



感動のそばに、いつも。

令和7年度老人保健事業推進費等補助金

高齢者のスポーツや文化活動を通じた社会参加を活性化するための
イベントのあり方に関する調査研究

最終報告書

株式会社 JTB総合研究所

JTB Tourism Research & Consulting Co.

目次

エグゼクティブサマリー	… P.3		
0 事業の目的及び実施概要	… P.5	4 ねんりんピックのあり方に係る検討の方向性	… P.71
(1)事業背景と目的	… P.6	(1)大会の理念とブランドの再定義	… P.72
(2)調査研究事業の概要	… P.7	(2)多様な関係者と価値を共創する大会モデルへの転換	… P.73
(3)実施スケジュール	… P.8	(3)価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築	… P.74
(4)有識者検討会体制	… P.9		
(5)有識者検討階実施内容	… P.10	5 ねんりんピックの開催方法への整理・提案	… P.75
(6)アンケート調査の設計	… P.12	(1)広報・PR戦略	… P.76
(7)ヒアリング調査の設計	… P.13	(2)魅力向上、ブランディング	… P.84
(8)実地調査の設計	… P.14	(3)効果的/効率的な実施方法	… P.88
1 ねんりんピックの実施概要	… P.15	(4)マニュアル化・パッケージ化	… P.95
(1)開催実績	… P.16	(5)民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化	… P.101
(2)主要競技・イベント	… P.20	(6)レガシー活用	… P.113
(3)参加者・関係団体	… P.21		
2 ねんりんピックの意義・期待される効果の整理	… P.22	6 令和9年度のイベント実施に向けて	… P.126
(1)参加高齢者	… P.23	(0)有識者検討会での意見等	… P.127
(2)開催自治体	… P.25	(1)検討結果の整理	… P.128
(3)競技団体	… P.32	(2)実施イメージ	… P.129
(4)一般	… P.34		
(5)意義・期待される効果のまとめ	… P.39	7 総括	… P.130
3 ねんりんピックの課題整理	… P.46		
(1)自治体から見るねんりんピックの課題	… P.47		
(2)競技団体から見るねんりんピックの課題	… P.54		
(3)一般人から見るねんりんピックの課題	… P.58		
(4)課題のまとめ	… P.62		

事業目的

- 高齢者の健康寿命延伸と社会参加促進を目的に、ねんりんピック等のイベントの意義・効果と課題を整理し、効率的かつ持続可能な開催方法と次世代モデルの方向性を明らかにする。

現状

- ねんりんピックは、高齢者の健康増進、生きがい創出、社会参加促進を目標にしており、参加者の健康認識や生活満足度は一般高齢者を大きく上回る。大会への参加に向けた継続的な活動が、健康寿命延伸に資する実効的な施策であることが確認された。
- 開催自治体における財政的・人的負担は年々増大し、運営ノウハウが十分に継承されない構造的課題が顕在化している。加えて、国全体としての認知度は低く、社会的インパクトを十分に発揮できていない。
- 官民連携、多世代交流、地域資源活用を組み込むことで、健康施策・地域活性・企業価値向上を並行して実現するモデルへ転換できる可能性があり、持続可能な全国イベントとして再構築する余地が大きい。

課題

- ねんりんピックはシニア層を含め国民的認知度が低く、参加者が一部のアクティブな高齢者層に偏っている。健康・交流・生きがいといった社会的価値が十分に伝わっておらず、未参加層・無関心層への波及効果が薄いことが最大の課題である。
- 都道府県持ち回り方式により、短期間で多大な人的・財政的負担が発生している。運営負担の個人への偏り、ノウハウ未蓄積、宿泊・輸送手配の困難さなどが重なり、将来的な開催継続に不安を残している。
- 競技選定や参加条件が仕事を持つ高齢者や運動未経験層に必ずしも受け入れられているとは言えず、体力・費用・拘束期間が参加障壁、参加拡大を妨げている。

提言

- ねんりんピックを高齢者のスポーツ大会から、健康寿命延伸と社会参加を実現する国民的プラットフォームとして再定義する。名称・ロゴ・キャッチコピーを刷新し、参加者の体験や成果を軸としたストーリー発信を展開することで、認知度と共感を飛躍的に高める。
- 運営マニュアル、広報素材、Web基盤、協賛制度を標準化・パッケージ化することにより、開催自治体の準備負担を大幅に軽減し、ノウハウの継承とクオリティの担保を図る。
- 企業・団体を単なる協賛対象ではなく共創パートナーとして位置づけ、健康づくり、地域活性、デジタル活用等の実証の場として大会を活用する。大会後も持続的な地域活動に資するレガシー設計を行い、単発イベントから持続的施策へ転換を図る。

① 事業の目的及び実施概要

- ・高齢者の健康寿命延伸と社会参加促進を目的に、ねんりんピックを中心としたイベントの効果と課題を整理し、今後の持続可能な開催モデルを検討するため、アンケート調査、ヒアリング調査、実地調査を実施した。

① ねんりんピックの実施概要

- ・ねんりんピックの歴史、開催実績、競技・文化イベント構成、関係主体を整理し、全国規模で実施されてきた総合的な健康・交流イベントとしての特徴を整理した。

② ねんりんピックの意義 ②・期待される効果の整理

- ・参加高齢者、開催自治体、競技団体等の視点から、健康増進、生きがい創出、地域交流、経済波及など多面的な効果を定量・定性の両面から検証した。

③ ねんりんピックの課題整理

- ・認知度不足、参加障壁、財政・人的負担、運営ノウハウの未継承、企業連携の不足などの課題に対して、横断的に整理し、構造的課題として明示した。

④ ねんりんピックのあり方に係る ④検討の方向性

- ・大会理念とブランドの再定義、多様な関係者との価値共創、持続可能な開催モデル構築の三方向性を設定し、今後再設計するための基本軸を示した。

⑤ ねんりんピックの開催方法への ⑤整理・提案

- ・広報・PR、ブランディング、運営効率化、協賛強化、レガシー活用について、具体的な改善策と実行イメージを整理した。

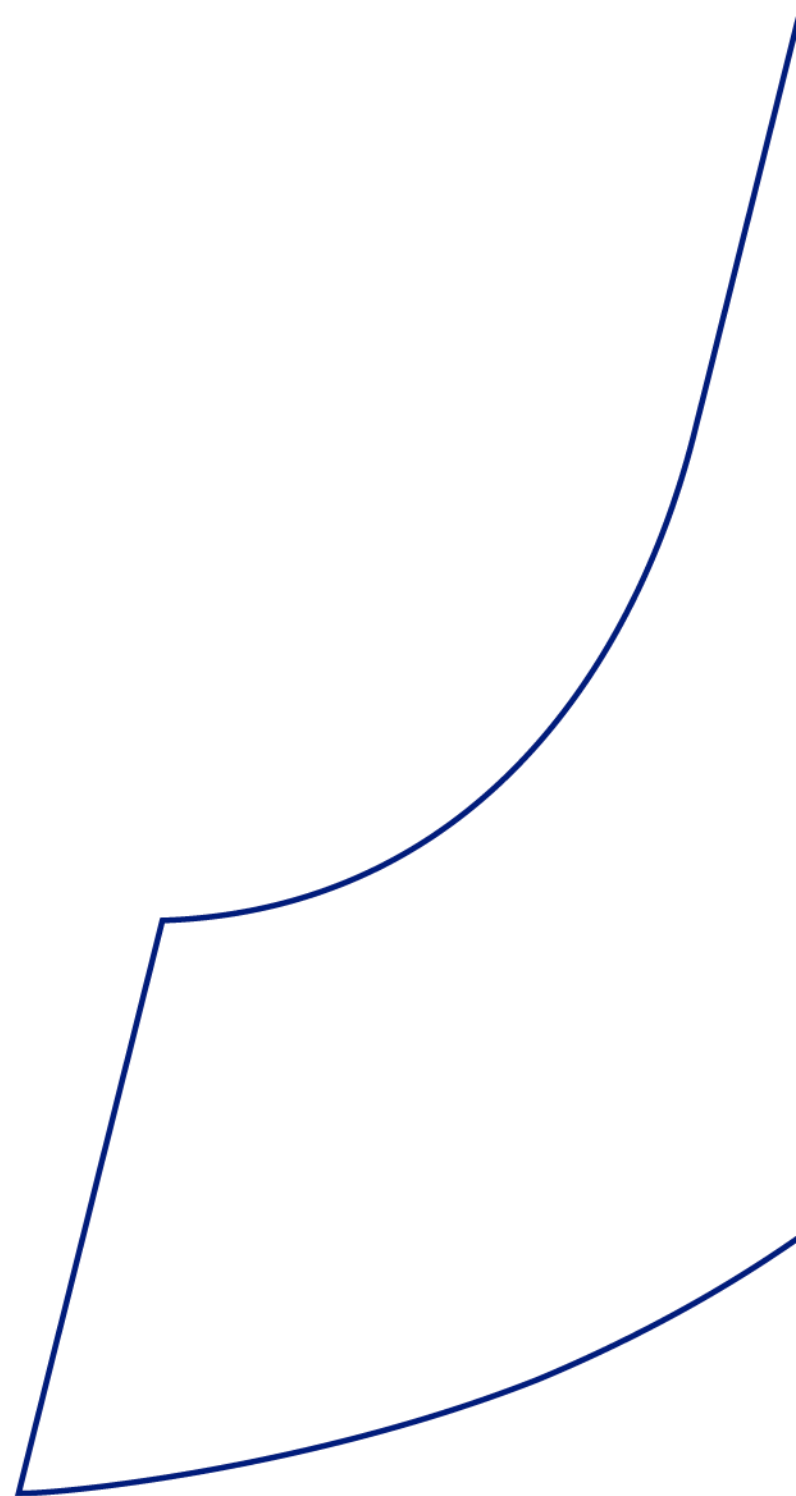
⑥ 令和9年度のイベント実施に ⑥向けて

- ・令和9年度のスピノフイベントを、新たな大会モデルの検証の場と位置づけ、広報、運営、官民連携の導入に向けた実施イメージを示した。

⑦ 総括

- ・ねんりんピックをはじめとしたスポーツ・文化イベントの社会的意義と課題を総括し、健康寿命延伸や社会参加促進に資する取組として、その価値を高めつつ、関係主体の連携により持続的な発展を図る必要性を明確にした。

0 事業の目的及び実施概要



(1) 事業背景と目的

現状と課題

- ・ねんりんピックについては、国民一人ひとりが積極的に健康づくりや社会参加に取り組むとともに、その意義について国民の理解を深めることを目的として実施されてきた。
- ・これまで、昭和63年の第1回「兵庫・神戸大会」から第36回「鳥取大会」まで、約1,670万人が参加するなど、多くの高齢者の健康づくりに一定の効果を上げてきた。
- ・これから高齢者人口がピークとなる2040年に向けて、高齢者の健康づくり、健康寿命の延伸への取組はますます重要になってくることから、ねんりんピックについても、引き続き、高齢者の健康寿命延伸の資する取組を充実する必要がある。
- ・一方、ねんりんピック自体は、開催にかかる財政コスト・人的コストなど、開催自治体の負担が増加しており、効率的な開催方法について検討が求められている。

検討の方向性

本調査研究では、以下の点について検討を行いたい。

- ・「ねんりんピック」というイベントを通じて、更なる高齢者の健康づくり・健康寿命の延伸につながるようになるためには、どのような取組の充実策が考えられるか。
- ・ねんりんピック大会を効率的・効果的に開催するためにはどのような開催方法が考えられるか。



R9年度は、厚労省主催でねんりんピック大会の代替(スピンオフ)イベントを実施予定。本研究事業で検討された取組の充実策を踏まえて実施内容の骨格について整理を行いたい。

(2) 調査研究事業の概要

・令和7年度の老人保健健康推進事業において、下記の調査研究事業を実施し、①今後のねんりんピックのあり方 と、②令和9年代替イベントの内容に関して、有識者や関係者の参画のもと検討を行う。

【テーマ案】

「高齢者のスポーツや文化活動を通じた社会参加を活性化するためのイベントのあり方に関する調査研究」

【趣旨】

- ・高齢者の健康寿命の延伸に向けて、運動や社会参加の促進が重要であり、仲間とスポーツを楽しむことは、身体機能の維持向上や、孤独孤立の防止の観点からも、推進していく必要がある。
- ・現行、高齢者についてスポーツ等を通じた健康づくりを進めるため、ねんりんピックが実施されているが、よりスポーツ等を楽しむ機会づくりを推進していくためにどのような取組が必要か、ねんりんピック等の効果的な実施方法等も含めた検討を行う。

【実施内容】

■有識者、関係者からなる検討委員会の設置

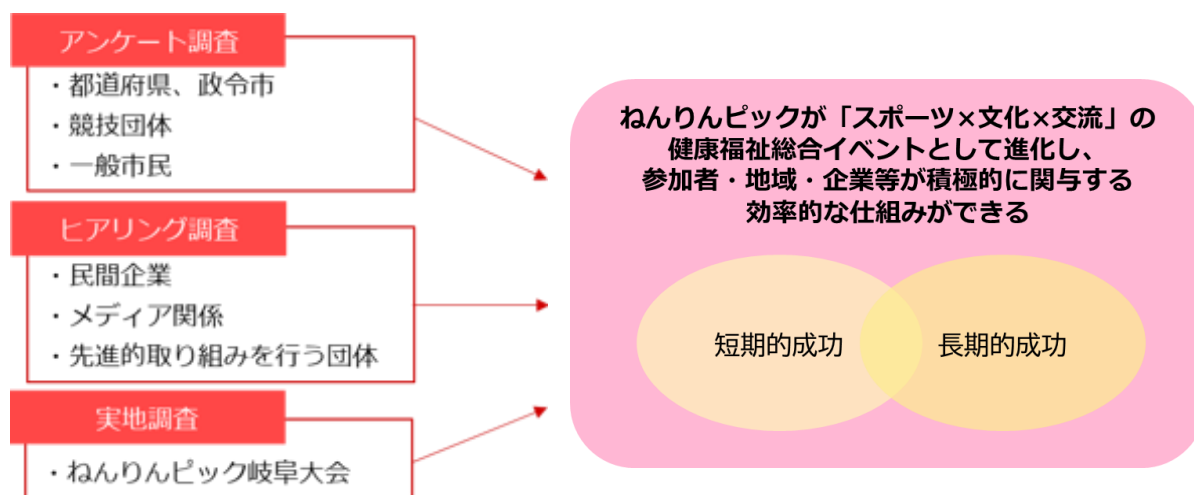
- ・学識者、長寿社会開発センター、スポーツ庁、全国老人クラブ連合会、自治体代表(未開催都道府県)等

■各関係機関へのアンケート、ヒアリング等の実施

- ・各都道府県・指定都市の意見聴取
- ・各競技団体の意見聴取
- ・協賛候補企業等への働きかけ

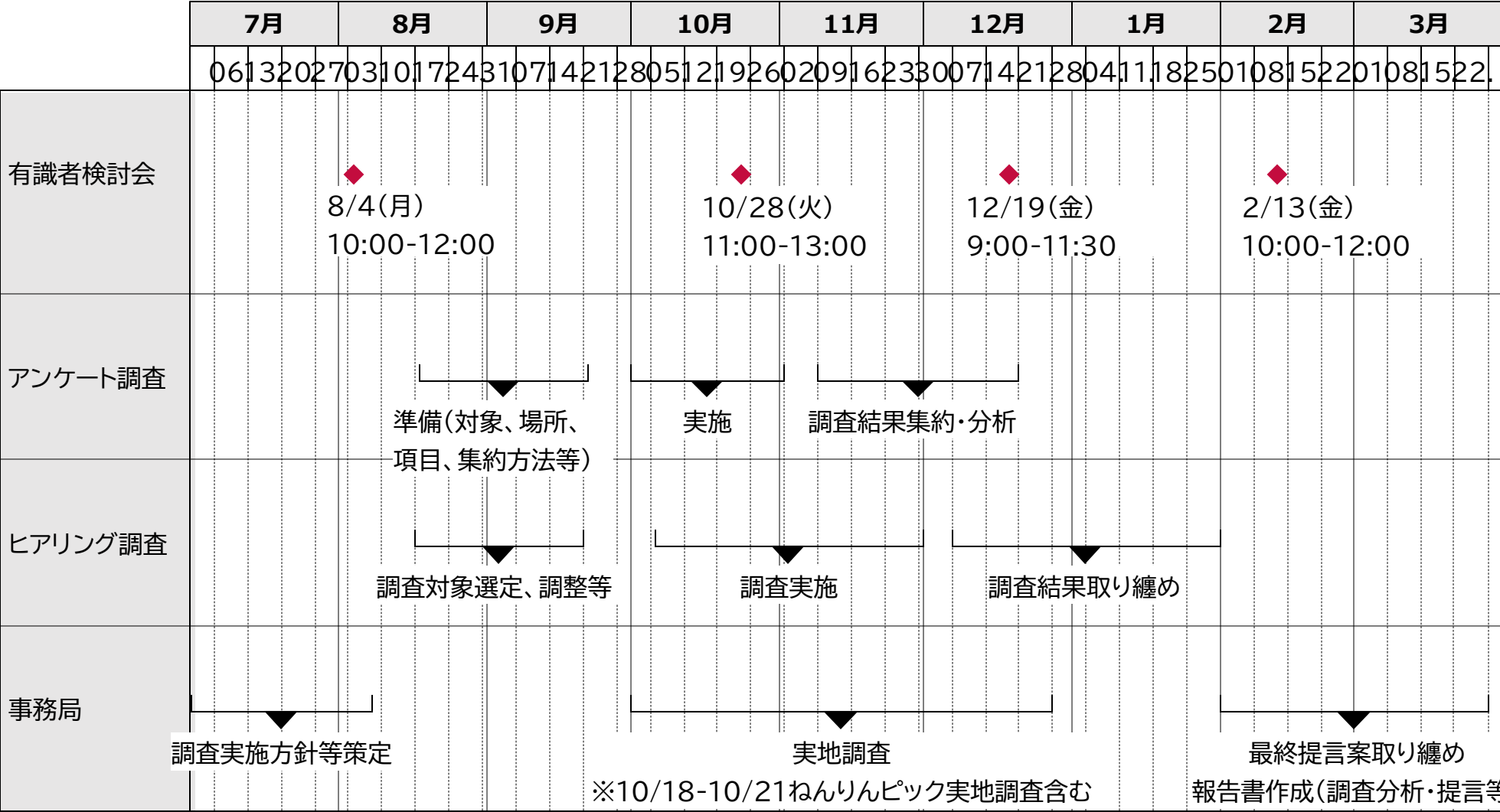
■実地調査

- ・ねんりんピック岐阜大会での情報収集



0. 事業の目的及び実施概要

(3) 実施スケジュール



(4) 有識者検討会体制

【検討委員】

名前	所属	役職
藤原佳典 様(座長)	地方独立行政法人 東京都健康長寿医療センター研究所	社会科学系副所長
押見大地 様	東海大学 体育学部 スポーツ・レジャーマネジメント学科	准教授
手塚光洋 様	公益財団法人川崎市老人クラブ連合会 (公益財団法人全国老人クラブ連合会)	常務理事・事務局長
古田桂一 様	観光 AI 株式会社	代表取締役社長

