジネスに結びつけるデザイン」と「そのデザインを具現化させるテクノロジー」が重要と認識し、次の2コースを設けている。

①ファッションデザインコース/ファッションクリエイションにおけるデザインを体系的に研究・教授するコースで、ブランドのオリジナルデザインの研究開発を学習する。

②ファッションテクノロジーコース/ファッションクリエイションにおけるテクノロジーを体系的に研究・教授するコースで、ファッション製品の生産技術の研究開発を学習する。

そのため当専攻のカリキュラムは、ファッションクリエイションに関する科目、ファッションテクノロジーに関する科目、ファッションマネジメントに関する科目の3分野の科目を連携させプロジェクト科目で融合させる構成となっている。

1) ファッションクリエイションに関する科目 (デザイン系)

ファッション企業におけるクリエイターとしての能力を育成するための科目で、主として1年次に基本的な科目と感覚を養うための科目を、主として2年次にはさらに発展させるための学習・研究をする科目を設置している。具体的には「クリエイション理論・演習」「アート&デザイン」「美学」「デザイン画」「日本美術概論」「日本伝統服飾概論」「グラフィックワーク」「アパレルテキスタイル演習」などの内容の科目が相当する。

2) ファッションテクノロジーに関する科目 (テクノロジー系)

ファッションクリエイション専攻でデザイナーまたは、パタンナーどちらを目指す院生であっても技術の裏づけや素材の知識は最も重要なことである。具体的には、「ファッションテクノロジー理論・演習」「素材の特性・応用」「生産システム」「ニット CAD」「アパレル生産論」「アパレルCADパターンメイキング」「アパレルソーシング」などの内容の科目が相当する。

3) ファッションマネジメントに関する科目 (マネジメント系)

オーナーデザイナーとして起業を目論む場合、海外生産など基礎的なビジネスの知識は欠かすことができない。具体的には「ファッション起業論」、「計数管理」、「グローバルビジネス論」、「デザイナーブランドの商品企画」などの内容の科目が相当する。

4) 総合的な専門性に関する科目

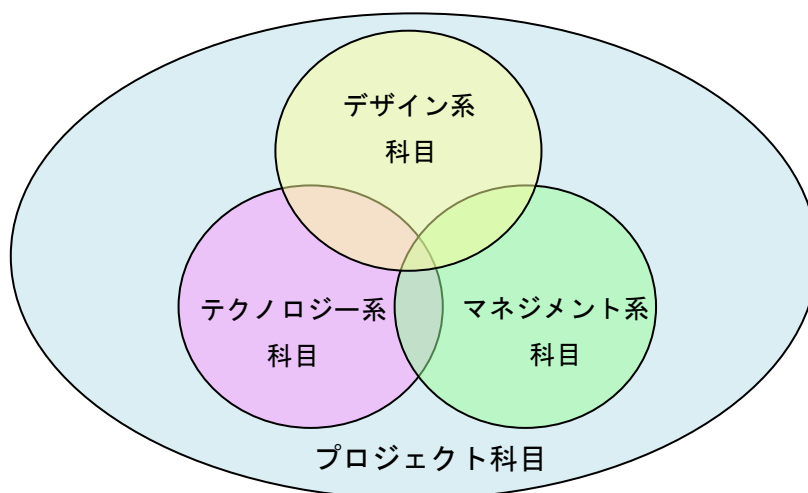
総合的な専門性に関する科目の中核を占めるのがプロジェクト科目(研究課題科目)である。プロジェクト科目は院生が自分自身の専門分野を深めるために、自らテーマを選ん

で担当教員の指導のもとに自主的に研究・企画するための科目群である。プロジェクト科目は具体的には、「基礎研究・創作」と「修了研究・創作」の2科目で構成している。

ファッションビジネス研究科は専門職大学院であるため修士論文を義務付けていないが、それに代わって修了作品及びポートフォリオの作成、または修了研究プロジェクト報告書を修了要件としている。ファッションクリエイション専攻の院生は必修プロジェクト科目のうち「修了研究・創作」で、修了作品及びポートフォリオの作成が課題となっている。

なお総合的な専門性に関する科目としては、プロジェクト科目のほかに、ファッションクリエイションに関する科目、ファッションテクノロジーに関する科目、ファッションマネジメントに関する科目の中の国際的視野の形成や文化的認識に関する科目、両専攻必修の課目である集中科目「ファッションビジネスメソッド(演習)」や、「インターンシップ」がある。(図2.2.1)

図2.2.1 ファッションクリエイション専攻・科目群



<ファッションマネジメント専攻の教育課程>

ファッションマネジメント専攻のカリキュラムは次のような特性をもっている。

ファッションビジネスにおけるマネジメントを体系的に研究し、グローバル視点に立つ独自のブランドを創造し、デザイン価値をビジネスとして結実させる知財創造ビジネスのビジネスモデルを確立、マネジメントできる人材を育成することを目的としている。ファッションマネジメント専攻はファッション経営管理コースを設けており、ファッション経営管理コースには実務経験3年以上の院生を対象にした「起業プログラム」が設置され、入学年次から起業準備に当れるような教育課程編成としている。

ファッションマネジメント専攻のカリキュラムは、ファッションマネジメントに関する科目、ファッションクリエイションに関する科目、ファッションテクノロジーに関する科目の3分野の科目を連携させ、プロジェクト科目で融合させる構成となっている。

1) ファッションマネジメントに関する科目 (マネジメント系)

ファッション企業における経営管理能力を育成するための科目で、主として1年次にブランド単位、ショップ単位のマネジメントを、2年次に企業単位のマネジメントを学習する科目を設置する。具体的には「企業経営論」「ファッションマーケティング論」「アパレルマーチャンダイジング」「リテールマネジメント論」「経営戦略論」「計数管理」「アカウ

ンティング論」「ファイナンス」「ビジネス法務」などの内容の科目が相当する。

2) ファッションクリエイションに関する科目（デザイン系）

ファッションマネジメント専攻で経営者・起業家・プロダクトディベロッパーを目指す院生であっても、ファッション商品知識・ファッション文化知識とファッション企画力が必要とされる。デザイン系科目は、ファッション商品・ファッション文化分野の知識と、クリエイションをビジネス化させる企画力・企画管理能力を育成するための科目である。具体的には「ファッション商品論」「色彩論」「デザインマネジメント演習」「ファッション文化論」などの内容の科目が相当する。

3) ファッションテクノロジーに関する科目（テクノロジー系）

ファッション企業における技術力・経営能力を育成する科目で、主として1年次にファッション商品の製品化能力を育成する科目を、主として2年次に製品開発・製造管理能力を育成する科目を設置する。具体的には「アパレル造形論」「アパレル生産論」「素材論」「テキスタイル生産論」などの内容の科目が相当する。

4) プロジェクト科目

プロジェクト科目（研究課題科目）は院生が自分自身の専門分野を深めるために、自らテーマを選んで担当教員の指導のもとに自主的に研究・企画するための科目群である。具体的には「基礎研究プロジェクト」「フィールドプロジェクト」「修了研究プロジェクト」の3科目で構成しており、総合的な専門性に関する科目である。

ファッションビジネス研究科は専門職大学院であるため修士論文を義務付けていないが、それに代えて修了研究プロジェクト報告書を修了要件とする。具体的にはファッションマネジメント専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究プロジェクト」での修了研究プロジェクト報告書を作成し、修了前に修了研究発表を行っている。

また「フィールドプロジェクト」は学外に出て研究する科目で、インターンシップ、企業・団体等からの受託研究、ベンチャー企業設立のいずれかの方法で、単位を取得する。いずれの場合も研究報告書、企画書、事業計画書などの提出が単位取得の要件としている。

5) 総合的な専門性に関する科目

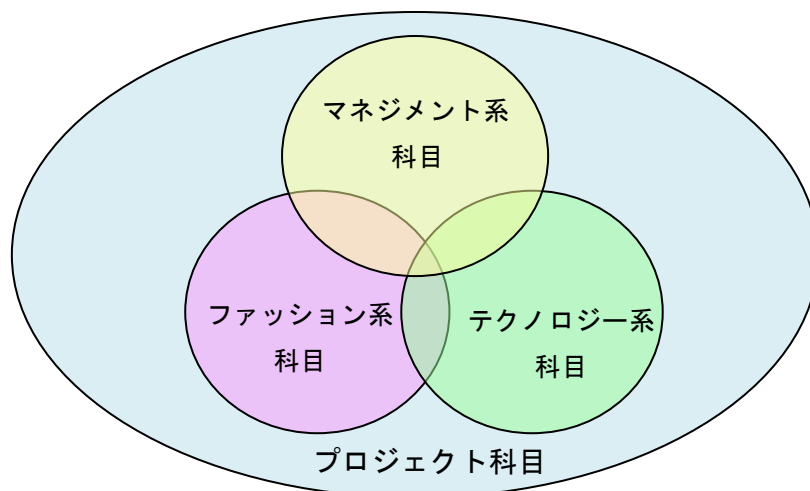
総合的な専門性に関する科目の中核を占めるのがプロジェクト科目（研究課題科目）である。院生が自分自身の専門分野を深めるために、自らテーマを選んで担当教員の指導のもとに自主的に研究・企画するための科目群である。プロジェクト科目は具体的には「基礎研究プロジェクト」「フィールドプロジェクト」「修了研究プロジェクト」の3科目で構成している。

ファッションビジネス研究科は専門職大学院であるため修士論文を義務付けていないが、それに代わって修了研究プロジェクト報告書を修了要件とする。具体的にはファッションマネジメント専攻の院生は、必修プロジェクト科目のうちの「修了研究プロジェクト」での修了研究プロジェクト報告書を作成し、修了前に修了研究発表を行っている。

また「フィールドプロジェクト」は学外に出て研究する科目で、インターンシップ、企業・団体等からの受託研究、ベンチャー企業設立のいずれかの方法で、単位を取得する。いずれの場合も、研究報告書、企画書、事業計画書などの提出が単位取得の要件としている。なお総合的な専門性に関する科目としてはプロジェクト科目のほかに、ファッションクリエイションに関する科目、ファッションテクノロジーに関する科目、ファッションマ

ネジメントに関する科目の中の国際的視野の形成や文化的認識に関する科目、両専攻必修の課目である集中科目「ファッションビジネスメソッド（演習）」がある。（図 2.2.2）

図 2.2.2 ファッションマネジメント専攻の科目群



3. 基本的な内容、発展的な内容、実践的な内容、事例研究等を取扱う科目がそれぞれ開設されるなど、段階的な教育を行うことができるよう教育課程が編成されていること。

本大学院はファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも、2年間の必修科目と選択科目を通じて段階的にスキルを取得することを考え、次のような方針で教育課程を編成している。

専門職大学院にふさわしい高度な教育内容を保つためには、科目を履修する院生が一定以上の能力に達している必要がある。ファッションビジネス研究科では1年次前期、後期、2年次前期、後期と知識や技術の習熟度が段階的に上がるような科目構成としている。

また各専攻にとって必要不可欠な能力を育成するための必修科目と、院生の進路に合わせて自主的に選択できる選択科目で構成している。

<ファッションクリエイション専攻>

- ・1年次前期 ファッションデザインとファッションテクノロジーの基礎的理論と基礎的演習、および選択・必修基礎科目、選択・必修演習科目などの修得。
- ・1年次後期 ファッションデザインとファッションテクノロジーの基礎的理論を充実させると同時に、基礎的演習を通じた実践能力を育成する。さらに選択演習科目と選択発展科目の修得と必修プロジェクト科目「基礎研究・創作」の研究。
- ・2年次前期 ファッションデザインとファッションテクノロジーの発展的な理論を修得すると同時に、専門分野を深耕する実践的な研究を行う。「修了研究・創作」の研究に着手する。
- ・2年次後期 ファッションデザインとファッションテクノロジーの専門分野を深耕する実践的研究と「修了研究・創作」を完成させる。

<ファッションマネジメント専攻>

- ・1年次前期 ファッションビジネス基礎的理論を修得する。
- ・1年次後期 ファッションビジネス基礎的理論を充実させると同時に、演習を通じた実

践能力を育成する。また自主的な研究として「基礎研究プロジェクト」を履修する。

- ・2 年次前期 ファッションビジネスの発展的な理論を修得すると同時に、専門分野を深耕する実践的な研究を行う。また「修了研究プロジェクト」の研究に着手する。
- ・2 年次後期 専門分野を深耕する実践的研究する。学外に出て研究する「フィールドプロジェクト」と、「修了研究プロジェクト」を行う。

なお、多様な学部出身の入学学生に対応するため入学時4月1日より約1週間単位認定しない科目として、ファッション産業構造・消費構造・計数・マーケティング・MD・流通などを教授する「ファッションビジネス基礎理論」と、アパレルアイテム・シルエット・ディテール・素材・色彩・柄・サイズ・縫製などを教授する「ファッション商品基礎理論」を導入集中講義の形でファッションビジネスの基礎教養教育として実施している。

また3年以上社会経験を有した起業を目指す院生を対象とする「起業プログラム」では、必修科目を少なくして1年次から学習したい科目を自由に選んで起業準備に当れるようにしている。

4. 人材養成目的を達成するための理論科目と実技科目のバランス

本大学院の科目は、理論科目である講義科目（週1コマ15回の講義で2単位）、実技科目である演習科目（週1コマ15回で1単位）とプロジェクト科目（1単位につき45時間）が、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも段階的にスキルが向上するようにバランスよく設置されている。

ファッションクリエイション専攻では、デザイン系、テクノロジー系、マネジメント系各分野に講義科目が設定されている。演習科目はこれらの理論を踏まえたうえで、ブランドのオリジナルデザイン、ファッション製品の生産技術の研究開発等を行う科目、及びプロジェクト科目がある。

