

# ニットアパレルⅡ

商品企画と販売促進

繊維産業構造改善事業協会

# 序

繊維産業構造改善事業協会は昭和54年から繊維ファッション産業の人材育成事業の一環として同産業に関する教材（テキスト等）の開発整備をすすめています。

産業教材の体系はアパレルシリーズ、テキスタイルシリーズ、リテールシリーズの3つの分野で構成され、それぞれの分野の各業務について解説しています。

このテキストはアパレルシリーズの中の一つで「ニットアパレルⅠ／基礎知識」と「ニットアパレルⅡ／商品企画と販売促進」です。ほかに「ニットアパレルⅢ／工場生産と製作技術」を予定しており現在編集中です。

現代の繊維ファッションの中でニットアパレルは重要な位置を占めています。我が国のニットアパレルが世界の中でも高水準に達していることも申すまでもありません。繊維ファッションを志す若い人々にもニットアパレルに関心がある方々も少なくありません。同産業はいま、大変に厳しい状況下にありますが未来は決して暗いものではありません。未来を担う若者に期待も大きいわけですが、そのためにもニットファッションや同ビジネスについてしっかりした教育（人材育成）が必要なわけですが、このテキストはそのための一助として開発いたしました。産業並びに学校においてご活用いただくことを願っております。

本テキストの編集にあたっては町筋ゆり氏を中心とするニットアパレル部会の委員諸氏に多大なご盡力をいただきました。産業各方面のご協力も多く賜りました。ここに厚くお礼申し上げます。

平成7年3月

繊維産業構造改善事業協会

# 「ニットアパレル」テキストの企画

## 1. 企画趣旨

ニットアパレル産業について学ぼうとしている方々のための産業教育テキストです。ニットアパレルは広くアパレル製品の中でも企画生産等のプロセス、産業構造等において、いわゆる織物製品とは異なった動きがありますのでアパレル教材シリーズにおいても個別体系として位置づけます。

しかし、商品企画、デザイン設計、生産販売等の業務について共通する部分も多くありますので、アパレルシリーズの各テーマのテキストも併せて参考にしていただければより有効です。

## 2. 想定対象

ニットアパレル企業（メーカー、工場等）及び関連企業（繊維メーカー、商社、ソフトハウス）小売企業等の新入社員、中堅社員、専門学校等の先生及び学生、その他研究者などニットアパレル産業にかかわる全ての方々を対象としています。

## 3. 企画内容

ニット製品の世界はいわゆる横編、丸編、経編、くつ下等広範囲ですが、この「ニットアパレル」で取り上げるのは主として横編製品に関してです。同製品については相当につっこんだ内容とすることとし、テキストは次の3部作で構成しています。

|           |           |
|-----------|-----------|
| ☆ニットアパレルⅠ | 基礎知識      |
| ☆ニットアパレルⅡ | 商品企画と販売促進 |
| ☆ニットアパレルⅢ | 工場生産と製作技術 |

なお、ニットファブリックについては別のテキスタイルシリーズで取扱います。

## 4. 企画・編集 人材育成専門調査委員会ニットアパレル部会

|         |              |         |                |
|---------|--------------|---------|----------------|
| 町 筋 ゆ り | アトリエ・デュオ(株)  | 照 田 収 三 | テルタ(株)         |
| 小野田 明 美 | アトリエ・デュオ(株)  | 桜 木 清 史 | (株)島精機製作所      |
| 小代田 寛 之 | 日本ニット工業組合連合会 | 林 田 隆 夫 | テキスタイルコンサルタント  |
| 樋 田 佳 枝 | パターンメーカー     | 夏 原 進   |                |
| 佐 藤 千恵子 | コーディネーター     | 柳 井 芳 明 | (株)ワールド        |
| 小山田 道 弥 | (株)ファッション総研  | 長 田 博   | 三協衣料(有)        |
| 村 井 中   | 東京都立繊維工業試験場  | 高 澤 みち子 | ファッションプランナー    |
| 伊 藤 利 樹 | (株)レナウン      | 内 藤 英 雄 | 繊維ファッション情報センター |

## 5. ご協力頂いた企業・団体

|              |               |
|--------------|---------------|
| 日本ニット工業組合連合会 | 金録ニット(株)      |
| IWS 国際羊毛事務局  | 佐藤忠(株)        |
| (株)島精機製作所    | (株)ニット大沼      |
| (有)松浦メリヤス    | (有)ノーブルプランニング |
| ミカレディ(株)     |               |

