

令和2年度 Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ実施を阻害する課題解決のための実証実験)
「親子のオンライン運動あそびを通じて、子どもならびに
運動無関心層（成人）の運動機会の増加を目指す事業」

事業報告書

令和3年2月

株式会社ティップネス

令和2年度 Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ実施を阻害する課題解決のための実証実験)
「親子のオンライン運動あそびを通じて、子どもならびに運動無関心層（成人）の運動
機会の増加を目指す事業」
事業報告書

目次

本事業の目的	1
1. 本事業の実施概要	2
(1) 本事業のターゲット	2
(2) ターゲットのスポーツ実施の阻害要因、促進要因（事業実施前の仮説）	3
(3) 本事業で期待される効果	4
2. 本事業の実施内容	5
(1) 事業の実施概要	5
(2) 事業の実施結果	7
3. 本事業の実施体制	28
(1) 本事業の実施体制	28
(2) 本事業の実施スキーム	28
4. 事業の実施効果（スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果）	29
(1) 効果検証方法	29
(2) 効果検証の結果	30
5. 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）	37
6. 今後の事業展開予定	46
(1) 事業継続や横展開に向けたポイント、課題	46
(2) 次年度以降の事業継続、横展開の計画	47
(3) 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	47
7. 終わりに	48

本事業の目的

本事業は、スポーツ参画人口の拡大に向けて、Sport in Life コンソーシアム加盟団体が連携・協働して実施する取組を後押しするとともに、先進事例を形成することにより、全国各地にスポーツ参画人口の拡大に向けた取組を展開するためのモデルを創出することを目的に実施したものである。

代表団体株式会社ティップネスでは、過去4年程度かけて子どもたちの運動あそび（身体を使った遊びを通じて子どもたちの運動能力発達を目指すプログラム提供）を行っている。その活動を通じて、子どもたちの運動あそびに保護者も参加してもらうことで、自発的には運動を積極的に実施しない運動スポーツ無関心層（成人）にも身体を動かしてもらう機会提供につながることがわかってきた。つまり、子どもを喜ばせるために保護者にも教室において子どもと一緒に遊んでもらうことで、子どもだけでなくその保護者の運動機会にもなるのである。そのため、株式会社ティップネスでは現在親と子両方の運動機会提供を目的とする親子運動あそび教室を自社運営施設ならびに自治体施設（出張指導）などで展開している。

また、コロナウイルスの影響が長期化するでも子どもたちが身体を動かすことのできる環境づくりが求められている。

そのため、今回は、株式会社ティップネスのこれまでの親子運動あそび事業のノウハウ・実績を用いて、オンラインでの親子運動あそび教室の実証（運用テストと効果検証）を行い、三密を避けながらも子どもならびに成人が身体を動かす機会を確保できるサービス構築を目指すことを本事業の目的とした。

1. 本事業の実施概要

(1) 本事業のターゲット

本事業のターゲットは以下の通りである。

- ① 「子ども」→2歳から5歳程度の子ども（男女）
- ② 「ビジネスパーソン」→30代から40代の男性。子どもがいる有職者。
- ③ 「女性」→20代から30代の女性。
有職者（フルタイムあるいはパートタイム）で、子どもがいる方。

対象ターゲット設定の理由

今回は子どもと一緒に自宅で遊ぶ時間を持つことで、子どもならびに「運動スポーツ無関心層（ビジネスパーソン・女性）」に運動スポーツ実施機会を提供することを目指す。オンライン教室に参加してもらった実証事業であるため、オンライン教室参加に適する子どもの年齢（2歳から5歳程度）とその保護者の代表的な年齢層を対象ターゲットとした。

ターゲットの人口規模やスポーツ実施の現状を以下に図示する。

参考文献：総務省「人口推計」「国勢調査」、スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」、笹川財団「全国調査からみる子どもの運動・スポーツの現状と課題」

図表 1 ターゲットの人口規模やスポーツ実施の現状

本事業のターゲット像	ターゲットの人口規模	スポーツ実施の現状
子ども 2～5歳(就学前) 男女	2-5歳男女の人口3,899千人	運動実施頻度(非実施群+低頻度群) 24.3%
ビジネスパーソン(男性) 30-40代 有職者 子どもあり	対象年齢の男性人口1643万人×有職率93%×子どもがいる割合24%=3,667千人	週1日以上の運動スポーツ実施率 49.65%
女性 20-30代 有職者 子どもあり	対象年齢の女性人口1305万人×有職率78%×子どもがいる割合24%=2,443千人	週1日以上の運動スポーツ実施率 41.8%

(2) ターゲットのスポーツ実施の阻害要因、促進要因（事業実施前の仮説）

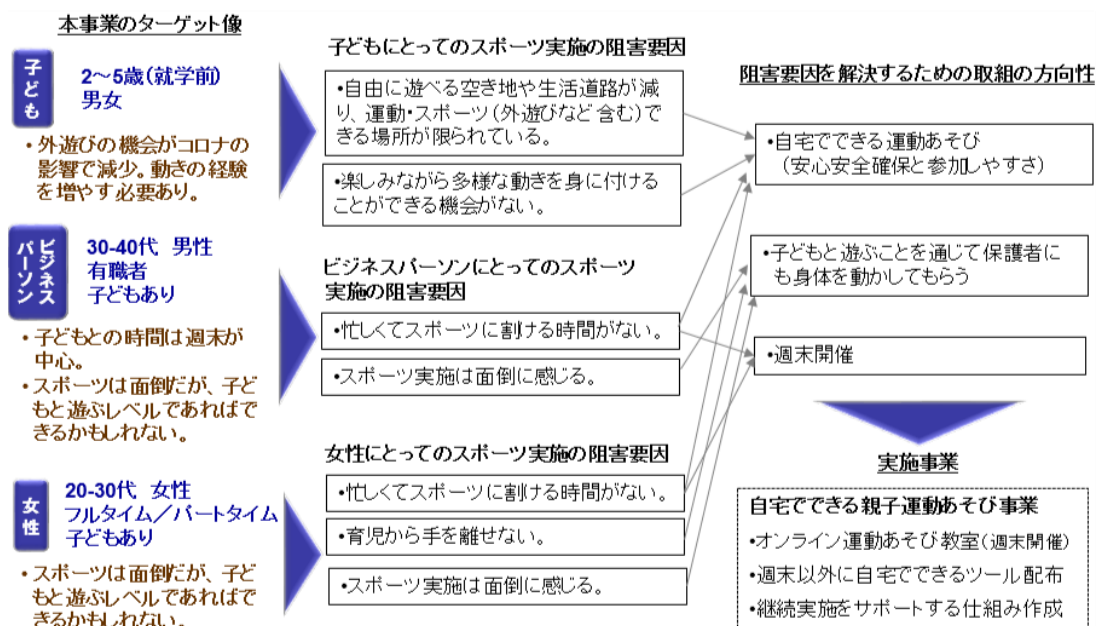
本事業のターゲットのスポーツ実施を妨げている要因についての考察を以下に示す。

「子ども」→子どもの運動能力の低下、ならびに身体の動きのおかしさが指摘されている。その要因として、幼児期に様々な動きを経験する機会が減少していることがあげられている。5歳ぐらいまでに多様な動きを経験することがその後の運動能力発達に大きなプラスの影響を与えることがわかっているが、その機会が減少している。公園での遊びが制限されるケースが増えている中、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナウイルス」）の影響でさらに外遊びがしにくくなっており、子どもたちのスポーツ実施阻害要因はさらに増える傾向にある。

「ビジネスパーソン」→スポーツ庁の「令和元年度 スポーツの実施状況等に関する世論調査」では、運動スポーツ実施頻度の少ない人々の運動スポーツ阻害要因は、ターゲット層の30～40代男性において「忙しい（約60%）」と「面倒（約26%）」が他を大きく離して2大要因である。

「女性」→上記調査において、ターゲット層の20～30代の運動スポーツ実施頻度が少ない女性の阻害要因は、「忙しい（約62%）」「面倒（約38%）」が他を大きく離す2大要因だが、加えて30代女性は「子どもに手がかかる（約40%）」が「忙しい」に次ぐ回答割合となっている。

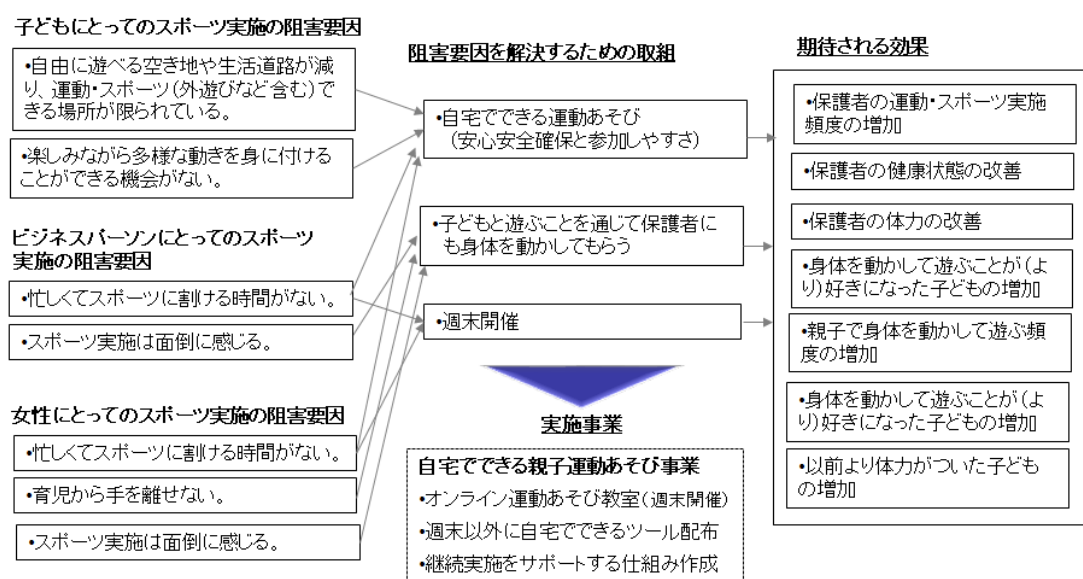
図表 2 関連図



(3) 本事業で期待される効果

本事業で期待される効果を、ターゲットごとのスポーツ実施の阻害要因/促進要因、事業の実施内容との因果関係の形で、下図表に示す。

図表 3 ターゲットごとのスポーツ実施の阻害要因/促進要因、事業の実施内容、期待される効果の因果関係



2. 本事業の実施内容

(1) 事業の実施概要

本事業のターゲットは「子ども」「ビジネスパーソン」「女性」の3属性であるが、それぞれ別々の事業を行うのではなく、保護者（「ビジネスパーソン」と「女性」）に「子ども」と一緒に運動あそび教室などに参加してもらうことで、「子ども」「ビジネスパーソン」「女性」全てに対して運動機会を提供することを目指すものである。そのため、事業の実施概要をターゲット別に記載しても全て同一となるため、以下では全体として記載する。

今回は、代表団体株式会社ティップネスのこれまでの親子運動あそび事業のノウハウ・実績を用いて、オンラインでの親子運動あそび教室の実証（運用テストと効果検証）を行う。

大人向けのオンライン型運動教室や、子ども向けのオンライン型学習教室などはすでに存在するが、親子参加型のオンライン型運動教室はまだサービス提供されておらず、新規性のある実証事業となっている。

あわせてオンライン親子運動あそび教室開催日以外も自宅で親子の運動あそびを継続実施できるサポートツールを作成し、取組んでもらう。さらに、これらの自宅での親子の取組みを評価するシステムを構築し、提供することで、継続実施のモチベーション維持・向上につなげる。

オンラインにリアルを組み合わせることで、指導員と直接触れ合うことはなくとも、ぬくもりを感じられるサービスパッケージの構築を目指す。

図表 4 事業概念図



① オンライン参加型親子運動あそび教室の実証

オンライン参加型親子運動あそび教室は下記の内容で実施し、効果検証（実証）する。

- 1回のレッスン時間 30分
- 親子で参加。親・子ともに複数参加可能。自宅からパソコンやスマートフォンを使っ

て教室に参加いただく。各家庭にある物（タオルなど）を使って遊ぶ。

- 参加組数 上限 20 組／1 レッスン（安全管理のため）
- 実証期間中の土日に複数レッスン開催。参加者事前登録制で実施。
- 音楽を使用（株式会社ティップネスが使用許可を得ている楽曲の中から使用）

②自宅での親子運動あそびをサポートするツール作成

自宅で実施できる運動あそびメニューを記載したカレンダー（3 か月分）を作成して参加者に送付し、実証期間中自宅での運動あそび実施を促し、実施結果（実施できた日と内容）をカレンダーに該当メニューのシールを貼ることで記録してもらう。カレンダーには自宅でできる運動あそびの内容（毎日選んで取り組めるもの）をスケジュール欄以外のスペースに記載し、運動あそびのメニューを記載したシール（日数分）とともに作成する。カレンダーサイズは A4 判で作成する（吊下げ型）。

③親子運動あそびの取組実績評価システム構築

オンライン教室への参加実績とサポートツールの取組実績に基づき、評価する制度を作成する。具体的には、一か月間に一定の取組実績があった家族はステイタスがアップする表彰体系を作り、該当者には表彰状を送付する。

