

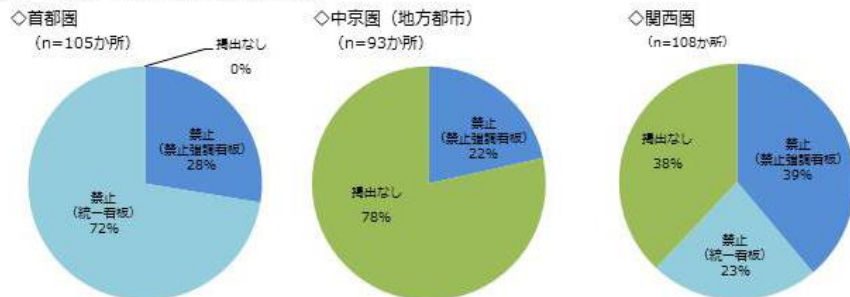
子ども達のボール遊び環境の創出による 学校の新たなモデルの構築

株式会社博報堂 D Y スポーツマーケティング

背景:社会課題とスポーツ庁の構想

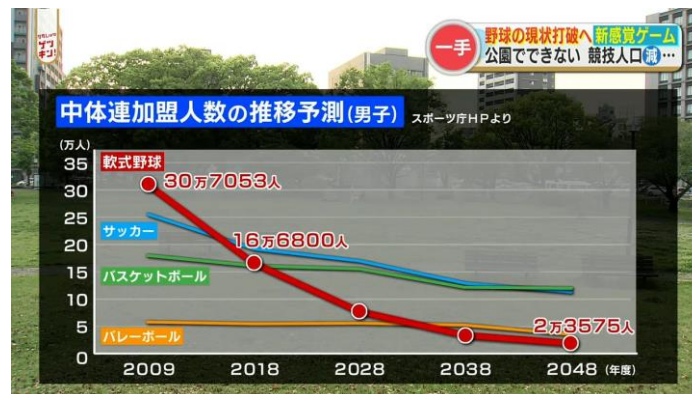
遊び場だけでなく、遊び方の選択肢も減少。 日本国内において、公園で野球やサッカーなどのボール遊びができる施設数は減少している。

●野球・サッカーを禁止する看板の掲出状況



本当に子どもが遊べなくなっている？公園の禁止事項の問題とは～調査レポート（概要）
https://www.koen-chikara.jp/2018/08/29/advice_report02-2/

野球・サッカーができない公園が中京圏近郊の地方都市では22%にとどまるのに対し、首都圏では100%、関西圏でも62%にのぼる



公園でボール遊びは出来ない？野球人口減少は本当？
<https://newsdig.tbs.co.jp/articles/rkk/455850?display=1>

中体連の競技別人数の推計では、2009年度、30万人以上いた野球人口が2018年度には16万人あまりに減少。2028年度には10万人を切るとされている。公園で野球ができないことも減少の一因と考えられている。

ボール遊びができる場所の受け皿として、 スポーツ庁は日本国内のスポーツ施設のうち約6割弱を占める学校体育施設に着目

体育・スポーツ施設数

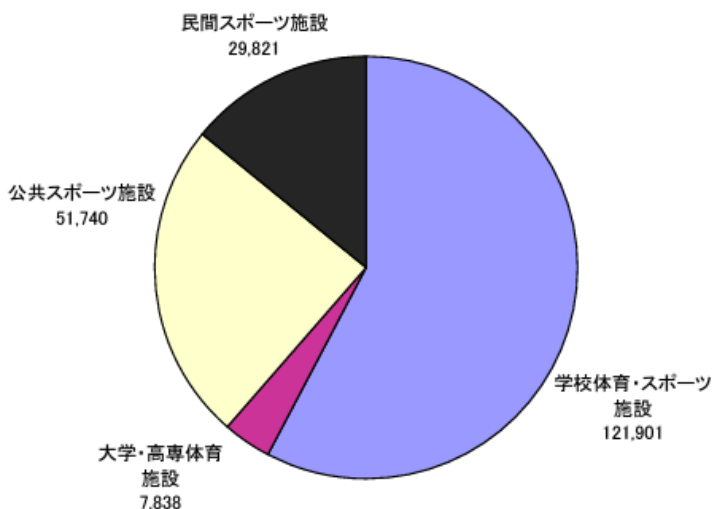


図3 体育・スポーツ施設設置数

公立学校体育施設開放状況

調査年度	市区町村数	開放市区町村数	開放実施割合 (%)	未開放市区町村数	未実施割合 (%)	未回答市区町村数	未回答割合 (%)
令和2年度	1,739	1,496	86.0	70	4.0	173	9.9
平成29年度	1,741	1,570	90.2	83	4.8	88	5.1
平成26年度	1,741	1,522	87.4	65	3.7	154	8.8
	(1,587)	(1,522)	(95.9)	(65)	(4.1)	-	-
平成19年度	1,809	1,778	98.3	31	1.7	-	-
平成13年度	3,241	3,203	98.8	38	1.2	-	-
平成7年度	3,255	3,202	98.4	58	1.8	7	0.2
平成元年度	3,268	3,164	96.8	21	0.6	83	2.5
昭和59年度	3,276	3,226	98.5	22	0.7	28	0.9
昭和53年度	3,278	3,187	97.2	83	2.5	8	0.2

