

大学生をとりまくリスクについてのスマホアプリを用いた 啓発活動の実践事例と発展方向の考察

宮崎亮*1・根岸健太*2・吉川信生*3・栗山武久*4

Email: ryou-m@koyo-net.co.jp*1, kenta-n@koyo-net.co.jp*2, nobutaka-y@koyo-net.co.jp*3,
kuriyama.tk@fc.univcoop.or.jp*4

- *1: 株式会社光陽メディア 営業部
- *2: 株式会社光陽メディア 営業本部
- *3: 株式会社光陽メディア 営業部
- *4: 株式会社大学生協保険サービス

◎Key Words リスク スマホアプリ ゲーミフィケーション 共済 保険

1. はじめに

本論文は、大学生をとりまくさまざまなリスクの中で、「健康と安全」に焦点をあてたスマートフォン・アプリケーション(「共済アプリ」)の開発について、その有効性と実践事例の利用実態・課題について考察する。

本アプリは、スマートフォン・アプリケーションであり、ゲーミフィケーション(ゲームが本来の目的ではないサービスにゲーム的要素を組み込むこと)で、ユーザーのモチベーションやロイヤリティを高めることである。ゲームが持つ「面白い」「楽しい」といった要素を追加することで、ユーザーを楽しませ、積極的にサービスを利用したくなるようにかきたてる効果が期待できるとされる⁽¹⁾。)を活用し、「学生総合共済」(大学生協共済連)の認知度アップをめざし開発された。2014年春の大学生のスマホ所有率が8割超⁽²⁾とデータがある。学生に一番身近であるスマートフォンをメディアとして利用し、認知度をあげる試みに着手した。

本稿では、はじめに「共済アプリ」の開発について、ゲーミフィケーションに注目した理由、スマホアプリ活用の背景について述べ、次に実践事例、利用実態やコンテンツの詳細、最後に問題の解決方法、発展方向について述べる。

2. 「共済アプリ」開発について

2.1 「共済アプリ」開発の背景と目的

この「共済アプリ」開発の背景には、学生自身が自分の加入している共済の自覚促進と学生全体の中で共済の認知度をアップしたいということがある。共済の加入証書は親元に送付されているため、学生自身の共済加入の自覚が低くなりやすい。それを補うために別の手段で共済に関わる情報を発信し、共済加入の自覚の向上をしようと考えた。

現在、共済認知度は「2012年度学生生活実態調査」(全国大学生生活協同組合連合会調べ)によると55.2%である。この認知度を大学生協共済連の第6期中期計画では2015年までに65.0%までアップすることを目指している。

2.2 スマートフォン・アプリケーションの活用

まず初めに、大学生を取り巻くさまざまなリスクに

対する改善策の宣伝ツールとして、スマートフォンに注目した。マイナビの調査で、2015年卒の大学生のスマートフォン保有率は93.1%(図1)とされており、大学生の身近にあるメディアとして、スマートフォンは単なる機械ではなく、注目に値する「媒体」としての価値を見いだすことができる。

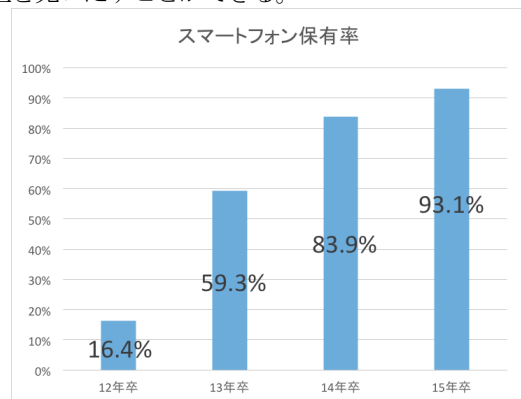


図1 大学生のスマートフォン保有率
(マイナビ大学生のライフスタイル調査)

2.3 ゲーミフィケーションに注目した理由

共済のスマホアプリのコアコンピタンスとして、ゲーミフィケーションに注目した。

「共済アプリ」では学生総合共済のマスコットキャラクター(最近では巷で言われるゆるキャラ)のタヌローをモチーフにした「共済すごろく」(図2)を利用し、実際にあった給付事例を参考に大学生活中のリスクを学ぶことを目的としたゲーム要素が含まれている。

