

人材需給実態調査報告書

平成 14 年度

中小企業総合事業団

繊維ファッション情報センター

はじめに

中小企業総合事業団の繊維ファッション情報センターが、産学協力事業の一環として毎年実施している「人材需給実態調査」の平成 14 年度調査結果がまとまりましたので、ここにご報告いたします。

本調査は、アパレル産業の人材需給の実態を産学双方にアンケート調査した「基本調査」と、企業における専門人材の募集、採用、活用の現状をヒアリング調査によってまとめた「テーマ調査」の二部で構成されています。本年度の調査では、新たに専門職務のアウトソーシングの状況についての調査を加えました。

日本経済の長期にわたる低迷や、グローバル化の進展による国際競争激化などの環境変化のもとで、アパレル産業は長期にわたる業績の低迷に苦しんできました。しかしここにきて、ようやく一部の企業の間には、構造転換を図ろうとする兆しが見えはじめてきたことが本調査で伺えます。

これまで採用を控えていた企業が募集を行うようになり、中途採用を主体にしてきた企業が新卒者の採用を再開したような、人材計画を中長期的に考えはじめたことが伺える変化がみられます。また、採用にあたって、職種を明確に定めた、より専門性を求める傾向や、高度な専門職務のアウトソーシングなどの面に、企業の競争力強化と成長の持続を目指した人材計画の変化が本調査に現れています。

今後の学校における人材育成と企業の人材確保・活用の上で、本報告書が有効な資料としてご活用いただけることを期待しております。

本調査は、財団法人ファッション産業人材育成機構・IFI 総合研究所が請負って、社団法人日本アパレル産業協会、財団法人日本ファッション教育振興協会、社団法人日本衣料管理協会のご支援のもとに実施したものです。

最後になりましたが、本調査にご協力をいただきました企業、学校の関係各位にここで厚くお礼申し上げます。

平成 15 年 3 月
中小企業総合事業団
繊維ファッション情報センター

目 次

はじめに	1
目 次	2

基本調査

・ 調査の概要	
1. 調査実施概要	6
2. 回答があった学校及び企業の内訳	7
(1) 服飾系専門学校	
(2) 衣料管理士(TA)養成大学	
(3) 繊維・アパレル企業	
3. 有効回答数の記入について	9
・ 服飾系専門学校 人材需給アンケート調査	
1. 服飾系専門学校の学生状況	10
(1) 学生数の増減	
(2) 男子学生の比率と増減	
(3) 入学者数と卒業生数の増減	
(4) 学生の経歴	
2. 服飾系専門学校の就職状況	11
(1) 求人の状況	
(2) 就職の状況	
(3) 繊維・アパレル企業における求人と就職(業種別分析)	
(4) アパレル企業における求人と就職(事業内容別分析)	
(5) 就職先での職種別比率	
3. 服飾系専門学校の教育方針	15
(1) 重視している専門分野	
(2) 就職の際の強み	
4. 服飾系専門学校の企業に対する要望	16
・ 衣料管理士(TA)養成大学 人材需給アンケート調査	
1. 衣料管理士(TA)養成大学の就職状況	
(1) 衣料管理士(TA)取得者の就職率	17
(2) 衣料管理士(TA)取得者の就職企業(業種別分析)	17
(3) 衣料管理士(TA)取得者の就職先での職種別比率	18
(4) 衣料管理士(TA)取得者で非就職者の状況	19
・ 繊維・アパレル企業 人材需給アンケート調査	
1. 繊維・アパレル企業の雇用状況	
(1) 従業員の雇用状況	20
(2) 従業員の離職状況	21

2.	繊維・アパレル企業の採用状況	
(1)	新入社員の状況	21
(2)	中途採用の状況	22
(3)	採用者の内容と内訳	23
(4)	新入社員の最終学歴	24
(5)	中途採用者の学歴	25
(6)	新卒採用の方法	25
(7)	新卒採用の募集方法	26
(8)	新卒採用の選抜方法と重要度	27
(9)	選抜における重要項目	28

テーマ調査

.	調査目的と方法	31
.	調査結果	
1.	専門職の種類と職務内容	32
2.	企業内専門職務と専門職務のアウトソーシング	
(1)	企業内専門職確保の理由	32
(2)	各職務の企業内ポジションと役割	33
(3)	アウトソーシングしている専門職務	33
	アパレル企業がアウトソーシングしている専門職務	
	企画・デザイン会社がアウトソーシングを受けている専門職務	
(4)	アウトソーシングの理由	35
	アパレル企業がアウトソーシングをする理由	
	企画・デザイン会社が考えるクライアントのアパレル企業がアウトソーシングする理由	
(5)	アウトソーシングのメリットとデメリット	36
	メリット - アパレル企業	
	メリット - 企画・デザイン会社	
	デメリット - アパレル企業	
	デメリット - 企画・デザイン会社	
(6)	アウトソーシング先の概要	39
(7)	アウトソーシングの取組み	40
(8)	今後のアウトソーシングの見通し	40
3.	専門職に要求される知識、能力、資質	
(1)	最近の新卒専門職における能力、資質の状況	41
(2)	専門職に要求される知識、能力、資質	41
	専門職に要求される知識、能力、資質 - アパレル企業	
	専門職に要求される知識、能力、資質 - 企画・デザイン会社	

4.	専門職の確保と育成	
(1)	募集、採用の状況	43
(2)	育成、教育、能力開発の状況 - アパレル企業	44
(3)	専門職の確保と育成について - 企画・デザイン会社	44
5.	専門職の処遇とキャリアパス	
(1)	専門職の処遇とキャリアパス - アパレル企業	46
(2)	専門職の処遇とキャリアパス - 企画・デザイン会社	47
基本調査	アンケート協力先リスト	48
	基本調査協力団体	
	服飾系専門学校	
	衣料管理士(TA)養成大学	
	繊維・アパレル企業	
テーマ調査	ヒアリング協力先リスト	52
< 資料 >		
基本調査	アンケート調査票	
	服飾系専門学校	54
	繊維・アパレル企業	60
基本調査	アンケート集計	
1.	服飾系専門学校	68
2.	衣料管理士(TA)養成大学	76
3.	繊維・ファッション企業	79

基本調査

アンケート調査

基本調査

調査の概要

1. 調査実施概要

調査名	「アパレル人材需給に関する実態調査」		
調査目的	繊維・ファッション産業において、企業の採用・配属状況と、これをめざす学生の求人・就職活動の実態、および新卒者採用における重視ポイントに対する学校・企業の意識を明らかにするための基礎資料を得る。		
調査方法	質問票を郵送配布、FAX 及び郵送回収		
調査期間	平成14年10～11月		
調査対象	服飾系専門学校		100校
	衣料管理士(TA/テキスタイル・アドバイザー)養成大学		49校
	繊維・ファッション産業の企業		293社
回収数(回収率)	服飾系専門学校	38校	(21%)
	衣料管理士(TA)養成大学	40校	(82%)
	繊維・ファッション産業の企業	61社	(21%)
調査項目			
1. 専門学校:	学生数の状況 求人・就職数の状況 教育方針 企業に対する要望		
2. 衣料管理士 養成大学:	TA取得者の就職状況		
3. 企業:	従業員の雇用状況 採用状況 専門職とアウトソーシングの状況		

2. 回答があった学校及び企業の内訳

(1) 服飾系専門学校

全国の服飾系専門学校100校に対しアンケート票を送付し、実態調査の依頼をしたところ、回答があった学校は38校であった。

38校を規模別に分類すると、次の通りの内訳である。

(有効回答数: 34校)

学校の規模	回答数(校)
大規模校 (500人以上)	1
中規模校 (200人以上)	6
小規模校 (200人未満)	27
合計	34

回答があった38校の学校のタイプを分類してみると、次の通りの内訳になる。

(有効回答数: 38校)

学校のタイプ	回答数(校)
学校法人の服飾系専門学校	32
非学校法人の服飾系専門学校	6
合計	38

(2) 衣料管理士(TA)養成大学

全国の衣料管理士(TA/テキスタイル・アドバイザー)¹養成のための、学科もしくはコースがある4年制大学、短期大学49校に対してアンケート票を送付したところ、有効回答数は40校であった。

¹ 衣料管理士(TA/テキスタイル・アドバイザー)の資格は、社団法人 日本衣料管理協会が認定した大学や短期大学で所定の科目を履修し、さらに日本衣料管理協会の資格認定試験に合格して取得できる資格である。資格には1級と2級があり、1級は4年制大学で43以上51単位までを、2級は短期大学で28単位を取得することで、更に1級では衣料管理士・企業実習が義務づけられている。現在、全国の認定校は、4年制大学が13大学と短期大学が43大学の合計56大学である。

回答があった大学のタイプの内訳は次の通りである

(有効回答数: 40校)

衣料管理士養成大学のタイプ	回答数(校)
大学	11
短期大学	29
合計	40

なお、大学に関しては、総合大学の場合、就職先の業種が多岐に渡るため、繊維・アパレル業界への就職率が高い衣料管理士養成大学を対象とした。また、学科ごとの就職に関するデータを有していない大学が多いため、今年度は衣料管理士資格取得者を対象のアンケート調査とした。

(3) 繊維・アパレル企業

社団法人アパレル産業協会会員の全国の繊維・アパレル関係の企業293社に対して、アンケート票を送付したところ、有効回答数は61社であった。

業種別内訳は下記の表の通りである。

(有効回答数: 60社)

業種	回答社数	回答比率
総合アパレル	15社	25%
婦人アパレル	18社	30%
紳士アパレル	11社	18%
子供アパレル	4社	7%
インナーウエア	3社	5%
雑貨・アクセサリ	0社	0%
テキスタイル系	1社	2%
その他	8社	13%
合計	60社	100%

その他の業種には、寝具・寝装品、ニット製造、ダンス専門、デザイン企画等が含まれる。

資本金別の内訳は下記の表の通りである。

< 資本金別内訳 > (有効回答数: 61社)

	1億円未満	1億円以上 ~10億円未満	10億円以上 ~50億円未満	50億円以上 ~100億円未満	100億円以上
企業数	27社	18社	8社	2社	6社
比率	44%	30%	13%	3%	10%

年間売上高の内訳は下記の表の通りである。

< 年間売上高別内訳 > (有効回答数: 61社)

	10億円未満	10億円以上 ~50億円未満	50億円以上 ~100億円未満	100億円以上 ~500億円未満	500億円以上 ~1000億円未満	1000億円以上
企業数	10社	16社	7社	17社	5社	6社
比率	17%	26%	11%	28%	8%	10%

3. 有効回答数の記入について

回答があった学校および企業の中で、アンケートの質問内容によっては、「データを保有していない」などの理由から、回答不可能なケースもかなりの数にのぼった。

質問項目ごとに「有効回答数」が異なるため、各データのの前には「有効回答数」を必ず記入することとする。

・服飾系専門学校・人材需給アンケート調査

1. 服飾系専門学校の学生状況

(1) 服飾系専門学校・学生数の増減

今回のアンケート調査によると、回答があった専門学校(有効回答数 36 校)に関して、平成 14 年度の服飾系専門学校の学生数合計は、15,388 人であった。

全体としては、学生数は 0.2%の減少であった。過去数年、僅かながら学生数の増加傾向にあったが、今年度は逆にほんの僅かながら減少に転じた。内容的には、デザイン系、技術系、ビジネス系がともに減少しており、その他の部門で約 6%増加している。

(2) 服飾系専門学校・男子学生の比率と増減

下記の表は、専門学校生の男子と女子の比率を専攻コースごとに分類したものである。全体の 23%が男子学生の比率となっている。専門コースの内訳では、ビジネスのコースの男子比率が高くなっている点は最近数年来の傾向である。

< 女子学生と男子学生の比率 >

(有効回答数:34 校)

専攻コース	女子の比率	男子の比率
デザイン系	77%	23%
技術系	88%	12%
ビジネス系	69%	31%
その他	78%	22%
全体平均	77%	23%

男子学生数は全体で前年対比 19%の増加であった。昨年のみ男子学生の構成比率がわずかながら減少に転じたが、一昨年以前に引き続き全体的には増加傾向にある。

(3) 服飾系専門学校・入学者数と卒業者数の増減

回答があった専門学校の平成 14 年 4 月の入学者数は 5,540 人(有効回答数 35 校)であり、平成 14 年 3 月の卒業者数は、5,181 人(有効回答数 35 校)であった。昨年度の人数と対比してみたのが次の表である。

< 入学者数と卒業生数の増減前年比 >

	14年度 / 13年度	13年度 / 12年度	12年度 / 11年度	11年度 / 10年度
入学者数	99.3%	96.6%	106.9%	107.5%
卒業生数	105.6%	103.6%	117.5%	97.7%

今年度も、昨年度に引き続き入学者数が減員となった。少子化傾向が、今後の入学者減少に、永続的な影響を及ぼすものと考えられる。

(4) 服飾系専門学校・学生の経歴

平成14年4月に入学した学生の経歴の傾向は、例年通り、高等学校卒業者が全体の87.1%と入学者の大半を占めており、短期大学卒業者が3.2%、4年制大学卒業者が3.1%、専門学校卒業者が2.8%、海外留学生が2.5%と少ないながらも次に続く比率となっている。

昨年と比較すると、専門学校卒と留学生が増加している。

2. 服飾系専門学校の就職状況

ここでの調査は、服飾系専門学校がどのような職種から求人があり、卒業生がどのような業種及び職種に就職したのか、という実態を把握することが目的である。

「求人」・「就職」の双方に関して、最初に企業を「繊維・ファッション系企業」と「その他の企業」と大きく二つに分類し、第二に「繊維・ファッション系企業」の業種別の内訳を細かく分類、第三にその中の「アパレル企業」について更に分類している。

(1) 服飾系専門学校・求人の状況

下記の表は、企業の分類別の求人比率と前年比を記したものである。ただし、この求人数に関しては、一企業が複数の学校に対して求人票を提出しているため、企業の求人実数とは異なる。あくまで、一つの目安である。

全求人数は、過去数年減少傾向が続いていた繊維・ファッション系企業の求人が増加に転じたことを受け、全体では昨年対比111.5%と増加している。

求人数の上においては、服飾系の専門学校の場合、「繊維・ファッション系の企業」からの求人が86.3%と、相変わらず高い比率を占めている。

< 求人数の増減 >

(有効回答数:32校)

企業の種類	求人数の割合	前年比
繊維・ファッション系企業	86.3%	117.1%
その他の企業	13.7%	85.6%
全体	100%	111.5%

(2) 服飾系専門学校・就職の状況

下記の表は、企業分類別の就職者数の割合と前年比である。

求人項目の「繊維・ファッション系企業」の割合が86.3%だったのに対して、実際に就職するのは「繊維・ファッション系企業」が94.3%と、昨年の91.5%、一昨年の86.9%を上回っている。

前年との対比を見ると、全体では108.4%と就職者数が増加している。

昨年、一昨年は「その他の企業」に就職した卒業生が大きく伸びた結果、全体の前年対比が伸びたが、今年度は「繊維・ファッション企業」、「その他の企業」とともに増加していることが大きな特徴である。

< 就職者数の増減 >

(有効回答数:31校)

企業の種類	就職者数の割合	前年比
繊維・ファッション系企業	94.3%	108.4%
その他の企業	5.7%	109.9%
全体	100%	108.4%

学校の規模別に就職者数の増減を分析したのが、下記の表である。

< 学校規模別の就職者数の増減 >

(有効回答数:31校)

企業の種類	大規模校(500人以上)	中規模校(200人以上)	小規模校(200人未満)
繊維・ファッション系	115.7%	95.0%	116.8%
繊維・ファッション系以外	-	56.5%	99.1%

大規模校は、昨年から引き続き増加傾向と検討している。今年度は、中規模校が苦戦する結果となった。

(3) 服飾系専門学校・繊維ファッション企業における求人と就職(業種別分析)

繊維・ファッション系の企業に関する求人と就職者の人数を、更に業種別に分類して比率を算出したのが次の表である。

(有効回答数:29校)

業種	求人数の割合	就職者数の割合
国内アパレル企業	50.2%	62.3%
海外ファッション企業	0.4%	0.3%
テキスタイル系企業	0.4%	0.4%
副資材(裏地・芯地・ボタン)	0.2%	0.6%
商社(専門商社・総合商社)	3.8%	3.7%
小売業	30.3%	21.3%
バッグ・靴・アクセサリ企業	4.7%	3.2%
プランニング・ソフト系企業	0.5%	0.2%
出版	0.3%	0.7%
その他()	9.2%	7.3%
合計	100%	100%

その他には、スタイリスト、教員、レンタル等が含まれていた。

求人、就職ともに最も比率が高かったのが、昨年同様に「国内アパレル企業」であり、次に続くのが「小売業」である。この2業種で、求人者数は80.5%、就職者数は83.6%と8割を超えている。

昨年の就職者数と比較すると、「国内アパレル企業」の就職者数の比率が高くなっている。一方で、「テキスタイル系企業」「出版」の比率は減少している。

(4) 服飾系専門学校・アパレル企業における求人と就職(事業内容別分析)

次に、最も比率が高かった「アパレル企業」を、更に「事業内容別」に分類したのが次の表である。ただし、ここでもこの求人数に関しては、一企業が複数の学校に対して求人票を提出しているため、企業の求人実数とは異なる。あくまで、一つの目安である。

求人数に対して就職者の比率が高いのは、「婦人系アパレル」、「アパレル縫製」、「ニット製造」である。それに対して就職の割合が低いのは、昨年同様「総合アパレル」である。

「総合アパレル」の場合、多くの学校へ求人票を提出するケースが多く、求人数は重複分が多く含まれると考えられる。また、就職者にとっては、自分のやりたい仕事の分野がはっきりしている企業を好む傾向が強く、やはり人気があるのは、「婦人アパレル」のようである。

生産部門の海外移転の影響からか、ものづくりの現場である「アパレル縫製」「ニット製造」の求人・就職の比率が低下している。

<アパレル企業の求人数と就職者数の割合> (有効回答数:29校)

事業内容	求人者数の割合	就職者数の割合
総合アパレル	44.1%	24.5%
婦人服系アパレル	39.7%	54.3%
紳士服系アパレル	3.5%	2.4%
子供服系アパレル	2.7%	1.5%
スポーツウェア系アパレル	0.6%	0.1%
ボディファッション系アパレル	0.9%	1.2%
アパレル縫製	2.0%	5.4%
ニット製造	1.1%	3.6%
その他	5.4%	7.0%
合計	100%	100%

(5) 服飾系専門学校・就職先での職種別比率

次の表は、卒業生の就職先でどのような職種に就いたかの結果である。

最も高い比率だったのが、「販売職」である。これは、過去数年来の顕著な傾向である。一方で離職率が高いとも考えられるが、アパレル企業の多くが、小売重視の取り組みをしている結果であると考えられる。また、多くの新卒者を募集している企業は、現在、経営が順調な小売中心のSPA型企業が多いという状況も、その背景にある。

