

令和6年度Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業)

「スポーツ」と「アート」をデジタルで融合、
新たな「歩くことの目的」を提供し、スポーツ実施率の拡大を図る

令和7年2月27日

一般社団法人日本ウォーキング協会



令和6年度Sport in Life 推進プロジェクト (スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業)

【事業報告①:事業の全体概要】

代表団体名: 一般社団法人日本ウォーキング協会

事業タイトル: 「スポーツ」と「アート」をデジタルで融合、新たな「歩くことの目的」を提供し、スポーツ実施率の拡大を図る



構成団体	1. 一般社団法人さいたま市スポーツコミッション 2. さいたま市 3. セイコーソリューションズ株式会社 4. 株式会社スコープ 5. 一般社団法人日本GPSアート協会
事業のターゲット	①子供・若者 ②働く世代・子育て世代 ③女性 ④高齢者
実施フィールド (地域)	さいたま市

事業内容(要約)

- ①:さいたま市内のウォーキングコースを活用したアプリウォークの実践
- ②:GPSアートウォークコンテストの開催
- ③:SAITAMAウォーキングアワードの開催

事業ターゲット

■本事業のターゲット像

ターゲット	具体像
子供・若者	・さいたま市在住、小学4年生(長男)・小学2年生の弟、両親は共働き ・コロナのステイホームにより、家ではタブレットでお絵描きするのが好き。 持久力・体力が低い。
働く世代/ 子育て世代	・さいたま市在住40歳男性、IT企業管理職、勤務地東京、家族構成4人 休日は家族サービスを優先。 ・コロナ禍ではリモートワーク中心だったが、昨年からは通常勤務となり、 平日の可処分時間が減少傾向にあり、なかなか生活習慣を変えられない。
高齢者	・さいたま市在住、75歳、夫婦2人家族(近隣に息子家族)。孫から教えてもらってスマホで簡単なアプリは使えるようになった。 ・日々の生活に、何か張り合いのようなものを見つけないかと思っている。

■ターゲットのスポーツ実施を促すためのポイント

ターゲット	阻害要因	スポーツ実施を促すポイント
子供・若者	・遊びは屋内で遊ぶことが多く、運動習慣が少ないため、すぐになれてしまう。	・運動習慣がないターゲットに対しアートなど運動以外の楽しみを設けることで運動を始めるきっかけをつくる。
働く世代/ 子育て世代	・平日の可処分時間が少ない。 ・自分はまだまだ若く、健康には自信があるという根拠のない自信を持っている。	・健康を目的として運動を勧めるのではなく、運動以外の目的や楽しみを提供し、そのための手段として運動に結びつけていく。
高齢者	・単に「歩く」だけでは目標もなく、飽きられやすく継続性がない。 ・目標を立てても自分一人で目標に向かって活動することは意志の弱い人間にとっては難しい。	・ウォーキングを行うことに対し、身近で達成しやすい目標を提供する。 ・同じ目標を到達しようとする仲間が居て、それぞれの目標到達度が確認できる環境を整備する。

事業の背景

- ・スマートフォンの普及率が全体で95.9%(2023年モバイル社会研究所)、70歳代で男女とも90%と普及している。
- ・地図アプリやウォーキングアプリも数多くリリースされており、利用者も多い。
- ・一方、さいたま市内のウォーキングコースは県や市のホームページのPDFデータや冊子のものが多く、モビリティなものではない。

本事業の狙い・実施概要

		運動習慣		
		有る	少ない(意欲ある)	少ない(意欲低い)
ターゲット	子供/学生			
	働く世代/子育て世代			GPSアートウォークアワード
	高齢者	アプリウォークアワード		

- 各ターゲットの運動習慣を3階層に分け、
 - ・運動習慣が少ない(意欲低い)層
⇒ウォーキングを目的としないGPSアート
 - ・運動習慣が有る層
⇒ウォーキングを飽きさせないアプリウォーク
 - ・全ての層
⇒アワード形式でインセンティブを与える

第13回さいたまマーチ〜見沼ソーデーウォーク (2025/3/29-30) へで表彰

- アプリウォーク部門 ... コース踏破数、期間中の平均歩数/日
- GPSアートウォーク部門 ... 優秀アート賞、総歩行距離アート賞、特別賞

各部門とも、個人賞・団体賞を設定し、さいたまマーチ会場ステージにて表彰



SAITAMAウォーキングアワード2024 (2024/10/16~2025/1/31)

スタート 2024年10月16日
開催期間中に完歩したコース数や1日当り平均歩数ランキング
開催期間中に作成したアートの出来栄やテーマ賞を設定
終了 2025年1月31日

アプリウォーク
ウォーキングアプリを使ってさいたま市推奨ウォーキングコースを踏破しよう!

