

2019年度 事業報告書

<総括的概要>

2019年度ファッション産業界は非常に厳しい環境下ではありましたが、当財団におきましては各企業のご協力とご支援を頂きながら当初の計画通り事業を推進、運営することができました。

事業収支につきましては、収入の部で、継続Ⅰの基幹コースにおいて前年の人員を確保出来たこと、その他事業の研究会部門、カスタム部門も好調に推移し、また資産運用益につきましても予算を大きく上回ることが出来ました。

支出の部では、欠員補充による人件費が前年に比べて増加したもののその他の経費を削減でき予算内に収束させることができ事業収支としては予算を達成することができました。

事業活動につきましては、開校以来基幹コースの受講者数の累計が6517名となりました。特に、それぞれのスキルを上げるための当ビジネススクールの看板コースであるプロフェッショナルコースにおいては3628名(全体の55%)の方々が修了されました。

本年は、最も歴史のあるファッションMD講座、モノ創り講座に加えて2018年スタートのデジタルビジネス講座に幅広い分野の企業から多くの受講生が安定的に増えプロフェッショナルコースの中核に成長してきています。また、2019年後期スタートしました店舗MDの貢献もあり受講生増につながりました。

次に研究会部門においてはファッションビジネス研究会の参加企業が前年の51社から4社増え55社となり、2011年のスタート以来9年間で87回を数えるまでになってまいりました。

更に、研究会短期プログラムとして2017年にスタートさせました物流問題をテーマにした「ロジスティクス研究会」と、2018年にスタートしたデジタル時代のファッションビジネスをテーマに企画、生産に携わる方々を対象にシステムソリューション、IoT、AIの活用とグローバル化への対応を目的とした「ファッションテック講座」を中心に開催してまいりました。この二つの講座につきましてはグローバル化、デジタル化対応を念頭にさらにブラッシュアップを続け充実した講座にしていきたいと考えています。今後ともIT分野の変化のスピードに対応するために研究会部門を充実させていく必要があると考えます。

最後に、2020年度は色々な意味でファッション産業界も新しい局面に入っていくと考えられます。各業界、企業のニーズをしっかりと捉えた上で「真の人材育成」を目指して講座及びカリキュラムの編成に取り組んでいきたいと思っております。

2019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

●アドバンス・コース

当コースは時代の現状と変化する将来の姿を理解したうえで、広い視野を持って従来と違う視点でビジネスを捉え、自らのアイデアを戦略的に立案、遂行することができる次世代のリーダーの育成を目的とする。

そのためカリキュラムは、特定分野のスキルアップだけに対応するのではなく「経営リテラシー」や「ファッション・ビジネスに必要不可欠な知識」といった専門分野に加え、イノベーションを起こすために不可欠なリーダーシップやコミュニケーション能力を高める基本として備えるべき「人間力」を養うためのプログラムを重視して、上記3項目で構成される。(次頁参照)

コースの特徴

◎現場の第一線で活躍する多彩な講師陣と異業種間交流によるネットワーク創り

⇒ ファッション分野に限らず、様々な業種で専門分野を持つ多彩な講師がインタラクティブに授業を進める。アイデアを単なる思い付きで終わらせるのではなく、ビジネスプランとして具現化するためには、実業経験豊富な講師やクラスメイトとのネットワーク作りが必要不可欠である。「経営リテラシー」「FBエッセンシャル」「人間力」という各カテゴリーの講座コーディネーターが招聘する、総勢21名の講師が登壇。

◎見て、触れて、議論する実践授業

⇒ 「創」「工」「商」の各分野にわたり、徹底して自らが「思考」することにフォーカスする実践授業。多岐にわたる様々な題材を採り上げ、そこから何が発見できるのか、問題を解決できるのか、を調査・議論しながら「考える力」を養う。