- ・講義科目－「アパレル生産論Ⅰ」「アパレル人間工学Ⅰ」「計数管理」「日本美術概論」「美学」「流行論」「ファッション起業論」「ファッション文化論」「プロダクトデザイン」「日本伝統服飾概論（文化学園服飾博物館）」「グローバルビジネス論」「グローバルプロダクト戦略」「知財マネジメント論」「ブランド起業の実務」「ビジネス法務」「ファッションプロダクト論」「アパレルソーシング」「ファッション性能論」「テキスタイル開発文化論」
- ・演習科目－「プレゼンテーション演習Ⅰ」「基礎研究・創作」「クリエイション理論・演習Ⅰ」「ファッションビジネスメソッド（演習）」「アート&デザイン」「アパレルテキスタイル演習」「クリエイティブテキスタイル」「アパレル人間工学Ⅱ」「デザイナーブランドの商品企画」「ロジカルコミュニケーション」「アパレルCADオペレーション」「グラフィックワーク」「デザイン画」「ニットデザイン」「ファッション英会話」「プレゼンテーション演習Ⅱ」「修了研究・創作」「クリエイション理論・演習Ⅱ」「デジタルデザイン画」「エディトリアルデザイン」「コンピュータニット」「インターシップ」「ファッションプロダクト演習」「素材の特性・応用Ⅰ」「ニットCADⅠ」「アパレルCAD グレーディング」「ニューテクノロジー演習」「テキスタイルデザイン」

「ニット CADⅡ」「アパレル CAD パターンメイキングⅠ」「生産システムⅠ」「ファッションテクノロジー理論・演習Ⅰ」「アパレル CAD パターンメイキングⅡ」「生産システムⅡ」「素材の特性・応用Ⅱ」「ファッションテクノロジー理論・演習Ⅱ」

このうち演習科目の中核であるプロジェクト科目について、詳しく説明する。

「基礎研究・創作」

ファッションデザインコースでは、1年次に自主的にデザインテーマを選んで研究する科目で、各自が計画立案したコンセプトに従って10～15点フルコーディネートの実物作品（テキスタイル・プリント・染色・柄などすべてオリジナル性が要求される）を制作し、及第点を取った院生は、各自のコレクションを独創的な展示法を駆使して「終了コレクション作品展示（エキシビション）」に参加する。レポートを含むポートフォリオとともに展示した作品は、指導教員及び第三者であるファッション界で実力が認められている複数のファッションジャーナリストを入れて評価を受け、同時に一般にも公開して同様に評価を受ける。

ファッションテクノロジーコースでは、1年次に自主的に研究創作のテーマを選んで研究する科目で、各自が計画立案したコンセプトに従ってパターンナーとしての手順を踏んで（イメージマップ・デザインマップ作成→パターン→トワルチェック→工業パターン作成・チェック→縫製仕様書・工程分析表作成）3点のアイテムを実物製作（スポンジング・裁断・芯貼り→縫製）する。レポートを含むポートフォリオとともに展示した作品は、指導教員及び第三者であるアパレル業界で実力が認められている複数の技術専門家を入れて評価を受け、同時に一般にも公開して同様に評価を受ける。

「修了研究・創作」

ファッションデザインコースでは、2年次修了までに自主的にデザインテーマを選んで研究する科目で、各自が計画立案したコンセプトに従って15～20点フルコーディネートの実物作品（テキスタイル・プリント・染色・柄などすべてオリジナル性が要求される）を制作し、及第点を取った院生はさらに選抜を受けて各自のコレクションをジョイントショーの形で公開すると同時に、展示を希望する院生は国内の見本市（rooms）に出展する。出展するに当たっては、特にオリジナリティや独創性は勿論、商品としての完成度を満たすため、上代、下代、素材表示、サイズ、納期および品質表示その他ビジネス展開できる要素をすべて含む必要がある。さらにショーや展示に先立ち、2年次生は作品を掲載した「BFGU magazine」を制作してWeb上に公開し、第三者の評価を基に作品の改善、改革に役立てる。制作に当たっては、制作者名、プロフィール、デザイン活動、今回のテーマの記載は勿論、作品撮影のためのモデル選択、ヘア・メイク、背景、フォトグラファーほか種々の約束事に対して遂行しなければならない。

なお、プロジェクト科目は年間を通して学習することになるので1年次では「クリエイション理論・演習Ⅰ」と、2年次では「クリエイション理論・演習Ⅱ」とリンクさせている。同時に論文に匹敵するポートフォリオ（上位点数獲得者は本大学院内に永久保存）の作成も行う。

ファッションテクノロジーコースでは、2年次修了までに自主的にデザインテーマを選んで研究する科目で、各自が計画立案したコンセプトに従ってパターンナーとしての手順を踏んで（イメージマップ・デザインマップ作成→パターン→トワルチェック→工業パター

ン作成・チェック→縫製仕様書・工程分析表作成) セットアップ(上下) 3 体以上を実物製作(スポンジング・裁断・芯貼り→縫製)する。同時に論文に匹敵するポートフォリオ(上位点数獲得者は本大学院内に永久保存)とともに展示した作品は、指導教員及び第三者であるアパレル業界で実力が認められている複数の技術専門家を入れて評価を受け、また同時に一般にも公開して同様に評価を受ける。

ファッションマネジメント専攻では、マネジメント系、デザイン系、テクノロジー系各分野に講義科目が設定されている。演習科目はこれらの理論を踏まえたうえで、ブランド運営、ショップ運営等を行う科目及びプロジェクト科目がある。講義科目はすべて半期、演習科目は「修了研究プロジェクト」「フィールドプロジェクト」のみ年間科目で他は半期である。

- ・講義科目ー「アパレルマーチャンダイジング論」「ファッションマーケティング論」「ブランドマネジメント論」「計数管理」「リテールマネジメント論」「アカウントティング」「デジタル・ファッションビジネス・プロデュース」「流通情報システム」「ロジスティクス論」「ファッションビジネスの経済学」「ビジネス法務」「ファッション商品論Ⅰ」「ファッション商品論Ⅱ」「素材論」「色彩論」「アパレル造形論」「アパレル生産論Ⅰ」「アパレル生産論Ⅱ」「テキスタイル生産論」「ファッション文化論」「ファッションビジネス起業論」「企業経営論」「Global Negotiation」「グローバルビジネス論」「マーケティング戦略論」「経営戦略論」「ファイナンス」「知財マネジメント論」「美学」「グローバルプロダクト戦略」
- ・演習科目ー「基礎研究プロジェクトⅠ」「基礎研究プロジェクトⅡ」「アパレル製品図演習」「ファッションビジネス英語」「ショッププランニング演習」「ビジュアルマーチャンダイジング演習」「ブランドマネジメント演習」「ロジカルコミュニケーション」「ファッションビジネスメソッド(演習)」「ファッションビジネス起業事例研究」「経営情報システム演習」「デザインマネジメント演習」「マテリアルプランニング演習」「修了研究プロジェクト」「フィールドプロジェクト」

このうち演習科目の中核であるプロジェクト科目について詳しく説明する。

「基礎研究プロジェクト」

当科目は1年次に自主的に研究する科目で、前期は「基礎研究プロジェクトⅠ」、後期は「基礎研究プロジェクトⅡ」となっている。「基礎研究プロジェクトⅠ」のうち「基礎研究プロジェクトⅠ-A」「基礎研究プロジェクトⅡ-A」は起業プログラムを選択しない一般の院生向け、「基礎研究プロジェクトⅠ-B」「基礎研究プロジェクトⅡ-B」は起業プログラムを選択した院生向けの科目である。いずれも院生は自ら選んだ研究テーマに関して、インターネットや文献による調査、取材調査(事例研究など)などを行いながら、担当教員のもとに調査研究報告書を作成する。なお、「基礎研究プロジェクトⅠ-A」はグループ研究、「基礎研究プロジェクトⅠ-B」は個人研究である。

「フィールドプロジェクト」

学外に出て研究する科目で、インターンシップ、企業・団体等からの受託研究、ベンチャー企業設立のいずれかの方法で、単位を取得する。例えば、アパレルメーカーを創業しようとする場合1年次に学習した知識を活用して、創業しようとする企業におけるブランドのコンセプト、マーチャンダイジング、流通・コミュニケーションなどの計画と事業計

画を策定し、資金の調達方法、素材の調達方法、工場の確保、販売先の確保などの具体的な方策を検討し、在学中に会社を登記して初年度～3年度までの事業計画を策定することなどが考えられる。

「修了研究プロジェクト」

2年次修了までに研究する科目で、大学院における修士論文に代わる修了研究プロジェクト報告書の作成が義務付けられている。院生は自ら選んだ修了研究テーマに関して、インターネットや文献による調査、取材調査（事例研究など）などを行いながら、担当教員のもとに修了研究プロジェクト報告書を作成し修了研究発表を行う。

このように専門性に対応した教育目的が具体的に実現できる構成となっており、2年間の教育目的を遂行する仕組みとして十分機能させている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-2-1～2-2-6】参照

2-2-④ 人材養成目的に合った履修モデルの設定

本大学院では、入学時のガイダンス期間、1年後期開始時、2年進級時に履修モデルを示し、院生個人の将来の進路と院生の現在のスキルを想定した上で、体系的な科目履修について各専攻各コースの専任教員が院生と面談の上指導を行っている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-2-7】参照

(3) 2-2の改善・向上方策（将来計画）

大学院における教育課程の授業科目の適切な配置と体系的な教育課程の編成、教育課程の内容・水準については、今後の時代のニーズに対応すべく「教育・研究委員会」「専攻会議」等で継続的な審議を重ね具体的改善に努める。

2-3 教育目的に相応しい授業形態、学修指導等の実効性

《2-3の視点》

(1) 2-3の自己判定

基準項目 2-3 を満たしている。

(2) 2-3の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

2-3-① 履修登録単位数の上限の適切な設定など、単位制度の実質を保つための工夫

本大学院では、「単位履修に関する細則 第5条」に1年間の履修単位数の上限を35単位と記載し、各年次にわたり適切に授業科目を履修するよう指導している。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-3-1】参照

2-3-② 教育目的を踏まえ実践的な教育を行うよう、インターンシップ、ケース・スタディ、フィールド・スタディ、双方向または多方向に行われる討論など授業内容・方法について専門職大学院としての特色ある工夫

本大学院ではファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも教授方法に次の①～⑥のような特色があり、学内外におよぶ教育研究を可能にし、学内外の多数の評価を受けることとなっている。

①「プロジェクト科目」設置

プロジェクト科目（研究課題科目）は院生が自分自身の専門分野を深めるために、自らテーマを選んで担当教員の指導のもとに自主的に研究・企画するための科目群である。具体的には次の2科目で構成している。

本大学院ファッションビジネス研究科は専門職大学院であるため修士論文を義務付けていないが、それに代わって修了作品及びポートフォリオの作成、または修了研究プロジェクト報告書を修了要件としている。すでに前述したように具体的にはプロジェクト科目のうち、ファッションクリエイション専攻では「基礎研究・創作」「修了研究・創作」を、ファッションマネジメント専攻では「基礎研究プロジェクト」と「修了研究プロジェクト」を必修とし、作品制作や研究課題に取り組んでいる。

ファッションクリエイション専攻では各担当教員が院生1人1人との面談を重ね、年間の研究テーマを決め、各自が計画立案したコンセプトに従って作品制作にあたる。作品完成までに数回の作品点検・評価を行い、デザインからテキスタイルやパターン、縫製のアドバイスまで細かく指導する。

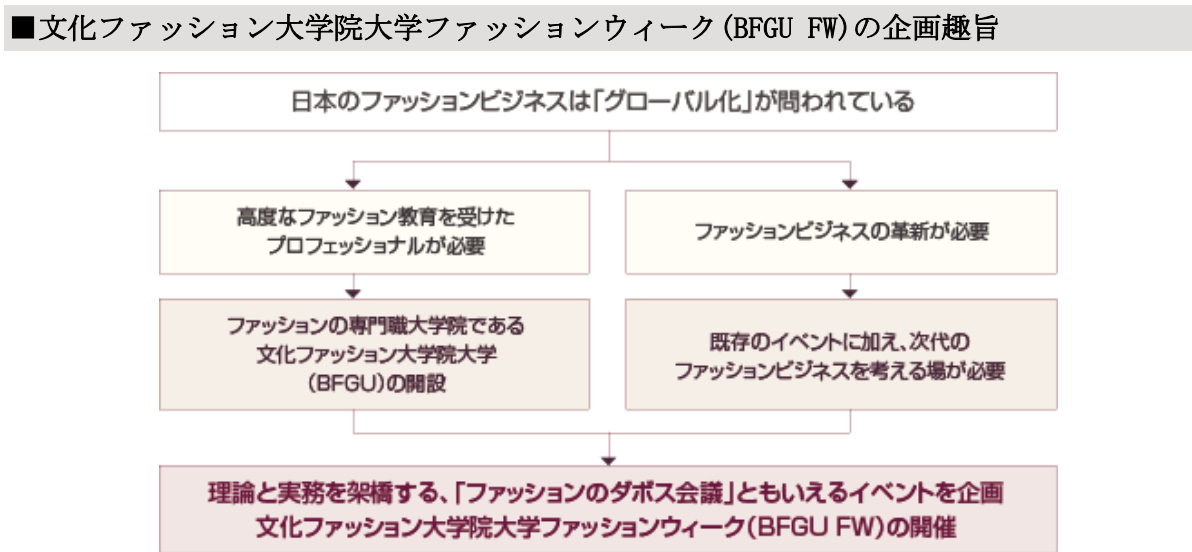
ファッションマネジメント専攻ではゼミナール体制を導入し、経営コンサルタントが企業の経営指導をするように院生1人1人に対する個別指導を行っている。

これらの研究成果はBFGU FWなど、産業人が多数来場する場でその成果を発表している。この他にも、学外で行われるイベント等に積極的に参加して教育成果の評価を受けている。

②文化ファッション大学院大学ファッションウィーク (BFGU FW) の開催

本大学院では理論と実務を架橋する専門職大学院として、次世代のファッションビジネスの方向を示唆するような未来志向の対話・議論の場としてのBFGU FWを「BFGU FW運営委員会」が中心となり毎年2月頃に開催している。BFGU FWの企画趣旨は、図2.3.1の通りである。

図 2.3.1



次世代のファッションビジネスの方向を示唆する未来志向の対話・議論の場と位置づけられるBFGU FWは、次のような役割を担っていく。

1. 国内外のファッション界の人々（産業界、教育界、政策立案機関など）が自発的に集まり、ファッションビジネスの諸問題を議論する会議とし、BFGU FWはその場を提供する。（中長期的には、主要テーマをいくつか抽出し分科会形式で議論する場をめざす。内容はインターネットで同時配信する。）
2. ファッション産業界に対しファッションビジネスの新しい視点を提案し、今後のファッション産業・ファッション教育に役立てる場とする。
3. 日本で唯一のファッション専門職大学院・院生の「修了研究」発表の場を兼ねる。

