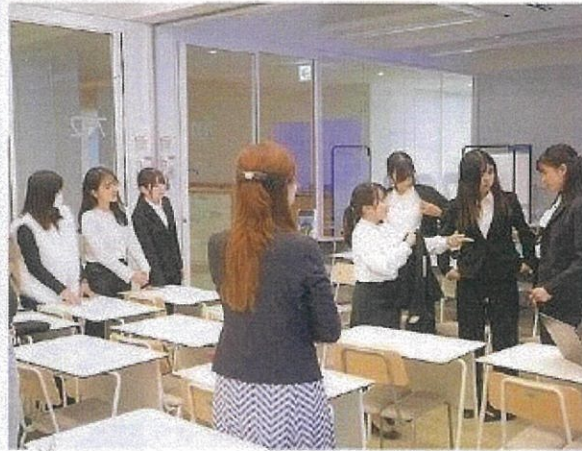


ケイミー、武庫川女子大学と産学連携

「就活服」の商品化を目指す

働く女性向けの服を販売するD to C（メーカー直販）ブランド「ケイミー」のケイミー（東京、毛見純子代表）は、武庫川女子大学（兵庫県西宮市）経営学部ゼミと産学連携に取り組んでいる。Z世代の女子学生の就職への関心と企業とのギャップを調査する「就活4・0プロジェクト」で、就職活動後も使える就活スーツの商品化も目指す。

（藤本祥子）



商品化に向けて議論するゼミ生

「企業と学生のギャップを埋めていきたい」。そう毛見代表が考え、始まったプロジェクトだ。ケイミーは、「挑戦する人を応援する」をブランドミッションに掲げ、ストレッチ素材のスーツやワンピースなどを販売している。

プロジェクトの一環として、女子学生の就職やキャリア課題、企業への認識などを明確にするため、アンケートを実施した。

同大学を通じて大学生や第2新卒者、採用に関わる社会人を対象に行った。アンケートには就職活動時の服装に関する内容も含まれ、その結果をもとにゼミ生とスーツ、パンプス、バッグの商品化を目指す。

昨年12月には商品化に向け、自社のス

ーツをゼミ生に着てもらい、議論する機会を設けた。「ボトムやジャケットは、ポケットにスマートフォンが入ることが重要」「裏地が自分の好きな色だと頑張ろうと思える」「低身長向けのものがあれば」などの意見があった。

1月上旬に試作品をもとに再度議論する機会を設け、3〜4月に商品を発表する予定だ。ゼミ生が一連の活動を動画にし、ティックトックで発信する。

今回連携している高橋ゼミは、マーケティングデザ



「就活4・0プロジェクト」のメンバー

インがテーマ。年に4、5社と産学連携に取り組んでいるという。ゼミ活動の様子や、Z世代について調査した「関西女子大生のリアル」などをSNSで積極的に発信している。