

平成 22 年度
ファッションビジネス系専門職大学院
分野別認証評価
自己評価報告書・本編
〔日本高等教育評価機構〕

平成 22 (2010) 年 7 月
文化ファッション大学院大学

文化ファッション大学院大学

目 次

| | |
|---|-------|
| ①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 | p. 1 |
| ②文化ファッション大学院大学の沿革と現況..... | p. 2 |
| ③「基準」ごとの自己評価..... | p. 4 |
| 基準1 使命・目的・教育目標..... | p. 4 |
| 基準2 教育課程..... | p. 8 |
| 基準3 学生..... | p. 30 |
| 基準4 教員..... | p. 38 |
| 基準5 教育研究環境..... | p. 45 |
| 基準6 教育の質の保証..... | p. 48 |

①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

<建学の精神・専門職大学院の基本理念・教育理念>

文化ファッション大学院大学は、「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大学院の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、それを世界に発信できる「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としての人材育成をするために、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。

<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、グローバル視点での「日本ブランド」を創造し、それを世界に発信できる「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であり、「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」としている。また、新都心新宿という立地の都市型大学院大学として日本のファッションの発信拠点となることである。

本大学院は、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の2専攻を設置した。

<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における高度な能力を持ったビジネス人材の育成」「全世界的に展開でき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ビジネスリーダーの育成」

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二つの視点を相互に取り入れたファッションビジネス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専攻から成る。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さらなる発展に貢献をすることに繋がり、これがファッションビジネス研究科の目的である。

②文化ファッション大学院大学の沿革と現況

＜文化学園、文化ファッション大学院大学の沿革＞

文化ファッション大学院大学の沿革は、設置法人である文化学園の創設に由来する。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の開学、昭和39(1964)年の文化女子大学開学、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を平成18(2006)年に創立した。

| | | |
|----|-----------|----------------------------------|
| 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」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」開学。「文化女子短期大学」は「短期大学部」となる |
| 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 |

文化ファッション大学院大学

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

<現況>

専門職大学院名 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

研究科構成・入学定員・収容定員・在籍学生数 (2010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 | 53 | 50 | 103 |
| | 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 | 21 | 19 | 40 |
| 計 | | 80 | 160 | 74 | 69 | 143 |

教員数

(2010年5月1日現在 単位 人)

| 研究科 | 専攻 | 専任 | | | | | | 兼任 (非常勤) |
|----------------|-------------------|----|-----|----|----|----|----|-------------|
| | | 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 | 5 | 2 | 0 | 1 | 3 | 11 | 30 |
| | ファッション マネジメント | 6 | 2 | 0 | 1 | 1 | 10 | 19 |
| 計 | | 11 | 4 | 0 | 2 | 4 | 21 | 37 |

☆兼任教員(非常勤講師)については両専攻を担当している者がいる

職員数

(2010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 | 4 | 9 |
| 計 | 5 | 4 | 9 |

基準 1. 使命・目的、教育目標

1-1 使命・目的、教育目標の明確性及び学内外に周知されていること。

(1) 事実の説明（現状）

1-1-① 使命・目的が明確に定められているとともに、それが専門職大学院制度の目的に沿ったものであるか。

文化ファッション大学院大学は、「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大学院の教育理念としている。

そして、この建学の精神をもとにして、大学院の使命・目的を、文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則第1条で、次のように謳っている。

「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」。

1-1-② 研究科または専攻等の別に定められた教育目標が、大学院の使命・目的に沿った適切なものであるか。

本大学院は、理論と実務を架橋した教育を行うことを基本として、専門職学位課程のファッションビジネス研究科を置き、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つの専攻を置いている。

そして学則第2条では「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。ファッションビジネス研究科には、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」と謳っている。

即ち、本大学院で、学則第1条で謳われている『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』を育成するために、次代のファッション産業界を革新する原動力となる人材が、「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」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」と認識し、2つの専攻を設置して専門知識・専門技術の修得のみならず、院生の自主的な創造力・意思決定力が育成できる、実学中心の教育体系を組み立てている。

なおファッションクリエイション専攻には、デザイナーを育成するファッションデザインコースと、テクノロジストを育成するファッションテクノロジーコースの2つのコースが置かれている。

また専攻ごとの育成する人材は、以下のように具体的に本大学院の学校案内、ホームページに掲載し、人材育成の方針を明らかにしている。

①ファッションクリエイション専攻が育成する人材

- ・デザイナーズブランドのオーナーデザイナー・クリエイティブディレクター・ニット

デザイナー（カットソーを含む）・テキスタイルデザイナー・モデリスト・パターンメーカー（工業用パターン）

- ・ファッションアパレルメーカー、縫製工場のチーフパターンメーカー
- ・ファッション製品の企画・生産を行うファッションプロダクトディレクター
- ・テキスタイルの企画・生産を行うテキスタイルプランナー

②ファッションマネジメント専攻が育成する人材

- ・ファッションアパレルメーカー、ファッション雑貨メーカーの経営者、起業家
- ・ファッションリテーラーの経営者、起業家
- ・ファッションリテーラーのバイヤー、マーチャンダイザー、店舗開発責任者
- ・ファッションアパレルメーカー、ファッション雑貨メーカー、商社ファッションビジネス部門のブランドマネジャー、マーチャンダイザー
- ・ファッション系ショッピングセンターのマーチャンダイザー、営業責任者、管理責任者

1-1-③ 使命・目的、教育目標が学内外に示され周知されているか。

本大学院の使命・目的である「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」ことは、入学案内、本大学院のホームページ (<http://www.bfgu-bunka.ac.jp>)、文化学園のホームページ、文化学園の案内等や、年頭、学期初め、諸行事等での学長の挨拶、入試説明会での研究科長の説明等を通じて、学内外に周知されている。

学内教職員には、入学式、教職員新年会、夏期北竜湖セミナー等における学長の講話をはじめ、入学案内、本大学院のホームページ、入学後のオリエンテーションへの参加も含めて、建学の精神やそれに基づいた本大学院の使命・目的について直接的な伝達が行われている。入学希望者、院生には、入学案内、本学のホームページ、入試説明会、入学後のオリエンテーションのなかで教育の使命・目的に触れながら紹介している。

また本大学院の特色である「ファッションビジネスにおける高度な能力を持ったビジネスリーダーの育成」と「グローバルに展開できる新たなビジネスモデルの追求」についても、入学案内、本大学院のホームページや、入試説明会での研究科長の説明等を通じて学内外に示している。

学外への公表は、上記の入学案内、本大学院のホームページ、文化学園のホームページ、文化学園の案内等の媒体や、院生の「修了研究」の発表の場として学内外の多数の方々の評価を受ける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）を通じて行っている。

また専任教員の学外での講演活動等や、非常勤講師の産業界での活躍や、産学連携によって学外に本大学院の教育理念や使命・目的を伝達している。

(2) 1-1の自己評価

専門職大学院課程は、専門職大学院設置基準第2条で、次のように定められている。

“専門職大学院課程は、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”

本大学院の使命・目的は、この専門職大学院制度の目的に沿って明確に定めており、その内容は、文化ファッション大学院大学（専門職大学院）学則に謳っている。

また本大学院は、理論と実務を架橋した教育を行うことを基本にして、専門職学位課程のファッションビジネス研究科を置き、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つの専攻を置いている。

学内外への周知については、院生には各種印刷物、本大学院のホームページ、入試説明会、入学後のオリエンテーションのなかで建学の精神・教育の理念に触れながら研究科・専攻を紹介し、充分周知されるよう努めている。本大学院における周知方法については、学長からの直接的な伝達が頻度高く行われている点が特徴であり、教職員への周知が深まる点で評価できる。院生及び教職員に大学の使命・目的がどの程度周知されているかについての調査等は実施していないため周知度は明らかではないが、その目的・目標は明確であり充分伝達されている。

学外への公表については、本大学院ホームページをはじめ、文化祭、BFGU FW等イベントや、実務家教員からの産業界への伝達等、より広い周知に努めているが、ファッション産業界、官公庁での認知度はさほど高まっていないので、教育研究の充実化と相まって一層の周知広報を図る必要がある。

(3) 1-1の改善・向上方策（将来計画）

専門職大学院制度の目的に沿って、ファッションビジネスに特化した専門職大学院として開学した本大学院は、今後も研究科・専攻とも、大学院の使命・目的、教育目標を受け継いで大学院運営を行っていく。

また本大学院の使命・目的の学内外への周知について、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、入試説明会等で、学内へは入学式、教職員新年挨拶会、入学後のオリエンテーションなど、様々な場面で伝達し、各種印刷物にも積極的に記載し、より一層周知・理解を深めるように努力する。また学外への周知は、理論と実務を架橋した教育を行う専門職大学院という点から、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による伝達に加えて、産業団体等のホームページとリンクするなど、新たな広報活動の方策を検討する。

1-2 使命・目的、教育目標が教職員に十分理解され支持されていること。

(1) 事実の説明（現状）

1-2 使命・目的、教育目標が教職員に十分理解され支持されているか。

本大学院では、大学院の使命・目的・教育目標について十分に理解し支持しているため、本大学院の入試説明会、入学後のオリエンテーション、文化祭、BFGU FWなど学内外に対する周知活動について、専任教員・事務職全員が主体となった運営を行っている。また必修プロジェクト科目については、専任教員全員が担当しており、修了にいたるまでの科目の運営も、大学院の使命・目的・教育目標に沿って専攻会議で議論を積み重ねながら行っている。

(2) 1-2の自己評価

本大学院の教職員は、大学院の使命・目的・教育目標について十分に理解し支持していると評価できる。

(3) 1-2の改善・向上方策（将来計画）

本大学院の教職員は、大学院の使命・目的・教育目標について十分に理解し支持していると判断するが、大学院の発展に伴って、ファッションビジネスに関する産業界・地域社会に対する社会貢献活動がより一層拡大する傾向にある。そのような社会貢献活動に対して、大学院の使命・目的・教育目標に基づいて、教職員全員が一丸となって運営を推進していくこととする。

[基準1の自己評価]

建学の精神、大学の使命・目的を周知させる対象は、院生、大学生・社会人等の入学希望者、教職員、学外がある。

入学希望者、院生に対しては、入学案内、本大学院のホームページ、入試説明会、入学後のオリエンテーションのなかで伝達している。

教職員は、入学式、教職員新年挨拶会、夏期北竜湖セミナー等における学長の講話をはじめ、入学案内、本大学院のホームページ、入学後のオリエンテーションへの参加も含めて、直接的な伝達が行われている。

学外への公表は、理論と実務を架橋した教育を行う専門職大学院という点から、ファッション産業界への告知が重要である。前述の媒体に加えて、専任教員が産業界での公職に就いたり、講演を行ったりする機会を通じて伝達している。これらにより、充分とはいえないまでも周知に努めている。院生及び教職員にどの程度周知、認識されているかの調査等は行っていないため明らかではないが、修了制作、修了研究プロジェクト等から十分にその目的、使命は果たしていると認識できる。

また本大学院の入試説明会、入学後のオリエンテーション、文化祭、BFGU FWなど学内外に対する周知活動について、大学院の使命・目的・教育目標について十分に理解し支持したうえで、専任教員・事務職全員が主体となって運営を行っている。

[基準1の改善・向上方策（将来計画）]