BFGU FW 期間中には以上のような講演やパネルディスカッションのほか、ファッションデザインコース2年次では「修了研究・創作」の成果として、成績上位8~10人によるショー形式によるオリジナルデザイン作品発表及び、オーストリア、ウィーン市立ファッション大学ヘッツェルドルフ校、ロシア、サンクトペテルブルク国立デザイン技術大学とのジョイントショーを行っている。このイベントは有望な新人デザイナー発掘の場となっている。ファッションデザインコース1年次とファッションテクノロジーコース2年次・1年次は「修了研究・創作」「基礎研究・創作」の成果として、各自の作品の魅力を十分に発揮できるようディスプレイされた展示発表を行っている。ファッション経営管理コース2年次では「修了研究プロジェクト」の成果として、成績上位3~4人による修了研究発表を、1年次では「基礎研究プロジェクト」の成果として、単位認定予定者全員による基礎研究発表を行っている。

③コースごとに特色あるプロジェクトの開催

ファッションクリエイション専攻ファッションデザインコースでは、学外で行われているプロフェッショナルバイヤー向けの日本国内展示会の「rooms」・「PLUG IN」・「IFF インターナショナルファッションフェア」、海外ではパリ市の「PRETA PORTER PARIS 展」ほかに積極的に出展、オファーを受ける院生が出ており、そのまま起業につなげている。昨年度行われた「rooms30」では、出展したプロフェッショナルの500ブランドとともに作品発表を行ったが、ファッションエリアで最高の賞となる「亀山アワード」を本大学院の院生が受賞した。「rooms」からは受賞した院生に対して今後の販売やPRの支援が約束された。

ファッションクリエイション専攻ファッションテクノロジーコースでは、(財)日本ファッション教育振興協会が運営するプロフェッショナルパタンナー向けの「パターンメイキング技術検定1級」など、習得した高い技術力を活かし資格取得に向けて積極的に挑戦している。この検定の合格率は全国平均27%に対して、本大学院では77%〔平成26(2014)年度までの実績〕と高い成績を上げている。

ファッションマネジメント専攻では、学外に出て研究する「フィールドプロジェクト」が必修科目であり、インターンシップ、企業・団体等からの受託研究、ベンチャー企業設立のいずれかの方法で単位を取得する。これも専門職大学院ならではの実学教育である。

1. インターンシップ／インターンシップ実施報告書を提出し、院生のインターンシップ実施報告書と、インターンシップ先企業の評価結果・出勤簿をもとに、専任教員全員で採点する。
2. 企業・団体等からの受託研究／受託研究報告書（または企画書）を受託先企業と大学に

提出し、受託先企業に対してプレゼンテーションを行う。院生の受託研究報告書（または企画書）、学内でのプレ・プレゼンテーション採点結果、受託企業のプレゼンテーションに対する評価結果をもとに、専任教員全員で採点する。

- ベンチャー企業設立の場合／新会社を設立・登記すると同時に、新規設立企業の事業計画書を提出する。新規設立企業の事業計画書の内容と、新規事業の進捗状況をもとに、専任教員全員で採点する。

④日本国内のみならず海外での研修や海外ファッション系学校とのコラボレーション教育

ファッションクリエイション専攻ファッションデザインコースでは、海外のファッション系大学とのファッションショーによるコラボレーションや研修が増加傾向にあり、今後も大いに拡大させてゆく。オーストリア、ウィーン市立ファッション大学ヘッツェンドルフ校が毎年6月に行っている卒業イベントのファッションショーには、平成21(2009)年より5年連続で参加している。またロシア、サンクトペテルブルク国立技術デザイン大学が毎年11月に主催する「International Contest for Young Designers ‘Admiralty Needles’」には、平成22(2010)年より5年連続作品を出品しており、毎年上位の入選を果たしている。平成26(2014)年度は600体ほどの応募数の中で、「アバンギャルド部門」のグランプリを受賞した。引率した教授はコンテストの審査委員とともに「日本文化の伝統とファッションデザイン」と題して同大学院生向けの特別講演も行っている。両校とも本大学院が毎年2月頃に主催するBFGU FWに参加し、作品発表を行っている。その他、在ロシア日本大使館主催のモスクワで行われた「J-FEST2013」へのファッションショー参加等、積極的に国際交流を行っている。

ファッションクリエイション専攻ファッションテクノロジーコースでは、平成24(2012)年にイギリス、ロンドン・セントラル・セント・マーチンズ・カレッジ・オブアート・アンドデザイン大学において「伝統的テーラードジャケット縫製」の技術研修を受講して、各自のジャケットの製作と意見交換会を行い学校間の交流を図っている。また今年度7月にはイタリア、ミラノ・インスティテュート・セコリにおいて、セコリ式パターンメイキング技術研修およびミラノのアパレルメーカー訪問、縫製工場の見学を予定している。

また本大学院では、独立行政法人・国際交流基金主催の日米青少年交流事業「KAKEHASHI Project」において、アメリカ（シアトル・ニューヨーク）で行われた日本の強みや魅力等の日本ブランドへの国際理解を増進させることを目的にしている事業に参加した。これらのほかにも多数実施している。詳しくはエビデンス集（資料編）参照。

⑤創業支援

本大学院は、ベンチャー性の高いファッション産業界での人材を育成する専門職大学院であることから、就職ではなく起業を希望する院生が多い。ファッションクリエイション専攻では「ファッション起業論」という科目で起業のための知識・理論を教授し「ブランド起業の実務」という科目で現実の起業を指導する体制をとっている。またファッションマネジメント専攻では「企業経営論」の中で起業のための知識・理論を教授するだけでなく「フィールドプロジェクト」という科目で、在学中に会社を設立することも単位として認めている。

⑥科目内特別講義

本大学院では、ファッションクリエイション専攻の科目、ファッションマネジメント専攻の科目、両専攻が選択できる科目とも、特に2年生の科目では産業界の実務家（企業の経営者、マーチャンダイザー、デザイナーなど）が自社のビジネス、自身のデザインポリシー等のケースを解説する科目内特別講義が行われている。科目内特別講義の中には、院生が特別講師の関係する企業に新しい事業を企画・提案するなどが行われるケースもある。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-3-2～2-3-11】参照

2-3-③ 1年間の授業計画、授業の内容・方法等が明記されたシラバスの作成と活用

ファッションビジネス研究科では、研究科・専攻の教育目的に沿って教育課程を編成し、専攻別・コース別に授業科目を配置しており、授業の内容はすべてシラバスに記載してシラバスに沿った授業を行っている。院生はWeb上でシラバスを閲覧できる。

シラバスは各回の授業内容と教科書、参考書、授業方法、到達目標、評価方法、準備学習を仔細に明記し、授業内容が事前によく理解できるように配慮している。

複数の教員が担当するオムニバス授業の科目は、担当教員が調整をとりながら進めている。またプロジェクト科目については、ファッションマネジメント専攻は専攻会議において教員間で調整をとり情報を共有しながら進めている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-3-2】参照

2-3-④ 通信教育を行っている場合には、添削等による指導を含む印刷教材等による授業、放送授業、面接授業もしくはメディアを利用して行う授業の実施方法の適切な整備
本大学院では通信教育は行っていない。

(3) 2-3の改善・向上方策（将来計画）

履修登録単位数の上限設定は今後も厳格に運用していく。

教育目的を踏まえた実践的な教育について、今後はプロジェクト科目のより高度化・グローバル化を図る。BFGU FW について、継続して開催すると同時に、産業界・海外の事業者とのコラボレーションなどをより積極的に推進していく。

さらに今後はより一層産業界とのコラボレーションを深め、「BFGU ブランド」を確立することを目指す。たとえば、中長期的には次のようなコラボレーションを行うことについて、本学園内の「文化学園再構築委員会」で検討を重ねている。

コラボレーション（例）

- ・企業から不定期の社員教育講座受託（企業からの依頼により開催、有料）
- ・すでに行っているユニホームデザインのBFGUブランド化
- ・ファッションテクノロジーコースによる、アパレル企業・商社等からのパターンメイキングの受託（有料）
- ・ファッションテクノロジーコースによる企業への技術指導（スポーツウエア等）（有料）
- ・アパレル工場の生産システム開発支援業務の受託（有料）・・・アパレル工学の研究論文としても発表する。
- ・コンサルティング機能（有料）

- ・企業からの調査研究受託（有料）
- ・渋谷インキュベーション施設に経営相談コーナーを設置・・・インキュベーション施設に入居している企業のほか、渋谷区内のファッション中小企業の経営相談を行う。(有料)

2-4 単位認定、修了認定等の要件設定と運用及び教育目的の達成状況の点検・評価の適切性

《2-4 の視点》

(1) 2-4 の自己判定

基準項目 2-4 を満たしている。

(2) 2-4 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

2-4-① 単位認定の基準、課程修了要件の明確な設定と学生への明示及び厳正な運用

本大学院は、使命・目的及び教育目的に基づき、学位授与に関する方針を専攻ごとにディプロマ・ポリシーとして表 2.4.1 のとおり定め、明確に示している。

表 2.4.1 ディプロマ・ポリシー

ファッションクリエイション専攻	ファッション知財のデザイン、エンジニアリングなどを研究し、ファッション価値を創造できる人材に学位を授与する。
ファッションマネジメント専攻	ファッション知財を事業化するためのマネジメントを研究し、ビジネス化を推進、管理・運営できる人材に学位を授与する。

ディプロマ・ポリシーは、教育目的やアドミッション・ポリシー、カリキュラム・ポリシーとともに本大学院ホームページにおいて公表している。

【単位認定について】

本大学院ファッションビジネス研究科は単位認定について、「文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則」第7条に次のように明記している。

（単位の認定）

第7条 本大学院において授業科目を履修した者に対しては、試験の上、その合格者に所定の単位を与える。

2 試験及び成績判定の方法は、教授会がこれを定める。

また年度ごとの「履修要項・授業計画」のなかに「単位履修に関する細則」（20 ページ）に明確化して厳正に運営している。

単位認定については、「単位履修に関する細則 第8条」に記載されている。

第8条 履修科目の単位は、原則として次の条件を充足した者に認定される。

(1) 定期試験（レポート、論文、作品を含む。以下同じ）において合格点に達した者

【評価方法の明示】

「シラバス」（履修要項・授業計画）に「評価方法」の欄を設定し、全科目において評価方法、評価の基準を明示している。

評価の方法については、「単位履修に関する細則 第9条」に記載されている。

第9条 成績評価は90点以上をAA、80点以上90点未満をA、70点以上80点未満をB、60点以上70点未満をC、60点未満をEとし、C以上を合格、Eを不合格とする。

本大学院は1単位あたりどれだけ高い学習成果を上げたかを計る評価方法としてGPA(Grade Point Average)制度を採用している。AA(5点)、A(4点)、B(3点)、C(2点、再試の場合1点)、E(0点)にポイントを換算している。

「評価の基準」は、出席状況、受講態度、試験・レポート、作品、授業期間内の課題・小試験等の割合を%で明示して、各科目の評価基準の明確化をはかっている。

GPA制度については学生に配布する履修要項に記載している。

院生支援について年度ごとにGPAポイントを算出し、1年次生にはBFGUスカラシップ(奨学金)受給者として表彰し、修了生には成績優秀賞として表彰している。

文化ファッション大学院大学奨学金規程

(選考方法)

第5条 選考委員が候補者の人物等を考慮した上で選考する。

成績(GPA)、作品審査、人物評価

【課程修了要件について】

院生には以下諸規程を履修要項に明記することで明示している。本大学院ファッションビジネス研究科は修了要件について、「文化ファッション大学院大学(専門職大学院)学則」第10条に次のように明記している。

(専門職学位課程の修了要件)

第10条 専門職学位課程の修了要件は、各専攻に2年以上在学し、所定の授業科目を履修し、54単位(ファッションクリエイション専攻では「修了作品」の審査での合格、ファッションマネジメント専攻では「修了研究プロジェクト報告書」の審査での合格を含む)以上を修得した者とする。

また「文化ファッション大学院大学 学位規定」第4条にも明記して厳格に運用されている。

修了認定については、「文化ファッション大学院大学 学位規定 第6条」に明示されている審査委員会で、修了作品あるいは修了研究プロジェクト報告書の審査、最終試験を行い、その結果に学位を授与できるか否かの意見を添えて教授会に文書で提出する。そして教授会で審査を行う。

◇エビデンス集 資料編【資料2-4-1~2-4-6】参照

2-4-② 学生の学修状況・資格取得・就職状況の調査、学生の意識調査、就職先の企業アンケート等による、教育目的の達成状況を点検・評価するための努力

個々の院生が修業年限以内に修士の学位が取得できるような教育・研究指導を行うために、ファッションクリエイション専攻においては途中経過採点日、ファッションマネジメント専攻においては専攻会議において、プロジェクト科目(「基礎研究・創作」「修了研究・創作」「基礎研究プロジェクト」「修了研究プロジェクト」「フィールプロジェクト」)の達成状況の点検を随時行っている。

ファッションクリエイション専攻のファッションデザインコースでは、1年次での「基礎研究・創作」で制作した終了作品10~15点(フルコーディネート)を、BFGU FWの中で「終了コレクション作品展示(エキシビション)」として発表している。また、2年次の「修了研究・創作」では、各自が探究してきた2年間の創作活動の成果をプロジェクトとして、

修了作品 15~20 点（フルコーディネート）を審査し、成績上位者約 10 人が「修了制作コレクションショー」として BFGU FW の中でショー形式の公開発表を行う。さらに、成績上位者約 4 人は、ブランド設立を想定してプロフェッショナルバイヤーに向けた展示会（rooms）に出展することで、シーズンの商品ライン構成、原価計算、卸売価格、上代設定、生産可能体数、納期、資金、経費問題などマーチャンダイジングを行ってビジネスとして完成させ、第三者からの評価を問う。コンセプトの設定から作品制作までの現場に要するすべてにおいて、担当教授からサポートを受けながら各自が企画運営を行うが、作品制作及び展示会のセレクト等に関しては、本大学院外からの支援、メーカー、商社など企業からの協力を得る事も可とする。同時に大学院修了後のプレゼンテーション用として作品を「BFGU magazine」として完成させ Web 上で公開する。発表の三形態それぞれに関わる企画・制作作業をとおして作品の個々の見せ方や全体のコーディネート、スタジオ、会場の演出、画面レイアウトの構成に関わる要件を学ぶ。

