

1. 授業の概要(ねらい)

「アパレル」とは狭義では衣服のことを指し、衣服製造業や流通・小売業などが「アパレル産業」と呼ばれています。しかしながら現代では衣服のみならずライフスタイルを全般的に捉えた消費行動が一般的になっており、それらの消費行動を踏まえて産業活動が行われています。このことから本授業ではアパレル産業にとどまらず、ファッションビジネスからライフスタイル全般に関わる産業まで広く視野に入れて講義します。なかでも、「川下」と呼ばれる小売業の視点でビジネスを捉え、そこで必要となるブランドデザインの考え方やマーケティングの基礎知識、商品管理、販売管理、係数管理の基礎知識を学ぶことを目的とします。

2. 授業の到達目標

販売の現場で必要となる知識の習得(リテールマーケティング検定2級程度の知識)
アパレル(ファッション)ビジネス業界就職希望者の業界基礎知識の習得

3. 成績評価の方法および基準

毎週簡単な課題をLMS上で課します。(課題の提出を以て出席扱いとします)
成績は課題の提出回数と、各課題の点数から総合的に評定します。
おおむね出題回数の7割以上の課題提出を求めます。
※対面授業、オンライン授業に関わらず、成績評価方法・基準は変わりません。

4. 教科書・参考文献

教科書
教科書は使用しません。

5. 準備学修の内容

普段の買い物でよく使うお店やショッピングセンター、ECサイトなど小売の現場が日々どのように変化しているか、常に観察してください。

6. その他履修上の注意事項

学生の皆さんの考えや意見を聞きながら、これからのファッションビジネスや小売業のあり方について一緒に考えたいと思います。課題提出を通じて、積極的な意見交換を期待します。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション(ファッションビジネスの構造と、本授業で扱う範囲)
- 【第2回】 消費を取り巻く環境の変化(マクロ環境や近年の消費者意識の変化)
- 【第3回】 小売業の類型とその歴史
- 【第4回】 アパレル産業の成立から現在まで
- 【第5回】 戦略論の基礎知識(自分が店を開くとしたら)
- 【第6回】 マーケティングの基礎知識(4P理論の小売業への応用)
- 【第7回】 ファッションビジネスの特徴と顧客との関係性
- 【第8回】 ストアオペレーション①(経営管理・計数管理)
- 【第9回】 ストアオペレーション②(販売計画の位置付けとマーチャンダイジング、VMD)
- 【第10回】 ストアオペレーション③(販売員の目的と役割)
- 【第11回】 サプライチェーンマネジメントから見たファッションビジネスの変化
- 【第12回】 ラグジュアリーブランドのマネジメント
- 【第13回】 ファッションEC市場の現在と課題
- 【第14回】 これからのファッションビジネスを考える
- 【第15回】 まとめ【オンライン授業:LMSによるオンデマンド】