

短大生によるファッションビジネスプロジェクトマネジメント

長谷川 えり子、瀧本 幸子

愛知学泉短期大学

Fashion-Business Project Management by College Students

Eriko Hasegawa, Sachiko Takimoto

キーワード：ファッションビジネス fashion business、アクセサリーショップ accessory shop、
ファッション教育 education of fashion

はじめに

現在、国内で流通しているアパレル製品の多くが海外で製造される輸入品で占められている。したがって、ファッション教育においても、ファッションビジネス分野に内容がシフトされ、各大学、短期大学では様々な取り組みが行われている。

一方、国内各地において、ハンドメイド市場に多くの来場者が集まり、クリエイターズマーケットなどハンドメイドを主体としたイベントが数多く繰り広げられている。1990年代に中古品や不用品を販売するフリーマーケットが各地で開催され、ファッション現象としてリサイクルファッションスタイルが流行したが、その時のフリーマーケットとは異なっている。

そこで、筆者らは新しいファッション教育の視点から、ファッションビジネスのながれを捉え、内容の理解をはかるために、ハンドメイド市場を活用したファッションビジネスプロジェクトをファッション教育の一環として実施することにした。

本報では、2010年から実施してきたファッションビジネスプロジェクトの内容と方向性についてまとめた。さらに、2012年からは社会人基礎力育成支援プログラム¹⁾の一環として取り組んできたので、アンケート調査から得られた教育効果、育成結果について報告する。

方法

1. 対象

本学生活デザイン総合学科に在籍し、筆者担当の「総合ゼミナール」を履修した2年生とした。(2010年-22名、2011年-13名、2012年-14名)

2. プロジェクトの概要

ファッションビジネスのプレ事業としてアクセサリーショップの出店を計画し、総合ゼミナール授業内で実践した。一般消費者にハンドメイド市場が注目されていることから、各地で単発ショップを募集したイベントが開催されており、簡単に出店が可能となった背景があげられる。

ファッションビジネスプロジェクトとして実施したアクセサリーショップの出店計画、および出店までの取り組みを表1に示した。

アクセサリーショップ出店先については、大学キャンパスのある岡崎市を中心とした地域情報を参考に、2010年「手作り作品バザール」(西武岡崎店)、2011年、2012年「カントリーフェスタ」(岡崎中央総合公園)を選定した。また、10月中旬に開催される大学祭においても模擬店として出店した。各店舗の開催概要は表2の通りである。

表1 アクセサリーショップ出店計画と取組み

時間数(コマ)	内 容
1~2	市場調査、トレンド情報収集
1~2	デザインワーク
1	材料収集
4	商品企画、制作
1~2	出店準備(値札付け、POP作り)
2	店舗設営、販売、片づけ

表2 出店概要

年度	出店先	日数(日)	時間(h)
2010	手作り作品バザール	6	66
	大学祭	2	10
2011	カントリーフェスタ	1	6
	大学祭	2	10
2012	カントリーフェスタ	2	12
	大学祭	2	10

結果

1. 市場調査、トレンド収集

アクセサリーショップ出店に際して、まずは実シーズンのトレンド動向を捉えた。ファッション雑誌やインターネットからファッション情報を収集し、マップ制作を行った。制作したマップの一部を写真1、2に示した。ファッション分野を専攻している学生たちなので、ファッション情報には日頃から敏感で、興味を持って調査することができた。マップ制作を通して、今季の動向をおおよそ把握し、注目されているスタイルやアイテムを知ることができた。



写真1 制作したマップの一部 (2010年度)



写真2 制作したマップの一部 (2011年度)

次に売れる商品を企画するために、実際のアクセサリーショップについて調査した。品揃えや売れ筋商品、価格帯などの商品動向を探った。同時に売れ筋商品のデザイン性もチェックし、使用されている材料や使い方についても調べた。市場調査の様子を写真3に示した。



写真3 市場調査

さらには、出店先のカントリーフェスタ会場へ事前に訪れ、カントリーフェスタに来場する客層情報(年齢、感性、ライフスタイルなど)、出店店舗情報、集客数が多い店舗の商品構成、売れ筋商品の価格帯などを調査した。

2. デザインワーク、材料選定

市場調査をもとに、販売アイテムを検討した。アクセサリーショップとして相応しい品揃えを考え、ネックレス、ピアス、ヘアアクセサリーの3種類とした。それぞれのアイテムに対して、市場調査結果を参考にデザインワークを行った。ターゲットは、10代~30代くらいの範囲とし、まずは自分で購入したいデザインをイメージし

