

若い女性のスポーツ実施率向上を目指して

神奈川大学 大竹ゼミ チーム S

○齊藤 萌恵子 上杉 明日香 佐藤 涼菜 白田 亘輝
鈴木 隼人 高橋 航平 結城 彩花

1. 緒言

近年若い女性の社会進出が注目されるようになり、女性でも職に就いたり、既婚女性がパート・アルバイトに就いたりすることも珍しくなくなった。その一方で若い女性の余暇時間は少なくなり、スポーツ実施率も低迷している。統計局の「社会生活基本調査」によると、20代女性の仕事時間は最も高く、30代女性の余暇活動時間は全世代で最も低い。厚生労働省の「平成26年国民健康栄養調査」によると、運動実施率(1回30分以上の運動を週2回以上実施し、一年以上継続している成人)は男性より女性のほうが低くなっており、世代別では女性の20代と30代が特に低い。さらに、笹川スポーツ財団「スポーツライフ・データ2014」によると運動・スポーツ実施レベルが「レベル0」、「レベル1」の割合が全体の半数を占め、運動を行う機会が減少することで、摂食障害や隠れ肥満といった健康問題につながる恐れがある。20代・30代の女性は学生から社会人、専業主婦など多様なライフスタイルを営んでいる。そのため、20代・30代の女性の運動・スポーツ実施率を上げていくには、それぞれのライフスタイルに応じた政策が欠かせない。本研究では運動頻度を表1のように定義し、実施率を段階的に上げていけるよう、それぞれの特徴を分析し提言する。

↓表1 運動頻度のカテゴリー化・政策目標とするレベル別対象

レベル別対象者	目標とするレベル
レベル0 (過去一年間で運動未実施)	レベル低 (年1回・半年に1回)
レベル低 (年に1回・半年に1回)	レベル中 (月に1回程度・週に1~2回程度)
レベル中 (月に1回程度・週に1~2回程度)	レベル高 (週に3~4回程度・毎日)

2. 研究内容

(1). 文献調査：石部真士「運動・スポーツ実施を規定する環境要因に関する研究」(2011)

スポーツ実施における環境要因がどのような影響をもたらすのかを明らかにした。

(2) アンケート調査

- ・対象：神奈川大学学生・ティップネス横浜店利用者・不特定多数の20~30代女性
- ・回収数：241
- ・調査目的：運動習慣別の消費行動、SNSの利用目的の違いを明らかにする。
- ・調査項目：過去一年間における運動習慣、消費行動、SNSの利用目的等。

3.調査結果

(1)文献調査

女性の運動・スポーツ実施においてフィットネス系、レジャー系のスポーツ施設が運動・スポーツ実施を促進させうる要因と示唆している。

(2)アンケート結果

①運動を行わない理由

「時間がない」「日々の生活で疲れているから」との回答が 40%を超えていた(複数回答可)。また、「一緒に運動する人がいない」との回答も多く、運動をする時間と体力、機会が日常生活の中で確保できていない。

②スポーツブランドへの興味・関心

普段のファッションでのスポーツブランド商品の購入価格は「レベル中・高」よりも「レベル低」の方が高いことがわかった。このことから、運動習慣が「レベル低」であってもスポーツブランドに深く関わっている。

③消費行動における情報源

日常の消費行動における情報源として利用しているものは運動習慣に関わらず「SNS」が多く、参考にしているアカウントは「企業(ブランド)」が 70.3%となっている。

④スポーツ実施に求めるもの

スポーツを実施する際の「楽しさ」を重視するといった回答が 70.6%、「レベル」、「費用」を重視するといった回答は 30%を超えていた(複数回答可)。このことから自分のレベルに合った比較的安価で楽しめるスポーツの機会を求めている。

4.提言

アンケート結果に基づき、女性の特徴を活かした政策を提言する。

(1). 「レベル0」→「レベル低」

「レベル0」の対象者はスポーツを行わない理由として「時間がない」、「日々の生活で疲れているから」といった特徴がみられる。そこで「レベル0」の対象者に向け、スポーツに触れる仕組み作りを提言する。本提言では女性のタイプを「外向型(興味・関心が自分の外にある)」、「内向型(興味・関心が自分の内にある)」と 2 つに分けることによって、それぞれのタイプに向け具体的なアプローチをしていく。

(1)-①「外向型」に向けた「ウォーキングスターボックス」の提言

外向型の人は周囲の人間や物事に興味・関心を持ち流行のファッションや、グルメ、話題に敏感である。このような特徴の女性に対しては、流行的なコーヒーショップとウォーキングを組み合わせた事業を今若者に人気のスターボックスで展開する。ネットリサーチ **dimsdriven** が実施したアンケートでスターボックスが 20 代・30 代女性に最も人気なコーヒーショップであることが分かった。このことから「ウォーキングスターボックス」を提言する。「ウォーカーズコーヒー」というオリジナルのドリンクを販売する。その容器を華

