

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)
「Soccer Boys Community」

事業報告書

令和3年2月

株式会社 YMFG ZONE プラニング

本報告書は、スポーツ庁の委託事業として、株式会社 YMFG ZONE プラニングが実施した令和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）」の成果を取りまとめたものです。従って、本報告書の複製、転載、引用等にはスポーツ庁の承認手続きが必要です。

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)

「Soccer Boys Community」

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	14
(1) 本事業の実施体制	14
(2) 本事業の実施スキーム	14
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）	15
(1) 効果検証方法	15
(2) 効果検証の結果	17
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）	21
6. 本事業から得られた波及効果	31
7. 今後の事業展開予定	32
(1) 事業継続や横展開に向けたポイント、課題	32
(2) 次年度以降の事業継続、横展開の計画	34
(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	36
8. 終わりに	37
参考資料 アンケート調査票・分析結果詳細	38

本事業の目的

<目的>

- ・本事業は地元プロサッカーチームと連携したコンテンツ提供を通じて、スポーツ環境の地域課題（指導者不足、地域間格差等）を解決し、子供と保護者（母親）との地域内コミュニティを醸成（スポーツクラブ×子供×親）することで、スポーツ参画・実施率向上を図るとともに、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。
- ・本事業によって、スポーツを通じ「地域住民が生涯にわたり心身ともに健康で文化的な生活」を営むことができ、一人でも多くの方がスポーツに親しむ社会の実現を目指す。

<背景>

- ・スポーツ庁は、平成 29 年度に策定した第 2 期スポーツ基本計画において、令和 2 年度までに成人の週 1 回以上のスポーツ実施率を 65.0%程度とすることを目標に掲げているが、令和元年度における同実施率は 53.6%となっている。
- ・特に、成人女性のスポーツ実施率は成人男性と比較して低い水準となっており、中でも育児期世代の女性は「仕事・育児多忙による時間不足」「運動への苦手意識」等がスポーツ実施の主な阻害要因として挙げられている。
※ 週 1 回以上のスポーツ実施率 成人女性：51.0%、成人男性：55.8%
（スポーツ庁：令和元年度「スポーツ実施状況等に関する世論調査」）
- ・そこで、本事業ではスポーツ庁の令和 2 年度「Sport in Life 推進プロジェクト」の一環として、地域の金融グループとプロスポーツチームが連携することにより、少年サッカークラブに所属する子供を持つ女性を対象に、スポーツ実施を阻害する課題解決のための実証実験を実施した。

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>

- ・本事業では、「少年サッカークラブに所属する子供（小学生）を持つ保護者（女性）」をターゲットとする。
- ・また、山口県を実証フィールドとし、県内のサッカークラブチーム（レノファスクール、下関市地元サッカークラブチーム）に通う小学生の子供を持つ母親 303 人をターゲットし事業を実施する。

<ターゲットの現状課題>

- ・現状、ターゲットは子供のサッカークラブ活動を通じてスポーツに関わる機会を有しているものの、スポーツを阻害する要因等のネガティブな面が先立ってしまいスポーツ実施までには至っていないケースが多い。
- ・また、本事業におけるターゲットは、スポーツ実施に対し意欲があるものの、子供のスポーツを通じて潜在的に有している「スポーツと関わりが持てる機会」を有効活用できていないことが、ターゲットのスポーツ実施に至っていない要因と考える。
- ・本事業では、ターゲットに対し「スポーツと関わりが持てる機会」を再発見させ、この機会を最大限活用し、プロスポーツチームと連携したコンテンツを提供することで、スポーツ参画を促進し、スポーツ実施率向上を図る。

(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）

【ターゲットのスポーツ実施を妨げている要因】

<ターゲットのスポーツ実施状況>

- ・スポーツ実施率を男性と女性で比較すると、下記の表の通り、男性（成人）：55.8%、女性（成人）：51.0%と女性の方がスポーツに参画する割合が低くなっている。
- ・また、本事業のターゲットである少年サッカークラブに所属する子供を持つ保護者（女性）は、子供を通じてスポーツに関わる機会を有しているものの、スポーツを阻害する要因等のネガティブな面が先立ってしまいスポーツ実施までには至っていないケースが多い。

図表 1-1 年代別運動実施率

	令和元年度		平成30年度		令和元年度		平成30年度	
	全体	男性	女性	全体	男性	女性		
年代別運動実施率 週1日以上 n=20,000 (%)								
全年代平均	53.5	55.3	55.7	57.2	51.4	53.4		
18歳・19歳	52.2	63.0	58.7	68.2	45.4	57.7		
20代	45.7	50.1	49.3	54.3	41.8	45.6		
30代	45.6	47.8	49.3	50.9	41.8	44.6		
40代	45.3	46.7	50.1	49.5	40.3	43.9		
50代	48.7	49.6	50.5	49.5	47.0	49.7		
60代	62.1	62.5	61.3	64.5	62.8	60.6		
70代	73.4	75.0	74.4	76.6	72.5	73.7		
成人のみ	53.6	55.1	55.8	57.6	51.0	53.0		

出典：スポーツ庁 令和元年「スポーツの実施状況等に関する世論調査」

<ターゲットのスポーツ阻害要因>

- ・育児でなかなかスポーツをする時間が作れない。
- ※下表からも、育児期は非育児期と比較してスポーツ実施頻度が低くなっている。

図表 1-2 運動・スポーツ実施頻度別の人数と割合

表2. 運動・スポーツ実施頻度別の人数と割合

	週3以上(割合)	週1~2(割合)	月1~3(割合)	3ヶ月1~2(割合)	年1~3(割合)	しなかった(割合)
育児期	32(7.1)	58(12.9)* ↓	68(15.1)	42(9.3)	63(14.0)* ↑	187(41.6)
非育児期	45(10.0)	82(18.2)* ↑	78(17.3)	40(8.9)	44(9.8)* ↓	161(35.8)

n (%) ** p < 0.01 , * p < 0.05

参照：repo.beppu-u.ac.jp/modules/xoonips/download.php/tk03407.pdf?file_id=7202

出典：別府大学短期大学部 育児期女性の運動・スポーツ実施に関する基礎的研究

- ・仕事や家事で疲れていて、わざわざスポーツを行う気になれない。
- ・周囲の目が気になる。（化粧がおちる、汗をかく、体のラインが見えるなど）
- ・手軽にできる運動方法が分からない。どんな運動をしたらいいか分からない。
- ・一緒にスポーツできる人がいない。
- ・スポーツをするのにお金がかかってしまうイメージがある。

(3) 本事業で期待される効果

【ターゲットへ期待される効果】

本事業では、子供がスポーツを行っている保護者が有する潜在的な「スポーツとかかわりが持てる機会」を有効活用し、保護者スポーツ実施に対する、「きっかけづくり」、「ワクワク感・つながり」、「継続負担の軽減」を柱としたプロジェクトを実施することで以下の効果が期待される。

①ターゲットのスポーツ実施率改善

プログラムの実施前後で、ターゲットのスポーツ実施率を25%増加する。

②子供のサッカーに対する関心度の向上

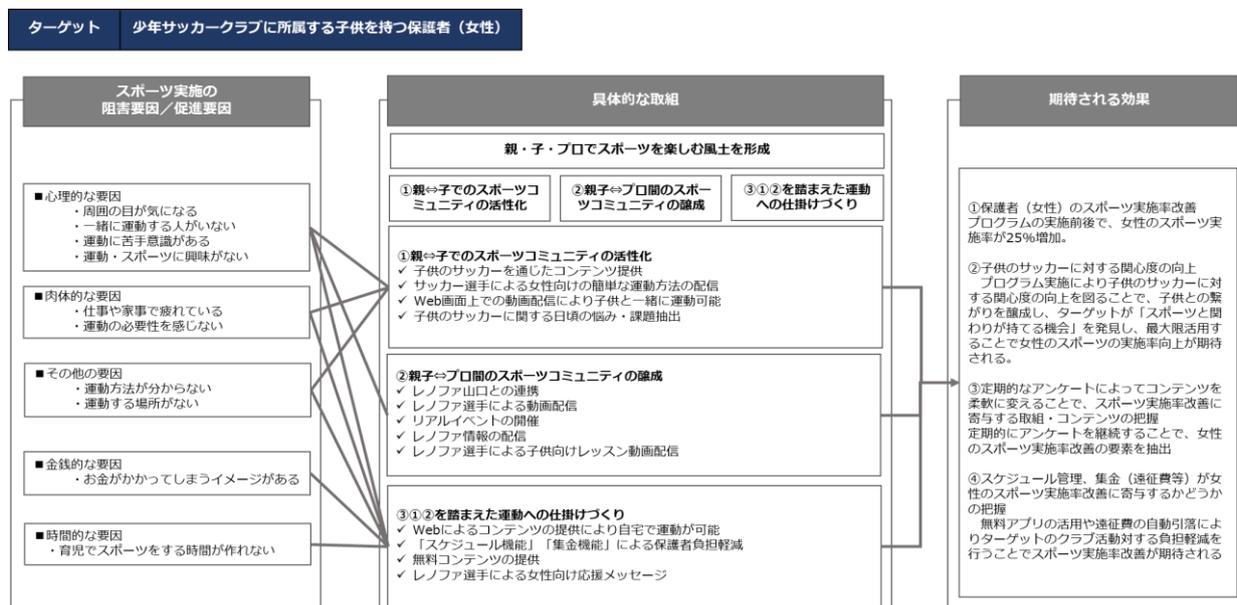
子供のサッカーに対する関心度の向上を図ることで、ターゲットと子供の繋がりを醸成し、ターゲットが「スポーツと関わりが持てる機会」を発見し、最大限活用することでスポーツの実施率向上が期待される

③定期的なアンケートによってコンテンツを柔軟に変えることで、スポーツ実施率改善に寄与する取組・コンテンツの把握

定期的に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率改善の要素を抽出し、今後の改善に寄与する取組やコンテンツを把握できる。

④スケジュール管理、集金（遠征費等）が女性のスポーツ実施率改善に寄与するかどうかの把握

無料アプリの活用や遠征費の自動引落によりターゲットのクラブ活動に対する負担軽減を行うことでスポーツ実施率改善が期待される。



2. 本事業の実施内容

(1) 事業の実施概要

<事業概要>

ターゲットに対して、プロサッカーチームであるレノファ山口 FC と連携したリアルイベント（親子サッカーや体操を通じたレノファ山口 FC 選手との交流会）の開催や、親子で一緒にできるトレーニング動画の配信等を行い、スポーツへの参画および定着を図る。

<事業の特徴>

- ・本事業は潜在的なスポーツ参画機会を有する女性に、スポーツへの関心を高めるための以下の取組によって、スポーツ参画を促進する。
 - ①親と子のスポーツに関するコミュニケーションの活性化によるスポーツ参画
 - ②親子とプロスポーツのコミュニティ醸成によるスポーツ参画
 - ③上記を踏まえたスポーツ実施への仕掛けづくり
- ・既存サービスにおいて、保護者に対する利便性向上を重視したコンテンツサービスは存在しているものの、保護者自身（特に育児期のスポーツ実施率の低い世代に対するアプローチ）に対しスポーツ参画を推進するサービスは見受けられない。
- ・本事業は、地域金融グループ(山口フィナンシャルグループ：略称YMF G)と、地元プロスポーツチームが有する地元住民・地元企業へのネットワークを最大限に活用した金融グループ×プロスポーツチームの新たな連携モデルである。

図表 2-1 ターゲットに対するアプローチイメージ



<具体的な実施内容>

事業①：イベント開催

ターゲットのうち、Web コンテンツでレノファ体操に取り組む子ども及び保護者（女性）を対象に、レノファ山口 FC の選手も参加するイベントを実施。

Web コンテンツを継続的に行えばイベントで選手のサイン入りサッカーボールがもらえる等、動画配信からイベントにつなぎ、スポーツの継続及び意欲向上を引き出す。

事業②：プロサッカー選手による体操動画コンテンツ配信

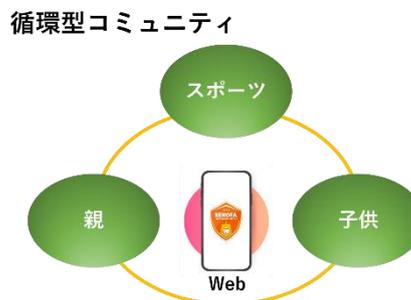
レノファ山口 FC 選手の体操レッスン動画配信により、家事・育児・仕事等で忙しい女性でも、自宅で子供と一緒に手軽に楽しむことができるスポーツを Web コンテンツとして提供。

事業③：スケジュール・集金機能コンテンツ配信

子供が所属するスポーツクラブのスケジュール管理、集金（遠征費等）がオンライン上でできる既成の Web コンテンツを紹介し、保護者の利便性を向上。

保護者の負担を軽減し、「スポーツ」「親」「子供」を繋ぐ循環型コミュニティを形成。

図表 2-2 循環型コミュニティイメージ



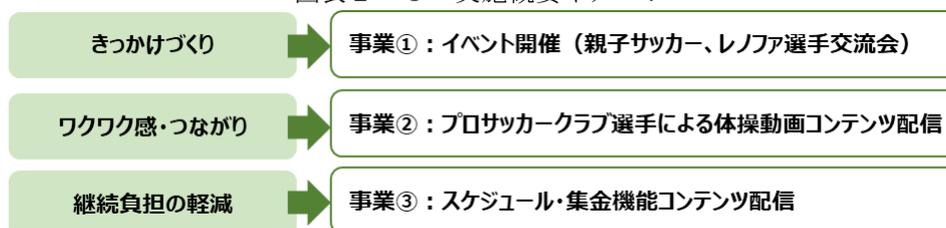
(2) 事業の実施結果

<事業実施概要>

本事業において、ターゲットが有する潜在的な「スポーツとかかわりが持てる機会」を有効活用し、スポーツ参画への「きっかけづくり」「ワクワク・つながりの醸成」「継続負担の軽減」を柱とした、以下のプログラムをレノファ山口との連携により実施。

プログラムの実施により、「親子のコミュニケーション活性化」、「親子のプロスポーツに対する興味・関心の向上」、これらを踏まえた「スポーツ実施への仕掛けづくり」を推進することで、ターゲットのスポーツ実施率の改善を図る。

図表 2-3 実施概要イメージ



<プログラム実施結果>

事業①イベント開催

- ・Web コンテンツでレノファ体操に取り組む子ども及び保護者（女性）を対象に、レノファ山口 FC の選手も参加するイベントを実施。
- ・レノファ体操を継続的に取組めば、イベントで特徴的な親子がプロ選手から表彰される等、動画配信とイベントの組み合わせによって、スポーツの継続実施及び運動実施意欲向上に繋がった。

名称	ママキッズイベント
開催日	令和 2 年 12 月 6 日（日）、令和 2 年 12 月 13 日（日）
開催場所	維新みらいふスタジアム、下関市立名池小学校
アジェンダ	(1) 開会 (2) ウォーミングアップ (3) 親子サッカー (4) レノファ山口選手 自己紹介 (5) レノファ山口選手質問コーナー (6) サイン入りサッカーボール進呈式 (7) レノファ体操 (8) 閉会

参加者概要	○令和2年12月6日（維新みらいふスタジアム） レノファスクール 母親：41人 子供：42人 【合計：83人】
	○令和2年12月13日（下関市立名池小学校） FC 亀山 母親：16人 子供：18人 父親：12人 【合計：46人】

図表2-4 イベント実施風景



< イベントアンケート結果（n=57人） >

- ・事業の実施効果については、イベント終了後に参加者全員（女性57人）に対しアンケート調査を実施した。
- ・本イベントに対する満足度について、90%以上が「満足」と回答し、参加者全員が「今後もスポーツをしたいと思った」と回答していることから、本イベントによりターゲットのスポーツ実施意欲向上に繋がった。
- ・「今後もスポーツをしたいと思えた理由」について、「子供とスポーツすることが楽しかったから」という回答が最も多く、本イベント企画である親子サッカーにより、子供と一緒にスポーツをする機会を提供できたことが、今後のスポーツ実施意欲の向上に繋がった最大の要因となった。
- ・また、本イベントに向けて、家族でのスポーツ実施機会の創出が図れたことや、本イベント内でのレノファ山口FC選手との交流会を通じてプロスポーツに対する興味・関心の向上が図れ、「スポーツ」「親」「子供」を繋ぐコミュニティを形成するきっかけとなった。

