

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に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）オオサカケイザイダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ニホンスギツヨシゼミ
大阪経済大学	経済学部	二本杉剛ゼミ

※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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ツースダーズ ネオ	フリガナ）オカノ ソウシ	5人	無
Two Cedars ~NEO~	岡野 蒼司		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）
おひとりさまってどんなひと？

※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）

今日、日本ではいわゆる「おひとりさま」が増加している傾向にあるといわれている。国内における「おひとりさま」の世間のイメージは、「一人で自由に行動できてカッコいい」といったポジティブに捉える印象から、一人でいることは「寂しい人、ぼっち」といったネガティブに捉える印象まで様々だ。本研究では、このような「おひとりさま」が実際にはどのようなパーソナリティの要素を持っているのか、「おひとりさま」の実像について検証を行う。

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）

本来、「おひとりさま」という言葉は「ひとり」を敬って丁寧にいう語のことである。しかし、昨今この言葉は本来の意味をはるかに超えて、違う意味合いで用いられることがほとんどだ。上記で「おひとりさま」に対して世間では様々なイメージがあると記したが、「おひとりさま」という言葉は、「一人で飲食店に入る人」や「恋人や配偶者、友達の少ない寂しい人」などといったネガティブなイメージで用いられることが多いように思われる。

「おひとりさま」についての研究は、社会学的な観点からのアプローチはすでに存在する。少子化、スマートフォン・SNS の普及、核家族化、晩婚化、女性の社会進出等が日本のおひとりさま行動を促進させているといわれている。一方で、おひとりさまそのも

のに対する個人の特性からのアプローチはあまりなされていない。我々は、おひとりさまがどのような人物なのか、心理学的な観点から検証を行った。

3. 研究テーマの課題

「おひとりさま」という言葉を用いるとき、それは恋人、友人がいないなどといったネガティブな寂しい人のイメージで用いられていることが多いが、はたして本当にそうなのだろうか。おひとりさまの行動要因を明らかにし、実際のおひとりさまのパーソナリティを検証することが今回の課題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

我々は、心理尺度（パーソナリティテスト）と呼ばれる、心理学の分野で頻繁に用いられている信頼性の高いテストを用いて、3種類のパーソナリティテストとおひとりさまの度合について大阪経済大学内の学生を対象に調査を行う。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず、おひとりさまの定義について整理する。デジタル大辞泉（小学館）によると、いわゆる「おひとりさま」とは「遊園地などグループ利用の多い施設を一人で利用して楽しむ人」とされている。ここから、「おひとりさま」とは「一般的に大人数で行く、（行く）ことを一人で行く（行く）人のこと」とする。被験者には、こちらが用意した「一般的に大人数で行く場所」に、どの程度ひとりで行ったことがあるかアンケートで聞き取り、その程度を「おひとりさま度合」とし下記の心理尺度と組み合わせて検証を行う。今回検証で用いる心理尺度（パーソナリティテスト）とは、人間の行動や意識という明瞭な形態がないものについて客観的な数値で示す手段のことである。パーソナリティテストは、「BIGFIVE」、「KISS-18」、「UCLA 孤独感尺度」という信頼性、妥当性の高い3つの心理尺度を用いておひとりさまの特性を調べる。これらの心理尺度とおひとりさま度合との相関を測り、おひとりさま行動している人がどういった人物像なのかを明らかにしていく。

6. 結果や今後の取り組み

この探索的研究によりおひとりさまがどういったパーソナリティをもった人間なのか、一部の特性をつかむことができた。ただ、本研究の調査対象者は主に20代の大阪経済大学内の大学生のみである。そのため、幅広い世代に当てはまるかは今後の検証が必要である。

このようなパーソナリティの観点から個人の特性を把握することは、今後ビジネスの現場でも重要になると思われる。すでに、Googleによるネット広告やAmazonなどのインターネット事業においていえば、検索履歴などから個人の興味関心を推測し、商品やサービスの広告、販売を行っている。今回の結果もこのような広告事業に応用していけると考える。

7. 参考文献

岩下久美子（2001）「おひとりさま」中央公論新社

上淵真理江ほか（2010）「『おひとりさま』と孤独感の関係-おひとりさまとその対処方略-」日本心理学会第74回大会

上淵真理江ほか（2011）「『おひとりさま』と孤独感の関係（2）-男性のおひとりさま-」日本心理学会第75回大会

諸井克英（1992）「改訂 UCLA 孤独感尺度の次元性の検討」静岡大学文学部人文論集 42,23-51

菊池章夫（1988）「思いやりを科学する」川島書店

村上宣寛ほか（2008）「主要5因子性格検査ハンドブック-性格測定の基礎から主要5因子の世界へ」学芸図書

<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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社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。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。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