

# 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) ヨコハマシツダイガク	フリガナ) コクサイソウゴウカガクブ	フリガナ) フジサキゼミ
横浜市立大学	国際総合科学部	藤崎ゼミ

※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) チームエイチアンドエフ	フリガナ) ニシザワユキネ	7人	無	
チーム H&F	西澤幸音			

※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)

スマホ世代への献血 PR

※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)

近年、街中の献血ルームや献血カー前、TV など様々なところで「血液が足りていない」「若者の血液提供者が少ない」という内容を耳にする。確かに我々の普段の学生生活において、献血はあまり重要視されていないように感じる。そこで今回の研究・発表では、血液不足に関する事実について研究し、大学生の視点で血液不足の解決策を提案することを目的とする。

## 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)

日本赤十字社および厚生労働省の統計調査によると、血液供給の現状として、年間総献血者数は昭和 60 年の 870 万人から平成 21 年の 528 万人まで、25 年間で 40%近く減少している。またその中で若年層の献血者数の割合は、16~19 歳では 25.4%から 6.1%、20~29 歳では 17.6%から 7.9%と共に減少傾向にある。一方で献血によって提供された輸血用血液は、使用者の 84.5%は 50 歳以上が占めているというのが今の現状だ。つまり今後少子高齢化が進んで行けば、血液の需要と供給のギャップが拡大し、将来的には安定した供給が難しくなる。

### 3. 研究テーマの課題

将来的に生じる需給ギャップを埋めるためには、現時点で献血をしない層の人々の積極的な献血を促し、献血を習慣化させるべきである。しかしながら、特に献血者数の低い若者は、献血に対して「怖い」「面倒くさい」などといったマイナスイメージを持っている。そのため、若者の献血へのハードルを下げ、献血に対して積極的にさせる必要がある。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

我々は、献血プロモーションにおいて若者の興味を惹ききっかけとして、身近な存在であるスマートフォンの存在に着目した。10代20代のスマートフォン普及率は91.5%と非常に高く、生活の一部と化している。また日常生活でスマートフォンを扱う中で、スマホ世代の若者は「インスタ映え」「スマホアプリ」に対して関心を寄せる。そこでこの2点を活用した新たなPR方法を提案する。まずインスタ映えについては、献血ルームの内装の一部を変化させる・若者が集まるスポットへ献血ルームを設置する・献血ルームにカフェを並立し、インスタ映えする食べ物を提供するという方法で、話題性アップを狙う。またスマホアプリによって献血のモチベーションが上がるコンテンツを配信したり、献血履歴や次回の献血可能時期を簡単に確認出来たりするような機能を持つことで、若者の興味を惹きつつ利便化に貢献出来ると考える。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まずインスタ映えに関する構想に関しては、商品の購入やサービス利用のきっかけとして、SNSから得る情報はどの程度大きいのか、またどのようなカフェであれば人が集まるのかを研究した。それを元に考案した献血カフェの特徴は、献血者もしくはその同行者のみが利用可能であること、非営利活動として行うため低い価格設定であること、献血に絡めた限定メニュー及びインスタ映えスイーツをメインとしたメニューであることの三点である。またスマホアプリに関しては、過去に似たような事例があったのか、日本赤十字社へのメールによるヒアリングなどを通して調査した。

### 6. 結果や今後の取り組み

結果として、献血アプリは日本で以前「献血@TOKYO」という形で配信されていた。しかし内容として献血ルームや献血バスの検索に留まっており、現在では利用出来なくなっている。ただ米国の赤十字社は独自のアプリを配信しており、我々の提案するコンテンツに合致したものが提供されている。今後の取り組みとしては、米国アプリの日本版を導入することが可能か、またそういったコンテンツを導入した場合、若者の献血意欲が高まるのかを、引き続き調査していきたい。

### 7. 参考文献

厚生労働省『若年層献血意識に関する調査結果報告書』

<https://www.mhlw.go.jp/new-info/kobetu/iyaku/kenketsugo/7n-02.html>

日本赤十字『わが国における将来推計人口に基づく輸血用血液製剤の供給本数と献血者数のシミュレーション』

<https://www.mhlw.go.jp/stf2/shingi2/2r9852000000styz-att/2r9852000000su6y.pdf>

厚生労働省『献血者数の推移』

<https://www.mhlw.go.jp/stf2/shingi2/2r9852000000styz-att/2r9852000000su5e.pdf>

平成27年東京都輸血状況調査集計結果

[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/iryoku/k\\_isyoku/yuketsutyousakekka.files/27gaiyou.pdf](http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/iryoku/k_isyoku/yuketsutyousakekka.files/27gaiyou.pdf)

### <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**