

心斎橋オーパにおける 販売研修からみえた課題と今後の展望

白坂 文

本学と心斎橋オーパは、2021年2月にポップアップショップを実施した頃より産学連携の取り組みを続けている。2021年度からは、メンズパールアクセサリを他に先がけ考案したり、アコヤ真珠の取り出し体験から得たエシカルパールを素材とするなど、ジェンダーレスや環境問題に焦点を当てたアクセサリや小物をデザイン・制作して販売してきた。

そのような中、本学は2025年度より本コース名をショップスタイリストコースに変更したことから、より「販売」に重きを置いた産学連携の取り組みをオーパに於いて試みた。第一部の販売研修では主に販売の心得についての講義、第二部では学生がオーパ内のブランドで販売実践を行うという二部構成の販売研修を実施することができ、学生の満足度や就職に対するモチベーションの向上に繋がった。

キーワード：心斎橋オーパ、ポップアップショップ、産学連携、ショップスタイリストコース、販売研修、販売実践

1. はじめに

本学と心斎橋オーパは（以下、オーパ）2021年2月より産学連携の取り組みを続けている。初年度は三重県志摩市の特産品であるアコヤ真珠を使用し、本学キャリア創造学科ファッションデザインコース2年生がアクセサリや小物をデザイン・制作し、ポップアップショップにて販売した。

それ以降もオーパでは年に1度ポップアップショップを開催するなど良好な関係を続けてきたが、オーパは2026年1月12日をもって営業を終了する⁽¹⁾。

オーパは、1994年に本館、1998年にきれい館をオープンし、以来、30年間に渡り営業を続けてきた。朝日新聞デジタルによると、オーパは一時期、大阪・ミナミのファッションの拠点として存在感を示したが、若者の消費行動の変化もあり、近年は売上げが低迷していた⁽²⁾。

閉店のニュースに「えー！残念」「心斎橋の待ち合わせ場所が！」「つら><アメ村どうなんの」「10代の頃は『オーパ前集合ね』っていう場所だったのに。悲しい」「ギャル服買いに行ったね」「昔、ハンジローって巨大な古着屋があってよく行ったな…」「地下のフードコート便利やったのに」など惜しむ声が多く、Xでは「心斎橋オーパ」がトレンド入りするなど反響も多く集まっている⁽³⁾。

今年度でオーパが閉館となるため、本コースとの産学連携も最後となる。今年度より本コースはファッションデザインコースからショップスタイリストコースに名称変更したこともあり、「販売」に重きを置く学びが増えた。以前のオーパでの産学連携イベントでは学生がデザイン・制作したアクセサリや小物の販売であったが、今年度は現在の学びに直結する販売研修を実施することとした。本稿では2025年10月27日（月）にオーパ

で実施した販売研修の様子を報告する。

2. 心齋橋オーパとの産学連携イベント

以下は、2020年度から2023年度までファッションデザインコースとオーパが産学連携にて実施してきたポップアップショップについてまとめたものである（表1）。

三重県志摩市と本学は2019年4月に包括連携協定を締結した⁽⁴⁾。2020年度から2023年度には志摩市の特産物であるアコヤ真珠を使用し、男性向けのパールアクセサリを他に先がけ考案したり、学生のアコヤ真珠の取り出し体験から得たエシカルパールを使用し、ジェンダーレスや環境問題に焦点を当て

たアクセサリや小物をデザイン・制作して販売してきた。

3. 販売研修に向けての先行調査

オーパは大阪のメインストリートである御堂筋に面し、大阪メトロ心齋橋駅直結の都市型商業施設である。オーパ周辺には高級ブランドショップや大丸心齋橋店、心齋橋パルコといったオーパと同種の都市型商業施設がある。また、古着やストリートファッションを取り扱うアメリカ村もオーパ周辺にあり、幅広いテイストのファッションを楽しめる心齋橋の中心に位置している。

