

令和3年度Sport in Life推進プロジェクト
(ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業)

“金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”による ゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

令和4年3月1日

株式会社YMFG ZONEプランニング



Sport in Life

令和3年度 Sport in Life推進プロジェクト (ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業) 事業報告概要

代表団体 株式会社YMFG ZONEプランニング

事業タイトル “金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”によるゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

構成団体	株式会社レノファ山口、一般社団法人山口eスポーツ連合
対象テーマ	(①子供 ②中高生 ③ビジネスパーソン ④女性 ⑤コロナ禍 より選択して記入)
実証フィールド (地域)	山口県

事業内容サマリ

本事業は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で外出自粛となり自宅時間が増えたことで、スマホゲームや家庭用ゲームなどのプレイ時間が増え、運動不足となっていることが予想されるゲームユーザーをターゲットとし、地元プロサッカーチームと連携のうえ、リアルとバーチャルを掛け合わせたイベントを実施することにより、ターゲットの趣味を誘因としたスポーツ参画拡大を目指す。

ターゲット

<本増加方策のターゲット>

【ゲームユーザー】
年齢：20代～40代
性別：男性・女性
職業：就労者、主婦
家族構成：ファミリー
居住エリア：山口県内
嗜好：ゲーム利用者（スマートフォンゲーム、家庭用ゲーム、PCゲームなど）

<スポーツ実施を促すポイント（仮説）>

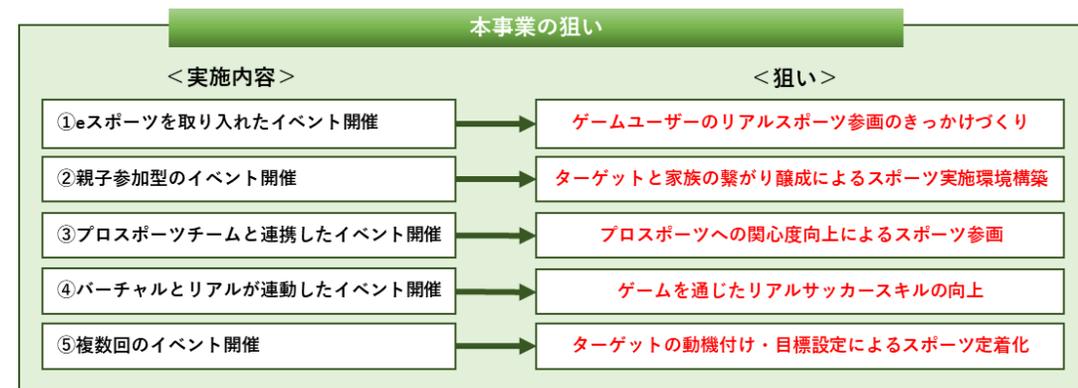
- ① ゲームを誘因としたスポーツ参画機会の創出
- ② 家族との繋がり醸成によるスポーツ実施環境の構築
- ③ プロスポーツに関する興味・関心の向上によるスポーツ参画
- ④ ゲームを通じたリアルスポーツのスキルアップによる苦手意識軽減
- ⑤ スポーツ実施の動機付け・目標設定による定着化

事業の実施概要

本事業では、ターゲットの関心の高いゲームコンテンツと、サッカーを融合した親子参加型のイベントを開催することで、ターゲットのスポーツ実施に対する潜在意欲を顕在化させるための“きっかけ”を提供し、スポーツ参画を促進する。

<本事業の狙い・特徴>

- ①趣味・嗜好を誘因とした「きっかけ」づくり
⇒ターゲットの趣味・嗜好であるゲーム（eスポーツ）を誘因としてスポーツ参画の「きっかけ」を提供した。
- ②親子参加型のイベント開催
⇒スポーツを通じてターゲットと家族の繋がりを醸成することによって、スポーツ実施環境の構築に繋がった。
- ③プロスポーツチームとの連携
⇒プロスポーツに対する関心度向上によりスポーツ参画に繋げる。
- ④バーチャルとリアルの連動
⇒ターゲットの関心の高いゲームを起点としてリアルスポーツのスキルアップが行えるイベントとすることで、ターゲットの課題であるリアルスポーツに対する苦手意識の軽減を図った。
- ⑤スポーツ実施の動機付け・目標設定による定着化
⇒第1回イベント時に第2回イベントに向けたリアルスポーツの目標を与えることで、ターゲットのスポーツ定着化を図った。



