

# アパレル企画～マーチャンダイジング： 生産計画の立案

## 職務遂行のための基準

### （生産数量の設定）

- 営業、生産管理等関連部門と協議しながら、販売・プロモーション方針に基づき、アイテム・色・サイズ別にSKU（Stock Keeping Unit）構成を立案している。
- 展示会受注型ブランドの場合は、展示会の受注結果を踏まえ、生産数量や納期を的確に修正している。
- SPAブランドの場合は、カラー数、サイズ数、回転数、店舗数を考慮して、店頭展開計画に基づいた数量を設定し、必要最低生産ロット数を満たすよう設定している。

### サンプル検討

- 試作サンプルに基づき、デザイナーとともにパターンの検討を行い、必要に応じてパターンメーカーに修正指示を出している。
- 試作サンプルをデザイン、生産コスト、販売計画など多様な角度から総合的にチェックし、ブランドコンセプトやシーズンテーマとの整合性を確認している。

### （原価の把握と上代の決定）

- シーズン商品構成、月別ゾーニング・商品構成で設定されたプライスゾーンに沿って、原価を把握するために各品番の原価表を作成している。
- ブランドやアイテムによる上代率の違いを念頭に、販売・プロモーション方針と調整しながら、原価に基づき、上代を決定している。

### （生産計画の設計運用）

- 社内外の関連部署と十分なコミュニケーションをとりながら、ブランドのマーチャンダイジング計画に連動した生産計画の設計・運用を行っている。
- 生産計画の設計運用にあたっては、常に市場変化を踏まえ、機敏に生産数量、納期などの情報を変化させて対応している。

### （必要な知識）

1. マーケティング、ビジネスに関する知識 ・ ブランドポジショニングマップ作成方法 ・ 各種マップ作成方法 ・ マーケティング戦略理論 ・ アイテム企画マップ、テキスタイルマップ作成方法 ・ アパレル産業・服飾雑貨産業・小売業の構造 ・ プロモーション関連知識 ・ 商品価格設定方法 ・ ブランド予算計画立案 ・ PL関連知識
2. IT関連の知識 ・ POSシステム関連知識 ・ 生産管理システム知識 ・ CADに関する知識
3. プロダクトに関する知識 ・ 製造工程に関する知識 ・ サイズの基礎知識