

**令和2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)**

**親子でたくさん遊んで
未来を創る元気な子どもを育む
「蒺いきいきキッズプロジェクト」**

株式会社ルネサンス

2021年2月12日

蕨いきいきキッズプロジェクト

運動遊びをテーマに、蕨市在住の子どもやその保護者を対象として、子どもが楽しいと思えるような運動経験を提供するとともに、子どもの運動に関する保護者のリテラシーの向上を図る。また、親子で楽しめる運動遊びを提供し、保護者の運動習慣の定着を図る。

- ①市内の保育施設や運動施設において運動遊びプログラムを提供。
- ②蕨市などのホームページやSNSを活用して運動遊びに関する情報発信を行い、家庭での継続支援。
- ③子育て勉強会を開催し、子どもの運動に関するリテラシーを向上。



事業概要

実証フィールド	埼玉県蕨市
代表団体	株式会社ルネサンス*
構成団体	埼玉県蕨市*、株式会社クレメンティア* [*はコンソーシアム加盟団体]

ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ○主なターゲット ・蕨市在住の①子ども（0-5歳の未就学児）、およびその保護者となる子育て世代（②女性・③ビジネスパーソン）。 ・上記ターゲットのボリューム：最大未就学児約3,300人、保護者：約4,500人（②女性・③ビジネスパーソン）。
-------	--

プロジェクト実施内容

- 本プロジェクトの実施内容
- 事業①. プレイリーダーが保育園3～5歳児に対して運動遊びを提供するモデル事業を実施
- 事業②. 公立保育園の0～2歳児親子への運動遊びを提供するモデル事業の実施
- 事業③. 地域の運動施設で、子育て情報と運動遊びを提供する、運動を通した子育て拠点の構築
 - (1)親子運動遊びイベントを対面（少人数）＋オンライン配信で実施
 - (2)市民団体とルネサンスが協力して、子育て情報の紹介するイベントを開催
- 事業④. 子育て勉強会の開催
 - (1)市内全保育園保育士を対象に「子どもとの運動遊び」研修を動画で実施
 - (2)オンライン子ども子育て勉強会
- 事業⑤. 市のホームページを活用した運動遊びに関する情報発信
 - (1)運動遊び動画の定期配信
 - (2)市民が参加して作成した運動遊び動画を配信
- 事業⑥. 市民の運動遊びの実践のSNS配信による運動遊び訴求



蕨いきいきキッズプロジェクト
YouTubeチャンネル QRコード



YouTube配信動画



2. スポーツ実施頻度や実施意欲の改善効果

効果検証の概要

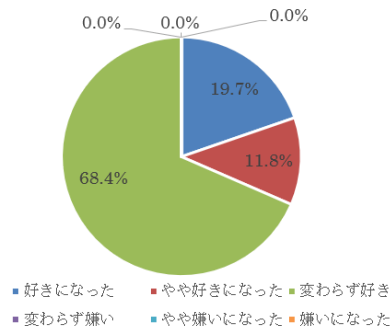
ターゲット	現状	目標	実績	効果検証方法
子供	運動が好きな子どもの割合 68.4%	運動を楽しんでいる ：80%以上	運動が好きな子どもの割合 100%となり、達成	事後、追跡のアンケート 調査結果から分析
	1日の運動時間 30分未満 の割合 48.7%	1日の運動時間増加の割合：事 前+10%以上改善	1日の運動実施時間が増えた割合10.5%（1日の運 動時間30分未満の割合40.8%）で達成	事後、追跡のアンケート 調査結果から分析
女性	親子イベント参加者の週1回 の運動実施の割合 26.7%	週1回の運動習慣化 ：現状+10%以上改善	親子イベント参加者の週1回の運動実施の割合 33.3%（+6.6%）で未達	事後、追跡のアンケート 調査結果から分析
	事業前の状況について設問未 設定	子どもの運動遊びの必要性を理解 するきっかけになった：80%以上	子どもの運動遊びの必要性を理解するきっかけになっ たと回答した割合 85%で達成	事後、追跡のアンケート 調査結果から分析