事業②：プロサッカークラブ選手による体操動画コンテンツ配信

- ・レノファ山口 FC 選手の体操レッスン動画配信により、家事・育児・仕事等で忙しい女性でも、自宅で子供と一緒に手軽に楽しむことができるスポーツを、無料アプリ上で継続的に提供。
- ・また、ターゲットが子供とのコミュニケーションの活性化を図るため、レノファ山口 FC 選手による子供向け練習動画を配信。

<効果検証方法>

Microsoft Forms の活用により事業参加者全員に対し無料アプリ上でアンケート配信を行うことで効果を検証。

図表 2-5 配信コンテンツ一覧

配信日	令和 2 年 11 月 6 日
配信内容	レノファ山口 FC 選手によるレノファ体操
配信 URL	https://youtu.be/mDMTMx1MpnQ
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303 人)



配信日	令和 2 年 11 月 20 日
配信内容	レノファ体操
配信 URL	https://youtu.be/XiLIIGQoPHQ
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303 人)



配信日	令和2年12月4日
配信内容	レノファ山口FC選手によるレノファ体操
配信 URL	https://youtu.be/mnGspUgE0uA
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



配信日	令和2年12月4日
配信内容	レノファ山口FC選手による子供向けサッカー練習動画
配信 URL	https://youtu.be/g0O3Ehw0F08
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



配信日	令和2年12月11日
配信内容	レノファ山口FC選手による体幹トレーニング動画
配信 URL	https://youtu.be/5zAEYEiHoHw
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



配信日	令和2年12月11日
配信内容	レノファ山口FC選手による子供向けサッカー練習動画
配信 URL	https://youtu.be/G4a7agWWyEE
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



配信日	令和2年12月18日
配信内容	レノファ山口FC選手によるヨガ
配信 URL	https://youtu.be/y-NxyGnzm7g
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



配信日	令和3年1月15日
配信内容	レノファ山口FC選手によるレノファ体操
配信 URL	https://youtu.be/qyP94iQDHvg
提供方法	無料アプリによる配信 (YouTube)
配信対象者	サッカークラブ (レノファスクール、FC 亀山) に所属する子供を持つ女性 (303人)



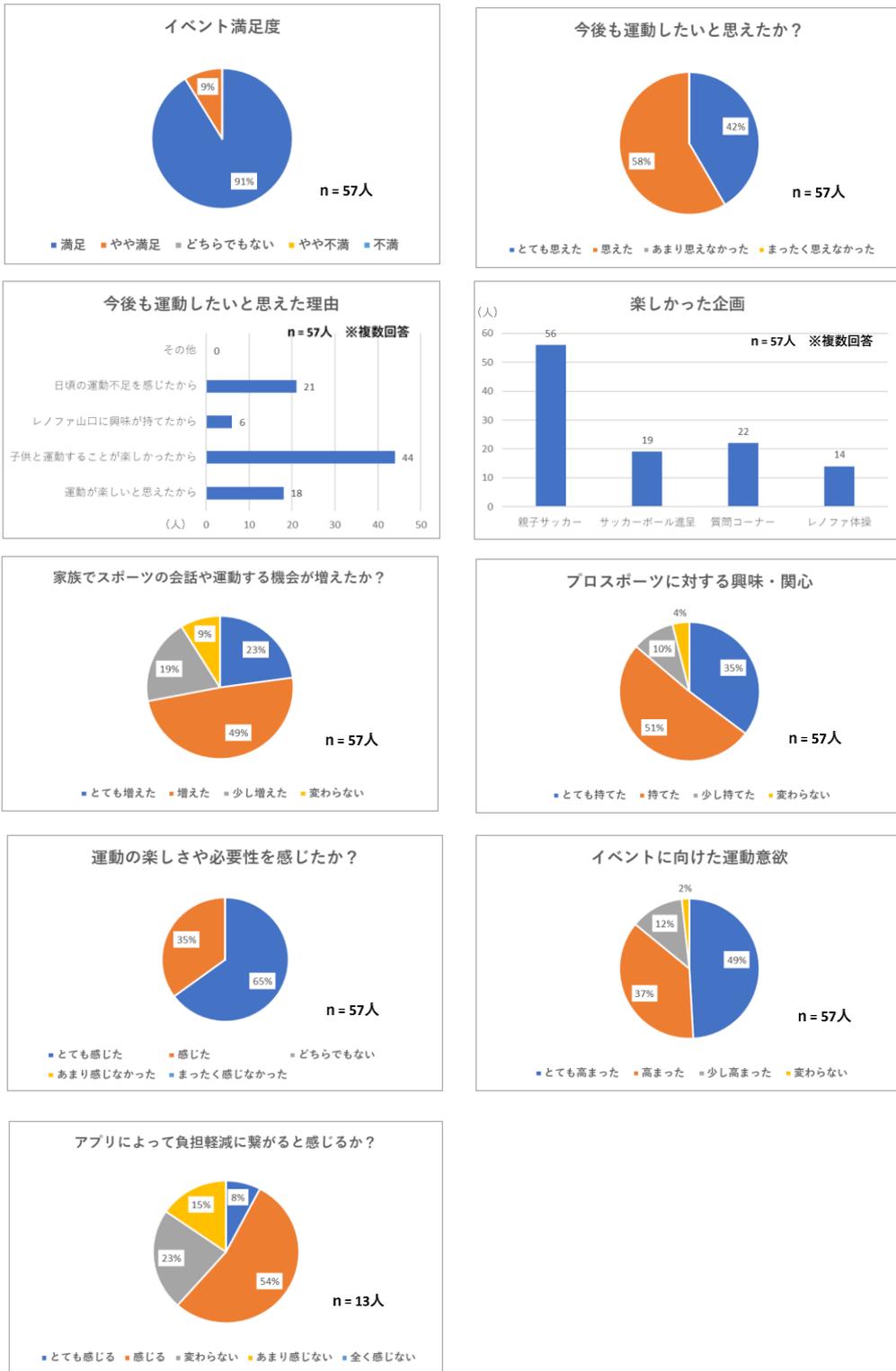
事業③スケジュール・集金機能コンテンツ配信

- ・子供が所属するスポーツクラブのスケジュール管理、集金（遠征費等）がオンライン上でできる既成の Web コンテンツを提供し、保護者の利便性向上を図った。
- ・スケジュール管理機能については、本事業で行ったイベントの開催日時や開催内容などのお知らせ、イベントに対する参加可否を Web コンテンツ上で実施。また、レノファ山口 FC 選手による動画配信についても本コンテンツ上で配信を行った。
- ・集金機能については、レノファスクールに加入する保護者（女性）を対象とし、子供の遠征に係る費用など、現状、現金都度支払いとなっているものを毎月一括自動引落とすることで、ターゲットのクラブ活動に対する負担軽減を図った。
- ・結果として、保護者の負担を軽減し、「スポーツ」「親」「子供」の循環型コミュニティ形成に寄与した。

図表 2-6 コンテンツイメージ



図表 2-7 イベント後アンケート結果



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	山口県内の少年サッカークラブ（レノファスクール、亀山 FC）
代表団体	株式会社 YMFG ZONE プラニング*
構成団体	株式会社レノファ山口、株式会社山口銀行、 株式会社データ・キュービック*、株式会社 Fusic*

※ 「*」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①②③ともに、代表団体㈱YMFG ZONE プラニングが全般の企画を実施し、構成団体である㈱レノファ山口がプロスポーツ選手の派遣や企画・運営を補助。また、㈱データキュービックと㈱Fusic が有する Web コンテンツ等の知識やノウハウによるアドバイザーや、㈱山口銀行のネットワークを活用しプログラムの策定を行う。

図表 3-1 実施スキームイメージ



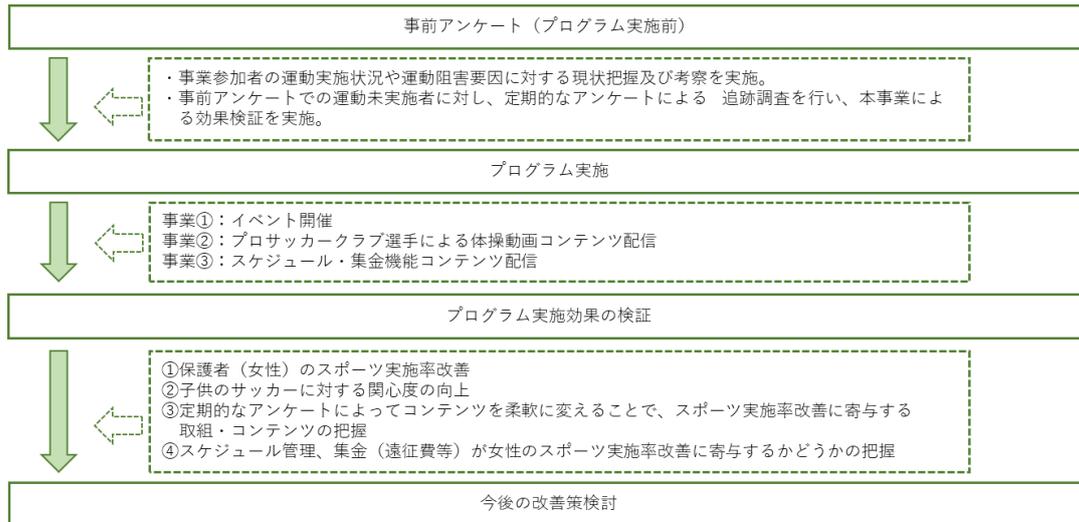
4. 事業の実施効果（スポーツ実施頻度、実施意欲の改善効果）

（1）効果検証方法

＜本事業における効果検証実施概要＞

本事業では、事業参加者の現状把握としてプログラム実施前に事前アンケートを実施。事前アンケートでのスポーツ未実施者を対象に、以下の検証スケジュールにより追跡調査を実施することで、本事業における各プログラムの実施効果を検証した。

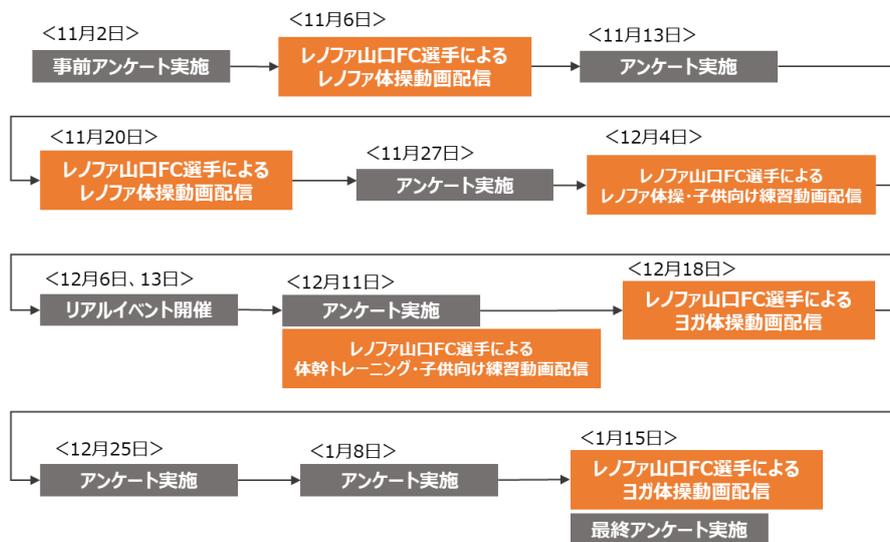
図表 4-1 効果検証イメージ



＜検証スケジュール＞

ターゲットに対して実施した事業の効果を検証するために、下記スケジュールでプログラム実施前、実施中、実施後に継続的なアンケート調査を実施し、スポーツ実施率改善、親子のコミュニケーションの活性化等に関する効果検証を実施した。

図表 4-2 検証スケジュールイメージ



図表 4-3 期待される効果と検証

期待される効果	検証方法
保護者（女性）のスポーツ実施率改善	プログラム実施前（事前アンケート）と実施中、実施後（最終アンケート）にアンケート調査を実施し、実証実験の中でターゲットのスポーツ実施状況のモニタリングを行い、スポーツ実施率改善効果を検証。
子供のサッカーに対する関心度の向上	プログラム実施前（事前アンケート）、実施後（最終アンケート）にアンケート調査を実施し、実証実験の中でターゲットが子供のスポーツに対する関心度の向上がスポーツ実施率に与える影響を検証。
定期的なアンケートによってコンテンツを柔軟に変えることで、スポーツ実施率改善に寄与する取組・コンテンツの把握	プログラム実施中の定期的なアンケートにより、スポーツ未実施者の阻害要因や関心度の高いコンテンツをヒアリングし、スポーツ実施率改善に寄与する取組・コンテンツを把握。
スケジュール管理、集金（遠征費等）が女性のスポーツ実施率改善に寄与するかどうかの把握	既成の無料アプリの導入により提供する Web コンテンツ（スケジュール管理、集金（遠征費等）についてアンケート・ヒアリング調査を実施し、スポーツ実施率改善に寄与するかどうかを把握。

(2) 効果検証の結果

本事業の各プログラム実施によって、以下の期待される効果①、②、③、④に対する結果をアンケート実施により調査した。

①、②、③については、イベント開催や動画コンテンツ配信プログラムの実施により、ターゲットのスポーツ実施率改善や子供もスポーツに対する関心度向上に繋がり、期待される効果を得られた結果となった。④「スケジュール管理、集金（遠征費等）が女性のスポーツ実施率改善に寄与するかどうかの把握」については、Web 上でのスケジュール・集金機能コンテンツ配信を実施し、一定数のターゲットが負担軽減に繋がったものの、スポーツ実施に繋がったのは20%に留まり、効果は限定的であった。

図表 4-4 効果検証結果

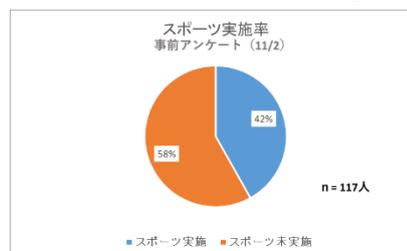
期待される効果	実績
①スポーツ実施率改善	スポーツ実施率 51%改善
②子供のスポーツに対する関心度	関心度向上 69%
③運動実施率向上に寄与する動画コンテンツの把握	コンテンツの変化により運動実施率約20%増加
④スケジュール管理・集金機能による運動実施率向上	「運動実施に繋がった」20%

【各項目における調査結果】

①保護者（女性）のスポーツ実施率改善

- ・プログラム実施前のスポーツ実施に関する現状把握として事前アンケート（11月2日）を実施し、当該アンケートにおけるスポーツ未実施者を対象にスポーツ実施状況についてプログラム実施前後での比較分析を行った。

図表 4-5 スポーツ実施率



<事前アンケート結果>

対象者：303人

回答者：117人（回収率：38%）

スポーツ実施者：49人、スポーツ未実施者：68人

スポーツ実施率：42%

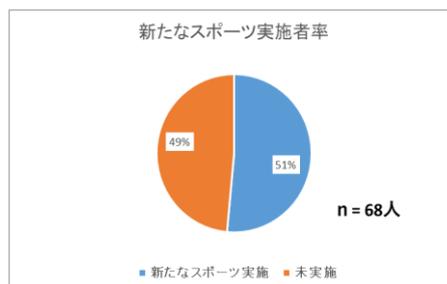
質問内容：1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数について

<本プログラムでの新たなスポーツ実施者数>

- ・事前アンケートにおけるスポーツ未実施者68人に対し、プログラム実施期間中に定期的なアンケートを行った結果、35人が本事業を通して新たなスポーツ実施者となった。

（スポーツ実施改善率：51%）

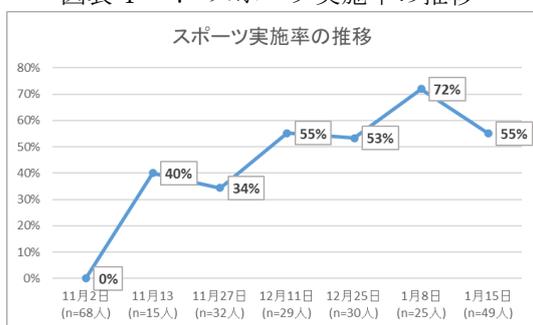
図表 4-6 新たなスポーツ実施者率



＜スポーツ未実施者のスポーツ実施率およびスポーツ実施改善率の推移＞

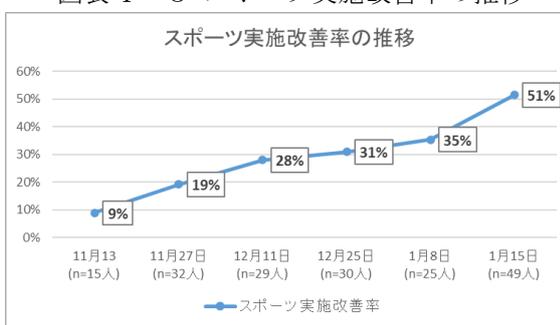
- ・事前アンケートでのスポーツ未実施者 68 人を対象として、プログラム実施期間中に定期的なアンケートを実施し、対象者のスポーツ実施状況の変化について追跡調査した。
- ・本事業の導入として各チームの監督からターゲットに対し周知を実施。また、ターゲットの関心度の高いレノファ山口 FC 選手による第 1 回目の動画配信を実施した結果、11 月 13 日のアンケートではスポーツ実施率が 40% 上昇した。
- ・プログラム実施前におけるスポーツ未実施者のスポーツ実施改善率はプログラム提供によって増加傾向にあり、本事業での実証モデルが「スポーツ未実施者の新たなスポーツ実施」に対し一定の効果をもたらしたことが分かった。

