

講義名	ファッション文化論			授業形態			
担当教員	辻村 謙一	開講期・曜日・時限		後期集中 その他 その他			
		単位数	2	履修開始年次	3年生	ナンバリング・コード	
主題と概要							
【主題】 ファッション文化の歴史的・社会的文脈と、現代ビジネスへの応用 【概要】 本講義では、ファッションを単なる「衣類」ではなく、時代や社会の精神を映し出す「文化的現象」として捉え直します。文化としてのファッションが、どのような社会的背景や技術革新によって変遷してきたのかを学びます。さらに、単なる文化論にとどまらず、その文化的背景が現代のファッションビジネス、マーケティング戦略、ブランド構築にどのように影響を与えているかを解き明かします。 授業では、各テーマの前半に基礎概念の講義を行い、後半には実際のビジネスケースを題材としたグループワークを実施します。文化的洞察（文化論）をビジネスの意思決定（マーケティング）へと落とし込む実践的な思考力を養います。							
到達目標							
本講義では、次の3点を目標とします。 1. ファッションの変遷を社会的・文化的・歴史的背景と関連付けて説明できるようになる。 2. 現代のファッションブランドやトレンドの背景にある「文化的価値」を分析できるようになる。 3. ファッション文化の知見を基に、具体的なマーケティング課題に対する解決策や企画を立案・ディスカッションできるようになる。							
提出課題							
1. 1週間を目途に事前にケースをお送り致します。配布資料等を使用して講義を行います。授業までに熟読してから臨むようにしてください。講義資料は、基本的にはリユカポータルにアップする予定ですので、各自がダウンロードするようにしてください。 2. 最終グループプレゼンテーション資料：第15コマで実施するグループ発表の資料。 3. 最終成果レポート：講義全体およびグループワークでの学びを踏まえ、指定するファッションブランドの「文化的背景とマーケティング戦略の関連性」について個人で考察・執筆（1,500～2,000字程度）。							
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法							
授業では、講義形式で事例等の紹介をしたあと、ケースメソッドに取り組んでもらいます。上記のとおり、1週間程度前を目途に事前にケースをお送りしますので、事前にケースを熟読してから授業に参加するようにしてください。基本的に各ケースには3つの課題を用意しております。当日はそれぞれの課題について、グループでディスカッションを行い、ディスカッション終了後に発表してもらいます。発表の際には、スライド等を作成し、他のグループにもわかるように資料も作成するようにしてください（授業後要提出）。学生らしい活発な議論と自由な発想を求めます。							
評価の基準							
出席状況並びに毎回の授業への取り組み姿勢等 50% 期末レポート 50%							
履修にあたっての注意・助言他							
基本的に対面授業で実施します。一方的な授業ではなく、グループディスカッションを中心に据えて実施致します。課題に対して、なるべくありきたりの考えではなく自身の感性と経験をもとに、思考するようにしてください。授業への前向きな取り組みや態度に対しては大いに評価したいと思っております。 授業中の私語や飲食（水分等の補給やのど飴等を除く）などは謹んでください。周囲の人々にとって迷惑な行為を発見した場合、教室を退室していただきます。その場合、当該授業は欠席となります。							
教科書							
.使用しない。							
参考図書							
.なし。							
その他							
授業形態（アクティブ・ラーニング）							
☐	ア：PBL（課題解決型学習）		☐	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）		☐	ウ：ディスカッション、ディベート
☐	エ：グループワーク		☐	オ：プレゼンテーション			カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）							
備考							

授業計画
1.【講義】：イントロダクション～ファッション文化論とは何か 服を穿う・着る側から「ブランドを作る・動かす視点」へ
2.【講義・ワーク】ファッション文化論とは何か ブランド論の全体像と講義ロードマップ
3.【ケース講義】：サブカルチャーとストリートファッションの歴史（パンク、ヒップホップ等とブランドの共犯関係）
4.【グループワーク1】サブカルチャーとストリートファッションの歴史（パンク、ヒップホップ等とブランドの共犯関係）
5.【ケース講義】ラグジュアリーの文化史（ハイブランドが築いた権威と価値の源泉）
6.【グループワーク2】ラグジュアリーの文化史（ハイブランドが築いた権威と価値の源泉）
7.【ケース講義】ブランドの文化的文脈（コンテクスト）の構築
8.【グループワーク3】ブランドの文化的文脈（コンテクスト）の構築
9.【ケース講義】ブランド論（ブランドアイデンティティ、ブランドの拡張、文化戦略、ブランドアーキテクチャ等）
10.【グループワーク4】ブランド論（ブランドアイデンティティ、ブランドの拡張、文化戦略、ブランドアーキテクチャ等）
11.【ケース講義】ファッションにおけるサステナビリティと透明性（トラサビリティ）
12.【グループワーク5】ファッションにおけるサステナビリティと透明性（トラサビリティ）
13.【ケース講義】「LifeWear」という衣服の地殻変動：ファーストリテイリング（ユニクロ）の挑戦
14.【グループワーク6】「LifeWear」という衣服の地殻変動：ファーストリテイリング（ユニクロ）の挑戦
15.【発表・総括】：最終グループプレゼンテーション、全体講評、および講義の総括 以上進捗度合い等により、変更の可能性あります。
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連
ファッションを衣服や流行という観点のみならず、広義の意味で捉える経験は、物事を多面的に考察するきっかけとなります。豊かな社会の実現に貢献できる意欲と能力を持ったビジネスパーソンになるための一助になると思います。
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述
グループディスカッションを中心にしているため、可能な限り対面で実施出来れば有難い。
実務経験の有無及び活用
大学卒業後、大阪国際空港にて保税品（免税品）を広く取り扱う会社の管理部門を経て、実家のファッション専門学校を承継。ビジネス系を含む複数の授業を長年にわたり担当する。県立大学の専任教員を経て現職。専門はマーケティング。