



Movie

ムービー

To

トゥー



Move

ムーブ

— YouTuber が「動く」を創る —

江戸川区スポーツ振興課

Let's start! Enjoy sports together!



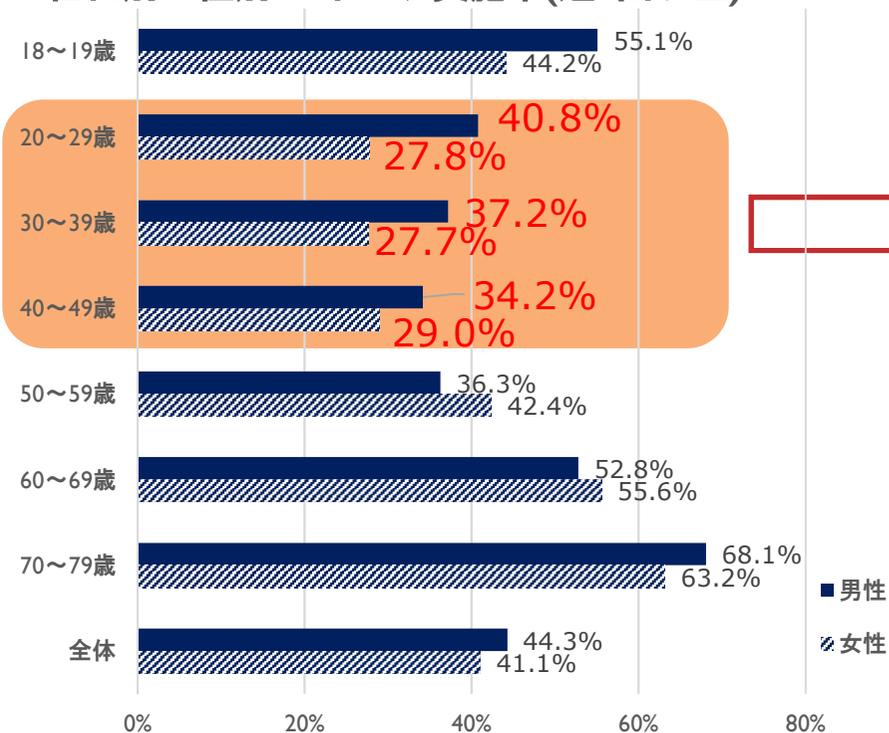
再生する



スポーツ実施の現状

スポーツ実施率が特に低いビジネスパーソン

世代別・性別 スポーツ実施率(週1回以上)



20代・30代・40代は
特に運動をしていない！



スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(平成28年度)



スポーツ実施の現状

運動をしない理由

疲れる

忙しい

めんどい...

- 第1位 「仕事や家事が忙しい」
- 第2位 「面倒くさいから」
- 第3位 「特に理由はない」

スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(平成28年度)

時間のムダ

やる意味ある？

どーでもいい



興味ないや

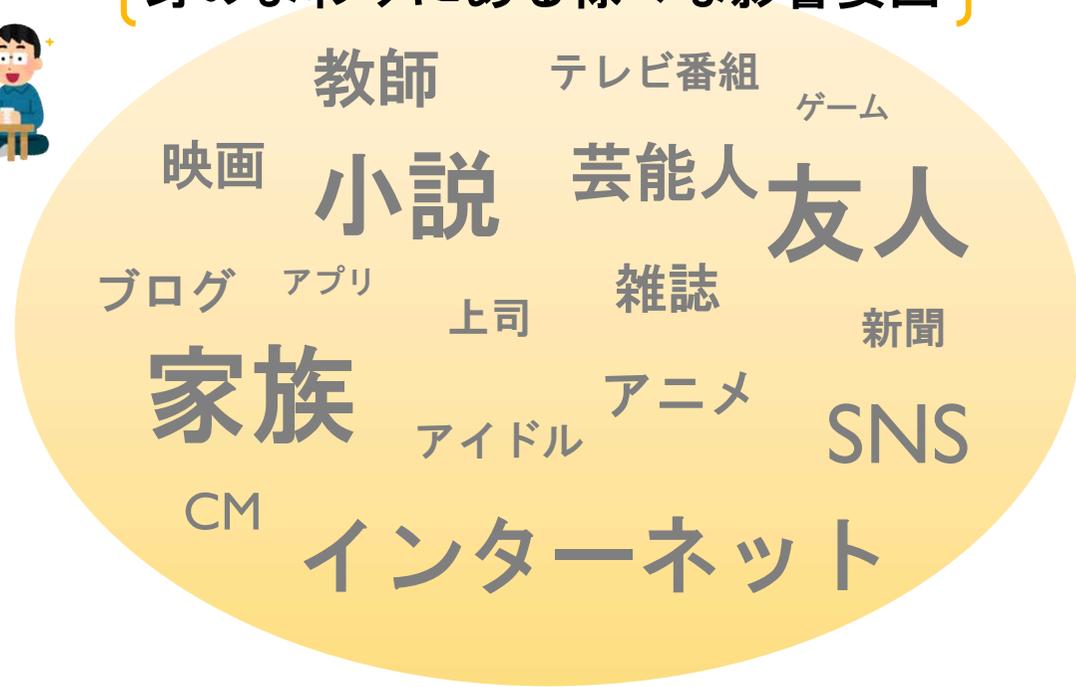
多くが運動に対して消極的...



