

実践マーチャンダイジング紳士服編 目次

第1章 紳士服12売場のMD	8p
1. 紳士スーツ売場	9p
2. ワイシャツ売場	25p
3. ネクタイ売場	41p
4. 紳士靴売場	55p
5. 紳士肌着売場	75p
6. カバン売場	92p
7. 紳士財布売場	111p
8. 紳士靴下売場	129p
9. 紳士ベルト売場	145p
10. 紳士マフラー売場	160p
11. 紳士手袋売場	175p
12. 紳士セーター売場	189p
第2章 型数算出のイロハ	208p
1. 売上予算から算出	209p
2. スペースから算出	213p
3. 型数算出の実例	214p
第3章 収集データ実例	218p
1. 売上データ収集の実例	220p
2. お客様要望カード	237p
3. その他の収集データ	239p
第4章 ブランド選定の手順	242p
1. ブランドの位置付けを決める	243p
2. 競合店のブランド構成を知る	244p
3. 競合店と当店のブランド構成をグレード・エイジ・テイスト面で比較	246p
4. 構成ブランドの案をグレード・エイジ・テイストの視点で作成	252p
5. 構成ブランドの候補を絞る	258p
6. 構成ブランドの現状と今後	260p
第5章 科学と感性	262p
1. 人間社会と会社	263p
2. 小売の科学とは	265p
3. MDの科学とは	267p
4. 科学と感性で左右されるリスク	268p
5. 理解するのが科学、磨くのが感性	269p

6 .科学と感性の整理	270p
7 .科学と感性さまざま	272p

第1章 紳士服10の売場のMD

紳士スーツ	16p
ワイシャツ	15p
ネクタイ	14p
靴	18p
紳士財布	18p
紳士肌着	16p
紳士靴下	15p
紳士ベルト	15p
紳士セーター	15p

/127p

靴下

ベルト うすい引用

手袋 2級婦人手袋引用、ヤング 35%・アダルト 65%を 40%・60%に変更可か？

マフラー 婦人スカーフ参照

紳士靴 丸井分類表参照、2級ネクタイ引用

コート

スポーツ
アウトドア

バイヤーズマニュアル研究コース 参照