【オブザーバー】

○都道府県

所属
埼玉県(R8開催地)
東京都(R10開催地)
岡山県(R12開催候補地)

○主催者・共催者 等

所属
(一財)長寿社会開発センター
明るい長寿社会づくり推進機構 (社会福祉法人青森県すこやか福祉事業団青森県長寿社会振興センター)
スポーツ庁 健康スポーツ課
公益財団法人全国老人クラブ連合会
厚生労働省老健局 認知症施策・地域介護推進課

0. 事業の目的及び実施概要

(5) 有識者検討会実施内容

	開催日	議事	会場	備考
第1回	8/4(月) 10:00-12:00	1. 事業説明(ねんりんピックのあり方に関する検討の方向性について)	厚生労働省 会議室	Teamsによる ハイブリッド 開催
		2. 調査計画の詳細について		
		3. 今後のスケジュール・次回有識者検討会日時について		
第2回	10/28(火) 11:00-13:00	1. 実地調査(ねんりんピック)の中間報告	厚生労働省 会議室	Teamsによる ハイブリッド 開催
		2. アンケート調査の中間報告		
		3. ヒアリング調査の中間報告 ヒアリングを踏まえた新たな開催方式の検討(案)		
		4. 令和9年度ねんりんピック スピンオフイベント(案)について		

(5) 有識者検討会実施内容

	開催日	議事	会場	備考
第3回	12/19(金) 9:00-11:30	1. アンケート調査の結果報告	TKP新橋カンファレンスセンター 会議室	Teamsによる ハイブリッド 開催
		2. ヒアリング調査の結果報告		
		3. 効率的・効果的な開催方法について		
		4. 令和9年度ねんりんピック スピンオフイベント(案)について		
第4回	2/13(金) 10:00-12:00	1. ヒアリング調査の結果報告	TKP新橋カンファレンスセンター 会議室	Teamsによる ハイブリッド 開催
		2. 最終調査報告書案報告		

(6) アンケート調査の設計

■趣旨

アンケート調査は、高齢者のスポーツ・文化活動を通じた社会参加の現状と課題を広範囲かつ定量的に把握することを目的とする。全国の自治体、関連企業・団体、参加者、一般市民から幅広くデータを収集することで、全体的な傾向や地域間の差異を明らかにする。

■事業における位置づけ

- ・ 基礎データ収集(事業全体の基盤となる定量的データ収集)
- ・ 課題可視化(高齢者の社会参加促進における現状課題の数値化)
- ・ ヒアリング調査方向性決定(結果分析より重要課題や好事例をヒアリング調査で深掘りする際の指針とする)
- ・ 政策提言エビデンス(提言内容の裏付けとなる客観的データの収集・分析)

■調査概要

項目	過去開催自治体	直近開催自治体	未開催自治体	中央競技団体向け調査	地方競技団体向け調査	一般向け調査
対象	都道府県・政令指定都市			中央競技団体	地方競技団体 (愛媛・鳥取)	全国の50歳以上の一般市民
調査対象母数	44自治体	8自治体	15自治体	37団体	62団体	—
回収率	38自治体 (86.3%)	6自治体 (75.0%)	15自治体 (100.0%)	16団体 (43.2%)	34団体 (54.8%)	800名
実施方法	郵送法+Web回答調査			郵送法+Web回答調査		Web回答調査
実施時期	2025年9月10日～11月19日			2025年9月10日～11月19日		2025年10月

(↓調査対象と定義)

自治体 : 都道府県・政令指定都市を対象に、過去開催(直近の開催から一定期間を置いた自治体)、直近開催(過去数年以内に開催した自治体)、未開催(開催経験なし)の3区分で実施。

競技団体: ねんりんピックで行われた競技に関する中央競技団体、地方競技団体(愛媛県・鳥取県)。

一般 : 全国の50歳以上の一般市民。

(7) ヒアリング調査の設計

■趣旨

ヒアリング調査は、アンケートだけでは捉えきれない詳細な情報や背景、成功要因、課題解決プロセスなどを質的に把握することを目的とする。

特に先進的な取り組みを行っている団体や、新たな連携可能性のある民間企業などから、深い洞察を得ることを目指す。

■事業における位置づけ

- ・ 深層分析(アンケート調査で得られた定量データの背景にある要因や文脈を探る)
- ・ 成功事例の詳細把握(実施方法、要因、課題解決のプロセス詳細)
- ・ 多角的分析(企業やメディアなど異なる立場からの意見を収集し、多角的分析をする)
- ・ 実践的な解決策検討(現場の声を直接聞くことでより実行性の高い提言に繋げる)

■調査概要

調査対象	詳細	調査目的	手法
①民間企業	・ ヘルスケア・ウェルネスケア企業 A社 ・ スポーツ関連企業 B社 ・ スポーツ関連企業 C社 ・ 金融・保険 D社 ・ 金融・保険 E社 ・ 小売・アパレル企業 F社 ・ 通信・情報企業 G社	高齢者向け事業の現状、公的イベントとの連携可能性、参画条件等	対面またはオンラインでのインタビュー(1社あたり60分程度)
②メディア関係	・ メディア・情報企業 H社	高齢者のスポーツ・文化活動の報道状況、効果的な情報発信方法の意見交換等	
③先進的取り組みを行う団体 等	・ 中央省庁 I省 ・ ゲーム関連団体 J協会	活動内容、成功要因、課題、他地域への展開可能性等	

(8) 実地調査の設計

■趣旨

イベントの雰囲気等の体感、人流や導線の把握、リスクマネジメント、関連事業者の当日のかかわりなど、多角的な視点で確認し、今後のイベント運営にねんりんピックがもたらす意義と、今後の開催に向けた具体的な課題を発見することを目的とする。

■事業における位置づけ

各立場からの視点を意識する(運営者、参加者、来場者、地域住民などの現場での動き)
定量的・定性的な情報収集(参加人数、会場の混雑度などの定量的な情報に加え、参加者の表情、会話の内容、雰囲気などの定性的な情報も重視。
また必要があれば。運営スタッフ、ボランティア、参加者、来場者など、様々な立場の人にインタビューを行う)
課題と成功要因の洗い出し(開催地域の各現場において、うまくいっている点、改善が必要な点を具体的に把握)

■調査概要

【実施方法】

以下のような調査項目をもって、各スタッフが現地視察を行う。

【調査ポイント案】

1. 大会運営・組織体制

- ・ 総合案内所・インフォメーション機能:情報の質、ボランティアの配置など
- ・ 会場設営・動線:競技会場・交流会場への移動のしやすさ、休憩スペースなど
- ・ セキュリティー・危機管理:緊急時避難路の掲示、医療体制など
- ・ ボランティアの活用:ボランティアのモチベーション、地域住民の参加度合い
- ・ 資金調達と経済効果:スポンサー企業のブースや協賛の状況

2. 参加者・来場者の状況

- ・ 参加者の満足度・エンゲージメント:競技や交流プログラムへの参加者の熱意や表情、参加者同士の交流の様子

3. 競技・交流プログラム

- ・ プログラムの多様性と魅力:高齢者が楽しめる工夫(ルール、設備など)、地域特性

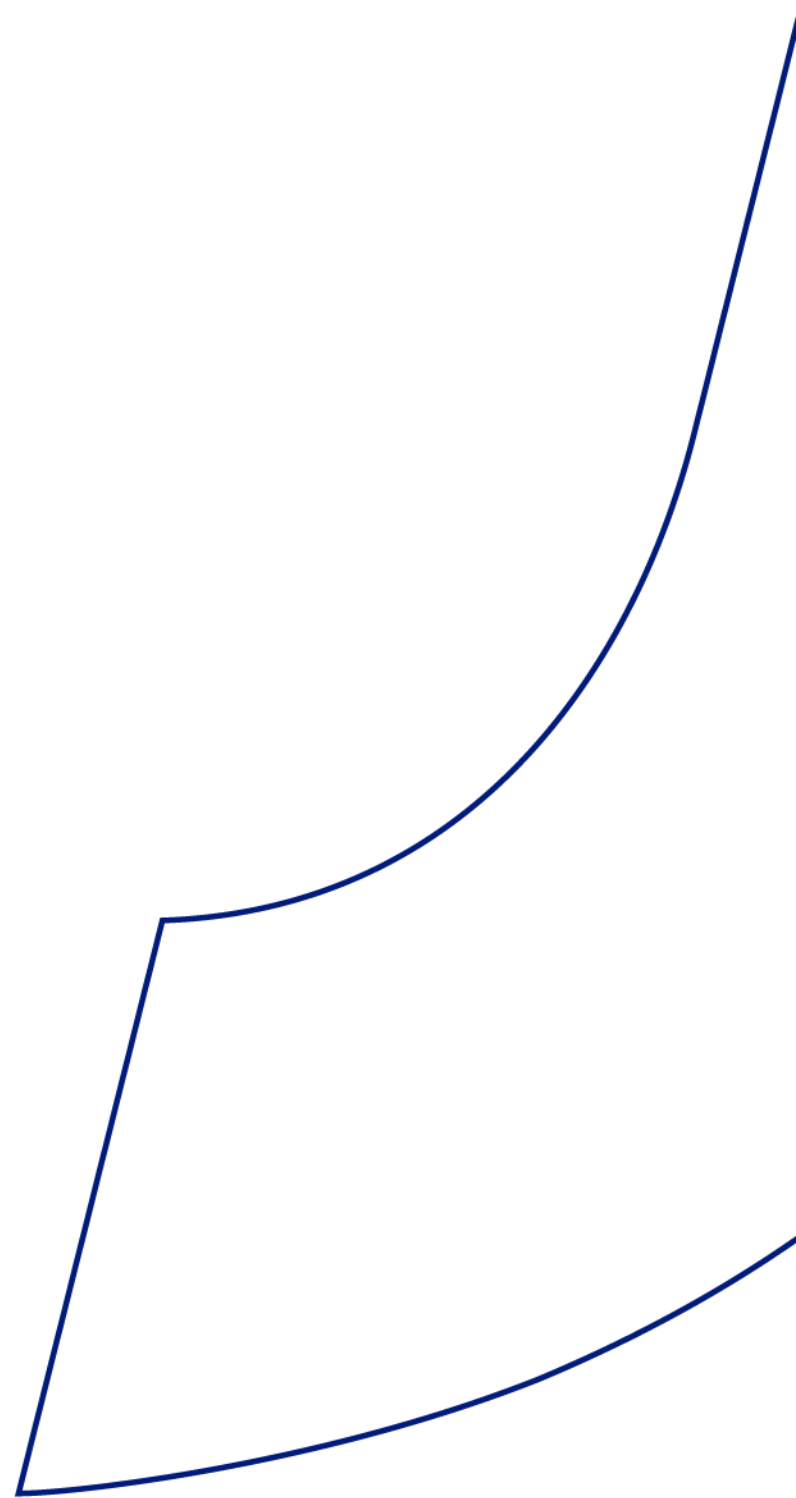
4. 地域との連携・波及効果

- ・ 地元自治体・関係機関との連携:市町村、観光協会、商工会議所、企業などとの連携
- ・ 地域文化・魅力の発信:地元特産品の販売、観光情報の発信ブース
- ・ レガシーの創出:大会後も活用できる施設や仕組みの有無、高齢者の健康増進活動への継続的な影響、地域活性化への長期的な貢献。

5. 広報・情報発信

- ・ 当日の情報提供:高齢者にも分かりやすい情報提供がされているか。

1 ねんりんピックの実施概要



1. ねんりんピックの実施概要

(1) 開催実績

「ねんりんピック」とは、高齢者を中心とするスポーツ、文化、交流を目的とした健康・福祉の総合的な祭典である全国健康福祉祭の愛称であり、厚生省(現:厚生労働省)創立50周年を記念して、昭和63年から開催されている。

観客を含めた延べ参加人員は、第1回ひょうご大会では8万人であったが、その後右肩上がりが増加し、平成6年の第7回かがわ大会では55万人にまで拡大。以降、増減を繰り返し、平成10年の第11回愛知・名古屋大会、平成12年の第13回大阪大会では過去最多となる70万人に達した。その後60万人から40万人程度を行き来し、直近の大会では60万人となっている。

回	開催年	開催自治体	延べ参加人員	健康関連イベント		福祉・生きがい関連イベント		健康、福祉・生きがい共通イベント等	総事業数	併催・共催イベント数	参加自治体数	経済波及効果額 (単位:百万円)
				交流大会種目数(※1)	その他イベント数	文化交流大会種目数	その他イベント数					
1	昭和63年	兵庫県・神戸市	8万人	8	3	2	4	2	19	5	57	—
2	平成元年	大分県	18万人	13	3	2	6	3	27	18	58	—
3	平成2年	滋賀県	23万人	16	3	3	4	4	30	21	58	—
4	平成3年	岩手県	27万人	16	4	3	5	7	35	18	58	—
5	平成4年	山梨県	30万人	15	3	3	4	5	30	26	59	—
6	平成5年	京都府・京都市	46万人	16	3	3	4	7	33	31	59	4,228
7	平成6年	香川県	55万人	16	3	3	5	6	33	38	59	5,107
8	平成7年	島根県	33万人	17	3	3	4	7	34	33	59	6,325
9	平成8年	宮崎県	43万人	17	3	5	4	6	35	34	59	8,039

第1回から第5回は集計なし

※1 「スポーツ交流大会」、「ふれあいスポーツ交流大会」の種目数合計

1. ねんりんピックの実施概要

(1) 開催実績

回	開催年	開催自治体	延べ参加人員	健康関連イベント		福祉・生きがい関連イベント		健康、福祉・生きがい共通イベント等	総事業数	併催・共催イベント数	参加自治体数	経済波及効果額 (単位: 百万円)
				交流大会 種目数 (※1)	その他 イベント 数	文化 交流大会 種目数	その他 イベント 数					
10	平成9年	山形県	52万人	16	3	5	4	6	34	38	59	9,740
11	平成10年	愛知県・名古屋市	70万人	20	3	4	4	7	38	47	59	11,911
12	平成11年	福井県	46万人	19	3	3	4	6	35	34	59	9,718
13	平成12年	大阪府・大阪市	70万人	19	3	4	4	8	38	42	59 (※2)	12,750
14	平成13年	広島県・広島市	61万人	18	2	3	3	6	32	36	59	13,522
15	平成14年	福島県	51万人	19	3	4	4	9	39	39	59	7,684
16	平成15年	徳島県	44万人	19	3	3	3	6	34	23	59	7,210
17	平成16年	群馬県	50万人	21	3	4	3	6	37	23	60	8,059
18	平成17年	福岡県・北九州市・福岡市	54万人	19	3	4	3	6	35	26	61	10,005
19	平成18年	静岡県・静岡市	57万人	20	3	3	3	6	35	41	61	8,218
20	平成19年	茨城県	48万人	19	3	6	3	6	37	21	64	9,182

※1 「スポーツ交流大会」、「ふれあいスポーツ交流大会」の種目数合計

※2 第13回大会(平成13年)は、ラグビー(ふれあいスポーツ交流大会)で海外枠あり

1. ねんりんピックの実施概要

(1) 開催実績

回	開催年	開催自治体	延べ参加人員	健康関連イベント		福祉・生きがい関連イベント		健康、福祉・生きがい共通イベント等	総事業数	併催・共催イベント数	参加自治体数	経済波及効果額 (単位: 百万円)
				交流大会 種目数 (※1)	その他 イベント 数	文化 交流大会 種目数	その他 イベント 数					
21	平成20年	鹿児島県	54万人	21	3	4	3	6	37	19	64	10,654
22	平成21年	北海道・札幌市	54万人	18	3	3	3	5	32	27	65	8,323
23	平成22年	石川県	54万人	19	3	5	3	5	35	38	65	10,172
24	平成23年	熊本県	55万人	18	3	4	3	5	33	17	66	10,771
25	平成24年	宮城県・仙台市	51万人	14	3	4	3	4	28	12	67	8,218
26	平成25年	高知県	40万人	19	3	4	3	4	33	9	67	9,210
27	平成26年	栃木県	41万人	20	3	4	3	5	35	12	67	8,832
28	平成27年	山口県	54万人	21	3	4	3	5	36	9	67	9,357
29	平成28年	長崎県	55万人	22	3	4	3	5	37	12	67	9,752
30	平成29年	秋田県	52万人	22	3	4	3	4	36	12	67	10,680
31	平成30年	富山県	55万人	22	3	5	3	4	37	15	67	11,046
32	令和元年	和歌山県	56万人	22	3	5	3	4	37	9	67	10,097

