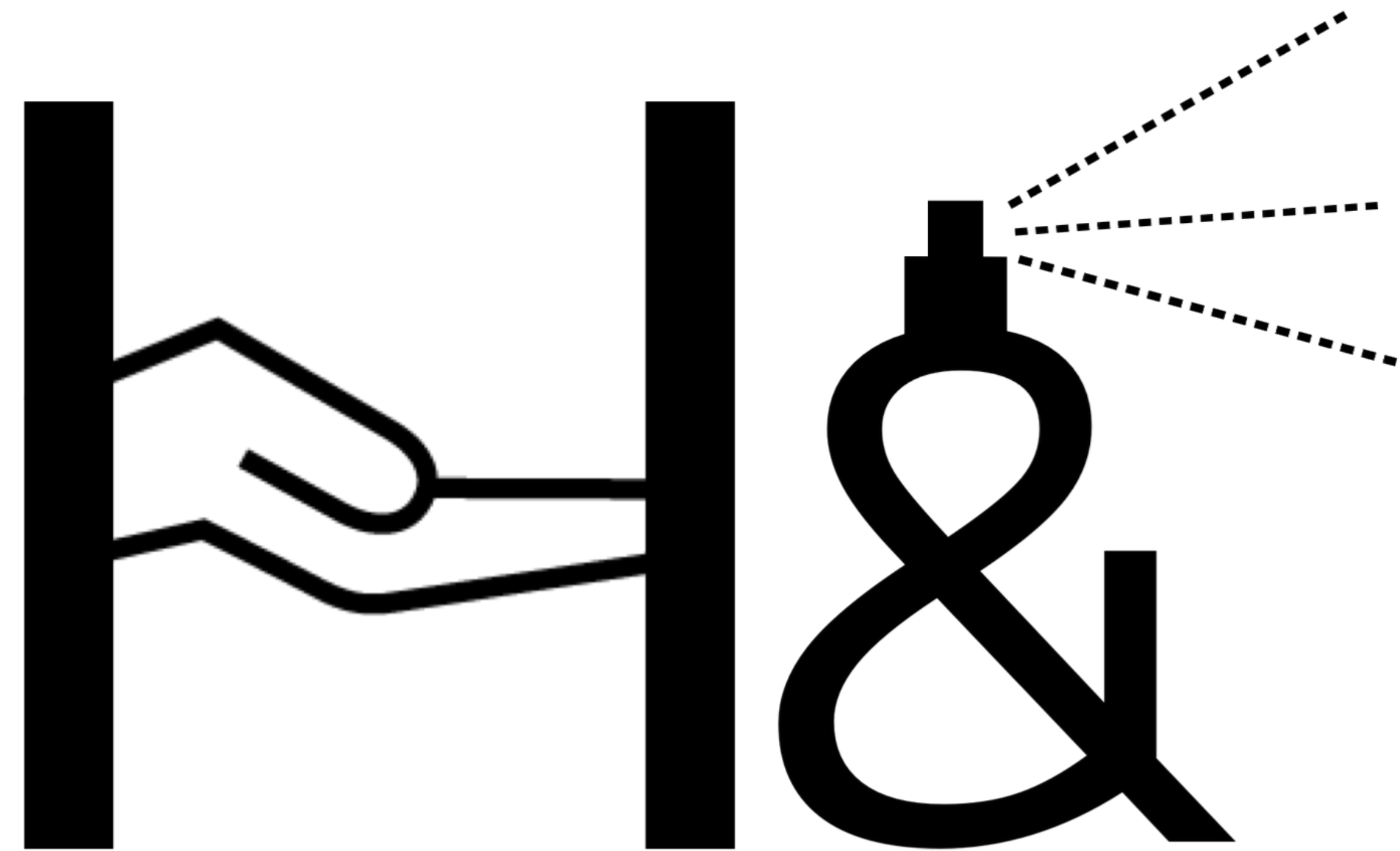




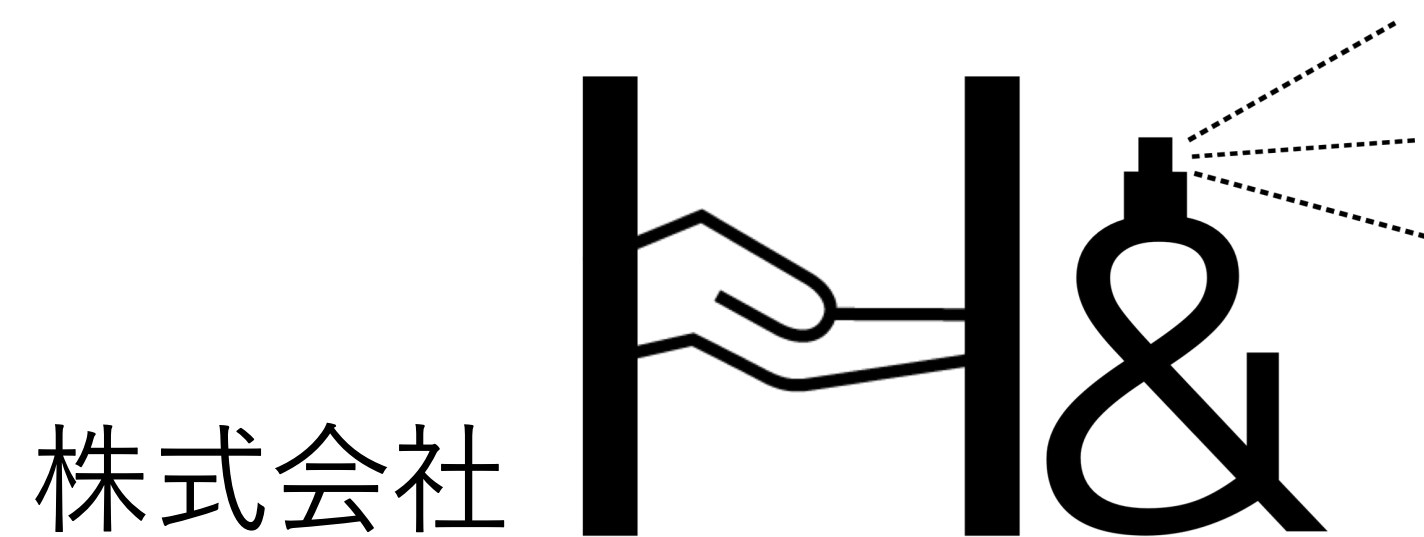
株式会社H&
IRレポート 第1回



目次

- 会社概要
- 事業内容決定までの活動
- 事業内容
- 今後の活動
- 事業計画
- 社長・広報長メッセージ

会社概要



企業理念

私たちは、
消毒によって生じる不快感を最小限にし、
消毒へのためらいをなくします。

事業内容

保湿成分配合除菌アルコールの販売

消毒による手荒れと不快なおいが原因で、「消毒をするべき」と理解しているにも関わらず、できていない女子中高生に向けた商品となっています。安藤パラケミー様にご協力いただき、従来の除菌アルコールに保湿効果と香りを加えた商品を開発し、販売します。

事業内容決定まで

着目テーマ

身近に抱える問題と、その問題をどのような企画につなげることができるか、この2点について各自が考え記入した個人企画書の提出を4/19に行いました。消毒液の不快なおいや消毒による手荒れを気にしていた生徒、公共施設に設置されている消毒液の利用者が少ないと感じていた生徒が多くいたということから消毒に関する現状に着目しました。

◆ 項目	◆ ポイントとチェック事項
現状分析・あなたのエピソード 現状 コロナ禍で消毒をする機会が増えた ⑤ アルコール消毒が苦手 ⑤ アルコールの臭い 、ジェル状の場合手がこびつく。 ⑤ アルコールを1日に何度もするため肌が荒れる ⑤ アルコールをただでケアするものがない	【ポイント】 ※自分の興味は自分が今抱えている問題であることも、自分がとても楽しみであることもあります。見つからないという人は、自分の生活の中で面白いと思ったことや関心を持ったことを写真で撮ってみましょう ※品女の文化祭はいいところでしょう。女子高生ってどんな強みがあるのでしょうか。思いつくことを書き出してみてください。 ※「出発点が身近なことである」ということは重要です。自分の身近な体験と不安・不満・怒り・悲しみ・喜びなど自分の感情に基づくエピソードを考えてみましょう。

