

平成24年度「成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業」実績報告書

1. 事業名称

ファッション業界の新ニーズ対応力とマネジメント能力開発に向けた実務・実践型人材育成プログラム構築プロジェクト

2. 事業実施期間

委託を受けた日(平成 24 年7 月 31日) ~ 平成 25年 3 月
15 日

3. 产学官連携コンソーシアム又は職域プロジェクトの別

職域プロジェクト

产学研官連携コンソーシアム又は職域プロジェクトの名称

企業ニーズに呼応した実践型中核的専門才育成財要請産学コンソーシアム

関係するコンソーシアムの名称(職域プロジェクトのみ記入)

クリエイティブ分野における専門人材養成产学研コンソーシアム

4. 分野名

④クリエイティブ(コンテンツ、デザイン・ファッション等)

「その他」分野名

5. 代表機関

■ 代表法人

法 人 名	学校法人ミクニ学園
理 事 長 名	森 慶郎
学 校 名	大阪文化服装学院
所 在 地	〒 532-0005 大阪府大阪市淀川区三国本町3-35-8

■ 事業責任者

省略

■ 事務担当者(文部科学省との連絡担当者)

省略

6. 産学官連携コンソーシアム又は職域プロジェクトの構成員・構成機関等

(1) 構成機関

構成機関(学校・団体・機関等)の名称		役割等	都道府県名
1	学校法人文化学園 国際ファッション産学推進機構	調査・評価	東京
2	香蘭ファッションデザイン専門学校	調査・カリキュラム策定	福岡
3	学校法人ミクニ学園 大阪文化服装学院	主幹事校	大阪
4	株式会社玉屋	店舗指導・評価	大阪
5	有限会社 エムズ	商品企画・生産・指導	大阪
6	協同組合関西ファッション連合会	調査・評価	大阪
7	有限会社 デンバクファノデザイン	HP作成指導・WEB指導・評価	東京
8	株式会社 織研新聞社	調査・評価	大阪
9	株式会社 コスモポリス	調査・評価・報告書作成	大阪
10			

(2) 協力者等

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
樹谷 武志	有限会社エムズ	縫製指導	大阪
佐藤 敏江	株式会社 サンウェル	生地提供	
西平 幸胤	有限会社 デンバクファノデザイン	HP指導・WEB指導	
榎原 寛	株式会社 エッヂツーオー	店舗レイアウト・VP指導	
本山 光子	夕陽丘短期大学	評価・カリキュラム立案	
竹村 佳子	株式会社 アーバンリサーチ	販売実習指導・評価	
岡田 安可	イトキン株式会社	販売実習指導・評価	
小林 清	シティヒル	販売実習指導・評価	
桃川 和巳	山陽商会	販売実習指導・評価	
小島 康介	サンエーインターナショナル	販売実習指導・評価	
村田 由美	イケガミ	販売実習指導・評価	
植田茂和	株式会社 玉屋	販売実習指導・評価	
田代 修一	株式会社 玉屋	店舗運営・MD指導	

(3) 産学官連携コンソーシアムの下部組織（設置した場合に記載。職域プロジェクトの場合は記入不要）

名称()			
氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
名称()			
名称()			

7. 事業の内容等

(1) 事業の概要

産業構造・社会構造の変化が進む中、ファストファッションの台頭や、生産背景の国内離れ、ファッショニズム意識の多様化などにより変革を強いられている。また、若者の離職率の増加など産業側の雇用に対するニーズも変化してきている。一方、国勢調査統計によると就業者数や増加数の多い職業に販売員が上げられるが、その離職率が増加し、とりわけ若い世代に集中する。そんな中、次世代にむけ業界の活性化および販売員の地位向上並びにキャリアアップを視点として多様化する企業のニーズに呼応し、時代・環境の変化に即応できる人材育成を目的とし、企業ヒアリング調査より販売人材スキル標準とキャリアアップ策定、中核的専門人材を養成するカリキュラムを策定・構築していく。

(2) 事業の内容について（産学官連携コンソーシアム又は職域プロジェクトにおける具体的な取組内容

クリエイティブ分野における専門人材養成産学コンソーシアムの方向性を踏まえ、ファッショニズムビジネス分野における企業ニーズに呼応した実践型中核的専門人材の表せいを目的に、企業が求める人材の職業教育およびキャリアアップに関する調査・ヒアリングを実施。ファッショニズム業界が求める人材需要に対して、教育機関に求められる課題を抽出・整理し、その対応策、求められる人材を検証する。具体的には、
①実務・実践型人材を育成するために効果的な教育プログラム構築に向けた調査・研究を行う。
②教育プログラムの開発を他のファッショニズム系専門学校に普及させるとともに、教育現場で導入・活用できる実践事例コンテンツの開発。
③ファッショニズムビジネス分野における専門人材の能力標準の策定
・産業人としての基礎的スキル
・ファッショニズムに特化した専門的スキルの習得
・ファッショニズム業界の新しいニーズへの対応やマネジメント能力の養成

