

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) トウキョウケイザイダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) キシ シツエ
東京経済大学	経営学部	岸 志津江 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) キシゼミエー	フリガナ) フジカケ ミリ		
岸ゼミ A	藤掛 美乃里	5	無

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

研究テーマ (発表タイトル)

思い出×ビジネスプロジェクト

～制服から広げようリメイクの輪～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

学校卒業後、制服は着ないが思い出や親しみを感じるため、捨てることに抵抗がある人が多く存在することが分かった。しかし、「制服リメイク」の認知は低く、「制服リメイク」を知った後、“利用したい”“興味がある”人が多く存在し、ここにニーズがあることが判明した。そこで、私たちが日頃ゼミナール活動で行っている状況分析などの広告コミュニケーション活動を通し、「制服リメイク」の認知の向上と利用者の獲得を研究の目的とする。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

「制服リメイク」サービスの既存企業として、「ウェルカムドールの『スモールハピネス』”や”制服ミニチュアリメイク専門店『おもいでや』”、“ミニチュア制服専門店『ミニフォーム』”などがある。「制服リメイク」の過程には、型紙作りや生地解体、試作や裁断、接着や縫製があり、1人が完成まで手作業で行い、細部まで丁寧に作成している。そのため、「制服リメイク」サービスの現状価格は、低価格企業でも約1万円以上、高価格企業では約3万円以上と設定されている。



3. 研究テーマの課題

「制服リメイク」サービスの課題として2点挙げられる。

- ①「制服リメイク」に対する認知
- ②「制服リメイク」に手を出せない価格

現状では、制服リメイクの価格は約1万円から約3万円と幅が広い。独自のアンケート結果より、1万円以下の価格を希望している消費者が多く存在していることが分かり、低価格の仕組みづくりが課題である。また、認知率が低く、「制服リメイク」を知らない人が多数存在するため、広告コミュニケーションを通じた認知率の向上と利用者の獲得が課題である。

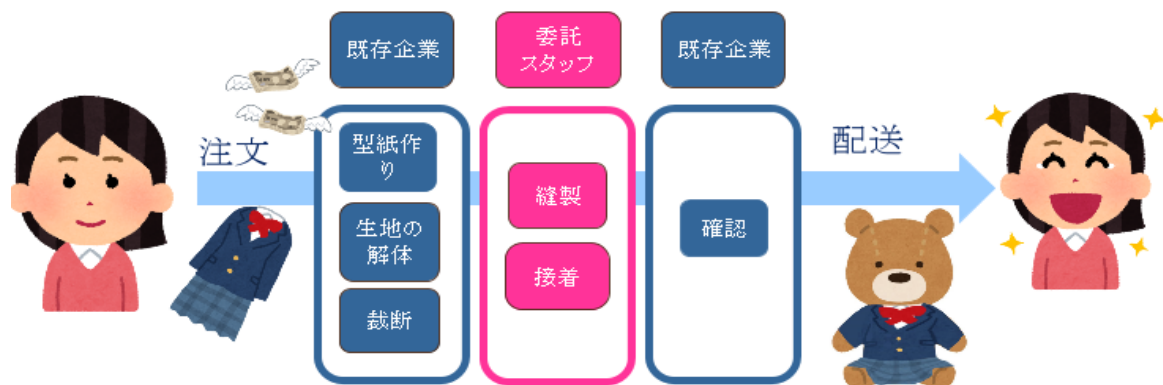
4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

・ビジネスモデルの提案

ビジネスモデルとして、外部の委託スタッフとの分業を提案する。現状の「制服リメイク」は上述したように多くの工程があり、全てを一人のスタッフが完成まで行っているため、時間がかかる。外部に内職として委託スタッフを雇うことにより、効率化が図れ、低価格の実現が可能だと考える。仕組みとしては、今まで行ってきた経験が必要な型紙作りや生地解体、裁断は既存企業が行い、制作キットとして作成し、委託スタッフに送る。委託スタッフは制作キットを元に縫製と接着を行い、既存企業に送る。そして、既存企業は委託スタッフから送られてきた完成品を確認、手直しをし、消費者に配送する。この流れを仕組みとして取り入れることで、効率化でき、消費者にも低価格で届けられる Win-Win の関係が獲得できるのではないかと考える。

・広告コミュニケーションによる訴求

「制服リメイク」サービスは認知率が低く、サービスについて“知らない”人が多く存在する。そのため、広告コミュニケーションにより消費者の認知の向上、利用者の獲得を図る。同窓会や成人式、卒業式後など消費者が集まり、思い出を懐かしむ機会や、広告活動を行う。広告が比較的 low price で実現でき、ターゲットへのリーチが高いことが想定できるため、パンフレットを主に広告を行う。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

アンケート調査

調査期間：2017年8月12日から2017年8月29日

調査目的：制服リメイクに対する消費者の心理を明確にする。

調査対象：10代から60代までの男女

職業	(人)	年齢	(人)	性別	(人)
高校生	27	~19歳	52	男性	61
大学生	95	20~24歳	89	女性	98
保護者	16	25~29歳	3	その他	1
保護者以外の家族	2	30代	1		
社会人	19	40代	8		
無職	1	50代	6		
		60代以上	1		

データ収集方法：質問紙法（自記式、インターネット調査）

アンケート結果

- ・「制服を捨てることに抵抗がある」と回答した人が約 7 割
- ・「制服を捨てない理由」として“思い出の品だから”と回答した人が約 7 割
- ・「制服リメイク」を“知らない”“聞いたことがあるがよく知らない”人が約 9 割
- ・「制服リメイク」について知った後“利用したい”と回答した人が約 7 割

⇒「制服リメイク」に関心のある人が多数存在するが、明確なイメージを持つ人が少ないため、広告コミュニケーションによって訴求し、認知の向上と利用者の獲得が図れるのではないかと考える。

6. 結果や今後の取り組み

今後の取り組みとして 2 点挙げる。

①既存企業へビジネスモデルの提案

「制服リメイク」のスタッフとして、洋裁や和裁経験があることが必須であり、手作業で全ての工程を行っている。そのため、新しい企業とすると、工場費や人件費がかさみ、低価格で実現することが困難である。よって、既存企業に提案することで現状の価格より安く提供できるのではないかと考える。

②「制服リメイク」以外の思い出ビジネスへの取り組み

独自に行ったアンケート調査で、『「制服リメイク」以外にリメイクしたい物はあるか』と調査したところ、制服のほかにもランドセルや部活動で使用したユニフォーム、着物などの意見を多数頂いた。そのため、「制服リメイク」以外の思い出ビジネスを広告コミュニケーション活動を通し提案していきたい。

7. 参考文献

・ウェルカムドールのスモールハピネス

<http://small-h.com/>

・岸志津江・田中洋・嶋村和恵『現代広告論（新版）』有斐閣アルマ

・制服ミニチュアリメイク専門店おもいでや

<http://omoideya.net/>

・ミニチュア制服専門店ミニフォーム

<http://www.miniformshop.jp/>

(すべて 9 月 27 日閲覧)

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経 BP マーケティング社様に作製していただく大会結果 HP に本企画シートは掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HP などに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

さい。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、提出してください