

※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) ニッタゼミナール
文京学院大学	経営学部	新田ゼミナール

※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) ビーチーム	フリガナ)	5 人	無	
B チーム	陳 維			

※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)

イベント時に配布したパンフレット、マイク (2 本)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

### 研究テーマ (発表タイトル)

一次救命に対して自分事にしてもらえる社会を目指して

※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)

研究目的は、AED を身近に感じてもらい、誰もが一次救命を自分ごとにしてできる社会を目指すことである。心肺停止時の救命率は 1 分間に 7~10% 下がるため、救命処置に効果的なものは五分以内に AED、胸骨圧迫することのみと言われている。しかし、消防庁によるとその場にい合わせた人による AED 実施率はわずか 4.9% である。独自アンケートによると、ほとんどの人が救命講習を受けたことがあるが、救命を身近に感じ、実行できる自信がない現状にある。

以上のことから、私達は一次救命を自分ごととして感じてもらえる、新しい施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)

AED (自動体外式除細動器) とは、心臓が痙攣し血液を流すポンプ機能を失った状態 (心室細動) になった心臓に対して、電気ショックを与え、正常なリズムに戻すための医療機器。日本では 2004 年に一般市民の使用が可能になった。(日本光電) 現在日本の AED は、推定 57~60 万台だといわれている。しかし、実際は日本では AED の登録が義務化されていないため正確な台数や設置場所がわからない。独自アンケートの「AED が日本にどれくらいあると思うか?」では、実際の台数より半数以下に思う人の割合が高かった。また、同じく独自アンケートの「AED がどこにあるか知っていますか?」では身の回りでどこにあるか答え

られる人は 17%しかいなかった。以上のことから、AED の設置の認知度は低いことが問題である。

この問題を解決するために一般財団法人 日本 AED 財団が行っている AEDN@VI というものがある。現在、多くの AED を登録するアプリがあるなか、「個人サポーター」が一度登録し、さらに「団体サポーター」による承認で登録が完了する二重登録・現在地のみの登録・写真や詳細情報の追加することができ、より精度の高いアプリである。

AEDN@VI とは、AED の使用機会の増加、救命率の向上、正確で常に新しい AED 設置情報を広く共有するための、新しい AED MAP(マップ)である。このアプリの存在を知っているのは 1 割に過ぎず、Web アプリの認知度は低いと言える。認知度が低いことから、AED の登録数も伸び悩んでいる。

また、日本 AED 財団本間先生から「救命にたいし、大学生に対してアプローチがなかなかできていない、自分事に出来ていない」とのご意見をいただいたことから、大学生を対象に 164 人に AED に関する独自アンケートを行った。独自アンケートからは、「救命講習を受けたことがある人は 67.1%」、「救命講習に興味がありますか 59.1%」から大学生の救命に対する意識は高いことがわかった。しかし AED に関しては、「AED を身近に感じる 18.4%」から AED に対する意識は低いことがわかった。AED についてのアプローチは必要性があることがわかった。

### 3. 研究テーマの課題

本研究テーマの課題は、一次救命について身近に感じておらず、自分事にできていないことを解決することである。我々の調査によると、人が倒れるという状況を身近に感じていない人が 61%いることが分かった。

つまり、上述したように救命講習には興味があり、救命活動には積極的に参加するが、自分事にはしていないのが現状だ。またアンケート結果として、多くの大学生が実際の設置状況のイメージにはかなりのギャップがあることが分かった。

そこで私たちは大学生に向けて、一次救命について身近に感じてもらい、自分事のできる社会を目指す。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題を解決するために、①イベント開催②SNS による広報活動 が最適と考え、一次救命講習と AED 探索イベントを組み合わせた、「AED - 1 グランプリ」を提案する。

#### ① イベント開催

日本 AED 財団 本間先生によると「定期的に講習を受けることが重要である」ことから、イベントの前半に一次救命講習を入れた。講習場所は、公園が多い点を生かし、従来の座学のような講習から自然に囲まれた公園に選定した。

