

スポーツイングランドによる 女性スポーツの取組について

(独)日本スポーツ振興センター
情報・国際部

THIS GIRL CAN

<http://www.thisgirlcan.co.uk/>

2015年～

初年度予算: 1千万ポンド(約17億4千万)

主な財源: 国営くじ基金

対象: 14～40歳の女性



MEET THE GIRLS

YOUR STORIES

ACTIVITIES

f t p

FOLLOW US

f t y d i

#parkregisbirmingham #blogger
#fitnessblogger #fitire #exerciseclass #fitspo
#fitnessinspiration #thisgirlcan #workout
#inspiration #motivation #fitnessmotivation
#fitfam #fitfamuk #norwich #norwichfitness #fit
#health #movement

f t p



If I can do it anyone can. It's just peddlin' 🙌🏻🙌🏻
#OtleyCycleClub #TT #TimeTrial #ThisGirlCan
#WomensCycling pic.twitter.com/n9VAAb5imL

↩️ ↪️ ⭐



#Badminton #NoLimits #Ladies #Amputee
#NoExcuses #BeInspired #GetActive
#ThisGirlCan... instagram.com/p/BGbfugVtgil/



英国のスポーツ政策構造



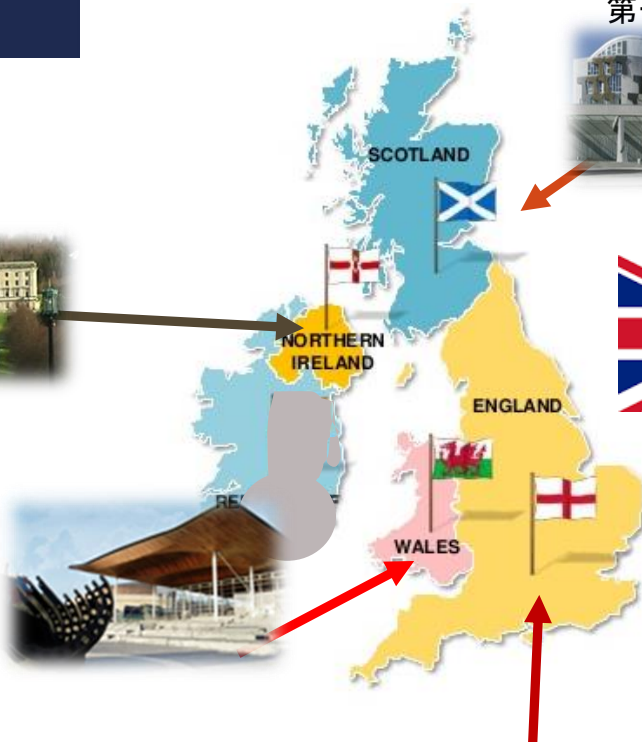
首都 ベルファスト
第一大臣 空席



首都 カーディフ
