

国内におけるジーンズ教育の現状 The Current Reality of Jeans Education in Japan

Bunka Fashion Graduate University
Tomoya Idogawa

文化ファッション大学院大学
助教 井戸川 倫也

要旨: 現在、日本国内においてどの程度「ジーンズ」という日常的なファッションアイテムが教育されているのか現状調査を行った。取り分け、ジーンズ制作を用いた教育は、今後のファッション教育の中で確実に必要とされると仮定し、国内にあるファッション系専門学校 40 校以上を実態調査。その結果から今後、その教育をより活性化する為にはどのような事ができるかを検証、考察する。

1. 諸言

現代人のワードローブにジーンズというものが存在しても、最早それが珍しいといった印象を抱く事は少ないように感じる昨今、21 世紀に入ってからファッションはその前世紀と比べ多様化し、また、変化し続けている事は歴然である。リアルクローズが時代と共に変遷を遂げる中、「ジーンズ」というものを研究し続ける過程の中で一つの疑問に直面した。それは将来的にそれらを実際に製作するプロフェッショナルを育成する事を目的として存在しているであろう服飾系専門学校は、その時代の流れを汲み取ったファッション教育をどの程度行っているのだろうかといった疑問である。

本来であればそれだけの市場¹⁾を持つカジュアルウェアの代表とも言えるジーンズは、極当たり前にファッション教育として教材の一部になっているべきであり、またそれら教育のメソッドも確立されているはずである。

提出年月日：2017 年 2 月 13 日

受理年月日：2017 年 3 月 9 日

更には、ジーンズは一般的なトラウザーとは全く異なる製法で作られる為、制作となれば独特のノウハウを必要とする。しかしながら、それらを教育する際に用いられる教科書や参考図書に目を向けると、未だ尚、十分にジーンズの教育が浸透していると感じる事が少ない事から、その部分が非常に懐疑的であり、本調査を駆り立てる強い動機付けとなった。

現代のファッションアイテムの中で、ジーンズを無視する事はできない程、ジーンズカジュアル市場は莫大な規模があるとされ、ブランドやプライスゾーンに関係なく、市場には既に溢れている。

そして生まれた時からそれらのアイテムが身近にあり、その環境下で何気なく育った「ジーンズネイティブ」²⁾ はそう遠くない数年後、確実にファッション教育の場に現れると仮定する。その上で、その時までには現在の服飾系専門学校はどのような準備をしておく事が望ましいのか検証するべく、本現状調査を行った。

本稿執筆時点、日本国内におよそ 120 校

程度あるとされる³⁾服飾系専門学校に対しアンケート調査を行う。取り分け、ジーンズのメッカとされる岡山県内にある複数の学校においては現地調査の協力を依頼、首都圏または他県での調査結果と比較しながら検証を行った。それらの結果を踏まえ、今後のファッション教育の中で、どの様にジーンズというアイテムを扱う事が望ましいのか、更には、どの様にそれらの教育を取り入れていく事ができるのかを考察する。

2. アンケート調査の実施

本調査では学校法人文化学園の連鎖校をはじめ、その他インターネットから抽出した各専門学校に対して、アンケートによる回答形式の調査を行った。メールにてアンケート協力依頼を行い、その上で回答をもらう。アンケートはあらかじめ用意した回答の中から選択する形式を基本とし、更には、必要に応じて自由に回答もできる自由記述欄も設け、ストレートな意見を抽出できるように配慮した。

2-1. アンケート概要

本調査で最も重要な質問は「ジーンズを教育の中で用いているか否か」である。ただし、ジーンズというアイテムだけに限定してしまうと、回答範囲を必要以上に狭めてしまう恐れがあった為、ジーンズだけでなく、「デニム」という素材についても用いているかどうかを追加した。アンケート設問概要は図1～3を参照。

2-2. 調査対象

インターネットサイトより、日本国内にある服飾系専門学校を抽出する。基本的に

はそれらによって抽出された全校と、更には学校法人文化学園の連鎖校を調査対象とする。

【文化ファッション大学院大学】

ジーンズ教育に関するアンケート調査

このアンケートは現在、我が国におけるファッション教育の中で、どの程度ジーンズやデニムについて教育されているかを調査するためのアンケートです。(所要時間:5分程度)

