

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. 産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

産学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字音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産学コンソーシアム

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 慈郎
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
榎谷 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 エッチツーオー	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 庸介	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) 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）

<p>学生企画による実践ショップ「amp」(売場面積16平方m)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サイトの運営を連動させ、実務・実践型人材育成カリキュラムの構築に取り組む。</p> <p>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心齋橋本店内 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% 雑貨12.6%</p> <p>②WEBショップの開設・運営(") 売上高22,000円(注文数4件)</p> <p>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%)</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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)</p>
--

(4) 事業終了後の方針について（継続性、発展性 等）

<p>成果の活用・次年度への課題等</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>
--

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、ブランドマネジメント学科3年が玉屋・Muse' s心齋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カ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