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)

Meet your Sport! ~ショッピングモールでエンタメスポーツ体験~

東商アソシエート株式会社

2021年2月12日

事業概要

| 30-40代子育てファミリー層をターゲットに、非スポーツ接点であるショッピングモールを舞台として、誰でも楽しめ上達できる | スポーツ体験イベントを実施。体験を促すため、新鮮さやワクワク感を提供できるゲーミフィケーションやエンタメ要素の高い | ハンドボールコンテンツ及びランニングコンテンツを用意。

これらコンテンツに加えて、競技指導者によるワンポイントアドバイスも実施。

「上手く出来る経験→もっと上手くなりたい」という意欲を刺激し、スポーツ未実施者層のスポーツ実施定着化を支援する。

| • | エリ、田木の柱域と、こうに上り、100万にいっているは、10万円によりが、ファルスの間には、10万円には、100万円にはは、100万円には、100万円には、100万円にはは、100万円にはは、100万円には、100万円には、100万円にはは、100万円には、100万円には、100万円には、100万円 |
|---------|--|
| 実証フィールド | イオンモール幕張新都心 |
| 代表団体 | 東商アソシエート株式会社* |
| 構成団体 | イオンモール株式会社*、大日本印刷株式会社*、公益財団法人日本ハンドボール協会*、公益財団法人横浜市スポーツ協会* ※「*」はSport in Lifeコンソーシアム加盟団体 |
| ターゲット | ビジネスパーソン及び女性(30-40代子育てファミリー層) |
| | 事業①スポーツ体験コンテンツの提供 「日常生活」及び「わかりやすく適切な指導」をテーマにしたスポーツ体験イベントとして、ハンドボールコンテンツ及びランニングコンテンツをショッピングモール 利用者に提供するイベントを実施。 参加者は、買い物ついでにそのままの服装(普段着)で参加。 |

▶ハンドボールコンテンツ:プロジェクタに投影したゴールネットとちょこまかと動きまわるキーパーに向かって参加者がボールを投げて得点を競うゲーム。

▶ランニングコンテンツ : 全身の動きを感知するモーションセンサーを搭載したデジタルインタラクティブコンテンツ。

ブレーキ無しのノンストップカーレースで、最速タイムでゴールを目指すゲーム。

事業②スポーツ実施定着化への支援

プロジェクト 実施内容

スポーツ実施のモチベーション・動機付けにおいて有効とされる自己決定理論を活用して、「上手く出来る経験→もっと上手くなりたい」という意欲を高める施策として、ゲーム説明だけではなく、日本ハンドボール協会や横浜市スポーツ協会の競技指導者による指導(ワンポイントアドバイス)を実施。なお、指導の有無による影響を確認するため、指導を受けない対象者を一定数確保した。









効果検証の概要

| ターゲット | 現状 | 目標 | 実績 | 効果検証方法 |
|---------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| 30-40代 子育てファミリー層 | 週1回以上スポーツ実施率約45% | 約5%の週1回以上スポーツ実施 意欲の向上 | 約9%の週1回以上スポーツ実 施意欲の向上 | 体験後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

- ・アンケート調査の結果、30-40代で子どもと一緒に参加した人のうち約9%が「週1日以上、運動・スポーツを実施したいという意欲を持つようになった。」と回答。事業計画で見込んでいた「約5%のスポーツ実施意欲の向上」を上回るスポーツ実施意欲の向上が確認できた。
- ・また、指導の有無別に体験後のスポーツ実施意欲の変化をみると、指導無に比べて、指導有の方が以下 1 3 に該当する「運動・スポーツを実施したいという意欲を持つようになった」のスコアが若干高い結果となった。

▼体験後のスポーツ実施意欲の変化

【回答者の属性:30-40代で子どもと一緒に参加した人】

| | | 全体 | 指導有 | 指導無 | 無回答 |
|---|---|---------|---------|---------|---------|
| | | (n=852) | (n=437) | (n=295) | (n=120) |
| 1 | 週1日以上、運動・スポーツを実施したいという意欲を持つようになった。 | 8.9% | 9.6% | 8.5% | / |
| 2 | 週1日までは難しくても、定期的に運動・スポーツを実施したいという意欲を持つようになった。 | 14.1% | 14.2% | 12.2% | |
| 3 | 定期的には難しいが、機会があれば運動・スポーツを実施したいという意欲を持つようになった。 | 32.5% | 34.6% | 31.2% | |
| 4 | 運動・スポーツを実施したいという意欲は持っていない(機会があっても実施したいとは思わない) | 3.9% | 3.7% | 5.1% | |
| 5 | その他 | 0.7% | 0.9% | 0.3% | |
| 6 | 無回答 | 1.4% | 1.6% | 1.4% | |
| 7 | 非該当* | 38.5% | 35.5% | 41.4% | |

※「*」は、実施状況設問(Q10)にて「週に1回以上の頻度で運動・スポーツを実施していた。」と回答した方、および無回答の方。

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、促進要因 (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)

