

図 1 SPH の事業構想図

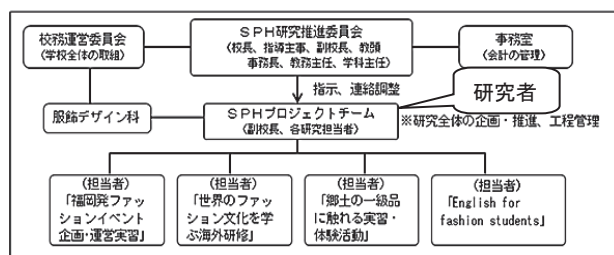


図2 SPHの運営体制

## (2) 進路実績の課題から

ファッション産業界への一般的な進路を示したものが図3である。

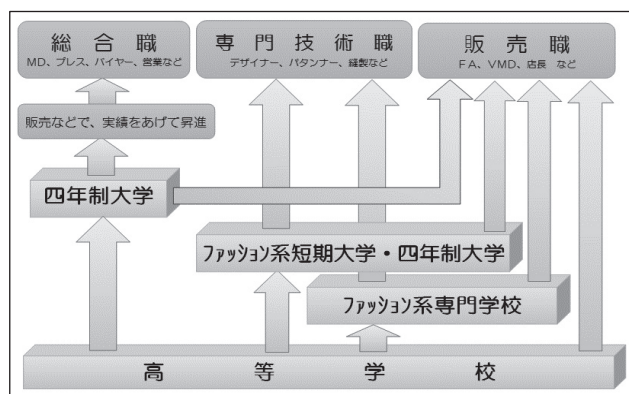


図3 ファッション産業界への進路

ファッション産業界は、マーチャンダイザー(MD)やプレス、バイヤー、営業などの総合職、デザイナーやパタンナー、縫製などの専門技術職、ファッションアドバイザー(FA)などの販売職の大きく3つに分かれる。総合職は、大手アパレルメーカーの場合、四大卒がほぼ必須である。数年間の販売職経験で実績を積み、昇進することで総合職への道が拓ける。中小のアパレル企業の場合には、デザイナーと兼ねて企画を行うこともあり、その場合、ファッション系専門学校や短大が多い。専門技術職になると、縫製職への高卒採用が稀にあるが、基本的にはファッション系専門学校・短大・四大卒からである。ただし、ファッション系以外の四大卒やファッション系以外の職に就いていた人が、ファッション系の学校で学んでから専門技術職に就くケースもある。販売職は高卒やファッション系専門学校、短大・四大卒など、どの進路からでも就職が可能である。つまり、職種によって必要な学歴が異なっている。

ファッションデザイン科の 2007 年度から 2016 年度までの過去 10 年間の卒業生 359 名の進路先について示したものが図 4 である。SPH の研究として、2018 年度の進路先の目標を設定したものが図 5 である。ファッション系を 44% から 80% に増加するよう、目標を設定した。

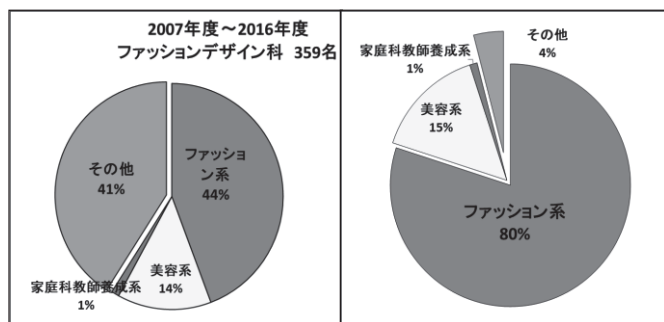


図4 過去10年の進路先

図5 進路先の目標

## 2 研究主題・副題の意味

(1) 「ファッションイベントの企画・運営」とは

ファッションイベントとは、校内での文化祭や百貨店、地域イベントなど学校外で行うファッションショーや展示・販売のことである。これらのイベントに、生徒が福岡商工会議所や地元企業等と交渉しながら企画・運営する。

ファッションイベントを研究対象とした理由は、①ショーで着用する衣装製作や展示・販売での作品や商品の製作、②ファッションビジネスの体験学習、③自主的な企画・運営、の3つを包括的に体験する特色ある教育活動として在籍校ではファッションイベントが位置付いていることから、次の「(2)『実践力』とは」で示した高等学校段階での生徒の実践力向上の機会と考えたためである。

## (2) 「実践力」とは

「実践力」とは、「自己理解」「自己制御」「コミュニケーション」「チームワーク」「シンキング」「アクション」で構成される能力の総称として研究者が設定したものである。産学接続型教育プログラム作成のために、対象となるファッションデザイン科の生徒の実態を把握し、変容を見取るための指標とした。6つの能力の概念は、以下に示す諸研究の成果に基づいて研究者が設定した。

