

マーケットニーズに応える服飾デザインの模索

産業能率大学 情報マネジメント学部 川野邊研究室 4年 三浦 悠生 指導教員:川野邊 誠

活動概要

活動背景

本活動者は大学2年次の12月にアパレルブランドを立ち上げ服飾デザインを始めた



現代のアパレル市場は急速な技術革新と消費者の価値観の変化によって常に進化している



進化するアパレル市場のニーズに柔軟に対応し、消費者にとって価値ある製品を提供できるデザインアプローチを模索することが重要だと考える

目的

トレンドを取り入れつつもユーザビリティを損なわない製品を作り「マスの中のコア」をターゲットに、広範な市場にアピールしながらも特定のニーズを持つ消費者にも訴求するデザインを目指す

活動手法

市場調査

トレンド、消費者行動、競合分析を行い市場のギャップを特定



コンセプトの策定

市場調査に基づいた実用的でトレンドにあったデザインコンセプトを作成



プロトタイプ作成

プロトタイプを実際にゼミ生や友人に着用してもらいフィードバックを得る



製品改善

フィードバックを基にデザインを改善し最終製品を完成させる



マーケティングと販売

マーケティングプランを考え販売戦略を立てる

活動成果

ブランドコンセプト

「身構えず楽しめる日常を」
普段の生活に自然に溶け込み、気負わずに楽しめるファッションを提供

ビジョン

ターゲットが日常の中に小さな華を持てるよう、身構えず楽しめるファッションアイテムを提案する

ターゲット

トレンドアイテムを取り入れつつも自己表現を重視する人

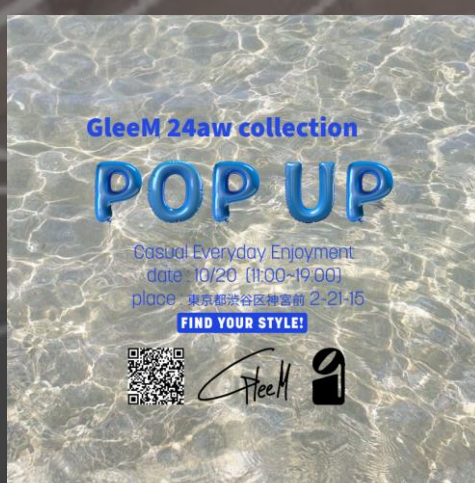
活動記録(抜粋)



詳細はInstagramで→

販売展開

- 販売チャネル : ECサイトでの展開に加え、POPUPイベントで顧客と直接交流
- 販売フロー : SNSで広告を活用し、ECサイトへの誘導を強化
また、多角的なアプローチとしてオンライン雑誌『BLUTO』を制作し、ブランドの世界観や商品の魅力を視覚的・言語的に発信



売上報告

25ss第一弾の決算

区分	項目	金額(円)
売上高	商品売上	¥745,000
	送料収入	¥37,500
売上合計		¥782,500
売上原価	原価(149枚)	¥276,693
販売費及び一般管理費	タグ製作費(100枚分固定)	¥20,000
	タグ付け替え費(149枚分)	¥22,350
販売費及び一般管理費合計		¥42,350
営業利益		¥463,457
営業外収益・費用		
経常利益		¥463,457
特別利益・損失		
税引前当期純利益		¥463,457
法人税		
当期純利益		¥463,457

【考察】

- 顧客の購買行動に関する分析
 - 平均購入枚数は約1.99枚/人、平均客単価は約10,433円
 - 以上から「1枚購入層」「2枚購入層」そして少数ながら全3種をコンプした「3枚購入層」に分けられる
 - 3種展開のうちすべてを購入した顧客は少数派であるものの、平均値がほぼ2枚という点から複数枚購入が前提となるプロダクト設計に成功していたことが伺える
- インフルエンサーによる影響
 - フォロワー数だけでなく日頃からファッション感度の高い層と強くつながっているインフルエンサーによる着用投稿は「この人が選ぶなら信頼できる」という共感ベースの説得力を生み、実際に投稿後にフォロワー増加、購入が集中するなど明確な購買同線として機能

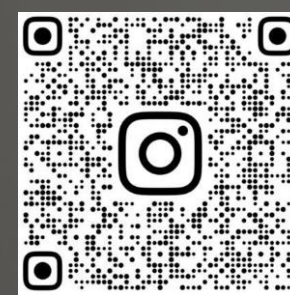
※Instagramのフォロワー数

- 販売前(インフルエンサー投稿前): 1,469人 (~4/20)
- 販売後(インフルエンサー投稿後): 2,072人 (4/25~)

今後の予定

- ブランドの拡大/認知向上
- 活動成果のまとめ

(GleeM)



(BLUTO)

