

第5章 各種打合わせ会議

企画担当者は商品企画の充実に専念するばかりでなく、その内容や進行状況を常に関連部門に知らせると同時に、積極的に意見交換をすることも大切である。商品企画と販売とは、それぞれ別の作業ではなく、より良い商品を消費者に提供するための協力関係にあるので、重要な決定をするときは会議によって意志統一しなければならない。

この章では各種の打合わせ会議の内容を解説し、企画担当者が会議にのぞむ際の心がまえや、準備したほうがよい資料づくりのヒントなどを考えてみたい。

商品企画をするとき、もう一つ重要な作業に打合わせ会議がある。少し前後するが、前述のスケジュール表に従って、各種、各段階の会議に触れてみよう。ニットアパレルの場合、特殊な用語やテクニックおよび手順があり、ニットに慣れていない人たちに商品（サンプル）を見せるだけで、その特性を十分理解してもらうのは、ほとんど不可能といってもよい。このことは展示会の売上げにもかわる問題なので、機会のあるごとに積極的にアプローチする必要がある。

① 基本構想会議

第一回目の会議は、情報収集を経てコンセプトおよびイメージマップができ上がったあと、そのブランドの基本的な考え方や方針を検討するために行う。マップによって、シーズン企画のコンセプト、イメージ、カラー、素材などの傾向と販売予算、予算にもとづく型数や販売方針などを報告、検討する。

この会議には普通、企画、営業、生産、販売の責任者が出席し、特に重要な会議なので、社長以下中核の人たちが出席することが望ましい。

② 企画検討会議

基本構想会議で決定または了承されたブランド方針にもとづいて、具体的なカラーや素材、編地、デザインなどの作業が進行するが、その段階で、検討会議が開かれる。

出席者は①と同じか、または少し絞り込んでもよい。より具体的な内容を検討し、ここで決定された事項にもとづいて、カラーや素材およびデザインの

一部修正や中止、追加などを行う。

この会議は、①と同時に行うところも多い。

③ 一点サンプル検討会議

決定されたデザイン画、カラーにもとづいて工場に依頼した一点サンプルが仕上がると、一点一点の検討と商品構成を検討するための会議を行う。ニットの場合、デザイン画のときのイメージと、実際に素材や編地で表現されたときのイメージがかなり異なる場合があるので、一点サンプルで検討することは非常に重要である。

この会議には企画、営業、生産から代表者が出席し、生産企業から提出された商品見積りによるデザインごとの単価と合わせて、サンプルの採否や修正点、商品構成上の追加品目、納期設定の確認修正などを検討する。

④ プライス検討会議（値決め）

展示会用各色サンプルが仕上がると、主に生産担当者とMDとで、値決め作業に入る。工場から提出された見積りを基準にして、サンプルのイメージとプライスとのバランス（商品価値）なども含めて検討する。

ニットの場合、見積書が細かい項目に分かれ（たとえばリンクの距離、糸量、ガクブチ始末の個数など）、メーカーによっては、計量器と首っ引きで値決め作業をするところも多い。昔は、生産企業からの見積りの積み上げ方式で値決めしていたが、現在は営業的な価値判断によるプライス政策を優先

する傾向が強い。

⑤ 商品見込会議

値決めが終わった時点で営業担当者によって、商品の見込会議が行われる。これは全品番の場合と大量に売れる品番（素材）だけの場合とがある。この作業は、使用する素材の枠どりと生産企業の生産枠の調整などを、できるだけ早い時期に進行し、複雑で長い時間を要する生産をスムーズにするために行われる。この会議には MD および生産担当者も出席する。

⑥ 展示会商品説明会議

展示会開催日より前に、商品説明会が行われる。ニットアパレルの場合、素材や編地など見ただけではわからないテクニックが多く使われているため、企画担当者同士はもちろん、営業担当者に向けて、一点一点よく説明し、専門的な商品知識をもつようにアプローチする必要がある。

仕入れ担当のバイヤーなどには、ニットの知識が豊富な人が多いので、商品の売り込みには、専門的なセールストークが必要である。特に、その商品の価値を左右するようなポイントについては、必ずアピールしておくことが望ましい。

一般的に会議の進行は、全体的なコンセプトや納期、商品構成、販促活動などは MD が行い、商品説明はデザイナーが担当する。また、このときに、展示会企画書を作成しておき、必要なことは文章や絵や表でアピールするように考えたほうが、より効

果的である

⑦ 生産調整会議

展示会が終わり、約定集計が出ると、生産調整会議を開いて、生産ロットや素材ロット、染ロットなどに合わない商品について、中止または増産などの検討を加え、調整作業をする。このあと、生産企業に対して本番製作の正式発注が行われる。この会議には、MD、生産、営業関係者が出席する。

⑧ 品質チェック会議

メーカーによっては、技術部門などの担当者と企画担当者として、展示会サンプルの品質を最終的にチェックする。編地の安定性、リンクングなどのテクニック、縫製方法などについて適性であるかどうかを検討される。また、後加工などについても、たとえば刺繍パーツの堅牢度などもチェックする。さらに、肩パッドや芯なども、縫製基準に沿ったものであるかなどを検討する。洗濯表示の種類や、商品によってはデメリット表示などについても細かい検討をする。

⑨ 反省会

展示会中の取引先の、商品に対する意見やクレーム、提案などについて、営業担当者から報告が行われ、展示会の約定からみた売れ筋商品の報告なども発表される。この会議の意見は次シーズンの企画を立案する際参考になるので、企画担当者は積極的に参加すべきである。