

SNSが紡ぐ運動促進計画 ～若者よ、足も動かそう～

江戸川大学 小林ゼミ Aチーム

○織田 尊幸 大野 駿介 高鹿 溪 菊池 碧 陣谷 郁香

緒言

図 35 運動習慣のある者の割合(20 歳以上、性・年齢階級別)

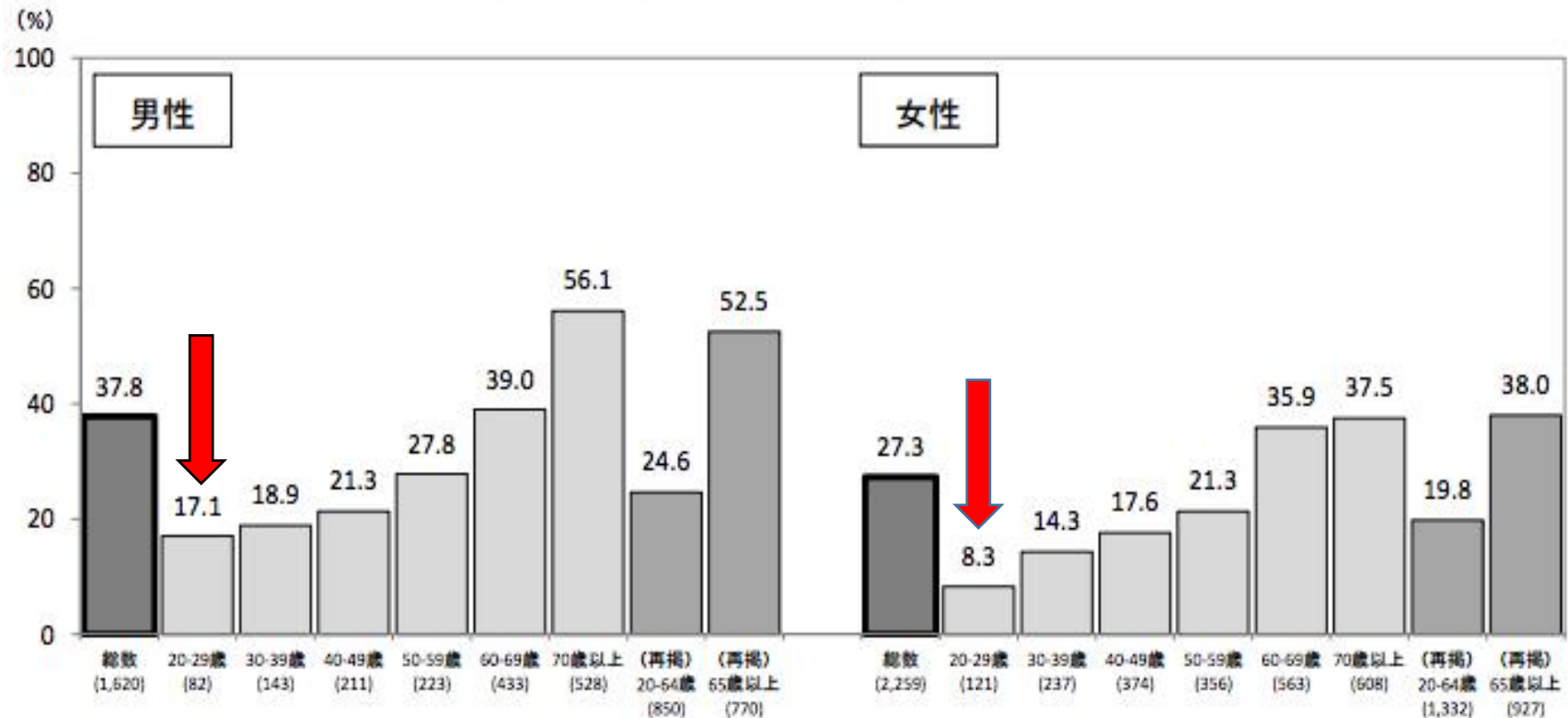


図1: 運動習慣のある者の割合(20歳以上、性・年齢階級別)

出典: 厚生労働省 平成27年度「国民健康・栄養調査」

※「運動習慣のある者」=「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者」₂

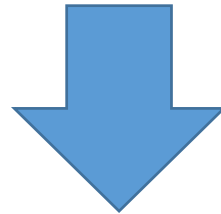
緒言

若者の運動習慣の状況

男女ともに、運動習慣のない人の割合は

男性：**83%**

女性：**92%**



20代が最も高い！

緒言

スポーツ産業
の衰退...

健康被害...

このままだと...