1 つ目は 2011 年の中央教育審議会による「今後の学校教育におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）」においてキャリア教育で育成すべき能力として示された『基礎的・汎用的能力』である。『基礎的・汎用的能力』は「人間関係形成・社会形成能力」「自己理解・自己管理能力」「課題対応能力」「キャリアプランニング能力」の 4 つの能力から成る。2 つ目は、2006 年に経済産業省が職場や地域社会の中で多くの人々と接触しながら仕事をしていくために必要な能力として示した『社会人基礎力』である。

『基礎的・汎用的能力』と『社会人基礎力』を基盤とし、3 つ目に厚生労働省が示した企業が採用に当たって重視し、基礎的なものとして比較的短期の訓練により向上可能な能力として『就職基礎能力』を参考にした。4 つ目にファッションの視点から、国際ファッション産学推進機構が示したファッション分野における中核的専門人材養成産学コンソーシアムの評価基準を取り入れた。

表 1 は実践力の 6 つの能力に求められる要素とその判定規準を示している。

表 1 実践力の要素（生徒意識調査として使用）

求められる要素	判定規準
自己理解	不得意なことでも自ら進んで取り組もうとしている
	自分の長所や短所を把握し、長所を伸ばし、短所を克服しようとしている
	常にポジティブに考えようとしている
	周囲の人の役に立ちたいと思っている
主体的行動	自分が何に興味・関心を持っているのか分かっている
	ファッションへの思いが強く、自分からどんどん新しいことを吸収したい
	指示がなくても、やるべきことを自ら見つけて取り組もうとしている
	他人の価値がことと行わされている
自己制御	何事も自分のこととして受け止めて、動くことができる
	周囲の人に先駆けて、自主的に判断して行動しようとしている
	困難な状況や思うようにいかない時でも、投げ出さない
	喜怒哀楽の感情に流されず、すべきことに取り組もうとしている
コミュニケーション	失敗しても、再度挑戦している
	ストレスに負けて、成長の機会だと前向きに考えようとしている
	自分なりのストレス解消法で発散することができる
	ストレスにあっていてもイライラせず、安定した気持ちを持ち続けている
チームワーク	集合、開始、休憩、終了、解散などの時間厳守や対応は適切である
	話し合いで決まったことについて、真面目に従う
	ルールや規則、人との約束を守り、周囲からの信用を維持しようとしている
	リーダーの指示に従い、集団行動をとっている
状況把握力	特定の人の意識するのではなく、グループ全体に気を配っている
	自分が果たすべき役割を理解し、協力している
	自分の行動や発言が、相手にどのような影響を与えているかを考えている
	周囲の人が困っているとき、進んで助けることができる
発信力	事前に話すポイントを整理している
	相手に分かりやすいように、話す内容の順序を組み立てている
	相手の立場や気持ちを考えようとしている
	相手に理解を向け、聞き取りやすい発声で話している
傾聴力	自分の考えや理由を相手に、後輩力のあるプレゼンテーションを心がけている
	相手に話しやすい雰囲気づくり（うなづき、表情など）をしている
	適切なタイミングで質問するなど、相手の意見を引き出している
	相手の話の腰を折らず、最後まで聞くようになっている
柔軟性	相手の発言に対してフィードバックし、要点を確認している
	自分のやり方に固執せず、相手の立場や意見を尊重するようにしている
	他人のアドバイスや意見をすぐ受け入れて修正している
	状況に応じて相手への接し方を修正している
基本的なマナー	自分の家や考え方にこだわらず、よりよいものを受け入れようとする
	清潔感のある身だしなみに整えている
	自分からあいさつすることを中心としている
	話しかけられたら、すぐに笑顔で返事をするようにしている
リーダーシップ	15度、30度、45度のお辞儀を使い分ける
	敬語を正しく使い分けられる
	状況を把握し、優先順位をつけることができる
	的確なタイミングで指示を出すことができる
情報の収集・選択	今日だけでなく、先を見通して行動することができる
	事実に基づき、目的に向かって周囲の人を動かしていく
	自分の好きなブランドだけでなく、違うジャンルのファッションにも興味をもっている
	タウンウォッチングやコレクションなどから、ファッションのトレンドを把握している
課題発見力	次期に流行するトレンド情報を収集している
	時代の空気感やニーズを捉え、社会情勢に敏感を持ち、新聞やニュースなどから情報を得ている
	文化・芸術・ライフスタイルなどの嗜好の変化などをとらえ、広い視野でファッションを分析しようとしている
	ショーを行う上での、現状を的確に把握・分析しようとしている
創造力	どのような衣装も最適であるか考え、ベストな案に選んでいる
	表面的なことだけでなく、その奥にある理由をつかもうとしている
	いくつかの考えをまとめて、新しい方法を生み出そうとしている
	他人の考えにヒントを得て、新しいアイデアを出そうとしている
計画力	様々な分野のハイテク・ハイセンスなものを積極的に取り入れようとしている
	既存の発想にとらわれず、自由で新しい発想を試みている
	前もって時間配分や進行の手順・方法を具体的に考えている
	常に複数の案を用意している
実行力	複数の案から最適な案を選択することができる
	目標達成のための役割分担、スケジュール、進行のチェック体制などを考えている
	問題になりそうなことをあらかじめ想定して、どのように予防すればよいかシミュレーションできる
	自分の経験や勘を踏まえて、決断することができる
評価・改善	状況をいかに早く察知して、機転をきかせて対応することができる
	集中して取り組み、手を抜かない
	失敗したときに何故失敗したのか振り返りようとしている
	進め方や考え方が間違っていないか、急いで確認している
評価・改善	振り返った内容をもとに、改善案を考えることができる

