

リアルとデジタル双方でのスポーツ体験を通じた、スポーツ実施者増加事業

(ターゲット横断的なスポーツ実施者の増加方策事業)

プロジェクトの実施体制

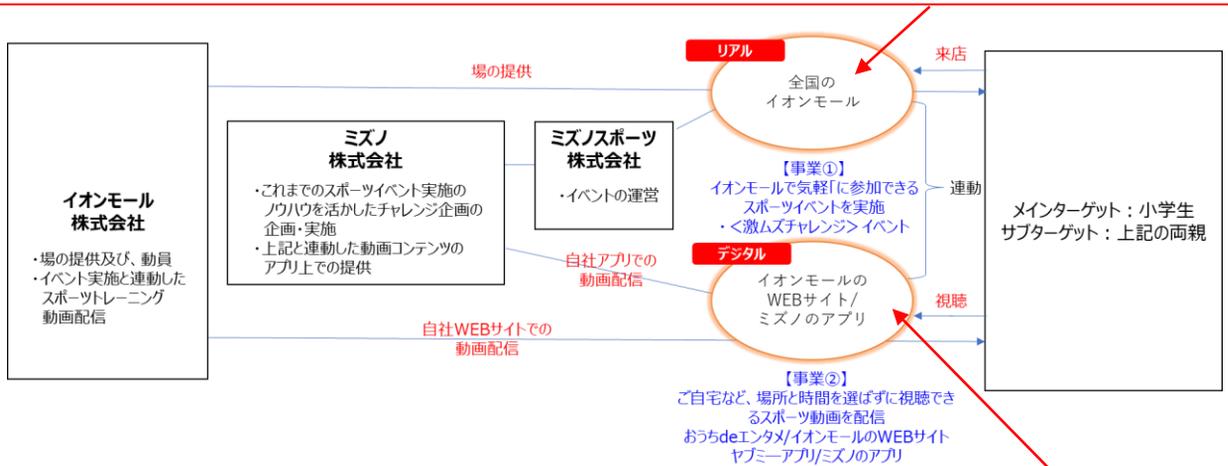
実証フィールド	①全国のイオンモール (全6モール) ②イオンモール株式会社のWEBサイト <おうちdeエンタメ> ③ミズノ株式会社のスポーツ動画アプリ <ヤブミーアプリ>	/イベント実施 /デジタルコンテンツ配信 /デジタルコンテンツ配信
代表団体	株式会社イオンモール*	
構成団体	ミズノ株式会社*	

※「*」はSport in Lifeコンソーシアム加盟団体

プロジェクトの実施概要

ターゲット	①メインターゲット : 子供 (小学生を中心とした男女) ②サブターゲット : メインターゲットを子供に持つ両親 (30代~40代中心)
ターゲットのスポーツ実施阻害要因	要因①スポーツ・健康そのものへの関心度が低い 要因②スポーツに関心はあるが、スポーツ実施の為の場所が限定されている 要因③保護者に子供の運動、スポーツをサポートするノウハウが無い 要因④保護者及び、子供の時間的制約 要因⑤保護者に子供の運動・スポーツ実施をサポートするだけの金銭的余裕が無い
プロジェクト実施内容	<ul style="list-style-type: none"> イオンモールを活用したリアルなスポーツ体験イベントの実施 WEBサイト・アプリを活用したデジタルコンテンツの配信を実施することで、スポーツ実施者増加へつなげる。

要因①スポーツ・健康そのものへの関心度が低い →多目的で来店されるターゲットへの気軽なスポーツコンテンツの提供
 要因②スポーツに関心はあるが、スポーツ実施の為の場所が限定されている →イオンモールにおける場の提供
 要因③保護者に子供の運動、スポーツをサポートするノウハウが無い →ミズノのスポーツ関連ノウハウの提供
 要因④保護者及び、子供の時間的制約 →お買い物、お食事ついでの楽しめるコンテンツ
 要因⑤保護者に子供の運動・スポーツ実施をサポートするだけの金銭的余裕が無い →無料でイベント実施