※1 「スポーツ交流大会」、「ふれあいスポーツ交流大会」の種目数合計

1. ねんりんピックの実施概要

(1) 開催実績

回	開催年	開催自治体	延べ参加人員	健康関連イベント		福祉・生きがい関連イベント		健康、福祉・生きがい共通イベント等	総事業数	併催・共催イベント数	参加自治体数	経済波及効果額 (単位：百万円)
				交流大会 種目数 (※1)	その他イベント数	文化 交流大会 種目数	その他 イベント 数					
33	令和2・3年	岐阜県	(新型コロナウイルス感染症の影響により1年延期・その後中止)									
34	令和4年	神奈川県・横浜市・川崎市・相模原市	62万人	28	3	4	4	4	43	34	67	11,129
35	令和5年	愛媛県	53万人	25	3	4	4	4	40	17	67	12,917
36	令和6年	鳥取県	54万人	23	3	6	4	5	41	11	67	13,148
37	令和7年	岐阜県	60万人	26	3	5	4	6	44	12	67	15,618

※1 「スポーツ交流大会」、「ふれあいスポーツ交流大会」の種目数合計

(2) 主要競技・イベント

①総合開会式・総合閉会式

②健康関連イベント

高齢者を対象とする高齢者健康スポーツ祭やスポーツと健康増進、各種運動と医学上の注意点等についての啓発も兼ねる健康度チェック(血圧、脈拍、体力測定等)及び健康相談コーナーなどのイベント

・スポーツ交流大会

【主要競技】卓球、テニス、ソフトテニス、ソフトボール、ゲートボール、ペタンク、ゴルフ、マラソン、弓道、剣道 等

・ふれあいスポーツ交流大会

【主要競技】グラウンド・ゴルフ、太極拳、ウォークラリー、サッカー、ソフトバレーボール、水泳、ダンススポーツ、なぎなた、ボウリング、ラグビー
ターゲットバードゴルフ、バウンドテニス、インディアカ 等

・その他健康関連イベント

【主要イベント】ニュースポーツ教室、健康づくり教室、健康フェア 等

③福祉・生きがい関連イベント

高齢者の社会参加、生きがいの高揚を図るための高齢者作品展などのイベント。積極的に社会参加し、生きがいを高めていけるようにするための環境づくりに資する各種行政施策・民間サービスの紹介、世代間及び地域間の交流等にも配慮した内容で実施されるもの。

・文化交流大会

【主要競技】囲碁、将棋、俳句、民謡、かるた(百人一首)、健康マージャン 等

・その他福祉・生きがい関連イベント

【主要イベント】美術展、地域文化伝承館、音楽文化祭 等

(2) 主要競技・イベント

④健康、福祉・生きがい共通イベント

健康、福祉・生きがいをテーマとするシンポジウムや各種展示、健康福祉機器展等のイベント

【主要イベント】シンポジウム・講演会、健康福祉機器展、ふれあい広場 等

⑤併催イベント

大会主催者による大会趣旨に沿った各種イベント

⑥協賛イベント

大会趣旨に賛同する企業、団体が主催するイベント

(3) 参加者、関係団体

①主催者

厚生労働省、開催地の都道府県(政令指定都市)、一般財団法人長寿社会開発センター

②共催者

スポーツ庁

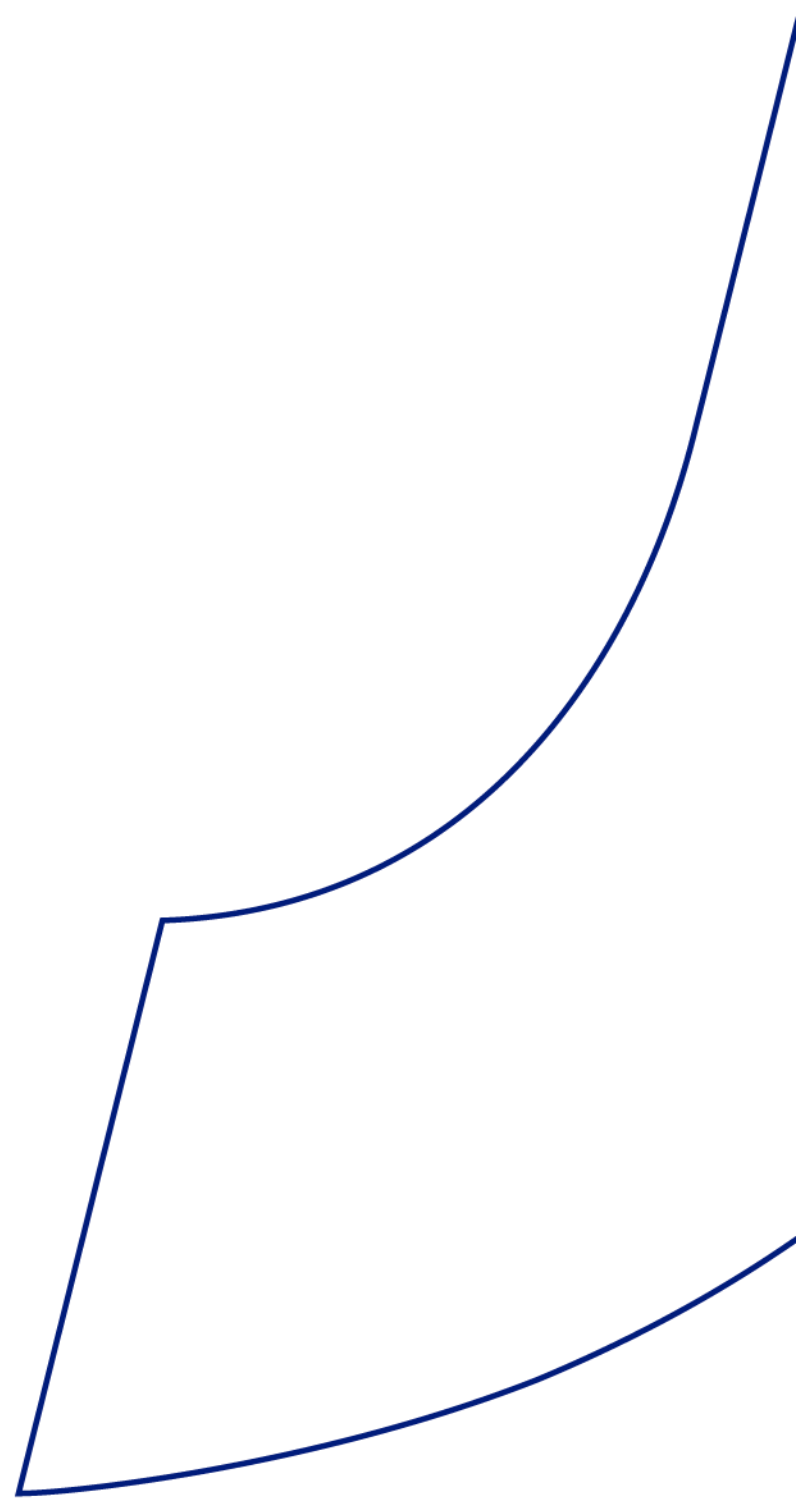
③参加者

- ・主たる参加者は、60 歳以上の者
- ・世代交流等にも積極的に配慮する

④参加自治体

都道府県、政令指定都市単位での参加

2 ねんりんピックの意義・期待される効果の整理

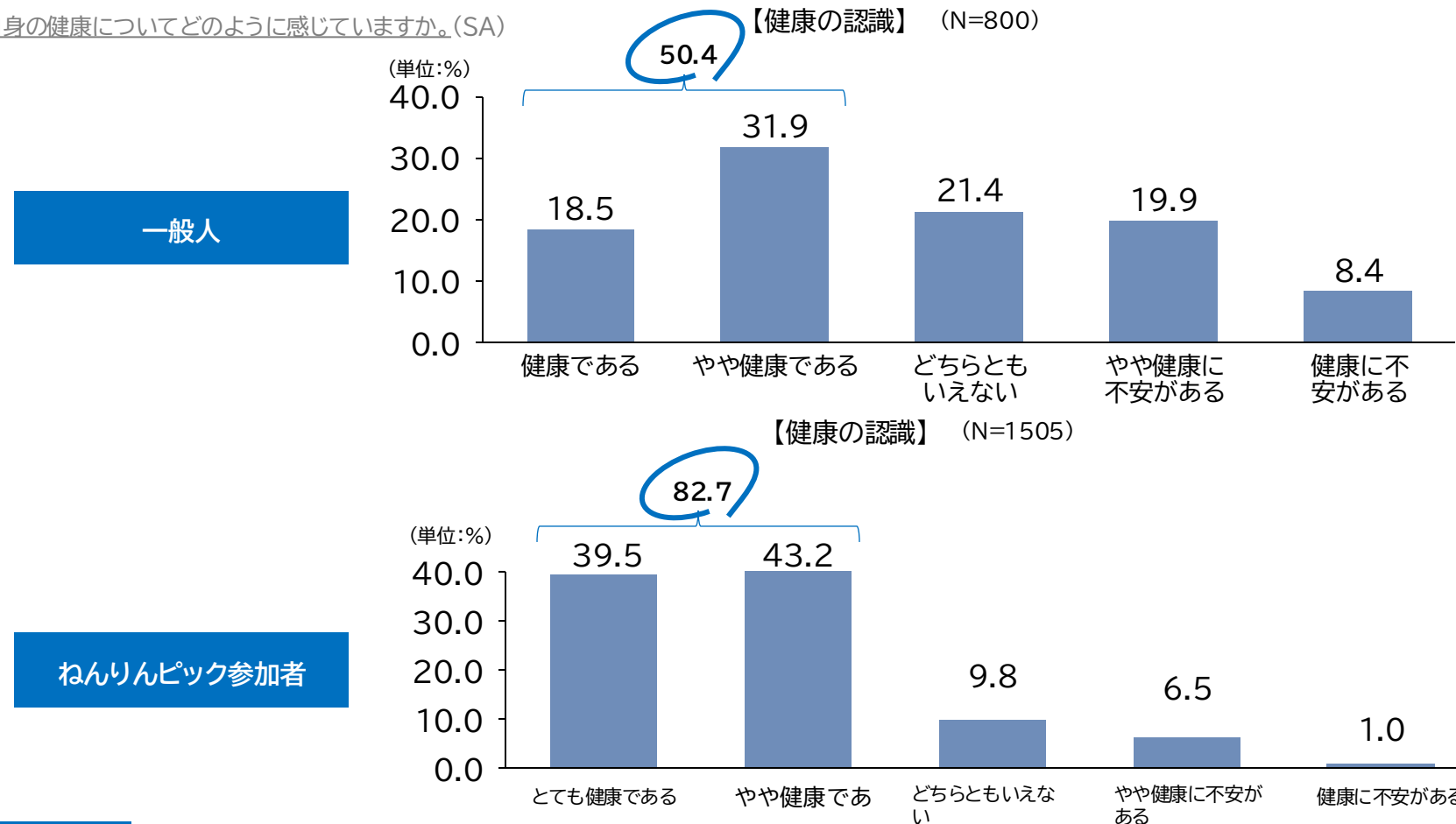


3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

(1) 大会参加者からみる、ねんりんピックの意義・期待される効果

- ・ 一般人は、約半数しか「健康である」と感じていないのに対し、ねんりんピック参加者は約8割が「健康である」と感じている。
- ・ ねんりんピックへの参加と健康改善には相関関係の傾向にある。

Q4.現在、ご自身の健康についてどのように感じていますか。(SA)



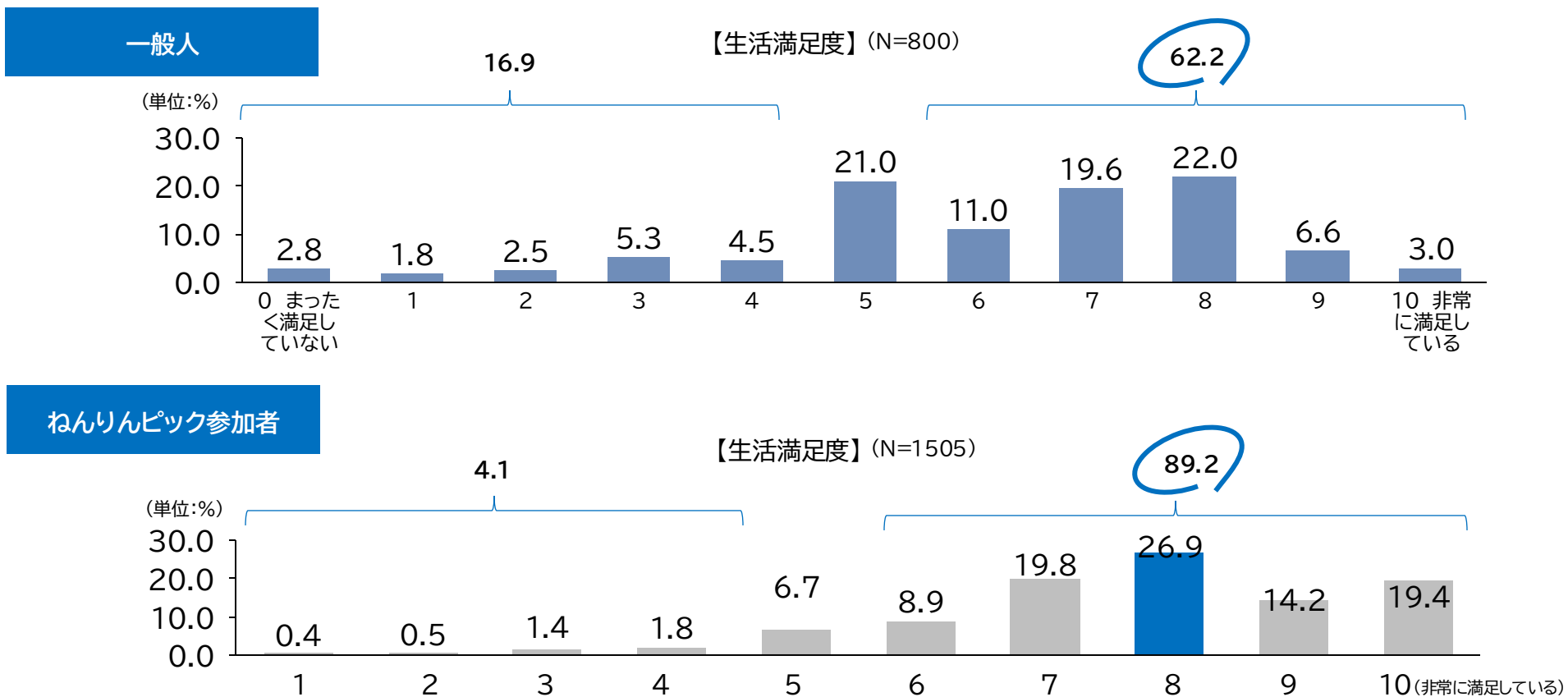
ねんりんピックの
果たす役割

・ねんりんピックの参加者は、自身が健康だと認識している割合が高く、ねんりんピック参加という目標が健康増進に寄与する可能性が高いことがわかる

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- 生活満足度について、「一般向けアンケート」と「ねんりんピック岐阜大会参加者アンケート」の結果を比較すると、生活に満足度を感じている割合は、ねんりんピック参加者のほうが顕著に多い。
- ねんりんピックへの参加と、生活満足度の向上には相関関係の傾向にある。

Q7.全体として、あなたの現在の生活にどのくらい満足していますか？。(SA)