GPSアートウォーク
GPSログアプリを使って地上絵を描こう!

事業実施内容 ①さいたま市内のウォーキングコースを活用したアプリウォークの実践

- ▶ さいたま市内のウォーキングコースのうち各行政区から4~5コースを選定(計47コース)し、ウォーキングアプリ(J-Walkingアプリ)に登録した。
 - ⇒ これまでは、埼玉県やさいたま市のホームページ上に紹介(PDFデータ)されており、実際に歩く際はPDFデータをダウンロードしプリントアウトしなければならなかった。
 - ◎ アプリに登録することにより、いつでも好きな時に歩きたいコースを選択し、完歩することができるようになった。
 - ⇒ これまで、整備してきたウォーキングコースについて、市民がどれだけ活用していたかを調べる術がなかった。
 - ◎ 各ウォーキングコースの参加者・完歩者の情報(居住区・性別・年齢層)が把握でき、今後のスポーツ人口増加のための詳細データを蓄積していくことができた。

さいたま市のウォーキングコース					
健康増進ガイドブック					
開催地(行政区和村名)	スタート地点	コース名	歩行距離	問合せ先・電話番号	URL等
さいたま市浦和区	浦和駅	健康増進ガイドブック 1.歩いてみようさいたま市(浦和)※PDF※	3km	さいたま市健康増進課 【電話】048-829-1294	PDF
さいたま市大宮区	大宮駅	健康増進ガイドブック 2.歩いてみようさいたま市(大宮)※PDF※	4km	さいたま市健康増進課 【電話】048-829-1294	PDF
さいたま市東区	東浦和駅	健康増進ガイドブック 3.歩いてみようさいたま市(東浦和)	5km	さいたま市健康増進課 【電話】048-829-1294	PDF
さいたま市北区	日産駅	健康増進ガイドブック「水と緑のコース編」 4.緑と水と公園のコース	4.5km	さいたま市健康増進課 【電話】048-829-1294	PDF

埼玉県のHPで紹介されているさいたま市ウォーキングコース(PDFファイル)



さいたま市のHPで紹介されているウォーキングコース(PDFファイル)

ウォーキングアプリに登録することで

参加者メリット

- ・コースをスマホ上で確認
- ・歩いたコースの記録が残る
- ・各自で目標設定ができる
- ・自分の順位を把握でき、連帯感が得られる

さいたま市のメリット

- ・登録者の区別・年齢別のウォーキングデータが把握可能
- ・登録コース別完歩者数が把握可能
⇒ スポーツ人口拡大のための詳細データが蓄積できる(次の施策へ)



いずれもPDFデータのため、コースマップをプリントアウトして使用しなければならない

事業実施内容 ② GPSアートウォークコンテストの開催

➤ GPSアートウォークの認知率向上

⇒GPSアートウォークを知ってもらうこと

◎ホームページ(SAITAMAウォーキングアワード)の制作、SNSでの発信と拡散、チラシ配布(さいたま市立小中学校生徒約10万人、市内観光案内所、公民館等約100施設への設置)

➤ ワークショップの開催

⇒GPSアートウォークのやり方を理解し、試しにやってみること

◎ワークショップの開催(市内各所で計8回⇒申込者4名)

オンライン(Zoom)ワークショップの開催(計12回⇒参加者4名)

◎出張ワークショップ(小学校の放課後チャレンジスクールにて実施 参加者14名)

➤ GPSアートコンテスト開催

⇒2024年10月16日~2025年1月31日(⇒2月15日まで延長)



放課後チャレンジスクールでの出張ワークショップの様子(見沼小学校)

【応募作品例】



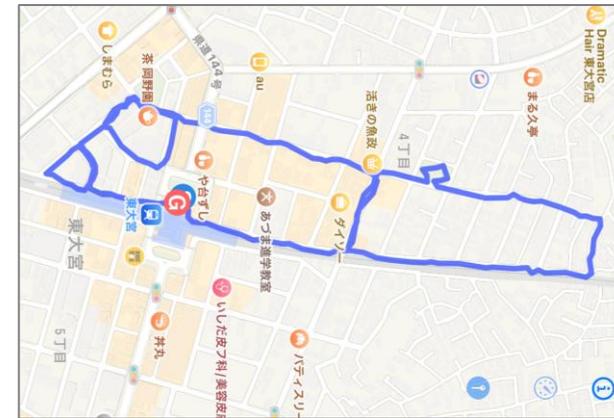
走龍さいたま
(盆栽)



