

# 今年度における女性のスポーツ実施率向上策について

## 女性スポーツ推進事業(女性のスポーツ参加促進事業)

2018年8月29日

株式会社日本総合研究所  
リサーチ・コンサルティング部門

## (1) 取組の実施ステップ

- 女性の実施率向上に向けて、以下のようなステップで取組を進めていくことを計画。

実施ステップ	実施内容と該当する事業実施項目
1. 事前調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存調査や諸外国の取組事例をサーベイし、ターゲットとなる女性層の絞込みや、スポーツ実施に向けて女性の行動変容を促す要因の分析(分析フレームの設計、ターゲットとなる女性をスポーツ実施に導く要因仮説の構築)を実施。</li> </ul>
2. グループインタビュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記の分析結果に基づき、ターゲットとなる女性層を対象に要因仮説を検証するためのグループインタビューを実施。ターゲット女性が取り組めそうと思えるようなスポーツ(身体活動)や、取り組むためのきっかけなどについて具体的に聴取。</li> </ul>
3. 実施メニュー・プログラムの開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループインタビューの結果を踏まえて、対象となる女性が日常生活の中で取り組めそうなスポーツメニュー・プログラムを開発。</li> </ul>
4. ワークショップの開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループインタビュー参加者にモニターとして、開発したメニュー・プログラムを体験してもらい、改善に向けた意見聴取。</li> <li>上記開発メニュー・プログラム以外で、モニターがやってみたいと思えるようなメニュー・プログラムを、専門家の監修の下で提案してもらい作成。</li> </ul>
5. 事後アンケート	<ul style="list-style-type: none"> <li>モニターに、ワークショップで体験してもらったメニュー・プログラムを、日常生活の中に取り入れてもらい、1~2カ月程度の期間において、どの程度実践、継続しているかをアンケート調査により検証。</li> </ul>
6. 情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>開発メニューの内容だけでなく、メニュー・プログラム作りの考え方も含めて普及啓発するため、ワークショップの様子や事後アンケートの結果などを取りまとめて、ウェブサイトなどで発信。</li> </ul>

## (2) 取組の実施方針

- 昨年度の「スポーツを通じた女性の活躍促進のための現状把握調査報告書」を踏まえ、対象セグメントは特にスポーツ実施率が低かった①20代のフルタイムで働く女性(子育て中でない女性)及び②20～40代の子育て中の女性を想定している。
- 昨年度報告書では、これらの層の女性のスポーツ実施率の低さには、個人的な経験に基づく苦手意識に加えて、仕事や子育てなどによる時間・お金の制約が大きいことや、幼少期の外遊びの経験が少なく「スポーツ」の捉え方が限定的になっていること、健康面の不安が顕在化しておらずスポーツ実施の動機づけに欠けることなどが影響していることなどが指摘されている。
- したがって、本事業では「時間やお金が無くても、簡単に取り組める方法を提案する」、「「スポーツ」のイメージを変えることで、心理的なハードルを下げる」、「健康課題への気付きを促し、面倒くさいという意識を改めさせ、スポーツ実施への意欲を高める」ことを可能にするような方法を構築していきたいと考えている。

※上記については事前調査やグループインタビューで深堀する計画。

図表：属性ごとの女性のスポーツ実施率(週1回以上の運動・スポーツ実施率)

就労状況	家族構成	年代						
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
フルタイム	独身	39.4%	19.8%	33.6%	39.3%	33.0%		
	既婚/子供なし・子育て終了		21.2%	44.4%	43.2%	37.4%		
	既婚/子育て中		29.4%	25.7%	29.4%			
パートタイム・未就労	独身	50.0%	20.4%	30.2%	34.3%	36.7%	56.6%	66.7%
	既婚/子供なし・子育て終了		32.4%	31.8%	30.5%	47.0%	56.3%	63.7%
	既婚/子育て中		24.3%	23.4%	23.4%			

図表：スポーツ実施率が低い理由(仮説)

属性	スポーツ実施率が低い理由(仮説)
20代のフルタイムで働く女性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 平日日中は仕事による時間的制約がある。</li> <li>• 労働時間が不規則で予定を立てにくい。</li> <li>• 民間フィットネスクラブを利用するほどの金銭的余裕はない。</li> <li>• 健康不安はあまりなく、運動・スポーツ実施の動機付けが弱い(面倒くさいという印象が勝ってしまいがち)。</li> </ul>
20～40代の子育て中の女性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 子供がまだ小さく、目を離せない。</li> <li>• 家族に家事・育児のサポートを求めにくく、自分に負担が集中してしまっている。</li> <li>• 休日もまとまった自由時間は確保しにくい。</li> <li>• 健康不安はあまりなく、運動・スポーツ実施の動機付けが弱い(面倒くさいという印象が勝ってしまいがち)。</li> </ul>

