

参加した学生のブランドイメージが向上し、約9割が「買いたくなった」と回答
ちふれと文化服装学院の共創プロジェクト結果から見た、
学生のブランドに対する好意的態度変容についての調査結果

ちふれホールディングス株式会社（本社：埼玉県川越市、代表取締役社長：片岡 方和）は、学校法人文化学園 文化服装学院（東京都渋谷区、学院長：相原 幸子）と実施した共創プロジェクトにおいて、参加した学生を対象にアンケートを実施しました。その結果、社員との深い関わりによって学生がブランドに対して新たな魅力を発見し、ポジティブな印象を持つことが明らかになりました。

■調査概要

- ・調査機関：自社調査
- ・調査期間：2025年8月13日～8月29日
- ・調査対象：文化服装学院 ファッション流通専攻科 3年生
- ・対象人数：22名（本プロジェクトの参加者が対象）
- ・調査方法：Webアンケートフォームによる回答
（設問数16問。プロジェクト参加前後のブランドイメージや購入意向、プロジェクト満足度などを質問）

■調査結果サマリー

今回の調査結果の概要は以下の通りです。

1. プロジェクト後のブランドイメージが向上
2. 購入意向も向上。約9割の学生が「購入したくなった」と回答
3. 学生の約9割が実感。企業の社員との深い関わりがプロジェクト満足度に直結
4. 学生が求める理想の共創は、意見の傾聴と挑戦機会。一方的な押し付けはNG

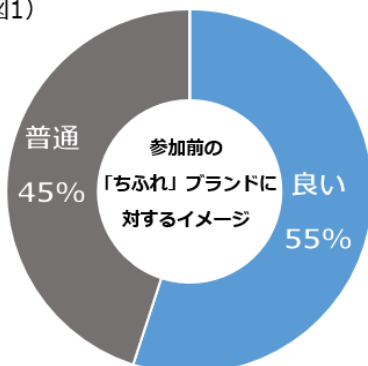
■主な調査結果

1. プロジェクト後のブランドイメージが向上

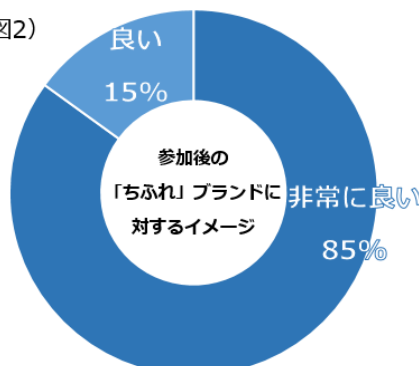
まず、プロジェクト参加前の「ちふれブランドに対するイメージ」を質問したところ、「良い」が55%、「普通」が45%という結果になりました。（図1）「普通」と回答した人の理由は「ターゲットが自分たちよりも上の年齢層だと思っていた」、「年配の方向けのイメージだった」という意見がありました。

「プロジェクト参加後のブランドイメージ」について質問したところ、「非常に良い」が85%、「良い」が15%という結果となりました。（図2）イメージ変化の理由については、「学生の自由な発想を尊重しつつ、より良くするためのアドバイスや提案があり、一緒に取り組んで良かったという思い出が残っているため」、「社員の熱意から誠実で信頼できる企業だと思い、ブランド好感度が上がった」といった意見がありました。

