

岩間雄亮・土谷 鈴

「Happy Rainy Days！～傘の廃棄量を減らすプランの提案～」

※この欄には何も記入しないでください

関西大学商学部主催
 関西大学ビジネスプラン・コンペティション
 KUBIC2019「学生の力」応募用紙

①この応募用紙の外枠の書式・大きさを変更しないこと。②この応募用紙の欄外への記入や追記資料、2ページを超えるページは審査対象外とする。
 ③「ビジネスのイメージ図」以外は手書き不可。④ビジネスプランの名称に略語等を使用する場合は、読みを付記すること。⑤審査員には白黒コピーが渡される。⑥その他、KUBICホームページのFAQも参考にすること。

応募	応募部門	本選会対象	企業賞対象	テーマ記号	協賛企業名
○	テーマ部門	○	○	FT3	富士通
	自由応募部門	○	—	—	—

↑いずれかに○を記入すること

↑テーマ部門の場合、テーマ記号と企業名を記入すること

1. ビジネスプランの名称（フェースシートと同じプラン名称を記載してください。）

※テーマ部門のテーマをそのまま記入しないこと。あなたが考えた独自のプラン名称を記入してください。

Happy Rainy Days！～傘の廃棄量を減らすプランの提案～

2. ビジネスプランの概要

1) 概要：あなたが提案するビジネスはどのようなものですか。（400字程度）

本ビジネスは、傘に取り付ける置き忘れ防止センサーと、傘立てをセットで自治体に販売し、自治体がセットを生活者に低料金でリースするというビジネスである。

本ビジネスの目的は、雨天時の憂鬱な外出を楽しむものに変えながら、ビニール傘の廃棄量の減少という社会的課題を達成することにある。置き忘れ防止センサーは、傘に取り付けると、スマートフォン内のアプリと連動し、傘から一定の距離が空くとアラームが作動する仕様になっている。アプリは、置き忘れ防止という単なる機能だけではなく、センサーのモチーフとなっている生物をアプリ内で育成するという楽しさも提供する。傘を使用するたびに生物は成長し、現実世界の傘にカメラをかざすと、自身や他人の生物の成長状況を観察することができる。また、アプリ内に広告を出稿し、広告掲載料を自治体に納付することで、セットのリースを低料金で実現するための助けにする。

製品を普及させるためのプロモーションとして、ビジネス1年目に、人気のSNS投稿者に製品を紹介してもらう。

2) 類似ビジネス：類似するビジネスにはどのようなものがありますか。（200字程度）

類似するビジネスは2つある。まず、所持品にセンサーを取り付け、それと連動して置き忘れを警告するアプリ・発信機が挙げられる。これらの製品は、傘の紛失を防止するという機能面のみで消費者への訴求を欠っており、楽しみに欠けるため、製品自体の魅力度が低く、未だ普及率は低い。次に、傘のシェアリングサービスが挙げられる。このサービスは、突発的な傘需要に対応できるという利点を持つものの、返却遅延にペナルティを課すため、使用のハードルが高いという課題を抱えている。

3. ビジネスのイメージ図：どのような顧客に対し、誰がどのように関わるビジネスですか。

※図のみ手書き可。必要に応じて補足説明文も記入してください。

4. 市場の特徴

1) 標的となる顧客:このビジネスのターゲットとなる顧客は誰ですか。(200字程度)

自治体を実施主体とする企画であるため、傘セットの使用を希望する全ての市民がターゲットになるが、彼らにリーチすべく、SNSの人気投稿者を第1段階の標的顧客とする。彼らに無料で製品を配布し、SNS上で製品を紹介してもらうことで、一般市民の製品に対する認知・興味を高める。その後は、一般市民の中でも、特に20代男女からの需要が見込まれる。傘を忘れた経験のある人の割合は20代でもっとも高く(ネットリサーチディムスドライブHP参照)、その割合は7割に及ぶためである。

2) 市場の魅力度:その市場の将来の規模や成長率はどうか。(200字程度)

