

神宮スタジアムナイトヨガ（ACTIVE ICON コミッション）

～「健康経営とエリアマネジメント」の両面における課題解決のための取組～

活動類型③スポーツ関連イベント(教室など)を通じたスポーツ実施者の獲得



事例

取組概要

明治神宮野球場のグラウンド上にて、日本のヨガ界を牽引するトップインストラクターを迎え、健康コミュニケーションイベント「JINGU STADIUM NIGHT YOGA」を、年に10回程度実施している。2016年から開始し、当期で5年目の取組となる。

実施体制、運営状況等

明治神宮野球場協力のもと、スポーツイベントやスポーツエンターテインメントを業とするACTIVE ICONを運営する企業のCSRとして2016年から実施している。健康意識の高い企業に協賛頂いており、港区を中心とした企業の従業員向けに告知頂いている。

取組開始当初から厚生労働省（スマートライフプロジェクト）の後援を受けており、2017～2019年と3年連続でワンデーでの主催イベントを実施。2018、2019年には、スポーツ庁との連携イベントを実施。

運営費用：プログラム1回あたり、100万円程度（企業の協賛金で賄っている）、一部をスマート・ライフ・プロジェクト（厚生労働省）インド大使館などから後援頂いている。

運営資源：プログラム1回あたり、運営スタッフ30人

実施期間：2016年～2020年継続中（2020年はコロナの影響で無観客LIVE配信を7月8日から実施）

取組の狙いとポイント

ビジネスパーソンのスポーツ実施の現状

- 明治神宮外苑から、「旧国立競技場の取り壊しに伴う、町の停滞感を打破したい」との相談を受けた。
- 健康経営に取り組む企業が増加している一方で、ソリューションとして何をすればよいのかわからずに悩んでいる企業が多い。

健康経営に取り組む企業の課題であるソリューション不足の解決に寄与するとともに、参加者のスポーツ実施習慣化を促すようなイベントを設計。

無関心層への訴求に加え、参加者の継続実施につながる仕掛けづくり

- 「神宮スタジアムナイトヨガ」イベントを実施。スポーツへの関心が低いビジネスパーソンの参加を促すとともに、参加者にスポーツの継続的な実施、習慣化へとつなげていただくために、ジェイムス・プロチャスカが提唱した、健康への「行動変容段階モデル」を踏まえて、イベントを企画した。
 - 無関心期：課題を認識してもらうために、インパクトのあるキャッチコピーと地元企業との連携による告知（「深呼吸をしたくなる神宮の夜」など）
 - 関心期：老若男女の誰もが実体験がある取組にフォーカス
 - 準備期：実行したいと考えた層が簡単に参加できるように、ほぼ条件がなく、すぐに気軽に実践できる取組とする（参加費・事前申込み不要）
 - 実行期：参加者にもう一度参加したいと感じて頂けるような感動体験を提供（老若男女を問わず初めての方でも充分楽しめる「ヨガプログラム」とし、演出にもこだわっている）
 - 維持期：習慣化していただくために、継続できる環境づくりを実施（年間10回程度の複数回）

取組効果

- （無関心層の参加）2016年の初回イベント時の参加者200人からスタートし、2016年は累計6,173人（10回）、2017年は累計12,032人（10回）、2018年は累計13,509人（11回）、2019年は累計12,188人（11回）が参加し、参加者が大幅に増加。
- （継続実施者の増加）直近3回（2019年）の参加者は、リピーターが50.9%、51.7%、40.5%と、一度参加した方が継続的に来場。参加者からは、「気持ちいい、宇宙と繋がっている感じ。すごいと感じた」「あまりに楽しくて、この取り組みをきっかけにヨガのインストラクターになりました」などの声が聞かれ、継続実施に寄与。

今後の展開、取組方針

- コロナの影響もあり、2020年の当初予定はすべて中止したが、7月8日より無観客LIVE配信でのイベントを開始した。（年間実施回数などは現状下では未定）