プログラム概要

夏期休暇期間２週間を利用して、商学部の協定校であるパリ商業高等大学マネジメント学部にて「ラグジュアリーマネジメント入門」講座を開催。ファッションの都・パリにてラグジュアリーマネジメントに関する専門知識や能力を身につける。“ラグジュアリー”産業について（ファッション、芸術品、歴史など）の知識をはじめ、その産業を取り巻く内外の広告や国ごとのマーケティングの方法、ブランディングなどを体系的に勉強する。授業中の発言やテストなどでアウトプットをすることで、多国籍な教師陣ともコミュニケーションを図ることが可能。

授業の様子

授業はBGMをかけながら授業をする講師、踊りながら授業をする講師、ワインのテイスティングをさせてくれる講師など講義形式も国籍も様々です。しかし、なんといっても学生と講師の距離がとても近く、頻繁に生徒に意見を求めてくることが一番の特色です。「日本の有名な企業はどこ？」「最後のフランスの王様は？」といった質問や、時に「君の将来の夢は？」など個人の内面を深く追求されるなど質問内容は多岐に渡ります。授業は全て英語で行われますが、日本人学生と講師だけなので気軽に質問できます。また、講師が単語ひとつひとつをはっきり発音してくれるのでとても聞き取りやすくなっています。ただ専門用語やビジネス英語、英語のフランス語発音などが混ざることがあるので、最低限の英会話能力は欠かせません。

ISC Paris
School of management

1963年設立のパリ・モンマルトル地区にあるビジネススクール。アカウンティングやマーケティング、マネジメントなどのビジネススキルを体系的に学ぶことができる。在学中の前半にはビジネス全般について学び、後半には自らコースを選択し専門的な知識を身につける。英語とフランス語のバイリンガルで授業を行い、国際交流も盛んである。50カ国を超える160以上の提携大学とのネットワークがあり、ISCパリに通う学生のためにキャリア拡大の機会を提供している。また、海外からの留学生を受け入れる学生団体も充実しており、手厚くフランスでの生活をバックアップしてくれる。

授業内容（座学）“ラグジュアリー”産業についての全般的な紹介

- GUCCI GROUPの資料をもとにしたディスカッション“イヴ・サンローランとグッチの相互作用について”
- 日本の先進ブランドの国際的立ち位置について“日系ブランドの変遷（資生堂・SONYなど）”
- フランス・ヴェルサイユ宮殿の歴史について“王宮の歴史からラグジュアリーの原点を探る”
- アジア市場の今後の拡大について“BRIC”に対するファッション業界の動向”
- ラグジュアリーの新しい価値について“メディアの多様化やターゲットの拡大”
- 旅行産業“娯楽・プライベート旅行を豪華にマネジメントしているブランドを例に（ブルガリ、アルマーニなど）”
- 地域別のマーケティング“各ブランドアイコンの重要性や、宗教や文化の違いを考慮しブランディング”
- 広告について“日本とフランスの雑誌を比較”
- オートクチュール・ヒストリー“フランスファッションの歴史を紐解き、ココ・シャネルを筆頭とする有名デザイナーの研究”

※授業はすべて英語

課外活動

- ハイブランドブティック（HERMES, LANVINのオリジナルショップ）への訪問
- REI KAWAKUBO, Balenciagaの展示会鑑賞
- Baccarat美術館への訪問
- 一流ホテル巡り
- ワインの試飲会など
- ヴェルサイユ宮殿ツアー