イベント終了後には研究テーマ、コンセプト、マーチャンダイジングマップ、マーケット、リサーチ、作品データ、デザイン画、ビジネス展開、考察などをまとめたポートフォリオを制作する。

1 年次では感性、生活観、価値観を表現するための総合的なクリエイション能力を高め、さらに研究意欲と創造力・意思決定能力を育成するために目標達成に必要な研究方法を見定められるよう、理論と演習をリンクさせた教授を行っている。前期は 1 年間のコンセプトを立て、各自の意思を他に納得させる能力を養うために、担当教授との面談、ディスカッションを重ね、教授陣と院生に対してコンセプト発表を行い評価を受ける。後期は終了時に設ける「終了コレクション作品展示（エキシビション）」に向け、各自の意図するデザインをパターンから作品に容易に仕上げられるよう個別に指導していく。また作品制作の技術的なサポートとして、ドレーピングによるパターンメイキング（立体裁断）、フラットパターンメイキング（平面裁断）、被服構成テクニックの教授を行っている。さらにデザイン・芸術・ビジネス・文化の各分野から専門家による特別講義も導入している。

「終了コレクション作品展示（エキシビション）」においては担当教員および外部からジャーナリストやファッションディレクター、他大学の教授などの有識者を迎え審査を行う。展示終了後には研究テーマ、マーチャンダイジングマップ、リサーチ、作品データ、デザイン画、考察などをまとめたポートフォリオを制作する。

ファッションクリエイション専攻のファッションテクノロジーコースでは、1 年次「基礎研究・創作」、2 年次「修了研究・創作」で研究した成果を BFGU FW で展示・発表している。

研究は 1~2 年協同のグループワークを通して研究計画書を作成し各自の研究テーマ、研究方法を構築していく。内容は現代社会に対応し問題提起、提案できる内容であり、制作品においては大量生産を考慮した工業用パターン、縫製仕様書を作成して制作にあたる。「基礎研究・創作」ではセットアップ（上下）2 体以上。「修了研究・創作」ではセットアップ 3 体以上制作する。商品に近い技術レベルに近づけるため学内外からの支援、メーカーなど企業からの協力、コラボレーションなど研究活動を通して工業製品の製作現場についても学ぶ。

研究活動は担当教員の指導のもとで定期的に中間報告を行い、院生の達成状況を随時点

検している。BFGU FW での研究内容と作品のプレゼンテーションも研究活動の一環とする。また研究の背景、目的、方法、結果、考察を明確に表した論文に匹敵するポートフォリオも制作する。

評価方法についてはグループワークにより作成した研究計画書とサンプル作品の審査（20点）、途中点検（30点）、BFGU FW 展示審査会（50点）をもとにポートフォリオも含めて、成績評価会議で担当教員全員による総合評価を行っている。なお展示審査会の評価には外部アパレル企業の技術専門家の審査も含まれる。

ファッションマネジメント専攻では、1年次前期科目である「基礎研究プロジェクトⅠ」の研究発表、1年次後期科目である「基礎研究プロジェクトⅡ」のBFGU FW での研究発表、2年次科目である「修了研究プロジェクト」における修了研究発表会及びBFGU FW での研究発表を行っている。また各科目ともゼミ担当教員の指導のもとに随時中間報告を行い、院生の達成状況を専攻会議で点検している。

特に2年次の必修科目である「修了研究プロジェクト」は、到達目標を修了研究プロジェクト報告書を完成させ、修了研究発表会で発表することとし、研究テーマに関する知識基盤を固め、研究対象への調査・分析能力を身に付けるとともに、研究結果に基づいた企画提案や問題解決を提示できるようにすることも重要な目的としている。評価方法については、修了研究報告書・修了研究発表会（75点）及び日常の研究活動（25点）をもとに、成績評価会議で担当教員全員（准教授以上の専任教員全員）による総合評価を行っている。

また「フィールドプロジェクト」は、①インターンシップ、②企業・団体等からの受託研究、③ファッション・ベンチャー企業設立を通じて、実務を実践（または体験）することを目的とする。

- ①インターンシップのケース／インターンシップ実施報告書を提出し、インターンシップ先企業は出勤簿・評価結果を提出する。
- ②企業・団体等からの受託研究のケース／受託研究調査報告書（または企画書）を受託先企業も本大学院に提出し、受託先企業に対してプレゼンテーションを行う。
- ③ファッション・ベンチャー企業設立の場合／新会社を設立・登記すると同時に、新規設立企業の事業計画書を提出する。

本大学院では、以上のプロジェクト科目のほかに専門職大学院としての教育目的を達成するため、特色ある科目を設定している。そのひとつに専攻・コースを超えた必修科目である「ファッションビジネスメソッド（演習）」がある。ファッション企業の実務現場ではデザイナーもモデリストもマーチャンダイザーや営業職も共同で業務を遂行している。

「ファッションビジネスメソッド（演習）」では、ファッションアパレルメーカーの業務に対する理解を深めると同時に、ファッションデザインコース、ファッションテクノロジーコース、ファッション経営管理コースの3コースの院生が共同でグループを編成し、アパレルブランドの企画演習をすることを通じて、実務現場における職種間コミュニケーションを図りながら共同企画を行う能力を身に付けることを目的としている。平成26(2014)年度では、1年次9月8日～12日まで集中してグループ演習を行い、翌週17日～19日の夏期北竜湖セミナーで最終点検、リハーサル、プレゼンテーションを行う。ファッションクリエイション専攻の教員とファッションマネジメント専攻の教員の2人でグループごとの指導を行う。

就職状況の調査は、修了時に修了生アンケートを取ることで行っている。修了生の就職先等を把握することは教育内容等の充実に大いに役立っている。起業志向の院生が多いことから起業系の科目を開学以来増やしてきた。

また授業アンケートを隔年実施し、その結果を担当教員に示すことで教育目的を達成しているかを点検・評価できていると考えている。アンケートでの要望を基に新設した科目もある。

資格取得については、ファッションテクノロジーコースでパターンメイキング検定1級の取得を奨励しており、専任教員が取得のための指導を行っている。

◇エビデンス集 資料編【資料 2-4-4、2-4-7～2-4-10】参照

(3) 2-4 の改善・向上方策（将来計画）

本大学院は、建学の精神、専門職大学院の使命・目的及び教育目的に沿った人材を社会に送り出すことを目標とすることについて変りはないが、教育課程編成方針や教育課程の編成等に改善があれば「教育・研究委員会」の審議を通して「単位履修に関する細則」を改定、改善を図っていく。

単位認定の基準、課程修了の要件について今後も厳格に運用していく。

授業アンケートで回答のあった、優れた取り組みを教員間で把握することで授業改善が図られているので今後も実施していく。修了時点での総体的なアンケートは有効である。院生の要望等について「学生会」を通し組織的に本大学院へと伝えられ、教育内容等の改善につなげていく仕組みをさらに充実させていく。

〔基準2の自己評価〕

本大学院は、建学の精神、専門職大学院の使命・目的及び教育目的のもと、研究科と各専攻で定められた教育の目的を達成すべくカリキュラム・ポリシー、ディプロマ・ポリシーを明確にし、産業界のニーズに応えられる教育内容を確保している。授業は専攻の教育の目的に沿って適切に実施されている。特にプロジェクト科目における教育内容・評価方法はファッションビジネス専門職大学院の特徴を反映したものとなっている。また本大学院は、ファッションクリエイション専攻とファッションマネジメント専攻が同じ研究科にあるという世界でも稀有な大学院であり、両専攻の院生が共同で学ぶ科目はファッションビジネス専門職大学院の特徴を反映したものとなっている。FD 活動に関しては「教育・研究委員会」において、教員の資質・能力向上の取り組みを計画し、実施している。そのため本大学院の教育課程では、入学から修了までの在学中及び起業や就職とその後のキャリアアップ等をも含め、総合的で適正な学修・育成ができています。また今後必要とされる改善点を十分に検討し、教育の質の向上を図り、院生の満足度向上と産業界のニーズにあった教育研究を継続し、国際的に通用するファッション価値を創造・具現化させ、グローバル視点に立つ独自のブランドを確立できる人材の育成を行っていくための体制を構築していることは評価できる。

基準 3. 学生

3-1 学生受入れ方針と入学者選抜等の整合性

《3-1の視点》

(1) 3-1の自己判定

基準項目 3-1 を満たしている。

(2) 3-1の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

3-1-① 教育の目的や専門職学位課程制度の目的に即した学生受入れ方針（アドミッション・ポリシー）の明確な設定と公表・周知

本大学院の入学者受入れの方針（アドミッション・ポリシー）については、表 3.1.1 に掲げるとおりで、本大学院の建学の精神に基づくそれぞれの教育方針に応じたアドミッション・ポリシーを明確にしている。アドミッション・ポリシーについては、「教育・研究委員会」によって検討し、教授会で審議し学長が決定している。また教授会等を通じて全教職員に周知されている。

表 3.1.1 本大学院の各専攻のアドミッション・ポリシー

グローバル化している今日のファッションビジネスの世界で、
知財創造ビジネスモデルを確立し、
国際的に通用するデザイン価値を創造・具現化させ、
独自のブランドの確立を目指す者を受け入れることとする。

このアドミッション・ポリシーに則り、ファッションクリエイション専攻では「オリジナリティを基盤に、広く社会的な事象や最新の音楽・アートなどのムーブメントから得たイメージーションを自己のデザインにとり入れた新たなデザインワールドを提案していくデザイナーの養成」、「素材と生産現場を熟知し、高度な技術をもって商品化できるファッションテクノロジストの育成」、「国際的な舞台で活躍でき、日本の技術力をグローバルスタンダードにする人材の育成」を掲げている。また、ファッションマネジメント専攻では「デザインなどの知財を理解して市場を創造できる、革新的な事業開発と経営管理を行う人材の育成」、「ファッションビジネスにおける企画、生産、流通、販売などの各業務を管理し、企業の経営戦略、ブランドや店舗の事業戦略を立案し、組織運営、財務管理などのマネジメントができる経営管理職や起業家の育成」、「経営資源を活かして、グローバル市場で展開するファッションビジネスを構築・実行するマネジメント人材の育成」を掲げている。

アドミッション・ポリシーについては、「本大学院ホームページ」「学生募集要項」に明示するとともに、学校説明会においても周知している。

◇エビデンス集 資料編【資料 3-1-1～3-1-3】参照

3-1-② 学生受入れ方針に即した入学者選抜の適切な実施

入学者受入れの方針はアドミッション・ポリシーを学生募集要項の先頭ページに記載し周知を図っている。

ファッションクリエイション専攻の一般入試ではファッションデザイン画、実技、小論

文、自己プレゼンテーション・面接によって、ファッションマネジメント専攻の一般入試では社会的基礎知識・英語、小論文、自己プレゼンテーション・面接によって判定している。

またファッションマネジメント専攻の社会人入試では、民間企業等に在籍し、入学時現在、2年以上の実務経験を有している職業人を対象に、職務活動等報告書を記載し、さらに小論文、自己プレゼンテーション・面接によって判定している。

留学生については特に留学生入試を定めず、一般入試・社会人入試によって判定するが公益財団法人日本国際教育支援協会が実施する日本語能力試験 N2 以上に合格しているか、またはそれと同等程度の日本語能力を有していると本大学院が認めるレベルにあることを補足条件として定めている。

◇エビデンス集 資料編【資料 3-1-2】参照

3-1-③ 教育に相応しい環境の確保のための収容定員と入学定員、在籍学生数の適切な管理

東日本大震災の翌年平成 24(2012)年には一時的に入学者数が減少したものの、その後上昇に転じた後入学者数はほぼ横ばいである。平成 27(2015)年は収容定員のほぼ 89%の在籍者数に達している。

表 3.1.2 入学定員、入学者数、収容定員、在籍者数の推移 [各年度 5 月 1 日現在 単位：人]

	平成 23(2011)年	平成 24(2012)年	平成 25(2013)年	平成 26(2014)年	平成 27(2015)年
入学定員	80	80	80	80	80
入学者数	82	61	73	70	68
収容定員	160	160	160	160	160
在籍者数	162	141	137	147	142

3-1-④ 教育方法や施設設備等の条件を考慮した、教育効果を十分に挙げるための同時に授業を行う学生数の適切な設定

授業を行う学生数は適切に管理できている。3 コース合同の履修者の多い通常授業でも 50 人ほどであり講義室に十分収容可能である。また、基本的には大学院大学のため、少人数の授業を実施しており極めて教育効果の高い環境で授業を実施できている。

(3) 3-1 の改善・向上方策（将来計画）

今後は入学者数拡大の方策として、社会人の受入れを増やしていく予定である。また留学生についてはすでに多く受け入れている中国、台湾、韓国に加え、経済発展の著しい ASEAN 諸国の留学生の受け入れを増やしていく予定である。

そのため、入学希望者の増加も見込まれるので、適切な院生数の範囲を専攻ごとに決め、「教育・研究委員会」とも連携し、その数を遵守する入試形態としていく。

3-2 学修支援体制の整備と運営の適切性

《3-2 の視点》

(1) 3-2 の自己判定

基準項目 3-2 を満たしている。

(2) 3-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

3-2-① 履修指導や学修相談などの学修支援体制の整備と、学生の意見を把握した上での適切な運営

ファッションクリエイション専攻では、衣服製作技術、デザイン表現能力、素材に関する知識など必要最小限の知識のあるものを入学の対象としているが、バックグラウンドが多分野にわたっているため、前期の中でさらに一定のレベルになるよう理論を解説しながら単位認定をしない科目として「クリエイション造形演習」を実施している。

内容はレディース、メンズ、子供、人間工学・動作特性（キネジオロジー）、服飾造形論、パターン制作の基礎、原型、原型的身頃、シャツ、スカート、パンツ、ジャケット、衿各種、袖各種、サイズ、衣服製作のプロセスなどである。