※平成26年度の()内の数値は回答市区町村における開放市区町村数・開放率、未開放市区町村数・未開放率を表す

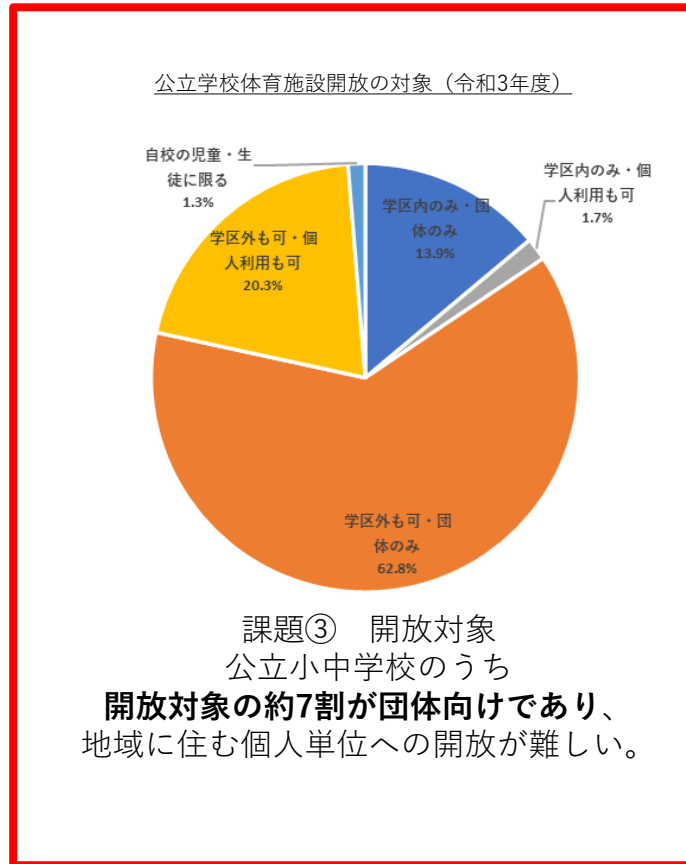
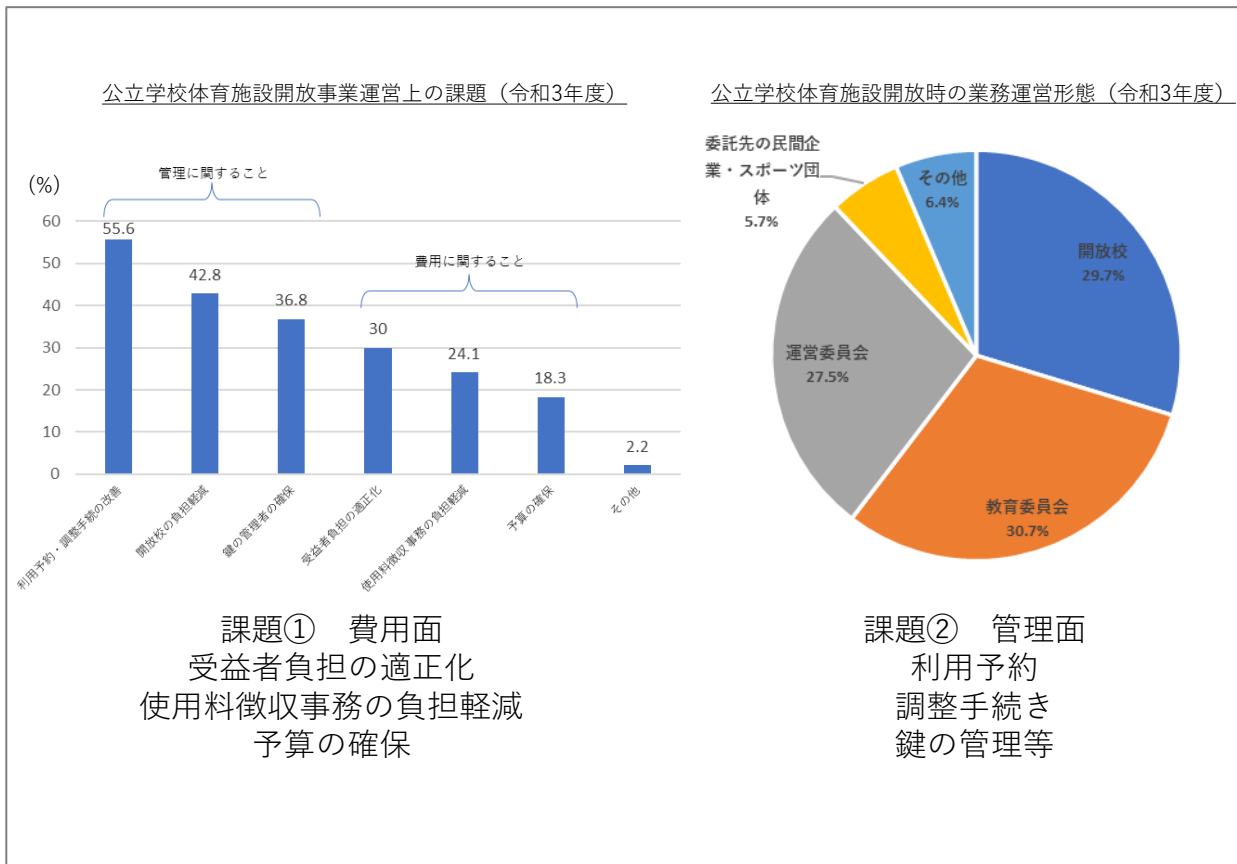
※「開放市区町村数」は、開放のための条例・規則・要項(綱)等を定めている市区町村の数を表す