令和3年度 Sport in Life推進プロジェクト (ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業) 事業報告概要

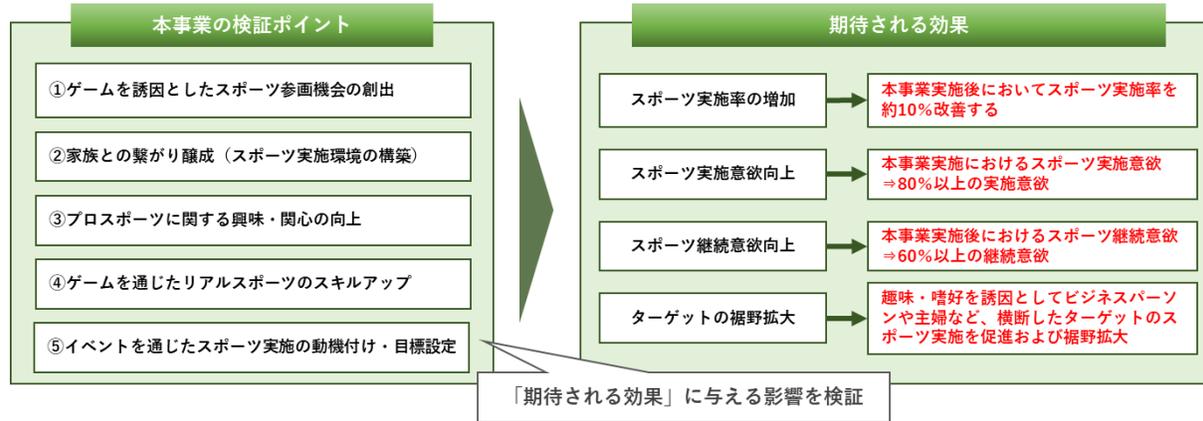
代表団体 株式会社YMFG ZONEプランニング

事業タイトル “金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”によるゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

効果検証の方法と結果

＜期待される事業の実施効果＞

本事業の実施により、下記「本事業の検証ポイント」の効果を発揮することでスポーツ実施率の増加、スポーツ実施意欲向上、継続意欲向上およびターゲットの裾野拡大を図った。



＜検証内容・検証方法＞

本事業では、事業実施前に設定した「期待される効果」を検証するため、イベント実施前、第1回イベント後、第2回イベント後にアンケートを実施した。

期待される効果	検証方法
スポーツ実施率の増加 (10%増加)	事前アンケートにおけるスポーツ未実施者の追跡調査により、第2回イベント後アンケートの結果において新たなスポーツ実施者となった割合を確認。
スポーツ実施意欲向上 (80%以上)	事前アンケートおよび第1回イベント後、第2回イベント後のアンケートを通じてスポーツの実施・継続意欲に関する回答割合を確認。
スポーツ継続意欲向上 (60%以上)	
ターゲットの裾野拡大 (趣味・嗜好による誘因)	事前アンケートにて性別、仕事内容（属性）を調査し、趣味・嗜好を誘因としてスポーツ実施に繋がったターゲットの属性を確認。