## 6. その他ご協力頂いた方々

|         |         |             |
|---------|---------|-------------|
| 伊 藤 英三郎 | 守 屋 元 夫 |             |
| 佃 英 子   | 小 杉 美智子 | 東海サーモ(株)    |
| 梅 沢 美智恵 | 森 信 子   | ニットパターンメーカー |
| 宇佐美 彪   | 柳 田 和 己 | (株)ワールド     |

# ニットアパレル II

## —商品企画と販売促進—

### —目 次—

はじめに

|  |    |
|--|----|
| 第一部 ニットアパレルビジネス .....  | 9  |
| 第1章 ニットアパレルの産業的ポジショニング .....   | 11 |
| 1 ニット及びニットアパレルの概観 .....  | 11 |
| 2 ニットの市場規模とニット化率 .....   | 11 |
| 3 ニットエイジはこれから .....  | 12 |
| 第2章 ニットアパレル産業の先駆性 .....  | 15 |
| 1 歴史的にみた先駆性 .....  | 15 |
| 2 21世紀へ向けての先駆性 .....   | 17 |
| 第3章 ニットアパレルビジネスの仕組み .....  | 19 |
| 1 ニットアパレルの生産・流通経路 .....  | 19 |
| 2 ニットアパレルメーカーのシステムとスタッフ .....  | 21 |
| (1)システム  |    |
| (2)スタッフ (ファッション・コーディネーター、マーチャンダイザー、デザイナー、パターンメーカー、<br>プロダクト・スペシャリスト、テクニカル・アドバイザー、ディストリビューション・マネージャー、<br>セールス・プロモーション・マネージャー、セールス・マネージャー) |    |
| 第二部 ニットアパレルの商品企画 .....   | 23 |
| 第1章 ニットアパレルビジネスの企画方針 .....   | 25 |
| 1 現代のマーチャンダイジング .....  | 25 |
| 2 企業のブランド政策 (ニットアパレルメーカー) .....  | 26 |
| 3 ブランド・ポジショニング作業 .....   | 26 |
| (1)ブランド・マップ  |    |
| (2)総合ブランド一覧表   |    |
| 第2章 商品企画概要 .....   | 31 |
| 1 ニットアパレルの商品企画の特性 .....  | 31 |
| 2 商品企画のタイムスケジュール .....   | 31 |
| (1)情報収集・分析 (2)コンセプトの立案 (3)基本構想会議 (4)デザイン画作成・編地決定・ピーカー依頼<br>(5)デザイン会議 (6)仕様書の作成 (7)パターンの作成 (8)柄の作成 (9)一点見本依頼 (10)一点見本検討                   |    |

