

# ショッピングセンターでウォーキングイベント

～買い物ついでに健康になろう～

## 目的・概要

ウォーキングはニューエルダーに人気が高く、調査報告書\*からも、最も多くの方(59.5%)に親しまれる種目であることがわかっている。冬季、特に積雪のある地域では雪や寒さがウォーキングの障害となってしまう場合があるが、ショッピングセンターをコースにすれば、屋内で暖かく安全に楽しむことができる。会場となる店舗側もシューズ・ウェアなど関連商品の購買が期待できるうえ、めずらしいイベントとしての話題性も高い。

当事業は郊外型ショッピングセンターの売り場通路を活用したウォーキングイベントであり、地域団体と民間企業が手を組みながら、参加者であるお客様に「満足を提供すること」を目的とした。

\*日本レクリエーション協会 平成24(2012)年3月「ライフステージに応じたスポーツ活動の推進のための調査研究 報告書」

## 対象

50～60代のウォーキングに興味がある男女。約30人。

## 広報事業

チラシとA3ポスターをメインの広報媒体として、ショッピングセンター内の店舗に設置。それらを市広報や公共施設、マスメディアに送って告知依頼を進めた。ショッピングセンターの新聞折り込みチラシにも告知記載を依頼した。

- ・チラシ1,000枚完成(10/20)、A3ポスター100枚完成(10/25)
- ・市報むらかみ、新潟日報、村上新聞、サンデーいわふね(すべて11/15)告知掲載
- ・テレビ新潟の情報番組「新潟一番」のテレビ伝言板で60秒告知放送
- ・市内公共施設にチラシを設置(道の駅「穂波の里」、神林総合体育館、村上体育館、朝日総合体育館、荒川総合体育館、山北総合体育館、村上市役所、各支所等に各100)〈チラシ計1,000枚配布〉



店内をじっくり眺めながら ▶ 楽しくウォーキング

### 実施日程・場所

2012年12月15日(土) 10:00～12:30  
 イオン村上東店・村上プラザ店内(新潟県村上市仲間町200)

### 参加者数

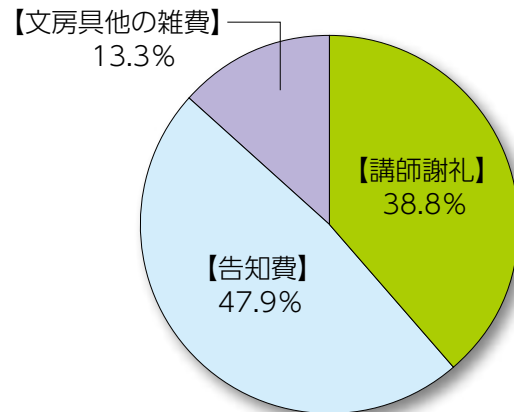
当日参加者：32人  
 (うち事前申込者28人)

ショッピングセンターウォーキング

	50代以下	60代	70代	80代以上	計
男性	3	4	2	0	9
女性	1	13	9	0	23
計	4	17	11	0	32

### 必要経費

経費総額 約¥200,000  
 〈別途〉講師交通費、宿泊費は実費



### 運営体制

- 〈主催〉 公益財団法人日本レクリエーション協会
- 〈共催〉 一般社団法人新潟県レクリエーション協会
- 〈主管〉 NPO法人希楽々
- 〈後援〉 村上市
- 〈協力〉 村上市レクリエーション協会／イオン村上東店／村上プラザ／NPO法人熟年体育大学リサーチセンター

基本プログラムや広報ツール、講師・スタッフ謝礼は主催側で準備し、地域で実際に執り行う主管団体を決めて運営方法を相談。主管団体には事前広報活動、参加者募集、スタッフ集め、会場手配、当日運営までの一連を執り行ってもらった。

