

2026年度学習支援計画書（シラバス）

科目名			担当講師	
マーチャンダイジング			春木屋慶輔	
授業科目区分	授業形態	学科名	学年	時間数
必修	講義	ファッションビジネス科	1	6単位（90時間）
担当講師の経歴又は実務経験				
大学卒業後、イッセイミヤケ・インターナショナルにて勤務。営業、MDを経てブランド責任者に就任。 数々のブランドを立ち上げ、経営にも参画。				
授業概要				
マーチャンダイジングの基本を学ぶ				
学習到達目標				
ファッション業界で活躍するために必要なマーチャンダイジング・マーケティング・ブランディングの基礎知識を包括的に習得することを目標とする。クリエイションをビジネスに具現化するために必要なファッション産業の特性、ビジネス戦略、現代社会における留意点、計数管理の基礎知識を習得することを目標とする。				
テキスト及び教材				
ファッションビジネス3級 新版 一般財団法人日本ファッション教育振興会				
授業内容				
回	テーマ	内 容		
1	オリエンテーション	各回授業概要・到達目標		
2	ファッション業界基礎知識	ファッション産業の構造と現状		
3	販売戦略基礎知識	販路の種類と各役割		
4	ファッション市場情報収集	情報収集の重要性		
5	市場調査 1（グループワーク）	商業施設（百貨店・ファッションビル）ストリート（原宿・青山他）グループ視察		
6	市場調査 2（グループワーク）	商業施設（百貨店・ファッションビル）ストリート（原宿・青山他）グループ視察		
7	市場調査報告会	グループ毎に発表		
8	マーケティング基礎知識	SWOT、STP、4P、3C		
9	マーチャンダイジング基礎知識	FIVE RIGHT（5適）業態MD		
10	ブランディング基礎知識	世界のブランドとブランディング手法		
11	プロモーション戦略基礎知識	プロモーション活動の基礎知識と近年の変化		
12	実践ブランドプランニング実務	ブランディングと各職種の業務		
13	プランニング 1（授業内ワーク）	ブランドフィロソフィー・パーパス		
14	プランニング 2（授業内ワーク）	ブランドコンセプト・デザインコンセプト		
15	プランニング 3（授業内ワーク）	ポジショニングマップ		
16	プランニング 4（授業内ワーク）	ターゲット・ペルソナ		
17				
成績評価の方法及び基準				
効果測定、提出物、プレゼンテーションによる評価。 なお全体出席の2/3以下の場合は、成績評価の対象外となります。				

2026年度学習支援計画書（シラバス）

科目名			担当講師	
マーチャンダイジング			春木屋慶輔	
授業科目区分	授業形態	学科名	学年	時間数
必修	講義	ファッションビジネス科	1	6単位（90時間）
評価	成績評価の到達度			
A	優れている	理解、知識、プレゼンテーション技術にすぐれている		
B	普通	一定の理解、知識、プレゼンテーション技術がある		
C	やや劣る	ある程度の理解、知識、技術がある		
D	劣る	理解、知識、技術がやや不足している		
E	不合格	理解、知識、技術が不足している		