また、「デザイナー」、「パタンナー」や「商品企画」の職種の採用については、即戦力となることを重視して、中途採用の企業も多く、新卒採用者を育成する余裕がないという企業も、相変わらず少なくない。昨年と比較しても、「パタンナー」の比率がさらに低下している。

< 職種別比率 >

(有効回答数: 36 校)

職種	就職者数の割合
デザイナー	14.6%
パタンナー	12.4%
商品企画	2.6%
営業	3.9%
販売	42.4%
生産管理	1.9%
縫製・加工等	7.9%
品質管理・試験管理	0.0%
一般事務	1.3%
その他	12.3%
不明	0.7%
合計	100%

3. 服飾系専門学校の教育方針

ここでの調査は、各校がどのような教育方針で教育を行い、卒業生の就職や活躍にどのように影響しているのかを明らかにすることを目的としている。

(1) 服飾系専門学校・重視している専門分野

有効回答 38 校(重複回答)において、各校で重視している専門分野に対する結果としては、「デザイン」(29 校)、「パターン設計」(29 校)、「生産・縫製」(26 校)、「販売・ディスプレイ」(25 校)が重視されており、続いて「マーチャンダイジング」(13 校)、という結果であった。

昨年と比較すると、「生産・縫製」の順位が 1 位から 3 位に落ちている。生産部門の海外移転の影響が、ここでも表われていると思われる。一方でヒアリング調査によれば、国内生産業空洞化を危惧する一部の企業では、生産技術の育成のためにも、「生産・縫製」の分野は重要であるという指摘もある。

(2) 服飾系専門学校・就職の際の強み

有効回答 38 校(重複回答)において、各校が考えている教育の特色、すなわち「就職の際の強み」については、「専門技術(専門知識)」を 37 校であげており、続いて「人間性」をあげた学校は 29 校であった。続いて、「資格の有無」(22 校)、「情報処理能力」(11 校)、「社会・一般常識」(6 校)で、「語学力」(1 校)であった。

近年、「人間性」を挙げる学校が増加しており、「コンピューター等の情報処理能力」が増加傾向にある。「社会・一般常識」をあげる学校は減少している。しかし、企業へのヒアリング調査によれば、社会・一般常識が身につけていない新入社員が増加しているので、学校において、一般教養等の教育を強化して欲しいという意見もあった。

4. 服飾系専門学校の企業に対する要望

専門学校、各校からの企業に対する要望、意見をまとめると、主に以下の3つに集約できる。

a) 採用に対する要望

- ・ 求人の時期が早すぎる。長い期間で募集してほしい。(複数校)
- ・ 中途採用ばかりでなく、新卒者をもっと積極的に採用してほしい。
- ・ 専門学校卒の男子の採用を増やしてほしい。
- ・ 東京だけでなく地方の学校に対しても、平等に受験チャンスを与えて欲しい。
- ・ 一部の指定校制ではなく、広く受験機会を与えてほしい。

b) 情報提供に関する要望

- ・ 企業セミナー、合同セミナー等を広く開催してほしい。

c) 企業に対する不満

- ・ 人材育成に力を入れてほしい。
- ・ 面接後、4ヶ月経過しても正式な結果の通達がない等の状況である。もっと真摯な対応をしていただきたい。
- ・ 専門学校卒業生に、パートでもできる仕事をさせるのではなく、専門的な新分野開発を担う人材として認識してほしい。

.衣料管理士(TA)養成大学・人材需給アンケート調査

1. 衣料管理士(TA)養成大学の就職状況

(1) 衣料管理士(TA)取得者の就職率

平成 14 年 3 月に衣料管理士(TA)養成学科を卒業し、実際に衣料管理士(TA)資格を取得した学生の人数を調べたところ、1級 343 人、2級 764 人、合計 1,107 人であった。また、そのうち回答者数は、1級 222 人、2級 520 人、合計 742 人であった。(有効回答数:40 校、742 人)

衣料管理士(TA)取得者全体の就職率は 77%で、級別には1級が 84%、2級は 74%と、高水準を維持している。資格の知名度の浸透、取得者のレベルの高さが推測される。

また、地域別にみても、関東が取得者 220 名のうち、就職者が 172 名で就職率 78%、関西では取得者 204 名のうち、就職者は 150 名で 74%、その他の地域では、取得者 318 名のうち、就職者 247 名で 78%であった。一昨年の平成 12 年度に実施された同様の調査では、関東の就職率が 80%であったのに対し、関西が 54%と開きがあったが、今年度については、地域差は認められなかった。

(2) 衣料管理士(TA)取得者の就職企業(業種別分析)

衣料管理士(TA)取得者の就職企業を業種別項目に分類した割合を示すと次の表となる。

< 就職者数の業種別割合 >

H14 順位	H12 順位	業種	H14 人 数	H14 %
1	2	デパート・スーパー・量販店・専門店・小売業	119	16.0
2	1	アパレル・衣料・ファッション・スポーツウェア・肌着・製造業	109	14.7
3	5	銀行・保険・証券・農協	69	9.3
4	3	サービス・レジャーリゾート産業・ホテル・レストラン・旅行業	55	7.4
5	4	商社・問屋・卸	36	4.9
6	6	行政・消費センター・検査団体・試験技術センター・業種別団体	26	3.5
7	7	教員(大学高校中小・専門学校)	25	3.4
8	8	建設・建築・インテリア設計施工・不動産住宅販売	15	2
9	11	原系メーカー・紡績・織物・不織布・タオル製造業	5	0.7
9	9	副資材・靴・アクセサリ・装身具	5	0.7
11	10	カーテン・インテリア用品・寝具・寝装具	3	0.4
12	12	染料・洗剤・染色加工業	1	0.1
12	12	通信販売	1	0.1
		その他	100	13.5
		業種不明	173	23.3
		合計	742	100

主に、繊維・アパレル産業の範囲と考えられる、第1位デパート・スーパー・量販店・専門店・小売業、第2位アパレル・衣料・ファッション・スポーツウェア・肌着・製造業、第5位商社・問屋・卸、第9位原系メーカー・紡績・織物・不織布・タオル製造業、第9位副資材・靴・アクセサリ・装身具、第11位カーテン・インテリア用品・寝具・寝装具、第12位染料・洗剤・染色加工業、第12位通信販売の合計で37.6%であり、一昨年の42.6%を下回っている。

その他、不明の合計が36.8%あるが、衣料管理士(TA)資格を直接的に業務に生かすことができる業種としては、6位の行政・消費センター・検査団体・試験技術センター・業種別団体、第7位の教員を加えても、44.5%という結果である。

(3) 衣料管理士(TA)取得者の就職先での職種別比率(職種別分析)

衣料管理士(TA)資格を取得した卒業生が、果たして資格や専門を生かせる職種に就いているか、ということを知るために、就職先での職種を調査した結果が、次の表である。

< 就職者数の職種別割合 >

H14 順位	H12 順位	職種	H14 人数(人)	H14 比率(%)
1	2	営業・販売	216	29.1
2	1	総務・庶務・コンピュータ事務・一般事務	207	27.9
3	-	商品企画	18	2.4
4	-	品質管理	16	2.2
5	3	試験検査	15	2.0
6	4	製造・生産・加工等	10	1.3
7	8	試験・研究	6	0.8
8	6	生産管理	1	0.1
8	9	商品開発・試作品の市場検査	1	0.1
-	-	苦情相談	0	0
-	9	社内社外教育指導・PR活動	0	0
		その他	76	10.2
		職種不明	17	23.7
		合計	742	100

就職した衣料管理士(TA)取得者の業種を具体的にみると、第1位は「営業・販売」、第2位「総務・庶務・コンピュータ事務・一般事務」であり、この2つで57.0%を占める。衣料管理士(TA)2級は主に短期大学が多いため、一般事務職として採用されたものと考えられる。

また、衣料管理士(TA)を直接的に職務に生かすことのできると思われる、「試験検査」、「品質管理」、「生産管理」、「製造・生産・加工等」、「商品開発・市場調査」、「試験・研究」の職種の合計は6.5%であり、「営業・販売」を加えても、35.6%である。

ヒアリング調査の結果、衣料管理士(TA)の専門知識を必要とされる職種は、求人数が少なく

狭き門であるが、素材・製品が多様化・複雑化する中で、専門知識の必要性をますます重視する企業もある。

(4) 衣料管理士(TA)取得者で非就職者の状況

非就職者の内訳を調査した結果が、次の表である。

< 非就職者の状況 >

内 訳	人数(人)	比率(%)
アルバイト・パート	34	19.7
進学(編入を含む)	52	30.0
非就職(就職希望なし・家事手伝い等)	13	7.5
未就職(活動中、未決定、未定等)	41	23.7
不明	33	19.1
合計	173	100

業種・職種について無回答

非就職者のうち、就職希望があるにもかかわらず「未就職」であるものが23.7%を占めている。「アルバイト・パート」を含めると43.4%である。これは衣料管理士(TA)を取得した回答者全体の10.1%にあたる。

一方、進学者が非就職者の30%を占めており、衣料管理士(TA)を取得した回答者全体の7.0%にあたる。内訳は、進学者52名中、短大から4年生への編入・進学が43名、4年制大学から大学院等への進学が9名であった。

繊維・アパレル企業・人材需給アンケート調査

1. 繊維・アパレル企業の雇用状況

(1) 繊維・アパレル企業 従業員の状況

アンケートの回答があった60社の、平成14年4月1日現在の従業員数・総合計は、39,348人、1社平均656人であった。この従業員数を契約形態別、職種別に集計し、比率を出したのが次の表である。

< 従業員の職種別契約状況 >

(有効回答数:60社)

	営業	商品企画	デザイナー	パタンナー	FA	生産技術	事務その他	合計
正社員	91%	88%	43%	56%	23%	75%	73%	48%
準社員	1%	0%	1%	1%	8%	7%	1%	5%
契約社員	7%	11%	54%	41%	38%	12%	7%	27%
パート	1%	1%	2%	2%	31%	6%	19%	20%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
職種別比率	17%	3%	4%	3%	53%	3%	17%	100%

「FA」はファッション・アドバイザー(販売職)。「その他」の中には、管理部門などが含まれている。

「正社員」の比率が9割を超えて高い職種は「営業」(91%)だけである。次に「商品企画」(88%)、「生産技術」(75%)、「事務・その他」(73%)は7割を超えている。

それに対して、専門職の正社員の比率は「パタンナー」が56%、「デザイナー」が43%であり、正社員と契約社員の比率が近似している。ただし、個々の企業における状況にばらつきがある。専門職をかなり高い比率で正社員と位置付けている企業がある一方で、ほぼ全員を契約社員としている企業もある。

また、過去数年と比較すると、今年度はパタンナーの正社員比率の低下が目立つ。パタンナーは、熟練するに従って技術が高くなる職種であり、長期雇用のメリットがあるからだと考えられていたために、過去3年間は正社員の比率が高まっていた。ところが、職種別に見た場合、全体のうちのパタンナー比率が昨年度の5%から今年度は3%に減少している。パターン業務を社外にアウトソーシングする傾向も一部で高まっており、正社員が減少したために社内のパタンナーのこの職種別比率が低下したと思われる。

「FA」の正社員の比率が18.0%と低いのは、過去からの継続した傾向である。契約社員とパート合せて69%であり、相変わらず非正社員が販売に従事している。

(2) 繊維・アパレル企業 従業員の離職状況

回答可能な企業に回答を求め、平成13年4月～14年3月までの離職者数を調べたところ、次のような結果となった。

< 離職の増減 >

(有効回答数 : 36 社)

	男子	女子	全体	平均離職率
今年度 (人)	681	2,268	2,949	12%
昨年度 (人)	838	2,771	3,609	16%
前年比 (%)	81%	81%	81%	-

昨年度は、前年対比で男性が140%、女性が115%と離職者が増加していたが、今年度は前年を下回る結果となった。また、特に男性の離職率が低下した。回答企業が昨年と全く同一ではないため、単純比較はできないが、産業不況の長引く繊維・アパレル企業におけるリストラクチャリングがかなり進んだ結果、企業を維持する限界に近づき、離職率が減少しているとも思われる。一方で、回答企業全体の就業人口が減少していることで、離職者数も減少していると考えられる。

また、離職者を回答いただいたのは、61社中36社であり、採用が少なく離職者の多い企業は、アンケートに回答していただいていない傾向があるため、実際の離職率は上記の結果より多いと思われる。

2. 繊維・アパレル企業の採用状況

(1) 繊維・アパレル企業 新卒新入社員状況

平成14年4月に入社した新卒新入社員の人数を調べたところ、次のような結果となった。

< 新卒新入社員の増減 >

(有効回答数 : 47 社)

	男子	女子	全体
今年度 (人)	344	777	1,121
昨年度 (人)	326	681	1,007
前年比 (%)	106%	114%	111%

回答していただいた企業に関して、全体では昨年に対し111%と増加している。一昨年(有効回答66社)の前年比56.7%という厳しい状況、また前年(有効回答33社)の107%と比較しても、採用増加への改善傾向が伺える。

特に男子の採用は、一昨年の前年比45.3%、昨年の98%と減少がつついていた状況に対し

て、今年度は106%と増加に転じた。

昨年は女子の採用が増加に転じ、また男子の減少率もかなりゆるやかになったことから、企業格差はあるものの、底の状態から全体的には増加傾向に転じたという状況であった。これに対し、今年度は明らかに男女ともに新卒採用が増加傾向にあると言える。

また、新卒の新入社員数に関して、企業の年間売上規模別に調べた結果が次の表である。

<年間売上規模別・新卒新入社員の採用状況> (有効回答数：46社)

年間売上規模	有効回答(うち採用なしの企業)	前年対比	今年度の1社平均採用人数
500億円以上～	9社 (1社)	107%	75人
100億円以上～500億円未満	16社 (3社)	118%	21人
50億円以上～100億円未満	6社 (0社)	101%	12人
10億円以上～50億円未満	6社 (4社)	259%	5人
～10億円未満	9社 (8社)	103%	3人

すべての企業規模において、前年よりも採用人数が増加している。

新入社員の採用状況の前年対比においては、昨年同様、売上規模別の相関関係はみられなかった。しかし、年間売上が「10億円以上～50億円未満」の企業は昨年度に引き続き、採用を増やしており、前年の2.6倍の人数を採用している。

(2) 繊維・アパレル企業 中途採用状況

平成13年4月～14年3月までに入社した中途採用者の人数を調べたところ、次のような結果となった。

<中途採用者の増減> (有効回答数：53社)

	男子	女子	全体
今年度(人)	301	1,073	1,374
昨年度(人)	160	1,344	1,504
前年比(%)	188%	80%	91%

全体的には、91%であるが、なかでも男子が188%と大幅に増加しており、一方女子は80%と減少している。昨年の前年比は116.1%、一昨年度の前年比が78.5%であった。

男女の内訳では、78%が女子である。昨年は93%が女子であり、やはり男子の比率が上がっていることが目立つ。

また、有効回答企業が一致していないため、単純な比較はできないが、1社あたりの平均で比較すると、新入社員が24人に対し、中途採用は26人と1.1倍であった。一昨年の中途採用

は新入社員に対して3.8倍、昨年が1.6倍であった。明らかに新入社員と中途採用の人数格差は縮小している。

将来的な人材の育成という点における反省からか、中途採用への偏重は是正される方向にあり、新卒採用の増加傾向が現れている。

また、中途採用者数に関して、企業の年間売上規模別に調べた結果が次の表である。

< 年間売上規模別・中途採用者数の採用状況 >

(有効回答数 : 40 社)

年間売上規模	有効回答(うち採用なしの企業)	前年対比	今年度の1社平均の採用人数
500億円以上～	9社 (0社)	79%	65人
100億円以上～500億円未満	13社 (0社)	116%	40人
50億円以上～100億円未満	4社 (0社)	73%	33人
10億円以上～50億円未満	5社 (1社)	84%	28人
～10億円未満	9社 (4社)	400%	4人

新卒の新入社員同様、中途採用状況の昨年対比においては、売上規模別の相関関係はみられなかった。

今年度の新卒採用をしていない企業は、40社中5社(13%)であり、新卒者を採用していない企業の41.7%を大きく下回っている。また、中途採用社数は規模に応じた相関関係がみられた。

(3) 繊維・アパレル企業 採用者の内容と内訳

平成14年度に入社した新入社員及び中途採用を含め、採用者の契約形態の内容と職種別の人数を調べたところ、次のような結果となった。

< 採用者の内容と内訳 >

(有効回答数 : 53 社)

	総合職	一般職	専門職	職種構成比(%)
正社員(人)	511	305	97	47%
契約社員(人)	103	201	711	53%
構成比(%)	32%	26%	42%	100%

専門職の採用に関しては、契約社員が今年度88%、昨年度94%であり、原則的に1年未満の契約を更新する形である。また、採用全体のうち専門職が占めるの割合は、前年度の64%に対し、今年度が42%と減少している。専門職の部門を社内ではなくアウトソーシングに移行する等、専門職の採用自体を抑える傾向が伺える。

今年度中途採用のみならず、新卒採用に関しても、専門職については契約社員としている

企業が多い。契約社員という待遇は、正社員に比べて、様々な雇用に対する保証が低い場合が多いが、一方で業界内の人材の流動化には有効であり、特に専門職の場合は、会社間移動によるキャリアアップも可能であるとされてきた。しかし、中途採用も含め、専門職の採用自体が減少している中では流動化も難しい傾向にある。

(4) 繊維・アパレル企業 新入社員の最終学歴

繊維・アパレル企業の平成 14 年入社の新入社員について、職種別に最終学歴を調べたところ、次のような結果となった。

< 新入社員の職種別最終学歴の比率 >

(有効回答数: 40 社)

最終学歴	営業	販売	企画生産	デザイナー・ パタンナー	事務系・ その他	学歴別比率
4年制大学	99%	40%	48%	6%	60%	55%
短期大学	0%	29%	0%	2%	20%	17%
専門学校	1%	21%	21%	92%	10%	20%
高等学校	0%	10%	30%	0%	10%	8%
その他	0%	0%	0%	0%	0%	0%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%
職種別比率	23%	43%	6%	8%	20%	100%

全体の学歴別の比率では、「4年制大学」の卒業生が55%と最も多い比率になっているが、一昨年の67%、昨年の57%を下回っている。職種別では「営業」「企画」「事務系・その他」において、4年制大学が占める割合が高い。

次に続く「短期大学」は、職種別では「事務系・その他」が、一昨年30%、昨年22%に対し、今年度は20%とさらに低下した。就職難を反映して、一般事務職に4年制大卒者の応募・採用が増えた影響で、「事務系・その他」における短大卒の採用が比率的に減少している。一般事務職では、パソコンをはじめとしたコンピューターの能力が必要とされ、短期大学の場合、就職活動を始めるのは、実質的に入学して1年経ったばかりであり、4年制大学との格差がある。ただし、販売職は短大の採用が多く、今年度の29%は、昨年と同比率であり、一昨年の14%を大きく上回っている。