様々な置き忘れ防止製品が発売されてきたが、日常的にそれらを使用する生活者は少ない。しかしながら、警視庁の遺失物拾得数が年々増加している傾向を鑑みると、置き忘れ防止製品の潜在需要は十分に大きい。本ビジネスは、「楽しさ」と「社会貢献の感覚」を置き忘れ防止製品ならびに傘の使用に付与するために、生活者の潜在需要を喚起することができる。従って、自治体は、生活者の積極的なリース利用を見込むことができる。

3) 競争状況:市場での競争相手にどうやって勝ちますか。(200字程度)

本製品は、「楽しさ」と「社会貢献の感覚」という付加価値を提供することで、他の置き忘れ防止製品との差別化を図っている。本製品が提供する楽しさは2種類ある。第1に、傘を使用することで、アプリ内の生物が成長し、憂鬱な雨の日が楽しみになる点である。第2に、アプリ内の生物の成長状況を、ARの活用によって現実世界で実感することができる点である。また、アプリを通じて自治体からの感謝のメッセージを届けることで、使用者に社会貢献の感覚を抱かせることができる。

5. 採算計画

1) 事業を開始するために必要な費用を説明してください。(100字程度)

センサーの製造の際にかかる初期費用・直接材料費、傘立ての直接材料費、包装の直接材料費、店舗販売の際にかかる什器製品費、アプリの開発費・運用費、および自治体に運送する際にかかる荷造り運送費が必要となる。

2) 事業開始後5年間の売上高、変動費、固定費および利益を予測し、それぞれの金額を以下の表に記載してください。

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	17,550	94,212	118,625	118,625	237,200
変動費	▲10,395	▲65,813	▲82,875	▲82,875	▲165,750
固定費	▲11,590	▲8,680	▲8,680	▲8,680	▲8,680
利益	▲4,435	19,719	27,070	27,070	62,770

単位:万円

3) 上記2)にもとづき、事業開始後5年間の利益推移の理由を簡潔に説明してください。(100字程度)

1年目は、アンバサダーとなる人気SNSの人気投稿者、インベーターへの普及期間、2年目から5年目は、一般生活者への普及期間である。2年目は、一般生活者のうちのアーリーアダプターに、3年目は、一般生活者のうちのアーリーマジョリティに、4・5年目は、一般生活者のうちのレイトマジョリティに、製品を普及させる。

