

令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業)

余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ＋地域巡り＋魅力発見＝動くことの楽しさへ)

令和5年2月28日

一般社団法人さいたまスポーツコミッション



令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業) 【事業報告①：事業の全体概要】

代表団体名：一般社団法人さいたまスポーツコミッション



事業タイトル：余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ+地域巡り+魅力発見=動くことの楽しさへ)

構成団体	エヌ・ティ・ティスポーツコミュニティ株式会社(大宮アルディージャ) 株式会社ブロンコス20(さいたまブロンコス) 株式会社エスエイチモア シントシティ自治会 日本コンベンションサービス株式会社
事業のターゲット	①子供・若者 ②働く世代・子育て世代 ③女性 ④高齢者 ⑤障害者
実施フィールド(地域)	埼玉県さいたま市

事業内容サマリ

- ①:Jリーグ・WEリーグの試合観戦目的に来た人をターゲットにスポーツ実施を促すイベントを実施。
- ②:10月23日(日)と12月3日(土)に集合型イベント(ウォーキング・サイクリング)を実施。
- ③:集合型イベントでは1回目23人、2回目17人の参加。個人参加者を含めて合計68人が参加。
- ④:参加者向けアンケートでは新たに週1回以上スポーツを実施するようになった・運動機会が増加したというポジティブな回答結果が約50%

事業ターゲット

■ 本事業のターゲット像

本実証事業のメインターゲットは、サッカーJ2リーグ大宮アルディージャ・WEリーグ大宮アルディージャVENTUSの観戦に来たホーム/アウェイのサポーター(主に働く世代・子育て世代)とし、子どもや保護者、高齢者、障がい者も対象とした。

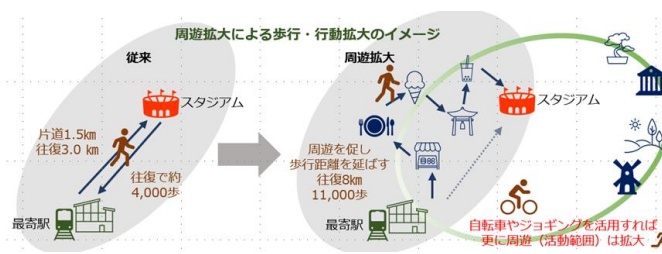
■ ターゲットのスポーツ実施を促すためのポイント

本事業では、余暇活動時間における“無意識の運動習慣”促進を目指した。

スポーツ人口を増加させることや健康寿命の延伸のためには、無関心層にいかに関心を促すかが重要であり課題でもある。そのため、スポーツに直接焦点を当てるのではなく、余暇時間を充てている趣味に**新たな価値**を加えることで機会創出を行い、いつの間にか運動している状態を作り出す。ターゲットで示した通り、スポーツを「見る・観戦する」から「いつの間にか運動をしている」状態を作り出し、運動習慣化を目指した。

本事業の狙い・実施概要

魅力ある地域資源(スポーツ・グルメ・スイーツ・ビューポイント)を活用し、地域を巡りながら魅力を発見するWEBプラットフォーム(めぐろーかる)を活用した。駅や自宅などからスタジアムへ直行するだけでなく、まち巡りによる回遊を促した。また、スマートフォンのチェックイン機能やWEBプラットフォームなどを活用し、指定スポットを多く巡ることで特典を提供した。今回は実証実験効果を高めるため、①1Dayの「集合型」イベント、②期間中の任意の日時に参加できる期間開催型「個人参加イベント」を実施した。
※特典は、実証実験地域や連携事業者の協力をいただき提供



まち巡り実施のイメージ



多くの観客が集まるJリーグなどの試合日と合わせて、1dayの集合型イベント、および期間開催型イベントを開催した

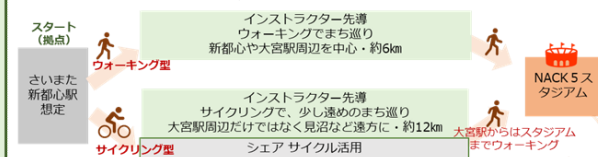
スポーツイベント開催時	1回目 10月23日	【1day】Jリーグ大宮アルディージャ、WEリーグ大宮アルディージャVENTUSのホームゲームで実施。10~15名のグループをインストラクターが先導し、試合前には街巡り
2回実施(10月、12月)	2回目 12月3日	【期間型】上記ホームゲームを含む期間で実施

