

2018/9/14

## 事業計画書

「素材とデザインにこだわったベビー服の  
ネットショップ展開」

B a b y   c o t t o n

# I. 企業概要

## 1. 企業名等

代表者名	溝口 智子
企業名・屋号	B a b y c o t t o n (仮)
所在地	〇〇県〇〇市〇〇1-20
設立年月日	2018年12月1日(予定)
資本金	-万円 (※個人事業主)
事業内容	素材とデザインにこだわったベビー服のネットショップ

## 2. 経営者の経歴等

<経歴>	
・2011年3月	〇〇服飾専門学校卒業 ファッションデザイン専攻科
・2011年4月	〇〇キッズウェア(株) 入社 商品企画課 企画制作担当
・2018年3月	〇〇キッズウェア(株) 退社
<資格>	
・2008年	普通自動車免許取得
・2010年	ファッション色彩能力検定試験2級取得
・2011年	パターンメイキング技術検定試験2級取得
・2016年	日商簿記検定3級取得

## 3. 起業の動機

<ul style="list-style-type: none"><li>・服飾専門学校を卒業後、老舗アパレルメーカーの商品企画課にて企画制作を担当。ファッション性の高い子供服やベビー服の製品企画、デザイン、縫製等の業務に携わる。約7年間勤務の後、結婚・出産を機に退職。現在は子育て中であるが、昔から「いつか独立」「自分らしく仕事をしたい」という思いがあり、子育てしながらでも実現できる「プチ起業」を考えるようになった。</li><li>・周辺のママ友から「大手量販店のベビー服は低価格だが可愛くない」という声を聞いて、最初は趣味の範囲でママ友にプレゼントしていた。1年前ぐらいから、評判の良さが口コミで広がり、販売してほしいという声が増えていた。ベビー服とはいえ、オリジナリティがあって、愛くるしい服を着せたいと思う母親の想いに応えたいと思った。</li><li>・老舗アパレルメーカーで培ったデザインや縫製の技術、人脈、子育てママとしての経験を生かし、等身大の「育児と起業の両立」に挑戦したい。</li></ul>
--

