

ファッションビジネス学会
会員 各位

ファッションビジネス学会 活性化について（最終答申案）

1. 活性化が課題となるに至った要因とこれまでの経緯

- ・本学会は1993年11月に創設され、1995年には関西支部、1997年には西日本支部が設立された。その間に「論文誌」「学会誌（「ファッションビジネス」）」および「ファッションビジネス用語辞典」の刊行を開始し、また、1999年には「第1回日韓ファッションビジネス学会学術交流会議」がソウルで開催された。
- ・しかし、90年代末から学会活動にやや停滞の兆候がみえてきたので、2000年にリニューアル委員会が設置され、① 研究部会を拡充する、② 本学会の学門領域を「創・工・商・生・育」に分類する、③ 支部を増設する（東日本支部設置）、④ 2001年開催予定の「第2回日韓学術交流会議」では、日韓にこだわらず、アジア規模の交流会議にするべくシンポジウムを行う、⑤ 毎年、本支部持ち回りの全国大会・共同研究発表会を開催するなど提案された。本学会は新しい展開期に入り、これらを含む10年間の活動が評価され、2002年には日本学術会議の登録研究団体に認定された。また、2005年にはファッション環境学会を吸収合併、この頃が本学会の会員数のピークを記録している。
- ・その後は、創設当初からの「論文誌」「ファッションビジネス用語辞典」、2000年代初頭からの全国大会・共同研究発表会が踏襲されてはいるものの、「学会誌」の休刊、国際交流の中断がつづき、全般的に研究部会活動の足踏み、会員数の減少が目立つようになった。
- ・こうした状況にあるため、2019年に理事会から「本学会の活性化方策を検討してもらいたい」との諮問があり、すぐさま活性化委員会を設置して審議に入った。しかし、答申を行う直前の2020年2月から新型コロナウイルスの国内感染が始まり、それが今後の社会、経済、生活、そしてファッションやファッションビジネスに重大な影響を及ぼすことが予見されるようになってきたので、5月の答申を急遽「中間答申」に切り替え、2021年5月の「最終答申」に向けてさらに検討を深めることにした。
- ・本「最終答申」は、ここ約15年間にわたって活動不振に陥ってきた本学会に活性化の方策を提案するものであるだけでなく、「ニューノーマル」といわれる未曾有の大転換期を目前に、本学会は早急に組織も活動内容も建て直し、「5か年計画で8つの目標の達成をはかる」という大転換をしなければならないことを訴えるものである

2. 活性化が必要となった要因と問題点

【外部要因による問題点】

- ・バブル崩壊後、未曾有のスピードでグローバル化、情報革命、技術革新、流通革新、消費行動の変化、貧富格差の増大などが進行し、旧来の日本のファッション産業は縮小の一途を辿ってきた。また、それと並行して政府の産業助成・研究助成も減少した。このため日本のファッションビジネス研究者の多くが、一方では事態の急転についていけず、他方では発言の場が狭まることになって業界への提言の後退、さらには研究活動自体の停滞を招いた。このほか、バブル崩壊後、景

況の上昇がみられないなかで、研究以外の業務が多忙化したことも研究および共同研究の停滞に拍車をかけた。

- ・同じ現象は欧米先進国でも起こったが、それでも欧米先進国では、ファッションおよびファッション産業をめぐる研究活動の停滞は大きくはなかった。例えば「ブランディング」「オムニチャンネル」「フェアトレード」「エシカル」「サスティナビリティ」などの相継ぐ提唱は、そのことを証明している。

しかし、これらの研究成果は、ファッションビジネス学会所属の学者・研究者から紹介されるよりはアウトサイダーやジャーナリズムから紹介されることがほとんどであった。これは学会が欧米先進諸国のファッション関連学会や学者・研究者との交流を欠いていることに原因があると考えられる。ファッションビジネスという最もグローバル性の高い領域に籍を置きながら、国際交流が貧弱であり、また日本からの目立った発信がないことは、学会として猛省が必要である。

- ・E-コマースやサスティナビリティなどの台頭によってファッション産業全体の構造改革が喫緊の課題となっている。さらに、ビジネスモデルをはじめ、ファッションビジネスにとって生命線といえるデザインのあり方も大きく変容することが予想されている。
- ・さらに2020年に始まったコロナ禍は、ステイホームやリモートワークを強制することになったが、人々の行動の変化、社会的価値観の変化、産業構造の変化、政治体制や国際情勢の変化を呼び起こし、30年前のバブル経済崩壊がもたらした変化よりも大きな転換期が訪れるとさえ予測されるに至っている。