第一大臣 Carwyn Jones



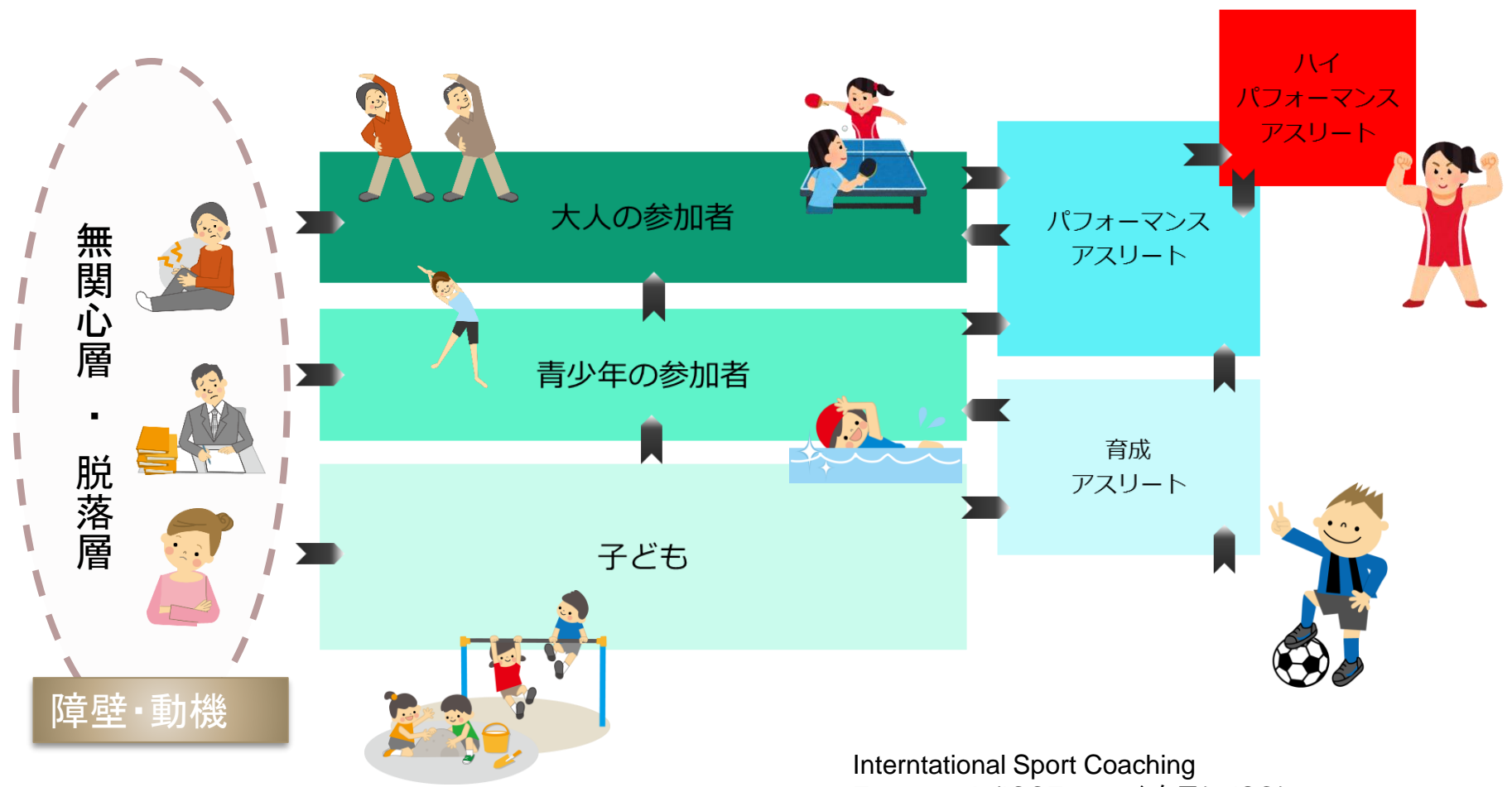
首都 エジンバラ
第一大臣 Nicola Sturgeon



首都 ロンドン
首相 Theresa May

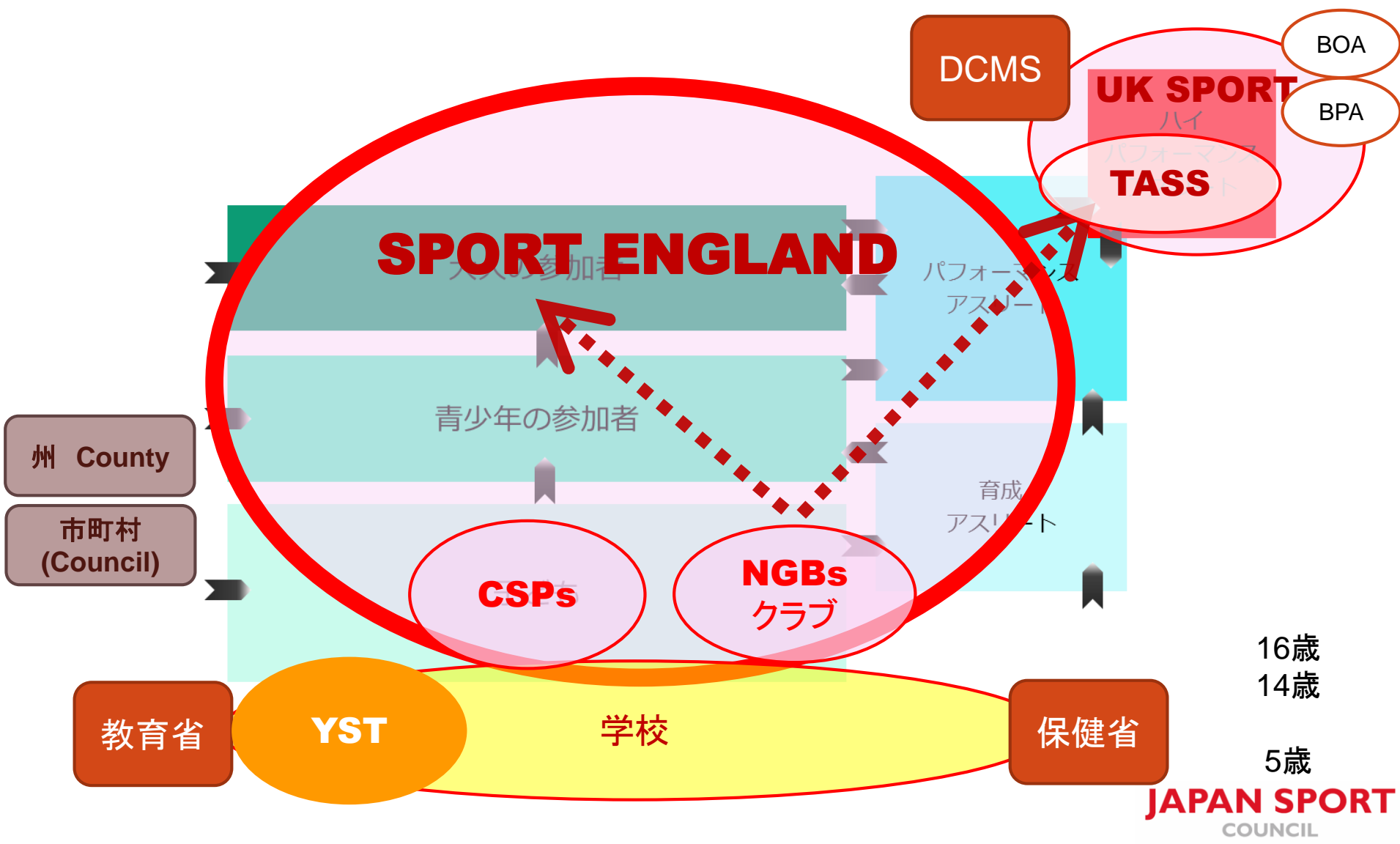


スポーツ参加のパスウェイ



International Sport Coaching Framework (ICCE, 2012)を元にJSCにて作図

イングランドにおけるスポーツの構造



スポーツイングランドにおける意志決定 「エビデンスベース」

背景: 確実に効果を上げる必要性

(参考) ソーシャル・マーケティングの具体的手順 ～ 行動変容を起こすために ～

事前準備

プログラムの課題および目標設定
組織づくり・連携パートナーシップ構築
事前調査

戦略決定

対象者のセグメント化・ターゲット決定*
フォーカスグループ (深掘りの調査/ **イソサイト**)

プログラム開発

4P (4C) の組み合わせの特定

実行

具体的な介入プログラムの内容決定
パイロットテストの実施(場合によっては評価指標の決定)

評価

介入プログラムの実施・改善

介入プログラムの評価および追跡調査の実施

* プログラム効果をあげるためには、個人の行動変容をうまく導くこと (行動変容ステージ理論) に加え、社会全体の変革のステージを促すターゲット設定 (イノベーション普及理論) も有効とされる。

上地・竹中「行動変容のためのソーシャル・マーケティングの活用」『日本健康教育学会誌』20 (2012) を参考にJSCにて作図

対策：商業マーケティング・行動変容科学の活用

ソーシャル・マーケティング研究所
(2006年～)



行動インサイトチーム / 通称: ナッジユニット
(2010年～)

THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS TEAM ◆

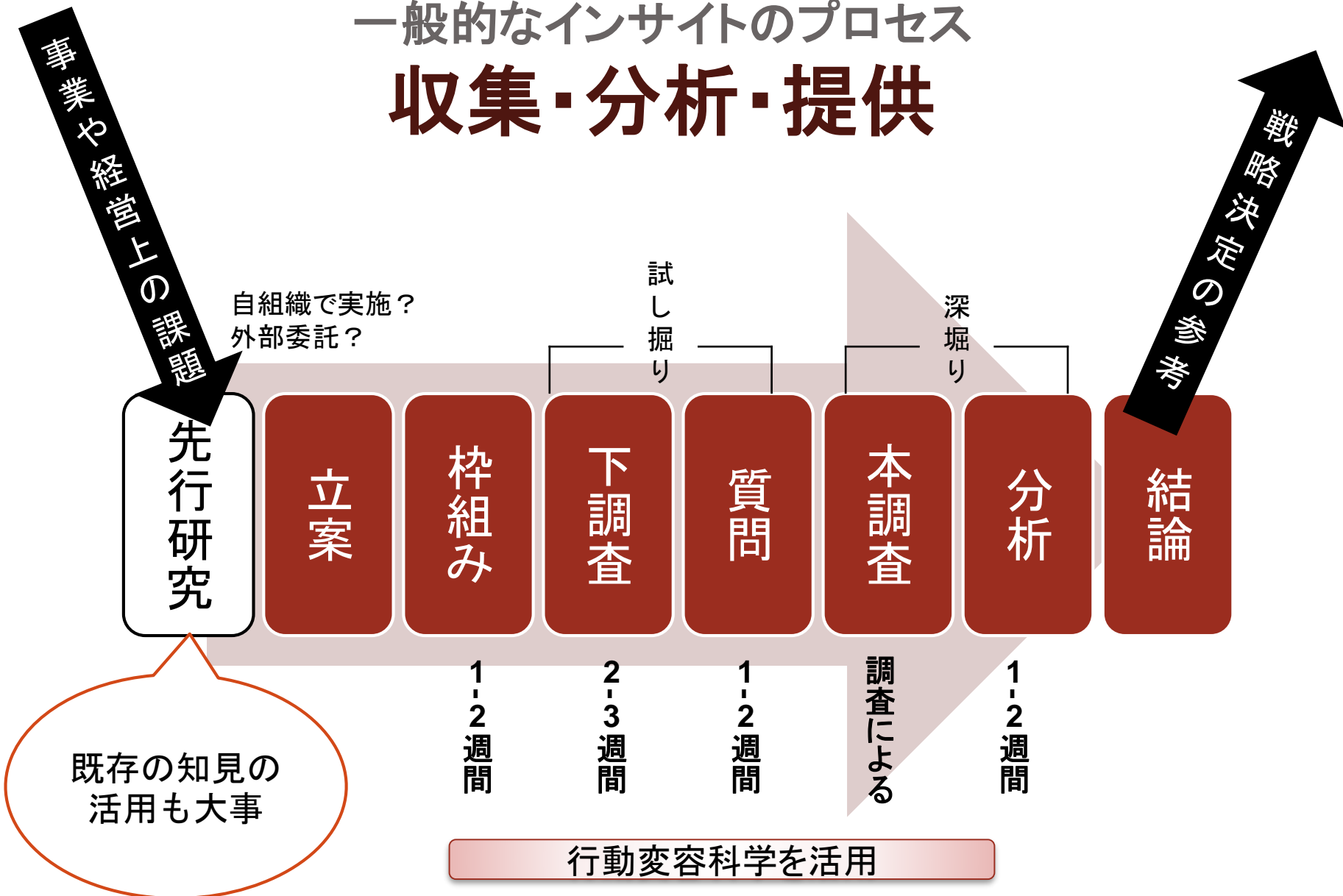


(2013年～)

