

## 第 4 回岐阜マザーズコレクションの実施と学生の意識

### The Students Attitude for the Project of 4th Gifu Mothers Collection

村上 眞知子

Machiko MURAKAMI

#### Abstract

This paper describes the students' attitude for the collaboration project between apparel industry and academic institute in Gifu, 4<sup>th</sup> Gifu Mothers Collection which is organized by Gifu Apparel Industry Organization. Students of 2<sup>nd</sup> grade, fashion design course attend this project to understand the system of fashion business and apparel industry of Gifu area. They apply their original design illustration for middle aged women after studying fashion trends of 2013-14 AW to the organization. After the competition 16 designs were selected. They draw their pattern and specification form and ask to make garments to apparel industry. There were some collaboration works between students and industry until making up products. After the series of events I asked students about the evaluations of this project.

Keywords: 岐阜マザーズコレクション、アパレル産業、学生の意識

#### 1. はじめに

今年度 4 回目の「岐阜マザーズコレクション」を、(社)岐阜ファッション産業連合会との産学協働事業として実施した。1 回目、2 回目は主催団体が(社)岐阜ファッション産業連合会青年部であったが、3 回目に引き続き今回も同連合会の実行委員会が主催する形となった。前 3 回の成果と反省点を踏まえて、第 4 回では、ファッションショーによる作品のプレゼンテーションではなく、学生の作品の商品化を目指し、学生とアパレル企業の産学協働の活動を目に見える形で実現することを大きな目標として事業を企画した。

事業の大きな目的設定に関しては一昨年<sup>1)</sup>、昨年度<sup>2)</sup>の報告に示しているが<sup>3)4)</sup>、今年度は、新たに「商品化」の可能性とアパレル企業と学生の協働の中から、産学が互いに得られる成果を探ることを目的に加えた。指導するうえでも、「できれば商品として取り上げてもらえるといい」ではなく、商品として企画制作するためのトレンド研究、デザイン企画、素材選定と、日程調整を行った。

#### 2. 事業の概要

第 4 回のテーマは、「Mothers に贈る 2013 秋冬のお出かけスタイル」で、前回より一歩進め、作品制作の前段階から産学が関わりを持つことを目的とした。学生がテーマに沿ったデザイン画を主催者に応募し、アパレルメーカー側がコンペ方式でデザイン画を選定する方式をとった。また、選ばれたデザイン画について、アパレルメーカー側から制

作の意思を表明し、デザイナーである学生と、デザインの調整、素材などについて意見交換後、パターン制作と縫製仕様書、トワール製作までを学生が担当し、作品見本の縫製はメーカー側が担当する方式を採用した。

事業の実施過程における、過去 3 回との違いは、以下のとおりである。

①事業遂行の機会と時間を確保するため「アパレル生産演習」という科目を新設し、パターンメイキング、フィッティング、工業パターン作成を 2 年前期の授業(演習 2 単位)として単位化した。

②上述したように、学生が応募したデザイン画の中から実行委員会がコンペ方式で 10 数点を選ぶ形式とした。それぞれの作品について、パターン制作に入る前に、アパレルメーカーと学生がデザインや素材について打ち合わせを行い、細部について意見を交わす機会が設けられた。

③学生が作品を制作するのではなく、パターン完成後、それぞれのデザインを担当する企業に見本作成を依頼することになった。これは、作品の完成度を上げるとともに、納期の短縮化を図ることを目的としている。また、縫製仕様書を作成し、パターン、仕様書を媒体としてメーカー側とのコミュニケーションを通して、ファッションビジネスの仕組みを理解すること、工業生産のパターンの在り方を学ぶことを期待した。