実証事業においては、期間中毎月末に取組実績を参加者からメール等に写真を添付して提出してもらい、該当者には翌月上旬に表彰状を送付する。

①～③共通事項

- 実証期間 2020 年 11 月～2021 年 1 月（3 か月コース）
- 募集参加数 親子 300 組程度（2～5 歳程度の子どもとその保護者）
- 参加者募集は構成団体の企業ならびに自治体などを通じて行い、ティップネスにて申込を受け付ける

(2) 事業の実施結果

1) オンライン親子運動あそび教室の実証

<教室内容の検討>

- 対象年齢が2歳～5歳程度と幅が広がったため、月齢幅の大きい子どもたちが楽しく参加できる遊びに配慮して内容を検討した。
- また家庭での親子の遊びのレパートリーを増やしてもらうことを提供価値の一つとして重視した。そのため、教室終了後も親子で繰り返し取り組める内容を検討した。
- 安全を最優先に内容を検討した。
- 実施期間：2020年9月～10月

なお、実証期間中に、参加者の様子を見ながら、反応の良いものなどをより多く取り入れるなどの見直しをはかった。

<実証>

- 親子300組の参加者を募り、301組の申込を受けて受付を終了した。
募集期間：10/1～10/22
- 参加者募集は、構成団体を通じての告知、ならびに代表団体株式会社ティップネスの契約法人への告知などで行った。
- 参加申込時に事前アンケートを実施した（301件取得）。
- 11月7日から1月24日まで、毎週末全11回コースのオンライン親子運動あそび教室を実施した。1回30分の教室を各回9コマ実施した（全てライブ配信）。
- 1月14日から1月23日にかけて事後アンケートを実施した（104件取得）。
- アンケートは前後ともオンラインで回答を得た。

ア) 運営上の工夫

オンライン教室ではあるが、一方的な内容にならないよう、下記の工夫を行った。

- ① 子どもの名前を表示してもらい、お子さんの名前を呼びながら教室を運営し、双方向性を出すようにした。
- ① 極力ビデオをオン（参加者の顔を出してもらい）にしてもらい、声がけがしやすいようにした。
- ② 各回のテーマ（動物、食べ物、忍者など）を設け、テーマに沿ったまねっこ遊びや手あそびを取り入れた。各回のテーマを教室開始直前に参加者に案内し、期待感を高め

るようにした。

- ③ 指導員画面に模倣する対象のイラストを出した方が参加者の反応が良かったため、できるだけイラスト（フリップなど）を使い、画面に変化をつけるようにした。
- ④ 月齢幅が大きかったため、できない動きは無理に実施する必要はなく、できる範囲で行うよう各回の教室冒頭で案内した。また子どもの発達においては「見ているだけ」でも脳に様々な刺激を受けることから、「見ているだけでの参加も価値がある」ことを保護者に伝えて実施した。実際、2歳より少し小さなお子さんと思われる子どもたちが、教室を熱心に見ている姿も確認された（テレビと同じ感覚で活用されていたようである）。

図表 5 教室開始までの間に教室参加者に示した案内

「自宅で楽しむ！親子運動あそび教室」

 株式会社 ティップネス

9:30開始のクラスです。

【ZOOMの設定】 ※教室開始までに設定ください

◎名前:お子さまのお名前を**ひらがな**で入力ください
(変更方法)ZOOMの画面上で**右クリック⇒「名前の変更」**

◎可能であれば「**ビデオの開始**」を押して、お子さまのお顔を映してご参加ください。

◎画面:PCの方/「ティップネス事務局」画面で**右クリック⇒画面固定**
スマホの方/「ティップネス事務局」の画面を**ダブルクリック**

パソコンやスマートフォンのマイクを**オン**にしてご参加ください。
(マイクがオフになっているとこちら側の音が聞こえません)

【本日準備いただくもの】

・タオル 1枚 ・ヨガマットもしくはそれに似たクッション性のある敷物

教室開始までしばらくお待ちください

株式会社ティップネス
親子運動あそび教室事務局

・教室開始から10分経つと教室に入場できなくなります。
通信障害等で退出された場合は次の回へご参加ください(予約不要です)。



イ) 運営上難しかった点

- ① ビデオをオンにする（参加者の顔を出す）よう各回依頼はしたが、オフで参加する方が一定数おられた。その場合、参加者の様子が指導者側で確認できないため、正しい動きができているのか、楽しんでいるのか、など、参加者の様子が確認できなかった。
- ② 子どもの参加対象年齢を2歳～5歳程度として募集し申込を得たが、実際には対象年齢児の上下の兄弟姉妹も一緒に参加するケースが多かった。また保護者参加必須としたが、保護者同席のもと、教室に実際に参加して保護者役をつとめるのは上の兄弟姉妹というケースもあり、対象年齢に沿った教室内容の検討が意味を持たないケースもあった。
- ③ 外（公園など）から参加する親子も時折あり、外でもできる部分を実践されていた。

オンライン教室は場所を問わず参加できるのが利点であるが、「自宅で楽しむ」教室として設計しているため、外ではできない動きもかなりあった。

なお、参加者の自宅の通信環境によりスムーズに参加できない方が複数おられた。参加者の通信環境に対して運営側でサポートできることは（再起動を促すこと以外）ほぼなかった。今回は無料教室として実施したため問題にはならなかったが、有料教室として実施する際には対応策が必要となる事項であった。

図表 6 参加者募集チラシ



参加者の属性は下図表の通りであり、運動・スポーツ無関心層が参加者の大半であり、意図した参加者構成になっていた。

図表 7 参加者属性

申込保護者の年齢と性別

	人数	構成比
女性	258	86%
10～20代	10	3%
30代	165	55%
40代	83	28%
男性	43	14%
10～20代	3	1%
30代	22	7%
40代	16	5%
50代	2	1%
総計	301	100%

都道府県別申込者数

	人数	構成比
東京都	143	48%
神奈川県	45	15%
千葉県	26	9%
埼玉県	5	2%
群馬県	5	2%
静岡県	11	4%
愛知県	18	6%
大阪府	39	13%
兵庫県	9	3%
総計	301	100%

参加する子どもの年齢と性別

※複数参加する場合は1名を回答してもらった

	人数	構成比
女兒	141	47%
2歳	13	4%
3歳	29	10%
4歳	43	14%
5歳	54	18%
その他	2	1%
男児	160	53%
2歳	17	6%
3歳	39	13%
4歳	55	18%
5歳	48	16%
その他	1	0%
総計	301	100%

今回の教室の認知経路

	チラシ	ポスター	会社の案内	口コミ	MA
女性	37%	3%	48%	11%	100%
10～20代	30%	10%	50%	10%	100%
30代	40%	4%	48%	8%	100%
40代	33%	2%	49%	16%	100%
男性	39%	2%	59%	0%	100%
10～20代	100%	0%	0%	0%	100%
30代	36%	0%	64%	0%	100%
40代	21%	7%	71%	0%	100%
50代	100%	0%	0%	0%	100%
総計	38%	3%	50%	10%	100%

現在、運動やスポーツを行っているか

	全く行っていない	近いうちに行うつもりだが、今は行っていない	たまに行っているが定期的でない	6か月未満、定期的に行っている	既に6か月以上、定期的に行っている	総計
女性	42%	19%	23%	9%	7%	100%
10～20代	50%	50%	0%	0%	0%	100%
30代	42%	18%	25%	8%	7%	100%
40代	41%	19%	22%	11%	7%	100%
男性	56%	15%	20%	0%	10%	100%
10～20代	67%	33%	0%	0%	0%	100%
30代	55%	14%	27%	0%	5%	100%
40代	64%	14%	14%	0%	7%	100%
50代	0%	0%	0%	0%	100%	100%
総計	42%	17%	23%	9%	9%	100%

最近1ヶ月間に運動やスポーツを実施した日数

	週に3日以上	週に1日以上	1ヶ月に1～3日	全く実施していない	総計
女性	5%	25%	25%	45%	100%
10～20代	0%	20%	50%	30%	100%
30代	6%	22%	26%	45%	100%
40代	4%	31%	21%	45%	100%
男性	2%	32%	22%	44%	100%
10～20代	0%	67%	33%	0%	100%
30代	0%	36%	14%	50%	100%
40代	7%	14%	36%	43%	100%
50代	0%	50%	0%	50%	100%
総計	5%	26%	25%	45%	100%

300組の申し込みがあったが、うち95組は一度もオンライン教室への参加がなかった。「無料なら申込みをしよう」ということで申込みはしたものの、参加意欲は最初から低かった方々が一定数いた模様である。これらの方々への参加を促すご案内（メール送信）を何度も行ったが、参加はいただけなかった。この95組の方々にも事後アンケートの回答依頼は送ったが、回答はなかったため、申込後参加しなかった理由は不明である。このような方々は有料教室として開催する場合は参加しない層であるため、今後の継続実施検討においては、問題は生じないと考えている。

そのため、以下、実質の申込み数206組について記述する。

ウ) 教室開催日と参加実績

全11回のオンライン親子運動あそび教室の開催日とテーマ、参加組数を下記に示す。

図表 8 教室開催日と参加実績

回数	日程	コマ数※	教室テーマ	参加組数
1回目	11月7日（土）と8日（日）	9コマ	初回測定会	160組（土曜：95 日曜：75）
2回目	11月14日（土）と15日（日）	9コマ	乗り物編	133組（土曜：60 日曜：73）
3回目	11月21日（土）と22日（日）	9コマ	動物編	118組（土曜：61 日曜：57）
4回目	11月28日（土）と29日（日）	9コマ	食べ物編	110組（土曜：51 日曜：59）
5回目	12月5日（土）と6日（日）	9コマ	忍者編	102組（土曜：51 日曜：51）
6回目	12月12日（土）と13日（日）	9コマ	乗り物編	104組（土曜：50 日曜：54）
7回目	12月19日（土）と20日（日）	9コマ	動物編	101組（土曜：49 日曜：52）
8回目	12月26日（土）と27日（日）	9コマ	食べ物編	88組（土曜：46 日曜：42）
9回目	1月9日（土）と10日（日）	9コマ	忍者編	81組（土曜：46 日曜：35）
10回目	1月16日（土）と17日（日）	9コマ	総集編	85組（土曜：40 日曜：45）
11回目	1月23日（土）と24日（日）	9コマ	体力測定編	93組（土曜：34 日曜：59）

※時間帯：①8：50～9：20（日曜日のみ） ②9：30～10：00 ③10：10～10：40 ④10：50～11：20 ⑤11：30～12：00

下図表に示す通り、毎週ほぼ欠かさず参加してくれた親子がかなり多かった。1家族の参加数は親子2名から、子ども3人＋父母2名の合計5名参加まで幅広かった。親子4名（子ども2名）参加もかなり見られた。生まれたばかりのお子さんを抱えての参加もかなり見られた。父母で参加パートを分けている保護者も見られた（ダンスパートは母、力が必要なパートは父など）。自由記述欄には、「下の子が途中で画面をずらして見えなくなってしまうことに困った」という報告もあった。実際、1歳程度のお子さんが、指導員が映っているモニターに興味を持ってモニター前を占拠するケースが時折見られた。自宅でのオンライン教室ならでは現象であった。

図表 9 教室参加実績（月間）

単位：組

	11月	12月	1月
4回（皆勤）	65	59	該当なし
3回	43	31	62（皆勤）
2回	40	23	26
1回	53	17	21
0回	5	76	97
総数	206	206	206

1月は全3回開催

下図表には全11回を通じた参加実績を示す。欠席なく全11回参加した親子は約17%、月3回程度の参加に相当する8回以上参加が約40%、半数以上の参加があったのは約50%という実績であり、参加頻度の高い親子が多かった。1回のみ参加約23%は、一度オンライン教室を体験してみたがあまり合わなかったためそれ以降の参加を見合わせたものと推測される。

図表 10 教室参加実績（全 11 回）

教室参加回数	組数	構成比	
1回	48	23.3%	
2回	24	11.7%	76.7% ←2回以上参加
3回	12	5.8%	
4回	9	4.4%	
5回	11	5.3%	
6回	12	5.8%	49.5% ←半数以上参加
7回	7	3.4%	
8回	11	5.3%	40.3% ←8回以上参加 (月1回休み相当)
9回	16	7.8%	
10回	22	10.7%	
11回	34	16.5%	←全回参加
総数	206	100.0%	

以下からはアンケート結果を報告する。事前アンケートは申込時に回答してもらったため全参加者分を取得できた。事後アンケートはメールで回答を依頼し、104 名から回答を得た。事後アンケート回答者をオンライン教室参加回数別に整理した結果を下図表に示す。教室参加回数が多い方々からの回答が多く、ほぼ全回参加に相当する 10 回参加者と 11 回参加者の合計で全体の 54%を占めていた。一方で 1 回のみ参加者からも 3 名の回答があり、あまり参加しなかった理由を伺うことができた。具体的には、「子どもが恥ずかしがって参加を嫌がった」「機器の操作が面倒だった」という理由が記載されていた。

以下のアンケート結果分析においては、全体（104 名分）結果、ならびに、「群 1：高頻度参加群」と「群 2：低頻度参加群」の 2 群別の結果を記載する。高頻度参加者からの回答が多かったため、6 回参加者は半分以上参加いただいた方々であるが、「群 2」は 6 回以下の参加者とした。各群の回答数は群 1：81 名、群 2：23 名である。

