

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通					
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期		
講座コード	授業科目名							授業時間数					
M310	VMD II							15					
担当教員	道仲 阿子				科目区分	講義		演習	○	実習			
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手アパレルで店長を経て、全社のVMDを担当、その後VMDのコンサルティング会社に入社、有名ブランドのVMDの指導を行っている。											
講義目的													
VMDの基礎知識を習得し、それをベースにお客様の視点に立った入りやすく触りやすく買いやすい売場提案。 実習店舗を通して計画して実証、検証を行う。													
授業内容													
VMDの基礎知識とその応用を多くの実例を見ることで習得し、後期に行う長期運営店舗の計画に落としこむ。 長期運営店舗の立ち上げVMDの計画と実践につなげる。これらを通じてVMDの重要性を学ぶ。													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	1	VMD概論1					VMとは 目的、役割、責任。 お客様との接点。						
2	1	VMD概論2					演出の接点。3つのP VP.IP.PP。実例をみる。						
3	1	陳列の基本・ラックの作り方					商品の並べ方。規則性を持たせた陳列						
4	1	マネキンの着せ付け					クロスコーディネート。						
5	1	ディスプレイのトレンド					リサーチの結果のフィードバック、トレンド感のあるディスプレイ。						
6	1	棚ディスプレイ、導線と動線					靴、鞆、アクセサリーの陳列、お客様を導く線。						
7	1	ゾーニング計画					ゾーニング計画。						
8	1	前半の振り返り 中間テスト					これまでの振り返り。中間テスト						
9	1	店舗診断					店舗診断の方法、改善の方法。						
10	1	照明					証明の役割と特性。						
11	1	壁面のディスプレイ					規則性を持たせた陳列。						
12	1	ライフスタイル提案					ライフスタイル提案の店舗特性 売場計画の立て方						
13	1	実証店舗を考える1					長期運営店舗のVMDを考える						
14	1	実証店舗を考える2					長期運営店舗のVMD計画を確認検証する。						
15	1	振り返り 期末テスト					振り返りと期末テスト						
留意事項													
時間外での自らアクションして市場を見ながら復習することが重要。													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
商材に合わせて常にVIP.PP.PPを計画的に実践して、お客様の視点に立った入りやすく触りやすく買いやすい売場提案ができる					おおくのVMD実例を見ることで VMDの基本的な理解を深め、後期の実証店舗の運営で実践して学ぶ。					取組姿勢			50%
										提出課題			50%

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M309	アパレル商品演習Ⅲ							15				
担当教員	西田 千恵子				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	オートクチュールのアトリエでパタンナー兼縫製職として従事。オペラや様々なイベントの衣裳制作に携わる。授業ではハンドメイドのテクニックを始め、基本的なアイテムからクリエイティブな作品まで、服作りに必要な知識と縫製技術を指導する。										
講義目的												
服の仕組みを理解するために、フード付きパーカーを作成する。												
授業内容												
フード付きパーカー（フード・オープンファスナーの仕様）												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	フード付きパーカー 1					型紙の内容を理解する。基本の型から新たなデザインを考える					
2	1	フード付きパーカー 2					型紙の内容を理解する。基本の型から新たなデザインを考える					
3	1	フード付きパーカー 3					型紙の修正箇所を確認。型紙を修正する。					
4	1	フード付きパーカー 4					型紙の修正箇所を確認。型紙を修正する。					
5	1	フード付きパーカー 5					生地のカット。芯地を貼り、合い印を入れる。					
6	1	フード付きパーカー 6					生地のカット。芯地を貼り、合い印を入れる。					
7	1	フード付きパーカー 7					ポケット作成。フード縫製。					
8	1	フード付きパーカー 8					ポケット作成。フード縫製。					
9	1	フード付きパーカー 9					ラグランスリーブの縫製。ロック始末・ステッチ。					
10	1	フード付きパーカー 10					ラグランスリーブの縫製。ロック始末・ステッチ。					
11	1	フード付きパーカー 11					衿付け。オープンファスナー長さ調節。					
12	1	フード付きパーカー 12					衿付け。オープンファスナー長さ調節。					
13	1	フード付きパーカー 13					オープンファスナーの縫製。見返し作成。					
14	1	フード付きパーカー 14					オープンファスナーの縫製。見返し作成。					
15	1	フード付きパーカー 15					見返し縫製。脇線縫製。					
留意事項												
授業で遅れた分は、次回の授業までに終わらせておくようにする												
教材												
大阪文化服装学院編「サンプルメイキングテキスト」（大阪文化服装学院）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファスナー付きのアイテムの仕様を理解することができる				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M309	アパレル商品演習Ⅲ							15				
担当教員	西田 千恵子				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○				オートクチュールのアトリエでパタンナー兼縫製職として従事。オペラや様々なイベントの衣裳制作に携わる。授業ではハンドメイドのテクニックを始め、基本的なアイテムからクリエイティブな作品まで、服作りに必要な知識と縫製技術を指導する。							
講義目的												
服の仕組みを理解するために、フード付きパーカーを作成する。												
授業内容												
