

# PIIF卒業制作・計画(2022年度) ビジネス企画書

ビジネス企画書名	ブランド再生ビジネス
副題	ロリータブランドにおける可能性
提出年月日	2023年3月14日
提出者	詫間 素十
学籍番号	FO190003

# 目次

1	序論	… 3
2	BMC概要	…10
3	収支バランス	…11
4	収支要因の説明（1）	…17
5	収支要因の説明（2）	…23
6	ビジネスモデルとしての結論	…27
7	今後の提案	…28
8	謝辞	…29
9	参考文献	…30

# 1. 序論

## ブランド再生ビジネス

現代社会はモノで溢れている。

アパレルにおいては知名度のあるブランドでさえも流行り廃りがある。

一方で全国的な人気が低迷しても未だコアなファンに愛されるブランドが数多く存在する。

本企画はそのようなブランドに焦点を当て、再び市場を盛り上げることを目的としている。

主にオンラインサロンを活用しコアファンの結びつきを強化する。

本企画書ではロリータブランドを例に挙げブランド再生ビジネスの可能性について提示する。

# 【現状分析アンケート調査】

ロリータファッションを好む生活者**105人**に対しアンケート調査を実施。

目的：愛着度に関するロリータブランドの実態調査

・実施期間:2022/6/6-2022/10/4

・実施方法：グーグルフォーム を使用し以下の方法で回答を収集。

## ①SNSでのDM送信

…Instagramで「#ロリータ」と検索し該当者にDMを送信。

DM内容

はじめまして！国際ファッション専門職大学の詫間と申します。

大学の卒業制作でロリータファッションについて研究しておりまして、アンケートのご協力をお願いしたくご連絡させていただきました。

とても素敵な投稿を拝見し是非アンケートを通してお気持ちを伺いたいと思いました。

このアンケートは、今後のロリータ産業について発展していきたいという思いから生まれたものです。ご協力宜しくお願い申し上げます。

<https://forms.gle/LPDYavcr4asmCogQ9>

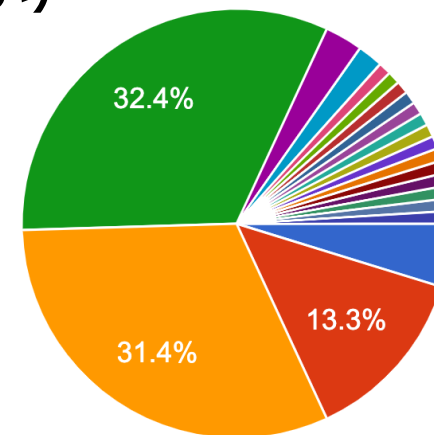
## ②街頭調査

…街で見かけたロリータ愛用者にお声がけしフォームに回答して頂く。

## 【アンケート内容1】

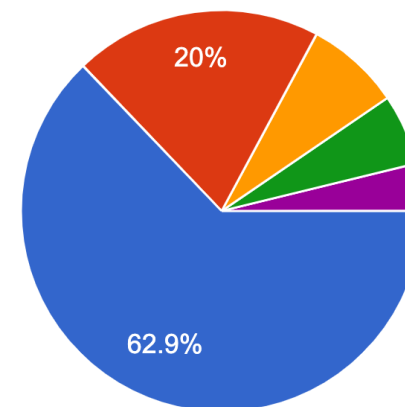
Q1 購入したことのあるロリータブランドを教えてください  
(複数ある場合は一番好きなブランドを選択してください)

1位 (●32.4%) BABY, THE STARS SHINE BRIGHT  
2位 (●31.4%) Angelic Pretty  
3位 (●13.3%) Innocent World