〈現場スタッフ数〉

主催者2人、希楽々5人、新潟県レク1人、村上市レクリエーション協会10人、熟年体育大学リサーチセンター2人、計20人

## 「ショッピングセンターでウォーキングイベント」事業

### 実施体制

寒くて外に出るのが億劫な冬でも屋内ならば安全に  
 楽しくできるショッピングセンターで、快適ヘルシーウォーキングを体験!!  
 今話題の「インターバル速歩」を体験できます。

PR

- 広報依頼
  - ・市報むらかみに告知掲載
  - ・テレビ新潟Tenyで告知放送
  - ・新潟日報、村上新聞、サンデーいわふねに告知掲載
  - ・イオン村上東店、村上市内公共施設、体育施設にチラシ設置
- 〈計チラシ1,000枚、A3ポスター10枚配布〉

- ・イオン村上東店
- ・村上プラザ
- ・NPO法人熟年体育大学リサーチセンター
- ・村上市レクリエーション協会

協力

### 主管・「NPO法人希楽々」

主催・公益財団法人日本レクリエーション協会  
 共催・一般社団法人新潟県レクリエーション協会

後援  
 ・村上市

### 展開プログラム

- 希楽々インストラクターによるストレッチ指導
- 熟年体育大学リサーチセンターによるウォーキング指導と計測機器(熟大メイト)の使用法指導
- 新潟県レクリエーション協会 渡辺耕司氏による「レク式体力チェック」
- イオン提供のプレゼントが当たるクイズ

## 運営で工夫した点

- ・事前告知は新聞、テレビ、広報紙などで可能なかぎり媒体での露出を手配・実施した。
- ・開催会場のイオン村上東店・村上プラザは2層式の中型ショッピングセンター。その売り場通路をウォーキングする際にはほかのお客様との衝突を避けるため、コースチェックポイント8カ所にスタッフを配備して安全には最大限の配慮をした。視認性を高めるため、参加者はピンク色のビブスを、運営スタッフはピンク色のユニフォームジャンパーを着用した。
- ・安全確保と事故対応策として、看護師免許を持つスタッフを常駐させ、スタッフにインカムトランシー

バー10台を配備し常に連絡をとり合った。

- ・インターバル速歩はゆっくり歩きと早歩きのメリハリをつけた歩き方だが、人通りが多い1階をすべて「ゆっくり歩き」ゾーンとし、午前中が比較的すいている2階は「早歩き→ゆっくり歩き」のゾーンとした。
- ・参加者に運動スポーツの必要性を実感してもらうために「レク式体力チェック」を組み込んだ。
- ・店側のメリット提供策として、参加者に店内を歩きながら売り場をよくみてもらう「売り場クイズ」を用意した(店側にプレゼントをご提供いただいた)。

## 実施内容

ショッピングセンター内の売り場通路を使って、ウォーキングをする試み。運営コンセプトは「安全に最大限考慮して、お客様に満足を提供」。参加者はショッピングセンターのお客様でもあるので、お店がお客様に向けるおもてなしと同様の「満足の提供」をめざした。

売り場通路で買い物中のお客様とイベント参加者がまぎれないように、参加者にはピンク色のビブスを着用してもらった。事前には「売り場で歩くのは人目が気になるのではないか」という問い合わせもあったが、よい意味で「みんなで歩けば怖くない」意識を奮い立たせる効果があったかもしれない。

ウォーキングには「インターバル速歩」を導入。信州大学の能勢博教授などが開発した健康法で、早歩きとゆっくり歩きを繰り返し、持久力や太ももの筋力を向上させるというもの。小さな専用機器をつけてウォーキングすると、消費エネルギーがグラフで表示される。熟年体育大学リサーチセンターのスタッフには正しいウォーキング方法をレクチャーしていただいた。

地元である新潟県レクリエーション協会の指導のもと、参加者に「レク式体力チェック」を体験していただいた。家でもできる気軽さが特徴で、楽しく仲間同士で計測できるので、会場でも一喜一憂する参加者の歓声があがった。

