

<新会社のミッション・ステートメント>

社会問題に取り組む企業と協力し、
環境そして人々に優しい未来をつくる

新たなカタチの株式会社を提案

- 株式価値の最大化を目的とした従来の株式会社と異なり、
- 非営利活動を目的としたNPO法人とも異なる

社会問題解決のために利益の85%を寄付

対象とするステークホルダー

ファッション業界

- 年間約51万トンにおよぶ衣類廃棄量⁽¹⁾
- 新品の廃棄量だけでも年約2,000トン⁽¹⁾

児童養護施設

- 全国に約600の児童養護施設⁽²⁾
- 児童養護施設で暮らす2~18歳の約3万人もの子どもたち⁽²⁾

ひとり親世帯・ 非課税世帯

- 平成28年のひとり親世帯数は141.9万世帯。86.8%を占める母子世帯のうち41.5%が生活を「大変苦しい」と感じている⁽³⁾
- 2021年の住民税非課税世帯数は、全世帯の23.7%⁽⁴⁾

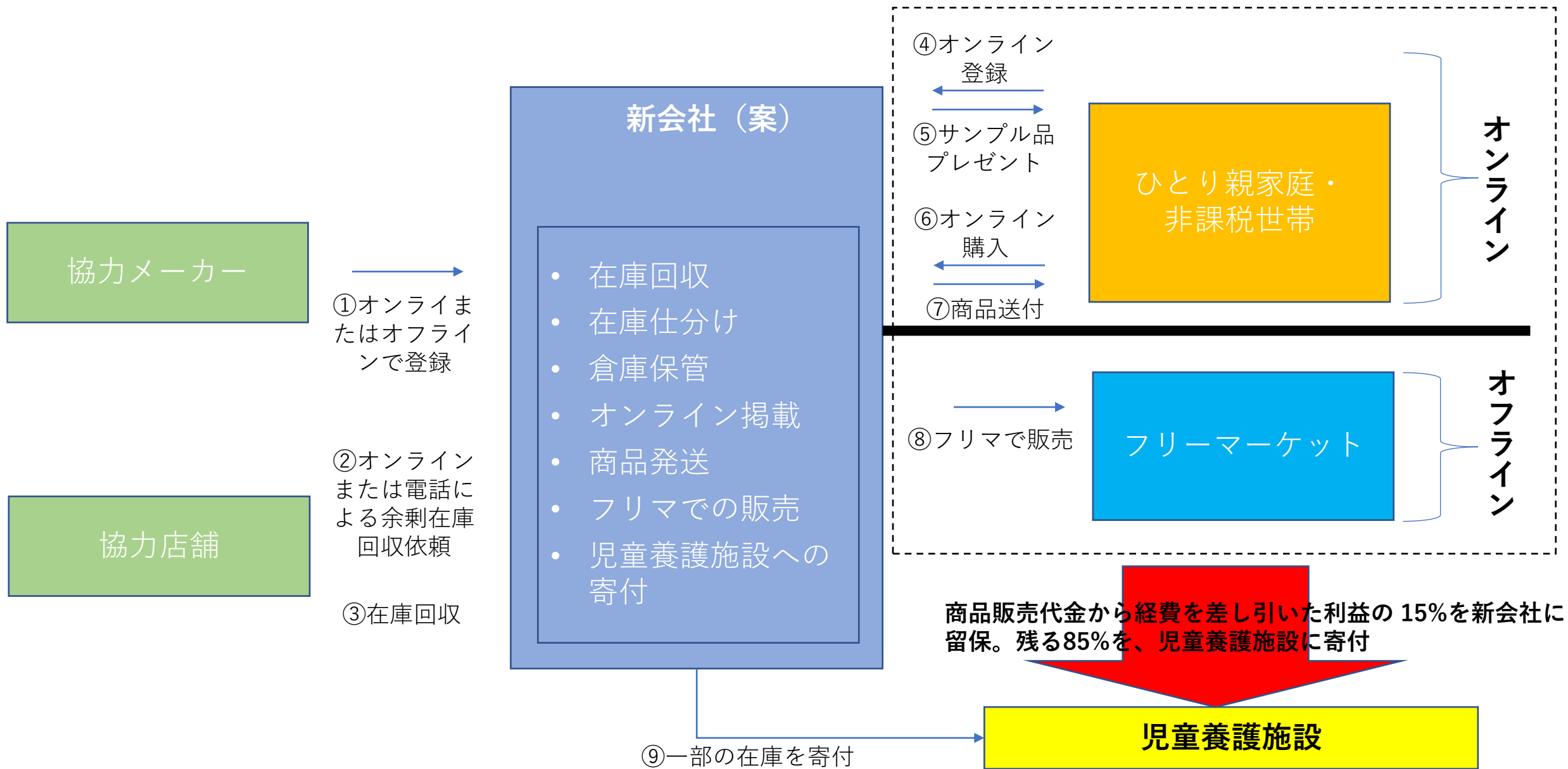
(1) 環境省 令和2年度 ファッションと環境に関する調査業務 (株式会社日本総合研究所)