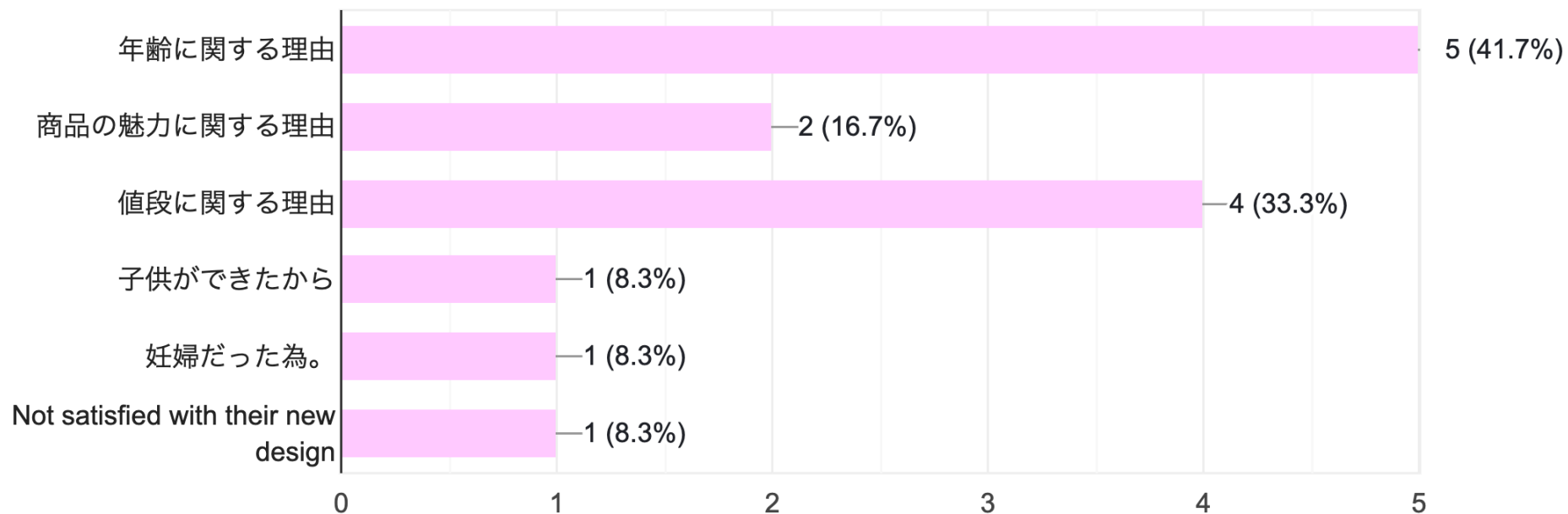
Q2 最後にそのブランドの商品をお買い物されたのはいつ頃ですか？

1位 (●62.9%) 3ヶ月以内  
2位 (●20%) 3ヶ月～1年前  
3位 (●7.6%) 1年前～3年前



## 【アンケート内容2】

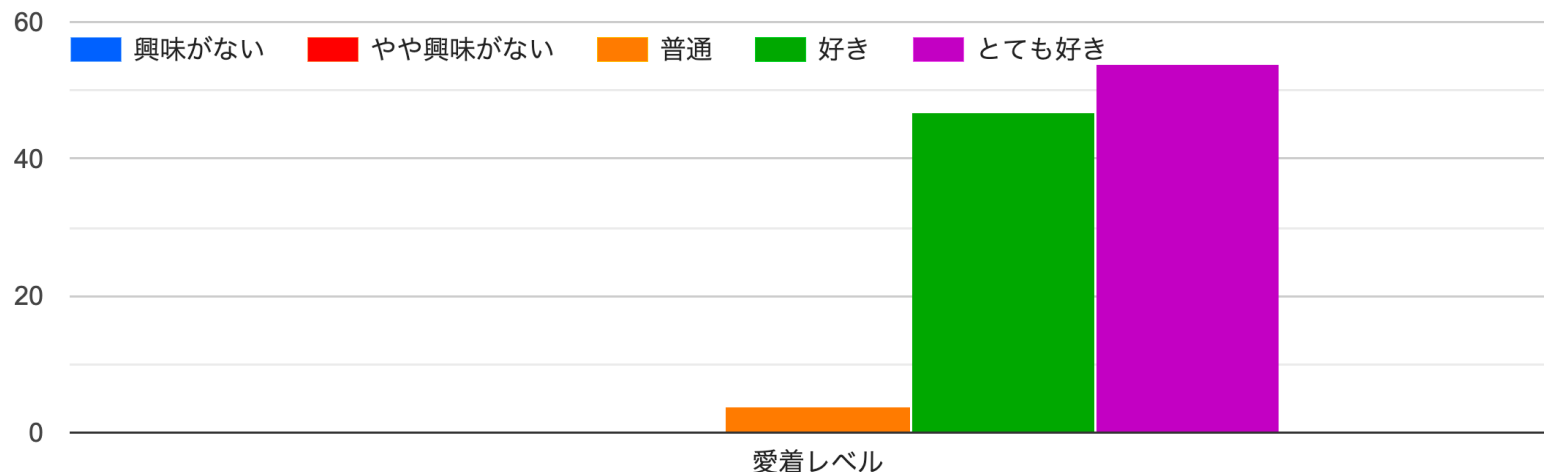
Q3 「5年以上前」と答えた方に質問です。  
購入しなくなった理由を教えてください。（複数選択可能）



