

コ ミ ュ link (仮)

~なまえの無い、安心コミュニティ~

202301890 金子采可

202301986 杉崎桃香

202302278 白井羽瑠

経営理念

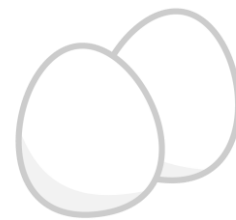
一人暮らしの人のサポートをすることで、社会

一人暮らしで大変なこと



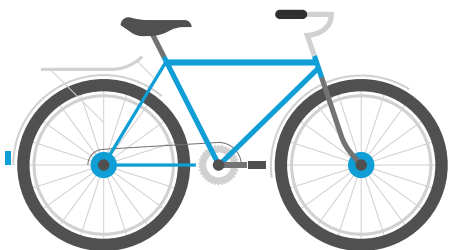
体調不良の時

残り物



使い切れなかったもの

使う可能性もあるけど
買うか悩むもの



さみしい





一人暮らしの寂しい・大変・不安
を取り除きたい

BILLS

LIVING ALONE

(令和元年厚労省のデータをもとに作成した表)

社会活動に参加している人の割合（20歳以上、性・年齢別）

(単位：%)

		20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
町内会や地域行事などの活動	男性	17.2	34.1	41.5	42.9	48.5	49.3
	女性	14.8	37.9	48.3	42.9	49.8	45.7
ボランティア活動	男性	7.7	13.1	13.7	14.3	17.6	21.3
	女性	9.0	9.4	11.9	15.1	18.1	17.5
スポーツ関係のグループ活動	男性	27.6	19.8	21.9	17.4	21.6	19.8
	女性	11.2	13.8	17.2	16.3	21.4	22.0
趣味関係のグループ活動	男性	28.5	19.4	19.1	18.9	23.9	24.5
	女性	20.6	15.1	14.7	22.8	25.6	30.0
その他のグループ活動	男性	12.2	13.5	12.5	14.3	17.8	19.0
	女性	11.2	12.1	12.3	14.9	18.6	23.4

引用：公益財団法人生命保険文化センター 町内会や地域行事などの活動に参加している人の割合はどれくらい？ <https://www.jili.or.jp/lifeplan/rich/1229.html>