1 Day「集合型」実証実験実施プラン

比較的近いエリアを楽しめるウォーキング型とともに、より広域を巡ることができるサイクリング型も行うことで、他地域における様々な地域事情や地域資源に適切できるモデルを生み出す。

ウォーキング型とサイクリング型の設定

実証実験実施エリアの特性を考慮し、比較的近いエリアを巡遊する「ウォーキング型」と、より広域のポイントも巡る「サイクリング型」を設定する。それぞれ、10~15人をグループとして、インストラクターが先導し、直に参加者の声(感想、意見)なども収集しながら、検証に役立てる。



- 特典提供で動機づけ(ハーフタイムで事業紹介と協力事業者から抽選での特典提供など)
- これにより、参加者への定着と、観戦者(最大約15,000人)にも事業を周知する

定着化へのステップ

ウォーキングやサイクリングなどによるまち巡りの楽しさを知る

次の観戦機会(ホーム・アウェイ)、他のイベント参加時に、再度まち巡りを実施

軽い運動への抵抗感が低減し、日常生活や旅行などで歩行やサイクリングを取り入れ定着化

事業実施内容

10月23日(日)に第1回1dayイベントとして、J2大宮アルディージャ・長崎Vファーレン戦の観戦者を対象にウォーキング・サイクリングによる『めぐろーかる』を活用したまち巡りイベントを実施。ウォーキング17名(往復6キロ)、サイクリング6名(サイクル10キロ、徒歩1キロ)の参加者をそれぞれインストラクターが先導し、試合前の時間を活用してイベントを実施した。

参加者からは「子どもが楽しみにしていたが、自分自身の運動にもなった」「地元こんなに面白そうな場所があるのを始めて知った」「試合観戦後、駅に直行せずに寄りたかったお店に寄った」などの反応をもらった。

(左から)1dayイベント【ウォーキング】集合後の説明、まち巡りの様子、【サイクリング】まち巡りの様子



(左から)ウォーキング受付時、地元銘菓の試食、試合観戦の様子



参加者全員で記念撮影の様子

当日までにめぐろーかるでは31人の登録があり、チェックイン操作(スポットに行ったことを示す操作)は150以上確認されている。

令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業) 【事業報告②：実施内容】

代表団体名：一般社団法人さいたまスポーツコミッション

事業タイトル：余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ+地域巡り+魅力発見=動くことの楽しさへ)



事業実施内容

12月3日(土)に第2回1dayイベントとして、WEリーグ大宮アルディージャVENTUS・三菱重工浦和レッズレディース戦の観戦者を対象にウォーキング・サイクリングによる『めぐろーかる』を活用したまち巡りイベントを実施。ウォーキング15名(往復6キロ)、サイクリング2名(サイクル10キロ、徒歩1キロ)の参加者をそれぞれインストラクターが先導し、試合前の時間を活用してイベントを実施した。※当日コロナ感染による欠席連絡者が6名いた。

参加者からは「氷川参道沿いにおしゃれな店がたくさんあることを初めて知った」「苦にならずまんまと歩かされた感じ」「シェアサイクルに初めて乗ったがすごく楽しい！また乗ってみたい。」といった意見が出された。



令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業) 【事業報告③：広報展開（募集・事業周知）】

代表団体名：一般社団法人さいたまスポーツコミッション

事業タイトル：余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ+地域巡り+魅力発見=動くことの楽しさへ)



広報展開（募集・事業周知）

実施にあたっては地域事業者との将来的な連携を見据えて、さいたま観光国際協会及び大宮ラクーンよしもと劇場の広報協力を受けた。特に大宮ラクーンよしもと劇場のTwitterでのイベント参加の投稿には131件のいいね、24件のリツイートがつき、一定の広告効果が得られた。

大宮ラクーンよしもと劇場 @omiya_yoshimoto

本日、スポーツ庁のSport in Life推進プロジェクト「めぐろーかるツーリズム in 大宮」に #大宮セブン から #タモンズ が参加しました！
大宮の街歩きをして氷川参道の素敵な店々と出会いました。参加した皆さんお疲れ様でした👏