(2) 全国児童養護施設協議会

(3) 男女共同参画局

(4) 厚生労働省「2021年国民生活基礎調査」

将来的なビジネスモデル（イメージ図）



将来的なビジネスモデルの骨子

	ポイント／メリット	チャレンジ／デメリット
企業による余剰在庫の提供	<ul style="list-style-type: none">• 企業にとって在庫処分費用を削減• 企業の社会貢献イメージのアップ（ホームページ等に社名を掲載）• 新会社にとっては商品を無料で調達• 子供服に加え、児童用靴等の商品も取り扱い可• 在庫回収の依頼等をオンライン管理することで効率化を図ることも可能	<ul style="list-style-type: none">• 協力会社獲得のために人海戦術が必要（コールドコール、会社訪問・説明） →小さい規模で事業を開始
在庫管理のシステム構築	<ul style="list-style-type: none">• 入荷時点で商品を仕分けしデータ化することで効率的に商品を管理• 将来的には、ユーザーが倉庫を訪問し商品を直接手にとって購入できるオフライン店舗も検討	<ul style="list-style-type: none">• 倉庫の賃料・人件費• 商品管理システムの構築とその費用 →小さい規模で事業を開始
オンラインユーザー（ひとり親世帯・非課税世帯）への訴求	<ul style="list-style-type: none">• 在庫で回転の悪いものを、オンライン登録後の初回購入時に無料で提供• 登録時に「ひとり親世帯証明」、「非課税世帯証明」の提示をあえて求めない（人々の良心に訴える）• ポイント制にして購入時にポイントの使用を認める	<ul style="list-style-type: none">• ひとり親世帯・非課税世帯へのアクセス →自治体のパンフレット等に掲載• 個人情報の取り扱い →個人情報取り扱いマニュアルを作成し管理を徹底

将来的なビジネスモデルの骨子（続）

	ポイント／メリット	チャレンジ／デメリット
オフライン（フリマ）販売	<ul style="list-style-type: none">ボランティアの積極的活用出店するマーケット（規模やタイプ）によっては、協力企業とのコラボレーションも可能	<ul style="list-style-type: none">マニュアルなので量はさばけない
児童養護施設への寄付	<ul style="list-style-type: none">会社を運営・成長させるために利益の15%は新会社に留保するが、それ以外は全て児童養護施設に寄付	<ul style="list-style-type: none">寄付を前提とした新たな会社のあり方の提案

成長戦略

衣料品以外の商品の
取り扱い、海外への
進出・・・

取扱商品： 婦人・紳士服をポートフォリオに追加
地域： 全国展開
支援先： 児童養護施設、NPO団体、etc

取扱商品： 子供服・靴、etc.
地域： 全国展開
支援先： 全国の児童養護施設

取扱商品： 子供服
地域： 関東近郊
支援先： 関東の児童養護施設