

# (株)meme

---

第一回IRレポート

20210626

# 目次

社長挨拶	_____	P.3
企業理念	_____	P.4
実現したいこと	_____	P.7
社名の由来	_____	P.8
企画内容	_____	P.9
販売商品	_____	P.10
取材先	_____	P.11
活動報告	_____	P.14
起業プレゼン	_____	P.15
今後の活動	_____	P.17

# 社長挨拶

こんにちは。(株)meme社長の松井愛花です。

起業体験プレゼンテーションで1位をいただき、  
希望額よりも多く出資していただけたことになりました。  
サポート委員の皆様、ありがとうございました。

私たちは取締役5名と社員41名で始動しました。

弊社では企業理念を遂行するにあたり、  
楽しんで仕事をするということを中心に、周りの社員と協力することや  
自分の考えを大切にすることをSPRIT (大切にすべき精神)として活動しております。

品女生として最後の文化祭。最高の結果を出せるように  
文化祭当日に向け、より一層頑張っていきますので  
どうぞよろしくお願い致します。



# 企業理念

【MISSION(企業理念)】

防災を意識することを  
習慣化する社会を目指す

【VISION(目指す将来)】

自分の大切な人を守る

【SLOGAN】

防災をジブンゴトに

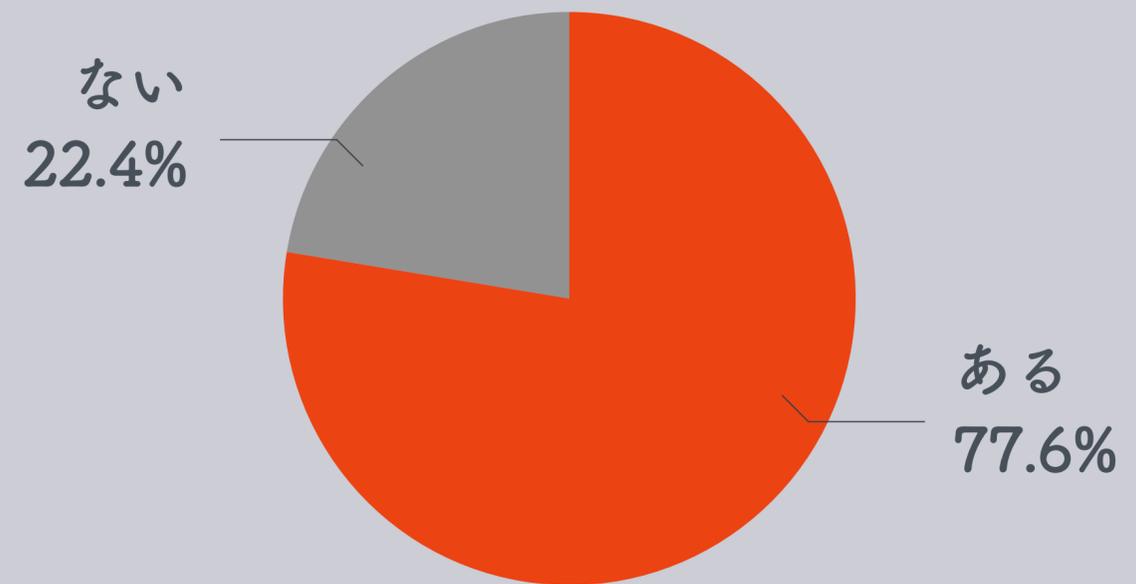
# 企業理念(経緯)

東日本大震災から**10年**

特番など震災の様子を見る機会が多かったが、怖いと思う反面  
当時まだ幼かった自分達には  
**リアリティ**がない

→

調査①「意識調査-第11回 災害・防災-」(日本財団様)  
Q発生する災害に不安を感じることはあるか?



日本財団様(<https://www.nippon-foundation.or.jp>)より

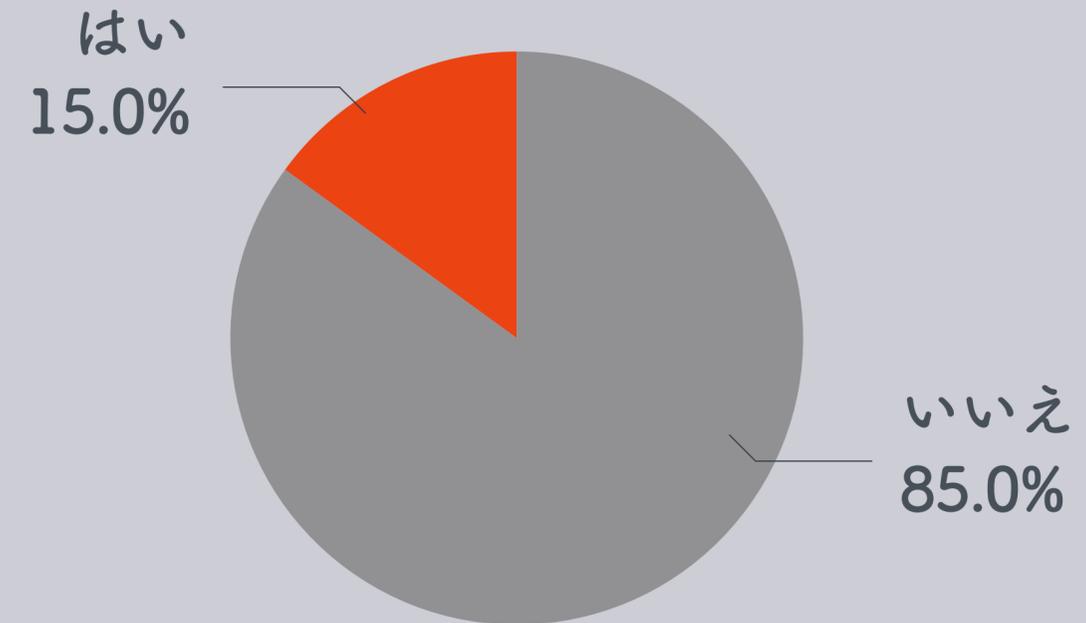
この円グラフを見て分かる通り、災害に不安を感じる人は8割近くいる。  
だが災害に不安を感じ、家で防災リュック等を用意していたとしても、  
**外出時に災害が起こってしまった時に、**  
どのような行動をとるべきなのか。