課題の分析

運動に消極的な人を動かすには

〔身のまわりにある様々な影響要因〕



日常生活からの自然な影響が有効では？

それなら...



提案

You Tuber

が

「動く」を創る

動画配信サイト「You Tube」の視聴者を動かしてみよう！



提案

ユーチューバー You Tuberとは



- 動画配信サイト「You Tube」に動画を投稿する人々
- 商品のPRから食レポなどで、人々の注目を集める存在
- 「将来就きたい職業」にランクインする人気っぷり



提案

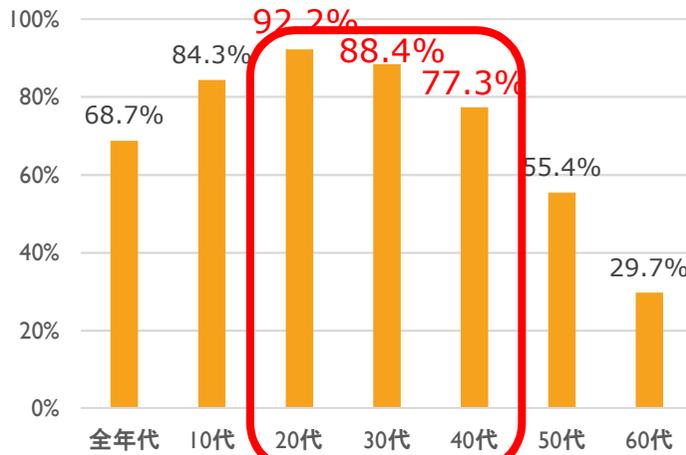
You Tube の視聴者

約5,000万人

※トップ15チャンネルの延べ登録者数
【You TubeランキングHP】より概算



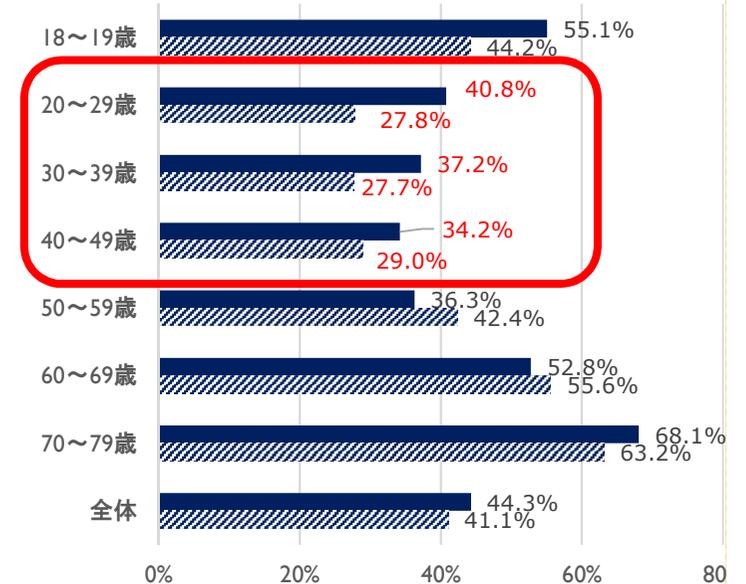
平成28年 年代別You Tubeの利用率 (利用スタイル、端末種類問わず)



総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」(平成28年)

完全一致

世代別・性別 スポーツ実施率 (週1回以上)



スポーツ庁「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(平成28年度)

20代～40代 高い利用率

20代～40代 低い実施率

You Tubeの主な視聴層と運動実施率の低い層が一致



提案



参考データ

YouTuberを活用したタイアップ動画の態度変容効果

企業

商材に対して

認知度が最大 → 65.7% の人がUP

興味関心が最大 → 44.9% の人がUP

利用意欲が最大 → 51.8% の人がUP

購買意欲が最大 → 49.1% の人がUP

UUUM株式会社調査 調査対象：全国の12歳～39歳の男女

自治体

長崎県いき壱岐市

ふるさと納税の返礼品

PRに You Tuber 活用



投稿した月の納税寄附額は 6073万円

前年同月比で約2倍に増加

日本農業新聞 2017年5月18日

≡ スポーツ実施率向上にも期待 ≡



企画してみた

①



施策内容

スポーツ・クリエイティブコンテスト (1年目)