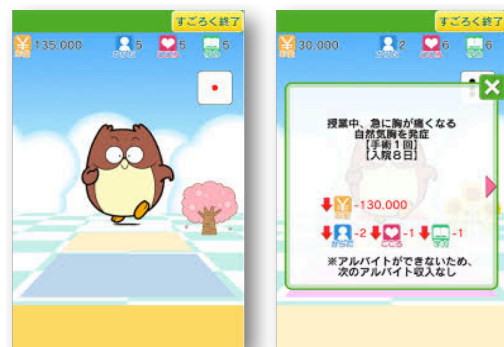


図2-1 共済すごろく 図2-2 共済すごろく
ゲーミフィケーションの実際の事例としては下記のも

のなどが参考になる。

- ・スマホ歩数計⁽³⁾ (富士通株式会社-2014年4月9日)
楽しく歩く「歩き旅」！「毎日意識してたくさん歩くのは、むずかしい」と思っている方におすすめ！実際に歩いた歩数で旅が進む仮想の歩き旅をご用意！ゲーム感覚で楽しみながらウォーキングを継続できます。(Google Play 参照) (図3)
- ・シルクロードウォーク⁽⁴⁾ (9256-2013年8月8日)
シルクロードウォーク(Silkroad Walk)は、歩数計を利用したゲームアプリです。あなたが実際に歩いた距離に応じて、ゲーム中のキャラクターがシルクロードを進んでいきます。(Google Play 参照) (図4)



図3 スマホ歩数計 図4 シルクロードウォーク

3. 「共済アプリ」開発プロセス

3.1 Ver.1.0.0 導入コンテンツ

「共済アプリ」Ver.1.0の導入コンテンツ(図5)は、所属大学を選択することで、大学ごとの共済窓口情報(場所、営業時間、連絡先など)が表示される設定や共済サポートダイヤルなどの電話相談窓口の案内、保証内容や利用者の声の閲覧(健康だより、大学生協共済連、保険サービスのWebページからの情報)、「共済+保険ハンドブック」(ご加入後にお渡しするハンドブック)に掲載されている内容が閲覧できるようになっている。

また、ゲーミフィケーションの要素として共済すごろく(図2)や共済マンガ等を「おたのしみ」に盛り込んだ。



図5 「共済アプリ」Ver.1.0.0 トップ画面

3.2 Ver.1.1.0へ改修

2014年3月11日にVer.1.1.0へ改修された。改修内容としては、新着ニュース表示機能を追加、トップのレイアウトを改善、ハンドブックの改定に対応、お問い合わせ先1件の追加である。



図6 「共済アプリ」Ver.1.1.0 トップ画面

3.3 ダウンロード数からみる利用実態

2013年11月4日から2014年6月1日現在の「共済アプリ」のiOSとAndroidのダウンロード数から利用実態を見てみる。

2013年11月のVer.1.0.0のリリースからのダウンロード数(図7)と、2014年3月11日よりVer.1.1.0の改修後のダウンロード数(図8)をiOSとAndroidのダウンロード数を比較し考察する。

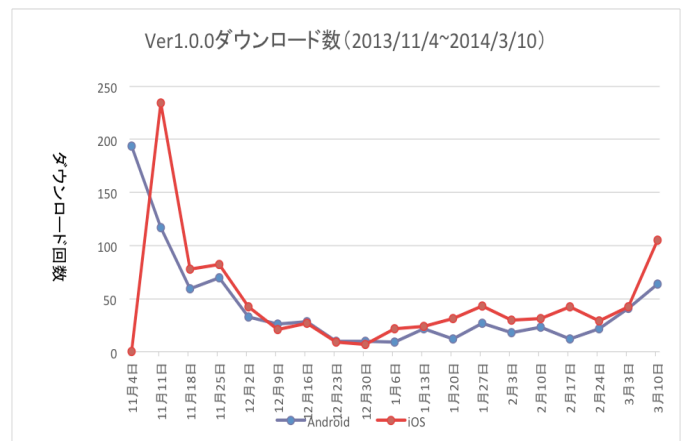


図7 Ver1.0.0ダウンロード数(2013/11/4~2014/3/10)

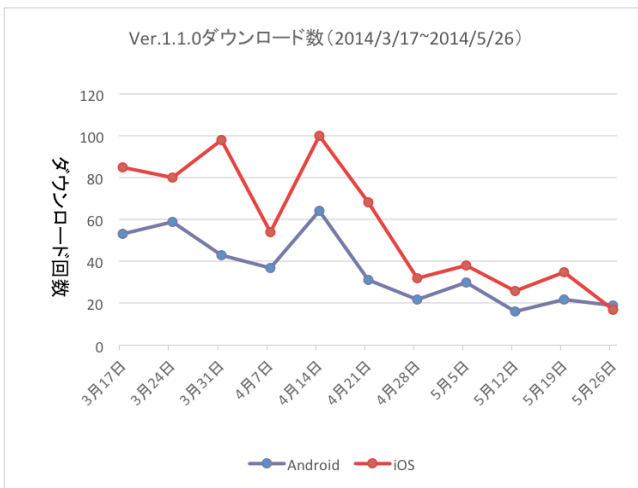


図8 Ver.1.1.0 ダウンロード数 (2014/3/17~2014/5/26)

Android、iOSともに2013年11月のリリース直後にインストール数が増えていることが分かる。また、iOSでのインストール数がAndroidに比べて多いことが分かる。インストール数の増減については、年末年始のインストール数の伸び悩みはあったものの、3月から4月にかけてインストール数は増えている。これは新学期に向けて大学生協での共済に対する啓発活動の中で「共済アプリ」の紹介などが要因でインストール数が増加したと想定される。

