

平成 30 年 4 月 22 日

## 平成 29 年度 総合文化研究所研究助成報告書

研究の種類 ※該当する ( ) に ○を付ける	・共同研究 ( )      ・個人研究 (○)	
研究代表者 (所属・職・氏名)	家政学部・教授・宮武恵子	
研究課題名	デニム・ジーンズに関する知識習得のための取組み -産学連携の教育実践を通して-	
研究分担者氏名	所属・職	役割分担
研究期間	平成 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 30 年 3 月 31 日	

## 研究実績の概要（1）

### 1. 研究目的

平成 27 年度総合文化研究助成では「デニム素材を使った創造的デザイン -素材開発の実態と商品企画-」として、業界における製品設計の実態研究を行った。デニムは素材の特性上、生地加工による縮率の違いや、特殊ミシンによるステッチ糸の番手や色使い等の特殊な生産背景を持っている。デニム/ジーンズの製品設計は、専門的な解説が必要であるため授業で時間を設けるのは難しい。平成 28 年度の卒業制作では、デニム素材を使って作品を作りたいとの学生要望を受けて、ジーンズ・ブランドを展開している企業の協賛を受けて制作することとなった。デニム/ジーンズに関して、学生の興味は深く、身近な素材、アイテムである。本研究は、これまでの研究及び企業との接点を活かして、デニム/ジーンズに関する産学連携における企画を実施し、教育的効果を検証することを目的とする。産学連携で実施することにより、業界や企業の専門家と接しながら、実際のビジネス・プロセスを学ぶことができる。さらに課題の到達目標はビジネス市場で通用する企画を想定するため、リアリティがある企画提案が可能になる。授業では体感できない実施方法となり、産学連携の教育ならではの取り組みになると考える。

### 2. 研究方法

教育課題は、「デニム/ジーンズを若い世代に浸透させるための提案」とした。そのために「2017 Denim week（以下：Denim week）」と題して、10月9日（月）から15日（日）の1週間を実施期間として、様々な企画を想起・計画・実施した。「Denim week」を企画・実行する学生は、ファッションに関心があり、将来アパレル業界に従事したいと考えている被服学科の公認団体 Kyoritsu creative club（略：KCC）の学生とした。企画への参加希望者は1年生22名、2年生6名、3年生12名の計40名である。協力企業は、デニム/ジーンズを取り扱っている5社（デニム素材の生産・販売、デニム製品/ジーンズを取り扱う小売企業など）に依頼をした。研究方法は、企画を提案・実施する学生には企画を通して得た学びについて、協力企業には本企画の内容についてのヒヤリング調査を行なった。また、企画を提案・実施する学生と協力企業、さらに企画・イベントに参加した学生・教職員へ記述式アンケート調査を行なった。これらの総合的な分析から「産学連携における教育課題の達成」と「産学連携教育における効果」を検証する。

### 3. 研究結果

#### 1) 企画実施までの学び

企画の想起は、2017年2月上旬に「Denim week」のプレゼンテーション用の企画書を作成、その後3月末まで、協力を依頼したい複数社へプレゼンテーションを行い、5社から賛同を得た。プレゼンテーションをした学生からは、企業に、直接企画の目的と意義を説明することにより、ビジネスの現場を経験することで、モチベーションが上がったと述べている。さらに協力決定をしていただくまでに数回にわたり企業を訪問し、その都度進捗状況を説明するため、承諾を得るまでの難しさを体験できたとしている。

#### 2) 企画の内容

7月中旬に5つの企画を決定した。①「デニム/ジーンズ・レクチャーパーティー」は、協力企業5社による、デニム/ジーンズに関する学生（企画実行またそれ以外も含む）を対象とした講義。②「デニム/ジーンズ・パパラッチ」は、デニム/ジーンズへの関心を持ってもらうきっかけ作りを

## 研究実績の概要（2）

目的とした“おしゃれなコーディネート”をした学生・教職員をスナップ撮影。賞を授与し、学園祭でスナップ写真を展示。③「クリエイティブ・デニム/ジーンズ」は、企業から協賛していただいたデニム/ジーンズの布地や付属品を使って、服飾雑貨（主に、バッグやアクセサリ）を制作し、学園祭で販売。④「デニム/ジーンズ・ファッションショー」は、協力会社のうち1社からデニム製品やジーンズを協賛いただき、リメイクをして学園祭でファッションショーを実施。⑤「デニム/ジーンズ・エキシビション」は、ファッションショーの衣装を着用、撮影して学園祭で展示。

### 3) 企画実施における学び

①「デニム/ジーンズ・レクチャーパーティー」への、学生出席者は41名であった。「この企画は有意義だと思うか」の5段階評価のアンケート回答では、「大変そう思う」「やや思う」が100%と賛同を得た。デニム/ジーンズの開発業務への知識と理解が得られる企画となった。この結果を受けて企画実行した学生は達成感を得た。②「デニム/ジーンズ・パパラッチ」は、参加する学生が少なかった。人を集めるための告知の仕方などが上手くできなかった。③「クリエイティブ・デニム/ジーンズ」と④「デニム/ジーンズ・ファッションショー」は、作品のクオリティに課題が残った。その要因は、制作期間が夏休みになり、学生の意欲を高揚できなかったことが主である。⑤「デニム/ジーンズ・エキシビション」は、楽しみながら実施することができた。これらの結果を総括すると、参加学生の学びは、デニム/ジーンズの市場、製品の品質・コストなどを含めたビジネスの実態の理解である。また、もの作りの楽しさも得ることができた。一方、個々の企画の関与や方法、それぞれの役割についての理解が十分でなかったことが伺われ、今後の実施について指導面での課題を残した。

### 4) 協力企業の評価

協力企業の参加者は、産学連携による本研究は、直接的に自社の発展を目指したものではないが、企業の日頃の現場では感じることでできない新鮮な経験であると述べている。具体的な事例として専門知識を持ち合わせない学生に、理解してもらうために工夫して説明しなければならなかったとしている。一方で、消費者の生の声を得る貴重な場となった。さらに日常の業務では得られない業界への基礎知識を教えることができたなどの教育の喜びと共に充実感を得ていると感じられるコメントを収集できた。

### 5) 企画に参加した学生・教職員を対象とした記述式アンケート調査

企画①から⑤の中で、多くの出席を得た①「デニム/ジーンズ・レクチャーパーティー」の学生出席者41名の5段階評価のアンケート回答は、「専門的な知識を得ることができたか」「講義に満足したか」「次年度も参加したいか」について、「大変できた・したい」「ややできた・したい」が100%と高評価を得た。一方、②「デニム/ジーンズ・パパラッチ」、③「クリエイティブ・デニム/ジーンズ」、④「デニム/ジーンズ・ファッションショー」は、企画を実施した学生の意欲の差もあり、それぞれの広報が上手くいかなかったため、評価を得るまでのデータ数を収集できなかった。次年度実施への指導の課題となった。

### 6) まとめ

本研究においての総合的に見た評価は、企業と取り組む課題解決型授業は、専門的な知識の修得だけでなく、実業務の実態を得ることにより将来の目標を定める上でも教育効果の高い方法である。各企画の成果に差があったが、チームワーク、コミュニケーションの重要性を学生に理解させる最も有効な方法であると考えられる。