て提案することにした。

学生が提案したデザインの一部を図1に示した。

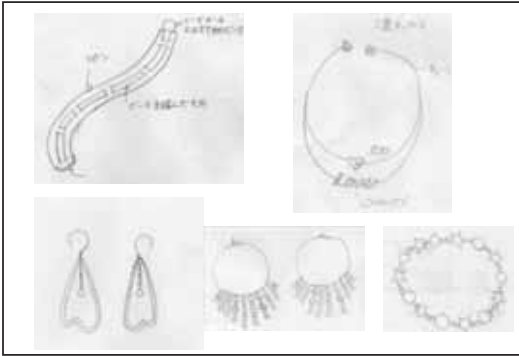


図1 アクセサリーデザイン提案

次に提案されたデザインをもとに材料を選定し、購入した。購入にあたっては、アクセサリーのパーツを扱う名古屋市内のショップやネットショップで選定した。

3. 商品企画、制作

実際の商品を生産するにあたって、グループワークで販売計画を立てた。グループワークの進め方については、事前に学生たちで話し合い役割分担を行った。2010年度、2011年度はアイテム毎にグループワークを行い、2012年度は全アイテムをグループに分けて進めた。

販売計画では、制作数とデザイン、おおよその価格帯を決定した。

制作は、商品として販売するので、完璧なものが必要となるため、まずは自分用として



写真4 アクセサリー制作の様子①



写真5 アクセサリー制作の様子②



写真6 アクセサリー制作の様子③

練習し、ある程度のスキルが身に付いた時点で商品制作に取り組んだ。制作に費やした時間は授業内で4コマ、授業以外で11時間程度であった。グループワークで進めてきたので、学生たちはお互いに協力し合い、丁寧に作業を進めた。商品を分業で制作することにより、能率化をはかり、自己技術のスキルアップを目指した。制作の様子を写真4、5、6に示した。

制作した商品は、商品管理表(表3)を記入し、使用した材料、完成写真、制作者などの情報をまとめた。

表3 商品管理表

商品管理表						
品名	数量	単位	材料	価格	金額	備注
ネックレス	10	個	シルバーチェーン	200	2000	
イヤリング	10	対	シルバーフック	100	1000	
ブレスレット	10	個	シルバービーズ	400	4000	
ブレスレット	10	個	シルバービーズ	200	2000	
合計 金額 9000 円 数量 40 個						

4. 出店準備

完成した商品に対して、下代価格から上代価格を算出して、一つ一つの商品価格を設定した。



写真7 価格設定、値札付けの様子

上代価格算出に際しては、必要経費(出店料、雑費など)を含めて試算し、他のグループとの調整をはかりながら決定した。

次に出店準備として、タグ、商品袋作りを行った。各年、ショップ名を考案し、その名称を記載して制作した。制作したタグと商品袋を写真8に示した。



写真8 タグ、商品袋

また、販促効果を上げるためにPOP作りを行った。商品価格を見やすく、商品が目にとまりやすいように工夫をして制作した。POP作成の様子を写真9に示した。

出店会期の前日は開催会場で出店準備のための店舗設営を行った。限られたスペースでいかに商品を魅力的に配置し、ディスプレイを行うかが重要になるため、試行錯誤しながら工夫して商品を陳列した。出店準備の様子を写真10、11に示した。



写真9 POP作りの様子



写真10 会場設営の様子



写真11 商品陳列、ディスプレイの様子

5. 商品販売

出店会期中は全員が担当するように時間帯に分けて当番制で販売を行った。接客販売を通して、お客様への声かけのタイミングなどのアプローチの仕方、商品の説明や勧め方などの接客技術の難しさを実際に体験した。はじめは声かけに戸惑い、どのように対応していいのかが不安な様子であったが、徐々に会場の雰囲気慣れ、自然に自分たちから働きかけができるようになっていった。自分たちが制作した商品を実際にお客様が購入する様子を目の当たりにして、商品が売れる度に制作した喜びを感じ、達成感

を味わった。



写真 12 接客販売の様子①



写真 13 接客販売の様子②

プロジェクト実施前は、一般市場で学生たちの商品がどの程度売れるのか不安であったが、予想以上に売れ行きが良く、目標販売数として設定した数は達成することができた。売れた商品、売れ残った商品を知ることで、お客様が求める物をいかに供給する事の大切さを理解することができた。

