

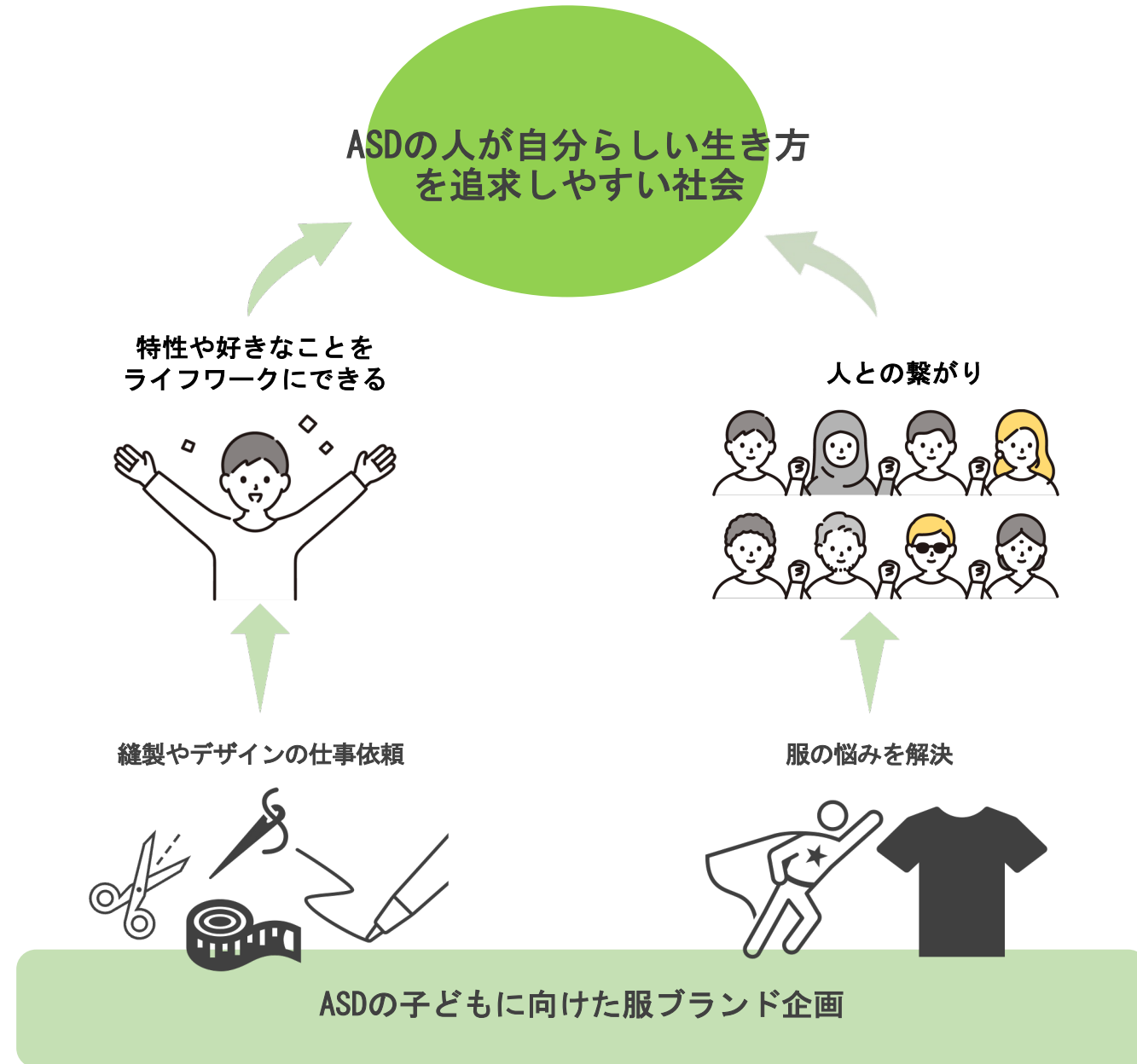
2022年度卒業制作・計画
ビジネス企画

ASDの子どもに向けた 服ブランド企画

—着替え自立から未来へ繋ぐ—

国際ファッション専門職大学
名古屋ファッションクリエイション・ビジネス学科
指導教員：岸田邦裕 准教授
FN190036 松元芽伊

企画の要旨



企画の背景

ASDの甥

「将来どうなるんだらう？」

卒業制作 目次

1 ビジネス企画の目的	1.1 企画の目的	
	1.2 企画背景	
2 ターゲットの現状分析	2.1 自閉スペクトラム症の概要	
	2.2 自閉スペクトラム症の子どもへの教育に関する概要	
	2.3 自閉スペクトラム症の人々の活躍する姿	2.3.1 A氏（作家）
		2.3.2 B氏（アーティスト）
	2.4 障がいを持つ人々への支援組織	
	2.5 障がいを持つ方を対象にしたファッション関連の取り組み例	2.5.1 アメリカの団体C
		2.5.2 イベントD
	2.6 障がいを持つ方のファッションにまつわる現状・ニーズ	2.6.1 福祉施設Eから
		2.6.2 論文Iから
		2.6.3 自閉スペクトラム症の子を持つ母へのインタビュー
3 ビジネス先行例の現状分析	3.1 先行例F	
	3.2 先行例G	
	3.3 その他、ASD の子ども向けに開発された商品例	
4 ビジネス企画	4.1 ビジネス企画概要	
	4.2 ビジネスモデル・キャンバス	
	4.3 ビジネス詳細	
	4.4 先行例ブランドとの比較（ポジショニングマップ）	
	4.5 ブランド運営の際に注意すべき事項	
5 おわりに		

ターゲットの現状分析

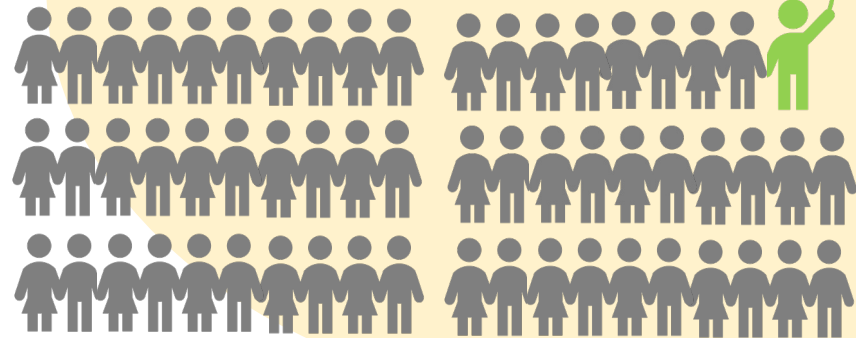
自閉スペクトラム症 (ASD) とは？

生まれつき



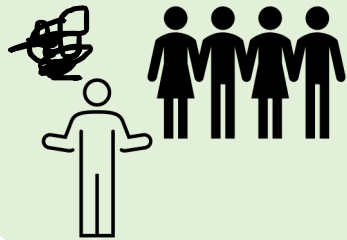
脳機能の特性

約59人に1人がASD



自閉スペクトラム症 (ASD) とは？

コミュニケーション