大阪はキタ（梅田周辺）とミナミ（難波・心齋橋周辺）で人々の購買行動やファッションの特徴が異なると表現される⁽⁵⁾⁽⁶⁾。そこで販売研修を行う前に、オーパに入館しているブランドの特徴や客層の特徴をオーパのホームページ⁽⁷⁾やインスタグラム⁽⁸⁾等で事前に調査した。その中で学生自身が興味のあるブランドと、オーパの販売実践研修受け入れブランドとのマッチングを行った。

販売実践研修での学生受け入れブランドは「A」、「G」、「T/K」、「H」、「M」の5ブランドである。ブランドの特徴はオーパのホーム

表 1. 心齋橋オーパとの産学連携イベント

実施日	2021/2/13	2022/2/12・13
ポスター		
内容	三重県志摩市のおこや真珠を使用したパールアクセサリ	三重県志摩市のおこや真珠を使用したメンズパールアクセサリ
実施日	2023/1/28	2024/2/10
ポスター		
内容	毛糸・ファー・ボア・チャンキーニットを使用したバッグや小物	三重県志摩市のおこや真珠から取り出し体験したエシカルパールを使ったアクセサリ

表 2. 受け入れブランドの特徴

ブランド	系統	中心客層	中心価格帯
A	ジーニングカジュアル	20代後半～40代前半の幅広い層	トップス：2,000円～5,000円前後 ボトムス：3,000円～8,000円前後
G	ストリートカジュアル セクシーカジュアル	10代後半～20代後半の若い層	トップス：5,000円～8,000円前後 ボトムス：3,000円～8,000円前後
T/K	古着／ヴィンテージ／アンティーク	10代～70代の幅広い層	古着：数百円～4,000円程度 ヴィンテージ・アンティーク：数万円台程度
H	ローリータ・ガーリーファッション	10代後半～30代の比較的若い層	ワンピース・ドレス：30,000円～40,000円程度 帽子・頭飾り：6,000円～12,000円程度
M	グランジ・ストリート都会的カジュアル	20代前半～30代の若い層	Tシャツ・カットソー：10,000円台後半～30,000円台程度 アウター・ジャケット：50,000円～100,000円台

ページや各ブランド公式ホームページより抜粋した(表2)。

4. 心斎橋オーバでの販売研修

表3は10月27日(月)に実施した販売研修のスケジュールである。また、販売研修の様子を写真1～5にまとめた。

今回オーバで実施した販売研修の第一部ではオーバの歴史や商業施設、業態についてゼ

ネラルマネージャーS氏による講義、その後オーバに入館している5ブランドの店長による各ブランドの特徴や販売の心得についての講話を実施した。

第二部では、オーバの館内を学生が自由見学した後、学生が配属されるブランドに移動して店頭での販売実践を行い、その後再び集合して反省会を行った。

表3. 大阪夕陽丘学園ショップスタイリストコース1年 販売研修スケジュール

	時間	大阪夕陽丘学園短期大学	心斎橋OPA	参加時間	参加者	補足事項
第一部	13:30	大阪夕陽丘学園短期大学 到着 @きれい館B2 会議室				司会進行: 営業M氏
	13:40 13:55	オリエンテーション(～14:00) 心斎橋OPAとは、ショッピングモールについて	Sゼネラル・マネージャー			オリエンテーション(15分程度) 本日の流れ、館内ルール等説明
	14:00	店長講義 きれい館 地下2F 事務所にて実施	[G] (10分)	14:00-14:10	店長: Kさま	各店長さまの講話10分 学生との質疑応答含む
			[M] (10分)	14:10-14:20	店長: Mさま	
			[A] (10分)	14:20-14:30	店長: Oさま	
			[T/K] (10分)	14:30-14:40	店長: Iさま	
	14:50		[H] (10分)	14:40-14:50	店長: Sさま	
第二部	15:00	館内視察 自由見学				
	15:25					
	15:30	1F オーバカウンター前に集合				点呼後、各ブランドへ移動
	15:30	店頭販売研修(職場体験) 15:30～16:30	[G]	15:30-16:30	I.Y, M.M, M.S	各ブランドでの販売実践研修は1時間
			[M]		M.U, Y.R	
			[A]		O.A, M.R	
			[T/K]		O.S, K.R	
16:30		[H]		U.H, T.H, M.H		
16:40	反省会 @きれい館B2 会議室					※販売研修振り返り(オーバ(事務所より)) ※各ブランドへ、アンケートを配布、回収。 (学生の働きぶりを講評)
17:20	解散					



