

平成25年度 事業報告書

<総括的概要>

「一般財団法人ファッション産業人材育成機構」に移行2年目の平成25年度は、4月に前ルミネ会長の花崎淑夫氏をI F I ビジネス・スクールの特別顧問に迎え、女性を中心とした「アドバイザー・ボード」を組織して講座改革の議論を進め、具体的な成果として下期に「新講座」を立ち上げるなど新たなスタートを切ることが出来た。

事業別内容としては、新講座を開講した「セミナー事業」、企業個別対応の「カスタムメイド・プログラム」、会員数が大幅に増加したファッションビジネス研究会など「研究会事業」の3カテゴリーが収益予算を達成したが、「基幹コース」の受講生募集が伸び悩み、中でも「マネジメント・コース」が大幅な予算未達になるなど、来期への課題を残す結果となった。

また、本年度はホームページの刷新、eラーニングの強化に投資を行い、I F I の活動を業界に向けて大きくアピールし、企業派遣に加え、一般生の確保に向けて準備を行なった。

平成25年度 事業活動概要

I. 事業実施状況

実施事業

継続1事業

基幹コース

●マスター・コース（全日制1年間）

ファッション・ビジネスの基本を総合的、体系的に学ぶ、全日制一年間のコース。

25年度は、「産地研修」や「生産現場実習」などの国内研修の他、フランス、イタリアなどファッションのルーツを訪ねる「欧州研修」など、校外授業の充実は勿論の事、講義内容も「メディア・コミュニケーション」や「業態開発講座」など時代性に合った新しいカリキュラムを積極的に導入し、魅力ある講座づくりに邁進した。受講生は前年より1名増の8名。

このコースに登壇いただいた講師陣は、年間延べ113名。その中で24名が今年度新たに登壇。

●プロフェッショナル・コース

夜間半年間全20回のコース。現場実務者向けの実践コースで、派遣元の人事担当者からも評価の高いコース。平成25年度は重点クライアントとの「取り組み」はきちんと出来たものの、新規企業の開拓が進まず、目標人数(145名)には未達。

| 講座名 | 期間 | 開催日 |
|------------------|-------|-----|
| 「ファッションMDの基礎」 | 4～9月 | 月曜 |
| 「アパレルMDの実践A」 | 4～9月 | 水曜 |
| 「アパレルMDの実践B」 | 4～9月 | 木曜 |
| 「リテールMDの戦略立案と運営」 | 4～9月 | 火曜 |
| 「ファッションMDの基礎」 | 10～3月 | 月曜 |
| 「アパレルMDの実践A」 | 10～3月 | 水曜 |
| 「アパレルMDの実践B」 | 10～3月 | 木曜 |
| 「リテールMDの戦略立案と運営」 | 10～3月 | 火曜 |

●マネジメント・コース

ファッション関連企業の中堅幹部向けコース。ワークショップを取り入れた実践的なカリキュラムではあるが、対象となる多忙な幹部候補者を、終日6日間拘束するという講座編成が大きな障害となり、募集が難航した。

26年度は、平日の夜間と土曜日を組み合わせた新しい講座編成に再構築。

| 講座名 | 期間 |
|------------------------------|----------------|
| 事業改革プログラム 「既存事業の改革プランの立案」 | 5月・6月 (6日間) |
| 事業創造プログラム 「新規事業創造プランの立案」 | 1月 (6日間) |

●エグゼクティブ・コース

経営者および経営幹部向けのコース。夏期セミナーは一泊二日の合宿形式。25年度は北陸の合織産地から天池合織(株)天池社長、物流事業の(株)ハマキョウレックスの大須賀会長、商業施設開発の三井不動産(株)の安達氏をゲスト講師にお迎えし、繊維ファッション産業における川上から川下に至るバリュー・チェーンの中での各々の立場から「事業構造の大改革」についてお話いただいた。受講者数は17名。

2月の「エグゼクティブ・フォーラム」は、大人たちに向けた新しい生活提案の場として「代官山蔦屋書店」を成功させたカルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)増田社長をお迎えして、「日本のファッション産業を元気にする会」を開催した。

| テーマ | 期間 |
|--------------------------|--------|
| EXC 「事業構造大改革への挑戦」 | 7月6・7日 |
| EXF 「日本のファッション産業を元気にする会」 | 2月26日 |