ターゲット

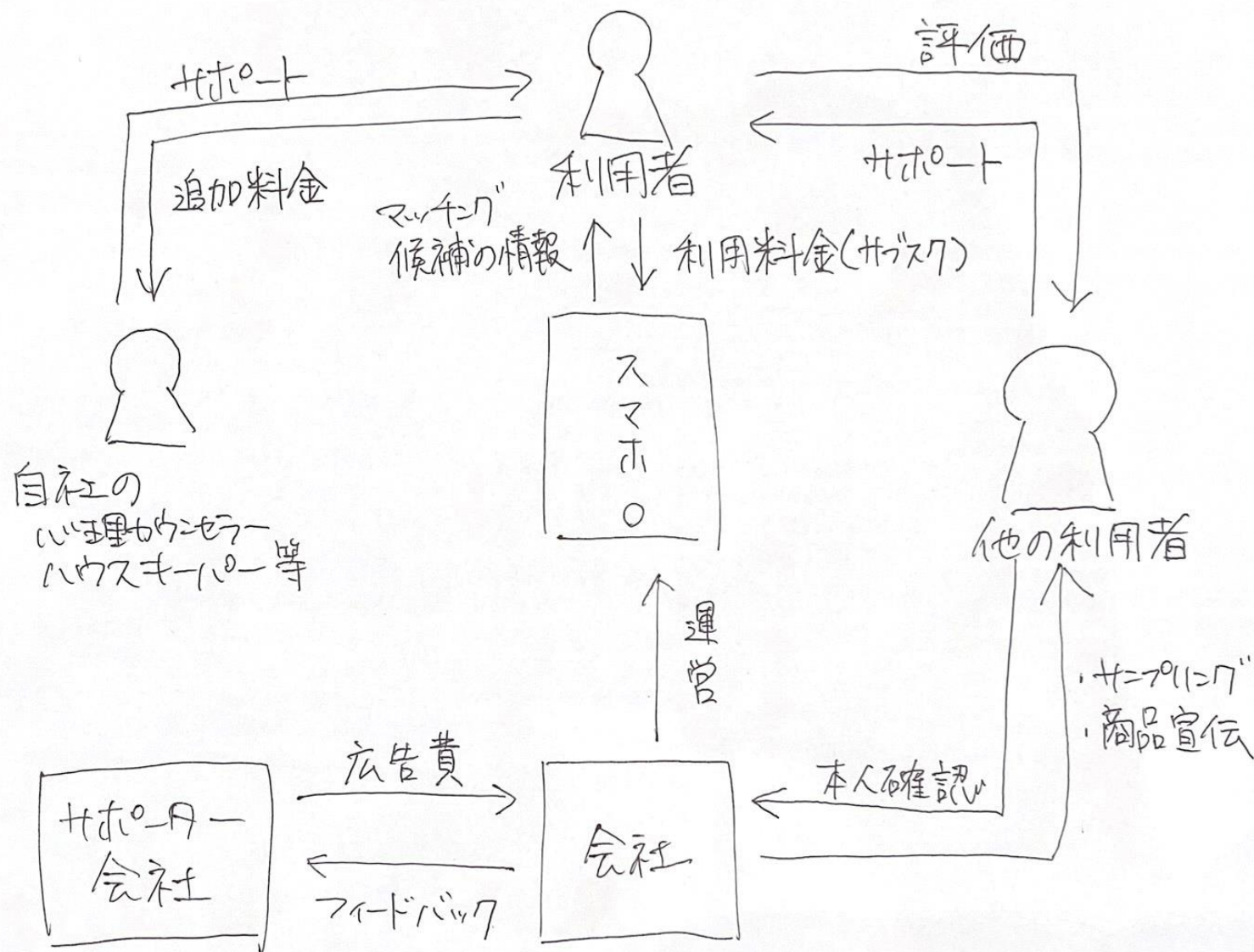
一人暮らしの若者（大学生～30代）

- ・一人暮らしし始めたばかりである
- ・オンラインのつながりに積極的
SNSの人と会うことに比較的寛容である
- ・若者の地域のイベントの参加率の低下

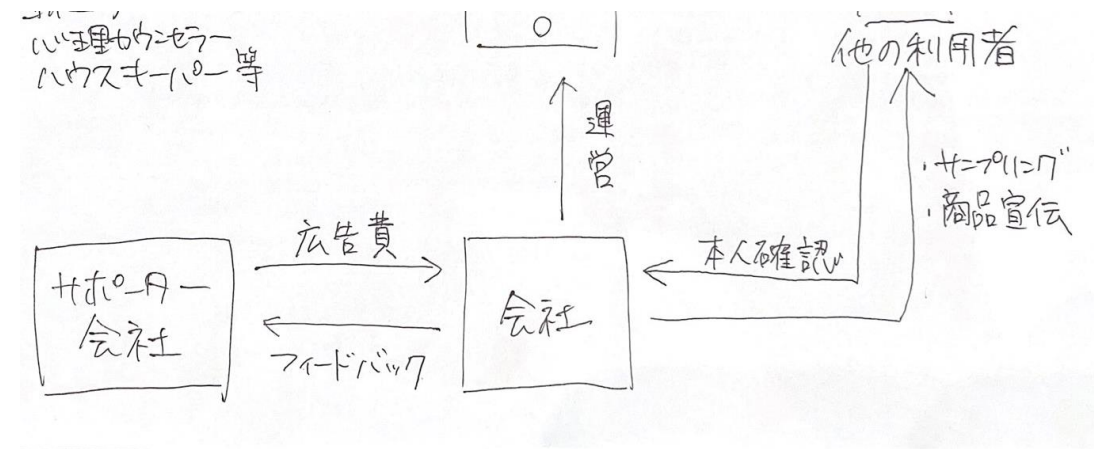
事業内容

- ・ 近所に住んでいる一人暮らし同士をマッチング
→ サポートし合う
↳ 病気的时候、家事代行、不安・寂しさを感じたとき
- ・ シェアリング
- ・ 日用品サンプル定期便
- ・ オプションで専門家からのサポートを受けられる
↳ 心理カウンセラー、ハウスキーパー等