緒言



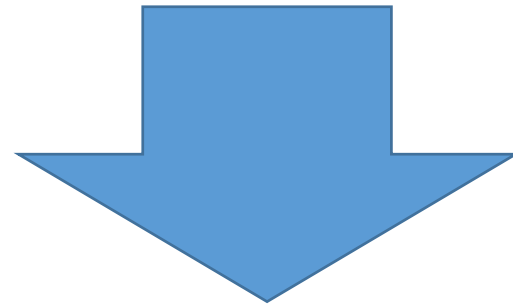
緒言

若者の運動不足問題の解決及び、運動促進を目的とした支援策を提案する

調査

若者における運動実施の現状

図1の調査で用いられた、「運動習慣のある者」=「1回30分以上の運動を週2回以上実施し、1年以上継続している者」という条件は、学生や社会人にとってはやや厳しく感じる



別のデータから若者の運動実施の動向を探ってみる

調査

普段、運動をする機会がありますか？

回答: 289 スキップ: 0

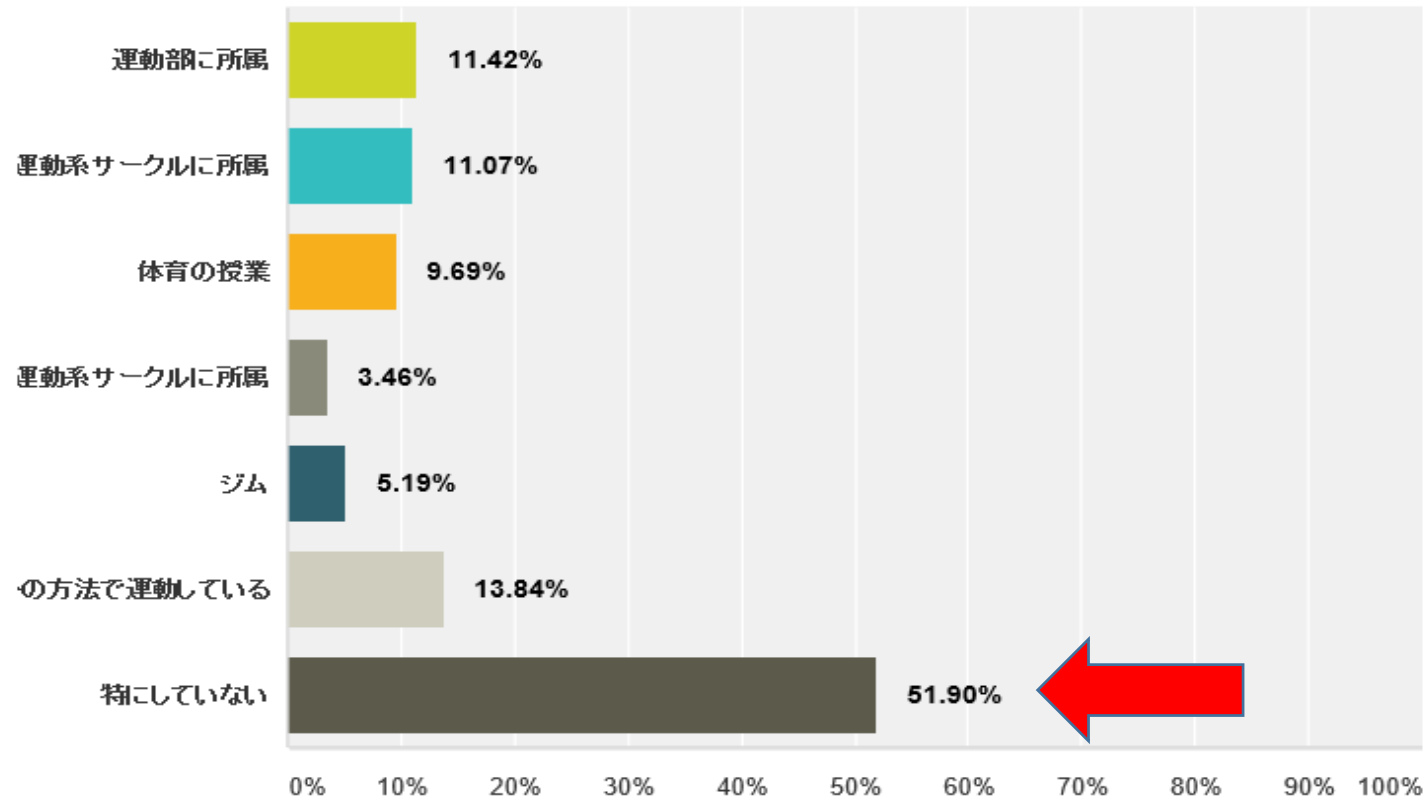


図2: 大学生を対象とした運動機会に関する調査

出典: Students lab「学生の運動習慣に関する調査」

調査

運動習慣の頻度を教えてください。