④作品発表は、従来のようなファッションショー形式とせず、モデルが着用したパネルを制作し、実作品と一緒に展示する形式をとった。

## 第4回岐阜マザーズコレクションの実施と学生の意識

表 1. 素材に関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① 繊維名、織物名、編布と織布の違いや名称を理解できた	88	12	3.1	90	10	3.1
② マルキョウテキスタイルさんの活用が役に立った	81	19	3.0	97	3	3.4
③ 生活材料学で学んだ知識を活かすことができた	92	8	3.1	80	20	3.0
④ 素材物性(かたい、やわらかい、ドレープ、など)を、シルエットに活かせた	85	15	3.2	97	3	3.4
⑤ 作りたいシルエットに対してどのような素材を選択すべきかわかった	96	4	3.2	87	13	3.1
⑥ 繊維、織物、編布素材の名前を言われてもわからなかった	46	54	2.3	100	0	3.5
⑦ 自分の決めたテーマに合う素材を見つけるのが大変だった	81	19	3.2	47	53	2.5
⑧ 衣服アイテムの名称を理解し覚えることができた	85	15	3.2	53	47	2.7
⑨ 使いたい色柄の生地が手に入らなかった	65	35	2.9	50	50	2.5
⑩ 生地の色傾向が偏っていた	46	54	2.6	17	83	2.0
⑪ 生地の素材(羊毛、綿など)傾向が偏っていた	58	42	2.7	87	13	3.2

表 2. トレンド分析とデザインに関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① トレンドテーマを決めるのに迷った	85	15	3.4	60	40	2.7
② テーマを決めていく過程(テーマ、カラー、素材、シルエット)が難しかった	100	0	3.7	80	20	3.2
③ トレンド分析の結果を素材選定に反映できた	92	8	3.2	83	17	3.0
④ マップ制作を通して企画をアピールする方法が身についた	81	19	3.0	63	37	2.9
⑤ マップとデザイン画が一致していた	100	0	3.2	77	23	3.1
⑥ トレンド分析の結果をデザイン画に反映できた	96	4	3.2	90	10	3.1
⑦ トレンド分析に沿ってグループでデザインを決めたほうが良い	69	31	3.1	—	—	—
⑧ デザイン画を全員が書きコンペ方式で選ぶのは妥当だと思う	85	15	3.3	—	—	—
⑨ 素材が見つからなかったので思うようにデザインできなかった	38	62	2.5	—	—	—

表 3. グループワークに関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① グループの決め方がよかった(FBとFDの混ぜ方、名列順)	50	50	2.3	47	53	2.3
② メンバー間の意見のまとまり、コミュニケーションがスムーズだった	54	46	2.5	67	33	2.8
③ リーダーシップをとる人間がいた	62	38	2.9	77	23	3.2
④ 役割分担(リーダー、サブリーダー、フォロワー)がうまくいった	64	36	2.6	63	37	2.9
⑤ グループ内で、メンバー相互を補いあいながら作業ができた	72	28	2.8	73	27	3.0
⑥ チームワークがうまくいった	68	32	2.7	73	27	3.0
⑦ 作業が特定のメンバーに集中した	56	44	2.6	73	27	3.1

なお、昨年度は参加教育機関が本学のみであったが、今年度は第2回で参加した岐阜市内の専修学校2校が参加した。また、昨年度より生地の調達を、(社)岐阜ファッション産業連合会会員企業であるテキスタイルメーカーに依頼しているが、今年度も同様の方法で素材を準備した。

トレンド分析、マップ制作とプレゼンテーションに関しては、昨年とほぼ同じ日程で進めた。ポスター制作に関しては、実行委員会の趣旨説明やファッションデザイン専修学生のデザインコンセプトのプレゼンテーションを基にして、グラフィックデザイン専修学生が中心となって制作していたが、ファッションショーを実施しないことや、コンセプトの理解と具体化に時間を要することから、制作を見送った。今年度のファッションデザイン専修の学生構成