売り場クイズは、参加者が全員ゴールしたあとで、「○階の○売り場に○○と書いていた商品は何だったでしょう?」といった簡単な内容。最初にクイズを予告すれば、売り場をよくみて歩いてもらえるという店側のメリットがある。

スタッフの配備については、現場のあわただしい中でスムーズに進行できるように役割分担を明確に決めた。特に、レク式体力チェックでは、参加者の計測記録をその場でパソコンに入力し、データグラフをお返しするので、的確な人的配置と連携作業が不可欠だった。

全体として、事故もなく店側も大変協力的で、参加者のお土産が多かったこともあり、満足してお帰りいただけたと思われる。



オリエンテーションではウォーキングコースを解説



参加者が盛りあがったレク式体力チェック



計測機器「熟大メイト」をつけてウォーキングをスタート

### 実施内容

#### ショッピングセンター ウォーキングイベント プログラム

時刻	内容	担当
9:00	スタッフ集合/機材準備・ミーティング(当日参加者も20人まで受付準備しておく)	
10:00	参加者受付/ビブス配布	
10:15	イベントスタート:参加者に対するオリエンテーション(コース紹介『1F ゆっくり歩き→階段→2F ゆっくり歩き→2F インターバル速歩→階段→ゴール』を1 set)	希楽々
10:30	イオン店長様ご挨拶/全員で記念撮影/スタンプ台紙(コース図)を配布	イオン村上東店・村上プラザ
10:35	レク式体力チェック(30分)「日常動作で体力チェックができます」	新潟県レクリエーション協会
11:05	インターバル速歩の指導(20分)「いつものウォーキングをちょっと工夫するだけで」	熟大リサーチセンター(JTRC)
11:25	店内コースウォーキング(分散スタート:3~4名ずつ、30秒間隔)	希楽々/JTRC
11:55	ゴール(分散ゴール)、到着後は随時クールダウンストレッチ	希楽々/JTRC
12:10	ウォーキングデータプリントを説明配布	JTRC
12:15	レク式体力チェックのデータを配布	新潟県レクリエーション協会
12:25	参加者アンケート記入(お土産と引き換えで回収)/イオンからクイズ(正解者にイオンと村上プラザから賞品)	
12:30	終了(参加者解散)	
13:00	後片付け/希楽々へ移動	
13:30	希楽々に到着/スタッフにお弁当/休憩	
14:30	運営者アンケート	
15:30	終了	

