

# 平成18年度「専修学校を活用した若者・自立挑戦支援事業」成果報告書

事業名	ソリューション型ファッションビジネス短期実践教育システムーフリーター等の就業意欲を促進し、人手不足のファッション業界へ導くプログラム開発ー		
法人名	学校法人ミクニ学園		
学校名	大阪文化服装学院		
代表者	理事長 森 光 一	担当者 連絡先	委員会主査 松下美恵子 TEL 06-6392-4371
<p>1. 事業の概要</p> <p>大阪文化服装学院がファッションビジネスへ就職を希望する学生、フリーター、就業者を対象にした「OBFCキャリアスクール」のファッションビジネストータル受講生を短期間に即戦力になりうる人材として育成し、人手不足に悩むファッション業界に送り出すことで、受講生、業界双方の抱える問題の解決を図る。特に受講生の就業意欲を喚起し、ミスマッチによる退職を防ぐ為にインターンシップを導入。産学協同で短期実践教育カリキュラムを開発していく。</p> <p>2. 事業の評価に関する項目</p> <p>①目的・重点事項の達成状況</p> <p>フリーター、学生、転職希望者を対象にしたファッションビジネスの知識、技術を短期集中で習得するカリキュラムを開発し、インターンシップ研修を導入することで、彼らを人手不足に悩むファッションビジネス業界に送り出すプログラムを開発する。</p> <p>今回のキャリアスクール「ファッションビジネストータル」の受講生の中から6人がインターンシップへの参加を希望したが、最終的に企業側の受入れ事情や受講生のアルバイト等の調整で4人が2006年11月から約2週間の日程で販売実習を行った。</p> <p>インターンシップを通して授業で学んだ知識や技術を実践の場で検証する一方、組織の中における業務の進め方、権限と責任、規律の遵守、礼儀・マナーなどを学ぶことができた。また、4人の中で大学生、フリーターの2人がアパレル企業に販売職として就職することができた。</p> <p>②事業により得られた成果</p> <p>キャリアスクール「ファッションビジネストータル」の特徴は、ファッションビジネスに就職を希望するフリーター、学生再就職者を対象に短期集中型の実践カリキュラムを組み立てていることである。</p> <p>具体的には店頭における接客販売、売り場演出の基本からショップの立ち上げ、運営にいたるまで幅広い知識と技術の習得をめざし、将来的にショップ店長やオーナーとして売れる店づくりをプロデュースする能力を身につける。教科内容は報告書の13～15ページに記載しているが、インターンシップ参加に際して受講生から要望の強かったより実践に役立つようなカリキュラムを開発し追加した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「販売ロールプレイング」～顧客心理を踏まえた接客販売のスキルアップとコミュニケーション能力を高める</li> <li>・「商品知識～素材編」～顧客からのクレーム処理、セールの能力アップ</li> <li>・「体型カバーのコーディネート」～体型に対する不満解消に役立つコーディネート技術の演習</li> <li>・「就職セミナー」～インターンシップ後の就職活動のためビジネスマナーの基本、履歴書の書き方など</li> </ul> <p>③今後の活用</p> <p>短期集中講座の特徴を活かしながら、本事業で開発したカリキュラムを活用し、ファッションビジネスへ就職希望するフリーターなどの若者へ質の高いカリキュラムを提供する。</p> <p>④次年度以降における課題・展開</p> <p>今回の研究開発事業に取り組んで、学院、受講生ともにキャリアスクールにおけるインターンシップの重要性、意義について十分に理解できた。またインターンシップを契機にフリーターから脱却し、希望していた販売職に就職した受講生ができたのは成果である。</p> <p>しかし、次年度以降の課題は次の3点に要約できると思う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャリアスクール受講生、特にフリーターに対する企業の採用意識の転換 ファッション企業の中には長期就業が難しいとの理由からフリーター等の転職・採用に否定的なところも目立つ。 目的意識が明確で即戦力として役立つことを訴えるなど採用側の認識を変えていくことが必要である。</li> <li>・インターンシップ先の開拓と時期設定 キャリアスクール受講生が望むインターンシップ先は人気企業に集中するのではなく、研修内容によってさまざまな企業、ブランドが候補として挙げられた。こうした受講生のニーズに対応するには、数多くの企業に協力を呼びかける必要がある。またインターンシップ実施時期は、キャリアスクール終了後（春コースは10月、秋コースは4月頃）が望ましい。</li> <li>・仕事に対する積極性や問題解決能力の開発 企業のインターンシップ研修生の評定では、業務遂行に当たって「積極性のなさ」「問題解決意識の希薄」が指摘された。販売技術やコーディネート技術の向上などのスキルアップに加え、組織におけるチームワークの重要性、個人の役割と責任など組織運用のあり方について理解を深める。</li> </ul>			