フード付きパーカー（フード・オープンファスナーの仕様）												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容				学習課題						
1	1	フード付きパーカー16				見返し縫製。脇線縫製。						
2	1	フード付きパーカー17				ロック始末・ステッチ。袖口三つ折リステッチ						
3	1	フード付きパーカー18				ロック始末・ステッチ。袖口三つ折リステッチ						
4	1	フード付きパーカー19				裾上げ三つ折リステッチ。前中心ステッチ						
5	1	フード付きパーカー20				裾上げ三つ折リステッチ。前中心ステッチ						
6	1	フード付きパーカー21				指図書作成。仕上げ・検寸・検品						
7	1	フード付きパーカー22				指図書作成。仕上げ・検寸・検品						
8	1	部分縫い1				透ける素材の扱い方。透ける素材縫製						
9	1	部分縫い2				透ける素材の扱い方。透ける素材縫製						
10	1	部分縫い3				チュール素材の扱い方。チュール素材縫製						
11	1	部分縫い4				チュール素材の扱い方。チュール素材縫製						
12	1	部分縫い5				デニム素材の扱い方。デニム素材縫製						
13	1	部分縫い6				デニム素材の扱い方。デニム素材縫製						
14	1	部分縫い7				皮革素材の扱い方。皮革素材縫製						
15	1	部分縫い8				皮革素材の扱い方。皮革素材縫製						
留意事項												
授業で遅れた分は、次回の授業までに終わらせておくようにする												
教材												
大阪文化服装学院編「サンプルメーカーテキスト」（大阪文化服装学院）												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
ファスナー付きのアイテムの仕様を理解することができる				課題作成				提出課題		70%		
								取組姿勢		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M306	セールスプロモーション							15				
担当教員	成羽 学				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	ファッション雑誌、専門誌および美容雑誌編集制作を経て、アパレル、商業施設、プロバスケットチーム、ビューティー関連などのプレス、広報、プロモーション、メディアプランニングに携わる。										
講義目的												
プロモーションとクリエイティブ(販促物)の最前線～デザイン/テック/デバイス/アイデアから、セールスプロモーション(SP)計画の立て方を学ぶ。情報収集能力、コミュニケーション能力、発想力を習得する。ブランドプロデュース(ブランド立案)ショップ開発(長期運営店舗)に向け、販売促進計画の立て方を学ぶ。												
授業内容												
ブランド立案、長期運営店舗にむけて、売上アップのためにセールスプロモーションを立案。そのための、様々なプロモーションの特性や手法を理解。また、販売促進(プレス、PR業務)の特性も理解し販売促進の基礎を習得する。ショップ開発、プロデューサー共通。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	オリエンテーション セールスプロモーション(SP)とは					プロモーションの種類の理解・反転学習					
2	1	セールスプロモーションの特徴					セールスプロモーションの特性や手法を理解					
3	1	クロスメディアの特性と理解①					雑誌、業界専門誌、一般紙を含めたクロスメディアの新潮流の理解、反転学習					
4	1	クロスメディアの特性と理解②					イメージキャラクターの特性と効果的なプロモーション①(俳優、タレント、モデル)					
5	1	クロスメディアの特性と理解③					イメージキャラクターの特性と効果的なプロモーション②(SNS)					
6	1	コラボレーションの特性と理解①					コラボレーションの特性や手法を理解					
7	1	コラボレーションの特性と理解②					PBL、ディスカッションディベート (ショップ開発VSプロデューサー)※全2回予定					
8	1	セールスプロモーションワーク①基礎					グループワーク、PBL、ディスカッションディベート 情報収集、イベントテーマ・コンセプト立案					
9	1	セールスプロモーションワーク②基礎					ディスカッションディベート、調査学習					
10	1	セールスプロモーションプラン①演習					プランニング立案、企画書作成					
11	1	セールスプロモーションプラン②演習					企画書作成					
12	1	セールスプロモーションプラン③演習・検証					進捗状況共有、確認。プランニングの仮説・検証 反転学習					
13	1	セールスプロモーションプラン④検証					セールスプロモーション企画・提案書作成・プレゼンテーション準備					
14	2	プレゼンテーション					前期の振り返り、講評、後期(ショップ開発/プロデューサー共通案件・予定)					
留意事項												
調査学習、反転学習、PBL学習が多いため、到達目標(課題含む)など含めて次回授業までに事前に計画を立てて実行する。学外でも、広い視野をもって情報収集を行う。												
教材												
教員より配布												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
プロモーション、販売促進業務の理解。 運営店舗・ブランド立案に繋げる。			講義 実習(プロモーションワーク) プレゼンテーション				取組姿勢(講義・実習)			70%		
							提出課題			30%		

学科名	ブランドマネジメント学科	コース名	
-----	--------------	------	--

分類	必修	○	選択	配当学年	3	年	学期	前期	後期	○	
講座コード	授業科目名							授業時間数			
M306	セールスプロモーション							15			
担当教員	成羽 学			科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	ファッション雑誌、専門誌および美容雑誌の企画編集制作を経て、アパレル、商業施設、プロバスケットボールチーム、ビューティー関連などのプレス、広報、プロモーション、メディアプランニングに携わる。									
講義目的											
プロモーションとクリエイティブ(販促物)の最前線～デザイン/テック/デバイス/アイデアから、セールスプロモーション(SP)計画の立て方を学ぶ。情報収集能力、コミュニケーション能力、発想力を習得する。 ブランドプロデュース(ブランド立案)/ショップ開発(長期運営店舗)に向け、販売促進計画の立て方を学ぶ。											
授業内容											
