

最新の業界事情

今やアパレル業界はSPAでなければ成功しない？

最近のアパレル業界の大きなトレンドは、安くてデザインも質もいいオリジナルカジュアルブランドの急成長。小売業から製造業に進出した「ユニクロ」(ファーストリテイリング)や「無印良品」(良品計画)、逆に製造業が小売業カバリーするようになったワールド、米国のGAPなどの企業はいずれも素材調達、企画、開発、製造、物流、販売、在庫管理、店舗企画までを1つの流れとして管理し、顧客ニーズへの迅速な対応や低価格化を実現するSPA(製造小売業)と呼ばれる業態。今やアパレルはSPAでなければ成功しないとの見方すらある。販売スタッフ等の人材ニーズも伸びており、今年、「ユニクロ」、ワールドがアルバイト、契約社員の正社員化を実施したのも話題になった。

一方で注目されるのがヨーロッパ高級ブランドの出店ラッシュ。象徴的なのは東京・銀座。昨年グッチ銀座ビルがオープン。今年は「ジョルジオ・アルマーニ」や「ブルガリ」の自社ビルも竣工予定で、世界でも類のない高級ブランドの密集エリアとなっている。

急成長企業も多く、人材ニーズも伸びている注目業界

高校生の関心も高い「アパレル業界」。ファッションとは「流行」を意味するように、移り変わりが激しい業界で急成長している企業も多く、人材ニーズも伸びている。今、アパレル業界ではどんな動きがあって、どんな職種の人たちが活躍しているのかを解説しよう。

撮影/徳田貴久 イラスト/藤井昌子

ホチキスを外して、教室に掲示してください!

仕事ができる業界図鑑

vol.9 アパレル業界

アパレル業界の業種&職種相関図

海外高級ブランドが日本の市場を拡大する一方、企画・製造・販売を一貫管理するSPA(製造小売業)企業など安くてデザインも質もいい国内ブランドも近年急成長。業界の全体像や注目の職種を図解する!

企画・マーケティングに関わる職種



ブランドマネージャー

ブランドのコンセプトやイメージを企画立案し、それに沿って商品開発や広告などブランド戦略全般を管理する仕事。ブランドの統括責任者。豊富な経験とさまざまなセンスが必要。



マーチャンダイザー

ブランドイメージに沿った商品を企画し、商品化から販売にいたるまでのプロセスを管理する。略して「MD」と言われることが多い。商品単位の責任者で利益管理なども重要な仕事。

服作りに携わる職種



デザイナー

メーカーの社員である企業デザイナーの場合、MDの立てた商品企画に沿って、デザイン画を起こしていく。デザインやカラーに関するセンスや技術に加え、素材に関する知識も重要



パタンナー

デザイナーが描いた平面のデザイン画をもとに、立体をイメージしてパターン(服の展開図・型紙)を作成する仕事。工程によってはアパレルCADを使うが、手作業も多い専門職だ。

生産・流通に関わる職種



店舗開発

出店計画を立案し、土地や建物に関する情報収集、周辺の客層などのマーケティング、土地の購入や建物のオーナーとの交渉などを行う仕事。実際に店舗が完成するまでの担当者。



生産管理

自社で企画・デザインした服を大量生産するにあたり、必要な生地やボタン、ファスナーなどの素材を調達したり、工場への発注や生産量、生産進捗状況の管理などを行う仕事。



縫製工場

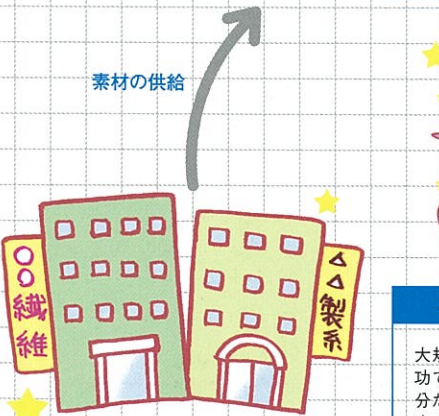
衣料品を生産する工場。最近では、人件費の安い中国、インドなどへの生産拠点の移転が進んでいる。SPA企業の場合は、生産工場は自社所有しないが、商社と連携し、生産管理・品質管理を徹底することで生産の効率化や品質維持を図っている。一方、国内の縫製工場は技術力の高さをウリに生き残りを狙っている。



アパレルメーカー

衣料品の企画・製造をする会社。新業態SPAに参入する企業も

アパレルメーカーとは衣料品を企画・製造する会社。生産工程を外部の工場にアウトソーシングするケースもある。国内では、ブランド「組曲」を展開するオンワード樺山、「タケオキクチ」の三陽商会など有名。一般には自社で販売せず卸売りまでを担うが、最近では、企画から販売までを管理するSPAが目立っている。大手のワールドはSPA業態にも参入している(「最新の業界事情」参照)。



繊維メーカーなど

