

2023 年度 事業報告書

(総括的概要)

2023 年度は、5 月に新型コロナ感染症の位置付けが 5 類へと変更になり徐々に平常を取り戻しマーケットも回復に向かい、アパレル及びリテールの売上、業績ともに大幅に改善してまいりましたが、一方で急速な円安、原材料価格の上昇、人手不足に加えて世界的なインフレ更に、ロシアによるウクライナ侵攻の継続、シリア・パレスチナ問題等、ファッション業界を取り巻く環境は、まだまだ楽観視できるものではありません。

更に大きな課題として「低価格志向からの脱却」があげられると思います。差別化された商品、付加価値のあるモノ創りを実現し、しっかり価格転嫁ができ収益の向上を実現した上で賃金の向上を目指し、優秀な人材をファッション産業界に迎えることが必要と考えます。また一方で、産地では後継者不足という深刻な問題も抱えています。

2022 年秋に政府から提案された「リスクリング問題」「人的資本の開示義務」についても 2023 年度は着実に動き始めており、当 IFI ビジネススクールとしてもこの二つの課題を常に念頭に置いて講座の充実、カリキュラム再編にあたってまいりました。

2023 年度は、長年の課題でありましたエグゼクティブコースに、多数の女性の参加を頂き新しい流れが出来ました。ダイバーシティが叫ばれる中、ファッション産業界に変革をもたらす大きな一歩が踏み出せました。

更に、2018 年度下期スタートをいたしました「デジタルビジネス講座」も順調に推移し 5 年間で 256 名の修了生が誕生し大きな戦力になり活躍されています。

特別プログラムとして 2023 年後期に開催した管理職向け「デジタル時代の経営マネジメント」講座も受講者から好評をいただき、デジタル人材育成のためにも貢献出来たと思っていますと共に今後、より充実した内容にしたいと考えています。

今後ファッション業界に変革をもたらすことのできる若手の人材育成は急務であり、女性の登用も欠かすことが出来ない喫緊の課題であると考えます。若い人達が多くのネットワークを築き沢山の引き出しを持ち多様性の中から独自のイノベーションを起こし各自の企業、しいては日本のファッション業界に貢献して欲しいと願っています。

最後に、資産運用につきましては円安効果もあり基本財産運用益をしっかり確保することが出来ました。アメリカのリセッションの懸念もやわらぎソフトランディングの様相を呈しておりインフレがおさまり利下げが行われたとしても、順調に運営できる環境にあります。

2023年度 事業活動概要

I.事業実施状況

継続1事業

基幹コース

●エグゼクティブ・コース

23年7月22日（土）・23日（日）

ニューオータニ ザ・メインB1F 宴会場「舞の間」・「翔の間」

テーマ：「再び始まる経営者の時代」

講師、講演テーマ

☆一條学長 オープニング・セッション

『再び始まる経営者の時代 ～実行のリーダーシップ』

☆株式会社ウェザーニューズ 代表取締役社長 最高経営責任者 草間千仁氏

『ウェザーニューズの挑戦 80億人情報交信台

～世界中の人が天気を味方に～』

☆ヒラタワークス株式会社 代表取締役社長 平田静子氏

『女性のキャリアのつくり方 ～平田静子の場合～』

☆元LVMHジャパン 代表取締役社長 エマニュエル・プラット氏

『オンライン特別対談』

IFI理事長・萩平勉

☆佐藤繊維株式会社 代表取締役社長 佐藤正樹氏

『「ものづくり」から見た2030年のファッション・ビジネス』

20年・21年と開催を見送り、代替えとしてウェビナーを開催してきたが、22年よりリアル開催。本年より懇親会もパーティー形式で実施し、完全にコロナ以前の開催形式に戻した。そのため参加者同士、講師との交流も十分に図る事ができ、満足度高く終えることができた。

申込み 33名 男性20名・女性13名 (22年実績：30名)

●アドバンス・コース

23年 5/13土～12/02土

各週水曜日 18:00～20:00 月1回土曜日 10:00～15:00 全32時限（120分）

受講生実績 7名 （22年7名・21年6名・20年中止）

一昨年より受講生の労働環境や働き方の変化を考慮して開催方法を変更。個人で学び、深く考えるカリキュラムはオンラインで、集合での演習が重要なカリキュラムは教室開催でと目的、成果を明確にして、業務上で重要な任務を担い多忙な受講生の方々に、受講しやすい環境を整えている。また、効果的に講義を理解するため、オンデマンド（ビデオ）視聴による事前課題学習を導入したことで教室での受講が効果的に進行し、理解レベルも高位で安定した。

カリキュラムにおいても、特定分野のスキルアップに偏ることなく、経営に必要な多分野にわたる基礎知識やリーダーシップ、コミュニケーションの能力を身に付けてもらうことは従来と変わらないものの、現状の経営課題に対する認識と、即効性のある解決策を模索し、将来はもとより、現状の実務に役立つ情報・方策を得てもらうことを意識させた。そのため最終課題も、自社の課題解決に向けた新規事業の提案が多くなされた。

