

SAITAMA Smile Women ピッチ 2018  
 ビジネスプランコンテスト応募用紙

**ビジネスアイデア部門**

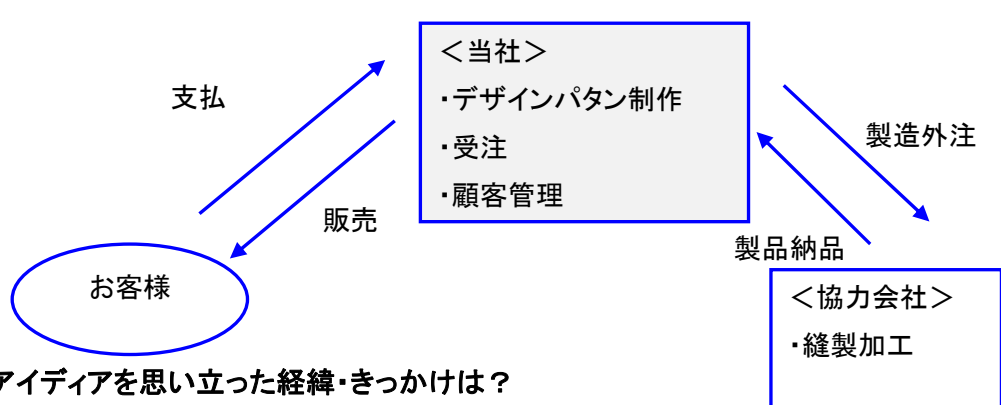
- ・以下の項目について記載してください。
- ・行は適宜追加してください。
- ・全ての項目を充足するものであれば書式は問いません。

2018 年〇月〇日

1. 応募者の概要

(ふりがな)	〇〇 〇〇	
氏 名	〇〇 〇〇	
生年月日	西暦 0000 年 00 月 00 日	
共同応募者氏名 (該当者がいる場合)	△△ △△	
	□□ □□	
代表者連絡先	住所	〒000-0000 埼玉県〇〇市〇〇区〇-〇-〇
	電話番号	042-000-0000
	メールアドレス	XXXX@mail.c-mam.co.jp
代表者の経歴 経験・技術・資格 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・服飾系専門学校卒業</li> <li>・アパレル会社〇〇にてショップスタッフ、バイヤーとして3年間勤務</li> <li>・縫製、衣装制作会社〇〇に3年間勤務</li> <li>・同社退社 2013 年●月●日退職</li> <li>・パターンメイキング、フィッティング、縫製を学び、8年間の実務経験を有する</li> </ul>	
事業開始予定	<input checked="" type="checkbox"/> 予定 2020年 4月      ・ <input type="checkbox"/> 未定	

## 2. アイディアの概要

タイトル	サイズが自由自在！子どもの成長に合わせてリサイズできる『ミラクル子供服』
アイディアの内容	<p>(1) アイディアのポイントは？</p> <p>&lt;「誰に」…具体的なターゲット層&gt;</p> <p>主に 20～30 代の小さな子どもがいる母親</p> <p>&lt;「何を」…サービス内容、価格&gt;</p> <p>子どもの成長に合わせてサイズを調整できる可変サイズ子供服 肩幅、身幅、着丈、裾丈などを調整できる縫製加工を行い、サイズ調整ができるようにします。リサイズできる限界もあるため、サイズの目安を明示します。 価格は 1 枚 2,000 円～5,000 円</p> <p>&lt;「どのように」…提供の提供方法&gt;</p> <p>製造した子供服をインターネット上で販売します。SNS、ママどうしの口コミなどを活用してプロモーションを行います。</p>  <pre> graph TD     Customer((お客様)) -- 支払 --&gt; Company[&lt;当社&gt; ・デザインパターン制作 ・受注 ・顧客管理]     Company -- 販売 --&gt; Customer     Company -- 製造外注 --&gt; Subcontractor[&lt;協力会社&gt; ・縫製加工]     Subcontractor -- 製品納品 --&gt; Company     </pre> <p>(2) アイディアを思い立った経緯・きっかけは？</p> <p>3 児の母親をしています。 子供の成長とともに増えるのが、サイズアウトで着れなくなった洋服たち。新しく買い替える洋服代や保管、処分方法など、頭を悩ませてるママも多いと思います。</p> <p>小さくなった子供服のリメイク方法など紹介されていますが、子供の成長に合わせてサイズを大きく出来る服が合ったらどんなに便利か、と思いサイズが変えられる子供服の製造、販売を思いつきました。</p> <p>(3) 想定している顧客(ターゲット)、市場規模は？</p> <p>0～12 歳くらいの子どものいる母親 推定〇〇百万人 (〇〇 平成 28 年〇〇調査を参考) 購買層は主に育児中の母親で、インターネットを通じて販売するため、全国を販売市場とします。</p>

<p>アイデアの内容</p>	<p>(4)あなたのアイデアが他の人より優っている点は？これまででない新しさは？</p> <p>「子どもの成長によって洋服はサイズアップして買い替えるもの」という既存の発想から「子どもの成長に合わせて洋服もリサイズして長く着られるようにする」という点に着目しました。消費者にとってはコストメリットがあり、社会にとってもエコな循環をつくれるという新規性、付加価値があります。</p> <p>(5)そのアイデアを埼玉県でどのように展開できる？</p> <p>高層マンションが増え 20～40 代のファミリー層も増加している〇〇地域のマンションへのポスティング、ショッピングセンターとの連携によるテスト販売などの販売促進を行います。</p> <p>(6)アイデアを実現のため克服する問題点は？</p> <p>テストマーケティングによってどの程度のデザインパターンとリサイズの調整が必要か？お客さまも声を収集していく必要があります。 また、多様なデザインを一定のロットを製造するための縫製協力会社の確保が必要です。</p>
----------------	---

3. 収支計画（売上・費用・利益計画）:

	1期目	2期目	計算根拠(単価・数量・日数等)
A. 売上高	2,160,000 円	7,200,000 円	<1年目> 平均単価3,000円×60着×12か月＝ 2,160,000円 <2年目> 平均単価4,000円×150着×12か月 ＝7,200,000円
B. 売上原価	1,080,000 円	3,600,000 円	原価率 50% (縫製加工が多いため原価率は上がる)
C. 売上総利益 (A－B)	1,080,000 円	3,600,000 円	
D. 経費	2,900,000 円	3,400,000 円	<1年目> 経営者: 月給20万円×12ヶ月 広告宣伝: 30万円 備品: 10万円 光熱費: 10万円  <1年目> 経営者: 月給25万円×12ヶ月 広告: 300,000円 備品: 100,000円
E. 利益 (C－D)	-1,820,000 円	200,000 円	