

「第64回日本学生経済ゼミナール関東部会大会」 外国語学部 渡部ゼミが4度目の入賞で「最優秀賞」受賞の快挙達成 日本のステマの現状と、国会議員や消費者庁と連携した解決策について発表

文京学院大学（学長：福井勉）は、外国語学部 渡部吉昭教授のゼミナールに所属する3年生4名からなる「Team Sky」が、2024年12月1日に開催された「第64回日本学生経済ゼミナール関東部会大会」本選にて「最優秀賞」を受賞したことをお知らせします。ステルスマーケティング（以下、ステマ）をテーマに掲げ、現状分析から日本が抱える問題点に対する具体的な改善策などについて発表しました。渡部ゼミナールは、直近5年の同大会においてこれで4度目の入賞となり、本学の「最優秀賞」受賞は、2016年の同大会での受賞（当時の新田ゼミナール）以来8年ぶりの快挙となりました。

渡部ゼミ「Team Sky」の発表内容とこれまでの取り組みについて

「日本学生経済ゼミナール関東部会大会」は、通称「インナー大会」と呼ばれる関東地区の経済・経営・商業系を専攻する学生を対象にした学術大会です。他大学と交流を深めることを目的として1960年に設立され、「討論部門」と「プレゼンテーション部門」（以下「プレゼン部門」と呼称）の2部門で構成されています。

渡部ゼミ3年生4名からなる「Team Sky」が参加した「プレゼン部門」には、今年25大学123チームがエントリーし、10月の予選会を勝ち進んだ10チームが12月の本選に臨みました。「Team Sky」も予選会を突破し、本選の発表において、学生たちが自ら直面した身近なステマ問題に対する小さな気づきから始まり、企業や行政と連携した法改正の提案まで行動を起こした果敢な姿勢が高く評価され、この度の「最優秀賞」受賞に至りました。

《発表(研究)内容》

「Team Sky」の発表テーマである“ステマ”とは、インフルエンサーが企業からの報酬に基づいた広告であることを隠して商品を宣伝することです。SNSが浸透した現代において、その悪質な広告手法の中でも特に消費者認知が低く、若者世代だけでなく、ミドル・シニア世代にも被害が広がっているステマに学生たちは着目し、ステマから消費者を守るための具体策の提案や、国会議員、消費者庁、企業・NPO法人、大学教授などから多くの賛同を得た活動内容について発表しました。

学生たちは今後も、定期的なセミナー開催を通じた消費者認知拡大や、国会議員との連携による法改正を目指した更なる協議などを継続していく予定です。



「Team Sky」の学生4名
(写真左から) 靱江彩花さん、明田花織さん、
春原響さん、堀内瑠依さん

《3つの観点からまとめたステマの問題点》

- ①消費者 ……消費者の75%がステマを認知しておらず、73%が被害に遭っている
(学生が行った街頭調査やセミナーによる調査結果より)
- ②広告発信者 ……ステマの存在を認識しつつも検討会や啓発活動は行われていない
- ③法規制 ……広告会社とインフルエンサーが景表法の対象外で、景表法の規制内容も不十分である

《問題点解決のために実施した具体的行動・施策》

- ・ステマの認知度向上のため、若者向けとミドル・シニア向けのセミナーを開催(計2回開催)
- ・広告発信者へのセミナーを開催し、専門家監修の下、広告の健全度合いを表す「ステマ指数」「ステマ格付け」を考案
- ・消費者庁および3名の国会議員と景表法の内容強化を目的とした意見交換を行い、「研究活動報告書」を提出
- ・海外事例を参考に専門家と協議・構築した景表法の改善案について、海外の広告基準機構と英語で意見交換を実施
- ・消費者自身が身を守る術としての「ステマ対策マニュアル」を作成し、東京23区内の13区役所に設置

〈受賞学生コメント〉 チームリーダー 春原 響

私達は発表に向けて、数多くの方にご協力を頂き、渡部ゼミナール初の「最優秀賞」を頂くことができました。本選に至るまでの約10か月間で貴重な経験や学びを得ました。活動の中で多くの挫折や意見の対立などがありましたが、それは「最優秀賞」を目標に活動していたからだと思います。この経験を一生忘れずに今後も進み続けます。