図表 4-7 スポーツ実施率の推移



$$\text{※スポーツ実施率} = \frac{\text{スポーツ実施者数}}{\text{アンケート回答者数}}$$

図表 4-8 スポーツ実施改善率の推移



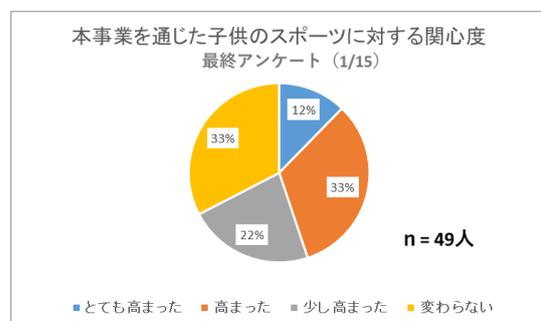
$$\text{※スポーツ実施改善率} = \frac{\text{新たなスポーツ実施者数 (累計)}}{\text{スポーツ未実施者数 (68人)}}$$

②子供のサッカーに対する関心度の向上

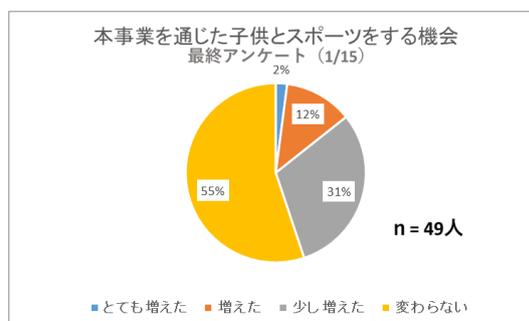
＜子供のスポーツに対する関心度＞

- ・「子供のスポーツに対する関心度」について、最終アンケートにて調査した結果、67%の関心度が向上したという結果であった。
- ・また、「子供とのスポーツ実施機会」について、ターゲットの 45% が本事業を通じて子供と一緒にスポーツをする機会が増えたという結果が出たことから、プログラム実施により子供のサッカーに対する関心度の向上を図ることで、子供との繋がりを醸成し、ターゲットが「スポーツと関わりが持てる機会」の発見に結びついている状況が見られた。

図表 4-9 子供のスポーツに対する関心度



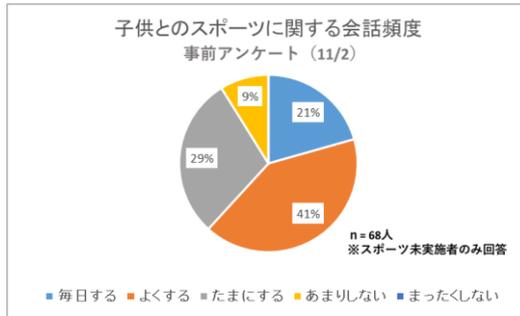
図表 4-10 子供とスポーツする機会



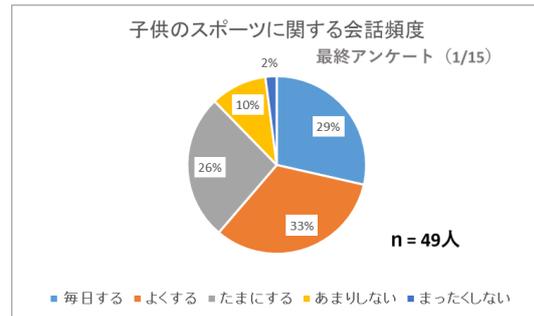
＜子供とのスポーツに関する会話頻度＞

- ・プログラム実施前の事前アンケートと実施期間中及び実施後に子供とのスポーツに関する会話頻度についてアンケートを実施し、比較分析を行った。
- ・子供とのスポーツに関する会話頻度をプログラム実施前後で比較すると、「毎日する」と回答した割合が21%から29%へ増加しており、会話頻度の向上によって子供とのコミュニケーションの活性化が図れた。

図表4-1-1 事前アンケート結果



図表4-1-2 最終アンケート結果



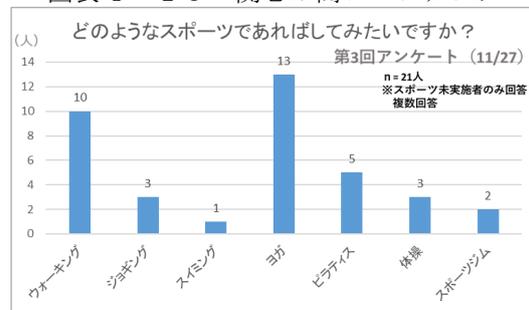
③定期的なアンケートによってコンテンツを柔軟に変えることで、スポーツ実施率改善に寄与する取組・コンテンツの把握

＜スポーツ未実施者の関心の高い配信コンテンツ＞

- ・スポーツ未実施者を対象としたアンケートにより、興味関心の高いスポーツ内容について調査を実施。最も興味関心の高いスポーツは「ヨガ」という結果となった。

アンケート結果に基づき、配信動画のコンテンツを柔軟に変えることでスポーツ実施率にどのような変化があるか検証を行った。

図表4-1-3 関心の高いコンテンツ



＜配信コンテンツによるスポーツ実施率の変化＞

- ・上記結果に基づきターゲットの関心の高い動画配信コンテンツを下記の日程で配信。定期的なアンケートにより「スポーツ実施回数」の調査を行うことで、配信コンテンツによりスポーツ実施状況にどのような変化があったか検証した結果、12月11日以降のスポーツ実施率が増加（約20%）したことから、関心の高いコンテンツを配信することが、スポーツ実施率の向上に繋がること伺えた。

図表4-1-4 スポーツ実施率の推移



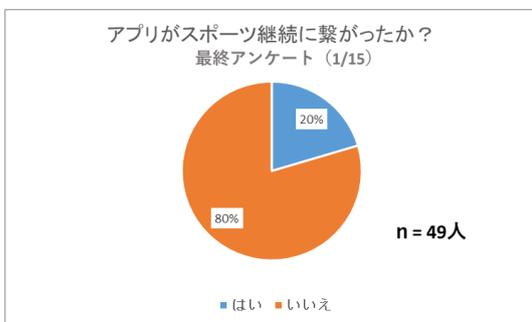
※動画配信スケジュール
12月11日：体幹トレーニング動画配信
12月18日：ヨガ体操動画配信

④スケジュール管理、集金（遠征費等）が女性のスポーツ実施率改善に寄与するかどうかの

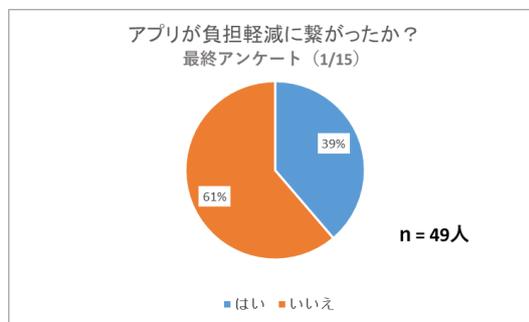
把握

- ・無料アプリの活用や遠征費の自動引落により、ターゲットのクラブ活動に対する負担軽減に伴うスポーツ実施・継続の検証を行うため、アンケートにて効果を検証した。
- ・本コンテンツがスポーツ実施に繋がったかを問うアンケートに対し「はい」と回答した人が20%となった。尚、スポーツ実施のきっかけとなった実証コンテンツについて問うアンケートについては、本コンテンツによる負担軽減が運動実施に繋がったという回答は得られなかった。
- ・一方で、ターゲットの負担軽減に繋がったという回答は40%程度あり、一定数のターゲットが子供のクラブ活動に対する負担軽減に繋がるという結果となった。

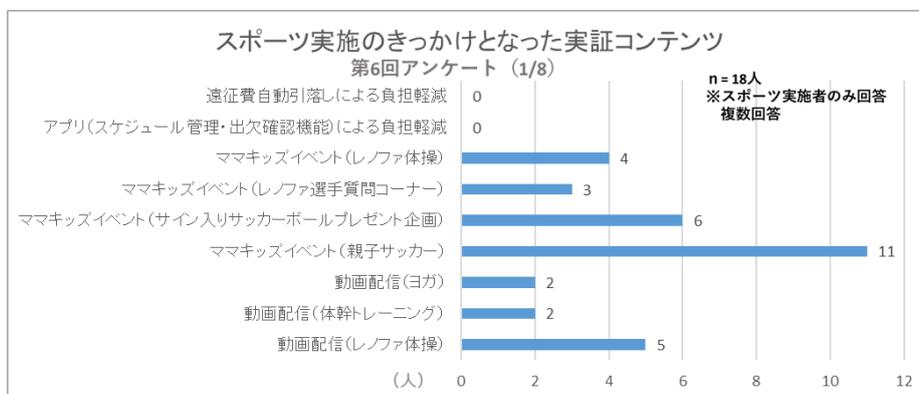
図表4-15 アプリによるスポーツ実施



図表4-16 アプリによる負担軽減



図表4-17 スポーツ実施コンテンツ



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）

【スポーツ実施改善の要因分析スキーム】

- (1) 本事業でのプログラム実施前にスポーツ実施状況に関する現状把握として事前アンケートを実施し、スポーツ未実施者のスポーツ実施に対する阻害要因を抽出した。
- (2) 抽出した阻害要因に対し、下記プログラムがスポーツ実施改善に与える要因を分析。
(実施プログラム)
事業①：イベント開催
事業②：プロサッカークラブ選手による体操動画コンテンツ配信
事業③：スケジュール・集金機能コンテンツ配信
- (3) 分析事項は主に本事業の狙いである「親子のスポーツに関するコミュニケーションの活性化によるスポーツ参画」、「親子とプロスポーツのコミュニティ醸成によるスポーツ参画」、これらを踏まえた「スポーツ実施への仕掛けづくり」に対し、①②③のプログラム実施が与えた効果を検証し、それによりスポーツ実施繋がった要因や繋がらなかった要因について調査し、改善策の検討を行った。

【事前アンケートによるターゲットの現状把握】

- ・本事業参加者におけるスポーツ実施状況について現状把握するため、プログラム実施前に事前アンケートを実施し、以下の各質問項目を調査した。
- ・事前アンケート結果より、プログラム実施前におけるスポーツ実施者とスポーツ未実施者を比較検討し、スポーツ未実施者特有のスポーツ実施を阻害する要因を抽出することで、阻害要因に対するより効果的なプログラム実施施策の検討を行った。

<事前アンケート実施内容>

実施日：令和2年11月2日

対象者：303人

回答者：117人（回収率：38%）

質問内容（一部抜粋）

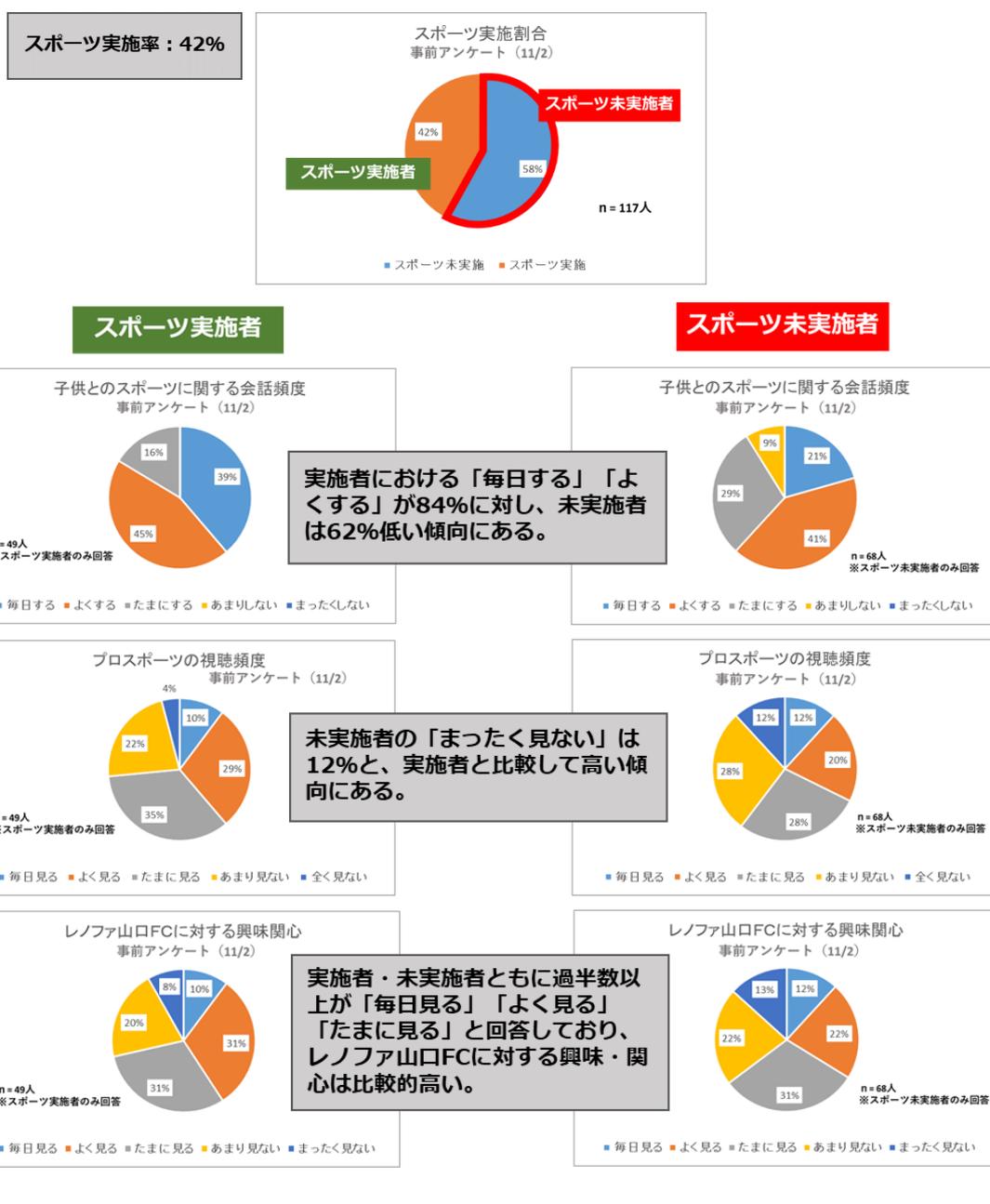
- ・1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数について
- ・お仕事の内容について
- ・子供とのスポーツに関する会話頻度について
- ・プロスポーツの視聴頻度について
- ・レノファ山口FCに対する興味・関心について
- ・スポーツ実施を阻害する要因について

＜事前アンケート結果（スポーツ実施者：49人、スポーツ未実施者：68人）＞

スポーツ実施率は42%で、スポーツ未実施者の傾向として下記が見受けられた。

- ・スポーツ実施者における、子供とのスポーツに関する会話頻度は「毎日する」「よくする」が84%に対し、スポーツ未実施者は62%と低い傾向にあった。
- ・プロスポーツの視聴頻度については、スポーツ未実施者の「まったく見ない」は12%と、スポーツ実施者と比較して高い傾向にあった。
- ・スポーツ実施者及び未実施者ともに過半数以上が「毎日見る」「よく見る」「たまに見る」と回答しており、レノファ山口FCに対する興味・関心は比較的高い傾向にあった。

図表5-1 事前アンケート結果①



<スポーツ実施を阻害する要因について>

- ・スポーツ未実施者の阻害要因のうち「仕事」「一緒にスポーツをする人がいない」「運動方法がわからない」などがスポーツ実施者の阻害要因と比較し、高順位となっている。

