

1 「スポーツの範囲」の明確化とスポーツの習慣化を促すための取組について

新宿区スポーツ環境整備方針における「スポーツの定義」

本方針における「スポーツ」の定義は、ルールに基づいて勝敗や記録を競うスポーツだけでなく、気晴らしや健康づくりのためのウォーキングや散歩、ひとつ手前の駅で降車して歩くこと、エレベーターを使わず階段移動すること、楽しみとして体を動かすレジャー、レクリエーションなどの身体活動全般を幅広く含むものとします。



- 狭く捉えたスポーツ …ルールに基づいて勝敗や記録を競う運動競技
⇒明確なスポーツであり、スポーツが好きで、自発的に取り組んでいる層が多い。
- 広く捉えたスポーツ …気晴らしや健康づくり、楽しみ、交流を目的とした身体活動
⇒スポーツに該当する条件をさらに明確化することで、区民にPRしやすくなり、スポーツに対する心理的ハードルが下がる。

➡次の4点を軸として、「スポーツの範囲」を整理する。

- ①目的意識の有無(目標・計画) ②身体への負荷(強度) ③時間・回数(量) ④継続性(期間)

【検討】 どこからどこまでの活動の範囲を「スポーツ」と捉えることができるか??

①目的意識の有無

レベル	内容	スポーツ性
明確	健康維持・体力向上・ダイエット	高
弱い	気晴らし・楽しみ・レクリエーション	中
なし	生活行動の一部（移動・用事）・無意識	低

✓ 整理のためのポイント

- ・同じ歩行でも「通勤で家から駅まで歩いている」→日常活動 「健康のために、通勤時、家から駅までは早歩きで歩こう」→スポーツ
- ・目的意識(目標設定・計画性も含む)を持った身体活動を「スポーツ」と捉えるべきではないか。

②身体への負荷(強度)

強度	体感・目安	例
強	息が切れる・会話困難	ランニング・球技・ダンス
中	少し息が弾む・会話は可能	早歩き・体操
低	息が弾まない・会話できる	散歩・ストレッチ
なし	身体活動であると意識していない動作	健康な成人の健康マージャン

✓ 整理のためのポイント

身体への負荷のレベルが「低」でも、目的意識があれば、スポーツに含める整理が可能か？

同じ身体活動でも、身体への負荷強度は人によって異なる。→本人にとってまったく負荷がなければ、目的意識があっても含まない？

本人にとって、相応の身体への負荷やエネルギー消費が伴うことは必要ではないか？ →ただし、相応の身体への負荷には個人差がある。

③時間・回数(量)

観点	目安の例
1回の時間	10分～30分
頻度	週1回以上
週の合計	60分以上

✓ 整理のためのポイント

運動の種類や、体力、年齢差、個々の目的などで異なり、「個々の目的や設定した目標・計画」に基づいて、行うことが重要ではないか？
徐々に頻度や時間を増やし、習慣化していくような目標設定が大切。

⇒無意識で行うよりも、意識的に生活に取り入れることを目指すべきではないか。

④継続性

レベル	内容
単発	イベント・思い付き
短期	数回・不定期
習慣	週〇回・1日〇分・日常化
定着	〇か月・〇年以上の継続

✓ 整理のためのポイント

スポーツ実施率は「週に1回以上」スポーツをした人の割合であり、継続していることが必要。
単発でも「スポーツをした」といえるが、「スポーツをしている」とはいえないのでは。

個々が設定した目標が単発で終わらず、習慣化し、継続していく区民が増えることが区の目標である。 ⇒習慣化・定着化の意思が必要ではないか。

※4軸の整理結果 (案)

①目的意識	弱くても必要。まったくの無意識はスポーツとしない。
②身体への負荷	「本人にとって」低くても必要。負荷がない（単なる動作）は含まない。
③時間・回数（量）	「個々の目的や設定した目標・計画」に基づいて、行われていること。
④継続性	一定期間、継続されていること（継続する意思があること）。

SPORTS

狭義のスポーツ	広義のスポーツ			
	目的意識	身体への負荷	回数・時間	継続性
ルールに基づいて 勝敗や記録を 競う運動競技	明確	強	個々の設定した 目的・目標に 基づいて 行っている	一定期間 継続的に行って いる、またはその 意思がある
		中		
	弱い	低		
	なし	なし	なんとなく不定期や単発で行われている	

