

ファッションビジネス能力検定試験完成年度を迎えて

——その経緯と内要検討，社会的評価，本学での取り組みについて——

田 中 美 貴

A study of the license examination on Fashion Business Ability completed in 1996

*About Process of its formation, Contents, Social estimation,
and Introductoion into our Fashion Course*

Miki TANAKA

Key words : ファッションビジネス Fashion Buisness, 検定試験 license examination,
カリキュラム Curriculum

は じ め に

財団法人日本ファッション教育振興協会が実施する『ファッションビジネス能力検定試験』は、平成5年11月に第1回3級試験をもって開始された。以後、平成6年第3回試験からは2級が始まり、同時に3級の大幅な改訂を進めながら回を重ねるごとに内容を充実させ、平成8年第7回1級試験の実施にて、この検定試験の完成をみた。完成年度の1級は大規模店の店長としての能力を問うものであるが、同協会の発表では40名が受験して合格者が4名という難関であった。4名の合格者のうち1名は大学教授、1名は服飾専門学校の校長、他の2名は企業経験のある専門学校生という内訳である。ファッションアドバイザーとしての能力を問う3級には、専門学校生だけではなく、大学、短大生などを含めて7,598人が受験した。¹⁾

日本ファッション教育振興協会は、この『ファッションビジネス能力検定』以外にも『パターンメイキング技術検定』を実施しており、繊維ファッション・流通分野およびアパレル企業の生産部門における人材育成を図っている。本論では、急成長してきた『ファッションビジネス能力検定』試験の背景と内容を考察し、社会的な評価をふまえつつ、本学での取り組みについて検討してみたい。

1. ファッションビジネス能力検定試験の歩み

この検定（以下FB検定と略す）は、ファッションビジネスの世界に就職し、自分の希望する職種で活躍する際に必要なファッションビジネス知識・ファッション造形知識を検証するもので、基礎的な3級から、応用的な2級、高度で専門的な1級と、段階的に構成されている。1級試験では企画・創造・洞察力等の総合的な能力も検証される。

平成5年の検定試験開始当時の受験者は、既に長年にわたりファッションビジネスに関する教育課程を設置し授業展開してきた学校の在学生在が殆どであった。しかし、この分野に対する関心の高まりと、アパレル企業、リテール企業からの求人増加により、ファッ

FB 検定 受験申込者数（数字上段）と合格者数（数字下段）

	3 級	2 級	1 級
H5 年度	7,036 (5,978)		
H6 年度	7,938 (5,199)	3,140 (1,355)	
H7 年度	6,667 (2,880)	3,522 (899)	
H8 年度	7,598 (3,627)	3,786 (930)	40 (4)

ションビジネス教育に取り組む教育機関が増加し、受験者は回を重ねるごとに増加してきた。受験申込者と合格者数の推移は次表の通りである。²⁾

日本ファッション教育振興会では、受験者の学校(所属)別の統計をこれまで取っていなかったが、第5回試験頃より、アパレル・リテール企業より求人の多い中核都市およびその周辺の大学・短期大学からの受験者が増加し始めたという。また、新しい職業分野に挑戦したいと、一般の受験者も多くなっている。全国の服飾・家政系列の大学・短大からの問い合わせも急増し、年間2回の受験者は表に示したように1万人を超える状況である。³⁾

2. 検定試験の概要と設立の趣旨

この検定の2・3級の試験は「ファッションビジネス知識」と「ファッション造形知識」の2科目で構成されている。それぞれの科目には基準点があり、これを2科目ともクリアしなければ合格とならない。一方が不合格の場合は、その科目については次回に限り再挑戦できる制度となっている。

ファッションビジネス知識は40問200解答を90分で、

造形知識は20問100解答を60分で解答する。専門分野として出題範囲も広く、合格するにはかなりの勉強を必要とする。特に第4回(平成7年)試験からは、3級ガイドブック(テキスト)が改訂され、ページ数にして2.5倍、項目数にして10項目から50項目に増設された。このため合格者は、第3回と比較して、65%から43%と激減している。2級についても同様で、ガイドブックに改訂はないものの、合格者は43%から26%にと、試験の難易度の上昇を伺わせる。検定の実施級とレベルについて、実施要項では次のように規定している。⁴⁾