は、ファッションデザインコース10名、ファッションビジネスコース16名である。昨年度は、ファッションデザインコース14名、ファッションビジネスコース16名で、総数では昨年度より4名少ない。その減少分がすべてファッションデザインコースで、制作系の学生の減少が目立っている。コースの所属を考えながら、教員が学生を6グループに分け、それぞれのグループが、アパレルマーチャンダイジングでの演習を踏まえて、トレンドテーマとグループテーマを決定した。テーマ決定後、テーマカラー、イメージ写真、イメージ素材を収集しマップ作成と素材選定を行い、デザイン決定へと進めた。デザイン提案は全員の必修課題とし、26点を応募した。今回のテーマは、「Military and Utility —Nice to be 50—」、「Rock 'n' Roll —The

Third Period of Rebellious—」、「Curve and Modernity—Modernity Elegance—」、「Erotic Classic —Dress Me in the Movie—」、「Masculine Feminine—Masculine Madam—」、「Erotic Classic —Classic and Graceful—」である。それぞれトレンドテーマ、グループテーマの順に記してあるが、詳細な表記に関しては省略した。5つのトレンドテーマに対して、6グループがそれぞれグループテーマを決めた。2グループが **Erotic Classic** を採用した。

主催者によるデザイン画審査の結果、全体で16作品が見本制作に移ることになった。このうち本学担当分は12作品だったが、メーカーとの調整がつかなかった、パターン完成に至らなかったという理由で2作品が制作を断念した。

10作品について、学内で改めてパターンメイキングに対するグルーピングを行い、学生が少なくとも1アイテムのパターン、縫製仕様書作成に関わるようにファッションデザインコース、同ビジネスコースの学生を配置した。

### 3. 調査方法

外部団体との協働による事業参画が学生にもたらす教育的効果や、地域貢献に対する成果を評価するために、また学生がどのように評価しているかを検証するために、事業実施後にアンケート調査を行なった。今年度の実施後アンケートでは、上記に示す実施形態の変更に伴って設問内容を一部変更したが、過年度との比較のためなるべく変更点以外の設問に関しては同じ内容とした。その内訳は、1. 素材に関する質問(11項目)、2. トレンド分析とデザインに関する質問(9項目)、3. グループワークに関する質問(7項目)、4. パターンメイキングに関する質問(14項目)、5. メーカーとのコミュニケーションに関する質問(9項目)、6. 製品の仕上りに関する質問(4項目)、7. やってよかった点(16項目)、8. 今後改善するとよい点(13項目)と、8. 自由記述である。回答は、各設問に対し、「そう思う」、「ややそう思う」、「あまりそう思わない」、「そう思わない」の中で当てはまる場所に「○」を記入してもらった。調査は、ファッションショーが終了してから約3か月後の12月中旬に行い、参加者26名のすべてから回答を得た。時期としては、直後ではなく、マザーズコレクション事業のすべてが終了し、さらに大学祭ファッションショーや卒業研究発表会を終えた時期であることから、一連の進行を客観的に振り返ることができる。

### 3. 結果と考察

#### 3.1 素材に関する設問と回答

表1は、素材に関する設問とそれに対する回答結果を示す。結果は、設問に対する回答数の総回答数に対する割合で示している。平均点は、「そう思う」に4、「ややそう思う」に3、「あまり思わない」に2、「思わない」に1を割り振り、それぞれの回答者数を乗じた和を回答者数で除した値を示す。素材の調達については、昨年度と同様、トレンド研究の結果作成した学生のデザインイメージが損なわれないようにという配慮から、連合会に加盟し岐阜のアパレル各社に素材を提供しているマルキョウテキスタイル株式会社から素材を購入することになった。②の回答結果から、平均点では、素材調達の変更の効果はあまり見られないが、「そう思う」、「ややそう思う」の回答数%の和では、昨年より16%も下回っている。この結果は⑦、⑨の回答結果にも表れている。スイッチでは在庫の確認ができていたにも関わらず、実際の調達時には準備できない生地が数点あり、若干不満を感じていたようである。その他自由記述においては、「ぴったり合うものが見つからない」、「トレンドにあった素材が見つからない」、「種類が多すぎて見つけるのが大変」という意見がみられた。⑥に関しては、昨年と大きく異なる回答をし、素材知識気に対する自信がみられる。実際に素材選定に要した時間は、トレンドテーマやデザインコンセプトが明確なグループでは、比較的容易に使いたい生地を選び出せていたが、反対に明確でないと、周囲の意見に惑わされる、目につく素材を選ぶがどうデザインに活かせばよいかかわからない、など種類が多いだけに見つけることができないという結果になっていた。また、色柄が鮮やかな海外製の生地を選んだ場合に入手できない場合が多く、今後の課題である。