日本国内における体育施設のうち約6割が
学校体育施設 (公立・私立)

施設開放率は令和2年度で86.0%と、高い数値を示している。

※我が国の体育・スポーツ施設ー令和3年度体育・スポーツ施設現況調査報告ーより一部抜粋

本提案は、「学校開放の対象」のうち約75%が団体向けであり、地域に住む個人がその恩恵を受けづらいという課題に着目

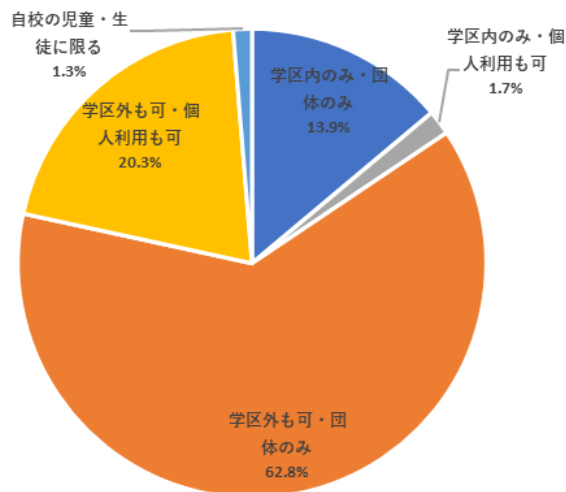


本提案はこちらに着目

※我が国の体育・スポーツ施設—体育・スポーツ施設現況調査報告—より一部抜粋

本事業においては、団体への開放が多くを占める学校開放事業において
地域に住む個人を対象とした新たな学校体育施設の開放モデルを構築する

公立学校体育施設開放の対象（令和3年度）



地域に住む個人における
ボール遊びの場の受け皿として
学校体育施設開放の
新たなモデルを模索

課題③ 開放対象

公立小中学校のうち

開放対象の約7割が団体向けであり、
地域に住む個人単位への開放が難しい。

※我が国の体育・スポーツ施設—体育・スポーツ施設現況調査報告—より一部抜粋

具体的な実証事業

子ども達のボール遊び環境の創出による学校の新たなモデルの構築

- 地域住民へ「誰もが気軽にボール遊びができる場」を提供し、**最も身近な学校の校庭を開放し、個人利用の促進**
- これらの取組を積極的に普及啓発することで、地域に開かれた学校づくりの起点として、関係者への共感を図り、**横展開することができる基盤の検証**

事業実施にあたり課題認識

公園等において禁止事項が多く、子ども達がボール遊び等思いっきり遊ぶ環境が地域内に少ないため、**地域の身近にある学校体育施設を積極的に活用**することが必要。

学校体育施設の開放事業は、団体利用が多いことから、個人で気軽に参加することが難しいことから、**自由に運動・スポーツを行う機会を創出**することが必要。

学校が子どもの遊び場としての役割を担う意義が見いだせず、全国各地で取組が進んでいない現状があることから、**関係者のメリットを見える化**することが必要。

本事業での実施テーマ

1. 学校の校庭の開放による新たなモデル事例の創出

2. 「遊び」という概念で、気軽に参加することができるコンテンツやプログラムの創出

3. 事業の背景、学校が取り組む意義とその思い、実証結果と考察をPR記事でWEB発信

テーマ① 私立学校の校庭の開放によるモデル事例の創出

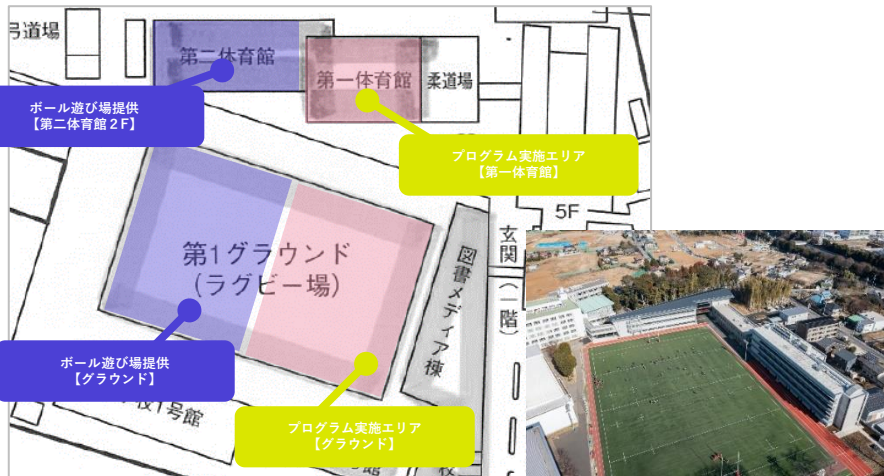
本事業での具体的な実施内容
(何を/どこまで 実施するか)

流通経済大学附属柏高等学校の体育施設（グラウンド・体育館）を、
地域に住む個人の子供向けに開放するイベントの開催

思っきり おにごっこ×ボールあそび!