# 企業理念(経緯)

調査② 班員が防災ポーチを持ち歩いていた



調査③ 「防災に関するインターネット調査」(Live in confort様)  
Q外出時に防災グッズを持ち歩いているか？



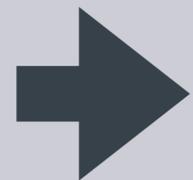
PRTIMES様(<https://prtimes.jp/main/html>)より

実際に防災ポーチを持ち歩いている人が  
ほとんどいないことがわかる

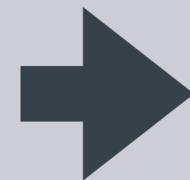
→防災ポーチを持つことで、**防災を習慣化**できると考えた

# ■ 実現したいこと

お客さんに実際に  
体験してもらって、  
危機感を持ってもらう  
= 防災ポーチを販売



実際に地震が  
起こった時に  
防災ポーチを持って  
いない時よりは  
冷静に周りを見られる



【VISION】  
自分の  
大切な人を守る

# 社名の由来

meme(ミーム)とは

脳内に保存され、他の脳へ複製可能な情報のこと  
ミームは文化を形成する情報であり進化する



来場者に体験を通して災害の備え方を記憶していただく。

そして実際に災害が起こった際、  
「自分自身の持っている情報を拡散する」ことができる人を増やし、  
大切な人を守れる未来を創るという意味。

# 企画内容 (災害シュミレーション・防災ポーチの販売)

(VRありorなし)

## 災害シュミレーション

無料

【エレベーターや電車内など外出時を  
想定したシチュエーション】

お客様が身につけているものだけ

で何ができるか



比較！

防災ポーチを持っている状態

で何ができるか

## 防災ポーチ

900円

学生も手に取りやすいよう  
本当に必要なものを厳選し、

最低限の価格で販売する

詳細は次のページ→

# 商品紹介

防災ポーチ ¥900

## 災害時の連絡ガイド

### マニュアルブック

手軽で手のひらサイズのもの。  
家族の連絡先や通学途中での  
避難場所などを記したり  
災害時に役立つことが  
書いてあるものがあると安心。

## ポーチ本体

災害発生時にも見つけられやすいように  
目立つ色のもの。  
オリジナルにデザインする。

## ウェットティッシュ

体や顔を拭いたり、  
使い方によっては頭を洗ったりできる。

## ライト・笛

停電などにより  
暗くなった際に使える。  
また、助けを求めることができる。



## 簡易トイレ

災害時、水が使えない時や急な排泄もできる。

## 防寒ポンチョ

避難所に行くまでの寒さを乗り切る。



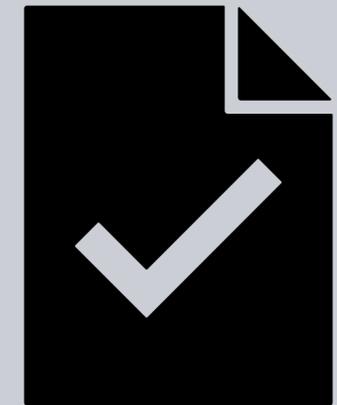
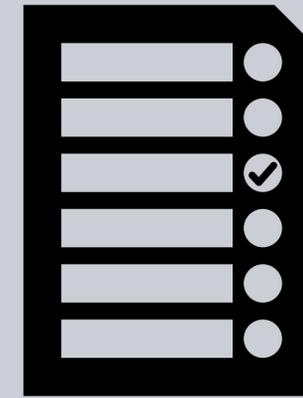
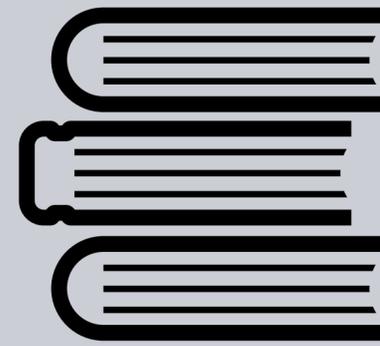
# 取材先

