

2015年6月22日

ファッションサークルの団体戦イベント「Clothes Hack TOKYO」 「新しい就活スタイル」をテーマに面接解禁日の8月1日開催

若者の実態に迫り若者と社会のより良い関係構築を目指す電通若者研究部（以下「電通ワカモン」）は、全国に100店舗以上を展開しファッションを通じて日本の若者のライフスタイルを応援し続けるWEGO（以下「ウィゴー」）と協働し、日本の若者たちによる、若者の「スキ」にフォーカスして情報発信を行う「NIPPON YOUTH STUDIO（ニッポンユーススタジオ）」を6月15日に設置。活動第一弾として情報発信サイトをオープンしました。

そして8月1日、NIPPON YOUTH STUDIOは、大学のファッションサークルを対象にした団体戦イベント「Clothes Hack TOKYO」を、早稲田大学広告研究会と共同で開催することにいたしました。実施にあたり、2013年から電通ワカモンが提供している大学のサークルやゼミなどの学生団体を対象にしたメーリングリストの統合プラットフォーム「CircleApp（サークルアップ※¹<http://circleapp.jp>）のネットワークを活用しています。

Clothes Hack TOKYOのイベントキーワードは、「ファッションを、切りひらけ。」。首都圏の大学ファッションサークルと協賛企業などが集まり、ファッションを通じて世の中にメッセージを発信していきます。第1回のテーマは「就活スタイルの常識を、覆せ」で、ファッションサークルに所属する大学生たちが面接解禁日である8月1日に「新しい就活スタイル」を短時間でつくり上げ、プレゼンテーションまでを行い競い合います。

サークルアップがこれまでに大学サークルの持つ可能性に着目して行ってきたイベントには、ソニー・ミュージック・エンタテインメントと共同実施したバンドサークルフェスティバルSOUND YOUTH（2015年9月に3回目の開催が決定）や、よしもとクリエイティブ・エージェンシーと行ったお笑いサークル団体戦NOROSHIなどがあります。背景には、大学生のサークル所属率が2001年の56%から2013年には70%へと上昇した※²一方で、多くのサークル活動が社会との接点を失いつつあるという実態があります。サークルアップでは大学サークルを巻き込むイベントを開催することで、これまでサークル内の活動にとどまっていた学生と、企業や社会との接点をつくる試みを行っています。今回実施するClothes Hack TOKYOもその一環です。

【「Clothes Hack Tokyo」の概要】

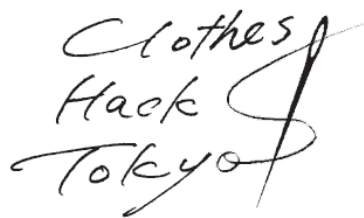
- ・ イベント名：「Clothes Hack TOKYO」
- ・ 主催：株式会社電通、株式会社ウィゴー
学生団体「早稲田大学広告研究会」
- ・ 目的：ファッションサークルに所属する大学生と企業社会との接点づくり。
- ・ 期間：2015年7月9日にオリエンテーション、8月1日に実施。
- ・ 内容：ファッションサークルに所属する大学生たちがリクルートスーツを短時間でリメイクし、新たな就活スタイルをファッションショー形式でプレゼンテーション。
優勝したファッションサークルには、WEGOの商品券や20万部発行のフリーペーパー「WEGO マンスリー」などに作品が掲載される権利などが授与されます。

■ロゴマーク

【NIPPON YOUTH STUDIO】



【Clothes Hack TOKYO】



以上

※1 「サークルアップ」は、電通総研（電通若者研究部）のメンバーが中心となって開発した大学サークル専用のアプリ。OB・OGを含めた学年ごとの名簿機能、イベント毎にメンバーの撮影した写真を集約するアルバム機能、企業からの協賛窓口となるオファー機能などを有しており、2014年12月現在、全国200大学1,700サークルが登録しています。大学サークルという存在に注目し、社会や企業との新しい関係性をデザインするウェブサービスも提供しています。2012年秋に開発、2013年からサービス提供を開始。2014年度には公益財団法人日本デザイン振興会が主催する総合的なデザインの推奨制度において「グッドデザイン賞」を受賞。

※2 全国大学生生活協同組合連合会が2013年10～11月に実施した「CAMPUS LIFE DATA」より