ファッションマネジメント専攻では、多様な学部出身の新生生に対しファッション産業構造・消費構造・計数・マーケティング・マーチャンダイジング・流通などを教授する「ファッションビジネス基礎理論」を、アパレルアイテム・シルエット・ディテール・素材・色彩・柄・サイズ・縫製などを教授する「ファッション商品基礎理論」を入学時4月1日より約1週間、単位認定をしない科目として集中講義の形で実施している。

また両専攻とも、専任教員による院生に対する履修指導を行っている。履修指導では院生の修了研究テーマや進路等を考慮しながら、選択科目の履修に関するアドバイスをを行っている。

学修相談としてはオフィスアワーを設け、専攻長、コース主任、プロジェクト科目担当教員（ファッションマネジメント専攻ファッション経営管理コースでは専任教員全員）が大きな役割を果たしている。院生は履修指導、研究指導、業界の情報収集、コンテスト支援、研究取材先の紹介、インターンシップ先の紹介、進路相談、就職支援、起業支援等で、満足度が高い。

GPA 制度を採用し、成績優秀者の表彰制度を実施している。1年次のGPA上位者は、BFGUスカラシップ（奨学金）の対象となり年間授業料相当の奨励金が給付される。また2年間のGPA上位者は修了時に表彰される。

学習支援の付属機関は、図書館、「服飾博物館」、「ファッションリソースセンター」等があり、各種資料について院生が自由に閲覧できるようになっている。特に図書館は、最新ファッション情報の宝庫ともいえるほど世界各国のファッション誌がすべて揃い院生の利用率は高く、館外貸出しも多い。

◇エビデンス集 資料編【資料 3-2-1～3-2-8】参照

3-2-② 通信教育を実施している場合には、多様なメディアを利用する教育を効果的に行えるよう、学修支援のための適切な組織の設置

本大学院では通信教育は行っていない。

(3) 3-2 の改善・向上方策（将来計画）

今後も年々、出身学部、社会人としてのキャリア、国籍等が変化し、多様な学生が入学することが見込まれるため、履修指導や学習相談にきめ細かく対応していく。

3-3 学生サービス体制の整備と運営の適切性

《3-3の視点》

(1) 3-3の自己判定

基準項目3-3を満たしている。

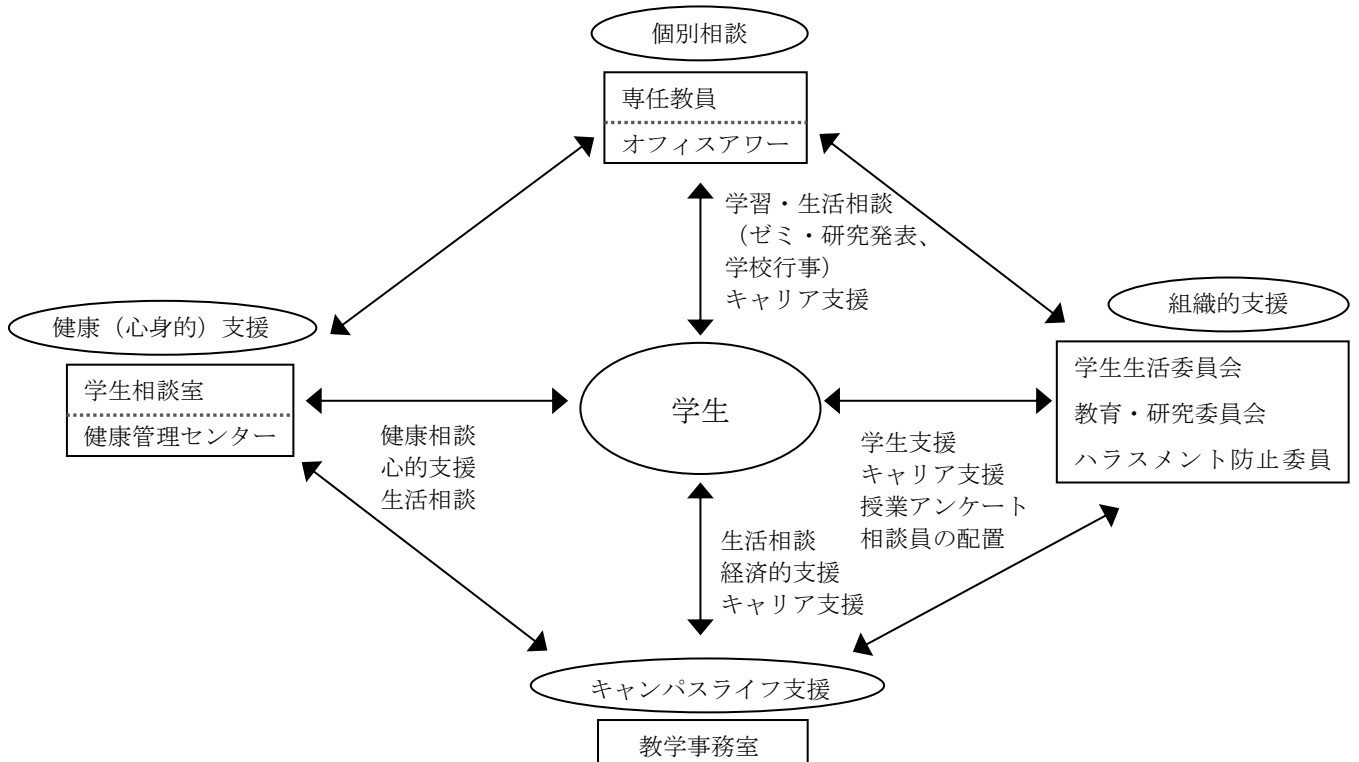
(2) 3-3の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

3-3-① 学生サービスのための組織の設置と学生の意見を把握した上での適切な運営

最も有効に機能しているのは、日々の教員と院生のコミュニケーションである。小規模な専門職大学院ということもあって、院生数に対する教員数の比率が高い、専任教員が研究指導・ゼミ指導を行っていることから、教員と院生のコミュニケーションの密度が高い。加えて専任教員は、オリエンテーションから始まり、夏期北竜湖セミナー、BFGU FW、研究発表会、その他多種の学校行事等に全員が参加しており、院生とのコミュニケーションの機会も多く反省会等「学生会」からの要望も含め、院生の声を汲み上げ改善方策の一部としている。専任教員はこのようなコミュニケーションの場で汲み上げた院生の意見等を、専攻会議や組織的な体制として整備している各委員会に提示している。そして「学生生活委員会」では院生の学習環境向上に対応、「ハラスメント防止委員会」では、防止に関する規程や管理・監査のガイドラインを作成し、アカデミックハラスメント、セクシャルハラスメント等各種ハラスメントに対応している。また専任助手や事務職員による院生個人へのサポート体制も整っている。さらに各研究室では、専任教員が必ず在室し院生の個別相談等に応じる「オフィスアワー」を設定している。

◇エビデンス集 資料編【資料3-3-1～3-3-2】参照

図 3.3.1 学生サービスのための組織図



3-3-② 学生に対する適切な経済的支援

院生の経済的支援については日本学生支援機構の奨学金や地方公共団体の奨学金制度などの案内をし、院生個別の要望に対応している。ここ数年国内採用による国費外国人留学生（研究留学生）以外に、岡村育英会、公益財団法人ロータリー米山記念奨学会、守谷育英会など、民間団体の奨学金の採用者が増加している。また学業優秀者には、年間授業料を全額支給するスカラシップ制度「文化ファッション大学院大学奨学金」を設けている。

◇エビデンス集 資料編【資料 3-3-3】参照

3-3-③ 学生に対する適切な健康相談、生活相談等

院生の健康管理については「健康管理センター」が担当し、メンタルケアやカウンセリングについては同法人の文化学園大学と文化服装学院の「学生相談室（カウンセラーと精神科医）」を利用できる体制となっている。さらに院生の健康状況を把握するため、全新入生が学園独自の「健康調査票」を提出することとしている。

さまざまな心の問題に関しては、専任教員をはじめ教学事務室の他「学生相談室」のカウンセラーが対応している。カウンセラーのみでは対応困難な院生に対しては「健康管理センター」の精神科医や外部医療機関に紹介し連携をとっている。

◇エビデンス集 資料編【資料 3-3-4】参照

3-3-④ 就職・進学に関する相談・支援の体制の整備と適切な運営

本大学院の専任教員は、専門職大学院であることから全体の3割以上が実務家教員であり、また実務家教員ではない教員であっても実務キャリアの豊富な教員が多く、多数がファッション業界での実務を経験している。またファッション産業界の各種委員会で委員を委嘱されている教員も多い。さらに非常勤講師は、多数がファッション産業の実務家である。さらに専任教員のなかに経営指導の専門家もおり、起業支援の体制もできている。

本大学院は以上のような実務経験豊富な教員を有しており、しかも小規模な専門職大学院ということもあって教員と院生のコミュニケーションの密度が高く、日々の教員とのコミュニケーションが就職や起業の相談・助言という点で大きな役割を果たしている。

またファッション産業界で即戦力となりうる能力の修得をめざすカリキュラムを構築しており、授業を通じて業界の現場の視察・見学を頻繁に実施し、さらにファッションビジネスの業界において現役で活躍する有識者が講師となり、業界の現況、ファッションビジネスパーソンにいま求められる能力・素養など、業界の最新情報を教授する「特別講義」を定期的に関講している。つまり、通常授業を通じてキャリア形成のサポートをしている。加えて実務家教員中心に「キャリアガイダンス」を実施しており、必要書類の書き方の指導、面接対策等実施している。同一学校法人内の他校と合同で会社説明会も多数実施している。さらに留学生が多いことから留学生に特化したガイダンスも行っている。同一学校法人内の他校との協力体制が整っていることが大きな強みである。また進学についても、教員の指導により他大学の大学院博士課程への進学者を出している。

(3) 3-3 の改善・向上方策（将来計画）

学生生活をより充実したものとするために「学生生活委員会」が中心となり、今後は留学生の国籍も多様化し複雑になって問題も多岐にわたることを予測し、これまで以上に全学的に学生支援体制を強化する。今後も学生・教職員とで意見交換しあい学生生活のさらなる充実を図る。

就職に関して日本企業全体としての大学院生に対する処遇の問題も絡んでいるが、本大学院としてはファッション業界の第一線で活躍する実務家教員が多数いることを生かし、キャリア支援をより一層充実させていく。また学外運営諮問会議等でファッション業界関係者との交流を増やし、業界でどのような知識が必要とされ、専門職大学院に対するどのような要望があるのかを把握していく。また修了生から意見を聴取することも検討していく。

[基準3の自己評価]

本大学院は、建学の精神、専門職大学院の使命・目的及び教育目的のもと、研究科と各専攻で定められた教育の目的を達成すべくアドミッション・ポリシーを明確にしており、また周知させている。

入学者受入れに関して、アドミッション・ポリシーに基づいて入学要件を定め、入学試験を実施し入試判定も厳正に行われている。今後は入学者数拡大の方策として、本大学院の特色を強く打ち出しながら社会人の受入れを増やす一方で、中国、台湾、韓国に加えASEAN諸国の留学生の受入れを増やしていきたいと考えている。

実務家教員を含む専任教員全員が研究指導・ゼミ指導を行っていること等は学習支援に大きな役割を果たしている。これらは少人数制の専門職大学院である本大学院の特徴的な学習支援体制である。両専攻ともに配置されている授業のサポートを行う専任助手は、本大学院の修了生であることから、院生にとっては各種相談にのってもらえる心強い存在である。

学生サービスの体制は、「学生生活委員会」が中心となって実施している。

専門職大学院である本大学院では、カリキュラムの中にキャリア支援となる科目が設定されている。就職の支援体制は、「学生生活委員会」のキャリア支援担当が中心となり組織的に取り組んでいる。また、実務家教員を含め、ファッション業界の実務経験者が多いことや、専任教員が産業界のネットワークを有していることが十分に機能しているものと判断している。

また本大学院は留学生比率が高い。留学生は生活体験の違い、キャリアの違い、備えている知識の違い等があるが、一方で日本の学生以上にグローバル感覚を備えていることも確かである。本大学院に入学するすべての留学生がファッションとファッションビジネスに強い関心を抱いていることから、ファッションとファッションビジネスに対する認識を共有しながら、きめ細かな教育指導面での対応が今後一層求められる。

基準 4. 教員

4-1 教育課程を遂行するための教員配置の適切性

《4-1 の視点》

(1) 4-1 の自己判定

基準項目 4-1 を満たしている。

(2) 4-1 の自己判定の理由

4-1-① 教員の組織編制に関する基本方針の明確化と、この方針に基づいた教育課程を運営するために必要な教員の確保、適切な配置

本大学院は、専門職大学院として次世代ファッションビジネスを創造するべきファッションビジネス分野に特化した教育・研究を行うために、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともに次のような考え方で専任教員を配置している。

① 研究専門分野に応じた専任教員を配置する。

ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともに専任の教授または准教授を配置する。さらにファッションクリエイション専攻では、ファッションデザイン分野とファッションテクノロジー分野の2分野ともに専任の教授または准教授を配置する。

② 両専攻とも、研究業績を有する教員を配置する。

ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともに研究業績を有する教員を配置する。具体的にはファッションビジネス分野で各専攻が研究する分野の教科書、書籍、学術論文等を執筆した教員を配置する。

③ 両専攻とも、実務家教員を配置する。

ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともに研究業績を有する教員に加えて実務家教員を配置する。実務家教員はそれぞれの専攻が研究・教育する分野において実務経験を5年以上有する専門家である。

④ 必修科目のうち、プロジェクト科目については専任教員が担当する。

ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともにプロジェクト科目は専任教員が担当する。

⑤ 「修了研究・創作」、「修了研究プロジェクト」は、専任の教授と准教授が担当する。

ファッションクリエイション専攻の「修了研究・創作」、ファッションマネジメント専攻の「修了研究プロジェクト」については、専任の教授と准教授が院生の研究専門分野に応じて分担して指導する。

◇エビデンス集 資料編【資料 4-1-1】参照

4-1-② 教員の組織編制に関する基本方針について、専任教員（実務家教員を含む）の数及び資格に関する専門職大学院設置基準の関係規定の遵守

本大学院の教員配置は、表 4.1.1 に示した通りである。表中にある「必要専任教員数（基準）」には、専門職大学院設置基準に従い専攻別に専任教員数の合計を記した。

本大学院の収容定員は 160 人（入学定員 80 人）であるので、専門職大学院設置基準が定める必要な専任教員数はファッションクリエイション専攻は 8 人、ファッションマネジメ