◎事業創造演習

⇒ 3～4名のグループに分かれて、社内新規事業の企画立案から実行計画のプレゼンテーションを行うことで講座を締めくくる。

ここで発表される新規事業のプランはファッション領域に囚われず、時代、生活者の変化を分析する事より生まれ、講義で語られた各講師の体験等を参考にして構築され、財務指標や組織形態までをシミュレーションした極めて実現性の強いプランである。

“三つの力” で真のプロフェッショナルを育成

経営リテラシー	FB エssenシャル
<ul style="list-style-type: none"> ・事業と競争の戦略 ・マーケティング概論 ・ファイナンス ・ファッション・マーケティング ・アカウンティング 	<ul style="list-style-type: none"> ・ファッション MD ・ブランディングの実践 ・メディア・コミュニケーション ・バリュー・チェーン
<h3>人間力</h3>	
<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">・起業マインドセット <li style="width: 50%;">・ファシリテーション <li style="width: 50%;">・イノベティブ思考 <li style="width: 50%;">・組織論 <li style="width: 50%;">・デザイン思考 <li style="width: 50%;">・プレゼンテーション 	

●プロフェッショナル・コース

現場実務者向けの夜間週一回、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構築が出来るコース。

2019年度は後期より「ファッションMDの実践」「モノ創り講座」「デジタルビジネス講座」の3講座に加え、「ファッションMDの基礎」を休止して、店舗管理者の店舗運営に対するスキルを高めることで利益創出、店舗価値を高めることを目的とした「店舗MD」を新設。その結果、予算を上回る164名の受講生募集実績を残す事が出来た。

尚、後期終了(3月第一週)のタイミングで新型コロナウイルス感染症の影響を受けるも、安全対策を図ったうえ、規模を縮小して無事に修了式を終える。

講座名	期間	開催日	受講者（人）
「ファッション MD の基礎」	4～9 月	月曜	8
「アパレル MD の実践 A」	4～9 月	水曜	18
「アパレル MD の実践 B」	4～9 月	木曜	17
「デジタルビジネス講座」	4～9 月	木曜	25
「モノ創り講座」	4～9 月	金曜	14
「店舗 MD」	10～3 月	月曜	15
「アパレル MD の実践 A」	10～3 月	水曜	22
「アパレル MD の実践 B」	10～3 月	木曜	10
「デジタルビジネス講座」	10～3 月	金曜	25
「モノ創り講座」	10～3 月	金曜	10
合 計			164

●エグゼクティブ・コース

22 回目をむかえた恒例の、経営者および経営幹部向けに一泊二日の合宿形式でおこなう夏期セミナー。2019 年度は 7 月 20・21 日の 2 日間、ホテルニューオータニを会場として開催。

今回は、「CX(カスタマー・エクスペリエンス)」～ファッション産業復活の原点～ という全体テーマに沿いながら一條学長のファシリテートのもと開催。

テーマ	期間	受講者
「CX(カスタマー・エクスペリエンス)」 — ファッション産業復活の原点—	7 月 20・21 日	29 名

特別プログラム

●短期集中講座

特定分野を深耕する為、短期間に集中して実施する講座。ストリート・フォトグラファーのシトウレイ氏による「シトウレイ・ファッションセミナーvol.10・11」を開催、各回200名を超える受講者を動員。

「実践VMD」前後期各1回（3日間）開催。各回3日目は株式会社三陽商会のショールームをお借りしての実践講座として開催。

3月に開催を予定していた「ファッション・テックセミナー」は新型コロナウイルス感染症拡大防止の措置として開催を中止し、代替えとして1講演をWEBにて無料配信。

テーマ	期間	受講者（人）
・実践ビジュアル・マーチャンダイジング	(5/30・6/6・6/15) (1/31・2/7・2/14)	20
・シトウレイ ファッションセミナー	4/24 ・ 12/11	445
・e-Learning 「素材の基礎知識」	随時	41
・素材セミナー	8/28・11/27・2/26	70
・e-Learning「洗濯・保管の基礎知識」	随時	11
・ファッション・テック セミナー	3月予定	中止
		計 587