＜検証結果＞

本事業の実施により、当初目標に対し、「スポーツ実施率の増加」、「実施意欲の向上」、「継続意欲の向上」の項目において目標を超える結果となった。

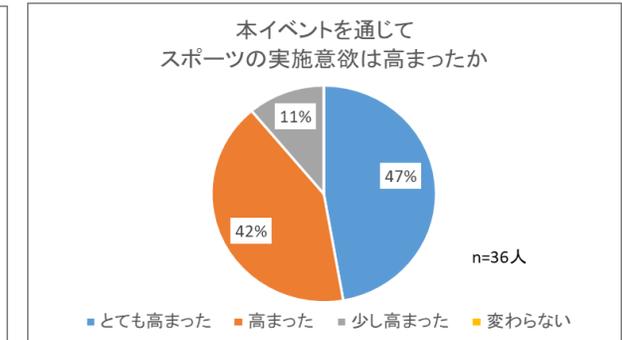
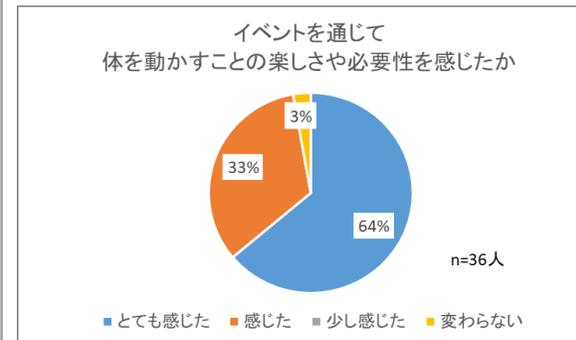
	検証項目	目標	実績
①	スポーツ実施率の増加	改善率：10%	改善率：78%
②	スポーツ実施意欲の向上	実施意欲80%以上向上	実施意欲向上：89%
③	スポーツ継続意欲の向上	継続意欲60%以上向上	継続意欲向上：94%
④	ターゲットの裾野拡大	ビジネスパーソン・主婦の趣味・嗜好を誘因とした裾野拡大	ビジネスパーソン及び主婦のスポーツ実施率を改善

検証項目①：スポーツ実施率の増加

- 当該19名のうち14名が本事業のイベントに参加者し、11名が新たなスポーツ実施者となったことから、スポーツ実施改善率は78.5%となった。

検証項目②：スポーツ実施意欲の向上

- 体を動かすことの楽しさ・必要性について「とても感じた」、「感じた」と回答した割合は97%、スポーツの実施意欲が「とても高まった」、「高まった」と回答した割合が89%となった。



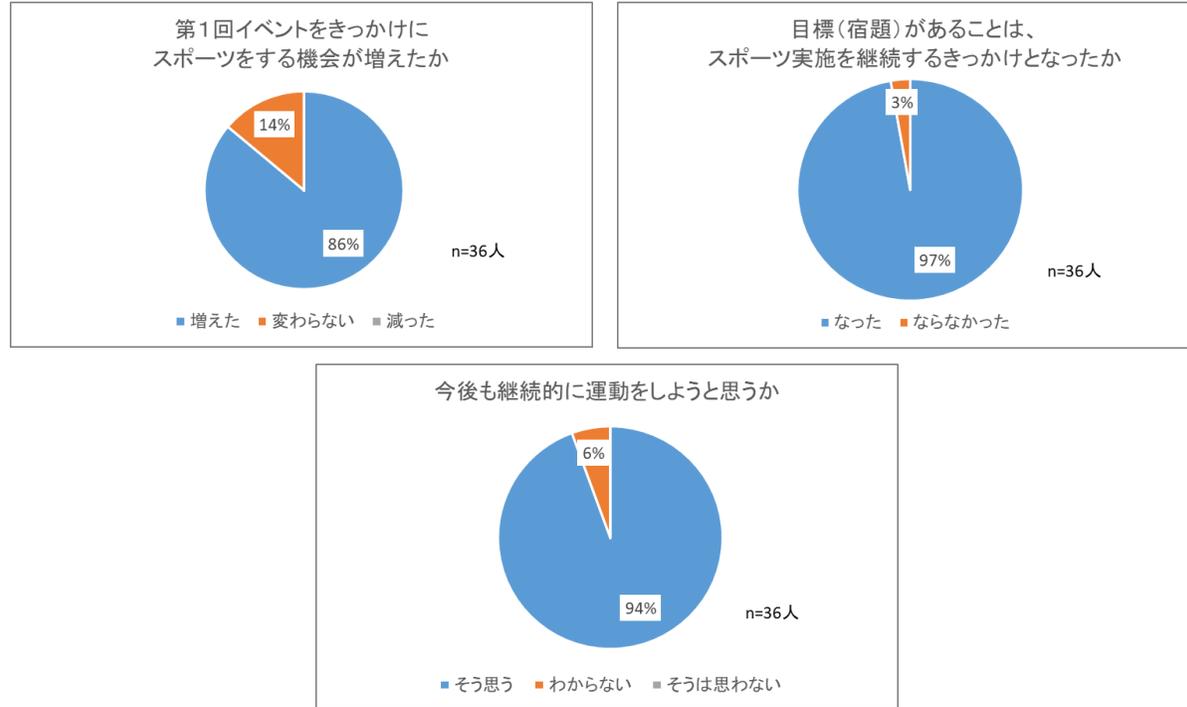
令和3年度 Sport in Life推進プロジェクト (ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業) 事業報告概要