## II. 事業内容

### 1. ビジョン・目標

- ・自らの特技と経験を生かして子育てママを応援したい。
- ・1年後の売上高 2,000 千円、3年後の売上高 4,000 千円を目指す。

### 2. 事業コンセプト

#### (1) 商品・サービスの内容

素材・デザイン・機能にこだわったおしゃれベビー服の制作・インターネット販売

##### 【素材】

- ・赤ちゃんの肌にやさしい国産天然素材を使用
- ・しわになりにくい、耐久性の高い素材を使用 等

##### 【デザイン・機能】

- ・オリジナリティ溢れるデザイン、色、柄
- ・動きやすさ、着脱・洗濯のしやすさを重視 等

##### 《価格》

※素材・デザイン・機能にこだわったおしゃれベビー服 1 着 8,000 円

※素材・デザインにこだわったおしゃれベビーフォーマル/ドレス 1 着 12,000~15,000 円

※その他 ポンチョ、カバーオール、スタイ、肌着、帽子、小物類については、ベビー服の販売状況・生産状況に合わせて段階的に企画制作予定

##### 《制作》

※事業開始時は自分で企画制作を行い、販売状況に応じて一部外注を検討する

※制作に必要なプロ仕様の設備・備品、国産天然素材等は、前職勤務時から相当量を個人の研究目的で買いためて所有しており、事業開始時の出費を抑えられる

※国産天然素材等の追加仕入は、前職時代の取引先業者から小分け調達が可能

※制作時間は子供の就寝中、1日4時間程度を想定

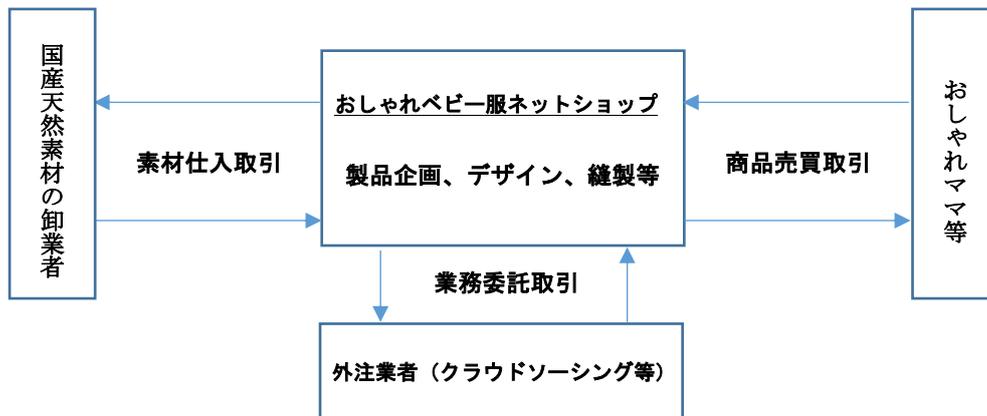
#### (2) ターゲット顧客

- ・0~3歳の赤ちゃんがいる子育てママ
- ・「大人と同じように、赤ちゃんにも他の赤ちゃんとかぶらない、可愛い一点モノを着せてあげたい」というおしゃれな感覚を持った層
- ・出産祝い/お食い初め/誕生日/初節句などのメモリアルイベントに、ギフトとしてベビーフォーマルやドレスを購入してくれるおしゃれママの友人や両親、祖父母等

### (3) 商品・サービスの提供方法・仕組み

- ・ネットショップを立ち上げて販売する。
- ・デザイン、色、柄の特徴、素材の特性、サイズ感などを分かりやすく表示し、お客さんに自分の好みに合うベビー服等を選びやすいようにする。
- ・子育てママの負担を軽減するために、ボタンをできるだけ少なく、着脱が簡単な仕様とする。また、洗濯後に毛玉が付きにくい、色落ちしにくいなど「お手入れの簡単さ」を重視する。

#### <ビジネスモデル>



### 3. 現状分析等

#### (1) 業界のトレンド、市場規模

・総務省統計局「家計調査（2018年）」によると、ベビー・子供服の市場規模は2000年代に入ってから長期的に減少傾向にあった。家計1世帯あたりベビー・子供服への年間支出金額は2010年以降下げ止まったが、2014年にかけて微増した後、2018年まで再び微減傾向が続いている。

・長期的な市場規模の縮小等で体力を奪われ倒産に追い込まれた企業も少なくないが、老舗子供服メーカーやアパレルメーカーの比較的大きな代理店等も多数存在している。価格・品質・ファッション性のバランスに優れたカジュアル衣料専門チェーンも数多く出てきており、底堅い消費行動が背景にあるとも考えられる。

・ベビー・子供服の販売チャンネルには、百貨店、量販店、専門店、そして通販などがある。総務省「平成26年全国消費実態調査」によれば、消費者の低価格志向から、高価格帯の商品を扱う百貨店はシェアを落としているが、この背景には、祖父母世代ではなく、セレクトショップや通信販売（インターネット）に親しんだ20～30代の親世代の消費行動が

強く反映されていると考えられる。

・以上より、業界経験豊富な個人がその知識とスキルを生かし、おしゃれママ等のニーズに特化したこだわりのベビー服をインターネットで販売する上では、一定規模の市場が存在すると考えられる。

## **(2) 競合の状況**

・主な競合は「こだわり系ベビー服ネットショップ」や「スマホで気軽に売買可能な中古品サイトやオークションサイト」である。また、自宅近隣に大手量販店のA店が進出しており、低価格路線のプライベートブランドを展開している。それぞれ下記の特徴が見られる。

### **1) こだわり系ベビー服ネットショップ**

大手資本が運営主体であるケースが多く、HPや掲載写真は美しい。ただし、大ロット生産体制が前提であるため、デザイン、色、柄の特徴が限られており、オリジナリティがやや低い。価格帯は1着5,000円～15,000円程度。ユーザーのコメントには「着脱しにくい」「洗うと毛玉が気になる」といった、「子育てママの実情」に配慮できていない様子も見て取れる。

前職時代から「こだわり系ベビー服ネットショップ」の動向をモニタリングしているが、オリジナリティとお手入れの簡単さを両立することができれば、価格を含めた総合的な観点から脅威にはならないと考えている。ただし、そのためには適切な販売促進・広報活動による認知度向上（ブランディング）が必要不可欠である。

### **2) スマホで気軽に売買可能な中古品サイトやオークションサイト**

こちらも大手資本が運営主体であるケースが多く、操作性・ユーザビリティも充実しており、使い勝手が良いうえに一流ブランド品を廉価で手に入れることができる。

自分でも何件か利用してみたが、「中古であることを気にしない層」には非常に魅力的である。ただし、供給が安定せず、品質も手にとってみるまで分からないため（実物が届いてみたらヨレヨレだった等）、現状ではそれほど脅威にならないと考えている。