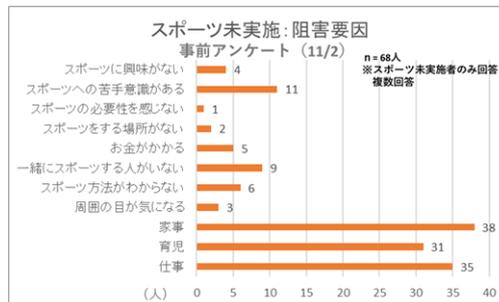
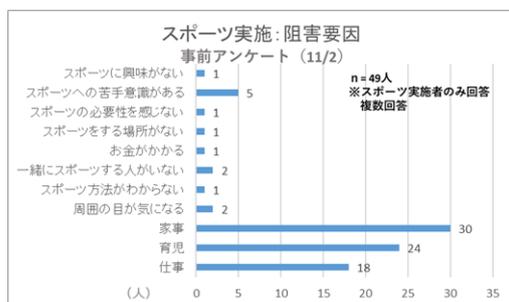
図表 5-2 事前アンケート結果②

<スポーツ実施者>

- 1位：家事
- 2位：育児
- 3位：仕事
- 4位：スポーツへの苦手意識
- 6位：周囲の目が気になる
- 6位：一緒にスポーツをする人がいない
- 11位：運動方法がわからない
- 11位：お金がかかる
- 11位：スポーツする場所がない
- 11位：スポーツの必要性を感じない
- 11位：スポーツに興味がない

<スポーツ未実施者>

- 1位：家事
- 2位：仕事
- 3位：育児
- 4位：スポーツへの苦手意識がある
- 5位：一緒にスポーツをする人がいない
- 6位：運動方法がわからない
- 7位：お金がかかる
- 8位：スポーツに興味がない
- 9位：周囲の目が気になる
- 10位：スポーツする場所がない
- 11位：スポーツの必要性を感じない



<事前アンケート結果の考察>

- ・事前アンケートの結果、スポーツ未実施者における主な阻害要因は①「家事、仕事、育児」、②「スポーツへの苦手意識がある」、③「一緒にスポーツをする人がいない」、④「運動方法がわからない」となっている。
- ・上記阻害要因解消のためには、家事・仕事・育児で疲れていたり、時間が作れない場合でも気軽に家庭内で実施できるスポーツコンテンツの提供や、親子間でスポーツに親しむきっかけづくりの機会創出、スポーツ分野において高い専門性を有する者による効果的な運動方法の提供等が有効であると考察した。
- ・また、事前アンケート結果より「子供とのスポーツに関する会話頻度」および「プロスポーツに対する興味関心」を高めることでスポーツ実施に繋がることを推測され、特に、スポーツ実施者・未実施者ともにレノファ山口FCに対する興味・関心は高く、レノファ山口FC選手によるコンテンツ提供は有効であると考えられた。

【プログラム実施がターゲットのスポーツ実施に与える要因の分析】

本事業において、以下の各事業①、②、③を実施することで、ターゲットのスポーツ実施に繋がった要因や繋がらなかった要因について調査し、改善策の検討を行った。

主な調査項目として、本事業によって、ターゲットが有する潜在的な「スポーツとかかわりが持てる機会」を再発見し、スポーツ参画への「きっかけづくり」、「ワクワク・つながりの醸成」、「継続負担の軽減」に繋がったのか、また、各プログラムを通じて「親子のコミュニケーション活性化」、「親子のプロスポーツに対する興味・関心の向上」、「これらを踏まえたスポーツ実施への仕掛けづくり」を推進することで、ターゲットのスポーツ実施率の改善が行えたのかという点について検証した。

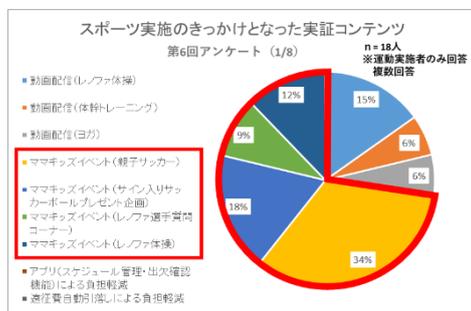
事業①イベント開催

本プログラムは、ターゲットがイベント参加を通じて、スポーツの楽しさや必要性について再発見するとともに、子供のスポーツに対する関心を高めることで、子供と一緒にスポーツを実施するきっかけづくりを行い、また、レノファ山口FC選手との交流によりプロスポーツに対する興味を持つことで、「親」「子供」「プロスポーツ」の循環型コミュニティを形成し、親子でスポーツに親しむきっかけを提供することを狙いとした事業である。

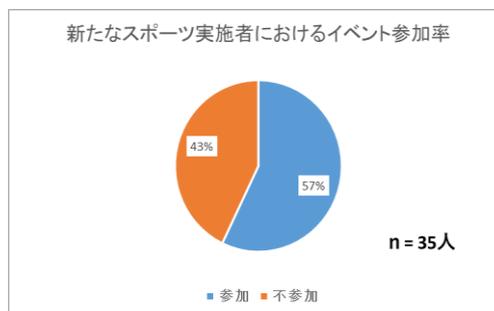
<イベント開催による効果>

- ・本プログラムを通して、スポーツ実施のきっかけとなったコンテンツをヒアリングしたところ、73%の人がイベントの企画と回答しており、イベント開催がスポーツ実施のきっかけになったことが分かった。
- ・また、事前アンケートでのスポーツ未実施者 68 人のうち新たにスポーツを実施した人は 35 人であり、新たなスポーツ実施者のうち 20 人（57%）はイベント参加者であることから、イベント開催によるスポーツ実施意欲の向上が、ターゲットスポーツ実施に繋がっていることがアンケート結果より分かった。

図表 5-3 スポーツ実施コンテンツ

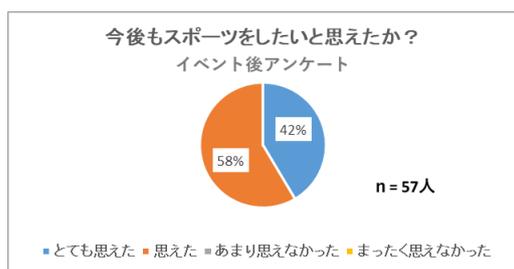


図表 5-4 イベント参加率

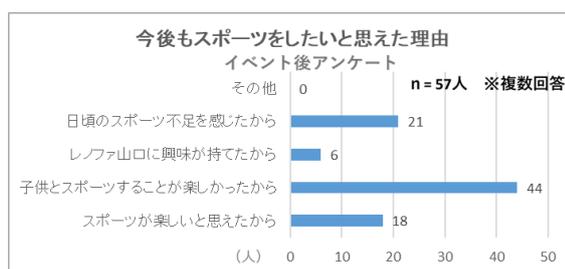


- ・イベント後のアンケートにおいて、イベント参加者全員（57人）が「今後もスポーツをしたいと思えた」と回答。理由として子供とスポーツをすることが楽しいと感じた事が大きな要因であった。また、日頃の運動不足を感じたという意見もあげられており、スポーツの楽しさや必要性について再認識する機会を提供できた。
- ・実際にイベントに向けて、子供を含めた家族での会話やスポーツをする機会が増えたと回答した人が90%以上であり、親子参加型のイベント開催はスポーツ実施意欲向上に対し大きな影響を与えたことが分かった。

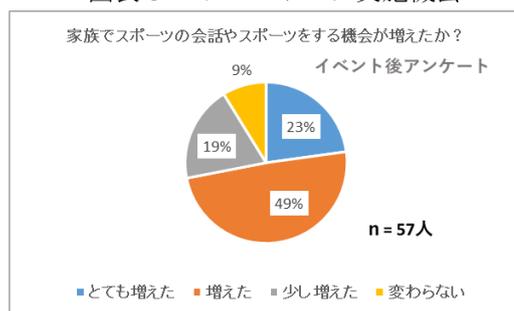
図表 5-5 スポーツ実施意欲



図表 5-6 スポーツ実施理由

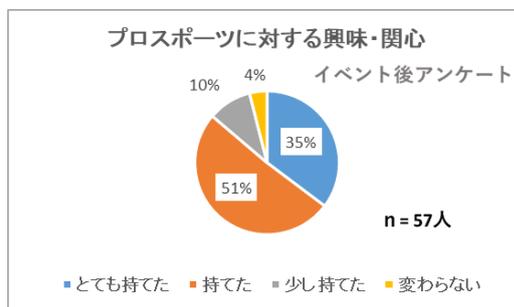


図表 5-7 スポーツ実施機会



- ・また、イベント内のプロスポーツ選手との交流や試合観戦により、プロスポーツに対する興味・関心についても90%以上が興味・関心の向上に繋がったと回答しており、イベントをきっかけとしてスポーツに関わる機会の創出ができた。

図表 5-8 プロスポーツに対する関心



<イベント開催がターゲットのスポーツ実施に繋がった要因>

本プログラムでは以下の効果により、ターゲットの「親子のコミュニケーション活性化」「プロスポーツに対する興味・関心向上」「親子でスポーツに親しむ機会の創出」が行え、事

業②の動画配信コンテンツへの誘導が図れたことで、スポーツ実施率改善に繋がった。

(イベント開催による効果)

- ・イベントでスポーツを行うことで、スポーツの楽しさや必要性について再認識でき、スポーツ実施意欲が高まった。
- ・イベント内の親子サッカーにより、ターゲットが子供と一緒にスポーツに関わる機会を提供できたことで、親子のコミュニケーション活性化、親子でスポーツに親しむきっかけづくりができた。
- ・イベント内のレノファ山口FC選手交流会によりプロスポーツに対する興味関心が高まり、レノファ山口FC選手による動画配信コンテンツ閲覧への誘導が行えた。

事業②プロサッカー選手による体操動画コンテンツ配信

本プログラムは、事前アンケートでの考察より抽出された以下①、②、③、④の阻害要因に対し、レノファ山口FCと連携して体操動画コンテンツを配信することで、スポーツ実施に対する阻害要因を解消することを目的としており、本プログラムの提供によりターゲットのスポーツ実施改善への効果検証及び要因を調査した。

(事前アンケートにより抽出された阻害要因及び、本プログラムによる解消施策)

①阻害要因：「家事、仕事、育児」

解消施策：2分程度の動画配信による手軽なスポーツの提供

②阻害要因：「スポーツへの苦手意識がある」

解消施策：レノファ体操など、健康維持に繋がる簡単なスポーツの提供

③阻害要因：「一緒にスポーツをする人がいない」

解消施策：動画配信を通じて、子供と一緒にスポーツをする機会を提供

④阻害要因：「運動方法が分からない」

解消要因：プロスポーツ選手による効果的な運動方法の提供

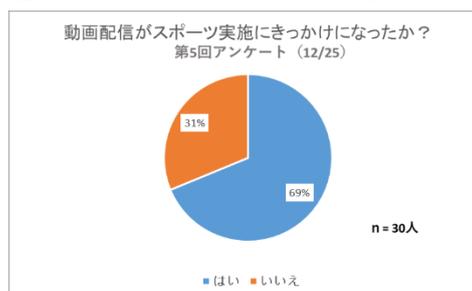
⇒興味関心の高い動画コンテンツの配信

※レノファ山口FC選手からの動画配信により、プロスポーツに対する興味・関心を高めることで、未実施者のスポーツ実施意欲向上に訴求できると推察。

<動画コンテンツ配信に対するスポーツ実施率改善の要因分析>

- ・事前アンケートにおけるスポーツ実施に係る阻害要因解消のため、上記施策を実施。
- ・実施後のアンケート結果では、「動画配信がスポーツ実施のきっかけとなった」と回答した人は69%と、本プログラムによる動画コンテンツ配信がスポーツ実施率の改善に寄与したことが分かった。

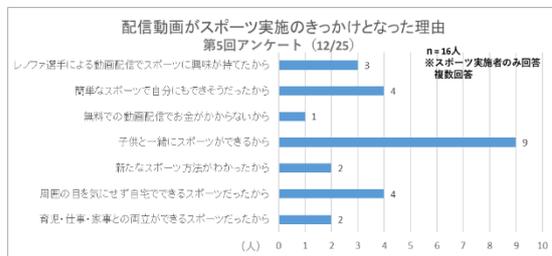
図表5-9 スポーツ実施のきっかけ



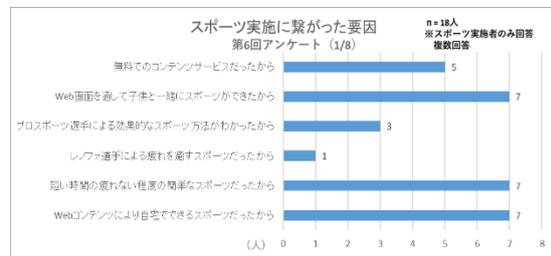
＜動画配信がターゲットのスポーツ実施のきっかけとなった要因＞

- ・要因として、①子供と一緒にスポーツができるコンテンツであったこと②自宅でできるスポーツであったこと③簡単なスポーツであったことが回答として多くあげられたことから、上記施策による動画コンテンツの配信は有効であった。
- ・アンケート結果より、スポーツ実施者の40%が子供とスポーツを実施していることから、子供とスポーツができるコンテンツは特に効果的であったことが分かる。
- ・また、親子サッカー等のイベントをきっかけに「子供とスポーツに関する会話やスポーツをする機会」が増えたことで、親子でのコミュニケーションが活発化し、ターゲットが「スポーツと関わりが持てる機会」の発見に結びついたことが、①の「子供と一緒にスポーツができるコンテンツ」をより効果的なものとし、スポーツ実施率向上に繋がった。

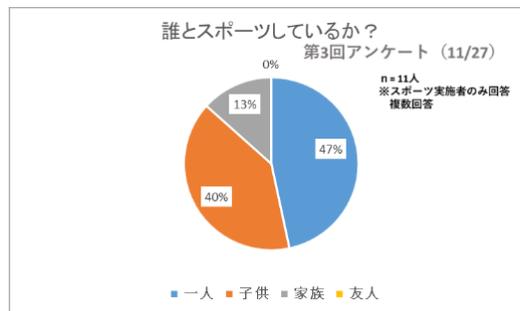
図表5-10 スポーツ実施理由



図表5-11 スポーツ実施要因

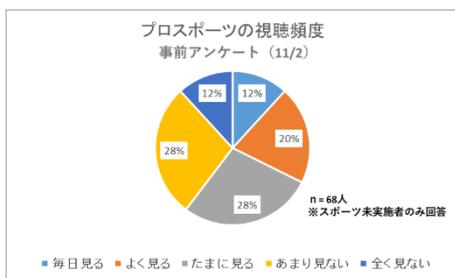


図表5-12 スポーツ実施者

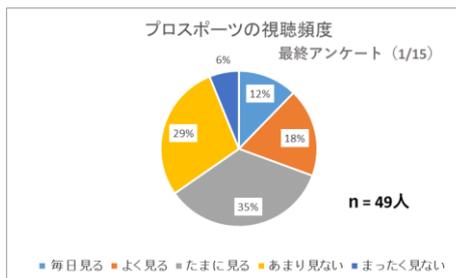


・下記グラフの通り、ターゲットのプロスポーツに対する興味関心度について調査を実施。プロスポーツの視聴頻度について、事前アンケートと最終アンケートの結果を比較すると、「まったく見ない」が事前アンケートと比較し半分の割合となっており、プロスポーツに対する興味関心の向上がスポーツ実施に寄与していることが分かる。特に、ターゲットのレノファ山口FCに対する興味関心は高く、「レノファ山口FC選手による動画配信」というコンテンツ提供が効果的であった。

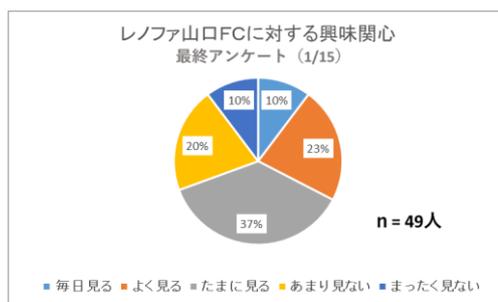
図表 5-13 事前アンケート結果



図表 5-14 最終アンケート結果



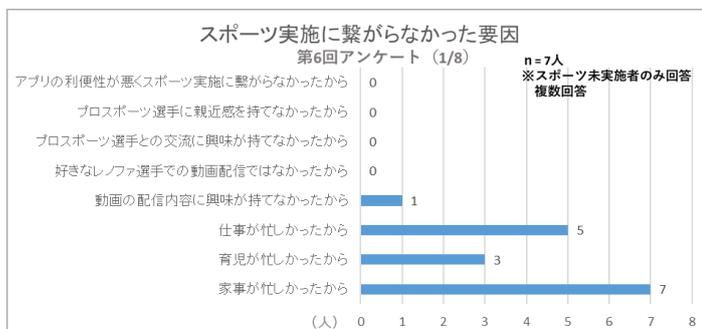
図表 5-15 最終アンケート結果



＜ターゲットのスポーツ実施に繋がらなかった要因＞

- ・スポーツ実施に繋がらなかった要因について、スポーツ未実施者に対しアンケートを実施したところ、「家事・仕事・育児」が多く挙げられたことから、「家事・育児・仕事」という阻害要因については、今後より効果的な施策が必要である。
- ・また、「動画配信内容に興味を持てなかった」との意見もあったことから、今後の改善策として、女性の関心の高いコンテンツを継続して提供していく必要がある。

