

アパレル企画～マーチャンダイジング： 概要

職務遂行のための基準

（概要）

企業の事業戦略を踏まえ、マーケティング戦略に基づいて担当ブランドの商品企画・開発から生産計画、予算計画、営業推進まで、関連する他職種の実務の中核を担う総合的な仕事。

仕事の内容

担当ブランドについてコンセプトを固め、それに沿った商品展開の戦略を立案する。市場調査、トレンド調査等をもとに商品構成、コスト・上代・数量を設定し、素材の手配から工場選定、納品管理、展示会の実施、販売計画・販促計画まで、担当商品のトータルな売上・利益責任を負う。マーチャンダイジングの職務担当範囲は、企業によって異なり、店舗管理や営業職務担当者が担っている場合もある。

そこで、本基準では、マーチャンダイジングの職務範囲を大きく 1:商品企画、2:生産計画立案、3:販売促進、4:店舗管理とした上で、「商品企画・生産計画立案・販売促進」に係るものとして整理した。なお、店舗における顧客政策や計数管理等は企業によってばらつきが大きい部分であり、マーチャンダイザーの職務範囲となっている企業もあるが、ここでは「店舗管理」の仕事として位置づけ、販売促進については「マーチャンダイジング」、「店舗管理」双方に共通した職務として整理した。

求められる経験・能力

- （１） デザイナーや営業、生産管理等様々な関係職務と連携しながら業務をすすめていくため、コミュニケーション力が求められる。
- （２） ブランドの売り上げ責任を負うため、コスト、上代設定、利益管理面での計数管理の能力が求められる。
- （３） 企業の業務内容、仕事の流れを熟知していることがマーチャンダイジングには必要であり、マーチャンダイジングにかかわる以前に生産管理や営業、販売等、他職種の仕事に従事していた場合、そこでの知識、経験が活かされる。
- （４） 販売・プロモーションの方針、計画策定、顧客情報分析を行うため、マーケティングに関する知識・理解が求められる。またVMDに関する知識・技能が求められる。

（関連する資格・検定等）

- ・ ビジネスキャリア制度修了認定試験（営業・マーケティング）（初級、中級）
- ・ ファッションビジネス能力検定（１級、２級、３級）