アンケート分析は分析ソフト SPSS ver26、ならびに KH Coder 3 を使って行った。有意水準は 5%未満とした。

図表 11 教室参加回数別事後アンケート回答者数

参加回数	回答者数	割合	群分け
11	34	33%	群1
10	22	21%	群1
9	14	13%	群1
8	9	9%	群1
7	2	2%	群1
6	6	6%	群2
5	6	6%	群2
4	1	1%	群2
3	2	2%	群2
2	5	5%	群2
1	3	3%	群2
0	0	0%	群2
総数	104	100%	

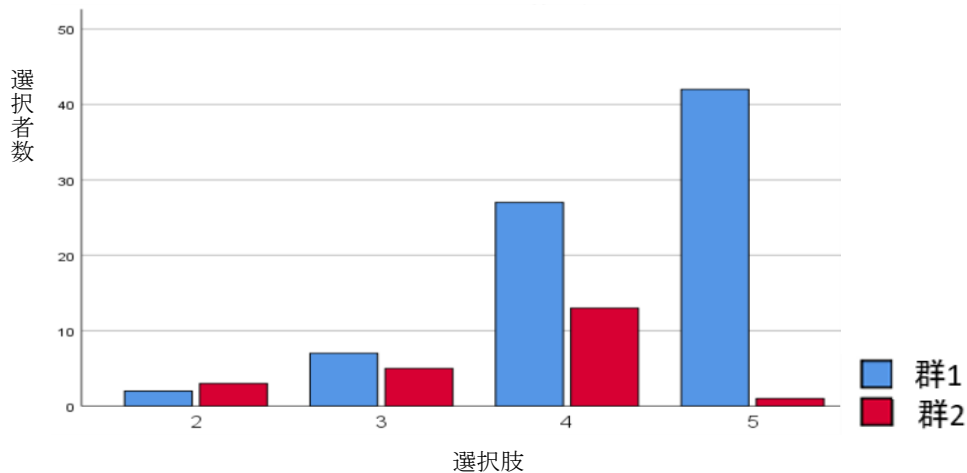
エ) 参加者評価結果

事後アンケートにて、オンライン教室への満足度を「5：満足」から「1：不満」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。

「1：不満」選択者はおらず、全体の平均値 4.24 と高い満足度が確認された。群 1 においては平均値 4.42 とさらに満足度が高く、群 2 の平均値との間に有意差が確認され ($p<0.01$)、参加回数が多い方々の方が満足度も高かった。

図表 12 オンライン教室の満足度（結果表と群別グラフ）

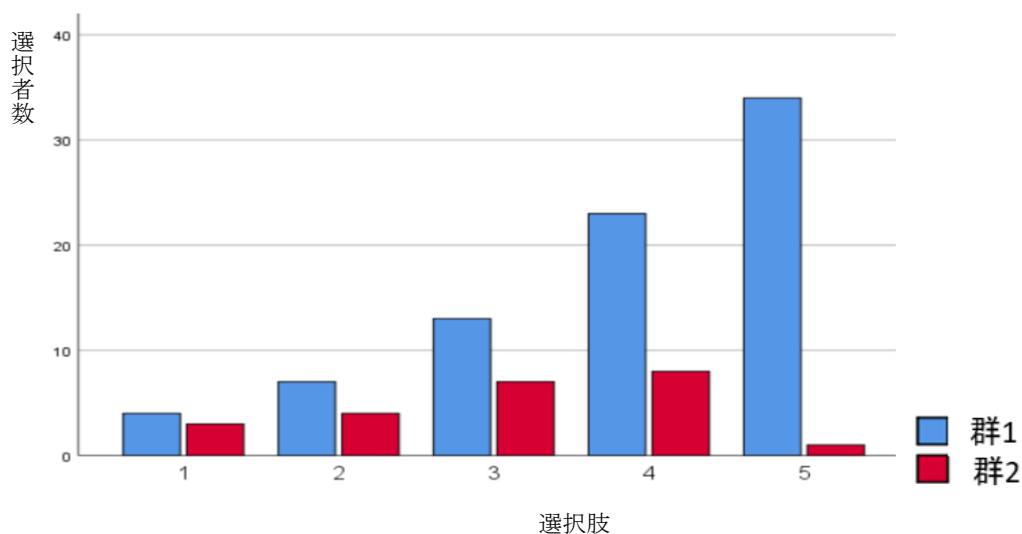
	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	2	5	4.24	0.842	群間有意差 $P<0.01$
群1	2	5	4.42	0.756	
群2	2	5	3.61	0.839	



教室に参加している子どもがオンライン教室に参加するのを楽しみにしていたかどうかを、「5：とても当てはまる」から「1：全く当てはまらない」までの5件法で聞いた結果、全体の平均値は3.73であった。群1の平均値は群2の平均値よりも有意に高く ($p<0.05$)、子どもが参加を楽しみにしている家庭において参加率が高かったことが確認された。

図表 13 子どもはオンライン教室に参加するのを楽しみにしていたか
(結果表と群別グラフ)

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	群間有意差 $P<0.05$
全体	1	5	3.73	1.225	
群1	1	5	3.96	0.877	
群2	1	5	2.91	1.125	

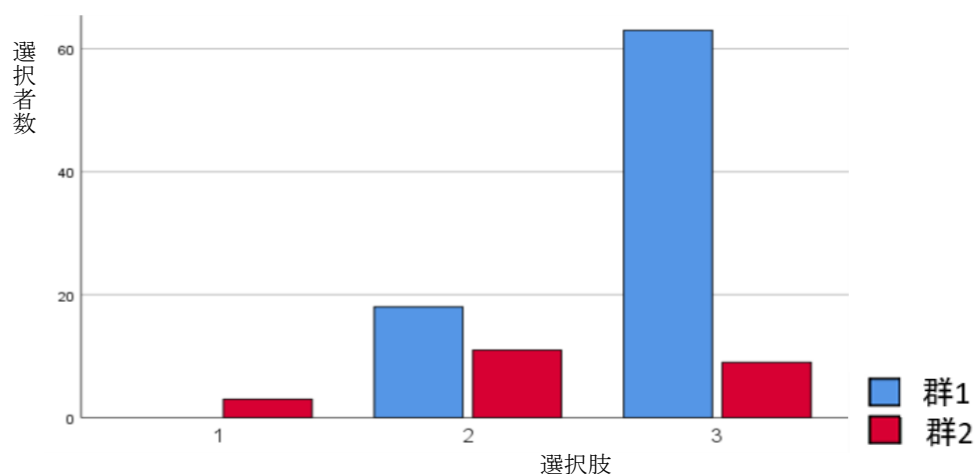


今後もオンライン教室への参加を希望するかを、「3：する」から「1：しない」までの3件法で聞いた結果、全体の平均値は2.66であった。群1の平均値は群2の平均値よりも有意に高く（ $p<0.01$ ）、また「1：しない」を選択した方はいなかった。高頻度参加群においては今後も同様の教室への参加意向が高いことが確認された。

継続参加を希望しない人にその理由を聞いたところ、「親としては参加したいが、子どもの気分次第」「自宅ではできることが限られるので、教室に通って大きなスペース、家にはない機材を使って行う運動を習いたい」「参加したいが有料の料金次第」「スマホだと見つらいため」「マンションでの参加のため騒音が発生するため」などの声が寄せられた。

図表 14 今後もオンライン教室への参加を希望するか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	3	2.66	0.533	群間有意差 $P<0.01$
群1	2	3	2.78	0.418	
群2	1	3	2.26	0.689	

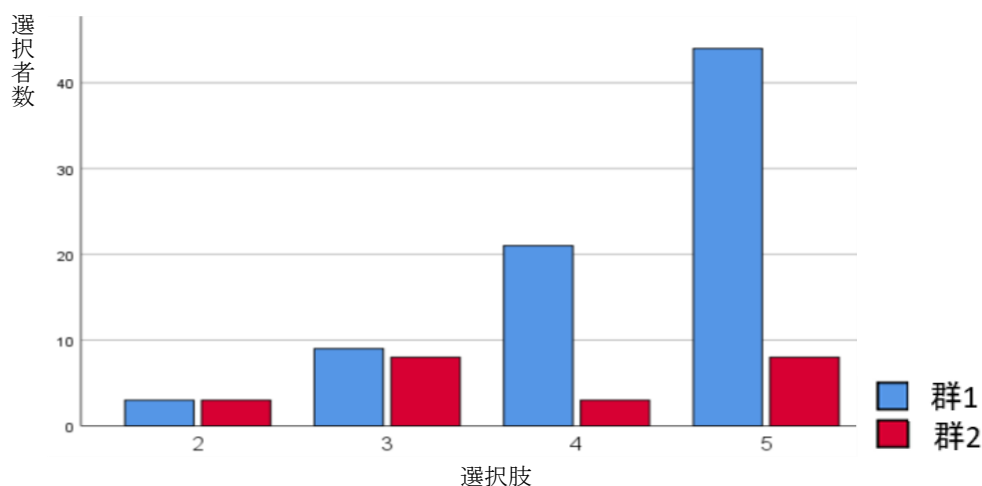


教室開催時間帯についての評価を、「5：満足」から「1：不満」までの5件法で聞いた結果を下記に示す。「1：不満」選択者はおらず、全体の平均値4.25と高い満足度が確認された。群1においては平均値4.38とさらに満足度が高く、群2の平均値との間に有意差が確認され（ $p<0.01$ ）、参加回数が多い方々の方が開催時間帯への満足度が高かった。

週末の午前中開催は参加者にとって参加しやすかったことが確認された。

図表 15 教室開催時間帯について（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	2	5	4.25	0.943	群間有意差 P<0.01
群1	2	5	4.38	0.845	
群2	2	5	3.78	1.126	

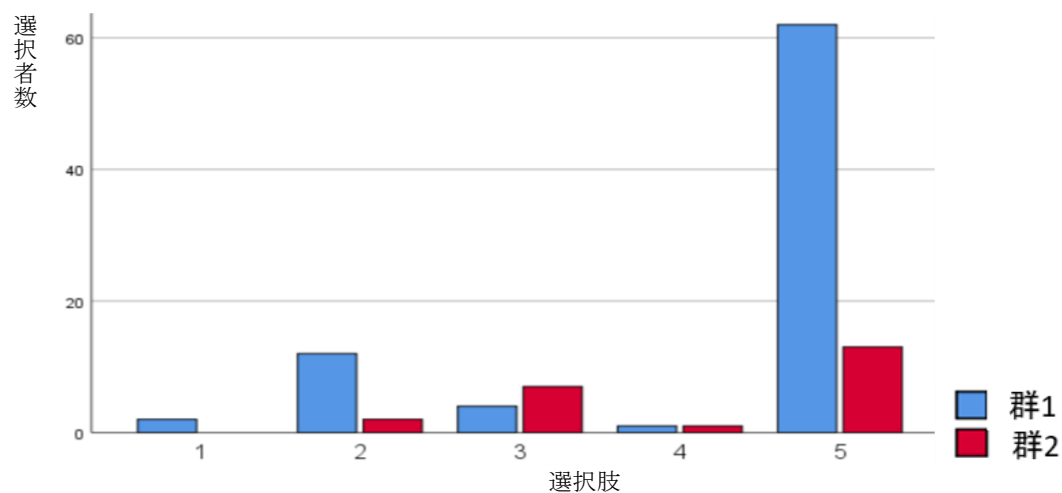


教室開催頻度（週1回）についての評価を「5：ちょうどよい」から「1：とても多い」までの5件法で聞いた結果を下記に示す。全体の平均値 4.29 と高い満足度が確認された。群1においては平均値 4.35 とさらに満足度が高く、群2の平均値との間に有意差が確認され（ $p<0.01$ ）、参加回数が多い方々の方が教室開催頻度への満足度が高かった。

週一回の開催頻度は参加者にとって参加しやすかったことが確認された。

図表 16 教室開催頻度について（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	4.29	1.212	群間有意差 P<0.01
群1	1	5	4.35	1.237	
群2	2	5	4.09	1.125	



参加ツール（ハード）について聞いた結果は以下となった（複数選択あり）。パソコンを使っでの参加が全体の半数程度、続いてスマートフォンでの参加という結果であった。自由記述欄には、「スマートフォンで参加したので、画面が小さくて指導員の姿がよく見えなかった」「スマートフォンをテレビにつないで参加した」などの声が報告された。スマートフォンよりはパソコンの方が参加ツールとしてはフィットするようであった。パソコンとスマートフォン両方を使ったという回答も多かった。

図表 17 参加ツール（ハード）について（複数選択方式）

	回答数	パーセント	ケースのパーセント
パソコン	56	46.3%	54.9%
スマートフォン	33	27.3%	32.4%
タブレット	25	20.7%	24.5%
それ以外	7	5.8%	6.9%
合計	121	100.0%	118.6%