また、AED の登録が少なく、観光地でもあるルートを回り、今までになかった「ゲーム性」を持たせ、景品を用意するなど気軽に参加できるようなプログラムを組んだ。

#### ② SNS による広報活動

ターゲットである大学生の特徴を生かし SNS を使った宣伝が効果的であると考え、大学生が日常的に使うInstagramを宣伝に利用した。

上記二つから、楽しく学べることをポイントとして「ゲーム性」「インスタ映え」に重点を置き、より身近に感じられる工夫をした。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）



### ① AED の探索イベント（AED-グランプリ）

9 月 3 日に参加者 7 名ののもと、1 回目のイベントを開催した。開催の前に 2 回ほど下見を行い、AEDN@VI には都心である渋谷周辺の登録が少なく、今後も人口増加が予想されることから、渋谷～原宿、原宿代々木～渋谷区間を探索した。渋谷～代官山のルートでは AED は建物も少なく AED があまり見つからず、渋谷～原宿のルートでは商業施設が多く人通りも多いためか AED の設置が多かったためイベントは渋谷～原宿間で行った。イベントでは、参加者にパンフレットを配布した。パンフレットの表面には、イベントで歩く範囲の地図を入れ、ビルや銀行に多いといったポイントを入れ探しやすい工夫をした。裏面には、AED 使用の流れ、AEDN@VI の説明を簡単に記載し、AED への関心を高め

てもらおうことを狙った。2 回目のイベントでは、AED 講習を一般財団法人 日本 AED 財団 本間先生よりしていただき代々木公園の青空教室として講習を行っていただいた。講習内容は、本間先生からの救命に関する説明、AED を実際に使った説明、「あっパクン」を使った胸骨圧迫の仕方を中心にレクチャーを頂いた。イベントの前後にアンケートを取り AED 探索や講習を受けて AED への関心が上がったことが確認できた。



### ② インスタグラムによる宣伝・広報

AED 財団と文京学院大学新田ゼミ B チームのコラボアカウントを作成し、イベントの告知、報告、AED の設置に関する投稿などをし、AED を身近に感じてもらう工夫をした。

## 6. 結果や今後の取り組み

今回実施した 2 回のイベントから見つけられた AED の数は、1 回目が 12 個、2 回目は 17 個を見つけることができた。イベント合計で 29 個の AED を見つけることができた。参加者からは、「都心部の AED の多さに驚いた」「講義や講習もあったので AED の大切さを知れた」「AED は意外と身近にあるんだと感じた」「身近な医療に感じられた」などの意見をもらい、救命や AED を、講習や探索を通して身近なものとしてとらえていただくことができた。

今後の展望として、

- ① 設置数が少ない地域、オリンピック・パラリンピックに向けて会場付近の AED の登録
- ② 都内の大学でイベントの開催をアプローチ、参加人数・ターゲット層の拡大とする。

「AED を誰もが身近に感じ使えるようになる」という目的のため今後は、学校周辺の地域の方にアプローチをとる予定である。AED 財団と文京学院大学新田ゼミ B チームのコラボインスタグラムはフォロワーが少ないため拡散力が弱い。

今後の展望としては、興味を持ってもらえる投稿づくりを目指すため、① AED の使用方法ショートムービー② AED の豆知識の発信を中心に行う予定である。また、一般財団法人 日本 AED 財団 と AEDN@VI の説明、宣伝動画の作成も決定している。

## 7. 参考文献

### 【論文】

川島宏一『公共データの共有が生み出す協働による都市問題解決の効果』（平成 28 年）

三田村秀雄『我が国における AED の実態・効果・展望』（2012 年）

田島典夫『一次救命処置に関与した際のストレス反応とその関連要因』（2019 年）

### 【WEB】

平成 30 年度版 救急救助の現状 総務省消防庁 9/23

[https://www.fdma.go.jp/publication/rescue/items/kkkg\\_h30\\_01\\_kyukyu.pdf](https://www.fdma.go.jp/publication/rescue/items/kkkg_h30_01_kyukyu.pdf)

日本 AED 財団 ホームページ

<https://aed-zaidan.jp/knowledge/index.html>

国の行政機関における自動体外式除細動器（AED）の設置、管理等に関する調査

[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000353360.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000353360.pdf)

国の出先機関等の施設における救命活動に関する調査－AED を中心として－

[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000567054.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000567054.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。

※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**