

「服選び」から始めるキャリア教育 ～EC子ども服ブランド「第11回キャリア教育アワード奨励賞」受賞～

「デビロックキッズプログラム ”目指せ！ファッションコーディネーター”」が経済産業省 第11回キャリア教育アワード 中小企業の部 奨励賞を受賞いたしました。

グロウ株式会社（本社：大阪市北区）が展開するEC子ども服ブランド「devirock（デビロック）」（<https://devirockstore.net/>）が開催しているデビロックキッズプログラムは、子どもたちの『好き』と『やってみたい』を尊重し、身近な題材である「服」から自分の好きに気づき、ファッションコーディネーターを通して自分で決める力を育む無料の教育プログラムです。



～服から学ぶ色の不思議～



キャリア教育アワードとは、産業界による優れた教育支援活動の取組とその効果を広く社会で共有し、こうした活動を奨励・普及・促進することを目的として、企業や経済団体による教育支援の取組を公募し、優秀と認められる事例を表彰するものです。

■プログラムの概要

子ども服devirockを運営するグロウ株式会社は「革新的付加価値を創造し、世界のあらゆる人々の物心両面の豊かさを追求する」を経営理念として掲げております。

豊かさとは、物質的なものだけでなく、喜びや楽しみを感じることができる心を持ち「心の豊かさ」も持つことが、真の豊かさに繋がると考えております。

子ども服を販売している事業者として、経営理念を体現するために、子どもたちの楽しみから始まり心が豊かになる教育コンテンツが重要であると考え、2018年10月よりデビロックキッズプログラム（前進グロウキッズプログラム）の実施を開始いたしました。

■なぜ子どもに、服を通じて自己決定の機会をつくるのか？

キャリア教育の中でも重要視されているキャリアオーナーシップの醸成には、自己決定を行なってきた経験が重要であると考えます。

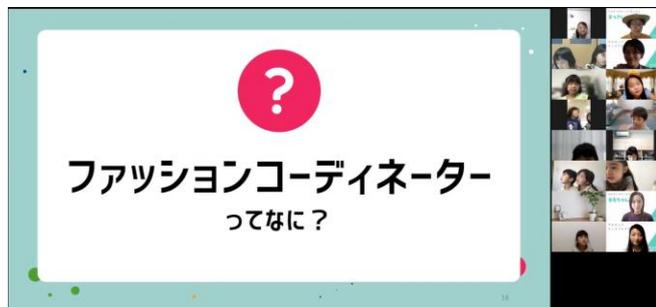
また、日本の主観的幸福度は低さは「自己決定力」を育む機会が少ないことが関連していると推測されており、また、人生に対して自由な選択肢を持つ者の割合が低い国とも言われております。^[1]学校教育の中では、自己決定について学ぶ機会はほとんどなく、自己決定に対して意識する習慣も少ないことが現状です。

自己決定力を育むためには、自己決定を特別なもの機会として捉えるのではなく、普段の日常生活中で、自己決定をできる機会を増やす必要があると考えております。

本プログラムは日常の衣食住の中の、「衣」に着目し、子ども自身が好きと感じ、その衣服を身につけ方を知ることで、普段日常的に行なっている服を着る行為を自己決定できる機会へと変化させることが目的となります。

[1] 西村和雄・八木匡「幸福感と自己決定—日本における実証研究」『RIETI - 独立行政法人経済産業研究所 ディスカッション・ペーパー』、2018年9月 <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/18j026.pdf>

■プログラム内容・流れ



1. ファッションコーディネーターの仕事について
コーディネーターがどのような職業なのかの紹介を行います。



2. 色にまつわるクイズ

ファッションコーディネートを行う前に、色が持つ印象についてクイズ形式で学びます。

スタイリストからのアドバイスを受ける様子



3. コーディネートワークショップ

グロウから送った商品と、自分の服を組み合わせでコーディネートを行います。コーディネート終わりには、発表を行い、それに対してプロのコーディネーターがフィードバックを行います。そのフィードバックを基に再度コーディネートを行い、トライアンドエラーを行います。

4. 発表

フィードバックを行なった内容を基に最終コーディネートを発表し、写真撮影を行います。

撮影した写真と動画は1本の映像としてまとめ参加者が視聴できるかたちになります。動画を視聴することで、ほかの子達のコーディネートから学んだり、自分の表現している様子を客観的にみることが出来ます。

[>実際の動画はこちらから](#)