ねんりんピックの
果たす役割

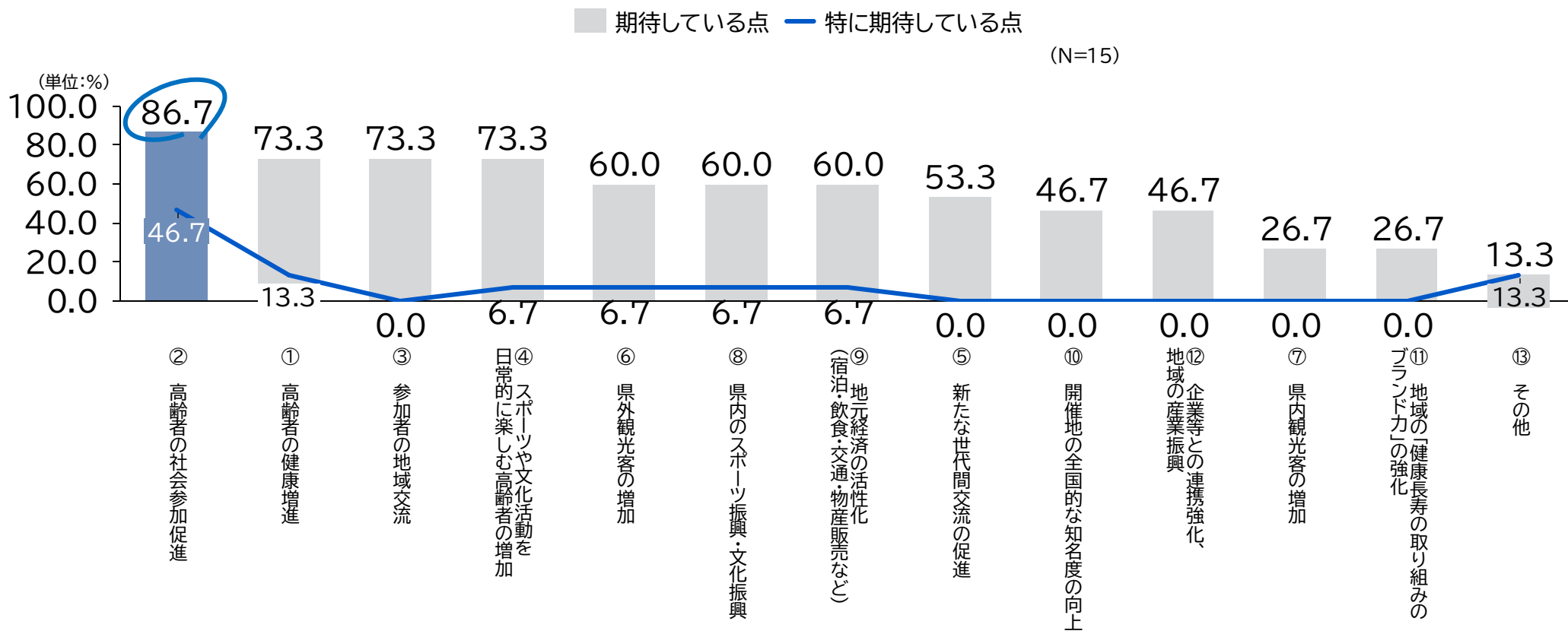
- ねんりんピックへの参加と、生活満足度の向上には相関関係があり、ねんりんピックの参加が高齢者の生きがいづくりに役立っている可能性が高い。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

(2)自治体から見るねんりんピックの、ねんりんピックの意義・期待される効果

- ねんりんピックは、高齢者が社会とつながり、活動的な生活を送るための重要な機会を提供している。

【再掲:ねんりんピックに期待している点】



ねんりんピックの 果たす役割

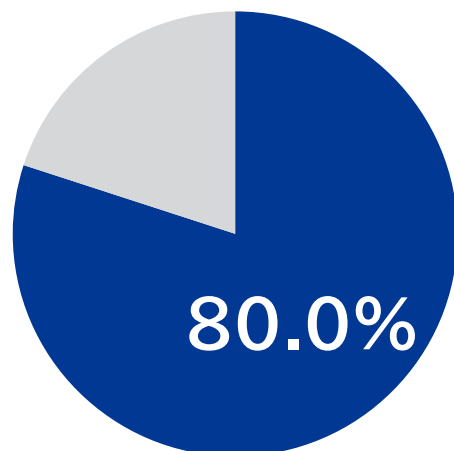
- ねんりんピックを通じて高齢者の社会的孤立を防ぎ、活動意欲の向上を促す可能性があるほか、新たな趣味や役割を見つけるきっかけとなり得る。
- 競技や文化プログラムへの参加だけでなく、ボランティア活動や観覧を通じて、多様な形で社会との接点を持つことができる。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JT B総合研究所

- ねんりんピックは、スポーツや文化活動を通じて、高齢者の心身の健康を維持し、充実した生きがいを創出している。

【ねんりんピックを開催して良かったこと】

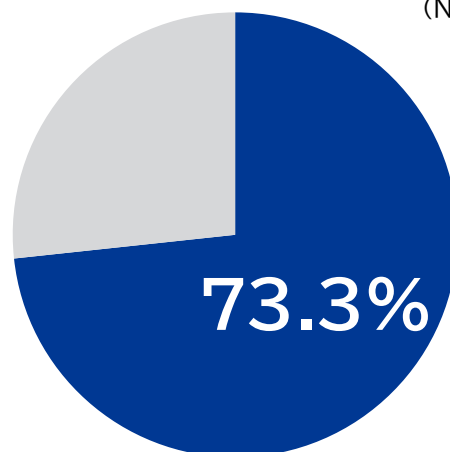
(N=5)



- 直近開催自治体の80.0%が高齢者の健康増進につながったと評価

【ねんりんピックの開催にあたって期待すること】

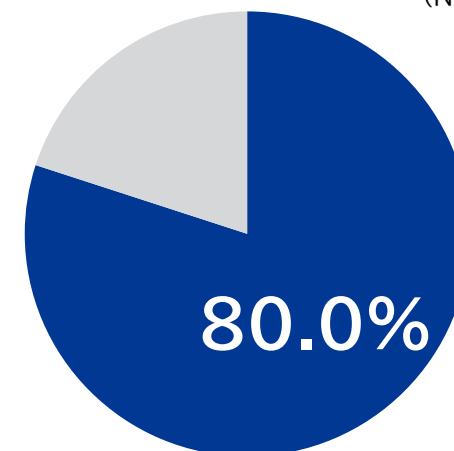
(N=15)



- 未開催自治体の73.3%がねんりんピック開催による高齢者の健康増進について期待

【ねんりんピック開催のきっかけ】

(N=5)



- 直近開催自治体の80.0%がねんりんピック開催の経緯として「高齢者の生きがいづくり」を狙う

ねんりんピックの 果たす役割

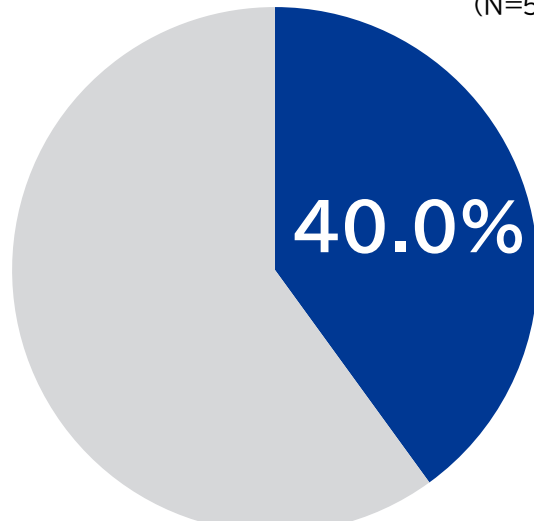
- 身体活動による健康維持、趣味や特技を通じた精神的な充実、目標を持つことによる日々の生きがいを持てる。
- 多様な競技種目や文化プログラムが用意されており、高齢者の幅広いニーズに応じた活動の場を提供できる。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、全国各地から集まる参加者同士が交流を深め、新たな関係性と地域間の絆を育む貴重な場となる。

【ねんりんピック開催のメリット】
(再掲)

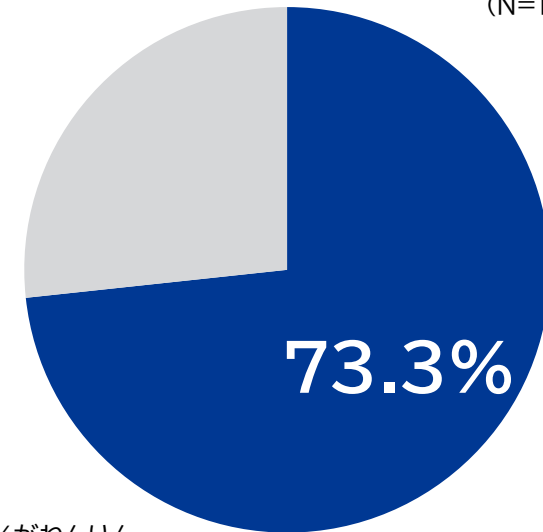
(N=5)



- 直近開催自治体の40.0%がねんりんピックによって地域交流が活発になったと評価

【ねんりんピック開催への期待】
(再掲)

(N=15)



- 未開催自治体の73.3%がねんりんピックによって地域交流が活発になることを期待

ねんりんピックの 果たす役割

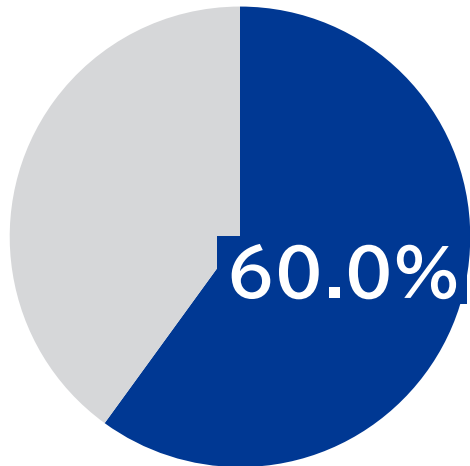
- 異なる地域の文化や習慣に触れる機会を提供し、相互理解を促進している。
- 共通の趣味や目的を持つ人々との出会いを通じて、新たな人間関係を築くことができる。
- 競技会場や関連イベント、ふれあい広場など、様々な場所で自然な交流が生まれるよう工夫されている。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JT B総合研究所

- ねんりんピックは、開催地域に経済的恩恵をもたらし、地域の文化やスポーツの発展を幅広く促進している。

【ねんりんピック開催のメリット】(再掲)

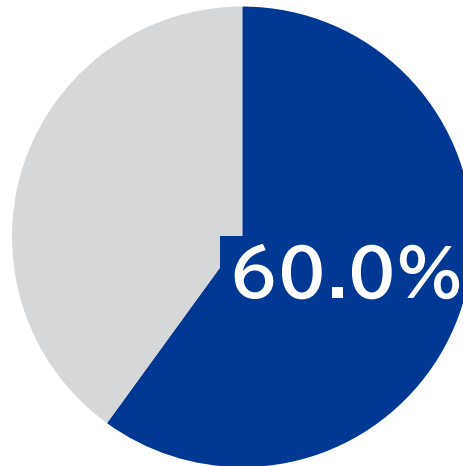
(N=5)



- 直近開催自治体の60.0%がねんりんピックによって県内のスポーツ振興・文化振興につながったと評価

【レガシーとなる取り組みの検討】(再掲)

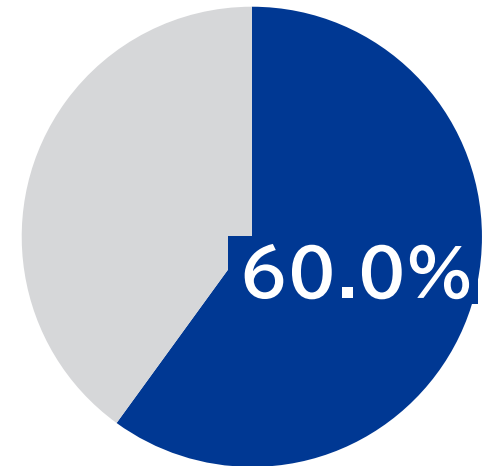
(N=5)



- 直近開催自治体の60.0%がねんりんピックによるレガシーとなるような取り組みを実施している

【ねんりんピックへの期待】(再掲)

(N=15)



- 未開催自治体の60.0%がねんりんピック開催によって県内のスポーツ振興・文化振興がなされると期待

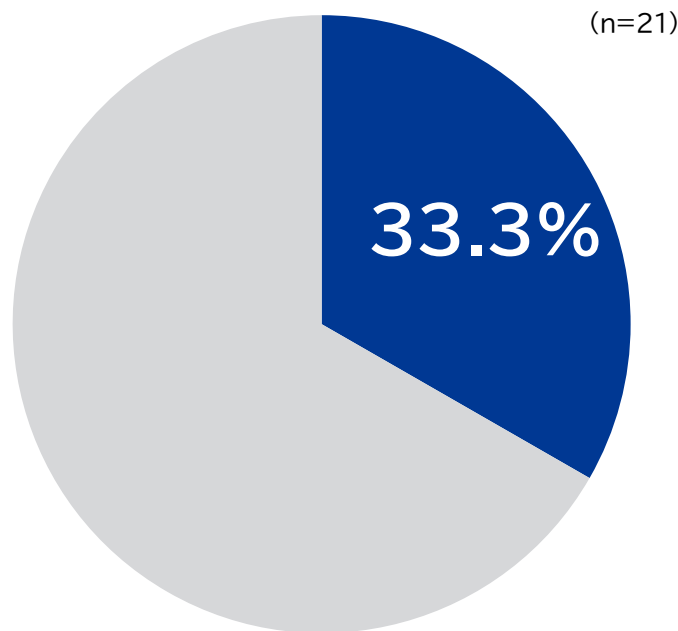
ねんりんピックの
果たす役割

- ねんりんピック開催は、地域のスポーツ施設活用や文化活動の発表の場を創出している。
- ねんりんピックが単なる競技会に留まらず、地域全体を巻き込む「祭り」としての側面を持ち、住民の参加意識を高める可能性がある。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

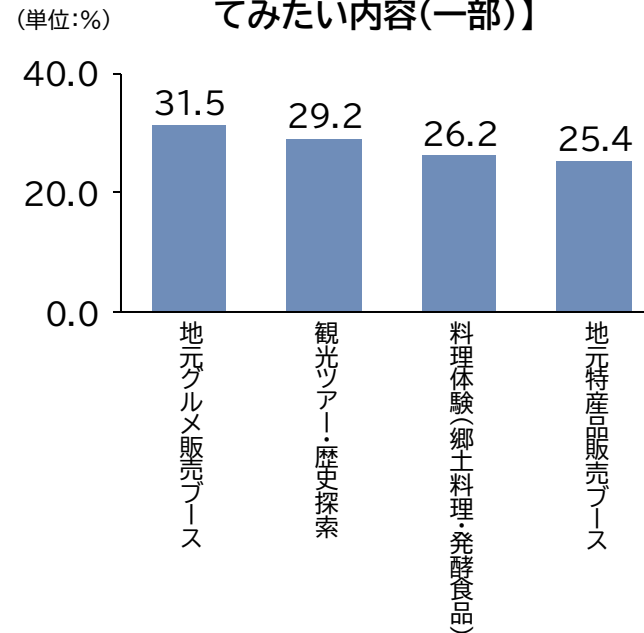
- ねんりんピックは、開催地の「観光」を促進し、地域経済に活力を与える重要な役割を果たす。

【再掲：ねんりんピック参加理由】



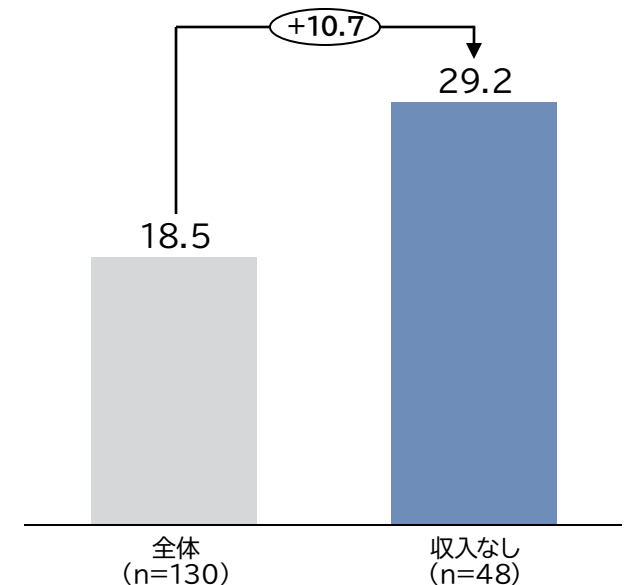
- ねんりんピック参加者うち、33.3%が周辺観光も目的としてねんりんピックに参加したと回答

【再掲：ねんりんピックで参加してみたい内容(一部)】



- ねんりんピック関心者において、開催地で体験できる観光体験について、30%前後の方が体験したいと回答

【再掲：ねんりんピックに参加してみたい理由(周辺観光)】



- ねんりんピック関心者の中でも直近の収入がない高齢者において、周辺観光がねんりんピック参加のモチベーションとなる

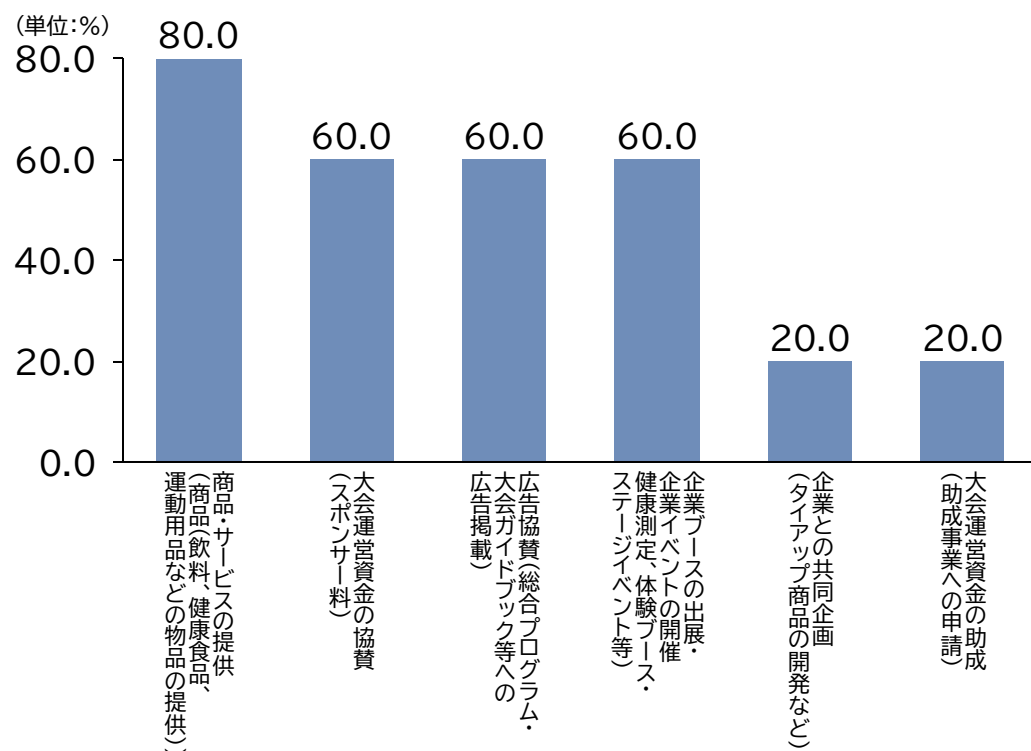
ねんりんピックの
果たす役割

- 参加者や同伴者による宿泊、飲食、買い物など、開催地での消費活動を喚起する可能性が高い。
- 運営コストはあるものの開催地の歴史、文化、食などの魅力を全国に発信し、地域の認知度とイメージアップに資する。
- イベントをきっかけに開催地を訪れた人々が、リピーターとなったり、新たな観光客を呼び込む可能性がある。