Insight

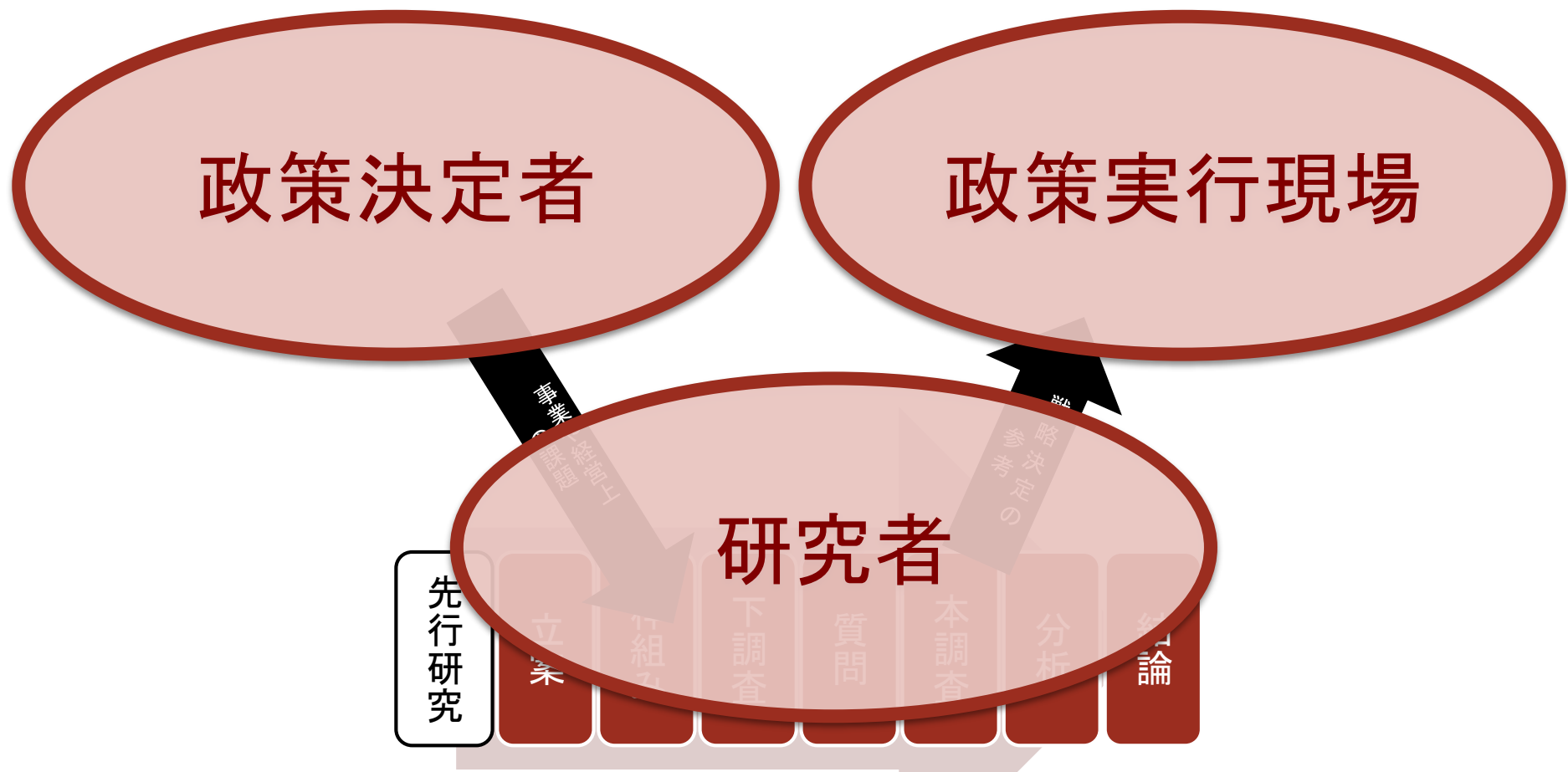
情報・データ / 研究・評価・分析 / 行動理解担当 / ビジネス連携担当

一般的なインサイトのプロセス 収集・分析・提供

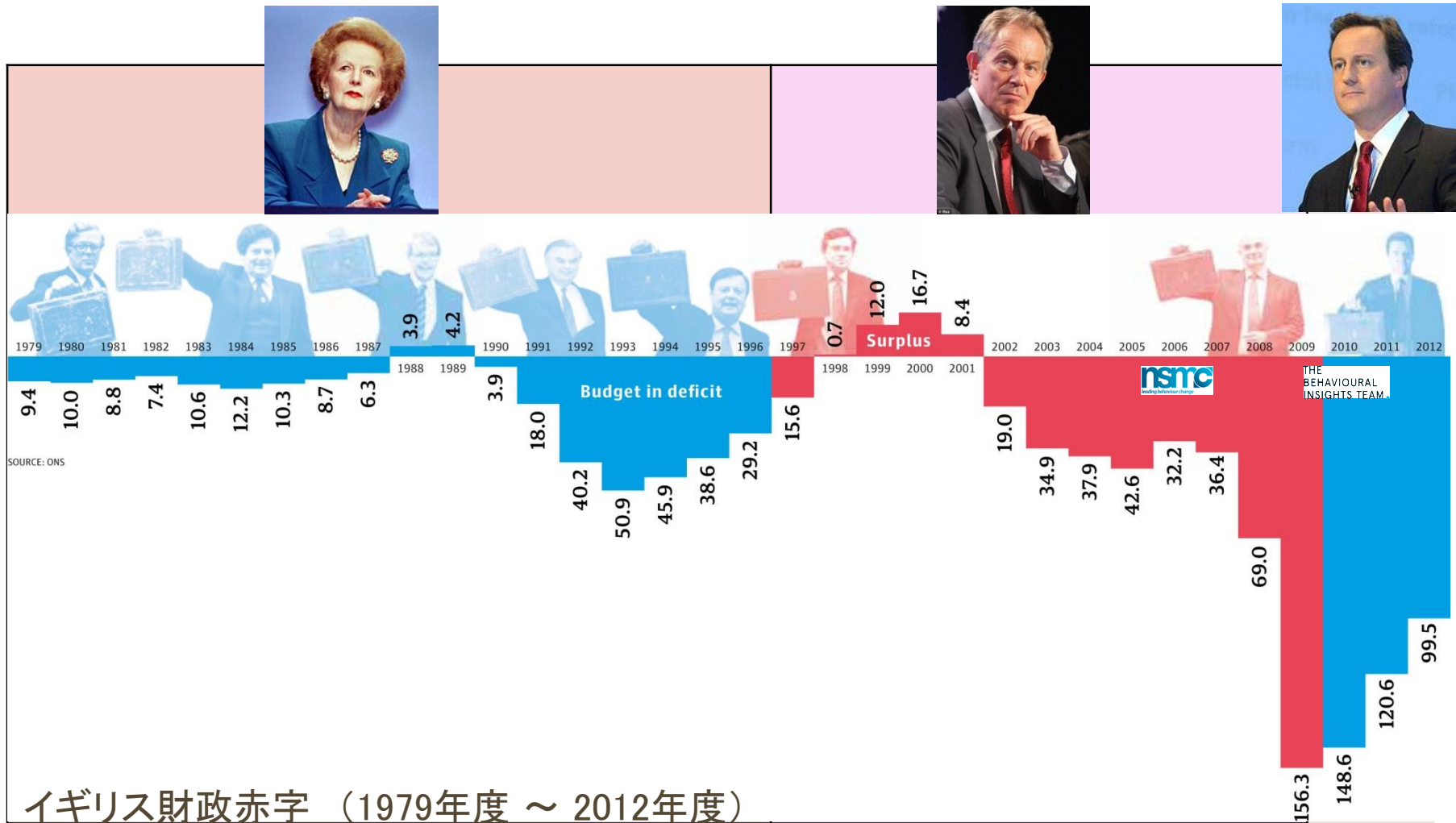


「This Girl Can」 成功の秘密

Lisa O’Keefe (Insight Director, Sport England) によれば...