#### 役割分担

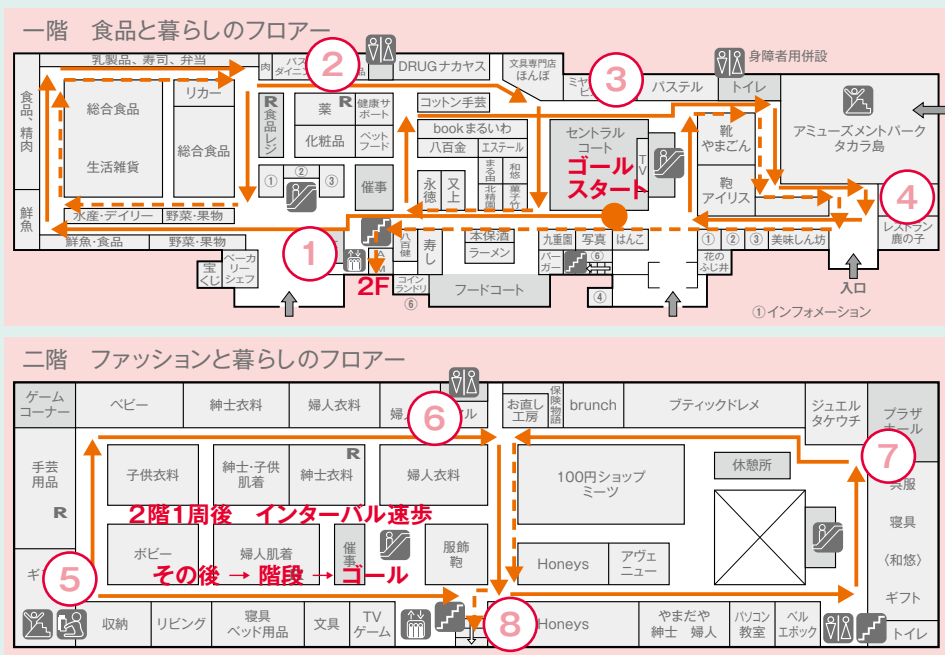
業務内容	担当	詳細内容
参加者受付	希楽々スタッフ	
進行	渡辺優子	開会・オリエンテーション(コース紹介・日程説明)
レク式体力チェック	希楽々スタッフ	①障害物 ②ツル・ステップ ③ファンクショナルリーチ ④着座体前屈 ⑤ストロー ⑥タオルしぼり
撮影係	希楽々スタッフ	最初から最後まで すべて撮影 開会から体力チェックまで:八藤後 コースウォーキングから閉会まで:水野
コース配置	希楽々スタッフ	①食品売り場 ②プラザ側 ③階段付近 ④2階 ⑤フリー の地点で、買い物客との接触回避やコースの間違い防止、床面のすべり防止、インターバル速歩の補助などを行う。
クールダウン指導	希楽々スタッフ	参加者の到着状況を見て行う。
レク式体力チェック印刷係	希楽々スタッフ	新潟県レクリエーション協会 渡辺耕司氏と一緒に進行。
チェックポイント係	村上市レクリエーション協会	①~⑧までのチェックポイントに立つ。通過者にスタンプを押印する。チェックポイントナンバーを表示する。
その他	希楽々スタッフ	アンケートの配布および回収、参加賞や賞品の贈呈、そのほかの雑務を行う。

会場コースは総距離約1,500m(階段上り下り含む)。セントラルコートを開始地点としてまず

惑をかける恐れがあるので、ウォーキングは3~4人グループで30秒間隔のスタートとした。

は1階フロアを「ゆっくり歩き」(約700m、所要時間10分)。その後2階に上がり、「早歩き→ゆっくり歩き」を繰り返す。店内8カ所にチェックポイントを設置し、通過者には台紙にスタンプを押印(2階1周約400m 所要時間5分)。最後は1階セントラルコートでゴール。

大勢の集団で固まって歩くと買い物客に迷

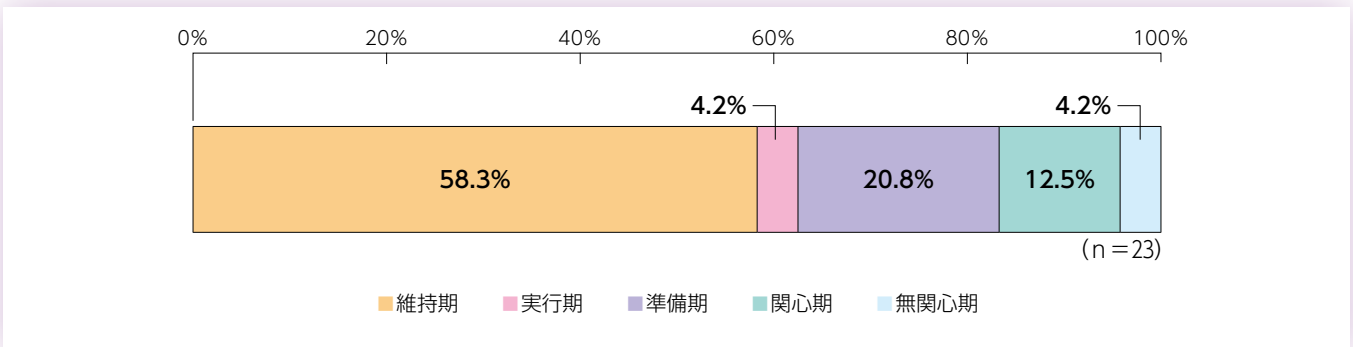


▲コース図(スタンプ台紙)

