九州観光ビジネスプランコンテスト 2023

事業計画書

提出日　　2023 年　10 月　30 日

学　校　名	香蘭ファッションデザイン専門学校		
学部・学科名	ファッションビジネス科ショッププランニングコース		
チ　ー　ム　名 （個人参加の場合は任意）	Re load	エントリーNo.	20

チームの紹介（任意項目）
私たちは、香蘭ファッションデザイン専門学校ファッションビジネス科ショッププランニングコースの学生 2 名です。今回は学校での取り組みとして社会の動向での気になった点が同じことから、2 名でそのことを生かしたオリジナルショッププランを立てることにしました。

1．取り組みテーマについて（なぜこのテーマに取り組んだのか）
・現状および課題認識
社会の動向をみたとき 1 番気になったキーワードが SDGs と古着だった。世界中がコロナ禍の影響でファッションへのニーズが大幅に衰退したが徐々に回復に進み、落ち着きを取り戻しつつある今。SDGs の問題と、古着が世界中で最注目されていることを知り、サスティナブルが浸透している今でこそ、ファッションを通して何かできることがあるのではないかと考えた。まず始めに SDGs についてよく調べてみると、SDGs とは”持続可能な社会を実現させるための17の国際目標のこと“でこの項目からファッションに活かせそうな3つをピックアップした。”ジェンダー平等を実現しよう”、“つくる責任、つかう責任”、“産業と技術革新の基盤を作ろう”の3つの項目だ。調べたところ福岡でもこの３つの項目を実現させる取り組みを行なっていた。たとえば、北九州未来創造芸術祭 ARTforSDGs。海洋漂着ゴミなどを使って複数のアーティストが制作したアート作品展で、これをショップに取り入れると、地球に優しく、SDGs にも関心を持ってもらえ集客にもつながると考えた。また、リバイバルファッションで 20 年前に流行ったトレンドが再流行し、SNS・フリマアプリ・EC の普及で Z 世代を中心に古着は世界中で最注目されている。これはサスティナブルが世界に浸透し、新しいものだけが所有欲ではなくなった、エシカル消費の考え方に変わってきているからだ。福岡県には多くの有名な古着屋がある為、このことがリンクし、サスティナブルが世界に浸透している今でこそ、より沢山の人に知ってもらうことで福岡の魅力また SDGs への認知や理解に貢献できると推測した。また、さらにリアルなことを知るため当校の学生 70 人にアンケートをとった。その1つとして“着なくなった服はどうしますか”という質問では、8 割の学生がリメイクして使う、友達や他の人にあげる、買取に出すという回答の中、2割は捨てるという回答だった。このことからアパレルの大量廃棄が問題になっている中、捨てるという選択肢を減らしていく為には、新たなものに作り変え価値を失ったものを価値のある物へと変換していくことが必要だと考えた。

2．課題解決に向けた新たなアイデアについて
古着が Z 世代に注目を集めている一方、興味がないと答えた大半の理由は汚れや傷など「価値を感じない」と答える人が多いことが分かった。この問題から私たちは「価値のなくなってしまった物を価値のあるものへ」というキーワードに着目し、なぜ古着への注目が再注目されているのか、日本での SDGs への認知度や要らなくなった服はどうしているのかなどアンケートを実施し、様々な情報を集め、それらを踏まえた沢山のアイディアから、性別に捕われない幅広い年代に向けた、自らで価値のあるものを作り出す体験のできるワークショップの提供、様々な人に興味を持ってもらえるようなアップサイクルブランドの立ち上げが必要だと考えた。具体的な取り組みとして、ワークショップでは子供からご年配の方まで参加することができる物で、各地域に出向き街の地域イベントに参加、SDGs 要素を取り入れた廃棄物を日常で使えるようなバックやアクセサリーなどに作り替え、学校の文化祭やバザーにて、子供たちにも楽しく体験しながら環境問題の理解や関心を高めてもらい、自ら作り出す楽しみを体

験することができるイベントを提供したい。そして世界中で古着が最注目されている今でこそ日本人はもちろん海外の観光客インバウンドにも興味を持ってもらえるような、日本ならではの織り方を生かした商品製作、新たな価値のある古着やアクセサリー販売、視覚的にも楽しめるようなサスティナブルを意識した内装やアート性のある什器によるショップ作りを目指すことで、ショップ全体に注目を集めることもできる。そしてプランを立てていく内、社会問題としてコロナの影響による地域の繋がりが過疎化していること、外出制限のなごりにより未だに外出をためらう人がいる事実、交通手段が限られてしまう小学生やご年配の方にも、さらに幅広く親しんでもらう為には各地域に出向き、学校やバザーなどにも出向くことが可能な、自由に移動することのできる移動型販売が必要だと考えた。これからは環境に配慮した価値のない物を価値のあるものへと作り変えていく新たなファッション販売をしていかなければいけない。そのため、実店舗だけにこだわらず、様々な地域の人たちが出向くことの出来る**実店舗×移動型販売**を提案する。移動型販売をすることにより行動範囲が広がる為、例として他県のイベントにも参加可能になる。各他県で顧客を作る事が出来れば、他県から九州への集客も見込める。取扱いブランドについては SDGs 関連の商品に絞り込みたいと思っている。ブランドでもベーシックから個性のあるものを置くことで性別年齢に囚われない様々なテイストを提供できるショップにする。