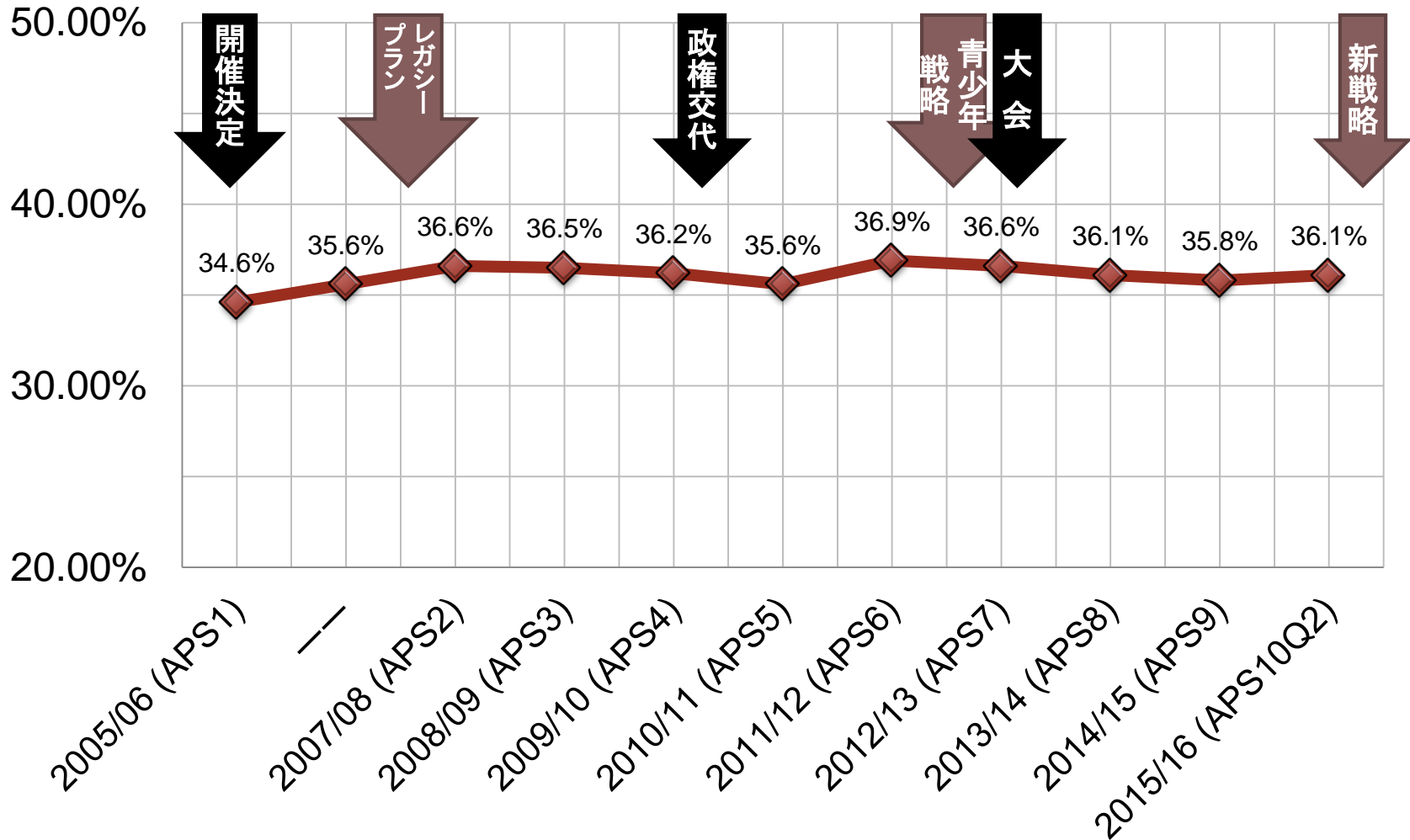
背景① 2010年の政権交代による財政削減



イギリス財政赤字 (1979年度 ~ 2012年度)

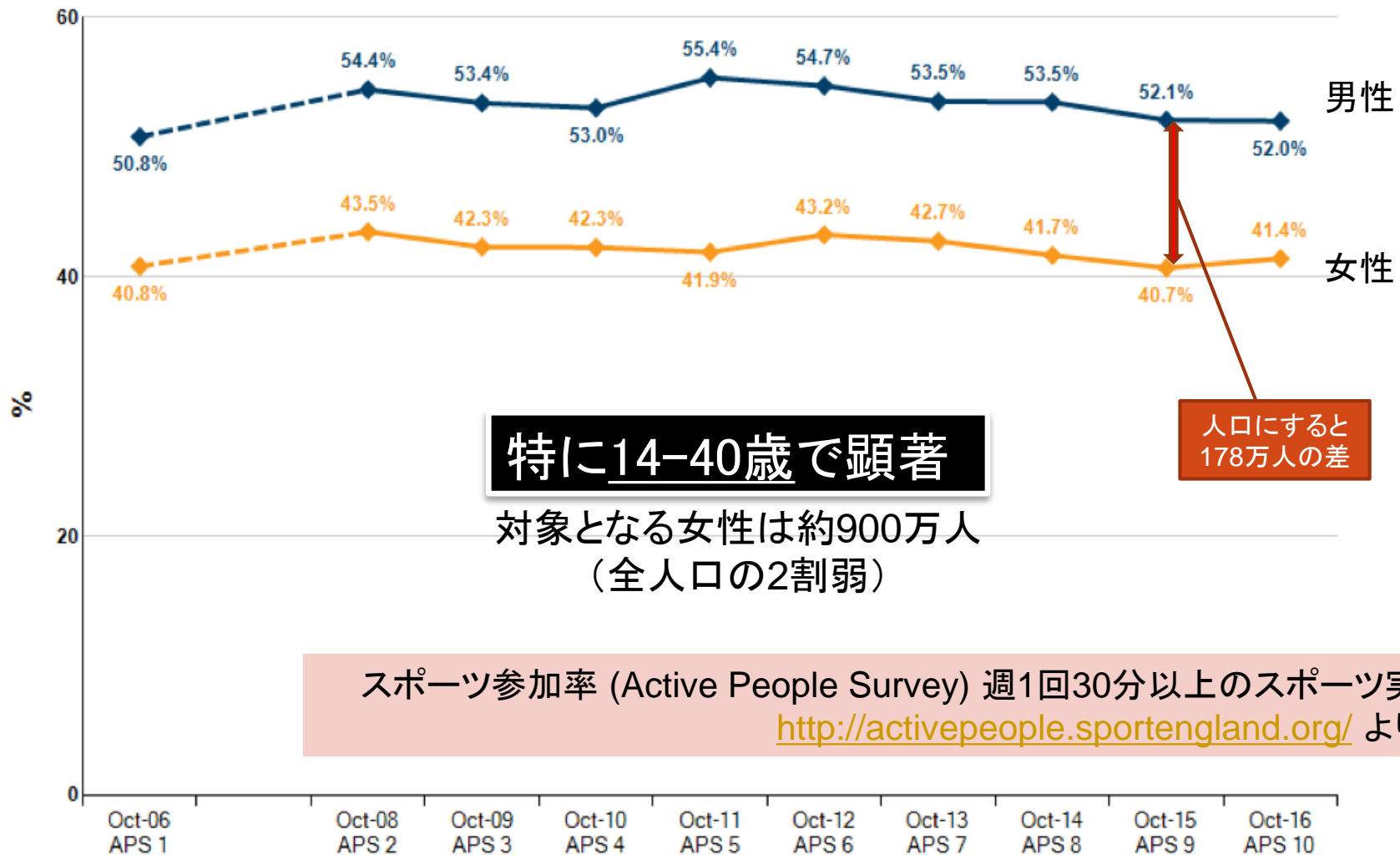
<http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2010/oct/18/deficit-debt-government-borrowing-data>