回答: 284 スキップ: 5

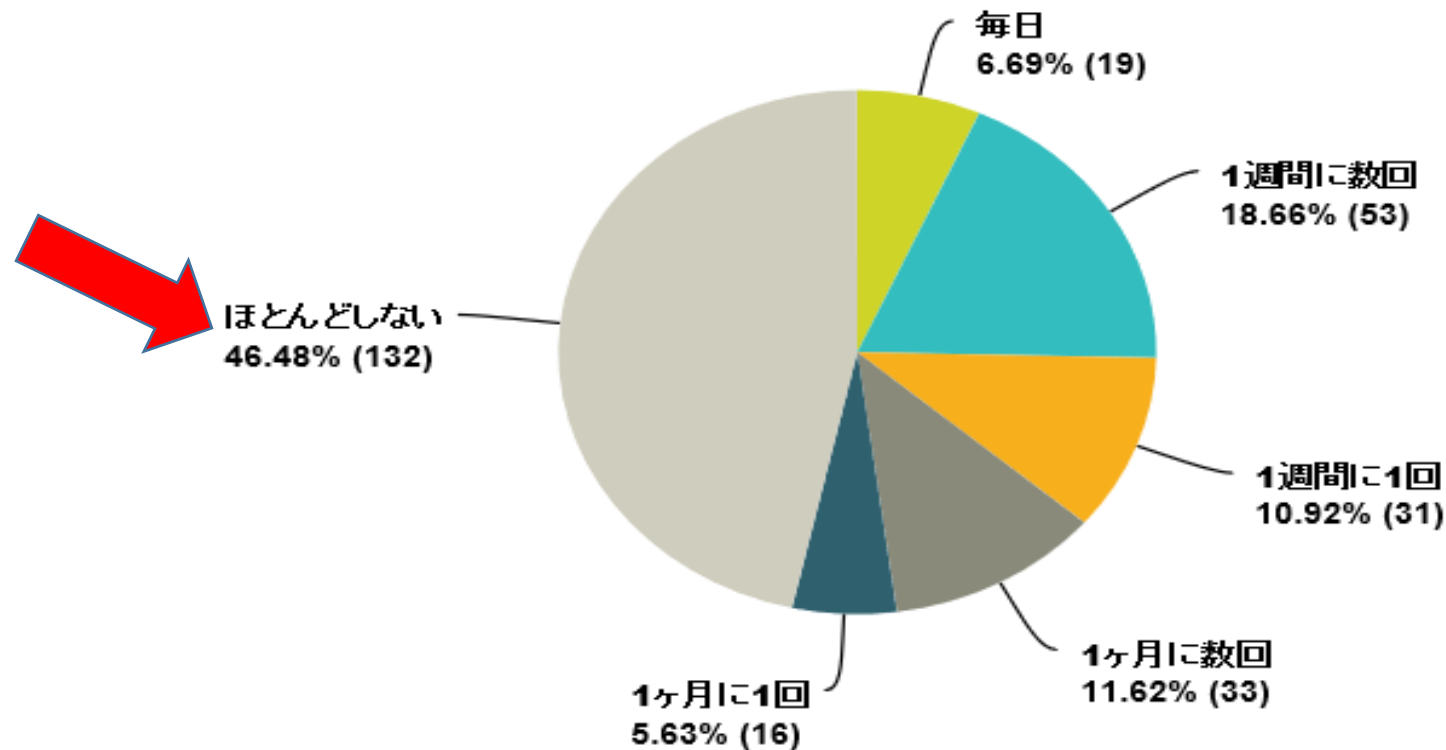


図3: 大学生を対象とした運動頻度に関する調査

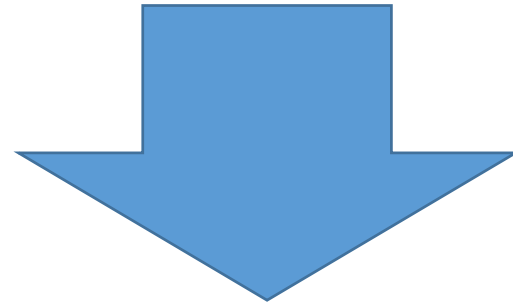
出典: Students lab「学生の運動習慣に関する調査」

調査

若者における運動実施の現状

図2(運動機会): **半数以上**の学生が運動をする機会がないと回答

図3(運動頻度): **約半数**の学生が運動をほとんどしないと回答

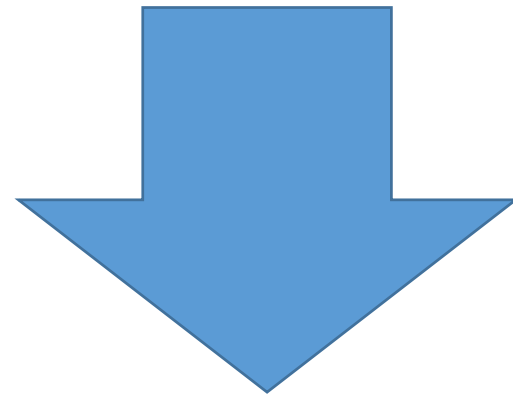


この調査でもよい結果は見られなかった

調査

若者の運動不足に対する意識

では、運動をする機会がない若者は、そもそも運動をしたくないのだろうか、それとも、運動はしたいが、何らかの理由でできないのだろうか