ント専攻は9人、合計17人である。本大学院は必要教員数を上回る実在専任教員数を確保している。

表 4.1.1 教員配置

[平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

研究科名	専攻	入学定員	収容定員	必要専任教員	実在専任教員	教員構成			教員構成	
						教授	准教授	助教	学術教員	実務家教員
ファッションビジネス研究科	ファッションクリエイション専攻	50	100	8	11	3	3	5	8	3
	ファッションマネジメント専攻	30	60	9	9	6	1	2	4	5
	合計	80	160	17	20	9	4	7	12	8

4-1-③ 教員構成（年齢、専門分野、実務家教員と研究者教員等）のバランスの適切性

次世代ファッションビジネスを創造すべきファッションビジネス分野に特化した教育・研究を行うために、ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻ともに次のような考え方で専任教員を配置している。

- ①研究専門分野に応じた専任教員を配置。
- ②研究業績を有する教員と、実務家教員を配置。（実務家教員は、それぞれの専攻が研究・教育する分野において、実務経験を5年以上有する専門家である）。
- ③必修科目のうち、プロジェクト科目については専任教員が担当。
- ④「修了研究・創作」、「修了研究プロジェクト」は、専任の教授と准教授が担当。

表 4.1.2 は、本大学院の専任教員、兼任教員、助手の人数を示している。専任教員数に対する在籍学生数の割合は院生7人に対して1人の専任教員がいる。

また兼任教員数は34人と専任教員数の2倍近い人数がいるが、1科目だけを担当している兼任教員が最も多いため、これは専門職大学院としてそれぞれ実務の専門家が科目を担当しているからである。

専門職大学院設置基準が定める実務家教員数は本大学院の実在教員数の場合、6人以上（専任教員のうち30%以上）である。本大学院は、学術教員12人（60%）、実務家教員8人（40%）のバランスであり、必要実務家専任教員数を上回る実在実務家専任教員数が確保されている。なお、学術教員のなかにも、実務経験を5年以上有する教員がいる。

次に職位別のバランスは、専門職大学院設置基準が定める教授の数は、本大学院の実在教員数の場合9人以上である。本大学院は、教授9人（45%）、准教授4人（20%）、助教7人（35%）のバランスであり、必要教授数と同等の実在教授数を確保している。

専任教員・兼任教員とも専門分野に適合した科目を担当している。ファッションクリエイション専攻、ファッションマネジメント専攻とも、大学院教育の中核となるプロジェクト科目については、すべて専任教員が担当している。

全体として、専任教員、兼任教員、助手の組織的連携によって本大学院の専門職学位課程の特質に応じた教育課程を遂行している。

表 4.1.2 専任教員、兼任教員、助手の人数 [平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

	収容定員	在籍学生数	専任教員	兼任教員	助手
合計	160	142	20	34	1

表 4.1.3 は、専任教員の年齢構成及び男女構成比である。年齢構成は「61～70 歳」が 6 人で最も多く、「31～40 歳」「51～60 歳」が各 4 人、「26～30 歳」「41～50 歳」が各 3 人と続いている。年齢構成が高齢傾向に偏っているのが現状である。

表 4.1.3 専任教員の年齢構成及び男女構成比 [平成 27(2015)年 5 月 1 日現在 単位：人]

年齢	26～30 歳	31～40 歳	41～50 歳	51～60 歳	61～70 歳
人数	3	4	3	4	6
男女構成比	0：3	2：2	2：1	4：0	6：0

(3) 4-1 の改善・向上方策（将来計画）

日本で唯一のファッションビジネス領域に特化した専門職大学院であるため、この特色に適合した教員の採用を進めている。近々の課題としての高齢化に対応して、本大学院の修了生、ファッション産業界で活躍する実務家、この 2 つを対象にして採用していく方針である。

4-2 教員の採用・昇任方針の明確性、運用の適切性

《4-2 の視点》

4-2-① 教員の採用・昇任の方針の明確化と、採用・昇任の方針に基づく規定の設定、適切な運用

(1) 4-2 の自己判定

基準項目 4-2 を満たしている。

(2) 4-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

4-2-① 教員の採用・昇任の方針の明確化と、採用・昇任の方針に基づく規定の設定、適切な運用

教員の採用・昇任については「文化ファッション大学院大学教員選考基準」及び「文化ファッション大学院大学教員選考基準施行細則」に定めている。その選考について「教員評価基準項目」（教育上の能力に関する事項、職務上の能力に関する事項、学内委員会での活動状況、研究業績、）を設け、また教授、准教授、助教にそれぞれ候補者たる資格基準を設け、その項目について「教員選考委員会」で審査し、教授会で審議し、学長が決定する。その後理事長に報告し、理事長はその選考された者の中から昇任又は新任を決定し任命している。なお、新採用教員には任期制を適用することとしている。

◇エビデンス集 資料編【資料 4-2-1～4-2-4】参照

(3) 4-2 の改善・向上方策（将来計画）

専任教員の高齢傾向を是正する対応策として、本大学院の修了生の中から適宜若干名を専任助手として採用し、将来に向けて専任教員の育成に取り組んでいく。

またファッションという時代の変化を先取りする分野での教育を実践していくために、企業の第一線で活躍している若手起業家等が「特別講義」、または非常勤講師として授業を実施している。その中から本大学院の教育目標等にかなう人材を発掘、専任教員としての資質等を見極め「教員選考委員会」等で検討し、全体的なバランスを考慮しながら採用していく。

4-3 教員の教育担当時間、教員の教育研究活動支援体制の適切性

《4-3 の視点》

(1) 4-3 の自己判定

基準項目 4-3 を満たしている。

(2) 4-3 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

4-3-① 教育研究目的を達成するための専任教員の授業担当時間の配分に対する配慮

授業時間については、本大学院の授業の時間割は原則的に月曜日から土曜日まで延べ 27 コマが配置されており、1 コマは 90 分授業で行っている。

専攻ごとの専任教員の授業担当コマ数は、ファッションクリエイション専攻 1,260 コマ、ファッションマネジメント専攻 942 コマである。専任教員 1 人あたりの授業担当コマ数平均（週間）は、ファッションクリエイション専攻 4 コマ、ファッションマネジメント専攻 3 コマであり、教育担当時間は適切に配分されている。

研究日については、1 週間のうち 1 日を確保している。

また授業に携わる直接的な時間ばかりでなく、毎週の授業準備、課題の中間指導、個別指導（履修指導、コンテスト指導、就職指導、起業指導等）、学外の公務、講演依頼、コラボレーションに対する指導、研究取材先やインターンシップ先の紹介、期末の試験やレポートの採点、修了研究などプロジェクト科目の指導、特別講義講師の招請などの業務がある。担当する授業の種類や科目の多少、科目担当教員が 1 人か複数か、履修院生数が多いか少ないか、新規授業の有無などによっても負担が異なるため、一概に授業時間だけでは計れないものがある。

4-3-② 教員の教育研究活動を支援する TA(Teaching Assistant) 等の適切な活用と研究費等の資源の適切な配分

本大学院では任期制助手を採用し、専攻内に任期制助手がいない場合はアルバイトを採用して授業・研究補助等につけているため、現状では TA・RA は制度化されていない。

本大学院では個人対象の研究費支援として「文化ファッション大学院大学研究費に関する規程」を設け、①研究用機器・備品の購入、②研究用図書購入、③研究用翻訳料、④研究のための特定調査に対する補助金、研究会、学会または研究活動費、⑤研究材料等の購入、と適用範囲を明確にし、年間個人研究費の上限を次のように定めている。

<年間個人研究費上限額>教授 25 万円 准教授 22 万円 助教 18 万 5,000 円

この個人研究費については年度初めに教員が「研究計画書」を提出し、学長、研究科長の決済のうえ、その計画に則った研究費の使用を基本としており、年度末には個々の「研究報告書」の提出等で適切に運用している。

◇エビデンス集 資料編【資料 4-3-1】参照

(3) 4-3 の改善・向上方策（将来計画）

専任教員の授業担当時間については、授業準備負担の違い、その他の委員会、担当業務等を考慮して、担当時間の割り当ての適正に努める。また今後も人件費予算の範囲内で本大学院の修了生を専任助手として採用し、専任教員の授業準備の負担軽減を図っていく。

4-4 教員の教育研究活動を活性化するための取組みの有効性

《4-4 の視点》

(1) 4-4 の自己判定

基準項目 4-4 を満たしている。

(2) 4-4 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

4-4-① 授業の内容・方法の改善・向上のための組織的な活動（FD 等）の実施とその成果

FDについては「教育・研究委員会」が中心となり各委員会活動や、院生の声をアンケート等で確認する自己点検活動を行っている。なかでも授業アンケートを隔年、プロジェクト科目を除く全授業科目で実施している。調査集計の結果は、個別に授業担当者と専攻長に通知し、教員個人は担当授業を点検してより良い教育を達成するために役立てている。

またFDの組織的な取り組みとして教員研修を行い、繊維・アパレル産地等の現状視察に加え、学生アンケート等の自己点検の討議を行っている。

これらFD活動はその結果を踏まえて、「教育・研究委員会」としてはカリキュラムの改善に、専攻長は科目編成等の改善策のひとつとしている。

◇エビデンス集 資料編【資料 4-4-1】参照

4-4-② 教員の教育研究活動を活性化するための評価体制の整備と適切な運用

「教育・研究委員会」による授業アンケートを隔年、前期・後期のほとんどの授業科目で実施しており、調査集計の結果を踏まえ科目担当教員がより良い教育を達成するために、授業内容・方法等の改善に役立てている。

またこれらの結果を踏まえて、「教育・研究委員会」がカリキュラムの改善に、専攻長がコース編成等の改善策に役立てている。

教員の資質、能力向上のため、隔年、紀要「文化ファッション大学院大学 紀要論文集 ファッションビジネス研究」を発行して専任教員が研究論文や研究報告を発表しており、紀要を発行しない年には教員の研究発表会を開催している。またファッションクリエイション専攻の教員は、「ファッションビジネス学会ファッションクリエイション教育研究部会」に、ファッションマネジメント専攻の教員は、「ファッションビジネス学会ファッションビジネス戦略研究部会」に属しており、各教員は研究成果をそれぞれの研究部会で発表している。さらにファッションビジネス学会全国大会では、毎年専任教員が研究発表を行っている。

◇エビデンス集 資料編【資料 4-4-2】参照

(3) 4-4 の改善・向上方策（将来計画）

組織的な研修及び研究を実施するために、従来の院生の授業アンケート、教員研修を継続すると同時に、新規にFD研修の場を設けることを計画している。

4-5 教員人事における意思決定の適切性

《4-5の視点》

(1) 4-5の自己判定

基準項目4-5を満たしている。

(2) 4-5の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

4-5-① 教員人事における専門職大学院の意思決定組織の整備、権限と責任の明確性及びその機能性

教員人事については「文化ファッション大学院大学教員選考基準」及び「文化ファッション大学院大学教員選考基準施行細則」を定め、その選考については「教員選考委員会」が当該者に「教員評価基準項目」に則って質疑、又は必要ある場合には学内外の適任者から意見を徴したりする審査を行なっている。

また教授、准教授、助教にそれぞれ候補者たる資格基準を設け、その項目について「教員選考委員会」において審査し、教授会で審議し、学長が決定する。その後理事長に報告し、理事長はその選考された者の中から昇任又は新任を決定し任命している。なお、新採用教員には任期制を適用することとしている。日本で唯一のファッションビジネス分野に特化した専門職大学院であるため、この特色に適合した教員の採用を進めている。

◇エビデンス集 資料編【資料4-5-1～4-5-5】参照

(3) 4-5の改善・向上方策（将来計画）

専門職大学院である本大学院は、教員特に実務家教員の存在が非常に重要である。今後、ファッションビジネス教育をより充実、発展させるためには、産業界の動向、情報等を常に把握してより良い教員候補を見出し、その採用にあたっては大学院の使命・目的及び教育目的に基づき諸規程を遵守し適切に運用していく。

また教員の資質・能力向上のためには、専門職大学院設置基準にある「専門職大学院は、当該専門職大学院の授業の内容及び方法の改善を図るための組織的な研修及び研究を実施するものとする」とある観点に照らし、組織的な研修及び研究を実施していく。

[基準4の自己評価]

本大学院は教育研究上の目的達成のために、専門職大学院設置基準を上回る教員数を配置している。また、実務家教員が実務経験に適した授業科目を担当しており、評価できるものと判断する。

教員構成（専任・兼任、年齢、専門分野等）のバランスについて、大学院教育の中核となるプロジェクト科目についてはいずれも専任教員が担当しており、院生指導にはきめ細かな対応を行っている。年齢面では全体として高齢傾向にあり、それを是正する対応策として本大学院の修了生の中から適宜若干名を専任助手として採用し、将来に向けて専任教員の育成に取り組んでいる。また実務家教員も、企業の第一線で活躍している若手起業家

等が「特別講義」、または非常勤講師として授業を実施しているが、その中から専任教員としての資質等を「教員選考委員会」等で検討して、全体的なバランスを考慮して採用していく方針である。

教員の採用・昇任の方針、選考基準、手続きは「文化ファッション大学院大学教員選考基準」、「文化ファッション大学院大学教員選考基準施行細則」及び「教員評価基準項目」に明確に示され適切に運用されている。

教員の授業担当時間の適切さについて、教員の業務内容が授業担当に加えて教授会、専攻会議、各種委員会等の会議出席、BFGU FW や文化祭など大学院行事等の準備、入試や学生募集のための業務等に時間を費やしており、授業以外の業務に要する時間が拡大する傾向の中で、事前の授業準備やきめ細かな教育指導に影響が出ないように取り組んでいるので教員の負担が増幅している状況である。これらに対応すべく助手を採用し、教員の授業補助等の軽減を図っている。

研究費の配分等については、「文化ファッション大学院大学研究費に関する規程」を定め、適切に支援、管理している。

FD への具体的な取組みについて、組織的な研修及び研究として年に 1 回行っている教員研修は評価できる。今後は、より一層の組織的な対応を進めることが必要と考えている。