これをファッションビジネスに限ってみると、有店舗小売企業の不振と倒産が進行し、繊維素材や副資材、生産、物流などサプライチェーンへの影響が大きくなっているが、他方ではネット販売、サブスクリプションによるレンタルサービス、宅配サービスなどの無店舗小売企業が進展、動画によるオンラインのライブコマース（接客販売）、ブランド連合によるオフプライスストアも新業態として可能性が高まっている。また、DX（デジタルトランスフォーメーション）が目目され、デジタルテクノロジーの活用が重要な課題となっている。

- ・本学会が昨年、コロナ下で催した全国大会のシンポジウム「ファッションビジネスとニューノーマル」でも、専門教員5人（会員）のパネリストからWithコロナ、DX、SDGs、D2C、C2C、個のつながり、GLOCALなどのキーワードが唱えられた。
- ・こうした現況を考えると、ファッションビジネスの将来像を学術的にとらえ、学究的な受け皿となるべき本学会の存在は限りなく大きくなっていると言わねばならない。

【内部要因による問題点】

- ・正会員および賛助会員が年々減少している。
- ・大学教員の加入者が少ない。
- ・将来の会員候補である学生会員が少ない。（学生を本学会に吸引し、研究を支援する仕組みがない）
- ・支部の増設、拡大が滞っている。
- ・取り組むべき研究課題の提起がみられず、大きなイベントも実施されていない。
- ・欧米に比べてファッションビジネスに関する体系的な研究が遅れている。このため、大学院やMBAクラスのテキストが存在しない。
- ・ファッションビジネスのニューノーマルについての研究活動の開始、あるいはニューノーマルについて研究する研究部会の設立が急務である。

- ・研究を発表する「論文誌」への投稿が停滞し、投稿者が偏っている。
- ・事業内容（研究発表や講演会の内容を含む）を報告する「学会誌」が2003年の10号を最後に発行されていない。
- ・魅力を感じる研究部会が少なく、研究会の開催頻度が少ない。
- ・他支部に魅力のある研究部会があっても研究会開催の情報が入手できず、参加障壁が存在するケースもある。
- ・研究部会の設立条件が厳しすぎる。
- ・研究部会の活動に対する補助金制度が規定されていない。
- ・他の学会に存在するような研究や発表に対する表彰制度が設けられていない。
- ・運営や事務に関するオンライン化、デジタル化が推進されていない。
- ・会員になった場合のメリットが少ない。
- ・大学・専門学校の国際化に即した教育が遅れているが、本学会としても何らかの対策が必要なのではないか。
- ・会員間の交流・繋がりを促進するための学会独自のSNSによるバーチャル・コミュニティの構築がされていない。
- ・時代に即した変化がない。

3. 本学会の活性化方策

本学会の活性化に向けて、次の8つの目標をかけた、5か年計画による実現を目指す。

- ① 研究者ファーストの学会であることを再確認し、ファッションとファッションビジネスに関する学術研究(創・工・商・生・育)の深化・拡充をはかって、欧米先進国との学術格差を克服する。
- ② 研究部会の多様化と増強をはかる。
- ③ 論文誌やイベントを強化・充実させ、学会誌を復活させる。
- ④ 正会員の倍増をはかる。なかでも本部・支部の事務局校と専門学校に偏っている正会員を大学の学者・研究者に拡大する。また、将来の学術研究を担う学生会員の増強をはかる。
- ⑤ 産業界・メディアへの広報活動を強化して、本会の知名度アップをはかる。
- ⑥ 論文誌・学会誌、イベント、各種会議、通信など、全般にわたってデジタル化、オンライン化をはかる。
- ⑦ 収益面での強化をはかる(賛助会員の増強、有料事業や冠事業・受託研究の推進など)。
- ⑧ 上記の諸活動に関する決定や実施の迅速化、推進をはかるため、専務理事・常務理事制を導入するとともに、新たに総合運営会議や各種委員会などの機構を設置し、理事はそれらの長や委員などの役割を分担する。

4. 「8つの活性化目標」を達成するための具体的な施策

1) 組織改革と強化(目標⑧、別添資料1:「組織図案」参照)

