

2025年度 カリキュラム科目概要

科コード	RA1	科 名	ファッション流通高度専門士科	単 位	2単位	
科目コード		科目名	Global Business I	授業時間		
担当教員（代表）：田島重則			共同担当者：MOTIVES International			
【授業概要、到達目標・レベル設定】 Global Fashion Businessとは？ 世界のファッションビジネス構造はどの様になっているのか？ 今何故、グローバルな思考が重要なのか？ グローバルで戦う為に必要な国際意識を植え付け、創造的な " 検索力 " " 分析力 " "考える力""伝える力"" 質問力" "議論する力"を身につけ、真のコミュニケーションスキルを磨き、グローバルマーケットへ参入できる思考の育成。						
【授業計画】 講義・海外企業との協業・グループ作業・プレゼンテーション						
テーマ	方法	コマ数	テーマ	方法	コマ数	
Introduction: 年間授業概要説明・グローバルファッションとは？	画像資料 /スクリーン	1	海外進出/地方創生・地方ブランディング	画像 /スクリーンにて説明 =>個人研究分析=>発表=>議論・評価	7	
世界のチャネル別ファッションブランド	画像資料 /スクリーン	1	まとめ：グローバル社会との付き合い方	画像資料 /スクリーン	1	
商品開発の組み立て構造	画像資料 /スクリーン	1				
Global Communication /日本と世界の価値観の違い	画像資料 /スクリーン	1				
世界の 4大ファッション都市を徹底探索	画像 /スクリーンにて説明 =>グループ作業=>発表=>議論・評価	6				
ブランディング、貿易（輸出入）、ライセンスビジネス	画像資料 /スクリーン	1				
UI/UX Design、AI/ Singularity	画像資料 /スクリーン	1				
世界のファッションマーケット (LVMHから学ぶラグジュアリーマーケット)	画像資料 /スクリーン	1				
世界のファッションマーケット (Inditexから学ぶファストファッションマーケット)	画像資料 /スクリーン	1				
世界のファッションマーケット (アッパーミドルマーケット)	画像資料 /スクリーン	1				
世界のファッションマーケット の未来展望	画像資料 /スクリーン	1				
世界のファッションマーケット (勝ち組 vs 負け組)	画像資料 /スクリーン	1				
Design Solusion	画像資料 /スクリーン	1				
Globalで戦う思考回路/考える力・伝える力・議論する力	画像資料 /スクリーン	1				
グローバルビジネス戦略	弊社米国チームによる講義	1				

【評価方法】 課題内容（プレゼンテーション）、質問力、授業態度（積極性）、出席率

主要教材図書

参考図書

その他資料：グローバルビジネスにおける実績、グローバル企業との実際のビジネスにおいての実際の重要課題

授業の特徴と担当教員紹介: 長年におけるNew York 生活と、現在もアメリカグローバルアパレル企業勤務で、世界中の企業との実務実績からのグローバル市場の現状を学生へ伝え、世界との距離を縮めてまいります。

記載者氏名：田島重則

2025年度 カリキュラム科目概要

文化服装学院教務部

科コード	RA2	科 名	ファッション流通高度専門士科2年	単 位	4単位
科目コード		科目名	ビジネスプランニング	授業期間	(通年)

担当教員(代表)：黒川智生

共同担当者：なし

【授業概要、到達目標・レベル設定】

コースの設置目的である「国際感覚を身につけながら、新たなビジネス展開を構築できる人材を育成」に沿って、実際のビジネス課題に即した事業のプランニングと運営の基礎を学ぶことを目標とする。個人の学びは、3年次以降で組み立てる“マイビジネスプロジェクト”に活かしてゆく。

【授業計画】

●前期(13回)

- ①ビジネスとはどんなコトなのか？ ②プランニングの基礎-1 ③“FBアワードY2025”への企画提案
- *“FBアワードY2025”→ファッションビジネス学会主催の学生向けビジネス系アワード。4月末要項発表。
- *③では、クラス全体を4つのチームに分け、個人別の「ファッションにおける課題と思う事」のテーマ別に、それらを解決するビジネスを提案してゆく。インパクトある提案と上位入賞を目指す。

●後期(46回)

- ④プランニングの基礎-2 ⑤ビジネス企画実践
- *⑤では、前期での企画立案内容を実現させてゆくために、2026年に向けてまず取り組むべきことを決める。企画は学外で業界関係者、一般の生活者へ訴えて初めて実践となる
- 「展示会出展もしくは外部出店+EC販売」、「リアル店舗運+EC販売」の2方面から、実践の方向性を探り、具現化させたい。

【備考】

- 授業日程については、後期のビジネス企画実践に時間を割く必要から変則的になる。2月下旬終了予定。
- 全員が参加し、全員で企画を構成する。成果をシェアする。

【評価方法】

- 出席 20点=20点×出席率(X/60)
- 講義課題Ⅰ 8点=8点×提出率(遅れ分、未達分は半分)
- 講義課題Ⅱ 52点=2回の企画の成果(25点+27点)
- 特別加点 20点=各自の取り組みに対し、加点します。