# 東京防災

東京防災様

聞くこと

- 防災において大切なポイント
- 『東京防災』ハンドブックの内容を決めるにあたって最も重視したこと



## ● 防災ブック 『東京防災』

東京都はこの東京仕様の防災ブックである“東京防災”の活用により、世界一安全・安心な都市“東京”の実現に向け、都民の『自助・共助』の力をさらに向上させていきます。」と掲げている。

# 取材先

## 一般社団法人 Think The DAY

代表理事 紗栄子様

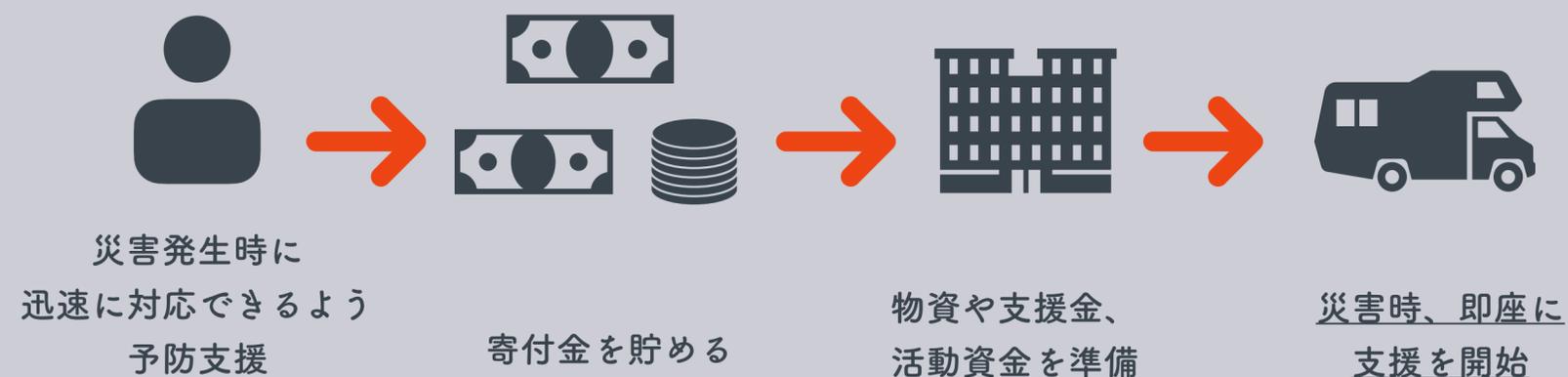
### 聞くこと

- 活動を始めたきっかけについて
- 中高生の防災意識について
- 防災ポーチの内容を決めるにあたって最も重視したこと

災害が発生する前、DAY0(ゼロ)の備えに重きをおき  
災害が発生した「DAY1」から行動することを  
目指した予防支援団体。

Think The DAYは支援者からの寄付を事前に  
「貯める」ことで、いざ災害が発生した際、即座に必要な物資の  
運搬などの支援活動を行う「DAY1」からの被災地支援を  
目指す完全非営利の社団法人。

### ● 支援の流れ



# 活動報告

4月

- 企業理念決定  
「防災を意識することを  
習慣化する社会を目指す」

5月

- 役員決定  
社員募集



6月

- 第一回社内ミーティング  
チーム分け

- 社名決定  
協力企業決定

14

- 事業計画書提出

- ロゴデザイン決定

- 起業体験プレゼン



# 起業体験プレゼン

起業体験全体の結果は**1位**でした！

## Q 非常食を入れていない理由

A 避難所に行くまでに必要なものとして、非常食やモバイルバッテリーも考えましたが、価格を抑えて販売するため必要最低限のものに厳選しました。

⇒希望出資額より約3万円多く出資していただけたことになったため、ポーチの中身の商品を**再検討**します。

	点数	順位
理念性	75	1位
貢献性	68	2位
チャレンジ性	60	3位
事業性	66	1位
実行性	64	2位
合計	333	1位
出資希望額	174,060円	
最終出資額	203,833円	

# 起業体験プレゼン

## 社員から出た質問

社員に向けて起業体験プレゼンを行い、質問を募集しました！

### Q 販売個数と価格設定の根拠は？

販売個数: 300個      価格設定: 900円

防災ポーチの相場は約2000円～がほとんど。  
私たちのターゲットである  
“学生”には手が出しづらい。

➡ 1000円以内にすることにこだわり、  
利益率を考慮した結果、900円になりました。

### Q どうしてターゲットが学生？

→ 私たち学生は大きな災害を経験していない、  
または経験していたとしても幼少期であったため、  
災害に対する危機感を持ちづらい年齢です。  
後世に災害の恐ろしさを伝えていくにあたり、  
まずは同年代である学生に広めることに  
意味があると思いました。

# ■ 今後の活動

- 株式会社ACROBE koremo様  
東京都総務局総合防災部防災対策(東京防災)  
一般社団法人Think The DAY 道休紗栄子様への取材
- 防災ポーチの中身の発注
- マニュアルブックの作成