ダウンロード数を見ると啓発活動の有無でダウンロードの増減があるのではないかと想定される結果となった。

3.4 評価

「共済アプリ」は大学生に身近であるスマートフォンを用いた共済の啓発活動であるが、「共済アプリ」そのものを広めていくことも必要であるとする。

ターゲットを学生に絞り込んだことで、スマートフォンを活用したアプリケーションの開発に至った。学生がいつでも、どこでも見られることを考えスマートフォンを宣伝媒体として活用した。また、開発はターゲットの多いiOSの開発を先に行い、追ってAndroidの開発に着手した。⁵⁾ (表1)

表1 購入機種TOP10 (1月を基にソート)

順位	キャリア	機種名	単一回答/単位: %		
			半年以内 購入者全体	12月 購入者全体	1月 購入者全体
			n= (8,539)	(1,678)	(1,328)
1	docomo	iPhone 5s	10.6	13.4	10.4
2	SoftBank	iPhone 5s	9.6	10.5	10.2
3	au	iPhone 5s	7.7	8.6	8.5
4	au	iPhone 5c	3.7	4.9	5.3
5	docomo	SO-02F: Xperia Z1 f	1.6	3.3	5.0
6	docomo	iPhone 5c	3.3	3.7	4.3
7	docomo	SH-01F: AQUOS PHONE ZETA	1.7	3.0	3.7
8	docomo	SO-01F: Xperia Z1	2.3	3.9	3.5
9	au	SOL23: Xperia Z1	1.8	3.2	3.5
10	docomo	F-01F: ARROWS NX	1.8	3.2	3.2

また、今回の開発では共済システムとの連携はセキュ

リティ上の問題をクリアできず見送った。今後は、共済システムとの連携があればよりユーザも使い易いアプリになるのではないかと考える。

4. 今後の発展方向

4.1 Ver.1.2.0のリリースについて

現在、2014年9月1日リリースに向け開発が進められている。

現在開発途中ではあるが、全体的なデザインリニューアル、新機能の追加が検討されている。

新機能として現在「おたのしみ」が「タヌローの部屋」(図9)となりコンテンツも充実させていくことや、給付額シミュレーション(図10)、もしもの時の手続き方法(図11)などが候補に上げられている。



図9 タヌローの部屋



図10 給付額シミュレーション



図11 もしもの時の手続き方法

4.2 ゲーミフィケーションの手法について

今回「共済」についての認知度を上げるため、「共済アプリ」を開発し、大学生がいつも手にしているスマートフォンをメディアとしてゲーミフィケーション手法を取り入れた。ターゲットを大学生に絞ったことで、楽しみながら問題意識と関わっていくことは非常に有効であると考えている。コンテンツを充実させ多くの大学生にアプリを使ってもらうことで、共済の認知度アップにもつながっていくと考えている。今後はゲーミフィケーションを使った相互間のコミュニケーションの場をつくる開発なども進めていきたいと考えている。

5. おわりに

大学生にはさまざまなリスクが学生生活に存在する。（「大学生が狙われる 50 の危険」、青春出版社、三菱総合研究所・全国大学生協同組合連合会・全国大学生協共済生活協同組合連合会、2014 年）大学生にはその対応方法のひとつとして、共済・保険があることを知ってもらう必要があると考える。学生が日ごろ生活をする大学にある大学生協共済の果たす役割は大きい。「共済」を知ってもらうためにより多くの学生にこのアプリを利用してもらう必要がある。そのため「いつでも、どこでも」のニーズに応えることの出来るスマートフォン・アプリケーションは、学生の生活環境の中では最も親和性のあるツールである。学校説明会などの啓発活動でダウンロード数なども増えてきている。今後の課題としては、「共済アプリ」の認知度を向上させる紙媒体や SNS などのソーシャルネットワークサービスを活用したクロスメディア展開や、アプリユーザの声を活かした改修、開発をすることである。

謝辞

「共済アプリ」の開発にあたり、情報提供いただいた大学生協共済連 専務理事 小野寺正純氏および開発に関わっていただいた大学生協共済連 吉田信昭氏、天坂雄一氏、大学生協保険サービス 森広恵氏に謝意を表したい。

参考文献

- (1)ゲーミフィケーションURL:
<http://www.sophia-it.com/content/ゲーミフィケーション>
(2014/6/3 参照)
- (2)マイナビ大学生のライフスタイル調査URL:
http://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/lifestyle/index.html
(2014/5/22 参照)
- (3)スマホ歩数計URL:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.fujitsu.ubq_svc.karadalife.ent
(2014/5/26 参照)
- (4)シルクロードウォークURL:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=team.qunigoroku.silkroadwalk&hl=ja>
(2014/5/27 参照)
- (5)iPhone の人気に陰り!?Android 端末 Xperia シリーズがシェア全体の 12%を獲得URL:
<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2014/05/22/17497>
(2014/5/27 参照)