以上のように、本検定は、単にファッション商品知識や販売知識を問うのではなく、商品の企画から生産、流通まで「ファッションビジネス全体」を見渡せる幅広い知識・能力の検証に主眼が置かれている。

これまでわが国のファッションビジネスは、新素材の開発や技術革新、若年層を中心とする旺盛な購買意欲等に支えられて驚異的な成長を遂げてきた。しかし、高度成長を続けた経済も崩壊し、消費者意識の変化などの様々な要因から、ファッションビジネスを取り巻く環境は大きな変革期を迎えた。国内生産の空洞化、インポートブームに反映されるデザインの海外依存など、わが国の繊維ファッション業界は多くの問題を抱え、自己変革を迫られている。

そのためにはまず、顧客満足(CS)を最優先し、プロダクト・アウトからマーケット・インへの変革を業界全体で遂行していく必要性が生じてきた。消費者のライフスタイルや「心の満足」の在り方への真の問いかけがなされ、クリエイティブであることの意義が「かたち」において追求されなければならないようになった。さらには、国際的な視野で環境の変化に対応し、グローバルな視点で新しい価値の創造、サービスの提供が考えられなければならないようになった。

FB 検定設立の趣旨は、こうした日本の繊維ファッション産業に不可欠な人材の育成にある。同検定は後述する「産業と教育の人材育成協議会」の大きなテーマの一つにも位置づけられており、活力ある産業の将来を担う人材育成に必要な諸知識を実施級ごとに体系づけている。

ガイドブックの編纂には、検定委員会委員をはじめ、アパレル企業、ファッション小売企業、テキスタイル企業の実務者、ファッション業界のコンサルタント、ジャーナリストなどがあたっており、実務に即した専門的知識が網羅されている。⁵⁾

3級の検定レベル
ファッションに関する基礎的な知識・技術、ファッション商品流通・販売に関する基本的な知識・技術を持ち、商品販売時に消費者に対して適切なアドバイスができる程度。ファッションの流通・販売に関する専門教育を1年間履修した程度。
2級の検定レベル
ファッションに関する専門的な知識・技術、およびファッション商品流通・販売に関する知識を持ち、消費者・小売店・専門店に対し、適切なアドバイスができる程度。ファッションの流通・販売に関する専門教育を2年間履修した程度。
1級の検定レベル
ファッションに関する高度な知識・技術、ファッション流通・販売に関する高度な専門知識を持ち、企画から流通販売に至るファッションのさまざまな分野で適切なアドバイスが出来ると同時に、流通販売に携わる人の指導教育に、たるることができる程度。ファッションの流通・販売・ビジネスに関する専門教育を3年以上履修し、アパレル企業、ファッション流通企業等で、実務を数年経験した程度。

3. FB 検定におけるアメリカのファッションビジネス教育の影響

日本にファッションビジネスの原型ともいえる産業形態が芽生えたのは1960年代のことである。アメリカはこの領域の先進国で、日本は常にアメリカのファッションビジネスを手本にしてきたといえよう。また、60年代以降出版されたアメリカのファッションビジネス教育関連の書物も、日本のファッションビジネス教育に多大の影響を与え、FB 検定のテキストもこの恩恵に与っている。宝塚造形芸術大学の菅原正博氏は、アメリカ専門学校（大学）レベルでのファッションビ

