

織研新聞が掲載した

大村ファッションデザイン専門学校の活動

インターネットスクール

現在いじめやひきこもりなどで不登校になる子供が増え、社会問題になっています。コミュニケーションに難があって不登校になってしまっている子供達も学校に通わせてあげたい。そこでインターネット内に学校を設立し、入学した子供の家に教材を送りチャットなどを通じて学校同様の教育を受けさせます。学校で学ぶことは勉強だけではなく、時間を守るなどと言ったモラル面も育成する為、指定された時間にはパソコンの前に座り、ネットで登校認証を済ませたりとなんら本物の学校と変わりません。しかし、本当にその子供達に必要な事は自分の殻を破り、外に出てコミュニケーションを取る事です。その為、夏休みなどを利用してパソコンの中から飛び出して、実際に遠足やボランティア活動といったものを実施し団体の中でのコミュニケーションスキルを高めさせます。

スケボーパーク

ロサンゼルススのベニスビーチにスケボーパークを建設する。サーフィンから生まれたというバックボーンを持つスケートボーディングを表現する為、サーファー達のメッカであるベニスビーチにパークを建てる意義があります。パークは入場する際に時間に応じて入場料を取り、またパークの出入り口にてウェアの販売も行います。ロサンゼルスは日本とは比べものにならないほどのスケーター人口があり、盛んだからこそ成り立つビジネスです。



大村ファッションデザイン専門学校



プロショップと連動

大村ファッションデザイン専門学校(福岡市、吉原一樓校長)は、福岡市内の店と連動してデザイナーを育てる実践教育を始めた。学生は店のイメージを取り入れた作品と販売を依頼する商品の2点を作り、自主作品は7月下旬に発表した。商品は同校が確保した縫製工場で生産し、店との交渉で小売価格を決めた後、8月末までにすべての店舗に並ぶ予定だ。

デザイナーの実践教育

コース2年生の30人は5月連休明けから、天神と大名で今回の取り組みに賛同する店舗を始め、22店の協力を取り付けた。うち21店が地元のお店で、大半がレディース系。内容は①店のイメージを作品にして発表する②作品とは別に商品を作り、委任条件で販売してもらう③作品と商品のデザイン画の決定までショップに参画してもらう④、など。デザイン画が決まるまで、学生は何度も店を歩き来る現実の交渉も体験し、自主制作した作品は7月下旬の同校イベントの中で「オリジナルブランドコレクション」として発表された。

一方で同校は商品を作る縫製工場をソウルに確保し、学生はパターン、生地サンプル、付属品やディテールの指示などを明記した発注指示書を作り、同校を通じて工場に発注した。生地や付属品も同校が揃えた中から選んだ。

仕上がった商品は8月の第1週から同校に届き始め、学生は順次、協力店と小売価格を決める話し合いに入っている。学校が与えた基本条件は小売価格に対して製造原価30%、同値30%、利益40%。条件が通らない場合でも、縫製工場の確保などに要した学校の経費を賄える利益を残せる交渉を行わせる。

同校では今後、1年生から段階的に実践教育に取り組み、ファッション業界と連動しながら、生産を外部委託する手法や適切な価格設定、売り先を開拓する力を持った「プロのデザイナー」を育てる方針だ。

織研新聞 2005年8月19日掲載

1日限定店でショップ運営学ぶ

大村ファッションデザイン専門学校(福岡市)は夏休み前のイベントの一環で、アクロス福岡内に2日ショップを準備した1日限定の売り場「パワーゾーン」を出した1写真、スタイリストコース1年生が入学直後からグループに分かれてコンテストを始め、商品を任入れ、当日の売り場デビューを行った。学校は会場費のほか一定の予算を与えるが、予算を超過する場合は「学生を認める場合は「自己負担となり、利益が出れば学生に還元する。学校の狙いはショップ作りと運営の難しさを教し、喜びを実践の中で経験させることで、ある学生は「チームワークの大切さが分かった」と語った。



織研新聞 2005年8月15日掲載

ボイス

「企業に近づく、業界との実践教育が力を入れている」と、大村ファッションデザイン専門学校(福岡市)の吉原一樓校長。「企業では学校と企業が一体で人材を育てる文化が広がっている」といふ。しかし日本ではまだまだ希薄なため積極的にファッション業界と接点を持つて、学生の作品やショップ運営が企業や関係者の目に触れ、その評価が実感できる教育に力を入れている。専門的な知識や技術の習得は当然の前のこと、今の時代は「卒業後、そのまま独立できる能力を育てることが求められている」と言い切る。経済が成熟期に入らないうち、学校教育も変わらざるを得ない。同校の在り方は、この方向を示している。

企業に近づく



織研新聞 2005年10月26日掲載



「ナスキー」は「デザイン」で「生まれる」の
「」から「」まで「」も「」する
(福岡・大名の花形館)

実践ショップ「ナスキー」開設

大村ファッションデザイン専門学校 仕入れから販売を学生の手で

大村ファッションデザイン専門学校(福岡市)はこのほど、福岡・大名の商業ビル、花形館に、実践教育の場をめざす「ナスキー」を開設した。期間限定ショップではなく、年間を通じて開設し、ビジネスコースの生徒が、商品の仕入れや販売などすべての運営・管理を行う。

