

2024 年度 事業報告

2024 年の日本経済は、新型コロナウイルスの影響からの完全な脱却が進み、外需（インバウンドや輸出）に支えられつつも、構造的な課題（少子高齢化や賃金停滞）に直面する「過渡期」といえる 1 年でした。今後は社会全体で長期的な視点に基づく改革が求められています。

訪日外国人観光客は過去最高水準に達し、海外からの旅行者が回復を牽引しました。一方、国内ではエネルギー価格の高止まりや物価上昇（インフレ）の影響で実質的な購買力が低下し、個人消費の伸びは限定的でした。

労働市場では人手不足が深刻化し、少子高齢化が進む中で、育児支援や女性活躍の促進が議論の中心にありました。働き方改革も進展しましたが定着には課題が残っています。

国際的には地政学的な軋轢による問題が顕在化しました。ウクライナ情勢や中東不安定化の影響で、エネルギー供給の不安が続く一方で、日本企業は先行きが不透明な中国への依存を低減し、ASEAN 諸国との取引を拡大する動きが顕著でした。

2024 年ファッション業界も、上記、経済動向に準ずる形で推移しました。コロナからの完全な脱却は、コロナ以前に戻ることを否定し、コロナ後の消費意識・行動様式の変化に対応しなければ企業の存続すら危うくなる状況にあります。また、業界間、企業間、地域間に生じた様々な格差は、構造的な課題に直面し対応を迫られる「過渡期」の象徴であるといえます。

そのような状況の中、同じ業界内でも、企業それぞれが描くその企業の将来像は企業によって異なります。直面している課題は共通するものの、その解決策は各企業が描く将来像によって違ってきます。

その中で「企業の人材教育」も「過渡期」にあるといえます。OMO、データ基盤の確立が企業の課題であった時期は終わり、それが経営の大前提となっている現在 IFI が展開する各講座が育成する人材は、それを最大限に利用して、消費者の利便性を高めること（顧客価値の創出）で企業の存続・発展に寄与できる人材、また、それを理解し、他と協業、実践することで、企業・業界に変革を起こすことのできる人材であるといえます。

また、ファッションが単なる「消費」ではなく「共感」や「体験」としての価値を持つようになっている現代、IFI の講座が、狭義の「ファッション」関連企業を対象としたものから、「生活関連全般」の企業を対象とした講座に変容していることを再確認し、受講派遣企業の拡大に努めてまいります。

2024 年度 事業活動概要

I. 事業実施状況

継続 1 事業

★IFI ビジネス・スクール 基幹コース

●エグゼクティブ・コース

「生成 AI が拓くファッション産業の未来」

～アジャイルでレジリエントな組織作りを目指して～

’24.7.20（土）・21（日） 於：ニューオータニ「舞・翔」

講師① 旭化成株式会社 取締役 副社長執行役員 久世 和資 氏
「旭化成におけるアジャイル経営に向けた人材育成と組織風土づくり」

講師② 株式会社丸井グループ 取締役常務執行役員 CFO 加藤 浩嗣 氏
「社会課題解決企業への挑戦」

講師③ 株式会社みずほフィナンシャルグループ 執行役グループ CCuO 兼 CBO
秋田 夏実 氏

’24 年参加者 30 名 （21 社）

’23 年実績 31 名 （24 社）

生成 AI を手段として活用して、自社の風土・文化の変革に尽力している企業の役員を講師に招きアジャイルでレジリエントな組織作りの重要性を学んだ 2 日間。 各講師の講演の後に、一條学長とのトークセッションをセットすることで、講演に奥行きが増し、質疑も活発に交わされた