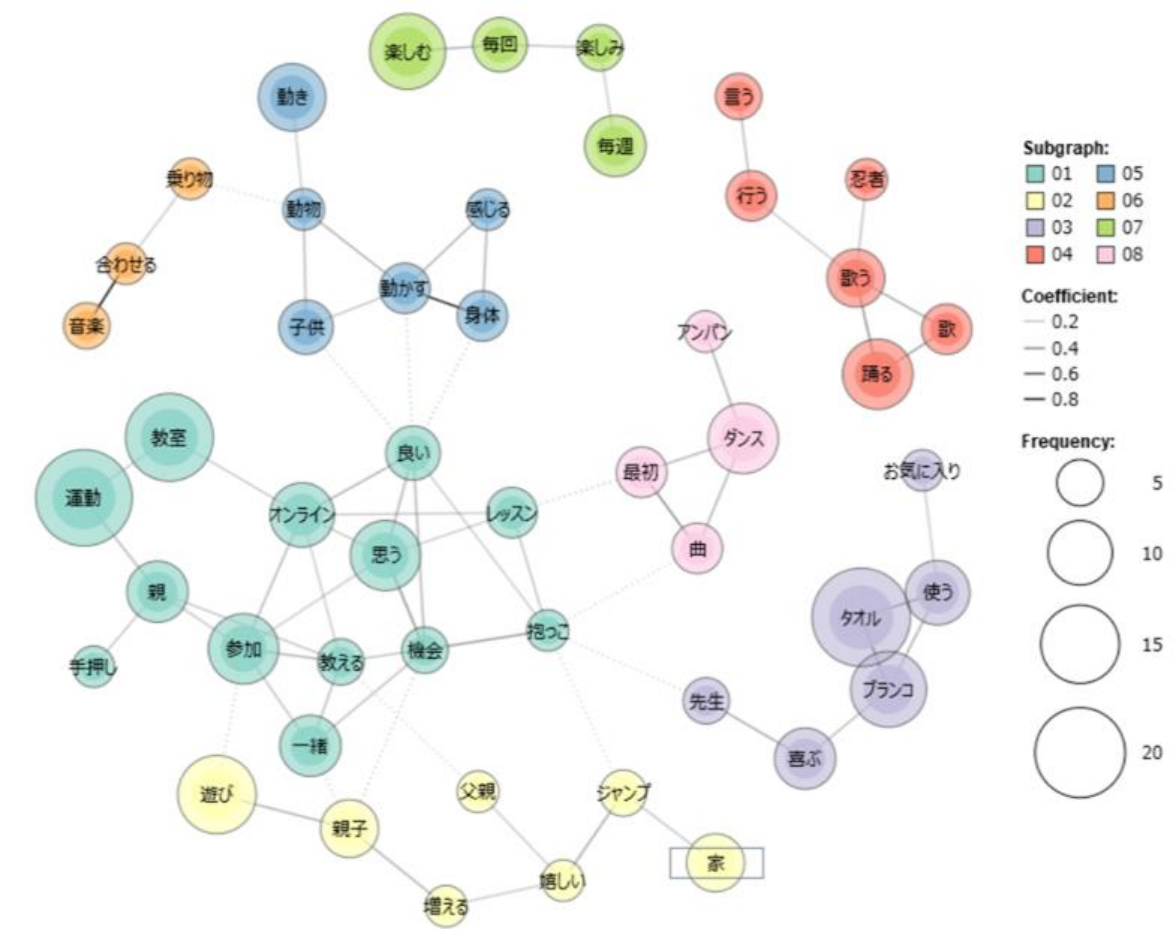
参加者にオンライン教室での子どもの様子を自由記述してもらった結果から、特徴的に多かった単語ならびに共起ネットワーク（共起の程度が非常に強いものだけを線で結んだ図）を下記に示す。

図表 18 オンライン教室での子どもの様子（単語出現数）

名詞	出現数	サ変名詞	出現数	副詞可能	出現数	動詞	出現数	形容詞	出現数	動詞B	出現数	副詞B	出現数	名詞C	出現数
タオル	24	体操	24	毎週	9	楽しむ	14	楽しい	33	する	85	とても	17	親	9
教室	19	運動	23	毎回	7	思う	12	良い	7	なる	36			家	8
遊び	15	ダンス	12	前	5	踊る	12			やる	32			歌	6
ブランコ	14	参加	12			使う	10			ある	19			曲	6
動き	11	一緒	9			喜ぶ	9			できる	17				
オンライン	10	ジャンプ	5			歌う	8								
親子	8					行う	6								
子供	7					動かす	6								
レッスン	6					教える	5								
最初	6					言う	5								
身体	6														
音楽	5														
楽しみ	5														
機会	5														
興味	5														
先生	5														

出現数 5 以上を記載

図表 19 オンライン教室での子どもの様子（共起ネットワーク）



教室の中で行ったタオル遊びをその後も家庭で行ったこと、各種のダンスを子どもたちが歌と振りを覚えてその後もやっていたこと、毎週末の教室を子どもたちが楽しみにしていたこと、親の運動の機会にもなったこと、などが自由記述欄には多く記載されていたが、それらを上図表でも確認される。また双方向性を重視してお子さんの名前を呼ぶことを心掛けたが、その反応として、「テレビの子供番組と同じだと思っていたが、『〇〇ちゃん上手にできてるよ』とか、開始前に娘に手を振らせてみたら振り返ってもらえた」「先生が名前を呼んでくれた事をととても喜んでいた」などの声を多くいただき、教室運営の狙いがあったことが確認された。

一方、「マンションなので週末の朝早くから子どもの足音がたつのが気になった」など、今後の参考になる意見もあった。

2) 自宅での親子運動あそびをサポートするツール作成

「運動あそびカレンダー」では、幼児期の子どもが経験すべき「基本的な 45 種類の動き」を取り上げ、これらの動きを取り入れた家の中や外で実施できる遊びを紹介した。実証日数分のシールも作成した。

このツールを使ってオンライン教室開催日以外でも親子で運動あそびにチャレンジしてもらうために参加者全員に送付した。

実証期間中の取組実績を運動あそびカレンダーにシールを貼ることで記録してもらい、1 か月間の添付実績を報告してもらった（オンラインアンケート）。報告は 11 月実績・12 月実績・1 月実績の全 3 回得た。

これらのツールの使用感や効果を、終了時のアンケートで調査した。

図表 20 運動あそびのカレンダーとシールなど



ア) シール報告件数

1 か月間の運動あそびカレンダーへのシール貼付け枚数の集約結果を以下に示す。

なお、貼付け枚数の集約は 11 月分と 12 月分は 6 日間のアンケート回答期限を設けて集約したが、1 月分については実証事業の期間の制限から 4 日間とした。1 月分の報告件数が少ないのは回答可能日数の違いも影響していると推測される。

図表 21 運動あそびカレンダーへのシール貼付け枚数の集約結果

		11月分	12月分	1月分※	
報告内容	報告者数	104	75	55	単位：人
	貼付け枚数：平均	15.86	16.03	12.25	単位：枚
	貼付け枚数：最多	30	31	20	単位：枚
	貼付け枚数：最小	1	2	2	単位：枚

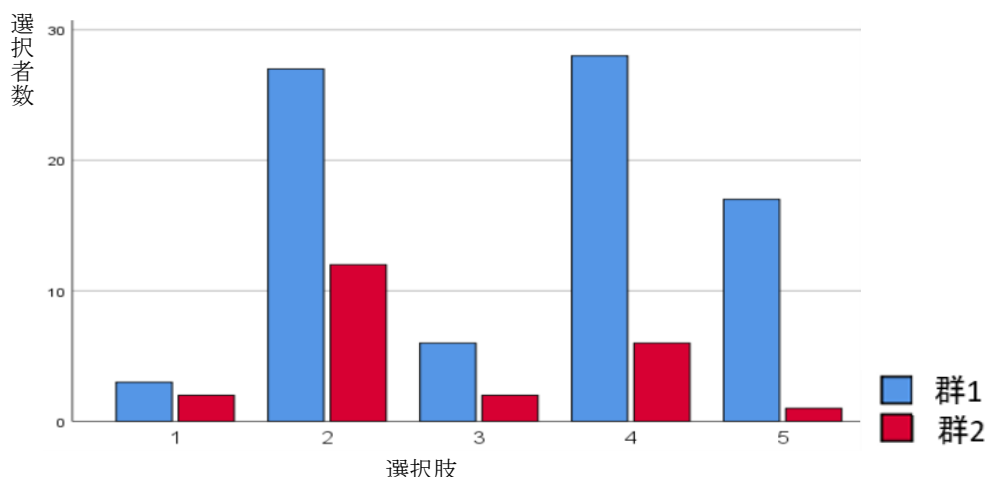
※1/1～1/20分についての報告

イ) 参加者評価結果

事後アンケートにて、カレンダーとシールの活用状況を、「5：活用した」から「1：活用しなかった」までの 5 件法で聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は 3.20 であった。群 1 と群 2 の平均値には有意差は確認されなかったが、群 2 の平均値は群 1 よりもかなり低かった。

図表 22 カレンダーとシールを活用したか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	3.20	1.249	群間有意差
群1	1	5	3.36	1.248	なし
群2	1	5	2.65	1.112	



一方で、「カレンダーとシールを活用したか」の回答結果と「オンライン教室参加を通じて子どもと一緒に定期的に運動・スポーツをするようになったか」の回答結果の相関関係を見たところ、群1では正の有意な相関が確認された ($r=0.430$ $p<0.01$)。一方、群2では有意な相関関係は確認されなかった ($r=0.166$ $p>0.05$)。

同じく「カレンダーとシールを活用したか」の回答結果と「オンライン教室の満足度」の回答結果の相関関係を見たところ、群1では弱い有意な相関が確認された ($r=0.355$ $p<0.01$)。一方、群2では負の正の有意な相関関係が確認された ($r=-0.457$ $p<0.05$)。

このことから、高頻度参加群はカレンダーとシールを使って親子で運動あそびを行い、それが教室への満足度にもつながっていることが推測された。一方で、群2においてはカレンダーとシールをあまり使わなかった方々において教室満足度も低い傾向があると推測された。

ただし、教室参加回数1回と2回の8名の回答結果は、「5：活用した」1名、「4：やや活用した」1名、「3：どちらともいえない」2名、「2：あまり活用しなかった」4名であり、活用した方とあまり活用しなかった方との差があった。

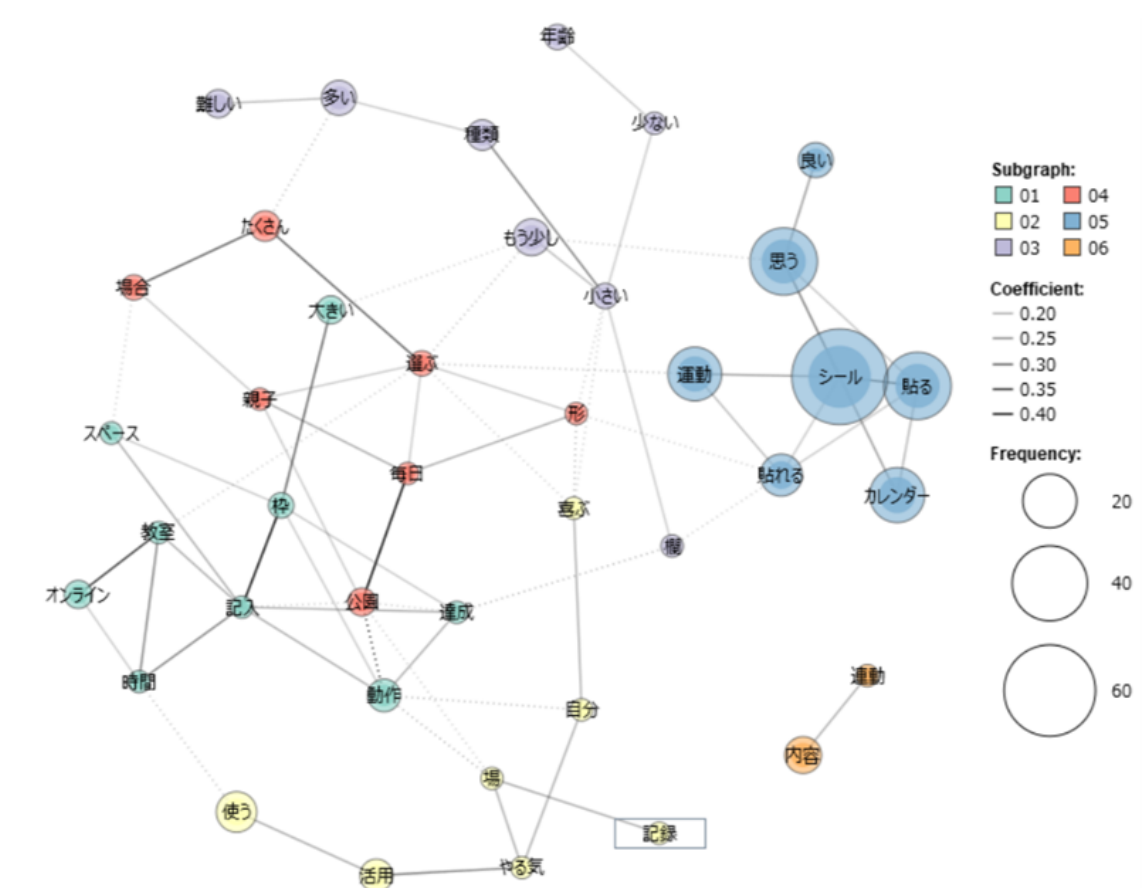
参加者に自由記述方式でカレンダーとシールの改良ポイントを聞いた結果より、特徴的に多かった単語ならびに共起ネットワークを下記に示す。