約100平方メートル、売場(72平方メートル)とレジカウンターで構成する。営業は正午から午後8時まで、週5日間、クローズを2チーム、各1人分けて毎週交代で店舗運営に当たる。夏休みなどは休業する。実質稼働は年間6カ月。

商品仕入れは随分に分かれたチームごとにコンセプトを決め、学生自身でメーカーと仕入れ交渉をする。仕入れ後は他子

大村ファッションデザイン専門学校(福岡市)で買い付けられた「コブマン」のバッグや「ロイヤル」のジャケット、「スタイルオベレーション」のシャツとスカートなどを揃

また、今後は他の展示会や海外、インターネットなどにも仕入れ先を広げるほか、同校のデザイナー、

スタイリストや西コースの生徒の作品の販売やスタイリング授業を行う。

吉原一雄校長は、「学校での授業はパーチャルではない。実践の市場を分析し、メーカーとの交渉による仕入れ・販売を行うことで、実践的な教育ができる」と期待する。

初年度の売上高目標は1000万円。当面は次回仕入れ費用などを賄うだけの利益確保をめざす。

ゼミナール

大村ファッションデザイン専門学校
実践教育ショップ開設

名刺持って商品買い付け



「名刺を持って商品買い付け」といって、仕入れ交渉をする。夏休みなどは休業する。実質稼働は年間6カ月。

商品仕入れは随分に分かれたチームごとにコンセプトを決め、学生自身でメーカーと仕入れ交渉をする。仕入れ後は他子

大村ファッションデザイン専門学校(福岡市)で買い付けられた「コブマン」のバッグや「ロイヤル」のジャケット、「スタイルオベレーション」のシャツとスカートなどを揃

また、今後は他の展示会や海外、インターネットなどにも仕入れ先を広げるほか、同校のデザイナー、

織研新聞 2005年5月23日掲載

織研新聞 2005年7月20日掲載

インタビュー

吉原 一雄さん

大村ファッション
デザイン専門学校校長

●「自分だけの強み」習得へ

02年4月に開校して以来、企業とコラボレーション、業界のプロを講師に招くなど産学協同による実践教育に力を入れてきた。昨年4月に就任した吉原一雄校長のもと、生徒参加の多彩なカリキュラムを打ち出し、教育内容を充実している。



生徒参加のカリキュラム

—教育の特徴は、当校はコアコンピタンスプログラムのもとで実践教育を実施しています。他人がまねできない

強みを習得するために、自分の強みは何か、強みを伸ばすにはどう学んでいけばよいのかを考え、つまり生徒自身がカリキュラムを作り、学習システムです。

—生徒参加の具体例は、しこの学校で学んだから技術がどうだという

が求められているので、そういう意味では、これからの学校が本当に試される時代だと思います。当校では新入生に対して、まず何をやりたいのかを聞き出すことから始めています。

—実践教育を重視する理由は、今年11月に立ち上げたポータルサイト「福岡ファッション工房」もその一つで、人気ショップや街のおしゃれな人、トレンドを取り扱ったこの情報を発信するものです。最初は学校側から生徒に、企業新聞や商店街新聞を作ってはどうかと母が呼び、それに呼応して、ネット上でやってみようという生徒が「本気にそうかな」と疑問を感じたことに對し、学校が押し付けの教育をしてはダメなんです。実践教育の重要性はここにあるのです。

—今後の計画は、2月、福岡・大名に常設の実践店舗を開設します。在校生によるハイキングや販売などの運営や、ブランドデビュー、福岡市場への東京ブランド紹介の場として幅広い活動を考えられています。

レベルではもう間に合わない時代になっていきます。専門技術の習得は当たり前のこと。単にデザイナーとして技術を身につけるだけでなく、卒業後そのままと立できる能力

今年11月に立ち上げたポータルサイト「福岡ファッション工房」もその一つで、人気ショップや街のおしゃれな人、トレンドを取り扱ったこの情報を発信するものです。最初は学校側から生徒に、企業新聞や商店街新聞を作ってはどうかと母が呼び、それに呼応して、ネット上でやってみようという生徒が「本気にそうかな」と疑問を感じたことに對し、学校が押し付けの教育をしてはダメなんです。実践教育の重要性はここにあるのです。

理由は、学校では売り手側からの教育が当たり前です。実際、売り手側に入ることで売り手と買い手のニーズを聞かせることが重要になってきます。売り手と買い手の中間にある生徒にいかんが重要で、習った内容を学生が「本気にそうかな」と疑問を感じたことに對し、学校が押し付けの教育をしてはダメなんです。実践教育の重要性はここにあるのです。

—今後の計画は、2月、福岡・大名に常設の実践店舗を開設します。在校生によるハイキングや販売などの運営や、ブランドデビュー、福岡市場への東京ブランド紹介の場として幅広い活動を考えられています。

織研新聞 2005年1月12日掲載

福岡市の大村ファッションデザイン専門学校と大村美容専門学校は9月下旬、両校の学生がチームを組んで一つのブランドを企画・製作し、発表するセッションイベントを開いた。審査は各業界のプロに委任し、学内選考で選ばれた8チームが舞台芸術のようなパフォーマンスを展開した。



オーマンスを展開したII写真、ファッションデザイン、美容、メイクアップを学ぶ各学生がショイントした初めての取り組みで、大村統理事長は「それぞれの価値観を統一させる過程が大事」と語った。

織研新聞 2005年10月26日掲載