

若者の承認欲求を抑えるプライベートアプリケーション「QuMind」 自分にプラスになる SNS の使い方の習慣化へ

Private Youth Validation App “QuMind”

宮地真唯

指導教員 江南仁美

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 視覚伝達デザイン研究室

SNS からのマイナスな感情的な影響を受けず、自分にプラスになる SNS の使い方を習慣化し、承認欲求が良い方向に導くようなプライベートアプリケーションを提供する。

キーワード：Z 世代, 承認欲求, アプリケーション

1. 研究目的

このテーマを選んだ背景には、現代社会において、Z 世代はソーシャルメディアを通じた承認欲求が高いことが調査によってわかった。

SNS やオンラインメディアの普及により、若者は日常的に他者からの評価や承認を求める傾向が強まっている。特に、いいねやフォロワー数といった数値化された評価が自己価値の指標として捉えられやすく、多くの若者が自己肯定感を失うリスクに直面している。過度な SNS の使用は、特に若い女性において精神的健康リスクを増加させることが研究で示されています。SNS の過剰な使用は自己評価の低下、不安感、抑うつ症状の増加と関連しており、女性は男性よりも感情的な影響を受けやすいとされています。これは、SNS 上での比較や承認欲求が強く働くことが原因と考えられています。

そんな SNS の過度な利用から自分自身にも感情的な影響が起こっていた過去から改善できるアイテムを開発する必要性を強く感じた。

2. 研究内容

若者の承認欲求を抑えるアイテムについての調査した結果、デジタルデトックス、ジャーナリング、趣味やスポーツに目を向けるなどがありました。アイテムだとデジタルデトックスアプリ、マインドfulnessアプリ、自己啓発本、リアルコミュニケーションツール、アウトドア活動キットなどがありました。しかし SNS というものは習慣化され

ていることが多く、若者が外部の評価に依存せず、自己の内面に焦点を当てることはそう簡単にはできない問題ではありません。そこで私は無理に SNS を辞めるのではなく自分にプラスになる SNS の使い方を習慣化し、承認欲求が良い方向へ導くようなアプリケーションを提案します。

2024 年の Z 世代では、「デトックス消費」が注目されています。これは、広範なソーシャルメディアよりも、小規模で親密なコミュニティを重視する動きです。若者はオンラインでのプレッシャーから解放され、リラックスできるプロダクトや体験を求めており、「BeReal」や「TapNow」などのアプリが人気です。このトレンドは、精神的健康と本物の人間関係を優先し、オンラインでの承認追求を減らそうとする姿勢を反映しています。

このようなことから私は健康的な SNS 週間の促進、自己反省と成長の促進、純粋なつながりと自己表現の促進、ポジティブなフィードバックとコミュニティビルディングを取り入れることで、自分にプラスになる SNS の使い方を習慣化し、承認欲求が良い方向へ導くと考えます。

3. コンセプトおよびアイデア展開

このアプリケーションは、若者が自分自身の経験を大切にし、心の健康を保つためのサポートを提供することを目的とする。特に他者からの評価に左右されることなく、自分のペースで自己表現

できる空間を創出することに重点を置いています。

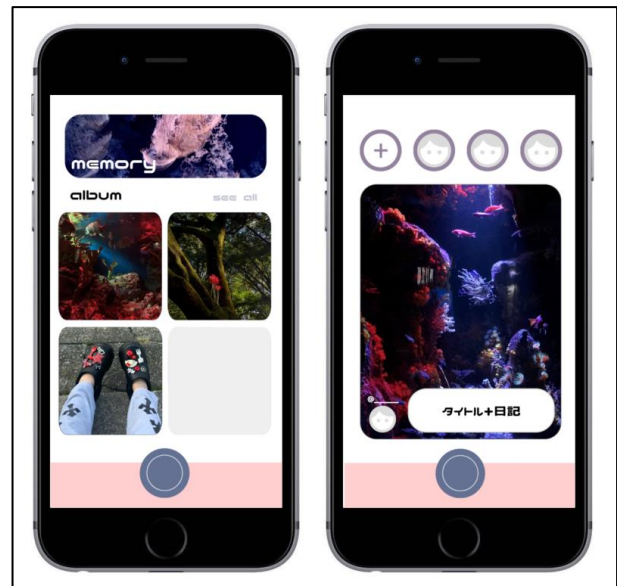
アプリの中心的な特徴は、独自の写真撮影機能と日記機能を組み合わせた「プライベートソーシャルアプリケーション」です。このアプリでは、ユーザーが日々の出来事や感情を自由に記録し、それに関連する写真を添付することができます。これにより、ユーザーは過去の思い出を振り返る際に、より豊かな体験を得ることができます。

さらに、ユーザーは招待制のつながりを選ぶことで、信頼できる人々とだけ交流できる仕組みを採用しています。この特徴により、外部からの評価や批判を気にすることなく、安心して自己表現を行うことができます。具体的には、ユーザーは特定のイベントや旅行の写真をまとめてアルバムを作成し、身内のみで閲覧できるように設定することができます。これにより、プライベートな思い出を大切にしながら、親しい人々と共有することが可能です。

また、アプリでは「いいね!」やコメントの代わりに、励ましや感謝のメッセージを送る機能を取り入れています。この機能により、ユーザーは他者からの温かい言葉を受け取ることができ、自己肯定感を高める手助けとなります。全体として、このアプリは若者が自分自身を見つめ直し、心の健康を保ちながら、信頼できる人々とつながるための新しいプラットフォームを提供したいと思っています。

4. 最終成果物

10代後半から20代前半の自己表現に関心が高い若者を主に対象にします。他には自分の感情を表現したいが、他者の評価を気にしたくない人、心理学やマインドフルネスに興味があるデジタルネイティブ世代、写真や文章で自分のストーリーを語りたい人、プライバシーを重視する層、自分の思い出を慎重に共有したい若者がターゲットとなります。アプリケーションのみの提供。



図① アプリケーションイメージ

6. 今後の展開

最終提案物のサンプルを実際に使ってもらい、どのような感情の変化があったのかアンケート調査をする。最終的に今後のSNSの使い方を少しでも改善され、日常生活に目を向け、大き過ぎる承認欲求に悩んでる人が減ることが期待される

7. 参考文献

FNN プライムオンライン Z世代の承認欲求に関する意識調査

<https://www.fnn.jp/articles/-/677083>

日経 XREND 疲れ気味な Z世代の「デトックス消費」とは

<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/casestudy/00012/01364/>