①ボールあそびとおにごっこを組み合わせたオリジナル遊びプログラム
→流通経済大学附属柏高校以外でも実施できるプログラムを検証

②ボール遊び場開放
→自由に入って遊んでもらい、新たなボール遊び場創出



<流通経済大学附属柏高等学校>

告知 募集

柏市教育委員会の後援申請をもとに、
高校近隣の柏市内小学校7校に対してチラシ配布
配布枚数：7,430枚程度

開催 概要

2023年12月9日（土）11:00~15:30

①ボール遊びとおにごっこを組み合わせた遊びプログラム

※小学3年生～6年生向け

※小学1、2年生で参加希望者は事務局に要相談

午前の部 11:00～（受付開始 10:30～）

午後の部 14:00～（受付開始 13:30～）

②ボール遊び場提供（開放時間 11:00～15:30）

小学校6年生以下のお子様ならどなたでも（保護者同伴可）

※①の参加者もプログラム終了次第、②で遊ぶことも可

【学校への安全面・セキュリティへの配慮】

- ・プログラム実施エリア以外への立ち入り禁止サイン掲示
- ・参加者・保護者の識別（すぐに識別できるように）
→プログラム参加者は簡易リストバンド配布
→保護者は首下げの識別
- ・ヒール・スパイク等の禁止

イベント実施結果① 参加人数報告

■参加人数

		参加者	保護者
午前・体育館	小学3年生	8	13
	小学4年生	2	
	小学5年生	2	
	小学6年生	4	
	2年生以下	5	
	合計	21	
午前・グラウンド	小学3年生	10	14
	小学4年生	4	
	小学5年生	2	
	小学6年生	1	
	2年生以下	6	
	合計	23	
午後・体育館	小学3年生	3	6
	小学4年生	0	
	小学5年生	3	
	小学6年生	0	
	2年生以下	1	
	合計	7	
午後・グラウンド	小学3年生	6	18
	小学4年生	9	
	小学5年生	0	
	小学6年生	1	
	2年生以下	6	
	合計	22	
当日欠席	—	21	
当日受付	—	22	
フリーエリアのみ	2年生以下	4	4
参加人数合計		77	55



<グラウンド風景>



<体育館風景>

プログラムは下記3つの、さまざまな球技に転用できるプログラムを実施。
運動強度を①→②→③→④とし、子供たちにも楽しんでもらえるような内容に。

プログラム要件

- ✓ 全国で横展開できる
- ✓ 特別なコーチ、環境などを必要としない
- ✓ 安心・安全なフォーマットがある
- ✓ ボール遊び（危機的）×鬼ごっこ（子供が参加しやすい）
- ✓ 学生でも誰でも指導できる（子どもたちだけでもできる）

① ハンドリング鬼ごっこ

- ペアで一方が逃げる人、一方が鬼になり、1mの距離で向かい合って立つ
- 規定のハンドリングを終えたら逃げたり、追いかけたりすることができる

- 1) ボディーサークル（腹）：5往復
- 2) ボディーサークル（頭）：5往復
- 3) ボディーサークル（膝）：5往復
- 4) フィギュアエイト：3往復



② パス追いかけ鬼ごっこ

- 4人組を作る
1人が逃げる人、3人が鬼になる
- ボールを持っている鬼だけが逃げている人にタッチすることができる
- 鬼の3人はパスをしながら逃げている人を追いかける
- 30秒間で何回タッチできるかに挑戦
- ボールを持って走る、ドリブルはできない



③ ボール氷鬼

- 逃げる人はボールを持ち、鬼はゼッケンを着用
- ボールを持って逃げる人を鬼が追いかけ、鬼は逃げる人にタッチする
- タッチされた人は、頭の上にボールを掲げ、足を肩幅に開いて静止する（＝凍る）
- 逃げている人が自分のボールを凍っている人の股下を通せば、再び逃げるができる。
- 全員凍れば鬼の勝ち。