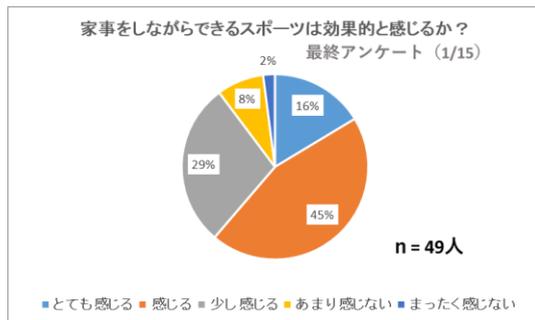
図表 5-16 スポーツ実施に繋がらなかった要因



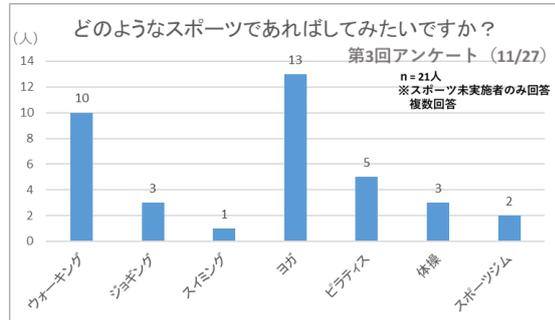
＜改善策＞

- ・スポーツ実施に繋がらなかった要因として最も多く回答が挙げられた「家事」に対し、「家事をしながらできるスポーツがあればスポーツ実施に繋がると感じるか？」というアンケートを実施したところ、90%が効果的に感じているという回答結果が得られたことから、家事をしながらスポーツができる動画コンテンツの配信が有効策であることが分かった。
- ・また、スポーツ未実施者に対し、関心の高いスポーツコンテンツについてアンケートを実施した結果、ヨガ体操やピラティス等の回答が多く挙がったことから、これらのコンテンツを継続して提供していくことも効果的である。

図表5-17 効果的なスポーツ



図表5-18 関心の高いコンテンツ



事業③スケジュール・集金機能コンテンツ配信

- ・本事業はアプリ機能の活用によりターゲットの負担軽減を図ることで、スポーツ実施の継続化を図るものであったが、本プログラムの提供により期待する効果は限定的であった。
- ・無料アプリの活用による「スケジュール機能」や「集金機能（遠征費の自動引落）」がターゲットのスポーツ実施率改善に影響しなかった要因として、①スポーツ実施に対し直接的に訴求する機能ではなかったこと、②スポーツ実施の阻害要因を解消する機能ではなかったことが考えられる。

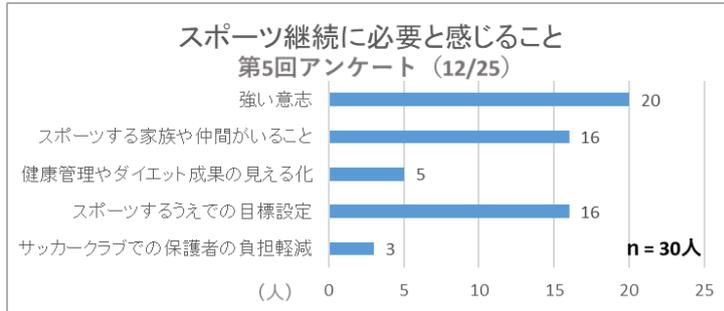
要因①：スポーツ実施に対し直接的に訴求する機能ではなかった

「スケジュール機能」と「集金機能」はターゲットのクラブ活動に対する負担軽減を行う機能であり、アンケート結果においても「負担軽減に繋がった」という結果が出ているものの、スポーツ実施までに至っていない結果となった。

要因②：スポーツ実施の阻害要因を解消する機能ではなかった

前述の通り、本機能はターゲットのクラブ活動における負担軽減を図る機能であり、スポーツ実施の阻害要因である「家事・育児・仕事」の負担を直接軽減する効果が発揮できていなかったことが考えられる。また、アンケートにより「スポーツ継続に必要と感じること」をヒアリングした結果、「サッカークラブでの保護者の負担軽減」については、優先度は低く、スポーツ継続に繋がる効果が低いことが分かった。

図表 5-19 スポーツ継続に必要なこと

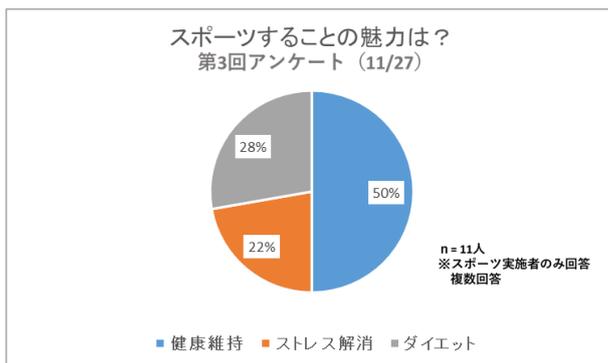


・上記の要因①②より、スポーツ実施率改善のために有効な機能として、アンケートを実施した結果、下記の意見が挙げられた。

<回答内容>

- ・自身の健康維持やダイエット、子供の体づくりに効果的なレシピの配信機能
 - ・トレーニング方法やカロリー消費目安を紹介する機能
 - ・体重やトレーニング時間の管理機能＋スポーツ実施回数によってポイントが貯まりプレゼント（レノファ山口FC選手サイン、イベント参加権利）がもらえる機能
 - ・スポーツ実施タイミングのリマインダー機能
 - ・歩数計測機能
- ・上記回答より、スポーツ実施率改善に向けた有効な機能として、トレーニング方法の紹介や自己管理機能、目標に向けたポイント機能等のモチベーションを維持する機能により、スポーツ実施に直接的に訴求できる機能が有効であり、また、レシピの配信については、スポーツ実施において魅力と感じている「健康維持」や「ダイエット」に繋がることから、スポーツ実施率改善において有効であることが分かった。

図表 5-20 スポーツの魅力

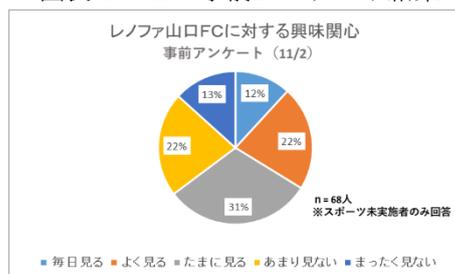


6. 本事業から得られた波及効果

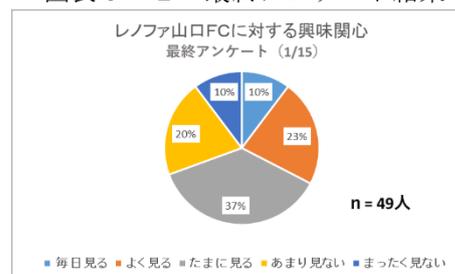
①サッカー分野における女性のスポーツ参画を通して、レノファ山口のファン増加

- ・レノファ山口に対する興味関心についてプログラム実施前後でアンケートを実施。
- ・最終アンケート実施時期はシーズンオフであったにもかかわらず、シーズン中に実施した事前アンケートと同水準でありレノファ山口に対する興味関心が高まったことが伺えた。

図表6-1 事前アンケート結果

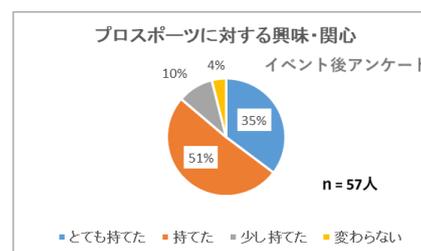


図表6-2 最終アンケート結果



- ・また、イベント実施後に「プロスポーツに対する興味・関心」についてアンケートを実施し、90%以上の興味・関心度が向上していることから、本実証プログラムを通してレノファ山口のファン増加が見込まれる。

図表6-3 プロスポーツに対する関心



②レノファ山口のファン増加による、サッカー試合観戦者数の増加

③サッカー観戦者数の増加によるスポーツツーリズム地域活性化

- ・12月6日のイベント参加者（親子83人）全員が当日のレノファ山口FCの試合を観戦。
- ・本試合は本事業構成団体の山口銀行の協賛冠マッチとして開催された試合であり、下記の通りスポンサーイベントを実施し、地域金融グループと地元プロサッカーチームの連携によって本事業参加者や試合観戦者に対し、地域のプロモーションが行えた。

<スポンサーイベント内容>

※試合当日までの期間

- ・冠マッチ記念「山口・北九州飲み比べセット おつまみ付」インターネット販売
- ・山口銀行スマホアプリ「事前ダウンロード」のお薦め（試合当日に会場で抽選あり）

※試合当日

- ・山口県を活動拠点とする「MAIN JET」による演奏とリモート応援映像のコラボ
- ・山口県立山口高等学校管弦楽部による選手入場曲の演奏
- ・山口銀行スマホアプリをDLした観戦者の中から抽選でレノファグッズを贈呈
- ・スタジアム観戦者の中から抽選で賞品を贈呈（サイン入りユニフォーム等）

7. 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

- ・本事業の継続や今後の横展開に向けて、本実証実験を通じて得た効果や改善策をもとに、有償での Web コンテンツまたはアプリサービスの開発を検討し、下記図の通り、小学生のみならず中学生や高校生へユーザーを広げることで自走化を目指す。
- ・自走化にあたり、アクティブユーザーとなる保護者や子供本人と管理ユーザーであるクラブチーム団体のニーズも把握し、必要な機能を拡充する必要があり、本実証実験で得た結果をもとにサービス内容の再検討及びサービス料金の検証を行うことで次年度以降の横展開に向けた方策を実施する。

<将来的な横展開に向けた方策>

①地域専門機関との連携によるアプリコンテンツの拡充

将来的に地方大学と連携し、中学生や高校生向けに専門的なフィジカルマネジメントを重視した科学的かつ専門的なアクティブツールやその他機能をアプリ上で拡充する。

②指導者教育によるスポーツ環境格差解消

プロサッカーチームとの連携により、トップチームの選手やコーチの派遣等を実施することで各地域の指導者へ教育を実施し、指導者不足や指導力向上を図ることで地域によるスポーツ環境格差の解消を図る。

図表 7-1 コンテンツ拡充イメージ

			
	<小学生>	<中学生>	<高校生>
アクティブユーザー	保護者	生徒本人	生徒本人
管理者ユーザー	監督または保護者（役員）	顧問	顧問
求めるもの	<ul style="list-style-type: none"> ✓楽しく学ぶ ✓保護者の負担軽減 ✓平等な環境を 	<ul style="list-style-type: none"> ✓メンバー同士で切磋琢磨 ✓質の高いサッカーの練習環境 ✓顧問の負担軽減 	
必要な機能	✓コミュニティツール	✓科学的なアクティブツール	

③事業エリアの拡大

- ・本プロジェクト内でのイベント開催が地方新聞（山口新聞）の記事として取り上げられたことをきっかけに、九州エリアに拠点を構えるプロサッカーチームより本実証プログラムを活用したい旨問合せがあるなど、地域外への反響が見られた。

今後、他のプロスポーツチームとも連携し、事業エリアの拡大を行い、事業の横展開を図る。

- ・また、親会社である山口フィナンシャルグループのネットワークを活用することで当社営業エリアである「山口県、広島県、福岡県」への事業展開を行っていく。

図表 7-2 新聞記事



<サービス設計>

- ・本プロジェクトはコミュニティ形成を通じた課題解決手法であり、優先順位は1. ユーザー数の獲得、2. ユーザー増加による機能向上となる。
- ・そのため、Web コンテンツまたはアプリ利用料について一般アカウントは無料設定を基本路線として、管理者用アカウントのみに価格設定（一般アカウント分を負担）を行うなどを検討する。

図表 7-3 サービス設計イメージ

メインステークホルダー	課題	提供価値 (課題解決)	料金等	ランニングコストの回収
サッカー少年（子供）	<ul style="list-style-type: none"> ✓練習場所の確保 ✓指導者不足 	Web サービス または アプリサービス	無料	
保護者	<ul style="list-style-type: none"> ✓スケジュール管理 ✓会計管理負担 ✓少年団運営の透明性担保 ✓少年団内の連絡調整 ✓他少年団との連絡調整 		メンバー数に応じて 月額●●円/名	
チーム団体 (監督または保護者が兼ねるケースあり)				
サブステークホルダー	課題	提供価値 (課題解決)	料金等	機能改善・更新費用の積立
<p><主要3産業></p>	ターゲットとなる利用客、購入客への認知・関心・購買の獲得	アプリへの 広告掲載 ・ 本プロジェクトの スポンサーなど	未定	

(2) 次年度以降の事業継続、横展開の計画

<本事業で得られた成果に基づく改善策>

①動画配信コンテンツの内容改善

家事をしながらスポーツができる動画コンテンツ「ながらスポーツ」の配信。

- ・洗濯物干し、掃除機がけ、皿洗いなど、家事の中でスポーツやトレーニングが意識できる方法の紹介動画を配信する。これにより、本実証プログラムの提供によって効果が限定的であった「家事」という阻害要因に対し、家事自体に対する負担を軽減するのではなく、家事の中でスポーツができる方法を紹介することで、効率的にスポーツができる機会を提供し、スポーツ実施率の更なる改善を図る。

図表7-4 家事イメージ



②アプリ機能の拡充

スポーツ実施率改善に向けた機能拡充

- ・自身の健康維持やダイエット、子供の体づくりに効果的なレシピの配信機能
- ・トレーニング方法やカロリー消費目安を紹介する機能
- ・体重やトレーニング時間の管理機能+スポーツ実施回数によってポイントが貯まりプレゼント（プロ選手サイン、イベント参加権利等）がもらえる機能

図表7-5 アプリ機能イメージ



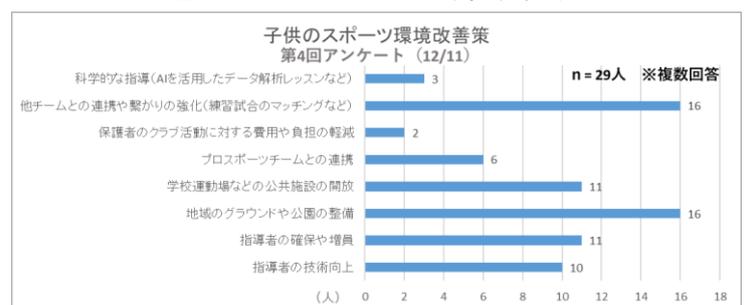
③スポーツ環境改善に向けた機能拡充

本事業を通じて、ターゲットが持つ課題や子供のスポーツ環境改善のために求めるサービスについてアンケートを実施。

(質問内容) 子供の環境の改善策について

- 1位：他チームとの連携や繋がり強化
- 1位：地域のグラウンドや公園の整備
- 3位：学校運動場などの公共施設の開放
- 3位：指導者の確保や増員
- 5位：指導者の技術向上