【主な阻害要因】

仕事や家事が忙しい、子どもに手がかかる、 面倒くさい。

【促進要因(仮説)】

"日常の買い物ついでに" "家族単位で" "ゲーム感覚で楽しめる"環境を提供することで、前述の阻害要因を解決し、スポーツ実施章欲の向上を図る。

●スポーツ実施意欲向上の要因

▶ 最も大きな要因は、「子供と一緒に楽しめること」、次いで、「身体を動かす良さを感じた」こと。



スポーツの良さを体感する、子どもと一緒に楽しめることにより、スポーツ実施意向が向上。

- ●指導を通したスポーツ実施意欲向上について
- ▶ 指導の有無によって、スポーツ実施意欲の向上に大きな差異はなかった。
- ▶ 指導の良かった点のトップは「指導が分かりやすかった」、次いで「笑顔で接してくれた」ことであった。



指導の良かった点としては「指導が分かりやすかった」がトップ。

スポーツ実施改善要因の分析結果詳細

●スポーツ実施意欲向上の要因分析

- ・意欲向上の要因として「運動・スポーツが楽しいと思ったから」、 「身体を動かす良さを感じたから」、「子供と一緒に楽しめると思った から」が高かった。
- ⇒意欲向上に寄与した要因は、スポーツの良さを再確認させる こと、子どもと一緒に楽しめること。
- ・意欲向上の障害要因は、「時間がないから(仕事や家事など)」 が8割以上(ただし、nが少ないことには留意)。
- ⇒"ながら"や"ついで"の検討余地あり。

●指導の有無

・指導の有無によって、スポーツ実施意欲の向上理由に 大きな違いは見受けられなかった。 指導の良かった点のトップは「指導が分かりやすかった」、 次いで「笑顔で接してくれた」ことであった。

| | 全体 | 指導有 | 指導無 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| 意欲向上の理由(Q12) | (n = 473) | (n = 255) | (n = 153) |
| 運動・スポーツが楽しいと思ったから | 27.3% | 31.0% | 31.4% |
| 上達して楽しいと思ったから | 2.7% | 2.4% | 4.6% |
| 身体を動かす良さを感じたから | 28.3% | 32.2% | 32.7% |
| 気軽に身体を動かせると思ったから | 13.3% | 14.9% | 14.4% |
| 身体が動かなくなっていることを実感したから | 23.7% | 25.1% | 30.1% |
| 子どもと一緒に楽しめると思ったから | 33.4% | 36.1% | 41.2% |
| その他 | 1.1% | 1.6% | 0.7% |
| 意欲向上の障害理由(Q13) | (n = 33) | (n = 16) | (n = 15) |
| 時間がないから(仕事や家事など) | 81.8% | 81.3% | 86.7% |
| お金がかかるから | 9.1% | 12.5% | 6.7% |
| 病気やけがをしているから | 3.0% | 0.0% | 6.7% |
| 場所や施設がないから | 12.1% | 25.0% | 0.0% |
| 一緒にやる人がいないから | 3.0% | 0.0% | 6.7% |
| 教えてくれる人がいないから | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他 | 3.0% | 6.3% | 0.0% |

| 指導の良かった点(Q9) | (n = 255) |
|---------------|-----------|
| 指導が分かりやすかった | 74.5% |
| 指導によってコツが分かった | 15.7% |
| 上達して楽しかった | 1.6% |
| 笑顔で接してくれた | 55.7% |
| 芯援してくれた | 29.8% |
| 対面で指導してくれた | 6.3% |
| その他 | 0.8% |
| 寺にない | 0.0% |

事業継続や 横展開に向けた ポイント、課題

- 非スポーツ接点であるショッピングセンターでのエンタメスポーツ体験は、新たな「スポーツの入口」としての可能性が十分にある。 目新しさが子供を惹きつけ、子どもとの対戦をきっかけに親が子どもと一緒になって身体を動かす。 そして、スタッフの指導の分かりやすさや笑顔も相俟って、スポーツの良さを改めて感じるといった流れがポイントであった。
- 一方で、新たな場所で、展開/波及させていく為には、場所を提供する施設側のメリットが必要である。 例えば、施設の会員アプリ獲得と連携させた取り組みにする工夫など。
- また、体験後の近隣スポーツ施設などへの送客に課題がある。 個人情報関連、システム間の連携など。

次年度以降の 事業継続、 横展開の計画

- ショッピングモールでのスポーツ体験は、「スポーツの入口」としての可能性がある為、継続し、より広げていきたい。 そして、展開/波及させていくことで、ショッピングモールでのスポーツの当たり前化を目指す。 ゆくゆくはショッピングモールだけではなく、非スポーツ接点である様々な場所で類似の取り組みを展開していく。
- その第一歩として、まずは、以下の2点を中心に進める。
 - -地方を含めた新たな場所での実施を進めるべく、連携先や場所など含め、模索/検討する。
 - -スポーツ実施意欲向上者の送客を行えるようなモデル構築を行なう。

※ただし、コロナ禍という歴史的にも特殊な環境である為、進行時期等については各ステークホルダーと連携を取り合いながら別途検討が必要。

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

- 取り組み実施時の情報発信。
- |・取り組みにあたり、親和性の高い協業先などについての引き合わせ。