### (3)「産学接続型教育プログラム」とは

ファッション産業界で新たな価値を生み出す基盤となる高度な資質・能力の育成を図ることを目的として、在籍校が福岡商工会議所や地元企業等の産業界や、ファッション系大学等と連携・協働してファッションイベントを実施するために作成する教育カリキュラムのことである。

### (4)「自己評価活動」とは

ファッションデザイン科の生徒が行う 2 つの自己評価活動のことである（図 6）。1 つ目は「実践力」の変容を測るための指標を用いた、生徒意識調査である。調査項目は表 1 に示しており、学期

ごとに年 3 回実施する。2 つ目は、各イベントの実施前後に、自分の役割に応じて各自で設定した評価項目を含む内容で自己評価を行うことである。良かった点や反省点、次のイベントへの目標なども記入できるようにしている（図 7）。

	1年生	2年生	3年生
4月	生徒意識調査		
5月	事前自己評価		
6月	文化祭ファッションショー、展示・販売		
7月	事後自己評価		
8月			
9月	生徒意識調査		
10月	東京ガールズコレクションバックヤード実習	事前自己評価	事後自己評価
11月	地域イベントでのファッションショー	事前自己評価	事後自己評価
12月	ショッピングモールファッションショー	事前自己評価	事後自己評価
1月	生徒意識調査		
2月	事前自己評価		
3月	マリアノッセルファッションショー		
4月	事後自己評価		
5月	百貨店ファッションショー、展示・販売		
6月	事前自己評価		
7月	事後自己評価		
8月	事前自己評価		
9月	事後自己評価		
10月	福岡アジアカレクションバックヤード実習		
11月	ファッションウィーク福岡ファッションショー		
12月	事後自己評価		

図 6 各イベントの実施と自己評価活動の時期

評価規準	4	3	2	1
企画・提案	4つがすべてあてはまる	3つがあてはまる	2~1つがあてはまる	すべてに該当しない
	・ファッションショーを実施する背景（成長戦略の一環）を理解している。			
	・主催者が目指す方向性を理解している。			
	・説得力のある企画・提案を示している。			
修正・改善	3つがすべてあてはまる	2つがあてはまる	1つがあてはまる	すべてに該当しない
	・担当者と連絡を密にしようとしている。			
	・よりよい企画・提案をしようとしている。			
	・指導されたことを的確に理解し、考えようとしている。			
（総責任者・生徒が提案）	3つがすべてあてはまる	2つがあてはまる	1つがあてはまる	すべてに該当しない
	・地域活性につながる企画・提案があった。			
	・今回の企画・提案で学んだことを地域活性につながる視点で、今後に生かしたい。			
	・（各自が設定した項目）			
（総責任者・副責任者用）	3つがすべてあてはまる	2つがあてはまる	1つがあてはまる	すべてに該当しない
	・主催者の方向性に沿って考える姿勢を忘れず、建設的な意見を分かりやすく主催者に提案している。			
	・メンバーの意見を聞き、援助や励ましを行っている。			
	・（各自が設定した項目）			
（総責任者・生徒が提案）	3つがすべてあてはまる	2つがあてはまる	1つがあてはまる	すべてに該当しない

図 7 各イベントでの評価表の一例（抜粋）

## 3 研究の目的

産学接続型教育プログラムのファッションイベント企画・運営実習において、生徒の実践力を高めるために自己評価活動を行う。その自己評価活動に基づく生徒の主体的な学習意欲の高まりが、学科全体の教育課程における教育活動の成果を高めると予想されるため、自己評価活動に基づいて、プログラムの改善を行う方途について究明する。



#### 4 研究の仮説

生徒の自己評価活動に基づいて、産学接続型教育プログラムによるファッションイベントの企画・運営を実施・改善すれば、生徒の実践力が向上するであろう。図8は研究構想図である。

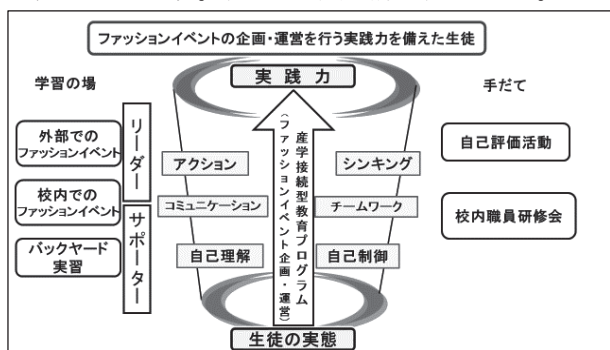


図8 研究構想図

#### 5 仮説説明の具体的方策

研究構想図(図8)の手立てにある、「自己評価活動」に関しては、(1)生徒意識調査による実践力の実態把握と(2)各イベントでの自己評価の結果分析、また、「校内職員研修会」に関しては、(3)産学接続型教育プログラムの改善と(4)プログラムの改善・強化に向けた研修会を、仮説説明の具体的方策とする。