アメリカのファッションビジネス文献と FB 検定級との相関性

	文献名、発行年度、(FB 検定対応級)
60 年代	1. アパレル製造分析 1961 (1 級) 2. リテール・バイイング・マネジメント 1963 (2 級) 3. ファッション広告 & プロモーション 1965, 1985 (2 級) 4. ファッションビジネスの世界 1965, 1981 (3 級対応)
70 年代	5. ファッション・マーチャンダイジング 1971 (3 級) 6. ファッション・ディレクター 1972, 1983 (2 級) 7. ファッション・バイイング & マーチャンダイジング 1976 (2 級対応) 8. マーチャンダイズ・バイイング 1977, 1993 (2 級対応) 9. バイヤーズ・マニュアル 1979 (1 級)
80 年代	10. 現代ファッション・マーケティング 1980 (3 級) 11. ファッション：コンセプトから消費者へ 1982, 1987 (3 級) 12. ファッション・デザイン 1984 (2 級) 13. ファッション予測 1987 (2 級) 14. クリエーティブ・ファッション・プレゼンテーション 1987 (1 級) 15. テキスタイルマーケティング：原糸からリテールまで 1989 (1 級)
90 年代	16. ファッション流通企業論 1993 (3 級) 17. ファッション・マーチャンダイジング入門 1994 (3 級) 18. ファッション・アパレル & アクセサリー 1994 (3 級) 19. ワードローブ戦略の体系 1996 (3 級)

ネス教育の特徴について、これまでの出版物と FB 検定級との関係を次のような表にまとめている。⁶⁾

アメリカでは、軍服や作業服の生産で既製服産業が早くから注目されていたが、具体的にファッション産業として認知され始めたのは1950年代から60年代のことである。

61 年の「アパレル製造分析」では、アパレル・エンジニアリングと生産管理についての分析がなされたが、65 年には「ファッション・ビジネスの世界」が出版され、ファッションビジネス教育の体系化の先駆けとなった。その他、「ファッション広告 & プロモーション」、「リテール・バイイング・マネジメント」に見られるように、バイイングやプロモーションについての各論的なファッションビジネス論も画期的であった。70 年代の出版物からは、バイヤー教育へのさらなる強化が見られる。そして 80 年代の出版文献には、高校レベルの基礎教育分野への広がりと、高次元の専門実務領域への進展と 2 極化した傾向が見られる。なお、最も体系化が難しいとされているクリエイティブ分野でも、「ファッション・デザイン」の文献が出版され、アメリカのファッションビジネス教育の層の厚さを伺わせる。90 年代には「ファッション流通企業論」が出版され、アメリカにおけるファッションビジネスの中核をなす流通企業論が確立された。最新版の「ワードローブ戦略の体系」は、家政学系の流れをくむファッションビジネス論である。

以上のように、ファッションビジネス先進国アメリカでは、先進的な出版物だけではなく、ニューヨーク FIT (ファッション工科大学) に代表されるような極めて産業志向の強い教育も実践されている。宝塚芸術造形大学では、大学院修士レベルとして、この検定の 1 級レベルの体系化を図っている。⁷⁾

4. アパレル人材育成産学協議会の活動

産学協同でアパレル分野の人材育成を目指す「アパレル人材育成産学協議会」は、繊維ファッション産業と服飾系専門学校などの学校教育機関が、人材育成について互いに協同する場として、92 年 11 月に通産省の支援によって設置された。(事務局＝繊維産業構造改善事業協会)

同協議会は、アパレルを中心とする 16 の産業団体と 2 つの教育団体が構成されており、⁸⁾ これまでの 4 年間で初期的な事業プランの実現を達成してきた。⁹⁾

その「実行事業」の一環が『産学で人材を確保し活

用する』事業であり、FB検定、パターンメイキング検定もこの中に含まれる。(社)日本衣料管理協会による「テキスタイルアドバイザー資格認定」も同種の事業である。また、新たにファッション販売分野の検定にも着手する予定であり、既存の販売士の検定(日本商工会議所、全国商工会連合会)とのすみわけを考慮しながら、97年度中に基本線を出すもようである。