④ チェイサーシューティング

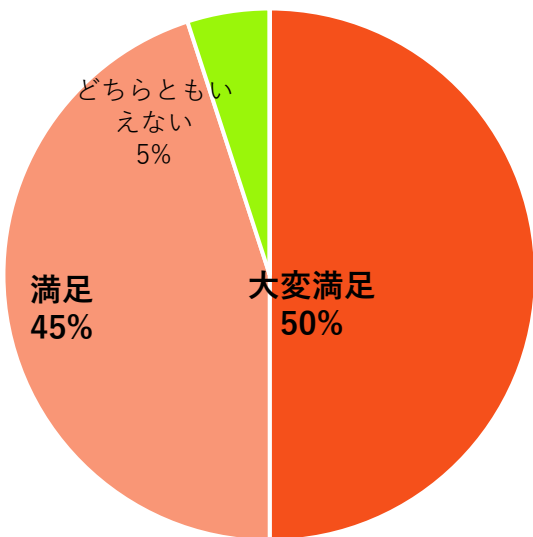
- 複数人のチームで、ゴールの前で1列に並ぶ
- 先頭からフリースローを打ち、前の人が投げたら、次の人が投げるを繰り返す。
- チームで合計10本決めたら合図をする
- 一つのチームから合図があったら全チームフリースローを中断し、次のゴールにローテーションする
- 次のゴールに到着次第、再び先頭の人から同様にフリースローを打つ
- ゴールのローテーションが1周するまでにより多く10本のフリースローを決められたチームが勝ち



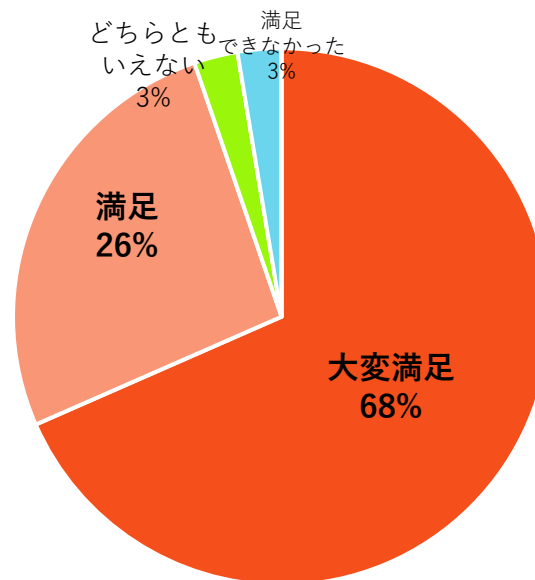
参加した子ども、保護者ともに、プログラムについて
大変満足、満足と答えた割合は参加者の90%超であった

設問：プログラムの満足度はいかがでしたか？

おにごっこ×ボールあそび（保護者）



おにごっこ×ボールあそび（子ども）



アンケート回答者
n=40



今回のような遊び経験が少なく、場所確保も難しかったため大変満足



公園でボール遊びができなくなってきているので良い経験ができました。

お兄さんお姉さんがたがつきっきりで遊んで下さり、なおかつ身体を動かせるすごい体験ができました

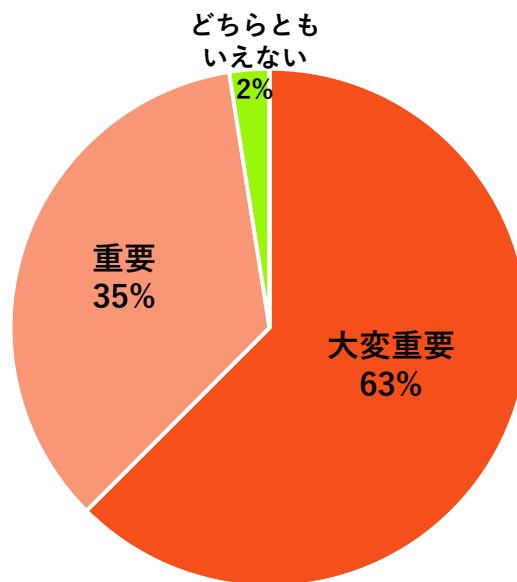


独自のプログラムも良かった。



参加した方は、子供が思いっきり遊べる環境の準備と
それに対しての学校体育施設の重要性を感じている方が多い

■学校体育施設の開放は重要だと思うか？



アンケート回答者
n=40



公園ではボール遊びできなかつたりするので開放していただけるとありがたい



学校が空いている時は地域に開放して、子どもたちを遊ばせてほしい。

コロナ以降運動不足、外遊び不足が進んでいるから



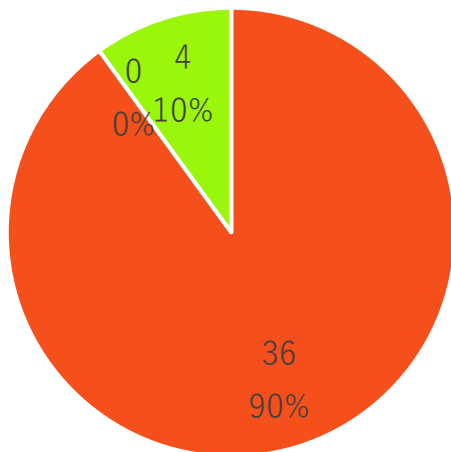
来年から部活が廃止になるので、本格的な運動体験は貴重です



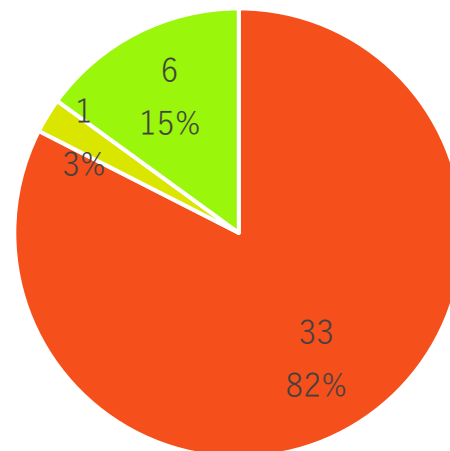
このような学校開放事業の実施は、今回実証事業を行った流通経済大学柏高校だけでなく
他の学校での実施ニーズが非常に高い