うさぎ
(ウサギ神社:調神社)



さうなぎ
(“さ”と“うなぎ”)



鉄道のまち
さいたまを走る新幹線



七福神の宝船

事業実施内容 ③ SAITAMAウォーキングアワードの開催

- 事業①アプリウォークと事業②GPSアートウォークのインセンティブプランとして、2024年10月16日～2025年1月31日(GPSアートウォークについては2月15日まで延長)の3か月半開催した。
- 集計審査終了後、HP上で優秀者を発表、3月29-30日に開催されるウォーキングイベント『さいたまーチ～見沼ツデーウォーク～』会場で表彰式を開催予定している。

<アワード表彰者>

部門	ニックネーム	記録	年齢	性別
コース踏破賞 <small>登録コースを期間中にどれだけ踏破したか</small>	ナチ★トキ	47コース(全区(10区)踏破)	48歳	男性
	Wanderer	34コース(3区踏破)	49歳	男性
	しらお	15コース(3区踏破)	48歳	男性
	Tomorrow	15コース(3区踏破)	52歳	男性
	おきちゃん	14コース(3区踏破)	74歳	女性

部門	ニックネーム	記録(エントリー期間)	年齢	性別
スーパーウォーカー賞 <small>エントリー期間中の1日平均歩数が多い方(エントリー期間31日以上)</small>	i	19,789歩/日(70日)	47歳	男性
	はげしかく	17,656歩/日(81日)	59歳	男性
	Wanderer	17,078歩/日(31日)	49歳	男性
	メグ	15,949歩/日(94日)	57歳	男性
	おきちゃん	14,376歩/日(39日)	76歳	女性

部門	ニックネーム	記作品名	年齢	性別
GPSアートウォーク賞 <small>GPSアート作品の優秀者</small>	KOU	走龍さいたま(盆栽)		男性
	NT	うさぎ		男性
	MSBC	さうなぎ		女性
	はしお	さいたまを走る新幹線		男性
	いしき	サッカーボール		男性

広報展開(募集・事業周知)

1. さいたま市からの情報発信

- ・市長記者会見(2024年10月16日)
- ・市報さいたま11月号掲載
- ・時事通信社JAMP記事掲載
- ・さいたま市LINE登録者への情報発信
- ・さいたま市公式X(@SaitamaCityPR)での情報発信

2. SAITAMAウォーキングアワードチラシの配布

- ・さいたま市立小・中学校生徒約10万人にチラシ配布
- ・市内観光案内所、公民館、図書館等約100施設にチラシ配布
- ・ウォーキングイベント会場(日本スリーデーマーチ11/2~4)での配布
- ・アーバンスポーツイベント(11/16、24)会場でのチラシ配布
- ・さいたま市立小学校PTA行事(11/30)でのチラシ配布
- ・北区ウォーキングイベント(12/1)会場でのチラシ配布
- ・埼玉県ウォーキング協会月例ウォーク(12/18)でのチラシ配布
- ・市内駅へのチラシ配架(南浦和、北浦和、武蔵浦和、与野、与野本町、西大宮)

3. WEBでの情報発信

- ・SAITAMAウォーキングアワード公式HP開設
- ・SNS(Facebook、Instagram、X)のアカウント作成、情報発信・拡散
- ・プロスポーツチームと連携したSNS発信

4. さいたま市健康マイレージ事業との連携

- ・健康ネットワーク登録企業へのメール案内
- ・さいたま市健康マイレージ登録者へのアプリ内でのお知らせ配信(12/23)



・市長記者会見(2024年10月16日)
<https://vdg.jp/jiMbgGWCHg0j/>



・SAITAMAウォーキングアワードチラシ
 表: アプリウォーク
 裏: GPSアートウォーク

令和6年度Sport in Life 推進プロジェクト
(スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業)
【事業報告③: 広報展開(募集・事業周知)】

代表団体名: 一般社団法人日本ウォーキング協会

事業タイトル: 「スポーツ」と「アート」をデジタルで融合、新たな「歩くことの目的」を提供し、スポーツ実施率の拡大を図る



広報展開(募集・事業周知)

開催期間 令和6年10月16日~令和7年1月31日

SAITAMA ウォーキングアワード 2024

アプリウォーク GPSアートウォーク

Sport in Life 推進プロジェクト(スポーツ人口拡大に向けた取組モデル創出事業)

【主催】 SAITAMAウォーキングアワード事務局 : 一般社団法人日本ウォーキング協会 JAPAN WALKING ASSOCIATION, SSC, さいたま市