学生たちによるアクセサリーショップ出店の取り組みについては、地元メディアにも紹介された。(写真 14) また、2010 年度実施の際は、地元の中学生在インターンシップ中に訪れ、プ



写真 14 中日新聞掲載記事²⁾

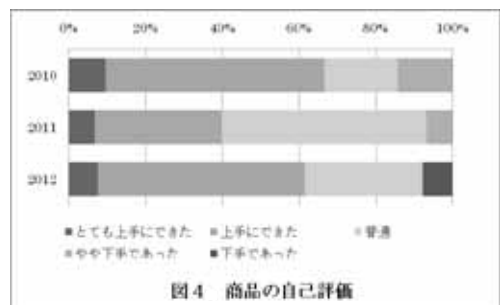
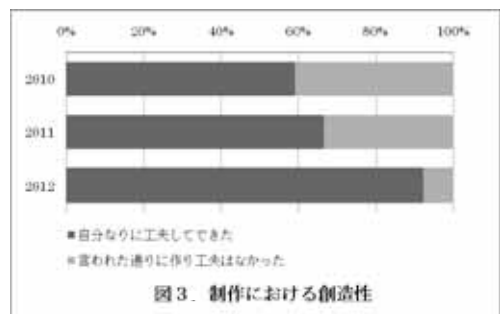
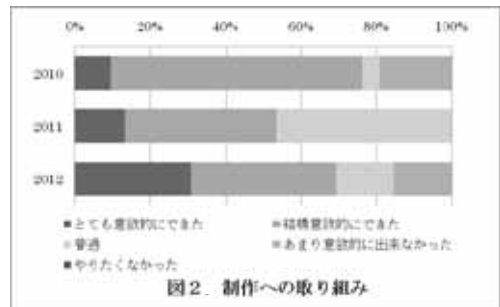
プロジェクト実施内容の取材を受けた。(写真 15)



写真 15 地元中学生からの取材を受ける様子

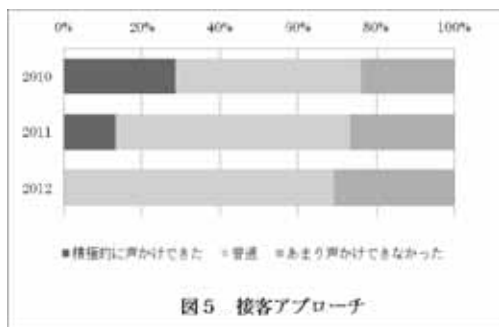
6. プロジェクト実施後のアンケート調査

プロジェクト実施後、学生の自己評価をはかるためにアンケート調査を実施した。その結果を図 2、3、4 に示した。



商品制作においては、どの年度も半数以上の学生が意欲的に取り組むことができ、プロジェクトに対して積極的に挑んだことが得られた。また、制作の際には多くの学生が自分なりに工夫して商品作りを手掛けており、2012年度は90%以上の学生が自ら考え積極的に新しいものを創り出したことがわかった。でき上がった商品に対する評価は多くの学生が高評価を示しており、自分の能力以上の商品が制作できたようであった。

販売活動での自己評価について、図5に示した。店頭販売はどの年度も積極性に欠け、20%以上の学生は自分から進んでアプローチする行動がとれなかったことがわかった。しかし、学生の中にはお客様の購買動向をじっくり観察して、販売途中で商品の並び換えを行ったり、立ち位置や声かけのタイミングを試行しながら、より良い行動を取っている姿が観察された。



7. 2012年度における社会人基礎力育成結果

2012年度については、本学が全学をあげて導入している社会人基礎力³⁾支援プログラムの一環として取り組んだ。社会人基礎力育成プログラムの12の要素の中で、特に主体性、実行力、課題発見力、発信力、情況把握力の5項目に焦点をあてて活動を展開した。

プロジェクト実施前に育成項目の説明を行い、活動を通してどのような行動をとり、考えてきたかを毎時間振り返りシートにまとめた。また、実施前、実施後にそれぞれの育成項目毎に、自分の行動特性について5段階評価を行った。その結果を図6、7、8、9、10に示した。