写真1. 第一部: GMの講義



写真2. 第一部: 店長の講話後の質疑応答



写真3. 第二部：T/Kでの研修



写真4. 第二部：Aでの研修



写真5. 第二部：Hでの研修

5. ブランドから各学生への評価と考察

販売研修にて学生受け入れの5ブランドに、各学生の働きぶりの評価について以下のアンケートによる回答を依頼した(表4)。

質問項目は、「1. 元気な挨拶」、「2. 気持ちの良い返事」、「3. お客様へのお声がけ」、「4. 商品の丁寧な取り扱い」、「5. 接客の柔軟性」、「6. 自主的な行動」、「7. 私語を慎む」の7項目で、この質問項目に対して、「大変悪い=1」、「悪い=2」、「どちらでもない=3」、「良い=4」、「大変良い=5」とポイント化した。良い働きぶりであるほど獲得ポイントが高く、販売研修で優秀であるとの仮説を立てた。

後日、授業の中で販売研修の振り返りを行

い、学生に聞き取りを行った結果、各ブランドでの販売実践において実施した内容は以下であった。

[A] ①店内の案内、②商品ディスプレイの紹介、③接客の方法、④お客様への挨拶、⑤商品の整理整頓

[G] ①店内の案内、②商品ディスプレイの紹介、③接客の方法、④お客様への挨拶、⑤商品の整理整頓

[H] ①店内の案内、②商品ディスプレイ、紹介、③接客の方法、④お客様への挨拶、⑤お客様へのお声がけ、⑥各自ボディーのコーディネート

[M] ①店内の案内、②商品ディスプレイの紹介、③接客の方法、④お客様への挨拶、⑤商品の整理整頓

[T/K] ①店内の案内、②商品ディスプレイの紹介、③接客の方法、④各自ボディーのコーディネート対決

全ブランドとも、①店内の案内、②商品ディスプレイの紹介、③接客の方法については学生に指導している。[A]、[G]、[M]の店舗研修の内容は概ね同様で、これらのブランドは接客方法を重視した指導であることが分かる。

「H」は学生一人ひとりに「冬」をテーマ

表4. 販売研修のアンケート

	1	2	3	4	5
1.元気な挨拶	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
2.気持ちの良い返事	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
3.お客様へのお声がけ	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
4.商品の丁寧な取り扱い	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
5.接客の柔軟性	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
6.自主的な行動	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い
7.私語を慎む	大変悪い	悪い	どちらでもない	良い	大変良い

にトルソーを使用したコーディネートを見せており、「T/K」も同様、学生にテーマを与え、トルソーに学生の感性・センスをコーディネートさせ、店長が採点して良いと思われる方を店頭に表示することとしていた。

〔H〕、〔T/K〕に関しては、接客方法を重視した指導というよりは、店内のディスプレイを学生の感性・センスで完成させるというクリエイティブ面を伸び伸び発揮させることに重きを置いた指導を行っている。

このように、各ブランドによって接客指導の方法や学生に与える仕事内容に相違がある。それに加え、学生の働きぶりについて何を重要視しているかも異なっている。よって

表 5. 学生の獲得ポイント数

ブランド	学生氏名	総ポイント数
A	O.A	26
A	M.R	26
G	I.Y	28
G	M.M	28
G	M.S	28
H	U.H	32
H	T.H	29
H	M.H	32
M	M.U	24
M	Y.R	24
T/K	O.S	25
T/K	K.R	25

