

# キャラクターマーケティング を活用した子どものスポーツ 実施率の向上施策

大阪体育大学 富山ゼミ Aチーム  
繁昌廷諭 佐伯洋美 西田恵 赤尾太一  
勝泉航 角野晃平 広岡佑莉

# 目次

1

● 緒言

2

● 政策提言

3

● 調査

4

● 企画内容

5

● まとめ



# 1. 緒言

# 体力低下の背景

## 遊びの変化

「時間」「空間」「仲間」の  
三つの間の減少  
する子、しない子の二極化

## 生活の変化

「食生活の変化」  
「生活習慣の変化」  
「デジタル生活」など

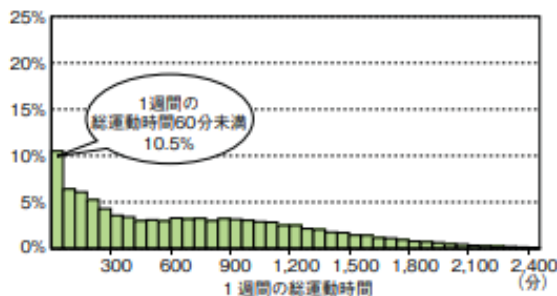
体力低下・意欲の低下・健康問題  
・生活習慣の問題

# 二極化

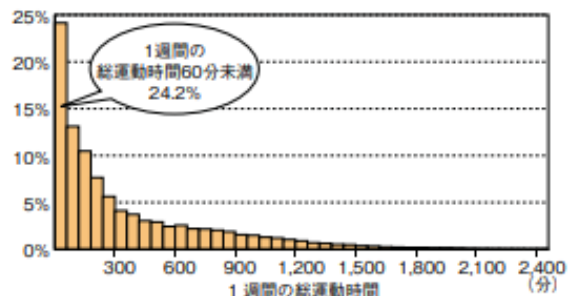
1週間の総運動時間60分未満(体育の時間を除いて)の児童の割合は、男子で10.5%、女子で24.2%である。