若者の、「運動不足に対する意識」という観点から探ってみる

研究内容

運動不足を感じて、改善したいなと思うことはありますか？

回答: 286 スキップ: 3

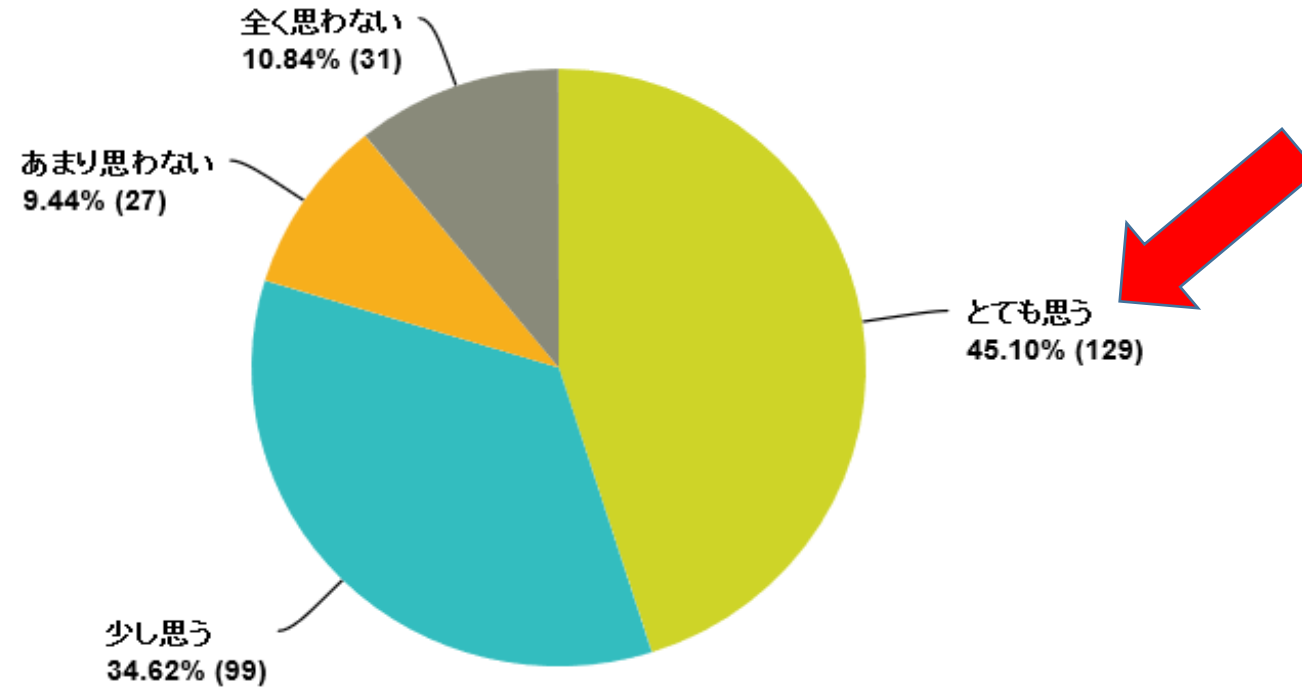


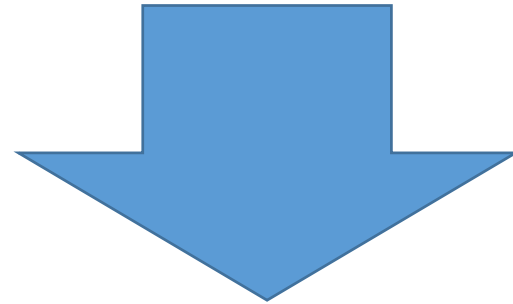
図4: 大学生を対象とした運動不足に対する意識調査

出典: Students lab「学生の運動習慣に関する調査」

調査

若者の運動不足に対する意識

図4によると、図2,3で示した運動実施の現状と打って変わり、なんと約80%の学生が、「運動不足を改善したい」と回答している



では“**実施**”と“**意識**”の間に生じるギャップはどこからくるのだろうか？