「専門学校」では、職種別では少ない比率ではあるが、「デザイナー・パタンナー」の専門性の高い職種で92%と特化しており、昨年の80%よりさらに高い比率である。全体に占める割合でも20%と、ほぼ横ばいであった一昨年、昨年の15%前後と比較すると高い結果となった。

(5) 繊維・アパレル企業 中途採用者の職歴

繊維・アパレル企業の平成13年4月～14年3月までに入社した中途採用者について、職種別に職歴を調べたところ、次のような結果となった。

< 中途採用者の職種別職歴の比率 >

(有効回答数:48社)

	営業	販売	企画生産	デザイナー・ パタンナー	事務系・ その他	経歴別 人数比率
同業界・同職	61%	44%	68%	95%	13%	54.9%
異業界・同職	16%	13%	0%	2%	61%	13.4%
同業界・異職	6%	1%	16%	2%	3%	9.0%
異業界・異職	9%	24%	13%	0%	16%	7.2%
その他	8%	18%	3%	1%	6%	11.0%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%
職種別人数比率	13%	56%	3%	18%	10%	100%

「デザイナー・パタンナー」の専門職については、やはりそのほとんどの、95%が同業界(繊維・アパレル企業)の同職からの転職である。経歴別全体の比率においても、昨年同様、「同業界・同職」からの転職が半数を超えている。

職種別でみると「販売職」の人数が昨年は全体の72%であったのに対し、今年度は56%と減少している。「営業」「デザイナー・パタンナー」「事務系・その他」の比率が少しずつ増加している。

全体的な人数は少ないが、「事務系・その他」においては、昨年異業界・同職からの転職が昨年56%に対して61%と増加傾向にあり、やはり過半数を超えている。総務・人事・経理等の事務系職種は、業界を越えたスキルであるため、業界にとらわれることなく、人事の流動が可能である。

(6) 繊維・アパレル企業 新卒採用の方法

新卒採用において、繊維・アパレル企業がどのような方法をとっているのかを調べたところ、次のような結果になった。

< 新卒採用の方法 >

(有効回答数:47社)

方法	包括採用	職種別採用	コース別採用	その他
比率	11%	64%	23%	2%

職種を明記した「職種別採用」が昨年62%から今年度は64%とわずかに増加しており、職種には「販売職」、「デザイナー」、「パタンナー」、「総合職(営業職を含む)」、「一般職(事務系)」など

に分けられているケースが多い。

ストック型人事という側面も含まれている「包括採用」は、年々減少する傾向にあり、昨年 15%であったのに対し、今年度は 11%であった。

「コース別採用」とは、一例をあげると、販売職の「リテールコース」、デザイナー・パタンナーの「クリエイションコース」、営業職を中心とした将来の管理職候補となる「イノベーションコース」のように分類しているケースである。コース別採用の場合、採用時点での一般職、総合職の区別をつけない企業もある。

その「コース別採用」は昨年度の 21%から今年度は 23%を占めており、増加傾向が伺える。

(7) 繊維・アパレル企業 新卒採用者の募集方法

新卒採用の募集方法がどのようなものであるかを調べたところ、次のような結果になった。

重複回答で、有効回答数:50 社中、「学校への求人票」を提出している企業が 37 社、「会社説明会」を開催している企業が 33 社と多い結果となった。

続いて「Eメール・インターネットなど」の情報ツールによって募集している企業が 28 社と続いており、回答企業の過半数をはじめて越えた。

あとは、「求人専門機関を通じて」が 13 社、「新聞雑誌などのメディアなど」が 8 社と続いている。

(8) 繊維・アパレル企業 新卒採用の選抜方法と重要度

繊維・アパレル企業での平成 14 年度の新卒採用者の選抜方法は、どのようなものだったのか把握するために調べたところ、次のような結果となった。

重複回答であるため、職種別の実施率として求めた結果が次の表である。

< 新卒採用の選抜方法の実施率 >

(回答は重複回答、有効回答数 : 56 社)

職種 \ 項目	書類選考	筆記 一般教養	筆記 専門知識	実技	面接
営業	63%	55%	5%	0%	88%
販売	38%	29%	4%	2%	66%
企画生産	42%	30%	13%	9%	64%
デザイナー・パタンナー	52%	29%	25%	66%	76%
事務系・その他	59%	55%	7%	0%	88%
全体平均	51%	40%	11%	15%	76%

また、各繊維・アパレル企業が実施している選抜方法の中で、特に重要であると判断した項目は次の通りである。

< 新卒採用の重要度 >

(回答は重複回答、有効回答数 : 56 社)

項目 職種	書類選考	筆記 一般教養	筆記 専門知識	実技	面接
営業	0	1社	0	0	34社
販売	0	0	0	1社	25社
企画生産	1社	0	1社	2社	23社
デザイナー・パタンナー	0	0	0社	21社	24社
事務系・その他	0	1社	0社	0	34社

これら表から、下記の点が指摘できる。

すべての職種において、高い重要度で「面接」が一番重視されており、実施率は昨年度の72%から今年度は76%と上がっている。

「デザイナー・パタンナー」の職種においては、「実技」が66%の企業で実施されており、実施企業の中では重要度が面接と同様に高い。

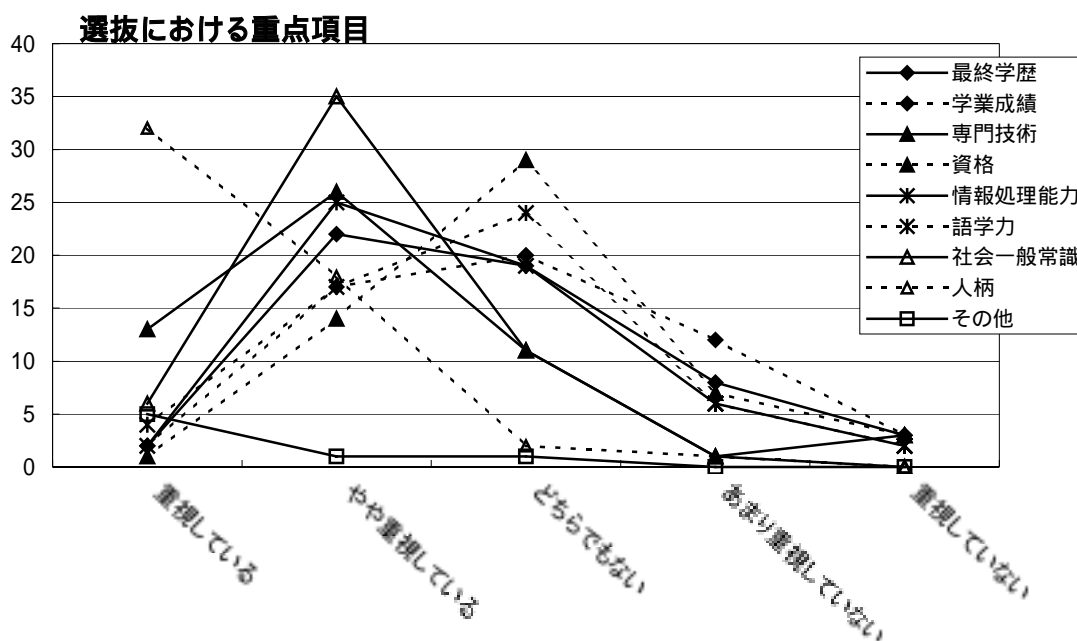
「営業」の職種においては、「筆記・一般教養」を実施している企業が半数を超えている。

「企画生産」の職種では、新卒者であっても「専門知識」を実施している企業が25%ある。

全体的には、「面接」の実施率、重要度は昨年と比較すると高くなっている。一方で、「書類選考」、「筆記・一般教養」、「筆記・専門知識」を実施する企業は減少している。相対的に「面接」重視の傾向がますます強まっている。

(9) 繊維・アパレル企業 選抜における重点項目

専門職の新卒採用で採用する企業が重視しているポイントはどのようなものであるのかを調べたところ、次のような結果となった。(有効回答数:56社)



- ・第1位の「人柄」を「重視してる」と回答した企業が56社中32社と最も多く、「やや重視」18社と合わせると89%となる。「どちらでもない」が2社、「あまり重視していない」が1社みられた。
- ・第2位の「専門技術(専門知識)」については、「重視」13社、「やや重視」26社で併せると70%となる。「重視していない」が3社、「あまり重視していない」が1社あった。
- ・第3位の「社会・一般常識」については、「やや重視」が35社で、「重視」6社と併せると、73%となる。

以上の上位3位は、全体的に重要度が高く、下記の4位以下とは大きな開きがあった。

- ・第4位の「情報処理能力」については、「やや重視している」が25社と多く「重視している」も2社あるが、一方で「あまり重視していない」6社、「重視していない」が2社あった。全体的には、昨年より重要度は下がっており、パソコン等の「情報処理能力」が全体的に上がっているため、取りたてて重要とされなくなったと思われる。
- ・第5位の「最終学歴」については、「やや重視」が22社と一番多く、重視傾向が24社あるが、非重視傾向が11社ある。全体的には昨年の6位より順位が上がっており、むしろ、重視傾向が強まったという結果になった。
- ・第6位の「語学力」については、「やや重視」が17社と一番多く、重視傾向が21社あるが、

非重視傾向が 8 社ある。語学力を必要としているか否かは各社の事情によるものと思われる。

- ・第 7 位の「学業成績」については、「どちらでもない」が 20 社で最も多く、昨年の第 8 位から順位を上げている。昨年は「重視傾向」と「非重視傾向」がほぼ同数であったのに対して、今年度は「重視傾向」の企業が「非重視傾向」を上回る結果となった。
- ・第 8 位の「資格」については、一昨年は第 5 位、昨年は 7 位であり、全体的に重要度は明らかに後退している。ただし、「重視傾向」が「非重視傾向」を上回っている。

前述の で、「人柄」を「重視している」(32 社)、「やや重視している」(18 社)と回答した企業に対して、具体的にどのような人柄をイメージしているかを調べたところ、次のような結果となった。(有効回答数 :50 社、重複・自由回答)

イメージ	積極的	明朗快活	責任感	向上心	意欲的	コミュニケーション能力
企業数(社)	28	25	14	14	6	5

昨年、一昨年同様に「積極的」「明朗快活」をあげる企業が多い。昨年、一昨年の第 5 位「順応性」、第 6 位「協調性」は減少した。一方で、「向上心」「意欲的」「コミュニケーション能力」といったイメージを挙げた企業が増加した。

最近の新入社員に関して、ヒアリング調査では「全体的に素直でおとなしい」「覇気がない」という傾向が指摘されていたが、それを裏付ける結果となった。周囲に対してきちんとコミュニケーションを図り、自ら意欲的に業務に取り組む、積極的で明るい人柄が求められている。

テーマ調査

テーマ調査

テーマ：アパレル産業における業態別職務の実態調査

- 専門職の活用と育成、アウトソーシングとの関連について -

・調査目的と方法

現在、わが国の繊維アパレル企業においては、生き残りをかけて厳しい現実に直面している中で、特に専門職の場合、即戦力となる人材を求めている。しかし、この「専門職」は、昨今アパレル産業を取り巻く環境変化や、業態変容に柔軟に対応するため、アウトソーシングを行う企業が増えてきている。

そこで、専門職活用の実態と今後の専門職の活用と育成について、調査・研究を行なった。全体的な傾向を探るために、基本調査と併せて、アパレル産業協会会員であるアパレル及び関連企業 293 社に対してアンケート用紙を郵送し、61 社から回答を得た。さらにテーマ調査の専門職に関する質問については、61 社中 50 社から有効回答を得た。

また、より詳しい状況を把握するために、21 社にヒアリング調査を依頼した。そのうちアウトソーシングをする立場のアパレル企業 5 社、受ける立場の企画・デザイン企業 5 社の協力を得て、ヒアリング調査を実施した。

今回の報告書においては、「アウトソーシング」及び「専門職」を、原則として以下のように定義して使用する。ただし、実際には例外的なケースもあり、アンケート調査における最終の判断は、各社に委ねた。

アウトソーシング：社員としての雇用契約ではなく業務委託契約。

ただし、勤務時間・給与等が、社員の雇用契約の基準から大きくはずれるために業務委託契約を結んでおり、業務内容や取組みにおいて、社員との差異がない場合はアウトソーシングとして捉えない。

専門職：原則的に職務間異動がなく、高い専門性を必要とする職種。

・調査結果

全体的傾向を把握するために実施したアンケート調査については、表にまとめた。そして、各項目の傾向として分析内容を太字で表記した。続いて、ヒアリング調査における、各社の代表的なコメントを列記してある。

また、アウトソーシングをするアパレル企業と、アウトソーシングを受ける企画・デザイン会社に立場の違いで同様の質問をしている項目については、項目に分けて、その両方を記した。特に断りのない場合は、アパレル企業の場合である。

1. 専門職の種類と職務内容

アパレル及び関連企業において、専門職と位置付けている職種について調べた結果、以下のとおりである。

< 専門職の職種と企業内所有・アウトソーシングの比率 > (有効回答数: 50 社、重複回答)

	専門職(%)	企業内(%)	アウトソーシング(%)
マーチャンダイザー	34	50	0
スタイリスト	0	2	2
デザイナー	86	90	26
パタンナー	86	88	34
生産管理	26	50	4
品質管理	40	50	4
広報・宣伝	45	50	10
その他	6	6	4

「デザイナー」、「パタンナー」を専門職として位置付けている企業が、それぞれ 86%であった。また、その約 9 割の企業が、その職種を企業内にて内包している。アウトソーシングに関しても、この 2 つの職種が多く、3 割前後であった。

「広報・宣伝」45%、「品質管理」40%がそれに続き、「マーチャンダイザー」34%、「品質管理」26%という結果であった。また、これらの職種についてアウトソーシングは、1 割以下と低い比率であった。昨年実施した「マーチャンダイザー」の職種に対する調査では、72%が総合職であり、専門職 MD と総合職 MD の両方を持つ企業もあった。

2. 企業内専門職務と専門職務のアウトソーシング

前項の結果を踏まえ、専門職とアウトソーシングの関係については、「デザイナー」、「パタンナー」の職種を中心に、他の職種についても視野に入れながら検討を加える。

(1) 企業内専門職確保の理由

- ・ 専門ノウハウを社内に蓄積するため。
- ・ その企業に合った専門職を育成するため。

専門職の職務は重要な企画に関わる部分であるので、社内を基本とする。ブランドの特色は社内で培っていかなければならない。ブランドごとのノウハウ蓄積の必要性がある。

デザイナーに関しては、年齢的に世代交代を必要とする場合もある。社内で次世代を育成する

必要があり、スキルアップをさせたい。

(2) 各職務の企業内ポジションと役割

- ・ 専門職の場合、職務上で関係する MD などの総合職と連携して進行することが多い。
- ・ 専門職の管理職が少なく、人事評価も最終的には総合職が担当する場合が多い。
- ・ 各ポジションにおいて、その専門性を高めることが求められ、企業運営に携わることは少ない。

デザイナー・ブランドでなく企業ブランドの場合、各ブランドには総合職の MD がいて、方向性はその MD がデザイナーと話し合っただけで決定している。各ブランドにマッチしたデザイナーを使うことがベースにある。ブランドとデザインが一致しなくなった場合は、デザイナーも変わらざるを得ないということになる。

(3) アウトソーシングしている専門職務

アパレル企業がアウトソーシングしている専門職務

アンケート調査によれば、アパレル企業がアウトソーシングしている専門職種は、「パタンナー」が 34%と一番多く、これに続くのが「デザイナー」の 26%であった。他の職種は、「広報・宣伝」10%、「生産管理」4%、「品質管理」4%、「スタイリスト」2%という低い結果であった。(前項の表参照)

- ・ アウトソーシングしている職種としては、「パタンナー」、「デザイナー」が多い。
- ・ 「広報・宣伝」をアウトソーシングしている企業も一部にある。
- ・ 「生産管理」「品質管理」をアウトソーシングしている企業はごく一部である。

自社にない部門を急遽立ち上げる場合には、アウトソーシングによって外部の力を借りることは有効である。MD のみ社内スタッフで、専門職含め他のスタッフは外部の場合もある。

パターンメイキングには、スケジュール的に仕事量の多い時期と少ない時期の波があり、繁忙期に手伝ってもらう場合、依頼先のパタンナーが他社の仕事も兼ねており、当社の専属になることを望まない場合もある。そのようなケースが増えてきている。

自社にはないスキルを必要とする場合は、ブランドによって、企画含め製品まで、デザイナー・パタンナー含めたブランド全体のアウトソーシングをしている。

基幹業務に関してはノウハウの蓄積の必要性から全て社内専門職である。

企画・デザイン会社がアウトソーシングを受けている専門職務

アウトソーシングを受ける立場として、企画・デザイン会社に最近の傾向をヒアリングした結果、以下のような特徴が見られた。

- ・ デザインワーク、パターンメイキングだけでなく、商品企画全体の内容を請負うケースが増加している。
- ・ アウトソーシングを受ける企業及び内容としては、大型小売店の自主企画の部分が增加している。
- ・ 受ける専門職種は、従来の企画及びデザインワークの内容から、売り場展開まで含むコンサルティングの内容まで含まれる場合が増加している。

10 数年前は、コンセプト作りとデザインワークが中心であった。現在は、小売の店頭に比重がシフトしているのでショップ作りのほうから入ることが増えている。総合的に従来のアパレルの商品企画部門の内容をアウトソーシングで請負うようになってきている。

15 年前から 20 年前のアパレル企業にまだゆとりがあった頃は、一社だけでは情報が偏るので、情報提供という形で商品企画のニーズが多かった。当時は、デザイン画とラインナップを提供し、サンプルの仕様書とパターンを製作するまでが、企画会社の主な仕事であった。ところが最近では、ものづくりや物流まで含めたシステムをどう構築できるかという内容に変わってきている。

最近、売り場をどのように変えていくかという小売部門に直結する業務が増えてきている。具体的にはブランドの体系化、売り場の作り方などである。

企画会社は、以前のようなデザインスタジオという機能よりも、販売戦略まで含めたコンサルティングの機能が重要となってきた。

アパレルメーカーのアウトソーシングは増加しているが、企画会社の数は増加していないので、有力な企画会社に集中する傾向にある。仕事の集中している企画会社は、デザイン画・企画から商品の生産の手配までできる、いわば個人商社のようなところである。社員 2~3 人、フリーランスのデザイナー 1~2 名、商社あるいはアパレルに企画の提案を持ち込んで、商品の手配ができるような小回りのきく企画会社である。

(4) アウトソーシングの理由

アパレル企業がアウトソーシングをする理由

専門職に関するアンケート調査の有効回答 51 社のうちアウトソーシングをしているアパレル企業 27 社について有効回答を得た。

< アウトソーシングの主な理由 >

(有効回答数: 27 社/重複回答)

