

大阪市スポーツ振興計画「スポーツ 施策の事業展開」における目標及び3つの方針の進捗状況と課題（総論）

<p>目標達成状況 スポーツ実施率65%をめざします</p>	<p>○スポーツ実施率（週1回以上）は40～50%台で推移。目標や全国平均を下回っている。 ○年代別にみると、実施率が低かった現役世代のスポーツ実施率は向上（特にR2）。スポーツ人口のすそ野は広がつつある。一方、運動・スポーツをしていない人も一定割合見られ、二極化が改善されていない。 ○市民アンケートによると、市民の過半数の人がスポーツへの興味・関心は高まっていない。 ・みるスポーツ（直接観戦率）：約1～3割、ささえるスポーツ（ボランティア実施率）：約1割</p>
<p>方針1 スポーツによる健康増進 ～ 身体活動量を稼ぐ～ I. あらゆる世代でスポーツ参画人口を拡大 II. スポーツによる健康寿命の延伸</p>	<p>○いずれも全国平均を下回るが、多くの年代でスポーツ実施率は上昇、健康寿命は延伸、子どもの体力も向上。 ○「スポーツスタートアップ事業」など、スポーツ実施率の低い30～40歳代の女性や子育て層への戦略的なアプローチを展開してきたが、次の一歩として、<u>ターゲットを明確にした事業展開や情報発信のほか、健康づくりに取り組む企業の普及・促進など、長期的な視点での戦略的なアプローチが必要。</u> 強化：「ライフスタイル別取り組み」「健康づくりに取り組む企業の促進」「スポーツ情報の発信」</p>
<p>方針2 スポーツによる都市魅力の向上 ～スポーツ参画人口を稼ぐ～ III. ゴールデン・スポーツイヤーズを契機とした機運の醸成 IV. スポーツを通じた国際交流・人材育成・発掘</p>	<p>○大規模競技施設の集積、競技団体とのネットワークなどを活かし、国際大会等の大規模大会の招致・開催を進めており、大阪マラソンなど認知度や観戦率の高い大会がある一方、その他の大会においては1割以下の認知度、観戦率となっており、「スポーツへの興味・関心」の高まりにつなげていない。 ○コロナ禍での課題や制約も多い中、東京オリンピック・パラリンピック等開催に向けた機運醸成、国際交流や人材育成を進めており、開催後も継続してレガシーの創出を図っていくことが重要。 ○「大阪マラソン」や「大阪城トライアスロン」の更なる魅力向上・発信とともに、これらの大規模スポーツイベントを活かした<u>スポーツツーリズムの展開や情報発信が必要。</u> ○トップアスリートのパフォーマンスを、最高の条件で「みる」機会を提供できるよう、<u>大規模競技施設のポテンシャルを維持し、新たなスポーツ大会の誘致、イベント開催など都市魅力の向上に向けた取り組みが必要。</u> 強化：「大阪マラソンの進化」「スポーツツーリズム」「スポーツ施設の魅力向上」</p>
<p>方針3 スポーツによる地域・経済活性化 ～ソーシャル・キャピタルを稼ぐ、 スポーツ産業で稼ぐ～ V. スポーツによる地域活性化・地域の一体感の醸成 VI. スポーツによる経済の活性化</p>	<p>○「舞洲プロジェクト」をはじめ、民間団体や地元プロスポーツチーム等と連携して、地域スポーツの振興を進めているが、市民の「スポーツへの興味・関心」の高まりにつなげていない。<u>取り組みの内容や成果などの戦略的な情報発信や、活動の発表・情報交換の場・機会づくりなど、スポーツを通じた人と人のつながりづくりも必要。</u> ○民間団体や企業、関係機関と連携した、スポーツによる経済活性化（スポーツ施設のプロフィットセンター化、プロスポーツチームとの新事業の開拓、他産業とのビジネスマッチング）はまだ検討段階で、今後の展開が重要。 ○市内に集積する大規模競技施設においては、試合のない日でも賑わいを創出する拠点として様々なコンテンツを提供するなど、<u>スポーツ施設を活用した地域のまちづくりをめざした取り組みが必要。</u> 強化：「地域×スポーツによるまちづくり」「スポーツ施設を活用した地域活性化」</p>
<p>全体のまとめ</p>	<p>○民間団体や関係機関等と連携しながら、様々な取り組みを進めており、一定の効果がみられる一方で、単発で終わるなど、市民のスポーツ活動等の継続性や発展、全市への広がりなどにはうまくつなげていない。 ○関係機関や事業間の連携などにより、相乗効果を生み出す戦略が必要。 ○進んでいない取り組みもみられ、<u>取り組みの効果を測る指標等の設定（事業効果の検証）が重要。</u> ○2025年大阪・関西万博の開催、さらには万博後にめざす「いのち輝く未来社会」の実現に向け、<u>スポーツを通して生きる喜びや楽しさを感じ、ともにいのちを高めていく共創都市をめざした取り組みを行う。</u> 次期目標：方針1 スポーツによる健康・いきがいづくり 「ライフスタイル別取り組み」「健康づくりに取り組む企業の促進」「スポーツ情報の発信」 方針2 スポーツによる持続可能で活力あるまちづくり 「大阪マラソンの進化」「スポーツツーリズム」「スポーツ施設の魅力向上」 方針3 人と人がつながるスポーツコミュニティづくり 「地域×スポーツによるまちづくり」「スポーツ施設を活用した地域活性化」</p>