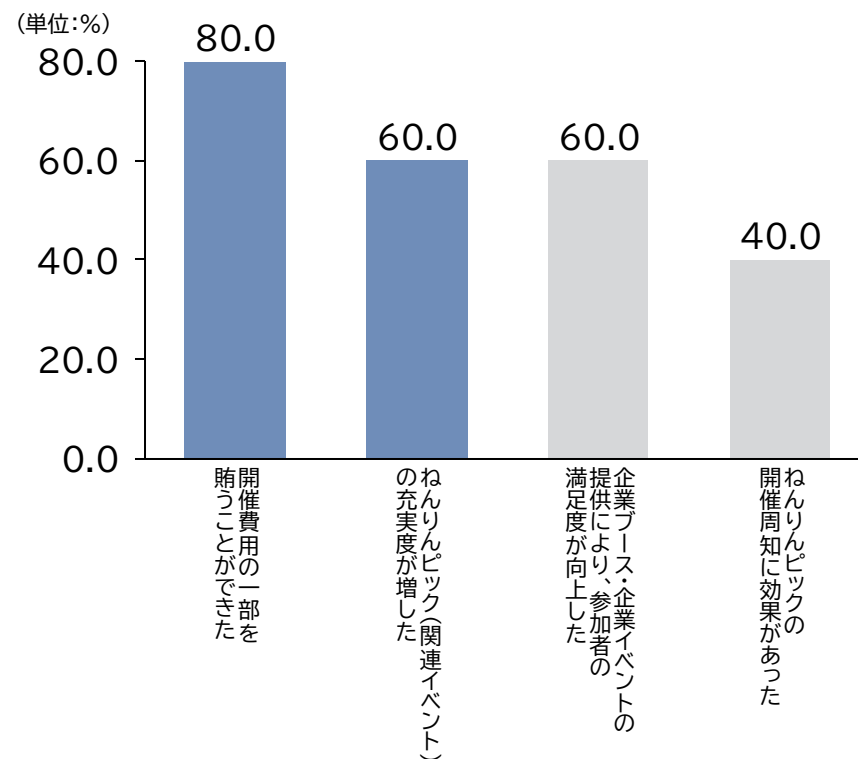
3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、多様な企業・団体とのパートナーシップにより、より豊かで質の高いイベントとして実現されている。

【企業・団体との連携の形】(一部再掲)



【連携・協賛のメリット】(一部再掲)



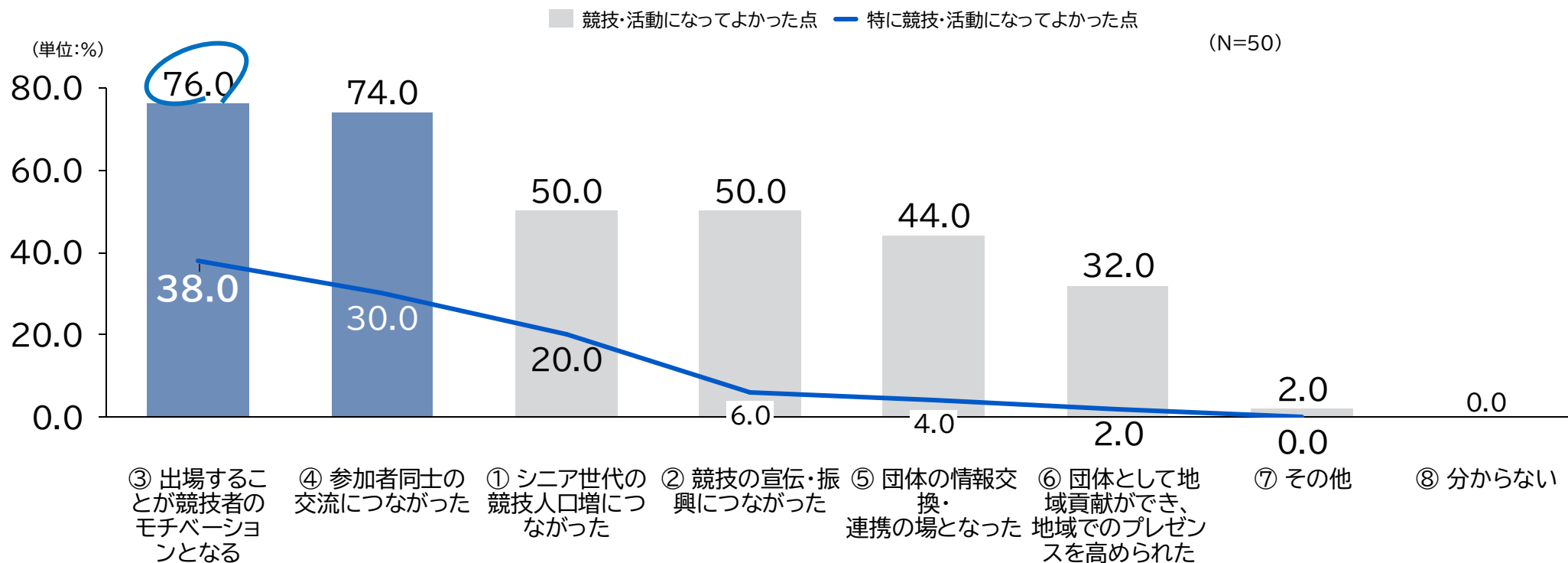
ねんりんピックの
果たす役割

- 企業や団体による協賛は、財政的支援だけでなく、専門知識やリソースの提供、新たな企画の実現など、イベントの多角的な価値向上に貢献している。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、高齢者の競技意欲を最大限に引き出し、交流の場を創出している。

【再掲：ねんりんピック競技・活動になって良かった点】



ねんりんピックの果たす役割

- ねんりんピックは参加者の競技継続への強い動機付けとなり、日々の生活に目標を与えていることが想定される。
- 全国からの参加者との出会いを通じ、新たな人間関係を築くきっかけとなっている。
- 共通の趣味を持つ仲間との絆を深め、地域や競技を超えたコミュニティ形成につながる可能性がある。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

(3) 競技団体から見る、ねんりんピックの意義・期待される効果

- ・ ねんりんピックは、高齢者の生涯にわたるスポーツ活動の「目標」となり、その継続を促進している。

中央競技団体

- ・ 高齢者の励みにつながる大会なので、開催の継続をお願い致します。

地方競技団体

- ・ 高齢者の競技力維持向上のモチベーションにつながる
- ・ 参加者のモチベーションは非常に高い大会であったと感じました。ねんりんピックがあることで、サッカー競技を続けたり、再び競技を始めたりする人が増えることが期待されます。また、実際に競技をする地域の人々との交流や、特産等を知っていただく機会となっており、その地域を全国にPRする貴重な場所となることが期待されます。
- ・ ねんりんピックは生涯スポーツを行う上で一つの目標となっており、是非継続されたい。
- ・ 出場の機会を増やし、たくさんの方が参加できる大会にすること。出場を増やし、たくさんの方が参加できる大会にすること。勝敗も大切ですが、広く交流ができるような大会運営を望みます。
- ・ 毎年実施されている競技は、出来るだけ継続実施して頂けると選手のモチベーションが上がる。・競技選手のみならず、持っている資格を生かし社会貢献したい方やつながりを持ちたい方も多い。ねんりんピックを目指すべき健康長寿の目標となるよう継続実施に期待したい。

・ねんりんピックに出場すること自体が、高齢者の目標となるほか、出場に向けたスポーツへの参加を継続することで健康などを維持することになる生涯スポーツへ誘うきっかけとなる。

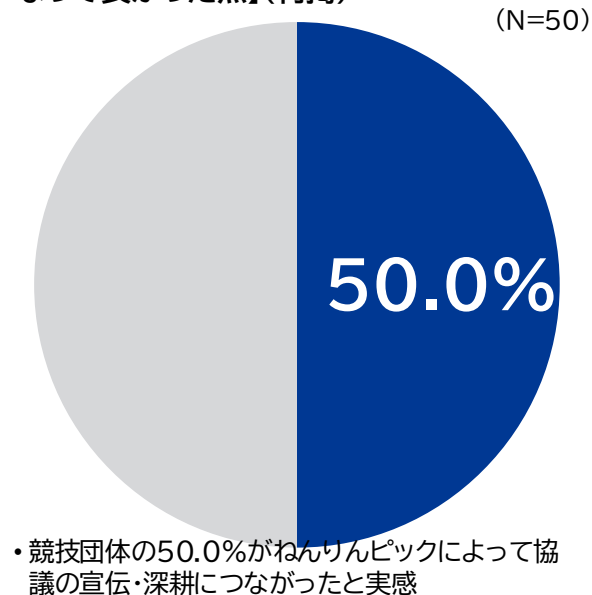
ねんりんピックの 果たす役割

- ・ 定期的な練習と大会への参加意欲が、高齢者の身体活動を促進し、健康維持に寄与する。
- ・ 大会出場を視野に入れた活動が、スポーツを生活の一部として定着させる機会となりうる。
- ・ 年齢を重ねても競技を続けられる環境を提供し、「引退」を考える高齢者にも新たな目標を与える可能性がある。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、シニア世代における競技人口の増加と、競技自体の認知度向上・活性化に貢献している。

【ねんりんピック競技・活動になって良かった点】(再掲)



中央競技団体

- 埼玉県での開催では、バウンドテニス競技ははずされたので、全ての開催時に種目参加できるようにしてほしい。
- 文化交流種目の健康マージャンを担当していますが、総合開会式を簡素化して、開催市町村での滞在時間を増やして、歴史や自然・食など開催地に赴いた楽しみを増やしてほしい。競技においては地域間交流の有効な機会となっており、マージャン文化の全国的な普及振興に大いに成果を上げていると感じています。

地方競技団体

- 参加者のモチベーションは非常に高い大会であったと感じました。ねんりんピックがあることで、サッカー競技を続けたり、再び競技を始めたりする人が増えることが期待されます。また、実際に競技をする地域の人々との交流や、特産等を知っていただく機会となっており、その地域を全国にPRする貴重な場所となることが期待されます。
- 出場の機会を増やし、たくさんの方が参加できる大会にすること。
- eスポーツを鳥取大会以降も正式種目とし、幅広いシニアの参加を募っていただきたい。

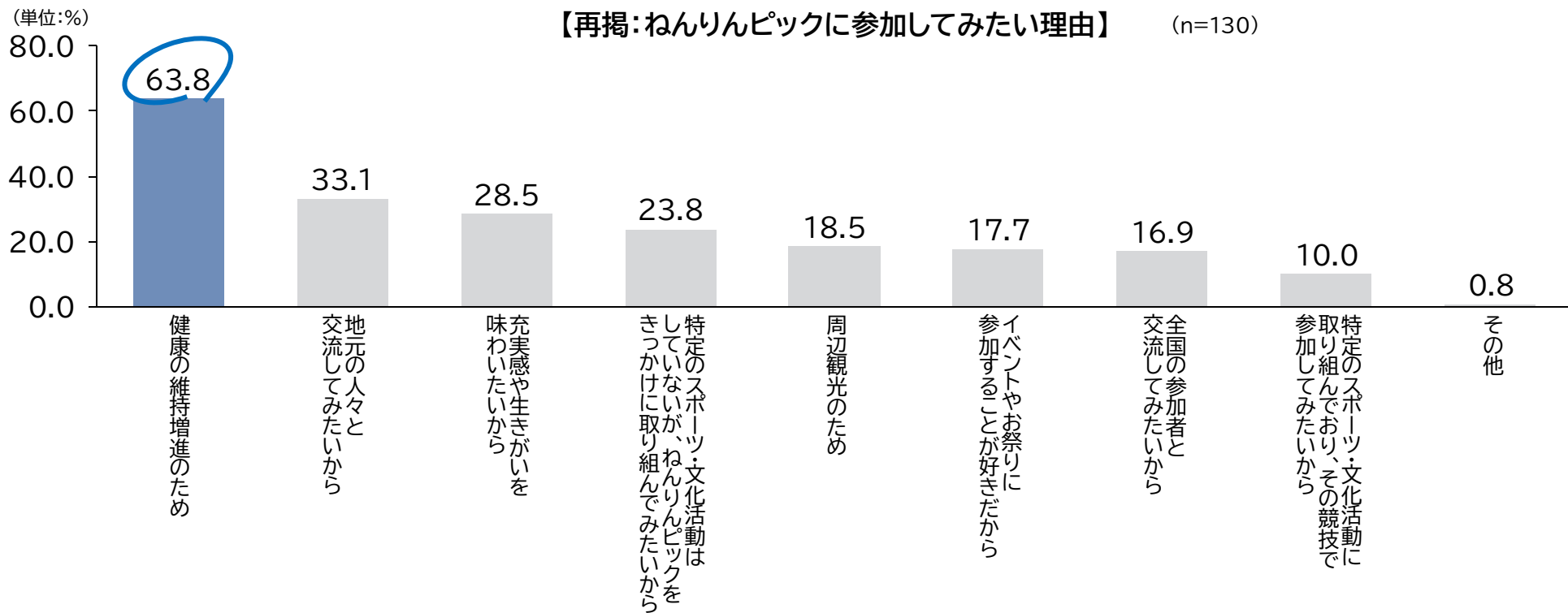
ねんりんピックの
果たす役割

- 全国的な大会を通じて、競技の魅力を広く発信し、新たな関心層を惹きつけることにつながる。
- シニア世代が気軽に始められる環境や、目標となる大会があることで、競技への参加を促すことになる。
- 高齢の競技者が活躍する姿が、若い世代や未経験者にとってのロールモデルとなり、競技文化の継承に繋がる。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

(4)一般から見る、ねんりんピックの意義・期待される効果

- ・ ねんりんピックは、シニア世代の「健康維持・増進」を強力に後押しする、実践的な機会を提供している。



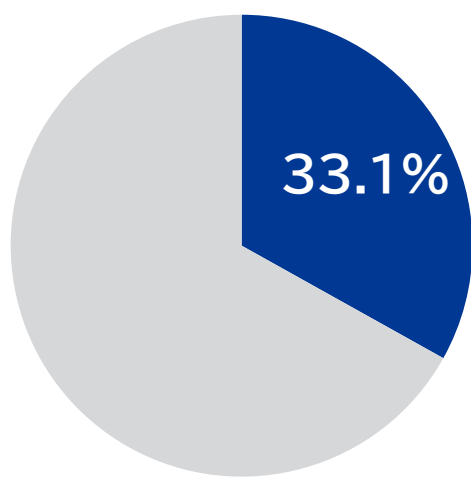
ねんりんピックの
果たす役割

- ・ 日常的な運動習慣のきっかけや目標となり、身体活動の促進や健康の維持などを促す。
- ・ 健康チェックや健康講座を通じて、自身の健康状態への関心を高め、予防意識を醸成する。
- ・ 適度な運動と健康的な生活習慣の定着を促し、生活習慣病などの予防に貢献している。

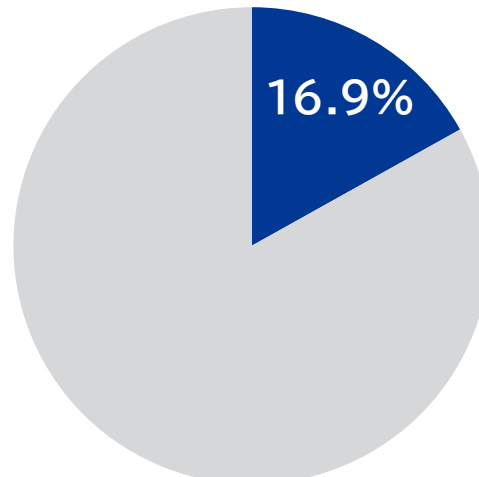
3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、地域や全国の仲間との「交流」を深め、シニア世代の「社会参加」を促す貴重な場となっている。

【再掲：ねんりんピックに参加してみたい理由】 (n=130)