#### 3.2 トレンド分析に関する設問と回答

今年度トレンド分析は、専門教育科目「アパレルマーケティング」(演習)の授業を受講し実施した。表2は、トレンド分析作業の過程における設問と回答を示す。学生にとってトレンドを分析し、実際の企画に落とし込む作業は初めての経験で、決して容易なことではない。①トレンドテーマを決めるのに迷った、②テーマを決めていく過程(テーマ、カラー、素材、シルエット)が難しかった、では昨年度に比べて「そう思う」割合が多くなっている。また③トレンド分析の結果を素材選定に反映できた、④マップ制作を通して企画をアピールする方法が身についた、では昨年度に比べて「そう思う」と回答した割合が大きい。今年度は、ファッションデザインコース、同ビジネスコースとも授業の中でトレンド分析、テーマ設定、デザイン決定、素材決定の過程を学んでおり、⑥トレンド分析の結果をデザイン画に反映できたに対し、ほとんどの学生

表4. パターンメイキングに関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① 造形演習、パターンメイキング論での知識や技術を活かすことができた	84	16	3.2	67	33	2.9
② ドレーピング演習の知識や技術を活かすことができた	76	24	3.1	63	37	2.9
③ 中高年の体型の特徴を知ることができた	92	8	3.4	83	17	3.2
④ 中高年の体型のパターンメイキングが難しかった	76	24	3.1	83	17	3.4
⑤ 正確なパターンメイキングの必要性が理解できた	96	4	3.6	83	17	3.2
⑥ シーティングの扱い方を再度学べた	92	8	3.3	83	17	3.2
⑦ 地の目の重要性を再認識した	96	4	3.6	97	3	3.5
⑧ トワールのマーキング、トレースを正確に行なった	84	16	3.2	93	7	3.3
⑨ 平面と立体の関係を理解できた	96	4	3.5	70	30	2.9
⑩ 体型に合う人台の調整に時間がかかった	72	28	3.0	73	27	3.1
⑪ 切り替えが複雑過ぎた	56	44	2.4	57	43	2.6
⑫ 素材の特性をパターンに反映した	80	20	3.0	63	37	2.7
⑬ 作りたいシルエットをパターンに表現できた	88	12	3.2	70	30	2.8

表5. メーカーとのコミュニケーションに関する設問項目と回答

	2013		
	思う(%)	思わない(%)	平均
① メーカーにデザイナーの意図をうまく伝えられた	80	20	3.1
② メーカーから多くのデザイン修正を言われた	87	13	3.2
③ メーカーとデザインに関して意見があわなかった	93	7	3.5
④ メーカーと素材に関して意見があわなかった	97	3	3.3
⑤ メーカーが使う専門用語を理解できた	70	30	2.9
⑥ メーカーからパターン修正を言われ	70	30	3.1
⑦ メーカーとの話し合いから学ぶことが多かった	87	13	3.0
⑧ メーカーはファッショントレンドに対して勉強している	80	20	3.0
⑨ メーカーはファッショントレンドを意識して作っている	77	23	2.9

表6. 製品の仕上りに関する設問項目と回答

	2013		
	思う(%)	思わない(%)	平均
① デザイン通りのシルエットで仕立て上がった	92	8	3.3
② 自分たちのデザイン以上に仕上がりが良かった	72	28	2.8
③ 素材とデザインがうまく合っていた	80	20	3.1
④ 製品の色が思っていたより明るかった	24	76	2.2