ブランド立案、長期運営店舗にむけて、売上アップのためにセールスプロモーションを立案。そのための、様々なプロモーションの特性や手法を理解。また、販売促進(プレス、PR業務)の特性も理解し販売促進の応用を習得。 合わせてビジネスパーソンに最も必要な企画提案書、販促ツールなどのPR読まれて見られて成果の出るポータルスキルを身につける。(ショップ開発、プロデューサー共通による個人ワーク予定、詳細要相談)											
授業計画及び学習課題											
項目	回数	内容				学習課題					
1	1	オリエンテーション 前期授業の振り返り				クロスメディア・イメージキャラクターの創出・コラボレーションの特性の理解・応用					
2	1	広告・PR販促ツールの種類の理解				広告・PR販促ツール(インビテーションカード、名刺含む)における効果指標、反転学習、調査学習					
3	1	キャッチコピーライティング手法①				心に刺さるキャッチコピーとは。作り方と必勝テクニック。ビジュアルイメージから効果的なコピーを考える。反転学習、調査学習					
4	1	キャッチコピーライティング手法②				ビジュアルイメージから効果的なコピーを考える。 PBL、プレゼンテーション					
5	1	プレスリリース作成手法①				読ませる・読ませる効果的な文章スキルとは。					
6	1	プレスリリース作成手法②				仮想広告+キャッチコピー、プレスリリース作成					
7	1	プレスリリース作成手法③				作成、提出					
8	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート①				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート ※担当教員と要相談					
9	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート②				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート					
10	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート③				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート					
11	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート④				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート。進捗状況の確認					
12	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート⑤				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート					
13	1	運営店舗、ポップアップショップにおけるセールスプロモーションサポート⑥				ショップ開発、プロデューサー別対応による事前学習、調査学習、サポート					
14	2	後期の振り返り				後期の振り返り、講評					
留意事項											
調査学習、反転学習、PBL学習が多いため、到達目標(課題含む)など含めて次回授業までに事前に計画を立てて実行する。 学外でも、広い視野をもって情報収集を行う。											
教材											
教員より配布											
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合			
販売促進業務の理解。 運営店舗・ブランド立案に繋げる。				講義 実習 プレゼンテーション 店舗運営				習熟度取組姿勢(講義・実習)		70%	
								提出課題		30%	

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M307	WEBショップ							15				
担当教員	野村 真介				科目区分	講義	○	演習	○	実習	○	
実務経験のある教員等による授業科目	○	グラフィックデザイナーからWEBデザイナーに転向し10年。大阪でWEB会社を営み、コスメブランドなどのWEBショップの運営やプロモーションを担当。中小企業などにSNSなどマーケティング方法についてのセミナーやレクチャーなどを行っている。										
講義目的												
Instagramでの広報の重要性とポイントを把握。 ECサイトの運営方法を学び自分で運営できるようになる。												
授業内容												
ブランドやショップの集客のためのマーケティングを学ぶ。 実際にECサイトを持ち、集客から運営までを学ぶ。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	ネットショップ運営についての基礎知識					ネット販売の概要と背景・ポイント					
2	1	Instagramマーケティング①					Instagramの基礎知識・ターゲット確認					
3	1	Instagramマーケティング②					Instagramのプロフィール確認とクオリティチェック・投稿までの準備					
4	1	Instagramマーケティング③					投稿テストと反応（インサイト確認）					
5	1	Instagramマーケティング④					ストーリー・投稿・リールの投稿（インサイト確認）					
6	1	BASE構築① 撮影実習					BASEの機能説明・商品撮影のポイント					
7	1	BASE構築② 撮影実習					商品撮影と素材の確認					
8	1	BASE構築③ 商品説明文作成					商品撮影と商品名・説明作成					
9	1	BASE構築④ 商品説明文作成					商品撮影と商品名・説明作成					
10	1	BASE構築⑤ WEBショップ作成					canvaでの素材作り・レイアウト構築・基礎設定					
11	1	BASE構築⑥ WEBショップ作成					BASE構築実践①					
12	1	BASE構築⑦ WEBショップ作成					BASE構築実践②					
13	1	BASE構築⑧ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
14	1	BASE構築⑨ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
15	1	BASE構築⑩ WEBショップ作成					BASE構築グループ発表					
留意事項												
初めは聞きなれない言葉も出てくるが、わからないことは質問する												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
Instagramでの広報を中心にECサイトを構築。 商品の紹介や販売の基礎を学ぶ			Instagramは実践の効果を確 認。ECサイトは基礎設定から商品 登録→販売までの一通りを作業工 程で学ぶ。				取組姿勢			40%		
							提出課題			60%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M307	WEBショップ							15				