背景② ロンドン2012大会の確実なレガシー形成



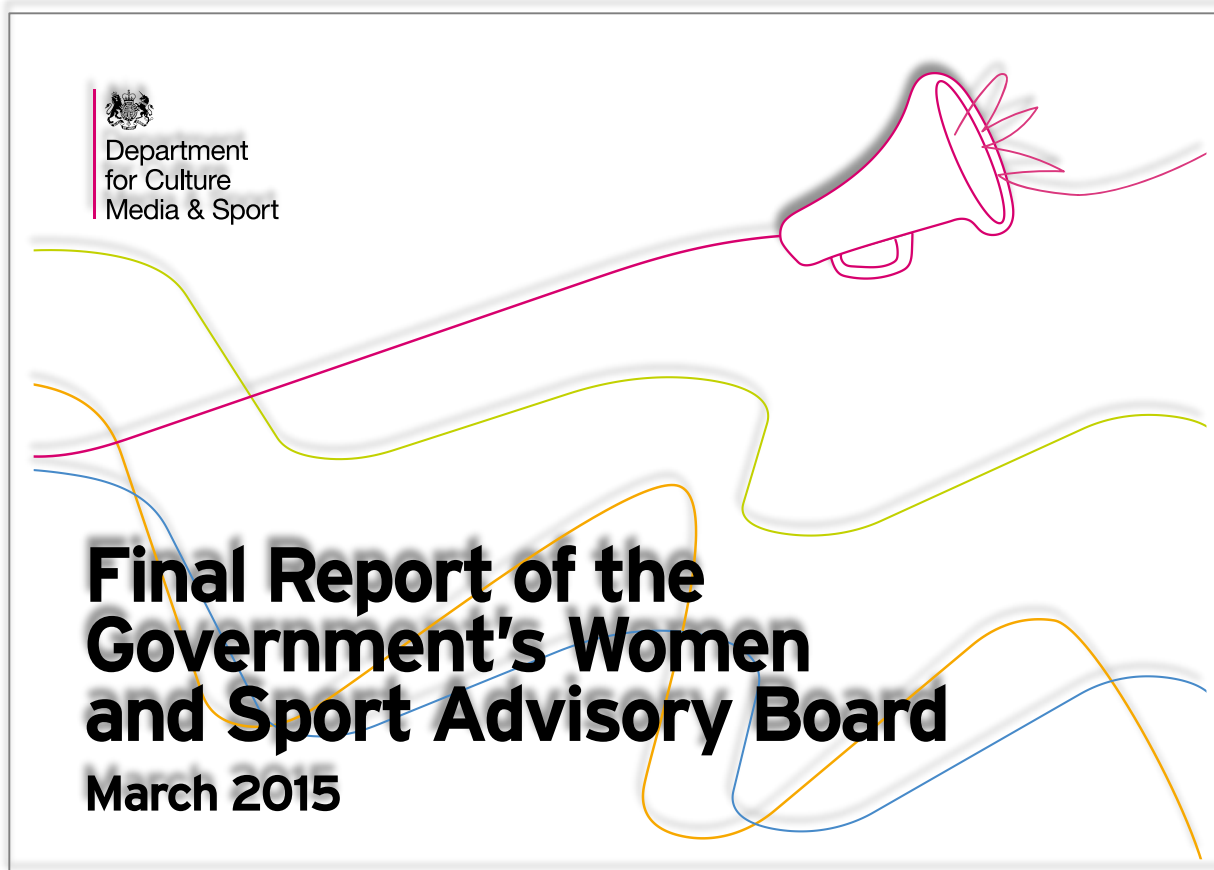
スポーツ参加率 (Active People Survey) 週1回30分以上のスポーツ実施者
<http://activepeople.sportengland.org/> より抽出

根強いスポーツ参加における男女格差



スポーツ参加率 (Active People Survey) 週1回30分以上のスポーツ実施者
<http://activepeople.sportengland.org/> より抽出

背景③ 政府「女性とスポーツ諮問委員会」 (2013.9-2015.3)