表7. 実施してよかった点に関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① ファッションビジネスの業務の流れを体験できた	96	4	3.5	77	23	3.0
② デザインと素材、シルエット、パターン、縫製の間関係を理解できた	100	0	3.5	87	13	3.1
③ パターンの重要性を認識できた	100	0	3.6	90	10	3.4
④ グループワークの重要性を体験できた	96	4	3.6	90	10	3.4
⑤ トレンド研究、マップ制作ができた	100	0	3.5	93	7	3.4
⑥ 体型理解の重要性を認識できた	96	4	3.4	87	13	3.1
⑦ 正確な採寸の重要性を認識できた	92	8	3.4	93	7	3.4
⑧ 岐阜地域の Apparel 産業を理解できた	72	28	2.9	50	50	2.6
⑨ 商品としてのものづくりを間接的にはあるが体験できた	96	4	3.5	87	13	3.2
⑩ 自分に不足している知識、技術を把握することができた	92	8	3.4	93	7	3.5
⑪ 自分とは異なる年齢域を扱うことで多様な志向性を理解することができた	92	8	3.4	83	17	3.2
⑫ Apparelメーカーとのコラボレーションで作業を進められた	60	40	2.7	—	—	—

表8. 今後改善してほしい点に関する設問項目と回答

	2013			2012		
	思う(%)	思わない(%)	平均	思う(%)	思わない(%)	平均
① GMC のコンセプトを明確にして示して欲しい	92	8	3.5	70	30	3.0
② 審査結果の受賞理由、選外理由を明確にして欲しい	85	15	3.4	80	20	3.1
③ 使える素材の多様性を確保して欲しい	96	4	3.5	73	27	3.0
④ 作品の商品化への道筋を考えて欲しい	62	38	2.9	77	23	3.2
⑤ 制作する作品の体型、サイズを統一して欲しい	77	23	3.2	87	13	3.4
⑥ 作業環境を整備して欲しい(エアコンなど)	73	27	3.1	93	7	3.7
⑦ ショー発表があったほうが良かった	77	23	3.1	73	27	3.2
⑧ 教員の指導が厳しかった	69	31	3.0	100	0	3.7

#### 第4回岐阜マザーズコレクションの実施と学生の意識

が「そう思う」と回答している。今回は全員がデザイン画で表現することにしたため⑦、⑧、⑨についての設問を加えた。⑧デザイン画を全員が書きコンペ方式で選ぶのは妥当だと思う、の結果を見てもほぼこの方法に満足していると考えられる。図2は、各質問項目について、今年度(2013)の平均点を過去2年のそれとの比較で示している。③、④、⑤、⑥では大きな違いは見られないが、①、②では今年度の平均値が高く、そう思うと回答する学生が多かったことを示している。

### 3.3 グループワークに関する設問と回答

表3はグループワークに関する設問とそれに対する回答結果を示す。また今年度も本事業の教育的効果として期待したのが、グループワークと協業を通じて、専門性を活かしたチームワークの有効性と重要性を学ぶことである。今回も、テーマを決める段階からデザイン決定までをグループ作業とするために、学生を6つのグループに分けた。一昨年度は、ファッションデザインコース、ファッションビジネスコースの学生のバランスを考慮しながらも、グループのメンバー決めは学生の裁量に任せたが、今年度は昨年度同様、教員側で構成員を決めた。但しこのグループはデザイン画作成までで、パターンメイキングは審査の結果を見て再編成された。前半ではファッションビジネスコースの学生が、パターンメイキングでは同デザインコースの学生がリーダーシップを取る体制を期待した。それぞれ専門のコースに所属する学生が専門的に作業を分担するのではなく、あくまでもリーダーとして機能し全員がその作業に就くということを目指したが、今年度も期待通りに学生は考えていないと思われる意見が多かった。ドレーピングを含むパターンメイキング、デザイン画やハンガーイラストの描画に関しては1年次で全員が基本的なことを修得している。①の設問に対する回答では、昨年同様グループ編成にはかなりの学生があまり満足していないことがわかる。専門コース、力量などのバランスを考慮しながら教員側でグループを決めたと教員は理解していたが、②のコミュニケーションのスムーズさにおいてはそう思う割合は昨年度より低くなっている。また③リーダーシップをとる人間がいたかの設問に対してもリーダーの存在に対しても、「そう思う」の回答は62%と昨年の77%より低くなっている。一方、④、⑤、⑥の回答では昨年との回答比率と殆ど変わらないものの、⑦では特定の学生に作業が集中したという評価はしていない。今年度は制作領域に関しては、縫製は行わずパターンメイキングで学生の作業がほぼ終了すること、また、制作領域のグルーピングは、2、3人で同数のアイテムを担当することが求められたことが