■ 今後も、本学校開放イベントがあれば参加したいと思いますか？

① 流経大柏高校での実施



② 他の学校



■ はい
 ■ いいえ
 ■ 無回答

■ はい
 ■ いいえ
 ■ 無回答

テーマ②「遊び」という概念で、気軽に参加することができるコンテンツやプログラムの創出

本事業での具体的な実施内容 (何を/どこまで 実施するか)

誰でも実施できるプログラムの開発と、そのプログラムの実施方法を動画解説形式で制作。スポーツ庁HPへの掲載で、誰もが気軽にまねできる環境づくり

誰でもできるオリジナルプログラムを開発すると同時に、どのように行えばよいのかのルールや動き方を解説したHow to動画を制作。スポーツ庁HPへ掲載することで、全国誰でもアクセスし、プログラム方法がわかる・まねできる環境を整える。



子供にとって身近な遊びである「おにごっこ」とボール遊びを組み合わせる、いつでもどこでもだれでも、ボールと場所さえあれば実施できるプログラムを開発



小谷 究 准教授

流通経済大学
スポーツ健康学部 大学院
スポーツ研究科学研究科

2017年 (n=1,542)			2019年 (n=1,491)			2021年 (n=1,449)		
順位	実施種目	実施率 (%)	順位	実施種目	実施率 (%)	順位	実施種目	実施率 (%)
1	おにごっこ	47.3	1	おにごっこ	52.6	1	おにごっこ	57.3
2	水泳 (スイミング)	34.2	2	水泳 (スイミング)	34.1	2	自転車あそび	30.3
3	自転車あそび	30.4	3	ドッジボール	29.0	3	なわとび (長なわとびを含む)	30.2
	ドッジボール	30.4	4	自転車あそび	27.6	4	ドッジボール	29.2
5	ぶらんこ	25.4	5	サッカー	26.0	5	水泳 (スイミング)	27.3
6	サッカー	24.3	6	ぶらんこ	25.7	6	ぶらんこ	26.8
7	なわとび (長なわとびを含む)	22.2	7	なわとび (長なわとびを含む)	24.4	7	サッカー	22.5
8	かくれんぼ	16.6	8	かけっこ	17.9	8	鉄棒	21.3
9	鉄棒	16.2	9	かくれんぼ	17.2		かくれんぼ	19.8
10	かけっこ	13.7	10	鉄棒	17.0	10	かけっこ	17.1

参考データ 笹川スポーツ財団 子供・青少年のスポーツライフデータ2021
4~11歳の過去1年間に「よく行った」運動・スポーツ種目の年次推移
https://www.ssf.or.jp/thinktank/sports_life/datalist/2021/index.html

本事業での具体的な実施内容 (何を/どこまで 実施するか)

ただプログラムを実施するだけでなく、本事業の背景にある社会課題、そこに取り組む流通経済大学の考えと重要性・親和性、実際に行われたプログラム結果と今後の示唆を、より多くの方々に知ってもらうためのPR記事を配信

連載形式での記事を構築。そこに込められた意図や思い、参加者の実際の声、今後の展望や持続可能性といった内容を、テーマごとに3つのフェーズに分割して配信を実施。

01

社会課題配信フェーズ

内容 : 日本が抱える課題、それに対するスポーツ庁としての思い
本事業に取り組む流通経済大学の取組と「コモンズ」について



02

プログラム構築・イベント実施フェーズ

内容 : 流通経済大学附属柏高等学校と連携したプログラムの実施とその結果。
参加者からの声と、私立学校が進むべき今後の方向性



03

今後の展望

内容 : 本事業が進むべき道や今後の展望について、
スポ庁担当者の見解を交えた事業の可能性について探る



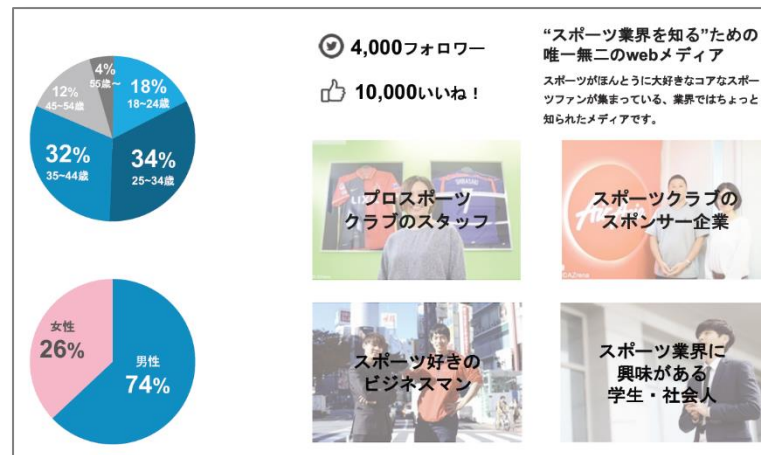
ストーリーの記事連載は、スポーツ関係のストーリーを多角的に伝えるAzrenaへ掲載を行う。