FDの組織的な取組みとして、「教育・研究委員会」が中心となり教員研修を行い、繊維・アパレル産地等の現状視察に加え、学生アンケート等の自己点検の討議を行っている。また本大学院教員の研究発表及び研究業績等を公表する目的として、紀要「文化ファッション大学院大学 紀要論文集 ファッションビジネス研究」を隔年1回刊行している。

基準 5. 教育研究環境

5-1 教育研究目的を達成するための施設・設備の有効性

《5-1 の視点》

(1) 5-1 の自己判定

基準項目 5-1 を満たしている。

(2) 5-1 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

5-1-① 校地、校舎、図書・資料、情報関連設備、附属施設等、教育研究目的を達成するための必要な施設・設備の整備と有効的な活用

校地は新都心キャンパスと運動場で、面積 83,273.7 m²、新都心キャンパスは文化学園大学、文化服装学院及び文化外国語専門学校を併設しており、JR 新宿駅から徒歩約 7 分、都庁を中心とした新宿副都心に隣接し、流行を追うファッションを教授する本大学院は、東京・新宿という立地で恵まれており、それが教育研究活動の大きな利点となっている。

校舎は新都心キャンパス内にあり、平成 19(2007)年に全面リニューアルした I 館と G 館、E 館で構成されている。

各々の建物は近接しており、連絡通路が整備され、文化学園図書館等の付属施設も近接しているため頻繁に利用されている。平成 10(1998)年に竣工した高層の A・B・C 館には、院生が自由に利用できる 20 階と 12 階の学生ホールの他、11 階のオープンメディアルーム等も設けている。さらに平成 13(2001)年に竣工したプラザ棟には、購買施設、学生食堂、

パンジーコーナー（喫茶）を設けており、全学共通の多目的施設として、また課外活動、及びコミュニケーションスペースとしても利用されている。

研修施設としては、文化北竜館と文化軽井沢山荘を設けている。

文化北竜館（長野県飯山市）は収容定員 250 人の温泉を有した施設で、院生の夏期北竜湖セミナーや各種研修施設として、中心的な役割を担っている。附属施設として体育館、ミニゴルフ場、キャンプ場、スキー場、資料館が隣接しており、年間を通して自由に利用できるようになっている。

文化軽井沢山荘（長野県北佐久郡）は収容定員 70 人の施設で、研修機能を備えた中型研修施設として各種研修や会議等に利用している。

また両研修施設とも、教職員の保養施設としての役割を兼ねている。

学生寮としては、平成 18(2006)年に竣工した女子寮の「初台国際学生会館」がある。ここには文化学園大学、文化服装学院及び文化外国語専門学校の学生も入寮しており、全室個室（7 階一部除く）となっている。カウンセラー兼寮長及び寮母が 24 時間体制で院生の生活管理指導にあたり、セキュリティも万全を期している。附属設備として図書室、実習室、談話室の設備を完備している。毎年、新学期には新入学生歓迎の合同ウェルカムパーティの開催等で学生間の交流を深めるなど、充実した学生生活が送れるように寮長及び寮母と関係部署との連携を密にしている。

学生食堂は利便性向上のため、食堂部分(501 席)と喫茶部分(368 席)に分かれており、他に売店併設の学生ホール(246 席)とバイオレットルーム(80 席)を有している。食事時間帯以外については 21 時まで開放して、課外活動や学生交流の場としている。

文化学園図書館は本大学院の校舎に隣接し、本大学院生、教員が来館しやすい場所にある。キャンパス内の文化学園大学、文化服装学院、文化外国語専門学校と共用する施設となっている。閲覧室はワンフロアで座席数は 295 席、面積は 1,375 m²、ここに所蔵資料の約半数が開架されている。閲覧室内はすべて無線 LAN に接続可能、個人席 18 席で情報コンセントを利用できる。検索、データ閲覧、画像処理、文書作成等をするため、タブレット端末を含め 23 台のパソコンを提供している。キャンパス内の書庫は 318 m²で服飾関連分野の資料のうち、利用頻度の低い資料を保管し、利用者の請求に応じて出納している。そのほかに小平キャンパスの書庫に一般教養書などを保管し、利用者のリクエストに応じて週 2 回のデリバリーを実施している。

所蔵資料は約 33 万 6,000 冊、雑誌は 944 タイトルを受入中で保存する雑誌バックナンバーは 3,000 タイトル以上、契約データベースは 18 種類で、共用校と共通の服飾関連分野は、図書、雑誌、電子資料とも国内外の資料の網羅的な収集を目指している。本大学院ファッションマネジメント専攻で必要とするマーケティング、ビジネス分野は、選書に教員の協力を得て資料の充実をはかっている。これらは図書館のホームページから所蔵の有無や利用状況などが確認でき、オンラインで貸出予約や期間延長もできる。電子資料の場合は検索後そのまま本文を閲覧できる。

開館時間は通常 9 時 30 分から 19 時 30 分で、最終授業終了後も十分利用可能である。試験前など年 4 ヶ月間ほどの利用が多い時期は 20 時まで開館している。平成 26(2014)年度に学外からも契約データベースにアクセスできるようになり、開館時間外、自宅等からの利用にも応えられるようになった。

平成 26(2014)年度の院生 1 人当たりの入館回数は 32.4 回で共用校中最多、貸出冊数は 18.6 冊で文化学園大学大学院生に次いで 2 番目となり、本大学院生が図書館を活用していることがわかる。雑誌は基本的には貸出さないため統計に表れないが、学術誌、業界紙、ファッション誌、トレンド情報誌、コレクション情報誌など活発に利用されている。

院生・教職員ともに改善要望を受ける仕組みができており、必要な改善は実施していると判断できる。学園内他校との共用実習室等については、院生の満足度が得られるよう努力している。

◇エビデンス集 資料編【資料 5-5-1】参照

5-1-② 教育研究環境についての学生・教職員の意向を把握した改善の努力

院生からは授業アンケートで教育研究環境の改善要望を聞いており、本大学院側として必要性を判断したうえで改善を行っている。またアンケート以外でも院生から日々の生活で要望を受けるような機会も多く、それに対しても同様の対応を行っている。また「学生会」が本大学院側へ要望を伝えられる仕組みもできている。教職員からも、教室の設備に関して等の改善要望を教学事務室が受ける体制ができており、施設部が改善を行う仕組みとなっている。

◇エビデンス集 資料編【資料 5-1-6～5-1-8】参照

(3) 5-1 の改善・向上方策（将来計画）

校地・校舎等の施設・設備は教育研究活動の基盤となるので、今後も最新の施設・設備の整備に努めていく。院生・教職員の改善要望についてもできる限り対応をしているので、今後もその体制を崩さず改善を実施していく。

5-2 施設・設備の安全性の確保と維持・管理の適切性

《5-2 の視点》

5-2-① 施設・設備の安全性の確保と適切な維持・管理

(1) 5-2 の自己判定

基準項目 5-2 を満たしている。

(2) 5-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

建物および付属設備については関連法規に基づく法定点検のほか、日常点検を含めた自主点検等を行っており、改善対象となった部分については十分な調整、検討の上、改善による安全衛生の確保に努めている。

平成 21(2009)年度については、I 館昇降設備の改修工事を行ない緊急時対策を講じたほか、講義室の天井仕上げ材にアスベスト含有が発覚したため、同年 8 月諸官庁に届け出の上、竣工検査を受けて改修工事を完了し環境の安全を確保した。

キャンパスライフに欠かすことのできない講義室、実習室、学園プラザ、学園食堂、学生ホールなどは、法定点検、自主点検等を基に快適で安全な環境整備に努めている。

バイオレットルーム、学生食堂、パンジーコーナー、12 階学生ホール、20 階のスペース 21 等については、8 時～21 時までの時間帯でそれぞれ利用時間を設定して院生に開放して

おり、実習の場、共同作業の場、歓談の場として有効に活用されている。

またメインロビー、各通用門前や駐車場の他、20階のスペース21等のフリースペースエリア等については防犯カメラ監視装置を31台設置しており、また平成23(2011)年には緊急警報装置を各校舎に設置して、安全で快適な学生生活が送れるように配慮している。平成23(2011)年度の耐震診断に基づき、平成24(2012)年にD館・F館、平成25(2013)年にE館及びH館の耐震補強工事を実施し、院生の安全な教育研究環境の整備に努めている。平成25(2013)年度より省エネルギー及び省力化のため共用部廊下、エントランス及び大ホール照明器具のLED照明化を費用対効果に応じ順次実施した。また平成26(2014)年度より5年計画に基づき空調自動制御及び監視装置の改修工事を進めており、教育施設の環境維持管理に対する機能性と信頼性を高めている。

(3) 5-2の改善・向上方策（将来計画）

教育研究施設の安全な環境維持のために平成27(2015)年は、F館サッシ改修工事（非構造部材耐震対策工事）の実施、中期計画では自動火災報知設備の更新計画を策定し、平成32(2020)年の水銀規制に基づく蛍光灯のLED化を推進し、省エネルギーを含めた環境維持について計画をしている。

[基準5の自己評価]

本大学院は校地、校舎について、十分な施設及び設備を有しており、常に安全性を重視した管理体制に努めている。今後も、管理会社定例会議及び日常業務点検の徹底により、安全性を重視した管理体制を継続していく。

基準6. 自己点検・評価

6-1 自己点検・評価の適切性

《6-1の視点》

(1) 6-1の自己判定

基準項目6-1を満たしている。

(2) 6-1の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

6-1-①大学の使命・目的に即した自主的・自律的な自己点検・評価

本大学院の自己点検・評価は「文化ファッション大学院大学 教育・研究委員会規程」に基づき、「教育・研究委員会」が行っている。業務内容としては①隔年で行っている「自己点検報告書」の作成、②認証評価への対応を主なものとしている。「自己点検報告書」の内容をみると本大学院の使命・目的に沿ったものであることは明らかである。

◇エビデンス集 資料編【資料6-1-1～6-1-2】参照

6-1-②自己点検・評価体制の適切性

自己点検・評価活動を行う「教育・研究委員会」は研究科長、専攻長、事務長を初めとした学校運営を行う主要メンバーで構成しているため、委員会での決定がほぼすなわち学校としての決定となり迅速かつ適切な実施体制となっている。具体的な自己点検・評価の実施内容としては「自己点検報告書」の作成であるが、それは①事業計画、②事業報告、③各種会議体ごとの記述から成り立っている。①、②については研究科長、専攻長、事務長が中心となり執筆を行う。③について、各種会議体の長が執筆を行い「本年度の課題」「取り組みの結果と点検・評価」「今後の課題」「議事録（要旨）」で構成されている。「本年度の課題」については具体的な内容となっており、「取り組みの結果と点検・評価」はそれに呼応した内容となっている。シンプルでわかりやすい構成となっている。

◇エビデンス集 資料編【資料 6-1-2～6-1-3】参照

6-1-③自己点検・評価の周期等の適切性

「自己点検報告書」の作成を隔年で実施して同じ年度に院生による授業アンケートを行い、いわば評価の年度として位置付けている。小規模校で専任の教職員が少ないため毎年の実施では非常に煩雑で、教育・研究活動に支障が出る可能性がある。無理なく継続的に実施していくうえで適切な周期である。

◇エビデンス集 資料編【資料 6-1-2】参照

(3) 6-1 の改善・向上方策（将来計画）

「自己点検報告書」の構成はシンプルでわかりやすい構成となっている。今後もこの形式で続けていく。各種会議体ごとに自己点検・評価を組織的に行っており、より多くの教職員の意見が反映される仕組みができていく。

6-2 自己点検・評価の誠実性

《6-2 の視点》

(1) 6-2 の自己判定

基準項目 6-2 を満たしている。

(2) 6-2 の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

6-2-①エビデンスに基づいた透明性の高い自己点検・評価

「自己点検報告書」の中で「事業計画」（P1～4）において前年度末頃策定した計画を「事業報告」（P5～10）において年度末以降振り返り達成状況を確認する形式となっているが、「事業報告」はエビデンスに基づいた具体的な記述となっている。また各種会議体ごとの記述（P11～50）において「本年度の課題」「取り組みの結果と点検・評価」も同様の形式となっている。

◇エビデンス集 資料編【資料 6-2-1】参照

6-2-②現状把握のための十分な調査・データの収集と分析

小規模校のため独立した専門の部署を設けていないが、各種アンケート等により十分な調査およびデータの収集と分析を行っている。例えば授業アンケートは「教育・研究委員会」が中心となり「2013年度BFGU授業アンケート調査結果のあらまし」をまとめ、年度末に行われるFD研修会の中で分析を行っている。また学校説明会の参加者に対して行っているアンケートは教学事務室で集計結果をまとめ、教授会で報告をしている。学生数、就職先、留学生数など本大学院としての基本情報は教学事務室が集計している。

◇エビデンス集 資料編【資料6-2-2～6-2-3】参照

6-2-③自己点検・評価の結果の学内共有と社会への公表

評価結果は冊子として作成し全教職員に配布している。また社会へはホームページに掲載することで公表している。

◇エビデンス集 資料編【資料6-2-4】参照

(3) 6-2の改善・向上方策（将来計画）

「自己点検報告書」について年度初め頃策定した計画を年度末以降振り返り達成状況を確認する形式になっているが、エビデンスに基づきかつ明瞭であるので、今後も継続していく。現状把握のための十分な調査・データの収集と分析は一通りできているが、分析の仕方に改善の余地がないか検討していく。

6-3 自己点検・評価の有効性

《6-3の視点》

6-3-① 自己点検・評価の結果の活用のためのPDCAサイクルの仕組みの確立と機能性

(1) 6-3の自己判定

基準項目6-3を満たしている。

(2) 6-3の自己判定の理由（事実の説明及び自己評価）

6-3-①自己点検・評価の結果の活用のためのPDCAサイクルの仕組みの確立と機能性

平成22(2010)年度認証評価受審の際の評価報告書での「参考意見」は当該部署に伝達した。その後改善を早急に実施した。

「自己点検報告書」の中で、各種会議体ごとの記述(P11～50)は本年度の課題(P)をまず述べている。実行(D)および評価(C)を「取り組みの結果と点検・評価」としてまとめ、改善策(A)を含めたものを「今後の課題」としてまとめている。「今後の課題」として挙げたものは実際に実現したものが多い。仕組みが確立しているだけでなく、それが十分機能していることの証拠である。