懇親会も盛況で、受講生間の交流も活発に行われた

このテーマは秋冬期に開催する、経営層向けの「特別プログラム」に継続し、もう一つ下のレイヤーにも拡げて議論を続けた（詳細は後述）

’25 年開催予定 7/12 土・13 日 於：ニューオータニ

テーマ 「混迷の時代をリードする」～経営者に問われる構想力

●アドバンス・コース

’24.5.15 開講 ～ 24.12.7 修了

毎週水曜日 18:00～20:00

各月 1 回 土曜日 10:00～15:00 全 26 回 32 時限（2 時間）

’24 年受講者 11 名（9 社） 23 年実績 7 名（6 社）

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。

●プロフェッショナル・コース

【前期】 4 月～9 月 週 1 回 全 20 回

* ファッション・マーケティング教室開催 9 名 （23 年 12 名）

* デジタルビジネス講座 16 名 （23 年 18 名）

【後期】 10 月～3 月 週 1 回 全 20 回

* ファッション・マーケティング教室開催 18 名 （23 年 30 名）

* ファッション・マーケティング・オンライン開催 6 名 （23 年 8 名）

* デジタルビジネス講座 39 名 （23 年 25 名）

* 大阪開催 ファッション・マーケティング	13 名	(23 年 6 名)
10 月・11 月 全 8 回		
毎週金曜日 10:00～17:00		
参加人数計	101 名	(23 年 99 名)
派遣企業計	26 社	(23 年 29 社)

現場実務者向けに週一回（夜間）半年間（20 週）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・マーケティング教室開催

* ファッション・マーケティング・オンライン開催

「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

* デジタルビジネス講座

開講当初は、EC の先行企業に学ぶことが目的であったが、現在は、デジタルを当たり前の手段として使用し、改めて顧客基点に立って事業を創造する力を育むことを目的としている

業界内のオムニ化の進行により、受講生もデジタルの専門領域から、店舗担当者まで拡がり、その結果、講義は実務担当者が行う即効性のある講義に対する質疑が活発化した。

後期より映像・音声 生成 AI（MEZON AI）のアカウント貸与開始

生成 AI をグループワークへ導入することが可能になることで、実際に体験することで、その可能性と将来性を体感してもらう

* 大阪開催 ファッション・マーケティング

「ファッション MD」の 5 日間開催に「店舗 MD」「デジタルビジネス講座」の要素を加味して計 8 日間の講座として開講。2021 年後期も教室開催にて実施。「プロフェッショナル・コース」の要素を集中して学べると好評。

★IFI ビジネス・スクール その他の事業

●特別プログラム①

「21 世紀リーダーのためのブランドマネジメント」

’24 年 10 月～ ’25 年 2 月

各月 1 回 15:00～17:00（懇親会 17:00～18:00）

各回 1 名 同伴受講を可として、実務への浸透を目指す

『エグゼクティブ・コース』のメインテーマを、執行役員・担当部長のレイヤーに拡げて開催
傾向や成功の事例の紹介にとどまらず、実務にすぐに生かせる「メソッド」を提示、応用して
実務に生かしてもらうことを意図した

各講義修了後、隣接のラウンジに場所を移して、名刺交換を兼ねた懇親の場を設けた。
1 時間の開催で、退席は自由とすることで、酒席が苦手な人も気楽に参加・交流ができると好評