要因①スポーツ・健康そのものへの関心度が低い →動画で気軽に
 要因②スポーツに関心はあるが、スポーツ実施の為の場所が限定されている →場所を選ばないで楽しめるコンテンツ
 要因③保護者に子供の運動、スポーツをサポートするノウハウが無い →ミズノのスポーツ関連ノウハウの提供
 要因④保護者及び、子供の時間的制約 →時間を選ばずに楽しめるコンテンツ
 要因⑤保護者に子供の運動・スポーツ実施をサポートするだけの金銭的余裕が無い →無料で動画配信

本事業の最大の特徴として、

<リアル> イオンモールを活用した、リアル環境でのスポーツ体験イベントの実施

→実際にスポーツ体験をすることによる、スポーツを好きになるきっかけ作り

<デジタル> WEBサイトやアプリを活用したスポーツ体験コンテンツ配信

→自宅など、モール以外の環境でのスポーツ体験

の双方向で、スポーツ体験の提供があげられ、時間や場所を有効活用しながらスポーツの楽しさを感じていただくことで、相乗効果を発揮しながら、より効果的にスポーツ実施者の増加に寄与する。

実施内容の報告

〇リアルでの実施内容報告

11月末時点での実施完了4モール合計の参加者数

- ・実施コンテンツ : <激ムズチャレンジ> イベント → サッカー・バドミントン・卓球の3種目の実施
- ・参加者数 : <激ムズ! サッカーチャレンジ> 832名 <激ムズ! バドミントン> 595名
<激ムズ! 卓球> 386名 → 合計 1,813名

→ 想定参加者数は、サッカー600名+バドミントン400名+卓球300名=1,300名の為、想定を大きく上回って推移。

・アンケート結果 (アンケート回収数957枚)

①何回目のチャレンジですか？

2回目以上	初回
112	845
11.7%	88.3%

112名の方が2回以上のチャレンジをされ、リピート率は13.3%。また、内3回以上チャレンジされた方が34名と、高い難易度が複数回のチャレンジにつながっている。

②参加したキッカケを教えてください

モール内告知物	通りかかって	おうちdeエンタメを見て	yabmeアプリ	未回答
138	721	47	2	49
14.4%	75.3%	4.9%	0.2%	5.1%

「通りかかって」の参加者が多く、多目的で来店されるお客さまに対して、無料で気軽にスポーツ体験が可能な内容が、スポーツへの参加、関心度向上につながっている。また、デジタルからの動員も5%程度の押し上げ効果を発揮。

③性別・年齢

男性	女性	未回答
546	387	24
57.1%	40.4%	2.5%

未就	小1~2	小3~4	小5~6	中学	16~19
72	92	76	73	59	66
7.5%	9.6%	7.9%	7.6%	6.2%	6.9%
20代	30代	40代	50代	60代	未回答
94	163	169	47	37	9
9.8%	17.0%	17.7%	4.9%	3.9%	0.9%

男女比、年齢構成比共に想定通り。
メインターゲットとした小学生+サブターゲットである、その両親(30~40代)が中心。

④イベントに参加してスポーツが好きになりましたか？

好きになった	どちらかと言えば好きになった	変わらない	どちらかと言えば嫌いになった	嫌いになった	未回答
460	156	212	1	2	14
54.4%	18.5%	25.1%	0.1%	0.2%	1.7%

「やや」も含めると、約73%の参加者が好きになったと回答。最低目標である50%を大きく上回り、スポーツを好きになるきっかけ作りとして効果を発揮。

⑤イベントの参加してスポーツの実施時間を増やしてみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
439	287	42	63	14
52.0%	34.0%	5.0%	7.5%	1.7%

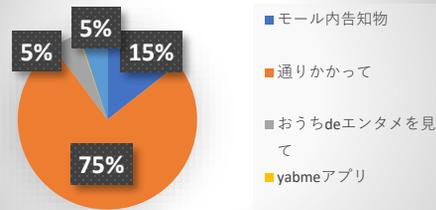
「やや」も含めると、約86%の参加者が実施時間を増やしたいと回答。こちらも想定を大きく上回り、参加者の実施意欲向上につながっている。

⑥デジタルコンテンツを自宅等での利用してみようと思いませんか？

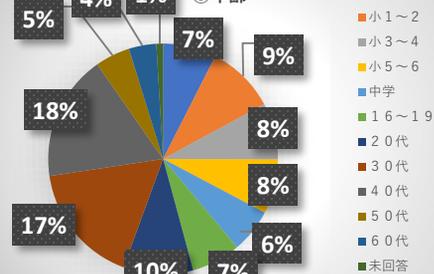
そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
296	310	104	121	14
35.0%	36.7%	12.3%	14.3%	1.7%

