

プロフェッショナル・コース

デジタルビジネス講座

2025年後期

リアル&オンライン



顧客基点に立ち、 デジタルを前提として事業を構想する力。

インターネット普及からデジタルイノベーション時代が始まり、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。しかし業界を問わず**OMO・データ基盤の構築**といった取り組みは、もはや経営の前提であって課題ではありません。いまは**デジタルを当たり前のもの**として、改めて**顧客基点に立ち戻り、自社の経営システムの進化と新しい顧客価値の創出**に取り組まねばなりません。当講座では経営の視座に立ち、これらの経営課題を担う人材の育成を焦点とします。個々の論理と実践についての講義を通じて**経営システムの進化**を考え、ワークを通じて**顧客価値の創出**を考えていきます。

当講座の特徴

01 経営システムの進化を牽引してきた豪華講師陣から少人数制で学ぶ

講師はデジタルを背景とした経営システムの変革を担ってきた実績ある実践者ばかり。単なる知識ではなく、実践事例を踏まえた知見を学びます。少人数制ですので質疑や意見交換がしやすく、一方的な座学ではない知の定着が図れます。

02 企業横断のグループワークで顧客価値の創造を体験する

各企業からの参加者との混成グループを設け、ファッション業界での具体的な新しいビジネスモデルを構想します。アイデアの良し悪しではなく、顧客価値を実現する事業設計を一連で体験することにより、自社において行動を起こすための視座を得ることを狙いとします。

03 全国からの参加者とのネットワークを築く

座学・グループワークを通じて、ファッション業界における異業種・他社からの参加者とのネットワーキングの構築ができることは、本講座の大きな価値のひとつです。原則教室開催の対面受講としながら、ハイブリッドな参加環境も用意。全国から、オンライン・オフラインの両方からご参加頂けます。

本講座を監修いただく方々



株式会社顧客時間 共同CEO / 代表取締役 岩井 琢磨 氏

1993年博報堂DYグループ入社。インストア・プランナー、クリエイティブ・ディレクターを経てブランドコンサルタント。ダイエー再生プロジェクトに参画。2012年にコーポレート・コミュニケーション・センターのセンター長に就く。製造業、サービス業界を中心に、部署横断型の事業変革プロジェクト、企業ブランディングおよび企業コミュニケーション設計プロジェクトを数多く手がける。2018年に顧客時間を設立し、共同CEO代表取締役に就く。

早稲田大学大学院商学研究科修士課程修了（MBA）。著書に『マーケティングの新しい基本 顧客とつながる時代の4P × エンゲージメント』（共著、日経BP社）『世界最先端のマーケティング 顧客とつながる企業のチャネルシフト戦略』（共著、日経BP社）、『イノベーションの競争戦略』（共著、東洋経済新報社）、『職人軍団、教科書なきイノベーション戦記』（企画、日経BP社）、『物語戦略』（共著、日経BP社）、『ゲーム・チェンジャーの競争戦略』（共著、日本経済新聞出版社）がある。
日本マーケティング学会理事。



株式会社サザビーリーグアウルスケープ 代表取締役社長

相川 慎太郎 氏

1999年～ 株式会社ユナイテッドアローズ 入社。管理部門（物流・IT・店舗開発）、EC事業立ち上げ。2016年4月～ 株式会社サザビーリーグ 入社。EC運営・デジタルマーケティング支援、同社初のD2Cブランド「ARTIDA OUD」立ち上げを経て執行役員 DX推進室長 就任。2025年4月～ 株式会社サザビーリーグアウルスケープ 代表取締役社長 就任。



株式会社 Bricolage&Lo 代表取締役社長 / クリエイティブディレクター

吉岡 芳明 氏

サイバーエージェント・グループで新規事業を担当。2016年に株式会社TO NINEに参画。翌年、株式会社スマイルズらと合併会社「二重」を共同で設立し、結婚指輪ブランド「iwaigami」をリリース。2020年にスキン&マインドケアブランド「SENN」を展開。2025年に株式会社Bricolage&Loを設立。これまでに自社事業や共同事業でのブランドディレクションをはじめ、アパレル、コスメ、フードなどの100社以上の企業に対し、ブランディング支援を実施。