SAITAMAウォーキングアワード公式ホームページ
(<https://saitamacity.jwalking.jp/>)



Instagram



Facebook



X(旧Twitter)



浦和レッズSNS連携

中込み時の注意事項 ① 行事名 ② 郵便番号・住所 ③ 氏名(ふりがな) ④ 電話番号

Webサイトで作成

16区別コース

スポーツ

11/16日 17:30-18:50

区	コース名	期日	時間
1	ムーンナイトヨロ	11/16日	17:30-18:50
2	子連れOK ママのためヨロ	11/19-12/17日 毎週木曜日(全5回)	10:00-10:45
3	親子で楽しく歩こう	11/21~12/26日 毎週木曜日(11/28日を除く、全10回)	11:15-12:15
4	おとなのHPHPP 入門	11/21日	15:30-16:30

市報さいたま11月号掲載記事

時事通信社 iJAMP 記事

◎ウォーキングアワードを開催＝さいたま市

24/11/22 07:30 KP006

さいたま市は来年1月31日まで、「SAITAMAウォーキングアワード2024」を開催している。スポーツ実施率の向上が狙い。日本ウォーキング協会(東京都文京区)、さいたまスポーツコミッション(さいたま市)と共同で、今年10月16日に開始した。

つなが電メッ

GPSアートの作品例。画像はさいたま市のPRキャラクター「つなが電メッ」。(©Yassan、同市提供)

スマホアプリ「J-Walking」を使用し、市内全10区に設定されたコースを踏破する「アプリウォーク」と、全地球測定システム(GPS)を用いて歩きながらアートを描く「GPSアートウォーク」の2部門を設置。

アプリウォークでは、各区4、5コースの全46コースが用意されており、一つのコースをすべて踏破すると、各区の踏破カード、5区、10区のコースを踏破すると、シルバーとゴールドのスペシャルカードが贈呈される。GPSアートウォークは、「私の好きなさいたま市」がテーマ。歩行の軌跡を記録できる任意のランニングアプリを使用し、地上絵を描く。

誰でも無料で参加可能で、市は2部門合わせて約1000人の参加を見込んでいる。総歩歩コース数や作品としての出来栄などに応じ、優秀者と団体を25年3月に発表し、表彰する。(了)

(2024年11月22日/官庁速報)

時事通信社iJAMP掲載記事

効果検証の方法と結果

【アプリウォーク】

- 効果検証方法として、アプリ登録数の他、登録者の歩数データ、コース完歩状況等のデータを調査する。
- 登録者に対しアンケート調査を実施し、実施前と実施後の運動習慣の変化の調査、ウォーキングに対する意欲の変化等を調査する。

◎アプリウォークエントリー数 361件(121名)+172名(健康マイレージ)=293名

年齢層	男性	女性	未回答	合計	構成比
0-20歳	2名			2名	1.65%
21-30歳		2名		2名	1.65%
31-40歳	2名	5名		7名	5.79%
41-50歳	49名	18名	2名	69名	57.02%
51-60歳	19名	6名		25名	20.66%
61-70歳	6名	2名		8名	6.61%
71-80歳	4名	3名		7名	5.79%
81~歳		1名		1名	0.83%
total	82名	37名	2名	121名	100.00%