(3)事業実績について(連携体制、工程、普及方策、計画時に設定した活動指標(アウトプット)・成果実績(アウトカム)の評価等)

学生企画による実践ショップ「amp」(売場面積16平方㍍)の企画・開発から商品仕入れ交渉、売場づくり、販売促進までの店舗運営を柱に、オリジナル商品の企画・制作とWEBサイトの運営を運動させ、実務・実践型人材育成カリキュラムの構築に取り組む。

①店舗運営の実施(平成24年9月28日～12月25日)於：玉屋・Muse's心斎橋本店内
売上高 1,803,036円(予算比61%) 買上げ客数493人
商品構成比 アパレル72.7% アパレル雑貨14.7% 雜貨12.6%

②WEBショップの開設・運営(“ ”)
売上高22,000円(注文数4件)

③オリジナル商品の企画制作・販売および販売促進イベントの実施
売上げ実績10点(消化率33%)

④店舗運営について、企業からの指導、評価体制の確立
・企業の協力を得て、店舗運営にかかわる問題点を抽出。改善策の立案、実施

⑤店舗運営を通して、学校、企業による参加学生の評価システム(初級レベル)の確立

⑥店舗運営、WEBサイト、商品企画に必要なカリキュラム基準の検討および策定

⑦販売促進イベントの実施
SNSによるWEBプロモーションの一環として「スタイリングコンテスト」
顧客開拓を狙いに「ハロウィンパーティ」のイベント実施(150人が参加)

(4)事業終了後の方針について(継続性、発展性 等)

成果の活用・次年度への課題等

①カリキュラムへの反映

- ・店舗運営のためのモデルカリキュラムの検討、開発
- ・WEBサイト立ち上げ、運営のためのモデルカリキュラムの検討、開発
- ・オリジナル商品の企画開発のためのモデルカリキュラムの検討、開発
- ・他校への普及スケジュールの策定

②評価体制および評価手法の確立、到達度指標づくり

- ・ステップⅡ(中級)、ステップⅢ(上級)に対応した評価項目の検討
- ・“プロデューサー”の業務範囲、内容、組織内に位置づけ、権限等について企業
- ・ヒアリングの実施とまとめ

③実践店舗のあり方について検討

- ・運営期間の再検討
- ・店舗立地に対応した品揃えモデルの企画立案
- ・オリジナル商品開発のあり方(プロダクトアウトかマーケットインか)
- ・マーケティング力の強化

職域プロジェクトの課題・方向性

①平成25年度も引き続き、ブランドマネージメント学科3年が玉屋・Muse's心斎橋本店で店舗運営と並行して、WEBサイトの立ち上げ、オリジナル商品の企画制作に当る。

・店舗運営期間の検討

→3ヶ月は短いとの指摘があり、期間を検討する

・店舗立地に合致した品揃え提案ができなかった

→立地条件や商圈特性、競合など事前のマーケット調査を徹底し、ターゲットを明確化に重点を置く。このためマーケッティングリサーチのカリキュラム刷新を進める。

・小ロット生産であるため、オリジナル商品の上代が高くなる

→マーケットインの発想に徹し、売れる上代設定から逆算して原価を検討する、売り切るための販売面の工夫

→オリジナル商品企画の精度を高めるため、リサーチ結果の分析力、ドローイング力を高めるほか、「商品プラン」のカリキュラム内容を刷新。

② ファッション分野における中核的専門人材のスキル領域・項目を整理し、その到達度指標および評価方法を構築。専門人材の能力標準の策定

・ファッション産業人として基礎的スキルを習得した「初級」に加え、ファッションに特化した専門スキルの習得を目指す「中級」、新しいニーズへの対応やマネジメント能力を備えた「上級」の能力標準を策定すると同時に、到達度指標、評価方法を構築する。

③企業ヒアリング調査の実施により、商品プロデューサーに必要な知識、スキルを明確化する。

・企業におけるプロデューサーの役割、位置づけ、業務範囲・内容、キャリアアップの仕方をヒアリング調査。学校として進めているカリキュラムに反映させる