代表団体 株式会社YMFG ZONEプランニング

事業タイトル “金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”によるゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

検証項目③：スポーツ継続意欲の向上

- 「第1回イベントをきっかけにスポーツをする機会が増えた」と回答した割合は86%、「目標（宿題）があることでスポーツを継続するきっかけとなった」と回答した割合は97%、「今後も継続的に運動しようと思った」と回答した割合が94%となった。



検証項目④：ターゲットの裾野拡大

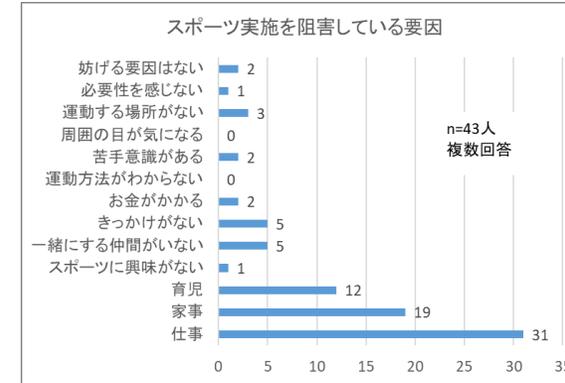
- 本事業を通じて新たなスポーツ実施者となった11名の内訳については、ビジネスパーソン9名（男性：5名、女性4名）、主婦2名（女性）となった。

結果に基づく要因の分析

<ターゲットのスポーツ実施阻害要因に対する仮説>

本事業では、事業実施前の現状把握として事前アンケートを実施することでターゲットのスポーツ実施阻害要因を調査し、その要因を踏まえ、促進要因の仮説として設定した下記①～⑤について、イベント実施および全3回のアンケートによって仮説検証を行った。

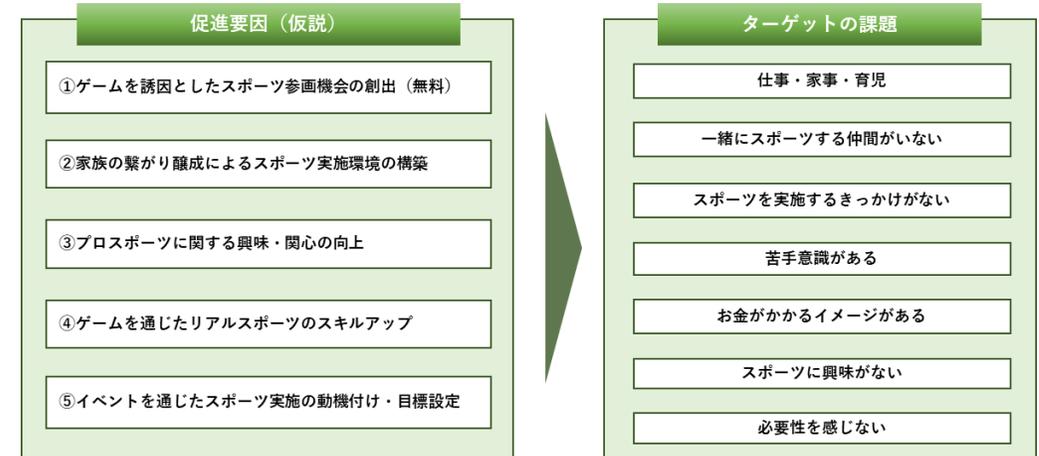
<事前アンケートによる課題把握>



<スポーツ実施阻害要因>

- 1～3位：仕事、家事、育児
- 4位：一緒にスポーツする仲間がない
- 4位：スポーツを実施するきっかけがない
- 6位：運動する場所がない
- 7位：スポーツに苦手意識がある
- 8位：お金がかかるイメージがある
- 9位：スポーツに興味がない
- 9位：スポーツの必要性を感じない

