

2022 年度 事業報告書

(総括的概要)

2022 年度は、3 年目を迎えた新型コロナウイルスの影響を受ける中、2 月にロシアによるウクライナ侵攻の影響を受けエネルギー問題、食糧問題が発生した上、急激な円安、インフレによる物価高騰を招き大変厳しい年となりました。

財団設立 30 周年、IFI ビジネススクール開校 25 周年という節目の年にあたり、心機一転大きなイベント開催も考えましたが、コロナの影響を考え断念せざるを得ませんでした。

しかしながら、IFI としては 3 年ぶりにエグゼクティブコースをホテルニューオータニで開催することが出来ました。

東レの日覺社長をはじめ素晴らしい登壇者の方々をお招きして経営トップ、役員の人達と「新しい資本主義、新しいファッション産業」をテーマについて議論し、とても有意義な時間を過ごすことが出来、後期のプロフェッショナルコースにも弾みがつきデジタルビジネス講座、ファッションマーケティング講座を中心に多数の受講生の方々に参加して頂きました。但し、前期の基幹コース(4 月開講)受講生派遣については課題を残す結果となりました。特に、クライアント様の新体制が整うのに時間的な難しさを感じています。

2022 年 11 月には、政府から「リスクリングに一兆円」、「人的資本の開示義務」等、社員教育、人材育成に一步踏み込んだ提案がなされ、当 IFI ビジネススクールとしても、より一層の講座の充実、カリキュラム再編に取り組んでいく方向で検討を進めました。

特に、デジタルビジネス講座の学びの中から DX(デジタルトランスフォーメーション)の更なる推進と、トレーサビリティを思考しながらサステイナブルな取り組みを可能にしていることを念頭に置いて、講座、カリキュラム再編に取り組みました。

この点につきましては、2023 年度もしっかり継続していきたいと考えています。

若い人達が講師の先生や同業他社の人達と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。

まだ予断を許すことは出来ませんが、間違いなくアフターコロナに向かってしっかり前進していく一年になると思います。

2022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

22年7月23日（土）・24（日）

ニューオータニ ザ・メインB1F 宴会場「麗の間」

テーマ：「新しい資本主義・新しいファッション産業」

講師、講演テーマ

☆一條学長 オープニング・セッション

「新しいエクセレント・カンパニーの条件」

☆株式会社カインズ 代表取締役社長CEO 高家正之氏

「改革のマネジメント～DXからCXへ～」

☆東邦レオ株式会社 代表取締役社長 吉川稔氏

「CSV経営～コミュニティが鍵となる時代～」

☆一般社団法人サーキュラーエコミー・ジャパン代表 中石和良氏

「企業がサーキュラーエコミーに取り組む4つの理由」

☆東レ株式会社 代表取締役社長 日覺昭廣氏

「時代に迎合せず、時代に適応する」

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、3年ぶりにリアル開催。懇親会も着席の形式であるが開催することができ、参加者の交流も図る事ができた。

申込み 31名 （19年実績：29名）

「フォローアップ・ミーティング」の開催

エグゼクティブ・コース修了の90日後（10/22） オンラインによるミーティングを開催。スイスの一條学長と結んで、13名が参加。その後の活動を報告、アドバイスを受ける。

●アドバンス・コース

22年 5/11水～11/30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 （21年6名・20年中止）

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次条の提案が多くなされた。

●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。

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。

「モノ創り講座」を改変して2年目をむかえた「バリューチェーン講座」は、AIを駆使して新しい時代の「商品価値」を創っている企業の経営者、実務者との交流も深まり、受講生が実務において講師の方との繋がりを持つなど、実務をベースにした関係性が生まれている。

「デジタルビジネス講座」は、コロナ禍においてもコンスタントに受講生を確保している。完全オンラインの講座であるも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。

全体とし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41名（19年82名・20年中止・21年48名）。後期73名（20年82名・21年78名）。年間114名（21年126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ことに加え、新型コロナウイルスによる開催中止の実績が、予算編成に影響している事と思われる。

対策として、「デジタルビジネス講座」を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、14名が東京以外から参加。関西・札幌等、百貨店支店からの参加はもとより、商社の上海からの参加もあり活況を呈し、定員を超えて開講することができた。

22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	11
「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）
「バリューチェーン講座」	オンライン併用	木曜	8
「デジタルビジネス講座」	オンライン	金曜	22
			41（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	9
「ファッション・マーケティング MD 編」	オンライン	木曜	18
「デジタルビジネス講座」	オンライン併用	金曜	34
「バリューチェーン講座」	教室ライブ配信	木曜	10
			73（名）
合 計			114（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

前期 7/27～8/24 事前動画予習＋ZOOM 講座2回 現地実習1日 受講5名
後期 1/31～2/28 事前動画予習＋ZOOM 講座2回 現地実習1日 受講5名

☆ E-ラーニング 「アパレル素材の基礎知識」

☆ E-ラーニング 「洗濯・保管の基礎知識」

9月よりシステム改修のため展開を中断

21年度より VIMEO システムを使用したオンデマンド・プログラムとして再開

☆ 「アパレル素材の基礎知識」1日集中セミナー

講座内容をリニューアル

「E-ラーニング」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加味。
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シフト。

前期 7/28 開催 受講 6名
後期 11/25 開催 受講 14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。(金曜 10:00～17:00 8日間開催 於：大阪ドーン・センター)

2022年は10月第二週から12月第一週にかけて毎週金曜日、全8回開催。

新型コロナウイルスの影響もこの期間は少なく、対面授業で開催し、無事修了することができた。

	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

●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、2022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る。

【22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 「若手総合職社員研修」「総合職登用者研修」
「オンデマンド学習」+「対面講義」の形式で実施
- ☆ 株式会社ジュン 「店舗運営力強化研修」
大阪開催 10/12・13 40名
東京開催 11/1・2 40名

ブランド責任者も参加して各場所2日間で開催

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」

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、100開催を越えるも、2022年度の会員企業数は状況を反映して前年の46社から45社に減少。

感染症対策として会場開催をビデオ配信に切換えて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。

2. 「近未来研究会」

2017年より開催する「ロジスティクス研究会」を拡大し、研究テーマも領域を広げる。「ロジ委員会」と「DX委員会」の分科会の活動のほか、共通のセミナー・研修を実施
「ロジ委員会」5名 「DX委員会」12名が参加

●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。

また、不用品のリユース、リサイクルを推進し、環境貢献と地域の活性化を実現する「墨田区ゼロカーボンシティ」に向けた取り組みを支援。

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
- 流通サプライチェーン政策研究会
- 一般財団法人オープンバッジ・ネットワーク