

科コード RB1	科名 ファッション流通科 1年	単位	4単位
科目コード	科目名 ファッションビジネス	授業期間	通年

担当教員(代表) : 高橋 優	共同担当者 : 佐草 勇樹 / 澤谷 目童
-----------------	-----------------------

<p>【授業概要・到達目標・レベル設定】 ファッション業界における基礎知識 (FB の変遷、産業構造、流通の仕組み等) の十分な理解を目標とし、学びの成果としてファッションビジネス能力検定試験 3 級の取得を目指す。 また、各ジャンルでのトピックスを盛り込みながら、変化の激しいファッション業界に対応するための思考力を養う。 企業コラボレーションではテーマに沿った企画立案をし、プレゼンテーションを通し企画力・発信力を向上する。</p>
--

【授業計画】 (全 56 コマ)		
ファッションビジネスとは	2	<ul style="list-style-type: none"> ・ファッションビジネスにおけるファッションの特性を理解する ・ファッションビジネスの定義を理解し、それに求められる資質を理解する
ファッションビジネスの変遷	4	<ul style="list-style-type: none"> ・1950 年代～1970 年代 ・1980 年代～2010 年代 ・今、知っておくべきファッションビジネストレンド ・今後は予測してみよう
産業構造・流通・生産・職種	4	<ul style="list-style-type: none"> ・アパレル業界の産業構造を知り、各産業の役割や動向、業界のサプライチェーンの今と変化を理解する ・モノや情報がどのように消費者に届くのか流通の仕組みや構造を理解する ・生産に関わる仕事領域と貿易の基礎知識を学ぶ、業界内外の職種の特徴と業務を産業構造を通して理解する
【前期コラボレーション】 プロモーション企画演習 ◆ラフォーレ原宿	14	《愛と狂気のマーケット》に向けたプロモーション企画演習。 リサーチ・企画提案・プレゼンテーションの企画立案の基本を体感する。 ①目的や目標を明確にしたリサーチ力向上 ②リサーチ結果をもとにした分析・提案力の向上 ③コミュニケーション力向上 ④プレゼンテーション力向上
前期末試験説明・対策	1	<ul style="list-style-type: none"> ・前期授業振り返り
経営と情報活用	2	<ul style="list-style-type: none"> ・アパレル業界における経営とプロモーションに関する基礎知識を理解する ・ファッショントレンドが生まれるまでの情報の流れを理解する
ファッションマーケティングとファッションマーチャンダイジング	2	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの基礎知識を理解する ・マーチャンダイジングの業務領域と役割を理解する、VMD の役割と手法を理解する
計数管理	2	<ul style="list-style-type: none"> ・ファッションビジネスに用いられる数字 (計数) を知り、数字とビジネスのつながりを理解する ・計算演習を通じて数字からの現状分析や数字から課題などを読み解く
ファッション販売	1	<ul style="list-style-type: none"> ・販売の役割を知り、販売員と店舗の在り方を再確認する
企業とルール	1	<ul style="list-style-type: none"> ・社会における一般常識としての会社の仕組みや規定、ルールを理解する
ファッションビジネス能力検定対策	6	<ul style="list-style-type: none"> ・検定の傾向を知り、過去問を解きながら自身の苦手箇所を洗い出し、効率的・集中的に学びながら検定取得を目指す
【後期コラボレーション】 社会的課題を発見・理解し ファッションを通して発信する ◆SHIBUYA109	16	企業との取り組みを通し、社会的課題への理解を深め、自身の感性をふまえて課題解決に向けた発信・提案をする。 SHIBUYA109 渋谷店でのエキシビションを想定し、クライアント・ターゲット、コンセプトを設定する。 ①クライアントが求める企画立案 ②目的・目標を明確にしたリサーチ ③リサーチ結果をもとにした分析・提案 ④感性と理論の視点を持った企画提案 ⑤商品企画を活かすコーディネート撮影 ⑥プロモーションに必要な PC スキル ⑦プレゼン力の向上
総復習	1	ファッションビジネスの基礎まとめ

【評価方法・対象・比重】

S～C・F 評価

・出席状況 25% ・ファッションビジネス能力検定 25% ・レポート/プレゼン資料 25% ・前後期試験 25%

主要教材図書 文化ファッション大系 改訂版ファッション流通講座①ファッションビジネス 流通基礎編
ファッションビジネス [I] ファッションビジネス能力検定試験3級準拠

参考図書

その他資料

授業の特徴と担当教員紹介

アパレルマーケティング企業において、市場調査やアパレル企業、商社向けの企画提案を行っていた教員による授業である。

記載者氏名 高橋 優

2023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 ファッション流通科2年ファッションプロモーションコース	単 位	2単位
科目コード	科目名 エディトリアルワーク	授業期間	通年