- ・目標①～⑦を迅速かつ確実に実施していくため、諸団体の例に倣って専務理事・常務理事制を導入する。このうち常務理事には事務局長が就任する。
- ・あわせて会長、副会長、専務理事、常務理事、常設委員会委員長、支部長、および特任理事による「総合運営会議」を設置し、目標①～⑦の迅速かつ確実な推進をはかる。
- ・常設委員会として、総務委員会、論文審査委員会、企画・広報委員会、国際交流委員会、研究委員会を設置し、委員長には理事が就任。それぞれ分担する業務を推進する。

- ・常設委員会は、いずれも定員7名以内とし、研究委員会以外の4委員会は非理事が過半数を占める構成とする。一方、研究委員会は、「創・工・商・生・育」の5領域からの人選に配慮するものとし、理事・非理事の比率は問わない。
- ・常設委員会は専門的に業務を分担遂行する分科会を設置することができるものとし、特に企画・広報委員会にはイベント企画、学会誌・図書編集、ホームページ、プレスの4分科会を設ける。
- ・特別委員会は、一定の目的のもとに期間を限定して設置する委員会で、定員を設けず、理事・非理事の比率を問わない。
- ・“働く理事”“知恵を出す理事”“研究実績で牽引力になる理事”をふやしていく。

2) 学術格差の克服（目標 ①）

- ・これまで本学会が担う学問領域を「ファッションビジネス」に限定していたが、「ファッションおよびファッションビジネス」に拡大することによって、本学会が学術や産業だけでなく文化の領域でも発展に寄与していく社会的使命をもつものであることを明確にし、研究開発すべき分野の重層化・深化・拡大と研究者会員の増加をはかる。（定款第4条など）
- ・国際交流委員会を設置して、まずは海外の関連学会・学者・書籍・論文などの調査からスタートして、交流につとめるとともに、先見的な論文などについては学会誌を通じて紹介するなどの業務を遂行する。将来的には国際交流委員会の企画によって、「関連学会国際交流会議」を日本で開催できる水準に到達したい。
- ・研究部会でも、海外の学術水準に追いつき追い越すための研究開発を推進する。

3) 研究部会の多様化と増強（目標 ②）

- ・本学会は、研究部会の集積を根幹とする組織であると位置づける。
- ・研究部会はそれぞれ支部に所属し、個別的な支援は支部が担当するが、全般的には研究委員会が管掌する。
- ・研究部会の増強をはかるため、新設・存続に関する人間的な要件を、従来の10名以上から5名以上（正会員が過半数）に緩和する。
- ・設置後の研究部会の部会員は支部の地域を超えるものであってもよい。
- ・研究開発活動の活発化をはかるため、研究部会の存続に関する活動面での要件として、1年に2回以上研究会を開くこと、および、
 - a. 部会員の一人が1年に1本の論文か報文を本学会の論文誌または学会誌に発表する。
 - b. 部会員が1年に1回、研究開発の成果を本学会主催の研究発表会で発表する。（ポスタープレゼンテーションを含む）
 のいずれかの実行を義務づける。
- ・研究部会は、研究会のほか、講演会、セミナー、シンポジウム、展示会などのイベントを主催することができる。参加者は会員・非会員を問わず、支部の規模を超えるものであってもよい。
- ・研究部会の研究会および各種イベントについては、これまでのリアル方式のほかにオンライン方式の採用を積極化し、すべてをオンライン方式に転換する研究部会の出現も想定するものとする。
- ・研究部会の運営は独立採算制を原則とし、積立金をもつことを妨げない。一方、特別の事情があるときは、本部または支部の資金補助が受けられるものとする。
- ・優秀研究部会賞の制度を設けて、毎年、優れた研究実績をあげた研究部会を表彰する。その選定は研究委員会が行う。