**参加者  
アンケートの  
分析のまとめ**

- 1 参加者の80.0%が「非常に満足 (56.0%)」「満足 (24.0%)」と回答しており、満足度は非常に高い。
- 2 参加者の73.7%が本イベントに対して「元気になる」「楽しさを感じる」と評価している。
- 3 再参加希望は、「運動未実施者」と「参加者全体」を比較しても割合は変わらず、ショッピングセンターにおけるウォーキングイベントは、運動未実施者に対しても参加をうながすための有効な方策である可能性が高い。

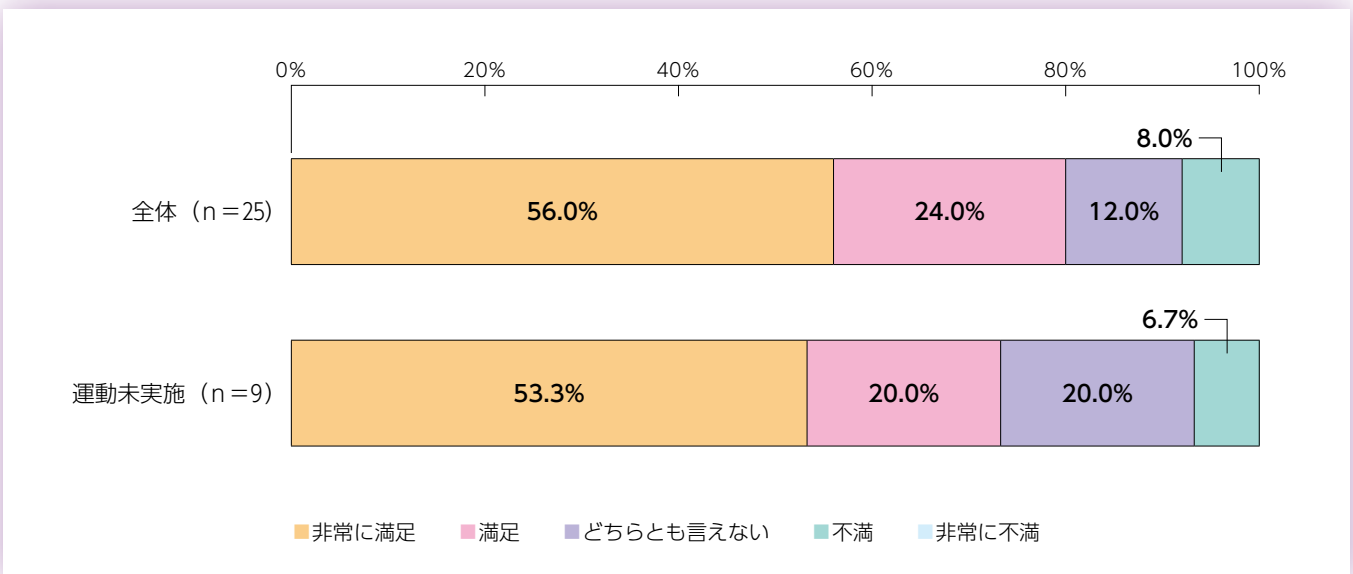
**行動変容ステージ**



参加者の運動習慣は、運動習慣のある「維持期(58.3%)」と「実行期(4.2%)」を合わせた〈運動実施群〉は62.5%、運動習慣のない「準備期(20.8%)」「関心期(12.5%)」「無関心期(4.2%)」を合わせた〈運動