調査

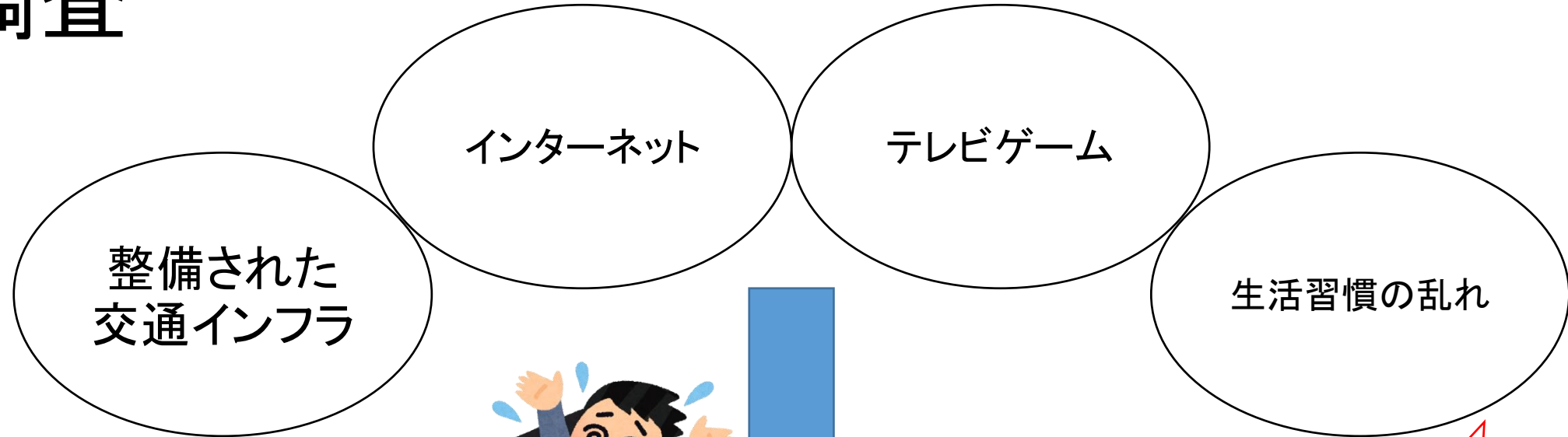
運動不足の要因、及び考察

運動不足の要因は様々のようであるが.....

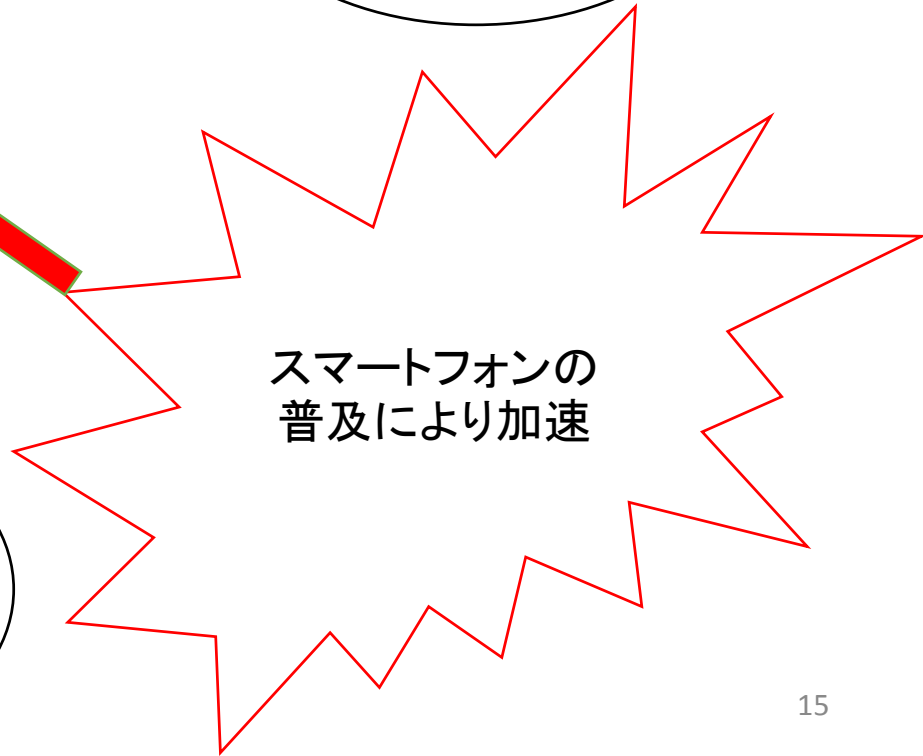


情報技術の発展も要因の一つだろう

調査



・どこへ行くにも便利な環境
・室内でストレスを解消できる手段が増えた
→運動不足に陥りやすくなった。



調査

では、こういった取り組みが必要なのだろうか？



調査

ウォーキング

- ・近年ではエクササイズ種目が流行している
- ・**その中でも特に、ウォーキングが人気！**
- ・週1回以上のウォーキング実施者は2016年の時点で3000万人以上
- ・推計人口は1996年からの20年で**倍増**
- ・健康増進効果も期待できる