対人関係での困難



限定的な
行動・関心・動作パターン



体の動きコントロール
の困難



十人十色



服に対するニーズ

ASDの子の保護者へのインタビュー

服やズボンにどちらが後ろかわかりやすい目印がほしい。

最近タグがない服も多い。

「この目印が後ろ」と統一できるようにタグがちゃんと付いている服しか着れない。

決まったルールがあると、ASDの子は覚えられる。

ズボンとかはほとんどタグが後ろになくて目印を自分で作った。



服の裏表前後というルールの理解が難しい

提案する企画

ビジネスモデル・キャンバス BMC

<p>KPキーパートナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・障がい者施設運営の縫製工場 ・ASDのアーティスト ・物流会社 ・療育の現場 	<p>KAキーアクション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品の企画販売 ・家族との関係性強化 ・障がい雇用を生む提携先の選択 	<p>VP 価値提案</p> <p>①ASDの子どもの服における課題解決</p> <p>②保護者の子どもの服における負担軽減</p> <p>③ASDの人々のライフワークを見つける機会創出</p>	<p>CR 顧客との関係</p> <p>顧客の声を聞くことに重点を置き、「伴走」する</p>	<p>CS 顧客セグメント</p> <p>①使用者：ASDの子ども(3～6歳)</p> <p>②購入者：養育者(20～40代)</p>
<p>CS コスト構造</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製造費 ・包装費 ・交通費 ・配送費 ・通信費 		<p>RS 収益の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品販売による収益 ・ASDの子どもの服へのニーズ情報 ・顧客の獲得 		

VP (価値提案) + CS (顧客セグメント)

