

# ファッション ビジネスの 基礎知識

一般社団法人 日本衣料管理協会

# ファッションビジネス の基礎知識

B5版 2,200円(税込)  
(本体価格2,318円+税)

現在、日本のファッションビジネスを取り巻く環境は厳しさを増しているが、グローバルに見れば、ファッションビジネスは成長産業であり、日本の技術と感性は国際競争力がある。本書がファッションビジネスを学ぶ読者が正しい知識を身につけ、ファッションビジネスの課題に対して打開策を考える助けとなれば幸いである。

衣料管理士科目：

ファッションビジネスの世界/ファッションビジネス論  
/マーケティング論/ファッション販売論 (協会科目名)

## 目次

### 第1章 ファッションビジネスの変遷

- 1-1 日本のファッション産業の成り立ち
  - 1. 繊維・テキスタイル産業
  - 2. その他の関連産業
  - 3. アパレル産業
  - 4. 小売業
- 1-2 ライフスタイル産業への進展
  - 1. デジタル技術を介したビジネス
  - 2. ファッションは領域を超える

### 第2章 繊維・ファッション産業の構造

- 2-1 産業の特徴と流れ
  - 1. 繊維・ファッション産業の特徴
  - 2. 繊維・ファッション産業の流れ
- 2-2 繊維・ファッション産業の構成
  - 1. 繊維素材産業とテキスタイル産業
  - 2. アパレル産業
  - 3. アパレル小売り産業
  - 4. 検査機関
  - 5. 関連団体機関

### 第3章 マーケティングの基礎

- 3-1 マーケティング戦略
  - 1. マーケティングとは何か
  - 2. 経営戦略とマーケティング戦略
  - 3. マーケティングプロセス
  - 4. 企業経営とブランド
  - 5. マーケティングリサーチ
- 3-2 マーケティングプロセスと実践
  - 1. マーケティング環境分析
  - 2. ターゲット市場の選定
  - 3. マーケティングミックス

### 第4章 ファッションビジネスの実践

- 4-1 ファッションマーチャンダイジング
  - 1. マーチャンダイジングの基礎知識
  - 2. 商品化計画プロセス
  - 3. ビジュアルマーチャンダイジング
- 4-2 ファッション流通とビジネスの仕組み
  - 1. 流通と取引のしくみ
  - 2. 事業計画と出店戦略
  - 3. 店舗運営に関する計数

### 第5章 ファッションビジネスの仕事

- 5-1 仕事の流れ
  - 1. 繊維ファッション産業の流れと業種
  - 2. ファッションビジネスに関わる仕事の類型
  - 3. 生活文化産業として流行に関わる仕事
- 5-2 さまざまな職種
  - 1. 企画部門
  - 2. 生産部門
  - 3. 営業部門
  - 4. 販売部門
  - 5. 間接部門
  - 6. web部門
- 5-3 衣料管理士、繊維製品品質管理士の人たちが活躍する領域
  - 1. 企業が求める人材
  - 2. 活躍している先輩たちからのメッセージ

### 第6章 ファッションビジネスの今後

- 6-1 消費者心理と購買行動
  - 1. 消費者の購買行動変化
  - 2. 購買行動モデルの変化
  - 3. 流通における消費者の位置づけ変化
  - 4. 新しい消費者に寄り添ったビジネス
- 6-2 繊維産業における環境問題
  - 1. 地球環境問題の現状
  - 2. 繊維産業と地球環境問題
  - 3. 廃棄物処理とリサイクルの推進
  - 4. 環境に優しい繊維製品の製造・加工技術への取り組み
  - 5. 衣服に関する省エネルギー対策
- 6-3 SDGsとファッションビジネス
  - 1. SDGsとは？
  - 2. SDGsの現状
  - 3. 繊維・ファッション産業のSDGsへの取り組み
  - 4. SDGsへの取り組みがファッションビジネスにもたらす効果
- 6-4 グローバル化とファッションビジネス
  - 1. インバウンド
  - 2. 現地での実販売を中心とした海外進出
  - 3. ECによる海外進出
- 6-5 ファッションビジネスの今後
  - 1. 2030年に向けた背に産業の展望(繊維ビジョン)
  - 2. ファッションの未来に関する報告書

### コラム

- 1-1 繊維素材の発祥
- 1-2 プルミエール・ヴィジョン・パリ
- 1-3 アパレルとファッション
- 1-4 海外のラグジュアリーブランド
- 1-5 現在のファッション産業の実態を知る
  - 2-1 アパレルの製品と商品
  - 2-2 染色
  - 3-1 スマートフォンの発展と多様な消費者行動
- 4-1 SNSえお活用したアパレルのプロモーション
- 4-2 インターネットの発展によるビジネスモデルの多様化
- 5-1 アパレルメーカー：デザイナー業務の事例
- 5-2 アパレルメーカー：お客様相談窓口業務の事例
- 6-1 人工モ糸からタンパク質デザインへ