■参加者の約80%が「自己決定の機会が増えた」と回答

ワークショップの参加者の保護者に対してプログラム参加前と参加後での自己決定に関する変化をアンケート調査を用いて実施を行い検証を行なっております。

・アンケートの実施方法

対象者：2020年8月からプログラム参加したことがある保護者

調査時期：2021年10月

有効回答数：49件

アンケート方式：メールにてアンケートフォームを送付し、WEB上で回答

▼定量データ

<p>●設問1：プログラム実施前後にて自分で決める機会が増えたか</p>	<table border="1"><thead><tr><th>回答</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>とても増えた</td><td>41%</td></tr><tr><td>増えた</td><td>12%</td></tr><tr><td>やや増えた</td><td>24%</td></tr><tr><td>あまり増えていない</td><td>18%</td></tr><tr><td>増えていない</td><td>4%</td></tr></tbody></table>	回答	割合	とても増えた	41%	増えた	12%	やや増えた	24%	あまり増えていない	18%	増えていない	4%			
回答	割合															
とても増えた	41%															
増えた	12%															
やや増えた	24%															
あまり増えていない	18%															
増えていない	4%															
<p>●設問2：1年前と比較し「着る服」自分で決める機会の变化したか</p>	<table border="1"><thead><tr><th>時期</th><th>自分で決める</th><th>時々自分で決める</th><th>しばしば自分で決める</th><th>自分以外が決める</th></tr></thead><tbody><tr><td>1年前</td><td>31%</td><td>31%</td><td>20%</td><td>18%</td></tr><tr><td>イベント実施後</td><td>53%</td><td>31%</td><td>16%</td><td>0%</td></tr></tbody></table>	時期	自分で決める	時々自分で決める	しばしば自分で決める	自分以外が決める	1年前	31%	31%	20%	18%	イベント実施後	53%	31%	16%	0%
時期	自分で決める	時々自分で決める	しばしば自分で決める	自分以外が決める												
1年前	31%	31%	20%	18%												
イベント実施後	53%	31%	16%	0%												
<p>●設問3：服にまつわる職業に関して興味が湧いたか</p>	<table border="1"><thead><tr><th>回答</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>服にまつわる職業に興味を持ち調べた</td><td>14%</td></tr><tr><td>服にまつわる職業に就きたいと話し始めた</td><td>8%</td></tr><tr><td>変化なし</td><td>78%</td></tr></tbody></table>	回答	割合	服にまつわる職業に興味を持ち調べた	14%	服にまつわる職業に就きたいと話し始めた	8%	変化なし	78%							
回答	割合															
服にまつわる職業に興味を持ち調べた	14%															
服にまつわる職業に就きたいと話し始めた	8%															
変化なし	78%															

定量データでは、プログラム実施前後比較にて、78%以上が自己決定の機会が増加したと回答をしております。衣服における自己決定に関しても、自分で決めるが22%と増加し、自分以外が決める人が18%から0%と変化しています。

上記の定量データから、一定の割合で本プログラムを通して、服を自分で決められる子どもを増加させたことが示せており、また自分で自己決定機会も増加させる要因となっていたと考えられます。

また、服にまつわる職業への興味の変化に関しては、22%が興味を持ち始めており、一定の具体的なキャリアへのイメージの育成の効果も発生しております。企画性の箇所に記載を行いましたが、プロのコーディネーターとの対話を通すことで、興味度の引き上げができていると考えております。

▼定性データ

定性的な参加者の声では以下の声をいただいております、プログラムを経て日常生活の中の着る服を決める行為が自己決定に変化したことが分かります。また、単純な服を決めるという行為的な決定ではなく、服を決める上での自分の好みや状況を考えた思考の上での決定が服を着る行為の中で、生まれていることが読み取れます。

●設問4：プログラムにてお子様に変化があった点などがあれば、ご自由にご記載くださいませ。

・参加させていただいた事をきっかけに、ファッションに興味を持つようになった。
また、自分のその日の行動や気分、お天気に合わせて自ら洋服を選ぶようになった。

・動物柄の服を動物園に着ていきたいと選んでほめてもらったことから、サッカー行くからこの服いいね、キャンプ行くからこの服いいね、など、出かける先を意識して選ぶようになった。

・「〇〇ちゃんが持っているから」「ただこれが欲しい」ではなく、自分の好きなテイストを理解して「これだったらあれに似合う」「これをあれと合わせてみたらどうかな」などというふうにどれと合わせて着るかイメージしながら選ぶようになった。

▼検証

本データでは本プログラムの目的である自己決定力の機会増加及び自己決定力の育成に一定の効果があると言えると考えておりますが、自己決定力の増加率を更に高めていくため改善が必要となります。改善項目として想定されるのは、プログラム内で自己決定とキャリアのつながりを子どもたちに話すことで、より普段の生活での意識づけができると考えております。

■イベント実施詳細（2021年度12月まで）

- ・実施回数：8回
- ・対象実施地域：8地域(京都府京都市・東京都品川区・宮城県仙台市・千葉県千葉市・新潟県新潟市・愛知県名古屋市・大阪府堺市・岡山県岡山市)
- ・延べ参加人数：親子組数：233組／人数：466

● 子ども服devirockについて

「devirock(デビロック)」は、ユニセックスなデザインのデイリーウェアを中心に、ベビーからキッズ・ジュニアまで展開するEC子ども服ブランドです。安心して毎日着ていただけるように、デザインだけでなく品質にこだわった商品づくりをしています。子どもたちが毎日着たくなる服を、安心できる品質と適正価格で。欲しいと思ったときに、いつでもどこでも簡単に手に入れられるように。devirockは、価格を超える“価値”をお届けします。

- ・公式ストア <https://devirockstore.net/>
- ・楽天市場店 <https://www.rakuten.ne.jp/gold/devirockstore/>
- ・ZOZOTOWN店 <https://zozo.jp/shop/devirock/>
- ・公式Twitter <https://twitter.com/devirockstore/>
- ・公式Instagram https://www.instagram.com/devirock_official/

● グロウ株式会社について

社名 : グロウ株式会社
代表者 : 代表取締役 宮本 智彦
設立年月日 : 2008年4月
事業内容 : 衣料品製造・Eコマース事業、インターネットメディア事業
資本金 : 8,000,000円
URL : <http://gro-w.jp>