インナー大会　プレゼン部門 2019　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）アズマゼミナール
日本大学	商学部	東ゼミナール

※大会申込書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）ニホンダイガクショウガクブアズマゼミビーチーム	フリガナ）ヤマザキ　マホ	3	無	
日本大学商学部東ゼミＢチーム	山崎　真穂			

※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）
調査時に使用したアンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただいております。

研究テーマ（発表タイトル）
だれでもエナック

※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）

主題は２つ。

① 「支援を必要としながら自分からは声を上げられない人」を ICT 技術の活用によってサポートすること。

② マイノリティ側（障がい者や犯罪被害者）のサポートだけでは根本的な解決にはならないと考えた。そこで、真のバリアフリー社会を構築するためには、「支援する側（支援しようと思った人）」 こそ ICT 技術によってサポートすることで、支援する側にも主体性を持たせ、実際の現場での積極性や行動力を生むことに繋げる。広くは、声を上げられない人が身近にいることの認知、啓蒙活動に繋げる試みである。

それらの主題を解決するために私たちは、「支援を必要とする側」がいつ、どのように助けてほしいのかを示し、「支援する側」が率先して動くことができるようになる「だれでもエナック」というアプリを提案する。

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）

現状では、「支援を必要としている人」の支援ツールとして「ヘルプマーク」がある。「ヘルプマーク」とは、義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、または妊娠初期の方など、外見から分からなくても援助や配慮を必要としている方々が、周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることで、援助を得やすくなるよう東京都が作成したマークである。東京都福祉保健局は、ヘルプマークを身に着けた方を見かけた場合は電車やバス内では席を譲ったり、困っているようであれば声をかけたりするなど思いやりのある行動をするよう呼び掛けている。

しかし私たちは、実際に「ヘルプマーク」をつけている人がいても、助けようと行動しない人が多くいる点に注目した。

まず、私たちは、助けようと行動しない人が多くいる現状は、「ヘルプマーク」を見たことはあってもどういう意味なのかを完全に理解していない人も多く、どうしたら良いかわからずに行動に起こすことができない人が多いのではないかと考え、それは「ヘルプマーク」の認知度の低さが原因なのではないかと考えた。

次に、イギリスのチャリティー団体 Charities Aid Foundation（CAF）らの調査による人助けや寄付、ボランティアに関する指数、世界寄付指数（World Giving Index）では、人助けを行ったかどうかを示す「人助け指数」が日本は世界で下から 3 番目の 142 位であり、とても低い数値であった。この結果から、日本人は自分から積極的に手助けをしようとする優しい心を持つ人は少ないのではないかと考えられる。

3．研究テーマの課題

現状分析から、日本人はあまり積極的に手助けをしないのではないかと考えられるが、私たちはもし自分が支援をする側ならば困っている人を見たら助けたいと考える人が多いのではないかとの意見を持ったため、日本人は必ずしもそうではないのではないかと予想し、アンケート調査を実施した。

アンケート調査の結果、日本人は「困っているということが確実に分かる状況であれば手助けをする」ということがわかった。支援される側の人は症状や経験などにより、誰しもが困ったらすぐに実際に声を上げられるわけではない。そのため、支援をしたいと思っている側も、例えばヘルプマークをつけている人を見かけても、今とても困っており支援が必要なのか、それとも今はあまり困っておらず支援は必要としていないのかを判断することができず、支援する側とされる側の「すれ違い」が生じてしまう。

そのため、その「すれ違い」をなくすことが、人助けの場面を増やすための課題として挙げられる。

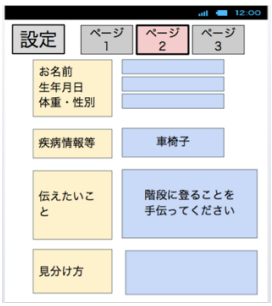
4．課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「ヘルプマーク」の認知度を上げるには「ヘルプマーク」の発案者である山加朱美さんから、啓発活動が必要不可欠であるとのお話を伺った。啓発活動については、学校や公共機関でのポスターの掲示や講演、配布場所の拡大を考えている。

支援を必要とする側と支援する側の「すれ違い」をなくすために私たちは ICT 技術を活用し、両者を結びつける『だれでもエナック』というアプリを提案し、「ヘルプマーク」と併用することで、自然に人と人が助け合うことができる世の中になることを促進する。

『だれでもエナック』とは、まず、支援を必要とする側が自分についての情報を入力する。入力する情報は、自分の疾病情報やかかりつけの病院、緊急時の連絡先や対処法、自分の特徴などである。入力する情報では、発信したくない情報は入力する必要はなく、届いて欲しい情報のみを入力する。そして、助けが必要な状況が起こった場合、支援したいと思っている側に『だれでもエナック』を使って自分の情報を知ってもらい、支援をする側が行動を起こしやすくするというアプリである。

(図 1「だれでもエナック」アプリイメージ図)



（図２　ホーム画面イメージ図）　（図３「たすけて発信」を受信した側の画面のイメージ図）　（図４　設定画面イメージ図）

５．研究･活動内容（アンケート調査、商品開発など）

「ヘルプマーク」の認知度、どうしたら援助側のサポートができるかという研究のため、インターネットや店頭で「ヘルプマーク」に関するアンケート調査を実施した。回答者数は 92 名であった。

3 種類の質問を二択の選択方式と記述方式で作成した。

① 「ヘルプマーク」を付けている人を見かけたことがありますか、「ヘルプマーク(外見でわからないが支援を必要としている人が携帯するマーク)」を携帯している人をみかけた場合、あなたならどうしますか。