大阪市スポーツ振興計画「スポーツ 施策の事業展開」における目標及び3つの方針の進捗状況と課題（総論）

数値目標	実績値					目標値	進捗状況と課題
	H29	H30	R1	R2	R3		
週1回以上運動・スポーツを実施する成人の割合 (出所) 大阪府市民モニター・民間ネット調査、スポーツ庁調査	49.4%	39.2%	44.4%	52.6%		65%	スポーツ実施率(週1回以上)は、40～50%台で推移。 R2は、新型コロナウイルス感染拡大による行動変容も影響して、全国的にも特に実施率が低かった年代のスポーツ実施率が大きく増加している。
	全国 51.5%	全国 55.1%	全国 53.6%	全国 59.9%	民間ネット 調査中	全国 65%	
方針1 スポーツによる健康増進							
身体活動量 24メッツ時/週以上(厚生労働省健康づくりのための身体活動基準) (出所) 市民の身体活動量についてのアンケート調査	男 50.0% 女 38.0%	—	—	—		—	※ネット調査中
小学生(5年生)及び中学生(2年生)の体力合計点の平均値 (出所) 全国体力・運動能力、運動習慣等調査	52.79点 54.58点 41.00点 49.27点	52.80点 54.45点 41.72点 50.14点	52.53点 54.47点 41.04点 50.13点	未実施		小:男 53.0点 女 56.0点 中:男 42.0点 女 51.0点	子どもの体力向上については、持久走や立ち幅とびなどの種目で全国平均とのひらきが大きい。
スポーツ・運動をすることが好きな児童・生徒の割合(小学5年生、中学2年生) (出所) 全国体力・運動能力、運動習慣等調査	91.9% 84.0% 85.8% 72.9%	91.4% 82.2% 86.0% 74.0%	92.2% 84.4% 86.7% 75.0%	未実施		—	スポーツや運動をすることが好きな児童・生徒の割合は、いずれも全国より低い。ほぼ横ばいだが、最も低い女子中学生は微増傾向。
方針2 スポーツによる都市魅力の向上							
スポーツを観戦した市民の割合 (出所) 大阪府市民モニター調査・民間ネット調査 ※全国の値は「スポーツの実施状況等に関する世論調査」現地で観戦	38.6% 全国 26.9%	38.5% 全国 26.8%	31.0% 全国 27.4%	20.8% 全国 21.1%		—	スポーツを直接観戦した市民の割合は、約1～3割。テレビ中継を含んだ調査では約6割が観戦している。 R2年度は新型コロナウイルス感染症拡大による試合そのものの中止や無観客による影響と考えられる。
スポーツに関わるボランティアをした市民の割合 (出所) 大阪府市民モニター調査・民間ネット調査 ※全国の値は「スポーツの実施状況等に関する世論調査」	5.8% 全国 10.6%	6.9% 全国 10.6%	10.6% 全国 11.0%	5.4% 全国 9.7%		—	スポーツに関わるボランティアをした市民の割合は約1割と少ないものの、増加傾向にあったが、R2年度以降は新型コロナウイルス感染症拡大による大会やイベント中止による影響と考えられる。
方針3 スポーツによる地域・経済活性化							
大阪はスポーツが盛んだと思う市民の割合 (出所) 大阪府市民モニター調査・民間ネット調査	20.6%	17.1%	19.0%	14.8%		—	※ネット調査中
スポーツが地域のつながりに役立っていると思う市民の割合 (出所) 大阪府市民モニター調査・民間ネット調査	12.6%	13.1%	12.0%	10.0%		—	※ネット調査中
スポーツ関連消費額の規模・1世帯あたりのスポーツ関連消費額 (出所)総務省「家計調査」	29,260円	27,217円	47,822円	23,749円		—	R元年度に全国平均より上回ったが、計画期間通して全国平均を下回り、計画当初より減少。R元年度には、運動用具類が約1.5倍、スポーツ観覧料は約3倍に増加したが、R2年度にはスポーツ観覧料は9割減少、スポーツ月謝も約4割減少しており、新型コロナウイルス感染症拡大による影響と考えられる。