CS

- ①使用者：ASDの子ども(3～6歳)
- ②購入者：養育者(20～40代)

VP

- ①ASDの子どもの服における課題解決
- ②保護者の子どもの服における負担軽減
- ③ASDの人々のライフワークを見つける機会創出

VP①ASDの子どもの服における課題解決

KA(キーアクション) : 商品の企画販売

front



back



front



back



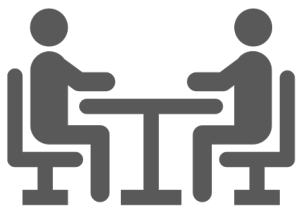
服にまつわる悩みを解決する商品の展開。
スタートとして、
タグとデザインにより服の裏表前後理解をサポートする。

VP②保護者の子どもの服における負担軽減

KA(キーアクション)：家族との関係性強化

CR(顧客との関係)：顧客の声を聞くことに重点を置き「伴走」する

CH(チャンネル)：HP(自社)/療育の現場/インスタグラム/ズーム/対面



VP③ASDの人々のライフワークを 見つける機会創出

KA(キーアクション) : 障がい者雇用を生む提携先の選択

KP(キーパートナー) :

障がい者施設運営の縫製工場/ASDのアーティスト

先行例との比較

RU.

付加価値重視

(ヒアリング/サポート/提携先)

