

ファッションマーケティングの魅力



阪南大学 流通学部 流通学科
大村 邦年 教授
[担当科目]
ファッションビジネス、ファッションマーケティング
[研究テーマ]
・ファッションブランド構築に関する研究
・ファッションアパレル企業の事業戦略に関する研究

大学教授になったきっかけ

僕はファッション企業の経営を約30年間おこなってきた。ビジネスで成功することは、答えのない永遠のテーマです。例えば、今物凄く儲かっているも、5年後にはゼロなることもある。つまり、永遠に儲かり続けるビジネスなんてありません。だから経営者は常に最新のマネジメント手法を学ばなければいけないと考えていた。そこでアメリカの経営者のように、最新の経営を学ぶためにビジネススクールMBAに入り、経営学研究の奥深さにハマってしまった。同時に、何時しか、大学教員を目指すことになった。さらにファッションを学ぶことにより、優秀な学生をファッション業界に送ること。それがお世話になった業界への恩返しになると確信し、大学教員になるのがベストな選択肢だと考えた。

ファッションマーケティングを教える理由

ファッションはこれまで研究対象として、余りおこなわれていない領域のひとつです。しかし、僕はものすごく学問的な分野と思う。実際に僕が多く、の企業研究や経営者へのインタビューをおして、他の産業と扱う商品が違うだけで、マネジメントとして経営戦略やマーケティングなどを見てみると、根幹部分はまったく同じです。ファッションをとおして経営戦略を見てみると実におもしろい。

長い人生には何度かチャンスといえる節目の出来事がある。その流れてきたチャンスを決してスルーせず、チャンスだと気づいて掴む人が成功する。だから何ごとにもチャレンジすることによって価値がある。

ファッションはいくら機能性を追求し、高品質で安くても、デザインやスタイリングなど感性がなければ、消費者は気に入らず、買うこととはない。だから、相当高度なマーケティング戦略が必要となる。

学生にとって、ファッションは身近なテーマなので、マーケティングを学ぶと理解しやすい。僕のゼミ生の3割くらいはファッションでない業界、例えば金融業界や商社などに就職するが、彼らにはファッションでマーケティングなど学んだ知識は、どのような業界に行っても通用するから心配するなって言っている。例えば、ファッションの奥の深さを学んだことにより、顧客とのさまざまな会話でプラスワンのなる。また、初対面の人の第一印象は外見から入るので、計算されたオシャレでスカッとしていると、絶対に好感度が高いけれど、日頃から学生には、ファッションの学びから街に出ればタウンウオッチングや常にオシャレを意識し、楽しみなさいと言う理由です。社会に出たら、必ず自分を相手に売り込み、好印象を持ってもらうかが重要となる。ある意味では自分のマーケティング戦略を考える必要がある。つまり、ファッションを学ぶことから、経営戦略やマーケティングという学問を理解し、それが社会に出たら全部繋がっていくことが分かるでしょう。

今後の目標

学生やファッションの勉強をしたい人、働いている人の為に一冊の本を書き、出版すること。実際に来年出版する予定です。それが僕の研究者としての集大成みたいなものです。本を読んでひとりでもファッションの研究者になりたいと言っている人が出てきて欲しいと思う。ファッションビジネスは学問として成立することが体系的に分かる本。そこには、ビジネスの成立から現在までの変遷、例えばZARAやH&Mなどの最新ファストファッション、ヴァイトンなどのラグジュアリーブランド、急成長する国産メーカーなど、さまざまな事例をあげている。企業の成功と失敗には必ず理由がある。こんな戦略があって、こうやって成功した、こうやって失敗したということを一冊の本にまとめる。そして、最終的にこの本によって、ファッション分野で活躍する人材が生まれてくる。それが僕の夢であり、目標ですね。

学生に伝えたいこと

アルバイトをしない。社会に出るうえで、ものすごくプラスになる。ファッション業界を指している人は、例えば飲食をやめて、すぐファッション業界でアルバイトをしない。なぜかというとお金をもらいながら自分が進むべき将来の実態を見ることが出来るからです。自分に向いてないと思ったら方向転換したらいいのです。ファッションの仕事は、興味本位だけでなく、本当に好きということが重要です。何も知らなく憧れやイメージだけで業界に進み、実際は違ったとすぐに辞める。人生の大切な時間を無駄にするミスマッチが一番ダメで何の経験にもなりません。先に自分が行きたい業界でアルバイトをしながら、将来を考えることが大切です。自分の将来が明確に見えてくれば、目標ができて頑張れる。学生時代に自分の将来は何に向いているかを見極めて下さい。接客でも営業でもどんなビジネスでもいいから、自分が興味を持っているところでアルバイトをする。これは大学では教えられないし、個人の感性の部分になるので、自分で体験しなければ分かりませんね。まさに、将来を見極めるための調査、つまりマーケティングリサーチをアルバイトで学ぼうということです。

