

# インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ブンキョウガクインダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) マワタリ カズヒロ
文京学院大学	経営学部	馬渡 一浩ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) タクハン	フリガナ) サイトウ タク	5	無
たくはん	齋藤 拓		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

研究テーマ (発表タイトル)

大学生の活字問題～本と大学生の架け橋へ～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

## 1. 研究概要 (目的・狙いなど)

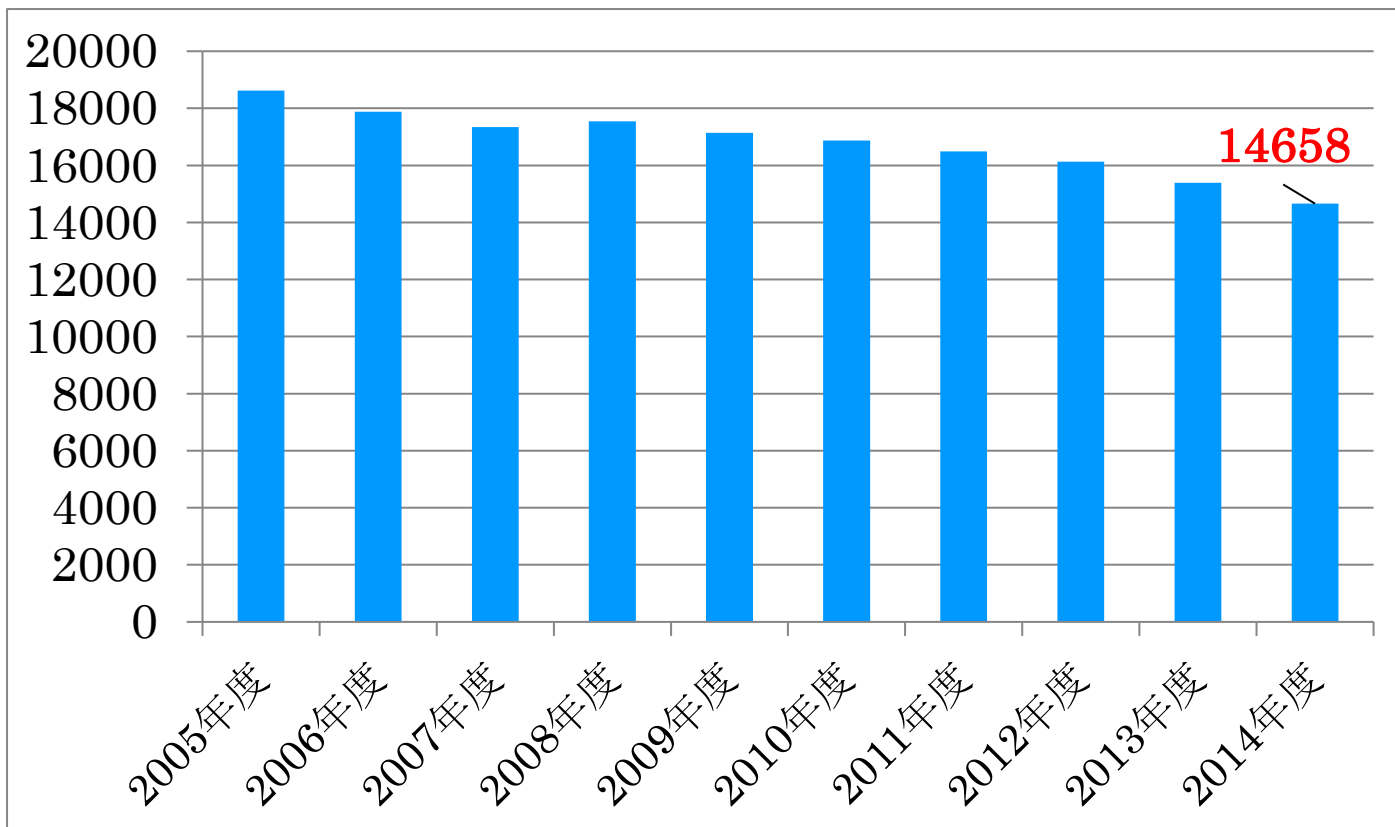
本を読まない大学生が年々増加傾向にあり、2016 年においては約 50%の大学生が本を読んでいないことが分かった。そのため本研究の目的は本を読まない大学生に読んでもらうため、「本と大学生の架け橋になる」ことである。

狙いとしては本を読まない大学生に本を身近に感じてもらうことだ。

## 2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

近年活字離れがニュースなどに取り上げられており、中でも若者を取り上げているものが多くある。そこで、大学生の読書時間を調査した所、2012 年から本を全く読まない大学生が増加しており、本を全く読まない大学生の割合が約 50%もいることが分かった。また下記の図をみると、書店の総店舗数も年々減少していて 10 年間で約 4000 店舗減少していることが分かった。