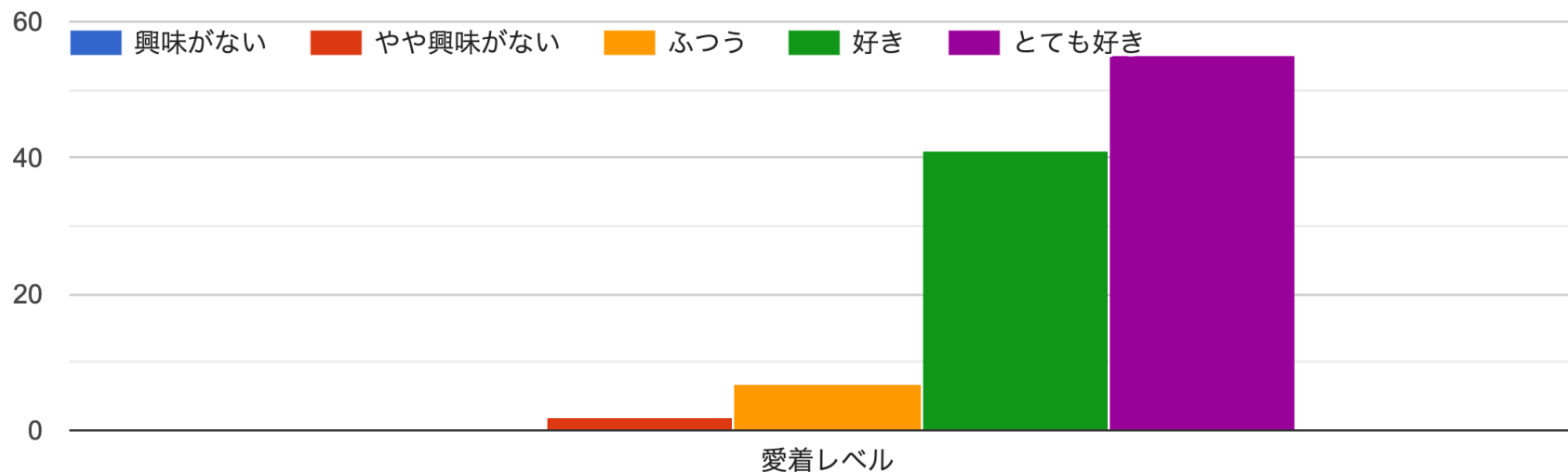
<b>1位</b> (41.7%)	年齢に関する理由
<b>2位</b> (33.3%)	値段に関する理由
<b>3位</b> (16.7%)	商品の魅力に関する理由

## 【アンケート内容3】

Q4 購入当時のそのブランドへの愛着レベルを教えてください。



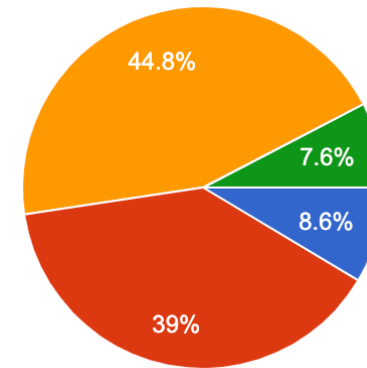
Q5 購入に関わらずあなたが上記で選択したブランドへの【現在の】愛着レベルを教えてください。



## 【アンケート内容4】

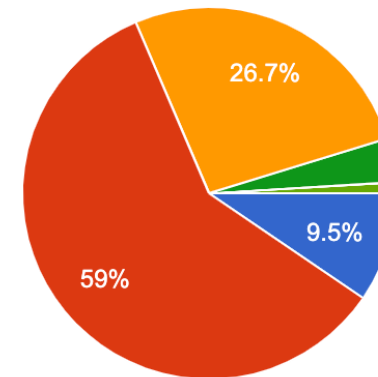
Q6 お買い物される際は一回あたりどのくらい購入されますか？

1位 (●44.8%) 3~5万円  
2位 (●39%) 1~3万円  
3位 (●8.6%) 1万円未満



Q7 あなたの年齢を教えてください。

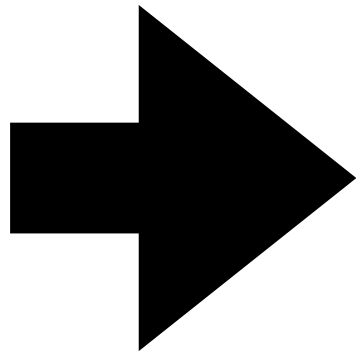
1位 (●59%) 20代  
2位 (●26.7%) 30代  
3位 (●9.5%) 10代