4/19提出 クラス生徒の個人企画書より

調査

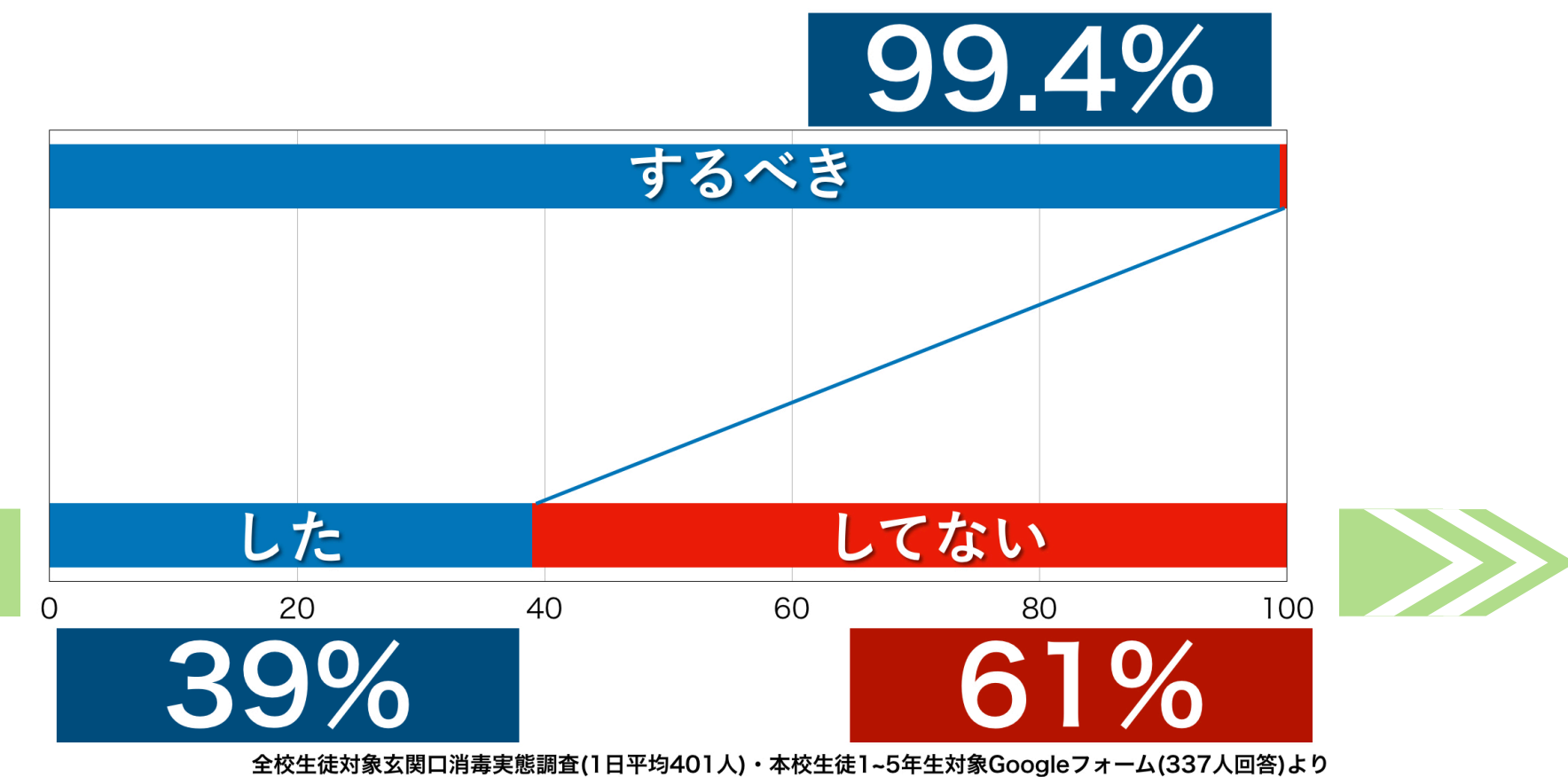
コロナ禍で消毒をするべきなのに、何らかの理由により**消毒をしていない人が多い**のではないかと、**手荒れやおいが理由**として当てはまるのではないかと仮定し2点を裏付ける調査を3つに分けて行いました。

事業内容決定まで

① アンケート調査

そもそも本校生徒は、コロナ禍での消毒に対してどのような意識を持っているのか、Googleフォームを用いて本校1~5年生を対象にアンケート調査を行いました。6/5~6/9の5日間に337名の回答を得ることができました。

この調査では**99.4%の生徒が消毒をするべきと感じている**ということがわかりました。



② 玄関での計測調査

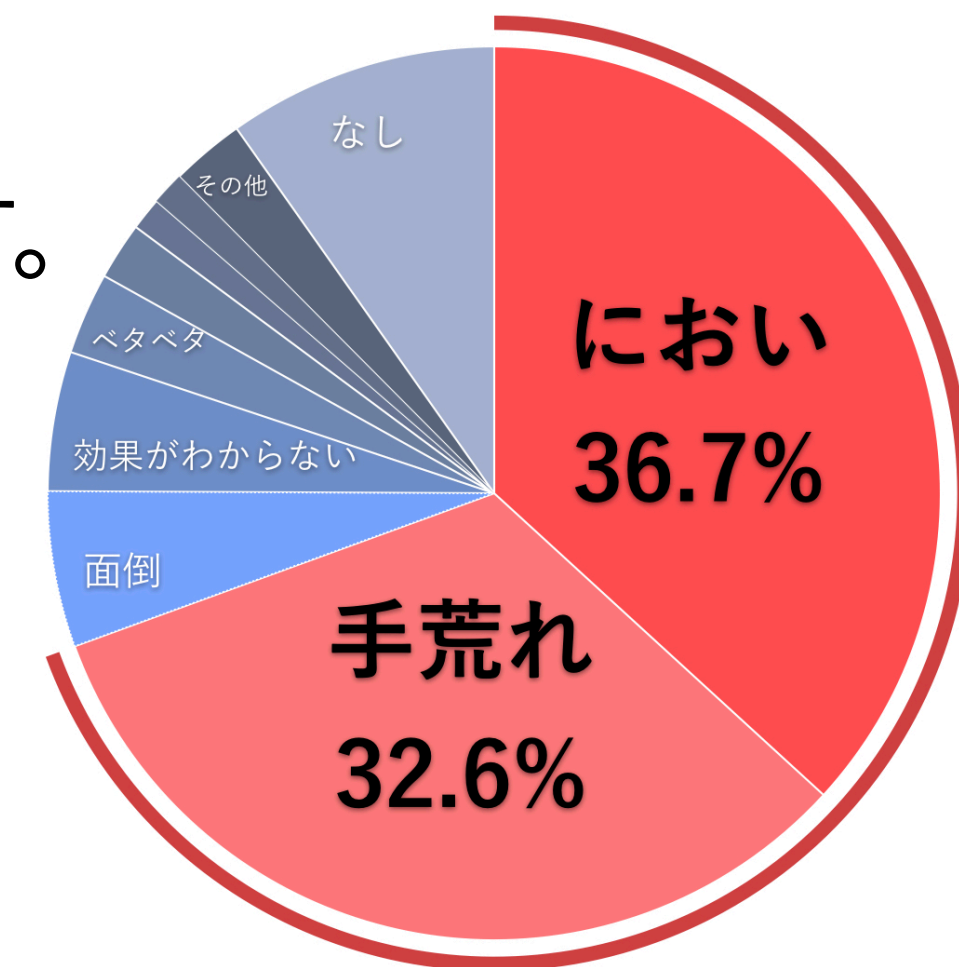
「本校生徒が消毒をできていない」という現状はあるのか、消毒の実施率を数値化する調査として玄関口での計測調査を行いました。登校ラッシュタイムにあたる8:05~8:15にカウンターを用いて登校者数と消毒をした人数を計測しました。5/12~5/14の3日間で1日あたり平均401名の計測をすることができました。