効果検証の結果

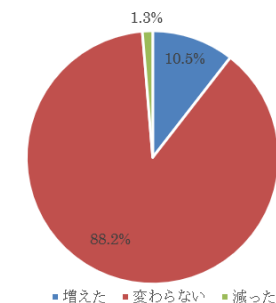
ターゲット ①

プログラム終了から2か月経過後のアンケートで実施前と比べて運動（遊び）が「好きになった」19.7%、「やや好きになった」11.8%と3割以上の改善がみられ、変わらず好きを含めると100%が運動を好きと回答した。またスポーツの実施時間に関する設問について、1日の運動時間が増加したと回答した割合は10.5%と目標とする10%の達成につながった。さらに、1日の運動時間30分未満の割合48.7%→40.8%に減少した。

図表 運動に対する意識の変化（子ども）(n76)



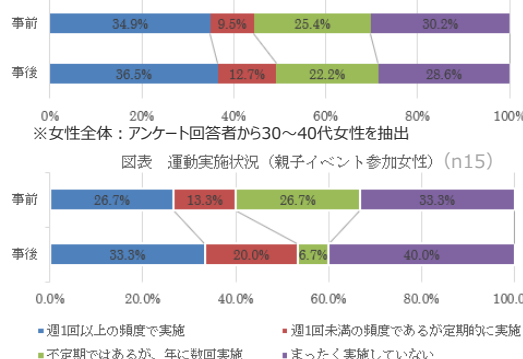
図表 子ども運動実施時間の変化（n76）



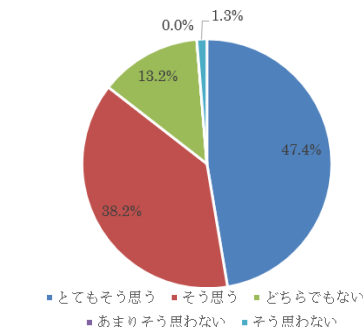
ターゲット ②

- 女性のプログラム実施前と実施2か月経過後を比較すると、運動の実施状況に関する設問について、週1日以上実施していると回答した割合は全体では34.9%から36.5%に上昇、親子のプログラム参加者のみでは26.7%から33.3%に上昇した。
- 「事業に参加して子どもの運動遊びの必要性についての理解するきっかけになったか」の問に対し、「とてもそう思う 44%」「そう思う 41%」と85%がきっかけになったと回答した。

図表 運動実施状況（女性全体）(n63)



図表 子どもの運動遊びの必要性についての理解（n63）



3. スポーツ実施改善の要因の分析（阻害要因や促進要因の仮説検証）

スポーツ実施改善要因の分析結果概要

効果スポーツ実施の阻害要因（事業実施前の仮説）	効果スポーツ実施の促進要因（検証結果）
阻害要因① 運動に対する苦手意識により、運動離れが起きている	●子どもに関わる大人への、運動遊びに対する理解を深める機会の提供 体を動かすことが楽しいと感じ主体的に取り組む姿勢を引き出す運動遊び機会を提供。
阻害要因② 子育てをしながら親本人の運動時間の確保が困難	●運動遊びにより子育て世代の運動機会を創出 運動遊びが子どもの成長や自身の爽快感につながることに気づき、子どもと一緒に体を動かすことで子育てにかかる時間を自身の運動につなげるための楽しく体を動かす機会の提供。
阻害要因③ 新型コロナウイルスの影響で、リアルな場で集まって遊ぶことが困難	●体を動かして遊ぶ環境を提供 ソーシャルディスタンスを確保した少人数のリアルイベントをオンラインのライブおよび見逃し配信。運動遊びの定期配信や市民団体による「みんなで作る運動遊び」動画の配信による運動遊びの機会を提供。