6. 調査方法・参考文献:参照資料を示し、プラン作成の際にどのような調査を行ったかを説明してください。

【採算計画作成時の調査】

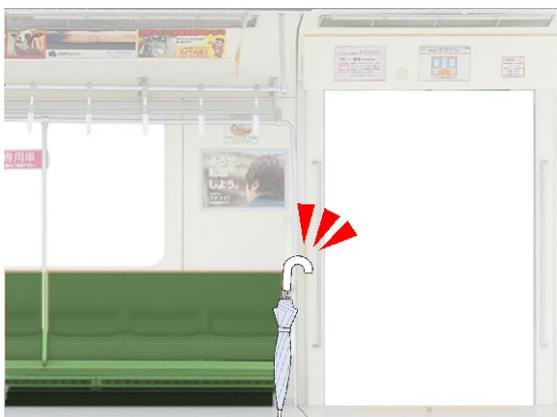
- 第1段階のターゲットである、SNSの人気投稿者(当ビジネスのアンバサダー)は、マイクロインフルエンサーと呼ばれる、フォロワー1万人以上のSNS投稿者であるとした(Ferret HP参照)。また、今回提案する製品は、傘をさしたくなる「デザイン」に注力した製品であることから、対象とするSNSは、写真投稿専用のSNSである、インスタグラムとした。マイクロインフルエンサーを使用した製品のプロモーションにおいて、40人程度のマイクロインフルエンサーと契約することが効果的であるとされている(DIGIDAY HP参照)。
- 第2段階の標的顧客である20代の男女は、全国に1,200万人存在する(統計ラボ HP参照)。そのうちの7割に当たる840万人は、傘を紛失した経験がある(ネットリサーチ ディムスドライブHP参照)。今回のビジネスでは、傘を紛失した経験がある20代男女のうちの約3割に当たる250万人製品を普及させることにする。250万人のうち、1年目はインベーターとなる2.5%の人口(6万2,500人)に、2年目はアーリーアダプターとなる13.5%の人口(33万7,500人)に、3~4年目はアーリーマジョリティとなる34%の人口(85万人)に、5年目はレイトマジョリティとなる34%の人口(85万人)に製品を普及させると仮定した(インベーター理論に基づく)。
- 売り上げは、製品の販売額と広告掲載料である。製品の販売額は、2,790円(原価1,950円、利益率7割)、広告掲載料は、年間50万円であると仮定した(アプリマーケティング研究所HP参照)。
- 変動費は、直接材料費、および包装費であると考えた。また、直接材料費は、センサーと傘立てに分けられると考えた。センサーの原価は、同じ機能の製品が1,650円で販売されていること(株式会社ビーラボHP)、FUJITSUの原価率は約7割であること(FUJITSU HP)に鑑み、1,155円であると仮定、傘立ては仕入れ値が約200円であることから、原価も同じく200円であると仮定した。包装費は、1製品あたり100円であると仮定した(化粧箱net HP)。
- 固定費には、1年目は初期費用である機械購入費(3,000万円(イプロスHP参照))、2年目以降は、修繕費(90万円(農林水産省HP参照))、通年で荷造り運送費(基本運賃がトラック1代あたり95万円であり(大昭運輸株式会社HP参照)、全国の1,718の市区町村(経済産業省HP参照)に配送すると仮定した。)、プロモーション費が含まれると仮定した。
- 利益率は、FUJITSUのHPを参照し、原価率を7割に設定して計算した。

【参考文献(以下最終アクセス2019/06/11)】

アプリマーケティング研究所HP (<https://appmarketinglabo.net/>) / DIGIDAY HP (<https://digiday.jp/>) / Ferret HP (<https://ferret-plus.com/>) / FUJITSU HP (<https://www.fujitsu.com/jp/>) / Invision HP (<https://www.invision-inc.jp/>) / イプロスHP (<https://www.ipros.jp/>) / 経済産業省HP (<https://www.meti.go.jp/>) / 化粧箱net HP (<https://kesyoubako.net/>) / ネットリサーチディムスドライブ (<http://www.dims.ne.jp/monitor/>) / 農林水産省HP (<http://www.maff.go.jp/>) / 統計ラボHP (<https://toukei-labo.com/>)

岩間雄亮・土谷 鈴

「Happy Rainy Days! ～傘の廃棄量を減らすプランの提案～」



ビニール傘廃棄の問題

傘の廃棄は、**地方自治体**が行なっている。

大変だ...

ビニール部分・金属部分・
プラスチック部分の
分別がしづらい



2018年、中国が、
日本のプラスチックゴミの
受け入れを停止

(NHK公式HP参照) 7

AGENDA

1 プラン概要

2 メリット

3 実現可能性

4 おわりに

岩間雄亮・土谷 鈴

「Happy Rainy Days! ~傘の廃棄量を減らすプランの提案~」

g ジネスモデ

消費者の知覚リスクを低減!
SD: TSDは在庫リスクなし!

1)

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

g ジネスモデ

19

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

g ジネスモデ

20

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

ターゲットn
傘を失DしC J な全てのt

21

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

メイン・ターゲットn
若手の社会人

22

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

Q%傘を紛失した経験n Q りますかD

1)代	.	.
2)代	/1	21
)代	/)	..
-)代	/)	./
.)代	/-	./2
/)代	/-	./

(ネットリサーチデイスドフイブ参照) 23

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

Q%傘を紛失した経験n Q りますかD

1)代	.	.
2)代	/1	21
)代)0代の若者の約7割がA	
.)代	傘を紛失した経験がQると回答。	
-)代	/(0代=>)0代で大きく割合が増える	
/)代	なぜかD	