### 3. 事業の実施に関する項目

#### ①ニーズ調査等

##### ◇大阪文化服装学院「OBFCキャリアスクール」受講生の実態調査

調査の狙い:キャリアスクール受講の動機、目的、要望・意見などの収集

対象:2006年春、秋の受講生196人

方法:アンケート記入

調査項目:報告書20～24ページ参照

調査結果・分析:OBFCキャリアスクールを選んだ理由は、「受講期間」「費用」「カリキュラムの充実度」の順。

ファッションについて必要とする知識や技術が3～6カ月の短期間に集中して習得できるのが評価されている。

受講動機は「ファッション業界で働きたい」が全体の40%、次いで「趣味のため」が26%を占めている。

また受講の際の不安は、「仕事との両立」「将来性」(キャリアスクールで学んでファッション業界へ本当に就職できるのか)がいずれも28%である。

##### ◇既卒者・フリーター等の採用に関する企業アンケート

調査の狙い:専門チェーンの既卒者、フリーター等の中途採用についての意識調査

対象:アパレル、専門チェーン25社

方法:アンケートを配布、回収

調査項目:報告書25～31ページ

調査結果:人手不足の解消のためフリーターなどの転職組の採用に意欲的。また転職のためにキャリアスクール等でファッションビジネスの知識、技術を習得することを評価している企業が目立つ。しかし就職前のインターンシップの受入れは煩雑なために消極的である。

##### ◇アパレル、専門店の経営政策と人事採用について

調査の狙い:アパレル、専門チェーンの経営政策をインタビューし、それに連動して採用、人材育成の考え方をつかむ

対象:アパレル1社、専門店1社

方法:インタビュー方式

調査項目:報告書32～36ページ参照

調査結果:インタビューした2社ともに企業の規模拡大に意欲的。このため即戦力となる人材の確保に苦慮し、中途採用にも意欲を示す。特に慢性的な販売員の不足は課題であるが、それよりも店舗運営を任せられる店長、店長候補の育成・確保が急務であると指摘する。

#### ②カリキュラムの開発

就職氷河期に就職活動せざるをおえなかった社会人・フリーター、および現在就職活動中の学生への就職支援の一助と、慢性的な人手不足なファッション業界に対して即戦力を育成する事で求職者と企業の橋渡しを目標としカリキュラムを開発。内容として短期講座では困難であったファッションビジネス業界に、就職可能な実践講座に加えて、店頭での販売インターンシップを行い就労意欲の向上を目指した。そのため受講生の就職への希望、不安と採用側である企業の望むべき人材像のそれぞれアンケートで検証し、実証講座として導入。実際にインターンシップへ行くまでの必要業務内容を確実に把握させた。授業の総時間は通常授業4コマ×19回に加え実証講座7回合計26講座を実施。

#### ③実証講座

OBFCキャリアスクールファッションビジネス実証講座のカリキュラムに加え、インターンシップが必要であると思われる知識、及びインターンシップ希望者からの要望のあった講座を実施

(報告書39～42ページ参照)

「2007秋冬コレクション情報」、「販売ロールプレイング」、「商品知識」、「就職セミナー」、「コーディネート」、「ニューヨークコレクション情報」、「デザイナー講演」

受講者:インターンシップ希望学生6名

反応:受講生がインターンシップに参加する際の不安を解消できた

#### ④その他

インターンシップ企業の選定の時点で、単に形だけのインターンではなく、ファッションビジネス界の「真の姿」を教えてくれる企業を選んだ。ファッションビジネスは華やかな印象があるが、実際は配送などの力仕事や伝票整理など地道な作業を必要とされる。そのため本インターンでも販売だけではなく、上記の店頭以外の作業もできる企業を選定した。

そのような意図が受講生にも伝わり、「単純にかっこいいだけの仕事ではないことが、実際に働く前に理解できよかった」との声が聞かれた。

社員やパートタイマーで仕事に従事しながら、ファッションビジネス関連へ転職したいと考えている若者の潜在的なニーズは強い。しかし彼らに共通するのは、その夢を実現するための手順がわからない点である。今回、ニッチに絞って研究開発事業に取り組むことで、若者の潜在的な就業ニーズを分析・把握し、インターンシップを組み入れてファッションビジネス業界に就職するための道筋を示したことは意義あると考える。

ただ、フリーター等のインターンシップ受入れや採用について、慎重な企業もあり、

- ・インターンシップ受入れ企業の開拓に時間がかかった
- ・インターンシップに参加希望の受講生に対し、目的、意義をしっかりと説明するなど時間にさいした。