

2025全国大会 口頭発表研究表/展示研究発表表の内容要約集					
口頭発表（40席） ●申込み順					
氏名 ●敬称略	所属	発表テーマ	共同研究者 ●敬称略	発表内容の要約	
白根 文	大阪夕陽丘学園短大	関西大坂方面におけるモノショウへの取り組み ～大規模プロジェクトと産学連携の取り組み～		大阪・関西万博フェスティバル・ステーションにて、大阪府若狭衛生産業商業総合主催のショーが開催された。そのオープニングとして、本学ファッションデザインコースの学生が自作の浴衣でランウェイを歩いた。この産学連携の取り組みについて報告する。	
丸山 幸希	大阪文化服装学院	探検資料集：着員必要！無料デジタルリソースの活用方法		新員向けに、無料のデジタルツールやAIを活用し、簡単に高品質な探検資料を作成する方法を解説。これにより、作業時間の短縮とデジタルスキル及び学生の学習意欲向上が期待される。	
安部 美穂	文化ファッション大学院大学	3DGLを用いた「ドレーピング」の高機能性に関する研究		3DGLによるドレーピングの高機能性の可能性を探求し、最新の技術と伝統的な縫製技術を融合させ、新しい素材を開発することを目指す。	
山本 ひとみ	神戸国際大学	循環型経済におけるファッションの文化的価値と環境意識の可能性		本研究では、江戸時代と現代におけるファッションの循環的価値を比較し、両者に共通する文化的要素を抽出することで、持続可能な模範的な概念としての「源泉回復」の重要性を明らかにすることを目的とする。	
鈴木 実	杉野服飾大学	トンドカラへの関与性に関する決定論的～トンドカラへの関係性を探る～	窪田 純奈（学生）	本研究ではファッショントンドカラに関連する要素とそのつながりに着目し、その出現率や関与性に関する調査・検証を行っている。主要な2016年～2025年の7年、全45ページに関する調査・研究を行い分析を行っている。	
田村 明樹	株式会社協栄設計士事務所	ラグジュアリーファッションビジネスと化粧品ビジネスの関係及び今後の展望：ケラノロジー事例から		大手ラグジュアリーコングロマリットの新規事業への参入に関連して、その今後の展望について直近のケラノロジーの取組事例を基に議論し、「ラグジュアリー大手の化粧品分野への進出」の今後の課題となっていた部分を補完する内容。	
堀内 雅典	(株) ファッションリンクス	歴史あるファッション・イノベーション		ファッションの歴史は現代まで続いている。そして進行が速く変化する。今日に至っている。そうした進化の源となるファッション・イノベーションを追求する。	
野井 寛行	文化学園大学	3Dバーチャルシミュレーションを活用した配色色調に活かせるカスタマイズ生産の検討	橋本 隆 小森 佳佳	一般消費者がニットデザインソフトを操作し、3Dバーチャルシミュレーション上でオリジナルの配色群をデザインするカスタマイズ生産のワークフローを構築し、実践実験を通して実際に着用や調整等を検討したい。	
藤原 真子	香泉女子短期大学	化粧品業界の会計		化粧品業界は、アパレル市場と類似している点もある。一方で、化粧品業界の特徴や商慣習も存在するとされている。本報告では、化粧品業界の現状と課題について考察する。	
山田 大志	横浜共立大学の森	服屋としてのファッションについて ―ファッションを学ぶ意義を探る―		ファッション業界が営むものに興味をもち、消費行動の面から見て、服屋の中核となる価値観として「居場所」を提供する役割がある。人が居場所を感じる「居場所」こそ「居場所」と定義する事業についての研究発表。	
松岡 実	信長学院大学	AIエージェントが切り拓くファッションビジネスの未来		1991年の一世紀前から開始した有数のファッションビジネスである、東京の高級化をリードする上流企業には共通する企業戦略が存在する。AIエージェントは、変化に対応し、ファッション企業の本来の価値を高める。	
松光 洋生	放送大学	一般教養としての放送学リテラシーと教育現場の実践に関する一考察		デジタル消費行動の拡大により、販売員の動きなしに衣服を購入する機会が増えていく。放送学に関する基礎知識が消費行動につながる可能性があることを調査し、放送学リテラシー教育の有効性と可能性について検討する。	
平野 太	国際ファッション専門職大	経営資源としての技術継承とブランド・ヒストリー：ラグジュアリーブランドの持続的競争優位性構築メカニズム		ラグジュアリーブランドにおいて、技術継承とブランド・ヒストリーが不可分な関係にあることを経営者の視点から検証した上で、特にその要素が持続的競争優位性を確立するメカニズムを明らかにしていく。	
青木 智美	文化ファッション大学院大学	社会実証型授業向上につながるキャリア教育方法の考察ー日本のファッション業界実務家へのアンケート調査からー	勝又 洋司	ファッション業界の持続可能性向上には社会実証型の高い人材が必要である。本研究はファッション業界の実務経験者向け調査で意欲向上に向けた実践方法を提示する。効果的なキャリア教育方法の研究報告を報告する。	
金 明希	文化学園大学	日中翻訳における服飾専門用語の整理と解決策ーファッション教育現場の視点からー	西村 晋	本研究は中国語に起因する難読用語の整理と解決策について、中国語と日本語との対比を通じて、中国語と日本語の両方の専門用語の整理を行うための留意点を提示することを目指す。	