「実行事業」の2番目『産学で若者をひきつける』事業としては、高校生など若者のファッション産業への関心を高めるため、ファッション産業教育ビデオ教材の開発も行われた。これには、アパレル編、テキスタイル編、リテール編があり、最近重視されつつある家庭科教育をにらみ、ファッション教育を支援するために提供される予定である。

『産学で人材を育成する』事業としては、学生の産業体験(短期、見学実習)、教員の産業研修(セミナー)、学生教材の開発や、学校側からの産業支援として、「衣料品使用実態調査」が行われた。

『産学が交流する』事業としては、産学交流会議の開催、産学広報誌の発行、産学海外調査の実施、産学の輪の拡大として、川上産業、大学、学校などをリンクさせる方法が検討された。

さらに実行準備事業として、学生の長期産業体験、若手教員の産業現場研修、産業教材提供システム、産業の実務者講師の派遣システム、産業人の資格認定システム等についても検討がなされた。

以上のような実質上学校サイドの取り組みは、国際化に対応して、人材育成や産学協力は今後ますます重要になるとの認識からさらに強化されていく予定である。それでは、産業側の認識は如何なるものであろうか。

5. 人材育成における産学の認識の違い

平成9年1月18日に大阪文化服装学院で開催されたファッションビジネス教育カリキュラム研究会(ファッションビジネス学会主催)では、「学校教育に企業が求める声」というテーマでパネルディスカッションが行われた。

パネラーとして出席した企業は、オンワード樫山、クレヨン、ジャヴァグループ・ロートレアモン、ライカ、ワコールの5社である。5社の発言に共通しているのは、極論すれば、服飾系の学校教育や、その教育内容に価値を認めていないことである。

例えばオンワードでは、総合職は全て4年制大学の

服飾とは直接関係のない学部から採用している。入社後の研修は、東京で3年、専門知識とリーダーになる部下指導能力を琢磨される。

販売職の研修も1年間、ロールプレイング形式で行われる。レディスとメンズ、その他の3つのグループに別れ、グループごとに3~4人のインストラクターがつき、現場の話をしながら、アプローチからフィニッシュまでのプロセスを習得させる。部屋には売場やフィッティングルームも完備されており、その後も2年間、定期的に研修が追加され、段階を追ってキャリアアップさせるよう教育がなされる。

企業側が服飾系の学校の弱点とみるのは、「専門にこだわるあまり全体が見えなくなる」「全体へのアプローチが弱い」ことである。むしろ専門にこだわらない「土壌の広さ」を要望している。パタンナー等の技術職についても「服が好きで、いろいろな角度からものをみる、幅のある人間でないと良いパターンができない」との発言もあった。つまり、物事の大局を見る能力の方が、服飾に関する専門知識より重視されているということらしい。

結局、企業が私達ファッションビジネス学会加入校に要望したのは、販売職への興味づけをして欲しいということに絞られていた。つまり、「販売に夢を持つような授業カリキュラム」の展開である。

このような発言の背景には、企業自身が、産学協同の人材育成を手がけている背景がある。学校側が主導するアパレル人材育成産学協議会が望む産学協同の教育が、既にIFI(財団法人ファッション産業人材育成機構)によってスタートしている。

IFIは、「実学」によるファッション産業の人材育成を目的に、業界各段階の企業400社の出捐金によって、92年に設立された。98年の「IFIビジネス・スクール」正式開校に向けて、業界が真に求める人材を業界人の手で育成しようと、事前講座を実験的プログラムとして実施中である。

開校時には、プロフェッショナル・コース(夜間の講座別コース)とマネジメント・コース(昼間の数ヶ月コース)、若手向けの全日制1~2年のマスター・コースが設置される。IFIの基本理念については次の通りである。¹⁰⁾

IFI の基本理念

1. 新しいファッション産業界を担う人材の育成
2. 創造力と問題解決能力のあるリーダーの育成
3. 産業の諸分野を理解する視野と資質を持つ人材の育成
4. 世界的な視点に立つ国際人の育成
5. 実学の精神による体系的な実践的教育
6. 自己啓発重視の教育システムの開発とそれによる指導
7. 産業人自らが、情熱を持って人材育成にあたる
8. 当産業のリーダーを志す人全てに開かれた教育