「エンパワメント」

参加促進

エリートスポーツ

メディア

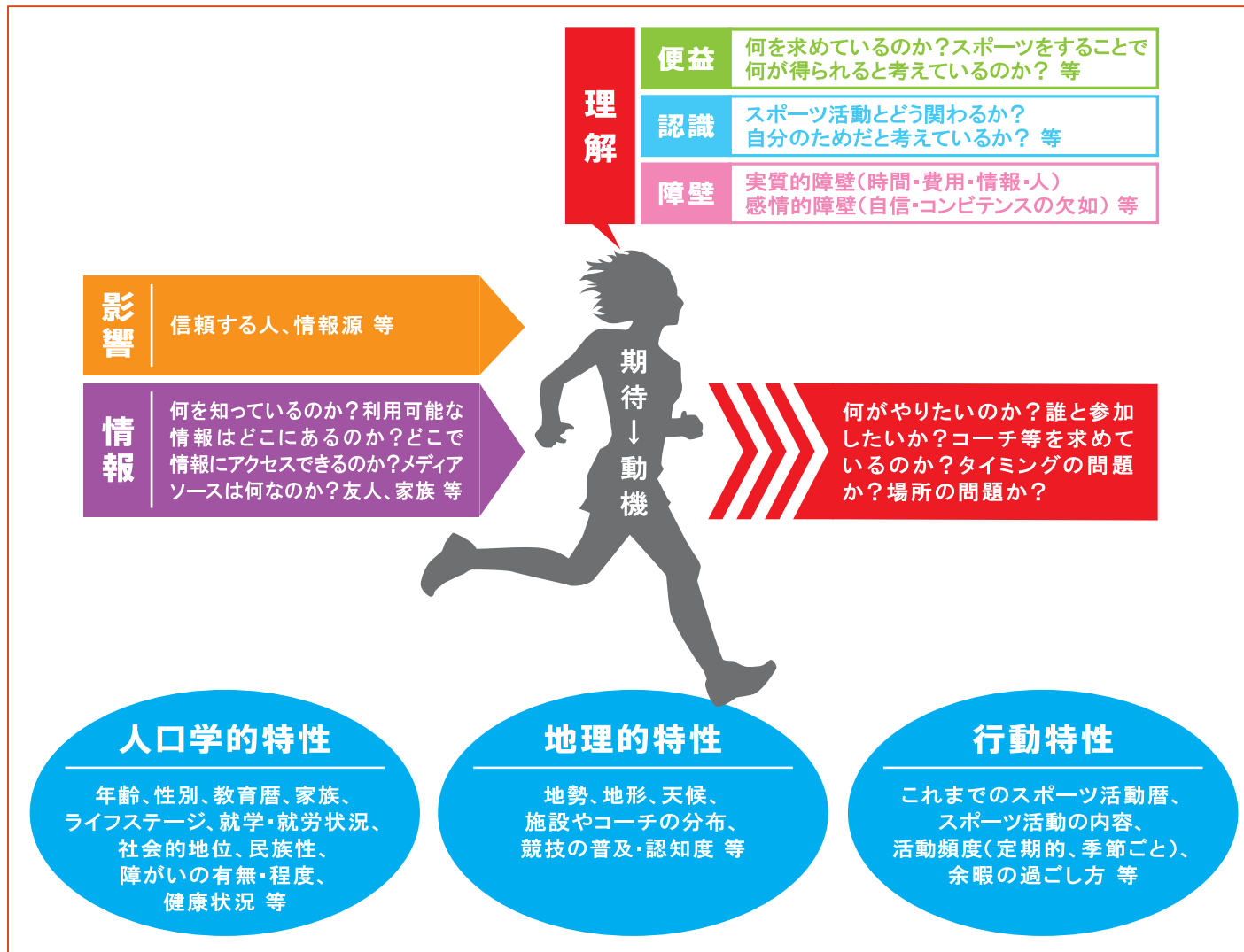
指導者・団体役員

表彰・認知

インサイト分析

ターゲット層特有の行動特性を「見極め」

スポーツイングリランドによる行動決定モデル



女性がスポーツを敬遠する根源的感情は 「判断される恐怖」

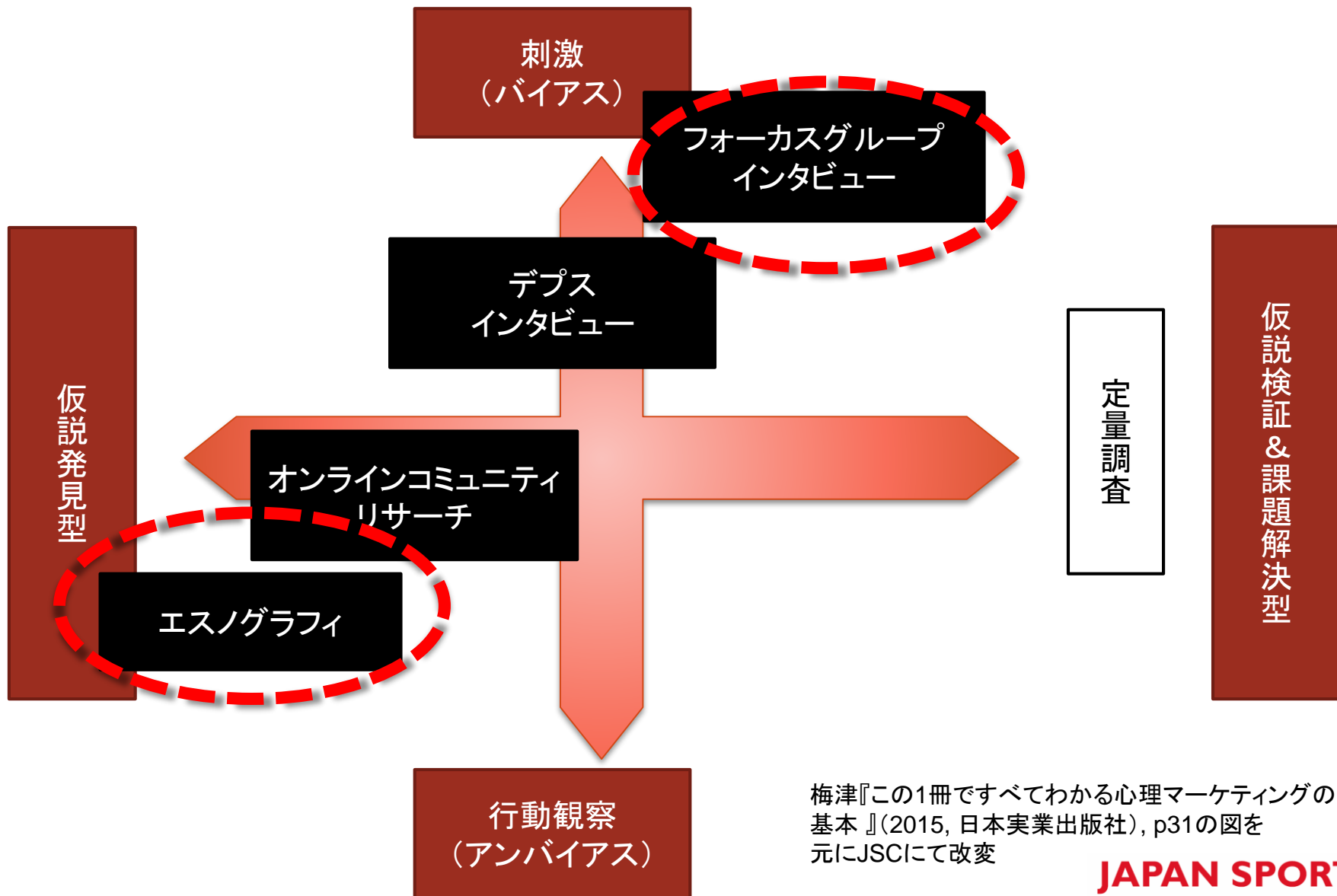
女性のスポーツ参加の誘引・阻害要因を具体的に理解すべく、調査会社に委託し、国内外の女性スポーツに関連する調査研究、学術研究から要因を洗い出し。

判断の障壁

外見	能力	優先順位
<ul style="list-style-type: none"> 汗をかいている 顔を赤くしている いつもと違う 他の人の前で違う タイトな服を着ている スポーツウェアを着ている 誤った服を着ている 自身の身体を披露している 自分の身体が運動中にどのような見られているか 女性らしくない 筋が発達する 	<ul style="list-style-type: none"> フィットではない うまくない 競技力が高くない ルールを知らない 用具のことを知らない 誤った用具を使う 集団を控える うますぎる 競技力がすぎると見られる 	<ul style="list-style-type: none"> 家族と過ごす時間は、運動に費やす時間よりも重要 友人と過ごす時間は、運動に費やす時間よりも重要 勉強や仕事の時間は、運動に費やす時間よりも重要 しなければならないことの時間は、運動に費やす時間よりも重要

これまでも施設やプログラムに対する投資や助成を行ってきたが、女性のことを深く理解し、「感情面」にまで踏みこんだ障壁・誘引に働きかけるプログラム開発が急務であった。

定性調査： 具体的な「深掘り」の方法



梅津『この1冊ですべてわかる心理マーケティングの基本』(2015, 日本実業出版社), p31の図を元にJSCにて改変



(2015)