「やや」も含めると、約71%の参加者が利用したいと回答。コロナ禍の状況もあり、時間や場所を選ばない形で手軽にスポーツに取り組めるコンテンツのニーズは高いと考えられる。

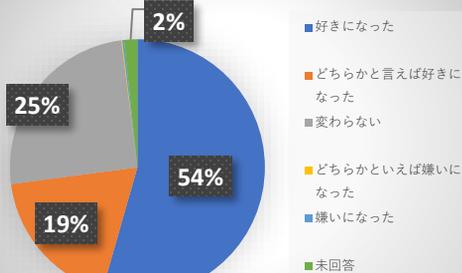
②参加したキッカケ



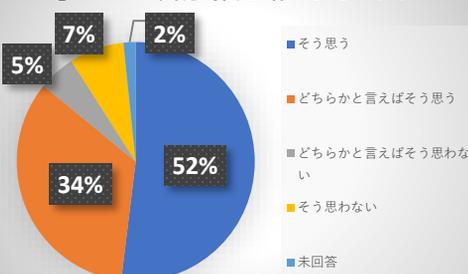
③年齢



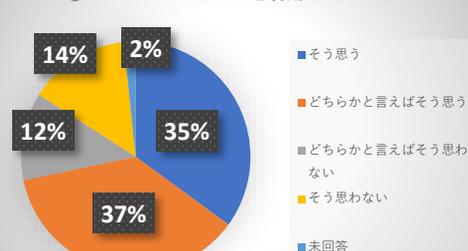
④スポーツが好きになったか？



⑤スポーツ実施時間を増やしたいか？



⑥デジタルコンテンツを利用したいか？



○モール別参考資料

①イオンモール京都桂川

- ・実施コンテンツ : <激ムズ! バドミントン> <激ムズ! 卓球>
- ・参加者数 : <激ムズ! バドミントン> 296名
<激ムズ! 卓球> 191名
合計 487名

→想定参加者数は、バドミントン200名+卓球150名=350名の為、想定を大きく上回る参加者数を記録。

・実施風景



全体



バドミントン



卓球

・アンケート結果 (アンケート回収数165枚)

①何回目のチャレンジですか？

2回目以上	初回
10	155
6.1%	93.9%

②参加したキッカケを教えてください

モール内告知物	通りかかって	おうちdeエンタメを見て	yabmeアプリ	未回答
19	121	3	0	22
11.5%	73.3%	1.8%	0.0%	13.3%

③性別・年齢

男性	女性	未回答
73	89	3
44.2%	53.9%	1.8%

未就	小1~2	小3~4	小5~6	中学	16~19
4	13	12	9	15	8
2.6%	8.6%	7.9%	6.0%	9.9%	5.3%
20代	30代	40代	50代	60代	未回答
16	32	30	10	16	0
10.6%	21.2%	19.9%	6.6%	10.6%	0.0%