担当教員	野村 真介				科目区分	講義	○	演習	○	実習	○	
実務経験のある教員等による授業科目	○	グラフィックデザイナーからWEBデザイナーに転向し10年。大阪でW E B会社を経営し、コスメブランドなどのW E Bショップの運営やプロモーションを担当。中小企業などにS N Sなどマーケティング方法についてのセミナーやレクチャーなどを行っている。										
講義目的												
ECサイトの運営方法を学び自分で運営できるようになる。												
授業内容												
自分のECサイトを構築し、「どのように運営するのか」「どのように販売していくのか」を自分で実感する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	BASEブラッシュアップ指導①					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
2	1	BASEブラッシュアップ指導②					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
3	1	BASEブラッシュアップ指導③					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
4	1	BASEブラッシュアップ指導④					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
5	1	BASEブラッシュアップ指導⑤					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
6	1	BASEブラッシュアップ指導⑥					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
7	1	BASEブラッシュアップ指導⑦					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
8	1	BASEブラッシュアップ指導⑧					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
9	1	BASEブラッシュアップ指導⑨					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
10	1	BASEブラッシュアップ指導⑩					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
11	1	BASEブラッシュアップ指導⑪					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
12	1	BASEブラッシュアップ指導⑫					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
13	1	BASEブラッシュアップ指導⑬					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
14	1	BASEブラッシュアップ指導⑭					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
15	1	BASEブラッシュアップ指導⑮					運営方法の確認とデザインのブラッシュアップ					
留意事項												
前期を復習しながら、自分のものにしていく。												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
ECサイトの運営から集客方法を把握			自分で作ったECサイトを使って実践・発表				取組姿勢		20%			
							提出課題		80%			

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通					
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期		
講座コード	授業科目名							授業時間数					
M312	グラフィックデザインⅡ							30					
担当教員	劉 重孝				科目区分	講義		演習	○	実習			
実務経験のある教員等による授業科目	○	広告代理店勤務を経て、制作プロダクション設立。主にデジタルコンテンツの企画制作を行う。デジタルクリエイターの知識、技術を活かして学生指導にあたる。											
講義目的													
インターネットを使ったプロモーションと印刷ツール作成方法を学び、オリジナルショップやオリジナルブランドの運営に活用する。													
授業内容													
ECサイトの運用方法 デジタルマーケティングの知識と運用方法 印刷会社への発注を前提とした、各種ツール作成方法													
授業計画及び学習課題													
項目	回数	内容					学習課題						
1	2	WEB1					インターネットとは？・WEBサイトの基礎知識						
2	2	WEB2					WEBサイト作成のワークフロー・HTMLとCSS						
3	2	WEB3					WEBプロモーション概要						
4	2	WEB4					オフィシャルサイト・トリプルメディア戦略について						
5	2	WEB5					ランディングページとは？・コンテンツマーケティング						
6	2	WEB6					ECサイト						
7	2	WEB7					SNSマーケティング						
8	2	WEB8					知っておきたい法律の知識・炎上とその対策						
9	2	WEB9					動画を使ったプロモーション・YouTube						
10	2	WEB10					検索とSEO対策						
11	2	WEB11					WEBプロモーション戦略作成・制作実習						
12	2	DTP1					印刷データの作成・制作実習						
13	2	DTP2					ロゴ作成・制作実習						
14	2	DTP3					ポストカード作成・制作実習						
15	2	DTP4					名刺・ショップカード作成・制作実習						
留意事項													
実際のブランド立ち上げや店舗運営を想定し取り組む。													
教材													
最終到達目標													
学習法													
評価方法及び評価割合													
WEBやSNS、印刷ツールを使いこなし、効果的なプロモーション活動ができるようになる。					WEBマーケティングの講義及び企画書作成 印刷会社への発注を見越したDTP実習					提出課題			30%
										企画書			30%
										テスト			40%

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			コース共通				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M312	グラフィックデザインⅡ							30				