募集する

〔スポーツ庁〕



スポーツ庁が示すテーマ等に基づき、
様々な動画が作成される

創る

〔You Tuber〕



観る

〔運動に無関心な視聴者〕



動画を見る

動く

〔影響を受けた視聴者〕



動き出す

評価する

〔スポーツ庁〕



評価基準に基づき審査

もらえる

〔You Tuber〕



※優秀なYou Tuberは
賞金や有名人とのタイアップ権を獲得
(2年目へ)



さっそく
私たちも
創ってみた！



検索



スニーカー通勤やってみた！【江戸川区 スポーツ振興課】

視聴回数 462,417 回

👍 24 🗨️ 1 ➡️ 共有 ≡ ⋮



City Edogawa Sports

2018/03/24に公開

チャンネル登録 2.2万

江戸川区のスポーツ満載♪

えどすぽ！

スポーツ情報
ポータルサイト

次の動画

自動再生



【必見！】チャレンジデー2018
江戸川区V.S.下関市
スポーツ振興課

あなたへのおすすめ



【パラスポ】ポッチャやっ
てみた！～前編～

Miho Yamazaki



江戸際会議に大潜入！

広報えどがわ

【作業用BGM】僕が泣ける

企画してみた

②



施策内容

You Tuberスポーツ・タイアップ (2年目)

コンテスト上位者の特典

※スポーツ庁との連携

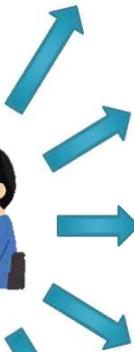
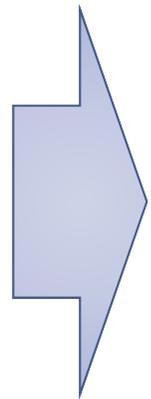