※年齢が把握できているJ-Walking
アプリからの登録者121名の年齢構成

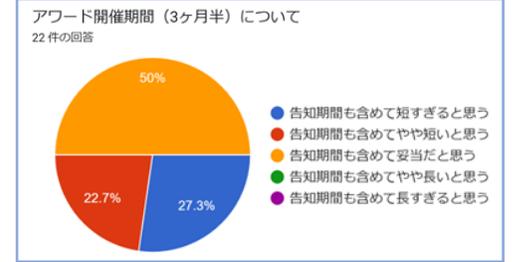
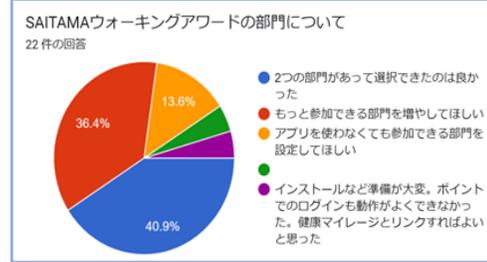
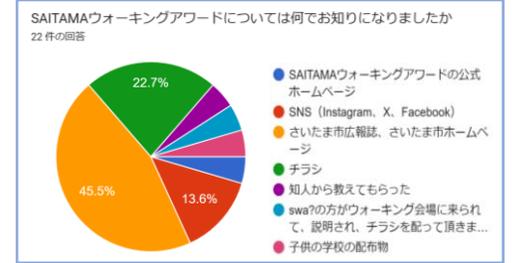
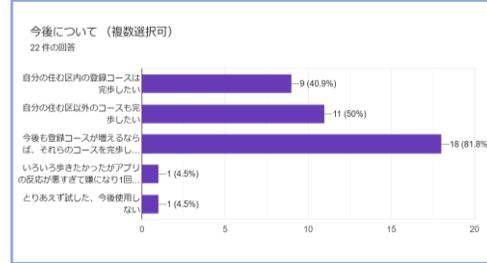
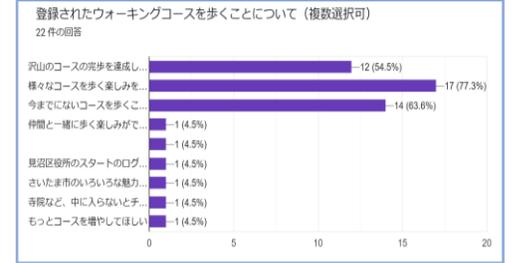
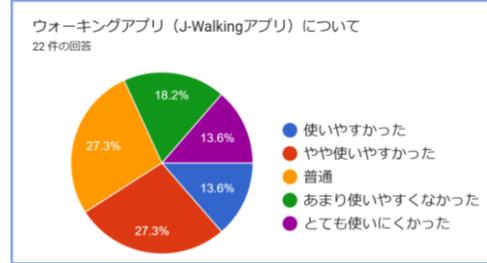
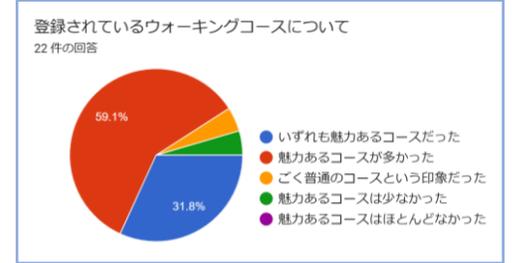
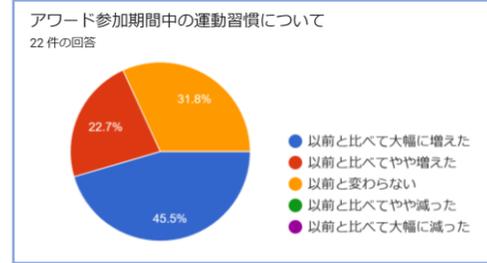
◎アプリウォーク(コース踏破ランク上位10名)

氏名	完歩数	西区	北区	大宮区	見沼区	中央区	桜区	緑区	浦和区	南区	岩槻区	ランキング	完歩区
ナチ★トキ	47	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	10
Wanderer	34	2	5	3	5	3	5	0	3	4	4	2	3
しらお	15					5	5		5			3	3
Tomorrow	15						5		5	5		3	3
おきちゃん	14			4	5				5			5	3
ShigekiX	10		1	3		5			1			6	1
akiaki秋ちゃん	9							4	5			7	2
はるさと	8		4	4								8	1
ゆかみ	8			4			4					8	1
はげしかく	5		5									10	1
マーガ	5		5									10	1
シゲモン	5						5					10	1

◎アプリウォーク
(平均歩数ランク
上位10名)

ユーザー名	総歩数	平均歩数	ランキング	エントリー日	終了日	参加日数
i	1385259	19,789.41	1	2024/11/22	2025/1/31	70
はげしかく	1430142	17,656.07	2	2024/11/11	2025/1/31	81
JWA00025639	773481	17,188.47	3	2024/12/17	2025/1/31	45
Wanderer	529448	17,078.97	4	2024/12/31	2025/1/31	31
JWA00010124	1248677	16,008.68	5	2024/11/14	2025/1/31	78
メグ	1499226	15,949.21	6	2024/10/29	2025/1/31	94
おきちゃん	560670	14,376.15	7	2024/12/23	2025/1/31	39
ナチ★トキ	1055267	11,346.96	8	2024/10/30	2025/1/31	93
シャイン	412837	10,864.13	9	2024/12/24	2025/1/31	38
Tomorrow	997564	10,843.09	10	2024/10/31	2025/1/31	92

◎アンケート調査結果(J-Walkingアプリからの登録者121名に対し実施)