理 由	回答数(社)	比率(%)
仕事量の増減可、内容が自由に選択可	21	78
企業内の既存レベルより高度な専門性	16	59
従来企業内にはない新たな発想の導入	11	41
人件費を含む経費削減	8	30
社内の人材不足を補う	6	22
その他	0	0

アンケート調査の結果、「必要に応じて仕事の増減が可能であり、内容に応じたアウトソーシング先を選択できる」ということが第 1 位であり、アウトソーシングをしている企業の 78%がその理由に挙げている。「高度な専門性」「新たな専門性の導入」が続いており、「経費削減」「人材不足を補う」は下位の理由であった。

- ・ 繁忙期と閑散期があり、仕事量が一定していない専門職種の場合、最低量は社内で消化し、それ以上はアウトソーシングで対応する企業が多い。
- ・ アウトソーシングの場合、その業務内容によつての取り組み先を選択できる。
- ・ 高度な専門性を必要とする場合、社内には蓄積のない新たな専門性が必要になった場合、アウトソーシングで対応することがある。
- ・ 「経費削減のため」、また社内の人材需給実態調査不足を補うため」という理由は、アウトソーシングをする理由の下位である。

社内に不足している部分に関して、自社が望む企画にふさわしい人の力を借りる。

パタンナーについては、人海戦術で人手が必要な時期にアウトソーシングで対応する。

最近まで広報部門における貸し出し業務を社内で行なっていたが、新規ブランドの立ち上げに際して、自社の従来より広い範囲で広報活動を行なうため、プレス専門の会社に委託した。

パターンメイクが忙しく人手不足になった時など、自社の元社員であるパタンナーに個人的に手伝ってもらおうという形で、あくまで繁忙期に一時的なものであるが、ピーク時に定期的にアウトソーシングをしている。元社員であるので自社のもの作りの特徴を理解しており、会社としても信頼して委託できるというメリットがある。

高度な専門職を必要とする際に、正社員として雇用する場合と、業務委託でアウトソーシングする場合がある。

企画・デザイン会社が考えるクライアントのアパレル企業がアウトソーシングする理由

- ・ 社内に蓄積のない、新たな専門性を必要とする部門を運営するため。
- ・ 人件費を含む経費を削減するため。
- ・ 人材不足を補うため。

アパレル企業が、社内のノウハウがない分野において、新企画を立ち上げる場合

企画製造の専門分野をもっていない小売店が、アパレル企業の機能を持ち、自社企画製品のプロダクトをする場合

企画部門をもっていない製造メーカーがアパレル企業化し、自社ブランドを立ち上げるため。

バブル崩壊後の著しい傾向であるが、人員削減で企業内デザイナー職を減らしている企業が増え、めまぐるしく変化するマーケットに合わせて、アウトソーシングであれば短期間で契約のデザイナーを替えることができる。

SPA 型メーカーで小売部門をもっている場合、企画会社の動きは、日々変わる店頭に対応しきれない部分がある。それでもアウトソーシングせざるを得ないということは、社内に人材が不足しているからである。

(5) アウトソーシングのメリットとデメリット

メリット - アパレル企業

アンケート調査においてアパレル企業に自由回答で記入してもらったアウトソーシングのメリットについて、要約すると以下のとおりである。(有効回答数: 18 社)

- ・ 繁忙期と閑散期に応じて、仕事量の調整ができ、必要な量だけ依頼できる。
- ・ 仕事内容を必要に応じて選択できる。
- ・ 広範囲な情報を得ることができる。
- ・ より高度で専門的な仕事の実現できる。
- ・ 社内にはない、新規の発想を導入することができる。
- ・ 人件費を固定量から変動量にすることによって、経費のコントロールが可能となる。
- ・ 経費を削減できる。

- ・ 業務管理等、社内業務が軽減される。

ブランドに合わない場合はすぐに変更でき、柔軟な対応ができる。

広範囲な情報と高度な専門性が得られる。

固定人件費が発生しない。

アウトソーシングする目的がはっきりしており、コントロールできていていれば、外部の高度な専門能力を導入するという点や、コスト面においてメリットとなる。

メリット - 企画・デザイン会社

- ・ 即戦力として対応できる。
- ・ 必要に応じてフレキシブルな対応ができる。
- ・ 情報量が増加する。
- ・ 人件費等の固定経費が削減できる。
- ・ 新規の生産ルートが可能となる。

即戦力で必要な場合には必要なスキルを身に付けた人にアウトソーシングすれば良いのでメリットとなる。

メンズが得意なデザイナー、カジュアルが得意なデザイナーといったように、取り扱うジャンルごとに必要に応じた専門的人材でチームを組むことができる。

企画会社とアパレルメーカーとでは情報量が違うので、企画の精度は専門の企画会社のほうが高い。ただし、アパレルメーカーでやりきれないことまで提案してしまうことがあり、仕事のすり合わせが大切である。

生産におけるコストメリットがある。企画スタッフの人員削減は実現できるので、固定人件費は減少する。

アパレルの従来の生産ルートにはない、新たな生産ルートを使用できる。

デメリット - アパレル企業

アンケート調査においてアパレル企業に自由回答で記入してもらったアウトソーシングのデメリットについて、要約すると以下のとおりである。(有効回答数:14社)

- ・ 社内の情報が漏れる恐れがある。
- ・ 社内ノウハウの蓄積がなくなり、社員のレベルアップが期待できなくなる。
- ・ 人材層の厚みが維持できなくなる。
- ・ 企業内の特色が薄れ、オリジナリティーが低下する。
- ・ クイックな対応が取りづらい。
- ・ コミュニケーションが取りづらい。
- ・ デメリットは特にない、という企業もあった。

デザイナーについては、なかなか自社の要求するスキルを持ち合わせている人が少ないので、ブランドを理解してマッチングするまでに時間がかかる。

全て丸投げでアウトソーシングをしてしまうと、一時的には、経費的にも業務的にも楽になるかもしれないが、手元が見えなくなり何がおこっているのかわからないという状況にもなりかねない。結果的には、コントロールが利かなくなり自立できず、正確な把握が出来なくなればコストを上げる要因になる。

デメリット - 企画・デザイン会社

- ・ 管理が不十分な場合、最終責任が明確でない恐れがある。
- ・ ものづくりに関する専門的なノウハウの蓄積が失われる。

外部のスタッフであるので、仕事に対して最終的な責任が明確でない可能性がある。また、アウトソーシングする側の問題として外部スタッフを管理できるかどうかという問題がある。

アウトソーシングの理由として、より専門性に特化して、社内にはないレベルの高いものを必要とするためであればよいが、経費の削減、人材育成の部分を省略するため等が背景にあって、アパレルメーカーがアウトソーシングしているとすれば、ますますものづくりのノウハウの蓄積は失われ、非常に心配な状況である。

人件費削減のコスト優先でアウトソーシングしている企業にとっては、ノウハウの蓄積を減らすなどデメリットにもなる。

(6) アウトソーシング先の概要

アウトソーシング先の規模と、発注先の国内・外について調査した結果、次の表の通りである。

< アウトソーシング先 > (有効回答数:26社、単位:社)

	規 模				発 注 先	
	総合的な専門企画会社	個人経営の企画会社	フリーの個人	その他	国内	国外
マーチャンダイザー	0	2	0	0	1	0
スタイリスト	1	1	0	0	2	0
デザイナー	7	10	10	0	12	0
パタンナー	5	9	10	0	12	0
生産管理	1	0	0	0	1	0
品質管理	0	0	0	2	1	0
広報・宣伝	3	1	0	0	4	0
その他	0	1	0	1	1	0

- ・ 「デザイナー」、「パタンナー」については、「個人経営の企画会社」、「フリーの個人」という個人規模のアウトソーシング先が多く、「総合的な専門企画会社」がこれらに続いている。
- ・ 「フリーの個人」の内容としては、ヒアリング調査によれば、その企業を退職した人などが含まれている。
- ・ 全体的に見ても「個人経営の企画会社」が多く、それぞれの専門性に適応する発注先を選ぶ結果であると思われる。ただし、「広報・宣伝」については、対外的な営業に関わる部分であり、スケールメリットも必要とされるので、アウトソーシングする場合には「総合的な専門企画会社」である場合が多いと思われる。
- ・ 発注先に関しては、今回のアンケート回答企業 26 社の場合、すべて国内という結果であったが、アパレル企業の中には、海外デザイナーと業務委託契約を結ぶケースもよく見受けられる。

デザイナーに関しては、国内が中心だが、ライセンスの関係で海外への発注もある。

パタンナーは国内のみである。

企画のアウトソーシングについては、商社、あるいはテキスタイルメーカーの製品部隊へのOEM(相手先ブランドによる委託生産方式)がある。

ニットの婦人アウターの企画に関するアウトソーシング先は少ない。

(7) アウトソーシングの取組み

アウトソーシングの取組みについて調査した結果、次の表の通りである。

< アウトソーシングの取組み > (有効回答数: 25 社)

	比率(%)
必要なので取組んでいる	60
どちらとも言えない	36
積極的に取組んでいる	4

- ・ 「必要なので取組んでいる」という回答が 60%と最も多かった。
- ・ 「積極的に取組んでいる」企業は 4%とごく少数派であった。
- ・ 基幹ブランドについては、あくまで社内専門職であり、新規ブランドについて社内にノウハウがない場合、外部の専門能力を導入するためにアウトソーシングをしている企業がある。

(8) 今後のアウトソーシングの見通し

今後のアウトソーシングの見通しについて調査した結果、次の表の通りである。

< アウトソーシングの見通し > (有効回答数: 25 社)

	比率(%)
どちらとも言えない	46
横ばい	29
増加方向	25
減少方向	0

社内の専門職を減らして、アウトソーシングに移行しようという予定はない。マーケットの広がりなど、社内では対応できない部分を、あくまで必要に応じて取組んでいる。その部分において増加傾向にある。

全社的にみて、アウトソーシングした方が良いブランドと、しない方が良いブランドがある。それぞれ、ブランドの差別化の中で位置付けていく。

アパレルメーカーである以上、ものを作る「工」の部分、全て外部に出すことが良いことかどうかという疑問が残っており、単にコストメリットだけでアウトソーシングを拡大することには抵抗がある。付加価値をつけるということは、ものを作る各工程において存在するのであり、コア・コンピタンスは社内で蓄積し強化しなければならない。

3. 専門職に要求される知識、能力、資質

(1) 最近の新卒専門職における能力、資質の状況

- ・ 専門職の新卒者に関して、専門的意識が薄い。
- ・ スキルアップしようという意識が少ないので、一人前になるまでの時間が長くなる。

最近の新卒者については、以前に比べて専門的意識が欠如している。デザイナーとしての専門性を要求しているが、平準化され事務系一般職の人と意識的に変わらない場合もある。

以前に比べると、専門的なスキルに対する意識や、スキルアップしようとする意識が少ない。専門的な突出した部分を磨こうという意識が薄くなってきたので、一人前になるまでの時間がかかるようになった。新卒デザイナーの場合は、2年経過したら一人前として扱いたい、3年以上経過しても一人前として仕事を任せられない人もいる。

(2) 専門職に要求される知識、能力、資質

専門職に要求される知識、能力、資質 - アパレル企業

- ・ 専門職であるから、より高い専門知識、専門能力が要求される。
- ・ チームで動く場合が多いので、協調性が求められる。
- ・ 個人の資質としての感性と、そのブランドへの適合性の両面が必要である。

総合職の場合は将来の幹部候補として捉えており、全体的なバランス感覚が要求されるが、専門職の場合は、より専門的に突出した部分が要求される。

デザイナー、パタンナーの専門職に最も強く要求されるものは、それぞれの専門知識、専門能力につくる。

以前は、アイテムごとの単品の専門性を重視してきたが、ここ数年、トータルでの捉え方ができる人が望まれる。他社にもいないような、特定の単品に優れたデザイナーがいるが、現在はトータルコーディネートが重要視されている。

個人の感性を重視している。どんなに知識と技能があっても、感性面で合わない人、劣る人は採用しない。本人の資質としての感性と、ブランドに対する適合か否かという資質を一番重視する。

専門職は各自の専門性に加えて、ブランドのチーム単位に仕事をするので、そのチームの一員として仕事をやっていく協調性も大切である。チームワークが良くないとそのブランドは良くならない。

専門職に要求される知識、能力、資質 - 企画・デザイン会社

- ・ アパレル企業の専門職が分業化されすぎているので、全体を見渡せる能力が必要である。
- ・ 総合的に自己研鑽できる資質が求められる。
- ・ デザイン能力にプランニング、プロデュースの能力がプラスして求められる。
- ・ 企画・デザイン会社の専門職の場合、スペシャリストの面とジェネラリストの面の両方が必要である。

最近、アパレル企業の専門職が、分業化されすぎる傾向にあり、全体が見渡せないで専門分野の追求もできない。例えば、パタンナーであってもパターンの勉強だけでは不十分で、ものづくり全体のコンセプトを理解し、どういう目的でその洋服をつくるのかという、全体を見渡せる能力が必要とされる。

言われたことだけやればよいということではなく、自己研鑽できる資質が必要である。テクニック、専門技能とは別のファッション全体の知識が求められている。

企業内デザイナーをやっていた人の場合、一部に特化し、偏った技術や知識である場合が多い。トータルで全体をカバーしている人が少ない。MD 業務ができるデザイナーが求められている。

現在、ファッション産業は大きな変換期である。デザインの時代からプランニングの時代へ変わり、現在はプロデュースなどの仕掛けの時代となった。求められる専門職も変化しており、以前はデザインの部分の評価が高かったが、現在は、デザイン能力にプランニング、プロデュースの能力がプラスして求められる。

アウトソーシングを受ける立場の企画・デザイン会社の場合、デザイン専門のデザイナーであってもマネジメント能力が必要とされる。

企業会社における専門職の場合、あらゆるジャンルのクライアントに応じなければならないので、より深い専門性にプラスして広い守備範囲が求められる。スペシャリストの面とジェネラリストの面の両方が必要である。

4. 専門職の確保と育成

(1) 募集、採用の状況

- ・ パタンナーの場合、しばらく経験者の中途採用が優先されてきたが、人材育成の必要性から、新卒採用を検討する企業が出てきている。
- ・ デザイナーの場合、若い人の感性面を重視するので、新卒採用を積極的に続けている企業も一部にはある。
- ・ 一方で、パタンナーに関しては、3年以上の経験を重視しており、中途採用を原則としている企業がある。
- ・ 品質管理担当の専門職に対しては、専門性を計る規準として TES(繊維製品品質管理士)の資格を有している人を採用対象としている企業もある。

しばらく専門職は中途採用のみであったが、5年ぶりに新卒パタンナーを、平成15年春の入社予定で数名採用した。新卒者を採用した理由としては、専門職の高年齢化があり、年齢の空洞化が生じたので、その是正するためである。

アパレル企業の中途採用市場は、優秀な人材が少なくなり、応募も減少してきた。アパレル企業全体でしばらく新卒採用を減らしていた結果である。特に、その傾向がパタンナーにおいて顕著である。アパレル企業全体を考えると、中途採用偏重だけでは限度があり、新卒者を育成しなければいけないという反省もある。その結果、新卒の採用に踏み切った。

パタンナーに関しては、CAD等、コンピュータの導入、機械化による人員削減、パターン環境の整備等の関係で、数年間新卒採用は控えていたが、平成15年度から新卒採用を再開する予定である。

デザイナーについては、継続して積極的に新卒採用を実施している。パタンナー以上にデザイナーは感性面が重要である。経験の有無に関係なく、若い人であるから時代のトレンドとマッチした感性を持っている場合もあり、感性面を重視して採用をしている。

中途採用については、デザイナー、パタンナー、広告宣伝の各専門職は、適した人材がいれば通年で積極的に採用している。ただし、どんなにキャリアがあったとしても、企業のブランドが求める感覚・テイストの方向性と違う人材を採用することはできない。販売職と比較すると専門職の場合、経験があり将来性のある若い人材ということになると、実際になかなかマッチングが難しい。

専門職は、経験重視で、今後も新卒予定はない。パタンナーに関しては、中途採用の場合は基本的にジャケットのパターン製作ができるレベル以上のプロを採用している。

中途採用のみで、最低3年の経験者を対象としている。既存ブランドでは即戦力以外は必

要ない。

(2) 育成、教育、能力開発の状況 - アパレル企業

- ・ OJT()が中心で能力開発のための特別なプログラムを組んでいない企業が多い。
- ・ 新卒者の場合、企業負担で研修を義務付けている企業もある。
- ・ 自己啓発のための通学に関しては、費用は自己負担であるが、時間に関しては各社調整している。
- ・ 各自の感性面、技術面の進捗をチェックするために、自社オリジナルのプレゼンテーション試験、検定試験を実施している企業もある。

OJT(on-the-job training): 実際に仕事をしながら教育訓練する方法のこと。

特に専門職のための教育プログラムは設定していない。OJT が中心となる。学校であれば、授業料を払って勉強するが、新入社員は給与を貰って2年くらい勉強している状況である。

新卒専門職のデザイナー、パタンナーについては、会社の経費負担でパターンメイキングの研修機関へ、夜間の初級コース(週一回半年間)に通わせる。その後の中級以上は、自己啓発として各自の自己負担で通う人もいる。

パタンナーについては、初心者対象のCAD研修のみ、外部研修会に参加している。社内にも研修の講師を担当できる人材がいるので、社内研修で対応している。

現場の OJT が中心であるが、感性とスキルアップの進捗度合いを見るために、年に一度自社独自のシステムで、デザイナーに関してはプレゼンテーション試験、パタンナーに関しては技術検定を実施している。

広報・宣伝の専門職は、フランスの日本提携校の研修に不定期で参加している。

経験者採用であるので、各自の自己啓発に委ねている。社外の研修機関に参加している人もあるが、費用は自己負担である。ただし業務に支障のないかぎり、そこへ通う時間は自己管理のもとで比較的自由にとれる状況にある。

(3) 専門職の確保と育成について - 企画・デザイン企業

- ・ デザイナーにも、コスト感覚やディレクター的要素が重要である。
- ・ パタンナーにも、デザインの内容を深く理解する、クリエイター的な要素が重要である。
- ・ デザイナーとパタンナーのコラボレーションによって良いものづくりは実現できるので、相互に理解し合う能力が必要である。
- ・ 産学の連携が非常に重要であり、双方に交流する方法がさらに必要とされている。

デザイナーに求められる範囲が広がってきた。デザインを描くだけでなく、コストのことも解かるディレクター的要素も必要になっている。従来のデザインの学校教育では不十分であり、企業が求める知識を企業が自ら教えるコーポレート・ユニバーシティーのような教育内容も必要である。

最近の新卒者の場合、情報量は増加している一方で、学校の知識で十分と思っている傾向が強い。プロフェッショナルを目指すための自己研鑽への意欲が薄く、パタンナーのプロであれば、デザイナーの立場で意図を汲み取ってパターンを引く資質が求められる。