- ・研究部会の活動状況を把握するため、年度末に所定の「活動状況報告書」の提出を求め、過去2年間に活動実績のない部会は廃部とするなど、研究部会を統廃合・整理する。
- ・研究委員会は、企画・広報委員会のホームページ分科会や学会誌・図書編集分科会などと連携して、研究部会の活動をホームページや学会誌などで常時PRする。
- ・研究委員会は、国際的に通用する研究テーマを「創・工・商・生・育・総合」の各要素を勘案して設定し、各研究部会にテーマについての論文の投稿、研究発表、公開セミナー開催を促すことができる。
- ・研究開発活動の便宜や効率化をはかる制作物の作成のため、研究委員会に常設または期間限定の分科会を設置したいとの提案もあったが、これについては研究委員会での検討を要請する。
- ・大学や関係企業からは数多くの教授や企業内研究者が海外に留学または派遣されている。その期間も研究は続行していることは間違いないので、研究委員会には、国際交流委員会や総務委員会と協力して、海外滞在者とパイプをつなぐためのなんらかの“器”を設ける検討を要請する。国際交流委員会にとっても、重要な情報源になるはずである。

4) 論文誌の充実と学会誌の復活(目標③)

- ・論文誌の学術的レベルの維持・向上を目的に、論文審査委員会は査読担当者の拡充・強化をはかる。
- ・論文誌に掲載される論文および研究ノートの本数を増やすため、研究部会に一定の論文などの投稿を義務づけるとともに、投稿料・掲載料の軽減化をはかる。
- ・論文誌に掲載される論文のさらなる質的向上をめざして、優秀論文賞を授与する制度を設け、選定は論文審査会が行う。
- ・2022年度からの論文誌Webジャーナル化をめざす。(活性化委員会でWebジャーナル化の手続きなどについては調査を完了しているので、1年間の準備期間があれば移行は可能である)
- ・学会誌についても、2022年度からのWebジャーナルによる復刊をめざす。(同上。1年間の準備期間があれば、復刊は可能である)
- ・学会誌の編集内容については、本学会の事業報告のほか、講演会・シンポジウムの内容、研究発表会における研究発表の要旨またはレジメ、依頼論文、募集論文、海外論文の紹介など多岐にわたることが想定される。それらの編集内容や学会誌のアップ形式・頻度、作業フローと担当、原稿の種類による原稿料の有無・金額などに関する運営規程は、学会誌・図書分科会で制定する。また、編集内容については、ホームページとの重複も予想されるので、その棲み分け・分担については、学会誌・図書分科会とホームページ分科会の間で協議するものとする。

5) 会員の増強(目標④、⑦)

- ・5か年で正会員の倍増をはかる。
- ・総務委員会はファッションおよびファッションビジネスに関わる学部・学科・講座をもつ大学(すでに120校に達するといわれている)を調査し、企画・広報委員会と共同して、それらの大学に向けての入会勧誘を推進する。また、会員の多い学校のOB会・OG会を通じて、学校や業界に在籍する研究者の入会勧誘を推進する。
- ・企画・広報委員会は、大学・業界の研究者宛に共用できる入会案内パンフレットを作成するとともに、訴求効果の向上と印刷経費の削減を目的に、ポームページによる閲覧の便をはかる。

- ・企画・広報委員会のイベント分科会および本部、支部、研究部会が企画・主催するイベントに際しては、会員のほか非会員も対象とすることによって、入会の動機付けになるよう心掛ける。また、それらのイベントに大学教授、産業人を起用して、新規会員の拡大再生産をはかる。
- ・将来の正会員候補である学生会員の増加をはかるために、総務委員会は各大学のファッション研究会などの所在を調査して接触を強化し、企画・広報委員会の各分科会と共同して、「学生による研究発表会」「学生論文募集と学会誌掲載」「優秀学生論文賞の授賞」「学生のための研修ツアー」などを推進する。
- ・正会員および学生会員に会員証（IDなどスマホ方式も併用）を発行して、会員の多い大学などでの図書館・博物館を自由に利用できる便宜をはかる。

6) イベントと広報活動の強化（目標 ③、⑤）

a. イベントの強化

- ・イベントは、会員の学習と研究成果発表の場であると同時に、新規会員を増やすきっかけになる場でもあるので、本部、支部、企画・広報委員会、研究部会が主催するイベントの量的・質的な拡充を推進する。
- ・特に企画・広報委員会のイベント分科会は、新しいテーマ、新しい着眼点によるイベント（例えば産地や現場の見学ツアーなど）を企画し、自ら主催したり、他の諸機構に提案したりする役割を担う。
- ・通常総会時の講演会、全国大会時の基調講演・シンポジウムは、イベント分科会が企画・交渉・実施の業務を負うものとする。当面、2023年度に実施予定の創立30周年記念イベントは、イベント分科会の重要な課題になる。
- ・イベントの企画・実施にあたっては、リアルイベントと併行して、オンラインイベントの推進をはかる。
- ・（「中間答申」で2022年または2023年に、本学会30周年記念事業として「世界ファッション関連学術交流会議」の開催を提唱したが、開催までの準備期間が短く、コロナ禍の先行きが不透明であるうえ、本学会自体がまだ国際会議を主催するだけの力量を備えていないとの判断から、提唱を取り下げることにした）