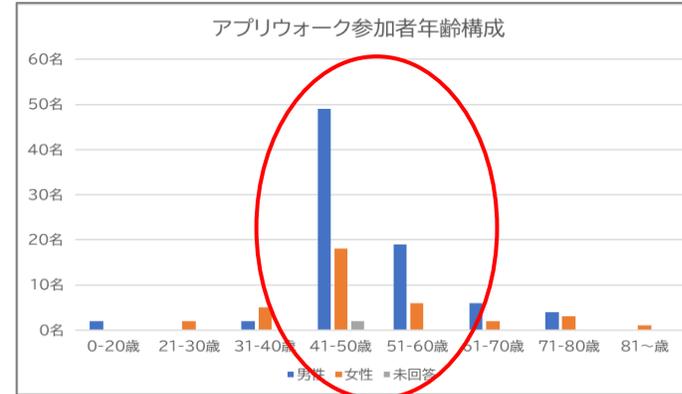


結果に基づく要因の分析(仮説検証)

- ▶ 参加者数について
 - ・参加者数としては、当初目標としていた**293名**であった。(当初の目標は800名)
- ▶ ターゲット別の状況について
 (※年齢が把握できているJ-Walkingアプリ登録者121名での検証)
 ○子供・若者 … ・2名(9歳、7歳)の参加に留まった。(それぞれ母親と参加)
 ○働く世代・子育て世代
 … ・**21~60歳の参加者が全体の85%(103名)**であった。
 … ・親子での参加は2組であった。
 ○高齢者 … ・61歳以上の参加者は全体の13%(16名)であった。
- ▶ コース完歩状況について
 - ・全10区全てのコース(47コース)の踏破達成者1名
 - ・3行政区のコース達成者は4名(34コース踏破1名、15コース踏破2名、14コース踏破1名)
- ▶ 平均歩数について
 - ・最多平均歩数19,789歩(参加日数70日)を筆頭に上位10名は全て平均歩数が10,000歩超(参加日数31日以上)であった。

<仮説検証(結果に基づく要因分析)>

- ・当初アプリウォークの主要なターゲットは高齢者と考えていたが、結果として高齢者の参加者は全体の13%に留まった。(年齢が把握できているJ-Walkingアプリ登録者121名での検証)
 ⇒**広報の方法がターゲットに届かなかった(WEB、チラシ設置場所等)**
 - ・アプリに対して抵抗がある(エントリー方法、アプリとの連携)
 - ・コース踏破賞上位10名のうち60歳以上(74歳、71歳、69歳)が3名、平均歩数ランク上位10名のうち60歳以上(76歳、74歳、63歳、62歳)と比較的高い数値を出しており、ITリテラシーの高い高齢者には、アプリウォークは評価が高いと推測される。
- ・働く世代・子育て世代について特に41~60歳代での参加が突出しており、またコース踏破、平均歩数でも高い結果であったことから、アプリに慣れており、健康のためにウォーキングを行う層を新たに広げることができた。



○登録コース別参加状況

行政区	コース名	参加者
西區	1 花園地区コース	4
	2 東区地区コース	5
	3 西谷地区コース	4
	4 西谷地区コース	4
	5 大塚地区コース	10
	6 長沼代用水・川邊緑道コース	6
	7 ストックウォーク 東原緑道コース	6
東區	8 長沼代用水・川邊緑道コース	7
	9 日本橋川沿い 東原緑道コース	7
	10 大塚地区コース	10
	11 長沼代用水・川邊緑道コース	10
	12 大塚地区コース	10
	13 長沼代用水・川邊緑道コース	10
	14 大塚地区コース	10
東區	15 長沼代用水・川邊緑道コース	6
	16 大塚地区コース	6
	17 長沼代用水・川邊緑道コース	6
	18 大塚地区コース	6
	19 長沼代用水・川邊緑道コース	6
	20 大塚地区コース	6
	21 長沼代用水・川邊緑道コース	6
中區	22 大塚地区コース	7
	23 長沼代用水・川邊緑道コース	7
	24 大塚地区コース	7
	25 長沼代用水・川邊緑道コース	7
	26 大塚地区コース	7
	27 長沼代用水・川邊緑道コース	7
	28 大塚地区コース	7
東區	29 長沼代用水・川邊緑道コース	10
	30 大塚地区コース	11
	31 長沼代用水・川邊緑道コース	11
	32 大塚地区コース	11
	33 長沼代用水・川邊緑道コース	11
	34 大塚地区コース	11
	35 長沼代用水・川邊緑道コース	11
東區	36 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	37 大塚地区コース	12
	38 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	39 大塚地区コース	12
	40 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	41 大塚地区コース	12
	42 長沼代用水・川邊緑道コース	12
東區	43 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	44 大塚地区コース	12
	45 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	46 大塚地区コース	12
	47 長沼代用水・川邊緑道コース	12
	48 大塚地区コース	12
	49 長沼代用水・川邊緑道コース	12