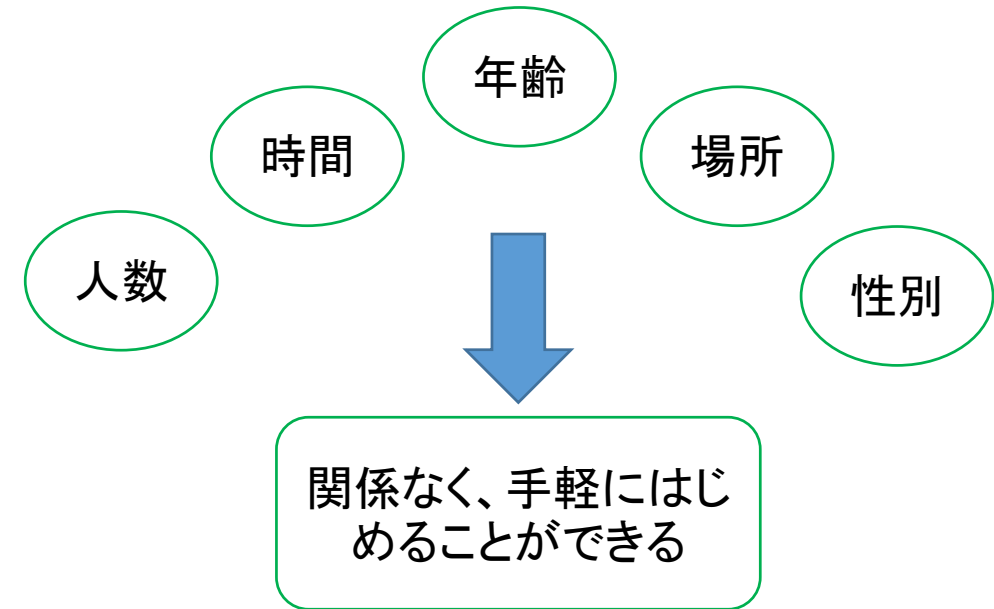


表1: 週1回以上の「散歩・ウォーキング」実施率と推計人口の推移(1996～2016): 全体
 出典: 笹川スポーツ財団「成人の散歩・ウォーキングの実施状況」を参考に作成

調査年	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016
実施率 (%)	13.6	19.0	24.4	27.7	32.9	30.6	31.7	36.1	34.9	34.9	32.5
推計人口 (万人)	1,306	1,859	2,426	2,788	3,347	3,141	3,277	3,748	3,629	3,623	3,376

調査

ソーシャルネットワーキングサービス (SNS)

- SNSとはWeb上で社会的ネットワークを構築可能にするサービス
- FacebookやTwitter、InstagramなどのSNSが若者の間で流行している。

- 様々な情報の送受信
- 共通の趣味を持った人を見つけやすい
- 情報の拡散力
- ユーザーのニーズに沿って機能を拡張できる
→ SNSの強み



逆にこれだけ普及している中、SNSを利用して運動促進に繋がられないだろうか？

提言

そこで.....