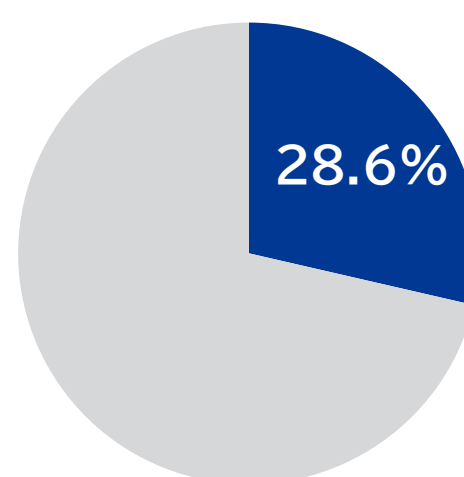


- ねんりんピックに興味のある人のうち、33.1%が地元の人々と交流してみたいと回答

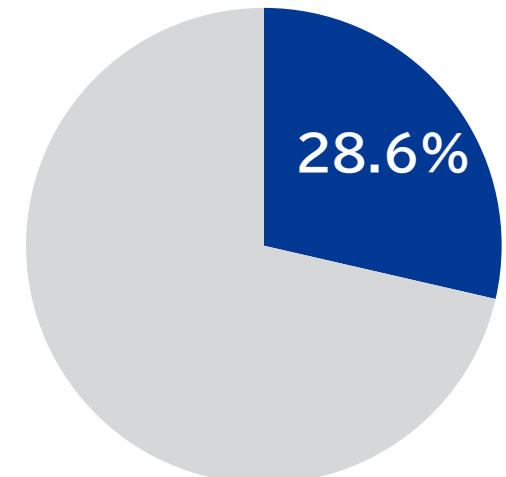


- ねんりんピックに興味のある人のうち、16.9%が全国の参加者と交流したいと回答

【再掲：ねんりんピック参加理由】 (n=21)



- ねんりんピック参加者のうち、28.6%が地元の人々との交流を目的に参加したと回答



- ねんりんピック参加者うち、28.6%が全国の参加者と交流するために参加したと回答

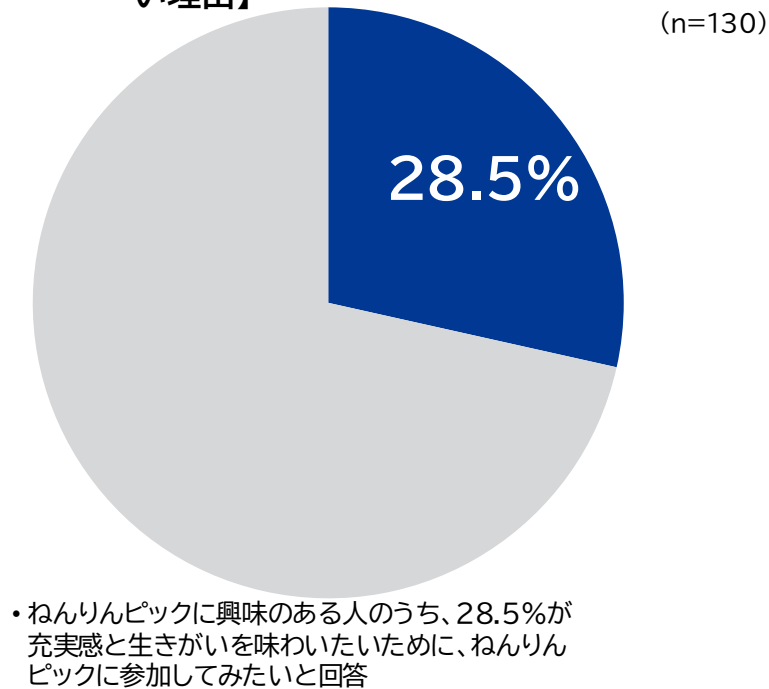
ねんりんピックの 果たす役割

- イベント参加を通じて社会との接点を創出し、高齢者の孤独感の解消に寄与している。
- 共通の趣味や関心を持つ人々との出会いを提供し、新たな友人関係やコミュニティ形成を支援することに役立つ。
- 地元住民との交流機会を創出し、地域への愛着や一体感を育むことにつながる。

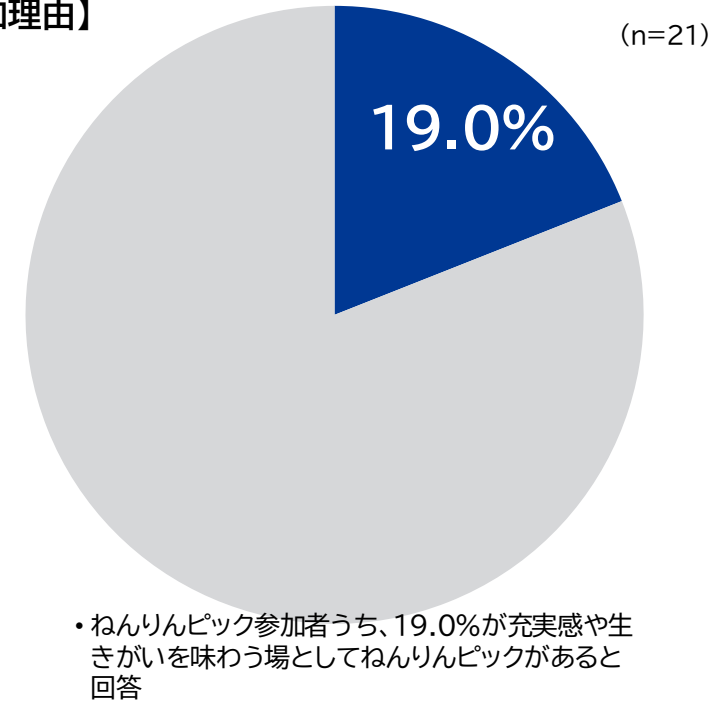
3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、シニア世代が「充実感や生きがい」を感じ、自己実現を図るための場となっている。

【再掲：ねんりんピックに参加してみたい理由】



【再掲：ねんりんピック参加理由】

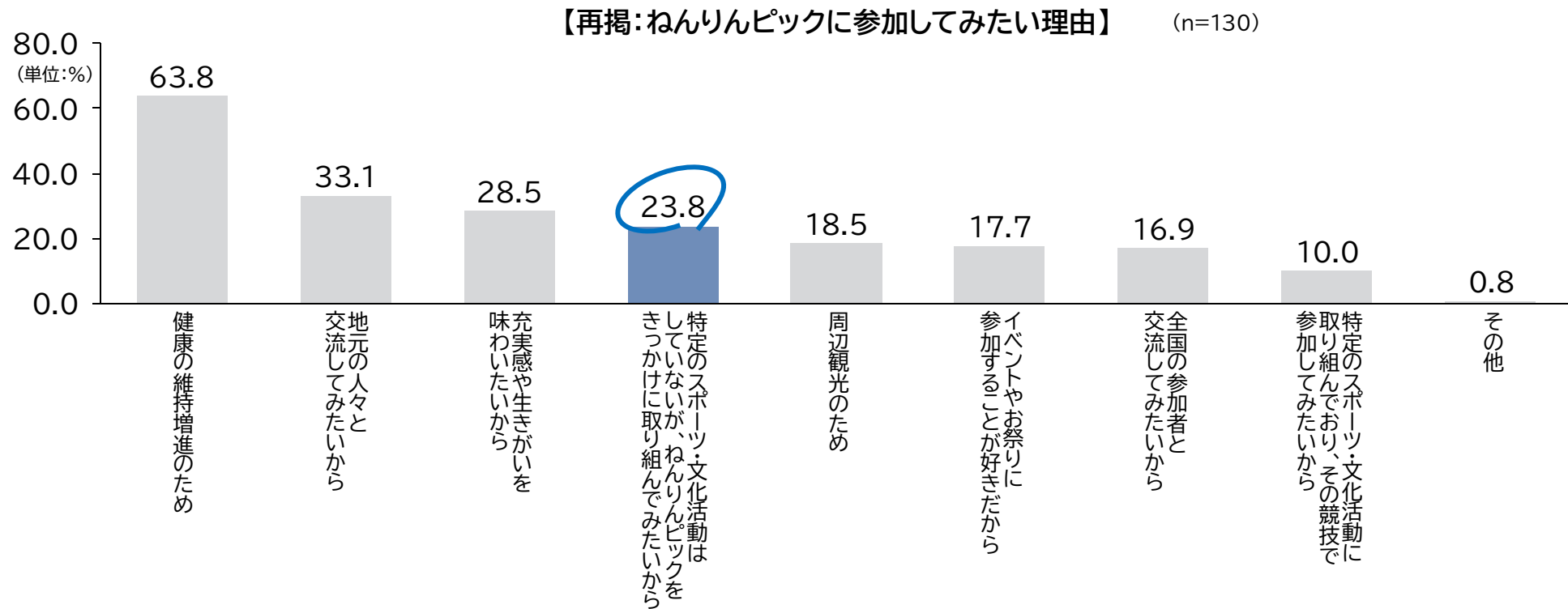


ねんりんピックの
果たす役割

- ・スポーツや文化活動への参加を通じて、目標を設定し、達成する喜びを提供している。
- ・スポーツや文化活動への参加や交流を通じて、自身の価値を再認識し、自己肯定感を高める可能性がある。
- ・趣味や特技を活かす場、あるいは新たな挑戦の場として、精神的な満足感と豊かな生活を支援することにつながる。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、これまで活動していなかったシニア世代に、新たなスポーツや文化活動始める「きっかけ」を提供することにつながる。



ねんりんピックの
果たす役割

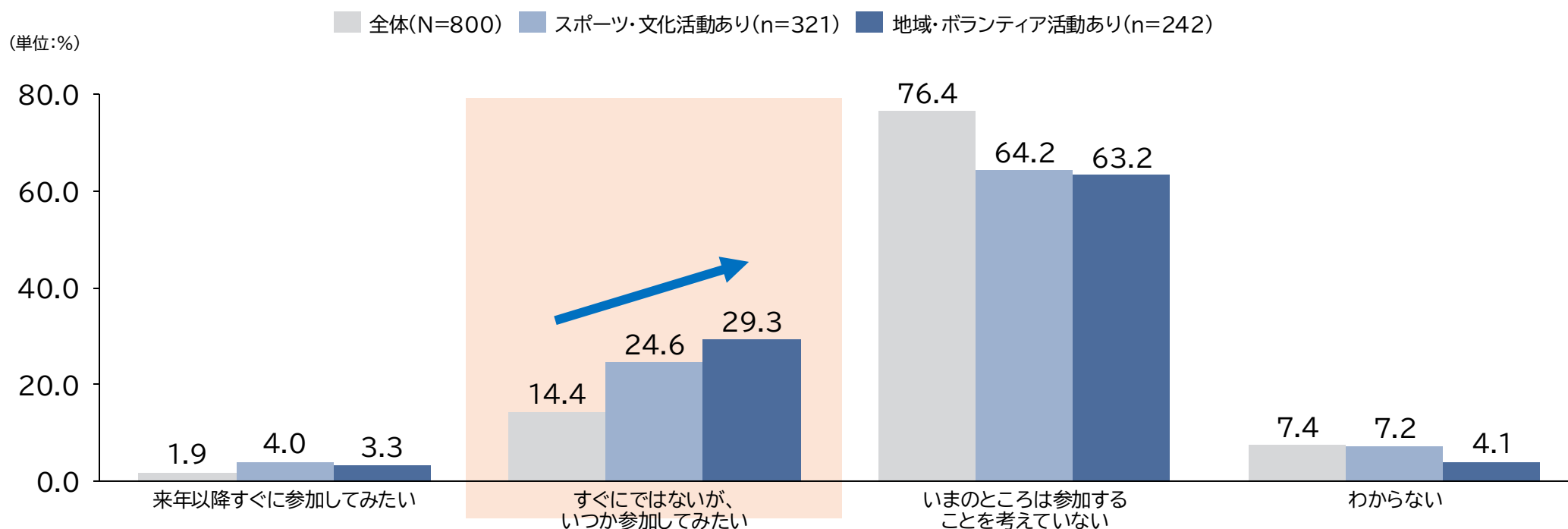
- 新しい趣味や活動への一歩を踏み出すための具体的な目標や機会を提供する。
- 多彩な競技や文化プログラムを通じて、シニア世代の多様なニーズに応え、活動の選択肢を広げる。

3. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】 株式会社 JTB総合研究所

- ねんりんピックは、既に「スポーツ・文化活動」や「地域・ボランティア活動」に積極的に参加しているシニア層から、特に高い関心と参加意向を集めている。

【再掲：ねんりんピックに参加してみたい理由】

(n=130)



ねんりんピックの
果たす役割

- 既存の活動を継続し、さらに発展させるための目標や交流の場となっている。
- 活動的なシニア層がイベントを牽引し、他の参加者への良い影響を与える機会となる。
- 経験豊富な参加者の存在は、競技や文化プログラムのレベル向上に貢献し、イベント全体の魅力を高める。

2. 意義・期待される効果の整理【アンケート調査より】

(5) 意義・期待される効果のまとめ

本章で見てきた意義・期待される効果を自治体・競技団体・一般別に分けるとともに、意見のまとまりから「大会の理念とブランドの再定義」「多様な参加者ニーズに応える大会構造への変革」「価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築」という方向性を整理したものが以下の一覧表となる。

	大会の理念とブランドの再定義	多様な参加者ニーズに応える大会構造への変革	価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築
自治体	【理念への高い共感と期待】 ねんりんピック開催の経緯・理由として、「高齢者の社会参加促進」、「高齢者の健康増進」を上位に挙げており、大会の理念は自治体の政策的と高く合致している。		
競技団体	【高く評価される価値】 大会は、競技者のモチベーションと競技振興へ大きく貢献している。 【期待されるブランドの方向性】 勝敗も大事ではある一方、交流という価値を重視。これは、ねんりんピックのブランドを「競技の全国大会」という側面と「交流の全国祭典」という側面を両立させた、独自の価値を持つものとして再定義していく方向性を裏付けられる。	【大会構造への要望】 総合開会式の簡素化と地域のリソースを競技や地域交流、観光といった参加者の満足度に直結する部分へ再配分すべき。 【競技ルール・種目への要望】 参加しやすさのための柔軟な運用・ルールの柔軟性や定期的なアセスメントの必要性が示された。	【新たな可能性】 大会として企業連携を促進する仕組みを構築すれば、大きな財源確保や価値向上に繋がる可能性がある。
一般	【期待される価値】 参加意向のある人が参加したい理由として、「健康」「交流」「生きがい」が多い。また、実際の参加経験者の参加理由からは、「地域振興・観光」という側面を加えることの有効性も伺える。	【新たな関わりしろ】大会をスポーツ・文化活動だけでなく、地域の魅力を体験する「旅の機会」として設計することで、新たな参加動機に繋がる可能性を示す。	【継続性へのニーズ】一過性で終わらない「健康データ」や「継続プログラム」へつなげ、日常の活動に繋げる仕組みへの期待が伺える。

2. 意義・期待される効果の整理【ヒアリング調査より】

■ 意義・期待されることのまとめ

民間企業等の企業価値の向上や地域貢献につながるねんりんピック開催に向けたヒアリングを行い、感じられた意義や期待される効果は以下の通りです。

小売・アパレル企業

- ・高齢者が「おしゃれ」を楽しみ、外出や人との交流の機会が増えることで、健康寿命の延伸や社会的孤立の防止に貢献できるという社会的な意義がある。
- ・単発のユニフォーム提供や協賛に留まらず、中長期的な視点で、持続可能な社会貢献活動として共に取り組むパートナーとなる。
- ・高齢者が社会参画の機会を得ること自体が、健康維持や生きがいにつながるという認識を持っている

メディア・通信・情報企業

- ・「高齢社会」「地域活性化」「健康づくり」といった社会貢献性の高いテーマに関心があり、イベントを通じてその社会的価値を発信することに意義を感じている。
- ・単なる広告掲載に留まらず、報道機能と事業機能の両輪で、協賛企業の獲得からPR、大会後のレガシー活用までを支援するパートナーとなることを期待する。
- ・自治体がメリットを感じられるような、デジタルデバйд解消や健康増進教室といったテーマと連携したイベントを企画・実施すること。

金融・保険・地域支援企業

- ・「地域・世代を超えた元気づくり」や「持続可能な地域社会」への貢献を目指すという、ねんりんピックの理念に強く共感している。
- ・企業の社会貢献・ブランド向上: 企業活動を通じて社会貢献を実感できる場となり、ブランドイメージの向上につながる。
- ・地域コミュニティの活性化: 有名シニアスポーツ選手や企業のOB・OGが参画することで、イベントの認知度を高め、地域コミュニティの活性化に繋がる。
- ・「地元愛」「地域活性化」「健康づくり」の観点から、ねんりんピックをフックにした地域連携イベントを展開することに意欲がある。

生活サービス・ 地域インフラ企業

- ・単なる一時的な祭典ではなく、「日々の積み重ねの集大成としてのイベント」という考え方に興味があり、地域に根ざした継続的な健康づくりと交流の場としての意義を重視。
- ・競技イベントだけでなく、運動習慣のない無関心層へのアプローチや、地域の居場所・出番づくり、介護予防リテラシーの向上など、持続的な社会貢献につながる場となることを期待。
- ・身体的な制約が少ないeスポーツを導入し、これまで参加が難しかった層にも門戸を開くこと。
- ・地域課題の解決や参加者のレガシー形成に貢献できる可能性があると認識。