建学の精神、大学の使命・目的について、今後も継続的に、学外へは入学案内やホームページ、入試説明会等で、学内へは、入学式、教職員新年挨拶会、入学後のオリエンテーション、各種印刷物に記載するなど様々な場面で伝達し、より一層周知・理解を深めるように努力する。

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点から、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による伝達に加えて、ファッション産業界と密接に関わる新たな広報活動の方策を検討する。

また今後は、ファッションビジネスに関する、産業界・地域社会に対する社会貢献活動が、より一層拡大する傾向にある。そのような社会貢献活動に対して、大学院の使命・目的・教育目標に基づいて、教職員全員が一丸となって運営を推進していくこととする。

基準 2. 教育課程

2-1 教育目標の達成に向けて教育課程編成方針が明確にされていること。

(1) 事実の説明（現状）

2-1-① 専門職大学院の使命・目的及び教育目標を踏まえ、教育課程編成方針が明確に定められているか。

本大学院の使命・目的は、学術の理論及び応用を研究し、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である。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』を育成することを教育目標としている、

そして、本大学院では次代のファッション産業界を革新する原動力となる人材が、「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」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」と認識し、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つの専攻を設置して、専門知識・専門技術の修得のみならず、院生の自主的な創造力・意思決定力が育成できる、実学中心の教育体系を組み立てている。具体的には、次のような方針に基づいて、教育課程を編成している。

《教育課程の編成方針》

①2年間を通じて、段階的に学習できる科目構成

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ファッション店舗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、修士論文の代わりに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、その成果物である研究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。(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学生のための「アパレル造形論」を担当する)。

《専攻の教育課程編成の方針》

＜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。

- 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。

＜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、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。

- 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。

2-1-② 教育課程編成方針は、授与される学位の名称及び学位授与方針と整合しているか。

文化ファッション大学院大学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、修士論文の代わりに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、その成果物である研究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こととしている。

(2) 2-1の自己評価

本大学院は、建学の精神等の大学院の基本理念及びファッション産業の社会的必要性に基づき研究科・専攻を構成し、そのもとで教育課程の編成方針を適切に設定している。

教育課程の編成方針に基づいて設定している「講義科目」「演習科目」「プロジェクト科目」は、第三者評価を受けるべく常に外部公開し、それぞれ専門家による評価を受け改善、改革を行っている。特にプロジェクト科目を必修とすることで、修了研究の内容が高いレベルの成果を生むことにつながっていると評価できる。

また、学位の名称及び学位授与方針は、研究科、専攻の教育課程の編成方針に整合している。

(3) 2-1の改善・向上方策（将来計画）

今後も、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カリキュラム委員会、専攻会議、運営諮問会議等により改善、推進して行く。

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つつ、体系的に教育課程が編成されていること。

(1) 事実の説明（現状）

2-2-① 教育課程編成方針に沿って、必要な授業科目が適切に配置され、理論的教育と実務的教育の架橋に配慮しつつ、教育課程が体系的に編成されているか。

本大学院は、両専攻とも、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、理論と実践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。

2-2-② 教育課程の内容、水準は、ファッション・ビジネス系の職業分野における人材養成の期待に応えられ、かつ、与えられる学位の名称に照らして適切であるか。

《専攻の教育課程がめざす人材養成と具体的教育内容》

＜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。

- 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。

＜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、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。

- 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。

これらの人材育成達成のための具体的教育内容の主眼は以下の通りである。

<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やパソコンなどのIT機器類、作品の実物標本、書籍、素材見本、写真集、参考図書を活用している。また授業期間内に、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「クリエイション演習Ⅰ」では院生は、課題の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アル、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、などを学習の上、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CADⅠ」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学習する。

◎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、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お互いに各自の課題に対して、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「ブランドマネジメント演習」では、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、自主的に研究・企画・提案する。

2-2-③ 教育課程が次の各事項を踏まえた内容になっているか。

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。

<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為、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、デザイン系科目、テクノロジー系科目、ビジネス系科目の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。

<ファッションマネジメント専攻の教育課程>

ファッションビジネスにおけるマネジメントを体系的に研究・教授するコースで、ファッションブランドやファッション小売業態の開発・運営、ファッション企業の経営を学習するファッション経営管理コース（略称：ファッションMBAコース）で編成している。

そのカリキュラムは、次のような特性をもつ。

グローバル視点に立つ独自のブランドを創造し、ファッショ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、それを果たすため、当専攻のカリキュラムは、マネジメント系科目、ファッション系科目、プロダクト系科目の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。

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、それぞれの専攻の要請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。

また、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

ファッションデザインに関する科目、テキスタイルデザインに関する科目、デザイン理論に関する科目など

・ファッション・テクノロジーに関する科目

素材技術（マテリアル）に関する科目、生産技術（プロダクト）に関する科目、人間工学（エンジニアリング）に関する科目など

・ファッション・マネジメントに関する科目

経営管理（マネジメント）に関する科目、商品企画（マーチャンダイジング）に関する科目、販売及び流通管理（マーケティング・ディストリビューション）に関する科目など

・総合的な専門性に関する科目

修了研究・制作、国際的視野の形成や文化的認識に関する科目、ファッション・ビジネスの実践に関する科目など

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為、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、デザイン系科目、テクノロジー系科目、ビジネス系科目の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。(図2.1)

1) デザイン系科目

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、クリエイション演習、美学、絵画、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。そして、これらの科目は、ファッション・クリエイションに関する科目に該当する。

2) テクノロジー系科目

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、ファッションテクノロジー演習、素材特性・応用研究、生産システム、コンピュータニット、アパレル生産論、アパレルCAD、工場縫製基礎演習、アパレル人間工学などの内容の科目が相当する。

3) ビジネス系科目

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。そして、これらの科目は、ファッション・マネジメントに関する科目に該当する。

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・創作」と「修了研究・創作」の2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、それに代わって研究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が、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、研究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。そして、これらの科目は、ファッション・マネジメントに関する科目に該当する。

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、デザイン系科目、ビジネス系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。

(表2.1)(表2.2)

図 2.1 ファッションクリエイション専攻・科目群

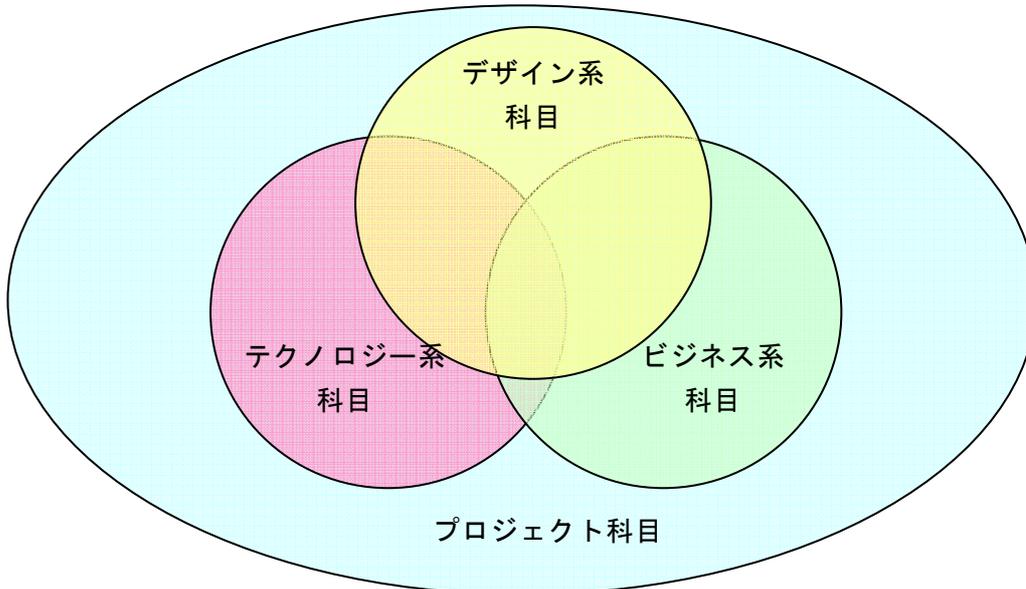


表 2.1 ファッションクリエイション専攻・ファッションデザインコース・科目構成表

| 1年 | | | | | 2年 | | | | | 必要 単位 |
|------------|----------------------|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----------|
| | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | |
| 必修 | 基礎研究・創作(北竜湖セミナー含) | | ● | 4 | 必修 | 修了研究・創作 | | ● | 4 | 25 |
| | クリエイション演習Ⅰ(小川クローキ一含) | ● | ● | 4 | | クリエイション演習Ⅱ | ● | ● | 4 | |
| | クリエイション理論Ⅰ(特講含) | ● | ● | 4 | | クリエイション理論Ⅱ(特講含) | ● | ● | 4 | |
| | | | | | | ファッションビジネスメソッド(演習) | 集中 | | 1 | |
| 1・2年 選択 | アート&デザイン | ● | | 1 | 選択 | グローバルビジネス論 | ● | | 2 | 29 |
| | アパレル生産論 | ● | | 2 | | グローバルプロダクト戦略 | ● | | 2 | |
| | アパレルテキスタイル演習 | ● | | 1 | | 知財マネジメント論 | ● | | 2 | |
| | アパレル人間工学Ⅰ | ● | | 2 | | デジタルデザイン画 | ● | | 1 | |
| | クリエイション造形演習 | ● | | 4 | | ファッション起業論 | ● | | 2 | |
| | 計数管理 | ● | | 2 | | エディトリアルデザイン | | ● | 1 | |
| | 素材の特性・応用Ⅰ | ● | | 2 | | ビジネス法務 | | ● | 2 | |
| | 日本美術概論 | ● | | 2 | | ブランド起業の実務 | | ● | 2 | |
| | 美学Ⅰ | ● | | 2 | | コンピュータニット | ● | ● | 2 | |
| | 服装社会学 | ● | | 2 | | | | | | |
| | アパレル人間工学Ⅱ | | ● | 2 | | | | | | |
| | インターンシップ(デザイン) | | ● | 4 | | | | | | |
| | デザイナーブランドの商品企画 | | ● | 1 | | | | | | |
| | 日本伝統服飾概論(文化学園服飾博物館) | | ● | 2 | | | | | | |
| | 美学Ⅱ(茶道・香道概論) | | ● | 2 | | | | | | |
| | ファッション文化論 | | ● | 2 | | | | | | |
| | リサーチ&ディベロップメント論 | | ● | 2 | | | | | | |
| | 流行論 | | ● | 2 | | | | | | |
| | アパレルCADオペレーション | ● | ● | 2 | | | | | | |
| | グラフィックワーク | ● | ● | 2 | | | | | | |
| デザイン画 | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| ニットデザイン | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| ファッション英会話A | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| ファッション英会話B | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| 合計 | | | | | | | | | | 54 |