さいたま観光国際協会 @SaitamaTIB · 10月21日
10/23(日)10時~14時

#氷川参道 二の鳥居そばはBibiliにて「めぐろーかるツーリズムin大宮」特別イベントを開催！

観光PRやガラボン抽選会を行います！

当日は周辺でクラシックカーラリー🚗やアルディージャホーム最終戦あり🏈

#大宮へお越しの皆様Bibiliへもぜひお立ち寄りください👏

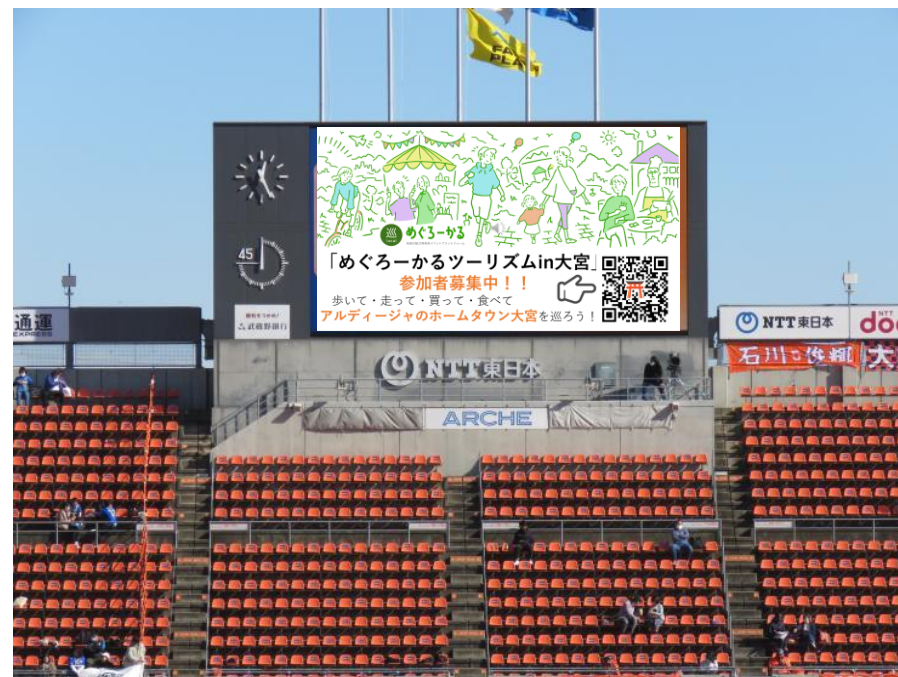
@SaitamaSports

さいスポ @SaitamaSports · 10月13日
「めぐろーかるツーリズムin大宮」参加者募集！

大宮アルディージャと連携したまち巡りイベントを開催します。詳しくはHPをご覧ください。
saitamasc.jp/event/sport_in...

#めぐろーかる #大宮アルディージャ #Vファーレン長崎 #Sportinlife #アウェイサポーターさんも是非！

このスレッドを表示



10月23日試合時大型ビジョンでのPRの実施(15秒・音声付き)
画像はイメージです。

10月23日大宮アルディージャ対Vファーレン長崎戦で大型ビジョンを活用したPRを実施。15秒の音声付きCMを実施した。ホーム最終戦だったこともあり、入場者数8,279人に対し周知を実施できた。また、チラシを作成し、さいたま市の公共施設(情報公開コーナー・公民館・コミュニティセンター)に配布した。

令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業) 【事業報告④：効果検証・分析】

代表団体名：一般社団法人さいたまスポーツコミッション

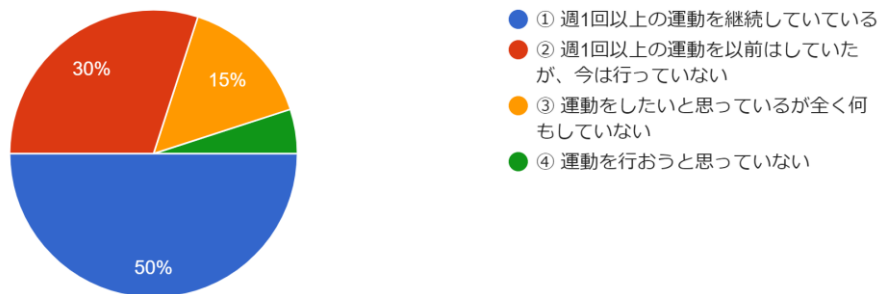
事業タイトル：余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ+地域巡り+魅力発見=動くことの楽しさへ)