図表7-6 スポーツ環境改善策



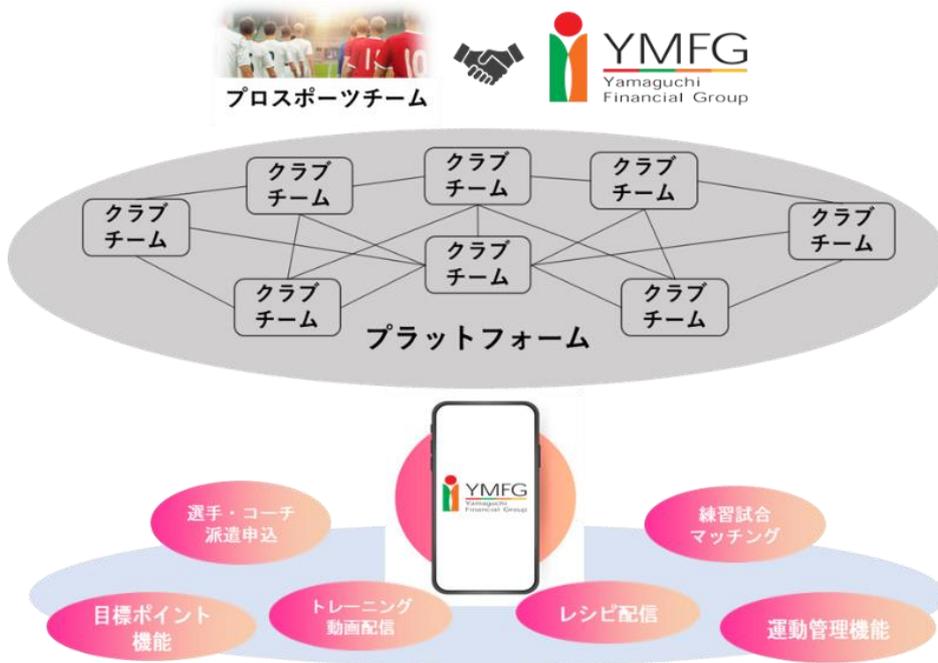
<検討サービス>

本サービスのユーザーが抱える「チーム同士が繋がる手段がない」、「指導者不足」、「指導者の技術不足」という課題に対し、プロスポーツチームとの連携により「クラブチーム間のマッチングサービス」や「プロスポーツチームの選手やスタッフ派遣サービス」などの機能拡充を検討し、Web コンテンツ上で、サッカークラブとプロスポーツチームを繋ぐプラットフォームを形成することで、ユーザーの課題解消やニーズに訴求できるサービスを展開することで自走化を行う。

図表 7-7 課題と拡充サービス

課題	拡充サービス
<ul style="list-style-type: none"> ・チーム同士が繋がる手段がない (監督やコーチの人脈に頼っている) ・指導者不足 ・指導者の技術 	<ul style="list-style-type: none"> ・クラブチーム間のマッチングサービス ・プロスポーツチームの選手やスタッフ派遣サービス

図表 7-8 事業展開イメージ



<その他施策>

子供の練習の待ち時間を活用したスポーツ参画機会の創出

- ・クラブチームを訪問し、子供の練習を見学しているターゲットに対して実地ヒアリングを実施したところ、「子供の練習の待ち時間を活用して、保護者同士でスポーツができる機会が欲しい」との意見があり、特に冬の寒い時期には待機時間を活用して体を動かしたいとの要望があった。
- ・子供の練習の送迎において、自宅まで往復するのが大変との理由から、子供の練習終了時までグラウンド横で待機する保護者が多く見られたことから、クラブチームの運営者と連携し、子供の練習の待ち時間を活用したスポーツ実施策の導入も検討していく。

(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

今後の事業展開に向けて、「Sport in Life プロジェクト」に対し、以下の取組を期待する。

①コンソーシアム加盟団体の取組事例公開

Sport in Life プロジェクトにおいて、コンソーシアム加盟団体の取組事例を積極的に公開し、本取組を一般個人だけでなく企業や各団体にも周知する。また、スポーツ促進に対する関心度向上や本事業における連携先の拡大や横展開を行う。

②コンソーシアム加盟団体の紹介・連携推進

今後の継続的な事業展開および拡大に向けて、各団体の取組事例の紹介等を通じて本事業との相乗効果が見込める他の取組団体との連携機会を創出する。

8. 終わりに

<本事業から得られた示唆>

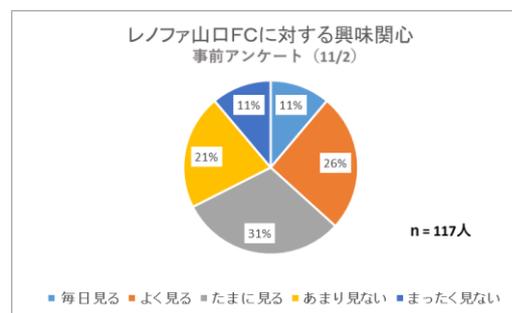
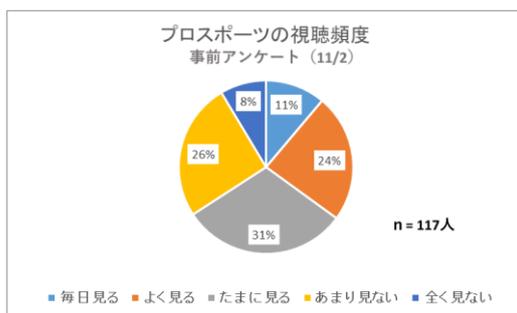
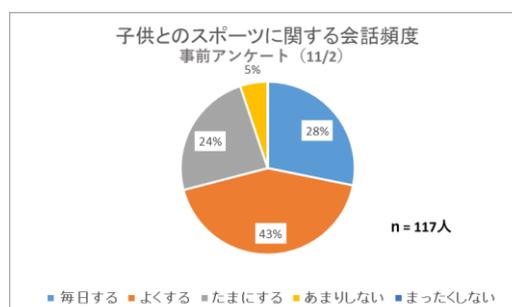
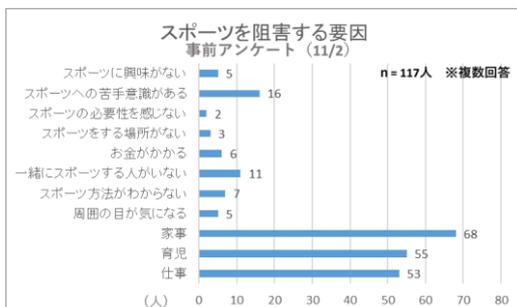
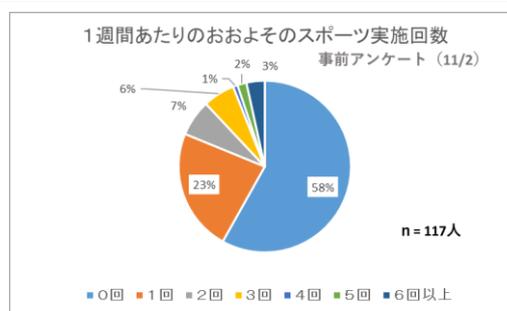
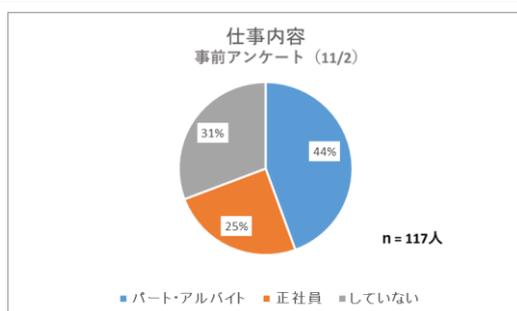
- ・本事業は、子供のサッカークラブ活動を通じてスポーツに関わる機会を潜在的に有しているターゲットに対し、本事業内の各プログラムの提供により、スポーツ参画機会を創出する機会を与えることで、スポーツ実施を促進する事業である。
- ・主な狙いとして、
 - ①親と子のスポーツに関するコミュニケーションの活性化によるスポーツ参画
 - ②親子とプロスポーツのコミュニティ醸成によるスポーツ参画
 - ③①②を踏まえたスポーツ実施への仕掛けづくりを図ることで、スポーツ実施率に対する効果の検証を行った。
- ・①②の検証結果
本報告書の通り①②を図ることでターゲットのスポーツ実施率改善に繋がった。
主な要因は、イベントの開催であり、本イベントをきっかけに子供のスポーツに対し興味関心を持つとともにプロスポーツに対する関心も高まったことで、動画コンテンツの配信がより効果的なものとなり、スポーツ実施率の改善に繋がった。
- ・③の検証結果
③の取組みとして動画コンテンツの配信を実施。
コンテンツ内容としてターゲットに訴求できたポイントは「子供と一緒にスポーツができるコンテンツであったこと」「自宅でできるスポーツであったこと」「簡単なスポーツであったこと」であった。その中でも特に有効であったものは「子供と一緒にスポーツができるコンテンツであったこと」であり、「イベント開催」から「動画コンテンツ配信」までの一連のプログラム提供の流れがターゲットのスポーツ実施率改善に訴求できたポイントであった。

<今後の検討課題>

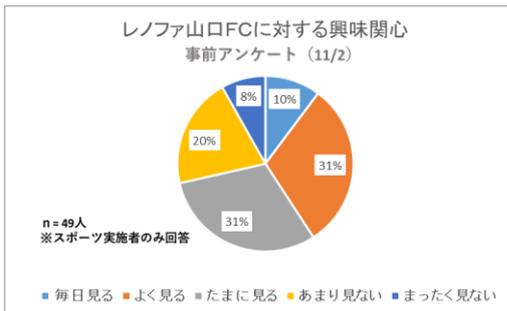
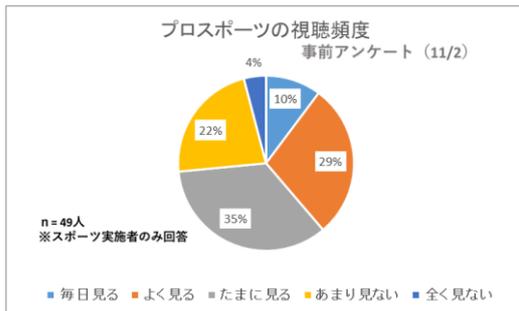
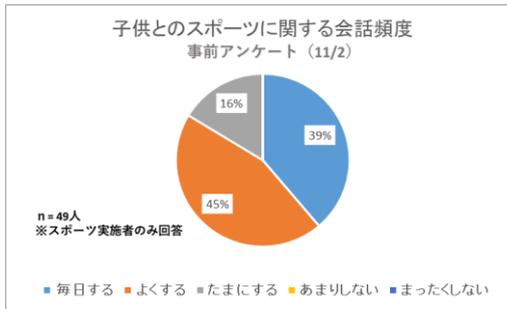
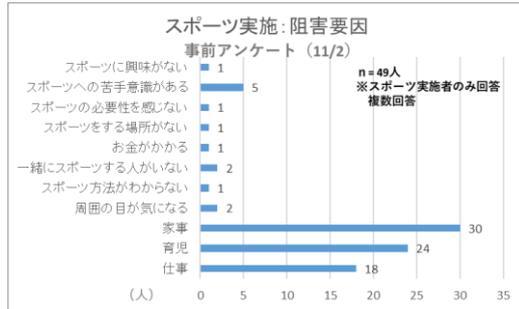
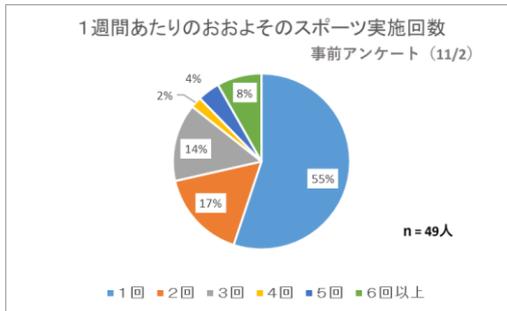
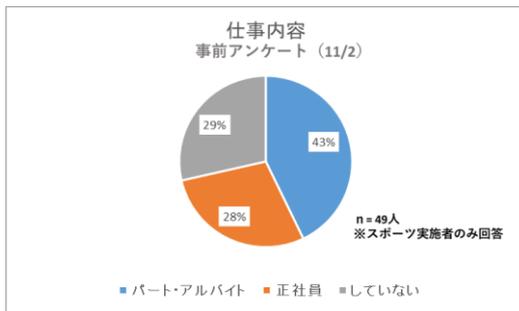
- ・本事業のプログラム提供により解消することのできなかったスポーツ実施の阻害要因である「家事」については、スポーツ実施率改善に向けて検討していく必要がある。
- ・今後の事業展開に向けて検討している改善策は、家事の中にスポーツを取り入れることで、スポーツ実施率の改善を図るというものであるが、ターゲットの家事負担自体を軽減させ、スポーツ実施に繋げるという改善策も検討する必要がある。その場合は、民間団体のみではなく、行政と共に女性の働き方や男性の家事に対する考え方等の意識の変革を実施していくことが望ましい。

参考資料 アンケート調査票・分析結果詳細

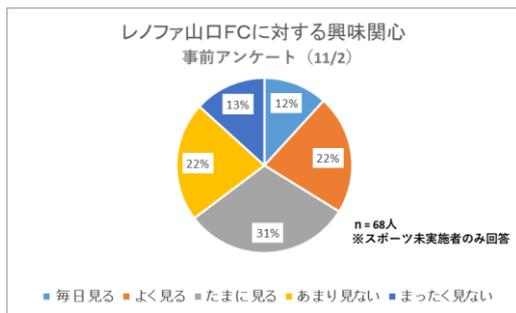
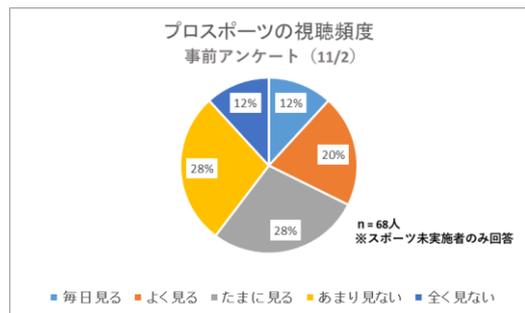
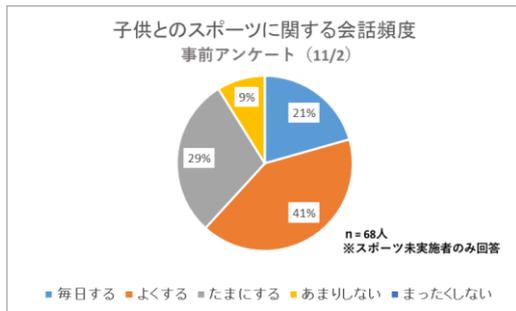
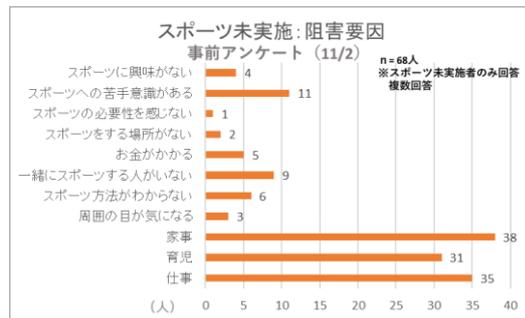
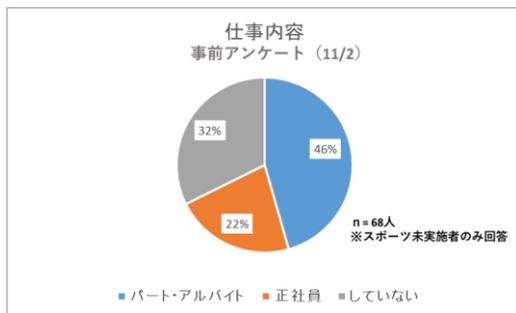
事前アンケート（参加者全員）	
実施日	令和2年11月2日
回答者数	117人（うち、スポーツ実施者数49人、スポーツ未実施者数68人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 仕事内容 2. 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 3. スポーツ実施を妨げている要因は何だと感じますか？ 4. スポーツに関する会話をお子様とどのくらいの頻度でされますか？ 5. プロスポーツの視聴頻度はどのくらいですか？ 6. レノファ関連の試合やニュース、ブログ等をご覧になられますか？



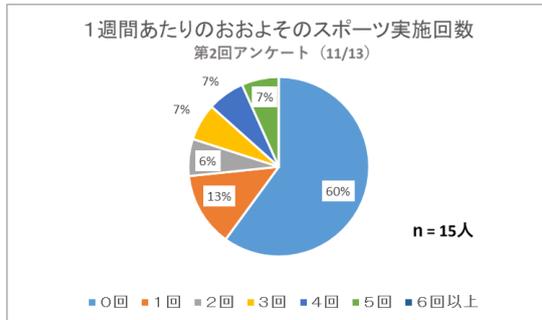
事前アンケート（スポーツ実施者）	
実施日	令和2年11月2日
回答者数	49人
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 仕事内容 2. 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 3. スポーツ実施を妨げている要因は何だと感じますか？ 4. スポーツに関する会話をお子様とどのくらいの頻度でされますか？ 5. プロスポーツの視聴頻度はどのくらいですか？ 6. レノファ関連の試合やニュース、ブログ等をご覧になられますか？