また現在学園全体としていくつか委員会を立ち上げ、組織の底上げを図っている。そのひとつに「入試広報・就職対策委員会」があり、学園内の各校がPDCAサイクルについての報告をしている。日常の業務をあらためて振り返り検証することは今後の業務改善のために大いに役立っている。

◇エビデンス集 資料編【資料6-3-1～6-3-3】参照

(3) 6-3 の改善・向上方策（将来計画）

PDCA サイクルの中で計画(P)の策定および実行(D)の部分は比較的行いやすいが、評価(C)および改善策(A)の設定が今後発展していけるかどうかを左右するうえで大切である。本大学院は小規模のため機動性があり改善策を実行しやすいが、効果的な改善策を設定していけるよう「教育・研究委員会」の中で検討していく。

[基準6の自己評価]

本大学院の「自己点検報告書」はPDCA サイクルを回していくにあたって有効な構成となっている。組織的かつ自主的・自律的にエビデンスに基づいて行っており、社会への公表も十分である。小規模校で専任の教職員が少ないため、教育・研究活動に支障をきたさないよういかに効率よく効果的な自己点検・評価を行っていくかが重要なポイントである。

V. エビデンス集一覧

エビデンス集（資料編）一覧

基礎資料

コード	タイトル	備考
	該当する資料名及び該当ページ	
【資料 F-1】	寄附行為	
	学校法人文化学園寄附行為	
【資料 F-2】	大学院案内	
	2015 年度 文化ファッション大学院大学 入学案内	
【資料 F-3】	大学院則	
	文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則	
【資料 F-4】	学生募集要項、入学者選抜要綱	
	2015 年度（平成 27 年度） 学生募集要項	
【資料 F-5】	学生便覧、履修要項	
	2015 年度 履修要項・授業計画	
【資料 F-6】	専任教員一覧（教員のプロフィール、研究業績など）	
	2015 年度 文化ファッション大学院大学 専任教員一覧	
【資料 F-7】	エビデンス集・データ編（平成 27 年度大学機関別認証評価）	
	エビデンス集・データ編（平成 27 年度 大学機関別認証評価）	
【資料 F-8】	事業計画書	
	平成 27 年度 学校法人文化学園事業計画	
【資料 F-9】	事業報告書	
	平成 26 年度 学校法人文化学園 事業報告書	
【資料 F-10】	アクセスマップ、キャンパスマップなど	
	アクセスマップ、学園内 MAP	
【資料 F-11】	大学院の規程一覧（規程集目次など）	
	文化ファッション大学院大学規程集	

基準 1. 使命・目的等

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
1-1. 使命・目的及び教育目的の明確性		
【資料 1-1-1】	文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則	【資料 F-3】 参照
【資料 1-1-2】	建学の精神 http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/spirit/	
【資料 1-1-3】	2015 年度 文化ファッション大学院大学 入学案内 (P3)	【資料 F-2】 参照
1-2. 使命・目的及び教育目的の適切性		
【資料 1-2-1】	文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則	【資料 F-3】 参照
【資料 1-2-2】	文化ファッション大学院大学教育・研究委員会規程	
【資料 1-2-3】	文化ファッション大学院大学教授会規程	
1-3. 使命・目的及び教育目的の有効性		
【資料 1-3-1】	2015 年度 文化ファッション大学院大学 入学案内 (P3)	【資料 F-2】 参照
【資料 1-3-2】	建学の精神 http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/spirit/	【資料 1-1-2】 参照
【資料 1-3-3】	文化学園 学園案内 (P11)	
【資料 1-3-4】	文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則	【資料 F-3】 参照
【資料 1-3-5】	2015 年度 履修要項・授業計画 (P4)	【資料 F-5】 参照
【資料 1-3-6】	平成 27 年度 学校法人文化学園事業計画 (P15)	【資料 F-8】 参照
【資料 1-3-7】	アドミッション・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/admission/	
【資料 1-3-8】	カリキュラム・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/curriculum/	

文化ファッション大学院大学

【資料 1-3-9】	ディプロマ・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/diploma/	
【資料 1-3-10】	研究科構成図 http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/course/	
【資料 1-3-11】	文化ファッション大学院大学 リーフレット (5種類)	

基準 2. 教育課程

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
2-1. 教育目的の達成に向けた教育課程編成方針の明確化等		
【資料 2-1-1】	カリキュラム・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/curriculum/	【資料 1-3-8】 参照
【資料 2-1-2】	2015年度 履修要項・授業計画(P11～18, 44～152)	【資料 F-5】 参照
【資料 2-1-3】	文化ファッション大学院大学 学位規程	
【資料 2-1-4】	2014年度 文化ファッション大学院大学 夏期北竜湖セミナーのしおり	
【資料 2-1-5】	平成26年度 ファッションビジネスメソッド(演習)グループ分け表	
【資料 2-1-6】	文化ファッション大学院大学(専門職大学院)学則	【資料 F-3】 参照
【資料 2-1-7】	文化ファッション大学院大学 学位規程	【資料 2-1-3】 参照
2-2. 教育課程編成方針に沿って理論的教育と実務的教育の架橋に留意した体系的な教育課程の編成		
【資料 2-2-1】	2015年度 履修要項・授業計画(P11～18, 44～152)	【資料 F-5】 参照
【資料 2-2-2】	2014年度 文化ファッション大学院大学 夏期北竜湖セミナーのしおり	【資料 2-1-4】 参照
【資料 2-2-3】	平成26年度 ファッションビジネスメソッド(演習)グループ分け表	【資料 2-1-5】 参照
【資料 2-2-4】	カリキュラム・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/curriculum/	【資料 1-3-8】 参照
【資料 2-2-5】	2015年度 文化ファッション大学院大学 入学案内	【資料 F-2】 参照
【資料 2-2-6】	コース別科目一覧	
【資料 2-2-7】	履修モデル	
2-3. 教育目的に相応しい授業形態、学修指導等の実効性		
【資料 2-3-1】	単位履修に関する細則	
【資料 2-3-2】	2015年度 履修要項・授業計画(P44～152)	【資料 F-5】 参照
【資料 2-3-3】	文化ファッション大学院大学 学位規程	【資料 2-1-3】 参照
【資料 2-3-4】	第7回 文化ファッション大学院大学ファッションウィーク(BFGU FW) 開催レポート	
【資料 2-3-5】	BFGU FW 開催状況	
【資料 2-3-6】	学外コラボレーション関係 ①日米青少年交流事業「KAKEHASHI プロジェクト」参加	
【資料 2-3-7】	学外コラボレーション関係 ②KAKEHASHI プロジェクト米国事業報告書	
【資料 2-3-8】	学外コラボレーション関係 ③「BFGU 学生服 Project」～あたらしい学生服文化の創造～ 瀧本株式会社(スクールタイガー)とのコラボレーション	
【資料 2-3-9】	学外コラボレーション関係 ④「ストリート・アウトドア・プロジェクト」 H & Mとの共同プロジェクト	
【資料 2-3-10】	学外コラボレーション関係 ⑤「北いわて学生デザインファッションショー」 岩手県北広域振興局に協力	

文化ファッション大学院大学

【資料 2-3-11】	学外コラボレーション関係 ⑥短期研修の受入（台湾・実践大学の学生対象） 夏期特別講座 秋期特別講座	
2-4. 単位認定、修了認定等の要件設定と運用及び教育目的の達成状況の点検・評価の適切性		
【資料 2-4-1】	ディプロマ・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/diploma/	【資料 1-3-9】 参照
【資料 2-4-2】	文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則	【資料 F-3】 参照
【資料 2-4-3】	単位履修に関する細則	【資料 2-3-1】 参照
【資料 2-4-4】	2015 年度 履修要項・授業計画(P4～25, 27, 44～152)	【資料 F-5】 参照
【資料 2-4-5】	文化ファッション大学院大学奨学金規程	
【資料 2-4-6】	文化ファッション大学院大学 学位規程	【資料 2-1-3】 参照
【資料 2-4-7】	2014 年度 文化ファッション大学院大学 夏期北竜湖セミナーのしおり	【資料 2-1-4】 参照
【資料 2-4-8】	平成 26 年度 ファッションビジネスメソッド（演習）グループ分け表	【資料 2-1-5】 参照
【資料 2-4-9】	文化ファッション大学院大学 修了後進路等 報告書	
【資料 2-4-10】	2013 年度 BFGU 授業アンケート調査結果のあらまし	

基準 3. 学生

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
3-1. 学生受入れ方針と入学者選抜等の整合性		
【資料 3-1-1】	アドミッション・ポリシー http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/admission/	【資料 1-3-7】 参照
【資料 3-1-2】	2015 年度（平成 27 年度） 学生募集要項	【資料 F-4】 参照
【資料 3-1-3】	平成 26 年度 文化ファッション大学院大学 入試説明会案内	
3-2. 学修支援体制の整備と運営の適切性		
【資料 3-2-1】	「クリエーション造形演習」「ファッション商品基礎理論」 「ファッションビジネス基礎理論」シラバス	
【資料 3-2-2】	平成 27 年度 文化ファッション大学院大学 専任教員オフィスアワー	
【資料 3-2-3】	2015 年度 履修要項・授業計画(P27)	【資料 F-5】 参照
【資料 3-2-4】	文化ファッション大学院大学奨学金規程	【資料 2-4-5】 参照
【資料 3-2-5】	文化学園 図書館	
【資料 3-2-6】	図書館利用案内（学生用）	
【資料 3-2-7】	文化学園服飾博物館	
【資料 3-2-8】	ファッションリソースセンターだより	
3-3. 学生サービス体制の整備と運営の適切性		
【資料 3-3-1】	平成 27 年度 文化ファッション大学院大学 専任教員オフィスアワー	【資料 3-2-2】 参照
【資料 3-3-2】	文化ファッション大学院大学ハラスメント防止に関する規程・ハラスメント防止に関するガイドライン、ハラスメント相談員	
【資料 3-3-3】	文化ファッション大学院大学奨学金規程	【資料 2-4-5】 参照
【資料 3-3-4】	文化ファッション大学院大学 平成 27 年度 健康調査票	

基準 4. 教員

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
4-1. 教育課程を遂行するための教員配置の適切性		
【資料 4-1-1】	文化ファッション大学院大学(BFGU) 教員・事務職員 一覧	
4-2. 教員の採用・昇任方針の明確性、運用の適切性		
【資料 4-2-1】	文化ファッション大学院大学教員選考基準	

文化ファッション大学院大学

【資料 4-2-2】	文化ファッション大学院大学教員選考基準施行細則	
【資料 4-2-3】	文化ファッション大学院大学 教員選考基準施行細則の審査書類に関する申合せ事項、文化ファッション大学院大学 教員評価基準項目	
【資料 4-2-4】	文化ファッション大学院大学における助教・助手の任期に関する規程	
4-3. 教員の教育担当時間、教員の教育研究活動支援体制の適切性		
【資料 4-3-1】	文化ファッション大学院大学研究費に関する規程	
4-4. 教員の教育担当時間、教員の教育研究活動支援体制の適切性		
【資料 4-4-1】	平成 26 年度 FD・SD 研修会 開催記録	
【資料 4-4-2】	2015 年 文化ファッション大学院大学 紀要論文集 vol.4 ファッションビジネス	
4-5. 教員人事における意思決定の適切性		
【資料 4-5-1】	文化ファッション大学院大学教授会規程	【資料 1-2-3】 参照
【資料 4-5-2】	文化ファッション大学院大学教員選考基準	【資料 4-2-1】 参照
【資料 4-5-3】	文化ファッション大学院大学教員選考基準施行細則	【資料 4-2-2】 参照
【資料 4-5-4】	文化ファッション大学院大学 教員選考基準施行細則の審査書類に関する申合せ事項、文化ファッション大学院大学 教員評価基準項目	【資料 4-2-3】 参照
【資料 4-5-5】	文化ファッション大学院大学における助教・助手の任期に関する規程	【資料 4-2-4】 参照

基準 5. 教育研究環境

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
5-1. 教育研究目的を達成するための施設・設備の有効性		
【資料 5-1-1】	2015 年度 文化ファッション大学院大学 入学案内	【資料 F-2】 参照
【資料 5-1-2】	アクセスマップ、学園内 MAP	【資料 F-10】 参照
【資料 5-1-3】	文化学園 学生寮/提携寮	
【資料 5-1-4】	文化学園 図書館	【資料 3-2-5】 参照
【資料 5-1-5】	図書館利用案内 (学生用)	【資料 3-2-6】 参照
【資料 5-1-6】	2013 年度 BFGU 授業アンケート調査結果のあらまし	【資料 2-4-10】 参照
【資料 5-1-7】	2015 年度 文化ファッション大学院大学 学生会	
【資料 5-1-8】	「文化ファッション大学院大学 学生会」規約	

基準 6. 自己点検・評価

基準項目		備考
コード	該当する資料名及び該当ページ	
6-1. 自己点検・評価の適切性		
【資料 6-1-1】	文化ファッション大学院大学教育・研究委員会規程	【資料 1-2-2】 参照
【資料 6-1-2】	文化ファッション大学院大学の現状と課題 自己点検報告書 平成 25 年度	
【資料 6-1-3】	2015 年度 (平成 27 年度) 文化ファッション大学院大学 各委員会	
6-2. 自己点検・評価の誠実性		
【資料 6-2-1】	文化ファッション大学院大学の現状と課題 自己点検報告書 平成 25 年度	【資料 6-1-2】 参照
【資料 6-2-2】	2013 年度 BFGU 授業アンケート調査結果のあらまし	【資料 2-4-10】 参照
【資料 6-2-3】	2015 年 2 月 14 日実施 入試説明会 アンケート集計	
【資料 6-2-4】	自己点検・評価報告書 http://bfgu-bunka.ac.jp/profile/self-ins/	
6-3. 自己点検・評価の有効性		
【資料 6-3-1】	文化学園 E 館 耐震補強設計計算書、 文化学園 H 館 耐震補強設計計算書	

文化ファッション大学院大学

【資料 6-3-2】	文化ファッション大学院大学の現状と課題 自己点検報告書 平成 25 年度 (P11～50)	【資料 6-1-2】 参照
【資料 6-3-3】	入試広報・就職対策委員会 11 月末現在、各部署の平成 26 年度 事業計画に対する P D C A サイクルについての中間報告	