効果検証の方法と結果

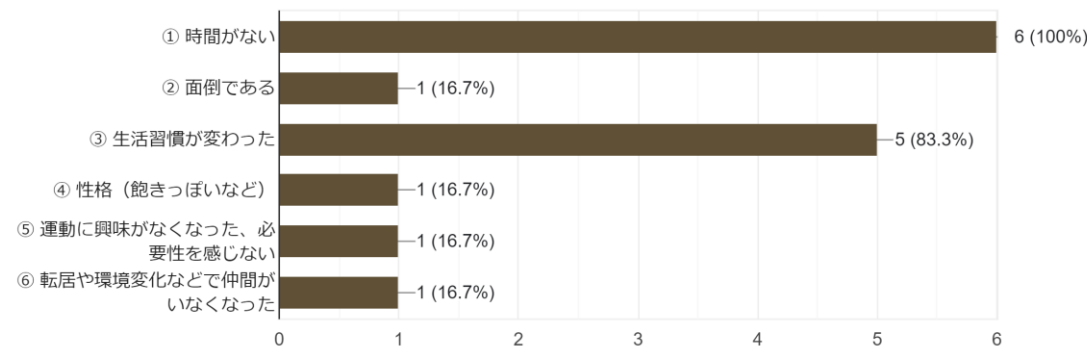
① 目的	めぐろーかるツーリズムin大宮の効果測定のためアンケートを実施
② 手法	Google フォーム
③ 対象	めぐろーかる登録者
④ 実施スケジュール	1月中旬～1月下旬
⑤ 回収件数	20件/68人(めぐろーかる登録者)

3-1.
参加前の運動実施率をお選びください。※運動は、...グやストレッチなどの軽い身体活動を含みます
20件の回答



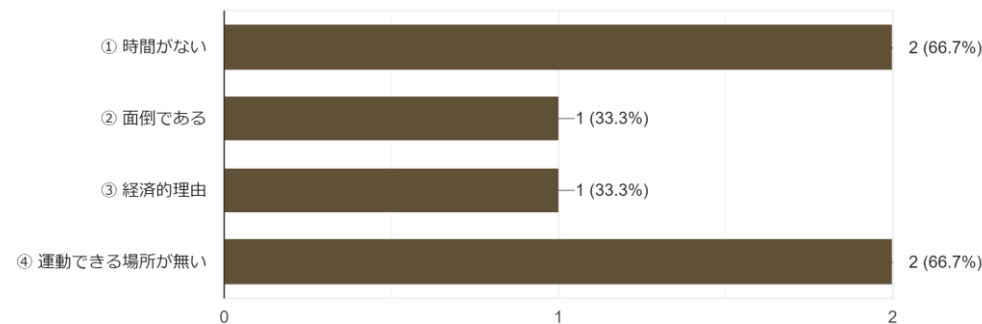
参加者の属性として、週1回運動実施者は約半数。
それ以外の約半数は今は実施していないという結果。

3-2.
3-1で②で回答をされた方 行わなくなった理由を...ください(複数選択可)。 ※その他は自由回答
6件の回答



スポーツ実施の阻害要因として、時間がない・生活習慣が変わったといった意見があった。
個別回答を確認するとビジネスパーソンや子育て世代の回答が多かった。

3-3. 3-1で③を選んだ方は理由をお聞かせください(複数選択可)。 ※その他は自由回答
3件の回答



運動をしたいと思っているが、全く何もしていないという人は時間的余裕と運動できる場所がないと回答していた。

令和4年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業) 【事業報告④：効果検証・分析】

代表団体名：一般社団法人さいたまスポーツコミッション

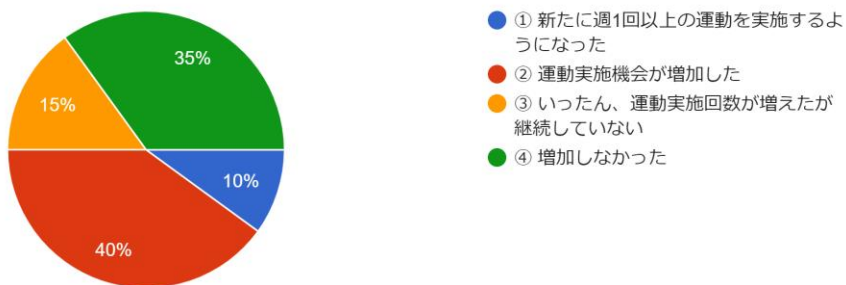
事業タイトル：余暇時間を活用した“無意識の運動習慣”促進
(「見る」スポーツ+地域巡り+魅力発見=動くことの楽しさへ)