図表 23 カレンダーとシールの改良ポイントについて（単語出現数）

出現数 5 以上を記載

名詞	出現数	サ変名詞	出現数	動詞	出現数	形容詞	出現数	副詞	出現数
シール	66	運動	20	思う	32	多い	8	もう少し	9
カレンダー	21	活用	7	貼る	32	良い	8	たくさん	6
子ども	18	動作	7	貼れる	12	大きい	5		
動き	10			使う	11	難しい	5		
内容	9								
項目	7								
種類	6								
オンライン	5								
公園	5								
遊び	5								

図表 24 カレンダーとシールの改良ポイントについて（共起ネットワーク）



プラスの意見としては、「とても良かった」「カレンダーを使って色々な遊びを行った」などの声が多かった。「子どもがシールをまっすぐ貼ることができるようになった」など、子どもの成長につながるうまい使い方をしている保護者もおられた。一方で改良要望としては、「マンションで壁にかけるのは難しいので卓上型の方がいい」「どのシールを貼るとよいかわかりにくかった」「1日1枚では足りない」「兄弟で何を貼るかでケンカになった」などの声があり、今後の参考になる意見を伺えた。

3) 親子運動あそびの取組実績評価システム構築

参加者の本事業への参画度合いを、①「オンライン教室参加回数」と②「運動あそびカレンダーへのシール貼付け枚数」で評価し、一定の取組実績がある家族に表彰状を送付する。表彰制度は金銀銅の3賞を準備した。

この表彰は1か月間の参加者の取組結果に基づき全3回実施した。

図表 25 表彰状ならびに届いた表彰状を見せてくれる子ども



ア) 表彰件数

3回の表彰実績を以下に示す。高頻度参加者が多かったことから、金賞の比率が順次高くなる結果となった。

図表 26 表彰実績

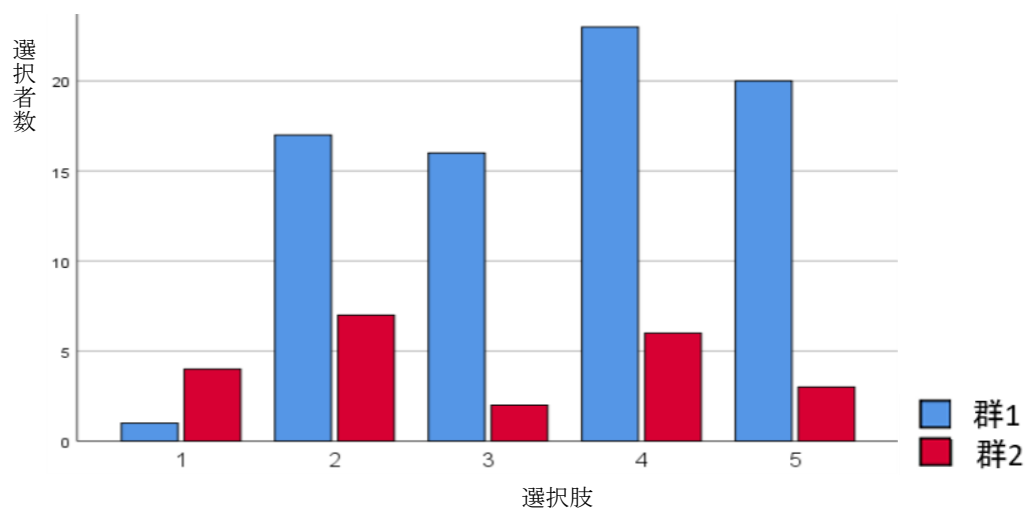
	単位：人		
	11月分	12月分	1月分
金賞	89	65	62
銀賞	53	30	26
銅賞	61	37	21
表彰総数	203	132	109

イ) 参加者評価結果

事後アンケートにて、表彰状は継続参加の励みになるかを、「5：とてもなった」から「1：ならなかった」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は3.41であった。群1の平均値は3.58とさらに高く、また群2の平均値よりも有意に高かった（ $p<0.05$ ）ことから、表彰状が高頻度参加をサポートする一要因になったのではないかと推測された。

図表 27 表彰状は継続参加の励みになると思うか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	3.41	1.228	群間有意差 $P<0.05$
群1	1	5	3.58	1.139	
群2	1	5	2.83	1.370	



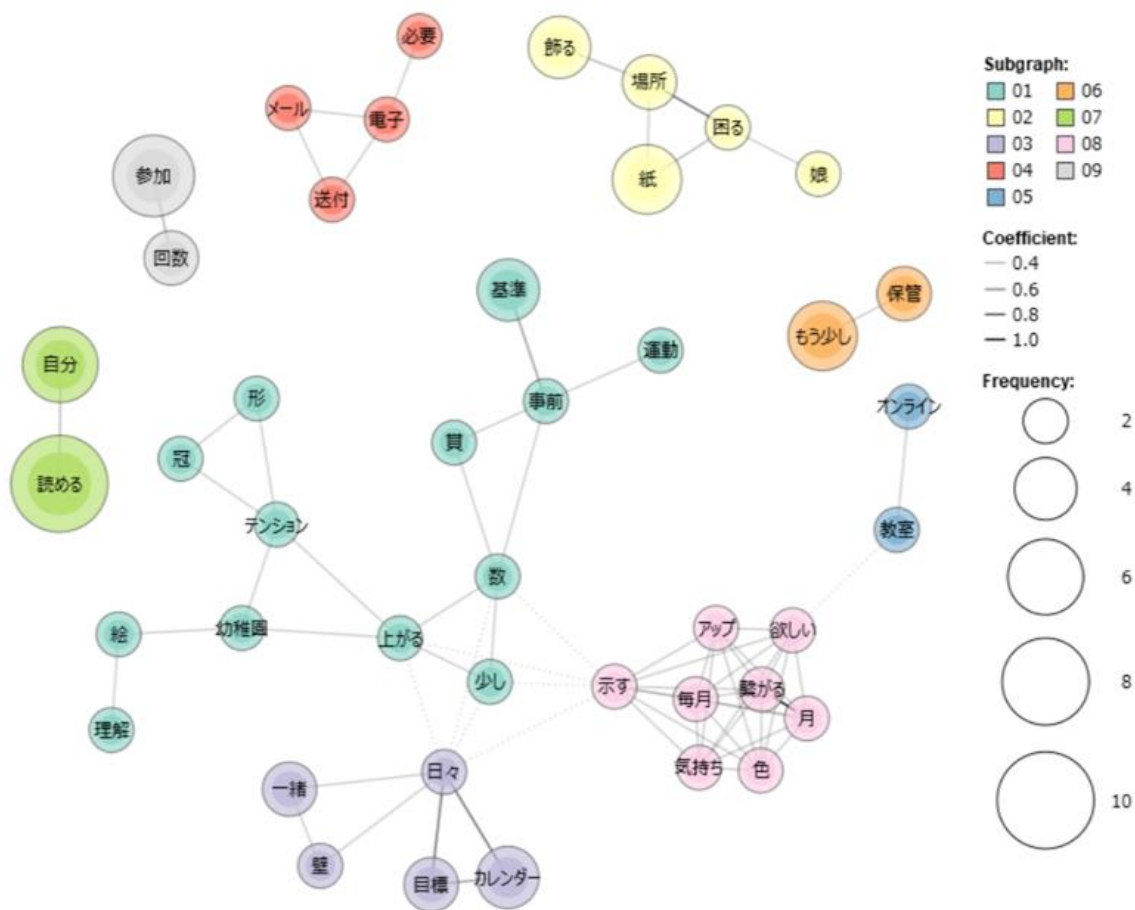
参加者に表彰状の改良ポイントを自由記述方式で聞いた結果から、特徴的に多かった単語ならびに共起ネットワークを下記に示す。

図表 28 表彰状の改良ポイントについて（単語出現数）

名詞	出現数	動詞	出現数	形容詞	出現数	副詞	出現数
子ども	42	思う	40	良い	11	もう少し	5
表彰状	26	喜ぶ	19	嬉しい	10		
名前	13	読める	10	小さい	6		
メダル	11	頑張る	5				
シール	9	届く	5				
参加	7						
自分	6						
賞状	5						

出現数 5 以上を記載

図表 29 表彰状の改良ポイントについて（共起ネットワーク）



「表彰状をもらった親も子もうれしかった」などのプラスの声も多かったが、一方で、「表彰状の意味を子どもが理解できなかった」「メダルの方が子どもは喜ぶ」「メール配信でよい」「貼る場所に困るのもう少し小さくてよい」「教室に参加するだけで表彰状

をもらうのは違和感がある（表彰状は何かを達成したときのもの）」などの意見も多く、今回の形態（A4 カラー片面）以外にも色々な提供形態がありそうなことが確認された。

4) まとめ

オンライン教室については高い満足度と継続参加意向が確認され、教室提供の狙いが支持されたと考えている。双方向性を重視する運営も効果があったことが確認された。

カレンダーとシールならびに表彰状については、「すごくよかった」という声が多くある一方で、「別の形がよい」という声も同じぐらいあり、評価がわかれた。表彰状については、継続参加を促す効果がありそうなことが確認されたため、提供形態などを見直しながら、より効果的なツールとしてブラッシュアップしていきたい。

3. 本事業の実施体制

(1) 本事業の実施体制

本事業の実施体制は下記の通り。

実証フィールド	関東地区、中部地区、関西地区
代表団体	株式会社ティップネス*
構成団体	泉大津市、株式会社センシング*、株式会社 日本 HP、株式会社ドリーム・ジーピー、東京学芸大学 吉田伊津美研究室
構成団体以外の参画団体	なし

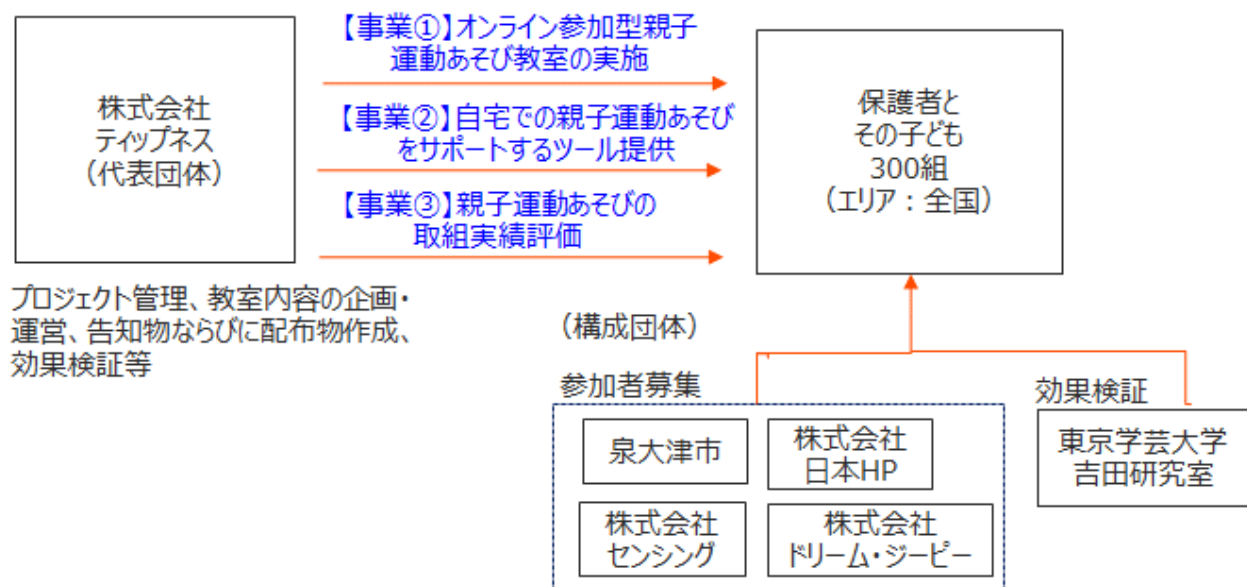
※ 「*」は Sport in Life コンソーシアム加盟団体

(2) 本事業の実施スキーム

本事業における代表団体、構成団体、その他参画団体の役割は下記の通り。

事業①から事業③は、代表団体株式会社ティップネスが中心となって推進する。構成団体泉大津市、株式会社センシング、株式会社 日本 HP、株式会社ドリーム・ジーピーの役割は参加者募集である。構成団体東京学芸大学 吉田伊津美研究室の役割は効果検証である。

図表 30 プロジェクトスキーム図



4. 事業の実施効果（スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果）

（1）効果検証方法

実証開始時と終了時に参加保護者にアンケートを行い、前後の回答結果を分析した。アンケートは記名式とし、一部の項目については前後に同じ設問を聞き、回答内容の変化を個人別に調査した。