## 【アンケート分析結果】

全国的な人気が低迷しても未だコアなファンに愛される  
ロリータブランドが数多く存在する。



本企画を通して  
ブランドの再生が見込める

## 2. BMC概要

<p><b>⑧ KP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンラインサロンの運営担当者</li> <li>・レース工場</li> <li>・ロリータ系インフルエンサーAさん</li> <li>・ロリータ系インフルエンサーBさん</li> <li>・各ロリータブランド</li> <li>・直営ショップ/卸ショップ</li> <li>・イベント後にロリータ愛用者が集まれるお茶会場(交流会場)</li> </ul> <p>Key Partner</p>	<p><b>⑦ KA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①ファン同士の交流の場を提供</li> <li>②ファン同士(C to C)の売買が可能となるプラットフォームの作成</li> </ul> <p>Key Activities</p>	<p><b>② VP</b></p> <p>ロリータブランド再生ビジネス</p> <p>既存のロリータ愛用者には、ロリータファッションを楽しんで頂く機会を今まで以上に増やすことでサロンへの参加を促す。新規のロリータ愛用者には着用意欲を掻き立て、購入しやすい環境を提供する。</p> <p>Value Propositions</p>	<p><b>④ CR</b></p> <p>オンラインサロン顧客同士がつながりを持てる場を提供する</p> <p>Customer Relationships</p>	<p><b>① CS</b></p> <p>ニッチ市場</p> <p>上質なロリータファッションを好む女性</p> <p>中心年齢は30歳で独身のためお金に余裕がある</p> <p>Customer Segment</p>
<p><b>⑨ CS</b></p> <p>売上高 : 22,400,000円          売上原価 : 9,820,000円          売上総利益 : 12,580,000円</p> <p>売上高対総利益率 <b>56.1%</b></p> <p>Cost Structure</p>		<p><b>⑤ RS</b></p> <p>オンラインサロンによる定額制。月額1,000円で様々なコンテンツが受けられる。</p> <p>Revenue Streams</p>		
<p><b>⑥ KR</b></p> <p>オンラインサロン/EC/SNS運営スタッフ、広告塔となる人物、ロリータ愛用者、各ブランドスタッフ、PC、生産技術</p> <p>Key Resources</p>		<p><b>③ CH</b></p> <p>オンラインサロンによる定額制サービス。広告塔としてロリータ系のインフルエンサーを起用する。</p> <p>Channels</p>		

### 3. 収支バランス (RSとCSのバランス)

#### RS (収益の流れ)

オンラインサロンによる**定額制**。

支払い方法はクレジットカードで、

各クレジット会社が定める引き落とし日に支払われる。

月額1,500円で以下のようなコンテンツが受けられる。

- ① ロリータ系インフルエンサーによる交流会
- ② サロン会員限定配信の動画
- ③ 様々なロリータブランドのファミリーセールにご招待
- ④ ロリータブランド×レース工場の受注販売会
- ⑤ ファン同士のハンドメイドマルシェ
- ⑥ ロリータ卒業者による同窓会フリマ

#### CS (コスト構造)

売上高	: 22,400,000円	売上総利益	: 12,580,000円	売上高対総利益率	: <b>56.1%</b>
売上原価	: 9,820,000円	固定費	: 11,138,000円	売上高対営業利益率	: <b>6.4%</b>
売上総利益	: 12,580,000円	営業利益	: 1,442,000円		

## 【RSの概要説明1】

### ①ロリータ系インフルエンサーによる交流会（3ヶ月に一回実施）

- ※サロン会員は優先的にチケットを受付
- …会場を借りてする場合：サロン会員は参加費半額。
- …ZOOMなどオンラインイベントの場合：サロン会員は参加費無料。

### ②サロン会員限定配信の動画（毎週一本配信）

- …ロリータモデルによる対談企画や、  
ロリータファッションに関する最新情報をお届けする。

### ③様々なロリータブランドのファミリーセールにご招待

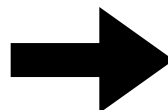
- …SSとAWの年2回。会場を借りてサロン主催の大規模なファミリーセールを開催。

### ④レース工場のロリータ小物受注販売会（年1回）

- …糸と柄を数種類ずつ用意し顧客にそれぞれ選択してもらい  
オリジナル商品を作成。  
受注会のためリスクも低く、コストも抑えられる。  
→無駄な生産がない。