④イベントに参加してスポーツが好きになりましたか？

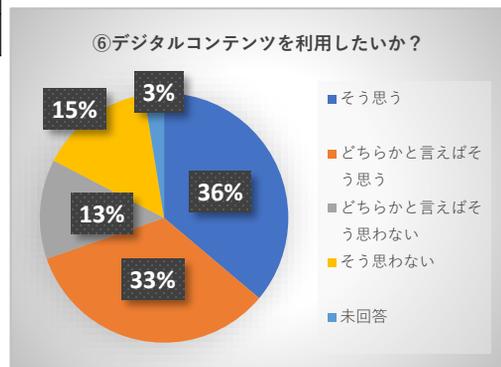
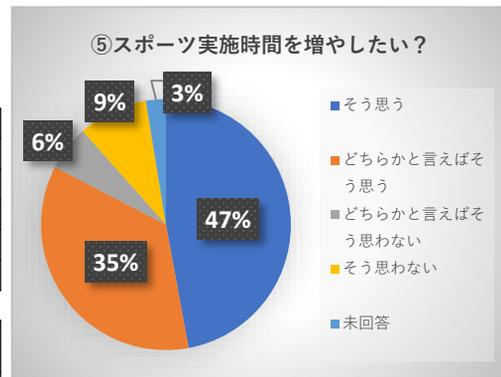
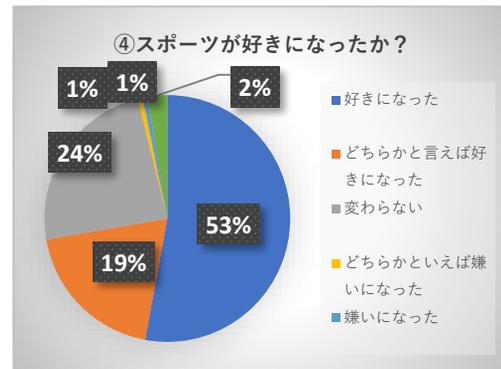
好きになった	どちらかと言えば好きになった	変わらない	どちらかと言えば嫌いになった	嫌いになった	未回答
82	30	37	1	1	4
54.3%	19.4%	23.9%	0.6%	0.6%	2.6%

⑤イベントの参加してスポーツの実施時間を増やしてみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
73	55	9	14	4
48.3%	35.5%	5.8%	9.0%	2.6%

⑥デジタルコンテンツを自宅等での利用してみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
56	52	20	23	4
37.1%	33.5%	12.9%	14.8%	2.6%



「やや」も含めると参加者のうち、約73%のお客さまがスポーツが好きになったと答え、約83%がスポーツ実施時間を増やしてみようと思うと回答。実施4モール中、50代以上の年配者の参加者割合が最も多く、幅広い年代に楽しんでいただけた。

②イオンレイクタウン

- ・実施コンテンツ : <激ムズ! サッカー>
- ・参加者数 : <激ムズ! サッカー> 432名
合計 432名

→想定参加者数は、300名の為、想定を大きく上回る参加者数を記録。

・実施風景



全体



サインージ演出



チャレンジ風景

・アンケート結果 (アンケート回収数218枚)

①何回目のチャレンジですか？

2回目以上	初回
11	207
5.0%	95.0%

②参加したキッカケを教えてください

モール内告知物	通りかかって	おうちdeエンタメを見て	yabmeアプリ	未回答
32	170	4	0	12
14.7%	78.0%	1.8%	0.0%	5.5%

③性別・年齢

男性	女性	未回答
156	54	8
71.6%	24.8%	3.7%

未就	小1~2	小3~4	小5~6	中学	16~19
21	28	25	18	8	25
9.6%	12.8%	11.5%	8.3%	3.7%	11.5%
20代	30代	40代	50代	60代	未回答
32	24	29	6	2	0
14.7%	11.0%	13.3%	2.8%	0.9%	0.0%

④イベントに参加してスポーツが好きになりましたか？

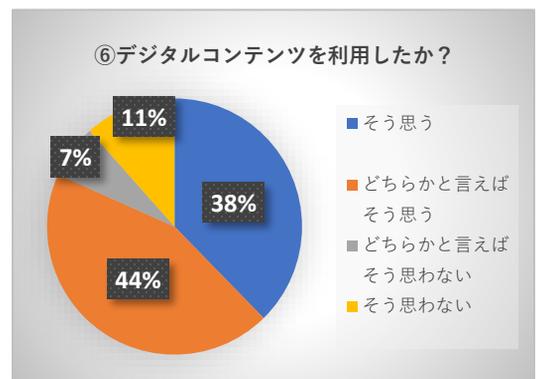
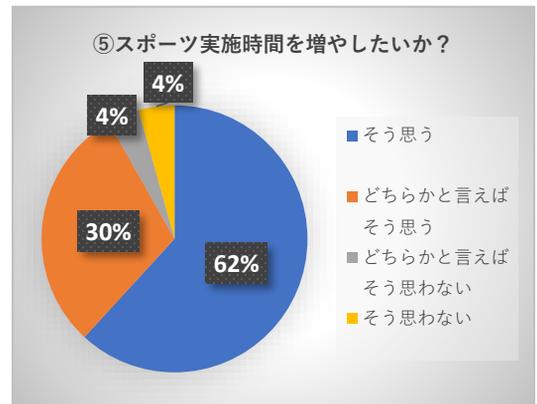
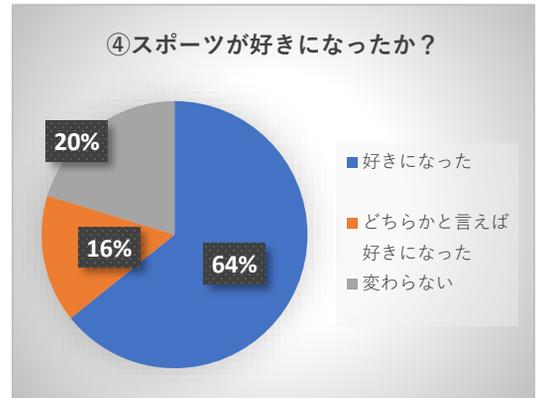
好きになった	どちらかと言えば好きになった	変わらない	どちらかと言えば嫌いになった	嫌いになった	未回答
133	32	42	0	0	0
64.3%	15.5%	20.3%	0.0%	0.0%	0.0%