2. 意義・期待される効果の整理【実地調査より】

■ 意義・期待されることのまとめ

実地調査を行い、感じられた意義や期待される効果は以下の通りです。

開会式	● 大会旗の掲揚、選手宣誓、健康長寿の火の点灯など、開会式ならではの厳かで感動的なセレモニーは、気分の高揚や一体感を生み出していた ● 地域色を活かした(郡上踊りや関ヶ原の戦いなど)演舞などもあり、参加者が楽しめる工夫があった。 ● 地元の高校生らも、ボランティアや演舞に参加し、全国からの参加者との交流を楽しんでいた。 ● 他地域からの参加者は、岐阜県におもてなしを受けているという感覚を味わうことができた
各種イベント	● 飲食や物販には、地元ならではのものも多く、参加者が観光気分も楽しめる内容であった。 ● 各箇所とも測定、体験、ゲーム等が幅広く準備され、楽しめる内容となっている。 ● 協賛企業は、企業商品のサンプリングや、測定の機会などを設け、高齢者へのアプローチを行っていた。 ● 物販は売り切れになるほど人気があり、特にTシャツやタオル等の記念グッズは好評である。
スポーツ交流大会	● 参加者らの真剣な試合参加は、見ごたえがあった。家族らも応援に駆け付けていた。 ● 場内アナウンスを地元中学生が担当するなど、運営のサポートに地元の学生らが協力して、地域一体となった取り組みが見られた。 ● 競技会場の近くでは、その競技に関連するグッズの販売や飲食の提供などもみられた。
ふれあいスポーツ交流大会・文化交流大会	● 大会という明確な目標が、日々のトレーニングへの動機付けとなり、継続的な運動習慣を促進していると思われた。また、参加者同士(県が違っていても)で「久しぶり」という声も聞こえ、仲間としての「つながり」が生まれていた。 ● 各競技の魅力を全国のシニア層に直接アピールできる場ともなっていた。参加者が生き生きとプレーする姿は、同世代の観客にとって「自分も始めてみたい」と思わせる強力な動機付けとなる。
文化イベント	● 長年の趣味や特技を、全国から集まる人々の前で披露できる晴れ舞台となっていた。また、同じ趣味を持つ全国の仲間と、作品や演技を通じて交流できる貴重な機会となっていることも想像できた。 ● 全国からレベルの高い作品等が集まることで、他団体の優れた表現に触れ、高齢者にとっても大きな刺激となるのではないか。
地域との連動	● 県民運動として、ぎふの「モーニング文化」を盛り上げるため、「ぎふモーニングプロジェクト」を実施。大会参加者をはじめとした県内外の多くの方々に日常生活の中で意識することなく自然と健康になっていただく取組会場内だけでなく、岐阜県内の飲食店と連携。おもてなし特典や自慢のモーニングの写真をまとめた冊子を作成し、選手団IDカード等とともに選手団や大会関係者に配付(喫茶店135軒、飲食店(喫茶店を除く)171軒、観光施設・店舗118軒) ● 参加者による宿泊、飲食、交通機関の利用、さらには特産品や記念品などの購入は、地域経済に直接的な恩恵をもたらす。

(各出席者からの意見)

■大会全体について

- ・ 国スポレベルの本格的な大会である。
- ・ 高齢者の日頃の地域活動の集大成としての社会的意義がある。全体的な満足度や期待は高い。
- ・ 約1万人の参加選手へ、直接アプローチできる機会としての価値。
- ・ 参加者の高い消費意欲は地域へのかなりの経済効果があり、スポーツだけでなくツーリズム・カルチャーのトータルパッケージとしての価値がある。
- ・ ねんりんピックの参加者のモチベーションが非常に高い。アクティブな高齢者のロールモデルである。
- ・ 各競技会場の地元のおもてなしコーナー(汁物の提供・物販)は好評であった。

■世代間交流、地域間交流について

- ・ 中高生の活躍も要所要所に見られた。中高生・大学生のお披露目の場として活用できるのでは。
- ・ 多世代交流では、若者から応援してもらうのみならず、高齢者がいかにそれに対して感謝を表現できるのかというのも今後重要になる。
- ・ 他都道府県選手との交流が非常に期待できる。

■開会式について

- ・ 開会式が盛大に実施されている。
- ・ 総合開会式の入場行進廃止により、選手の負担が軽減されており良かった。

■地域文化伝承館(老人クラブ連合会主管)について

- ・ クオリティが高く、高齢者の活力が見られ、スポーツだけでなく文化祭部分のアピールも重要である。
- ・ 各地の老人クラブの活動紹介など、スポーツ以外に盛り上がるイベントである。

2. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【まとめ】株式会社 JTB総合研究所

ねんりんピックは、単なる高齢者のためのスポーツイベントではなく、日本の超高齢社会が抱える課題に対する一つの実践的な解であるといえる。

第一に、「健康寿命の延伸」と「生涯現役社会の実現」を力強く推進する原動力になるということ。参加者は非参加者に比べて圧倒的に高い健康認識と生活満足度を示しており、大会という明確な目標が日々の生きがいと社会参加を促し、心身の健康を維持する好循環を生み出している。第二に、「地域共生社会」を可視化し、地域経済を活性化させる触媒であるということ。全国からの人の流れは、開催地に100億円を超える経済効果をもたらすだけでなく、世代や地域を超えた交流を生み出す。この交流こそが、地域コミュニティの絆を強め、人々が互いに支え合う社会の基盤を築くことができる。そして第三に、官民連携による新たな価値創造の可能性があるということ。今や「健康」に関連・関心のない企業はほとんどないといえ、自社のサービスや社会貢献活動としてねんりんピックとかわかることで、参加者・地域・企業の三方良しの関係を築くことができる。

ここでは、ねんりんピックの関係各者にアンケートを行った結果をもとに、ねんりんピックがもたらす意義・期待される効果を述べる。

(1) 参加高齢者

ねんりんピックは、高齢者の「健康」「交流」「生きがい」を力強く後押しする、特異なイベントである。

- ① 健康増進: ねんりんピック参加者の82.7%が自身を「健康である」と認識しており、これは一般の高齢者(50.4%)を大きく上回る。大会参加という目標が日々の運動習慣を促し、健康寿命の延伸に貢献していることがうかがえる。(P23)
- ② 社会参加と交流: 大会は新たな出会いの場となる。競技団体への調査では74.0%が「参加者同士の交流につながった」と回答。また、一般の関心層も「地元の人々との交流」や「全国の参加者との交流」に期待を寄せている。これらの交流は社会的な孤立を防ぎ、豊かな人間関係を育む土壌となる。(P31)
- ③ 自己実現と生きがい: 「出場することが競技者のモチベーションになる」と競技団体の76.0%が回答しているように、大会は日頃の練習の成果を発揮する晴れ舞台である(P31)。その結果、参加者の生活満足度は89.2%に達し、一般(62.2%)と比較して極めて高い水準にある(P24)。目標に向かって努力し、達成感を得ることが、充実したシニアライフの核となっており、ねんりんピック参加選手は、シニア世代にとってのロールモデルとなっている。

(2) 開催自治体

開催自治体にとって、ねんりんピックは単なるイベントではなく、地域に多岐にわたる恩恵をもたらす絶好の機会である。

- ① 地域活性化と観光振興: 未開催自治体の60.0%が「地元経済の活性化」や「県外観光客の増加」に期待を寄せており(P23)、実際に参加者の33.3%が「周辺観光」を目的の一つとしている。大会をきっかけとした来訪は、宿泊・飲食・物販など広範な経済効果を生み出し、地域の魅力を全国に発信する強力な観光プロモーションとなる。
- ② 住民交流とコミュニティ強化: 未開催自治体の73.3%が「参加者の地域交流」に期待しており、実際に直近開催自治体の40.0%が「地域交流が活発になった」と評価している(P35)。ボランティア参加などを通じた住民同士の交流、そして参加者との世代を超えた交流は、地域への愛着を育み、一体感を醸成する「地域共生社会」実現の起爆剤となりうる。

2. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【まとめ】株式会社 JTB総合研究所

(3) 選手派遣自治体

選手団を派遣する自治体にとっても、ねんりんピックは多面的な価値を持つ。

- ① 地方大会(都道府県版ねんりんピック等)の充実: ねんりんピック参加選手の選考を目的とした大会が、各自治体において継続的に実施されており、ねんりんピックが各自治体の健康づくり事業の推進に寄与している。
- ② 自治体間交流と地域PR: 全国の自治体が一堂に会する貴重な機会であり、先進事例の情報交換や連携のきっかけとなる。また、選手団の活躍や会場でのPR活動を通じて、自らの自治体の知名度向上やイメージアップを図ることができる。
- ③ 運営ノウハウの獲得: 多くの自治体が運営の負担やノウハウ不足を課題として挙げる中、他自治体の運営を視察し、成功事例や課題対応を学ぶことは、将来のイベント開催に向けた極めて実践的な研修の機会となる。

(4) 競技団体等

各競技団体にとって、ねんりんピックは競技の未来を支える重要なプラットフォームである。

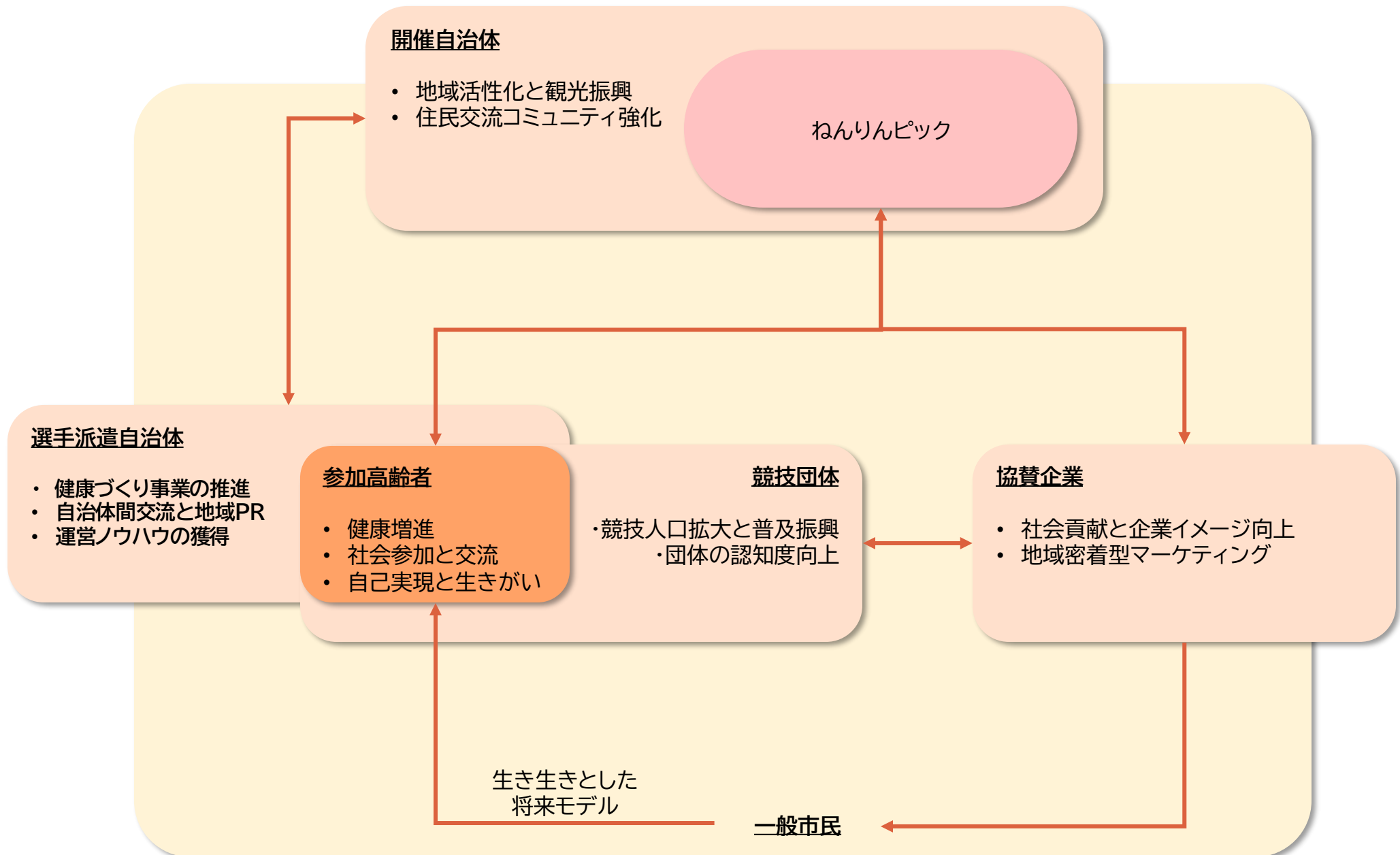
- ① 競技人口拡大と普及振興: 競技団体の50.0%が、ねんりんピックが「競技の宣伝・振興につながった」と実感している(P33)。全国規模の大会で競技の魅力が発信されることで、新たなシニア層の関心を喚起し、競技人口の裾野を広げる。特に「生涯スポーツを行う上での一つの目標」として認識されており、競技継続の強い動機付けとなっている。
- ② 団体の認知度向上: 大会への参加は、団体の活動を広くアピールし、社会的な認知度と信頼性を高める機会となる。これにより、新たな会員や支援者の獲得にもつながる可能性がある。

(5) 協賛企業

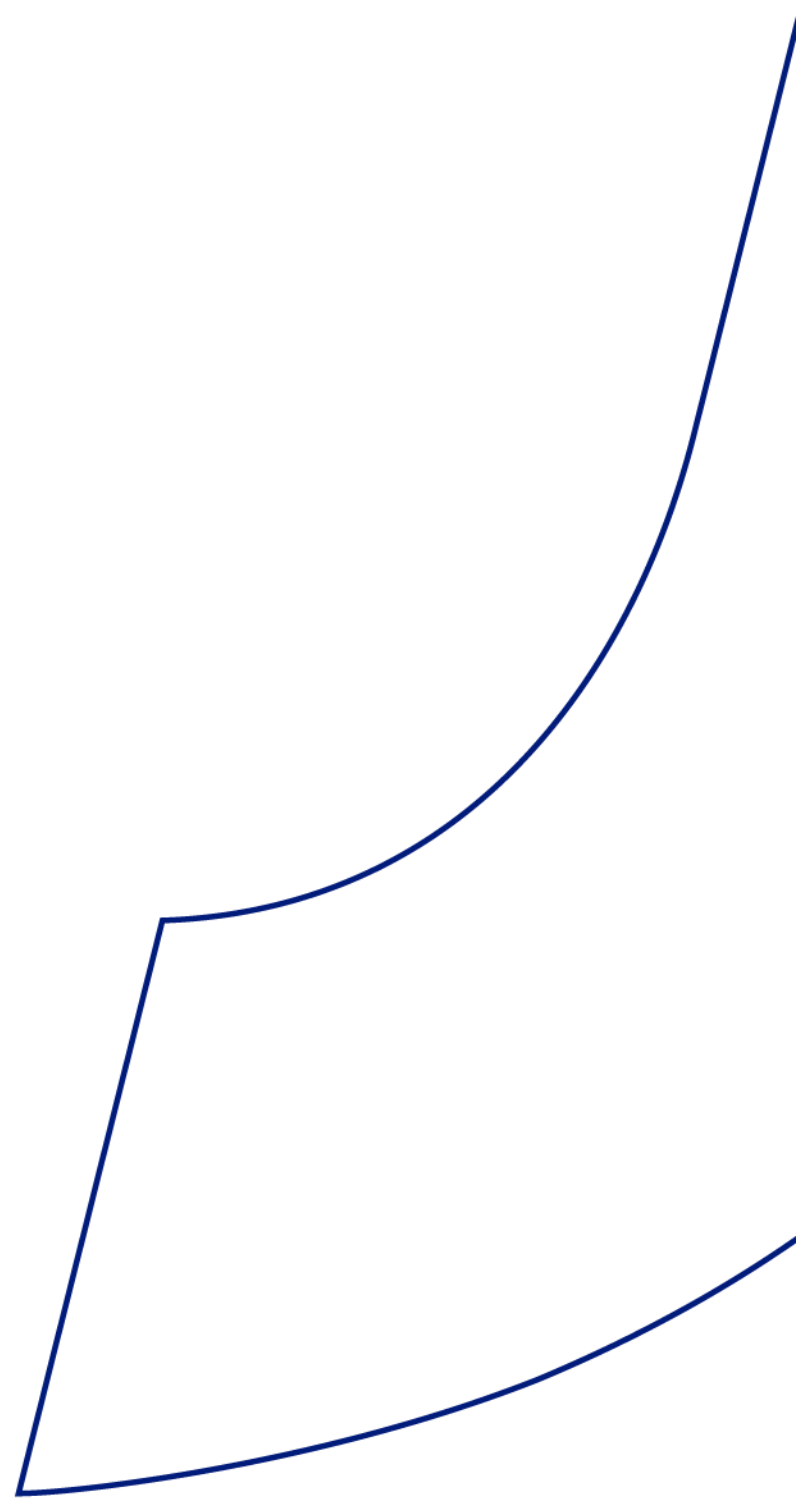
企業にとって、ねんりんピックへの協賛は、戦略的な投資価値を持つ。

- ① 社会貢献と企業イメージ向上: 高齢者の健康増進と生きがいづくりを支援する活動は、企業の社会的責任(CSR)を果たす上で非常に有効である。これにより、健康志向で社会貢献意識の高い企業としてのブランドイメージを確立できる。
- ② 地域密着型マーケティング: 連携のメリットとして、自治体の80.0%が「開催費用の一部を賄えた」と回答(P30)しているように、財政的な貢献は大きい。一方で、企業にとっては全国から集まる購買意欲の高いアクティブシニア層に対し、自社の商品やサービスを直接訴求できる絶好のマーケティング機会となる。共同企画などを通じて地域に深く関わることで、顧客との強いエンゲージメントを築くことが可能である。