文化ファッション大学院大学

表 2.2 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・科目構成表

| 1年 | | | | | 2年 | | | | | 必要 単位 |
|------------------------|---------------------|----|----|----|----|-------------------------|----|----|----|----------|
| | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | |
| 必修 | ファッションプロダクト演習 | ● | | 2 | 必修 | 修了研究・創作 | | ● | 4 | 13 |
| | 基礎研究・創作(北竜湖セミナー含) | | ● | 4 | | ファッションビジネスメソッド(演習) | 集中 | | 1 | |
| | ファッションプロダクト論 | | ● | 2 | | | | | | |
| 1・2年 選択 | アパレルテキスタイル演習 | ● | | 1 | 選択 | アパレル環境マネジメント | ● | | 2 | 41 |
| | アパレル人間工学 I | ● | | 2 | | アパレルCADパターンメイキング II | ● | | 1 | |
| | 計数管理 | ● | | 2 | | グローバルビジネス論 | ● | | 2 | |
| | 生産システム設計・設備 | ● | | 2 | | グローバルプロダクト戦略 | ● | | 2 | |
| | 素材の特性・応用 I | ● | | 2 | | 生産システム II | ● | | 2 | |
| | テキスタイルデザイン I | ● | | 1 | | 素材の特性・応用 II | ● | | 1 | |
| | ニットCAD I | ● | | 1 | | 知財マネジメント論 | ● | | 2 | |
| | アパレルCADグレーディング | | ● | 2 | | デジタルデザイン画 | ● | | 1 | |
| | アパレル人間工学 II | | ● | 2 | | ファッション起業論 | ● | | 2 | |
| | 衣服解剖演習 | | ● | 2 | | ファッション性能論 | ● | | 2 | |
| | 産地資源創成 | | ● | 2 | | ファッションデザインコミュニケーション | ● | | 2 | |
| | 繊維製品品質管理 | | ● | 2 | | ビジネス法務 | | ● | 2 | |
| | テキスタイルデザイン II | | ● | 1 | | コンピュータニット | ● | ● | 2 | |
| | デザイナーブランドの商品企画 | | ● | 1 | | テキスタイル開発論 | ● | ● | 4 | |
| | ニットCAD II | | ● | 1 | | ファッションテクノロジー演習 II (理論含) | ● | ● | 4 | |
| | 日本伝統服飾概論(文化学園服飾博物館) | | ● | 2 | | | | | | |
| | ファッションプロダクト英語 | | ● | 2 | | | | | | |
| | プロダクトデザイン | | ● | 2 | | | | | | |
| | リサーチ&ディベロップメント論 | | ● | 2 | | | | | | |
| | 流行論 | | ● | 2 | | | | | | |
| | アパレルCADオペレーション | ● | ● | 2 | | | | | | |
| | アパレルCADパターンメイキング I | ● | ● | 4 | | | | | | |
| | インターンシップ(テクノロジー) | ● | ● | 4 | | | | | | |
| | グラフィックワーク | ● | ● | 2 | | | | | | |
| | 生産システム I | ● | ● | 4 | | | | | | |
| | デザイン画 | ● | ● | 2 | | | | | | |
| | ニットデザイン | ● | ● | 2 | | | | | | |
| ファッション英会話B | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| ファッションテクノロジー演習 I (理論含) | ● | ● | 6 | | | | | | | |
| 合 計 | | | | | | | | | | 54 |

<ファッションマネジメント専攻の教育課程>

開学時には、国際的に通用するデザイン価値などの情報価値を創造し具現化させるために「ファッション価値を市場化・ビジネス化させる経営管理」と「デザイン価値を生産システムに具現化させる技術経営」が重要と認識し、①ファッション経営管理コース(略称:ファッションMBAコース)と、②ファッション技術経営コース(略称:ファッションMOTコース)の2コースを設けていた。しかし、ファッション技術経営コースについては、平成21(2009)年度よりコースを集約改組し、その教育内容は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の1つのプログラムに組み入れられることになった。そのため現在は、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・教授するコースで、ファッションブランドやファッション小売業態の開発・運営、ファッション企業の経営を学習するファッション経営管理コース(略称:ファッションMBAコー

ス)のみで編成している。

そのカリキュラムは、次のような特性をもつ。

グローバル視点に立つ独自のブランドを創造し、ファッショ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、それを果たすため、当専攻のカリキュラムは、マネジメント系科目、ファッション系科目、プロダクト系科目の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。(図 2.2)

1) マネジメント系科目

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、主として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、マーケティング、マーチャンダイジング、経営戦略、計数・会計・財務、ビジネス法務などの内容の科目が相当する。そして、これらの科目は、ファッション・マネジメントに関する科目に該当する。

2) ファッション系科目

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。ファッション系科目は、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、商品、色彩、デザインマネジメント、ファッション文化などの内容の科目が相当する。そして、これらの科目は、ファッション・クリエイションに関する科目に該当する。

3) プロダクト系科目

ファッション企業における技術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、アパレル生産、素材、テキスタイル生産などの内容の科目が相当する。そして、これらの科目は、ファッション・テクノロジーに関する科目に該当する。

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。

文化ファッション大学院大学

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、ファッション系科目、プロダクト系科目、マネジメント系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。（表 2.3）

図 2.2 ファッションマネジメント専攻の科目群

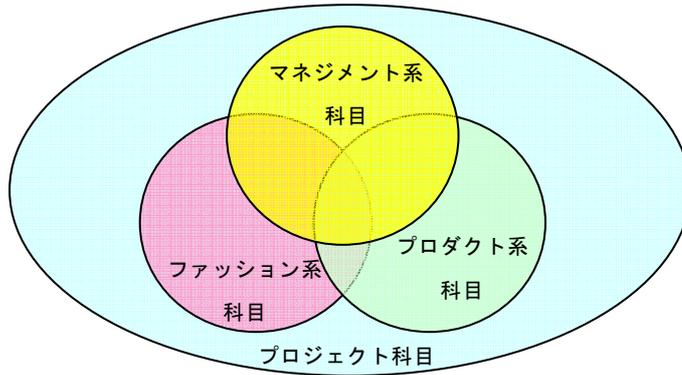


表 2.3 ファッションマネジメント専攻・ファッション経営管理コース・科目構成表

| | 1年 | | | | 2年 | | | | 必要 単位 | | |
|------------|-------------------|----------|----|----|----|--------------------|----|----|----------|----|----|
| | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | 科目 | 前期 | 後期 | 単位 | | | |
| 必修 | アパレルマーチャンダイジング論 | ● | | 2 | 必修 | 修了研究プロジェクト | ● | ● | 4 | 30 | |
| | 計数管理 | ● | | 2 | | フィールドプロジェクト | ● | ● | 4 | | |
| | 素材論 | ● | | 2 | | ファッションビジネスメソッド(演習) | 集中 | | 1 | | |
| | ファッション商品論 I | ● | | 2 | | | | | | | |
| | ファッションマーケティング論 | ● | | 2 | | | | | | | |
| | ブランドマネジメント論 | ● | | 2 | | | | | | | |
| | リテールマネジメント論 | ● | | 2 | | | | | | | |
| | アカウンティング | | ● | 2 | | | | | | | |
| | ショッププランニング演習 | | ● | 1 | | | | | | | |
| | ブランドマネジメント演習 | | ● | 2 | | | | | | | |
| | 基礎研究プロジェクト | ● | ● | 2 | | | | | | | |
| 1・2年 選択 | アパレル生産論 I | ● | | 2 | 選択 | 企業経営論 | ● | | 2 | 24 | |
| | アパレル製品図演習 | ● | | 1 | | グローバルビジネス論 | ● | | 2 | | |
| | アパレル造形論 | ● | | 2 | | グローバルプロダクト戦略 | ● | | 2 | | |
| | 色彩論 | ● | | 2 | | 経営情報システム演習 | ● | | 1 | | |
| | ファッションビジネス英語A | ● | | 1 | | 経営戦略論 | ● | | 2 | | |
| | アパレル生産論 II | | ● | 2 | | 知財マネジメント論 | ● | | 2 | | |
| | ビジネス法務 | | ● | 2 | | テキスタイル生産論 | ● | | 2 | | |
| | ビジュアルマーチャンダイジング演習 | | ● | 1 | | デザインマネジメント演習 | ● | | 1 | | |
| | ファッション商品論 II | | ● | 2 | | 美学 I | ● | | 2 | | |
| | ファッションビジネス英語B | | ● | 1 | | ファイナンス | ● | | 2 | | |
| | ファッションビジネスの経済学 | | ● | 2 | | マーケティング戦略論 | ● | | 2 | | |
| | ファッション文化論 | | ● | 2 | | | | | | | |
| | マーケティングリサーチ演習 | | ● | 1 | | | | | | | |
| | マテリアルプランニング演習 | | ● | 1 | | | | | | | |
| | リサーチ&ディベロップメント論 | | ● | 2 | | | | | | | |
| | 流通情報システム | | ● | 2 | | | | | | | |
| | | ロジスティクス論 | | ● | | 2 | | | | | |
| | 合計 | | | | | | | | | | 54 |

3. 基本的な内容、発展的な内容、実践的な内容、事例研究等を取り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、段階的にスキルを育成することを考え、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理論と基礎演習、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理論を充実させると同時に、基礎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理論を修得する。
- 1年次後期 ファッションビジネス基礎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。

(2) 2-2の自己評価

本大学院の教育課程の編成について、専門職大学院設置基準に規定されている要件を踏まえており、教育課程は、研究科・専攻・コースの特性・教育目標を活かして体系的に編成している。また学位の名称、学位課程の修了要件については、「学則」に明示し厳格に運用している。

本大学院の目的・使命に応じた特色ある教育課程という点では、授業科目の編成、及び演習、現地調査、プレゼンテーションなどを重視しており、理論と実務を架橋した教育を

行う専門職大学院として効果を上げている。

本大学院の教育内容について、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、専攻の専門分野を深耕させる一方で、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ことにも留意している。具体的には、専攻独自の科目によって専門分野を深耕させる一方で、両専攻ともファッション・クリエイション、ファッション・テクノロジー、ファッション・マネジメントに関する科目を配している。また、総合的な専門性に関する科目、修了研究・制作、国際的視野の形成や文化的認識に関する科目、ファッションビジネスの実践に関する科目なども配置している。

また両専攻とも、基本的な内容、発展的な内容、実践的な内容、事例研究等を取り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。

このように、各専攻・各コースの専門教育について、高い満足度を得ているものの、入学希望者のニーズの変化により適切に対応させるべく、専攻内・コース内のプログラムの再編などを今後も検討していく必要があると判断している。

(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工夫・改善については、時代のニーズに対応すべくカリキュラム検討委員会、専攻会議等で継続的な審議を重ね、具体的改善に努める。

ファッションマネジメント専攻では、これまでの入学者に社会人経験者が多いことから判断して、平成 23（2011）年度より社会経験がある入学生が入学時より起業を想定した学習・起業準備ができるための「起業プログラム」を開設し、積極的に産業人を教育することとしている。また、それをふまえて社会人入試を平成 23 年度より実施する。

2-3 教育目標に相応しい授業形態、学習指導等が工夫され、整備されていること。

(1) 事実の説明（現状）

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が行われているか。

履修登録単位数の上限について、両専攻では演習科目、講義科目の予習、復習も重要であることから上限を設け、習熟度を高められるよう配慮しており、それを本大学院「単位履修に関する細則」第 5 条に次のように明示し、厳格に運用している。

第 5 条 1 年間の履修単位の上限は 35 単位とする。

2-3-② 教育目標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・方法に特色ある工夫がなされているか。