昨年度と大きく違う。このため、全体としてのグループワークに対して、役割分担の必要性を感じなかった側面があると思われる。しかし、グループ編成に対す不満が大きいことが自由記述に示され、特に能力バランスに対する不満が多くみられた。

### 3.4 パターンメイキングに関する設問と回答

表4はグループワークに関する設問とそれに対する回答結果を示す。制作はアパレルメーカーに依頼するため、学生の作業としてはパターンメイキングと縫製仕様書作成までで、過去3回と大きく異なる点である。そのためパターンメイキングは、一連の作業の中では最も専門知識を必要とし、時間と労力を費やした。しかし、「ファッション造形演習」や「パターンメイキング論」、「ドレーピング」といったカリキュラムの中で経験を積み重ねてきている領域であり、このことについて①で「ファッション造形演習」や「パターンメイキング論」での成果との関係を問うた。昨年度は67%が活かすことができたという回答しているのに対して、今回は同質問に対する回答が84%で、5人に4人は何らかの形で活かすことができたという回答している。全体として「パターンメイキング論」と「アパレル生産演習」の授業で事前に学んだことを活用できたという理解してもらっているのかもしれないが、中にはほとんど基本理論の理解に至っていない学生も見受けられた。

昨年度は、ミセス用のドレーピングダミーを新たに購入し、ダミーのサイズ調整にかかる時間と労力を若干ながら軽減させることができたが、まだその絶対数が不足しているため、ダミーの体型補に時間を要し、トワールチェック時の時間ロスがみられた。これは、⑩体型に合う人台の調整に時間がかかったに対しても、「そう思う」の回答が昨年と同じ内容の回答結果にも表れている。②、③、⑤、⑥、⑨などの回答をみる限り、昨年度より「そう思う」と回答する割合が高く、パターンメイキングに対する学生の意識、理解度の高まりを回答する学生が多い。

⑬、⑭の回答結果でも「そう思う」という回答結果が昨年を上まわっている。制作アイテムのパターンメイキングの容易さが影響していることも考えられるが、一方で納期までに仕上げられなかったデザインがあったことも事実で、全体として理解度が上がったとしても一部であれ基準レベルに到達できていないことに対して、来年度以降の教育の課題として取り組む必要がある。

### 3.5 メーカーとのコミュニケーションについて

今年度は、作品は学生が制作するのではなく、アパレルメーカーが作品をつくり上げていく方式がとられた。表5

では、メーカーとのコミュニケーションについて設問した回答結果を示す。また表6は仕上がった作品に対する学生の反応の結果を示す。学生がメーカーと交流した回数は、この他、予定していた素材が調達できなかったとき、パターン修正の再確認などを含めて数回に及ぶと思われる。全体としてはいい雰囲気で作業が進み、学生とメーカーとのコミュニケーションも進んだと思われる結果である。しかし、自由記述の中には、アパレルメーカーは学生の勉強のためにやっているという意識をあからさまにされたこともある記述がみられた。産学協働事業の成果では、お互いに得られる成果と課題を理解した上でないとうまく進めることができない。学生がアパレルメーカーから学ぶだけでは事業は続かないのではないかと危惧を感じる。メーカーがこの事業から得ることはないのか、主催者と検討を深めたい。表6の結果からわかるように、製品の仕上りに対しては、学生はほぼ満足している。学生の作品との違い、中間プレス、仕上げプレスでのまとめ方、ステッチの美しさなどにプロの技術を感じたのだと思う。

