

科目名 Course Name	ファッションビジネス Fashion business			ナンバリング No.	C1-011		
年次	1年	期別	前期	単位数	2	授業形態	講義
担当者氏名	飯塚 晃代						
連絡方法	C-ラーニング で対応。または栄養棟3F 研究室						
必修/選択	選択						
関連 DP	DP2, DP3						
授業の概要と到達目標	ファッションビジネスの基礎①製品、商品企画、素材、製造、販売、流通を理解できるようにする ②MD,VMD などの職種や業種の専門用語とその内容について知識を深めるようにする。 ③生活者のライフスタイルについて理解を深めることができる。						
授業の方法	教科書・プリントを主とし、市場調査、グループワークなどを加えながら授業を進める。①ファッションビジネスの仕事、商品知識 ②現代服の成り立ちとその変遷、流行などについて学ぶ。 ③職種と業種、ファッションビジネスの仕組みと構造(1～5回をテスト) ④マーケティングの基礎知識、ブランド調査 ⑤SNS を利用した最新のマーケティング、AI マーケティング ⑥生活者のクラスタ分析を行う ⑦ギフトの一般知識と技術を習得する ⑧ディスプレイ調査、研究 ⑨商品企画の考え方・提案 ⑩発表、講評。資料・レポートの提出(ポートフォリオ提出)						
学習成果	L01						
	L02	ファッションと生活との関係について理解することができる。 ファッション商品と仕事を理解することができる。					
	L03	ファッションビジネスでは企業側(主にアパレル側)は、その時の生活者(消費者)の要求をくみとり、快適な生活を創造するための商品やサービスを提供するという仕組みを理解することができる。					
	L04	商品企画を自ら提案することができる。					
課題に対するフィードバック	小テストは試験後に回答を示す。						
教科書/参考図書	教科書:ファッションビジネスII 能力検定試験2級準拠 (財)日本ファッション教育振興協会 授業内プリント配布						
履修上の留意点やルール等	2/3 以上の出席がないと受講資格を失う。クリアファイル A4用意。						
担当教員の実務経験							

成績評価の方法と基準					
評価の領域	評価基準	学習成果の割合			
		L01	L02	L03	L04
授業参加態度					
レポート/作品	レポートについて、課題の内容を適切に調査、考察、説明しているか、成果や感想が的確に述べられているかを評価する。期限内に作品・ポートフォリオ提出がされたかを評価する。		30		
発表					
小テスト	基礎的内容が理解されたかを評価する。		10		
試験	ファッションビジネスの知識・技術が理解されたかを評価する。			30	
その他	商品の具体的な提案・企画ができていないかを評価する。				30
合計			40	30	30

回数		授業計画
1	授業内容	ガイダンス、ファッションの意味、ファッションビジネスの変遷
	事前・事後学習	ファッションとファッションビジネスの基礎知識、変化を理解する。
2	授業内容	職種：企画、デザイナー、生産現場、販売、販促、VMD、流通
	事前・事後学習	アパレル業界の職種と業務内容を理解する。
3	授業内容	ファッションの歴史
	事前・事後学習	1960年以前のファッション、1970年～2000年、2000年以降
4	授業内容	ファッションビジネスの変遷、動向
	事前・事後学習	ファッションビジネスを巡る環境変化、ファッション消費の変遷
5	授業内容	今日のファッションビジネス、①2000年以降
	事前・事後学習	グローバル化、海外企業の日本進出、日本企業の海外進出
6	授業内容	今日のファッションビジネス ②インターネット、SNS活用
	事前・事後学習	ファッションスタイルの変化、現代のファッション消費
7	授業内容	マーケティングの基礎知識、市場分析
	事前・事後学習	マーケティングリサーチの必要性、ブランドとは。
8	授業内容	市場分析 商圈調査 [レポート提出]
	事前・事後学習	近隣商圈、ブランドの調査—市場を属性ごとに細分化して調査する。
9	授業内容	ブランド企画 (ファッション・雑貨) の実践
	事前・事後学習	各自のアイデアで製品企画・数量・販促等を考える。
10	授業内容	ギフトラッピングの種類、VP・PP・IP
	事前・事後学習	実務として、多様な包装を習得する。(紙・箱・布・リボン)
11	授業内容	ファッション販売
	事前・事後学習	販売の仕事とコミュニケーション、接客技術の基本
12	授業内容	マネキンと小物を用いたディスプレイ演習、ピンワーク
	事前・事後学習	商品演出と商品陳列
13	授業内容	ビジュアル・マーチャンダイジング (VMD) とマーケティングについて
	事前・事後学習	製品によってマーケティングは変わるが、顧客目線で戦略を考える。
14	授業内容	VMD とマーケティング効果について
	事前・事後学習	ファッション情報の種類とマーケティング効果、売り場の商品構成
15	授業内容	AI マーケティングの未来、新たな市場創造、4C 戦略
	事前・事後学習	価格・流通・販促のミックスでマーケティングを創造。