<ファッションクリエイション専攻>

「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 点のフルコーディネートの実物作

品（テキスタイルそのもの・プリントや染色・柄などすべてオリジナル性が要求される）を制作し、所定の評価を得た院生は、各自のコレクションを独創による展示法を駆使して学内エキシビジョンに参加する。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、第三者のファッションジャーナリストによる評価を受け、同時に一般来場者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3点のアイテムを実物製作する（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→スポンジング・裁断・芯貼り→縫製）。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、第三者であるパターン業界で実力が認められている第三者の外部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点以上のフルコーディネートの実物作品（地場産業等とコラボレートしたテキスタイルそのもの・プリントや染色・柄などすべてオリジナル性が要求される）を制作し、所定の評価を得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外の見本市に出展する。出展するに当たっては、特にデザインや独創性は勿論、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取り込まなければならない。さらにショーや展示に先立ち、すべての2年次生は作品を掲載したヴィジュアルブックを制作して国内外の関係各所に送付し作品の評価を受ける。ブック制作に当たっては、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、フォトグラフィア等の要素をすべて取り込んで掲載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Ⅰ」・「クリエイション演習Ⅰ」と、2年次では「クリエイション理論Ⅱ」・「クリエイション演習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（上位成績優秀者は本大学院内に保存）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3点の上下のフルアイテムを実物製作する（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→スポンジング・裁断・芯貼り→縫製）。同時に論文に匹敵するポートフォリオ（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、第三者の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。

以上のほか、ファッションデザインコースでは、多数の展示会、海外の系列校とのコラボレーションを行っている。

①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」・「I F F インターナショナルファッションフェア」、国外フランス パリ市の

「ウイメンズウェア展」ほか積極的に出展、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。

②オーストリア ウィーン市など海外のファッション系学校とのファッションショーによるコラボレーションの数が増す傾向にあり、今後も大いに拡大させてゆく。

ファッションテクノロジーコースでは、その技術力を資格取得に結びつけるべく、(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。

さらに、両コースとも『インターンシップ』を科目として設定している。

<ファッションマネジメント専攻>

『基礎研究プロジェクト』

1年次に自主的に研究する科目で、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。

『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。

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。

③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。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)などを行ったり、事業シミュレーションを行ったりしながら、担当教員のもとに修了研究報告書を作成し、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充分機能させている。

<両専攻共通の特色ある教育>

実践的な教育の場としては、1年次の「夏期北竜湖研修」と「研究発表」が、2年次の「修了研究発表」、それに「インターンシップ」（ファッションマネジメント専攻では「ワールドプロジェクト」）がある。

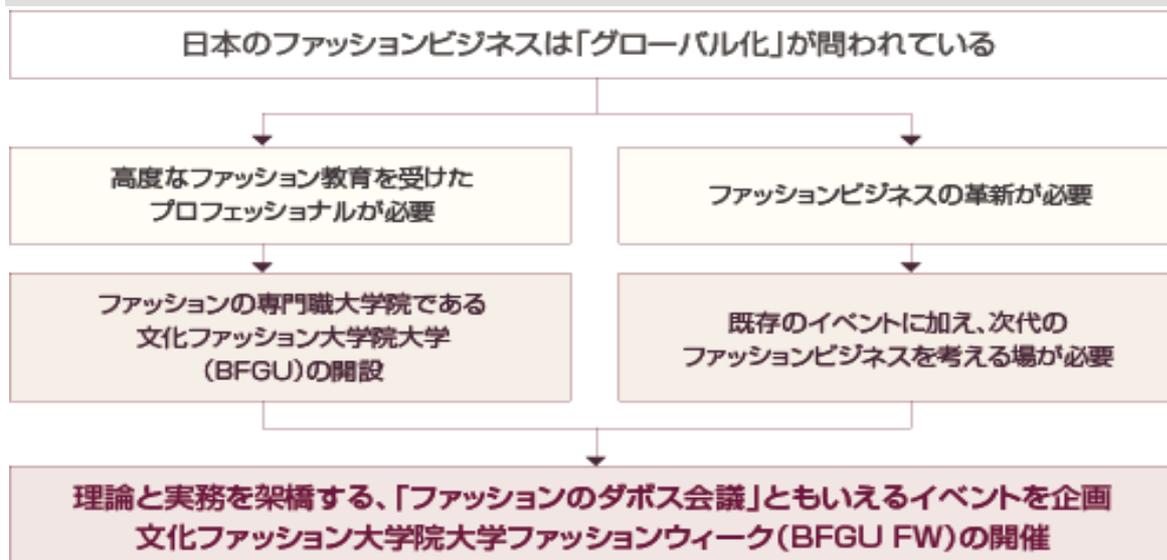
インターンシップについて、過去のインターンシップ先は、デザイナーブランド企業、アパレルメーカー、商社、テキスタイルメーカー、ニット製造業、ファッション小売業（大型店、専門店、SPA、ネット販売小売業）、ファッション系ショッピングセンター、ファッションコンサルティング企業、アパレル物流企業、ファッションジャーナリズム等である。また、平成21（2009）年度には、海外で（ジャカルタ、ソウル、ニューヨーク、ストックホルム、上海）でインターンシップを行った院生が5名いた（うち2名は日本ファッション企業の海外事務所）。

「研究発表」は、本学が主催する次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・議論の場である「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）」として学内外に授業の成果を明らかにする主要行事となっている。

【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「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）」を毎年2月に1週間開催している。

■文化ファッション大学院大学ファッションウィークの企画趣旨



第1回BFGU FW開催レポート（一部）

- 開催期間： 2009年2月9日（月）～13日（金） ※11日（水・祝）は休校日
- 来場者数： 4日間で延べ約1800人

第2回BFGU FW開催レポート（一部省略）

- 会期： 2010年2月1日（月）～6日（土）
- 来場者： 6日間で延べ約2900人 [第1回同イベント：4日間で約1800人]
- ファッションデザインコース 1年次終了展示
各自のコンセプトに基づいた作品を、一人あたり7～8体 計280体以上の作品を展示。

● ファッションテクノロジーコース 1年次終了展示

各自が設定したテーマに基づく研究成果を発表。作品、パターン・製図、ポートフォリオ、データ分析図等を展示。

【研究テーマ】

「一枚の布で作る服」「オリジナルニット地を利用したジャケット制作」「20代をターゲットとしたメンズ囲み製図法 ～3次元計測データによるサイズ設定～」「メンズ毛芯仕立てからのレディステラードジャケット」「30代の働く女性のファッション」「イヌのフク」「ファストファッションから考える」「デザイン・クオリティ・プライス」

● ファッション経営管理コース 1年次基礎研究発表

各自の研究について、一人ずつ約20分間の発表。発表後は、来場者との質疑応答を行った。

「知覚的コミュニケーションデザイン」「ファッションビジネスにおけるコラボレーションの事例研究」「インターネット新時代の特徴を踏まえたファッションビジネスモデルの提案」「アパレル業界におけるロジスティクス戦略の分析と提案」「日本のデザイナーブランドを取り巻く現状及び経営戦略の研究」「ウエディングドレスを中心としたブライダル市場研究 ～中国のウエディングビジネスの現状と展望～」「ベトナムの繊維・アパレル産業の現状と日本企業」「中国ファッション企画・生産・流通・システムに関する研究」「ファッションビジネスにおけるマス・カスタマイゼーション戦略」「1930年代 アメリカにおける男性服装史の研究」「No. MUSIC No. FASHION ～音楽から考えるファッションの可能性～」「サンエーインターナショナルを中心とした大手アパレルレディス部門の研究」ほか

● ファッションデザインコース 2年次修了ショー

選抜された9名の修了年次生が、一人あたり10体の作品をショー形式で発表。また、今回はオーストリア・ウィーン市立モーデシュレー・ヘッツェンドルフ校の学生もゲスト出演し、同校生作品20点もあわせて発表。

● ファッションテクノロジーコース 2年次修了展示

各自が設定したテーマに基づく研究成果を発表。作品、パターン・製図、ポートフォリオ、データ分析図等を展示。

【研究テーマ】

「機能性を考慮したダウンジャケットの提案」「身体を共有する双子の為の洋服」「コルセットの要素を取り入れたアウター ～3次元デザインソフトからのパターン展開～」「毛芯の効果及びデザインへの応用」

● ファッション経営管理コース 2年次修了研究発表

選抜された4名の修了年次生が各自の研究について、一人ずつ約30分間の発表。発表後は、来場者との質疑応答を行った。

【研究テーマ】

「ES>CS ～顧客満足的前提にあるもの～」「グローバルVMDの考察 ～SPAにおけるVMDの進化のあり方～」「『成型織』ファッション製品の事業化計画」「未来型ショッピングセンター ～アジア人の心を捉える日本発SC～」

● シンポジウム 「Asian Network」

第1部は平井克彦氏による基調講演を、第2部はファッションビジネス界で活躍する4

名をゲストに迎えるパネルディスカッションを実施。いずれにおいても、日本のファッションビジネスがさらなる発展を遂げるには、アジア諸国とどのように連携すべきか、どのようなつながりが有益なのか、などといった意見・提案が聴取できた。

「第1部・基調講演」

[講師] 平井克彦氏

(財団法人 日本ファッション協会 副理事長、東レ株式会社 相談役、文化ファッション大学院大学運営委員)

「第2部・パネルディスカッション」

[パネリスト]

許 旭兵氏 (上海牧野制衣有限公司 代表取締役社長/東華大学 准教授)

小庭一雄氏 (株式会社三越伊勢丹ホールディングス 海外店舗チーム 企画開発顧問)

藤浦修一氏 (織研新聞社編集局 大阪編集部 次長 アジア取材プロジェクト・デスク)

山本健介氏 (住金物産株式会社 執行役員)

山村貴敬 (本学教授 ファッションマネジメント専攻長)

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が作成され、活用されているか。

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おり、シラバス通りに授業を行っている。

シラバスは各回の授業内容と教科書、参考書、授業方法、評価方法を仔細に明記し、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、専攻会議において教員間で調整をとりながら進めている。

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が適切に整備されているか。

本大学院では通信教育は行っていない。

(2) 2-3の自己評価

履修登録単位数の上限は明確に設定し、適切に運用されている。

授業方法の工夫・改善という点では、専門職大学院にふさわしいプロジェクト科目を遂行しているという点で評価できる。また、BFGU FWの開催、多数の展示会、海外の系列校とのコラボレーションなどを実施していることも評価できる。

教育内容の詳細は、「学則」、「履修要項・授業計画」(シラバス)に明示し厳格に運用している。「履修要項・授業計画」については、年度の最初に配布すると同時に、授業の初回到授業計画の説明を行い、周知を図っている。

(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、今後も院生の修了状況等をふまえて適切に運用していく。

授業方法の工夫・改善について、プロジェクト科目についてより高度化・グローバル化を図る。BF GUファッションウィークについて、継続して開催すると同時に、産業界・海外の事業者等とのコラボレーションなどを、より積極的に実施していく。

教育内容の詳細は、今後も「履修要項・授業計画」に明示し厳格に運用していく。

2-4 単位認定、修了認定等の要件が適切に定められ、厳正に運用されていること。また、教育目標の達成状況を点検・評価するための努力が行われていること。

(1) 事実の説明（現状）

2-4-① 単位認定の基準、課程修了の要件が明確に定められ、学生に明示されており、かつ厳正に運用されているか。

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。

本大学院では、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制度を導入している。GPAは履修した科目の成績（評価）を基に、下記のとおりポイントを算出し、このポイントで院生自身の学習達成度を計るとともに教員による学習指導等への活用を検討している。