(ネットリサーチデイスドフイブ参照) 24

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

(ヶ月に自由に使えるお金

社会人になると、自由に使えるお金が急増wる_

社会人になると、無駄遣いをしやすくなる_

高校生	0%77円
大学生	3%7円
社会人(4月)	64%4,1円

(4月5.6P参照) 25

プラン概要	メリット	実現可能性	3わり7
-------	------	-------	------

ターゲット選定

(ヶ月に自由に使えるお金 **64%4,円**)

社会人になると、自由に使えるお金が急増する

I 傘をなくして「RR や」という精神が芽生えてしまうためA傘をなくしてしまう。

無駄遣いをしやすくなる

2)

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

ターゲット選定

HAPPY RAINY DAYS! を若手の社会人に訴求し「傘の失物シグセ」を予防するE

2)

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

プロモーション方法①

傘を置る 忘れる場所TOP/

1位	電車
2位	小売店
3位	レストラン
4位	会社
5位	居酒屋
6位	バス

(ネットリサーチデイズドコイブ参照) 28

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

プロモーション方法①

傘を置る 忘れる場所TOP/

1位	電車
2位	小売店
3位	電車を頻繁に利用する人に訴求するのが効果的E
4位	居酒屋
5位	居酒屋
6位	バス

(ネットリサーチデイズドコイブ参照) 29

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

プロモーション方法①

電車内広告を媒体にAターゲットへの訴求を図るE

30

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

プロモーション方法②

第1ターゲット: 生活者 (Instagram: EUuYUHKr)

第2ターゲット: 2) 代の一般市民

31

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

2. メリット

F1 JITSU のメリット

FUJITSU

- 8DJ:TSDが持つ、センサc (5AとI) x 既存の技術を有効活用するu とがでr _
- 傘の廃棄量を減らw とI m 社会的課題の達成により、企業イメc ジが向上w る_

33

プラン概要 メリット 実現可能性 3わり7

地方自治体のメリット

地方自治体

傘の廃棄量が多いため、**社会問題を解決**することができる。



プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

広告主のメリット



広告主

- ★ **自社製品を宣伝**できる。
- ★ 広告掲載費は傘の廃棄量を減らすために用いられるため**企業イメージが向上**する。

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

消費者のメリット



★ **傘の紛失を防ぐ**ことができる。

若者

★ **アプリ上での育成を**楽しみながら**環境保全**に貢献できる。

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

3. 実現可能性



競合プラン①

傘のシェアリング・サービス

傘の低額貸し出しを行なうサービス。



競合プランの弱点:

傘の**返却率** (割程度) 未返却傘は結局**廃棄**されてしまう。



(アイカサ6P参照) 38

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

競合プラン②

忘れ物防止センサー

紛失したくないものにつけておくことで、一定距離離れた際に**警告**してくれる。



競合プランの弱点:

「忘れ物を防止する」という**機能的価値**は消費者に提供できないため、普及が進んでいない。

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

私たちの強み

H2ppy Rainy Days) 2ysの優位性:

- ★ 盗まれる心配なし
- ★ 「育成」と**エンタテインメント性**があり、機能以外の価値を提供
- ★ 使用者は**社会貢献の感覚**を持つことができ、**継続利用**につながる

40

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

採算計画

単位a 万円

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	(7%, 0)	04%(1)	((/%)	((/%))37%00
変動費	M(3%0,	M66%(3	M/3%7,	M/3%7,	M(66%0,
固定費	M34%3,	M(/%03	M(/%03	M(/%03	M(/%03
累計利益	M30%/0	M)(%74	M,%(7	(0%40	6)%07

41

プラン概要 **メリット** 実現可能性 3わり7

売上高

単位a 万円

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高	(7%, 0)	04%()	((/ %),	((/ %),) 37%00

売上高
= 製品の売上高K 広告掲載収入

N 製品の単価n A)%00円(原価1%,)円、利益率0割)A
 広告掲載収入n A 年間, 0万円でQ ると仮定
 e アプリマc ケーティング研究所9P参照した。