先行例1

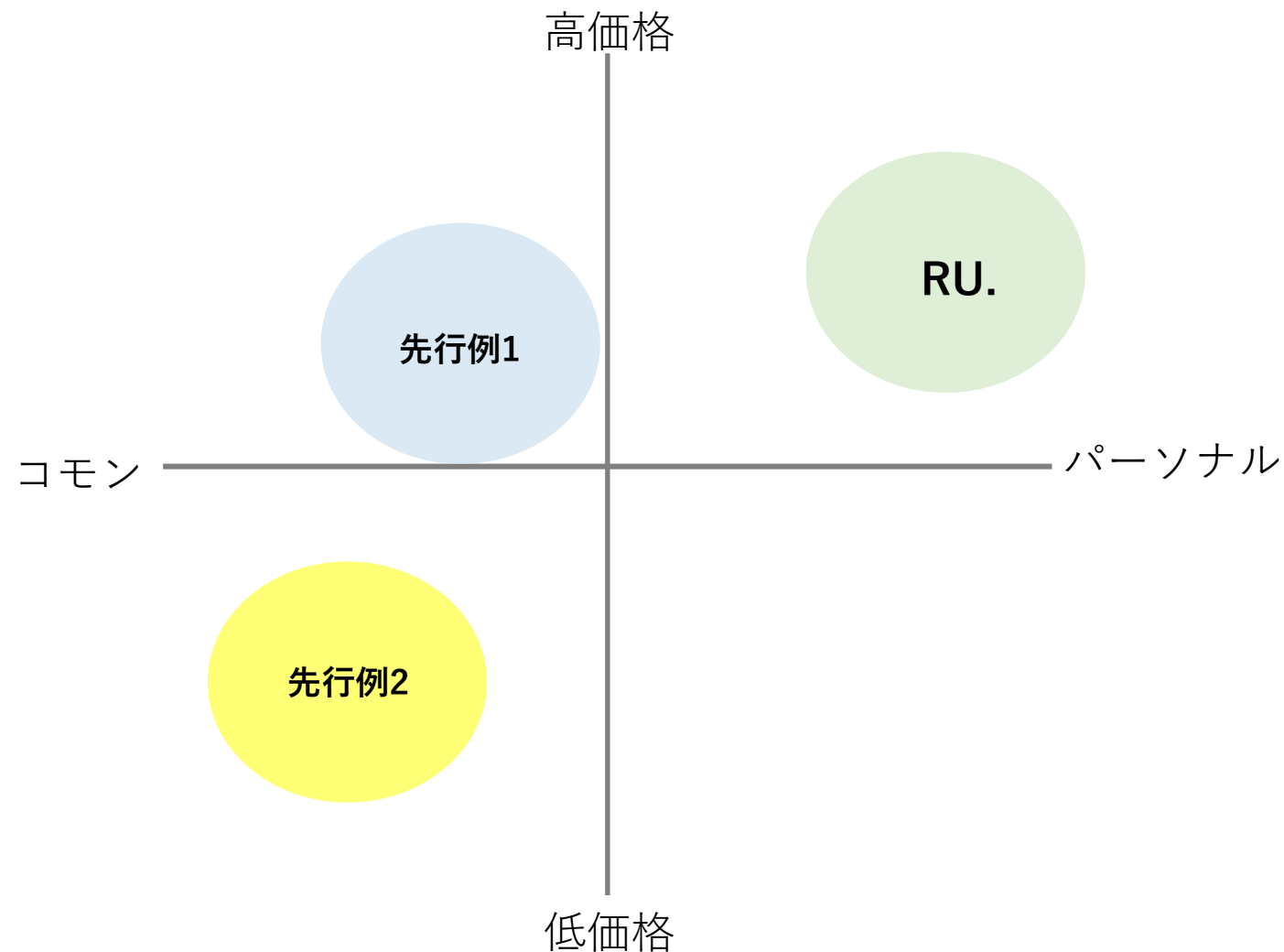
ユニバーサル発想

(触覚過敏の人まで)

先行例2

ユニバーサル発想

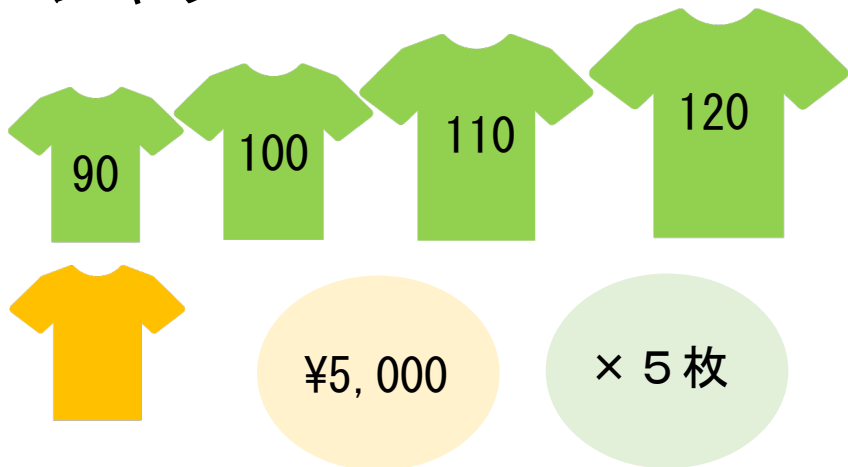
低価格



RS (収益の流れ)

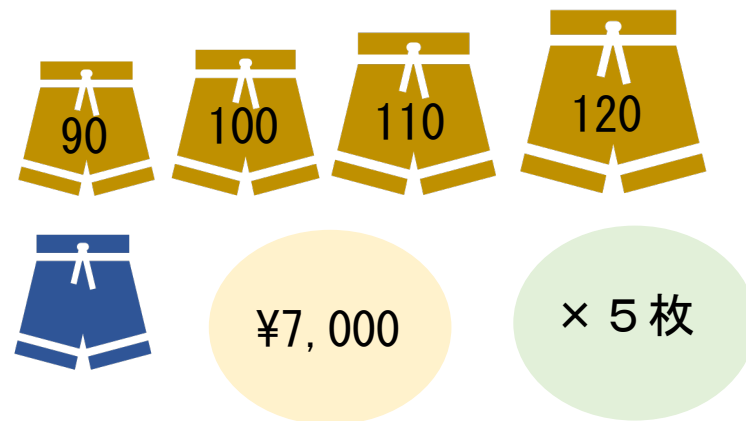
初年度 売上高目標 480,000円

Tシャツ



サイズ	カラー	初年度 販売枚数	売価	売上
90cm	カラー1	5	5,000	25,000
	カラー2	5	5,000	25,000
100cm	カラー1	5	5,000	25,000
	カラー2	5	5,000	25,000
110cm	カラー1	5	5,000	25,000
	カラー2	5	5,000	25,000
120cm	カラー1	5	5,000	25,000
	カラー2	5	5,000	25,000
			合計	200,000

