

インナー大会プレゼン部門 2018 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）チュウオウダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）ミウラゼミ
中央大学	商学部	三浦ゼミ

※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、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 （有・無）	動画使用 スライドページ
フリガナ）チームエヌ	フリガナ）ヤマグチ ナナコ	6	無	
チーム N	山口 菜々子			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物（例：商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート）

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ（発表タイトル）

スマホと生きる～スマホとの正しい距離感～

※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）

本研究は、10代～20代のスマホネイティブ世代がスマホと適切な距離感を持って共存していく社会を目的とする。様々なコンテンツが充実し、スマホで生活は「便利」で「豊か」なものになった反面、スマホストレスやスマホ依存が問題となっている。スマホを普及する時代から依存を解消し、共存していく時代へと変化しているいま、当事者である私たちが「スマホとの距離感を考え、共存していく方法」を確立したいと考えた。

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）

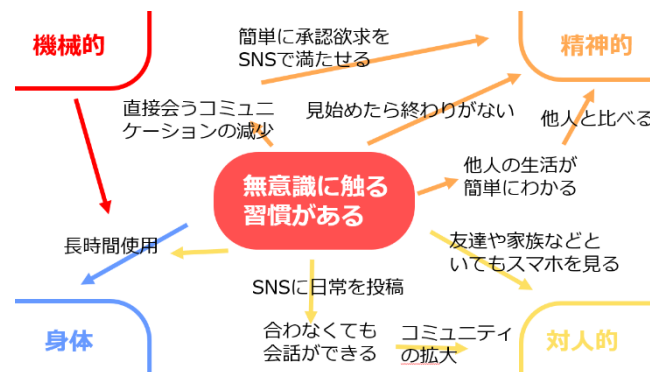
スマホの個人保有率は年々増加しており、10代は81.4%、20代では94.2%と特に高い。

Appleが2018年9月にリリースしたios 12ではスクリーンタイム、アプリ制限などスマホ利用を規制する機能が新しく搭載され、スマホ依存を解消しようという取り組みが世界的にも進んでいる。

そして現在、スマホネイティブ世代と呼ばれる10代～20代のスマホによるストレスやスマホ依存が問題となっている。学生を対象とした独自アンケートではスマホの一日の利用時間は平均4.8時間であり、80%が依存を自覚、51%がスマホによって何らかの

ストレスを感じていると回答した。

そしてアンケート結果からストレスの種類を4つに分類した。目の疲れや不眠は身体的ストレス、連絡の有無によりスマホを手放せないことや SNS による束縛感、疎外感、劣等感は精神的ストレスに、返信が面倒なこと、直接の会話が減少したこと、スマホでは本心が伝わらないことは対人的ストレスに、通信関係やスマホの動作不調は機械的ストレスと分類した。



私たちはこれらの核となる原因は無意識にスマホをさわる習慣にあると考えた。事実、80%の人が無意識にスマホをみることがあると回答している。この習慣を改善することがストレスや依存から解放される解決策ではないかと仮説を立てた。

3. 研究テーマの課題

本研究テーマの課題はデジタルデバイスから一定期間距離を置く「デジタルデトックス」自体の認知度が低く、既存のイベントが社会人向けで学生が参加するのに適していないことである。日本国内では星野リゾートや社団法人デジタルデトックス協会がデジタルデトックスイベントを企画している。参加者の声からデジタルデトックスには癒し効果、ストレス軽減効果があることが分かっている。しかし日本国内で行われている既存のデジタルデトックスは全てのデジタルデバイスを禁止とし、開催地は自然の中となり、料金は高額である。そのためよほどの意思がないと手を出しづらく、学生には拡散しづらいものであった。実際にアンケートをとってみたところ、デジタルデトックスを知っている学生は全体の15%しかいなかった。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の理由から、学生向け、そして自分がどんな時にスマホを触ろうとするのかを意図的に自覚させることを目的として新たなデジタルデトックスを提案する。

それは「すまばい」である。すまばいとはいわゆるスマホデトックスであり、スマホのみを禁止とする取り組みである。学生をターゲットに設定し、ストレスからの解放や、スマホとの正しい距離感を発見することを目的としている。既存デジタルデトックスに対してすまばいは低価格でどこでも気軽に行えるようになっている。すまばいを体験することで参加者は自分がどれだけスマホを触っているか自覚し、スマホを使わない開放感や直接取るコミュニケーションの大切さを知り、最終的にはスマホとの正しい距離感を見つけてもらう。すまばいを広める為に twitter、instagram やデジタルデトックスジャパンの HP ですまばいを認知、拡散する。ここで大切なことはスマホを使用して呼びかけることだ。なぜならスマホとの正しい距離感をつかめていない人、つまりすまばいが必要な人はスマホの中にいるからである。