（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単位以上を修得することとする。

また「文化ファッション大学院大学 学位規定 第4条」に、次のように明記して厳格に運用されている。

（専門職学位課程の修了要件）

第4条 専門職学位課程の修了要件は、本大学院大学学則10条の規定による。ファッションクリエイション専攻では修了作品の制作、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作成を必須とする。

またこれらの仔細については、年度ごとの「履修要項・授業計画」に「単位履修に関する細則」（14ページ）として明記して厳格に運営している。

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。

2-4-② 学生の学習状況・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より、教育目標の達成状況を点検・評価するための努力が行われているか。

FD委員会が活動の一環として、授業アンケートを前期・後期の各1回ずつ実施している。アンケート結果用紙は、専攻長、担当教員が確認し、授業改善の資料として役立てている。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。在学中の満足度、改善要望、就職状況等の調査は、修了時にキャリア形成支援委員会が「修了生アンケート」を取ることで行っている。「修了生アンケート」の中での要望事項の記載は、本大学院の改善等に大変有効なものとなっている。また外部の実務者の意見を聞く学外運営諮問会議も有効に役割を果たしている。BFGU FWにおいても、修了生の研究発表及び修了展示等で学外からの評価を受けている。就職先の企業アンケート等は行っていないが、求人依頼を兼ねた企業訪問により修了生の現況の把握に努めている。

(2) 2-4の自己評価

単位認定の基準、課程修了の要件は、『学則』『単位履修に関する細則』『学位規定』に明確に定められ、学生に明示されている。また修了認定は、教授会、審査委員会で、課程修了の要件に基づいて明確に運用されている。

FD委員会による授業アンケートから、カリキュラムの改善、改革も行っている。

教育目標の達成状況について、授業アンケートを取り、結果を担当教員が改善の資料として、専攻長に示すことで、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る。

アンケートでの要望を基に新設した科目もあり、点検・評価を改善にまで生かしている。

アンケート結果を改善に生かす組織的な取り組みとしては、集計結果を専任教員全員で把握している。

修了生アンケートでの要望を基に教育目的の達成状況を点検・評価し、改善に役立てている。ただ、要望を述べた者は修了生であるため、改善したことがあったとしても、当人に恩恵を与えられないので、今後の課題である。

(3) 2-4の改善・向上方策（将来計画）

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大変有効であるため、院生の要望等をより多く把握できる機会を在学中に設け、自ら述べた要望の恩恵を被れるように検討実施する。

[基準2の自己評価]

本大学院は、建学の精神等の大学院の基本理念及びファッション産業の社会的必要性に基づき研究科・専攻を構成し、そのもとで教育課程の編成方針を適切に設定している。

本大学院の教育課程の編成については、専門職大学院設置基準に規定されている要件を踏まえており、研究科・専攻・コースの特性・教育目標を活かして体系的に編成している。また学位の名称、学位課程の修了要件については、「学則」に明示し厳格に運用している。

教育課程の編成方針に基づいて設定している「講義科目」「演習科目」「プロジェクト科目」は、理論と実務を架橋した教育を行うファッションビジネス専門職大学院の教育とし

て有効に機能している。特にプロジェクト科目を必修とすることで、修了研究の内容が高いレベルの成果を生むことにつながっており、学外者の評価等を受けて修了前に院生自身が学修の成果を確認できていると評価できる。また学位の名称及び学位授与方針は、研究科、専攻の教育課程の編成方針に整合している。

本大学院の教育内容について、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、専攻の専門分野を深耕させる一方で、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ことにも留意している。具体的には、専攻独自の科目によって専門分野を深耕させる一方で、両専攻ともファッションクリエイション、ファッションテクノロジー、ファッションマネジメントに関する科目を配している。また、総合的な専門性に関する科目、修了研究・制作、国際的視野の形成や文化的認識に関する科目、ファッションビジネスの実践に関する科目なども配置している。また両専攻とも、基本的な内容、発展的な内容、実践的な内容、事例研究等を取り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。このように、各専攻・各コースの専門教育について、高い満足度を得ているものの、入学希望者のニーズの変化により適切に対応させるべく、専攻内・コース内のプログラムの再編などを今後も検討していく必要があると判断している。

教育課程の単位数・開設単位数、授業科目の年次配当、単位・授業方法・授業内容・授業日程、履修登録単位数の上限、修了要件等は、『学則』『単位履修に関する細則』『学位規定』に明確に定められ、学生に明示され、厳格に運用されている。履修要項・授業計画については、年度の最初に配布すると同時に、授業の初回に授業計画の説明を行い、周知を図っている。

授業方法の工夫・改善という点では、専門職大学院にふさわしいプロジェクト科目を遂行しているという点で評価できる。また、BFGUファッションウィークの開催、多数の展示会、海外の系列校とのコラボレーションなどを実施していることも評価できる。

また、FD委員会による授業アンケートや、学内外からの授業評価、作品の成果についても評価を受ける機会があり、それらを参考にしながら院生の声も反映させたカリキュラムの改善、改革を行い成果を上げている。

[基準2の改善・向上方策（将来計画）]

本大学院は今後、ファッションビジネス環境の変化を鑑み、授業アンケート等の意見も加えて、より今日的なファッションビジネス教育課程を、カリキュラム委員会、専攻会議、教授会、運営諮問会議等で検討し、改善、推進して行く。特に、教育課程の工夫・改善については、カリキュラム検討委員会、専攻会議等で継続的な審議を重ねていく。

また、ファッションマネジメント専攻では、社会経験がある入学生が入学時より起業を想定した学習・起業準備ができるための「起業プログラム」を平成23（2011）年度より開設する。また、それをふまえて社会人入試も実施する。

基準 3 学生

3-1 学生受入れ方針が明確にされ、具体的な入学者選抜等に生かされていること。

(1) 事実の説明（現状）

3-1-① 教育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）が明確に定められ、公表・周知されているか。

本学のアドミッションポリシーは、表 3.1 の通りである。

表 3.1 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、日本ブランドの確立を目指す者を受け入れている。 | |
| ク リ エ イ シ ョ ン 専 攻 | <ul style="list-style-type: none"> ・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の育成 ・優れた美的感覚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の育成 ・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 |
| マ ネ ジ メ ン ト 専 攻 | <ul style="list-style-type: none"> ・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、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 |

アドミッションポリシーについては、開学時において全職員に周知されている。

そして、募集要項に明示していると同時に入試説明会においても説明し、またホームページに掲載して学外への周知にも努めている。

3-1-② 学生受入れ方針に即して入学者選抜が適切に行われているか。

入学要件・受験資格は、学校教育法第 102 条に基づいて定めている。（表 3.2）

入学試験の種別は、一般入試のみであったが、平成 23（2011）年度より社会人入試も採用する。

文化ファッション大学院大学

表 3.2 入試区分、受験資格、選考方法

| 種別 | 受験資格 | 選考方法 |
|------------------|--|--|
| 一般入試 | <p>下記のいずれかに該当すること。</p> <p>[1] 四年制大学を卒業した者（及び卒業見込者）</p> <p>[2] 大学評価・学位授与機構から学士の学位を授与された者</p> <p>[3] 外国において学校教育における 16 年の課程を修了した者</p> <p>[4] 外国の学校が行う通信教育における授業科目をわが国において履修することにより当該外国の学校教育における 16 年の課程を修了した者</p> <p>[5] 専修学校の専門課程（修業年限が 4 年以上であること。その他の文部科学大臣が定める基準を満たすものに限る）で文部科学大臣が別に指定するものを文部科学大臣が定める日以降に修了した者（及び修了見込者）</p> <p>[6] 文部科学大臣が指定した者</p> <p>[7] 本大学院における個別の審査により、四年制大学を卒業した者と同等以上の学力があると認められた者で、22 歳に達した者</p> | <p>〈ファッションクリエイション専攻〉</p> <p>1：ファッションデザイン画</p> <p>2：小論文</p> <p>3：自己プレゼンテーション・面接</p> <p>・過去 2 年間に制作した作品 3 点以内の提示とポートフォリオによる作品解説</p> <p>・面接官との質疑応答</p> <p>〈ファッションマネジメント専攻〉</p> <p>1：社会的基礎知識・英語</p> <p>2：小論文</p> <p>3：自己プレゼンテーション・面接</p> <p>・卒業論文や雑誌等への投稿論文、事業計画書等の提示とその解説</p> <p>・面接官との質疑応答</p> |
| 社会人入試（平成二十三年度より） | <p>民間企業等に在籍し、入学時現在、3 年以上の実務経験を有している 25 歳に達した者で、以下のいずれかの条件に該当するもの。</p> <p>[1] 四年制大学を卒業した者（及び卒業見込者）</p> <p>[2] 大学評価・学位授与機構から学士の学位を授与された者</p> <p>[3] 外国において学校教育における 16 年の課程を修了した者</p> <p>[4] 外国の学校が行う通信教育における授業科目をわが国において履修することにより当該外国の学校教育における 16 年の課程を修了した者</p> <p>[5] 専修学校の専門課程（修業年限が 4 年以上であること。その他の文部科学大臣が定める基準を満たすものに限る）で文部科学大臣が別に指定するものを文部科学大臣が定める日以降に修了した者（及び修了見込者）</p> <p>[6] 文部科学大臣が指定した者</p> <p>[7] 本大学院における個別の審査により、四年制大学を卒業した者と同等以上の学力があると認められた者</p> | <p>ファッションマネジメント専攻</p> <p>1：小論文</p> <p>2：自己プレゼンテーション・面接</p> <p>・卒業論文や雑誌等への投稿論文、事業計画書等の提示とその解説</p> <p>・面接官との質疑応答</p> |

一般入試では、アドミッションポリシーである独自のブランドの確立を目指す者を受け入れるために、ファッションクリエイション専攻では専門領域でのデザイン画、実技、小論文、面接によって、ファッションマネジメント専攻では社会的基礎知識、英語、小論文、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では、平成 23（2011）年度より社会人入試を行うが、民間企業等に在籍し、入学時現在、3 年以上の実務経験を有している職業人を対象に、職務経歴書を記載、さらに小論文、面接によって判定する。

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、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 1 級に合格しているか、またはそれと同等程度の日本語能力を有していることを補足条件として定めている。

3-1-③ 教育に相応しい環境の確保のため、収容定員と入学定員、在籍学生数が適切に管理されているか。また、教育方法や施設設備等の条件を考慮し、教育効果が十分に挙げられるよう、同時に授業を行う学生数が適切な数となっているか。

入学定員・入学者数・収容定員・在籍者数は表 3.3 のとおりである。入学者数、在籍者数は、ともに増加傾向にあり、平成 22 (2010 年) には、収容定員のほぼ 89% の在籍者数に達している。ほぼ定員に近い院生数により、理想的な教育環境が整えられている。

表 3.3 入学定員、入学者数、収容定員、在籍者数の推移 (2010 年 5 月 1 日現在) (単位 人)

| | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2009年 | 2010年 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 入学定員 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| 入学者数 | 49 | 53 | 50 | 72 | 73 |
| 収容定員 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 |
| 在籍者数 | 49 | 99 | 97 | 121 | 143 |

(2) 3-1 の自己評価

アドミッションポリシーを明確にしており、またホームページ等も活用し周知に努めている。アドミッションポリシーの内容のうち、「日本ブランドの確立・・・」の箇所について、留学生の入学者も多いことから、学則に記載されている文言である「独自のブランドの確立・・・」とすることが望ましいので変更する。