<促進要因（仮説）を踏まえたターゲットの課題解決>



令和3年度 Sport in Life推進プロジェクト (ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業) 事業報告概要

代表団体

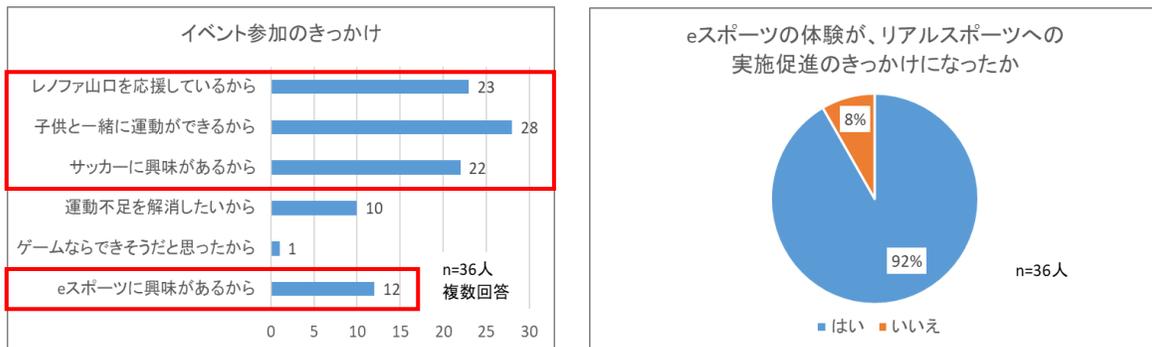
株式会社YMFG ZONEプランニング

事業タイトル

“金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”によるゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

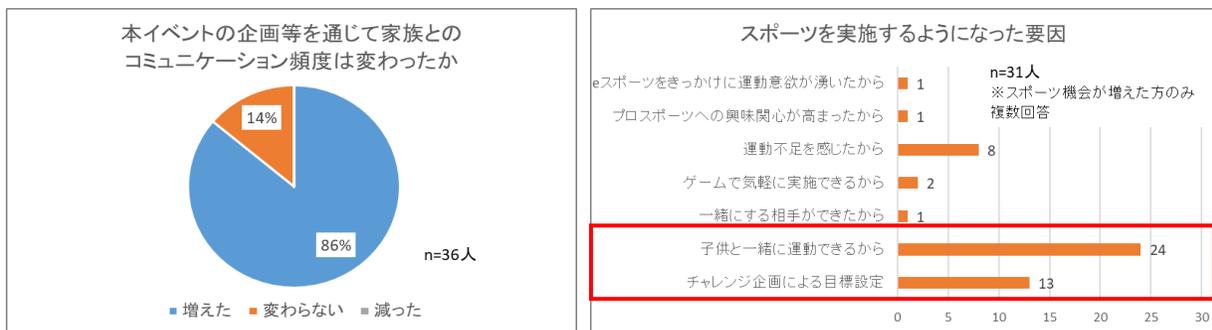
仮説①：ゲームを誘因としたスポーツ参画機会の創出

- 第1回イベント後アンケートの結果、イベントに参加したきっかけとして、「子供と一緒に参加できる」や「レノファ山口FCを応援している」、「サッカーに興味がある」が多く、次いで「eスポーツに興味がある」という回答が挙げられた。また、第2回イベント後アンケートでは、参加者の92%が「eスポーツ体験がリアルスポーツの実施促進のきっかけになった」と回答した。