日本のパタンナーの場合は、ヨーロッパのパタンナーと比較するとパターン上の線へのこだわりは強いが、それが潮風になって、着やすいパターンであるかどうかという部分への意識は薄い。パタンナーが、技術職に偏りすぎている。クリエイターの要素も重要である。

パタンナーとデザイナーは、コラボレーションで相乗効果をあげなければ、良いモノ作りには結びつかない。極端な例ではあるが、パタンナーがデザイナーをつぶしてしまうケース、またその逆のケースも現実にはある。分業している場合、両者の専門職は時として相容れない場合もあるが、それぞれの立場への理解能力が必要である。プロフェッショナルとしての、チームコラボレーションができるレベルが必要である。現状の学校のカリキュラムは、デザイナーとパタンナーを分けすぎている傾向がある。

キャリアアップのための、パタンナーの専門教育講座等も有効ではある。しかし、そこで教えている先生方が、実際に企業で直面した問題を解決した経験があるかどうかという点、必ずしも産業界の経験者ではないので、教科書的な理想型の講座内容である場合も多い。企業出身の実践指導者が、実際に産業界でおきている問題に対する解決策を検討するようなカリキュラムであれば、レベルアップに有効である。

専門職の育成にあたっては、クリエイティブの面白さを教育できるように、アドバイザーとして産業界から学校へ、学校から産業界へという交流ができるシステムが必要である。学校の先生を企業に招いて交流を図ること、また学校側も企業が実際にどのような方法をとっているのか、内部に入って勉強することが必要である。

インターンシップは非常に有効な教育であると思うが、受ける側の学生が受身のお客様になっているので、担当者がかかりっきりになるなど、企業の負担になっている。しかし、企業側も産学協力の必要性を深く理解して、もっと柔軟な受け入れ体制が必要である。

5. 専門職の処遇とキャリアパス

(1) 専門職の処遇とキャリアパス - アパレル企業

- ・ 専門職の場合、特に中途採用の場合は、契約社員であることがほとんどであり、年俸制の場合が多い。
- ・ すでに、専門職専用の人事評価システムを用いている企業もあるが、未整備の企業もあり、各社によって状況は様々である。
- ・ 総合的のような明確なキャリアパスは形成されていない。
- ・ チーフという形で、マネージメント業務が含まれている。

現在のところ、専門職について明確な職能要件はない。ただし、以前人事管理としては等級ごとに職能要件の目安があるが、あくまでおおよその指針である。人事制度の見直しに応じて修正する。従って、昇進に関する試験制度はなく、総合的な等級による位置付けである。

新卒で雇用期間を定めない正社員採用については、総合職も専門職も同一の雇用条件、処遇である。評価内容は異なるが、評価システムも給与体系も同一である。全社的に順次、年俸制に移行中である。中途採用に関しては、始めから年俸制で採用している。来春入社者の新卒にあっても、求人票に年俸制を明記したが、抵抗はなかった。

総合職の昇格・昇進に対しては、マネージャー的な要素が入ってくるため、そのままでは専門職に馴染まない。現在、専門職において明確な職階制度がないが、総合職に準じる形で、キャリアアップがはっきりと見える制度を計画中である。ただし、総合職のように選考試験を実施する予定はない。役割、期待度等で判断する。

専門職の場合、明確なキャリアパスというものが見えにくく難しい。1年の契約社員であれば、余計にキャリアパスの形成は難しい。

キャリアパスとして、グループリーダーという形でマネージメントの内容が入ってくる。チーフパタンナーの場合は、パタンナーとしての評価額に、役割手当相当分をプラスして年俸に反映させている。

仕事の内容によって、それぞれの性質・性格の違いはあるが、新たなる価値をもったモノを生み出すといったクリエイティブな専門職の場合は、専門の人事評価システムを採用している。

専門職の場合、全員契約社員であるので職階制度は設定していない。職務内容に応じてチーフとアシスタントの違いはある。

(2) 専門職の処遇とキャリアパス - 企画・デザイン会社

- ・ 専門職の処遇を決定する人事評価において、成果主義のシステムに馴染まない点がある。
- ・ 専門職の場合、キャリアパスを形成する際に、指針になるような、先進的事例が少ない。

専門職の評価について、総合職の管理職が担当するケースが多く、専門的な内容は数量的な成果だけではないので、評価する難しさがある。専門職の待遇について、成果主義の中でどう決定するかというマネジメントの難しさがある。

専門職に対する成果主義の場合、チームで動くことも多いので何を以て個人の成果とするのか、その規準は非常に難しい問題である。日本の場合、欧米並みに、社会全体が成果主義を受け入れている環境に達してはいない。

専門職の処遇の場合、単に正社員か契約社員かといった雇用形態の問題ではなく、性格・意識・能力といった個人レベルの問題が絡んでくる。

専門職の場合、キャリアパスを形成する先駆的な例が少ない。ステップアップする際の指針になるようなものがない。特にデザイナーの場合は、先輩デザイナーを押しつけて進出していくという傾向が強いので、キャリアパスは形成しづらい。

基本調査協力団体 (敬称略、順不同)

- ・ 財団法人 日本ファッション教育振興会
- ・ 社団法人 日本衣料管理協会
- ・ 社団法人 日本アパレル産業協会

基本調査 アンケート協力先リスト (敬称略、順不同)

< 専門学校 > 38校

浅井学園北海道ドレスメーカー学院
足利デザイン科専門学校
飯原服装専門学校
石田あさきトータルファッション専門学校
伊藤学園 明美文化専門学校
大阪ファッションアート専門学校
大阪文化服装学院
大森家政専門学校
織田デザイン専門学校
川瀬学園専門学校 小田原ファッションアカデミー
関西デザイン造形専門学校
九州ファッション専門学校
小井出学園広島ファッションビジネス専門学校
神戸ファッション専門学校
神戸文化服装学院
香蘭ファッションデザイン専門学校
下関文化産業専門学校
彰華学園総合専門学校
専門学校倉敷ファッションカレッジ
専門学校東京メディアアカデミー
竹田家政専門学校
中国ファッション専門学校
中部ファッション専門学校
ディースファッション専門学校
東京田中千代服飾専門学校
東京ファッション専門学校
名古屋ファッション専門学校
名古屋服飾専門学校

華服飾専門学校
阪神ファッション工芸専門学校
文化服装学院
前橋文化服装専門学校
松本衣デザイン専門学校
宮城ドレスメーカー専門学校
宮城文化服装専門学校
横浜文化服装学院
吉田愛服飾専門学校
和洋学園専門学校

< 大学 > **40 校**

飯田女子短期大学
大阪樟蔭女子大学
大阪女子学園短期大学
大阪成蹊女子短期大学
大妻女子大学
華頂短期大学
金城学院大学
岐阜市立女子短期大学
京都女子大学短期大学部
共立女子大学
倉敷市立短期大学
県立新潟女子短期大学
神戸松蔭女子学院短期大学
神戸文化短期大学
郡山女子大学
滋賀女子短期大学
四国大学
島根県立島根女子短期大学
夙川学院短期大学
尚綱短期大学
湘北短期大学
昭和女子大学短期大学部
椋山女学園大学
成安造形短期大学
聖徳大学短期大学部

聖徳大学短期大学部専攻科
玉木女子短期大学
東京家政学院大学
東京家政学院大学短期大学部
東北女子短期大学
長野女子短期大学
名古屋女子大学短期大学部
新潟青陵女子短期大学
日本女子大学
比治山大学短期大学部
文化女子大学
平安女学院大学短期大学部
松山東雲短期大学
武庫川女子大学
武庫川女子大学短期大学部

< 企業 >

61 社

株式会社アクティ 21
アトリエサブグループ
株式会社アミカル
アラ商事株式会社
株式会社アルベロベロ
株式会社イーストボーイ
株式会社インサントル
株式会社エミネント
株式会社エム・クルーズ
エムズグレイシー株式会社
大賀株式会社
株式会社オンリミット
株式会社オンワード樫山
株式会社キャット
株式会社キング
クロスプラス株式会社 東京支社
グンゼ株式会社
小杉産業株式会社
株式会社サンエー・インターナショナル
株式会社三陽商会

サンリッチモード株式会社
株式会社ジム
株式会社ジュニア
株式会社シルバーフォックス
株式会社スタンロード
株式会社セゾン・ユニコ
株式会社セラビ
株式会社センチュリーエール
株式会社ダーバン
株式会社ダイドーリミテッド
株式会社ダジュール
チャコット株式会社
チョーギン株式会社
ツカモト株式会社
株式会社ティム
デコラージュ株式会社
株式会社デザート
東京ブラウス株式会社
株式会社東京山本
東洋紡糸工業株式会社
トリンプインターナショナルジャパン株式会社
株式会社ナイガイ
西川産業株式会社
株式会社樋口
ヒロタ株式会社
株式会社ファッション須賀
株式会社ファミリア
フジマル株式会社
株式会社マイクグレー
丸高衣料株式会社
丸和繊維工業株式会社
モリリン株式会社
ヤマトインターナショナル株式会社
株式会社ユービー
株式会社ラピーヌ
リファインチクマ株式会社
株式会社レナウン
株式会社ロッキンガムペンタ

株式会社ワールド
若狭株式会社
株式会社ワコール

テーマ調査 ヒアリング協力先リスト

(敬称略、順不同)

株式会社サンエー・インターナショナル
株式会社東京ソワール
東京ブラウス株式会社
株式会社ナイガイ
ナイガイアパレル株式会社
伊藤忠ファッションシステム株式会社
株式会社カネボウファッション研究所
株式会社東洋紡ファッションプランニングインターナショナル
JMSインターナショナル株式会社
有限会社ストゥディオ エス

< 資料 >

基本調査

アンケート質問紙・回答用紙

平成 14 年度 アパレル人材需給に関する実態調査 質問票

< 専門学校用 >

ご回答は、別紙頁の回答用紙にご記入の上、Fax にてお送り下さいますようお願い申し上げます。

IFI 総合研究所 Fax : 03 - 5610 - 5710

・最初に、貴校の全体像についてお伺いします。ここでは各校が置かれたポジションを明確にするため、平成14年4月1日現在の学科コースや学生数、卒業者数についておたずね致します。

- 1) 貴校は次のうち、どのようなタイプに属しますか。
- 2) 貴校の就学コースについて該当するものを1つだけ で囲んでください。
- 3) 貴校の学生数は何人ですか。(全日制のみ)
- 4) 貴校の男子学生数は何人ですか。(全日制のみ)
- 5) 貴校の平成 14年 4月の入学者数は何人ですか。
- 6) 貴校の平成14年3月の卒業者数は何人ですか。
- 7) 平成14年4月に入学した学生の経歴をお聞かせください。

・次に、服飾系専門学校にどのような業種及び職種からの求人があり、卒業生がどのような業種及び職種へ就職したのか、また、それがどのように変化しているかをおたずね致します。

- 1) 平成14年3月時点の求人者数をご記入ください。
- 2) 平成14年3月時点の就職状況をご記入ください。
- 3) この内、繊維・ファッション関連企業の業種別の求人数と就職者数をご記入ください。

4) この内、アパレル系企業の業種別の求人数と就職者数をご記入ください。

「総合アパレル」は、主要業種が2つ以上ある場合。

2～8は、該当業種の企業を選んでください。

5)平成14年3月の卒業生の、就職先での職種別就職者数をお聞かせください。

. 次の設問は、服飾系専門学校の教育方針などについておたずね致します。

1) 貴校の教育で、特に重視している専門分野は何でしょうか。該当するものを で囲んでください。(重複回答可)

2) 貴校の教育で、卒業生の就職の際の強みは何でしょうか。該当するものを で囲んでください。
(重複回答可)

3)企業に対する要望を自由にご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

<送信先> IFI 総合研究所 依田 宛 fax: 03 - 5610 - 5710

平成 14 年度 アパレル人材需給に関する実態調査 **回答用紙**

<専門学校用>

<送信者>

学校名 _____
住所 〒 _____
電話 (_____) _____ Fax (_____) _____
代表者名 _____
ご記入担当者部署 _____ 氏名 _____

1) 貴校のタイプ

- 1 学校法人の服飾系専門学校
- 2 非学校法人の服飾系専門学校

2) 就学コース

- 1 全日制について
a. 2年生のみ b. 3年生以上もある c. その他(_____)
- 2 夜間部について
a. ある b. ない

3) 学生数(全日制のみ)

- 1 デザイン系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 2 技術系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 3 ビジネス系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 4 その他 (_____) _____ 人 (前年 _____ 人)

4) 男子学生数(全日制のみ)

- 1 デザイン系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 2 技術系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 3 ビジネス系 _____ 人 (前年 _____ 人)
- 4 その他 _____ 人 (前年 _____ 人)

5) 入学者数 _____人 (前年 _____人)

6) 卒業者数 _____人 (前年 _____人)

7) 学生の経歴

1 高校卒	_____人 (前年 _____人)
2 高等専門学校卒	_____人 (前年 _____人)
3 4年制大学卒	_____人 (前年 _____人)
4 短期大学卒	_____人 (前年 _____人)
5 専修学校(専門学校を含む)卒	_____人 (前年 _____人)
6 海外留学生	_____人 (前年 _____人)
7 その他	_____人 (前年 _____人)

(_____)

1) 求人者数

1 繊維・ファッション系企業	_____人 (前年 _____人)
2 その他の企業	_____人 (前年 _____人)

2) 就職者数

1 繊維・ファッション系企業	_____人 (前年 _____人)
2 その他の企業	_____人 (前年 _____人)

3) 繊維・ファッション関連企業の業種別

	< 求人数 >	< 就職者数 >
1 国内アパレル企業	_____人	_____人
2 海外ファッション企業の日本法人等	_____人	_____人
3 テキスタイル系企業	_____人	_____人
4 副資材(裏地、芯地、ボタン)	_____人	_____人
5 商社(専門商社/総合商社)	_____人	_____人
6 小売業	_____人	_____人
7 バッグ・靴・アクセサリー系企業	_____人	_____人
8 プランニング&ソフト系企業	_____人	_____人
9 出版	_____人	_____人
10 その他 (_____)	_____人	_____人

4) アパレル系企業の業種別

	< 求人数 >	< 就職者数 >
1 総合アパレル	_____人	_____人
2 婦人服系アパレル	_____人	_____人
3 紳士服系アパレル	_____人	_____人
4 子供服系アパレル	_____人	_____人
5 スポーツウエア系アパレル	_____人	_____人
6 ボディファッション系	_____人	_____人
7 アパレル縫製	_____人	_____人
8 ニット製造	_____人	_____人
9 その他 ()	_____人	_____人

5) 就職先での職種別就職者数

1 デザイナー	_____人
2 パタンナー	_____人
3 商品企画	_____人
4 営業	_____人
5 販売	_____人
6 生産管理	_____人
7 縫製・加工等	_____人
8 品質管理・試験検査	_____人
9 一般事務	_____人
10 その他 ()	_____人
11 不明	_____人

1) 重視している専門分野 (重複回答可)

1 デザイン	2 マーチャンダイジング	3 パターン設計
4 生産・縫製	5 販売・ディスプレイ	6 その他()

2) 就職の際の強み (重複回答可)

- | | | |
|-------------------|-----------|-------|
| 1 専門技術(専門知識) | 2 資格の有無 | 3 語学力 |
| 4 コンピューター等の情報処理能力 | 5 社会・一般常識 | 6 人間性 |
| 7 その他() | | |

3) 企業に対する要望

ご協力ありがとうございました。

平成 14 年度 アパレル人材需給に関する実態調査 質問票

< 企業用 >

ご回答は、別紙の回答用紙にご記入の上、Faxにてお送り下さいますようお願い申し上げます。

IFI 総合研究所 Fax: 03 - 5610 - 5710

・ **最初に、貴社の全体像についておたずね致します。**

特に断りのない場合は、平成14年4月1日現在の状況をご記入ください。

- 4) 主要業種 (該当する番号を1つだけ で囲んでください。)
(ア)「総合アパレル」は主要業種が2つ以上ある企業
- 5) 資本金
- 6) 平成 13 年度の年間売上高
- 7) 従業員数とその内訳
販売員はFA、売場管理担当は営業としてご記入ください。
- 8) さしつかえ無ければ平成13年4月～14年3月末までの離職者数を記入してください。

・ **貴社の人材募集、採用の現状についておたずね致します。**

- 1) 平成14年4月の新卒の新入社員数をご記入ください。
- 2) 昨年度(平成 13 年度)の中途採用者数をご記入ください。
- 3) 昨年度中途採用と今年度の新卒採用者の内容(正社員、契約社員)と、その内訳(総合職、一般職、専門職)について、ご記入ください。
- 4) 新卒採用者の経歴を職種ごとにご記入ください。
- 5) 中途採用者の職歴を職種ごとにご記入ください。

- 6) 採用の方法は、
全体を一括して採用する包括採用
営業・販売・デザイナーなどの職種別採用
一般職・総合職などのコース別採用
などがありますが、貴社の場合はどちらの方法ですか。
- 7) 新卒採用の募集方法についてあてはまるものを選んでください。
- 8) 選抜方法について実施しているものと、特に重視しているものについて記入してください。
- 9) 選抜における重点項目について、当てはまる度合いに を付けてください。

. 貴社の専門職とアウトソーシングの状況についておたずね致します。

- 1) 貴社で専門職に該当する職務に をつけ、それぞれに企業内職務あるいはアウトソーシングであるか該当するところに をつけてください。

以下の質問は、前項の 1)でアウトソーシングをしている専門職をお持ちの企業におたずね致します。

- 2) アウトソーシングの主な理由について、当てはまるところに をつけてください。(複数回答可)
- 3) 貴社にとってアウトソーシングのメリットとデメリットは何ですか。
- 4) .アウトソーシングの取り組みについて、当てはまるところに一つだけ をつけてください。
- 5) 今後のアウトソーシングの見通しについて、当てはまるところに一つだけ をつけてください。
- 6) アウトソーシング先の規模と国内・国外について当てはまるところに をつけてください。

ご協力誠に有り難うございました。

質問紙

<送信先> IFI 総合研究所 依田 宛 fax: 03 - 5610 - 5710

平成 14 年度 アパレル人材需給に関する実態調査 回答用紙

<企業用>

<送信者>

企業名 _____
所在地 〒 _____
電話 (_____) _____ Fax (_____) _____
代表者名 _____
ご記入担当者部署 _____ 氏名 _____

1) 主要業種 (1つだけ)

- | | | |
|-----------|-----------------|------------|
| 1 総合アパレル | 2 婦人アパレル | 3 紳士アパレル |
| 4 子供アパレル | 5 インナーウエア | 6 雑貨・アクセサリ |
| 7 テキスタイル系 | 8 その他 (_____) | |

2) 資本金 _____

3) 年間売上高 _____

4) 業員数とその内訳

	営業	企画	デザイナー	パタンナー	FA	生産技術	事務その他	計
正社員								
準社員								
契約社員								
パートタイマー								
計								