そしてすまばいの認知の拡大の為にすまばいイベントを開催する。

すまばいイベントとは遊園地や動物園などのレジャー施設において参加者がスマホを預けると、代わりに入園無料やクーポンなどの特典が付いてくるものである。施設側のメリットとしては入園者の増加や他のアトラクション収入やグッズ収入がのぞめるということが挙げられる。このように遊びとスマホデトックスを繋げることで、参加者は気軽にデジタルデトックスを体験できる。

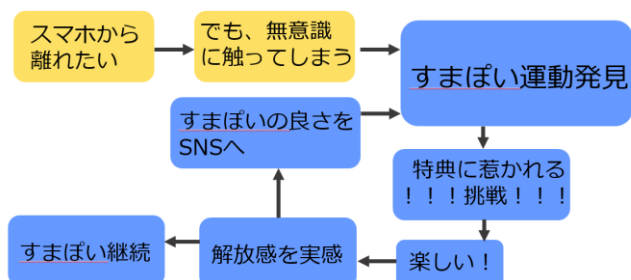
また、すまばいを更に拡散させるためにすまばいを SNS を利用して「#すまばい」運動も行う。自身が行ったすまばいを「#〇〇ですまばい」とハッシュタグを付けてすまばい参加者に投稿してもらう。このようにしてすまばい参加者からすまばいイベントを認知、体験、拡散するという流れが出来る。また、同じようにインスタ映えを狙ったすまばいイベントの一つにラフティング等のアクティビティも挙げられる。このようなすまばい運動により参加者はスマホデトックスもでき、SNS との共存も可能となる。

また大学と協力し、大学の学生 HP にすまばいの広告を載せてもらうことも検討している。

このように「すまばい」を認知・体験・拡散させていき、すまばいイベントに参加する学生を増やす。そして参加者が自分がどれだけスマホを無意識に触っているか自覚してもらい、スマホとの正しい付き合い方を見つけてもらうことがすまばいの目的である。

デジタルデトックスとsumapoi		
	sumapoi	デジタルデトックス
ターゲット	学生	ビジネスマン
価格帯	低価格	高価格
デトックス対象	スマホのみ手放す	デジタル機器全て禁止
イベント開催地	どこでも可	デジタルデバイスのない自然のみ
ハードル	低い	高い
目的	スマホとの正しい距離感を見つける + スマホを使わない解放感、 直接とるコミュニケーションの 大切さを知る	提案

感情のサイクル



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

学生男女 1 2 0 人にアンケート調査を行い、スマホ利用時間、スマホを持っていく場所はどこか、スマホからどのようなストレスを受けているか、デジタルデトックスを知っているかなどについてアンケートを行った。それらから、学生が長時間スマホを使用していることやスマホからストレスを感じていること、デジタルデトックスの認知度が低いことが分かった。

また、実際に一般社団法人日本デジタルデトックス協会 DIGITAL DETOX JAPAN の森下さんを訪問し、デジタルデトックスジャパンが行っているデジタルデトックス活動についてお話を伺った。そこで実際にデジタルデトックスジャパンで行われた「焚火でデジタルデトックス」の参加者の声から、デジタルデトックスが日常に癒しを与え、スマホとの正しい距離感をもつことに効果的であることが分かった。そして既存のデジタルデトックスイベントが若者に浸透していない現状を聞き、原因は「デジタルデトックス」という言葉の堅苦しさにあるのではないかと考え、新しい「すまばい」というネーミングを生み出した。

6. 結果や今後の取り組み

デジタルデトックスジャパンと共同し、認知活動とイベント開催を実現・実行させていく。そしてデトックスジャパン web サイト内のコラム＆ニュースで自身のデジタルデトックス体験談を「私達のすまばい体験談」や「すまばいニュース」などで発信していく予定である。また、よみうりランドや西武園ゆうえんちなどの遊園地施設、多摩動物公園や東武動物公園などの動物園、高尾登山電鉄や鎌倉市観光協会などの観光協会とすまばいイベント協力を検討中である。

7. 参考文献

総務省「通信利用動向調査（平成 29 年）」〔2 0 1 8 年 9 月 3 日閲覧〕

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111110.html>

Apple（日本）「ios12」〔2 0 1 8 年 8 月 2 2 日閲覧〕

<https://www.apple.com/jp/ios/ios-12/>

Camp grounded [2 0 1 8 年 9 月 1 5 日閲覧]

<http://campgrounded.org/>

星野リゾート「脱デジタル体験」〔2 0 1 8 年 9 月 1 5 日閲覧〕

<https://www.hoshinoresorts.com/experiences/?exptag=552¥>

デジタルデトックスジャパン〔2 0 1 8 年 8 月 1 5 日閲覧〕

<https://digitaldetox.jp/>

<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）の方々に事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、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経 BP マーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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事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事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）ものに限ります。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、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・株式会社日経 BP マーケティング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は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。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、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、ご提出ください