https://www.sportengland.org/media/3285/gowherewomenare_final_01062015final.pdf

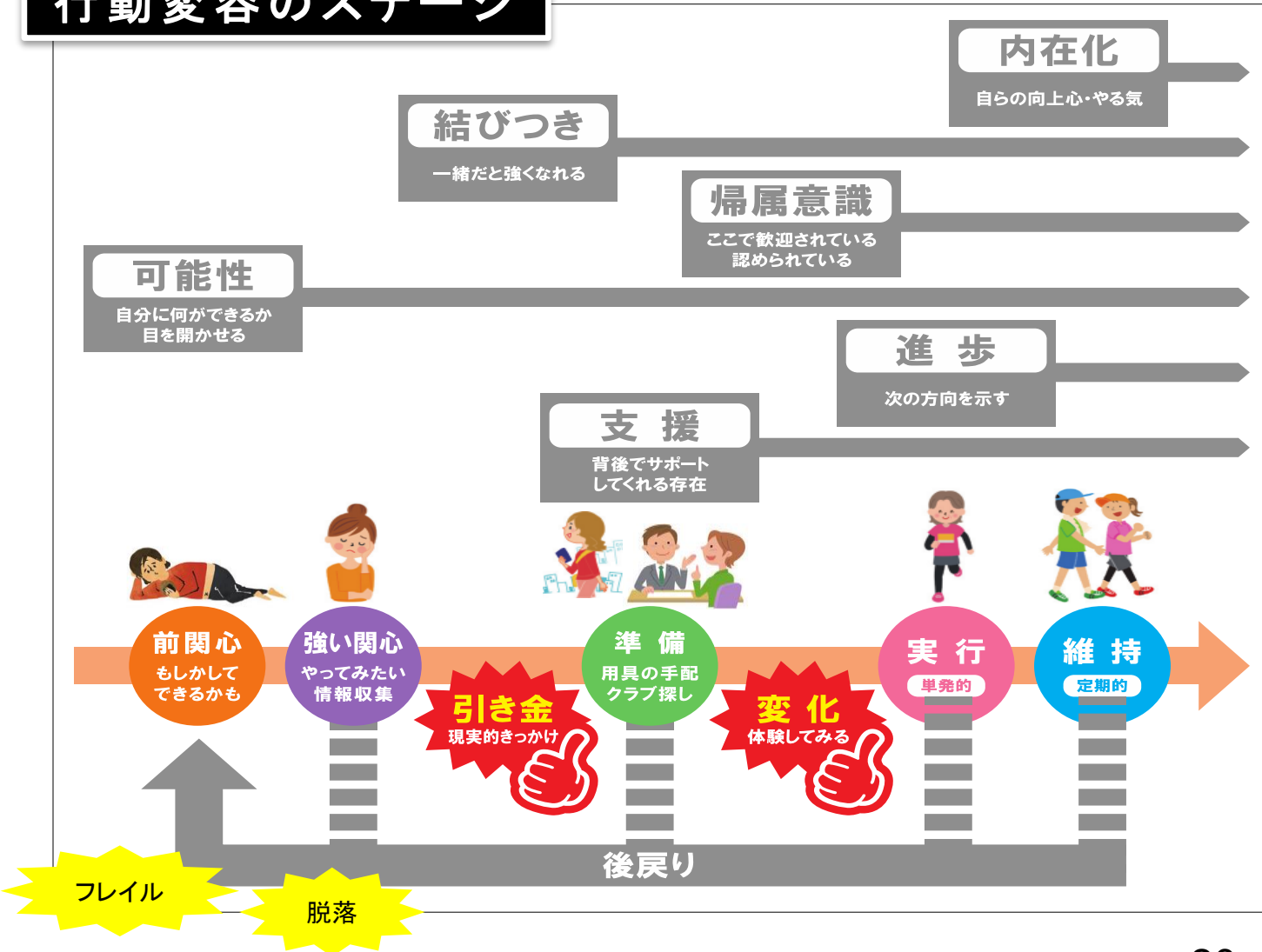


(2015)

<https://www.womeninsport.org/wp-content/uploads/2015/04/What-Sways-Women-To-Play-Sport.pdf>

具体的な介入に向け

行動変容のステージ



動機
スポーツに
求めるもの

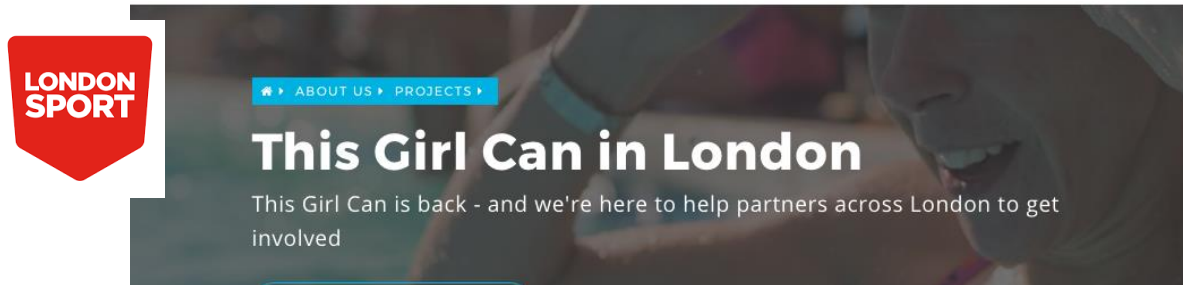
障壁
スポーツ参加を
阻むもの

**インフル
エンサー**
影響される人・もの

“What Sways women to play sport” (Women in Sport, 2015) を元に、JSCにて作図

具体的なプログラム展開

地方ではカウンティ・スポーツ・パートナーシップ (CSPs) が主導



<https://londonsport.org/>

中・高・大学年代にも積極



<https://kingston-college.ac.uk/>



www.youthsporttrust.org/

初年度評価

キャンペーン終了後

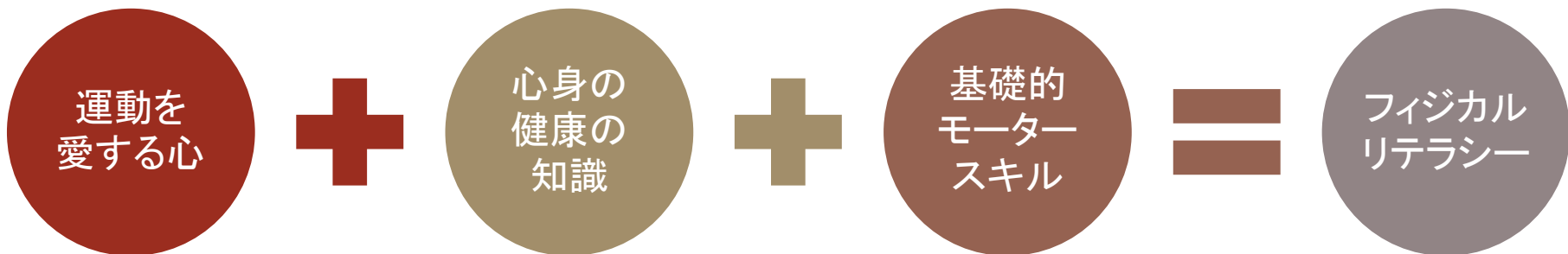
※対象年齢女性1,000人をランダムに抽出し、イングランド人口に換算

- 運動実施率の男女格差が180万人から150万人へと減少。
- 対象人口の約7割がキャンペーンを認知、うち半分が何らかの行動に結びついた。
 - ＞ 何らかの行動をとった(運動以外も含む): 370万人(54%)
 - ＞ 身体活動を始めた、増やした: 280万人(41%)
 - ＞ 定期的な運動を開始・再開した: 160万人(24%)
- You TubeとFacebookの公式ページは3,700万回閲覧され、関連ハッシュタグは万6千回利用。
- ツイッターとグーグルでのトレンドは、第2位。
- 58万1千人の女性がソーシャルメディアにおいてシェア。

二年目の新たなターゲット



最後に... 内在的な動機の必要性



きっかけとしてはいいけれど...

まとめ

This Girl Can 成功の秘訣

- 政策決定者、政策実行現場、研究者の緊密な連携
- インサイトによる「深掘り」で、女性のニーズや行動を理解
- 「女性のいるところに行く」
- メッセージ： フィジカルリテラシー