DAY① 「潮目を迎えた日本のビジネス」

IFI ビジネス・スクール学長

IMD 専任教授

一條 和生 氏

DAY② 「ファッション業界 これからの方向性」

～2030 年・2040 年アパレルの未来から～

KEARNEY シニアパートナー

福田 稔 氏

DAY③ 「2025 年 消費の風を読む」

～消費をめぐる 10 のトピック:資本市場からの視点～

USB 証券株式会社小売セクター・シニアアナリスト

ジャパン・コンシューマーヘッド

風早 隆弘 氏

DAY④ 「新時代リーダーのための教科書 Vol.1」

～ブランド価値を顧客体験にどう結び付けていくのか？～

Repro 株式会社 取締役 CBDO

中澤 伸也 氏

DAY⑤ 「新時代リーダーのための教科書 Vol.2」

～CEM（顧客資産マネジメント）フレームワーク～

Repro 株式会社 取締役 CBDO

中澤 伸也 氏

参加者 12 社 24 名 （23 年 12 社）

● 特別プログラム②

「実践ビジュアル・マーチャライジング」

「アパレル素材の基礎知識」 1 日集中セミナー

「繊維製品品質管理士（TES）資格試験対策セミナー」 他

● カスタムメイド・プログラム

株式会社しまむら

学校法人岩崎学園「F カレッジ」

大阪メンズアパレル工業組合

株式会社三陽商会

● オンデマンド・プログラム

「アパレル素材の基礎知識」

「洗濯・保管の基礎知識」

「ファッション・ビジネス入門」

計数の基礎①～③

● 大学講座

'24 年 前期	* 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 A ファッション産業のフロンティア
	* 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 C ファッション・ビジネス戦略論
	* 東京経済大学	経営学部 ファッション・ビジネス論
	* 同志社大学	経済学部 クリエイティブ産業論
後期	* 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 B ファッション産業のフロンティア
	* 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 D ファッション・ビジネス戦略論
	* 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

★IFI 総合研究所

●IFI ファッション・ビジネス研究会

現代のファッション産業を取り巻く多くの課題を抽出・整理し、各方面の第一線で活躍される方を講師に招いた講演会を開催することで、会員企業様に課題の社内共有と認識の機会を提供

月 1 回 オンデマンド配信（視聴期間・原則 10 日間）

会場開催も再開 会場開催回も翌週にデマンド配信を提供

‘24 年度 プログラム （＊＝会場開催 オンワード・パークビル）

4 月 「2024 年の Agenda（経営課題）：地政学がビジネスに与える影響」

IFI ビジネス・スクール学長 IMD 専任教授 一條 和生 氏

5 月 「Focus on the next trend 2025」

Kuriyama R&D Office 代表 栗山 志明 氏

6 月 「広報・PR 活動の今、知っておくべき潮流」

新しい企業価値を創出する「PR4.0」基点のコミュニケーション戦略論

(株)電通 P R コンサルティング 執行役員 チーフ P R プランナー 井口 理 氏

7 月 「Re-Design: Circularity and Fashion」

デザイン・ストラテジス/教育者/N パーソンズ・スクール講師 Tara Maurice 氏

apestry.Inc サステナブルブランド・プログラムマネジャー 田原 美穂 氏

9 月 「広告業界における衣装の未来と日韓のファッション文化比較」

株式会社マナマナ 代表取締役社長 新見 佳典 氏

* 10 月 「ファッション業界を取り巻く、今、始まる変化」

編集者/ファッション・クリエイティブ・ディレクター 軍地 彩弓 氏

11 月 「AI 技術を活用したモデル生成の可能性

AI model 株式会社 アパレル事業チームシニアリーダー 古田 裕介 氏

* 12 月 「新聞 1 面から見る 24 年の繊維・ファッション業界と、25 年の展望」

織研新聞社 編集局 大阪編集部 1 面デスク 三富 裕騎 氏

‘25 年

2 月 「サーキュラーエコノミーで実現するサステナブルな暮らしの提案」

株式会社 BPLab（ビーピーラボ） 取締役 渡邊 桂子 氏

3 月 「消費の風を読む」

～2025 年の投資視点－個人消費の拡大と優勝劣敗の加速、広がる機会－

UBS 証券(株) 小売りセクターシニアアナリスト / ジャパン・コンシューマー・ヘッド

風早 隆弘 氏

‘24 年 会員企業 41 社 （23 年 46 社）

●「IFI 人材マネジメント・懇話会」

人事部門をはじめとした管理部門、経営企画担当者の情報共有と交流の場
講演講師は基本、異業種から人選 「異業種」のケースに触れ、学ぶ

'25 年 1 月 28 日火曜日 単日開催 16:00～18:00 講演
18:00～19:00 交流会

テーマ 異業種と語ろう【半導体産業編】 ～人材問題に挑む「動力マネジメント」とは

講師 中西イーサン文太氏 エヴァンリード株式会社代表取締役

受講 18名(12社)

★交流・協力事業

●墨田区との共同事業

墨田区は IFI の最大の出捐元であり、地元自治体でもある。そこで、事務所又は自宅住所が墨田区内にある受講生が、区から受講料の補助を受けることができる「墨田区ファッション産業人材育成支援事業」を積極的に活用して地元企業に還元するほか、東京ニットファッション工業組合（TKF）との連携を更に強化する。また「すみだ次世代経営研究協議会」の委員として「フロンティアすみだ塾」の運営を支援。

●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