出所：平成29年度「スポーツを通じた女性の活躍促進のための現状把握調査報告書」(スポーツ庁)

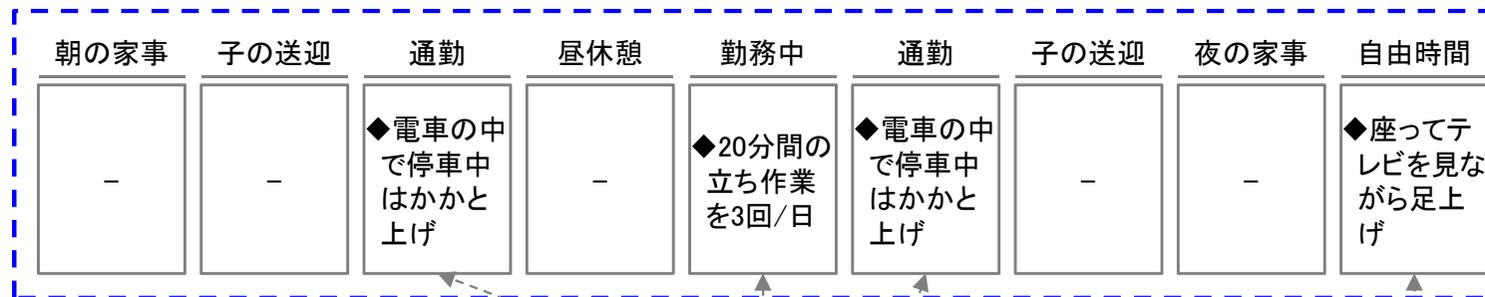
### (3) 実施メニュー・プログラムの開発について

- グループインタビューなどにより、ターゲット層の日々の生活シーンやトリガーとなる要因を分析した上で、各人が生活シーンに応じて、無理なく取り組めるようなスポーツプログラム(3METsなどの基準を活用することを想定)を作成できるようにツールを整備する。
- モニターを対象としたワークショップを実施し、メニューの改善や普及啓発を行うとともに、取組効果の検証などを行う。

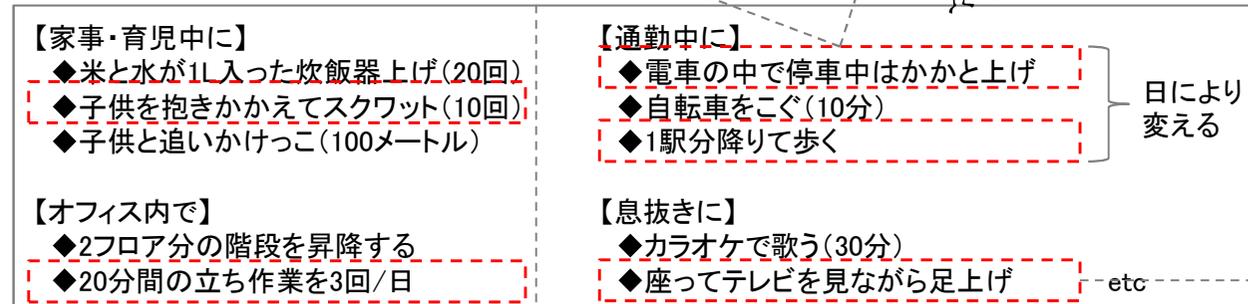
図表:スポーツプログラムの開発イメージ



各人の生活シーンに応じた自分ならではのスポーツプログラムを作成



3METs以上のスポーツメニュー



◆ 普段の生活で5,000歩ほど歩いているので4つ選択

## (4) キャンペーン（情報発信）について

### 【キャンペーン(情報発信)のための素材の作成】

- 女性スポーツ促進キャンペーン(仮称)が一過性のものにならないようにするために、「痩せすぎ」や「運動不足」による若年女性の健康課題に関する正しい理解を普及啓発するとともに、自分にあったスポーツメニュー・プログラムの開発(発見)プロセスを提示するような情報発信を実施していくことを想定している。
- 具体的には、「健康面の効果など正確な知識の普及啓発」と、「自分のライフスタイルにうまく取り入れられるような「スポーツ」を開発(発見)するプロセスの提示」のための普及啓発素材を作成し、ウェブサイトなどで発信する。  
※前記のワークショップを通じた開発プロセスや事後アンケートによる検証結果も合わせて提示する計画。

### 【キャンペーン(情報発信)の推進】

- 上記の普及啓発素材を活用した情報発信を実施する。ターゲットは20～40代の女性を想定しているため、例えばスポーツ庁が実施しているスポーツエールカンパニー認定制度の普及啓発活動等とも連携しながら、シンポジウム等のイベントでの普及啓発を実施することを計画している。
- また、対象となる20～40代の女性にダイレクトにアプローチするために、このような層のスポーツ実施や健康増進への関心が高い団体にもご協力を呼びかけていきたいと考えている。