表 6. 販売研修のアンケート結果

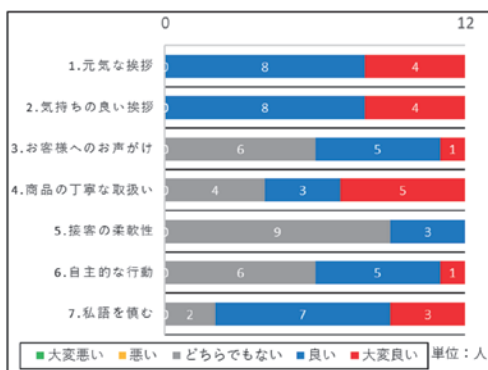


表5の各ブランドからの評価による学生の獲得ポイント数については、当初は高ポイントを獲得した学生が総体的に販売実践で優秀であるという仮説を立てていたが、ブランドからの学生評価は必ずしも公平ではないと言える。

表6は5ブランドに各学生の働きぶりについて評価を依頼したアンケートの単純集計である。全ての設問で「大変悪い」、「悪い」の評価はない。本コースの学生の殆どがアパレルブランドでの接客は初めてだったが、大方の学生は接客のアルバイトを行っており、挨拶や返事は日常からよく出来ている印象を受ける。このようなアルバイト経験が販売実践でも発揮できたと言える。

「3. お客様へのお声がけ」や「5. 接客の柔軟性」、「6. 自主的な行動」に関しては「どちらでもない」との評価が多い。1時間という短時間での販売実践は、学生がブランドの雰囲気にも接客という仕事にも慣れていない。「3. お客様への声掛け」や「5. 接客の柔軟性」、「6. 自主的な行動」は、接客の基本を十分にマスターし、その上でその時々にならなければならないかを自身で発想できなければこのような行動に移せない。アパレルブランドでの接客経験がほぼ無い学生にはなかなか難しいミッションであったと考える。

また、前述したように〔H〕、〔T/K〕では店内のディスプレイを完成させることに重きを置いた指導を行っているため、「3. お客様への声掛け」、「5. 接客の柔軟性」、「6. 自主的な行動」の項目は学生の評価に繋がっていない可能性があるのではないかと推測する。

6. 学生の感想

表7は、学生が振り返りの際に書いた販売研修の自筆の感想である（表7）。配属ブランドによって接客指導の方法や学生に実践させた仕事内容が異なっていたが、全ての学生は販売実践の内容に満足しており、達成感も

表7. 販売研修の感想 (学生自筆)

<p>以前、OPAs研修の件でお話しになりました。研修を受けて、お話し最中、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>
<p>この度は、大変お話しありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>
<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>	<p>心算帳OPAs 様 先日はOPAs研修ありがとうございました。お話ししたことで、丁寧な指導のおかげで体験させてもらい、知識もかなり身につきました。特に店長の研修は楽しくて店長に2日間も来てもらって、お客様から、研修を受けて、心も高まった感じがして、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。また、お話ししたことで、お客様に楽しんでもらうことができたと思います。</p>

得られていた。表7をもとに各ブランドの学生の感想を要約する。

[A]に配属された学生が店頭に立つ際に気をつけることをスタッフに尋ねたところ、「前日には着用する服を決め、スタッフ同士で被らないよう情報を共有しているということを知った。」「販売スタッフは歩く広告塔なので、スタッフ全員が異なる服装をすることで、幅広い種類の服をお客様にアピールしていると思った。」と書いている。学生は販売スタッフの細やかな心配りに気づくことがで

きている。

また、[A]には来店客に外国人観光客も多く、「スタッフの皆さんは文法を気にせず、分かる単語を繋げて積極的に英語で会話していて驚いた。」「私も外国人の方に日本語ではあるが笑顔で「ありがとうございます」と声掛けをする笑顔が返ってきて感激した。」と感想を書いている。接客は考えすぎず、先ずやってみるものの重要性を感じている。