- (1) 生徒意識調査による実践力の実態把握
- (2) 各イベントでの自己評価の結果分析
- (3) 産学接続型教育プログラムの改善
- (4) プログラムの改善・強化に向けた研修会

#### 6 研究の実際

- (1) 生徒意識調査による実践力の実態把握

生徒の実践力を把握するため、表1の生徒意識調査を用いて調査した。2016年9月の初回調査の結果では、学年間の差が見られなかった。

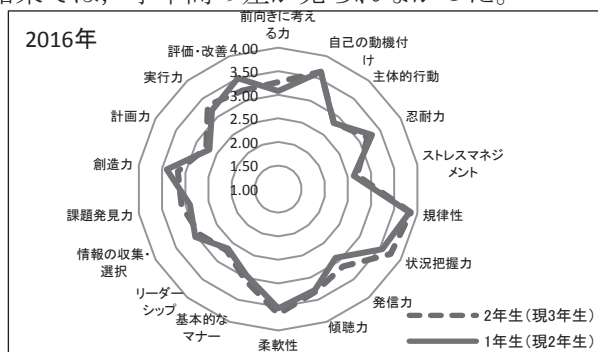


図9 2016年9月の1・2年生(現2・3年生)実践力

産学接続型教育プログラムにより実践力が向上すれば、家庭科の授業への興味・関心が高まり、成績も向上するのではないかと仮定し、家庭科成績と実践力の相関をグラフ化した。図10は2016年度の1・2年生の1学期家庭科成績(7月)と実践力(9月)のデータである。縦軸が家庭科成績、横軸が実践力で、点線は平均点及び平均値を示している。プログラムが進むにつれ、どのように分布が変容していくのかを見ていく。

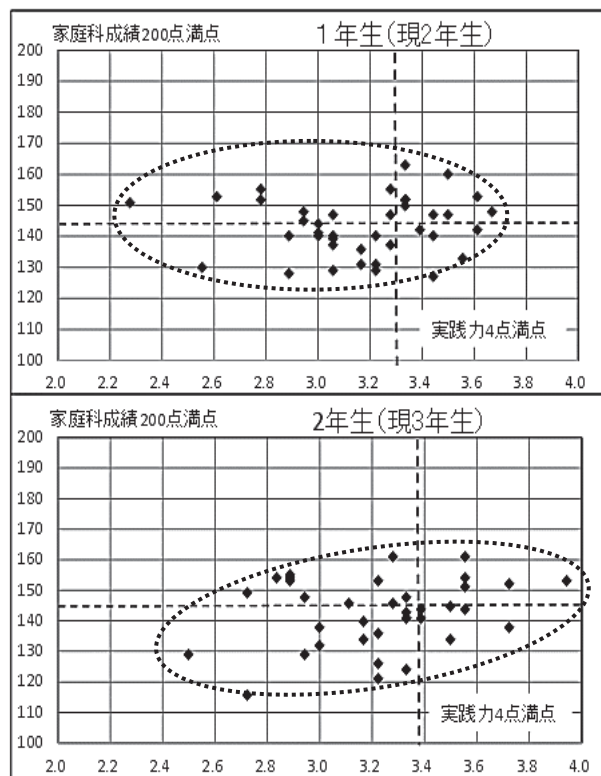


図10 実践力と家庭科成績

- (2) 各イベントでの自己評価の結果分析

図11は2016年度の各イベントでの自己評価の結果である。自己評価の結果では、どのイベントも事後の方が自己評価が高い。また、イベントを実施するにつれ、事前・事後ともに自己評価が上昇しているが、最後のファッションウィーク福岡で下降している。これは、実施時期が卒業後の進学間近の時期であるため、参加対象者を3年生にするかどうか検討する必要がある。

役割で比較すると、仕事量が多く責任が重い総責任者・副責任者や演出は事前・事後ともに評価が高い。また、当日の仕事量が多く責任が重い衣装管理や音響、アナウンスは事前では評価が低いが事後には高くなっている。