### **3) 大手量販店のA店**

全国的な有名店であり、低価格路線のプライベートブランドを展開している。店内には小さな子供の遊戯場もあり、週末には家族連れで賑わう様子が見て取れる。家族向けのイベントを定期的に開催するなど集客力もあるが、客層が「素材・デザイン・機能にこだわる」客層と異なるため、現状ではそれほど脅威にならないと考えている。

### (3) 自社・事業の強み・優位性

- ・老舗アパレルメーカーの商品企画課で培った経験とスキル。ファッション性の高い子供服及びベビー服（フォーマル・ドレスを含む）の企画、デザイン、縫製等の業務に携わり、新規ブランド立上げ～出荷の流れについて現場感覚を持って理解している。
- ・前職の繋がりから、長年付き合いのある卸売業者から国産天然素材等の調達が可能であり、原価を低く抑えることができる（市場価格の約 60-80%）。
- ・おしゃれで可愛い、オリジナリティ溢れるベビー服デザインを自前で作成できる。
- ・現役子育てママであるため、子育てママの実ニーズを自分ごととして把握し、ベビー服制作に反映することができる。具体的には「子育てママの負担を軽減するため、ボタンをできるだけ少なく、着脱が簡単な仕様をデザインする」「洗濯後に毛玉がつきにくい、色落ちしにくい素材を多用し、お手入れの簡単さを重視する」等。

※なお、インターネット販売用サイトの立上げについては、ネット販売の専門家である IT 企業勤務の夫が制作をサポートしてくれるため、販売促進・広報活動等に掛かる費用を大幅に削減することができる。

起業に当たっては夫と協議を繰り返し、「借入はしない」「子供のことを一番に考える」という前提で、事業のサポートだけでなく、家事と育児も分担してくれる予定。

## 4. 販売・仕入計画

### (1) 販売計画

販売先	商品	割合
1. 自社サイトからの販売	素材・デザイン・機能にこだわった おしゃれベビー服等	91%
2. 手作り市での販売		9%

#### 1) 自社サイトからの販売

自社のインターネット販売用サイトからの販売予定

⇒おしゃれベビー服 : 1着 8,000円 × 月7着 × 12カ月 = 67.2万円

⇒おしゃれベビーフォーマル : 1着 12,000円 × 月4着 × 12カ月 = 57.6万円

⇒おしゃれベビードレス : 1着 15,000円 × 月3着 × 12カ月 = 54万円

#### 2) 手作り市での販売

自宅近くの神社で毎年夏・秋に開催される手作り市（来場者1万人超）への出店販売

⇒おしゃれベビー服 : 1着 7,000円 × 1回6着 × 年2回 = 8.4万円

⇒おしゃれベビーフォーマル : 1着 11,000円 × 1回3着 × 年2回 = 6.6万円

⇒おしゃれベビードレス : 1着 14,000円 × 1回1着 × 年2回 = 2.8万円

## ※その他の販売先

上記以外の販売先としては「ママ友からの依頼、友達の紹介等による若干数の販売可能性」もあるが、友人同士であるぶん正規価格での販売が困難であること、何がしかのトラブルが発生した場合の対処が困難であること等を踏まえ、積極的には行わない予定である。

## (2) 販売促進・集客方法

・「自社サイトからの販売」が主軸となるため、主な販売促進・集客方法はサイトのコンテンツ充実と SEO 対策となる。おしゃれベビー服そのものの完成度には、前職時代の経験と実績に基づくある程度の自信はあるものの、自社サイトへの誘導やサイト内回遊率の向上については素人同然であるため、専門家である夫の助言を仰ぎつつ、以下に取組む予定である。

### 1) こだわりの見える化

デザイン、色、柄の特徴、素材の特性、サイズ感などを分かりやすく表示し、お客さんに自分の好みに合うベビー服等を選びやすいようにする。また、着脱が簡単な仕様やお手入れの簡単さなどについても写真や動画入りで詳しく解説し、子育てママの実ニーズに即したコンテンツを充実させる。

### 2) ブログ「子育てママの起業がんばる日記（仮称）」連載（インスタグラム連動）

子育てと起業の両立に取り組むママ（自分）のリアルな出来事をブログ形式で連載する。時間の使い方、ベビー服やベビーフォーマル／ドレスの作り方、夫との家事の分担、お姑様との付き合いなどなど。あまり集客を意識せず、喜怒哀楽を素直に綴ることで、親しみやすさと安心感を提供する。また、インスタグラムと連動して記事内にベビー服の写真（デザインから仕上がりまで）を掲載することで、商品に一層の愛着を感じて頂けるようにする。