b. 広報活動の強化

- ・本学会の活動に関する広報を強化するため、企画・広報委員会にホームページ分科会とプレス分科会を設置する。両分科会は、本学会のPRの車の両輪である。
- ・ホームページ分科会は、本学会の概要の説明、各種事業や研究部会の活動の予告と結果の簡略な報告、および論文誌・学会誌の論文などの閲覧に誘導する目次の掲載に重きを置いたホームページの作成を担当し、見やすく・わかりやすく・利用しやすく（スマホによる閲覧を含む）を追求する。そのことによって、会員だけでなく、非会員からも注目される媒体として、本学会のPR機能を果たしていく。
- ・プレス分科会は、一般媒体・専門紙誌を対象とするプレスリリースの作成・発信、記者会見、本会の事業の写真撮影などを担当する。

7) デジタル化、オンライン化の推進（目標 ⑥）

- ・本学会の会議、イベント、インフォメーション、事務管理などのすべてにわたってデジタル化、オンライン化をはかっていく。

- ・これまでに事務局のインフォメーションと事務管理についてのデジタル化、ペーパーレス化、また全国大会のシンポジウムのオンライン化を実現し、現在、研究部会へのオンラインアプリの貸し出しを開始しているが、さらに理事会・総会・総合運営会議の会合、支部・委員会・分科会の会合・イベントのオンライン化を逐次実現していく。
- ・将来的には、会員同士の交流・情報交換を促進する場として、ホームページとリンクした SNS を運用していきたい。

8) 収益面の強化（目標 ⑦）

- ・本学会の活動の沈滞が会員数の減少を招き、会員数の減少がさらなる活動の沈滞を招くという悪循環に終止符を打つため、①～⑦の5か年計画を強力に推進していく。
- ・①～⑦に含まれていないが、賛助会員の増強は、本学会の活動に大きな影響を与えるファクターである。そこで、総務委員会（支部では運営委員会）と事務局が共同して賛助会員候補リストを作成し、各理事の協力のもとに、賛助会員としての加入、冠事業の創出、特定課題に関する研究・調査の発注などを呼びかけていく。当面、協賛会員の会費は、各支部の特別収入とし、本部への拠出金とは無縁の扱いとする。
- ・（活性化委員会では、正会員の会費値上げも検討されたが、現状では逆効果を招く可能性もあることから保留した。しかし、関連学会の多くが年会費1万円かそれ以上であることをみると、本学会の活動をより活発化させていくうえでも会費値上げを考えざるを得ないときがくると予想される。そこで、活性化5か年計画の推移をみながら、適切な時期に総務委員会、さらに理事会／総合運営委員会で会費値上げをご検討いただきたい）

9) 本部事務局について（目標 ①～⑧）

- ・本部事務局の業務は、大きく① 運営マネジメント、② 日常の事務業務の2つに分けることができるが、「組織改革と強化」と「デジタル化とオンライン化」の推進によって、事務業務の効率化・省力化がはかれることになり、その労力と時間を活性化のためのマネジメント業務に振り向ける余裕が出てくるものと期待される。（特に事務局に偏っていた財務・組織・渉外に関する業務を総務委員会と、定期総会の講演・全国大会などのイベントに関する業務を企画・広報委員会と分担できるほか、会員名簿についてのメーリングリストの採用、入退会申請や全国大会・総会の申し込みについてのホームページやメールの利用などの影響は大きい）
- ・それにもかかわらず現在の事務局は、まだ予算の面からプロパーの事務局員を置けないというのが現状であり、当面はパートタイムの事務局員に頼らざるを得ないが、収支の状況をみながら充実をはかっていく。また、専門的業務についてはアウトソーシングを採用していくものとする。