小学校

● 男子

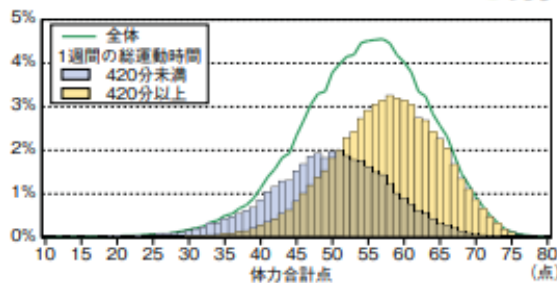


● 女子

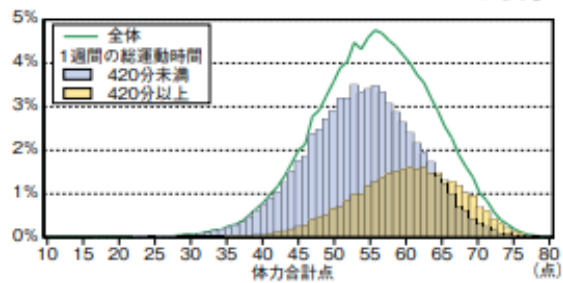


小学校

● 男子

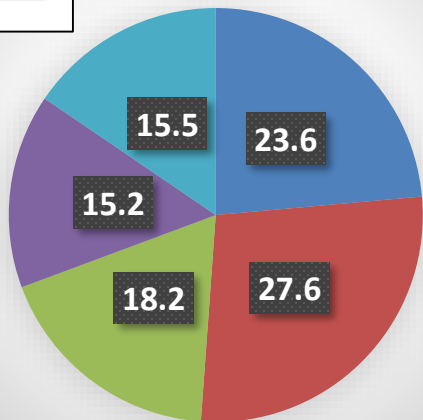


● 女子

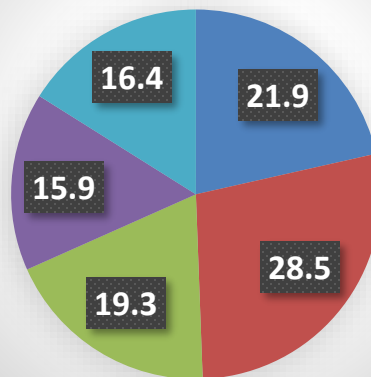


# 小学生

男子

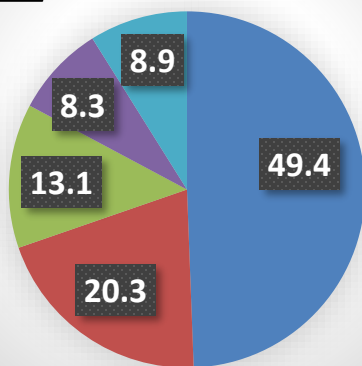


女子

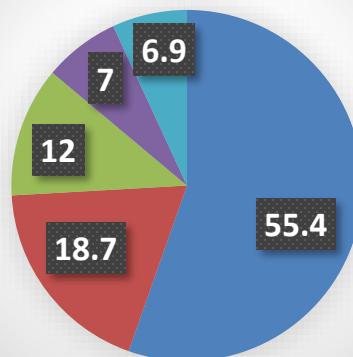


# 中学生

男子



女子



0分

1分以上15分未満

15分以上30分未満

30分以上45分未満

45分以上60分未満

1週間の総運動時間が60分未満の子どもの運動時間の内訳

## 運動が苦手・嫌いな子が スポーツや運動を 行わない理由

- 好きな種目
- 出来る種目
- 友達
- 自分のペース
- 場所

## 親が子どもにスポーツを させたがらない理由

- 費用がかかる
- 送迎や付き添いの負担  
が大きい
- 保護者同士の付き合い

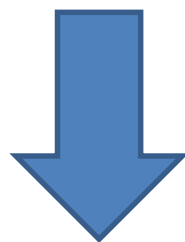


SINCE 1965

## スポーツ基本計画

スポーツをしたい生徒 58.7% ▶ **80%**

スポーツが嫌いな生徒 16.4% ▶ **8%**



**改善したい問題の1つ!!**



# 対象：小学校1年生～3年生

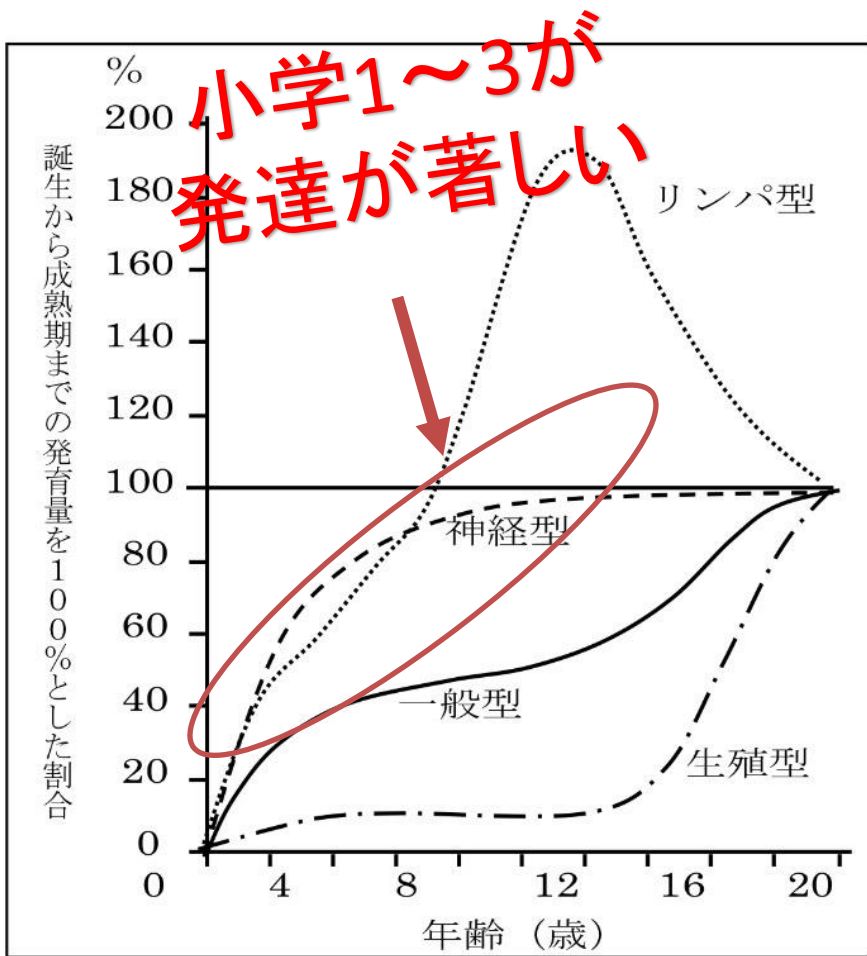


