



# LOGR□KU

2025年12月5日

公立はこだて未来大学: 石川/靱山/菅原/植村  
神奈川工科大学: 水知/佐野/エンク  
法政大学: 坂本/林/本間/松坂/中林  
京都橘大学: 中里



# 目次

- 01 十数年後の未来と課題
- 02 サービス内容
- 03 対象ユーザー
- 04 ビジネスモデル
- 05 デモ



# 十数年後の未来



## パーソナルAIと共に生きる社会

### パーソナルAIとは？

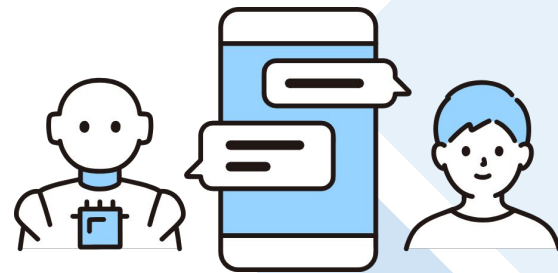
個人の情報と外の情報を取得し、専属マネージャーとして  
日常の意思決定をサポートしてくれるAI



## 十数年後の課題

AIの提案に従うことが一番効率的に

➡自分で考える機会が減っていき、  
**意思決定力が低下してしまう**





# 解決策

自己理解を促し、意思決定力の向上を目指す

---



# 日記 × すごろく

---

書いた日記をすごろくでプレイ！



# なぜ日記なのか



## 日記は“考える機会”を日常的につくる

- 日記は日常に**考える時間**を自然に生み出す
- 振り返り、整理、言語化のプロセスを通じて、**判断の基準と理由を考える力**を育てる
- 考えを言語化し可視化することで**自己理解**を促す



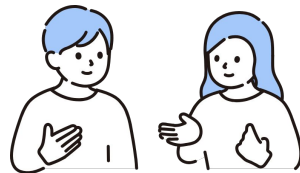


# なぜすごろくなのか



すごろくは楽しく“振り返り”と“共有”を行う

- 他人と日記を共有し比較することで、自分を客観視できる
- すごろくを通して楽しく周囲の考え方や行動に触れ、新しい気づきとモチベーションを得る
- 自己理解が深まり、自分の「軸」を持って意思決定する力を育てる







# LOGROKUとは

日記を共有して他人と比較

➡自分の長所・短所を客観的にとらえ、改善や継続につなげる。

周囲の人の考え方や行動に触れる

➡新たな気づきを得て、自分を客観視することで、結果として自己理解を深める。自分の「軸」を持って意思決定ができるように。



# 対象ユーザー

## 長期的な目的意識を持った大学生

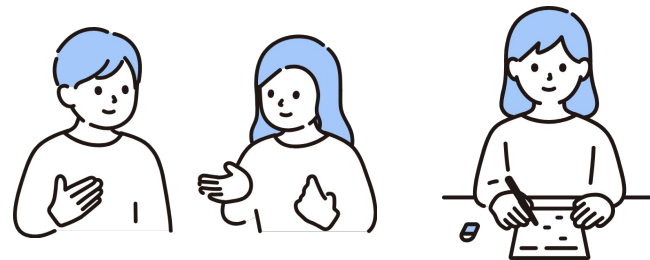
---

その中でも、特にこんな大学生に！

- AIに流されがち
- 自分の判断に自信がない



# ユーザーの変化



Before

始める前

- AIの提案をそのまま受け入れてしまいがち
- 自分の判断に自信がない

Action

LOGROKU  
を使う

- 大学1年生から日記を書きため、自分の考えを言語化する
- すぐろくで日記を友達と共有し、他人と比較したり、考え方に触れる

After

得られた  
メリット

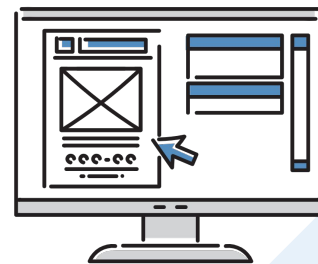
- 自分を客観視でき、自己理解が向上することで、自分の軸が強くなる
- AIの判断に流されず、自分の軸を持って意思決定できる