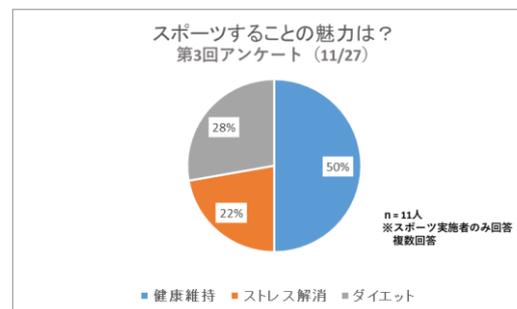
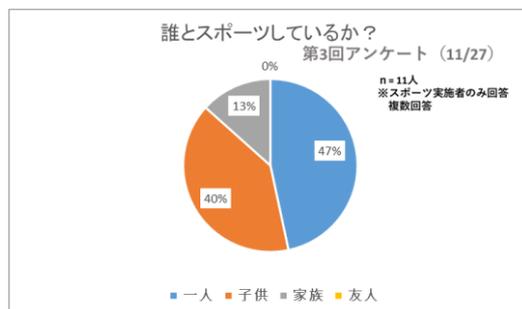
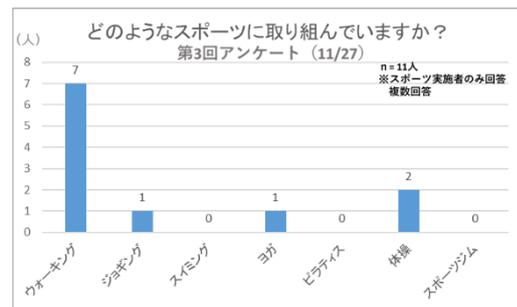
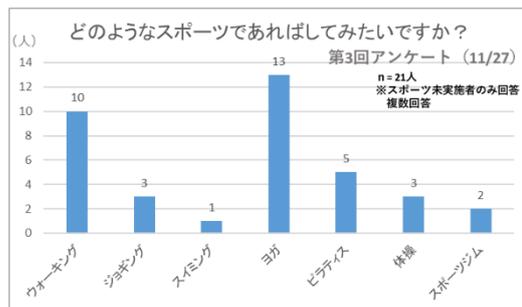
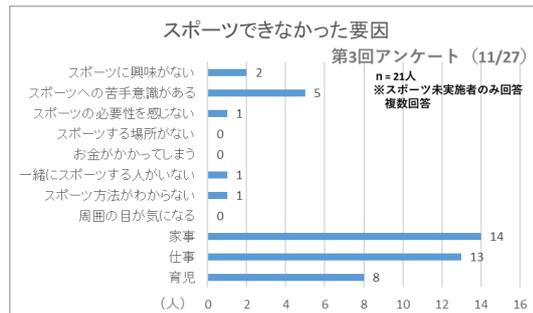
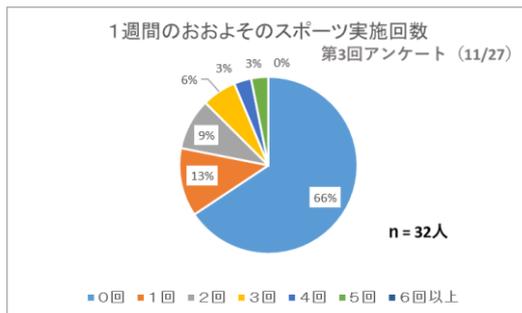
事前アンケート（スポーツ未実施者）	
実施日	令和2年11月2日
回答者数	68人
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 仕事内容 2. スポーツ実施を妨げている要因は何だと感じますか？ 3. スポーツに関する会話をお子様とどのくらいの頻度でされますか？ 4. プロスポーツの視聴頻度はどのくらいですか？ 5. レノファ関連の試合やニュース、ブログ等をご覧になられますか？

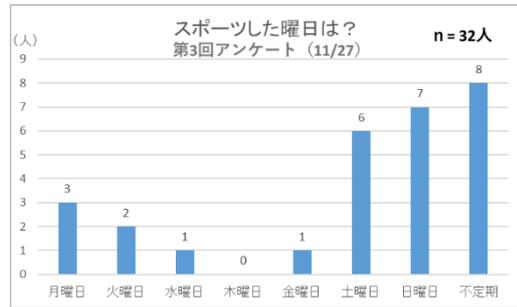
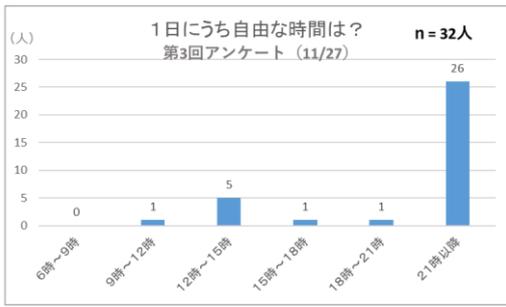


第2回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）	
実施日	令和2年11月13日
回答者数	15人（うち、スポーツ実施者6人、スポーツ未実施者9人）
質問事項	1. 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数



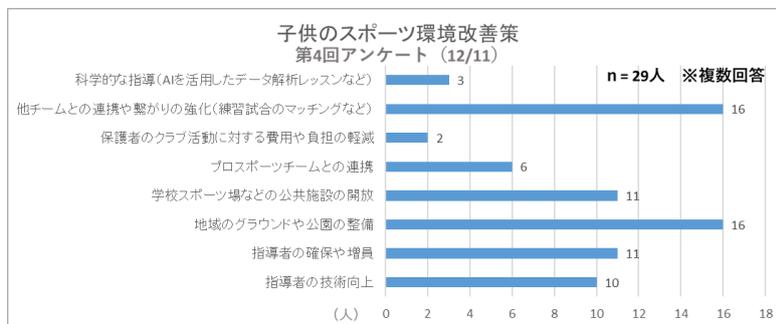
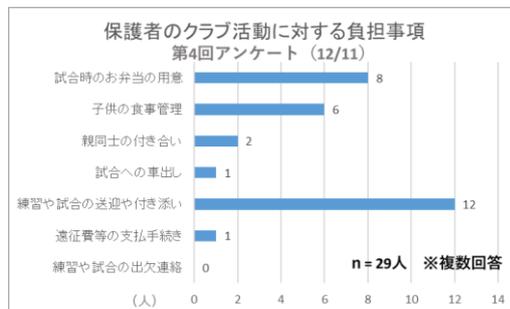
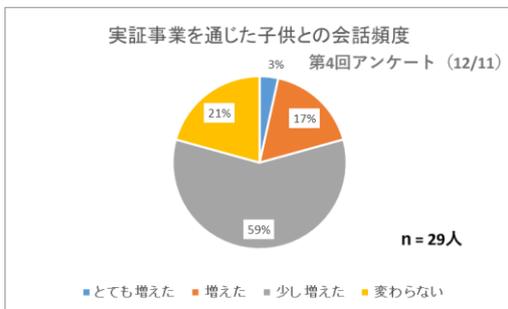
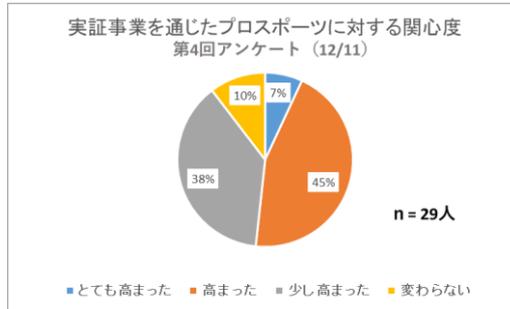
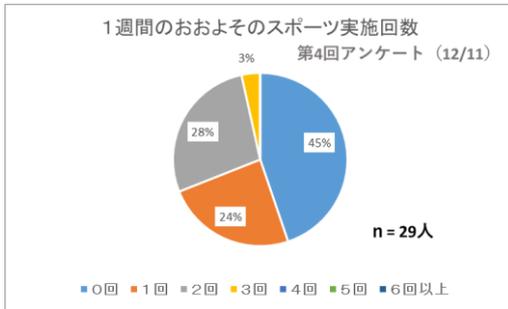
第3回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）	
実施日	令和2年11月27日
回答者数	32人（うち、スポーツ実施者11人、スポーツ未実施者21人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 スポーツができなかった要因は何だと感じますか？（スポーツ未実施者のみ回答） どのようなスポーツであればしてみたいですか？（スポーツ未実施者のみ回答） どのようなスポーツに取り組まれていますか？（スポーツ実施者のみ回答） スポーツは誰と行うことが多いですか？（スポーツ実施者のみ回答） スポーツすることの魅力は何ですか？（スポーツ実施者のみ回答） ご自身の自由な時間を持つことができる時間帯はいつですか？ 一週間の中でスポーツをした曜日を教えてください



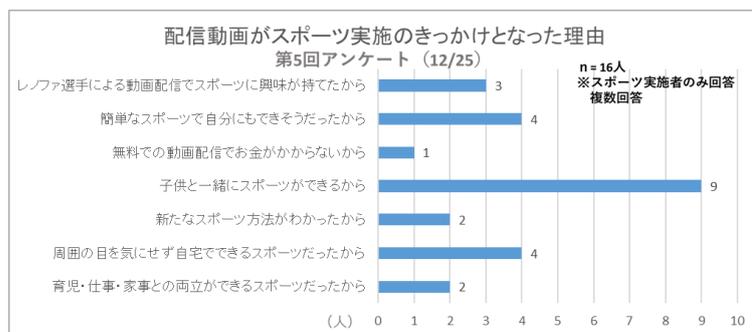
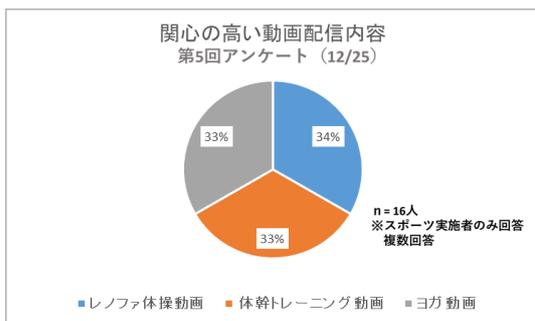
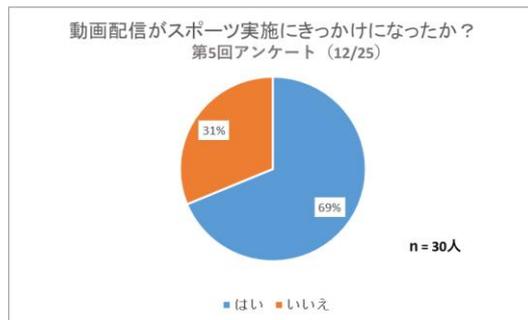
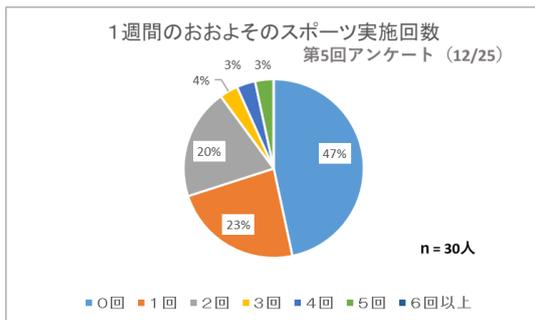


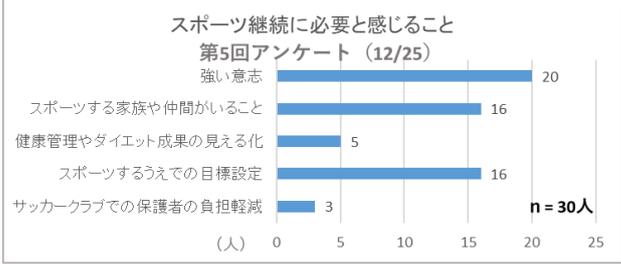
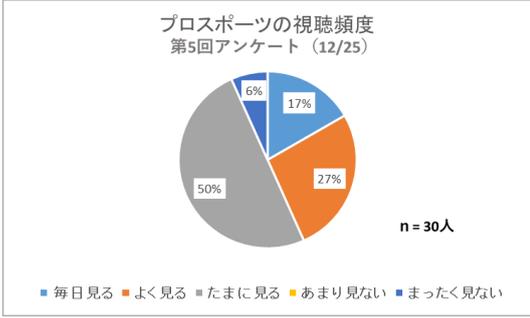
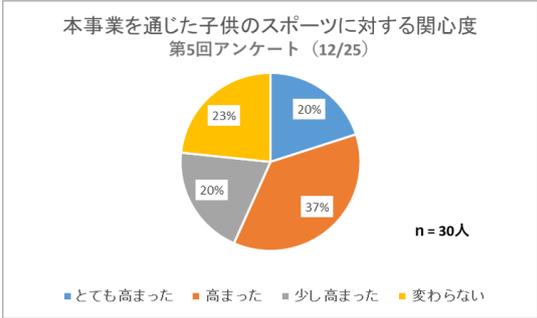
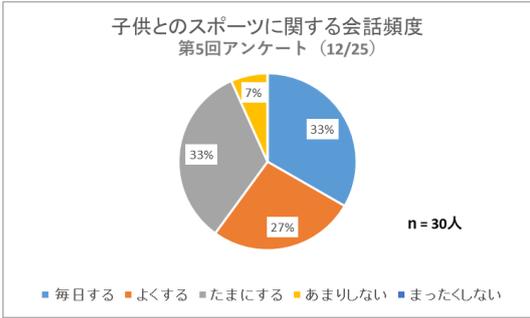
第4回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）

実施日	令和2年12月11日
回答者数	29人（うち、スポーツ実施者16人、スポーツ未実施者13人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 本実証事業内の動画配信やママキッズイベントなどを通して、プロスポーツに対する関心は高まりましたか？ 本実証事業内の動画配信やママキッズイベントなどを通してお子様とのスポーツをする機会や、コミュニケーションは増えましたか？ お子様をサッカークラブの活動に参加させることによって、お母様のご負担になっている事柄があれば教えてください。 子供のスポーツ環境をより良くするために、どのような事を実施すれば良いと思いますか？

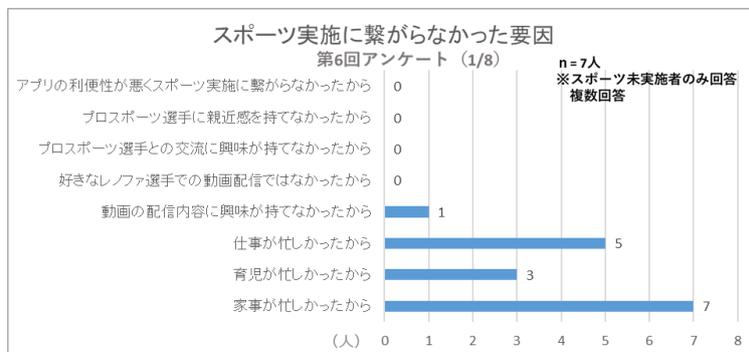
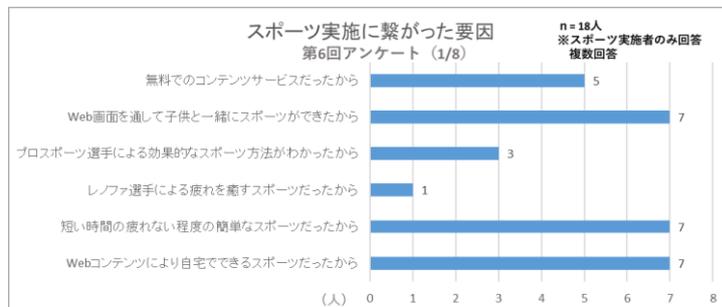
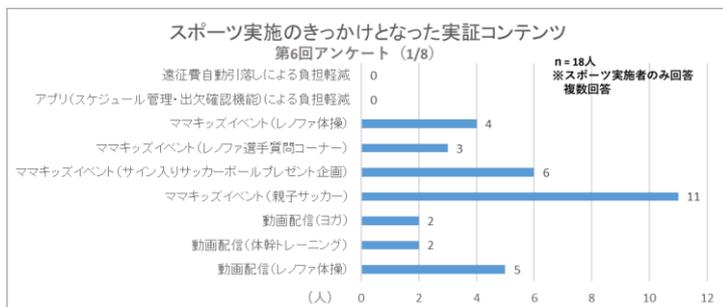
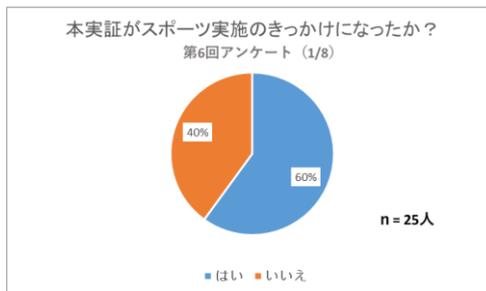
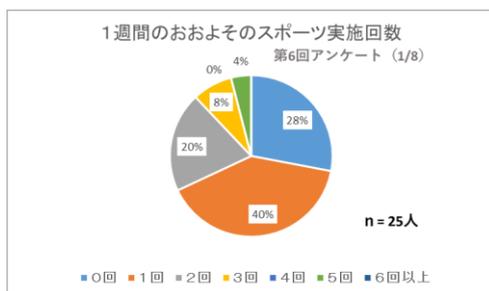