未実施群〉は、37.5%であった。運動実施群の参加が多く、運動未実施群を参加させるような働きかけが必要である。

**総合満足度**

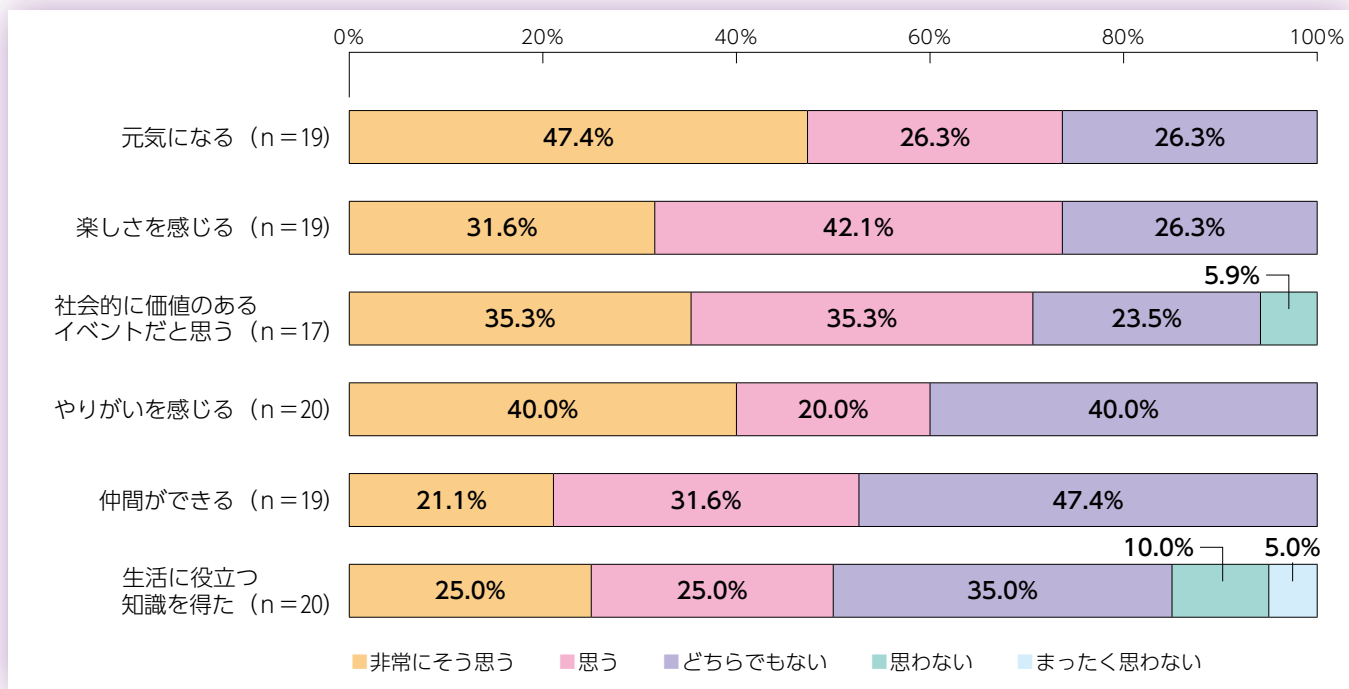


イベントに対する総合満足度は、「非常に満足 (56.0%)」「満足 (24.0%)」を合わせ、参加者の80.0%が満足と回答した。また、運動未実施群だけをみても「非

常に満足 (53.3%)」「満足 (20.0%)」の計73.3%が満足しており、運動未実施の人にとっても満足度の高いプログラムであったことがわかる。

アンケート評価分析・参加者評価、運営者評価

本講座に対する評価



参加者に対して本講座に対する評価についてたずね、「非常にそう思う」「思う」の合計の割合が高い順に項目を並べた。「元気になる」「楽しさを感じる」「社会的に価値のあるイベントだと思う」が上位3項目に