また[A]ではお客様への声掛けは“自然に声のトーンを落として”しており、「接

客は元気に大きな声でするブランドだけではないことを知りました。私も落ち着いた接客をされる方が落ち着くと思いました。」と様々な接客方法があることを理解することができた。

[G] に配属された学生たちは店舗にある商品のサイズ感を学ぶ一環として、店頭の商品を試着させて頂いた。その際、「スタッフの方がすぐに私に合うサイズのアイテムを持って来て下さり驚いた。サイズを見抜く方法が的確だった。」「次々と提案されるコーディネートの変遷の豊富さと、その速さに驚いた。」という意見を書いており、「試着室から出る際に、試着した服に合わせた履物を素早くコーディネートして持って来て下さった。」と、スタッフのきめ細やかな心遣いに感動していた。

また、学生の就職活動についても自身の経験を交え様々なアドバイスを下さったとのことで、接客技術だけではなくスタッフの方々の暖かい人間性にも触れることができたことが収穫と感じていた。

[H] に配属された学生はお客様へのお声かけの方法を一通り教わった後、「冬」をテーマにトルソーを使い、コーディネートを読むことを任された。「私は普段からゴスロリ系のファッションを着ることがないので、スタッフの方々にアドバイスを頂きながらコーディネートを読むことができました。」「ワンピースだけでなくボンネット、アクセサリー、タイツ、靴などの小物までトータルにコーディネートする、手抜きのない細かなコーディネート力を見せて頂くことができました。」と感想を述べている。

また店長という仕事の大変さや遣り甲斐についてのお話を聞き、学生たちは自身の就職活動について更に考えるきっかけになったようである。

[M] に配属された学生は、普段自分たちが購入する洋服より高額な価格帯の商品を取

り扱っているブランドであるため憧れを持っており、販売実践では緊張していたようだが、スタッフの方々の気さくな接し方に緊張の糸も解けていったようである。

「来店時の声掛けは[M]では“いらっしゃいませ”ではなく、“おはようございます”や“こんにちは”を使うことを心がけていると聞き、驚きました。またこの“家”に帰って来た気持ちになれるようにという意味が込められているそうです。」と新たな発見と驚きを書いている。「高価な価格帯の商品が多い[M]なので、接客は形式ばった感じかなと緊張していましたが、明るくカジュアルにお客様にお声がけしたり、接客を行っていることに驚きました。」と“接客”はお客様のためのものという認識が自分自身も楽しむものだという認識が変わったという感想を持っている。

[T/K] に配属された学生は、「店内のVMDを詳細に説明して頂いた時、価格帯別、男女別、系統別、というように来店客が分かりやすく買い回りしやすいレイアウトが考えられていることを知った。」「高額のアイテムは高い位置に吊るすディスプレイをして、自然な雰囲気や防犯面にも配慮がされていることに驚いた。」「この膨大な数の商品と広い店内での接客はかなり難しく、基本的には接客はお客様から質問された際に行い、お客様に自由に買い回りを楽しんでもらうことを大切にしているということを知りました。」とVMDの奥深さとお客様に圧力をかけない接客方法に感銘を受けている。

その後、学生2人でトルソーのコーディネート対決をすることになったが、「時間内に店内の膨大な商品の中から自分の思うアイテムを見つけ出すのが難しかった。」「毎回来店頂くお客様に楽しんでもらいたいので頻繁にVMDを変えているスタッフさんのコーディネート力は凄い。」と感想を書いている。スタッフの目利き力と、商品採用の素早い判断力に感

動しており、この2人がコーディネートしたトルソーは実際に店頭で展示され、学生にとっても非常に有益な体験ができた。

7. 課題と今後の展望

今回学生を受け入れて下さった各ブランドで客への声掛けについての方針は、“元気な声で”というブランドもあれば、“声のトーンは抑え気味に”というブランドもあった。また、客が店内の商品を見ている際、「何かお探しですか？」等の声掛けをするブランドもあれば、可能な限り客に声掛けはせず、自由に商品を見てもらうことを重視しているブランドもあった。このように各ブランドとも接客の方法は多種多様である。