臨地実習として約1ヶ月間現場でレース作りを体験した。  
その体験に基づき以下のようなことがわかった。

- ・職人技ならではの特殊なレースが作れる
- ・後継者はいないがこの技術を残したい

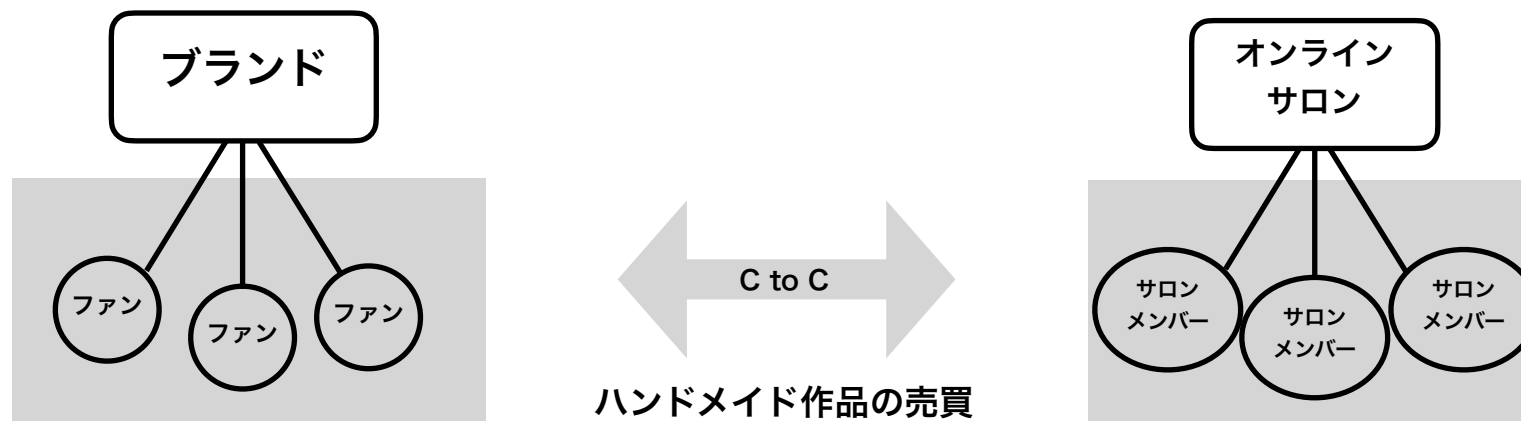


レース工場を知ってもらう機会につながる

## 【RSの概要説明2】

### ⑤ ファン同士のハンドメイドマルシェ（年1回）

オンラインサロンを通じてコミックマーケットのようなイベントを開催



オンラインサロンメンバーによるハンドメイドマルシェの開催。

ロリータ愛用者だからこそ「こんなものがあっていいな」という発案ができる。

サロンメンバーであれば出店料は無料で、売り上げの20%を主催であるオンラインサロンへ納付。

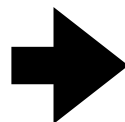

このイベントを通して本サロンの知名度アップと新規サロンメンバー獲得を目指す。

### ⑥ ロリータ卒業者による同窓会フリマ（年1回）


もう着なくなったけれどクローゼットには大量のロリータファッションが…

そんな方々が懐かしんで集まり次世代に服を譲るフリーマーケットの開催！

**ロリータ卒業者**  
フリマで販売&同窓会  
もう着ないけれど懐かしい  
できれば大切に着てもらいたい



**新規ロリータ愛用者**  
安く購入&ロリータ交流会  
ロリータは金銭的に手が出しにくい  
フリマなら安くゲットできる！  
ロリータファンと交流ができる！



## 【CSの概要説明（固定費）】

項目	品目	摘要	金額（年）
事務所関連	レンタルオフィス費	50,000円×12ヶ月	600,000円
	水道光熱費	レンタルオフィスの 利用料金に含まれる	0円
	管理費		
	消耗品費	30,000円/年	30,000円
人件費関連	基本給与	250,000円×12ヶ月×3人	9,000,000円
	交通費	10,000円×12ヶ月×3人	360,000円
	社会保険料	雇用保険(給与の0.85%)×3人	5,100円
		社会保険(給与の15%)×3人	90,000円
		厚生年金(給与×18.3%÷2)×3人	54,900円
通信費関連	携帯電話代	3,000円×12ヶ月×3人	108,000円
	ネットワーク料金	10,000円×12ヶ月×3人	360,000円
営業経費関連	広告宣伝費	100,000円(SNS投稿1回)×4回	400,000円
	ホームページ運用費	10,000円/年	10,000円
	交際費	120,000円/年	120,000円
<b>合計</b>			<b>11,138,000円</b>

## 【CSの概要説明（変動費）】

企画	費用項目	摘要	金額
交流会（年4回）	会場費(対面)	150,000円×2回	300,000円
	システム費(オンライン)	10,000円×2回	20,000円
	ロリータ系インフルエンサー A様（仮）	1,000,000円(お茶会1回)×4回	4,000,000円
	ロリータ系インフルエンサー B様（仮）	300,000円(お茶会1回)×4回	1,200,000円
動画配信（年50回）	撮影会場費	20,000円×50回	1,000,000円
	出演料	30,000円×50回	1,500,000円
ファミリーセール（年2回） 受注販売会（年1回） ハンドメイドマルシェ（年1回） 同窓会フリマ（年1回）	会場費	300,000円×2回+150,000円×3回	1,050,000円
	設備費	50,000円×5回	250,000円
	広告宣伝費	100,000円×5回	500,000円
<b>合計</b>			<b>9,820,000円</b>