担当教員	劉 重孝				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	広告代理店勤務を経て、制作プロダクション設立。主にデジタルコンテンツの企画制作を行う。デジタルクリエイターの知識、技術を活かして学生指導にあたる。										
講義目的												
インターネットを使ったプロモーションと印刷ツール作成方法を学び、オリジナルショップやオリジナルブランドの運営に活用する。												
授業内容												
ECサイトの運用方法 デジタルマーケティングの知識と運用方法 印刷会社への発注を前提とした、各種ツール作成方法												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	DTP5					ポスター作成・制作実習					
2	2	プロモーション計画1					全体計画とプロモーションカレンダーの作成・制作実習					
3	2	プロモーション計画2					ECサイトの作成(情報のリスト化)・制作実習					
4	2	プロモーション計画3					ECサイトの作成(商品撮影について)・制作実習					
5	2	プロモーション計画4					ECサイトの作成(引用ルールの策定)・制作実習					
6	2	プロモーション計画5					SNSオフィシャルアカウントの作成・制作実習					
7	2	プロモーション計画6					印刷ツールの活用計画・広報計画の作成					
8	2	プロモーションツール制作指導1					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
9	2	プロモーションツール制作指導2					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
10	2	プロモーションツール制作指導3					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
11	2	プロモーションツール制作指導4					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
12	2	プロモーションツール制作指導5					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
13	2	プロモーションツール制作指導6					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
14	2	プロモーションツール制作指導7					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
15	2	プロモーションツール制作指導8					ECサイト、SNSの運営及び印刷物の制作指導・制作実習					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
WEBやSNS、印刷ツールを使いこなし、効果的なプロモーション活動ができるようになる。				WEBマーケティングの講義及び企画書作成 印刷会社への発注を見越したDTP実習				提出課題		30%		
								企画書		30%		
								テスト		40%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M311	就職対策Ⅱ							15				
担当教員	白倉 亮一				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	アパレルメーカーで物流管理から営業経験を経て、人事(採用・教育・人事制度)関係の業務を20年以上経験。 その経験を活かし、販売促進活動や【自己分析から面接】までを学生に指導。									
講義目的												
就職意識を向上させ早期の内定を目指す。												
授業内容												
基本姿勢・基本動作、ビジネスマナーや一般常識の講義及び履歴書作成のポイント、面接のポイントをトータルに学習する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	オリエンテーション					2年次の振り返りと企業の求める人材について					
2	1	就職活動指導					エントリーシート作成①					
3	1	就職活動指導					エントリーシート作成②+個人面談					
4	1	就職活動指導					エントリーシート作成③+個人面談					
5	1	就職活動指導					エントリーシート作成④+個人面談					
6	1	就職活動指導					履歴書作成①					
7	1	就職活動指導					履歴書作成②+個人面談					
8	1	就職活動指導					履歴書作成③+個人面談					
9	1	模擬面接					面接手法について					
10	1	模擬面接					面接実施					
11	1	模擬面接					面接実施					
12	1	模擬面接					グループディスカッション					
13	1	個人面談					活動状況報告					
14	1	個人面談					今後の対策について					
15	1	今後の活動について					後期の活動について説明					
留意事項												
ワンデーインターンシップ等も積極的に活用して就職活動をすること。												
教材												
教員より配布する												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
前期期間中に(自分の進路)方向性を決め、進路決定する。			講義、自己分析・模擬面接を繰り返し行い、自分の今後の進路を決めていく。				取組姿勢			60%		
							演習課題			40%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M305	A I 概論Ⅱ							15				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
今後ファッション業界にも必要なスキルとなる、A Iの活用について基本的な活用方法を理解し実際に利用することで仕事の効率化を図れる人材を育成する。												
授業内容												
前期/A Iの活用例を知り、グループで課題発見から検証までを行う。 後期/実際の店頭を調査し集積したデータを元に予測をし、次年度のブランド企画に役立てる。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	オリエンテーション					ブランド構築とAIの活用について					
2	1	A I 概論①					講義 ファッションのDX化とは河合氏①					
3	1	A I 概論②					講義 ファッションのDX化とは河合氏②					
4	1	A I 概論③					講義レポートの作成					
5	1	A I 概論④					ブランド構築におけるAIの活用①					
6	1	A I 概論⑤					ブランド構築におけるAIの活用②					