効果検証の方法と結果

4-1. プログラムに参加後、運動実施率に変化はありましたか。

20件の回答

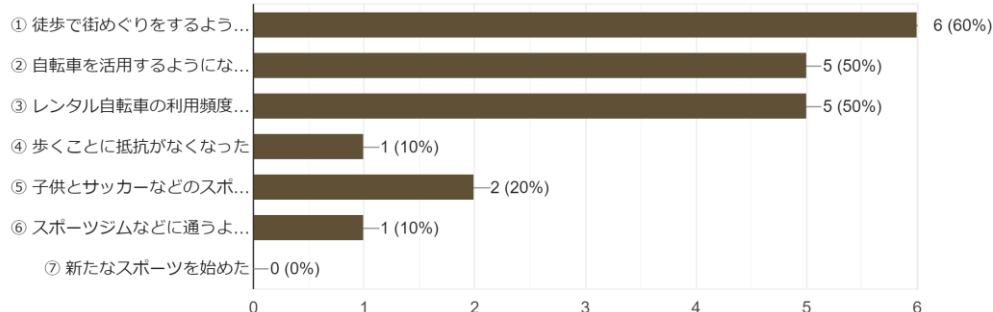


新たに週1回以上スポーツを実施するようになった・運動機会が増加したというポジティブな回答結果が約50%
一旦増えたが継続していないという人が15%
増加しなかった人が35%だった。

4-2.