「スポーツ関係者の思考とストーリーを多角的に伝える」

「スポーツ関係者の思考とストーリーを多角的に伝える」をコンセプトに、スポーツ業界を裏側から支える業界人や経営者のライフストーリーや、第一線の現場で戦う選手や監督らが内面に秘めている思考法や哲学、そしてキャリアの作り方を発信。

『する』『見る』『支える』3つの方面からスポーツに関わり、奮闘する人たちのインタビューから、読者・視聴者に対して人生に役立つ気づきやモチベーションを与えることを目的としています。



<ユーザーの特徴>

連載企画

誰もが気軽にスポーツに親しめる場づくり実現に向けて



< 第一弾 >



< 第三弾 >



< 第二弾 >

事業の総括と今後の展望

本事業での
実施テーマ

1. 個人に向けた校庭の開放による
新たなモデル事例の創出

流通経済大学付属柏高等学校と連携した事業により、**地域に住む個人に向けた新たなトライアル事業を実現。**

参加者アンケートより、ボール遊びができる場所が減少していることに対して課題感を感じていること、地域住民が、個人に向けたこのような学校開放を希望していることを改めて再認識。
本事業での実証イベントは、課題解決に寄与する可能性あり。

2. 「遊び」という概念で、
気軽に参加することができる
コンテンツやプログラムの創出

最も行われている遊びである「鬼ごっこ」とボール遊びを掛け合わせた、**ボールと場所さえあれば誰もが取り組むことができるオリジナルプログラムを開発。**
参加者アンケートからも、プログラム自体への満足度が高いものとなった。

また、How To動画の制作により、誰もが気軽にトライできる環境創出にも寄与。

3. 事業の背景、学校が取り組む
意義とその想い、実証結果と
考察をPR記事でWEB発信

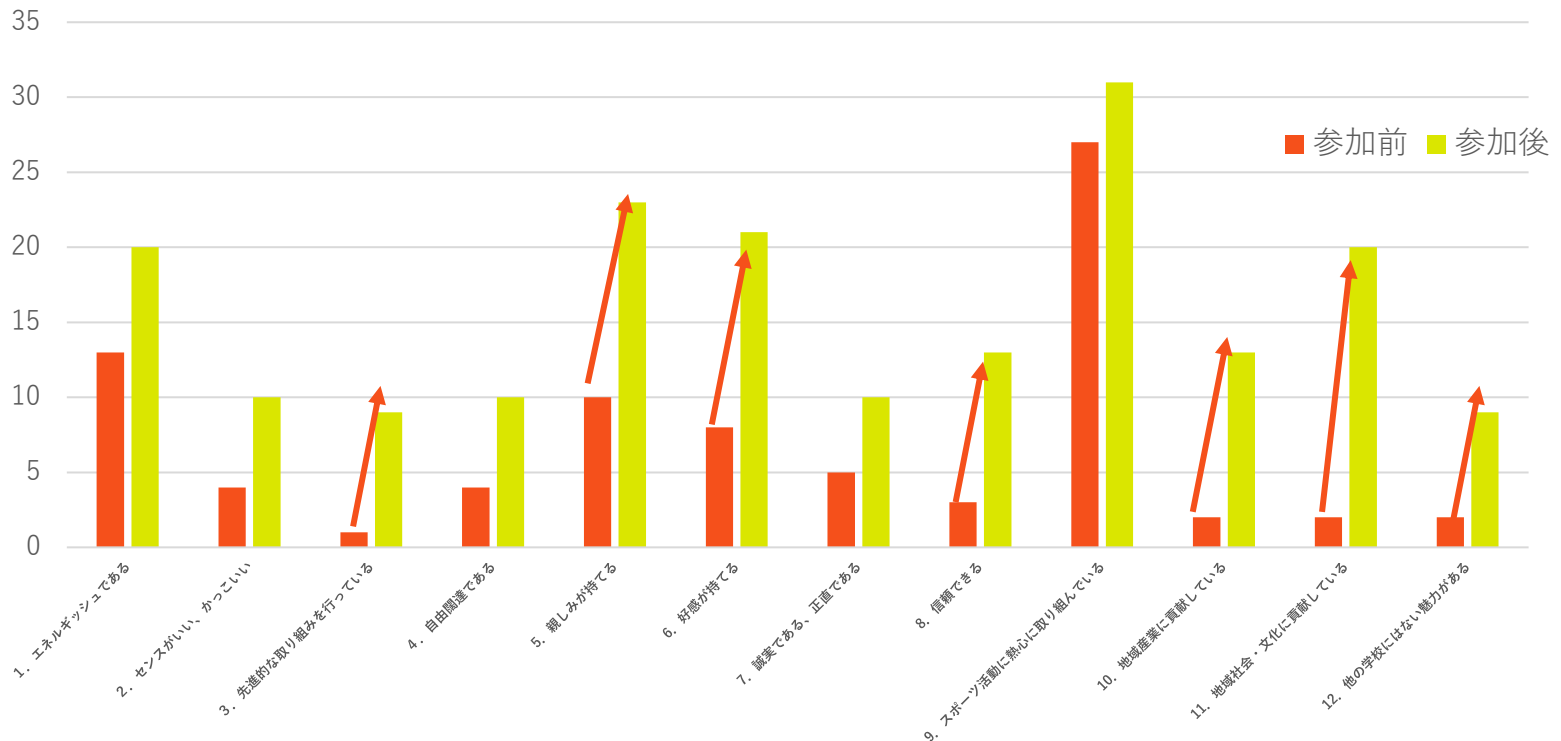
日本が抱える「ボール遊び場が少ない」「個人が遊べる場所提供が少ない」という課題に対して、スポーツ庁の実施意図、協力した流通経済大学・流通経済大学付属柏高等学校が掲げる学校経営の在り方とその可能性を、WEB記事という形で発信。