ショートパンツ



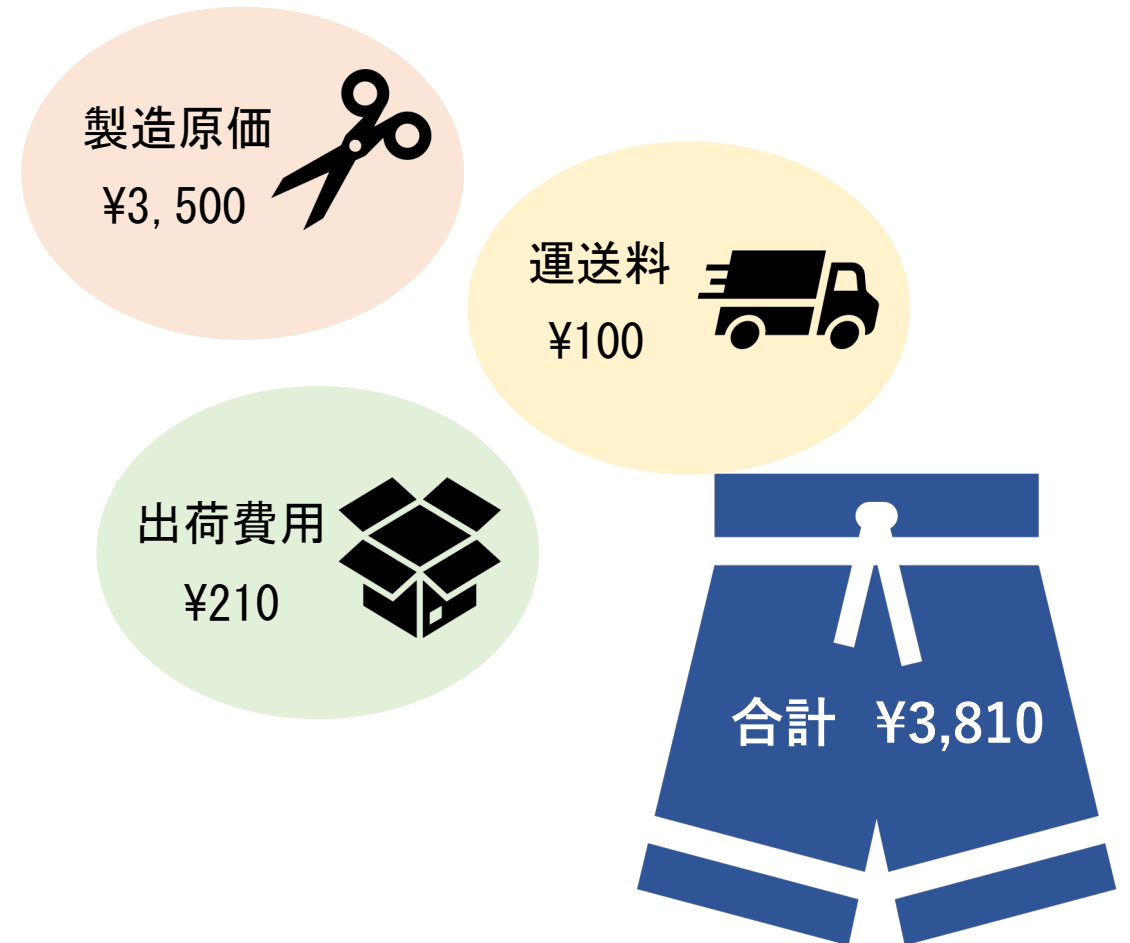
サイズ	カラー	初年度 販売枚数	売価	売上
90cm	カラー1	5	7000	35,000
	カラー2	5	7000	35,000
100cm	カラー1	5	7000	35,000
	カラー2	5	7000	35,000
110cm	カラー1	5	7000	35,000
	カラー2	5	7000	35,000
120cm	カラー1	5	7000	35,000
	カラー2	5	7000	35,000
			合計	280,000

CS（コスト構造）

1枚当たりのTシャツの原価構造



1枚当たりのショートパンツの原価構造



初年度損益計算書計画 (2023年4月～2024年3月)

/開業時_貸借対照表

売上高	Tシャツ	200,000
	パンツ	280,000
	合計	480,000
原価	Tシャツ	112,400
	パンツ	152,400
	合計	264,800
売上総利益		215,200
販 売 管 理 費	経営者給与	100,000
	通信費	20,000
	交通費	20,000
	その他	20,000
	合計	160,000
経常利益		55,200

売上高 480,000円	原価 264,800円	
	売上総利益 215,200円	販売管理費 160,000円
		経常利益 55,200円

借方		貸方	
現金・預金	500,000	短期借入金	0
流動資産	0	流動負債	0
固定資産	0	長期借入金	0
		固定負債	0
		自己資本	500,000
合計	500,000	合計	500,000

ご清聴ありがとうございました。