A. 初めに学校名を記述してください

※無回答と共に、学校名が漏れにおぼされる事はありません

この先の選択制の質問は選んだものに○を付けてください

B. 「ジーンズ」というファッションアイテム、または「デニム」という素材を、授業や教育の中で用いている事がありますか? ※ある、なしのどちらかに○をつけてください

・ある → 設問 B-1 へ

・ない → 設問 B-2 へ

[ある場合の設問]

B-1. どのような教育場面で用いられていますか? ※複数回答可

・制作的な場面 → 設問 B-1-1 へ

・ビジネス教育的場面 → 設問 B-1-2 へ

・商品、またはアイテムの知識として → 設問 B-1-3 へ

・その他 → 設問 B-1-4 へ

B-1-1. 「制作的な場面」にチェックを入れた場合のみご回答ください。

具体的にどのような教育の場面で用いられていますか? ※複数回答可

・ファッションデザイン → 設問 2-1-1A へ

・パターンメイキング → 設問 2-1-1A へ

・縫製 → 設問 2-1-1A へ

・テキスタイル関連 (織り、染め等を含む)

・製品加工

・その他

図1. アンケート内容 (1頁)

B-1-1-1. 「制作的な場面」の中でも「ファッションデザイン」、「パターンメイキング」、「縫製」のいずれか一つでも選んだ場合のみご回答ください。具体的にそれらはどんなアイテムですか? ※複数回答可

・ジーンズ、又はパンツ

・スカート

・シャツ

・ジャケット

・ワンピース、又は全てのドレス

・その他

B-1-2. 「ビジネス教育的場面」にチェックを入れた場合のみご回答ください。

具体的にどのようなビジネス教育の場面で用いられていますか?

※複数回答可

・メーカー、ブランドビジネス関連

・産業界関連

・市場、トレンド動向関連

・カジュアルビジネス関連

・製品コスト、利益等、マネー関連

・販売促進、販売方法、店舗関連

・その他

B-1-3. 「商品、またはアイテムの知識として」にチェックを入れた場合のみご回答ください。

具体的にどのようなそれらの知識教育の場面で用いられていますか?

※複数回答可

・各部位名称

・歴史、変遷

・フィット、スタイル

・テキスタイル関連 (織り、染め等を含む)

・洗濯、品質管理などの取り扱い

・色、加工

・価格

・その他

図2. アンケート内容 (2頁)

B-1-4. 「その他」にチェックを入れた方のみご回答ください。では、具体的にどのような場面で用いられているのですか？ ※自由回答
→ 設問 Cへ

【ない場合の設問】
B-2. なぜ用いないのですか？用いない理由を具体的に記述してください。
※自由回答

B-2-1. 今後、それらを用いた授業を学校で行っていく可能性はありますか？
※一つだけ回答

- ・ある
- ・あるかもしれない
- ・わからない
- ・あまりないかもしれない
- ・ない

B-2-2. どのようなきっかけがあれば、それらを用いた教育を導入しようと思えますか？ ※自由回答
→ 設問 3へ

【全員回答の設問】
C. シーンズ、またはデジコム系材に対する近年の学生の興味や教育ニーズはありますか？ ※一つだけ回答

- ・頻繁にある
- ・ときどきある
- ・稀にある
- ・ほとんどない
- ・わからない

D. 今後、これらを用いた教育は、自分達の学校として必要になると考えられますか？
※一つだけ回答

- ・考えられる
- ・どちらともいえない
- ・考えられない

ご協力ありがとうございました。

図 3. アンケート内容 (3 頁)

2-3. 調査方法

それらリストアップされた学校の中から、コンタクトできるメールアドレスをホームページ上などから抽出する。それら抽出されたメールアドレスに対し、調査協力の依頼メールを送り、協力を得た学校からのみ回答をもらう。回答方法はオンライン⁴⁾にて用意した設問に回答してもらう形式と、それと同一の内容をメール添付したアンケート回答用紙に記述してもらい、それらをファックスにて受け付ける 2 形式とし、被験者がそれぞれの事情に合わせて回答し易いように配慮する。更には、回答は 1 校につき 1 回答とする。

2-4. 調査期間

調査期間は 2016 年 11 月 24 日～2 週間程度。

2-5. 現地調査

このアンケートからより現実的な考察や効果的な提案を導く為には、実際の教育現場での調査をする必要があると判断した。とりわけ、ジーンズのメッカとされている岡山県でのジーンズ教育の実態を知らなければ、優劣の判断に難が生じる可能性があると考えた結果である。そこで岡山県内にある 6 校の服飾系専門学校のうち、4 校に現地調査を依頼。快諾を得た後、それぞれの学校を訪問し調査を行った。