図3 スキャモンの発育発達曲線

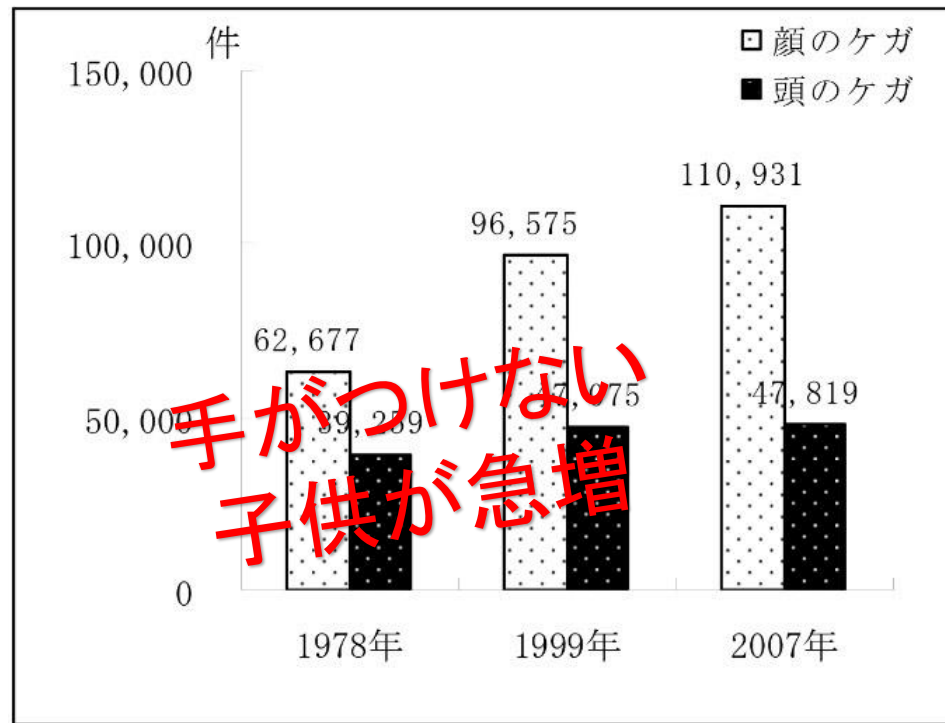


図2 負傷における部位別発生数  
(日本スポーツ振興センター2007年)





## 2.政策提言



子どもたちにとって、「戦隊ヒーロー」は永遠のロールモデルであり、「重要なキャラクター」であると考え

戦隊ヒーローをキャラクターマーケティングのフレームワークに当てはめ

子供たちに人気のある

戦隊ヒーローを活用して子どもたちの  
スポーツ実施率の向上を図る

事を提案する



# キャラクターマーケティングとは

キャラクターを利用して、「商品」を売る仕組み

- ①キャラクターそのものを売るコンテンツビジネス
- ②企業のブランド構築としてキャラクターを作り、商品売る
- ③商品にキャラクターをつけてキャラクターグッズとして売る
- ④キャラクターの利用権利を他社に売るライセンスビジネス
- ⑤キャラクターのイラストがついたパッケージで商品売る
- ⑥キャラクターで地域おこし
- ⑦消費者がキャラクターを育て、それを利用して商品売る
- ⑧すでに存在するものをキャラクターにする
- ⑨AIを利用した接客において、キャラクターを設定して話しかけてもらう

# なぜ戦隊ヒーローなのか

- 放送開始から約40年以上続いているものであり、長年人々に愛され続けており、幅広い年代の人が知っている。
- 子どものころに必ず見たり、聞いたりしたことがある。
- 子どもが憧れる姿であり、マネをする。