5ブランドそれぞれで任された仕事内容が異なるため、全員が同じブランドで同じスタッフに評価されていないため公平な視点での評価を受けることができていないということになる。販売研修での評価を公平に受けるためには、本コースの学生全員を同じブランドで受け入れてもらい、学生の働きぶりを評価するブランドのスタッフを同一にすることが望ましい。しかしこれらは不可能に近い。

今回の販売研修は1日で完結し、販売実践研修については1時間と短時間であった。前述した通り、オーパは通常通りの営業であったため、学生の研修を長時間受け入れることはブランドにとっても売りに支障をきたす。

今後、販売研修を実施していくためには、学生の受け入れ可能な商業施設と綿密な協議を行うことが必要である。全学生を公平に評価することが必要であるため、販売実践研修で配属されるブランドを1ブランドに絞るのではなく、今回学生たちを受け入れて頂いたオーパの例を挙げるとすれば、5ブランドともに参加し評価を頂くことが適切であると考えられる。

オーパのブランド[A],[G],[H],[M],[T/

表8. 販売研修のローテーション案の一例

1週目		2週目		3週目		4週目		5週目	
ブランド	学生	ブランド	学生	ブランド	学生	ブランド	学生	ブランド	学生
[G]	LY M.M M.S	[M]	LY M.M M.S	[A]	LY M.M M.S	[T/K]	LY M.M M.S	[H]	LY M.M M.S
[M]	M.U Y.R	[A]	M.U Y.R	[T/K]	M.U Y.R	[H]	M.U Y.R	[G]	M.U Y.R
[A]	O.A M.R	[T/K]	O.A M.R	[H]	O.A M.R	[G]	O.A M.R	[M]	O.A M.R
[T/K]	O.S K.R	[H]	O.S K.R	[G]	O.S K.R	[M]	O.S K.R	[A]	O.S K.R
[H]	U.H T.H M.H	[G]	U.H T.H M.H	[M]	U.H T.H M.H	[A]	U.H T.H M.H	[T/K]	U.H T.H M.H

K]を例とすると、今後は表8のように5週に渡り研修期間を設け、1週間ずつ全ブランドを学生がローテーションするという販売研修の実施を提案する。しかし、通常の授業実施期間にこれだけの学外授業を実施することは不可能なため、産学連携のインターンシップを夏期及び春期に実施することを検討したい。

また、産学連携の取り組みとはいえ、今回の販売研修がオーパにとってもメリットになる点を明確にすることが重要である。ただでさえ営業中に学生を受け入れ、指導することはブランドにとっても大きな負担となることは容易に想像できる。

表9～11は学生を受け入れて下さったブランドの学生に対する評価であるが、表9のように全て「良い」と評価しているブランドもあれば、表10、表11のように5段階の評価だけでなく、スタッフより学生の働きに対してのコメントを頂いているものもある。配属ブランドによって、学生への評価にばらつきがあることも事実であることが分かる。しかしながら、学生を受け入れて頂き、販売研修を実施して頂けるのであれば、学生の評価については質問項目の回答を全て「良い」一択で回答することなく、より掘り下げて評価をして頂けるようお願いしていくことが必要であると実感している。

本学にとっては今回の販売研修を実施できたことは非常にメリットが多かったが、先方

表 9. ブランドからの評価

	1	2	3	4	5
1 元気な挨拶	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
2 気持ちの良い返事	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
3 お客様へのお声かけ	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
4 商品を丁寧に扱う	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
5接客の柔軟性	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
6 自主的な行動	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
7 私語を慎む	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い

表 10. ブランドからの評価

	1	2	3	4	5
1 元気な挨拶	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
2 気持ちの良い返事	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
3 お客様へのお声かけ	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
4 商品を丁寧に扱う	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
5接客の柔軟性	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
6 自主的な行動	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
7 私語を慎む	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い