入学要件、入学試験の実施に関しては、ファッションマネジメント専攻で一般入試に加えて平成 23 (2011) 年度より、社会経験がある者を対象とした社会人入試を採用することが決定している。

在籍者数について収容定員に近づいているため、授業を行う院生数は年々適切になっている。

(3) 3-1 の改善・向上方策 (将来計画)

アドミッションポリシーの内容について、「日本ブランドの確立・・・」の箇所について、留学生の入学者も多いことから、学則に記載されている文言である「独自のブランドの確立・・・」と変更することとした。

今後は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、入試検討委員会とも連携し、その数を遵守する入試形態としていく。

3-2 学習支援の体制が整備され、適切に運営されていること。

(1) 事実の説明 (現状)

3-2-① 履修指導や学習相談などの学習支援体制が整備され、学生の意見を汲み上げて適切に運営されているか。

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入生に対し、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10日間、単位認定しない科目として、集中講義の形で実施している。

また両専攻とも、1年・2年の前期科目・後期科目が始まる時期に、専攻長・コース主任が中心になって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。

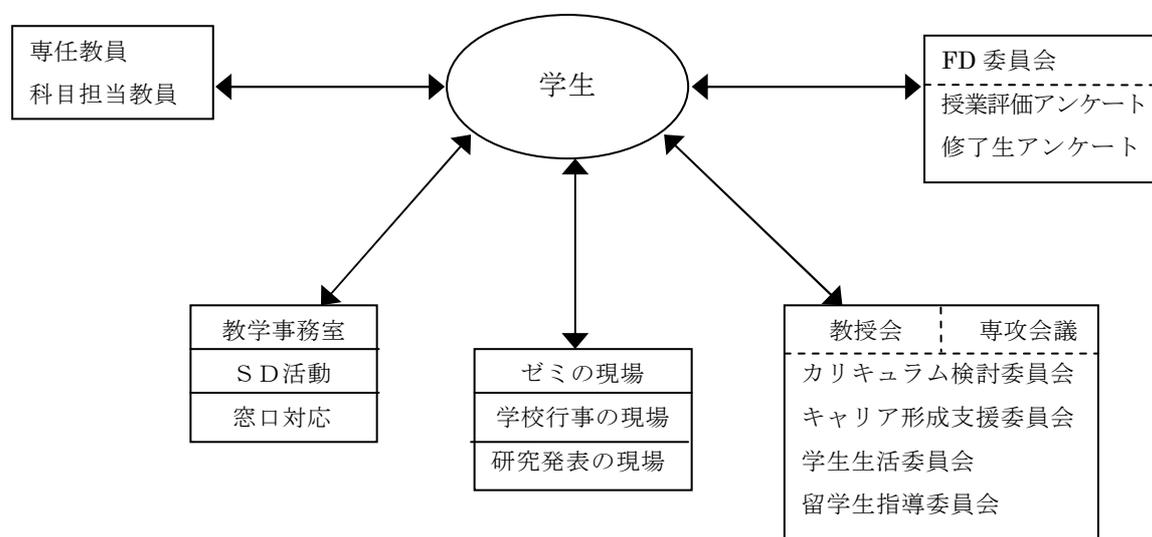
学習支援としては、専攻長、コース主任、プロジェクト科目担当教員（ファッションマネジメント専攻ファッション経営管理コースでは専任教員全員）が、大きな役割を果たしている。院生は、履修指導、研究指導、業界の情報収集、コンテスト支援、研究取材先の紹介、インターンシップ先の紹介、進路相談、就職支援、起業支援等で、満足度が高い。

(図 3.1)

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。

学習支援の附属機関は、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全て揃い院生の利用率は高く、館外貸出しも多い。

図 3.1



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、学習支援のための適切な組織を設けているか。

本大学院では通信教育は行っていない。

(2) 3-2 の自己評価

図 3.1 の組織的な体制に加えて、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、専任教員全員が学校行事に参加していることは、学習支援に大きな役割を果たしている。また実務家教員は、現場の状況等もふまえた実務教育にも尽力し、院生の研究を大いに援助している。これらは、専門職大学院である本学の特徴的な学習支援体制である。

また両専攻とも、授業のサポートを行う専任助手を配置している。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。

(3) 3-2 の改善・向上方策（将来計画）

平成 22（2010）年度より両専攻の全 2 年生が履修する「ファッションビジネスメソッド（演習）」を開講した。他専攻の教員の、体系づけて教授するこの授業を受けられたことは、アンケート結果から院生に大変好評であった。他専攻の教員と、院生がそれぞれの視点で直接意見交換等の指導を受けることができたことは、大変有効な教育効果を上げた。今後、このような科目を充実させることで、他専攻の教員からも学習支援を受けられる機会を増やす。

3-3 学生サービスの体制が整備され、適切に運営されていること。

(1) 事実の説明（現状）

3-3-① 学生サービスのための組織が設けられ、学生の意見を汲み上げて適切に運営されているか。

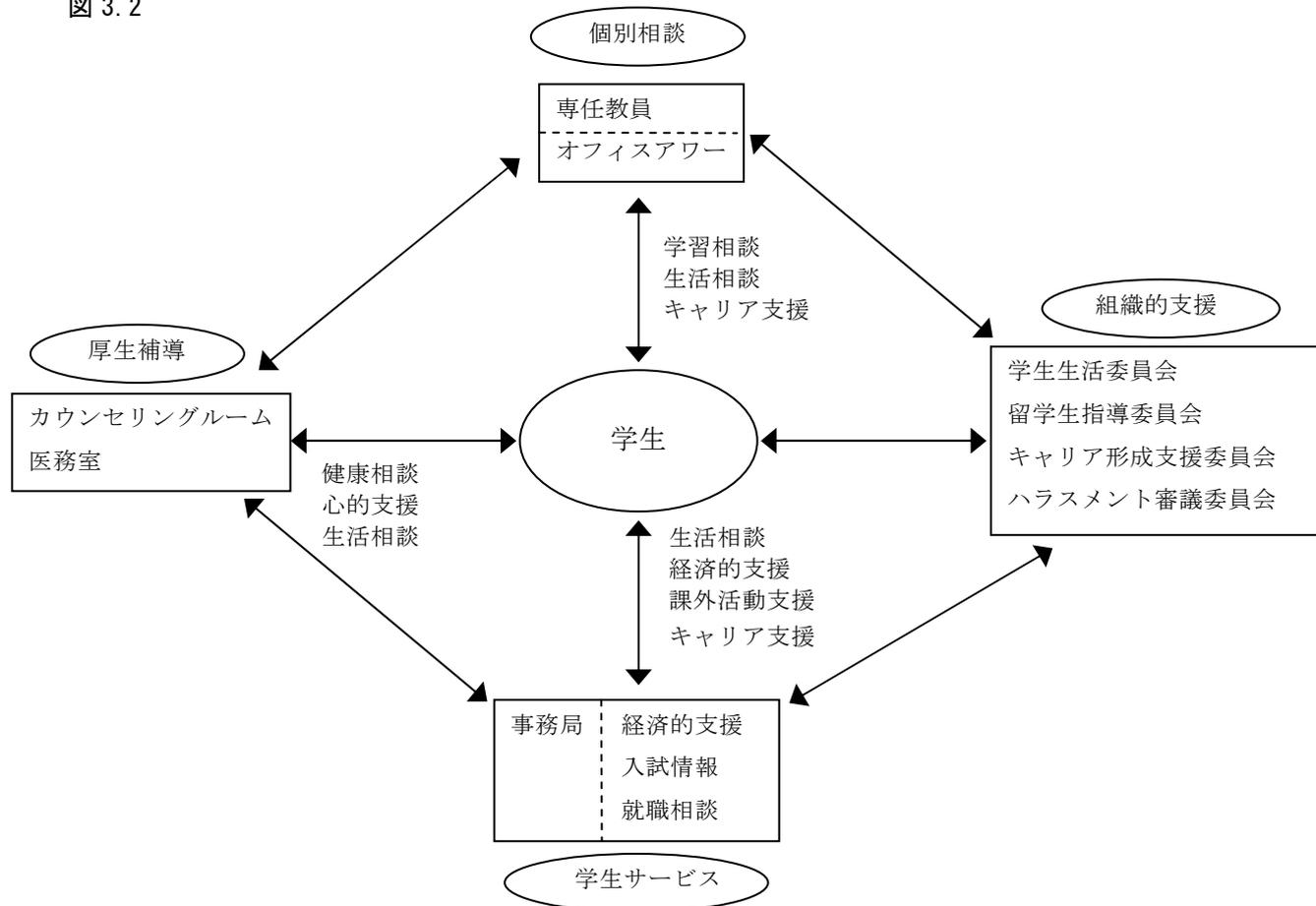
最も有効に機能しているのは、日々の教員と院生のコミュニケーションである。小規模な専門職大学院ということもあって、①院生数に対する教員数の比率が高い、②専任教員が研究指導・ゼミ指導を行っていることから、教員と院生のコミュニケーションの密度が高い。加えて専任教員は、オリエンテーションから始まり、夏期北竜湖セミナー、BFGU FW、研究発表会、その他多種の学校行事等に全員が参加しており、院生とのコミュニケーションの機会も多く反省会等で院生の声を汲み上げ、改善方策の一部としている。専任教員は、このようなコミュニケーションの場で汲み上げた院生の意見等を、専攻会議や各種の委員会に提示している。そして専任助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。

組織的な体制としては、各委員会やSD活動として整備している。（図 3.2）

また、学生生活委員会、ハラスメント審議委員会を設置し、各種学生サービス、厚生補導を行っている。ハラスメント審議委員会では、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。

教学事務室では院生に空き教室の貸し出し、奨学金の受付等院生の個別の要望に対応している。

図 3.2



3-3-② 学生に対する経済的な支援が適切に行われているか。

日本学生支援機構の奨学金や地方公共団体や民間の奨学制度など、各種奨学金が利用可能である。また、学業優秀者には、授業料を全額支給するスカラシップ制度、外国人留学生に対しては、年間授業料の30%が減免になる授業料減免制度を設けている。さらに、国内採用による国費外国人留学生（研究留学生）で、採用された実績もある。これらの各種奨学金、授業料減免規定については、オリエンテーションでの説明および印刷物配布、掲示等を行うことにより院生に周知を図っており、院生への経済的支援についての相談・支援体制を適切に整備している。

3-3-③ 学生に対する健康相談、生活相談等が適切に行われているか。

毎年4月に学園健康管理センターが、全院生を対象とした健康診断を行っている。また、同法人内の文化女子大学のカウンセリングルーム、文化服装学院の学生相談室にカウンセラーが常駐しており、そこで本大学院の院生もカウンセリングを受けることができ、心的支援、生活相談を行っている。

3-3-④ 就職・進学に関する相談・支援の体制が整備され、適切に運営されているか。

本大学院の専任教員は、専門職大学院であることから約1/3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、約 2/3 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、約 8 割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。

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技能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方々が講師となり、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、外部のキャリア形成・就職支援の専門家や人事コンサルタントを講師に招くキャリアガイダンスも開講し、院生のニーズに合う支援プログラムを実施している。また外部の実務者の意見を聞く学外運営諮問会議も有効に役割を果たしている。

