

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) ニホンダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) ウダゼミナール
日本大学	商学部	宇田ゼミナール

※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、「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) チームライフ	フリガナ) ウエスギ ワタル	5	無	
チームライフ	上杉 航			

※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)

特になし

※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)

住まい×ライフスタイル

※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)

我々は、『ライフスタイルの変化に伴った住まい方の変化』を研究テーマとして調査を行ってきた (ライフスタイルとは、個人の価値観や生き方などのこと、と本研究では定義する)。このような研究テーマにした背景としては、平成という時代が終わりに近づき、新たな時代を迎えようとしており、どのような時代であったかをチームで振り返っていた。その中で、スマートフォンの普及や自然災害などの影響から、人々を取り巻く環境が変化したことによって、人々のライフスタイルも大きく変化した時代であったのではないかと考えた。このようなことがきっかけで、日々の生活ではあまり意識することがないライフスタイルについて、少し立ち止まって振り返り、どのようにこれから変化していくのだろうかということに興味を持ち始めた。

さらに生活について考えていく中で、人々の生活で欠かせない「衣・食・住」の中でも、「衣・食」に関しては、短期間で供給者は消費の動向をキャッチしやすく、購買者は自らの趣味・嗜好に合わせて購買活動がしやすい財である。だが、「住」に関しては、長い時間を要しないと動向をキャッチしづらく、自分らしい住まい方をする人は増えているとはいえ、実際まだまだ少ない。

自分らしい住まい方をする人はまだまだ少ないとはいえ、現代の多様化した住まい方のニーズが起こっている。それに対して、日

本企業は住むこと以外にどのような価値を付与して提供しているのかなどを調査し、日本の社会的背景の影響を受けながら、「住」環境とライフスタイルがどのように絡んできたのかをテーマに取り上げ、研究を行った。

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）

近年、人口減少や少子高齢化、世帯構成の変化、未婚率上昇による単身者の増加、などの社会的な変化や、物が溢れ、モノ消費からコト消費へ変化するなどの時代に応じた価値観の多様化により、住まいに対するニーズが多様化している。

人口減少という面では、現在の日本は、急速に人口が減少しており、住む人たちもそれに依って減少していくと考えられるので、必然的に住まい（＝家）に対するニーズは減少傾向にあると考えられる。

世帯構成の変化という面に関しては、現在の日本では未婚率の上昇に伴い、単身世帯が圧倒的に増加しており、2040年には単身世帯が全世帯の約4割を占めるようになるとも言われている。また、その一方で三世帯世帯が近年減少しており、従来のように子供、親、祖母・祖父といった三世帯で住む人たちは減少している。つまり、拡大家族から核家族、単身化というように世帯構成が大きく変化してきている。

価値観の多様化に関しては、現在の日本ではモノ消費からコト消費へと変化してきていると言われている。例えば、私たち消費者は、ただ何かを食べたりするだけではなく、そこに“インスタ映え”のような新たな価値を求めている。つまり、ただ何かを食べたり何かをしたりするだけでは満足できず、そこに付加価値を見出すようになってきているのである。その傾向は住まいに対しても見られ、一戸建てや賃貸マンションにただ「住む」だけでなく、「こういう家に住みたい」、「こういう住み方をしたい」などというような、住まいに対しても「住む」以外の新たな価値を求めている傾向がある。その象徴がシェアハウスやコーポラティブハウスである。シェアハウスは「人との繋がり」、「趣味の共有」などの付加価値を提供しており、コーポラティブハウスは「自分の手で1から家を作る喜び」などの付加価値を提供している。

このように、時代の変化に伴い、社会的にも消費者の志向的にも大きな変化があり、それに依って住まいも大きく変化しているのである。

3. 研究テーマの課題

様々な住環境が実現されている現在、「住む」以外の価値を人々はなぜ求めるようになってきたのか。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

具体的に新たな暮らし方であるシェアハウスにスポットを当て、現在までのニーズの変化やシェアハウスのあり方を研究することで、住環境の選択肢の多様化の背景を探る

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

さまざまな住み方について、それぞれ企業にインタビューを行い、実際の住み方に対する利用者の傾向や、企業が感じる利用者の意識変化などを調査した。

●シェアハウスについて企業にインタビュー

ご協力頂いた企業様:オークハウス

オークハウスは、管理物件数日本一をほこるシェアハウスを主とした企業。シェアハウスをソーシャルレジデンスとして再定義し、新たな住み方を発信している。

●コーポラティブハウスについて企業にインタビュー

ご協力頂いた企業様:アーキネット

アーキネットは、コーポラティブハウスのプロデュースを手掛ける企業。在庫リスクや営業費用を省き、建築家と入居希望者による居心地の良い住みづくりをサポートしている。

6. 結果や今後の取り組み

これまで研究してきた、住環境に対してもただ住むだけでなく、ビジネス目的、つながり目的、趣味目的、自己実現目的など、「住む」以外の目的が求められるような傾向にあり、それを叶えられる住環境が出てきている。また、農業体験型シェアハウス、保育設備を持つシングルマザー支援型シェアハウスなど、シェアハウスならではの特性を活かして、ビジネスの一環としてシェアハウスを利用する事例も出てきている。つまり、「住む」という場で自己実現したり、ビジネスをしたりするという、新たな「ライフスタイル」が生まれたことが分かった。この結果を踏まえた上で、私たちは今後、人々のライフスタイルに寄り添えるシェアハウスを利用して、暮らしの楽し