この調査では**6割以上の生徒が消毒をしていない**という現状を把握することができました。

事業内容決定まで

→解決すべき課題

①と②の調査の結果は、大半の生徒が消毒をするべきであると
理解しているにも関わらず、できていないという矛盾を示しています。
私たちはこれを解決するべき課題であると捉えました。



本校生徒1~5年生対象Googleフォームより(337人回答)

③アンケート調査

なぜ本校生徒は消毒をできていないのか、本校の消毒の実施率はあげるためには何を改善すれば良いのか、Googleフォームを用いてアンケート調査を行いました。※①と同Googleフォーム
約7割の生徒が、におい又は手荒れによる不快感を、消毒をしたくないと思った最大の理由としてい
ることがわかりました。

よって、**不快なにおいと手荒れを解消できれば本校の消毒の実施率はあがる**と考えました。

事業内容決定まで

企業理念

私たちは、
消毒によって生じる不快感を最小限にし、
消毒へのためらいをなくします。



消毒をするべきと感じている生徒は多くいるという調査①の結果から、消毒をできていない理由は、消毒はしなくてもいいなどの消毒自体への否定ではなく、消毒をする際に生じるためらいであることがわかりました。不快感を最小限に抑えることができる事業により、お客様が自身で健康を守ることができるきっかけをつくります。



事業内容決定まで

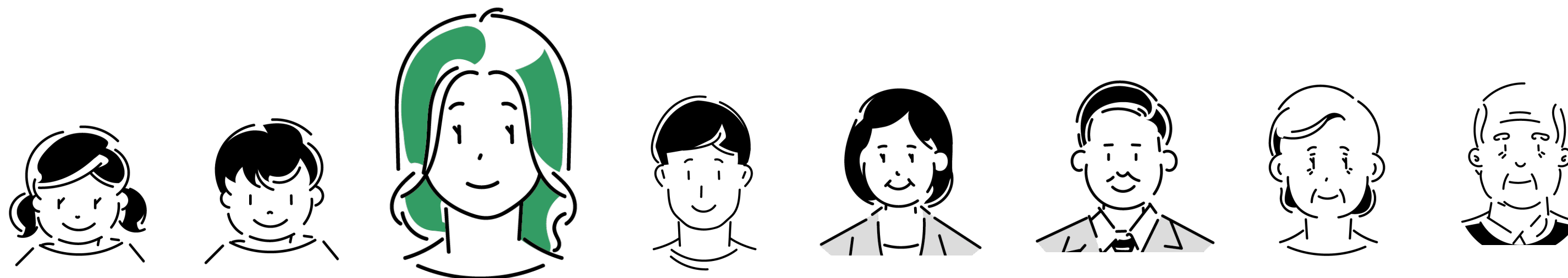
事業目標

白ばら祭での事業目標を**本校の消毒の実施率UP**と設定しました。

本校生徒をきっかけに、お客様やその周りで消毒をこまめにする人が増えれば、社会全体での消毒の実施率UPの一步になると考えました。

ターゲット

事業目標に対応して、ターゲットを「本当は消毒をするべきとわかっているのに、手荒れやにおいが気になってできないという悩みを持つ**女子中高生**」と設定しました。

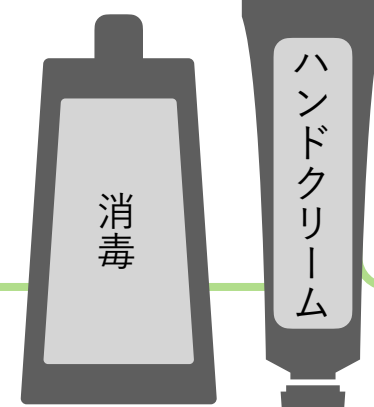


事業内容決定まで

企画考案

除菌アルコールとハンドクリーム セット販売

ハンドクリームは、複数の香りから好みのものを選べるようにすることでにおいへの不快感を最小限にします。「消毒」と「保湿」をセットで持ち歩くきっかけをつくる商品として販売します。



