令和7年度　運動・スポーツ習慣化促進事業（静岡市）

する！みる！ささえる！ SHIZUOKA SPORTS in LIFE

【静岡市の現状・課題】

① 働く世代の運動実施率が低いが（全世代比 -5%）、その運動の阻害要因を考慮した事業を実施できていない。
② 適切な食習慣の啓発ができていない。（第3次静岡市健康爛漫計画　壮年期（令和4年度）：34.6%、目標（令和17年度）：50%）
③ 大規模集団に対して、運動・スポーツの普及に関するアプローチできていない。

【本事業の狙い】

【企業向け】・運動・スポーツの阻害要因で上位にあがる「時間がない」を解消するため、**「就業時間内」**の運動実施を促す（Ⅰ,Ⅱ）
・企業が社員の運動・スポーツを促進するための予算を確保し、地域のスポーツ関連企業が運動・スポーツの普及事業を営利活動として実施できる仕組みを構築することで、**本事業の自走化とスポーツの産業化を促す**（Ⅰ,Ⅱ）
【ファン向け】・正しい食習慣の啓発とともに**「健康な食事を食べた後に運動！」**のマインドを市内に広げる（Ⅲ）
・オリジナルダンスが各チームサポーターの垣根を越えて、静岡市のダンスとして愛され、**「みんながやっているから、私もやってみよう！」**という自発的行動の機運を醸成する（Ⅳ,Ⅴ）

静岡市の関連した取組

静岡市では、令和7年度から社員や構成員等のスポーツ活動を支援・促進する企業・団体を**「静岡市型スポーツ・イン・ライフ推進パートナー」**として、募集し、認定、表彰する新たな制度を開始！！

※静岡型スポーツ・イン・ライフとは…
スポーツ庁の「スポーツ・イン・ライフ」に「する・みる・ささえる」の3つの楽しみ方を加えたもの。

静岡型スポーツ・イン・ライフ推進パートナーのロゴマーク

静岡市内のホームタウンチームと連携し、企業・ファン向けの事業を展開！

Ⅰ：チームによる企業訪問

企業

【概要】
・スポンサー企業等に各チームのマスコットキャラクターや選手、チーム関係者で訪問。「健康測定会」「運動教室」「効果測定」を実施。
・各チーム2～5事業所、30人以上、全3回の講座を実施予定。
【3か年計画】
・参加翌年度は参画企業が自走化できるよう、支援を実施。
【POINT】
・**非参加群への調査**も実施し、運動・スポーツの効果を検証する。
・社員だけでなく、**経営者・人事総務担当者、地元大学生にもヒアリングを**行い、多面的な視点での成果も考察し、報告書を作成する。

Ⅱ：キックオフ・成果発表イベント

企業

【概要】
・全チームが参加する、キックオフ・成果発表のイベントを実施。
・イベントの様子はオンライン配信し、参画企業も参加可能とする。
【3か年計画】
・令和7年度は全チーム、令和8年度以降は参画企業（企業対抗とし、表彰）も含めたイベントとなるよう、規模拡大を図っていく。
【POINT】
・大々的なイベントとし、各報道機関への投げ込みを行うことで、**市内全域・市外への広報効果**を期待。

Ⅲ：アスリート弁当の開発

企業　ファン

【概要】
・「ホームタウンチーム×学生」でアスリート弁当の開発を実施。
・参画企業（16企業/年）、ホームゲームでの販売。
【3か年計画】
・令和7年度に開発し、令和7年度末から令和9年まで販売活動。
【POINT】
・お弁当に運動啓発に関するチラシを折り込み。
・**「健康な食事を食べた後は運動！」**とのスローガンを広げる。
・成果発表会にて試食会を開催⇒報道されるための話題づくり。

Ⅳ：オリジナル動画の作成

企業　ファン

【概要】
・各チームのマスコットキャラクターを活用した運動啓発動画を作成。
・1本（オリジナルダンス）＋3本（運動動画（座位、立位、歩き方））
【3か年計画】
・令和7年度中に作成。踊ってみた動画等、各チームSNSで周知。
・令和8年、令和9年で啓発活動をし、20万回以上の再生を目指す。
【POINT】
・ダンスはファン向け、運動動画は働く世代向けの動画とする。
・**市内ホームタウンチームが「ONE TEAM」**となって、運動・スポーツの習慣化をPRする機運を醸成する。

Ⅴ：ホームゲームでのPR

ファン

【概要】
・ホームゲームにて、オリジナルダンスを上映・体験できるブースを設置。
・会場スクリーン等のデジタルサイネージによる発信。
【3か年計画】
・令和8年度以降はファン層を中心に「バズ」を狙う参加型の仕掛けを展開。ブースも健康づくりに関すること等、多面化を図る。
【POINT】
・**「見るスポーツ」の層を「するスポーツ」の層**に行動変容を促す。

3年後…	企業へのアプローチ	ファンへのアプローチ
アウトプット	・市内企業の静岡型スポーツ・イン・ライフ推進パートナー（市）及びスポーツエールカンパニー（スポーツ庁）への新規申請 **45社以上** ・参画企業の自走化 **45件以上** ・本事業の報告書を静岡市 スポンサー企業他、市内企業、スポーツ関連企業へ展開 **650社以上**	・スポーツ観戦に来たファンを中心に運動のきっかけを与える **10万人以上** （参考：令和6年度平均 入場者数　清水エスパルス約17,000人、静岡ブルーレヴズ 7,600人） ・チームSNSでの発信により、動画総再生回数 **20万回以上**

大きな塊（企業・ファン）を巻き込み、静岡市全体に運動・スポーツ習慣化の渦を巻き起こす！！