

ファッション業界のスペシャリストを目指そう

マーチャンダイザー

マーチャンダイジング(商品企画)の担当者で、新商品企画、生産計画、販売計画などを行います。メーカー部門では商品化計画のすべてに携わり、流通部門では店舗設営から運営にまで関わっていきます。

プランナー

企業の方針に従ってブランドコンセプトを決定し、ブランドの商品ラインを組み立てる人。デザイナーよりもブランドプロデューサーに近い職種。マーチャンダイザーとのチームワークが重要となります。

バイヤー

商品仕入れのプロ。卸売り業者やメーカーから商品を仕入れ、店頭の商品揃えをコントロールします。ショーや展示会に出向き、自店のコンセプトに合う服を選び、仕入れたりもします。

プレス

企業やブランドの広報窓口で、メディアに対して自社イメージをよりよく伝える仕事。コレクションや展示会等について、インタビューや文章でポリシー及び商品コンセプトなどをコメントします。

Plan

商品を考える
ビジネスマネジメントコース

ファッション産業学科

考

Coordinate

商品売る

ショップスタイリストコース

ファッション流通学科

売

アドバイザー

ファッション商品販売のプロ。ビジネスの最前線に立ち、店頭情報をデザイナーやバイヤーにフィードバックしたり、店内コーディネートも担当。ショップスタイリストとも呼ばれています。

ショップマネージャー

ショップの責任者(店長)。商品管理、売上管理、売場の組み立て、接客とサービスの維持・向上、スタッフ指導、本社との連携など業務内容は幅広く、現場責任者としての高いスキルが求められます。

ファッションコーディネーター

ファッション情報の収集と分析を行い、各シーズンのテーマやコーディネート提案。企画・生産・販売を総合的に調整して、方向性や販促計画を打ち出します。百貨店や量販店に多い職種です。

スタイリスト

T.P.O.に合ったスタイリングを演出する仕事。広告等に必要の服や小物のコーディネートプランを立て、モノ集めからモデルへの着装まで担当。店舗のイメージ作りやショーのスタイリングも行います。

ブライダルスタイリスト

結婚式を迎えるカップル、特に花嫁さんのスタイリングを提案。その人に似合うだけでなく、季節や会場のイメージにも合うドレスやアクセサリー等の小物をコーディネートします。

ウェブデザイナー

オンラインショップの運営を行います。商品データの登録、掲載商品の写真撮影、ECサイトの構築、広報活動等幅広い内容で、今後期待される職種です。いかにブランドの魅力を伝えて商品を買ってもらうかがカギとなります。

Create

商品を創る

クリエイターコース

ファッション学科

スペシャリスト学科

創

ファッションデザイナー

ファッショントレンドをキャッチして、感性を活かして新しい服飾デザインを創造します。企画、デザイン、素材や色柄の決定、パタンナーやソーイングスタッフとの交渉など、幅広い仕事をこなします。3DCAD・CGを使用します。

テキスタイルデザイナー

ファッションやインテリアに用いるテキスタイル(布地・織物)をデザインするデザイナー。色、模様や図柄、質感などを考えてデザインします。繊維の撚り方や染色にまで携わることもあります。

パタンナー

デザイナーのイメージやデザイン画に基づいて、製品化のためのパターンを作ります。美しさと機能性、生産性を考えて作成。デザインの善し悪しがこのパターンで決まるほどに、重要な職種です。コンピュータ(アパレルCAD・3DCAD)を使用します。

ソーイング・スタッフ

縫製の専門職で、見本縫い、補正、本縫いへと仕上げるテクニカルな仕事。現在では、既製服からオーダー服、リフォームやお直しまで、一言で縫製といっても、そのバリエーションは広がりを見せています。

舞台衣装

ミュージカルや演劇、バレエ、コンサート、映画、イベントなどで、役柄に合わせてパフォーマーを引き立てるコスチュームやステージ衣装をつくる仕事。主にストーリーや役柄に合わせてデザインするデザイナーと、制作担当(パタンナー・縫製・装飾)に分かれます。

プロダクトマネージャー

生産管理担当者で、商品の品質管理、原価管理、納期管理など、ちょっと地味に見えますが、アパレル企業が儲かるか否かの要、生産コントロールのエキスパートです。