4-1で①②と回答をされた方は、どのような変化が...したか(複数回答可)。 ※その他は自由回答

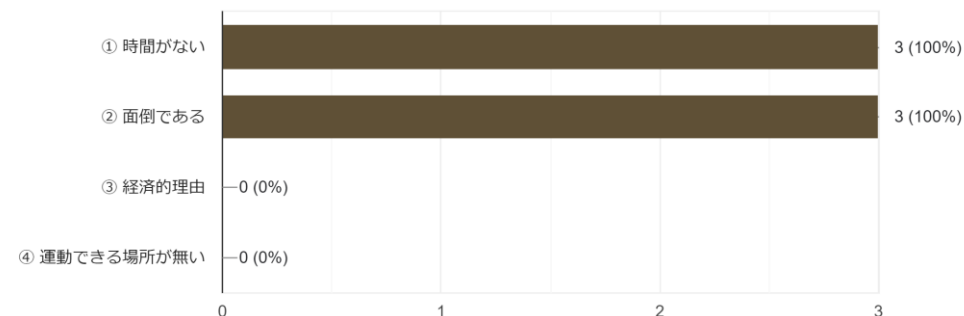
10件の回答



ポジティブな回答をした人の意見として、徒歩でまち巡りをするようになった、自転車・レンタサイクルを活用することが多くなったという回答が多かった。

4-3. 4-1で③を選んだ方は理由をお聞かせください(複数選択可)。 ※その他は自由回答

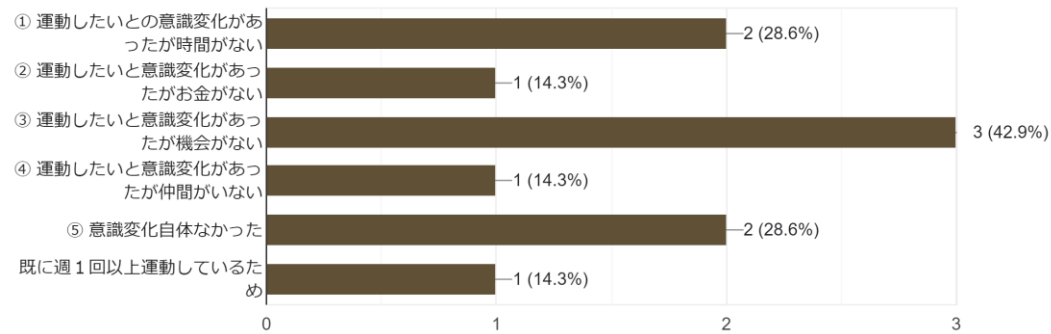
3件の回答



一旦運動実施回数が増えたが長続きしなかった理由としては、時間がない、面倒であるという意見があった。

4-4. 4-1で④と回答した場合以下のどれが当て...まりますか(複数回答可) ※その他は自由回答

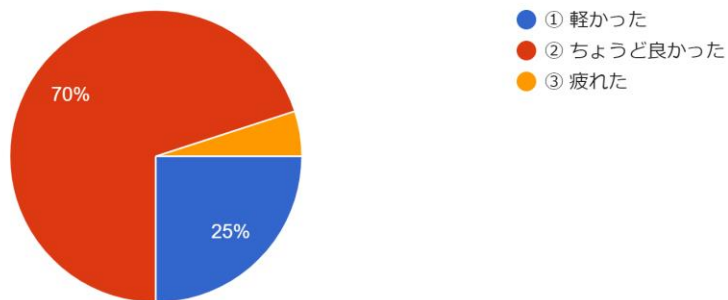
7件の回答



プログラムを受けたため運動したいという意識変容は見られたが、様々な阻害要因によりスポーツ実施率は増えない参加者もいたことが確認される。

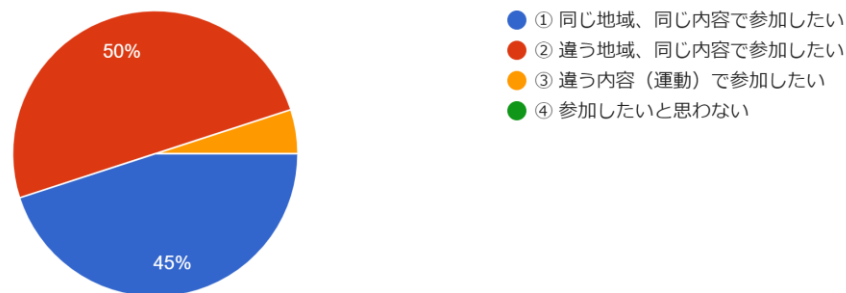
効果検証の方法と結果

5-1. プログラムについて、運動強度はどうか
 20件の回答



プログラムの運動強度はおおむね好意的にとらえられた。

5-2. 同コンセプトのイベントにまた参加したいか (試合観戦+軽い運動 (街巡り))
 20件の回答



プログラムの内容も好意的にとらえられ、同一地域・他の地域でのまち巡りをしたいという誘因につながった。

5-3. 今回のプログラムでさいたま市大宮を巡ったの感想をお聞かせください。(自由記述)



自由記述の感想をワードクラウド分析で実施。
 頻出するワードが大きくなる

- ・ 楽しい
- ・ おしゃれ
- ・ 参道
- ・ スイーツ

などの参加者の声を可視化できた。

Made in wordcloudsp.com

5-4. サッカー観戦の感想をお聞かせください(自由記述)



自由記述の感想をワードクラウド分析で実施。
 頻出するワードが大きくなる

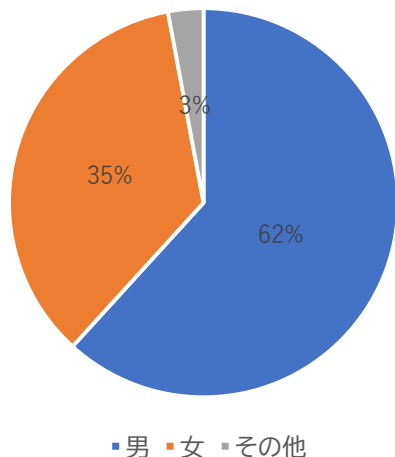
- ・ 観戦
- ・ 応援
- ・ 臨場
- ・ スタジアム
- ・ サッカー
- ・ かわいかった