さらに、イベントの目的を生徒が設定するのでなく教師が設定していることや、生徒の当事者意識を高めることが課題であった。

役割	評価規準	10月29日		2月18日		2月26日		3月26日		4件法	
		ショッピングモール	マリンメッセ	百貨店	ファッションビル	百貨店	ファッションビル	百貨店	ファッションビル	平均	事後
総責任者・副責任者	シンキング・アクション	3.67	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.33	4.00	3.75	3.75
	チームワーク・コミュニケーション	3.33	3.67	4.00	4.00	4.00	4.00	3.33	4.00	3.67	3.92
演出	シンキング・アクション	3.25	3.50	3.00	3.50	3.25	3.75	2.67	3.67	3.04	3.61
	チームワーク・コミュニケーション	3.00	3.25	2.50	3.00	3.50	4.00	2.67	3.67	2.92	3.48
衣装管理	シンキング・アクション	2.00	2.00	3.33	3.33	2.50	4.00	3.50	4.00	2.83	3.33
	チームワーク・コミュニケーション	2.67	3.33	3.00	3.33	2.50	4.00	3.50	4.00	2.92	3.67
舞台セット	シンキング・アクション	2.60	2.60	2.50	2.75	3.00	3.25	3.00	3.00	2.78	2.90
	チームワーク・コミュニケーション	2.40	2.80	3.22	3.38	3.00	3.25	2.56	3.00	2.80	3.11
ヘアメイク	シンキング・アクション	2.00	2.00	2.50	2.50	2.33	2.50	2.00	2.00	2.21	2.25
	チームワーク・コミュニケーション	2.25	2.25	2.50	2.50	3.25	3.00	2.00	2.00	2.50	2.44
音響	シンキング・アクション	1.50	3.00	3.50	3.50	3.00	3.00	3.50	4.00	2.88	3.38
	チームワーク・コミュニケーション	1.50	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.50	4.00	2.75	3.25
広報	シンキング・アクション	3.00	3.33	2.50	2.50	2.33	2.33	2.33	2.33	2.54	2.62
	チームワーク・コミュニケーション	3.33	3.33	2.50	3.00	3.71	3.57	2.67	2.67	3.05	3.14
アナウンス	シンキング・アクション	2.00	3.50							2.00	3.50
	チームワーク・コミュニケーション	3.00	3.50					3.00	3.00	3.00	3.25
販売	シンキング・アクション										
	チームワーク・コミュニケーション					3.82	3.73			3.82	3.73
平均		2.59	3.00	3.00	3.16	3.15	3.43	2.90	3.29	2.78	3.22

図 11 2016 年の各イベントでの自己評価結果

### (3) 産学接続型教育プログラムの改善

2016 年度までは文化祭のファッションイベントだけ年間指導計画に位置付けており、外部のファッションイベントは学科の広報的な意味合いが強く、年間指導計画には位置付けていなかった。しかし、2017 年度は外部のファッションイベントも年間指導計画に位置付けた。また、昨年度までは、ファッションイベントの目的については教師が提示していたが、今年度からは、生徒に当事者意識を持たせるように授業のなかで生徒に目的を設定させるよう改善した。一例として、ショッピングモールでのイベントの取組について説明する。家庭科専門科目である「ファッションデザイン」の 3 年生の授業で、生徒は 4 名程度のグループで客層を分析し、それに基づきイベントの目的やショーの構成を考え、最後に「幅広い客層に合わせ、ファッションショーの中でもテーマが分かりやすく、明るい印象の衣装を中心にショーの構成を組みかえて実施する」とまとめた。ショッピングモールではお年寄りや子どもが多いため、あまり速く動きすぎないようにしようと演出上の注意点なども、生徒同士で話し合いながら確認していた。図 12 は話し合いの最中の生徒のメモである。

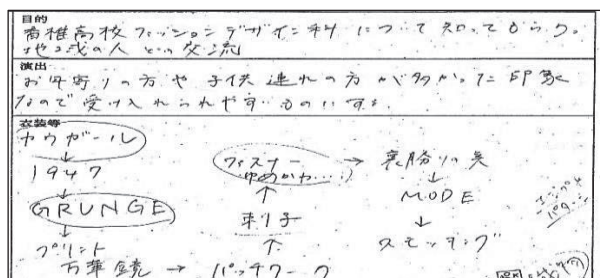


図 12 生徒の話し合いの最中のメモ

当日は 3 年生のショーだけでなく、2 年生（アナウンス、広報）が作品展示やイベントを知らせる館内放送、チラシの配布、お客様への声かけなどを行った（写真 1）。また、お客様にショーの感想を書いていただいた（表 2）。



写真 1 館内放送、チラシ配布、ショーの様子

表 2 お客様の感想（一部抜粋）

- ・コンセプトが明確で何を伝えたいか表現できていて、素晴らしい。 (40 代男性)
- ・娘を入学させたいです。 (40 代女性)
- ・80 歳のおばさんに素敵な「気」をありがとう。 (80 代女性)
- ・香椎高校ファッションデザイン科に入りたい気持ちが強くなった。ますます行きたくなった。 (10 代女性 他 2 名)

ショッピングモールでのショーは、買い物に来られた地元の方だけでなく、将来、ファッションデザイン科の受験者になり得る年代へのアピールとなっていることがわかる（表 2）。

表 3 の生徒の反省・評価では、客層に対応した演出や広報活動への振り返りを読み取ることができ、イベントの目的を達成していることがわかる。

表 3 生徒の反省・評価

- ・香椎浜イオンは年齢層が幅広くて、いろいろな方がいたので、演出をしっかりと考えました。沢山の方を楽しませる演出に仕上がったショーができたと思います。 (3 年生：演出)
- ・チラシ配りでなどお客様とコミュニケーションをとって、一人でも多くの人に先輩のショーを見てもらうために、たくさん声かけも頑張りました。 (2 年生：広報)