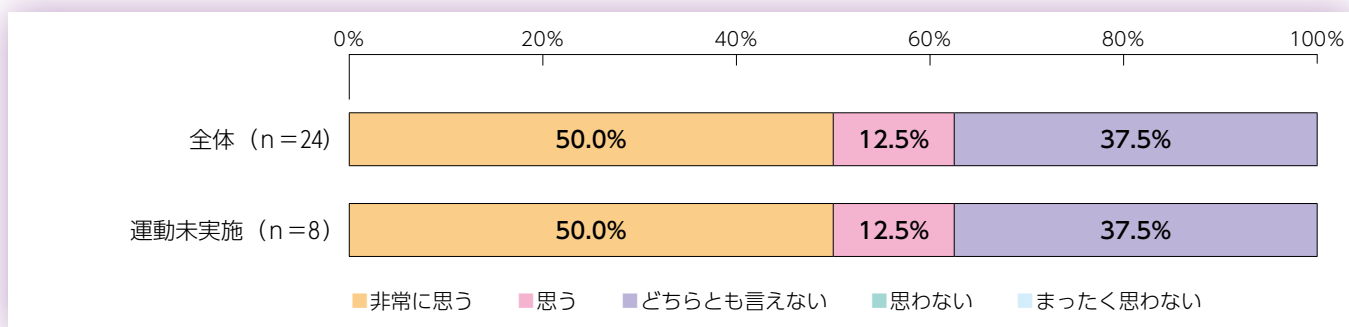
入った。「仲間ができる」「生活に役立つ知識を得た」の評価は相対的には低い傾向にあり、参加者相互の関わりを増やすようなプログラムを検討することも考えられる。

重要度・満足度評価

評価項目	重要度 (平均値)	満足度 (平均値)
インターバル速歩	4.14	4.29
レク式体力チェック	3.93	4.35
コースウォーキング	4.15	4.36

本講座の各内容について、参加者に対し重要度と満足度を5段階でたずね平均値を算出した。いずれのプログラムも高い評価を得ている。そのうち、「コースウォーキング」が最も高い値を示した。

再参加希望



イベントに対する「もう一度参加したいか」との問いには、全体で「非常に思う(50.0%)」、「思う(12.5%)」であり、運動未実施者では「非常に思う(50.0%)」、

「思う(12.5%)」と全体傾向と同じ割合となった。今後この事業を継続して行うことで、運動未実施者に対するウォーキング参加を促進できる可能性が示唆される。

## 参加者の声

参加者からは一様に好意的な意見が寄せられた。ただしショッピングセンターという場所柄、買い物客の目を気にする人もいたようだ。事前問い合わせでは「お店を歩くのは恥ずかしい」と言う人もいた。ふだん運動をしない人の中には、家の中以外はほ

とんど歩かないという人もいるようだ。「市町村別に実施してほしい」という声は「もっと家の近くでやってほしい」という声にも受けとれる。「歩く」ことを少しでも意識していただき、今後の運動につなげていくためのよい機会となったようだ。

### ● イベントに対する好評価

- スタッフが親切だった。運動しながら、みたことのない店内を見学できてよかった。
- もう少し長い距離でもよい。緊張感があり楽しかった。教えていただいた歩き方、手の振り方を頭に浮かべ、楽しく歩けました。
- 汗が出て気持ちよかった。楽しく動くことができました。

### ● 開催会場・企画の目新しさについて

- 大型スーパーを会場としたアイデアはよいと思います。
- 今までのウォーキングとは一風変わったコースで楽しかったです。
- 人に会うのを気にする人もいるので、体育館などで行うのもよいと思う。

### ● 季節や実施時間について

- 冬の時期にはよいと思います。楽しくてからも暖まり、元気が出ました。
- からだが熱くなり、血液めぐりがよくなりそうな気がした。
- 夜に実施してもよいと思う。

### ● 高齢者の運動機会の少なさ

- 家以外をほとんど歩かないので、よかった。
- 市町村別にやって欲しい。



## 運営者の声

### ● テーマの新規性

- ショッピングセンターでウォーキングをするという発想が非常に面白い。
- 運動しながら店内を練り歩くという光景が斬新で面白いアイデアだと思う。
- 冬は外でするウォーキングがむずかしいので屋内であるショッピングセンターならば十分可能であるということがわかった。
- ショッピングセンターであればウォーキングに興