この基本理念8項目からも、当講座が非常にレベルの高いエリート教育であることがわかる。実際、96年11月に、2週間にわたって行われた第4回「グローバル時代のトータル・マーチャンダイジングプロダクト編」の受講者も、業界の代表的企業からの事業部長クラスを含んでいた。講師陣も、具体的な企業事例を示す必要があれば、各企業のトップを招くという贅沢さである。このような企業サイド完結型の教育姿勢に、学校サイドの働きかけが効力を発揮しにくい一面は否定できないであろう。

6. ファッションビジネス能力検定の社会的評価と産学協同教育の新しい試み

織研新聞社が96年度に行った全国の主要ファッション系専門学校50校へのアンケート調査によると(96年6月26日付)、ファッションビジネス能力検定の社会的評価について、「アパレルを中心とするファッション業界の認知度が低く、せっかく試験に合格しても就職や賃金アップなどに結びつかず、具体的な効果が見えてこない」という結果が出た。¹¹⁾

さらに「ここ数年、就職セミナーは4大生中心の感があり(技術職以外)、専門教育を目的に学んでいる学生に少しでも間口を広げてもらいたい」、「産学協同がいわれて久しいが、ファッション系専門学校に対する就職への理解こそ産学協同の大きな実践ではないか」との要望も見られ、企業側の「冷たさ」がここでも実感される。¹²⁾

けれども、あと数年の期間を必要としても、1級試験の完成と実績から、FB検定が文部省認定試験となる見込みはあり、そうなれば通産省・労働省も含めて社会人教育の一環として、ファッション業界との取り組み

が活発化し、より良い方向に向かうのではないかと検定関係者は見ている。¹³⁾

現状としては企業の理解が十分とはいえない状況であるが、それでも産学協同の新しい教育が、96年4月、上田安子服飾専門学校で始まった。¹⁴⁾同校で新設された「ニッターズ・デザイナーコース(ニットカレッジ 泉大津)」がそれである。同コースは大阪・泉州ニット産地の活性化を目的に、産地の誘致運動として大阪繊維リソースセンターと連動して設立された。

午前中は上田安子服飾専門学校での授業(座学)、午後には大阪繊維リソースセンターでの実習(実学)が行われる。講師陣は上田安子服飾専門学校の教員に加え、デザイナーや島精機製作所などから派遣されており、1年で終了のコースと6ヶ月で終了のコースと2種類ある。学校と企業、行政が一体となって人材育成を図る教育が、産地の窮状を救う手だてとなる点が注目に値する。

7. FB検定への本学での取り組み

本学でのこれまでの被服教育は、主として家政系の洋裁技術教育が中心に行われており、個別製作・家庭洋裁への需要に支えられて、多くの卒業生を送り出してきた。製作を通して培われた技術や審美眼は彼らの貴重な財産となったに違いない。

このような伝統的な教育期間を経て、本学のファッションコースは平成8年度に設立された。時代は既にアパレル中心の衣生活に転じており、本学のファッションコースの学生も、いわゆる洋裁を学ぶためではなく、アパレル業界へ就職のための職業教育を望む者が多数を占めるようになった。

このような状況下、同年に完成したDCL教室は、工業生産に不可欠のファッションCAD演習(パターンメイキング)やCG演習(アパレルデザイン)を可能とし、本学ファッションコースのアパレル企画・生産主導の方向性をより明確にした。

さらに同コースではファッションアドバイザーの養成にも力を入れており、80年代以降、多くの専門学校で設置された「スタイリスト科」「ファッション・コーディネート科」での教育内容を専門教育の一環に据えている。

90年代以降、専門学校では、クリエイティブ教育を主体とした「ファッション・デザイン・コース」、技術教育を主体とした「パターン・メイキング・コース」、ファッション販売教育を主体とした「ファッション・ビ

