

**試験開始の指示があるまで、この問題の中を見てはいけません。**

**文化ファッション大学院大学  
ファッションマネジメント専攻  
2026年度Ⅰ期 入学試験**

**英 語**

**試験時間 9：00～10：00**

**(注意事項)**

- ・試験監督から指示がある持ち物以外は、試験中かばんにしまってください。
- ・携帯電話、スマートフォン、ウェアラブル端末での時間の確認は禁止します。  
(辞書、電卓、端末等の機能があるものや、それらの機能の有無が判別しづらいものは不可。)  
試験会場内では、携帯電話・スマートフォン、ウェアラブル端末等の電源は切ってかばんにしまってください。(マナーモード不可。)
- ・録音、録画、撮影、配信、SNS での発信等の手段によって、試験に関係するすべての内容を外部に漏洩することを禁止とします。万一これらの行為が発覚した場合、全試験科目の得点を無効とします。(合格後に発覚した場合は、合格を取り消します。)
- ・配布する問題用紙・解答用紙は、指示があるまで開けないでください。
- ・無記名の場合は無効となりますので、受験番号・氏名を忘れずに記入してください。
- ・不正行為のあった場合は、答案を無効とします。
- ・問題に関する質問は一切受け付けません。問題以外のことで試験監督に連絡することがある場合は、挙手してください。
- ・試験時間終了まで退室することはできません。

文化ファッション大学院大学 2026 年度 I 期入学試験

■ ファッションマネジメント専攻 英語 ■

受験番号 \_\_\_\_\_ 氏 名 \_\_\_\_\_

【問】 次の英文を読み、設問に答えなさい。

著作権上の問題で設問と引用元の記事タイトル・執筆者名・サイト名・記事 URL・掲載日のみ公開いたします。

著作権上の問題で設問と引用元の記事タイトル・執筆者名・サイト名・記事 URL・掲載日のみ公開いたします。

Q1: Which of the following is the most important factor for Adanola to achieve sustainable growth?

- 1) Large-scale advertising campaigns
- 2) Limited product releases
- 3) Expansion of product lines that fit consumer lifestyles
- 4) Imitation of competitors

A1

Q2: What strategy is most appropriate for Adanola to maintain price competitiveness against rival brands?

- 1) Use of premium materials
- 2) Strengthening the DTC (Direct-to-Consumer) model
- 3) Expansion into international markets
- 4) Adoption of limited sales channels

A2

Q3: What unique competitive advantage does Adanola have compared to competitors like Vuori, Alo Yoga, and Lululemon?

- 1) Brand recognition
- 2) Minimalist design and competitive pricing
- 3) International distribution network
- 4) Utilization of user-generated content

A3

Q4: How does the concept of a "considered basket," as articulated by Adanola's CEO Niran Chana, affect consumer purchasing behavior?

- 1) Increases willingness to purchase high-priced items
- 2) Enhances brand loyalty
- 3) Simplifies decision-making through streamlined options
- 4) Encourages regular purchases with every product drop

A4

Q5: Through what marketing strategy is Adanola enhancing its brand recognition?

- 1) Television commercials
- 2) Collaborations with influencers and strategic partnerships
- 3) Limited edition product launches
- 4) Large-scale promotional events

A5

Q6: What potential risks does Adanola face in its expansion into the U.S. market?

- 1) Quality control issues
- 2) Price competition with rival brands
- 3) Decreased influence of social media influencers
- 4) Lack of consumer brand loyalty

A6

Q7: Why is Adanola focusing on a "value-conscious market"?

- 1) To aim for entry into the luxury market
- 2) Because consumers are sensitive to pricing
- 3) To increase brand recognition
- 4) To target busy consumer lifestyles

A7

Q8: Why does Adanola see ongoing growth opportunities in the legging market?

- 1) Introduction of new designs
- 2) Demand related to increased health consciousness
- 3) Decrease in competitors
- 4) Success of advertising campaigns

A8

Q9: What type of shopping experience does Adanola's website design provide to consumers?

- 1) Emphasis on product diversity
- 2) Simple navigation that facilitates product search
- 3) Highlighting the brand's story
- 4) Emphasizing luxury visuals

A9

Q10: What key market trend does Adanola anticipate for future growth?

- 1) Decrease in online shopping
- 2) Closure of retail stores
- 3) Diversification and casualization of activewear
- 4) Rapid growth of men's activewear

A10

Q11: Please write a 300 word essay about the growth strategies that Adanola should implement to triple its revenue over the next five years, and explain how each strategy can be executed effectively. At least two strategies must be proposed.

A11

Q12: Discuss the factors contributing to the success of Adanola and its future growth strategies. Specifically, focus on the brand's differentiation factors, the needs of the target market, strategies within the competitive environment, and the role of influencers. Please develop your opinion with a logical structure, and ensure the essay is at least 300 words long.

A12

受験番号

氏名