味がないう方も多く訪れるので、そういった方にどのように関心を持っていただくかを考えて企画するとよい。

### ● 開催日やプログラム内容について

- 安全性を確保するため、混み合う休日よりも平日に開催したほうがよいかもしれない。
- 今回はレク式体力チェック、ウォーキング、クイズ、アンケートと内容をつめ込み過ぎた感じもあった。

## 事業継続に向けて

参加者はショッピングセンターの顧客が多く、もともとスポーツとなじみの薄い方もいたようだが、「まず、歩いてみることに」の大切さをアピールできたのではないと思う。今回のイベントでスポーツの大切さや運動不足の自覚を感じてもらえれば、今後はそれに応える事業を実施していけばよいだろう。

主管団体(NPO法人 希楽々)は総合型スポーツクラブとして普段から「お寺とウォーキング」「お花とウォーキング」など、スポーツとのつながりがない人たちも呼び込む事業の工夫をしている。今回の催しも

同様に「お買い物とウォーキング」という別の2つの要素を合わせた内容となり、そこに新しいターゲットを発見できた。

今回の参加者以上にスポーツに縁のない人々は、たくさんいるだろう。そういった方に「歩いてみたら、からだがかかかして気持ちよかった」と、好意的に感じていただければスポーツを始めるきっかけとなる。ウォーキングという誰でもできるスポーツは、スポーツ人口のすそ野を広げるテーマとして、もっと活用できそうだ。

## 次なるアイデア

運営者からは「ほかの世代もとり込めるのではないか」という意見が出た。「買い物ついでにウォーキング」という気軽に参加できる内容にするためには、もっとシンプルでわかりやすいプログラムがよいのではないかという意見も出た。

- 次回は30～40代やファミリーでも参加しやすいイベントにできたらよい。
- 男性参加者が少なかったため、夫婦で参加していただければ共通の話題にもなってよい。
- 買い物ついでに気軽にウォーキングするというふうにしたい。
- 飛び入り参加者が少なかったため、シンプルな内容にしたほうが参加しやすいと思う。

- ウォークラリーのような楽しいウォーキングイベントもできそうだ。

お店側へのメリット提供策のアイデアも出ている。ショッピングセンターという会場の協力があって成り立つ事業なので、運営者側と店舗側の信頼関係を築くアイデアは重要である。

- 店側にメリットがある企画内容を準備すべき。
- 店員さんも昼休みなどを利用して一緒に参加すれば、店全体が盛りあがると思う。
- 「普段は2階にあげられないが、今日は2階に行くきっかけになった」という声があった。
- ポイントカードや割引など今後還元できる景品が用意できれば、お客様としてもお得感があってよいと思う。

## 成果と課題

### 〈成果〉

- ★ スポーツになじみが薄い参加者もいたが、「歩くことはよい」と感じていただくことができた。ウォーキングコースには参加者によっては普段あまり行かないフロアも含まれていたため、探検のような面白さを提供できたようだ。これは、店の魅力を再発見してもらえるという「店側へのメリット提供」になる。
- ★ 新型の広大なショッピングモールでなくてもウォーキングイベントが可能であることが証明できた。今回の会場のような中型ショッピングセンターは全国にたくさんあるので、同様のイベントを実行できる会場が全国に多く存在するということになるだろう。

### 〈課題〉

- ★ 当日参加者数には多少余裕があった。買い物客が途中からでも気軽に参加しやすいシンプルなプログラムを検討してもよいだろう。それを複数回行うことにより認知度も高まり、店の折込チラシによる告知もすれば参加動員はもっと容易になるだろう。
- ★ 今回は実施しなかったが、買い物客と店員と一緒にウォーキングしている風景を想像すると非常に興味深い。主催団体、店側、顧客の間に連帯感が生まれ、事業運営自体がさらに活性化されるだろう。店側は「地域密着」を具現化でき、参加者・運営者を含めたすべての人にとって、店舗が「もっと楽しいワンダーランド」となる可能性を秘めている。