2-6. 現地調査期間

現地での調査期間は 2016 年 11 月 29 日～12 月 1 日。

3. 調査結果

2 項にて抽出した全 121 校の学校のホームページからコンタクトアドレスの抽出を試みるも、24 校は不明であった為、最終的にアンケート協力依頼を配信する事が出来たのは 97 校となった。

3-1. 回答数

97 校に同様のメールを配信し、オンラインアンケートでの回答と、ファックスでの回答を得た。最終的に回収できた回答数は 45 件となった。回答率は 46%と些か低く見えるが、北は北海道、西は熊本までと日本全国それぞれの地域をカバーした収集となった為、回答率は然程重要視していない。それ以上に、47 都道府県の内、服飾系専門学校が存在していないと考えられる県は 7 県、従って残り 40 都道府県の内、回答のあった学校の所在地は 25 都道府県であった為、調査の趣旨から考えれば全国の内、半

数を超える都道府県での調査ができたと言える事を重視する。

3-2. 回答結果

質問は様々にあったが、本稿では考察に結びつく設問のみを報告する。

設問 B 『「ジーンズ」というファッションアイテム、または「デニム」という素材を、授業や教育の中で用いる事がありますか?』にて、9 割以上の学校で「ジーンズ」または「デニム」が既に教育の現場に用いられている事がわかる。結果については図 4 を参照。

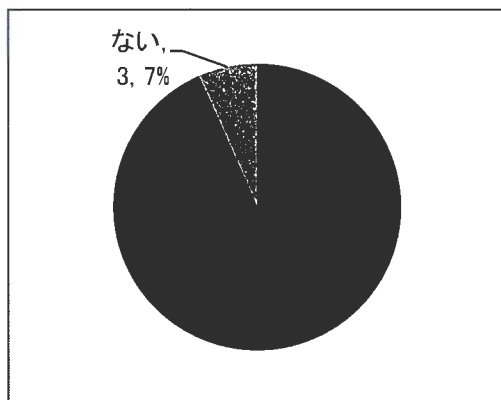


図 4. 設問 B 回答結果

4. 追加調査

前項での回答結果から、重要な事はそれらが具体的にどのように取り扱われ、教育されているかという事であると考え、回答のあった 45 校の中から、以下項目に当てはまった学校のみを対象として追加調査を行う。

- ・ B 設問にて「ある」と回答
- ・ B-1 設問にて「制作的な場面」を選択
- ・ B-1-1 設問にて「ファッションデザイン」、「パターンメイキング」、「縫製」のいずれかを選択

- ・ B-1-1-1 設問にて「ジーンズ、又はパンツ」を選択

上記項目の全てを選択した学校は 20 校に止まった。それら学校に対し、どの程度の制作を行っているかを確認する為、更なる追加調査を行う。

4-1. 調査概要

本調査では制作している作品が「ジーンズ」であるのか、又は「パンツ」であるのかで、全く異なる見解となる可能性がある為、追加調査ではそれを最初に確認する。また、本調査にて言及している「ジーンズ」の定義としてはデニムで作った 5 ポケット型のデザインと定める。更には、それらを制作するにあたり、どの程度市場製品を意識した教育を行っているのかも確認すると同時に、完成品についても市場製品との比較をした上での見解をもらう事とする。追加調査のアンケート内容は図 5 を参照。

●「ジーンズ教育に関するアンケート調査」における追加調査

※このアンケートに限り、「ジーンズ」の定義としてデニムで作られた5ポケット型（コインポケットの付いた所謂ジーンズの形）のデザインとさせていただきます

A. 制作している「ジーンズ、又は「パンツ」は具体的にどれですか？（1つだけ選択）

- ・5ポケット型のジーンズ →設問 A-1.へ
- ・5ポケット型以外のパンツ →設問 B.へ
- ・どちらも制作している →設問 A-1.へ

A-1. 「5ポケット型のジーンズ」、または「どちらも制作している」を選択した場合のみご回答ください。

制作にあたり、どの程度市場製品の縫製仕様を意識して作られていますか？

（1つだけ選択）

- ・とても意識している →設問 A-1-1.へ
- ・参考程度に意識している →設問 A-1-1.へ
- ・あまり意識していない →設問 B.へ
- ・全く意識していない →設問 B.へ