## 【CSの概要説明（売上高）】

企画	品目	摘要	金額（年）
オンラインサロン	会員費	1,500円×12ヶ月×1,000人（仮）	18,000,000円
動画配信	企業案件	50,000円×10本	500,000円
交流会（年4回）	参加費（会員）	2,500円×20人×4回	200,000円
	参加費（非会員）	5,000円×10人×4回	200,000円
ファミリーセール （年2回）	出店料	30,000円×10ブランド×2回	600,000円
	販売手数料（売上の10%）	500,000円売り上げた場合 50,000円×10ブランド×2回	1,000,000円
受注販売会（年1回）	販売手数料（売上の20%）	500,000円売り上げた場合	100,000円
ハンドメイドマルシェ （年1回）	販売手数料（売上の20%）	200,000円売り上げた場合 40,000×30店舗	1,200,000円
同窓会フリマ（年1回）	販売手数料（売上の20%）	100,000円売り上げた場合 20,000円×30人	600,000円
<b>売上高合計</b>			<b>22,400,000円</b>

売上高 : 22,400,000円  
 売上原価 : 9,820,000円  
 売上総利益 : 12,580,000円

売上総利益 : 12,580,000円  
 固定費 : 11,138,000円  
 営業利益 : 1,442,000円

売上高対総利益率 : **56.1%**  
 売上高対営業利益率 : **6.4%**



## 4. 収支要因の説明（1）

<p><b>⑧ KP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンラインサロンの運営担当者</li> <li>・クマムレース等の協力工場</li> <li>・青木美沙子さん</li> <li>・ももかるりーたさん</li> </ul> <p>各ロリータブランド</p> <p>直営ショップ/卸ショップ</p> <p>イベント後にロリータ愛用者が集まれるお茶会場（交流会場）</p> <p>Key Partner</p>	<p><b>⑦ KA</b></p> <p>①ファン同士の交流の場を提供</p> <p>②ファン同士(C to C)の売買が可能となるプラットフォームの作成</p> <p>Key Activities</p>	<p><b>② VP</b></p> <p>ロリータブランド再生ビジネス</p> <p>既存のロリータ愛用者には、ロリータファッションを楽しんで頂く機会を今まで以上に増やすことでサロンへの参加を促す。新規のロリータ愛用者には着用意欲を掻き立て、購入しやすい環境を提供する。</p> <p>Value Propositions</p>	<p><b>④ CR</b></p> <p>オンラインサロン顧客同士がつながりを持てる場を提供する</p> <p>Customer Relationships</p>	<p><b>① CS</b></p> <p>ニッチ市場</p> <p>上質なロリータファッションを好む女性</p> <p>中心年齢は30歳で独身のためお金に余裕がある</p> <p>Customer Segment</p>
<p><b>⑨ CS</b></p> <p>売上高 : 28,400,000円</p> <p>売上原価 : 9,820,000円</p> <p>売上総利益 : 18,580,000円</p> <p>売上高対総利益率 65.4%</p> <p>Cost Structure</p>		<p><b>⑤ RS</b></p> <p>オンラインサロンによる定額制。月額1,000円で様々なコンテンツが受けられる。</p> <p>Revenue Streams</p>		

②Value Propositions（価値提案）

①Customer Segment（顧客セグメント）

③Channels（チャネル）

④Customer Relationships（顧客との関係性）

# 【VP 価値提案】

## ロリータブランド再生ビジネス

…コアなファンが集いやすい環境を作りニッチ市場を盛り上げる。  
有名ロリータモデルを広告塔に、オンラインサロンを立ち上げる。

### 既存のロリータ愛用者に対するアプローチ

サロン主催の交流会や販売会を通して、  
今まで以上にロリータファッションを楽しむ機会を提供する。

### 新規顧客獲得に向けたアプローチ

ロリータファッションを憧れだけで終わらせず、  
本サロンを通して着用意欲を掻き立て、  
購入しやすい環境を提供する。

# 【CS 顧客セグメント】

上質なロリータファッションを好む女性。

中心年齢は30歳で、独身のためお金に余裕がある。

- 衣** 休日は必ずロリータファッションを愛用。  
平日出勤時はオフィスカジュアルで、可愛い小物に囲まれて仕事をする。
- 食** アフタヌーンティーが大好きで、おうちカフェもできるようにティーセットを置いている。
- 住** インテリアにもこだわりがあり、特に天蓋付きのベットとキラキラのドレッサーがお気に入り。
- 遊** 友達とショッピングやカフェ巡りをしてInstagramにアップ。
- 健** ヨガやフィットネスをしてスタイルをキープしている。