# スポーツ×戦隊ヒーロー

スポーツに興味がなくとも・・・

ヒーローを見に来る



ヒーローの真似をしてスポーツを体験してみる



楽しさを知る



スポーツを始める



# ヒーローのイメージ

## プラスイメージ

- ・かっこいい
- ・強くて頼りになる
- ・ピンチに助けてくれる
- ・運動能力が高い



## マイナスイメージ

- ・ヒーローの真似をしてケガをする・させてしまう
- ・誰にでもキックやパンチを浴びせ、暴力を肯定していると保護者は感じる。

# 3. 地域キャラクターヒーローへ の実態調査



# 調査方法

対象：イヌナキン・スバルファイブ

方法：イヌナキン（インタビュー）

スバルファイブ（メール回答）

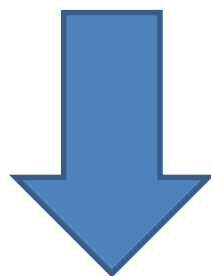


	イヌナキン	スバルファイブ
プログラム	—	観客参加型のヒーローショー
広告	イベントの告知、宣伝	—
経費	市のPR活動の一環としてなら無償で参加	—
音源	市が制作したオリジナル	オリジナル
依頼主	—	福祉施設、これからは病院も!?
衣装	業者に依頼	市販のものを加工、オリジナルを発注
気を付けていること	イヌナキンのイメージを崩さないようにする	依頼主のオーダー、見てくれている人のニーズに合わせる



# 聞き取り調査結果のまとめ

市や町の公式キャラクターを市のPRとして参加



市のPRが  
できる

キャラクターを  
お金をかけず  
使用できる

## 官・学双方にメリット



## 調査の結果

Q.「もしこのような企画をしたら、ご協力いただけますか？」という質問に対し

子供たちのためにぜひ  
参加したいと思います



という回答をいただいた



# 各大学生ボランティアの力が必要！

スバルファイブには、日常的に悪役が存在するが、  
イヌナキンには、悪役が日常的に存在していない

指導力

企画力

参加する学生にも  
メリットいっぱい！

仲間作

運営力

大学 × 地域の連携を図り  
地域活性化を目指す！



# 4. 企画内容

# 企画

ご当地レジャー  
キャラクター

←  
企画

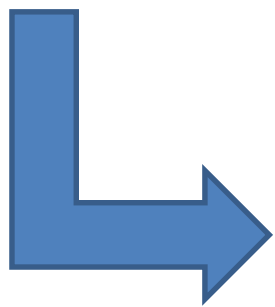
大学生

小学生

実施

# スポーツをしていない理由

- 送迎や付き添いの負担が大きい
- 通いやすい場所がない
- 保護者の当番や保護者関係の負担が大きい
- 費用の負担が大きい



**解決のきっかけ!!**

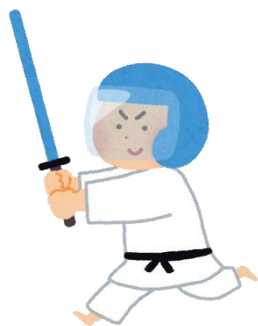


# 具体的な活動内容

- 小学校のグラウンドを学校開放の時間帯に確保
- 月ごとに種目を変え週一回程度のスポーツイベントを実施。
- 悪役に扮する大学生ボランティアに対してヒーローが子どもたちと協力してスポーツの試合を行う
- イベントをストーリー仕立てで進める



# 具体的な種目



スポーツチャンバラ

かけっこ

大縄とび

基礎的な運動能力を高めるものから、  
レクリエーション種目など幅広い領域



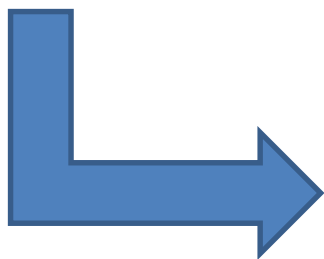
サッカー



タグラグビー

# 流れ

	種目: サッカーの場合
8:45	受付
9:00	集合、準備体操
9:15	体大スタッフとボールに慣れる ・シュート ・パス ・ゲーム
10:45	整理体操
11:00	集合、解散