⑤イベントの参加してスポーツの実施時間を増やしてみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
128	62	8	9	0
61.8%	30.0%	3.9%	4.3%	0.0%

⑥デジタルコンテンツを自宅等での利用してみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
78	91	14	24	0
37.7%	44.0%	6.8%	11.6%	0.0%



「やや」も含めると参加者のうち、約79%のお客さまがスポーツが好きになったと答え、約92%がスポーツ実施時間を増やしてみようと思うと回答。実施4モール中、最も参加者が全世代に分散して分布しており、意欲の向上割合も最も良い結果となる。

②イオンモール橿原

- ・実施コンテンツ : <激ムズ! サッカー>
- ・参加者数 : <激ムズ! サッカー> 400名
合計 400名

→想定参加者数は、300名の為、想定を大きく上回る参加者数を記録。

・実施風景



全体



チャレンジ風景



チャレンジ風景

・アンケート結果 (アンケート回収数206枚)

①何回目のチャレンジですか？

2回目以上	初回
6	200
2.9%	97.1%

②参加したキッカケを教えてください

モール内告知物	通りかかって	おうちdeエンタメを見て	yabmeアプリ	未回答
16	175	4	2	9
7.8%	85.0%	1.9%	1.0%	4.4%

③性別・年齢

男性	女性	未回答
133	68	5
64.6%	33.0%	2.4%

未就	小1~2	小3~4	小5~6	中学	16~19
25	28	14	17	6	14
12.1%	13.6%	6.8%	8.3%	2.9%	6.8%
20代	30代	40代	50代	60代	未回答
25	42	25	5	5	0
12.1%	20.4%	12.1%	2.4%	2.4%	0.0%

④イベントに参加してスポーツが好きになりましたか？

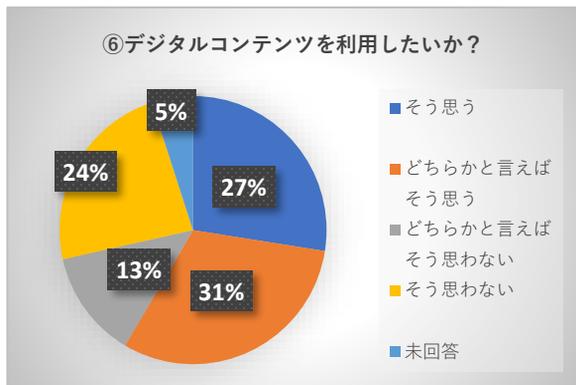
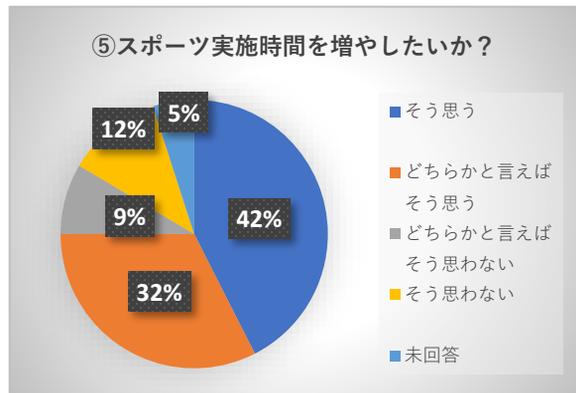
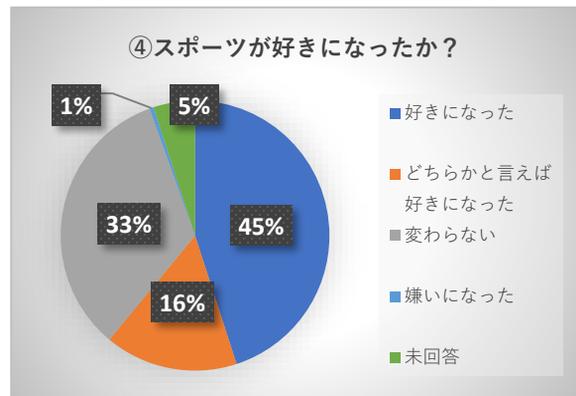
好きになった	どちらかと言えば好きになった	変わらない	どちらかと言えば嫌いになった	嫌いになった	未回答
90	32	67	0	1	10
45.0%	16.0%	33.5%	0.0%	0.5%	5.0%