●地方開催講座

プロフェッショナル・コースの地方での開催要望に応じて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」要素を加え5日間開催を8日間に拡大し、年1回下期に開催。（金曜10:00～17:00 8日間開催 於：大阪ドーン・センター）

	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 17

●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、大学の学部にはファッション・ビジネスの基礎講座を単位付で設置し。2019年度は7大学で8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
明治大学	商学部	特別研究テーマ ファッション・ビジネスの実際	50
東京経済大学	経営学部	ファッション・ビジネス論	250
同志社大学	経済学部	クリエイティブ産業論	400
目白大学	社会学部	ファッション・ブランド戦略論	180
横浜市立大学	国際総合科学部	ファッション・ビジネス戦略論	100
首都大学東京	経済経営学部	経営学特殊講義 ファッション産業の現在	200
計		7大学 8講座	2,180

継続2事業

●アドバイザー・ボード

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具申・提案する委員会。
2020年3月開催の予定も、新型コロナウイルス感染症予防措置として開催を中止

●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を増強。
夜間コースのプロフェッショナル・コース受講生の活用が増加した。

その他事業

他1事業

●カスタムメイド・プログラム

カスタムメイド・プログラムは、企業や団体の要望に応じ、それぞれが抱える課題を克服する為の最適なカリキュラムを構築し、研修で改革を進め、初期の目的を達成していくプログラム。

- ・ LVMH 「ファッション・ベーシック・トレーニング」
- ・ イオンリテール (株) 近畿北陸カンパニー 「衣料品担当者研修」
- ・ ㈱高島屋 「シニアマネジャー研修」
- ・ ㈱小田急百貨店 「営業力強化研修」「VMD研修」
- ・ 株式会社阪急阪神百貨店 「VIP 販売職研修・素材の基礎知識」
- ・ 株式会社ジュン 「アパレル素材の基礎知識」
- ・ (学)岩崎学園 横浜 f カレッジ

他2事業

●調査・研究事業

1. 「I F I ファッション・ビジネス研究会」

繊維ファッション産業を取り巻く環境が大きく変化しようとしている中で、“旧来の常識を打ち破るイノベーション”が各業種で求められている。I F Iでは、このような環境の変化や業界のニーズにきめ細かくスピーディに対応するため、2011年度からその時々旬な情報を提供し講師と共に課題について考える「研究会」を立ち上げ、2019年度末迄で、延べ87回の講演を積み重ねて来た。この研究会は1年間の会員制で、2019年度の会員数は55社。

	会員	開催
「I F I ファッション・ビジネス研究会」	55社	9回

*2019年 年間動員人数 854名

2. 「I F I ロジスティクス研究会」

オムニチャネル時代をむかえ、企業戦略として今後不可欠なのがロジスティクスの戦略。この研究会では、ファッション企業のロジスティクスの現状と課題を明らかにすると共に、既に改革に挑戦している企業に習い、物流センターへの訪問・見学も研修に取り入れながら毎月1回のカリキュラムで実施。

	開催	参加者
— クリエイティブ・ロジスティクスへの挑戦 —	12回	49人

●交流・協力事業

1. 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。

2. 繊維ファッション産学交流会議への参加

繊維ファッションに関わる企業と学校関係者との交流を深めるため、「繊維ファッション産学協議会」に IFI も加盟しており、理事長が同協議会の理事を兼務。

3. 日本ファッション産業協会

アパレルやハンドバック、靴、寝装具など 13 団体で構成する「日本ファッション産業協議会」に IFI も参画。業界横断的な人材育成事業委員会を担当。

4. 日本プロフェッショナル販売員協会

消費者ニーズが多様化・高級化する中で、ブランドを差別化して更なる業績の向上を図るには、消費者に商品の価値を伝える販売員の役割が重要。その地位向上を図る目的で設立された同協会に於いて、会員企業から派遣された販売員のためのスキルアップ講座を推進。