5) 離職者数

1 全体	_____ 人 (前年 _____ 人)
2 男子	_____ 人 (前年 _____ 人)
3 女子	_____ 人 (前年 _____ 人)

- 1) 新卒の新入社員数
- | | | | |
|--|------|--------|-------------|
| | 1 全体 | _____人 | (前年 _____人) |
| | 2 男子 | _____人 | (前年 _____人) |
| | 3 女子 | _____人 | (前年 _____人) |
-
- 2) 中途採用者数
- | | | | |
|--|------|--------|-------------|
| | 1 全体 | _____人 | (前年 _____人) |
| | 2 男子 | _____人 | (前年 _____人) |
| | 3 女子 | _____人 | (前年 _____人) |

3) 採用者の内容と内訳

	総合職	一般職	専門職	計
正社員				
契約社員				
計				

4) 新卒採用者の経歴

	4年制大学	短期大学	専門学校	高等学校	その他	計
営業						
販売						
企画・生産						
デザイナー・パタンナー						
事務系・その他						
計						

5) 中途採用者の職歴

	同業界・同職	異業界・同職	同業界・異種	異業界・異種	その他	計
営業						
販売						
企画・生産						
デザイナー・パタンナー						
事務系・その他						
計						

6) 新卒採用の方法 (印、一つだけ)

1. 包括採用 2. 職種別採用 3. コース別採用 4. その他 ()

7)新卒採用の募集方法 (印、重複回答可)

- | | |
|------------------|------------------|
| 1 会社説明会 | 2 学校への求人票 |
| 3 求人専門機関を通じて | 4 Eメール・インターネットなど |
| 5 新聞・雑誌などのメディア広告 | 6 その他 () |

8)選抜方法 (実施しているものに、その中で、特に重視しているものには)

	書類選考	筆記		実技	面接
		一般教養	専門知識		
営業					
販売					
企画・生産					
デザイナー・パタンナー					
事務系					

9)選抜における重点項目

a. 重視しているポイント

	重視している					あまり重視していない				
	重視している	やや重視	どちらでもない	重視していない	重視していない	重視していない	重視していない	重視していない	重視していない	重視していない
1 最終学歴										
2 学業成績										
3 専門技術(専門知識)										
4 資格										
5 コンピューター等の情報処理能力										
6 語学能力・国際性										
7 社会・一般常識										
8 人柄 下記の問 b. へ										
9 その他 ()										

b. aの質問で、8「人柄」について「重視している」「やや重視している」を選ばれた方におたずね致します。

具体的にいうとどのようなイメージの人柄ですか。

[]

(例) 順応性、積極的、責任感、明朗快活、向上心、ねばり強い、応用力 など

・専門職とアウトソーシングの状況

1) 貴社で専門職に該当する職務に をつけ、それぞれに企業内職務あるいはアウトソーシングであるか

該当するところに をつけてください。

	専門職	企業内	アウトソーシング
1.マーチャンダイザー			
2.スタイリスト			
3.デザイナー			
4.パタンナー			
5.生産管理			
6.品質管理			
7.広報・宣伝			
8.その他()			

2) へ

以下 2)～6)質問は、前項の 1)でアウトソーシングをしている専門職をお持ちの企業におたずね致します。

2) アウトソーシングの主な理由 (複数回答可)

- 1 人件費を含む経費削減のため
- 2 必要に応じて仕事量の増減、仕事内容が自由に選択できるから
- 3 社内の人材不足を補うため
- 4 企業内の既存レベルより高度な専門職を求めるため
- 5 従来の企業内にはない新たな発想を外部より導入するため
- 6 その他()

3)アウトソーシングのメリットとデメリット

・メリット _____

・デメリット _____

4) .アウトソーシングの取り組み (一つだけ)

- 1.積極的に取り組んでいる 2.必要なので取り組んでいる 3.どちらとも言えない

5) 今後のアウトソーシングの見通し (一つだけ)

- 1.増加方向 2.横ばい 3.減少方向 4.どちらとも言えない

6) アウトソーシング先の規模と国内・国外について当てはまるところに をつけてください

	規 模				発 注 先	
	総合的な専門企画会社	個人経営の企画会社	フリーの個人	その他 ()	国内	国外
マーチャンダイザー						
スタイリスト						
デザイナー						
パタンナー						
生産管理						
品質管理						
広報・宣伝						
その他()						

ご協力ありがとうございました。

回答紙

< 資料 >

基本調査

アンケート集計

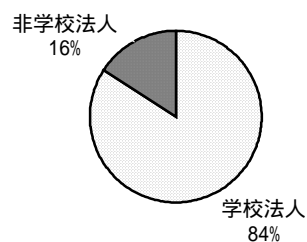
1 『服飾系専門学校』：全 38 校

1) 貴校は次のうち、どのようなタイプに属しますか。
(有効回答数 38 校)

(単位:校)

学校のタイプ	回答数
学校法人	32
非学校法人	6
合計	38

学校のタイプ

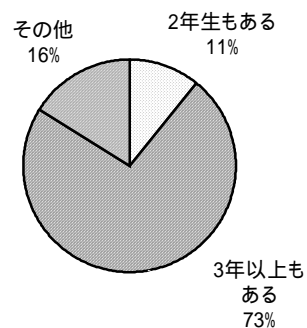


2) 1 貴校就学コースについて該当するものはどれですか。
(有効回答数 37 校 / 重複回答可)

(単位:校)

就学コース	回答数
2年生もある	4
3年以上もある	27
その他	6
合計	37

就学コース

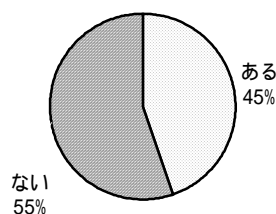


2 貴校に夜間部はありますか。(有効回答数 38 校)

(単位:校)

ある	17
ない	21
合計	38

夜間部の有無

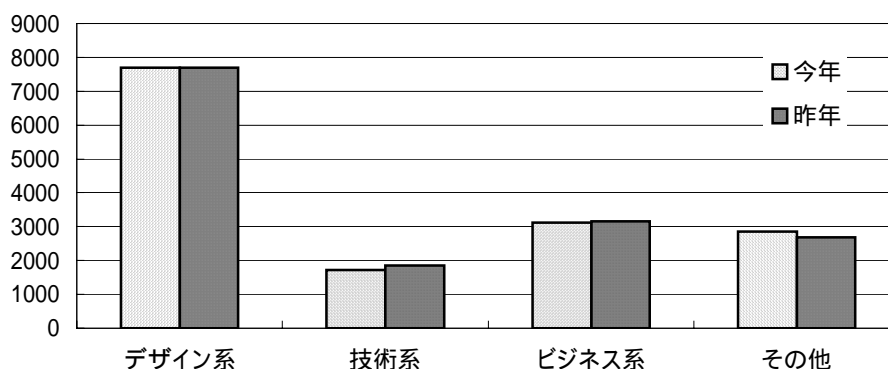


3) 貴校の学生数は何人ですか。
(有効回答数 36 校)

(単位:人)

	デザイン系	技術系	ビジネス系	その他
今年	7694	1722	3123	2849
昨年	7695	1846	3161	2688
昨年対比	99.98%	93.28%	98.80%	105.98%

学生人数

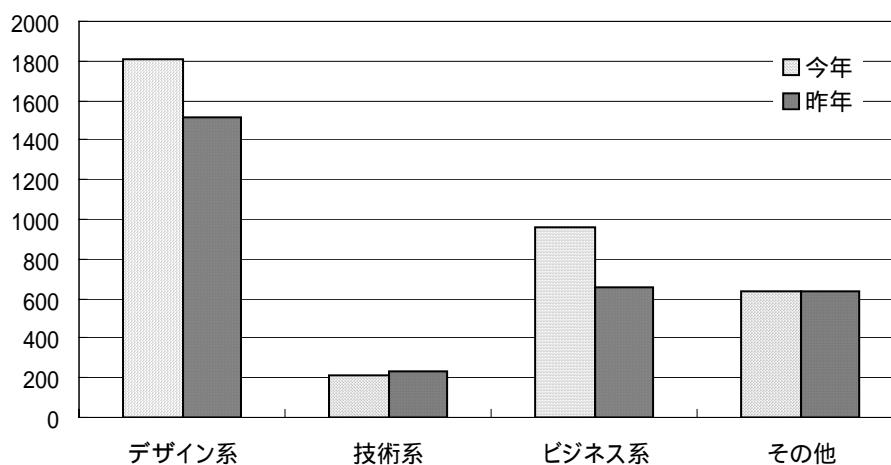


4) 貴校の男子学生数は何人ですか。
(有効回答数 35 校)

(単位:人)

	デザイン系	技術系	ビジネス系	その他
今年	1806	210	962	634
昨年	1515	228	652	635
昨年対比	119.20%	92.11%	147.55%	99.84%

男子学生人数



- 5) 貴校の平成14年4月の入学者は何人ですか。
(有効回答数 35校)

(単位:人)

今年	5540
昨年	5578
昨年対比	99.32%

- 6) 貴校の平成14年3月の卒業生は何人ですか。
(有効回答数 35校)

(単位:人)

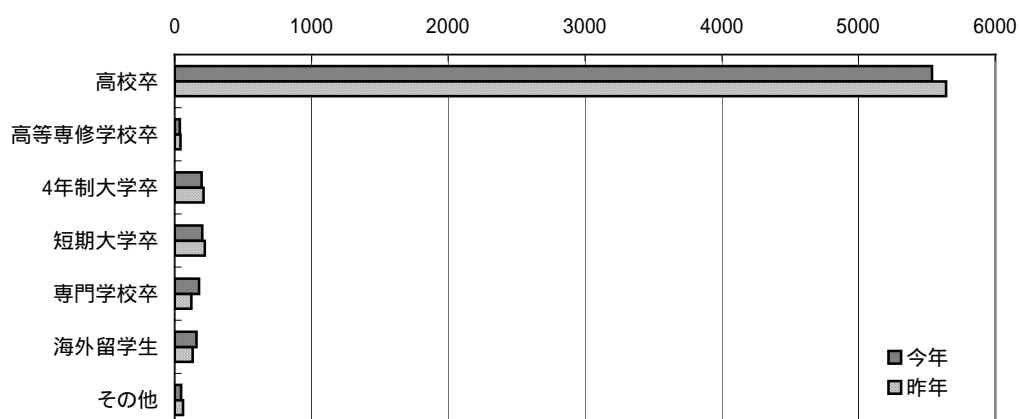
今年	5181
昨年	4905
昨年対比	105.63%

- 7) 平成14年4月に入学した学生の経歴をお聞かせください。
(有効回答数 35校)

(単位:人)

	高校卒	専修学校卒	4年制大学卒	短期大学卒	専門学校卒	海外留学生	その他	合計
今年	5539	37	198	203	178	160	48	6363
昨年	5641	41	212	220	122	130	63	6429
昨年対比	98.19%	90.24%	93.40%	92.27%	145.90%	123.07%	76.19%	98.97%

学生の経歴

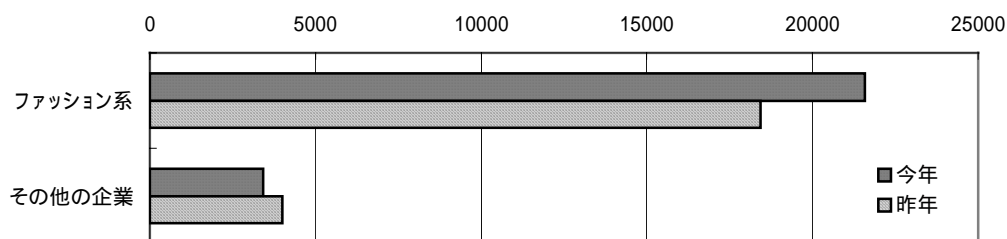


- 1) 平成14年3月時点の求人者数をご記入ください。
(有効回答数 32校)

(単位:人)

	全体	繊維・ファッション系 企業	ファッション系以外の 企業
今年	24993	21577	3416
昨年	22413	18422	3991
昨年対比	111.5%	117.1%	85.6%

求人者数

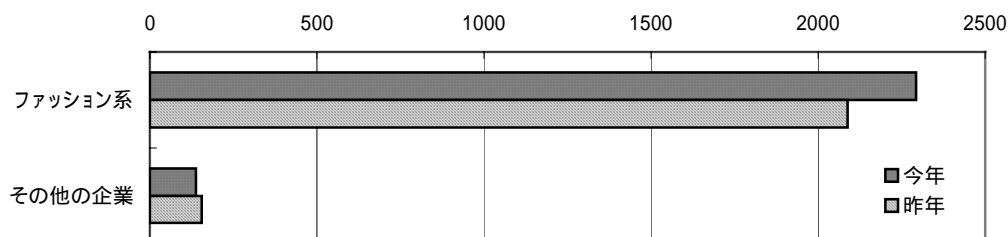


- 2) 平成14年3月時点の就職状況をご記入ください。
(有効回答数 31校)

(単位:人)

	全体	繊維・ファッション系 企業	ファッション系以外の 企業
今年	2432	2294	138
昨年	2243	2088	155
昨年対比	108.43%	109.87%	89.03%

就職者数

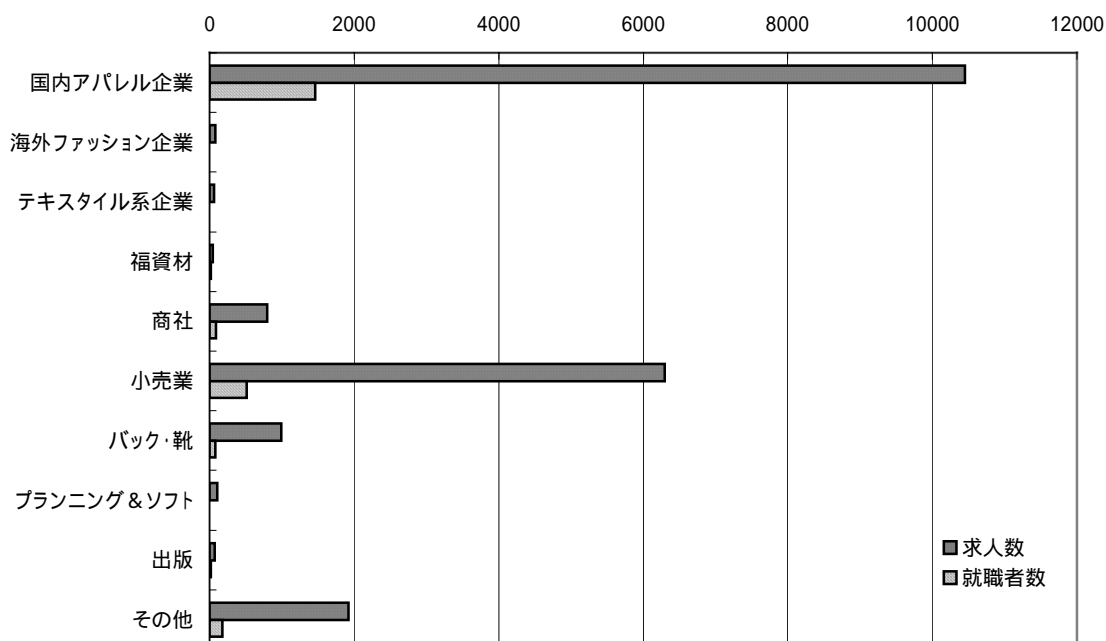


3) 繊維・ファッション企業の業種別の求人者数と就職者数をご記入ください。
(有効回答数 29 校)

(単位:人)

	求人者数	就職者数
国内アパレル企業	10452	1493
海外ファッション企業	77	7
テキスタイル系企業	63	10
副資材(裏地・芯地・ボタン)	46	15
商社(専門商社・総合商社)	801	89
小売業	6297	510
バック・靴・アクセサリ系企業	988	76
プランニング&ソフト系企業	108	4
出版	68	16
その他	1918	176
合計	20818	2396

業種別求人者数と就職者数 ファッション関連企業

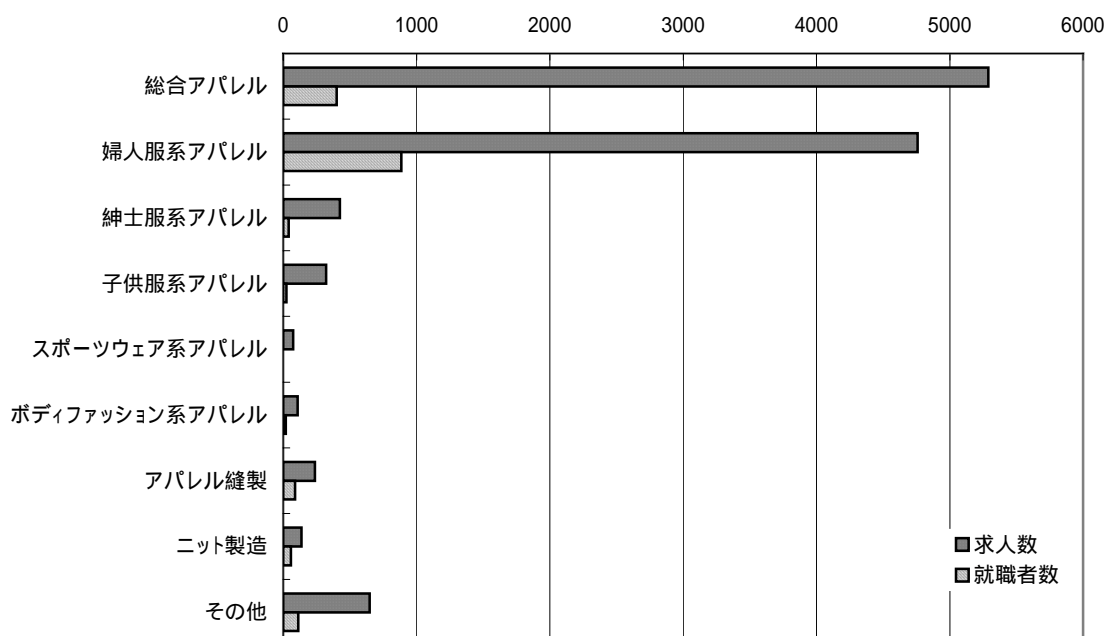


4) アパレル系企業の業種別の求人者数と就職者数をご記入ください。
(有効回答数 29 校)

(単位:人)

	求人者数	構成率(%)	就職者数	構成率(%)
総合アパレル	5289	44.1	400	24.5
婦人服系アパレル	4759	39.6	886	54.3
紳士服系アパレル	426	3.5	40	2.5
子供服系アパレル	321	2.7	25	1.5
スポーツウェア系アパレル	75	0.6	1	0.1
ボディファッション系アパレル	109	0.9	19	1.2
アパレル縫製	237	2.0	89	5.5
ニット製造	138	1.1	58	3.6
その他	649	5.4	114	7.0
合計	12003	100.0	1632	100.0