○アンケート結果からの仮説検証

《運動習慣について》

- ・以前と比べて大幅に増えた/やや増えた … 68.2%
- ・以前と変わらない … 31.8%
- ⇒**運動習慣の向上について高い効果があった**

《登録コースについて》

- ・いずれも魅力あるコース/魅力あるコースが多かった…90.9%
- ※登録コース別参加状況からコースごとに参加者数のバラツキが確認できた。(人気のあるコース、ないコース)

《今後について》

- ・今後もコースが増えるならそれらのコースを完歩したい
- ・自分の住む区、それ以外のコースも完歩したい
- ⇒**単に自宅付近をウォーキングするよりも、登録されたコースを歩くことに目標を見出せている参加者が多かった**

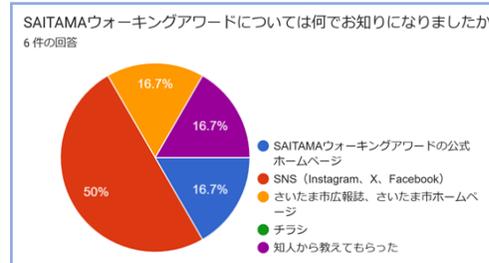
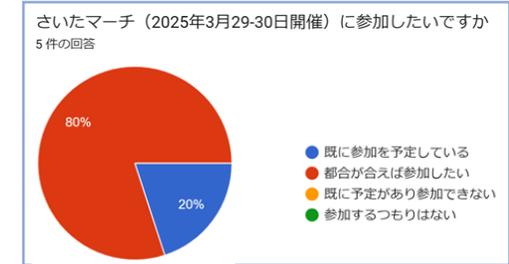
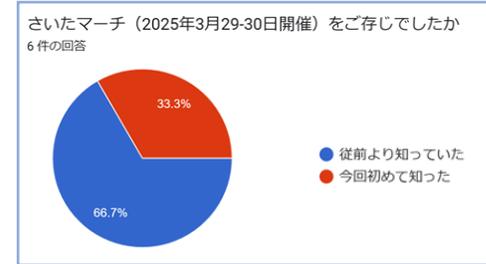
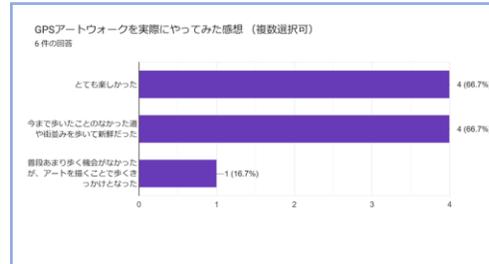
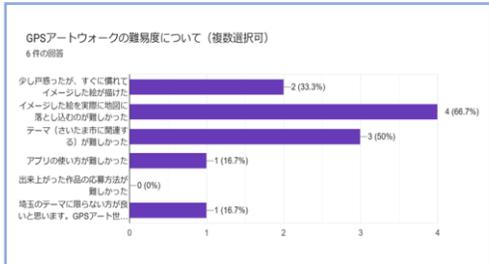
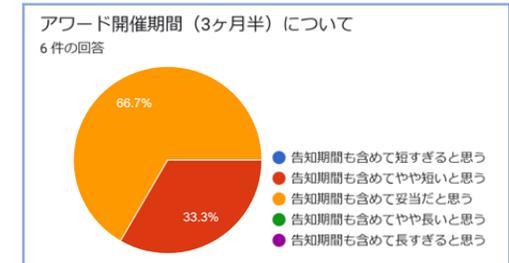
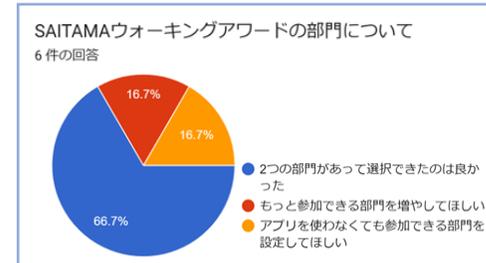
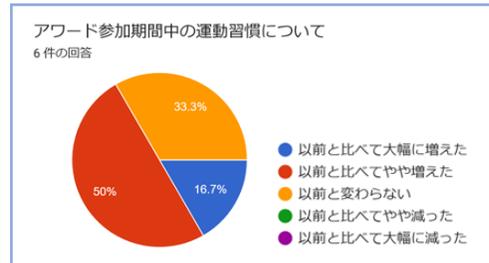
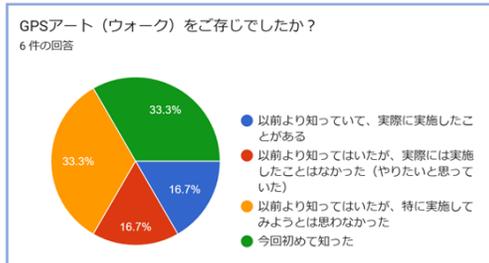
効果検証の方法と結果