（図1）

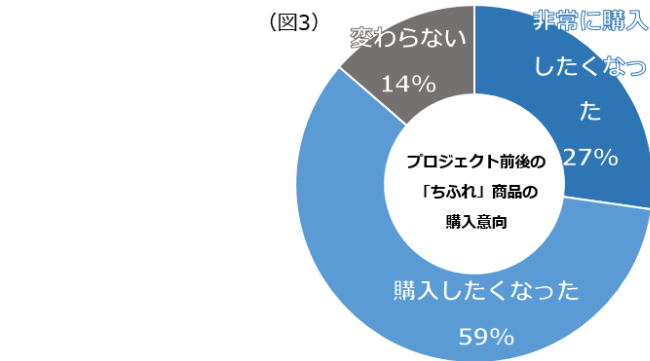


（図2）



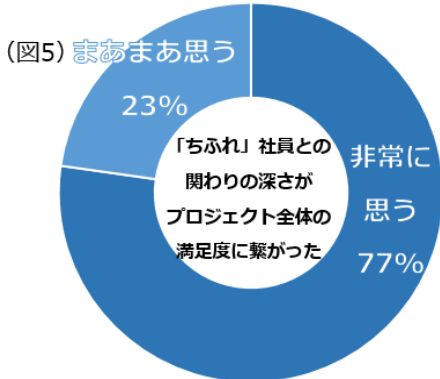
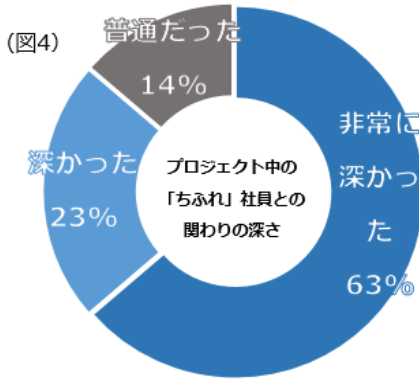
2.購入意向も向上。約9割の学生が「購入したくなった」と回答

次に「プロジェクト前後のちふれ商品の購入意向」について質問したところ、約9割（86%）の学生が、「購入したくなった」と回答しました。（図3）回答の理由として、「想像よりアイシャドウの発色が良かった」、「ファッションショーでのメイク映えを見て」、「ちふれの方々と関わる事で商品のみならず会社自体を好きになった」といった意見が挙がりました。



3.学生の約9割が実感。企業の社員との深い関わりがプロジェクト満足度に直結

続いて「プロジェクト中のちふれ社員との関わりがどの程度深かったか」質問したところ、約9割（86%）の学生が「深かった」と回答。（図4）また、「関わりの深さがプロジェクト全体の満足度に繋がったか」を質問したところ、回答者全員が「そう思う」と回答しました。回答の理由としては、「深く話し合うことで協力できたショーだと思ったから」、「何度も学校に来てくれて熱意を持って取り組んでいただいたことで、こちらもモチベーションが上がった」といった意見がありました。

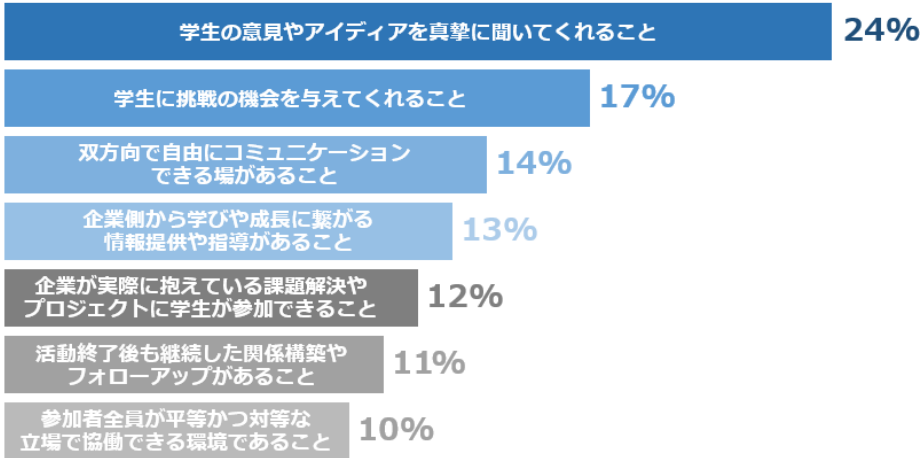


4.学生が求める理想の共創は、意見の傾聴と挑戦機会。一方的な押し付けはNG

最後に「理想的な共創プロジェクトについて」質問したところ、「学生の意見やアイデアを真摯に聞いてくれること」が24%で最も多く、次いで「学生に挑戦の機会を与えてくれること」が17%、「双方向で自由にコミュニケーションできる場があること」が14%という結果になりました。（図6）