スポーツ関係者への発信を中心に、多くの方々に対して本事業を「認知」してもらうための基盤を形成。

事業を通して得られた成果

イベントの開催は、学校の印象もプラスの方向に作用させる結果となった
 少子化が進む昨今において、本事業は他校との差別化となる可能性がある

本イベントに参加する前後の、流通経済大学附属柏中学校・高等学校の印象について教えてください（※複数回答可）



先進的な取り組み！

親しみが持てる！

好感が持てる！

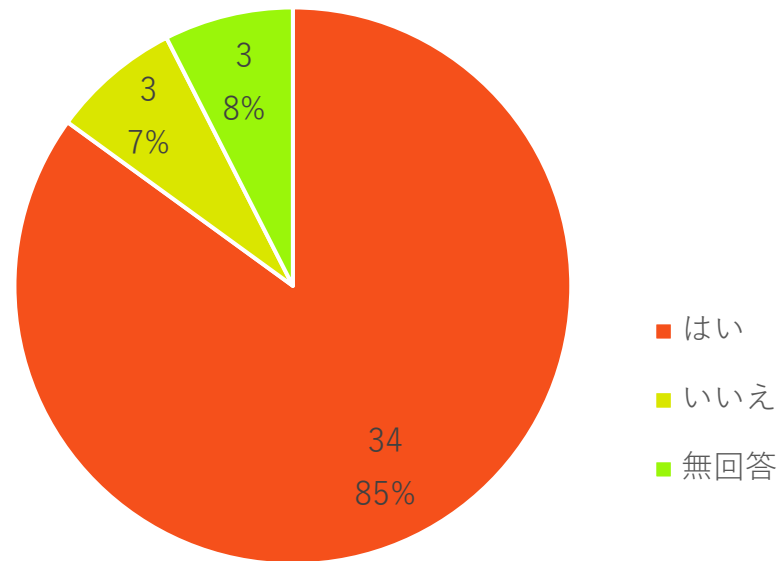
信頼できる！

地域産業に貢献している！

他に学校にはない魅力！

学校としての魅力アップや、将来の学生の確保にも寄与する可能性がある

本イベントを通して、本イベント等を開催しているような学校にお子様を通わせたいと感じましたか？



このように気軽に遊ぶ活動を通して、学内の様子や親しみやすい先生方の姿に接することができ、
更に御校への関心が高まりました。

1

本モデルケースの更なる展開・波及

本事業は、特定の条件下にある学校しかできないものではなく、ボールと場所さえあれば誰もが実施・参加できることを目的とした実証実験。今回のモデルケースを起点として、**より多くの学校へ拡大波及**していくことが求められる。

特に、ボール遊び場の減少という部分にフォーカスすると、「都心部」にて問題になっているケースが多いものと思料。

本事業を都心部にて実証することにより、より多くの個人が学校施設の恩恵を受けられるような仕組みを検討する。

2

本学校開放事業が「学校経営」に及ぼす効果の整理・検討

今回のモデルケースにて、参加者はイベントを実施した学校に対して、参加前後でプラスの印象を持つ結果をもたらした。

少子化が問題となっている昨今の日本社会において、このような事業を行うこと自体が他校との差別化、学生の確保につながる可能性があると考えられる。**どのようなプラスの印象を与えられるのか？それが学校経営にとってどのようにプラスになるのか？を整理・抽出し、より多くの学校が本事業を実証するメリットを感じられるような基盤を検討する。**

3

学生と連携したイベント実施方法の模索

本事業は、流通経済大学の学生に協力をいただきながら事業を実施した。**その結果、参加した学生にとっても「成長の機会となった」「貴重な経験となった」といった声があった。**

イベントを誰が行うのか？は本事業において大きな課題であるが、**本事業を「学生の成長の機会」と捉え、開催学校の学生を巻きこんだ運営スタイルとすることで、個人・学生・学校にとってもWin-Winな座組を構築できるものと思われる。**運営面や安全面にも配慮した方法を模索することで、実施ハードルをさらに下げてくことが課題。