第5回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）	
実施日	令和2年12月25日
回答者数	30人（うち、スポーツ実施者16人、スポーツ未実施者14人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 本事業で配信しているレノファ選手動画はスポーツ実施のきっかけとなりましたか？ レノファ選手動画で興味・関心の高かった動画は何ですか？（スポーツ実施者のみ回答） スポーツ実施のきっかけとなった理由は何だと感じますか？（スポーツ実施者のみ回答） スポーツに関する会話をお子様とどのくらいの頻度でされますか？ 本事業を通してお子様のサッカーに対する関心度は高まりましたか？ お母様ご自身のプロスポーツの視聴頻度はどのくらいですか？ スポーツ継続のために必要な事は何だと思いますか？



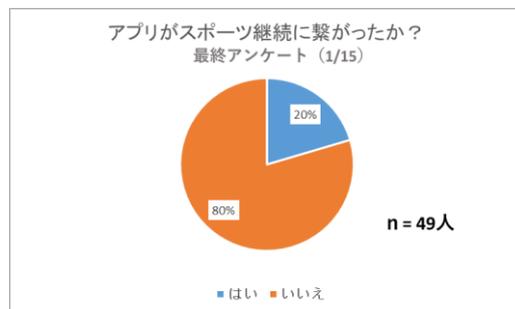
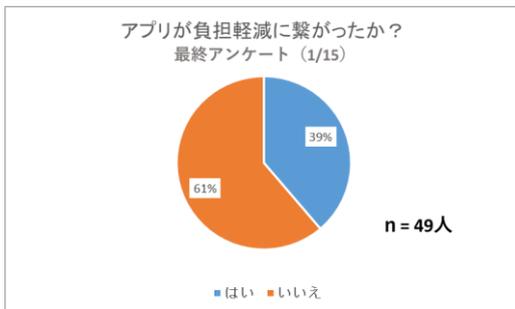
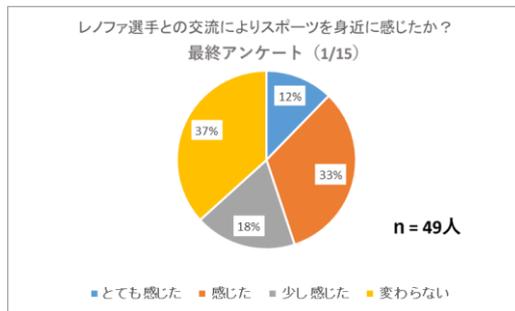
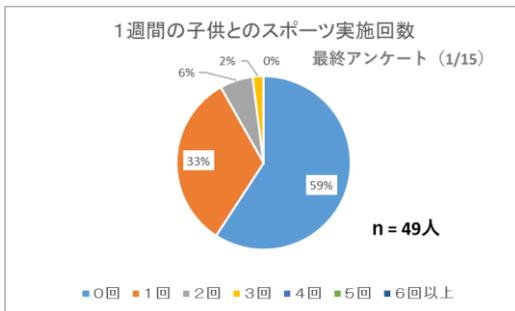


第6回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）	
実施日	令和3年1月8日
回答者数	25人（うち、スポーツ実施者18人、スポーツ未実施者7人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 本実証事業内の動画配信やママキッズイベントなどを通して、スポーツ実施のきっかけとなりましたか？ 本事業内でスポーツ実施のきっかけとなったものは何ですか？（スポーツ実施者のみ回答） スポーツ実施に繋がった要因は何だと思いますか？（スポーツ実施者のみ回答） 本事業内でママキッズイベント実施や動画配信などを行いましたが、このような取り組みがスポーツ実施につながらなかった要因を教えてください。（スポーツ未実施者のみ回答）



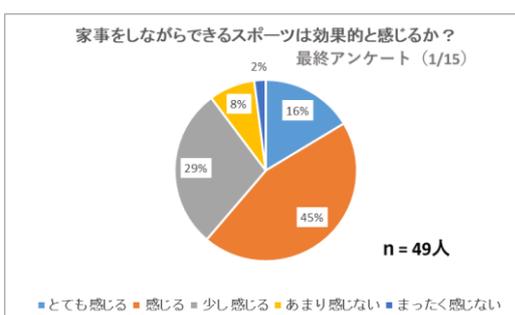
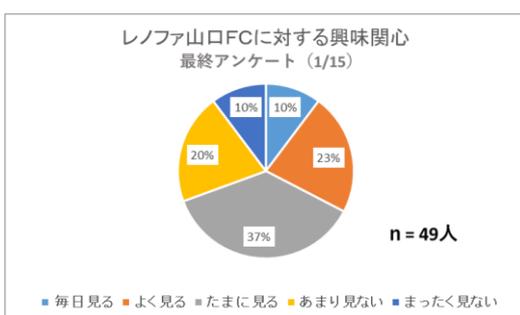
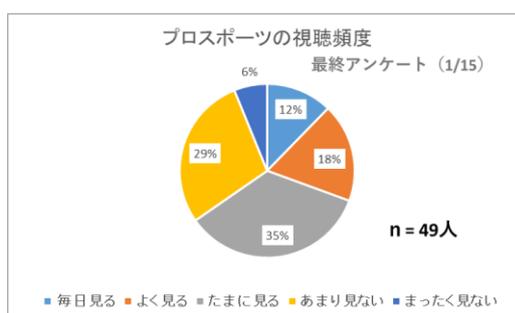
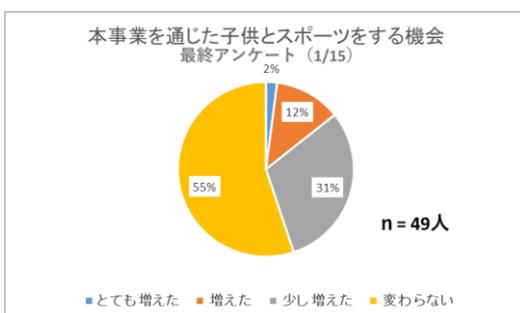
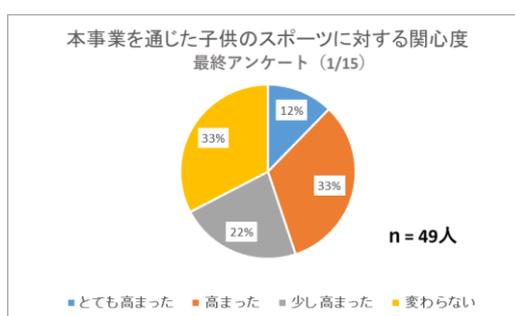
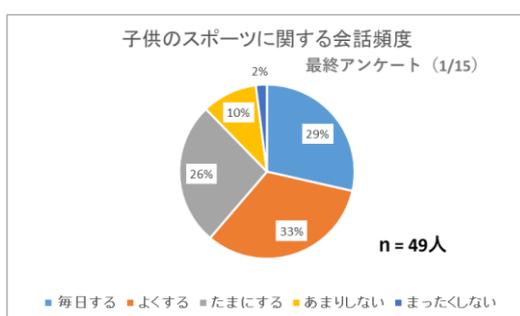
第7回アンケート（事前アンケートでのスポーツ未実施者を追跡調査）

実施日	令和3年1月15日
回答者数	49人（うち、スポーツ実施者27人、スポーツ未実施者22人）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1週間あたりのおおよそのスポーツ実施回数 レノファ選手との交流により、スポーツを身近なものとして感じることができましたか？ 無料アプリ（スケジュール機能、グループチャット、出欠確認機能）でお母様ご自身の負担軽減に繋がりましたか？ 無料アプリ（スケジュール機能、グループチャット、出欠確認機能）でお母様ご自身のスポーツ継続に繋がると感じましたか？ アプリ機能としてどのような機能があると便利またはスポーツ実施に繋がると感じますか？ スポーツに関する会話をお子様とどのくらいの頻度でされますか？ 本事業を通してお子様のサッカーに対する関心度は高まりましたか？ 本事業を通してお子様と一緒にスポーツをする機会は増えましたか？ お母様ご自身のプロスポーツの視聴頻度はどのくらいですか？ レノファ関連の試合やニュース、ブログ等をご覧になられますか？ スポーツ実施において、家事をしながらできるスポーツがあればより効果的であると感じますか？

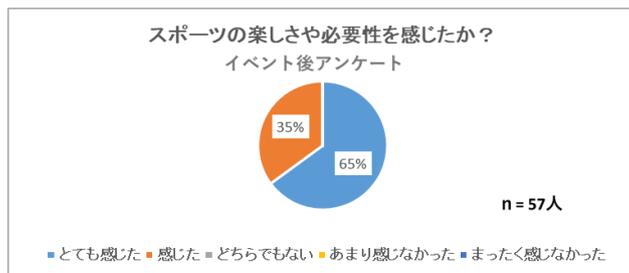
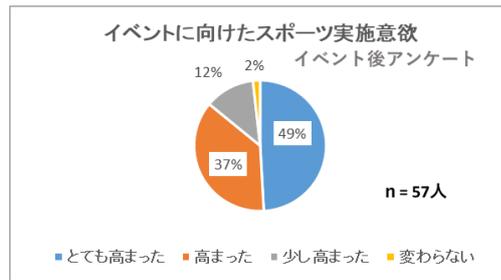
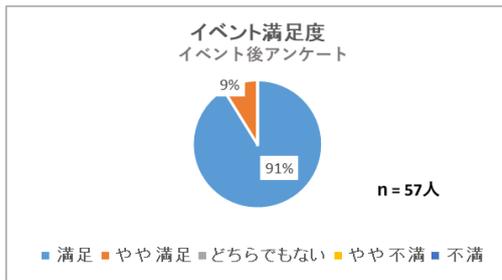


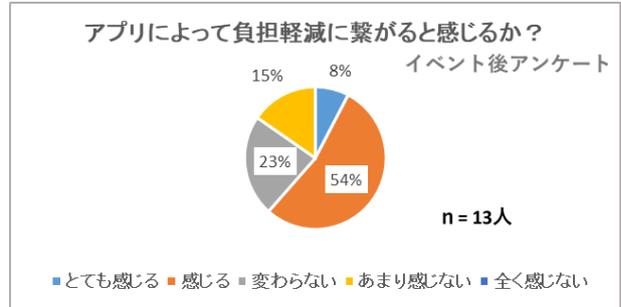
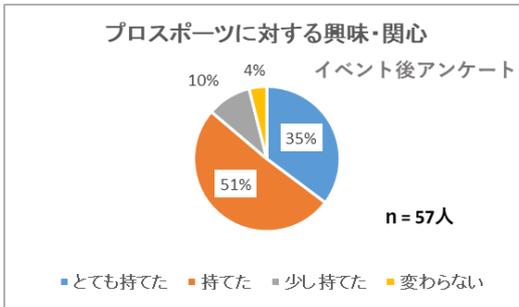
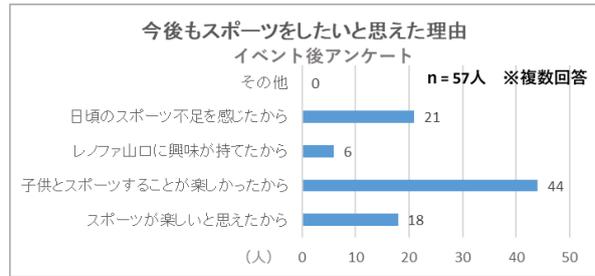
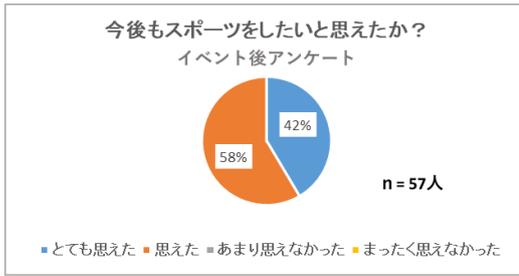
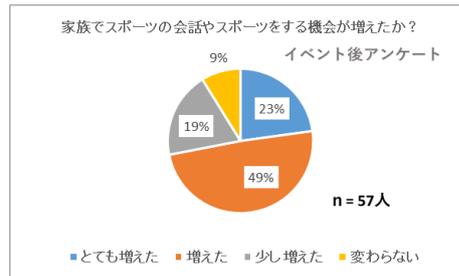
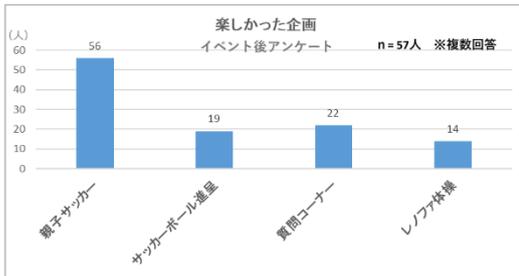
5. アプリ機能としてどのような機能があると便利またはスポーツ実施に繋がると感じますか？

- ・自身の健康維持やダイエット、子供の体づくりに効果的なレシピの配信機能
- ・トレーニング方法やカロリー消費目安を紹介する機能
- ・体重やトレーニング時間の管理機能+スポーツ実施回数によってポイントが貯まりプレゼント（レノファ山口FC選手サイン、イベント参加権利）がもらえる機能
- ・スポーツ実施タイミングのリマインダー機能
- ・歩数計測機能



イベントアンケート	
実施日	令和2年12月6日、令和2年12月13日
回答者数	57人（※問9は16人のみ回答）
質問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本日のイベント満足度を教えてください。 2. 本日のイベント（サッカーボールプレゼント企画やレノファ体操企画）に向けて、スポーツ実施への意欲が高まりましたか？ 3. 今回のイベントを通じて、スポーツをすることの楽しさや必要性を感じることができましたか？ 4. 今回のイベントで楽しかった企画は何でしたか？ 5. 本イベントに参加するにあたり、家族でスポーツについて話す機会やスポーツをする機会は増えましたか？ 6. 本イベントをきっかけに、今後もスポーツをしたいと思えましたか？ 7. 問6で「とても思えた」「思えた」を回答した方は理由を教えてください。 8. 本イベントをきっかけにレノファ山口などのプロスポーツに対する興味・関心は持てましたか？ 9. 本イベントを「らくらく連絡網」により出欠確認を行いました。本アプリによりクラブ活動における保護者負担軽減に繋がると感じますか？ 10. 次回以降、スポーツに係るイベントがあるとすれば、どのような企画を期待しますか？ 11. 改善してほしいところやその他の要望があれば教えてください。





10. 次回以降、スポーツに係るイベントがあるとすれば、どのような企画を期待しますか？

- ・ 親子サッカー 今日のように親子で楽しめるもの
- ・ 親子・兄弟でのイベント
- ・ 今日のようなイベントがまたあれば楽しい。もう少しサッカーの練習をします。
- ・ コロナが収まったとき、本当に選手に会えると子供達が喜ぶと思います。
- ・ PK とかもあったら楽しそうと思いました。
- ・ 高学年の親子サッカーイベント
- ・ プロとの交流選手と絡みたい
- ・ また親子イベントに参加したいです
- ・ パパサッカー、家族サッカー、レノファのいろいろな選手を知る企画
- ・ 今回と同じように子供と一緒にだとやろうかなと思います
- ・ 基礎を学べるイベント 選手とのふれあい、サッカー交流試合
- ・ 今日のように親子で気軽に参加できて楽しめる企画がいいです。
- ・ 選手との交流、試合、対談 お父さんも参加
- ・ 親子サッカー スクール生同士の試合などあれば良いと思う
- ・ 子供と一緒に楽しめるイベント
- ・ また親子で参加するイベントがあると参加しやすい
- ・ 親子でレノファ選手とサッカーしたい
- ・ 他教室のサッカーとの交流
- ・ 幼児クラスでも親子サッカーをしたい
- ・ また親子で参加できる企画が楽しみです 選手と同じピッチでサッカーできたのがとても楽しかったので、これからもピッチでやるイベントを期待します

11. 改善してほしいところやその他の要望があれば教えてください。

- ・ 参加記念的なものがあればもっと良かった（参加費ありでも）
- ・ とても楽しかったです！ありがとうございました
- ・ 幼稚園児も参加できると嬉しい
- ・ ありがとうございました
- ・ 特にありません。有難うございました！
- ・ 手荷物をおくところがあったらいいなと思いました。
- ・ とても楽しかったので、ありがとうございました