|  |            |
|--|------------|
| (1)一点見本修正・色見本依頼    (2)色見本受入れおよびチェック・値決め    (3)展示会準備・展示会応援                |            |
| (4)生産調整会議・反省会    (5)本番修正・本番商品依頼    (6)本番先上げ商品検品                          |            |
| 3 シーズン設定と販売時期 .....  | 34         |
| 4 商品企画の流れと役割分担 .....   | 37         |
| <b>第3章 商品企画作業 .....</b>  | <b>40</b>  |
| 1 コンセプト・ワーク .....  | 40         |
| (1)ブランド・コンセプトの立案    (2)コンセプトづくりのための図・表    (3)ブランドイメージ・マップ                |            |
| (4)ファッション・トレンド・マップの作成    (5)商品コンセプト    (6)商品コンセプトづくりのための図・表              |            |
| (7)シーズン・イメージ・マップ    (8)マップづくりの作業   |            |
| 2 情報収集 .....   | 51         |
| (1)カラーの情報収集    (2)素材の情報収集    (3)市場調査    (4)情報のまとめ方・生かし方                  |            |
| 3 デザイン・ワーク .....   | 61         |
| (1)糸の選定    (2)カラー・ワーク    (3)デザイン出し    (4)編地の選定    (5)テキスタイル・デザイン         |            |
| (6)デザインの工場振り分け（ニットー決め）    (7)商品指示書    (8)パターンメイキングのポイント                  |            |
| （ファッション商品、メンズ・ジャカード商品2種、ジャケット、スカート）                                      |            |
| 4 パターンメイキング .....  | 89         |
| (1)横編パターン作成の前に    (2)横編パターン作成のポイント    (3)横編パターンの特殊性                      |            |
| (4)縮小パターンのポイント    (5)横編パターンの実際例  |            |
| （セーター、カーディガン/ジャケット、コート/スカート、パンツ）   |            |
| 5 サンプル製作依頼 .....   | 108        |
| （ファッション商品、メンズ・ジャカード商品2種、ジャケット、スカート）                                      |            |
| 6 商品企画におけるコンピュータの利用 .....  | 128        |
| (1)コンピュータの役割    (2)コンピュータによる企画作業のメリット                                    |            |
| (3)ニットの商品企画におけるコンピュータの活用範囲    (4)CG システムについて                             |            |
| (5)アパレルCAD のシステムについて    (6)トータル・ニッティング・システムズ                             |            |
| (7)コンピュータによる商品企画作業の実際  |            |
| <b>第4章 ニットアパレルの製造工程 .....</b>  | <b>166</b> |
| 1 ニットアパレル工場の編成とスタッフ .....  | 166        |
| 2 ニットアパレルの製造工程 .....   | 168        |
| 写真＝ファッション商品のできるまで  |            |
| カット・アンド・リンキング商品のできるまで  |            |
| ジャカード商品（メンズ）のできるまで   |            |
| <b>第5章 各種打合わせ会議 .....</b>  | <b>200</b> |
| （基本構想会議、企画検討会議、一点サンプル検討会議、プライス検討会議、商品見込会議、展示会商品説明会議、生産調整会議、品質チェック会議、反省会） |            |
| <b>第6章 ニットアパレルメーカーにおける生産管理業務 .....</b>                                   | <b>202</b> |
| 1 生産管理業務の意義と役割 .....   | 202        |
| 2 ニットアパレルの生産管理業務の特性 .....  | 203        |
| 3 生産管理業務の編成（位置付けとスタッフ） .....   | 204        |
| 4 技術サービス部門 .....   | 204        |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 5          | 生産管理業務のスケジュールと業務内容                                   | 205        |
| <b>第7章</b> | <b>販売促進</b>  | <b>213</b> |
| 1          | 商品企画と販促  | 213        |
| 2          | 展示会案内状   | 213        |
| 3          | 展示会ディスプレイ打合わせ  | 213        |
| 4          | 販促マップ（販促パンフレット）                                      | 213        |
| 5          | 展示会用の商品企画書   | 214        |
| 6          | 展示会準備  | 214        |
| 7          | 販売のアドバイス   | 220        |
| 8          | カタログ・パンフレット用の撮影                                      | 220        |
| 9          | 店頭応援・FAのアシスト   | 220        |
| 10         | 自社PR誌および各種広告媒体への協力                                   | 220        |
| <b>第三部</b> | <b>ニットアパレルの販売業務</b>                                  | <b>223</b> |
| <b>第1章</b> | <b>商品企画スケジュールと営業担当者の仕事</b>                           | <b>225</b> |
| 1          | 企画区分   | 225        |
|            | (1)情報収集と分析 (2)販売予算 (3)コンベンション (4)展示会準備 (5)展示会 (6)反省会 |            |
| <b>第2章</b> | <b>営業担当者の日常業務</b>                                    | <b>231</b> |
|            | (1)商品展開 (2)商品フォロー (3)クレーム処理 (4)客注 (5)店頭での接客対応とアドバイス  |            |
|            | (6)店頭演出とディスプレイ (7)ニット商品の販売ポイント (8)マーケット              |            |
|            | (9)店頭情報のフィードバック (10)新規店開拓                            |            |
| <b>第3章</b> | <b>あるニットアパレルメーカーの営業マニュアル</b>                         | <b>245</b> |
| 1          | セールスマン・シップ   | 245        |
| 2          | セールスの準備  | 246        |
| 3          | セールス・マナー   | 249        |
| 4          | 商談の基本  | 251        |
| 5          | 商談の技術  | 253        |
| 6          | セールスの締めくくり   | 255        |
| 7          | コミュニケーション  | 259        |
| 8          | アパレル営業社員行動指針資料                                       | 260        |