⑤イベントの参加してスポーツの実施時間を増やしてみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
85	65	17	23	10
42.5%	32.5%	8.5%	23.0%	5.0%

⑥デジタルコンテンツを自宅等での利用してみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
55	62	26	47	10
27.5%	31.0%	13.0%	23.5%	5.0%



「やや」も含めると参加者のうち、約61%のお客さまがスポーツが好きになったと答え、約75%がスポーツ実施時間を増やしてみようと思うと回答。未就学児～小学校低学年の割合が、他のモールと比較して高く、難易度が高すぎた可能性がある為、今後の実施モールについては対象年齢別に難易度を調整する等のオペレーション変更を実施。

④イオンモール神戸南

- ・実施コンテンツ : <激ムズ! バドミントン> <激ムズ! 卓球>
- ・参加者数 : <激ムズ! バドミントン> 299名
<激ムズ! 卓球> 195名
合計 494名

→想定参加者数は、バドミントン200名+卓球150名=350名の為、想定を大きく上回る参加者数を記録。

・実施風景



全体



バドミントン



卓球

・アンケート結果 (アンケート回収数368枚)

①何回目のチャレンジですか？

2回目以上	初回
85	283
23.1%	76.9%

②参加したキッカケを教えてください

モール内告知物	通りかかって	おうちdeエンタメを見て	yabmeアプリ	未回答
71	255	36	0	6
19.3%	69.3%	9.8%	0.0%	1.6%

③性別・年齢

男性	女性	未回答
184	176	8
50.0%	47.8%	2.2%

未就	小1~2	小3~4	小5~6	中学	16~19
22	23	25	29	30	19
6.0%	6.3%	6.8%	7.9%	8.2%	5.2%
20代	30代	40代	50代	60代	未回答
21	65	85	26	14	9
5.7%	17.7%	23.1%	7.1%	3.8%	2.4%

④イベントに参加してスポーツが好きになりましたか？

好きになった	どちらかと言えば好きになった	変わらない	どちらかと言えば嫌いになった	嫌いになった	未回答
155	62	66	0	0	0
54.8%	21.9%	23.3%	0.0%	0.0%	0.0%

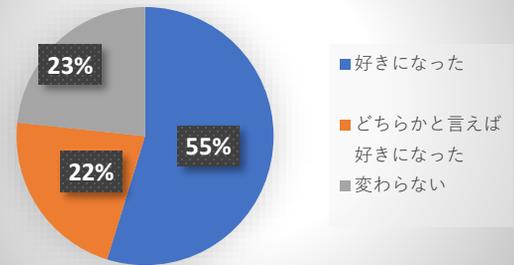
⑤イベントの参加してスポーツの実施時間を増やしてみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
153	105	8	17	0
54.1%	37.1%	2.8%	23.0%	0.0%