改善点

- ①それぞれを単品で買いたいお客様への対応が難しい
- ②ハンドクリームの香りを選べることが企画の肝なので、売り切れにより、好みのものを選べない状況になった時に企画の意味がなくなってしまう

企画決定

保湿成分配合除菌アルコール 開発・販売

従来の除菌アルコールに保湿効果と香りを加えることで、不快なおいと手荒れを最小限にします。ハンドクリームを重ねてする手間が省けるため、こまめに除菌しやすくなります。



事業内容決定まで

コラボ企業様

本校の玄関口にセンサータイプの除菌アルコールを提供してくださっている
安藤パラケミー株式会社様にご協力いただくことになりました。企業様に
アドバイスをいただいて内容成分・分量などを決定し、発注させていただきました。



安藤パラケミー株式会社



交渉/第1回目打ち合わせ

6/2に安藤パラケミー様へと第1回目の打ち合わせを行いました。はじめに、コラボ交渉という形で起業体験プログラムや企画内容についてのプレゼンを行いました。原材料費の予測などの資料をいただきました。納品時期や支払時期などを確認した上で、**コラボが確定**しました。また、配合可能な成分やそれぞれの効果などの資料をいただきました。

事業内容

第2回打ち合わせ

乾燥を防ぐ商品 スプレータイプ



6/11には、第2回目の打ち合わせを行いました。打ち合わせあたって事前に、本校1~5年生を対象としたアンケート調査を行いました。※調査①と同Googleフォーム「①経験したことがある消毒による手荒れの具体例(乾燥、発疹など) ②本校の消毒液の人気序列」について、消毒による手荒れを経験をしたことがある生徒(53.4%)のうち65.5%の生徒が乾燥を経験していること、本校生徒はスプレータイプの消毒液を好むことがわかりました。打ち合わせでは、この結果をふまえて内容成分に関するアドバイスをいただき、**内容成分を決定**しました。

事業内容

内容成分

除菌

除菌成分発酵エタノールによって手を清潔に保ちます。アルコールは石鹼よりもウイルス対策の効果が大きく、こまめに使用することでより効果的になります。本校生徒の好むスプレータイプにするために、乳化作用がある抗菌成分ベンザルコニウム塩化物の配合はしません。