SNSの強みをウォーキングと結び付けた

ウォーキングSNS 「Walker」

を用いた提言をする

提言

「Walker」って？①

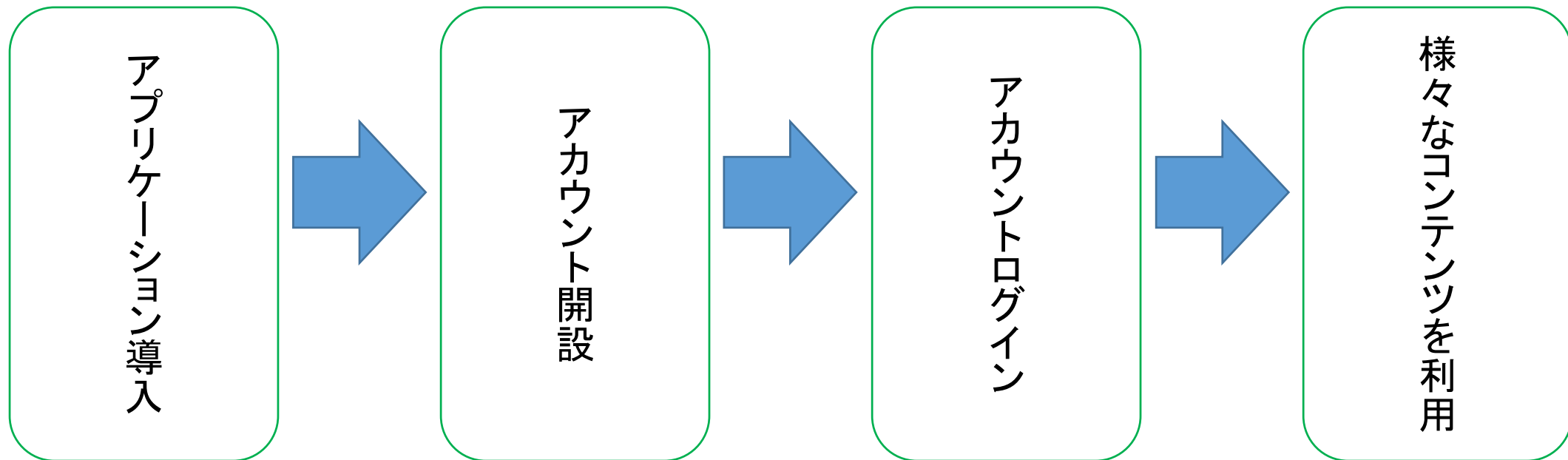
- ・「Walker」とは、ウォーキング実施者のための、または新規ウォーキング人口獲得を目的としたSNSであり、そのアプリケーションである。
- ・今回の提言では、若者をターゲットとしたが、もちろん若者に限らず全ての年齢層が利用することができる。



提言

「Walker」って？②

従来のアプリと同様、アプリの導入時にアカウントを開設し、ログインすることで、様々なコンテンツを利用することができる



提言

「Walker」主なコンテンツ①

- ・歩数計
- ・歩いた距離
- ・消費カロリー
- ・運動時間

等の基本的な機能はもちろん



提言

「Walker」主なコンテンツ② “歩数ランキング”

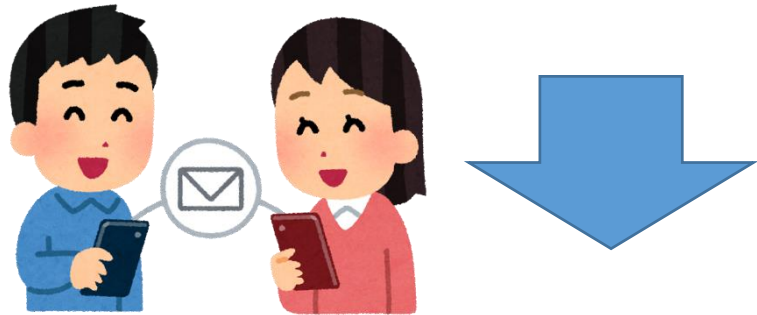
- ・全ユーザーの歩数ランキングを公開
- ・自分がどれくらいの順位なのか知る



提言

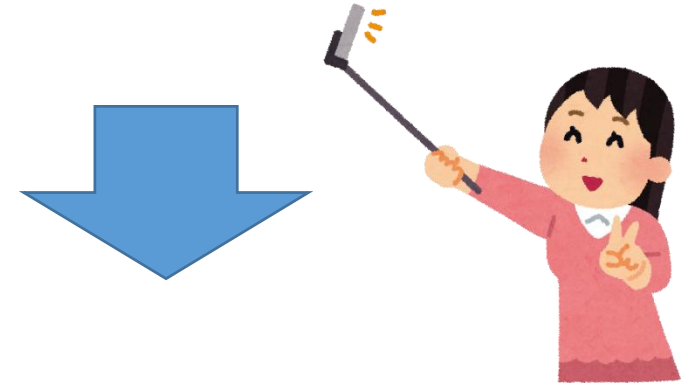
「Walker」主なコンテンツ③ “コミュニティページ”