実証を通じて見られた子どもの変化も同様の手法で保護者を通じて調査を行った。

ビジネスパーソンと女性（保護者）は下図表に示す項目について効果検証を行った。

図表 31 期待される効果と検証方法

期待される効果	検証方法
保護者の運動・スポーツ実施頻度の増加	事前と事後アンケートで同じ設問に回答してもらい、変化を検証する
保護者の健康状態の改善	事前と事後アンケートで同じ設問に回答してもらい、変化を検証する（保護者に自身の健康状態を回答してもらう）
保護者の体力の改善	事前と事後アンケートで同じ設問に回答してもらい、変化を検証する（保護者に自身の体力状態を回答してもらう）
親子で身体を動かして遊ぶ頻度の増加	事前と事後アンケートで同じ設問に回答してもらい、変化を検証する

子どもは下図表に示す項目について効果検証を行った。

図表 32 期待される効果と検証方法

期待される効果	検証方法
身体を動かして遊ぶことが（より）好きになった子どもの増加	事前と事後アンケートで同じ設問に回答してもらい、変化を検証する
以前より体力がついた子どもの増加	事後アンケートにて調査する

（２）効果検証の結果

以下のアンケート結果分析においては、全体（104 名分）結果、ならびに、「群 1：高頻度参加群」と「群 2：低頻度参加群」の 2 群別の結果を記載する。「群 1」は 7 回以上の参加者 81 名、「群 2」は 6 回以下の参加者 23 名である。

【ビジネスパーソンと女性の結果】

ア) 保護者の運動・スポーツ実施頻度の増加

教室開始時と終了時に、最近 1 ヶ月間に運動やスポーツを実施した日数を、「1：週に 3 日以上」「2：週に 1 日以上」「3：1 ヶ月に 1～3 日」「4：全く実施していない」の 4 件法で聞いた結果を個人別に比較した結果を下図表に示す（対応のある T 検定により分析した）。

全体の結果において、事後調査において事前調査よりも有意に実施日数が増えていた（ $p < 0.01$ ）。また群別では、群 1 は有意に実施日数が増えていた（ $p < 0.01$ ）が、群 2 では有意差は確認されなかったことから、特に高頻度参加群において保護者の運動・スポーツ実施頻度の増加が見られたと考えられる。

図表 33 運動スポーツ実施日数

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	3.15	-0.31	改善 ★	0.922	$p < 0.01$
	事後調査	2.85			1.059	
群1	事前調査	3.16	-0.30	改善 ★	0.901	$p < 0.01$
	事後調査	2.86			1.022	
群2	事前調査	3.13	-0.35	改善	1.014	なし
	事後調査	2.78			1.204	

★：有意に改善した項目

同じ方法で、「現在、健康の維持・増進や楽しみ等のために運動やスポーツを行っているか」を、「1：全く行っていない」「2：近いうちに行うつもりだが、今は行っていない」「3：たまに行っているが定期的でない」「4：6 か月未満、定期的に行っている」「5：既に 6 か月以上、定期的に行っている」の 5 件法で聞いた結果を下図表に示す（対応のある T 検定により分析）。

こちらにおいても、全体の結果において、事後調査において事前調査よりも有意に実施状況が改善していた（ $p<0.01$ ）。また両群において有意に改善していた（ $p<0.01$ ）。今回の参加者は事業を通じて運動スポーツ実施状況が改善したことが確認された。

図表 34 運動スポーツ実施状況

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	2.13	0.52	改善 ★	1.150	$p<0.01$
	事後調査	2.65			1.291	
群1	事前調査	2.19	0.47	改善 ★	1.174	$p<0.01$
	事後調査	2.65			1.324	
群2	事前調査	1.96	0.70	改善 ★	1.065	$p<0.01$
	事後調査	2.65			1.191	

★：有意に改善した項目

イ) 保護者の健康状態の改善

教室開始時と終了時に、このところ健康だと思うかを、「1：健康である」「2：どちらかといえば健康である」「3：どちらかといえば健康でない」「4：健康でない」「5：わからない」の5件法で聞いた結果を個人別に比較した結果を下図表に示す（対応のあるT検定により分析）。分析においては、「5：わからない」回答者分を除いたため、分析対象者は78名（群1：64名、群2：14名）となった。

全体ならびに両群において、事後調査において事前調査よりも健康だと思う人の割合は有意に悪化していた。本結果については、「まとめ」にて考察する。

図表 35 健康だと思うか

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	2.14	0.94	悪化	0.639	$p<0.01$
	事後調査	3.08			1.148	
群1	事前調査	0.21	2.74	悪化	0.639	$p<0.01$
	事後調査	2.95			1.188	
群2	事前調査	2.50	1.14	悪化	0.519	$p<0.01$
	事後調査	3.64			0.745	

ウ) 保護者の体力の改善

教室開始時と終了時に、ご自身の体力について、「1：体力に自信がある」「2：どちらかといえば体力に自信がある」「3：どちらかといえば体力に不安がある」「4：体力に不安がある」「5：わからない」の5件法で聞いた結果を個人別に比較した結果を下図表に示す（対応のあるT検定により分析）。分析においては、「5：わからない」回答者分を除いたため、分析対象者は101名（群1：79名、群2：22名）となった。

全体の結果において、事後調査において事前調査よりも体力に自信があると考える人が有意に増えていた（ $p<0.01$ ）。群別では、群1は有意に体力に自信があると考える人が増えていた一方で（ $p<0.01$ ）、群2では有意差は確認されず、群間で違いが見られた。

図表 36 自身の体力について

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	2.80	-0.56	改善 ★	0.800	$p<0.01$
	事後調査	2.24			0.666	
群1	事前調査	2.81	-0.21	改善 ★	0.818	$p<0.01$
	事後調査	2.60			0.629	
群2	事前調査	2.77	-0.27	改善	0.752	なし
	事後調査	2.50			0.740	

★：有意に改善した項目

以下にオンライン教室の初回と最終回に参加者に体力測定を行った結果を示す。

体力測定として実施した立ち幅跳びと閉眼片足立ちにおいて、教室開始時よりも終了時の測定結果において数値が改善していたが、有意差は確認されなかった。なお、今回の体力測定は実施方法を指導員が伝え、各自で実施結果を測定して報告してもらう形式で実施した。そのため精度は検証できないため、参考値として報告する。

図表 37 体力測定結果（大人）

種目	測定時期	N数	平均値	標準偏差	事後-事前	有意差	有意差
立ち幅跳び	教室開始時	25	122.20	50.335	7.52	改善	なし
	教室終了時	25	129.72	31.989			
種目	測定時期	N数	平均値	標準偏差	事後-事前	有意差	有意差
片足立ち （閉眼）	教室開始時	32	71.34	38.944	3.34	改善	なし
	教室終了時	32	74.69	40.807			

エ) 親子で身体を動かして遊ぶ頻度の増加

教室開始時と終了時に、親子で身体を動かして遊んでいるかを、「5：とても当てはまる」から「1：全く当てはまらない」までの5件法で聞いた結果を個人別に比較した結果を下図表に示す（対応のあるT検定により分析）。

全体ならびに両群において、事後調査において事前調査よりも親子で身体を動かして遊んでいると答えた人の割合は増えていたが有意差は確認されなかった。

図表 38 親子で身体を動かして遊ぶか

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	3.88	0.12	改善	0.969	なし
	事後調査	4.00			0.914	
群1	事前調査	3.94	0.11	改善	0.979	なし
	事後調査	4.05			0.934	
群2	事前調査	3.70	0.13	改善	0.926	なし
	事後調査	3.83			0.834	

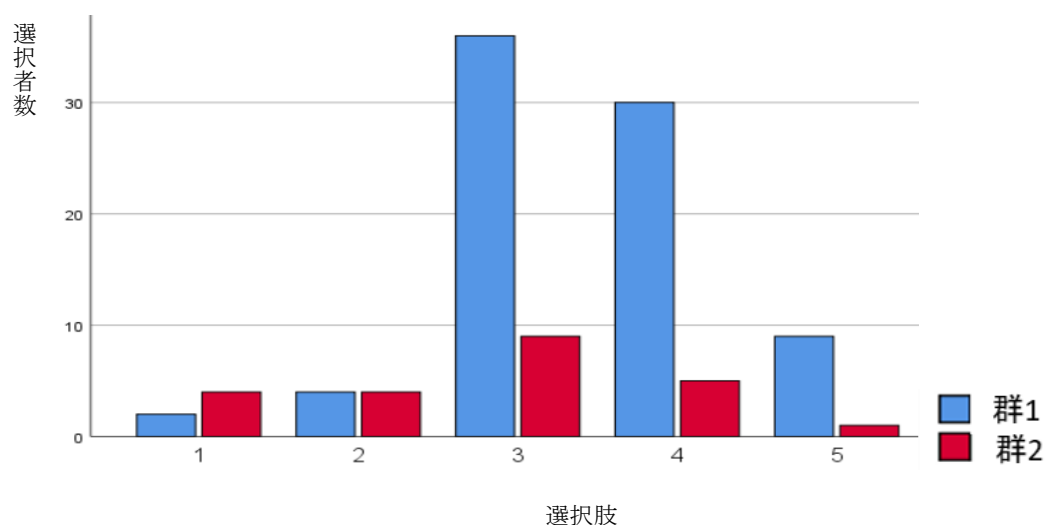
【子どもの結果】

ア) 身体を動かして遊ぶことが（より）好きになった子どもの増加

事後アンケートにおいて、教室に参加した子どもが、身体を動かして遊ぶことが（より）好きになったと思うかを、「5：とても当てはまる」から「1：全く当てはまらない」までの5件法で保護者に聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は3.30であった。群1の平均値は3.44とさらに高く、また群2の平均値よりも有意に高かった（ $p<0.05$ ）ことから、高頻度参加群の子どもたちにおいて、身体を動かして遊ぶことが（より）好きになった子が多かったことが確認された。

図表 39 身体を動かして遊ぶことが（より）好きになったと思うか
（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	3.30	1.013	群間有意差 $P<0.05$
群1	1	5	3.44	0.935	
群2	1	5	2.78	1.126	



下図表は、教室開始時と終了時に、「幼稚園・保育園以外で子どもは1日に平均どれくらい身体を動かした遊びを行っているか」を「1：30分未満」「2：30分以上1時間未満」「3：1時間以上2時間未満」「4：2時間以上」の4件法で聞いた結果を個人別に比較した結果である（対応のあるT検定により分析）。

本調査では、全体の結果において、事後調査において事前調査よりも身体を動かした遊びを行っている時間が有意に増えていた（ $p < 0.05$ ）。ただし群別では、両群ともに有意差は確認されなかった。

図表 40 身体を動かした遊びを行っている時間（結果表と群別グラフ）

		平均値	事後-事前	比較結果	標準偏差	有意差
全体	事前調査	1.97	0.22	改善 ★	0.919	$p < 0.05$
	事後調査	2.19			0.946	
群1	事前調査	1.98	0.22	改善	0.961	なし
	事後調査	2.20			0.980	
群2	事前調査	1.96	0.22	改善	0.767	なし
	事後調査	2.17			0.834	

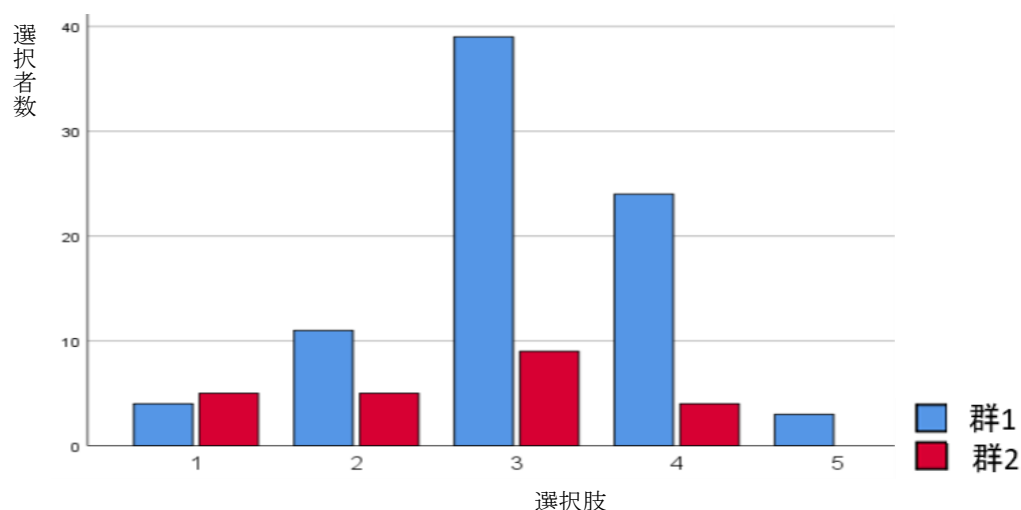
★：有意に改善した項目

イ) 以前より体力がついた子どもの増加

教室に参加した子どもが以前より体力がついたと思うかを、「5：とても当てはまる」から「1：全く当てはまらない」までの5件法で保護者に聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は3.00であった。群1の平均値は群2の平均値よりもかなり高かったが、有意差は確認されなかった。

図表 41 以前より体力がついたと思うか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	3.00	0.945	群間有意差 なし
群1	1	5	3.14	0.877	
群2	1	4	2.52	1.039	



またオンライン教室の初回と最終回に参加者に体力測定を行った結果を以下に示す。体力測定として実施した立ち幅跳びと開眼片足立ちにおいて、開始時よりも終了時において数値が改善しており、開眼片足立ちでは有意差が確認された。なお、今回の体力測定は実施方法を指導員が伝え、各自で実施結果を測定して報告してもらう形式で実施した。そのため精度は検証できないため、参考値として報告する。