役割	評価規準	4件法			
		2016年度		2017年度	
		事前	事後	事前	事後
副責任者・ 責任者	シンキング・アクション	3.67	3.00	4.00	4.00
	チームワーク・コミュニケーション	3.33	3.67	3.67	4.00
演 出	シンキング・アクション	3.25	3.50	4.00	4.00
	チームワーク・コミュニケーション	3.00	3.25	4.00	4.00
衣装管理 用	シンキング・アクション	2.00	2.00	3.50	3.50
	チームワーク・コミュニケーション	2.67	3.33	3.00	3.50
舞台セッ ト	シンキング・アクション	2.60	2.60	2.50	2.50
	チームワーク・コミュニケーション	2.40	2.80	2.67	2.67
ヘアメイ ク	シンキング・アクション	2.00	2.00	2.67	2.67
	チームワーク・コミュニケーション	2.25	2.25	3.67	4.00
音 響	シンキング・アクション	1.50	3.00	3.50	3.50
	チームワーク・コミュニケーション	1.50	3.00	3.33	3.67
広 報	シンキング・アクション	3.00	3.33	2.00	2.50
	チームワーク・コミュニケーション	3.33	3.33	2.80	2.67
アナウ ンス	シンキング・アクション	2.00	3.50	3.00	4.00
	チームワーク・コミュニケーション	3.00	3.50	2.50	3.50
平均		2.59	3.00	3.18	3.42

図 13 自己評価の経年比較（ショッピングモール）

イベントの目的を生徒に設定させる改善を行った結果、イベントでの自己評価を2016年と比較すると、2017年度の方が全体的に上がっている。また、役割による差も小さくなっている（図13）。これは、授業の中でイベントの目的などを生徒が考えることで、当事者意識をもつことができたため考えられる。広報の2017年度の評価が下がっているが、生徒の動き自体は昨年同様、よくお客様

に声かけをしていた。今後は、役割による仕事量の軽重を見直す必要がある。

また、各プログラムの実施時期や対象学年も見直し、改善した。（図15、表4）

表 4 時期や対象学年の改善

プログラム名	改善点
①「ファッションウィーク福岡」に関する専門家による授業	・実施時期 11月→9月 ・対象学年 3年→全学年
②ウォーキング授業	・2回→3回
③3DCAD実習	・2月→9月
④「アジアコレクション」出品デザイナーによる授業	・対象学年 3年→全学年
⑤百貨店でのファッションショーと展示・販売	・実施時期を百貨店の創業祭に合わせる

例えば、3月に行う「①ファッションウィーク福岡」に向けた専門家による授業を、2016年度は11月の衣装製作中に行ったが、図14にある生徒の自己評価の記述から、2017年度は製作前の9月に実施するよう変更した。また、対象学年も3年生だけだったが、早めに授業を受けさせておいた方が、さらにファッションショーへ生かせることで、今年度は2・3年生合同で授業を行い、1年生も基礎的内容で実施する。このことで、早い段階から生徒のデザインに対する考え方を、より深めていきたいと考えている。

～略～ この授業がもう少し早くあったら、  
違う方向に進んでいただろうかと思うと少し悔  
しい気持ちでいっぱいです。 ～略～

図 14 生徒の自己評価の記述

ファッションイベント	科目	4月	5月	6月	7・8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
外 部	ショッピングモール				② 特別授業 2～3年 今年度追加	企画・授業 3年	ショー運営 2～3年					
	地域イベント				企画・授業 3年		ショー運営 2～3年					
	マリンメッセ							企画・授業 3年		ショー運営 2～3年		
	百貨店					特別授業 2年			企画・授業 3年	展示・販売・ショー 全学年	⑤ 展示・販売・ショー 全学年	
	ファッションウィーク福岡				① 特別授業 全学年	企画・授業 3年	特別授業 2年	企画・授業 3年				ショー運営 3年
校 内	文化祭	特別授業 3年	ショー運営 全学年			特別授業 1～2年	企画・授業・衣装製作 2年			特別授業 3DCAD 2年		
	ファッションショー	展示・販売 1～2年				③ 特別授業 3DCAD				特別授業 1年		
バック ヤード 実習	福岡アジアコレクション									④ 特別授業 全学年 H28は3年のみ		
	東京ガールズコレクション						実習 1 ～2年					実習 1年

図 15 ファッションイベントの実施時期



(4)プログラムの改善・強化に向けた研修会  
ファッションイベントに関する取組やその成果・課題を共有し、今後のプログラム改善・強化に向けて校内職員研修会を実施した。

表 5 全教職員対象の職員研修会の概要

期 日：2017 年 6 月 22 日（木）
目 的：研究者の研究内容を知り、ファッションイベントの取組を学校全体で共有する
内 容：プレゼンテーションによる発表