スポーツ実施改善要因の分析結果詳細

阻害要因①（ターゲット：子ども）	阻害要因②（ターゲット：女性）	阻害要因③（ターゲット：子ども、女性）
<ul style="list-style-type: none"> 子どもの運動に対する意欲が改善された割合は55.3%と、半数以上が本事業により意欲向上につながったと回答した。 改善の理由として「プレイリーダーとの運動遊びが楽しかった35.7%」「家庭での親子遊びが増えた38.1%」と、ターゲットのスポーツ実施状況の改善に寄与している要因は「周囲の大人の関わり」であることが示唆された。 	<p>運動実施状況が「週1回未満の親子イベント参加者」の運動に対する意欲を調査したところ、9割が意欲を持ったと回答した。その理由として「子どもと一緒に遊ぶために体力が必要と感じた」が55%を占めたことから、子どもと一緒に運動遊びをすることが自身の体力状況の把握につながり、子育て世代女性の運動習慣化のきっかけになることを示唆している。また、意欲を持ったと回答した全員が運動遊びで感じた事で、「子どもの頑張る姿を見ることができてうれしい」を選択しており、親本人が「楽しいと感じた」を上回った。</p>	<p>アンケートで回答者の動画参加の件数は4件であったため、動画による運動実施効果の把握をアンケート結果から得ることは困難であると考え、YouTubeで配信した運動遊び動画の実際の視聴数は定期配信で689件、イベント動画の視聴数348件と、また、みんなで作る運動遊び1,223件とコロナ禍でイベントの中止や戸外で自由に遊ぶことが困難な社会環境において、運動遊びの機会につながっており、運動実施に一定の影響があることが示唆された。</p>
<p>図表 運動に対する意欲の変化 (n76)</p> <p>図表 事業後の運動遊び意欲向上の理由 (n42)</p>	<p>図表 運動に対する意欲（女性 親子イベント参加者） (n10)</p> <p>図表 運動意欲の理由（女性 親子イベント参加者） (n10)</p>	<p>図表 リアル＆ライブ親子運動遊びイベント参加数</p> <p>親子運動遊びイベント リアル参加数：23組 定員：30組（10組×3回） 動画視聴数：348回 1回目：136件 2回目：98件 3回目：114件</p>

事業継続や横展開に向けたポイント、課題

- 横展開につながるポイント
 - 本事業に取り組むことにより、市で活動する子育て支援団体と協力した、「かけっこ教室」や「テニス教室」の開催につながり、新たな運動機会創出になった。
- 事業効果拡大のための課題
 - 子どもの運動実施のポイントとなる保護者へのアプローチをチラシ中心で行ったため、事業の浸透が難しかったと感じた。ターゲットに対面で直接アプローチをする機会を作ることが事業効果拡大のポイントとなると考える

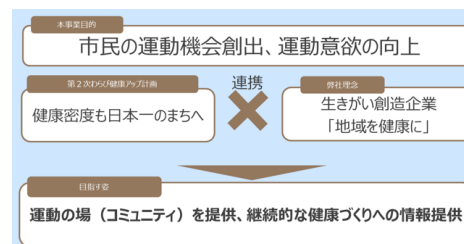
次年度以降の事業継続、横展開の計画

■ 行政と連携し、自治体の多様な部署のニーズを検討しながら行うことで、ターゲット層を広げ、多世代の社会課題（子どもの体力低下や医療費高騰など）解決のための施策に取り組むことで事業構築し継続につなげる。

■ 具体的な次年度以降の取組み

住民が、専門性の高いトレーナーの指導のもとにスポーツクラブの施設を利用することで、「運動機会の創出」や「運動意欲向上」を図る取組みを自治体の自主財源により計画しており、本事業をきっかけにターゲットを未就学児から高齢者まで広げ、「運動の場」や「継続的な健康づくりの情報」を提供を進める。

今後、第2次わらび健康アップ計画の方針でもある「健康密度も日本一のまちへ」の実現に向けて自治体と協力して推進を図る。



今後の事業展開に向けて期待される sport in Life プロジェクトにおける取組

- SDG s ラボなどのプラットフォームと情報連携をいただき、必要としているフィールドや事業者との事業連携がしやすくなることを期待します。