7	1	A I 活用グループワーク					販路改善策の提案①					
8	1	A I 活用グループワーク					販路改善策の提案②					
9	1	A I 活用グループワーク					販路改善策の提案③					
10	1	A I 活用グループワーク					販路改善策の提案④					
11	1	A I 活用グループワーク					販路改善策の提案⑤					
12	1	A I 活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進①					
13	1	A I 活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進②					
14	1	A I 活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進③					
15	1	A I 活用グループワーク					長期運営店舗、オリジナルブランドの販売促進④					
留意事項												
欠席の無いようにすること。												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
A I の活用				講義・演習				課題提出		80%		
								取り組み姿勢		20%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名							
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M315	卒業制作							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
実習店舗を通して習得したノウハウを活用し二日間限定のポップアップショップを作り、運営する。												
授業内容												
実習店舗で培った経験、技術を使い、商材に合わせたMD・VMDを計画的に実践し運営に挑戦する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	卒業作品発表会企画1					実習店舗での検証を元に卒展企画立案					
2	2	卒業作品発表会企画2					実習店舗での検証を元に卒展企画立案					
3	2	卒業作品発表会企画3					コンセプトワーク					
4	2	卒業作品発表会企画4					コンセプトワーク					
5	2	卒業作品発表会企画5					企画書制作					
6	2	卒業作品発表会企画6					企画書制作。プレゼンテーション					
7	2	卒業作品発表会店舗仕入れ1					MDをベースに仕入れの実施					
8	2	卒業作品発表会店舗仕入れ2					MDをベースに仕入れの実施					
9	2	卒業作品発表会店舗仕入れ3					MDをベースに仕入れの実施					
10	2	卒業作品発表会店舗プラン1					会場の図面制作 什器選定、什器制作、販売促進					
11	2	卒業作品発表会店舗プラン2					会場の図面制作 什器選定、什器制作、販売促進					
12	2	卒業作品発表会店舗プラン3					会場の図面制作 什器選定、什器制作、販売促進					
13	2	卒業作品発表会店舗プラン4					会場の図面制作 什器選定、什器制作、販売促進					
14	2	卒業作品発表会店舗運営1					会場準備 運営					
15	2	卒業作品発表会店舗運営2					会場撤去 返品作業					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
常にMD.VMDを計画的に実践して、お客様の視点に立った入りやすく触りやすく買いやすい売り場提案ができる。				卒展店舗を通して実体験しながら学ぶ				取組姿勢			50%	
								習熟度			50%	

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M317	リテールマーケティングⅡ							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
お客様に支持されるアパレルセレクトショップの企画立案ができる能力を身につけて将来的な独立開業を目指す。												
授業内容												
ブランディング戦略から仕入、レイアウト、販促、損益まで店舗運営に関する全てを企画書にまとめる、授業内で作成したプランは企業にてプレゼンテーションを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ブランディング戦略1					ブランドとは。セレクトショップのブランディング戦略					
2	2	ブランディング戦略2					ブランドコンセプトの立案。コンセプトと商品ラインの設定					
3	2	品揃え計画1					イメージ商品集め。商品イメージ検討会					
4	2	品揃え計画2					商品イメージマップの作製					
5	2	品揃え計画3					衣料品希望取引先検索。衣料品希望取引先まとめ。					
6	2	品揃え計画4					雑貨小物希望取引先検索。テスト					
7	2	プレゼンテーション1					グループ内店舗企画案作成、決定					
8	2	プレゼンテーション2					店舗企画修正。店舗企画案まとめ					
9	2	プレゼンテーション3					学内プレゼンテーション					
10	2	プレゼンテーション4					プレゼンテーションリハーサル。企業にてプレゼンテーション					
11	2	仕入計画1					シミュレーションシート作成					
12	2	仕入計画2					損益計画立案。月度別品揃え計画作成					
13	2	仕入計画3					取引先開拓開始。取引先別仕入計画完成					
14	2	店舗作成1					平面図パース、販売促進計画書の完成					
15	2	店舗作成2					店舗オープン作業					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。				講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M317	リテールマーケティングⅡ							15				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
お客様に支持されるアパレルセレクトショップの企画立案ができる能力を身につけて将来的な独立開業を目指す。												
授業内容												
ブランディング戦略から仕入、レイアウト、販促、損益まで店舗運営に関する全てを企画書にまとめる、授業内で作成したプランは企業にてプレゼンテーションを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	店舗運営 1					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
2	1	店舗運営 2					各種伝票作成・支払い申請書作成。新規取引先検討会					
3	1	店舗運営 3					第一回MD会議資料作成。第一回MD会議					