保湿

水を補うグリセリン、油を補うココナッツ油、水分蒸発が防げかつ抗菌性があるカプリル酸グリセリルによって乾燥を防ぎ、保湿します。

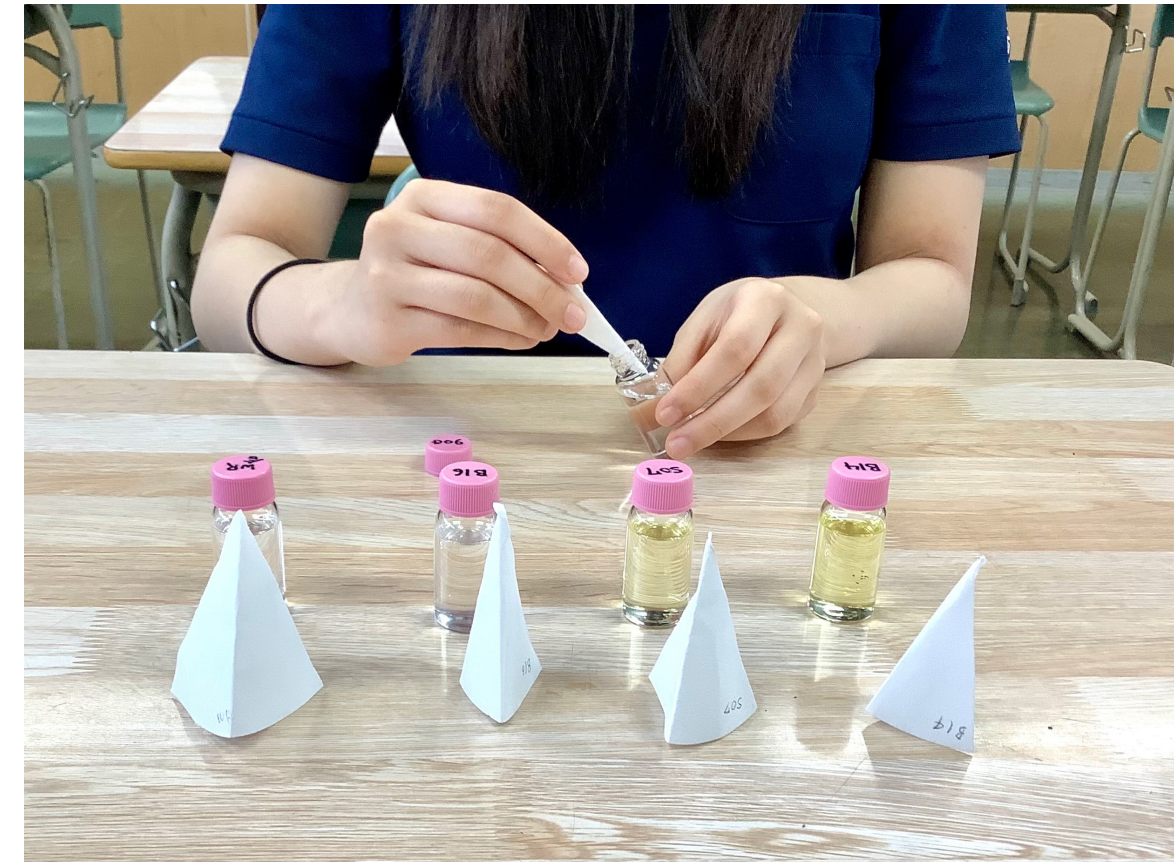
香り

香り成分アロマオイルによって除菌アルコール特有の不愉快なおいを最小限にし、こまめに使用していただきたくしました。

事業内容

香りの選定

よりターゲットのニーズ近づける



第2回目の打ち合わせの際に企業様からご紹介いただいた5つの香料のテストングを6/12にクラス全体で行いました。@aloma様のピースフルスマイルというアロマオイルを使用することになりました。ターゲットである女子中高生に含まれる**クラス生徒が選定**を行ったことで、よりターゲットのニーズに近づけました。



事業内容

SDGsへの配慮

100%植物由来成分 石油資源の枯渇を防ぐ



本製品の原材料は100%植物由来成分なので石油資源を使わずに生産できます。資源の枯渇を防ぐことで、**SDGs**に配慮した製品となっています。植物由来成分は人体への影響がないというメリットがあります。今後、苦み成分を加えるなど誤飲を防ぐ工夫をしていきます。

事業内容

商品のデザイン

こまめに使えるよう、持ち歩きやすさを重視

6/3には、株式会社H&のロゴと容器のデザインを作成しました。容器ラベルにも使用するロゴは、**シンプルなデザイン**にしました。ホルダーを用いて鞆に取り付けることが可能なため、こまめに消毒をするきっかけになります。携帯用サイズの容器は約250プッシュほどの内容量ですが、持ち歩きやすいデザインとなっているため入れ替え容器などとして繰り返し使っていただけたらと思います。



今後の活動



文化祭に向けて

講義 安全な販売と意識面からの消毒の実施率UP

夏休み頃には安藤パラケミー様に、アルコール販売の注意や商品の内容成分についての講義を行っていただきます。社員教育や安全な商品の取り扱いにつなげます。また、講義の知識をお客様に提供する展示によって消毒の実施率UPを意識面からも後押しします。

文化祭後

市販化 社会の継続的な消毒の実施率UP

安藤パラケミー様と商品の市販化を前向きに検討しています。本校生徒だけでなく、その周りの方々や本校以外の女子中高生など、多くの方が消毒をこまめにするようになるきっかけになればと思っています。市販化にあたって、文化祭当日にお客様からいただいたご意見に沿って改善した商品を販売していきます。文化祭後も、しばらく続くと思われるコロナ禍で、社会の持続的な消毒の実施率UPにつながればと思っています。