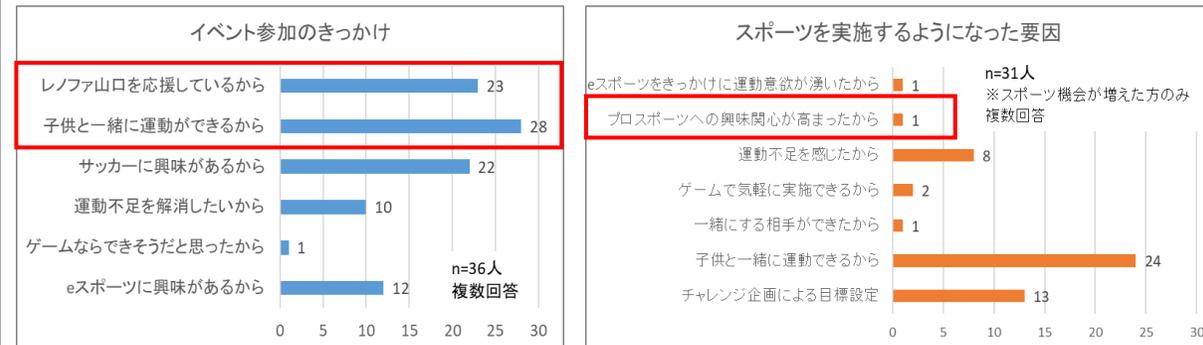
仮説②：家族との繋がり醸成によるスポーツ実施環境の構築

- 親子参加型のスポーツイベントを実施したことで、参加者の86%が「本イベントの企画等を通じて家族とのコミュニケーション頻度が増えた」と回答した。
- また、スポーツを実施するようになった要因として「子供と一緒に運動できるから」との回答が最も多く、次いで「チャレンジ企画による目標設定」という回答が挙げられた。



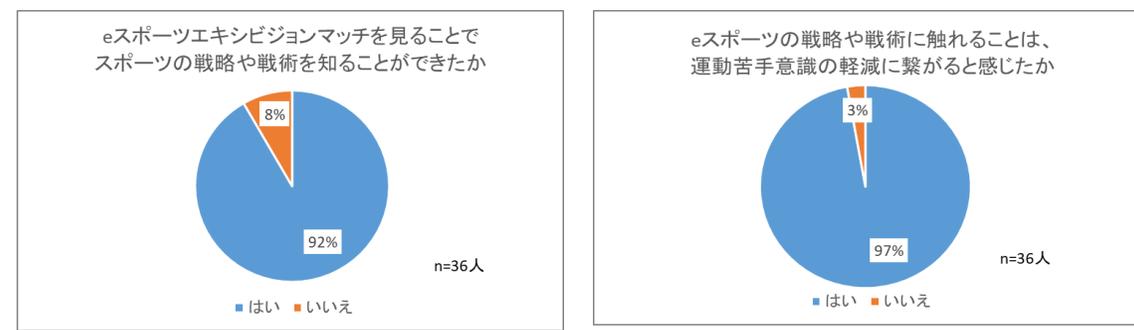
仮説③：プロスポーツに関する興味・関心の向上によるスポーツ参画

- イベント参加のきっかけとして、「子供と一緒に運動できるから」という回答に次いで「レノファ山口FCを応援しているから」という回答が挙げられた。
- 一方で、スポーツ参画の要因として「プロスポーツへの興味関心が高まったから」と回答した件数は1件であった。



仮説④：ゲームを通じたリアルスポーツのスキルアップによる苦手意識軽減

- 「eスポーツエキシビジョンマッチ」では、サッカーを共通点として、分野が異なるトップ選手が各々の対戦スキルを活用し、加えてリアルスポーツの視点で解説者が実況を行った結果、参加者の92%がスポーツの戦略や戦術を知ることができたと回答した。また、97%がeスポーツの戦略や戦術に触れることが苦手意識の軽減に繋がると回答した。



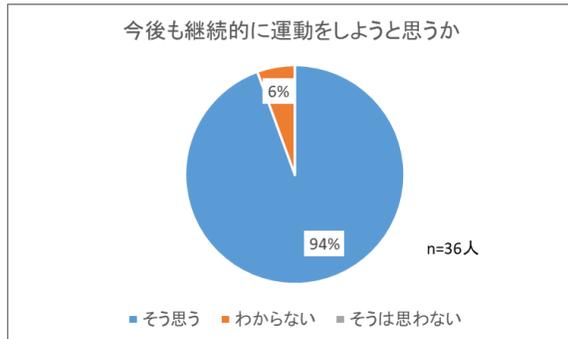
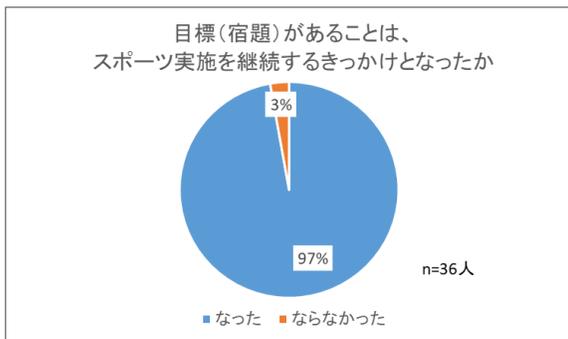
令和3年度 Sport in Life推進プロジェクト (ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業) 事業報告概要