●特別プログラム

特定分野を深耕する為の、短期集中講座。25年度下期に「デザイン・プロデュース」講座と、ストリート・フォトグラファーのシトウ レイ氏をコーディネーターに迎えた「気になるヒトのヒト・モノ・コト」の2講座を新規に展開。新しい顧客層開拓の足掛かりとなった。

| テーマ | 期間 |
|--------------------------|--------------|
| ・実践ビジュアル・マーチャンダイジング | 6月/12月 |
| ・次世代の商業施設戦略 | 10月・11月 |
| ・デザイン・プロデュース new | 11月～1月 |
| ・気になるヒトの ヒト・モノ・コト new | 2月～3月 |
| ・e-Learning で学ぶ「素材の基礎知識」 | 4月～8月/10月～2月 |

●地方開催講座

プロフェッショナル・コースの全日5日間版を、大阪で開催。

大阪講座

| テーマ | 期間 |
|----------------|------------|
| 「実践マーチャンダイジング」 | 5月～6月 全5日間 |
| 「実践マーチャンダイジング」 | 10月 全5日間 |

●大学講座

「ファッション人材の育成事業」の産学連携プロジェクトとして、大学の学部にはファッション・ビジネスの基礎講座を設置し運営した。平成25年度は7大学8講座。

| 大学名 | 学部 | 講座名 |
|--------|------------|--------------------------|
| 青山学院大学 | 青山スガード教育機構 | 感性ビジネス講座 ファッションビジネス戦略論 |
| 青山学院大学 | 青山スガード教育機構 | 感性ビジネス講座 ファッション産業のフロンティア |
| 明治大学 | 商学部 | ファッション・ビジネス論 |
| 東京経済大学 | 経営学部 | 産業特論 I・ファッションのマーケティング |
| 日本女子大学 | 家政学部 | ファッション・ビジネス戦略論 |
| 同志社大学 | 経済学部 | クリエイティブ産業論 |
| 目白大学 | 社会学部 | ファッション・ビジネス戦略論 |
| 横浜国立大学 | 国際総合科学部 | ファッション・ビジネス戦略論 |

●ファッション産業説明会（ファッション・ビジネス・ガイダンス）の開催

繊維ファッション産業への就職を目指す学生を対象に、無料で説明会を開催。

この説明会は、繊維ファッション産業の現状や構造を解説するとともに、優秀な学生にこの業

界に就職してもらおうのが狙い。平成25年度は、5回開催し、延べ255名の学生が参加した。また、ホームページで商品が消費者に届くまでのプロセスと、職種や仕事の内容を紹介した「お仕事図鑑」を開始した。

継続2事業

●アドバイザー委員会

I F I が運営する講座の内容や運営手法について、意見やアドバイスを発信する委員会で、平成25年度の講座改革に向けた会議を4月・8月に実施。

●調査・資料収集

図書および資料の収集並びに一般への公開

ファッション・ビジネスの調査・研究に有益な図書及び資料等を収集し、広く一般に公開しているが、さらに内容を充実するため、講師の書籍やファッション誌などの増強を検討している。

その他事業

他1事業

●カスタムメイド・プログラム

- ・ 「マーチャンダイジング基礎セミナー」「産地研修」
- ・ 「ファッション・ベーシック・トレーニング」
- ・ 「素材・商品・MD研修」
- ・ 「素材・商品・MD研修」「産地研修」
- ・ 「産地研修」
- ・ 「新入社員研修」
- ・ 「特別講義」
- ・ 「MD研修」

他2事業

●調査・研究事業

1. 「研究会」を選択と集中

繊維ファッション産業を取り巻く環境が複雑かつ急速に変化する中で、「旧来の常識を打ち破るイノベーション」が、各業種の各段階で求められている。I F I では、他業種を含む各分野で成果を挙げている注目の人から直接話を聞くことで参加者が刺激を受け、所属企業などに戻ってイノベーションを起こすことができるよう、平成23年度に研究会を立ち上げた。3年目の25年度は選択と集中をさらに進め、1年間の会員制で10回の講演と2回の交流会で構成される「I F I 繊維ファッションビジネス研究会」では、会員数が前年度の30社から46社に増加。また、スマホや多機能携帯端末の急成長がファッション業界にどのような影響を与