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。

(2) 3-3 の自己評価

学生サービスの体制は、委員会が中心となって実施している。「修了生アンケート」での要望が大変有効なので、これらのアンケート内容を在学中にも実施し支援体制の強化を図りたい。

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おり、専任教員が担当している。また、就職の支援体制は、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から十分に機能しているものと判断している。学外運営諮問会議の意見も聞き、キャリア形成支援委員会が中心となって検討、支援している。

(3) 3-3 の改善・向上方策（将来計画）

学生生活委員会において、積極的な院生支援として何ができるかを検討しているところである。必要であれば他委員会とも連携し、実施していく。「修了生アンケート」とは別に 1 年終了時等にアンケートを取ることで、2 年間という短い在学中にも改善が実感できる方策を検討していく。

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]

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。

在籍者数が収容定員に近づいているため、院生数は年々適切になっている。適切な状況を維持するためにこれ以上志願者が増えた場合の策を予め考えておくことが課題である。

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、委員会が中心となって実施している。「修了生アンケート」での要望は、学生サービス支援に大変有効な回答を得られているので、在学中にも実施の必要性を感じている。

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、キャリア形成支援委員会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、また学外運営諮問会議も十分に機能しているものと判断している。

[基準3の改善・向上方策（将来計画）]

適切な在籍者数の範囲をコースごとに決め、入試検討委員会を中心に、その数を遵守する入試形態とする。

授業を受けることを通じて、教員と交流していくことが最も自然である。今後、他専攻専任教員による科目を充実させることで、他専攻の教員からも学習支援してもらえる機会を増やす。

「修了生アンケート」とは別に在学中に就職に関するアンケートを取ることで、要望事項を院生の在学中に反映させる。

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、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の把握に努める。そのために本大学院の修了生の意見を聴取できる機会を持つことも検討していく。

基準 4 教員

4-1 教育課程を遂行するために必要な教員が適切に配置されていること。

(1) 事実の説明（現状）

4-1-① 教員の組織編成に関する基本方針が明確にされており、この方針に基づいて、教育課程を運営するために必要な教員が確保され、かつ適切に配置されているか。

本大学院ファッションビジネス研究科では、“知財を創造し伝達する”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、次のような考え方で専任教員を配置する。

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専任の教授または助教授を配置する。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、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、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、中核的な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、中核的な科目は専任教員が担当する。

⑤修了研究・創作、修了プロジェクトは、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プロジェクトについては、専任の教授と准教授が、学生の研究専門分野に応じて分担して指導する。

4-1-② 教員の組織編成に関する基本方針には、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を明確にしているか。

本大学院の教員配置は、表 4.1 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 名（入学定員 80 名）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、専攻ごとに 8 名、合計 16 名である。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。

教員の資格及び採用については選考基準及び選考基準施行細則に則り公正に実施されている。

表 4.1 教員配置

(2010年5月1日現在 単位 人)

| 研究科名 | 専攻 | 入学定員 | 収容定員 | 必要指導教員 | 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 | 8 | 5 | 2 | 1 | 5 | 3 |
| | ファッションマネジメント専攻 | 30 | 60 | 8 | 9 | 6 | 2 | 1 | 5 | 4 |
| | 合計 | 80 | 160 | 16 | 17 | 11 | 4 | 2 | 10 | 7 |

4-1-③ 教員構成（年令、専門分野等）のバランスがとれているか。

本大学院は、専門職大学院として、“知財を創造し伝達する”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、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。
- ⑤専任助手が学生の補習にあたる。

表 4.2 は、大学院の専任教員、兼任講師、助手の人数を示している。専任教員数に対する在籍者数の割合は院生 8 名に対して 1 名の専任教員がいる。

また兼任教員数は 37 名と、専任教員数の 2 倍を超える人数がいるが、1 科目だけを担当している兼任講師が最も多いため、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より専門性が高く、産業界の動向・情報をいち早く把握できる教育をするためである。

専門職大学院設置基準が定める実務家教員数は、6 名以上（専任教員のうちおおむね 30% 以上）である。本大学院の実在教員数の場合、学術教員 10 名（約 59%）、実務家教員 7 名（約 41%）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 名以上である。そして、教授 11 名（約 65%）、准教授 4 名（約 24%）、助教 2 名（約 12%）のバランスであり、必要教授数を上回る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。なかでもファッションクリエイション専攻は、専任教員は 2 コースにそれぞれ 4 名ずつ配置している。なお、

両専攻とも、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、兼任講師、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 4.2 専任教員、兼任講師、助手の人数 (2010年5月1日現在 単位 人)

| | 収容 定員 | 在籍 学生 | 専任 教員 | 兼任 講師 | 助手 |
|----|----------|----------|----------|----------|----|
| 合計 | 160 | 143 | 17 | 37 | 4 |

表 4.3 は、専任教員の年齢別構成及び男女構成である。年齢構成は「50～59歳」が6名で最も多く、「60～69歳」が5名、「40～49歳」が3名と続いている。年齢構成が高齢傾向に偏っているのが現状である。

表 4.3 大学院の専任教員の年齢構成及び男女構成比 (2010年5月1日現在)

| 年齢 | 30～39 | 40～49 | 50～59 | 60～69 | 70～ |
|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| 人数 | 2 | 2 | 7 | 5 | 1 |
| 男・女 | 1:1 | 1:1 | 6:1 | 4:1 | 1:0 |

(2) 4-1 の自己評価

本大学院は、以下の評価から、要件を満たしていると判断する。

教育課程を遂行するために必要な教員が適切に配置されているかについて、教育研究上の目的達成のために必要な教育上の指導能力を有する教員数を確保し適切に配置している。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いる。ただし、年齢面では、経験豊かな実務家教員を採用していることから、全体として高齢傾向に偏っている。

(3) 4-1 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る。また実務家教員も、斬新なデザイン等を発信することを考慮して、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。

4-2 教員の採用・昇任の方針が明確にされ、かつ適切に運用されていること。

(1) 事実の説明（現状）

4-2 教員の採用・昇任の方針が明確にされているか。また、採用・昇任の方針に基づく規程が定められ、かつ適切に運用されているか。

教員の採用・昇任の方針については、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つを対象に採用していく方針である。

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が厳正に審査を行っている。学長は教員選考委員会の結果を理事長に報告し、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教授会の議を経て任命している。

(2) 4-2の自己評価

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。

(3) 4-2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、教員のうち特に実務家教員の存在が非常に重要であり、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、建学の精神・大学院の基本理念に基づき諸規程を遵守し適切に運用していく。また、教員構成が高齢化傾向にあるため若手の採用育成を心がける。

4-3 教員の教育担当時間が適切であること。また、教員の教育研究活動を支援する体制が整備されていること。

(1) 事実の説明（現状）

4-3-① 専任教員の授業担当時間は、教育研究目的を達成するよう配慮して配分されているか。

授業時間についてであるが、本大学院の授業の時間割は原則的に月曜日から金曜日まで延べ25コマ（延べ50時間）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2,066コマ、ファッションマネジメント専攻1,837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9コマ、ファッションマネジメント専攻7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、一週間のうち一日を確保している。

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の数、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ために、TA等が適切に活用されているか。また、研究費等の資源が適切に配分されているか。

本大学院では任期制助手を採用し、授業・研究補助等につけているため、現状ではTA・SA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研究用図書の購入、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。

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、年度初めに教員から「研究計画書」を提出させ、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、年度末には個々の管理台帳の提出等で適切に運用している。

(2) 4-3の自己評価

専任教員の業務内容を見ると、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諸作業等に時間を費やしており、授業以外の諸作業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、研究支援体制を作っている。

研究費等については、「文化ファッション大学院大学研究費に関する規程」や「研究費使用ルール」を定め、適切に支援、管理している。

(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、担当校務等を考慮して、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、またRA、TAの実施を検討し、専任教員の授業準備の負担軽減も図っていく。

4-4 教員の教育研究活動を活性化するための取り組みがなされていること。

(1) 事実の説明（現状）

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）が行われ、成果を挙げているか。

FD委員会を設け、この委員会が中心となり各委員会活動や、学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。これを踏まえ、「大学院大学の現状と課題、自己点検評価」を平成21年度作成し、今後自己点検結果を集約し、改善の方策を見出していく。

またFDの組織的な取り組みとして年に1回教員研修を行い、繊維・アパレル産地等の現状視察に加え、授業アンケート等の自己点検の討議を行っている。

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が整備され、適切に運用されているか。

FD委員会による授業評価アンケートを毎年、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っている。

またこれらの結果を踏まえて、委員会がカリキュラムの改善や、専攻長がコース編成等の改善策を行っている。

修了時にキャリア形成支援委員会が「修了生アンケート」を毎年実施している。「修了生アンケート」の中での要望事項の記載は、本大学院の教育研究活動の改善に大変有効なものとなっている。

研究活動については、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、評価を受けることとなっている。また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。

また、FDへの具体的な取り組みとして、年度末に一泊二日の教員全員参加の研修会を実施し、その中で当年度の反省と、次年度に向けての改善等を議論している。

(2) 4-4の自己評価

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、FD委員会での活動に加え、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。

(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、従来の院生の授業評価アンケート、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。

また本大学院専任教員の研究発表及び研究業績等を公表する目的として、平成22(2010)年度より、「文化ファッション大学院大学紀要」を年に1回刊行することとした。

[基準4の自己評価]

教育研究上の目的達成のために必要な教育上の指導能力を有する教員数を確保し適切に配置している。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、経験豊かな実務家教員を採用していることから、全体として高齢傾向に偏っている。

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」や「研究費使用ルール」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、FD委員会での活動に加え、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。

[基準4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。

専門職大学院である本大学院は、教員のうち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、諸規程を遵守し適切に運用していく。

実務家教員以外の専任教員のイベント等の準備に割かれる時間については、教員1人ひとりの教育担当時間を精査し、授業準備負担の違いを考慮してイベント等の準備担当の割り当てを決定していく。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。さらに今後はTA、RAの採用も検討していく。

組織的な研修及び研究を実施するために、従来の院生の授業評価アンケート、教員研修を継続すると同時に、新規にFD研修の場を設けていく。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、平成22(2010)年度より、「文化ファッション大学院大学紀要」を年に1回刊行する。

基準 5. 教育研究環境

5-1 教育研究目的を達成するために必要な施設・設備が整備され、有効に活用されていること。

(1) 事実の説明（現状）

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に必要な施設・設備が適切に整備され、かつ有効に活用されているか。

校地は、新都心キャンパスと運動場で、面積 83,273 m²、新都心キャンパスは文化女子大学、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、立地条件に恵まれている。

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 館と一部改装した D 館、F 館、H 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、校舎間の移動に利便さがある。また、図書館等の附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 名の温泉を有した施設で、学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、資料館を隣接しており、年間を通して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 名の施設で、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、文化女子大学、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 時間体制で学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、充実した学生生活を送れるように、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、学生の利便性向上のため、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、食堂は 18：00 まで、その他は 21：00 まで開放して、学生交流の場としている。

図書館は本大学院の位置する新都心キャンパスの本館と小平キャンパスの分館とで構成される（延床面積 2,533 m²）。本大学院の院生・教職員は両館とも利用可能である。本館