やかで女性が好むデザインにすることで、SNSによる拡散・宣伝効果が期待できる。「ウォーカーズコーヒー」を購入した人には他の店舗で使えるクーポン券を配布する。その利用条件として当日に利用すること、対象の店舗(半径1キロ~5キロ圏内の店舗)での利用に限定することで、購入者が他の店舗に行き着くまで15分以上歩くことができる。対象店舗はクーポン券に記載する。現在都内には284店舗が展開しており、特に若者が集まる渋谷区、千代田区には70店舗が密集している。コーヒーに含まれるカフェインには脂肪燃焼効果があり、自律神経の働きを高め、肥満の予防にも繋がることから運動前のコーヒーはこれらの効果がさらに期待できる。

- ・企業：SNSの宣伝効果により、来店頻度の増加。
- ・参加者：店舗を楽しく散策できるウォーキングと、コーヒーによる脂肪燃焼効果。

※本提言はスターバックスの店舗が多い大都市圏での事業モデルとした。本事業を成功モデルとして、地方で地域に根付いた企業に応用し、全国展開を図る。

(1)-②「内向型」に向けて「恋さんぽ」の提言

内向型の行動パターンの一つとして他人の影響を受けづらく、興味のある分野に対してはほとんど探求する傾向がある。興味のある分野から対象者を外へ出歩く(散歩=ウォーキング)きっかけ作りを展開する。20代のスマートフォン所有率は94.1% (2014年)、30代のスマートフォン所有率は82.2% (2014年)まで増えている。そこで現在若者に人気の恋愛シュミレーションゲームを用いる。トレンド総研の「女性向け恋愛ゲーム」に関する調査では20代・30代の25%の女性が体験したことがあるという結果であった。本提言は以下のような位置情報を使ったゲームアプリ「恋さんぽ」を提案する。

- 1)アプリ内の多様なキャラクターの中で好きなものを選択する。
- 2)実際のデートスポットまで行くとその場所にちなんだストーリーが配布される。
- 3)一日3km歩くことにより経験値を獲得し、キャラクターへの好感度が上がる。

- ・企業：ウォーキング×恋愛ゲームという新しいかたちのアプリを提供することができる。
- ・参加者：擬似恋愛を楽しむことでウォーキングの習慣化が図れる。

(2)「レベル低」→「レベル中」

スポーツをする機会はあるが、継続的な実施に繋がっていない人を対象に、スポーツを継続する仕組み作りを提言する。公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会(以下 JSHIF)でスマートフォンアプリケーションを作成する。

- ① ポイント付与条件として、スマートフォン搭載の万歩計機能使用ウォーキング・ランニングの歩数(2000歩=1pt)、公共施設またはフィットネスクラブの利用(1回利用=5pt) ※1日の上限を10ptとする。

- ②貯めたポイントは現金に換算し買い物に利用できる。
 - ③アプリ内で自分のスポーツをする際の着こなしを掲載し、投票を行い、順位を決める。
- ・JSHIF：公共施設・フィットネスクラブの利用率向上、スポーツ用品の売上増加
 - ・参加者：自分のスポーツ活動が用品購入まで繋がる。また、自分の着こなしが他人から

の称賛を得ることによってスポーツ用品の購入意欲、スポーツに対するモチベーションの向上。

(3) 「レベル中」 → 「レベル高」

スポーツが習慣化しつつある対象者を質の高いレベルでの継続に導くための仕組み作りを提言する。その中で①一緒に楽しむ仲間を作る、②スポーツ・健康の知識を深める、③日頃の成果を発揮する場への参加が効果的である。それぞれの項目に対して以下の取り組みを実施する。

- ① 交流大会を開催する。従来のトーナメント方式ではなく、総当たり方式を用いることで、ゲームを楽しみながら仲間との交流を通し、コミュニティが形成される。
- ② スポーツの奥深さを知ってもらうため、「(仮称)地域健康スポーツ大学」を開催する。行政が地元の大学と連携し、参加者に専門的な知識を学んでもらう。(原則毎月1回の開催：運動生理学、栄養学、トレーニング学等)
- ③ 日頃の成果を発揮し、評価を得るために既存の大会への参加を促す。
 - ・行政及び競技団体：施設利用率の向上、市民のスポーツ実施率の増加及び競技の普及によって、医療費の削減が見込まれる。
 - ・参加者：スポーツを深く理解し、豊かなスポーツライフを送ることができる。

5.まとめ

全世代を通して最もスポーツ実施率の低い20代・30代の女性のスポーツ実施率を上げるため、運動頻度ごとのレベルを3段階に分けて提言を行った。しかし、「運動が嫌い」、「運動をする必要を感じない」といった対象は十分にカバーできていないという課題も残った。それらのスポーツ実施率をさらに上げていくためには、より詳細な生活環境や、ライフスタイルを分析していく必要がある。本研究の中でレベル別にアプローチをすることは、スポーツ実施率を上げるには非常に適していると確信した。本研究で示した、段階ごとの特徴を活かした政策提言が女性・男性問わず具体的に今後展開されることを期待したい。

<参考文献>

- ・笹川スポーツ財団 「スポーツライフ・データ 2014」
- ・石部真士 「運動・スポーツ実施を規定する環境要因に関する研究 —日本人 20 歳代・30 歳代に着目して—」 (2011)

http://www.waseda.jp/sports/supoken/research/2011_2/5010A009_abs.pdf

- ・厚生労働省 「平成 26 年国民健康栄養調査」

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyoubu/dl/h26-houkoku-03.pdf>