3. 九州や地域社会への影響について

・新たなアイデアが九州や地域に及ぼす効果（誘客、活性化等）はどうか。

この取り組みにより福岡県民の SDGs サスティナブルの関心、理解の向上を発端に古着、環境問題などの SDGs に対し興味のある九州民、また日本人だけではなくインバウンドの方への拡散が期待できると考える。これにより福岡へのサーチ力が高まり沢山の検索されることで、関連として福岡だけでなく、まだ多くの方に知られていない九州の魅力について知ってもらえる機会の増加も期待でき、また移動式販売でのワークショップなどで SDGs の認知度を上げることも期待できる。客層は古着に最も関心があると予想される Z 世代を中心とした10代から20代の若年層、またワークショップを通して様々な年代、国籍の方の集客が望めると考えられるため若年層のソーシャルツールでは最も影響力のある Instagram（店舗や商品紹介）、TikTok（活動イベント、動画投稿）など宣伝にもつながり拡散力が高くなると期待される。そしてこうした SDGs に特化した商品を置き、自らの手で価値を作り出す体験をすることで若年層にも SDGs の関心度を高め、環境に配慮した未来につなげていけるようなショップを作っていきたい。

4. 事業化に向けたビジネスモデルについての具体的な紹介

・商品・サービス・ノウハウなどを分かりやすくご説明ください。

・「事業収入（提供金額）」「費用（事業コスト）」「告知手法」等を可能な限り記述してください。

〇ターゲット

ターゲットは **10-30 代の男女**とする。これはアンケート結果から、学校で取り組みを行うことが増えているのもあり SDGs の関心度が最も高い 10 代、古着の購入経験が多い 20-30 代をあわせたものとした。

〇特徴

実店舗だけにこだわらず様々な地域の人たちが来ることのできる、**実店舗×移動式販売**を行う。

実店舗→無駄やロスを減らすアップサイクルブランドの商品の取り扱い。SDGs のアート作品の展示。リメイクサービス。

移動式販売→出店イベントや小学校などに出向き、素材集めから制作まで体験できる SDGs ファッションイベントの開催。

〇仕入れ先ブランド

Annaut（アンノウト）→無駄やロスを減らすアップサイクルブランド。主に T シャツやデニムなどのベーシックアイテムを仕入れる。

HINOMIHO（ヒノミホ）→ヴィンテージスカーフや古生地などで布の消費をおさえ、リユースから作り出したブランド。主に色や柄が独特な普段あまり出会うことのできないアイテムを仕入れる。

カエルデザイン合同会社→海洋プラスチックゴミやフラワーロスを使ったアップサイクルブランド。アクセサリーなどをメインに仕入れる。

〇サービス・取り組み

リウェアサービス代行→お客様がお持ちの汚れたり色褪せたりして着られなくなった服を黒に染め替えて蘇らせ

る、株式会社京都紋付がおこなっている「K」というサービスを代行で受け付ける。
移動式販売でのワークショップ→古着を回収したものをアップサイクルするファッションアイテム作りのワークショップの開催。
回収した古着を使用したオリジナル商品の制作→回収した古着を使用して価値のあるリメイク商品制作。
他企業との協業でオリジナル商品制作→他企業と協業して生産過程で廃棄になる布、副資材、経年劣化で廃棄になる物の使えるところを使ってオリジナル商品制作。（例）廃棄になった電車のシートをポケットにしたTシャツを制作

〇立地

立地は福岡市中央区唐人町の大通り沿いの路面店とする。
所在地：福岡県福岡市中央区唐人町 1-3-1 1 階
面積：18,15 坪
賃料：286,000 円（15,757 円/坪）
最寄駅：福岡市空港線　唐人町駅　徒歩 2 分
福岡市空港線　大濠公園駅　徒歩 9 分

〇開業予算

イニシャルコスト　¥11,500,000
資本金　¥2,700,000
売上/月　¥3,000,000
販管費　¥890,167
営業利益　¥459,833

イニシャルコスト	11,500,000		ランニングコスト				営業利益	459,833	
店舗取得費用	2,000,000		原価	1,650,000	原価率	55%	利子	10,000	
改築・内装費	3,000,000		└委託販売	1,440,000	60%		経常利益	449,833	
レジ・在庫管理システム	200,000		└買取販売	210,000	35%		営業CF	476,500	※経常利益＋減価償却費
初期仕入れ（買取販売分のみ）	1,000,000						返済	-50,000	
赤字期間中の補填分	2,000,000		販管費	890,167			CF	426,500	
広告宣伝費	500,000		└人件費	337,500					
移動販売車（改装費用込）	2,800,000		└地代家賃	286,000	18.15坪		売上		
			└減価償却費	26,667	10年		客数	10	
人件費の内訳			└水道光熱費	40,000	4%		客単価	12,000	
10時間×1.5人×900円×25日	337,500		└広告宣伝費	20,000			売上/日	120,000	
人件費合計	337,500		└旅費交通費	10,000			営業日数	25.00	
			└通信費	15,000			売上/月	3,000,000	
資本金	2,700,000		└接待交際費	0					
借入	6,000,000	2%10年	└修繕費	0					
補助金	0		└消耗品費	60,000	売上の2%				
売上/月	3,000,000	売上比率	└その他	60,000	売上の3%				
└委託販売	2,400,000	80%	└車保険料	35,000					
└買取販売	600,000	20%							

5. 事業化後の目標、継続可能性や将来のイメージなどについて

世界の永久問題として上がっている環境問題など身近なファッションを通して SDGs をたくさんの方に知ってもらう機会を作ることで解決の兆しになると考える。SDGs の商品を買ってもらうことでより関心度を高め、地球にも優しいショップを作ること、これを継続することで世界中にも私たち自身にもより良い環境を目指していくことができる。この取り組みは１０年２０年と続けていくことで結果を生み出すプロジェクトになっており、世界中共通のファッションを通して国籍、性別、年齢を超え、沢山のお客様にこのお店は必要だと感じ親しみをもってもらえる事を常に目指しているショップになることが目標だ。