は書庫を除くすべてがワンフロアにある（閲覧室は1,372㎡で座席数は268席）。

分館を含む所蔵資料総数約32万冊のうち、約15万冊が本館閲覧室に配架されている。蔵書構成は全ジャンルに渡るが、共用校と共通の専門分野である服飾関連（その歴史・文化・社会学・心理学、技法、繊維の科学・技法、繊維産業）については学術的資料から実用書までほぼ網羅的に収集保存している。とくに世界中の服飾文化・歴史に関わる国内外の貴重な文献は特別コレクション（約5,800冊2,000タイトル、プレート・雑誌・織物サンプル帳などを含む）としている。また本大学院開学以降は経営、商業、マーケティングなどビジネス系資料の充実も図っている。逐次刊行物でも学術誌や業界誌のほか、国内外各国のファッション雑誌を充実させており、永久保存しているものを含めると2,600タイトルに及ぶ。なかでも特殊な資料としてはコレクション情報誌、アパレル業界向けのトレンド予測情報誌などが挙げられる。

本大学院生の図書館利用状況は、平成21（2009）年度における一人当たり年間平均入館回数で49.9回（前年度51.9回）、同貸出平均冊数は21.8冊（前年度25.8冊）であった。なお、上に述べた服飾系逐次刊行物は禁帯出のため機械的統計に表れないが、専門情報源として図書資料よりも数倍多く閲覧利用されている。

ファッションリソースセンターは企画室・テキスタイル資料室・コスチューム資料室・映像資料室の4部門構成で、ファッション情報収集・分析・提供及び図書館、博物館との連携により高度な文化学園の「ファッション情報基地」として位置づけられている。

その他、文化ファッション研究機構は外部との共同研究期間として、教員、院生の研究の場として有効な機構として位置づけられている。

5-1-②教育研究環境について、学生・教職員の意向も把握しつつ必要な改善を行うよう努力されているか。

学生からは「授業アンケート」、「修了生アンケート」で教育研究環境の改善要望をきいており、学校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。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。

(2) 5-1の自己評価

校地・校舎等の施設・設備は、適切に整備されかつ有効に活用されている。特に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。

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、院生の満足度が落ちることがないよう努力している。

(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と考えるので、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、妥当なものについ

では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・設備の安全が確保され、適切に維持、管理されていること。

(1) 事実の説明（現状）

5-2①施設・設備の安全が確保され、適切に維持・管理されているか。

建物および附属設備については、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うほか、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整備を完了した。

(2) 5-2 の自己評価

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、8：00～21：00 までの時間帯でそれぞれ開室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、各門扉前や駐車場の他、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 18 台設置しており、安全で快適な学生生活が送れるように配慮している。

(3) 5-2 の改善・向上方策（将来計画）

都市型キャンパスであるために監視体制が十分とはいえないため、現状の防犯カメラ監視装置と機械警報装置を組み合わせた防犯装置を検討中である。

平成 22（2010）年度には、耐震診断を計画しており、それに伴う耐震補強工事の必要があれば事業計画に取り入れる。また、外壁、屋上防水工事、及びバリアフリー対策については、将来計画を見据えた次年度以降の計画に検討課題として進めていく。

〔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、日常点検の徹底と管理委託会社との連携を密にしながら、安全性を重視した管理体制を継続していく。

〔基準 5 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、バリアフリー対策、外壁、及び屋上防水は全体改修計画の中で早急に実施する。

また、耐震対策については早急に解決する方向で検討する。

基準 6. 教育の質の保証

6-1 自己点検・評価の恒常的な実施体制が構築されていること。

(1) 事実の説明（現状）

6-1-①定期的に自己点検・評価を行う全学的な体制が構築され、実施の責任体制が確立されているか。

本大学院は、平成 18（2006）年開学の専門職大学院で、完成年度までの 2 年間、毎年文部科学省へ「設置計画履行状況調査」を提出し、それによって設置認可申請通りに自己点検も含めて実施している。開学時に「自己点検・評価規程」を整備し、その規程に基づいて「自己点検・評価委員会」を設置し、委員は学長、研究科長、専攻長、教学事務室事務長、その他学長が指名する者で構成して、同時に自己点検・評価を実施する組織として委員会の下にワーキンググループを置き、自己点検報告書案の作成にあたっている。それを自己点検・評価委員会が取りまとめ、学長が公表するということが規程上明記されており、実施・責任体制は整備されている。ワーキンググループの構成は学長が指名した専攻毎の 3 名ずつの委員と事務局から 1 名加えた 7 名で、委員会が決定した基本方針・実施基準等に基づき、完成年度終了後の 2 年目の平成 21（2009）年度より自己点検・評価を実施することとした。具体的には、委員会等ごとの①年度課題、②取組の結果と点検・評価、③次年度への課題をまとめたものを報告書としてまとめた。

6-1-②使命・目的及び教育目標に即し、また学生や社会のニーズを踏まえて、適切に評価項目や評価プロセスが設定されているか。

具体的な自己点検・評価の仕方としては、各委員会等に①本年度の課題、②取組の結果と点検・評価、③次年度への課題を設定させている。それらを「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 21 年度」にまとめた。各委員会等の設定する課題は、使命・目的及び教育目標、院生や社会のニーズを踏まえたものとなっている。

(2) 6-1 の自己評価

規程を整備し、実施の役割分担、責任体制を明確に定めており、自己点検・評価を行う十分な体制が確立されていると評価できる。

開学 5 年目ということもあり、自己点検・評価自体手探りで実施している状況であるが、各委員会等が院生や社会のニーズに絶えず目を向け、自己点検・評価活動を実施している。

(3) 6-1 の改善・向上方策（将来計画）

現状、委員会個々に自己点検・評価を実施していく体制になっている。各委員会の議事録をみると、各委員会で重複した事柄を審議していることも多く、非効率な面もある。まず、各委員会の役割・範囲を明確にすることで重複をなくしていく。また、他委員会との連携が必要な審議事項については、関連委員会の委員が連携し審議を行う体制としていく。

他大学での自己点検・評価の実施状況を知ることで、本大学院に生かせるものがないかを検討していく。

6-2 教育の実施状況を調査、分析する体制が整備されていること。

(1) 事実の説明（現状）

6-2 教育の実施状況、学生の学習状況及びその成果、学生の生活実態等についての調査、分析を継続的に実施するとともに、関係の資料・データを作成し提供できる体制が整備されているか。

FD委員会が活動の一環として、授業アンケートを前期・後期の各1回ずつ実施している。アンケート結果用紙は、専攻長、担当教員が確認し、授業改善の資料として役立てている。ファッションデザインコースでは、各種学外コンテストへの参加を奨励しており、学習状況の成果を外部にもチェックしてもらえそうな仕組みができています。学外コンテストの入賞者一覧を学内に掲示することで学生はお互い競争しながら高め合っている。ファッションテクノロジーコースでは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。過去合格者を多数輩出し、合格者を学内に掲示している。ファッション経営管理コースでは、学外起業コンテストへの参加を奨励したり、「フィールドプロジェクト」という①起業、②受託研究、③インターンシップのいずれかを選択させる必修科目を擁していたりと、外部に学習状況の成果を評価してもらえ、機会を多く設定している。

在学中の満足度、改善要望、就職状況等の調査は、修了時にキャリア形成支援委員会が「修了生アンケート」を取ることで行っている。「修了生アンケート」の中での要望事項の記載は、本大学院の改善等に大変有効なものとなっている。

(2) 6-2の自己評価

上記事実の説明で記載したことより、教育の実施状況、院生の学習状況及びその成果、院生の生活実態等についての調査、分析を継続的に実施するとともに、関係の資料・データを作成し提供できる体制が整備されていると考える。授業アンケートでの要望を基に新設した科目もあり、調査、分析するだけでなく、改善にまで生かしている。ファッションデザインコースでの学外コンテスト入賞者の学内掲示などは学習状況及びその成果を学校側として把握するだけでなく、院生の「競争環境を作る」うえで非常に有効である。ファッション経営管理コースの院生を外部へ積極的に触れさせることも専門職大学院の本大学院としては非常に有効な取組である。

(3) 6-2の改善・向上方策（将来計画）

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れているので、今後も実施していく。修了時点での総合的なアンケートは大変有効であるため、院生の要望等をより多く把握できる機会を在学中に設け、自ら述べた要望の恩恵を被れるように検討実施する。

6-3 評価結果を教育の改善・向上につなげるシステムが構築されていること。

(1) 事実の説明（現状）

6-3-①自己点検・評価及び第三者評価の結果を着実に教育の改善・向上につなげる仕組みが恒常的なシステムとして構築されているか。

自己点検評価は、各専攻会議、各委員会等で個々にまた統括的にも取り組み実施されており、それぞれの課題等の分析・改善の方策も明示し、教育の改善・向上につながるよう

実施されている。

本大学院の自己点検・評価委員は同時に教務委員会やカリキュラム検討委員会の構成員であり、日常的に大学院の教育や運営全般にわたる課題を検討し、実務家教員を含む教員全員参加の教授会において学長承認のもとにそれぞれの案件について具体化を図っている。実務家教員からも各委員会の委員として、職業人育成のための教育研究活動に企業人としての貴重な意見や提案を出してもらい、それを参考にさらなる自己点検・評価を行なっている。また、開学時より院生に対する「授業アンケート」を実施しており、その調査結果を年度末のFD研修会において検討し、教育研究の改善・向上につなげている。

6-3-②自己点検・評価及び第三者評価の結果並びにその活用等による教育改善の状況が広く社会に公表されているか。

完成年度終了後の平成21(2009)年度より教育研究の改善・向上のために「自己評価報告書」を作成し、学内教職員に配布した。学外にはホームページに掲載している。

(2) 6-3の自己評価

本大学院の「自己点検・評価」について、その委員会を設けてはいるが教職員の数等により1人が複数の委員会委員を担当しており、各委員会そのものが全て「自己点検・評価」につながっているといえる。小人数の専門職大学院であるため、教職員相互のコンセンサスを得ており、課題や懸案事項等に関して何事においても全体で検討、討議して解決にあたっているところは評価できる。

(3) 6-3の改善・向上方策(将来計画)

本大学院は独立した小規模な専門職大学院であるため、4年制の総合大学等と比較して院生数、教員数ともに少数である。しかし、多くの委員会を有しているため教員が複数の委員会を兼務せざるをえない状況である。この委員会を教員の教育・研究活動に支障がないように再編し、より円滑に教職員間での自己点検・評価を進めていける体制作りをする。

〔基準6の自己評価〕

自己点検・評価の体制は、規程も整備しており、責任体制も明確にされており、評価できる。教育状況等を調査・分析する体制も、FD委員会、キャリア形成支援委員会を中心に行えている。評価結果の活用について、各委員会ごとに、当該年度の課題への取組結果を踏まえ、次年度の課題を設定していることから、年度ごとに評価結果を活用するサイクルができています。

〔基準6の改善・向上方策(将来計画)〕

現状、委員会個々に自己点検・評価を実施していく体制になっている。各委員会の議事録をみると、各委員会で重複した事柄を審議していることも多く、非効率な面もある。各委員会の役割・範囲を明確にすることで重複をなくしていく。自己点検・評価活動自体、開学間もないこともあり、改善の余地は十分あると考える。他大学での取り組みも参考とし、本大学院でもより良い自己点検・評価が可能となるよう委員会中心に取り組んでいく。