図表 42 体力測定結果（子ども）

種目	測定時期	N数	平均値	標準偏差	事後－事前	結果	有意差
立ち幅跳び	教室開始時	27	70.48	39.842	6.11	改善	なし
	教室終了時	27	76.59	33.589			
種目	測定時期	N数	平均値	標準偏差	事後－事前	有意差	有意差
片足立ち (開眼)	教室開始時	28	18.89	14.843	17.86	改善	p<0.01
	教室終了時	28	36.75	31.187			

【まとめ】

運動・スポーツ実施頻度ならびに運動やスポーツ実施状況、ならびに体力への自信は事後調査において事前調査よりも有意に改善しており、スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果が確認できた。有意差は確認できなかったが、健康だと思う人の割合、ならびに親子で身体を動かして遊ぶ頻度も事後調査の方が増えていた。

今回、体力への自信は有意に改善した一方で、健康状態は有意に悪化していた。健康には、「身体的健康」「精神的健康」「社会的健康」があると言われており、「精神的健康」「社会的健康」の状態が影響したのかもしれないが、今回はこれらについては調査しておらず、詳細は確認できなかった。

子どもにおいても、事後調査において事前調査よりも身体を動かした遊びを行っている時間が有意に増えており、高頻度参加群の子どもたちは低頻度参加群の子どもたちよりも、身体を動かして遊ぶことが（より）好きになった子が有意に多かったことから、本事業への参加が子どもにプラスの影響を与えたのではないかと推測された。

5. 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）

ターゲットのスポーツ実施の阻害要因を事業検討時に下記と仮説設定した。

図表 43 ターゲットのスポーツ実施の阻害要因

子どもにとってのスポーツ実施の阻害要因

•自由に遊べる空き地や生活道路が減り、運動・スポーツ（外遊びなど含む）できる場所が限られている。

•楽しみながら多様な動きを身に付けることができる機会がない。

ビジネスパーソンにとってのスポーツ実施の阻害要因

•忙しくてスポーツに割ける時間がない。

•スポーツ実施は面倒に感じる。

女性にとってのスポーツ実施の阻害要因

•忙しくてスポーツに割ける時間がない。

•育児から手を離せない。

•スポーツ実施は面倒に感じる。

この仮説を検証するために、事後アンケートにおいて、下記設問にて調査を行った。

設問1 オンライン教室の良さとして感じるものを教えてください（複数回答可）

<選択肢>

1：安全に参加できる 2：手軽に参加できる 3：一目を気にせず参加できる

4：運動が苦手でも参加できる 5：その他

設問2 オンライン教室参加を通じて子どもと一緒に定期的に運動あそびなどの運動・スポーツをするようになったか

<選択肢>

1：なかった 2：ややなかった 3：どちらともいえない

4：ややなった 5：なった

設問3 オンライン教室は子どもにとって安全安心に遊ぶ機会になると思うか

<選択肢>

1:とても思う 2:まあまあ思う 3:どちらともいえない

4:あまり思わない 5:全く思わない

設問4 オンライン教室は参加しやすいと思うか

<選択肢>

1:とても思う 2:まあまあ思う 3:どちらともいえない

4:あまり思わない 5:全く思わない

設問5 この教室に参加して感じた効果を教えてください（複数回答可）

<選択肢>

1:子どもの遊ぶ機会の確保 2:保護者の運動機会の確保 3:親子のスキンシップ

4:親子のコミュニケーション 5:新しい遊び方の知識習得

下記に5設問の回答結果と考察を示す。

【ビジネスパーソンと女性】

ア) オンライン教室の良さとして感じるもの

オンライン教室の良さとして感じる事項を、事後アンケート時に複数選択方式で回答してもらった結果を以下に示す。

全体結果においては、「手軽に参加できる」が最も多く、続いて「安全に参加できる」「人目が気にならない」が選択された。「手軽に参加できる」ことがオンライン教室の良さとして支持される一方で、「家の中なのでメリハリがもてなかった」「他の事に目移りしてしまってまったく参加してくれない事が多々あった」など、自宅での参加の難しさも報告された。

群別では最も選ばれたのが「手軽に参加できる」であることは同じであったが、群1：高頻度参加群では「人目が気にならない」「運動が苦手でも参加可能」が群2：低頻度参加群の2倍程度の回答割合となっており群間で違いが見られた。

図表 44 オンライン教室の良さとして感じる事項（複数選択方式）

全体			
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
安全に参加できる	59	23.0%	56.7%
手軽に参加できる	93	36.2%	89.4%
人目が気にならない	61	23.7%	58.7%
運動が苦手でも参加可能	25	9.7%	24.0%
その他	19	7.4%	18.3%
合計	257	100.0%	247.1%

群1			
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
安全に参加できる	48	23.0%	59.3%
手軽に参加できる	73	34.9%	90.1%
人目が気にならない	52	24.9%	64.2%
運動が苦手でも参加可能	22	10.5%	27.2%
その他	14	6.7%	17.3%
合計	209	100.0%	258.0%

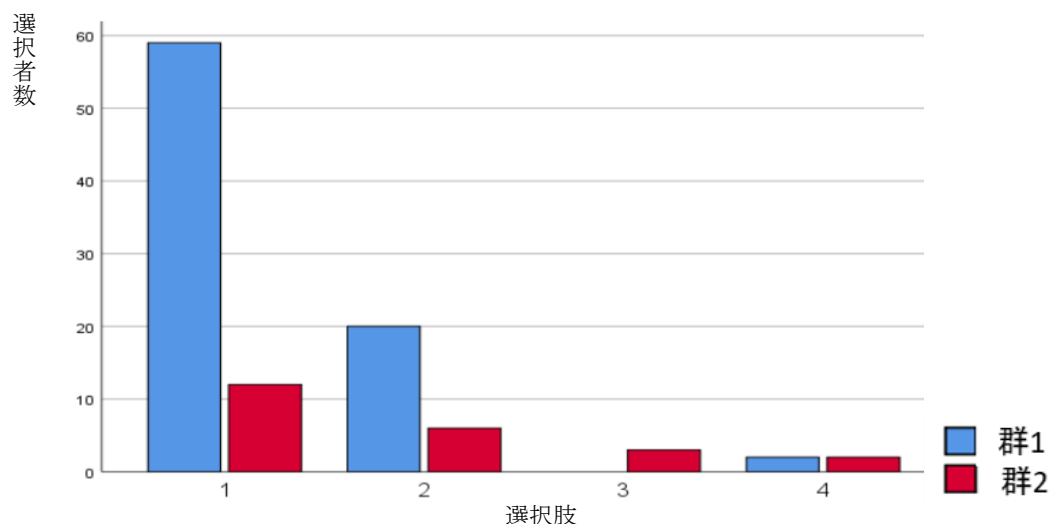
群2			
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
安全に参加できる	11	22.9%	47.8%
手軽に参加できる	20	41.7%	87.0%
人目が気にならない	9	18.8%	39.1%
運動が苦手でも参加可能	3	6.3%	13.0%
その他	5	10.4%	21.7%
合計	48	100.0%	208.7%

イ) オンライン教室は参加しやすいと思うか

オンライン教室は参加しやすいと思うかを、「5：全く思わない」から「1：とても思う」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は1.42とかなり高く、オンライン教室は参加しやすいと考えている方々が多かった。群1の平均値（1.32）は群2の平均値よりも有意に高く（ $p<0.01$ ）、高頻度参加群はよりオンライン教室は参加しやすいと考えていることがわかった。

図表 45 オンライン教室は参加しやすいと思うか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	4	1.42	0.733	群間有意差 P<0.01
群1	1	4	1.32	0.609	
群2	1	4	1.78	0.998	



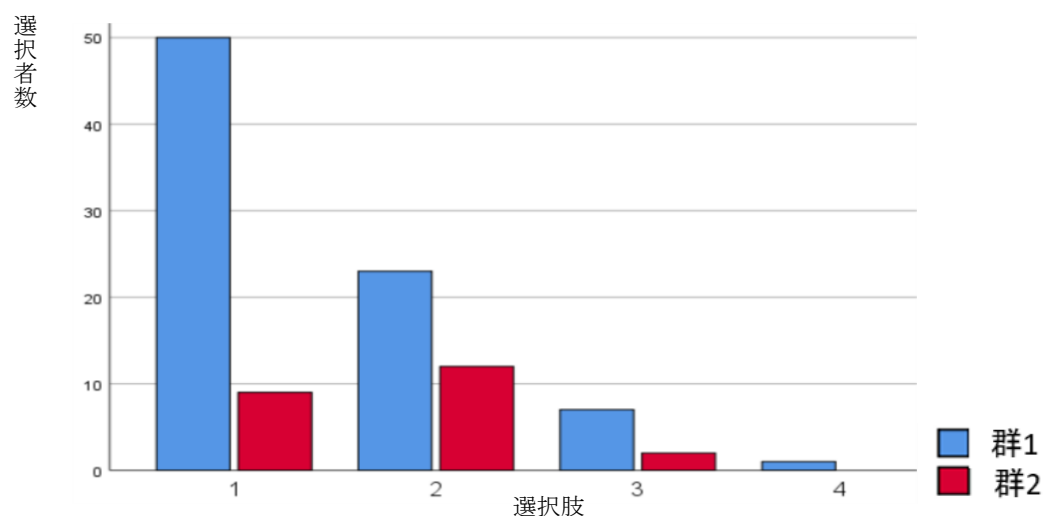
【子ども】

ア) オンライン教室は子どもにとって安全安心に遊ぶ機会になると思うか

オンライン教室は子どもにとって安全安心に遊ぶ機会になると思うかを、「5：全く思わない」から「1：とても思う」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は1.54とかなり高く、オンライン教室は子どもにとって安全安心に遊ぶ機会になると考えている方が多かった。群1の方がよりその傾向が強かったが、有意差は確認されなかった。

図表 46 オンライン教室は子どもにとって安全安心に遊ぶ機会になると思うか
(結果表と群別グラフ)

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	4	1.54	0.696	群間有意差 なし
群1	1	4	1.49	0.709	
群2	1	3	1.70	0.635	



【全 般】

ア) オンライン教室参加を通じて子どもと一緒に定期的に運動あそびなどの運動・スポーツをするようになったか

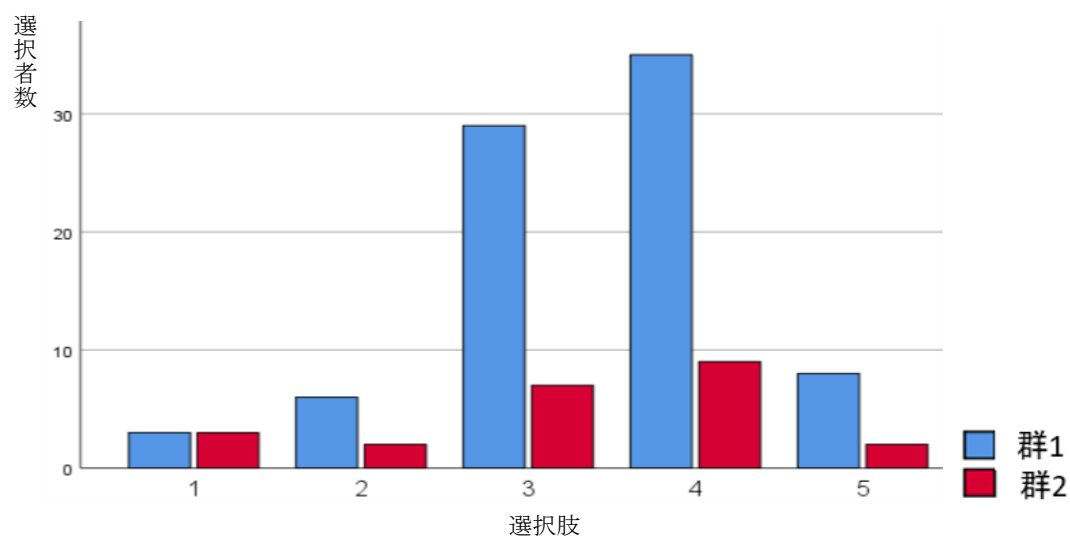
オンライン教室参加を通じて子どもと一緒に定期的に運動あそびなどの運動・スポーツをするようになったかを、「5: なった」から「1: ならなかった」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。

全体の平均値は 3.42 であった。群 1 の平均値は群 2 の平均値より高かったが、有意差は確認されなかった。

自由記述欄では、「教室でやったタオルブランコを何度もせがまれた」「教室でやった列車あそびが気に入ったようで膝にのってきた」など、具体的に親子で遊んでいた姿が報告された。