# ビジネスモデル

## 広告モデル

ゲーム内に企業・商品のプロモーションを組み込む。



## ライセンス

匿名化された「幸福度」を含む時系列ビッグデータを  
企業や研究機関に販売



LOGROKU

デモを  
お見せします



LOGROKU

**ご清聴ありがとうございました！**



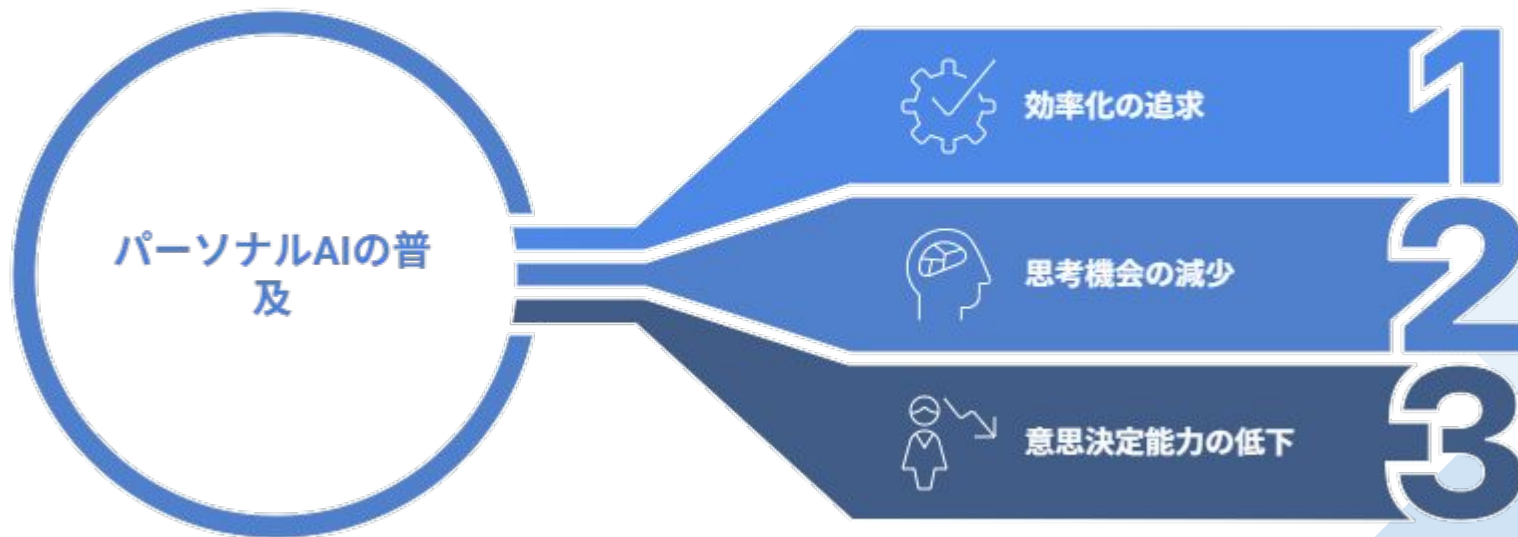
LOGROKU

# 十数年後の未来と課題



# 十数年後の課題

パーソナルAIの普及がもたらす意思決定力低下







LOGROKU

# サービス内容



LOGROKU

# 対象ユーザー



# ペルソナ

山田 未来さん

21歳/大学3年生/女性

動機：

就活に対する漠然とした不安から、先輩の勧め  
で大学一年生の時にLOGROKUを始める

結果：

他人と比較して、自分を客観的に捉えること  
で、改善につながった

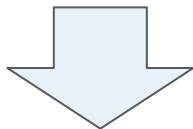




# ユーザーの変化

## ユーザーの

- 楽しく自己理解を深めることができる
- ゲームを通じて自分と他者の考え方を比較できる



「自己理解」  
「自分軸を強くする」  
につながる！！



LOGROKU

# ビジネスモデル

# サービス名

メンバー、教員の名前

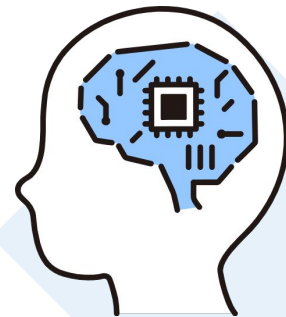


# 十数年後の未来と課題

## 「意思決定力の低下」

AIツールの使用⇔批判的思考力の  
相関係数が**-0.68**という  
強い負の相関だということも分かった  
(Gerlich, 2025)

意思決定力が低下するとトラブルや課題に直面した際に、  
適切な判断や対応ができなくなる



# 目次

1. 十数年後の未来と課題
2. サービス内容
3. 対象ユーザー
4. ビジネスモデル
5. デモ



# 1. 十数年後の未来と課題

十数年後に確実に来る変化(人口・技術・環境など)

その変化によって生まれる課題

課題の深刻度(数字か具体例を入れると強い)

## 2. サービス内容

課題に対して「どう解決するのか」を伝える

サービスの価値（他と何が違う？等）

（詳細よりも「世界観」を伝える、メイン機能はここでは説明しない（デモで説明するため））

### 3. 対象ユーザー

「誰に刺さるサービスなのか」を明確化する

ペルソナ(1~2種類)

そのユーザーが持つ具体的な困りごと

サービスがその困りごとをどう変えるか

## 4. ビジネスモデル

どうやってお金を生むのか

例

主な収益ポイント(課金ポイント)

誰がお金を払うか(ユーザー？企業？自治体？)

使う人や売上が“自然に増え続ける仕組み(サブスク等)

## 5. デモ

メイン機能を伝える

情報過多は避ける