6 月の職員研修会では、普通科の生徒の実践力の特徴と、ファッションデザイン科との比較に興味が集まった。

表 6 プロジェクトチーム担当者研修会①の概要

期 日：2017 年 8 月 17 日（木）
目 的：研究者の研究内容を知り、ファッションイベントの取組の振り返り、共有する
内 容：①研究内容について報告 ②ワークショップによる振り返りと共有

8 月の職員研修会では、これまでの取組により、



写真 2 担当者研修会①

自分の考えをきちんと表現するなどの生徒の成長を共有し、教師も自分の視野の広がりやファッション産業界とのつながりを実感していることがわかった。

表 7 プロジェクトチーム担当者研修会②の概要

期 日：2017 年 10 月 17 日（水）
目 的：ファッションデザイン科として、望ましい進路先の範囲について確認し、その進路先を選択する生徒の割合について共有する
内 容：①進路先としてのファッションの範囲 ②ファッション系への進路を選択する生徒の割合の目標設定

10 月には学科として望ましい進路先を共有し、その進路先に生徒がどのぐらいの割合で進学・就職することを目標にするかを、図 4・図 5 を見ながら話し合った。「生活産業基礎」の教科書にあるファッションの範囲によると、狭義のファッションの定義でも美容系が含まれることから、アパレル系だけでなく美容系も含めて 80%を目指すことを確認した。さらに、学科の発展のために卒業生から学科を担う家庭科教員を育てていくため、家庭科教員養成系も含むこととした。校長も

この方針を了承している。今後も、プログラム改善・強化につながる職員研修会を継続していく予定である。

## 7 全体考察

### (1)実践力の学年比較

ファッションデザイン科の生徒の学年比較では、2016 年 9 月の調査（図 9）は学年による差は見られなかったが、2017 年 4 月（図 16）では、学年が上がるにつれバランスがよくなり、実践力の数値も上昇している。1 年生は産学接続型教育プログラムの実施開始時期であるため、他学年よりかなり低い。2 年生と 3 年生とでは、3 年生がリーダーとなって主体的にイベントの運営に関わる機会が多いため、2 年生より若干高い結果となった。

このことから、産学接続型教育プログラムが進むにつれ、生徒の実践力が向上していることがわかり、ファッションイベントの企画・運営が生徒の実践力向上に関与していると考えられる。

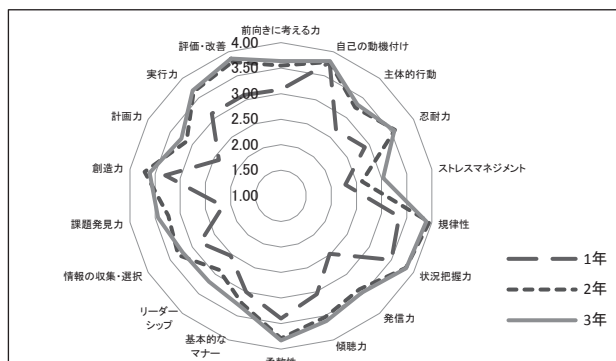


図 16 実践力の学年比較

### (2)実践力の経年比較

ファッションデザイン科の実践力を学年ごとに経年比較した（図 17・18）。どの学年も産学接続型教育プログラムが進むにつれ、実践力が向上している。また、数値の高いところと低いところ

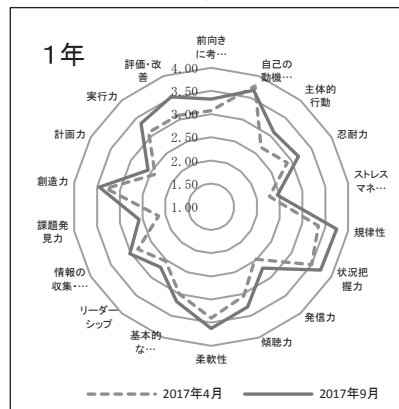


図 17 実践力の経年比較 (1年)

の項目が同じ傾向にある。また、早い段階での上昇がやや大きい。そのため、プログラム早期の内容が生徒へ大きな影響を与えていると考えられる。

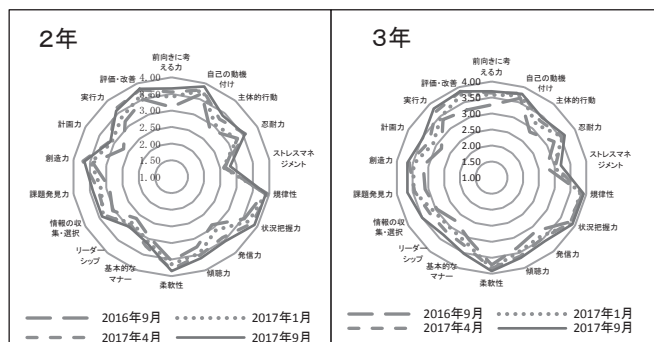


図 18 実践力の経年比較 (2・3 年)

## (3) 実践力と家庭科の成績

実践力と家庭科科目の成績について、2016 年度と 2017 年度の同時期で比較したのが図 19 である。グラフの点線の軸は、実践力と家庭科成績の 2016 年度と 2017 年度の平均値・平均点である。(2 年生の実践力 3.31・家庭科成績 146 点, 3 年生の実践力 3.38・家庭科成績 147 点)。実践力及び家庭科科目の成績が全体的に上昇していることから、プログラムが有効であると考えられる。