担当教員(代表)：須藤亮	共同担当者： 三浦裕一郎・溝口加奈・中込啓士
--------------	------------------------

【授業概要、到達目標・レベル設定】

現在のファッションビジネスにおけるあらゆるコミュニケーション設計において、最も必要とされるスキル「編集力」を実践的に身につける。表現に必要な、エディトリアル（ライティング含む）・ビジュアルディレクション・アートディレクション・ウェブディレクションの4つのスキルを中心にエディトリアルワークを総合的に学ぶ。

【授業計画】

【テーマ】

「ファッションディレクターに必要な編集力を身につける」

ファッションディレクターに最も必要とされるスキルは、知識やセンスではなく、実は「編集力」。そして編集とは文字通り「集めて、編む」こと。拡散し続ける大量の情報の中から、どのようにして必要な情報を集め、その情報を「人々に伝えたいメッセージを100%伝える」ために、どういう筋道で編んでゆくか。この講座では、雑誌制作やビジュアルディレクション、ウェブコンテンツを制作するプロセスの模擬体験を通し、これからのファッションディレクターに求められる「編集力」の重要性を直感的に理解させていきます。

【項目】

1 エディトリアルワーク概論

編集力とは何かを知る。 2コマ 方法：講義 講師：須藤亮

2 編集力講座 4コマ 方法：講義・リサーチ・演習 講師：須藤亮（クリエイティブディレクター）

制作物 インタビュー記事／取材記事

使用ソフト ワードがインストールされていて、インターネット、ズームに接続できるPC。プロジェクタ。

3 ヴィジュアルディレクション講座 6コマ 方法 講義・リサーチ・演習 講師：溝口加奈（クリエイティブディレクター）

制作物 キービジュアル／ファッション特集4P

使用ソフト ワードがインストールされていて、インターネット、ズームに接続できるPC。プロジェクタ。

4 エディトリアルデザイン講座 6コマ 方法 講義・リサーチ・演習 講師：三浦裕一郎（アートディレクター）

制作物 CDジャケット／写真集

使用ソフト adobe illustratorのインストールされたPC プリンター カッターとカットティングシート クローズドサイトの仕組み

5 ウェブメディアディレクション講座 6コマ 方法 講義・リサーチ・演習 講師：中込啓士

制作物 ウェブサイトのランディングページデザイン

使用ソフト adobe illustratorのインストールされたPC プリンター カッターとカットティングシート クローズドサイトの仕組み

6 課題制作・総括 4コマ 方法：自主演習 講師：須藤亮（クリエイティブディレクター）

制作物 学んだことを生かしたZINE、またはウェブコンテンツの制作

【評価方法】 S～C・F評価 評価基準：学業評価 50% 授業姿勢 50%

主要教材図書 anna magazine／Container／mo-green の制作物

参考図書 適宜

その他資料 適宜

授業の特徴と担当教員紹介

アートディレクター 會澤明香 エディトリアルデザインを中心に、ファッションから企業広報までジャンルを問わず活躍。
クリエイティブディレクター 溝口加奈 ファッションというジャンルを中心に、クライアントの伝えたいことをビジュアルで表現
ウェブエディター 木村慶 編集力で機能的で意味の伝わるウェブサイト、コンテンツをディレクション。
クリエイティブディレクター 須藤亮 anna magazine、LUKE magazine、Container 編集長。また、編集的視点で企業のブランド設計を担当。

記載者氏名 須藤亮

2023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	ファッション流通科2年 ファッションプロモーションコース	単 位	1単位
科目コード	科目名	デジタルマーケティング	授業期間	後期

担当教員(代表) : 山田 雅之 (RAINBOW SHAKE Inc. 代表)	共同担当者 :
--	---------

概要
 最新デジタルマーケティングを学び、「SNSのプロになる」をコンセプトに、
 インサイト分析・デジタル広告運用など様々な視点で分析から戦略、戦術まで実行できるスキルを身につける。

コマ数	内 容
1	デジタルマーケティング基礎論①
1	デジタルマーケティング基礎論②
1	SNS マーケティング基礎論①
1	SNS マーケティング基礎論②
1	SNS ビジネスアカウント運営基礎論①
1	SNS ビジネスアカウント運営基礎論②
1	デジタル広告運営基礎論①
1	デジタル広告運営基礎論②
1	SNS メディアプランニング①
1	SNS メディアプランニング②
1	SNS メディアプランニング③
1	SNS メディアプランニング④
1	SNS メディアプランニング プレゼンテーション
1	SNS メディアプランニング プレゼンテーション

【評価方法】
 S～C・F評価、評価基準：学業評価50% 授業姿勢50%

主要教材図書
参考図書 その他資料

授業の特徴
 SNS マーケティングを軸に最新のトレンドマーケティングを実践で覚えていき、SNS のプロになる授業

担当教員 : 山田雅之 RAINBOW SHAKE Inc. 代表取締役/ファッションディレクター
 2007年 H. P. FRANCE に入社。ショップディレクションやプレスを経験後、独立。2018年に RAINBOW SHAKE Inc. を設立。国内外のファッションブランドのブランド企画、商品生産、PR、撮影、販売まで手掛けているファッションディレクター。Instagram : @yamadamasha

記載者氏名 山田 雅之