（講座カリキュラム、講師紹介は別途掲載）

●プロフェッショナル・コース

現場実務者向けに週一回（夜間）半年間に渡る実践コース。ファッション・ビジネスの第一線で活躍している講師陣による講義を通して、知識を習得すると共に、グループワークによる「課題発表」などを通じて受講生相互間のネットワークを構築。

★「ファッション・マーケティングMD編」

2021年度前期より、「店舗MD」と「ファッションMDの実践」の両講座を統合し「ファッション・マーケティングMD編」として再編。更に水曜日を教室開催講座、木曜日開催を完全オンライン講座として受講の幅を広げた。それにより、木曜日のオンライン講座には地方からの受講もあった。

上記、統合、改変の意図は「創る仕事（企画）」「売る仕事（店舗）」という狭義の分業の概念にとらわれずに、顧客・消費者の欲しいものを知り、創り、造り、伝え、届け、お客様と繋がり続ける目標を、社内各部署の協業により実現することが重要な現代、「企画」「店舗」の双方から同じ課題を掘り下げることによって、社内外の協業を「お客様視点」で実践するスキルを習得してもらうことにある。

★「デジタル・ビジネス講座」

コロナ禍においてもコンスタントに受講生を確保し現在に至る。昨年までは完全オンラインの講座として運営していたが、22年後期より教室にて対面形式の開催に移行。それをライブ配信し

て、地方の方にオンラインで参加していただくハイブリッドな形態で講座を運営している。

そのため、グループワークはオンラインでの作業となるが、受講生のリモート講義への順応は目覚ましく、初対面のグループワークもオンラインできちんとまとめ、成果を残している。講座の内容の進化、深化はもとより、オンラインでのワークを経験できること自体に受講価値があり、ここでも講師を交えた相互交流は深まっている。

3講座併せての受講生の確保の結果は、前期は受講生の確保に苦戦して30名（19年82名・20年中止・21年48名・22年41名）。後期61名（20年82名・21年78名・22年・73名）。年間93名（21年126名・22年114名）。受講生が下期に集中する傾向が顕著。理由として人事異動直後の4月は時間的に受講生の派遣が難しいとして、大手企業が派遣を下期にシフトしたことがあげられる

対策として、「デジタルビジネス講座」を22年後期より教室開催に戻した。加えて、その講座をライブ配信し、地方からのオンライン参加を募ったところ、地方からの参加が増加傾向にある。引き続き「ファッション・マーケティング講座オンライン開催」と併せて遠方からの受講生募集に尽力する。また、後期より金曜開催を木曜開催に変更し、実務での実行のタイミングを充実させるなど「実務に生かせる講座」を意識した。

23年の派遣企業数は29社と横這い。（前年30社）新規企業の開拓が急務である。

23年プロフェッショナル・コース 受講生内訳

講座名	期間	開催日	受講者（人）
【前期】	4～9月		
「ファッション・マーケティング MD 編」	教室開催	水曜	12
「ファッション・マーケティング MD 編」	オンライン開催	木曜	0（不開催）
「デジタルビジネス講座」	教室＋オンライン	金曜	18
			30（名）
【後期】	10～3月		
「ファッション・マーケティング MD 編」	教室開催	水曜	30
「ファッション・マーケティング MD 編」	オンライン	木曜	8
「デジタルビジネス講座」	教室＋オンライン	木曜	25
			63（名）
合 計			93（名）

特別プログラム

●短期集中講座

特定分野を深耕する為に開催する、短期集中講座。

2020年度は開催中止。その間にオンデマンド化を図り、21年上期よりリニューアルして再開

☆ 実践ビジュアル・マーチャンダイジング

「事前の録画学習」＋「ライブ講義受講」＋「リアル実習」

オンデマンド学習、リモート講義と実習を組み合わせた形態にリニューアルし

今の時代に合わせ受講する方のペースで学べるように改革

実績： 8/01～8/30 事前動画予習＋ZOOM 講座 2回 現地実習 1日 受講 10名

☆ オンデマンド・プログラム 「アパレル素材の基礎知識」

☆ オンデマンド・プログラム 「洗濯・保管の基礎知識」

☆ オンデマンド・プログラム 「ファッション・ビジネス入門」

株式会社三陽商会・内定者入社前研修教材として使用

☆ 「アパレル素材の基礎知識」1日集中セミナー

「オンデマンド・プログラム」との内容の重複を最小限に抑え、「クレーム事例」や「景表法、品質表示法」等、素材の選択に起因する実務上の事例を中心に解説し、検索してわかる知識より、実務で備えておくべき実践知の提供に重きを置く

実績： 7/27 開催 受講 8名

●地方開催講座

プロフェッショナル・コースの地方開催の要望に応じ開催していた大阪開催を19年より拡充。「MD 講座」に「店舗 MD」「デジタル・ビジネス」の要素を加え、従来の5日間開催を8日間に拡大して年1回下期に開催。