- ・ユーザー同士がメッセージでやり取りできる



仲間を作ることができる！
→ **運動意欲の向上**

- ・ユーザーはウォーキングコースやディナーを写真付きで公開できる



スポーツ用品への興味を高める
→ **スポーツ用品の販促**

提言

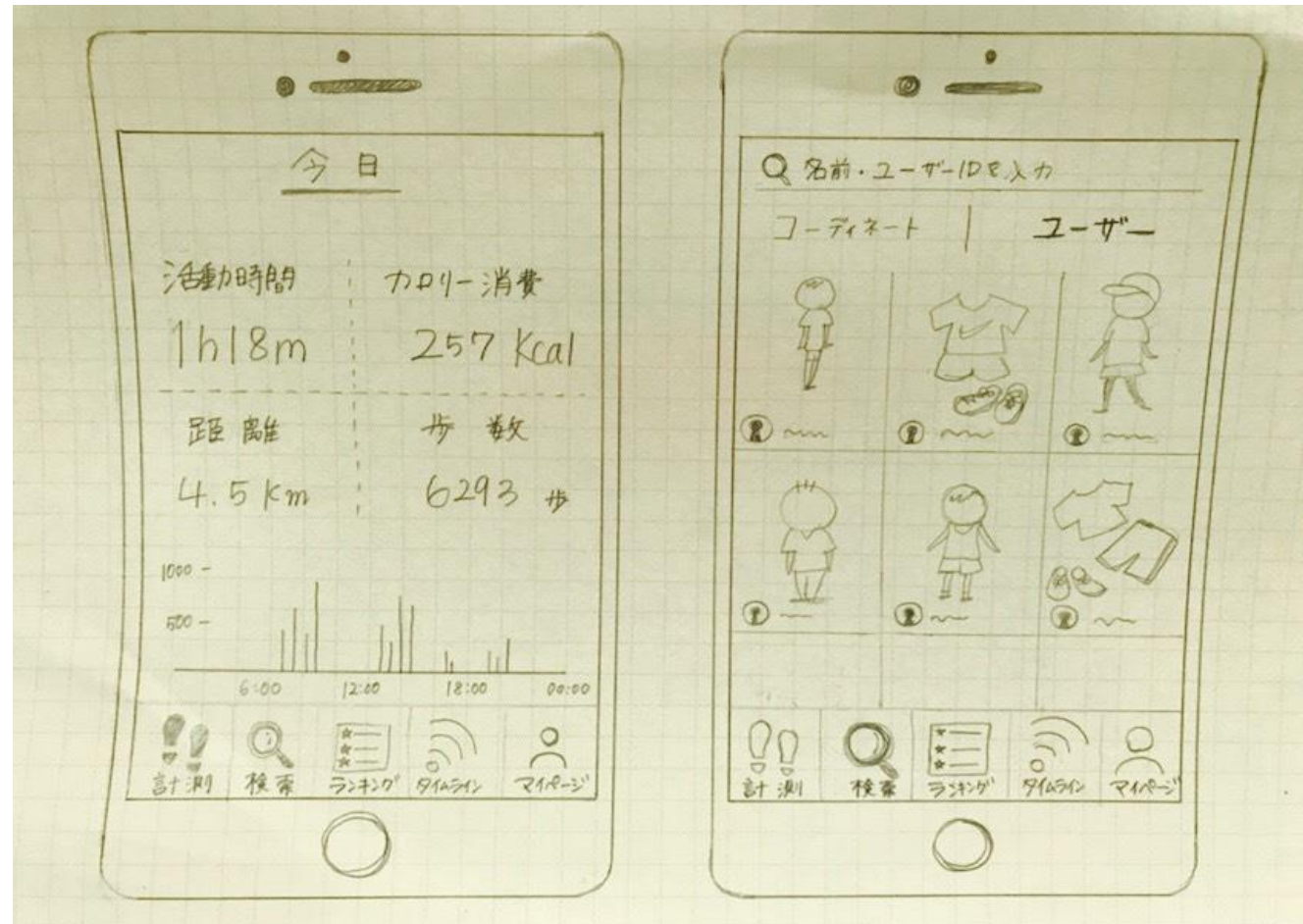
「Walker」主なコンテンツ④ “オンラインショップ”

- ・アプリ内にスポーツ用品専門のショッピングスペースがあり、気になった商品をすぐにチェックできる。
- ・歩数に応じて配布されるポイントで割引が可能。



提言

「Walker」のイメージイラスト



提言

期待される効果

- ・健康増進効果
- ・ウォーキングをより快適に、より楽しく
- ・仲間の存在から、ウォーキングへの意欲が向上
- ・ウォーキングを通じて継続的に身体を動かす機会をつくることで、様々な他のスポーツへの興味関心、意欲を向上させる
- ・スポーツ用品への興味関心が高まり、販売促進に繋がる
- ・ウォーキングの新規人口の獲得



参考文献

- ・厚生労働省 平成27年度「国民健康・栄養調査」

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000142359.html>

- ・Students lab「学生の運動習慣に関する調査」

<http://lab.oceanize.co.jp/sports-uni-how/>

- ・笹川スポーツ財団「成人の散歩・ウォーキングの実施状況」

<https://www.ssf.or.jp/research/sldata/tabid/1404/Default.aspx>

ご清聴、ありがとうございました。

江戸川大学 小林ゼミ Aチーム