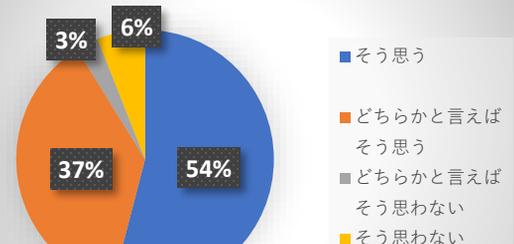
⑥デジタルコンテンツを自宅等での利用してみようと思いませんか？

そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない	未回答
107	105	44	27	0
37.8%	37.1%	15.5%	9.5%	0.0%

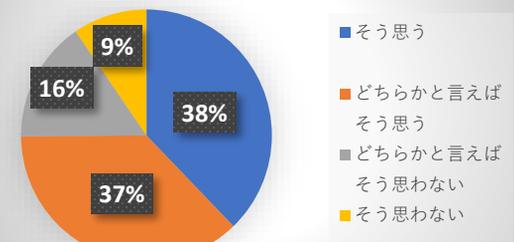
④スポーツが好きになったか？



⑤スポーツ実施時間を増やしたいか？



⑥デジタルコンテンツを利用したいか？



「やや」も含めると参加者のうち、約76%のお客さまがスポーツが好きになったと答え、約91%がスポーツ実施時間を増やしてみようと思うと回答。実施4モール中、最もリピート率が高く、チャレンジ回数が最も多い結果であり、スポーツ意欲向上につながっている。

実施内容の報告

○デジタルでの実施内容報告

10月30日～11月末時点での動画コンテンツの状況

(1) イオンモール/おうちdeエンターテインメント 激ムズチャレンジ特設ページ

→モールにて開催の激ムズチャレンジの成功につながる、手軽にできるトレーニング動画を、サッカー・バドミントン・卓球の3種目に合わせて、アスリート編及び、ミズノのトレーナー編の2種類配信。

※下記参照

ページトップ



サッカー

アスリート編



大島僚太選手
中村憲剛選手



岡崎慎司選手
吉田麻也選手

トレーナー編



バドミントン

アスリート編



奥原希望選手

トレーナー編



卓球

アスリート編



長崎美柚選手

トレーナー編



・視聴回数

種目	演者	視聴回数	種目	演者	視聴回数	種目	演者	視聴回数
サッカー	合計	274	バドミントン	合計	307	卓球	合計	567
	大島選手・中村選手	112		奥村選手	189		長崎選手	483
	岡崎選手・吉田選手	76		ミズノトレーナー	118		ミズノトレーナー	84
	ミズノトレーナー	86						

合計7本の動画を配信し、総視聴回数は1,148回を記録。場所や時間的制約がある中での、気軽に体験することができるスポーツコンテンツとして有効に機能している。なお、リアルとデジタルの連携状況については、
 パターン① <モールでのイベント参加→おうちdeエンタメページ> →56名 ※配布チラシのQRコードからの誘引数
 パターン② <おうちdeエンタメページ→モールでのイベント参加> →54名 ※実施アンケートより集計
 で推移。残期間については、イベント実施モールのHP及びアプリ上での、WEBページ告知強化、及び、イベント実施時のオペレーション変更等を実施し、さらなる相乗効果を狙う。

(2) ミズノ/yabmeアプリ 激ムズチャレンジ特設ページ

→モールにて実施をする3種目のコンテンツに、実際にアスリートがチャレンジした動画を配信するとともに、お客さま自らもチャレンジ動画やトレーニング動画を投稿することを可能とすることで、顧客参加型のデジタルコンテンツとして提供。

ページトップ



サッカー



大島僚太選手 岡崎慎司選手
中村憲剛選手 吉田麻也選手

バドミントン



奥原希望選手

卓球



長崎美柚選手

・視聴回数

種目	演者	視聴回数	種目	演者	視聴回数	種目	演者	視聴回数
サッカー	大島選手・中村選手・岡崎選手・吉田選手	300	バドミントン	奥村選手	236	卓球	長崎選手	300

合計4本の動画を配信し、総視聴回数は836回を記録。
 ユーザー数も、イベント開始前の約1,000名から、1,350名に増加しており、デジタル上での顧客化につながっている。
 ただし、チャレンジ動画の投稿数については、投稿することのハードルがネックとなり、現状0件。残期間については、イベント会場にて、アプリ登録→動画撮影→投稿までの作業をフォローするオペレーションを組みこみ、さらなるユーザー拡大と動画投稿につなげる。