# 【Target Visual Map】



# 【CH チャンネル】

## 販路：オンラインサロンでの定額制サービス。

広告塔としてロリータ系インフルエンサーを起用する。

### ①認知

広告塔の皆様、ブランドのSNSでこの企画をPR。

### ②評価

オンラインサロン内でコーディネート提案などファン同士の交流を深める。

### ③購入

オンラインサロン主催のイベントやECにて購入可能。

### ④提供

今までにないロリータ愛用者同士の密な繋がりのある体験を提供。

### ⑤アフターサービス

サロンメンバーの声に耳を傾け意見を尊重し反映する。

# 【CR 顧客との関係性】

## オンラインサロン

…ファン同士のコミュニティを強化することでブランドの再生につなげる。  
特にロリータはそのファッション界隈でのコミュニティが強いため、  
一度広がれば強い拡散力となる。

## 主な手順

- ①入会ページの作成
- ②規約の確認
- ③決済方法の明記、手続き
- ④サロンへの参加方法を案内
- ⑤入会後の流れをサロンメンバーに提示

## 4. 収支要因の説明（2）

<p><b>⑧ KP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンラインサロンの運営担当者</li> <li>・クマムレース等の協力工場</li> <li>・青木美沙子さん</li> <li>・ももかるりーたさん</li> </ul> <p>各ロリータブランド 直営ショップ/卸ショップ</p> <p>イベント後にロリータ愛用者が集まれるお茶会場（交流会場）</p> <p style="text-align: right;">Key Partner</p>	<p><b>⑦ KA</b></p> <p>①ファン同士の交流の場を提供</p> <p>② ファン同士(C to C)の売買が可能となるプラットフォームの作成</p> <p style="text-align: right;">Key Activities</p>	<p><b>② VP</b></p> <p>ロリータブランド再生ビジネス</p> <p>既存のロリータ愛用者には、ロリータファッションを楽しんで頂く機会を今まで以上に増やすことでサロンへの参加を促す。新規のロリータ愛用者には着用意欲を掻き立て、購入しやすい環境を提供する。</p> <p style="text-align: right;">Value Propositions</p>	<p><b>④ CR</b></p> <p>オンラインサロン顧客同士がつながりを持てる場を提供する</p> <p style="text-align: right;">Customer Relationships</p>	<p><b>① CS</b></p> <p>ニッチ市場</p> <p>上質なロリータファッションを好む女性</p> <p>中心年齢は30歳で独身のためお金に余裕がある</p> <p style="text-align: right;">Customer Segment</p>
<p><b>⑥ KR</b></p> <p>オンラインサロン/EC/SNS運営スタッフ、広告塔となる人物、ロリータ愛用者、各ブランドスタッフ、PC、生産技術</p> <p style="text-align: right;">Key Resources</p>		<p><b>③ CH</b></p> <p>オンラインサロンによる定額制サービス。広告塔としてロリータ協会会長の青木美沙子さんやももかるりーたさんを起用する。</p> <p style="text-align: right;">Channels</p>		<p><b>⑤ RS</b></p> <p>オンラインサロンによる定額制。月額1,000円で様々なコンテンツが受けられる。</p> <p style="text-align: right;">Revenue Streams</p>
<p><b>⑨ CS</b></p> <p>売上高 : 28,400,000円 売上原価 : 9,820,000円 売上総利益 : 18,580,000円</p> <p>売上高対総利益率 <b>65.4%</b></p> <p style="text-align: right;">Cost Structure</p>				

⑥Key Resources（キーリソース）

⑦Key Activities（主要活動）

⑧Key Partner（キーパートナー）

# 【KR キーリソース】

## ①物理的なリソース

PC、ハンドメイドクラフトの材料、古着、フリマ会場、  
ロリータブランド、レース工場などの協力外注工場

## ②人的なリソース

オンラインサロン/EC/SNS運営スタッフ、  
ロリータ系インフルエンサーAさん、ロリータ系インフルエンサーBさん、  
ロリータ愛用者、ロリータ卒業者、レース工場等の生産担当者、  
各ブランドスタッフ、カメラマン、ヘアメイクスタッフ、  
本企画の商品企画スタッフならびに生産管理担当者