42

プラン概要 メリット **実現可能性** 3わり7

変動費

単位a 万円

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
変動費	M(3%0,	M66%(3	M/3%47,	M/3%47,	M(66%, 0

変動費 = 直接材料費K 包装費K アプリ保守費用

j 直接材料費は、センサc と傘立てに分 られ、
 センサc の原価は、1%, . 円、
 傘立ての原価は、2))円(株式会社ピーラボ6P参照)と仮定
 包装費は、1製品k x り1))円(化粧品net6P参照)と仮定
 アプリ保守費用は、/)万円 (アイミツ6P参照Hと仮定。

43

プラン概要 メリット **実現可能性** 3わり7

固定費

単位a 万円

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
固定費	M34%3,	M(/%03	M(/%03	M(/%03	M(/%03

固定費
 i 機械購入費h 修繕費h 製品デザイン費h アプリ開発費
 h プロモc ション費

N 機械購入費n A 3%00万円(イブロス6P参照Hと仮定。
 修繕費n A 年間00万円(農林水産省6P参照)と仮定。
 製品デザイン費n A, 0万円 (&3 6P参照Hと仮定。
 アプリ開発費n A ((0万円 (ヤマシロデザイン6P参照Hと仮定。
 プロモーション費n A (年目n 3(%/, 万円A
)年目以降n (,%4)万円 (オリコム参照Hと仮定。

44

プラン概要 メリット **実現可能性** 3わり7

売上高

単位a 万円

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
利益	M30%/0	M)(%74	M,%4(7	(0%40	6)%07

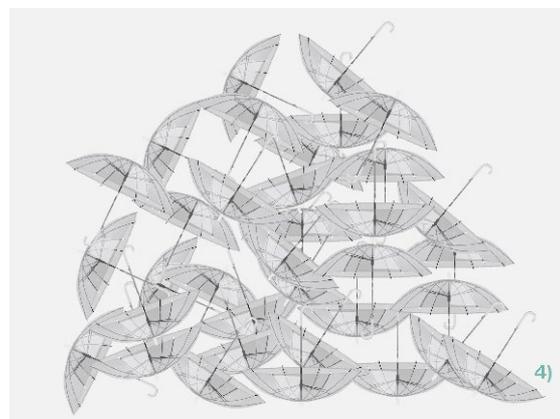
利益n A ビジネス開始後4年目に黒字にE

↓

将来有望なビジネスでQ るE

45

プラン概要 メリット **実現可能性** 3わり7



参考文献/参考資料

(最終アクセス2019/9/20)

- ・アイカサ9P NYps3 (@kasa.IUS
- ・アイミツ9P NYps3 (@su.jp(S aYUS K(wKH&sysKS (2- , , 1 . 1. 12- 2- 111
- ・6:M7 9P参照 NYps3 (J& K.fP(MKTrK(, 200)) (
- ・ネットリサc チェイスドライブ9P NYp3 (www.J& s.TK.fP(Y& KRyKsKarIN(2))/(/)/1,) (OJ Kx.NS R
- ・N9 K公式9P NYps3 (www.TNk.Ur.fP(UNayUu(J OksY(2) 12()/(/)/1).NS R
- ・日本洋傘振興協会9P NYp3 (www.Rupa.M.fP
- ・オリコム9P NYps3 (www.UrOUS .IU.fP(spKI Q&ryUkO(OJ Kx.NS R
- ・K&UT f&H 9P NYps3 (K&UT.TKY(arYORks(1. 2
- ・! 5 9P NYps3 (aTJ a&OI.IUS (J K&OT&KK(
- ・ヤマシロデザイン9P NYp3 (yaS asN&U.IUS (ar(arFprOK(



補足資料



家族、カップル向4 8 傘立6



家族向



カップル向

アプリ8 詳細

生活者のマイ傘の使用を促w x めに

マイ傘の成長度を競R 合うランキングを導入する。

マイ傘の成長度が一定の水準に達する度にA 傘の成長を促すアイテムやA 育成してR るモチーフの着せ替えアイテムを獲得できる。

育成ゲーム8 例