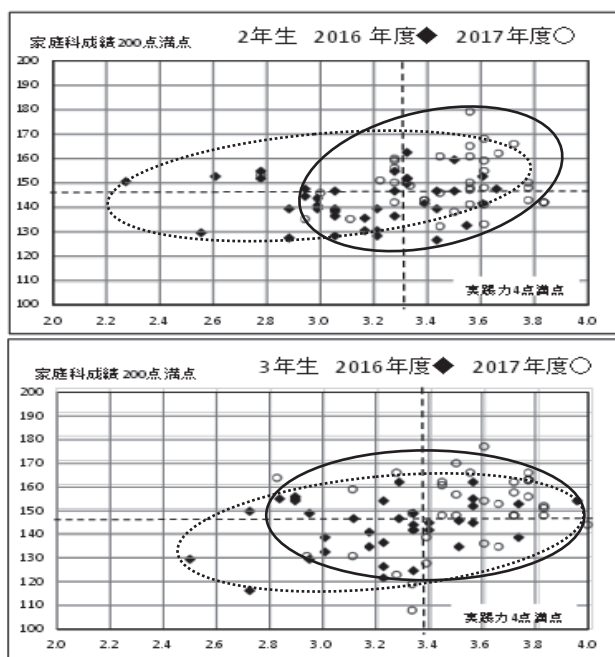


図 19 実践力と家庭科成績

2 年生 39 名のうち実践力が 2016 年度より上がったのは 37 名で、その中で成績も上昇したのは 33 名である。2017 年度のデータで実践力, 家庭科成績ともに平均値を超えている 10 名のうち 7 名がファッション系を志望している。3 年生 36 名のうち、実践力が 2016 年度より下がった生徒はいない。2017 年度の平均値を実践力, 家庭科成績ともに超えている 13 名のうち 8 名がファッション系の進路を選択している。2・3 年生ともに実践力や成績が高い生徒は、ファッション系の進路を選択している傾向にあることがわかった。

## (4) 進路選択の状況

進路選択に関しては、ファッション系を選択している生徒が増加傾向にある。図 4 に示した過去 10 年間進路先ではファッション系は 44%であったのが、3 年生では 50%で、2 年生では 56%である。さらに 2 年生では、学科として望ましい進路先である美容系と家庭科教師養成系まで含めると 82%となる。このことは、ファッションデザイン学科として望ましい進路の割合である。1 年生のファッション系進路希望者は 65%と高い値であるため、この数値を維持・上昇させていきたい。

今後、自己評価の低い項目を向上させることができるよう、さらなるプログラムの改善や実践力と進路選択の関連の分析、卒業生の追跡調査が課題である。

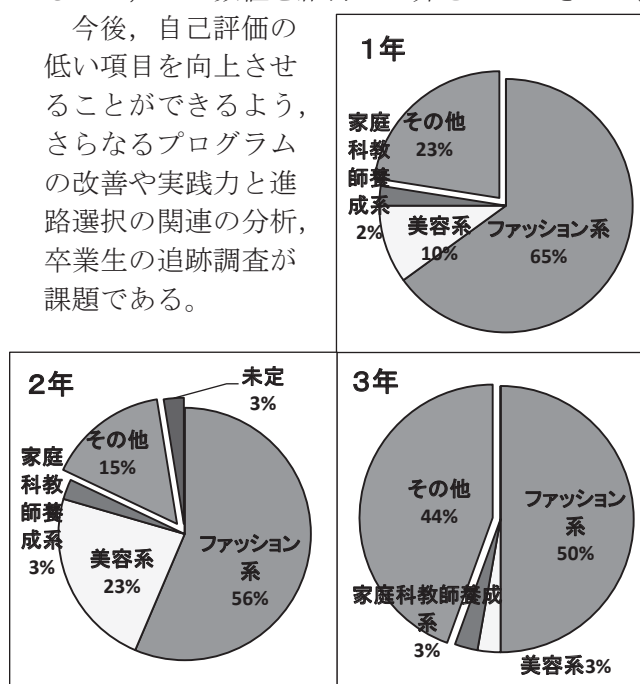


図 20 各学年の進路希望

## 主な引用・参考文献

- 経済産業省 2006 社会人基礎力に関する研究会 - 中間取りまとめ -  
 国際ファッション産学推進機構 2015 ファッション分野における中核的専門人材養成産学コンソーシアム事業報告書 評価規準編  
 厚生労働省 2004 若年者の就職能力に関する実態調査  
 文部科学省 2012 高等学校 キャリア教育の手引き

## 謝辞

本研究をまとめるにあたり、研修機会を与えていただき、ご支援いただいた福岡県教育委員会に感謝申し上げます。また、在籍校の校長先生をはじめ、関係の諸先生方にご協力をいただきましたことを深く感謝申し上げ、謝辞といたします。