# 業界の底上げ目指し 産学連携で販売教育

販売職の採用難や人材不足が深刻な中、服飾系専門学校のビジネス系学科で、産学連携で学生の販売スキル向上に取り組む事例が増えている。実践的な授業や店舗での長期研修、ロールプレイングなど形はさまざま。在学中からプロの指導を受け、販売の楽しさを体感することで「販売職を志す若者や、意識と技術の高い販売員を業界に増やしたい」「就職後の定着率を高めたい」などの思いが背景にあるようだ。

## 意識と技術向上に企業が力

### 実践で店頭研修

サンエー・ビーディーは今年、販売技術を教育する産学連携の授業を東西の2校で開設した。講師を務めるのは、同社の採用教育担当者ほか、現役の店長や販売員。

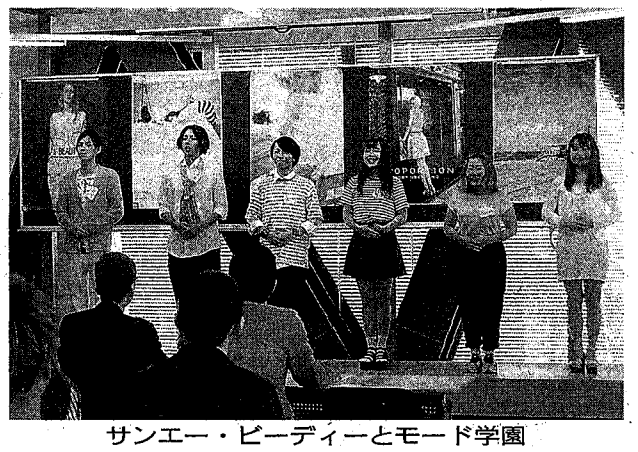
モード学園東京校では、ファッションビジネス科2年の33人を対象に「リテールテクニック」(12回)の授業を担当。上期は立ち居振る舞いの基礎を教え、下期は接客の実践練習で会話力の向上を図る。目標は接客ロールプレイング大会で賞を獲れる水準。最終講義では全員でロープレを発表し、点数や順位を競う。

大阪文化服装学院では、2年制のファッションビジネス学科で「アパレル販売員育成」講座を10月に開講する。全10回で、受講者は1年生約50人。同社の新入社員研修プログラムを基に、学生向けの基礎的な内容に再編。美意識への気付き、笑顔や声のトーン、お辞儀、接客8大用語の練習、ロープレ発表会などで構成する。

「簡単な仕事と思われがちな販売の仕事の奥深さ、企業の視点で現場で学んだ大事なことを伝えたい」と同社。学生の育成段階から関わって実践的な授業を行い、学校の授業と入社後の仕事とのギャップをなくす目的で提携した。「ファッション業界に進みたいと思う学生を増やし、すてきな販売員をより多く業界に送り出したい」と担当者。

名古屋ファッション専門学校のロールプレイング大会

両校の「即戦力となる人材養成のため実践型教育を重視する」方針と一致し、半期から通年の授業の開設に至った。



サンエー・ビーディーとモード学園東京校の授業。上期の最終講義は接客5大用語の発表・審査会を行った

ワールドストアパートナーズは07年度から複数校と提携し、販売系人材養成コースを共同運営している。当初は4校で始め、同社の店長候補教育と同等の実践的な授業を実施。ワールドグループの店舗での採用、独自の奨学金制度などで、プロをめざす学生を支援している。モデル校として3年間の一貫教育を行う上田安子服飾専門学校ほか、07年からコースを設置しているのが名古屋ファッション専門学校だ。

同校では2年制の流通する2年生は、あわただしい開店時の準備から忙しい時間帯の接客まで、より実践的な経験を積む。

学生は通常の授業でデザイン画や素材、色彩、服の構造や作り方などを学び、並行して同グループの講師によるワールドプログラムも受講。店頭でファッションの基礎知識への理解を深めつつ、丈詰めやコーディネート、価格に対する価値の見分け方などに授業で学んだ内容を生かしている。

これまで同コースは1学年10~15人、今年は1年生12人、2年生8人が在籍。実地で学ぶと「マニュアル的な応対だけでは限界があり、人間的な魅力や話題の広がりが求められることを痛感し、社会人としてのスキルが早く身につく」と同校。

### ロープレを初開催

関西のファッション専門学校が加盟している関西ファッションカレッジコンソーシアム(KFCC)は7月、パルの協賛で専門学校生の接客技術を競う「パルカップ学校対抗販売ロールプレイングコンテスト」を大阪で初めて開催した。関西にある5校が16年春卒業予定の学生2人を選抜し、計10人が参加。学生の応援団も会場に駆けつけ、盛り上がりを見せた。

開催の狙いは本格的なロールプレイングコンテストを通じ、販売の楽しさや面白さを実感し、接客・販売技術をさらに磨いていく士気を向上させること。当日は参加者が全力で接客に挑む姿と、仲間を真剣に見つめる学生の姿が見られた。

参加校は上田安子服飾専門学校、大阪文化服装学院、大阪モード学園、ディーズファッション専門学校、マロニエファッションデザイン専門学校。入賞者には賞金が用意されたほか、「プロの接客をぜひ、学びに来てほしい」(井上隆太パル社長)と8月にパルが開いた社内ロールプレイング大会の見学に招かれた。

KFCCは来年も、参加校を増やして第2回を開催したい考えだ。

このほか他校でも、企業から流通系の学生向けに、接客やVMDの1日研修から長期講座まで、産学連携授業の申し入れが増えているという。

「就職先を絞る前の学生に接し、知ってもらい、人材確保につなげたいのでは。企業説明会より効果が高い」との声もあり、今後も販売教育での産学連携が広がりそうだ。