さを実現しながら、社会に役立つシェアハウスのあり方を、具体的に考えていきたいと思います。

7. 参考文献

○書籍

- ・猪熊純 他 (2013) 『シェアをデザインする 変わるコミュニティ、ビジネス、クリエイションの現場』,学芸出版社
- ・三浦展 (2012) 『第四の消費 つながりを生み出す社会へ』,朝日新聞出版
- ・三浦展 (2011) 『これからの日本のために「シェア」の話をしよう』,NHK 出版

○PDF 資料 (以下最終閲覧日 2018 年 9 月 21 日)

- ・厚生労働省『平成 18 年 国民生活基礎調査の概況』,
< <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa06/2-1.html> >
- ・厚生労働省『平成 28 年 国民生活基礎調査の概況』,
< <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa16/index.html> >
<<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa16/dl/02.pdf>>
- ・国土交通省『シェアハウス ガイドブック』,<<http://www.mlit.go.jp/common/001207549.pdf>>
- ・国土交通省『シェアハウス等における契約実態等に関する調査報告書』,
<<http://www.mlit.go.jp/common/001046740.pdf>>

○Web 資料 (以下最終閲覧日 2018 年 9 月 21 日)

- ・野村総合研究所「2030 年の住宅市場～“移動人口”の拡大が人口減少下における住宅市場活性化の鍵に～」
<<https://www.nri.com/jp/event/mediaforum/2016/pdf/forum236.pdf>>
- ・「日本シェアハウス協会」,<<http://japan-sharehouse.org/>>
- ・「住戸とは？住戸の意味を調べる | 不動産用語集【HOME'S】」,
< <https://www.homes.co.jp/words/s2/525001046/> >
- ・「シェアハウスのオシャレオモシロフドウサンメディア ひつじ不動産」,<<https://www.hituji.jp/>>
- ・「子育てと仕事を両立するシェアハウス・ペアレントングホーム」,<<http://parentinghome.net/>>
- ・「SOLO LIVING SOLO LIFE おひとりさまのあたらしい住拠特集」<<https://sololife.jp/article/1389>>
- ・「みずほ情報総研 : 「単身急増社会」を考える(1/3)」
<https://www.mizuho-ir.co.jp/publication/contribution/2017/seikyo1703_01.html>
- ・内閣府「1 高齢化の現状と将来像 | 平成 28 年版高齢社会白書 (全体版)」
<http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2016/html/zenbun/s1_1_1.html>
- ・「コーポラティブハウスのメリットとデメリットについて | 住まいのお役立ち情報【LIFULL HOME'S】」
<https://www.homes.co.jp/cont/buy_mansion/buy_mansion_00182/>
- ・「愛犬家、必見！シェアハウスでワンちゃんと一緒に暮らしを実現 | 住まいの「本当」と「今」を伝える情報サイト【LIFULL HOME'S PRESS】」< https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_00065/ >
- ・「寝ても覚めても | GrandStory 自由が丘のレビュー | ひつじ不動産」
<<https://www.hituji.jp/comret/info/tokyo/meguro/grandstory-jiyugaoka/article/26367> >
- ・「ソフトウェア・エンジニアの住まい | TECH RESIDENCE beta 二子玉川のレビュー | ひつじ不動産」
<<https://www.hituji.jp/comret/info/tokyo/setagaya/tech-residence-beta-futako-tamagawa/article/26459>>
- ・「グレイテスト・ヒッツ | ソーシャルレジデンス 福生のレビュー | ひつじ不動産」
<<https://www.hituji.jp/comret/info/tokyo/fussa/social-residence-fussa/article/26230> >
- ・「Colish とは？ - Colish でコンセプトのあるシェアハウス生活はじめよう」<<https://colish.net/about>>

- ・「シェアハウス市場が急拡大、2年間で39.3%増 新規参入企業も多く6割が業歴「5年未満」：MONEYzine：株／FX・投資と経済がよくわかる Web マガジン」, <<https://moneyzine.jp/article/detail/215130>>
- ・「個人ベースでは84%…インターネットの普及率の推移をさぐる- Yahoo!ニュース」
<<https://news.yahoo.co.jp/byline/fuwaraiizo/20170623-00072326/>>
- ・「女性専用シェアハウス | こだわる女性へのシェアハウス『Rシェア』 | 株式会社 Rバンク」<<http://r-share-house.com/>>

○Special Thanks

- ・株式会社オークハウス 様
- ・みらい市 橋本総業 様

<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、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