図表 47 オンライン教室参加を通じて子どもと一緒に定期的に運動あそびなどの運動・スポーツをするようになったか（結果表と群別グラフ）

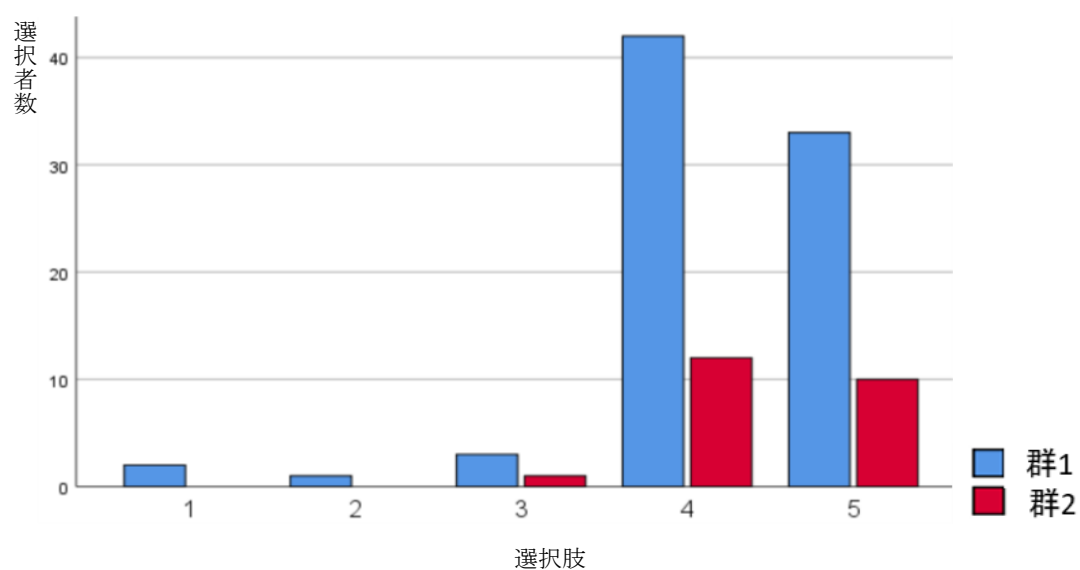
	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	3.42	0.972	群間有意差
群1	1	5	3.48	0.910	なし
群2	1	5	3.22	1.166	



また、今後、運動やスポーツを定期的に行いたいかを、「5：はっきりそう思う」から「1：全くそう思わない」までの5件法で聞いた結果を以下に示す。全体の平均値は4.30とかなり高く、運動やスポーツを定期的に行いたいと考えている方が多かった。本設問については、群2が群1よりも平均値が高かったが、有意差は確認されなかった。

図表 48 今後、運動やスポーツを定期的に行いたいか（結果表と群別グラフ）

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
全体	1	5	4.30	0.762	群間有意差 なし
群1	1	5	4.27	0.806	
群2	3	5	4.39	0.583	



イ) この教室に参加して感じた効果

オンライン教室に参加して感じた効果を、事後アンケート時に複数選択方式で回答してもらった結果を以下に示す。

全体結果においては、「親子のスキンシップ」が最も多く、続いて「子どもの遊ぶ機会の確保」「保護者の運動機会の確保」「親子のコミュニケーション」「新しい遊び知識獲得」がほぼ同等程度選択された。オンライン教室において、親子のスキンシップがとれる遊びを多く提案し、あわせてその価値も説明したことがこの結果の一因になっているのではないかと推測される。

群別では最も選ばれたのが「親子のスキンシップ」であることは同じであったが、群1：高頻度参加群では「子どもの遊ぶ機会の確保」「親子のコミュニケーション」「新しい遊び知識獲得」が群2：低頻度参加群よりも選択割合が高く、群間で違いが見られた。

図表 49 オンライン教室に参加して感じた効果（複数選択方式）

全体			
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
子どもの遊ぶ機会の確保	57	19.2%	54.8%
保護者の運動機会の確保	56	18.9%	53.8%
親子のスキンシップ	70	23.6%	67.3%
親子のコミュニケーション	52	17.5%	50.0%
新しい遊び知識獲得	55	18.5%	52.9%
その他	7	2.4%	6.7%
	297	100.0%	285.6%
群1			
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
子どもの遊ぶ機会の確保	48	19.8%	59.3%
保護者の運動機会の確保	45	18.5%	55.6%
親子のスキンシップ	56	23.0%	69.1%
親子のコミュニケーション	44	18.1%	54.3%
新しい遊び知識獲得	46	18.9%	56.8%
その他	4	1.6%	4.9%
	243	100.0%	300.0%

群2

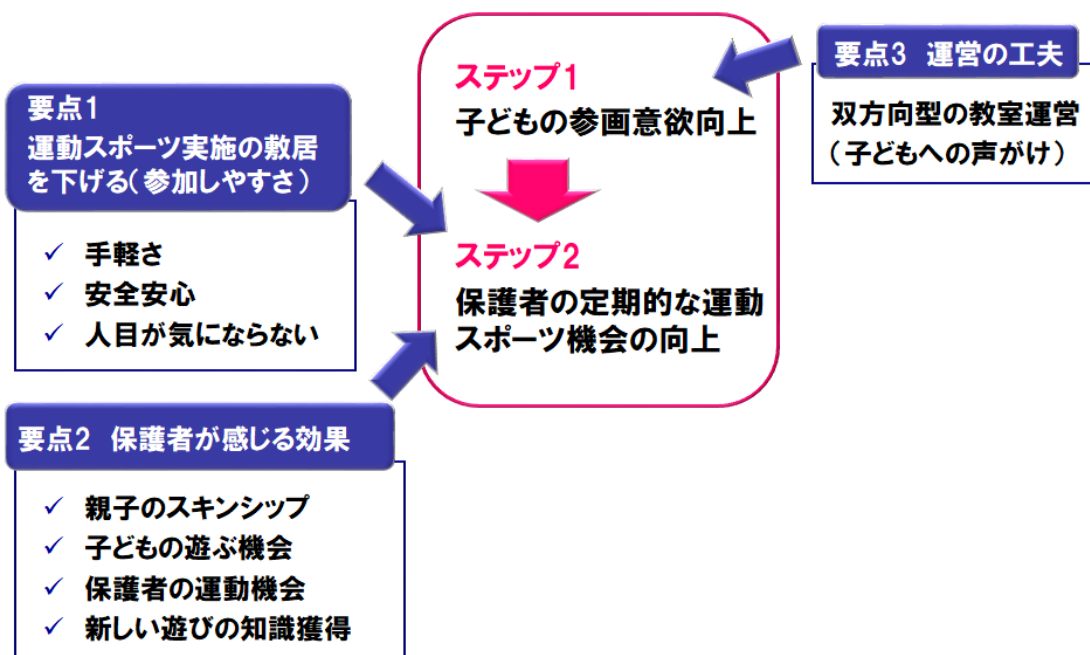
選択肢	回答数	パーセント	ケースの%
子どもの遊ぶ機会の確保	9	16.7%	39.1%
保護者の運動機会の確保	11	20.4%	47.8%
親子のスキンシップ	14	25.9%	60.9%
親子のコミュニケーション	8	14.8%	34.8%
新しい遊び知識獲得	9	16.7%	39.1%
その他	3	5.6%	13.0%
	54	100.0%	234.8%

【 考 察（まとめ） 】

実証事業を通じて、手軽かつ安全にスポーツを実施できる環境を整備することでスポーツ実施を促進できることが確認できた。また今回の結果から、ターゲットのスポーツ実施の阻害要因を解決するために重要な要点は3つあり、3要点全て揃うことで定期的な運動スポーツ実施につながると考えられる。

要点1と要点2は保護者向けである。保護者にとって参加しやすく、価値を感じるものでないと参加を検討してもらえないので、まずはこの2要点が重要である。実際に参加しても子どもが継続して参加したとしないと親も参加しない（できない）ので、続いて要点3が大切になる。この3要点により、子どもが楽しんでいるので親も楽しく参加できるというステップ1からステップ2の流れがおこることで、親子の運動あそびが定期化すると考える。以下に連携関係を示す。

図表 50 ターゲットの運動実施をおこすフロー・連携関係



今回のオンライン教室ならびにサポートツールを使うことで上記連携を導くことができることを参加者アンケートから確認することができた。保護者が感じる効果のうち、「親子のスキンシップ」と「新しい遊びの知識獲得」は、実証事業開始前はそれほど支持されると予測していなかった。一方でこれらは教室内容を検討する際に重視した点であり、それが保護者の支持を得ることができたことから、教室プログラムの組み方、遊びの提案方法の重要性も確認できた。

6. 今後の事業展開予定

(1) 事業継続や横展開に向けたポイント、課題

今回、多くの熱心な参加者とともに教室を実施することができ、手軽さ、親子のスキンシップなどが重要であることがわかった。一方で、「自分の姿が映ることを子どもが嫌がる」「外遊びの方が自分の子には向いているようだ」などの声もあった。また、自宅での運動あそびにはスペース的な制約があり、走る・投げるなどの動作は難しい。自由記述欄でも「部屋の中ではスペースの関係で思いっきりはできなかった」という報告もあった。一方で、「教室が始まる前の曲が流れると画面の前で待つようになった」「毎週土曜日に参加していたので、明日は運動遊びだから土曜日だね、みたいな感じで、曜日感覚が身についた」などの報告もあり、通常の教室と同じ意識で子どもは捉えてくれていたこともわかった。

以上のことから、オンライン教室は対面型教室や屋外教室を完全に代替するものではなく、「新しい参加形態」として十分なニーズがあるジャンルだと捉えるべきだと考えている。対面、オンラインを選べる形で提案していくことが一番利用者ニーズにあっていると考える。

本事業はオンライン教室と自宅へのツール送付のビジネスモデルであるため、教室参加者の居住エリアは問わず、全国に展開可能である。実際、今回の実証事業においても、関東圏、静岡県、愛知県、大阪府、兵庫県からの参加を得て実施した。

また、今回の実証は2歳から5歳程度の子どもとしたが、上は小学校低学年ぐらいの子どもから、下は1歳ぐらいの子どもにも横展開可能である。対象とする子どもの年齢を広げることで、保護者の対象年齢と参加者層を拡大することが可能であり、事業拡大につながる。そのため、順次参加可能年齢幅の拡大を図っていく計画である。

今回の実証事業においては、代表団体株式会社ティップネスの本社会議室から配信したが、問題なく実施できた。株式会社ティップネスは、運営施設（スポーツクラブ）内に各種のスタジオがあり、それらのハード環境を活用することも可能である。また、当社指定の運動あそびの専門研修を受講・合格した指導員を当社は30名程度抱えており、指導人材面でも事業拡大に対応可能である。

オンライン教室の良さの一つとして、教室実施の様子を録画して残すことが容易なことがあげられる。オンライン教室の内容を記録映像として残すことで、研修資料の一つとして活用するもことも可能かもしれない（今後の検討課題）。

（２）次年度以降の事業継続、横展開の計画

株式会社ティップネスでは、会員向けのオンラインフィットネスサービス「torcia(トルチャ)」においてすでに親子運動あそびコンセンツの搭載をスタートしているため、本項ではそれ以外について記述する。

本事業終了後の事業展開としては、株式会社ティップネスの契約法人（企業や健保）や自治体に対する有料事業として展開する計画である。いくつかの法人にはオンライン教室を見学してもらい、良い評価をいただき、今後詳細を詰める予定である。教室単価などは個別調整になると考えている。

また今回の実証事業を通じて得られた参加者の声や評価結果、ならびに事業実施経験は今後の横展開（法人説明等）において貴重な資料となると考えている。

（３）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

今回の実証事業はコロナ禍において新しい事業モデルの検証を行う良い機会となった。今後もこのような実証事業の機会があるとありがたい。

また Sport in Life 推進プロジェクト参画団体との連携事業ができると新しい事業モデルができるように思う。参画団体間の連携機会検討（オンラインでもいいので顔を見ての連携機会、ならびに、担当者名や連絡先、関心のある事業領域などの情報）を期待する。

7. 終わりに

3カ月にわたるオンライン親子運動あそび教室実施は代表団体株式会社ティップネスとしても初めての試みであったが、参加者との双方向型での実施方法を検討しながら実施することで、運営側もストレスなく（対面指導とそれほど変わらない感覚で）実施することができた。また参加者にも概ね良い評価をもらうことができ、今後につながる経験となった。

一方、通信環境の問題や子どもが参加しづらいなどの理由で、途中で参加しなくなる親子が一定確認できた。一方で一度も休むことなく参加してくれた親子も相当数おり、参加頻度や参加熱度の違いが感じられた。今回は無料教室で、かつ体験会も開催せずに参加者募集を行ったことがここには影響していると考えている。体験会を経て参加者募集をすることで教室内容をまず確認してもらうことができるが、今回は事業期間の関係でその機会を設けなかった。また有料教室で開催すると、「無料なら参加しよう」という“軽い気持ち”での申込みを排除できる。今後の継続事業を、個人対象（BtoC型）に募集・開催する場合、有料教室となり、有料教室での募集では体験会開催は必須であるため、参加者の熱度のある程度揃えられると考えている。法人向けに教室提供をする場合でも体験会などを設けて参加者の熱度を揃えていくことを重視したい。

運動あそびカレンダーとシール、ならびに表彰状は改善も必要だがその効果も確認できた。これらのツールを教室ツールとして配布することは参加者負担につながるため、今後さらに効果検証（参加者にとっての費用対効果）を検証したうえで、教室の付帯サービスにするかどうかを判断していきたい。

コロナの影響がどんどん深刻化する中での実証事業であったため、オンライン親子教室の取組意義を強く感じながら実施することができ、平常時の実証よりもサービス提供側としても得るものが大きい実証事業とすることができたと感じている。