一方で「理想的ではない共創プロジェクトについて」質問したところ、「学生に寄り添わず任せきりにすること」、「企業が個人的に使いたいコスメを提案してくること」、「最低限のコミュニケーションしか取れないこと」といった意見がありました。

(図6) 理想的な共創プロジェクトを教えてください（複数回答可）



■学生からの声（一部抜粋）

- ・このような温かい会社で働いてみたいと思った。
- ・企業と学校という表面的なコラボではなく、人と人とで関わることができたこと、クラスの仲間と同じように一緒に達成感を味わうことができたことをとても嬉しく思っています。このようなコラボが当たり前ではないからこそ、とても感謝していますし、今後も関係を築いていきたいと改めて思いました。

■まとめ

プロジェクト参加前、ちふれブランドに対する学生のイメージは「普通」が半数程度を占めていました。普通と回答した学生の中には一面的な声があり、ブランドに対しての理解や親近感に課題があったことが伺えます。参加後は回答者全員が好意的な評価を示すという結果になり、特に「非常に良い」が多くの割合を占めていることから、プロジェクトを通じて、深い共感と高い評価を獲得したことが読み取れます。

理想的な共創プロジェクトとして学生が最も重視したのは「学生の意見やアイデアを真摯に聞いてくれること」、次いで「学生に成長の機会を与えてくれること」、3番目は「双方向で自由にコミュニケーションできる場があること」でした。本プロジェクトは、当社社員が学生の自由な意見を傾聴し、挑戦の機会を与え、コミュニケーションを活発に行ったことで、学生が求める理想の共創が実現されたと言えます。

これらの結果から、本プロジェクトが単なるコラボレーションに留まらず、ブランドへの好感度、そして購入意欲を向上させることが分かりました。向上の鍵は、学生と当社社員との間に築かれた深い人間関係に集約されると解釈できます。

当社は今後も若年層との共創を通じ、世代を超えて愛されるブランドとしての進化を追求してまいります。加えて、取り組みから得られる知見や成果については、調査結果として発表していく所存です。

■今後の展望（ちふれホールディングス株式会社 代表取締役社長 片岡 方和）

今回の文化服装学院様との共創プロジェクトは、当社が次世代の感性を取り入れ、新たな価値を創造する上で、極めて重要な一歩となりました。学生の皆さまとの間に築かれた深い関わりと、それによって生まれた当社ブランドへの好感は、単なるマーケティング活動に留まらない、未来の顧客エンゲージメントの礎であると確信しております。今後もこの成功体験と、人対人の繋がり的重要性を胸に、未来を担う若者たちとの対話を深め、新たな可能性を追求してまいります。

■今後の展望（学校法人文化学園 文化服装学院長 相原 幸子）

本プロジェクトは、学生たちが社会との接点を持ち、実践的な学びを深める上で、これ以上ない貴重な機会となりました。社員の皆様の熱意あるご指導と、学生の主体性を尊重する姿勢は、まさに理想の共創であり、学生たちのプロ意識と人間性を育む上でかけがえのない財産となったと自負しております。今回の経験が、学生たちの将来のキャリアを考える上で大きな刺激となったことは間違いありません。文化服装学院は今後もちふれホールディングス株式会社様との連携強化を通じて、学生の育成に尽力してまいります。

■文化服装学院との共創プロジェクトについて

2025年7月27日に開催された、学校法人文化学園 文化服装学院の夏季最大のオープンキャンパス「ファッションフェスティバル2025」にて、若手クリエイターの支援を目的に実施したプロジェクト。詳しくはこちら（文化服装学院サイト）：<https://www.bunka-fc.ac.jp/ct-collabo/48549/>