A-1-1.「とても意識している」、または「参考程度に意識している」を選択した場合のみご回答ください。

制作された学生作品は市場製品と同程度の縫製クオリティーだと思いますか？

（1つだけ選択）

- ・そう思う
- ・まあそう思う
- ・どちらともいえない
- ・あまりそう思わない
- ・思わない

→設問 B.へ

B. 今後、これらを用いた教育は日本の学校として必要になると考えられますか？

（1つだけ選択）

- ・考えられる
- ・どちらとも考えない
- ・考えられない

ご協力ありがとうございました。

図 5. 追加調査用アンケート内容

4-2. 調査対象

4項にて列記した先の調査にて回答のあった45校から、一定の条件を満たした20校を対象とする。

4-3. 調査方法

本追加調査では対象が少数であったことから、オンラインでの回答は行わず、メールにて返信、もしくはメールをプリントアウトしてファックスにて返信を募る方法とする。

4-4. 調査期間

調査期間は2016年12月7日～20日。

4-5. 現地調査

前項初の現地調査の際、岡山県の学校に

ついては4項にて述べた諸条件を既に満たしていた為、同時に現地で追加調査を行った。

5. 追加調査結果

20校を対象に行った本調査では最終的に回答があったのは19校となった。その19校の回答から「ジーンズ」を制作し、更には市場製品を意識し、且つ、『制作された学生作品は市場製品と同程度の縫製クオリティーだと思いますか？』の設問で「そう思う」、又は「まあそう思う」と回答した学校はわずかに3校に止まった。また、その内2校は岡山県の学校という結果になり、メッカである岡山県以外の都道府県ではわずかに1校しかないという現状が見えた。

同条件で、『制作された学生作品は市場製品と同程度の縫製クオリティーだと思いますか？』の設問で「どちらとも言えない」を選択した学校は4校。いずれも岡山県以外の都道府県であった。

6. 考察

5項の調査結果から、「そう思う」、「まあそう思う」と「どちらとも言えない」の回答を得た学校数を合計したとしても、全部で7校、120校以上ある学校という数から考えれば、多くの学校が市場製品を意識したジーンズ教育を行っているとは言い難い現状があると言えるだろう。

また、別の視点から考えれば、先の調査で抽出された20校であっても、半数以上は市場製品をあまり意識していないジーンズ教育を行っているという現状があると加えて言及できる。近い将来、確実にそのフィールドに入ってくるジーンズネイティブ世

代に対し、現状のまま彼らを迎えるには些か心細さを感じざるを得ない。更には、そのジーンズという製品を日常的に着用し、既に馴染んでいる世代であるからこそ、冒頭に述べたトラウザーとは異なった独特の製法で作られるジーンズを、今以上に製品に忠実に教育する必要性は大いにあると感じる。

これらの調査結果から、現在の我が国におけるジーンズ教育は更なる発展を遂げる必要があると言えるだろう。従って、これらをどのように、より、活性化することができるのかをここで考察する。

6-1. ソリューション

主に現時点で推察できるソリューションは2つ。1つ目は岡山県内の学校を参考とする事。そして2つ目は、都道府県や学校を超えてそれらを指導するエキスパートを養成するタスクチームを組織する事と考えた。

はじめに、前者では、本調査にて明確になった現在の我が国において、最も活発なジーンズ教育を行っている3校の内、2校が岡山県内の学校であった事から、それら学校での事例を参考として少しずつ始めて行く事である。ただし、両者から学ぶのではなく、それら学校の実例を意識して教育を始めて行く事が重要だと考える。そして結果的にそれが独自のノウハウとなり、蓄積され、より良いジーンズ教育を行う事へと繋がるに違いないと確信する。

次に、後者では、本調査結果から見えた部分を例として説明をする。アンケート調査での設問C「学生からのニーズ」(図6)、設問D「将来的な教育の必要性」(図7)の

両回答結果から、この提案の必要性を伺う事ができる。

図6の結果から「頻繁にある」、「ときどきある」、「稀にある」を「ある」と捉え、「ほとんどない」、「わからない」を「ない」と捉えて考えると、実に9割近くの学校が学生からの教育ニーズを感じているという結果が見える。

また、図7の結果からは、今後はジーンズ教育が必要になると考えている学校は6割と、半数を上回る結果となっている。現時点では行っていないものの、今後の可能性はあると感じている学校が多いと言える。