主要教材図書 特になし

参考図書 随時紹介します。

その他資料 随時紹介します。

授業の特徴と担当教員紹介

- 理論解説とともに、チーム別の個別課題へのアドバイスを通じて、実際のビジネス視点を養ってゆきます。
- 授業の各種連絡、課題提出などは、指定のGoogle Classroomを活用します。各個人の学びが多くなるようにしましょう。
- 株式会社ワールドにてブランド運営業務(18年)、2006年独立。日本+東アジア圏のファッションブランドを支援中。

記載者氏名 黒川智生

2025年度 カリキュラム科目概要

文化服装学院教務部

科コード RA3	科 名 ファッション流通高度専門士科 3年	単 位	2 単位
科目コード	科目名 グローバル・マネジメント I	授業期間	(通期)

担当教員(代表)： 岡本真理子	共同担当者：
-----------------	--------

【授業概要、到達目標・レベル設定】

将来的にグローバルマネジメントを行うことを念頭におき、講義を通して、国内ビジネスだけではなく海外にも視野を広げること、そして常に情報収集する癖をつけることを到達目標とする。

授業概要としては、国内外のファッション業界における最新トピックスを織り交ぜながら、海外戦略を考えるために必要なことについて講義を行い、ブランドの海外戦略立案を最終課題とする。

【授業計画】

テーマ	方法	コマ数	テーマ	方法	コマ数
シラバス	講義	1	課題発表(個人)	発表	1
グローバルファッションビジネス	講義	1	ブランドビジネス	講義	1
ファッションビジネストレンド	講義	1	テキスタイル	講義	1
海外進出戦略	講義	1	テキスタイル	講義	1
日本文化、日本酒市場	講義	1	ファイナンス	講義	1
ブランド戦略	講義	1	マーケティングと CRM	講義	1
ブランド戦略—企業訪問(オニツカタイガー)	講義	1	課題発表(グループ)	発表	1
課題発表(個人)	発表	1	異文化コミュニケーション	講義	1
国内外の市場特性	講義	1	デザイン思考	講義	1
小売ビジネス	講義	1	デザイン思考	演習	1
ファクトリーブランド	講義	1	M&A	講義	1
課題発表(個人)	発表	1	海外進出戦略	演習	1
グローバルサプライチェーン	講義	1	課題発表(グループ)	発表	1
SDG's	講義	1	まとめ	講義	1

【評価方法】 S～C・F評価 80%、授業姿勢 20%

主要教材図書 なし

参考図書 なし

その他資料 必要に応じて都度配布

授業の特徴と担当教員紹介

時事ネタを通して様々な側面からファッション業界の現状を伝えることで、視野を広げ、継続的に情報収集することの重要性を伝えていく。担当教員は国内アパレル企業と日本人デザイナーズブランドで幅広い実務を経験したのち、投資業界へ移ったことでファッション業界を外から俯瞰して見てきた。クリエイティブが重視されるブランドと数字で判断する投資家という2つの全く異なる立場でファッションビジネスを見てきた経験を生かし、学生の視野を広げるサポートをしていきたい。

記載者氏名 岡本真理子

2025年度 カリキュラム科目概要

文化服装学院教務部

科コード	RA3	科 名	ファッション流通高度専門士科	単 位	2単位
科目コード		科目名	プロモーション	授業期間	()

担当教員(代表)： 株式会社たきコーポレーション IGI
井上元気

共同担当者：

【授業概要、到達目標・レベル設定】

プロモーションを学ぶ上で、プロモーションの目的となるブランドの提供価値や、ニーズに関してブランディングの観点から分析し、効果の高いプロモーション戦略及びプロモーション施策を立てられるようになること。
座学で基礎を学びながら、学生皆さんで課題に対するワークショップを通じてプロモーションやブランディングの基本的構造を理解する。

【授業計画】

テーマ(大・中・小項目)、方法(講義・演習・実験・リサーチ・グループ活動など)、製作物、テーマ別所要コマ数、他科目との関連性、使用パソコンソフト名・ボディ種類、見学先

▼課題(テーマ)

「2050年のファッション業界に布石を与えるブランドを考える」

今求められる最先端のブランディングの基本的な構造を学び、2050年を舞台にしたファッション業界のブランドを考えることをテーマに講義を進めていく。

様々な事例やケーススタディーを紹介し、知識をインプット。

その上で実際に企業やブランドが使用しているフレームワークを疑似体験しながら、どのようなブランドが2050年の人々にとって価値提供をしていくかを深く分析していく。

最終回は、弊社オフィスにて各チームごとにプレゼンテーションを行い、弊社クリエイターがそれを採点し講評する。

前期後期でそれぞれテーマを設定し、座学とチームのワークショップを繰り返し行っていく。

【評価方法】

プレゼンテーション順位(50%) 授業態度・発言回数(25%) 出席(25%)