本を読まない大学生が増えた理由の 1 つとして、スマートフォンの普及が挙げられる。2010 年ごろからスマートフォンが登場し、2012 年にはスマートフォンが普及した。大学生のスマートフォン利用内容を調査したところ SNS、情報収集、音楽の順に費やす時間が多く、雑誌・漫画を除く電子書籍の利用率は 4%という結果が分かった。スマートフォン 1 つで様々なことができる現代において、本に時間を費やす大学生が少ないのが現状である。



出典：2016年版 出版指標年報

### 3. 研究テーマの課題

大学生が本を読まない理由として、集中力が続かない、読む時間がないなどの理由が挙げられた。大学生が持つ、これらの問題をいかに克服させられるかが課題である。また、実際に本を手にとってもらい、読んでもらえるかも課題となる。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちは課題の解決のために、忙しく、集中力が続かない大学生にも本を手にとってもらえるような本を考えた。それは1話が3分で完結する「3分リーディング」という本である。そしてアンケート調査から、スマートフォンを3時間以上使う人は63%もいることが分かった。大学生のスマートフォンの利用時間、3分の本を紙媒体にすることでのコストなどを考え、3分リーディングは電子書籍で販売することにした。3分リーディングは大学生が本を読む、また好きになるきっかけとして利用してもらおうと考えている。

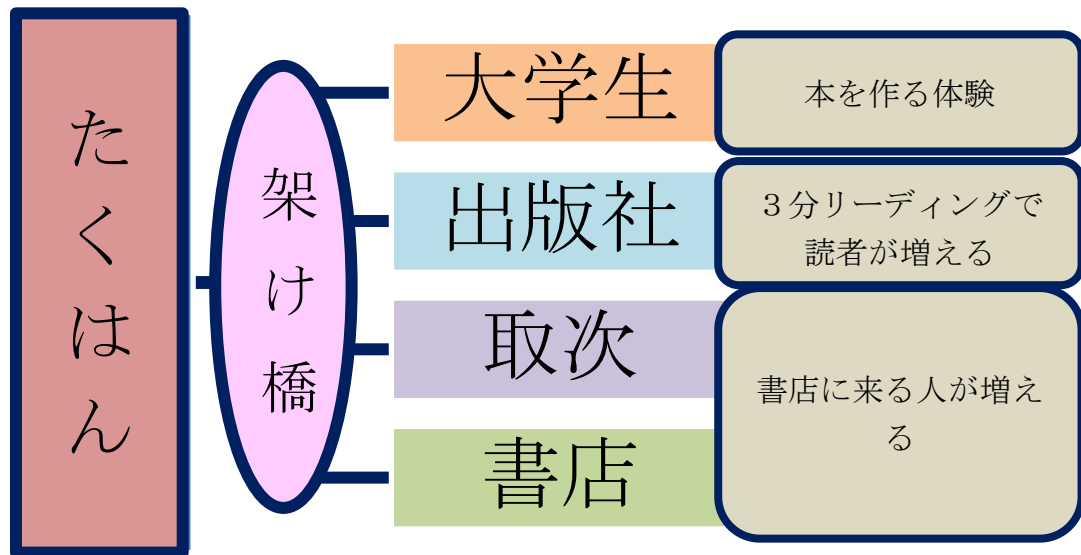
また、人間の集中力は15分毎に波があり、3分ならば15分以内なので集中力は続くことになる。また音楽を聞く感覚で気軽に読んでもらえる。さらに、1日1話読むことで、ザイオンス効果が働き本が好きになり、本を読む習慣が生まれるのではないかと考えた。また、従来の本では文字が多く読み終わらないという意見があったが、3分の本にすることにより動機付けの心理で読めようという意見に変えることができる。これらのことから3分リーディングを行うことで、集中力が続かない、読む時間がないといった人にも苦手意識の問題を解決することができる。

3分リーディングをただ置くだけでは手にとってもらえないので、まずはAISASのモデルにならって最初は認知してもらうことが重要だと考えた。そこで、ビジュアルコミュニケーションを利用し、フォトジェニックな書店をつくることでより多くのお客様の集客を目指す。大学生に書店に来店していただき、本を身近なものとして考えてもらえるように活動を進めていきたいと考える。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

大学生を対象に、活字問題に関するアンケート調査を行ったところ、約6割の人がこの一ヶ月で本を読んでいないが、約8割の人が、本を読むことは大事なことだと回答した。本への苦手意識はあるものの、本の大事さは実感しているのだと思う。

これからは3分リーディングの販売に向けて、私たちが出版社や取次、小売をつなぐ架け橋となっていく。



## 6. 結果や今後の取り組み

3分リーディングの実現に向け、本学にて3分リーディングのプレテストを行う。その後、プレテストを踏まえ、出版社や取次、小売に提案する。3分リーディングの内容については作家や脚本家を志望する大学生の有志で作成し、実際に電子書籍で販売を行う。