2-7番、3-7番の研修を受けて、
 良い点でも評価が上がるように
 接客態度を向上させたいです。

表 11. ブランドからの評価

	1	2	3	4	5
1 元気な挨拶	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
2 気持ちの良い返事	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
3 お客様へのお声かけ	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
4 商品を丁寧に扱う	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
5接客の柔軟性	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
6 自主的な行動	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い
7 私語を慎む	大変良い	良い	どちらでもない	悪い	大変悪い

お客様の笑顔が
 最も嬉しいです。また、接客の
 態度を向上させたいです。

にも同様にメリットがあり、お互い相互利益がもたらされる産学連携となることが重要であると考えます。

謝辞

大変お忙しい時期であるにも関わらず、本コースの学生を販売研修に受け入れて下さいました、心斎橋オーパ様に感謝申し上げます。

また販売研修の第一部でご講義頂きましたゼネラルマネージャー様、販売の心得等をお聞かせ頂きました5ブランドの店長様、学生配属先で学生をご指導下さいました各ブランドのスタッフ様には深謝申し上げます。

文献

- (1) 心斎橋オーパ営業終了のお知らせ
<https://www.aeonmall.com/wp/wp-content/uploads/2025/01/f5a1990dea5c6078ed8949eb713f2f5e.pdf>
- (2) 心斎橋オーパ、来年1月に閉店 一時期は存在感、近年は売り上げ低迷
https://www.asahi.com/articles/AST1B3592T1BPLFA00GM.html?msoc_kid=38d634e57c9b65711cd33bf57d55645d
- (3) 「寂しい」と惜しむ声続々…心斎橋オーパ、30年の歴史に幕
<https://www.lmaga.jp/news/2025/01/874581/>
- (4) 三重県・志摩市と包括連携協定を締結しました！ 本学 HP
<https://www.oyg.ac.jp/js/2019/04/%e4%b8%89%e9%87%8d%e7%9c%8c%e3%83%bb%e5%bf%97%e6%91%a9%e5%b8%82%e3%81%a8%e5%8c%85%e6%8b%ac%e9%80%a3%e6%90%ba%e5%8d%94%e5%ae%9a%e3%82%92%e7%b7%a0%e7%b5%90%e3%81%97%e3%81%be%e3%81%97%e3%81%9f%ef%bc%81/>
- (5) 大阪キタ・ミナミー各エリアに生息する女子大学生の生態比較 SHIBUYA109 lab.
<https://shibuya109lab.jp/article/200617.html>
- (6) 大阪キタ・ミナミー各エリアに生息する女子大学生の生態比較② SHIBUYA109 lab.
<https://shibuya109lab.jp/article/200617.html>
- (7) 心斎橋オーパ HP
<https://www.opa-club.com/shinsaibashi>
- (8) 心斎橋オーパ Instagram
<https://www.instagram.com/reel/DHX3X0S634/?igsh=NDZzZHpxc2g3azl6>

Challenges Identified Through Sales Training at Shinsaibashi OPA and Future Prospects

Aya SHIRASAKA

Osaka Yuhigaokagakuen College

Abstract

Since around February 2021, when our university and Shinsaibashi OPA collaborated on a pop-up shop, we have continued to engage in industry-academia collaboration initiatives. Starting in the 2021 academic year, we have designed, produced, and sold accessories and small items that focus on gender neutrality and environmental issues. These include early concepts of men's pearl accessories as well as pieces made from ethical Akoya pearls obtained through pearl extraction workshops.

Starting in the 2025 academic year, our university renamed this program the "Shop Stylist Course," and, in line with this change, we undertook industry-academia collaboration initiatives at OPA with a stronger focus on sales.

The sales training was conducted in two parts. The first part consisted mainly of lectures on the fundamentals and mindset of retail sales, while in the second part, students engaged in hands-on sales training at various brands within OPA. This two-part program contributed to increased student satisfaction and enhanced their motivation toward future employment.

Keywords: Shinsaibashi OPA, pop-up shop, industry-academia collaboration initiatives,
Shop Stylist Course, sales training, hands-on sales practice