講義スケジュール

期間

【原則木曜日開催】

前期：4月～9月 / 後期：10月～3月 全20回 講義：18：30～20：30

※最終日発表にむけて講義時間外にグループワークに取り組んでいただきます。

回	日付	講義内容	回	日付	講義内容
01	10/09 (木)	開講式 / オリエンテーション 自己紹介	11	12/18 (木)	カスタマーサクセスのための事業立案
02	10/16 (木)	顧客基点のマーケティング戦略 / ワーク課題出し	12	01/08 (木)	D Xのための事業計画と組織①
03	10/23 (木)	デジタル marketer に 必要なものとは	13	01/15 (木)	D Xのための事業計画と組織②
04	10/30 (木)	デジタルマーケティングの グロースハック	14	01/22 (木)	顧客満足向上のための デジタル×アナログ施策
05	11/06 (木)	CX「顧客体験」時代の CRM戦略の考え方	15	01/29 (木)	ファッション×IT×物流
06	11/13 (木)	ファッションビジネスの常識を 打ち破るスタートアップの戦略	16	02/05 (木)	SNS活用と情報発信①
07	11/20 (木)	顧客理解を深めるデータ活用術 ～共通認識で築く、ブランド戦略	17	02/12 (木)	SNS活用と情報発信②
08	11/27 (木)	不確実な時代における 循環型モデルの必要性	18	02/19 (木)	新任リーダーのための教科書Vol① ～ブランド価値を顧客体験にどう結び 付けていくのか？
09	12/04 (木)	ファッション業界のための 生成AI入門	19	02/26 (木)	新任リーダーのための教科書Vol② ～お客様集中戦略フレームワーク
10	12/11 (木)	◆グループワーク中間発表 (課題の中間発表と講評)	20	03/05 (木)	◆グループワーク発表 (課題の最終発表と講評)

※都合によりカリキュラムは変更となることがあります。講義時間は延長になる場合もあります。

受講特典

Maison AI

生成AI 使いたい放題

本講座受講期間中はAuthentic AI社のビジネス&クリエイティブ生成AIサービス「Maison AI」をご利用いただけます。



クリエイティブコラボレーションツール miroのご利用

本講座受講期間中は非同期で共同作業、情報共有可能なmiro有料版をご利用いただけます。



OPEN BADGEの取得

本講座を修了された方には学びのデジタル証明国際規格OPEN BADGEを発行いたします。

募集要項

受講対象者

実店舗とウェブ販売チャンネルを持ったファッション関連企業のEC部門、ウェブ部門、オムニチャネル戦略部門、デジタル戦略部門の実務担当者（3年以上の経験者）で将来のマネージャー候補者、マネージャー

会場

IFI ビジネススクール または オンライン

- ・東京近郊エリアからご参加の場合は原則対面受講になります。
- ・遠隔地からご参加の場合でも全国どちらからでもご受講頂けます。
(ZOOM ライブ配信によるオンライン受講。ハイブリッドでインタラクティブな配信環境を構築しております。視聴環境の整備は各自でお願いいたします。)

定員

30名

受講料

231,000 円（税込）

申込方法

IFIビジネス・スクール ホームページの「受講申し込み」からお申込みください。
後日、担当者よりご連絡いたします。 <https://www.ifi.or.jp/entry/>

お支払方法・学費サポート制度

- ・受講決定のご案内とともに、請求書をお送りいたしますので、指定の銀行口座にお振込みください。
- ・個人申込の場合、2回分納または提携金融機関の学費ローンも利用可能です。
- ・墨田区に勤務または在住の方は、墨田区の助成金制度も利用可能です。（※受講料の2分の1以内で上限15万円）

受講に関する注意点

- ・部分受講・代理受講は原則不可ですので、同一の方が一貫してご受講ください。
- ・講義時間外でのグループワークがありますこと、ご了承ください。
- ・受講申し込み後にキャンセルする場合は、必ず事前にご連絡ください。
- ・講座開講日の当日以降は、受講料の100%のキャンセル料を頂きますのでご了承ください。

お問合せ

一般財団法人ファッション産業人財育成機構 IFIビジネス・スクール 担当 笹森 sasamori@ifi.or.jp



〒130-0015

東京都墨田区横網1-6-1 KFC ビル11 階

Tel : 03-5610-5701

<https://www.ifi.or.jp/>

<アクセス>

都営地下鉄大江戸線 両国駅A1 出口直結
JR 総武線 両国駅東口/ 西口下車 徒歩7分