4	1	店舗運営 4					品揃えの見直しと売上対策検討。品揃え計画の見直し					
5	1	店舗運営 5					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
6	1	店舗運営 6					各種伝票作成・支払い申請書作成。新規取引先検討会					
7	1	店舗運営 7					第二回MD会議資料作成。第二回MD会議					
8	1	店舗運営 8					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
9	1	店舗運営 9					各種伝票作成・支払い申請書作成。セール計画・最終損益計画					
10	1	店舗運営10					第三回MD会議資料作成。第三回MD会議					
11	1	店舗運営11					売上実績まとめ。損益実績まとめ					
12	1	店舗運営12					企画立案、企画書作成。プレゼンテーション					
13	1	店舗運営13					取引先開拓。商品発注、検品、値付け					
14	1	店舗運営14					卒業作品展準備。卒業作品発表会					
15	1	店舗運営15					一年間のまとめ（ファイル作成）					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。				講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M302	リテールマーチャンダイジングⅡ							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
MDや仕入を計画するだけでなく伝票管理、経費支払い、請求、損益計算まで店舗運営にかかわるすべての項目を実店舗の運営から学ぶ。												
授業内容												
ブランディング戦略から仕入、レイアウト、販促、損益まで店舗運営に関する全てを企画書にまとめる、授業内で作成したプランは企業にてプレゼンテーションを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	ブランディング戦略 1					ブランドとは。セレクトショップのブランディング戦略					
2	2	ブランディング戦略 2					ブランドコンセプトの立案。コンセプトと商品ラインの設定					
3	2	品揃え計画 1					イメージ商品集め。商品イメージ検討会					
4	2	品揃え計画 2					商品イメージマップの作製					
5	2	品揃え計画 3					衣料品希望取引先検索。衣料品希望取引先まとめ。					
6	2	品揃え計画 4					雑貨小物希望取引先検索。テスト					
7	2	プレゼンテーション 1					グループ内店舗企画案作成、決定					
8	2	プレゼンテーション 2					店舗企画修正。店舗企画案まとめ					
9	2	プレゼンテーション 3					学内プレゼンテーション					
10	2	プレゼンテーション 4					プレゼンテーションリハーサル。企業にてプレゼンテーション					
11	2	仕入計画 1					シミュレーションシート作成					
12	2	仕入計画 2					損益計画立案。月度別品揃え計画作成					
13	2	仕入計画 3					取引先開拓開始。取引先別仕入計画完成					
14	2	店舗作成 1					平面図パース、販売促進計画書の完成					
15	2	店舗作成 2					店舗オープン作業					
留意事項												
教材												
最終到達目標			学習法				評価方法及び評価割合					
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。			講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢			30%		
							提出課題			40%		
							テスト			30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M302	リテールマーチャダイジングⅡ							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
MDや仕入を計画するだけでなく伝票管理、経費支払い、請求、損益計算まで店舗運営にかかわるすべての項目を実店舗の運営から学ぶ。												
授業内容												
ブランディング戦略から仕入、レイアウト、販促、損益まで店舗運営に関する全てを企画書にまとめる、授業内で作成したプランは企業にてプレゼンテーションを行う。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	店舗運営 1					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
2	1	店舗運営 2					各種伝票作成・支払い申請書作成。新規取引先検討会					
3	1	店舗運営 3					第一回MD会議資料作成。第一回MD会議					
4	1	店舗運営 4					品揃えの見直しと売上対策検討。品揃え計画の見直し					
5	1	店舗運営 5					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
6	1	店舗運営 6					各種伝票作成・支払い申請書作成。新規取引先検討会					
7	1	店舗運営 7					第二回MD会議資料作成。第二回MD会議					
8	1	店舗運営 8					勤務シフト作成、販売促進見直し。売上集計					
9	1	店舗運営 9					各種伝票作成・支払い申請書作成。セール計画・最終損益計画					
10	1	店舗運営10					第三回MD会議資料作成。第三回MD会議					
11	1	店舗運営11					売上実績まとめ。損益実績まとめ					
12	1	店舗運営12					企画立案、企画書作成。プレゼンテーション					
13	1	店舗運営13					取引先開拓。商品発注、検品、値付け					
14	1	店舗運営14					卒業作品展準備。卒業作品発表会					
15	1	店舗運営15					一年間のまとめ（ファイル作成）					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。				講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期	○	後期	
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M308	長期ショッププラン							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
お客様に支持されるアパレルセレクトショップの計画的な在庫管理や商品管理について学習し長期運営店舗に活用する。												
授業内容												