2023年実績

10/13（金）～12/08（金）全8回

10:00～17:00（120分*3時限）

会場： 京阪シティモール（天満橋）

	期間	受講者（人）
・大阪開催講座（金曜日終日 8日間開催）	10月～12月	計9

●経営層に向けた特別プログラムの開催

「デジタル時代の経営マネジメント」

～DX 推進のための経営層に向けた意思決定講座～

9/23 10/14 10/28 11/18 1/13 土曜日 全5回

講義：10:00～12:00 昼食・懇親会：12:00～13:00

申込実績：11社 12名

特色： 同伴受講を可とし、社内での浸透、変革を加速させる

監修： 奥谷孝司 氏 オイシックス・ラ・大地株式会社執行役員 COcO

顧客時間共同 CEO 取締役

奥谷氏が各回ファシリテーターとして講座をリードし、インタラクティブな講座を展開する受講者の間はもとより、講師の方との懇親も積極的に実施。人脈の構築に有効。

同伴受講を認めたことにより、人事、経営企画等の責任者と話題を共有できることも好評

●大学講座

「ファッション人材育成事業」の産学連携プロジェクトとして、学生のファッション産業に対する正しい理解と、有能な人材を業界内に受け入れる事を目的に、大学の学部でファッション・ビジネスの基礎講座を単位付で設置し。2023年度は4大学で7講座を運営。

大学名	学部	講座名	受講人数
青山学院大学	青山スタンダード教育機構	感性ビジネス講座 ファッション産業のフロンティア	500
青山学院大学	青山スタンダード教育機構	感性ビジネス講座 ファッション・ビジネス戦略論	500
東京経済大学	経営学部	ファッション・ビジネス論	300
同志社大学	経済学部	クリエイティブ産業論	400
東京都立大学	経済経営学部	経営学特殊講義 ファッション産業の現在	300
計		4大学 7講座	2,000

継続2事業

●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・研究に有益な図書並びに資料等を収集し、広く一般に公開。講座講師の書籍を購入・受講生に貸し出しを行う。

その他事業

他1事業

●カスタムメイド・プログラム

企業や団体の要望に応じ、最適なカリキュラムを構築し、研修を実施、初期の目的を達成していくプログラム。

感染症拡大により、企業の対面・集合研修の禁止や、移動の制限により開催が制限されていたが回復基調にあり、企業からの問い合わせも多い。

【23年開催実績】

- ☆ 大阪メンズアパレル工業組合 単日セミナー
- ☆ 岩崎学園 F-カレッジ 通期 : 前後期 15回 「流通論講座」 継続開催
- ☆ 株式会社三陽商会 内定者入社前教育 「オンデマンド・プログラム」の貸与
- ☆ 株式会社しまむら

1. 期日 全10回 24年3月～8月 (現在開催中)

リアル講義、録画講義 (vimeo) 組合せ

*リアル講義

原則水曜日 AM 9:00～12:15 180分

9:00～11:45 講義 150分 (途中休憩5～10分含)

11:45～12:15 質疑応答 30分

*録画講義 (vimeo)

配信期間 約2週間 (原則水曜日スタート)

講義時間 60～90分程度

2. 対象者: 「しまむら」貿易部、商品部、品管のメンバー 約20名位
入社5年～15年 商品部 (仕入バイヤー) 経験者 (貿易部、商品部、品質管理部)
3. 目的: 自社でのモノ作りにおいて、コストバランス×価値の高い商品作りを目指す
「生産」「商品」について、実践的な知識を習得する
4. 主な内容: 「素材の応用」「商品アイテムの研究 (副資材含)」「品質 (染色、縫製)」を学ぶ
「商品解体」「商品研究」を通じて、ものづくりの力を養う
・商品領域: カジュアルウェア中・軽衣料 (レディース中心/メンズ/キッズ)
ニット、カットソー、布帛
化学繊維中心 「素材の基礎」

他2事業

●調査・研究事業

1. 「IFIファッション・ビジネス研究会」

2011年に業界改革の一助となるべく立ち上げた当研究会も開催を重ね、130回を越えるも、会員企業数は2022年度に前年の46社から45社に減少。23年度もその会員数を維持。

感染症対策として会場開催をビデオ配信に切り替えて3年目、従来の会場開催に於いては各社4

名と参加人数に制限を設けざるをえなかったが、ビデオ配信においては、受講制限を設けずに、会員企業内で自由に URL を拡散してもらい、多く方に聴取してもらった受講形態にした。この点は会員企業から好評。ただ、リアル開催での交流を望む声もあり、2022 年後期より一部会場開催を再開。その場合も後日、ビデオでの配信は実施している。

●交流・協力事業

墨田区との共同事業の推進

墨田区は当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。その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」において「ファッション産業人材育成支援事業」（授業料補助）の制度を活用して地元企業に還元した。さらに「すみだ次世代経営研究協議会」に委員として参加したほか、地元の東京ニットファッション工業組合（TKF）に、I F I がどのような貢献ができるかについて意見交換した。

外郭団体との連携

- 一般財団法人日本ファッション協会
- 一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構
- 一般社団法人日本プロフェッショナル販売員協会
- 特定非営利活動法人尾州人材育成機構
- 一般社団法人日本ショッピングセンター協会
- ファッションビジネス学会
- 一般財団法人オープンバッジ・ネットワーク