## ③デザイン・企画力

レース工場等の生産技術、  
各ブランドが持つロリータイメージのデザイン、  
受注販売会、交流会、同窓会企画

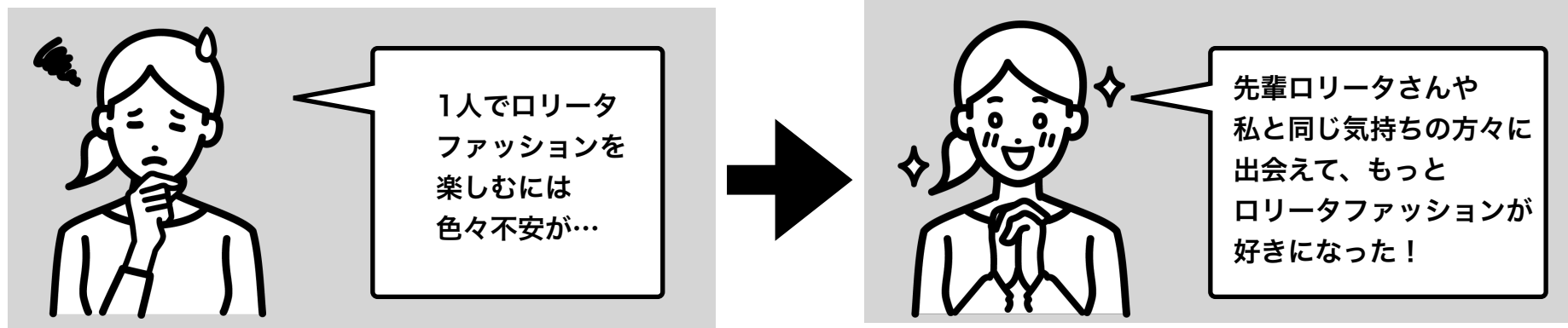


## 【KA 主要活動】

事業内容① オンラインサロンを中心としたファン同士の交流の場を提供

ロリータ系インフルエンサーを筆頭に

オンラインサロンを主なファン同士の交流機会とする。



事業内容② ファン同士(C to C)の売買が可能となるプラットフォームの作成

ロリータ愛用者だからこそ生まれる新たな価値を創造した商品の売買。

そのやりとりがスムーズになるよう様々な交流の場を提供。

例：ハンドメイドマルシェ、ロリータ卒業生によるフリーマーケットの開催

# 【KP キーパートナー】

- ・ オンラインサロン運営担当者
- ・ レース工場等の協力工場
- ・ ロリータ系インフルエンサーAさん/Bさん
- ・ 各ロリータブランド
- ・ 各ロリータブランドの直営ショップ/卸ショップ
- ・ イベント後にロリータ愛用者が集まれるお茶会場（交流会場）

オンラインサロンだけでなく実際にファン同士が交流できる場を設けることでニッチ市場を更に盛り上げる。

## 5. ビジネスモデルとしての結論

いつの時代も可愛いものが好きな人はいる。  
そしてその価値観を共有できる相手がいるとその市場は盛り上がる。

価値観を共有できる場＝オンラインサロン

これは他の市場にも当てはまる。  
だがオンラインサロンは手段に過ぎない。  
いかに有効活用できるかでその後の発展が左右されるだろう。

本企画書の場合、ロリータファッション愛用者同士を繋げる手段として  
オンラインサロンの様々な活用方法を提案した。

サロンメンバーをどのように集めるかを考えると  
その市場の需要が浮き彫りになる。  
需要にマッチした提案ができたとき、このビジネスモデルは成功する。

## 6. 今後の提案

他業種にもこのビジネスモデルを活用する。

アパレル以外にもニッチ市場を盛り上げる手段として  
オンラインサロンを活用できると考える。

クラウドファンディングを取り入れれば  
アイデアひとつでビジネスチャンスを掴める。

様々な会社のネームバリューにブランド価値を置いて  
新たな市場を開拓する企画も面白いと考える。

例えば「〇〇が作る△△」と聞くだけで期待してしまうような  
異業種間のコラボレーションも本企画をベースにアレンジできる。

本企画の幅広い可能性を活かして今後のビジネスを発展させたい。

## 7. 謝辞

最後になりましたが、  
国際ファッション専門職大学の先生方をはじめ、  
現状分析アンケートにご協力いただいた  
ロリータファッション愛用者の皆様から  
貴重なご助言をいただきました。

**心より感謝申し上げます。**

## 8. 参考文献

中里 桃子 2019年 技術評論社  
『人と人とのつながりを財産に変える オンラインサロンのつくりかた』

大槻 貴志 2020年 明日香出版社  
『まずは1人で年1000万円稼ぐ! 個人事業のはじめ方』

## インターネット資料

イノセントワールド 公式サイト  
<https://innocent-w.jp/>  
2022年9月1日 閲覧

PINK HOUSE 公式サイト  
<https://pinkhouse-webshop.jp/pinkhouse>  
2022年9月1日 閲覧

Metamorphose 公式サイト  
<https://metamorphose.gr.jp/>  
2022年9月1日 閲覧

BABY, THE STARS SHINE BRIGHT  
公式サイト  
<https://www.babyssb.co.jp/>  
2022年9月1日 閲覧

Angelic Pretty 公式サイト  
<https://www.angelicpretty.com/>  
2022年9月1日 閲覧