【GPSアートウォーク】

- ・GPSアートの応募を調査対象とする。
- ・また応募者に対し、アンケート調査を実施し、運動習慣の変化の調査、継続性に対する意欲の変化等を調査する。

◎GPSアートウォーク応募数 15件(9名)

○アンケート調査結果



結果に基づく要因の分析(仮説検証)

▶ 参加者数について

・参加者数としては、15作品9名と当初の目標200名を大きく下回った。

▶ ターゲット別の状況について

- 子供・若者 … 0名
- 働き世代・子育て世代 … 9名
- 高齢者 … 0名

・当初GPSアートウォークの主要なターゲットは子供と働き世代・子育て世代と考えていたが、子供の参加がゼロであった。

⇒小中学生10万人にチラシを配布 ⇒ ワークショップへの参加を働きかけた。

- ・小学校での放課後チャレンジスクールで出前ワークショップを開催し、参加者14名(7~10歳)からの評価は非常に高かった。
- ・ワークショップ(計8回)、オンラインワークショップ(計12回)実施したが、申込者は僅か12名(実際の参加者は4名)と全く振るわなかった。

・働き世代・子育て世代について当初企業(健康経営推進企業)や団体での参加を期待していたが、団体での参加はゼロであった。

<仮説検証(結果に基づく要因分析)>

▶ テーマが難しい

⇒今回の応募テーマとして「私の好きなさいたま市」としていたが、小学生には具体的に思い浮かべることが難しかったのではないかと推測される。

▶ 父兄への説明の難しさ

⇒今回放課後チャレンジスクールの参加者は小学低~中学年であり、自分専用のスマホを所有しておらず、また安全面からも親子での実施が必然であったが、GPSアートそのものを説明できず、親子で実施に至らなかったのではないかと推測される。

▶ 一方、一度応募された方は2作品3作品と応募していることから、一度GPSアートウォークで作品を描いた方は、その魅力を実感しリピートへと繋がりがやすいのではないかと推測される。

○アンケート結果からの仮説検証

《運動習慣について》

- ・以前と比べて大幅に増えた/やや増えた … 67.7%
- ・以前と変わらない … 33.3%

⇒運動習慣の向上について高い効果があった

《GPSアート(ウォーク)について知っていたか》

- ・以前より知っていた … 66.7%
- (知ってはいたがやったことはない…50%)

⇒以前やったことがある方16.7%を除き83.3%が今回初めてGPSアートウォークを体験した。前回の運動習慣の向上と併せて、GPSアートウォークという新しいスタイルで運動習慣の向上を実現することができた

《GPSアートウォークの難易度について》

- ・イメージした絵を実際に地図に落とし込むのが難しい … 66.7%
- ・テーマが難しかった … 50%

⇒ワークショップでの参加者の感想も含め、描こうとする作品をイメージすること、及びイメージした絵を地図上に描くことに最初の壁があった

《GPSアートウォークを実際にやってみた感想、今後について》

- ・とても楽しかった、今まで歩いたことのない街並みを歩いたのが新鮮だった…66.7%
- ・アワードに関係なく今後もアートを創りたい…66.7%
- ・出来上がった作品を投稿する場があれば今後も創っていきたい…50%
- ・コンテストがあれば応募したい…50%

⇒実際にGPSアートウォークを体験した方の多くが、高い満足感を得ており、またGPSアートウォークで作品を創りたいという評価を得た。

《SAITAMAウォーキングアワードを何で知ったか》

- ・SNS(Instagram、X、Facebook)…50%
- ・SAITAMAウォーキングアワード公式HP…16.7%

} 66.7%

⇒アプリウォーク部門参加者は、さいたま市広報誌やチラシ媒体で認知した方が68.2%であったが、GPSアートウォーク部門はSNSや公式サイトで66.7%であったことから、限られた紙面でGPSアートウォークの魅力を表現することが難しく、十分に訴求することができていなかったのではないかと推察される