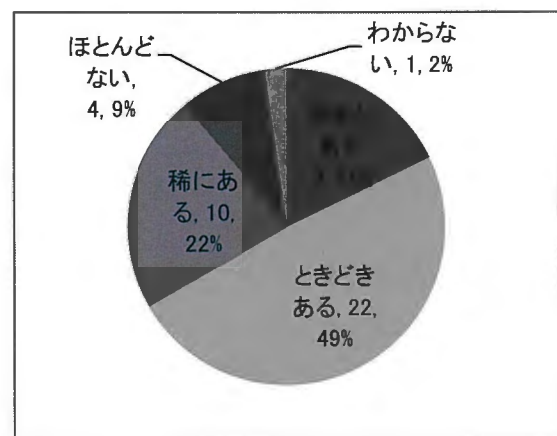


図6. 設問C 回答結果

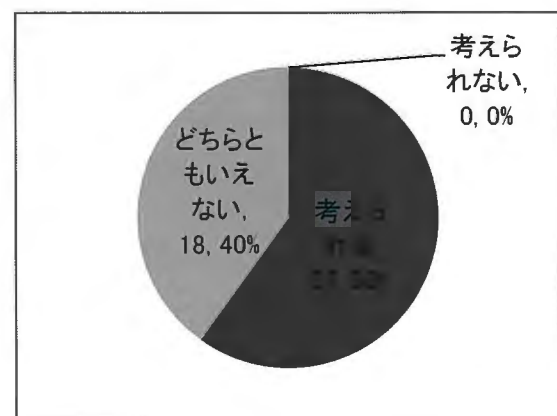


図7. 設問D 回答結果

これらの結果から、それらジーンズ教育のニーズがある事は明白であり、将来的にも必要となる事は多くの学校が認識していると断言できる。それであれば、同じ様に考えている学校同士が、都道府県や学校を超えて定期的に交流し、情報を共有する事で、迅速なジーンズ教育の基礎を作り上げる事ができると考える。更には、少数で取り組むよりも、できるだけ多くの学校が一つとなって取り組む事で、より上達した教育を行う事ができる可能性は高いと推測する。

しかしながら、これら二つの提案によって全ての問題が解決するとは言い難い現実はある。例えば、機器などの設備面の問題に対してはソリューションとしては乏しいと言わざるを得ない。しかしながら、最も注視すべきはそう遠くない将来、確実に新しい世代がファッション教育の場に現れるという事だ。その彼らのニーズやその時代やトレンドに対して応える事ができなければ、学校が「服飾専門学校」として存在する意味はどの程度あると言えるのか、些か疑問が残る結果となり得る可能性は否定できない。

本調査をきっかけとして、今後、多くの学校でジーンズ教育がより活発に行われ、結果として我が国のジーンズ産業と業界がより活性化する事を期待し、引き続き注力したい。

謝辞

本研究のアンケート調査にご協力頂きました45校の服飾系専門学校様、また、その中で現地調査にご協力を頂きました学校法人第一平田学園中国デザイン専門学校様、

学校法人貝畑学園専門学校岡山ビジネスカレッジ様、学校法人専門学校倉敷ファッションカレッジ様、学校法人虫明学園専門学校岡山ファッションスクール様に深く感謝致します。

注釈

- 1) 株式会社矢野経済研究所. ジーンズカジュアル白書 2015. 株式会社矢野経済研究所. 2015.『ジーンズカジュアルウェア小売市場規模推移 (国内)』調査結果のポイント頁
株式会社矢野経済研究所. ジーンズカジュアル白書 2010. 株式会社矢野経済研究所. 2010.『ジーンズカジュアルウェア小売市場規模推移』62 頁
2001 年以降、その市場は1 兆円以上を推移している。
- 2) 本研究にて 2016 年 3 月に行った学内研究発表「ジーンズ教育の必要性に関する研究～世代別所有率に見られる一考察～」の際に調査した結果から、2001 年以降に生まれた世代を『ジーンズネイティブ』と定義。
- 3) 株式会社インサイトインターナショナル. ナレッジステーション. 日本の専門学校. 『ファッションデザイン・縫製』からリストアップ。 <http://www.gakkou.net/sen/src/> (参照 2016-11-11)
- 4) Google Inc. Google Drive. 『Google Form』 <https://www.google.co.jp>
アンケート回答用オンラインフォームとして活用。

参考文献

株式会社矢野経済研究所. 『ジーンズカジュアル白書 2015』. 株式会社矢野経済研究所. 2015

株式会社矢野経済研究所. 『ジーンズカジュアル白書 2010』. 株式会社矢野経済研究所. 2010

参考 WEB サイト

株式会社インサイトインターナショナル.
『ナレッジステーション』

<http://www.gakkou.net>