ジネス・コース」の3本立てのコースが確立されてきたが、¹⁵⁾ 本学ではセミナーや造形実習を選択制にすることで一挙にこの歩みと出揃った感がある。

顧みれば、FB 検定は、93年の3級開始当時よりいつも時代のファッションビジネス教育を啓蒙する内容を備えていた。本学での FB 検定への取り組みは、本学ファッション・コースでファッションビジネス教育が行われていることの証ともいえる。

『ファッションデザイン』の授業では、ターゲットを想定して企画デザインし、『ファッションコーディネート』の授業では、クラスター(群)にふさわしいシーズン別、オケージョン別の提案をする。「ターゲット」や「コンセプト」「クラスター」等の概念は、ファッションビジネスに不可欠の基礎知識であり、FB 検定も3級でこの内容を扱っている。ファッションビジネス教育を目的とした本学ファッションコースの講義・実習は、FB 検定への取り組みによって、さらに理解度が深まるものと思われる。

およそファッションビジネスとは、時宜を得たファッションを提供し、そのことで個々の消費者が思い描くライフスタイルを実現させ、心豊かなファッションライフをサポートするビジネスである。本学ファッションコースの学生たちが、今後ファッションビジネスの学習を通して、アパレル業界をより身近に感じ、自己実現のための、より前向きな姿勢を得てくれることを望みたい。

現状では企業の服飾系の学校に対する期待度は高いとはいえないが、FB 検定の高い内容充実度と完成度から、この検定に取り組むことによって、ファッションビジネスの概要を把握し、将来への確実な手がかりを得てくれることと思う。

加えて、ガイドブックは文書量が多く、これを読み、問題を解きながら知識を蓄える受験勉強は、結果的に本人の能力を高め、就職後も多くの情報資料に対処で

きる素地を作るに違いない。

註及び引用文献

- 1) (財) 日本ファッション教育振興協会発表(平成9年3月、筆者の問い合わせへの返信文書による)
- 2) 同上
- 3) (財) 日本ファッション教育振興協会編『ファッションビジネス能力検定試験実施要項』p.14. 1996.
- 4) (財) 日本ファッション教育振興協会編、前掲書、p.3.
- 5) (財) 日本ファッション教育振興協会編『ファッションビジネス戦略』p.4. 1996.
- 6) 菅原正博「ファッション・ビジネス・カリキュラム分科会研究報告」『ファッションビジネス vol.3』ファッションビジネス学会 p.38. 1996.
- 7) 菅原正博、前掲書、p.44.
- 8) アパレル人材育成協議会
全日本紳士服組合連合会 全日本婦人子供服工業組合連合会
(社)日本アパレル産業協会 (財)日本ファッション協会
日本百貨店協会 日本ニット中央卸商業組合連合会
(社)日本衣料縫製品協会 (財)ファッション産業人材育成機構
(社)日本専門店協会 日本ニット工業組合連合会
(社)日本ボディファッション協会 日本繊維中央卸商業組合連合会
日本アパレルソーイング工業組合連合会 (社)日本衣料管理協会
日本チェーンストア協会 繊維産業構造改善事業協会
(社)トータルファッション協会 (財)日本ファッション教育振興協会
- 9) 織研新聞 1997. 1月24日7面「初期段階を終えたアパレル人材育成産業協議会」
- 10) 織研新聞 1996. 12月3日12面「IFI ビジネス・スクールの実学」
- 11)～13) 織研新聞 1996. 6月26日10面「検定制度認知度アップめざす」
- 14) 織研新聞 1996. 5月27日7面「産学協同の新しい試み」
- 15) 菅原正博、前掲書、p.36.

Summary

The purpose of this paper is to examine its contents of the licence examination on Fashion Buisness Ability, and to make use of a guide to adopt a new method in our course. This licence examination is superior by reason of its valuable conntents systematized expert knowledges. Its social estimation will rises in posision, as the form, the co-operation of industries and schools to educate talents, is settled up.