事業概要



サポーター企業からのサンプリング



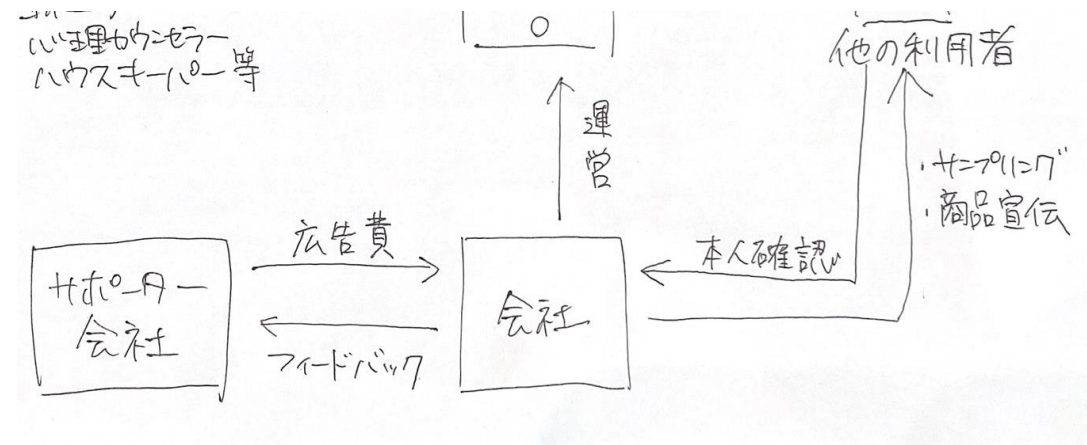
サポーター企業メリット

- ・新商品を直接ターゲット層に届け **認知度UP**
- ・ **フィードバック** がもらえる
- ・ターゲットが限定的であるため、ダイレクトなマーケティングが行える

サポーター企業デメリット

- ・サンプリングにかかる広告費
- ・購買につながるかは未知数
- ・負の評価がつくとブランドには悪影響
- ・ターゲットが限定的なため、フィードバックの多様性は期待できない

サポーター企業からのサンプリング



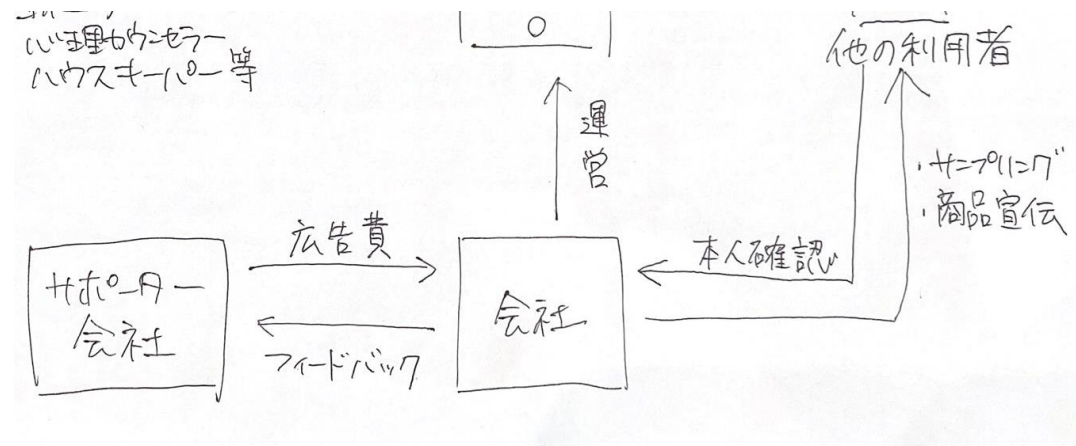
利用者メリット

- ・無料で新商品を試せる
- ・消費者として特別な満足感

利用者デメリット

- ・合わないものもある
- ・過剰なプロモーションは信頼感を失う

サポーター企業からのサンプリング



自社メリット

- ・ 広告費収入
- ・ サポーター企業との関係構築

自社デメリット

- ・ フィードバックしてもらうためにリワードを作る必要がある
- ・ サポートしてもらう企業を見つけるのが大変

より多くのフィードバックをもらうためには

- ・ポイント配布
→たまったら商品と交換できる

経済的メリット

- ・クーポンの配布

* 内容が「意図的に」偏らないように注意が必要

各種プラン内容

プラン名	料金	機能・特徴	ターゲット層
梅	無料	<ul style="list-style-type: none">- 近所の一人暮らしユーザーとのマッチングのみ- メッセージ送信数に制限あり- バナー広告・動画広告表示	お試しで使ってみたい初心者向け
竹	月額 ¥1,000	<ul style="list-style-type: none">- 検索機能が向上（オンライン中順、近所順）- 広告なし- 定期配布されるアドバイス冊子	快適に利用したい人、生活を工夫したい人
松	月額 ¥2,000 + 追加料金	<ul style="list-style-type: none">- 竹プランの全機能を含む- ハウスキーパーサービス（必要日数に応じた料金）- FAQおよび人によるお悩み相談チャット- アドバイス冊子定期配布	忙しい人、生活の質を高めたい人