### 3.6 総合評価

表7に実施してよかった点について、表8に改善を求めるところについて、設問と結果を示す。本事業の実施による教育効果については、前報1)述べているが、今回についても、作品制作、発表形態で過去3回とは異なるが、今まで同様、作品の商品化と地域産業の活性化に資するということを課題としている。「実施してよかった点」についてみると、ほとんどの項目で昨年より「そう思う」の回答割合が多かった。特に⑧岐阜地域のアパレル産業を理解では、昨年より「そう思う」との回答が20%以上増えている。また⑩教員の指導に対しても同様である。アパレルメーカーへの縫製委託を通じて、今までよりはメーカーとの交流時間や、その内容も充実した結果が回答に表れている。地域のファッションビジネスに携わる人材との交流を通して、ファッション産業への理解を深め、地域の産業の課題と展望を一緒に探るといふ本事業の目的を考える上では、前進したと評価できる。しかし、双方での事業に取り組む意識の違いが垣間見られ、産学連携を進めるときの、相互が共有すべき展望が、未だに明確になっていない。

「今後改善してほしい点」については、②GMCのコンセプトを明確にして示して欲しい、では昨年度の70%の学生が「そう思う」と回答しているのに対し、今年度は92%がそう思っている。また③使える素材の多様性を確保して欲しい、では昨年度は73%の学生が「そう思う」と回答しているのに対し、今年度はほぼ全員がそのように回答している。今年度は、当初選定した素材が縫製段階で入手できな

いことが判明することが目立った。素材のテクスチャ、色柄などはデザインの重要要素であるだけに、それが手に入らないということは学生にとって痛手となる。

自由記述の中には、グループ決めで力量バランスについて取り上げる学生が数名いた。また現在設けている2コースについて、所属と学生のモチベーションに戸惑いがみられた。基本技能としては両コースとも全領域にわたる分野のカリキュラムを履修していることから、基礎技能をしっかりと身に付けさせることが最低の必要条件である。そのうえで、コースに分かれて磨き上げた深い専門知識と技能を発揮する場を提供しているが、パターンのことはファッションデザインコースに任せておけばいい、という風潮も見え隠れしている。今後、コースの枠を払い、衣料管理士2級対応カリキュラムを基本として、高度な専門科目の履修も可能するシステムを構築していく必要がある。

### 4. まとめ

4回目を迎えた岐阜マザーズコレクションに対して、学生がどのように考えていたかを振り返り、その結果を過年度の評価と比較する中で、より効果的な産学連携の在り方について検討した。主催者と事業の意義が明確に共有できていない状況で3年を終えた。学生が地域の産業を理解し、同時にファッションビジネス業界を理解すると同時に、大学の力が地域の活性化に活き、発展できるような協働のしくみについて、他地域の事例を参考に研究を重ねたい。

#### 文献

- 1) 平川すみ子、「産学連携による産地再生の試み」、岐阜市立女子短期大学紀要第61輯、p.99-104(2012)
- 2) 村上、平川、「岐阜マザーズコレクションの作品制作とカリキュラムの位置づけ」、岐阜市立女子短期大学紀要第61輯、p.79-84(2012)
- 3) 平川すみ子、「第3回岐阜マザーズコレクションー産学協働による産地再創造をめざしてー」、岐阜市立女子短期大学紀要第62輯、p.127-132(2013)
- 4) 村上真知子、「岐阜マザーズコレクションの作品制作に対する学生の意識」、岐阜市立女子短期大学紀要第62輯、p.107-112(2013)

(提出日 平成26年1月1日)