② 目の前に確実に困っている人がいた場合、あなたは助けに行きますか、その理由もお答えください。

③ 「ヘルプマーク」だけの機能では足りない点があると思いますか、（足りない点があると答えた方へ）その理由もお答えください。

まず、①の調査の結果は「見かけたことがある」(約 54.5%)「見かけたことがない」(約 45.5%)、「困っていそうであれば声をかける、助ける」、「よく分からないので様子をみる」、「付けているなと思うだけで何もしない」といった回答が多かった。

次に、②の調査の結果は「助けに行く」(約 90.9%)「助けに行かない」(約 9.1%)、回答率の高い「助けに行く」と答えた方の理由は「困っている人を助けない理由がないから」、「手助けをするのは当たり前のことだから」、「もしかしたら生死に関わってくるかもしれないため」といった回答が多かった。

最後に、③の調査の結果は「足りない点がある」(約 65.3%)「足りない点はない」(約 34.7%)、「ヘルプマークは持ち主の使い方で性能・効果が変化するため」、「認知度が低い」、「マークを見ても何をしたらいいのか分からない」、「付けている相手の症状がどの程度なのか分からない」といった回答が多かった。

この調査をまとめると、ヘルプマークだけでは「見た目ではどのような支援を必要としているのかが判断できない」ため、「一応、席を譲る」「何もしない、わからないから」と答えた人が多かった。しかし、目の前に確実に困っている人がいた場合は、約 90%の人が助けに行くと答えた。このことから、「どのように困っていて、どのような支援を必要としているのか」をはっきりさせなければ、支援する側は積極的に動けないことがわかった。

「ヘルプマーク」の発案者である NPO 法人「ヘルプマーク啓発協会」代表山加朱美さんにインタビューをした。「ヘルプマーク」を作るまでに至ったご自身の経験や、認知度を上げていくためには啓発活動しかないということ、「ヘルプマーク」は捉える側が分かっていないと意味を発揮しない『無言のサイン』であるということなど様々なお話を伺った。そして、ICT 技術を活用したアプリ、「だれでもエナック」についての提案を山加明美さんに行い、ご意見を頂いた。

６．結果や今後の取り組み

人助けを積極的にせず、優しくないと言われている日本人だが、「人助けを行ったか」という過去に関する CAF の調査では低い指数を示していたが、本調査で行った「人助けを行うか」という意識の調査では約 90%が困っているということが分かれば人助けを行うと回答しており、助けるかどうかの基準がわからないのではないかと考えた。そこで、困っているときに発信し、支援される側と支援する側の「すれ違い」をなくす「だれでもエナック」という仕組みを考え、ヘルプマークの生みの親である山加朱美さんに提案に行ったところ、アプリとしてそのようなものを配信したいとの、今後の活動につながるような申し出をいただいた。

今後の展望としては、山加朱美さんが代表する NPO 法人「ヘルプマーク啓発協会」が管理する形での実現可能性の調査を行う。また、アプリに個人の情報を入力するという点において、人気のないところに助けを求めていると呼び出し問題につながったり、男性が犯罪を目的として女性の支援を指定したりするなど、情報を悪用されてしまう可能性がある。そのような悪用を防ぐために、

「疾病」情報や駅員を呼んで欲しいなどの「伝えたいこと」の欄を自由編集できないようにするなどの具体的な対応策の検討が必要となる。また、実現させることが可能な場合、アプリ開発や情報の管理など制作や運営については NPO 法人「ヘルプマーク啓発協会」が主として行うことになるが、情報管理の方法や追加機能や運営費、収益性等について、私たちもともに検討をしていきたい。

7．参考文献

・CAF,「World Giving Index2018」,『CAF ホームページ』,
[https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf],(2019/9/3 閲覧)
・東京都福祉保健局,「ヘルプマーク」,『東京都福祉保健局ホームページ』,
[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp],(2019/8/27 閲覧)
・山加明美,山加明美ホームページ,『山加明美オフィシャルサイト』
［http://yamaka-akemi.sakura.ne.jp/sp/］,(2019/8/10 閲覧)
・山加明美,灯な会ホームページ,『灯な会』
［http://www5b.biglobe.ne.jp/~coco2000/tonakai.htm］,(2019/8/10 閲覧)
・朝日新聞 DIGITAL「義足や人工関節…外から分からない障害にヘルプマーク」,
[https://www.asahi.com/sp/articles/ASM3Q4G16M3QUBQU00S.html],(2019/9/6 閲覧)
・日本経済新聞 「ヘルプマーク もっと使って 外見から分からぬ『要援助』伝える 郵送・ネットで入手可能」,
[https://r.nikkei.com/article/DGKKZO37461610X01C18A1KNTP00?s=3],(2019/9/6 閲覧)
・NHK「ヘルプマークをつけて外出してみたら」
[https://www.nhk.or.jp/d-navi/2020/article_14.html],(2019/9/6 閲覧)
・「ヘルプマーク・ヘルプカードエピソード集」,東京都福祉保健局,ヘルプマークサポート事務局,平成 30 年 3 月発行,
[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/helpmarkforcompany/lp/episode.html]
・「ヘルプマーク作成・活用ガイドライン」,東京都福祉保健局障害者施策推進部計画課,平成 25 年 8 月 7 日,
[http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2014/10/documents/20oa1300.pdf
・日本財団 THE NIPPON FOUNDATION，「SOS を聞き逃していない？電車で目にするあのマークの意味とは」
,2019/3/6[https://www.nippon/foundation.or.jp/journal/2019/25806?fbclid=IwAR2P1W3gR2rKucEZrg92vlD6ueRrO9uGuH0XMCqBryiZ2TSCgps8Qgnpmss］ （2019／9／15 閲覧）

＜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。
※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