前期は経費の有効的な活用方法を中心に、店舗の維持管理について計画できる能力を身につける。後期は実店舗の運営を通じて実践する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	2	経費計画1					店舗運営の基礎を学習しながら、経費の計画を行う。					
2	2	経費計画2					店舗運営の基礎を学習しながら、経費の計画を行う。					
3	2	経費計画3					店舗運営の基礎を学習しながら、経費の計画を行う。					
4	2	経費計画4					店舗運営の基礎を学習しながら、経費の計画を行う。					
5	2	経費計画5					店舗運営の基礎を学習しながら、経費の計画を行う。					
6	2	経費計画6					実店舗のプレゼンに向けて店舗ごとのプランを立案。					
7	2	経費計画7					実店舗のプレゼンに向けて店舗ごとのプランを立案。					
8	2	経費計画8					実店舗のプレゼンに向けて店舗ごとのプランを立案。					
9	2	経費計画9					実店舗のプレゼンに向けて店舗ごとのプランを立案。					
10	2	プレゼンテーション					プレゼンテーションリハーサル。企業にてプレゼンテーション					
11	2	経費計画作成1					決定した店舗の経費計画の作成					
12	2	経費計画作成2					決定した店舗の経費計画の作成					
13	2	経費計画作成3					決定した店舗の経費計画の作成					
14	2	経費計画作成4					決定した店舗の経費計画の作成					
15	2	経費計画作成5					決定した店舗の経費計画の作成					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。				講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営				取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M308	長期ショッププラン							30				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義	○	演習		実習		
実務経験のある教員等による授業科目		○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。									
講義目的												
お客様に支持されるアパレルセレクトショップの計画的な在庫管理や商品管理について学習し長期運営店舗に活用する。												
授業内容												
前期は経費の有効的な活用方法を中心に、店舗の維持管理について計画できる能力を身につける。後期は実店舗の運営を通じて実践する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	1	経費計画の維持と管理1					経費台帳の作成、確認、チェック					
2	1	経費計画の維持と管理2					経費台帳の作成、確認、チェック					
3	1	経費計画の維持と管理3					経費台帳の作成、確認、チェック					
4	1	経費計画の維持と管理4					経費台帳の作成、確認、チェック					
5	1	経費計画の維持と管理5					経費台帳の作成、確認、チェック					
6	1	経費計画の見直し1					経費計画の進捗状況の確認と見直し					
7	1	経費計画の見直し2					経費計画の進捗状況の確認と見直し					
8	1	経費計画の見直し3					経費計画の進捗状況の確認と見直し					
9	1	経費計画の見直し4					経費計画の進捗状況の確認と見直し					
10	1	経費計画の見直し5					経費計画の進捗状況の確認と見直し					
11	1	経費計画まとめ1					経費計画のまとめ					
12	1	経費計画まとめ2					経費計画のまとめ					
13	1	経費計画まとめ3					経費計画のまとめ					
14	1	経費計画まとめ4					一年間のまとめ（ファイル作成）					
15	1	経費計画まとめ5					一年間のまとめ（ファイル作成）					
留意事項												
教材												
最終到達目標			学習法					評価方法及び評価割合				
店舗を企画するだけでなく、自ら運営できる能力を身につける。			講義 実技 プレゼンテーション 店舗運営					取組姿勢		30%		
								提出課題		40%		
								テスト		30%		

学科名	ブランドマネジメント学科				コース名			ショップ開発コース				
分類	必修	○	選択		配当学年	3	年	学期	前期		後期	○
講座コード	授業科目名							授業時間数				
M314	店舗運営							45				
担当教員	播岡 充				科目区分	講義		演習	○	実習		
実務経験のある教員等による授業科目	○	大手小売りの店長、店舗バイヤーを経て、本部婦人服バイヤーを歴任。商品の仕入調達や売場運営管理に精通。授業では、品揃え立案に必要な売場計数を学ぶとともに、売上計画や商品仕入計画の立案を通してビジネス感覚を身につける。学外で展開する長期運営店舗を企画立案し、運営ノウハウを学ぶ。										
講義目的												
WEBショップの運営を行うことで 事前に企画・準備したプランを お客様の視点に立った入りやすく触りやすく買いやすい店舗にしておく。店舗の運営を通してして実証、検証を行い、計画の変更、変更の実施など運営の実際を行い、知識を経験として定着させる。												
授業内容												
運営期間において商材に合わせて常にMD分析を計画的に実践しお客様の動向、売上と対比しながら実証する。												
授業計画及び学習課題												
項目	回数	内容					学習課題					
1	3	運営店舗業務1					店舗改善案検証					
2	3	運営店舗業務2					店舗改善案検証					
3	3	運営店舗業務3					店舗改善案検証					
4	3	運営店舗業務4					店舗改善案検証					
5	3	運営店舗業務5					店舗改善案検証					
6	3	運営店舗業務6					店舗改善案検証					
7	3	運営店舗業務7					店舗改善案検証					
8	3	運営店舗業務8					店舗改善案検証					
9	3	運営店舗業務9					店舗改善案検証					
10	3	運営店舗業務10					店舗改善案検証					
11	3	運営店舗業務11					店舗改善案検証					
12	3	運営店舗業務12					店舗改善案検証					
13	3	運営店舗業務13					店舗改善案検証					
14	3	運営店舗業務14					運営まとめ					
15	3	運営店舗業務15					運営まとめ					
留意事項												
教材												
最終到達目標				学習法				評価方法及び評価割合				
常にMD.VMDを計画的に実践して、お客様の視点に立った入りやすく触りやすく買いやすい売り場提案ができる。				実習店舗を通して実体験しながら学ぶ				取組姿勢		50%		
								習熟度		50%		