10) 定款、運営内規の改訂

（別添資料2：定款改訂案、別添資料3：運営内規改訂案を参照）

a. 「定款」の改訂

- ・「定款」全体からいえば、「評議員」に関する条項・記述をすべて削除したことが最も大きな改訂である。評議員制は本学会設立当初は一定の機能と役割を果たしていたが、2000年代に入ってから全く機能しておらず、事実上、存在もしていないので、現状にあわせて削除した。評議員制の有無が日本学術会議の登録学術研究団体としての要件にかかわるものでないことは確認済みであ

り、評議員制を持たない学会も多い。現在の任意法人から公益社団法人に変更することがあれば、そのときにあらためて設置を検討すればよいと考える。

- ・その他の改訂箇所については、「定款（改訂案）」に赤字で表記したので、ご一覧いただきたい。
改訂箇所は、
 - ① 新しく設けた役職、機構について規定を設けた。
 - ② 定款に規定がなかったものについて、現状を追認する形で、あるいは他の学会の例を参照することによって追加した。
 - ③ 若干の語句を修正、または追加した。
のいずれかである。
- ・今回の「定款」改訂で検討漏れになったものに「賛助会員の恩典」がある。顧問や名誉会員には正会員の会費、年次大会・研究発表会の参加費は免除することになっているにもかかわらず、正会員より多額の会費を納入する賛助会員に年次大会・研究発表会の参加費免除の規定がないのは矛盾しているとの考え方も成り立つので、今後、総務委員会での検討を要請しておきたい。（一口5万円に対して何人の無料参加を認めるか、賛助会員企業に在籍する正会員についての扱いをどうするかなどが主要な検討項目になると思われる）

b. 「運営内規」の改訂

- ・「運営内規」は2001年5月の理事会・総会で、リニューアル構想案、組織改正案、綱領案の一環として承認されたが、どちらかと言えば本部事務局と一部の支部事務局で運営上のマニュアルとして利用されただけであり、広く知られる存在ではなかった。したがって、今回が初めての「運営内規」であるといってもよい。（旧内規では、①研究部会の立ち上げと運営をリードするためのコーディネーター制、②支部を立ち上げる準備段階としてブロック制を設けていたが、今回はこの両方を削除した）
- ・「運営内規」の最も大きな特徴は、「①F B学会は『研究開発に取り組む会員と、その“研究部会”の集積を根幹とする組織であり、②組織は研究機能部門と運営機能部門で成り立ち、運営機能部門は会員と研究機能部門への支援機構であるという認識のもとに活動しなければならない』という前提のもとに、すべての条文が設けられていることである。
- ・「運営内規」は、「定款」に盛り込まれていない運営上の詳細な事項を規定したもので、
 - ① 「8つの目標」を達成するために新たに設けた専務理事・常務理事制、総合運営会議、委員会・分科会の役割・業務・定員などについて規定する。
 - ② 既存の理事会、役員、研究部会、支部、事務局などについても、現状に即して、あるいは今後のために必要な対処法を想定して、役割・業務・定員などを規定する。という方針のもとに作成している。
したがって、5か年計画の推進のなかで、総務委員会には2年ごとに「運営内規」を見直し、実情に沿わない箇所や新たに想定される事項について、修正・追加していただくよう要請しておきたい。

以上

2020年度 活性化委員（14名）＊順不同、敬称略

委員長

濱田 勝宏 ファッションビジネス学会理事・会長代理／学校法人文化学園 理事長

委員

小山田道弥 ファッションビジネス学会理事／ファッション総研代表

福永 成明 ファッションビジネス学会理事／ファッションリンクス代表

篠崎 友亮 ファッションビジネス学会理事／FashionStudies®主宰

山口 大人 MASATO YAMAGUCHI DESIGN OFFICE 代表／デザイナー

関 真也 弁護士／関真也法律事務所

安田 和史 株式会社スズキアンドアソシエイツ取締役／法政大学兼任講師

藤嶋 陽子 ZOZO 研究所リサーチサイエンティスト／
東京大学大学院 学際情報学府博士課程

内海 里香 学校法人文化学園 文化ファッション大学院大学
ファッションビジネス研究科 ファッションマネジメント専攻教授

山岡 真理 学校法人文化学園 文化ファッション大学院大学
ファッションビジネス研究科 ファッションマネジメント専攻 助教

土居 充 伊藤忠インタラクティブ株式会社 プロデューサー

關 剛彦 株式会社 HUGE 情報システム部

古畑 直哉 ファッションビジネス学会事務局

増田 大助 ファッションビジネス学会理事・事務局長／
文化服装学院 非常勤講師