## 7. 参考文献

文教大学情報学部 社会調査Ⅲ研究報告「購入冊数に見る学生の活字離れの実態」

<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediares/2013/sya3/2013sugiyama.pdf> (2017/8/17)

「全国農村読書調査」(第 67 回－2012 年度調査報告書－)

<http://www.ienohikari.net/bunka/research.html> (2017/8/17)

「読書の秋！若者の活字離れは本当？アンケート～全年代の3人に1人、読書量『減った』」

<http://www.mediaflag.co.jp/news/1210/121005-000689.php> (2017/8/14)

「第 58 回読書調査」交易社団法人 全国学校図書館協議会

<http://www.j-sla.or.jp/material/research/54-1.html> (2017/8/17)

「若者の『活字離れ』や『知的レベルの低下』は本当なのか」

<http://news.goo.ne.jp/article/hatake/life/hatake-20080530-01.html> (2017/8/17)

「日本破産を生き残ろう 国語を教えるか言葉を教えるか-若者の活字離れはなぜ」/Jim Nishimura Website [http://jimnishimura.jp/soc\\_per/bankrupt\\_j/15\\_1.html](http://jimnishimura.jp/soc_per/bankrupt_j/15_1.html) (2017/8/14)

「情報中毒」と「好奇心のパラドックス」

<http://wired.jp/2010/11/30/%E3%80%8C%E6%83%85%E5%A0%B1%E4%B8%AD%E6%AF%92%E3%80%8D%E3%81%A8%E3%80%8C%E5%A5%BD%E5%A5%87%E5%BF%83%E3%81%AE%E3%83%91%E3%83%A9%E3%83%89%E3%83%83%E3%82%AF%E3%82%B9%E3%80%8D/>  
(2017/8/14)

ばぐるぐ <http://app.m-cocolog.jp/t/typecast/494/745> (2017/7/2)

年収別読書量 <http://sirabee.com/2016/04/04/103393/> (2017/7/2)

文化庁「国語に関する世論調査」

[http://www.bunka.go.jp/tokei\\_hakusho\\_shuppan/tokeichosa/kokugo\\_yoronchosa/](http://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/) (2017/7/2)

メディアの変容と大学生の読書

[http://www3.chubu.ac.jp/documents/communications/content/3354/3354\\_4ebdb224123f7f48c1a3e83cade86111.pdf](http://www3.chubu.ac.jp/documents/communications/content/3354/3354_4ebdb224123f7f48c1a3e83cade86111.pdf) (2017/8/5)

総務省「情報通信端末の世帯保有率の推移」

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc252110.html> (2017/8/5)

「出版物販売額の実態」最新版 2016 全国大学生生活協同組合連合会「第 52 回学生生活実態調査の概要報告」

<http://www.univcoop.or.jp/press/life/report.html> (2017/8/5)

朝日新聞デジタル「バイト代増も、小遣いは最低水準 今どき大学生の 懐こと情」

<http://kamichan-tomochin.com/2017/03/04/reading/> (2017/8/17)

人間の集中力の持続時間 (平均と限界) <http://shuuchuryoku.net/category1/entry2.html> (2017/8/17)

「本当は若者が一番読書をしている？ 活字離れの実態」(対象：小中高校生)

<http://www.book-flavor.com/column/youth.html> (2017/8/17)

「ネットの文字は『活字』に入らないのか」

<http://mojix.org/2013/04/06/net-moji-katsuji> (2017/8/17)

高橋暁子, 図解入門ビジネス電子書[Kindle/ iPad/GoogleEditions]の可能性と課題がよ〜くわかる本, 株式会社秀和システム, 2010.

田代真人, 電子書籍元年 iPad&Kindleで本と出版業界は激変するか?, 株式会社インプレスジャパン, 2010.

斉藤孝, 電子出版-「紙の本」から「電子の本へ」-, 日本経済新聞, 1993.

河合隼雄 立花隆 谷川俊太郎, 読む力聞く力, 株式会社岩波書店, 2015.

青木日照 湯川鶴章, ネットは新聞を殺すのか-変貌するマスメディア, NTT 出版株式会社, 2003.

財津正人, 本のある生活-本活のすすめ-, 株式会社コスモの木, 2011.

高橋文夫, 本の底力 ネット・ウェブ時代に本を読む, 株式会社新曜社, 2014.

脇 明子, 読む力は生きる力, 岩波書店, 2005.

朝比奈大作・米谷茂則, 「読書と豊かな人間性」, 樹村房, 2015.

#### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々にこと前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経 BP マーケティング社様に作製していただく大会結果 HP に本企画シートは掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡ごと項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ないこと情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HP などに発表されていない)ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意こと項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

**↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、提出してください**