主要教材図書

参考図書

その他資料

授業の特徴と担当教員紹介

2009年、新卒で TAKI CORPORATION 入社。

ナショナルクライアントをはじめさまざまなクリエイティブ案件に携わる。

2014年からたき工房のブランディング事業の立ち上げに携わり、

ブランディングプロデューサーとして、「パーパス×クリエイティブ」を軸にしたブランディング案件を担当。

2023年にブランディング領域に特化した社内カンパニーIGIの設立にあたり執行役員兼カンパニー代表に就任。

記載者氏名 井上元気

2025年度 カリキュラム科目概要

文化服装学院教務部

科コード	科 名 KA4	単 位	2 単位
科目コード	科目名 プロモーション戦略	授業期間	(通年)

担当教員(代表)： 石川 雄一郎

共同担当者：

【授業概要、到達目標・レベル設定】

実践的な PR 戦略立案に重点を置き、市場で**即戦力として役に立つ**多様な PR 手法の知識と、ブランドの個性を効果的に伝える具体的な戦略策定能力を習得することを目標とします。実際のケース検討や個人・チームワークを通じて、変化の速いファッション業界で「使える」PR スキルを養います。

【授業計画】

【前期】ブランドの核作りと商品企画（全 13 回）

- **ブランド構想・チーム編成（4 月）：**
 - チーム結成、年間スケジュール共有。
 - ブランド基本理論を学び、AI 活用でブランド構想（名称、コンセプト、ターゲット等）。
 - ブランド構想発表・フィードバック。商品企画の方向性決定（オリジナル/セレクト）。
- **商品企画・発注準備（4 月下旬）：**
 - オリジナル商品は生地選定、デザイン詳細検討、仕様書準備。
 - セレクト商品は商品選定、発注準備。
- **サンプルチェック・価格決定・個人 PR（5 月）：**
 - 届いたサンプル（セレクト/オリジナル）の品質、デザイン確認、修正点の洗い出し。
 - サンプルに基づき、上代・下代を決定。
 - 個人課題：他ブランドの PR 戦略立案。
- **スタイリング・PR 戦略検討（5 月下旬-6 月上旬）：**
 - スタイリング講師による撮影準備指導。
 - スタイリング作品を基に、チームで PR 戦略を検討。
- **インプット・デザイン実践（6 月）：**
 - 学外での体験学習（美術館、古着屋、生地屋等）。
 - ブランドコンセプトに基づいた具体的なアイテムのデザインコンセプト立案。
 - デザイン画・イメージボードの基礎、個別指導。
- **中間発表・生産/セレクト準備（7 月）：**
 - ブランド/デザインコンセプト、デザイン画等の個人発表とフィードバック。
 - アパレル生産・セレクト戦略の基礎、生地選定、簡単な仕様書作成、サプライヤー/セレクト先選定の基礎。
 - 夏休み課題：ブランドのサンプルイメージ具体化。

【後期】市場への挑戦と評価（全 13 回 + 短縮 2 回）

- **後期開始・価格設定（9 月-10 月上旬）：**
 - 夏休み課題（サンプルイメージ）共有。
 - 市場調査（競合分析）に基づいた上代・下代設定の方法、理論と演習。
 - サンプル評価（品質、コスト）と価格戦略の関連付け。価格設定の根拠を提出・フィードバック。
- **PR 戦略立案・実践（10 月）：**
 - PR の基礎（目的、ターゲット、手法等）を学ぶ。
 - 多様な PR 手法（SNS、イベント等）を学ぶ。
 - 個人課題：異なる架空ブランドの PR 戦略プラン作成、個別相談、中間発表（希望者）。
- **スタイリング・撮影実習（11 月）：**
 - ブランドイメージを伝えるスタイリング・撮影の基礎。
 - 自身のアイテムを用いたスタイリング&撮影実習。
- **PR 施策実行準備・効果測定・最終準備（12 月-1 月上旬）：**
 - 立案した PR 戦略に基づき、実行可能な範囲で計画。効果測定（KPI）の基礎。PR 施策実行レポート計画。
 - 最終プレゼンテーション資料の構成検討、準備ガイダンス。
 - プレゼンテーションリハーサル（希望者）。
- **最終プレゼンテーション・評価（1 月）：**
 - 1 年間の成果として、アパレルブランド構想の最終プレゼンテーション。
 - 教員からの評価、フィードバック。1 年間の総括、相互評価。

【評価方法】 各種課題の提出物、中間および最終プレゼンテーション、教員による最終評価、受講生同士の相互評価

【担当教員紹介】 2012 年 バンタンデザイン卒。フォトグラファーを経て、国内アパレルメーカーにて、MD, SNS マーケ中心に 10 年間勤務

記載者氏名 石川雄一郎