え、今後どのような対応が必要かを探る「I F I ネット・ビジネス研究会」も、「オムにチャネル」を全体テーマに掲げ、5名の専門家にお話をいただいた。

| | 会員 | 開催 |
|---------------------------------|------|------|
| 平成 25 年度「I F I 繊維ファッションビジネス研究会」 | 46 社 | 10 回 |

2. 繊維ファッション産学交流会議への参加

繊維ファッション産学協議会が主催し、経済産業省・文部科学省が後援している第20回「繊維ファッション産学交流会議」が2月7日、「服の日」記念行事と同時に開催された。I F I の専務理事が産学交流会議実行委員会のメンバーに参画しており、繊維ファッション産業と産業に関わる学校関係者の交流を深めるのが目的。今回は、水野大二郎慶應義塾大学環境情報学部専任講師が「ファッションデザインの更新可能性とは」をテーマに、また、廣内武日本アパレル・ファッション産業協会理事長が「日本のファッションビジネスの輝かしい将来に向けて」、大沼淳日本ファッション教育振興協会理事長が「ファッション文化が近代日本をつくった」をテーマにそれぞれ講演し、終了後に合同懇親パーティが開催された。

3. 主要講座構築への情報収集と分析

繊維ファッション産業の動向や、産業を取り巻く環境変化などに関する情報を収集し、講座の組み立てや案内状などに反映。

●情報提供事業

1. ホーム・ページによる情報発信

受講者の高い評価が外に伝わっていない現実を踏まえ、ホーム・ページを全面リニューアルし、2月末に完成した。その結果、一人あたりのHP滞留時間は、従来の約30秒から年度末には4分30秒に拡大した。

2. 人材マネジメント懇話会の開催

繊維ファッション企業の人事担当者を対象に、関心が高いテーマを取り上げ、講演と終了後に意見交換も行い、人材育成の環境整備やネットワーク構築に努めた。7月16日に厚生労働省政策評価に関する有識者会議委員の渥美由喜氏が、ワークライフバランス・ダイバーシティについて、また3月6日には㈱三越伊勢丹ホールディングス執行役員経営戦略本部人事部長の中村守孝氏が「三越伊勢丹におけるダイバーシティに関する取り組み」について、それぞれお話しいただき、終了後に交流会を行った。

3. マスコミ懇談会の開催

マスコミとの懇談会である「一木会」を、偶数月の第一木曜日を基本に開催し、I F I の活動に対するマスコミの理解向上を図るとともに、積極的に情報発信を行った。現状は織研新聞、WWD、繊維ニュース、アパレル工業新聞、近代縫製新聞、通販新聞、月刊ファッション販売、アパレルウェブ、日本経済新聞などが参加している。

4. 広報活動の充実

広報の重要性が一段と高まる中で、広報担当を増強してこまめにプレスリリースをマスコミ各社に送信したほか、フェイスブックを立ち上げて日々の授業の様子やトピックスなどを発信。またファッション・ビジネス・ソリューション・フェアやテキスタイル・ネット展に出展して I F I の特徴などを積極的にアピールした。

●交流・協力事業

1. 経済産業省、文部科学省に協力

経済産業省が推進している社会人の人材育成に対する意見や、文部科学省が文化学園に委託している「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業」に委員として参画。

2. 墨田区との共同事業の推進

墨田区は本財団の最大の出捐元であり、地元の繊維ファッション企業も多くが出捐している。墨田区との連携を一層強化するため、「墨田区・I F I 連絡協議会」の回数を増やした。連携を密にしたこともあって、エグゼクティブ・コースを「ファッション産業人材育成支援事業」（半額補助）の対象にしていただき、マスター・コースと地域開催講座を除く全ての講座に適用されることになった。また、全日制マスター・コース「すみだプロジェクト」の一環として、7月に開催された「中小企業サミット」や10月開催の「墨田区モノ・コト市」に学生と教員が参加、1月の錦糸小学校における出張授業では、6年生に対してマスター・コースの学生が2回の授業を実施した。