堀 志遠	無所属	美容師のための化粧品広告における日本女性の「美しさ」		美容師が化粧品の広告を見て感じる美しさの具体的な表現や特徴を明らかにする。広告に反映された美容師の考え方や価値観を調査し、化粧品における女性の実践的な美容を支援する。	
村上 久雄	文化学園大学大学院	現代中国における政治的身分とファッション行動の関わりー共産党員と非共産党員の比較を中心にー		本研究は、現代中国社会における政治的身分とファッション行動という日常的な文化的実践の関わりに着目し、共産党員が否かと政治的身分が個人のファッションを通して、日本社会における女性の美的態度の変化を考察する。	
松岡 健吾	東京都政大	3D時代のルイズムとボディ・イメージー2世代の若者の行動への影響ー	松岡 なつみ（学生）	2世代への調査より、SNS・マスメディアによるボディ・イメージの浸透と若者の行動に影響を与えることを見出した。特に女性においては身体イメージと体型過剰評価が顕著であり、健康メンタルを中心とした「真の美」の高まりが若者の自己認識と振舞いに変容させている実証が示された。	
坪井 秀樹	国際ファッション専門職大	テクノロジーファッションで新たな市場を開拓ー医療現場におけるウェアラブルスピーカーの導入可能性ー	橋本 典子	2025年Design Thinkingを取り入れたPRを開始していますが、そのプロセスの紹介と学生のアイデアから生まれた革新的なウェアラブルスピーカー（スマートアシスタント）の開発状況を報告し、医療現場におけるウェアラブルスピーカーの導入可能性を考察します。	
村上 玲子	文化学園大学大学院 修士2年（学生）	粒状染色法を用いた羊毛布における染色方法に関する基礎的研究	橋本 典子	本原料から着想し、粒状染色法により羊毛布を加圧染色する方法について、染料濃度、加圧時間、圧力および温度の影響を調査した。その結果、適切な濃度と時間と温度、および圧力と圧力の相互関係が明らかになった。	
藤村 裕子	国際ファッション専門職大	ファッションブランドの商標による多面的保護		ブランドのアイデンティティは、知的財産権による多面的保護を検討する必要があるが、本発表では商標による保護にフォーカスし、特に新しいタイプを駆使した多様な保護、意匠との交差を保護した保護について検討する。	
堀 真也	個人又は法律事務所	メタバースにおけるファッションデザインの保護		バーチャル空間でのデザイン複製については、著作権法の権利侵害（模倣、転載）に不正競争防止法が行われ、現在では意匠法改正が検討されている。創作者の自由と適切な保護の両方に対する今後の議論の発展を促す。	
堀川 衣	デジタルテキストスタイル研究会	デジタルテキストスタイルを使用したファッションデザイン手法の研究		デジタルテキストスタイルはデジタルデータにより直接生成可能なプリント方式です。この方式を活用した新しいファッションの制作を実現する。	
久保 竜斗	大阪文化服装学院	「リアルな感性」が「バーチャル」を動かす「服飾専門学校が挑戦する。キャラクターデザイナー育成プログラム」		服飾専門学校がリアルな感性の知見やデザイン能力をデジタル教育と融合させ、CG業界で不足している「個性にリアリティ」を与える次世代のキャラクターデザイナー育成プログラムを確立するための研究。	
宇 照宏	文化学園大学大学院（学生）	若年層における消費行動とジェンダー意識：東京都在住のZ世代を対象とした定量的調査		本研究は若年層を対象とし、社会的・意識的傾向およびジェンダー意識がファッション関心度の違いと関連しているかを定量的に検討し、併せてジェンダーレス・ファッションへの関心を調査と把握したい。	
高野 扶雄	香泉女子短期大学	道義を消滅して没落したジェンダの変遷について		列強国家の没落と同時に関係し、没落の過程に於いて一時的に観察研究であった。別府八幡の中でも一番重要な高野が中心となり、明治後期の没落と同時に関係するものではないかと考える。	
山口 真理	文化ファッション大学院大	ファッション業界におけるメタバース活用の現状		日本のファッションビジネスにおけるメタバース活用事例として、セレクトショップや百貨店の取り組みを取り上げる。若手層からの需要、BtoC市場での需要とビジネスモデルの転換、および企業が短期的な販売促進のみならず知見や競争優位の確保といった長期的価値を導く方向を模索する。	
藤原 航平	国際ファッション専門職大	井上伝による久米米屋創業の経緯		久米米屋は伊勢、備前と並び、日本三大銘の一つである。久米米屋は井上伝（1788〜1869）が1800年後、12〜13歳の時に創業したと言われる。彼の経歴は語りによってものである。彼が久米米屋を創業した当時の状況を知りたい。	
渡辺 典子	文化学園大学	オートクチュールドレスの製作工程におけるデジタル技術の活用と有効性の検討		オートクチュールドレスの制作工程におけるデジタル技術の活用と有効性の検討。縫製工程におけるデジタル技術の活用と有効性の検討。	
下川 英知雄	国際ファッション専門職大	JAPAN BRANDの未来の可能性を探るー中川七枝店との関係ー	高岡 尚典子	JAPAN BRANDの可能性を、中川七枝店という企業を通じて、支持される要因を様々な観点から分析して、今後のブランド、店舗の企画展開につなげることでありたい。	
田口 千尋	ファッションビジネス学会 中国地域振興代表理事局	貴族ディズニーランドを舞台にしたファッションショーー産業クラスター開発の考察		貴族ディズニーランドを舞台にしたファッションショーー産業クラスター開発の考察。貴族ディズニーランドを舞台にしたファッションショーー産業クラスター開発の考察。	