などの参加者の声を可視化できた。

Made in wordcloudjp.com

効果検証の方法と結果

めぐろーかる参加者男女比

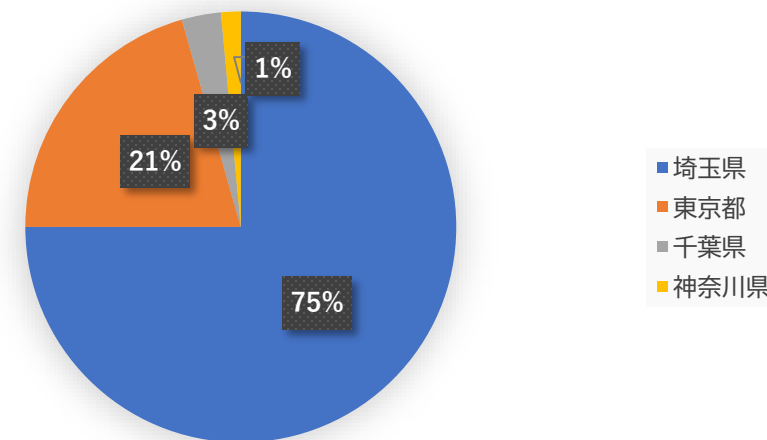


男	42
女	24
その他	2

男	
20代	4
30代	18
40代	11
50代	6
60代	2
女	
20代	6
30代	6
40代	5
50代	6
60代	1
70代	1
その他	
40代	2
総計	68

男性は30代～40代の子育て世代の参加が多い。
 女性は20代～50代までまんべんなく参加。

参加者の居住都道府県



参加者は地元の方が大半となった。

結果に基づく要因の分析（仮説検証）

当初仮説：

- ①：スポーツの試合観戦客には、自身は運動習慣がない人も多い。
- ②：観戦客に対し、地域を回遊するプログラムを提供することで、試合前後に地域内を巡る動きを促し、「いつの間にか運動している」状態を作り上げる。
- ③：試合を楽しみつつ、地域を巡る中で自分自身も自然と運動をできるようになり、余暇時間における運動の習慣化につながる。

結果に基づく仮説検証：

- ①⇒50%の参加者がプログラム参加時既に週1回以上の運動習慣があり、スポーツ観戦客に運動習慣がない人が多いという仮説は外れた。
- ②⇒75%の参加者が運動強度をちょうど良いあるいは疲れたと回答しており、**試合前後の地域回遊が一定程度の運動となる**ことが立証された。
- ③⇒参加者の50%がプログラム後新たな運動実施率に変化があったと回答しており、**余暇時間における運動の習慣化に繋がる**ことが一定程度立証された。

その他の留意事項：

- ・参画事業者は初期開発で労力を要するものの、一度立ち上げたのち継続は容易であり、他事業者の巻き込みも視野に入る。
- ・今回のプログラムを機会にサッカーの試合を初観戦したという参加者もいたため、イベントを通じたスポーツ観戦者の拡大の可能性も感じられる。スポーツチームや地域と一体となったプロモーションの強化、上記のとおりその他イベントなども活用した定例化などで、運動の習慣付けと共に効果を高めることができる。

結果に基づく要因の分析（仮説検証）

要因の分析：

- ① スポーツ観戦客はスポーツ自体に興味があり、運動に対するハードルが低いと考えられる。また、今回の参加者は家族連れが多く、子どもと一緒に運動をするケースが多かったと考えられる。
- ② 今回は徒歩で6キロ・サイクリングで10キロという行程を組んだ。徒歩については日本人の男性平均身長(170cm)が健康のために一日に歩くべき距離(約6.9キロ)に近い距離で設定されていたため、参加者にとってちょうど良い運動と感じられたと考えられる。
- ③ プログラム参加後に増えた運動内容については、まち歩きという回答が最も多く、運動にインセンティブを加える形で運動習慣が継続しやすくなると推測される。

継続したスポーツ習慣を定着させる要因

- ・「空間」、「時間」、「仲間」の3つの間が必要。
- ・スポーツの賑わいを感じさせるような**街に根付いたスタジアムは、街と一体感を生み出す**。大宮アルディージャの本拠地NACK5スタジアム大宮は賑わいがある大宮の中心地から閑静な氷川参道を通って向かうため非日常的な空間と街ぐるみのチーム応援愛が感じられる。
- ・スタジアムまで向かう時間・過ごす時間・帰りの時間をよりワクワクさせる仕掛け。
- ・同じ趣味を分かち合うコミュニティ形成。

今回の実証で**3つの間を上手くネットワーク化して実証が進められたが**、コミュニティ形成までは至らず、継続したムーブメントにはつながらなかった。新たな仮説として、**コミュニティが出来上がれば、自発的にめぐろーかろを実施する人々が増える**のではないかと考えられる。