NOT SPORTS

(例) 🎮 eスポーツの場合

- ①フィットネス系
 - ・気晴らし目的
 - ・汗ばむ程度のエネルギー消費
 - ➡️スポーツ
- ②手指のみ動かす系
 - ・ストレス解消目的
 - ・A: 身体への負荷を感じない
 - ・B: 手指を動かすことも労力
 - ➡️A: スポーツに含まない
 - B: スポーツ

…整理して見えてきたこと

➡️ <NOT SPORTS> から <SPORTS> へ 行動変化がおこること、スポーツ人口の拡大へ繋がる！



課題

区民に向け、「スポーツの範囲」を、分かりやすく伝える

- ➡スポーツを身近なものとし、自発的なスポーツ習慣を促進していく取組
- ➡スポーツがやりたくてもできていない人や、無関心層へのアプローチの手法

スポーツ実施率の向上



＼ ウェルビーイングの充実 ／

- ▶ 区民一人一人の、これまでの「スポーツ」の捉え方を 広義のものに変えていくとともに、
- ▶ 「スポーツ」を 生活の一部に取り入れるきっかけとなる情報発信をしていくことで スポーツ実施率の向上を目指す。

STEP1 「スポーツの範囲」 分かりやすく発信する

【例】効果的な働きかけの工夫

① 意識づけ作戦

区民向けに「ビジュアル化」し、ポスターや動画など、区民の目に見える形で周知していく。

② 惹きつけ作戦

新宿区にゆかりのあるスポーツ選手等によるPR動画を作成し、スポーツへの関心を高める。

③ 巻き込み作戦

区全体で、「スポーツしよう！」キャンペーンにより、運動強化週間等を設定する。

STEP2 「スポーツをする気にさせる」 発信をする

【例】効果的な働きかけの内容の工夫

① 運動の効果 PR

運動・スポーツの効果・メリットをPRする。
健康維持・ストレス解消・美容効果・・・

② 身近さ・気軽さ PR

日常生活の動作や活動を、意識や行動を変えるだけで「スポーツ」に昇華することを発信し、意識づけする。

③ ウェルビーイングの向上 PR

単発で終わらず、継続することで、あらたな目標・挑戦が生まれたり、仲間ができたり、生活の広がりをPRする。

【検討】「スポーツ」を「する気にさせる・続ける気にさせる」ために 効果的な働きかけは??

2 効果的な情報の発信方法について

課題 効果的な情報発信の方法を検討
 → どのような手段で、どのような情報を、誰に向けて発信していくかを明確化する。

スポーツイベント等で活用している情報発信媒体

凡例:受信度 低 △←---○---→◎ 高

■情報発信 媒体	【 区が想定している情報の主な受け手 】					
	子ども	青少年・若者	子育て世代	働き世代	高齢者	障害者
① 広報紙(広報新宿・Oh!レガス)への掲載			○	○	◎	○
② 区ホームページへの掲載		○	○	○	△	○
③ 区公式SNSでの発信 (X、LINE、くらしのニュース、結ネット)	△	◎	◎	◎		○
④ 区立施設・学校へのチラシの配布・配架	◎	△	△	△	○	△
⑤ 区設掲示板への掲示	△	△	△	△	◎	△
⑥ 指定管理者のSNSでの発信	△	◎	○	○		
⑦ 外部講師や業務委託先による情報発信		○	△	△		△
⑧ 本庁舎等のデジタルサイネージ放映			△		△	△
⑨ 街頭大型ビジョンへの放映	△	△	△	△	△	△

【検討】 区や財団等が発信する情報を、区民に効果的に発信する方法は?? 各委員、団体の立場で検討

<情報発信の工夫(例)>

- ① 区民に届く言葉をつかう工夫・構成 (事業の内容を分かりやすく、親しみやすい表現(キャッチコピーなど)を使用する。)
- ② 情報発信のタイミング設計 (情報が伝わらない要因の多くは、内容だけではなくタイミング。)
- ③ 区民・地域を「発信の担い手」にする (口コミ・知人への紹介・利用者の声・体験談の紹介、活動の見える化。)