代表団体 株式会社YMFG ZONEプランニング

事業タイトル “金融グループ×eスポーツ×プロサッカーチーム”によるゲーマーのスポーツ参画プロジェクト

仮説⑤：スポーツ実施の動機付け・目標設定によるスポーツ定着化

- 第2回イベント参加後のアンケート結果は、「目標設定を行うことがスポーツ実施を継続するきっかけとなったか」という質問に対し、97%が「なった」と回答した。また、イベント参加者の94%が「今後も継続的に運動しようと思う」という回答となった。



<まとめ>

促進要因(仮説)	効果
①ゲームを誘因としたスポーツ参画機会の創出	・ スポーツ参画のきっかけ
②家族との繋がり醸成によるスポーツ実施環境の構築	・ 家族とのコミュニケーション活発化 ・ スポーツを実施する仲間(家族)
③プロスポーツに関する興味・関心の向上	・ イベント参加のきっかけ
④ゲームを通じたリアルスポーツのスキルアップ	・ スポーツ(サッカー)のスキルアップ ・ スポーツの苦手意識軽減
⑤イベントを通じたスポーツ実施の動機付け・目標設定	・ スポーツ継続のきっかけ ・ スポーツ継続意欲の向上

今後の展開

<本事業の継続や横展開に向けたポイント・課題>

①ターゲット裾野の更なる拡大

本事業の持続的な展開に向けて、地域課題の解決に向けた取組とすることが重要であり、各地域の課題に応じたターゲット層へのアプローチが必要となる。今後の課題として、各自治体と連携し地域の課題抽出を行い、バーチャルとリアルを融合した本事業内のプログラムをフレキシブルにカスタマイズすることで、本事業での20代～40代に対するアプローチと並行し、地域課題解決に応じたターゲット層に対するアプローチが必要となる。

②事業エリアの拡大

本事業の横展開に向けたポイントとして、自治体との連携により地域を巻き込んだ取組とすることが重要であり、各地域の課題解決を図ることで事業エリアを拡大することが望ましい。

③マネタイズ方法の検討

本事業ではバーチャルコンテンツとしてeスポーツを活用しており、ゲーム機材の準備や会場確保などにコストがかかるなど、自走化には活動資金の確保が課題であり、マネタイズ方法の検討が必要となる。

<次年度以降の事業継続や横展開に向けた施策>

①ターゲット裾野の更なる拡大

今後は、40代以下のビジネスパーソンや主婦だけではなく、山口県内の多くの自治体が抱える「高齢者の健康増進」という課題に対し、シニア層に対するアプローチを行うことでターゲットの裾野拡大を図り、高齢者の“健康増進”や“いきがい創出”に繋げていくことを検討することが望ましい。

②事業エリアの拡大

本事業の取組をSNSなどのメディアを活用して対外的に情報発信を行ったことで、山口県内の自治体より本事業の取組を活用した地域での事業連携について相談を受けており、情報発信により本事業に対する反響が見られた。今後は自治体とも連携することで事業エリアの拡大を図ることが望ましい。

③マネタイズ方法の検討

本事業を持続可能な取組とするためには地域課題の解決を目指すことで自走化を図ることが重要であり、そのために自治体と連携し予算を確保することで活動資金を調達する必要がある。また、地域での発信力を有するプロスポーツチームが中心となりスポンサー企業やファンなど、地域を巻き込んだ取組を実施することで持続可能な事業展開を図ることが望ましい。