プロジェクト実施前と実施後を比較すると、5つの能力要素すべてに高い自己評価が得られた。特に主体性と情況把握力の評価が高い結果とな

り、自己の成長が自覚できた能力要素であった。

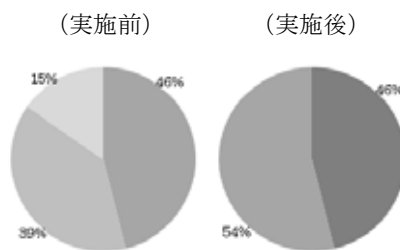


図6 主体性

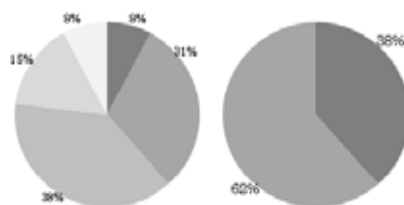


図7 実行力

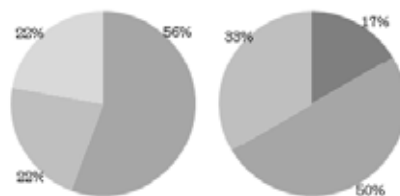


図8 課題発見力

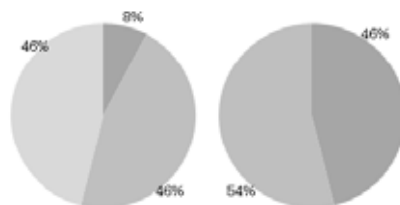


図9 発信力

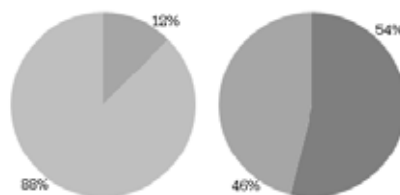
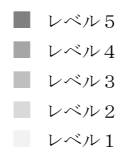


図10 情況把握力



プロジェクト活動を行う中で、毎時間、自分の行動を振り返りシートに記入させ、行動を意識させることで、行動特性に変化があらわれたと推測される。それぞれに事後反省から、事前目標を設定し、積極的に取り組む姿勢が高まったと思われる。したがって、常に自分の行動を考え、振り返ることで潜在能力の開発に繋がったと考えられた。

まとめ

今回のプロジェクトを通して、学生たちはファッションビジネスのながれを体験しながら捉え、その中で計画、実行、チェック、是正活動を行うことができた。プロジェクト実施後の教育効果として以下の事が得られた。

1. 3カ年ともに学外での実践を通して、社会性が身に付き、地域の方々と関わる中で世代を超えたコミュニケーションをはかる機会を得た。
2. 制作活動では、自己の技術を磨き、継続する機会でもあり、制作スキルが向上し、それぞれの能力の開発に繋がった。
3. 販売活動では、制作アイテムの市場評価を受ける機会に直面し、多くの講評をいただいた。商品動向を目の当たりにすることで実際のビジネス現場の厳しさを感じ取ることができた。
4. チームでの取り組みにより、お互いに協力、刺激を持ち合うことで一人ひとりの能力以上に大きな成果が表れ、個々の成長が確認できた。

3カ年連続して取り組んできたプロジェクトであったが、2012年度は社会人基礎力支援プログラムの導入により、より教育効果が高かった。チームワークを通して行った学習実践であったので、個々の主体性や責任感が身に付いた。さらには、目標に向かってチーム活動を展開したことで、グループ全体に連帯感が生まれ、プロジェクト終了時には大きな達成感を味わうことができた。

本活動はファッションビジネスの実際を経験することで、ファッション業界の理解を促す有効性が得られたので、今後においても継続し発展させ、学生一人ひとりの成長に繋げていきたい。

本研究の一部は、2011年、2013年日本繊維

製品消費科学会年次大会にて研究発表を行った。

引用文献

- 1) 学校法人安城学園社会人基礎力育成室編：『無限の可能性への道』（2012）
- 2) 中日新聞朝刊：『手作りアクセ売り働く難しさを実感』（2010.8.26.）
- 3) <http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/>

参考文献

- ・(財)日本ファッション教育振興協会編：『ファッションビジネス概論』日本ファッション振興協会（2008）
- ・『ファッション販売』435～445号、商業界
- ・中嶋秀隆著：『PM プロジェクトマネジメント』日本能率協会マネジメント（2006）
- ・日本プロジェクトマネジメント編：『プロジェクトの概念』近代科学社（2013）
- ・栗木契他：『売れる仕掛けはこうしてつくる』日本経済新聞社（2006）