①スポーツメーカーのタイアップ



②あの有名人とコラボレーション

更にクオリティの高い動画を作成



ムーブメント拡大



意識・行動変容



≡ プロモーション効果大 ≡

施策内容

ポイント

○テーマや場所の設定次第で広がる可能性

⇒障害者や高齢者などへのターゲットの拡大も可能



○派生動画による広がる波及効果

⇒類似の動画が多数作成され、さらなる波及効果が期待できる



○メディアが注目・国民への広い周知

⇒国の政策としては意外性があり、メディア露出が期待できる



○You Tuberにとってのモチベーション

⇒行政との関わりは、人気アップのチャンス！多くの叡智が集まる



○数字による実績と効果の把握

⇒再生回数やアンケート機能などで効果や課題を把握しやすい



施策内容

スポーツ庁の役割



○動画制作・配信のテーマ作成



⇒ 動画のテーマやターゲットを設定

○広報・PR活動



⇒ 既存・新規You Tuberの募集、政策のアピール

○表彰の実施、懸賞の提供

⇒ 優秀作品の決定や賞金、タイアップの準備



予 算

37,000千円

<内訳>

・政策プロモーション費	12,000千円
・コンテスト賞金	10,000千円
・タイアップ費	15,000千円



施策内容

スケジュール

スポーツ・クリエイティブ
コンテスト

1年目

4～12月

募集
開始

1～2月

動画
審査

3月

上位者
発表



You Tuber
スポーツ・タイアップ

2年目

4～7月

上位入賞者による
動画制作

8月～

動画配信



You Tuber
スポーツ・タイアップ

3年目

3月

効果測定

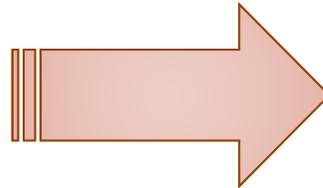


施策内容

目標値



コンテスト/タイアップ
関連動画



年間 **10億再生回数**

スポーツ実施率

51.5%

20代~40代の視聴者のうち
運動しない人の
半数が「動く」

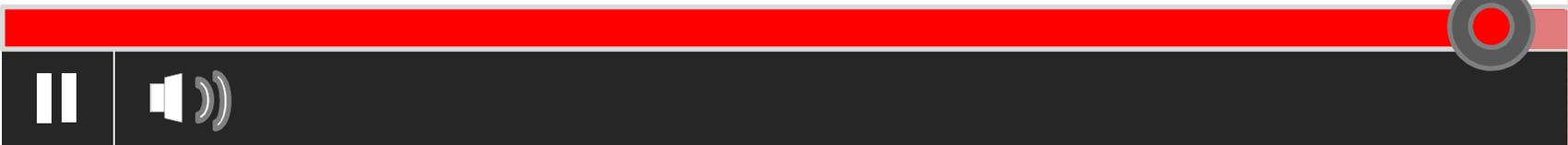
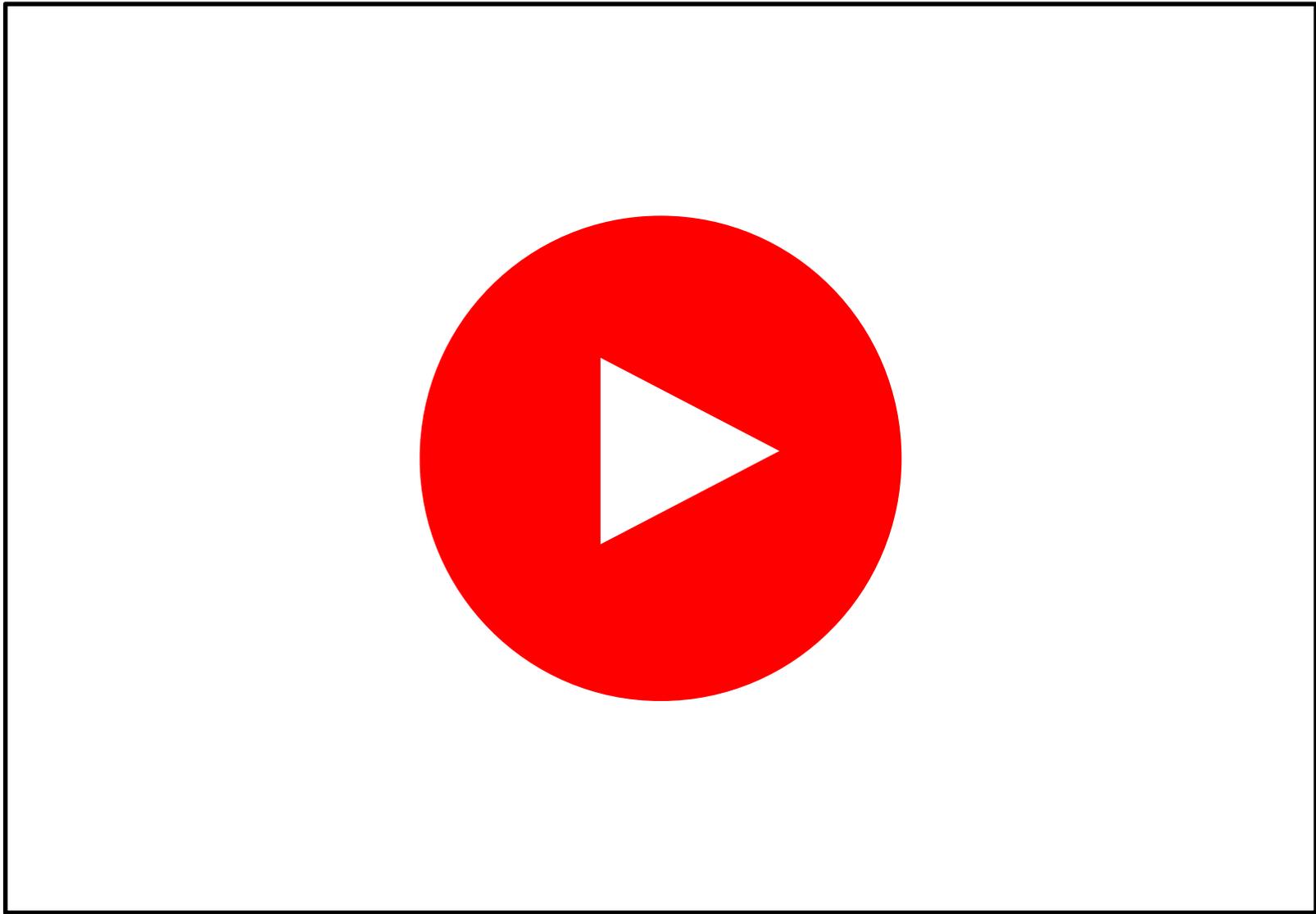
7.9ポイントUP



59.4%

※平成29年度スポーツの実施状況等に関する世論調査より算出





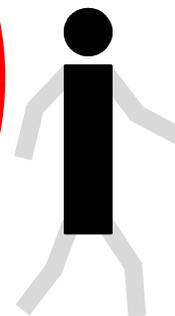
Click!

M



O

V



e





M O V



ご静聴、
ありがとうございました。



次の挑戦へ