### 3) 「お客様の声」掲載

実際に購入いただいたお客様から購入後の評価・コメントを頂き、サイトに掲載する。買い手の立場に立った客観的な意見には信頼と安心を感じられるため、自分自身がネットショッピングをする際にも重視している要素であり、掲載数を段階的に増やしていきたい。なお、お客様の声を収集する方法としては「購入後一定期間内に評価・コメントをくださったお客様には次回購入時 5%OFF のネットクーポンを発券する」を検討中。

・「手作り市での販売」は、自宅近くの神社で毎年夏・秋に開催される手作り市での販売であり、運営会社が全体的な販売促進と集客を行う。ただし、自社サイトで出店を告知することで自店立ち寄り件数の増進を図るとともに、出店料金 5,000 円の割引（SNS 等で出店を告知することで 500 円 OFF+早期申込 500 円 OFF で実質 4,000 円となる見込み）を得られる。

前職時代にも同様のイベントに企業として出展経験が有り、物販からネット購買に繋がるケースが実績値として多くあったため、販売量は限定的だが、継続出展を予定している。

### (3) 仕入計画

- ・制作に必要なプロ仕様の設備・備品、国産天然素材等は、前職勤務時から相当量を個人の研究目的で買いためて所有しており、事業開始時の出費を抑えられる。
- ・国産天然素材等の追加仕入が発生した場合は、前職時代の取引先業者から小分け調達が可能である（市場価格の約 60-80%）。

## 5. 店舗・施設計画

- ・自宅を活用するため、当面は店舗や施設を持たない。

## 6. 実施体制・人員計画

(人)

担当	1年目	2年目	3年目	備考
企画制作	1	1	1	経営者
アルバイト	0	0	1	3年後を目処に1名を採用予定 服飾専門学校（母校）の学生等を対象
外注委託	0	1	1	業務繁忙に合わせて外注を活用予定

※個人所得／役員報酬は1年目 100万円、2年目 150万円、3年目 200万円を予定

※外部委託（縫製業務のクラウドソーシング：必要素材を送付、裁断からまとめを依頼）は繁忙期のみ活用予定。外部委託コストは売上高の約 40%（職人工賃等 30%、クラウドソーシングサイト手数料 10%）

※アルバイト 月 5日 X 6,000円（1日 5時間勤務、時給 1,200円） X 1人 = 30,000円

### Ⅲ. 数値計画

#### 1. 投資・調達計画

(千円)

投資（必要な資金）		金額	調達	金額
設備資金	ノートパソコン1台	200	自己資金	800
	レーザープリンタ1台	100	親族等からの借入	0
			金融機関からの借入	0
運転資金	開業の経費	0		
	諸経費支払	500		
合計		800	合計	800

※制作に必要なプロ仕様のマシン等の設備・備品は服飾専門学校在学時・前職勤務時から相当数を所有しているため、計画書には記載していない。

#### 2. 損益計画

(千円)

	1年目	2年目	3年目	備考
売上高①	2,000	3,000	4,000	
売上原価②	200	600	800	※1年目10%、2年目以降20%を想定
売上総利益③（①－②）	1,800	2,400	3,200	
人件費	0	0	360	※上段：アルバイト、下段：役員報酬
	1,000	1,500	2,000	※アルバイト3年目1人
家賃	0	0	0	
減価償却費④	0	0	0	
その他	500	600	700	※交通費、交際費等を含む
販売費及び一般管理費⑤	1,500	2,100	3,060	
営業利益⑥（③－⑤）	300	300	140	
営業外損益⑦（支払利息）	0	0	0	
経常利益⑧（⑥－⑦）	300	300	140	

\*この他、個人事業者のため個人事業税等の税金が発生

返済可能額（④＋⑩）	－	－	－	
借入金返済額	－	－	－	

## IV. 実施スケジュール

実施項目	2019年			2020年			備考
	1月～4月	5月～8月	9月～12月	1月～4月	5月～8月	9月～12月	
開業届	開業準備・届出等 						
広報活動	HP作成等 		広報活動は随時展開 				
営業活動		夏の手作り市出展等 	秋の手作り市出展等 		夏の手作り市出展等 	秋の手作り市出展等 	