事業計画

納品個数と価格設定

納品 450個 価格 400円

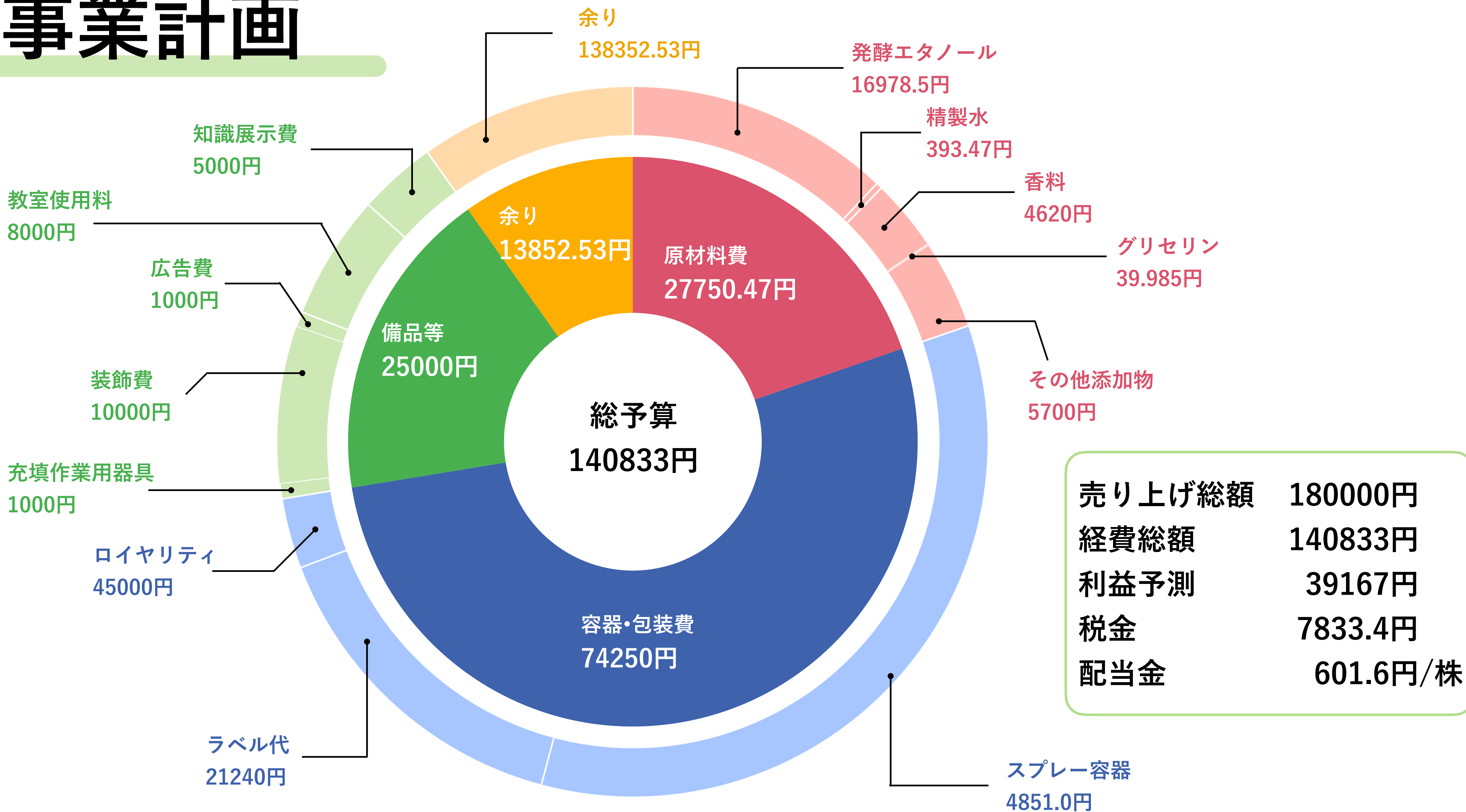


30ml

昨年度までの売り上げ実績、消耗品であるため複数購入していただけるお客様の可能性を考慮して納品個数を決定しました。製品用の13500mlに加え、文化祭当日の教室に配置する試供品を500ml納品します。

本商品は、保湿成分とアロマオイルによって付加価値を見出しています。また、商品のターゲットは女子中高生なので、よりリーズナブルな価格に設定する必要がありました。この2点から価格設定を行いました。

事業計画



社長・広報長 メッセージ

社長



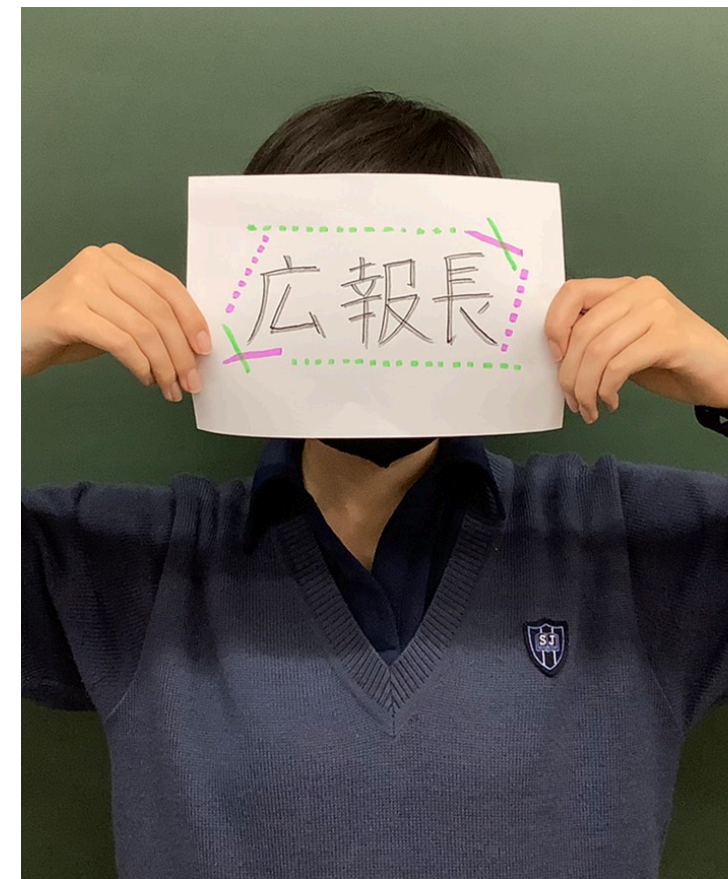
はじめまして、この度は H& の社長に就任しました。

私たちは「保湿成分配合除菌アルコール」を販売します。コロナ禍である今、とても需要のある商品だと思います。H&の商品は、消毒による不快感の原因を取り除くために「保湿成分配合」「香り付」とし、SDGsの目標に添った「100%植物由来成分」で作りました。さらに手