業種別求人数と就職者数 アパレル系企業

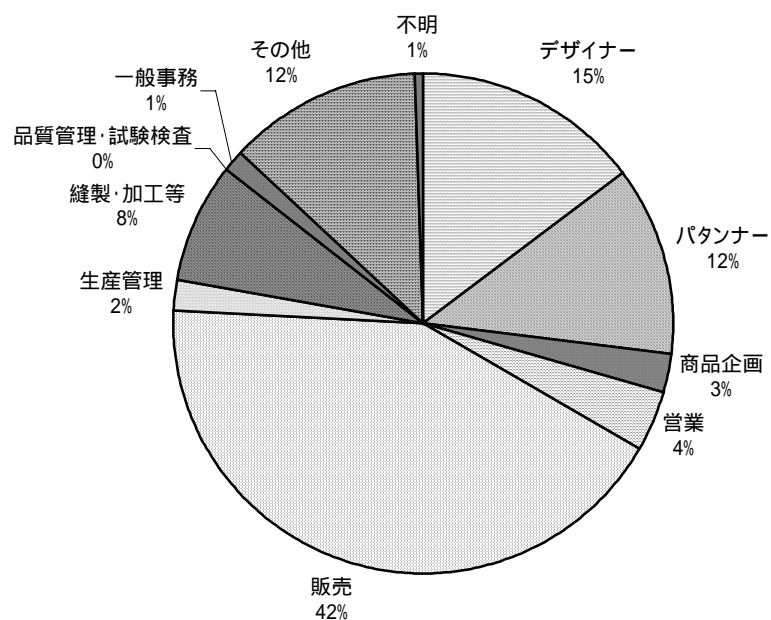


5) 平成14年3月卒業生の、就職先での職種別就職者数をお聞かせください。
(有効回答数36校)

(単位:人)

	就職者数	構成率(%)
デザイナー	365	14.6
パタンナー	309	12.4
商品企画	64	2.6
営業	97	3.9
販売	1061	42.4
生産管理	47	1.9
縫製・加工等	198	7.9
品質管理・試験検査	1	0.0
一般事務	33	1.3
その他	308	12.3
不明	17	0.7
合計	2500	100.0

職種別就職者数

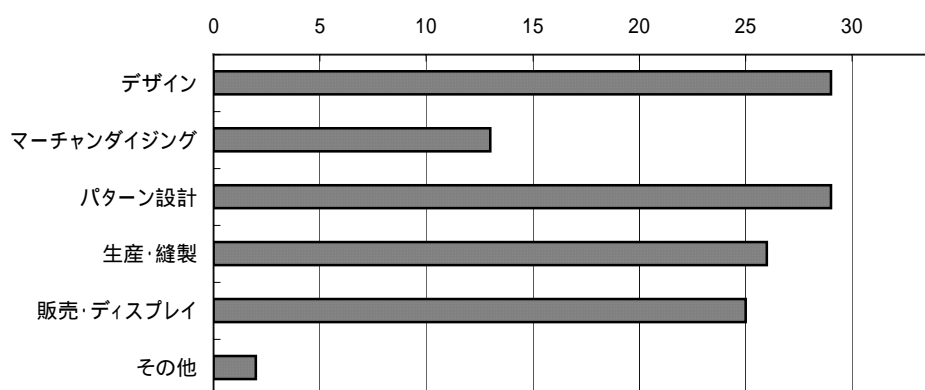


1) 貴校の教育で特に重視している専門分野は何でしょうか。
 (有効回答数 38 校 / 重複回答可)

(単位:校)

デザイン	マーチャンダイジング	パターン設計	生産・縫製	販売・ディスプレイ	その他
29	13	29	26	25	2

重視している専門分野

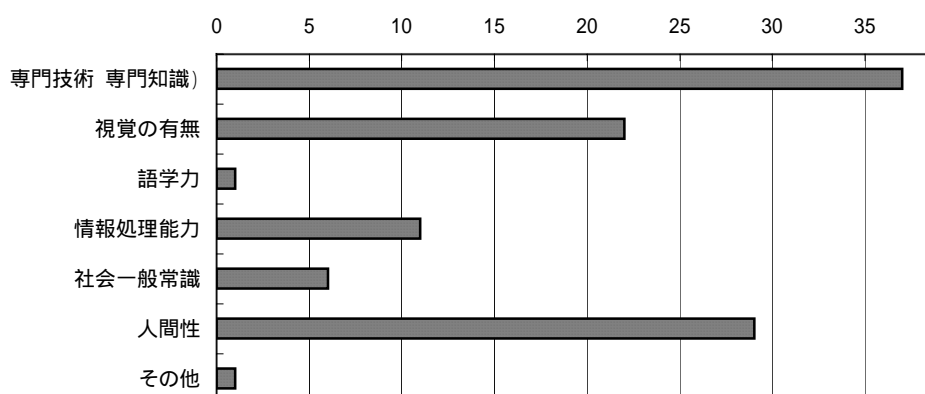


2) 貴校の教育で、卒業生の就職の際の強みは何でしょうか。
 (有効回答数 38 校 / 重複回答可)

(単位:校)

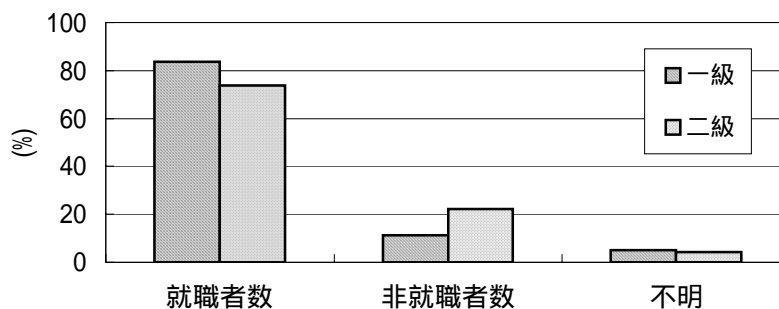
専門技術	資格の有無	語学力	情報処理能力	社会一般常識	人間性	その他
37	22	1	11	6	29	1

就職の際の強み



2 『大学』衣料管理士（TA）資格取得者の就職状況：全40校

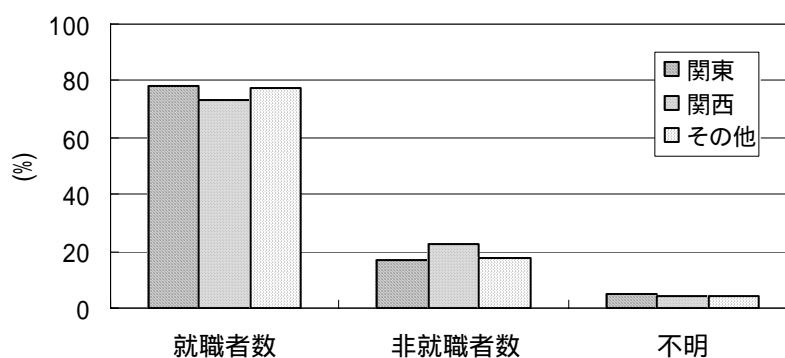
（1）級別就職状況



(単位:人)

	就職者数	非就職者数	不明	回答者数
一級	186(83.8%)	25(11.3%)	11(5.0%)	222(100%)
二級	383(73.7%)	115(22.1%)	22(4.2%)	520(100%)
全体	569(76.7%)	140(18.9%)	33(4.4%)	742(100%)

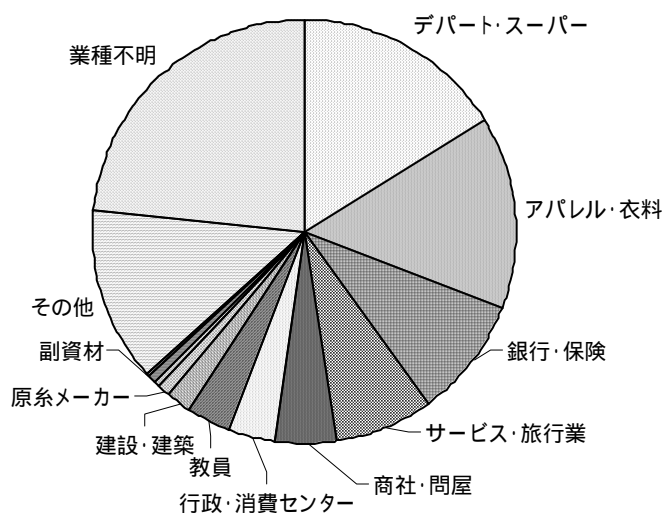
（2）地域別就職状況



(単位:人)

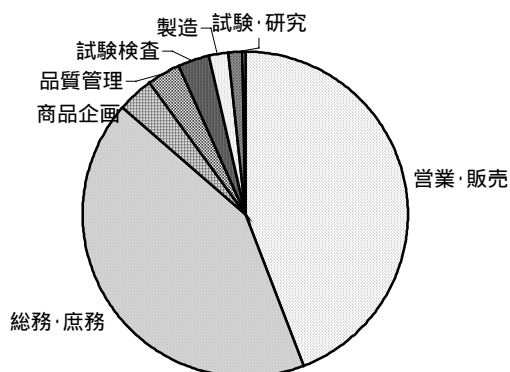
	就職者数	非就職者数	不明	回答者数
関東	172(78.2%)	37(16.8%)	11(5.0%)	220(100%)
関西	150(73.5%)	46(22.5%)	8(3.9%)	204(100%)
その他	247(77.7%)	57(17.9%)	14(4.4%)	318(100%)
全体	569(76.7%)	140(18.9%)	33(4.4%)	742(100%)

(3) 業種別就職者



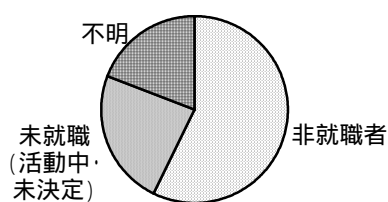
順位	業種	人数	%
1	デパート・スーパー・量販店・専門店・小売業	119	16.0
2	アパレル・衣料・ファッション・スポーツウェア・肌着・製造業	109	14.7
3	銀行・保険・証券・農協	69	9.3
4	サービス・レジャーリゾート産業・ホテル・レストラン・旅行業	55	7.4
5	商社・問屋・卸	36	4.9
6	行政・消費センター・検査団体・試験技術センター・業種別団体	26	3.5
7	教員(大学高校中小・専門学校)	25	3.4
8	建設・建築・インテリアセ設計施工・不動産住宅販売	15	2.0
9	原系メーカー・紡績・織物・不織布・タオル製造業	5	0.7
9	副資材(芯地・ボタン・ファスナー等)・靴・アクセサリー	5	0.7
10	カーテン・インテリア用品・寝具・寝装品	3	0.4
11	染料・助剤・洗剤・染色加工業	1	0.1
11	通信販売	1	0.1
	その他	100	13.5
	業種不明	173	23.3
	合計	742	100.0

(4) 職種別就職状況 【就職者】



順位	職種	人数	%
1	営業・販売	216	29.1
2	総務・庶務・コンピューター事務・一般事務	207	27.9
3	商品企画	18	2.4
4	品質管理	16	2.2
5	試験検査	15	2.0
6	製造・生産・加工等	10	1.3
7	試験・研究	6	0.8
8	商品開発・試作品の市場調査	1	0.1
8	生産管理	1	0.1
	その他	76	10.2
	業種不明	17	23.7
	合計	742	100.0

【非就職者】



順位	状況	人数	%
1	非就職者(就職希望なし・家事手伝い)進学・アルバイト・パート	99	57.2%
2	未就職 (活動中・未決定)	41	23.7%
3	不明	33	19.1%
	合計	173	100.0%

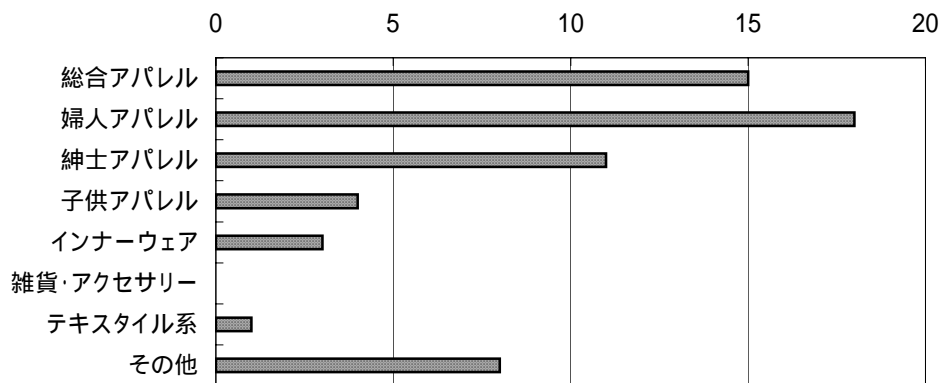
3『繊維・ファッション産業の企業』:全 61 社

1) 貴社の主要業種は何ですか。

(有効回答数 60 社)

(単位:社)

総合アパレル	15
婦人アパレル	18
紳士アパレル	11
子供アパレル	4
インナーウェア	3
雑貨・アクセサリ	0
テキスタイル系	1
その他	8
合計	60

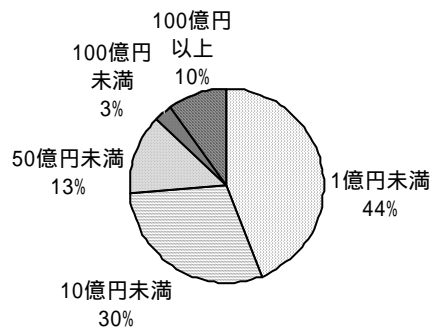


2) 貴社の資本金についてお聞かせください。

(有効回答数 61 社)

(単位:社)

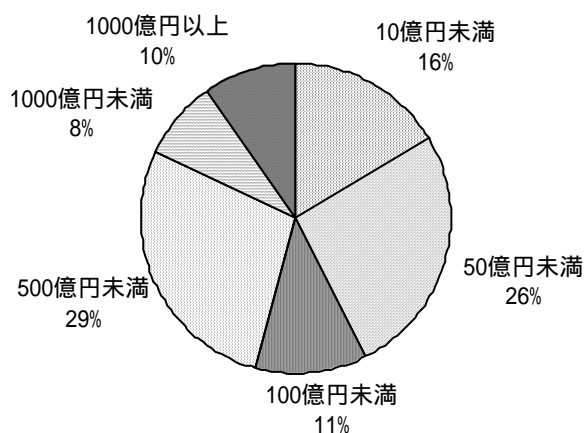
	1 億円未満	10 億円未満	50 億円未満	100 億円未満	100 億円以上	合計
会社数	27	18	8	2	6	61



3) 貴社の平成12年度年間売上高についてお聞かせください
(有効回答数 61社)

(単位:社)

	10億円未満	50億円未満	100億円未満	500億円未満	1000億円未満	1000億円以上	合計
会社数	10	16	7	17	5	6	61

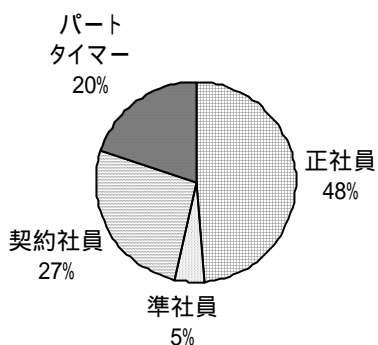


4) 従業員数とその内訳についてお聞かせください。
(有効回答数 60社)

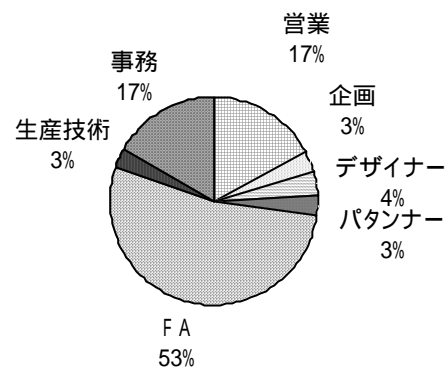
(単位:人)

	営業	企画	デザイナー	パタンナ	FA	生産技術	事務 その他	合計
正社員	6187	1145	613	688	4808	899	4792	19132
準社員	39	1	15	8	1624	84	58	1829
契約社員	447	152	768	507	8021	149	457	10501
パートタイマー	77	7	27	32	6440	72	1231	7886
合計	6750	1305	1423	1235	20893	1204	6538	39348

全体の身分構成



職種比較



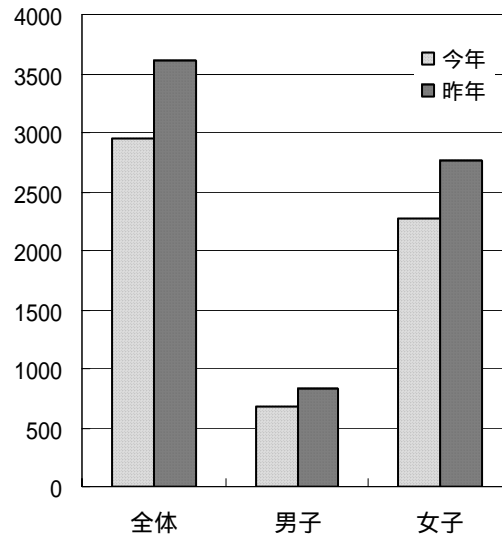
5) さしつかえ無ければ平成13年4月～平成14年3月までの離職者数を記入してください。

(有効回答数 36社)

(単位:人)

	今年	昨年	昨年対比(%)
全体	2949	3609	81.7
男子	681	838	81.3
女子	2268	2771	81.8

離職者数



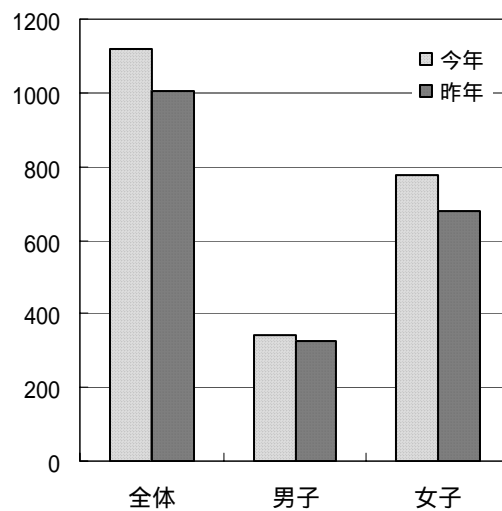
1) 平成14年4月の新卒の新入社員数を記入してください。

(有効回答数 47社)

(単位:人)