最初の回で悪者とゲームをし劣勢の状態になり、ヒーローが登場する。



ヒーローの活躍によりあと少しまで追い詰めるが、負ける。

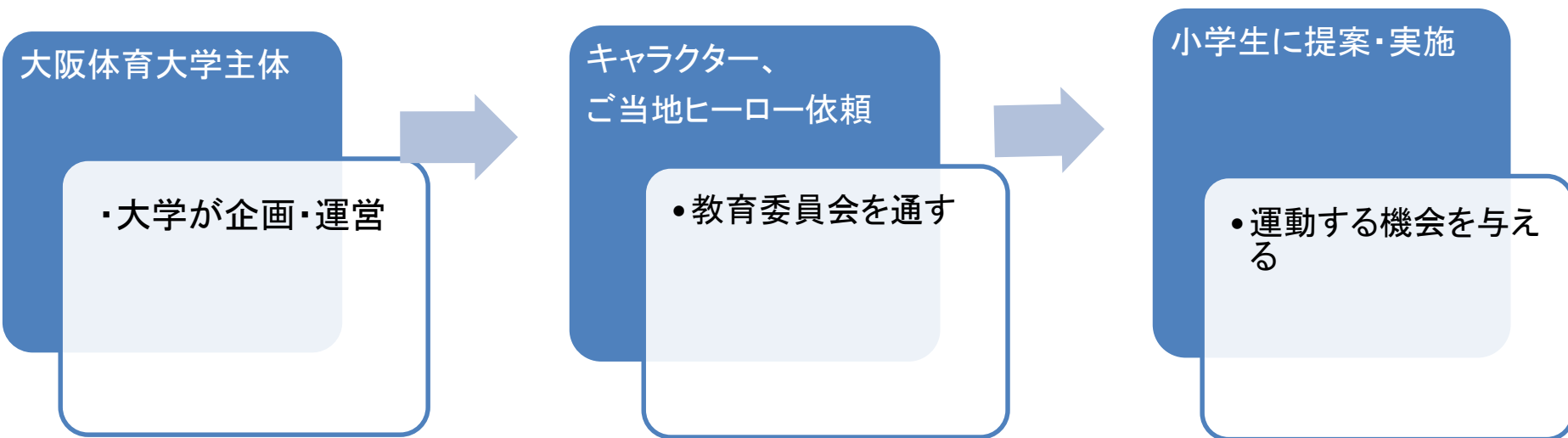


ヒーローと一緒に練習して悪者を倒そう！！週1回の練習

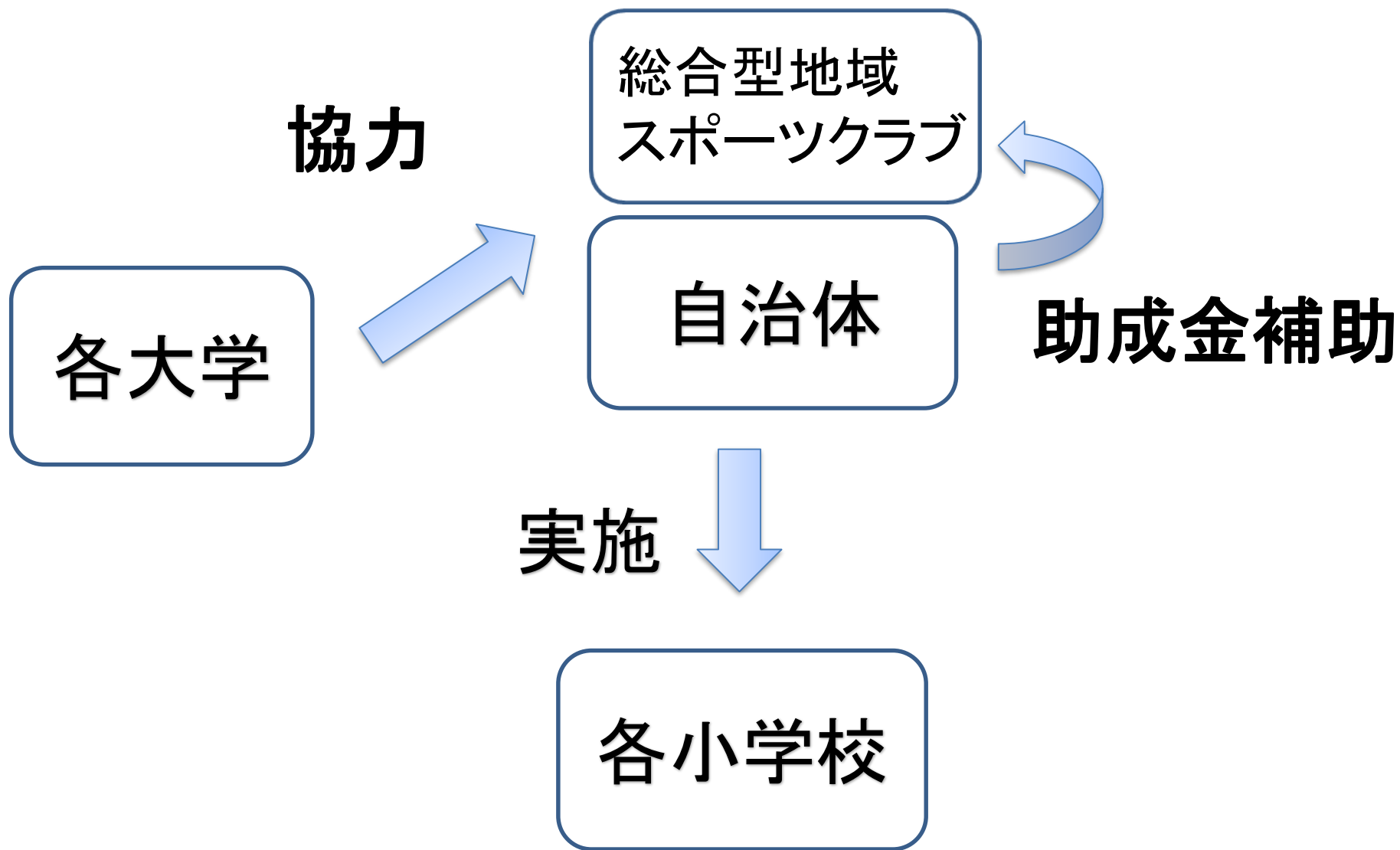


4回目にもう一度悪者と戦う。実力がついてきたことを実感する。

# 運営までの流れ



# 運営体制



そこで！！

地域総合型スポーツクラブの練習を現場に取り入れる！！

クラブ会員増加のアシスト！！

実際の練習を経験することで、地域総合型スポーツクラブへの関心が生まれる

# 今後のビジョン

大阪体育大学



近畿の大学

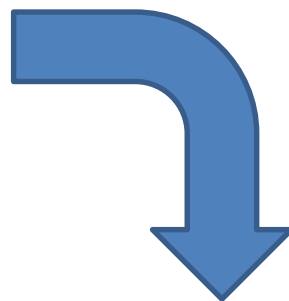


全国展開



# 期待される効果

スポーツの機会が増える

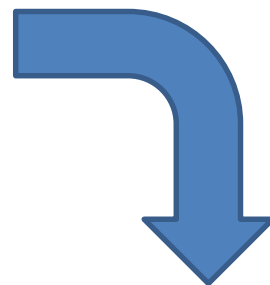


運動不足の解消  
体力向上



# 期待される効果

・スポーツへの  
モチベーションの向上



スポーツを継続  
することができる

# 4. まとめ

# まとめ

子どもに運動習慣をつけるために...

子どもたちにスポーツをする

きっかけをつくる

ヒーローの力を借りて



子どもたちにスポーツの楽しさを知ってもらう

スポーツの力で地域の活性化を図る



最後は子供に**笑顔**で帰ってもらい、  
ご当地ヒーローもスポーツも好きになってもらう

子供たちからの  
「**たのしかった**」が  
きけるようなイベントを目指す！



# 参考文献

TVガイド Daily 2015年2月16日

<http://www.tvguide.or.jp/column/tvguideshinsho/20150220/>

文部科学省 2010全国体力調査によって明らかになったこと 文部科学省資料

文部科学省 子どもの体力の現状と将来への影響 2018年 9月28日

笹川スポーツ財団 2015年 子どものスポーツライフ・データ2015

厚生労働省 2001年

<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/syusseiji/06/index.html>

大阪府泉佐野市公式ホームページ

[www.city.izumisano.lg.jp](http://www.city.izumisano.lg.jp)

LINK UP TOYO UNIVERSITY [http://linkuptoyo.com/learning-from-the-teacher/character\\_marketing](http://linkuptoyo.com/learning-from-the-teacher/character_marketing)

スバルファイブ HP <https://subarufive.com>



ご清聴ありがとうございました。



いぬなきん



スバルファイブ