取りやすい400円という価格での販売で、お客様に喜んで使用していただける除菌アルコールであると自負しています。

今後は、安藤パラケミー様からの講義や展示物作成など、クラスでの作業が増えていきます。また、株主の皆様からの出資金を用いて当日のサンプル設置や事業拡大を視野に入れています。微力ではありますが、社員一丸となって精進いたします。

広報長

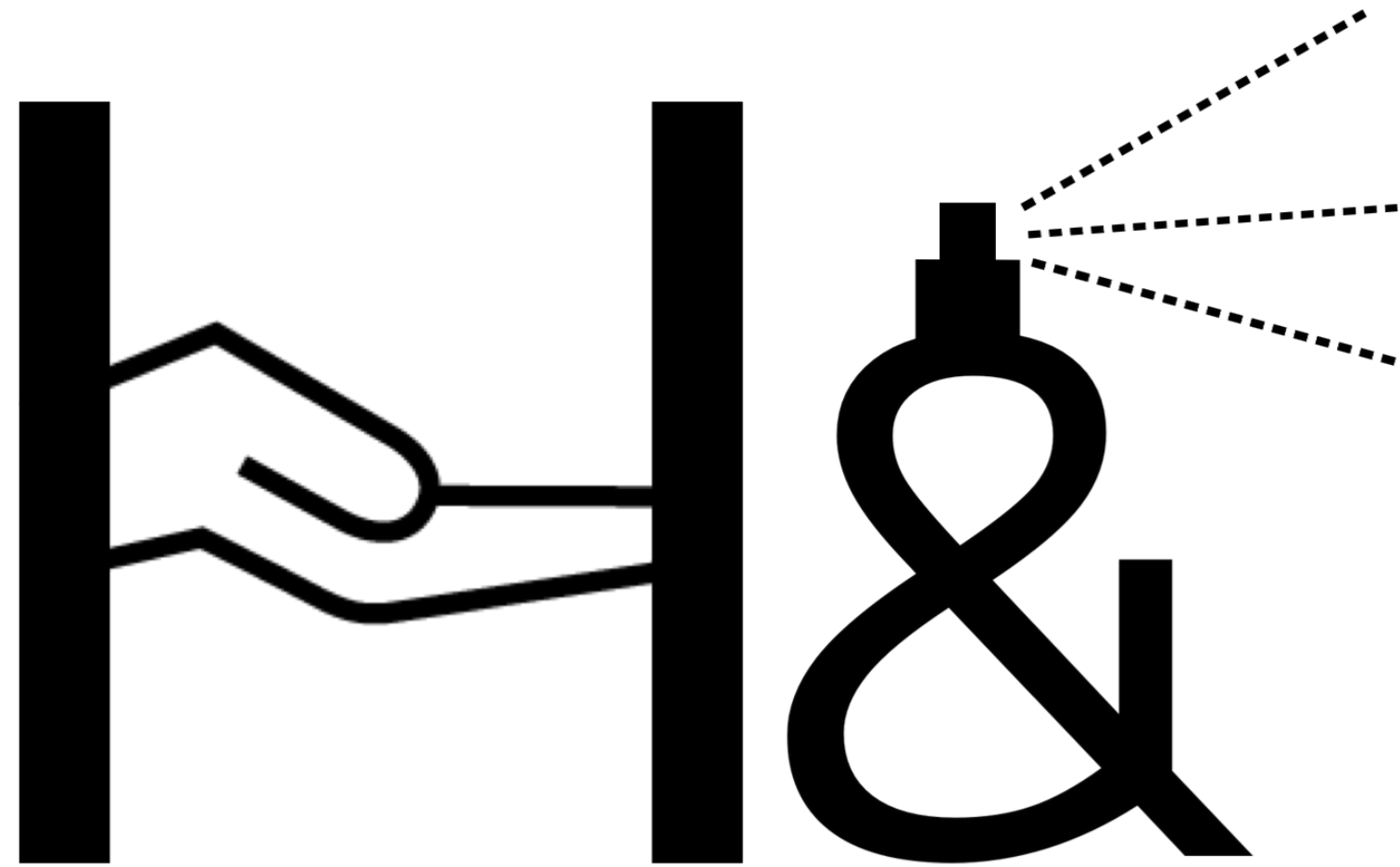


こんにちは！H&広報長です！

私は今回、広報長として起業体験に携わって、人にものごとをわかりやすく伝える難しさを痛感しました。委員内の話し合いや企業様との打ち合わせについて報告が遅れたり、うまく全員に伝わっていなかったりと、反省点がたくさんです。

特にこのIRレポートは多くの人に協力してもらい完成したもので、委員のみなさんには感謝してもしきれません。今後は委員だけで突っ走ってしまうことのないよう、社員全体を巻き込んで活動を広く報せていきたいと思います。最後になりますが、ここまでIRレポートをお読みくださり、ありがとうございます。私たちの活動内容について、少しでもご理解いただけたら幸いです。あと2回更新があります。どんどん3Eの活動をお知らせしていくので、お楽しみに！

私たちは、
消毒によって生じる不快感を最小限にし、
消毒へのためらいをなくします。



そして、お客様が消毒をこまめにし、
自身で健康を守ることができる未来を目指します。