	今年	昨年	昨年対比(%)
全体	1121	1007	111.3
男子	344	326	105.5
女子	777	681	114.1

新卒の新入社員数

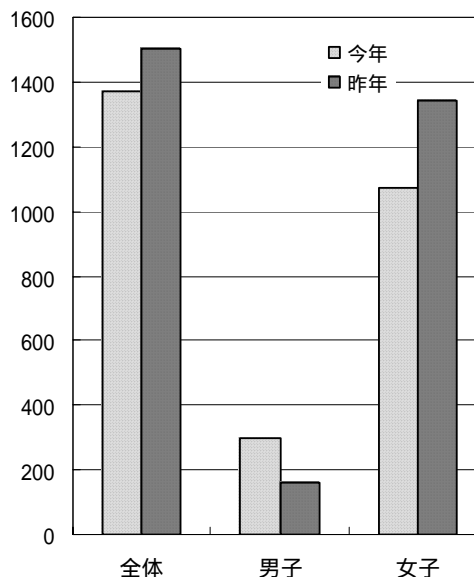


2) 平成13年度の中途採用者数を記入してください。
 (有効回答数 42社)

(単位:人)

	今年	昨年	昨年対比(%)
全体	1371	1503	91.2
男子	301	160	188.1
女子	1073	1344	79.8

中途採用者数

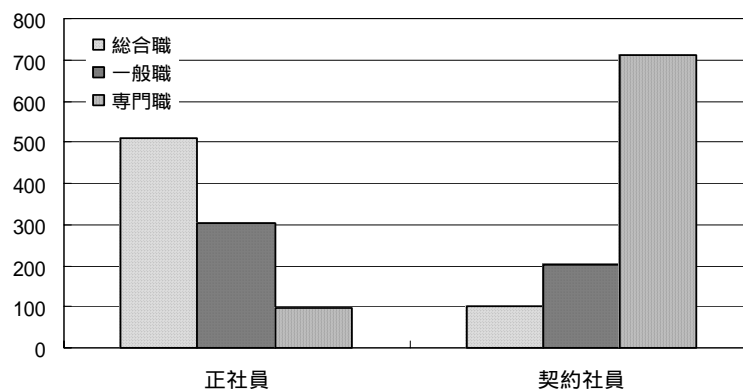


3) 昨年度中途採用と新卒採用者の
 内容(正社員と契約社員)とその内訳
 (総合職、一般職、専門職)についてご記入ください。
 (有効回答数 53社)

(単位:人)

	総合職	一般職	専門職	合計
正社員	511	305	97	913
契約社員	103	201	711	1015
合計	614	506	808	1928

採用の内訳

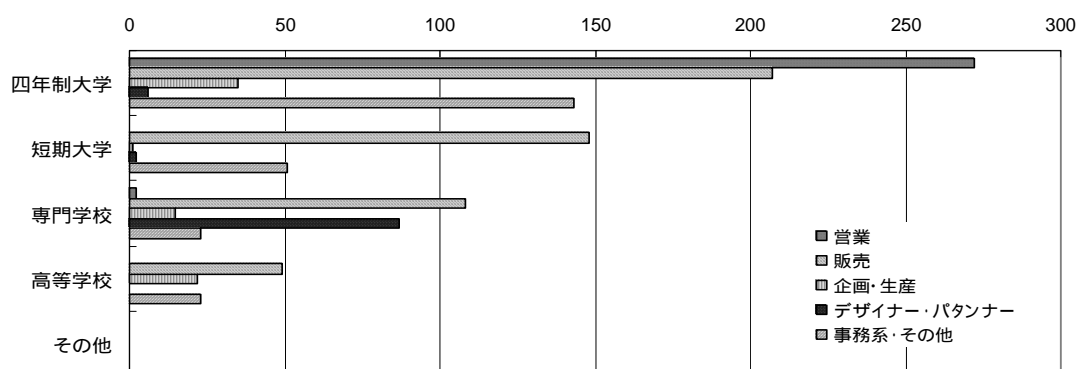


4) 新卒採用者の経歴を職種ごとにご記入ください。(有効回答数 40 社)

(単位:人)

	四年制大学	短期大学	専門学校	高等学校	その他	合計
営業	272	0	2	0	0	274
販売	207	148	108	49	0	512
企画・生産	35	1	15	22	0	73
デザイナー・パタンナー	6	2	87	0	0	95
事務系・その他	143	51	23	23	0	240
合計	663	202	235	94	0	1194

新卒採用者の経歴

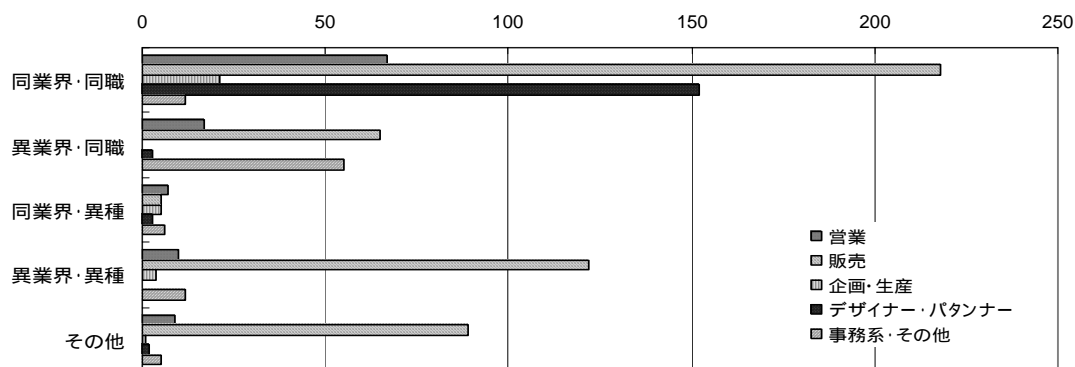


5) 中途採用者の職歴を職種ごとにご記入ください。(有効回答数 48 社)

(単位:人)

	同業界・同職	異業界・同職	同業界・異種	異業界・異種	その他	合計
営業	67	17	7	10	9	110
販売	218	65	5	122	89	499
企画・生産	21	0	5	4	1	31
デザイナー・パタンナー	152	3	3	0	2	160
事務系・その他	12	55	6	12	5	90
合計	470	140	26	148	106	890

中途採用者の経歴

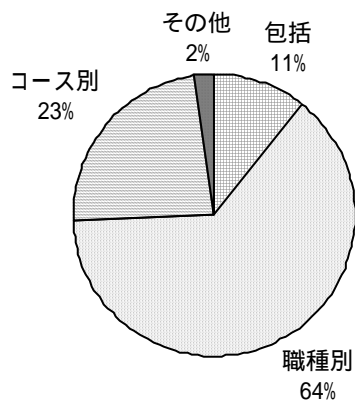


- 6) 新卒採用の方法をご記入ください。
(有効回答数 47 社)

新卒採用の方法

(単位:社)

包括	5
職種別	30
コース別	11
その他	1
合計	47

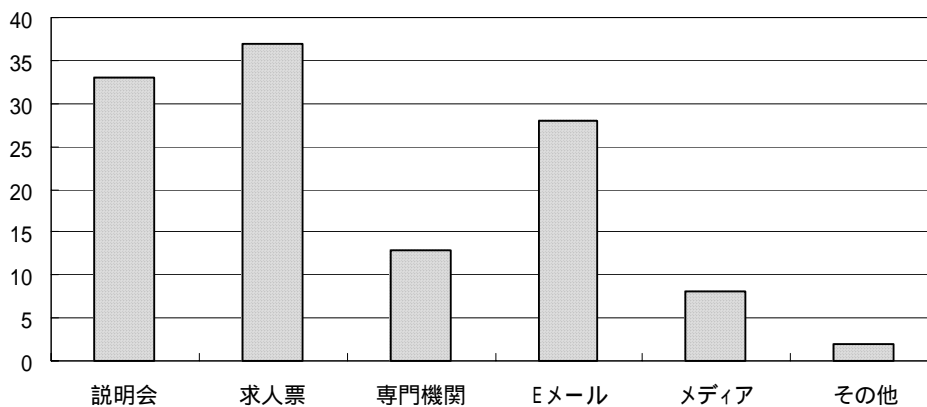


- 7) 新卒採用の募集方法をご記入ください。
(有効回答数 50 社 / 重複回答可)

(単位:社)

説明会	33
求人票	37
専門機関	13
Eメール	28
メディア	8
その他	2
合計	121

新卒採用の募集方法

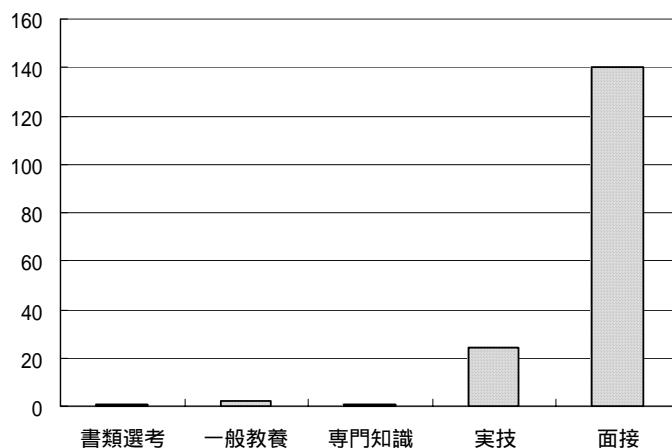


8) 選抜方法について実施しているものと特に重視しているものについて記入してください。
(有効回答数 56 社)

(単位:社)

	書類選考		一般教養		専門知識		実技		面接	
	実施	重要	実施	重要	実施	重要	実施	重要	実施	重要
営業	35	0	31	1	3	0	0	0	49	34
販売	21	0	16	0	2	0	1	1	37	25
企画・生産	24	1	17	0	7	1	5	2	36	23
デザイナー・パタンナー	29	0	16	0	14	0	37	21	43	24
事務系・その他	33	0	31	1	4	0	0	0	49	34
合計	142	1	111	2	30	1	43	24	214	140

企業数 **重要とされている選抜方法**

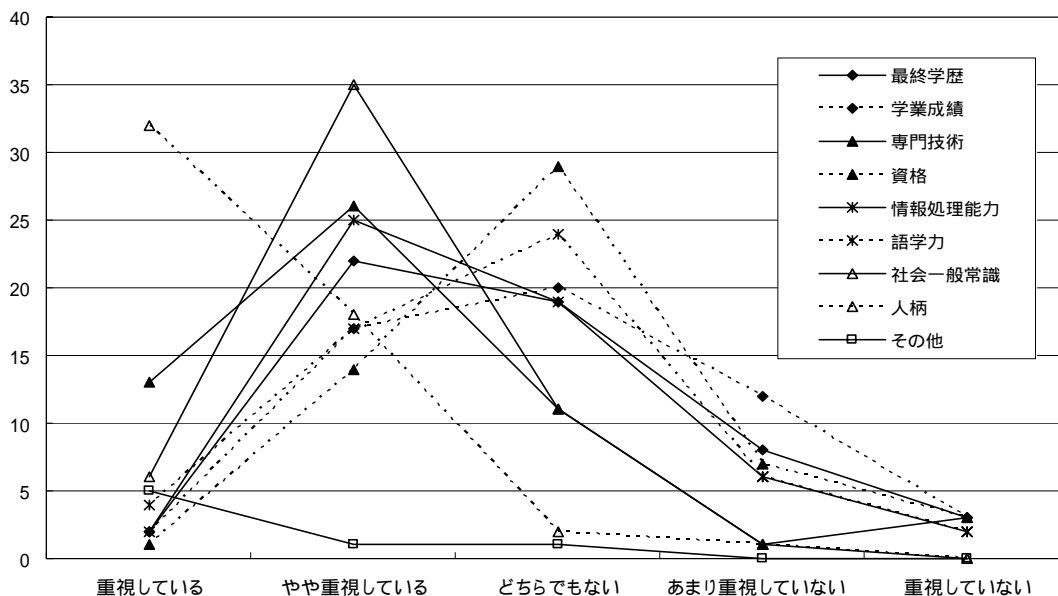


9) 選抜における重点項目について、当てはまる度合いに をつけてください。
(有効回答数 56 社)

(単位:社)

	重視している	やや重視している	どちらでもない	あまり重視していない	重視していない
最終学歴	2	22	19	8	3
学業成績	2	17	20	12	3
専門技術	13	26	11	1	3
資格	1	14	29	7	3
情報処理能力	2	25	19	6	2
語学力	4	17	24	6	2
社会一般常識	6	35	11	1	0
人柄	32	18	2	1	0
その他	5	1	1	0	0

選抜における重点項目



9) の質問で「人柄」について「重視している」「やや重視している」を選ばれた方にお聞きします。
 具体的にどのようなイメージの人柄ですか。(有効回答数 51 社)

様々な回答の中で特に
 多かったものを表に記し
 ました。

(単位:社)

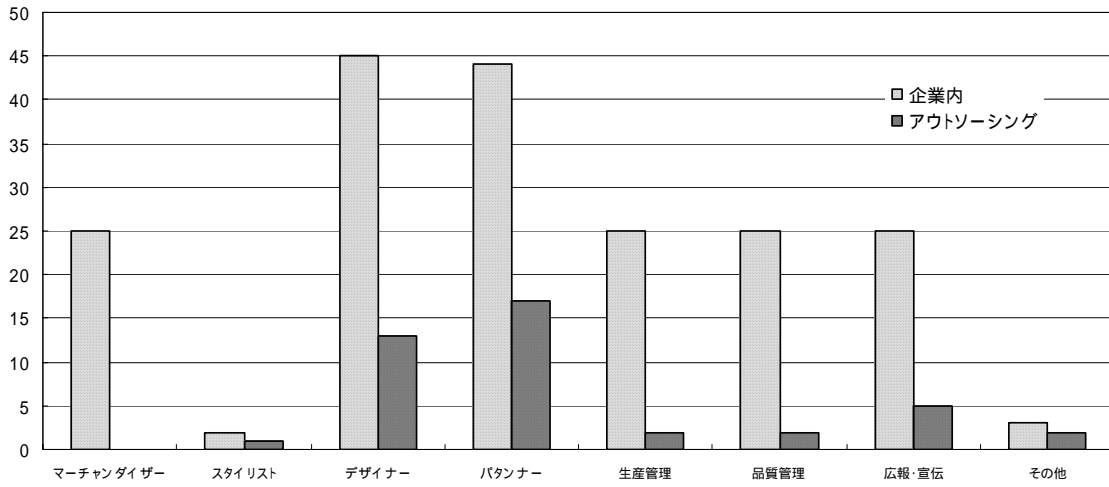
積極性	28
明朗快活	25
責任感	14
向上心	14
意欲的	6
コミュニケーション能力	5

1) 貴社で専門職に該当する職務に をつけ、それぞれ企業内職務あるいは
 アウトソーシングであるか該当するところに をつけてください。
 (有効回答数 50 社 / 重複回答可)

(単位:社)

	専門職	企業内	アウトソーシング
1. マーチャンダイザー	17	25	0
2. スタイリスト	0	2	1
3. デザイナー	43	45	13
4. パタンナー	43	44	17
5. 生産管理	13	25	2
6. 品質管理	20	25	2
7. 広報・宣伝	18	25	5
8. その他	3	3	2

企業内職務とアウトソーシング

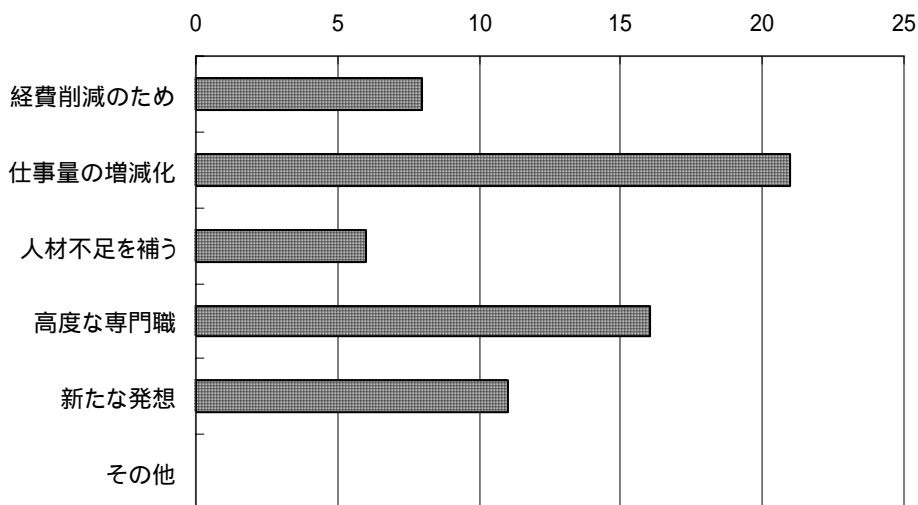


以下、アウトソーシングをしている専門職を持つ企業（29社）を対象に質問しています。

2) アウトソーシングの主な理由。（有効回答数 27社 / 重複回答可）

（単位：社）

経費削減のため	8
仕事量の増減化	21
人材不足を補う	6
高度な専門職	16
新たな発想	11
その他	0

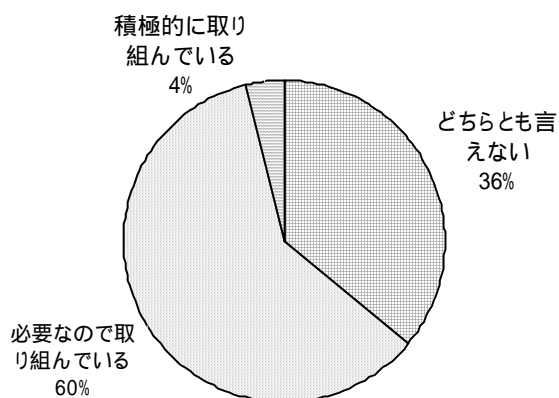


4) アウトソーシングの取り組みについて、あてはまるところに一つだけをつけてください。(有効回答数 25 社)

(単位:社)

どちらとも言えない	9
必要なので取り組んでいる	15
積極的に取り組んでいる	1

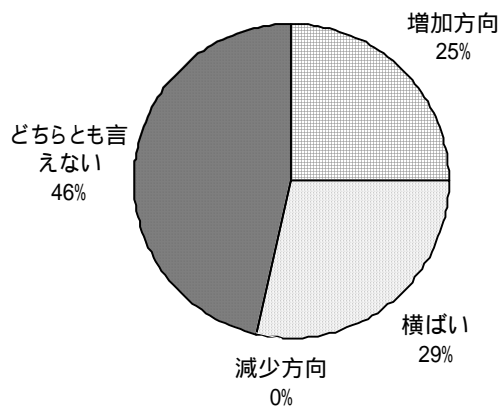
アウトソーシングの取り組み



(単位:社)

増加方向	7
横ばい	8
減少方向	0
どちらとも言えない	13

アウトソーシングの見通し



6) アウトソーシング先の規模と国内・国外について、当てはまるところに
をつけてください。(有効回答数 26 社)

(単位:社)

	規模				発注先	
	総合的な 専門企画会社	個人経営の 企画会社	フリーの 個人	その他	国内	国外
マーチャンダイザー		2			1	
スタイリスト	1	1			2	
デザイナー	7	10	10		12	
パタンナー	5	9	10		12	
生産管理	1				1	
品質管理				2	1	
広報・宣伝	3	1			4	
その他		1		1	1	