安心したマッチングのために

- ・ 身分証明の徹底
- ・ 利用規約、契約書

こちら側の

- ・ 仲介
 - ・ 時間、場所指定可能
-
- ・ 評価制
-
- ・ 24時間サポート対応

マッチングするのは

同性、同世代の人

目的が同じ人とのマッチング

競合他社

- ・ 友達系マッチングサービス
- ・ 地域イベント系マッチング
- ・ 地域活動、ボランティアマッチングサービス
- ・ サンプリングアプリ
- ・ メンタルサポートサービス
- ・ 家事代行
- ・ アドバイザーサービス
- ・ 一人暮らし専用アパート

差別化のポイント



- ・友達系マッチングサービス

⇒一人暮らし特化型であること

- ・地域イベント系マッチング
- ・地域活動、ボランティアマッチングサービス
- ・サンプリングアプリ

⇒サンプリングで企業と絡んでいること（独自性）

- ・メンタルサポートサービス
- ・家事代行
- ・アドバイザーサービス

⇒相互サポートであること

- ・一人暮らし専用アパート

⇒メンタル面のサポートも可能であること

競合分析：ミニメイドサービス株式会社

●競合だと思った理由・似通っているところ

家事の負担軽減が目的 利用者とスタッフが固定

●特徴

社内資格必須 訪問スタッフは毎回一緒 安心感あるスタッフ年齢層（30-50代）

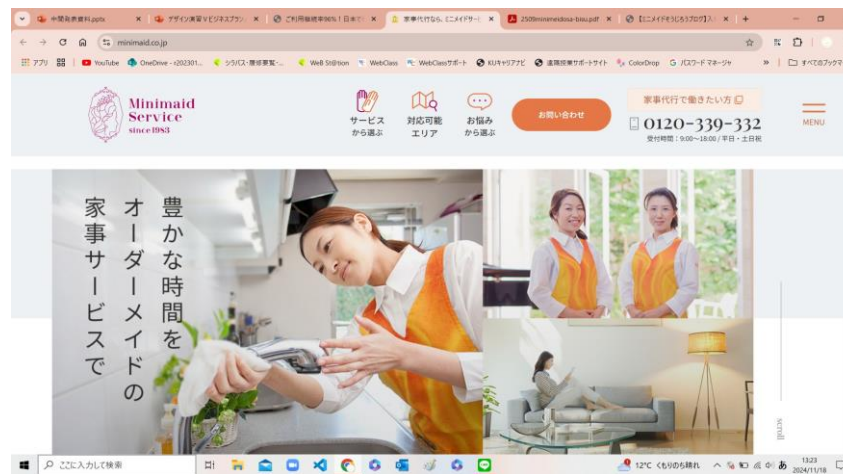
事前打合で本当に必要なサービスを提供 メディア露出のアピール 従業員はほぼ女性

●長所

社内資格で確かな技術力の証明ができています

●短所

料金が高い▷初回キャンペーンなどで補う



社会貢献

- ・ **孤独感の軽減**

一人暮らしを始めたばかりの若者にとって孤独感は大きな課題である

若者、高齢は世代として社会的に孤独を感じやすい

近隣住民とつながることで、物理的な孤立も軽減され精神的支えになる

- ・ **地域社会の活性化**

助け合い 協力の文化ができる→地域との交流に繋がる

- ・ **メンタルケア**

身内や友達にできないような悩み相談もできる（名前のない新しい関係性であるから）

⇒ **支援でなく「互助」であることで同世代が助け合う社会**

- ・ **生活の質向上**

アドバイスによる知識やスキル向上、助け合いの程よい緊張感で社会的自立を目指す

- ・ **企業とのかかわり**

サンプリングとフィードバック、社会的つながりの強化

最終発表に向けて

- ・ 具体的なアンケート調査項目の決定
- ・ 事業名、プラン名の決定
- ・ 財務計画の作成
- ・ サンプルング協力企業との具体的な関係