2. ねんりんピックの意義・期待される効果の整理【まとめ】株式会社 JTB総合研究所



3 ねんりんピックの課題整理



(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

① 開催時期・期間

【開催時期】

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
希望開催時期								→				
避けたい時期						→						

- ・10月下旬から11月上旬の開催は、地球温暖化の影響で10月中旬まで気温が高い日があり、運動に適しているほか、熱中症のリスクも低下する。
- ・9月の開催は高齢者向けのスポーツ大会等が開催されるほか、老人習慣であるため様々なイベントが開催され、自治体及びスポーツ関連団体の繁忙期であるため、十分な労力を当該大会に割くことが困難もしくは大きな負担となる。

【開催期間】

- ・開会式への参加のための前泊を含む4泊5日は長いと感じられており、休みが取れず参加辞退者が発生している。
- ・ホテル価格の高騰もあり、閑散期開催での全体的なコスト削減が求められる。

開催時期の柔軟化

- 原則「秋後半シーズン」に統一し、負担の大きい9月開催を避ける方針を明確化。
- 将来的な気候変動も踏まえ、数年単位で時期のレビューを行う。

開催期間の短縮

- 開会式の午後開催なども含め、前泊の必要運用を見直す。
- 開催日程も1日短縮し、業務負担軽減や休暇取得問題を緩和することも考えられる。

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

② 開催種目数・内容

【開催種目数】

	神奈川大会 (第34回)	愛媛大会 (第35回)	鳥取大会 (第36回)	岐阜大会 (第37回)	埼玉大会 (第38回)
スポーツ交流大会	10	10	10	10	10
文化交流大会	4	4	6	5	4
ふれあいスポーツ交流大会	18	15	13	16	16
ふれあいレク大会	-	-	-	25	-

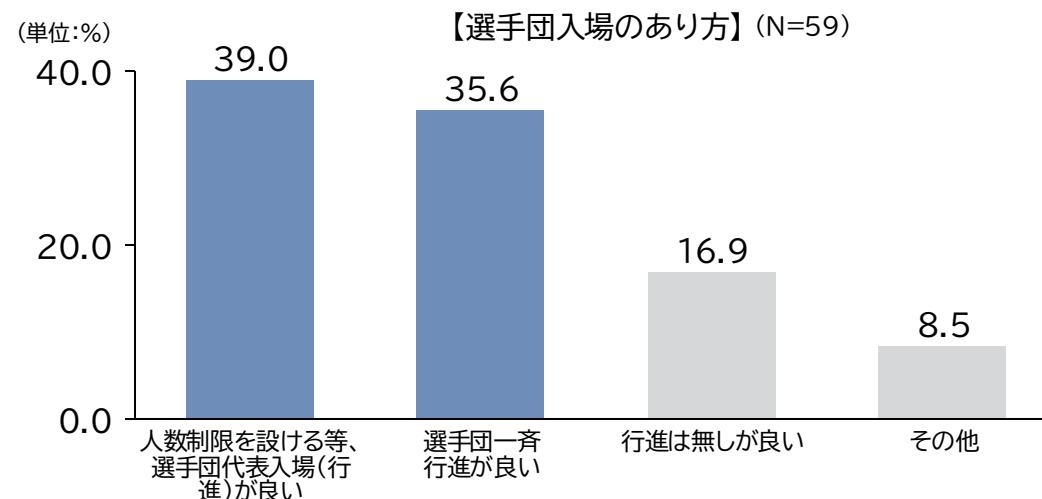
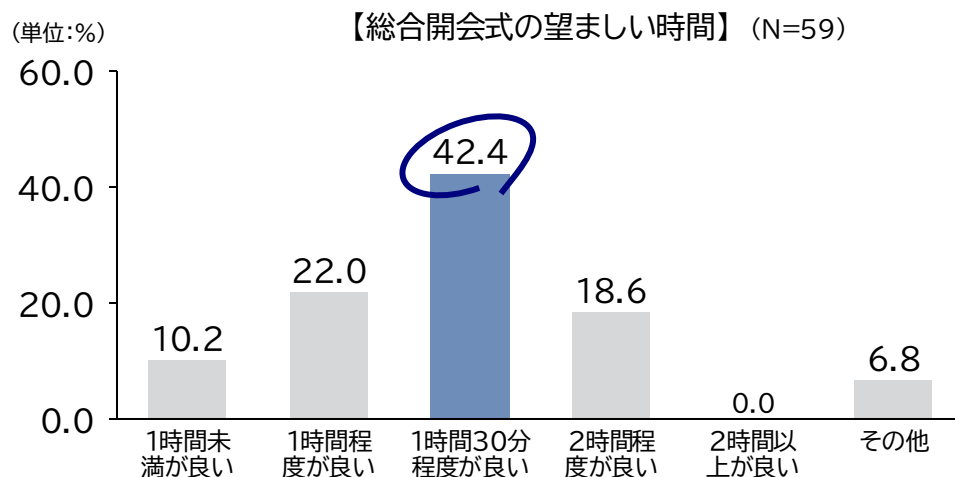
- ・スポーツ交流大会は毎年10種目開催しているが、その他の種目(ふれあいスポーツ・文化交流大会等)は不定となる。
- ・近年は30種目前後で開催されているものの、種目数が多くなると会場確保などが困難となる。
- ・参加対象の60代の就労増加でチーム編成が困難な事象も起きている。

種目数の最適化

- 種目別の参加者数・負担・会場確保の難易度をスコア化し、A～Cランク分類することもあり得る。
- Cランク(参加困難・運営負荷大)は隔年開催など柔軟な対応とする

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

③ 総合開会式時間



- ・総合開会式時間は1時間半程度が最も望まれており、そこでの選手団入場は代表入場が最も望まれているものの、一斉行進の比率も高く、開催自治体に応じた対応が求められている。
- ・高齢参加者の負担や運営上の課題から、その形式や規模の縮小を求める声が多数みられる。

「コンパクト&ハイライト」型プログラムへの再構築

- 挨拶や来賓紹介を最小限に抑え、式典の核となる部分(開会宣言、選手宣誓など)に集中させることが検討できる。
- 高齢者の身体的負担を大幅に軽減し、トイレの心配なども解消し、短時間でメリハリのある構成にすることが望ましい。

協賛企業との共同企画の積極的な推進

- 開会式冒頭で、各都道府県・政令指定都市の代表者(旗手など)が華やかに行進し、大会の象徴としての役割を担う一方、選手団全員が参加する「参加型入場」は、開会式とは別の時間帯や場所で、よりカジュアルな形式で実施することもあり得る。
- 開会式全体の時間短縮に貢献しながら、選手一人ひとりが「参加した」という実感を持てる機会を確保する。

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

④ 総合開会式開催場所

【開会式場所への意見】

天候リスクと 体調管理

- ・屋外開催の場合、雨天や猛暑・寒波といった天候に左右されやすく、高齢者の熱中症、低体温症、疲労など体調不良のリスクが高い。特に鳥取大会での雨天時の混乱経験が強く印象に残っている自治体が多い。
- ・天候急変時の会場変更や対応がスムーズに行われず、参加者や事務局に大きな負担と不満が生じる。

会場規模

- ・屋内開催が理想とされつつも、大規模な参加者全員を収容できるアリーナクラスの会場が全ての開催地にあるわけではなく、確保が困難な場合がある。

徹底したリスク管理と快適性向上

- 屋内会場の確保が困難な場合や、イベントの盛大さを重視して屋外開催を選択する場合は、徹底したリスク管理計画を策定し、参加者の快適性を最大限に高める必要がある。
- 例えば、大規模なテントや日よけ・雨よけの設置、荒天時の避難計画と避難場所の明確化、リアルタイムでの気象情報提供体制の構築などが求められる。
- 屋内開催を理想としつつ、やむをえず屋外開催とする場合には、屋外開催のメリット(規模感、開放感)を活かしつつ、デメリット(天候リスク、高齢者負担)を最小化する工夫が必要。一方で、規模を縮小してでも、限られた広さの屋内施設で開催できる方法を模索するという選択肢もある。

開催地選定における会場要件の明確化と技術支援

- 今後のねんりんピック開催地を選定する際に、総合開会式の会場に関する具体的な要件を明確に提示することが求められる。
- 開催自治体に対して、会場設営や運営に関する技術的なアドバイスや専門家派遣などの支援を提供することもあり得る。
- 開催自治体が会場確保に苦勞する現状を改善し、事前に実現可能性の高い計画を立てられるようにすることで、運営の質を均一化し、開催自治体の負担を軽減します。

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

⑤ 大会運営

【自治体からの意見】

運営主体

- ・現在は都道府県の持ち回りで実行委員会事務局を中心に運営されているが、担当自治体の負担が大きく、運営方法の見直しや、国による直接実施を希望する声があげられる。
- ・開催事務局を別組織にするなど、運営方法の見直しが必要という意見もある。

連携体制

- ・実行委員会と市町村の連携体制が不明確で、開催地自治体との連携強化や、配布物・連絡事項の整理など、運営面での改善要望が複数寄せられている。
- ・種目別で何度も配布物や連絡事項が送られるため、実行委員会や会場自治体との連携方を改める意見がみられる。

運営主体の再構築

- 現状の「都道府県持ち回り方式」では、毎回の担当県が短期間で大量の業務を引き受けるため、自治体側の負担が過大となっている。
- 国が中心となって大会全体を統括する国直轄方式を選択肢として検討することが負担の軽減としては有効である。
- 運営ノウハウの連続性が保たれ、自治体間の負担格差も縮小できる。

事務局機能のプロ化

- 現在は自治体職員の兼務で運営が行われるケースが多く、担当者の異動や経験不足が課題となる。
- 運営事務局に常設の専任チームを設け、スポーツイベント運営・大会管理に精通した人材を配置することでノウハウの共有が期待できる。
- 専任化により、競技団体との調整や会場設営、参加自治体支援などの業務を属人的な運営から脱却できます。

情報提供の早期化・一元化

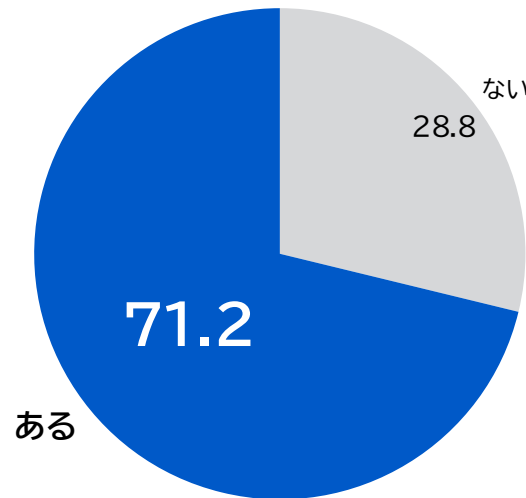
- 自治体からは「開催要領が遅い」「資料がバラバラに何度も来る」という声が多く寄せられている。
- プログラム類は大会2～3か月前までに確定させる運用へ移行することで、各自治体の準備負担軽減につなげる。
- 専用ポータルサイトに資料を集約し、最新版を常に確認できる環境を整備することで、自治体の情報管理負担を削減できる。

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

⑥ 選手募集の困難さ

【選手募集に苦労した経験】(N=59)

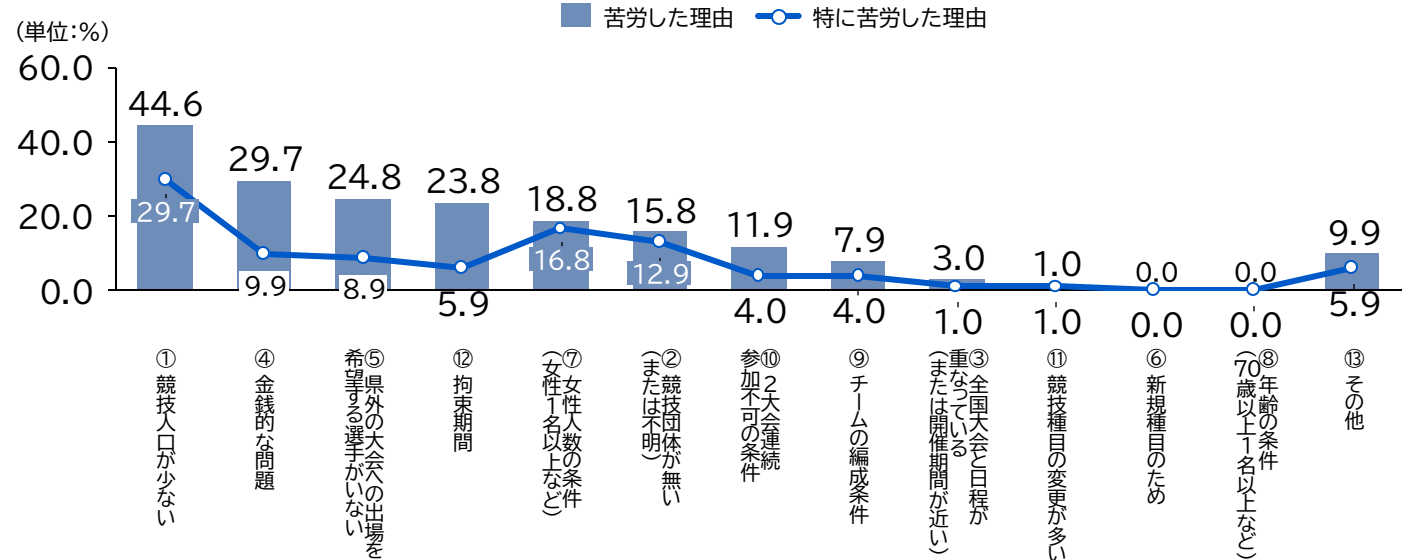
(単位:%)



✓開催自治体・未開催自治体いずれも、過半数が選手募集に苦労した経験がある。

・高齢化社会において、特定の競技人口の減少や、就労高齢者の増加に伴う参加条件(拘束期間など)が選手確保の足かせとなっている。

【選手募集に苦労した理由】(N=59)



✓主な理由として「競技人口が少ない」(44.5%)、「金銭的な問題」(29.7%)の他、「女性人数の条件」(特に苦労した理由で2位)があげられる。

参加条件の柔軟化と多様な競技プログラムの導入

- 就労高齢者の増加に対応し、競技時間を短縮した「時短競技」や、個人でも気軽に参加できる種目を拡充する。
- 女性の参加が難しい競技については、性別条件の緩和や撤廃を検討し、より多くの高齢者が参加しやすい環境を整備する。

ターゲット層に合わせた広報戦略と体験機会の創出

- 競技人口が少ない種目や、これまでねんりんピックに参加経験のない層に対し、SNS、地域メディア、企業内広報などを活用した魅力的な広報を展開する。
- 地域での体験会や初心者向け教室を積極的に開催し、競技への興味喚起と参加へのハードルを下げる。

競技団体との連携強化と募集活動の支援

- 各競技団体と密接に連携し、選手募集の課題を共有する。競技団体が主催する予選会や練習会への支援を強化し、選手育成と募集活動を一体的に進める。

3. ねんりんピックの課題整理【アンケート調査より】

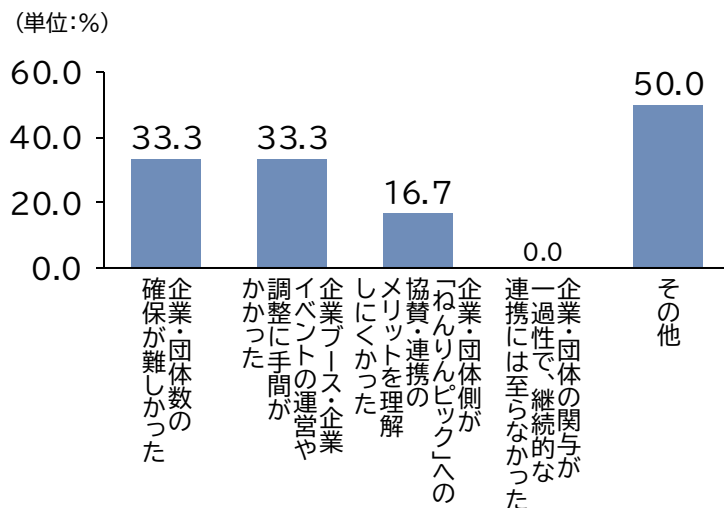
株式会社 JTB 総合研究所

(3) 自治体から見るねんりんピックの課題

⑦ 企業・団体との協賛・連携

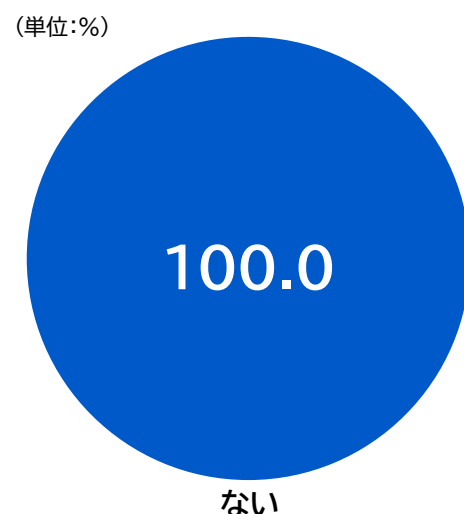
【連携・協賛の難しさ】

【協賛・連携の課題】(N=6)



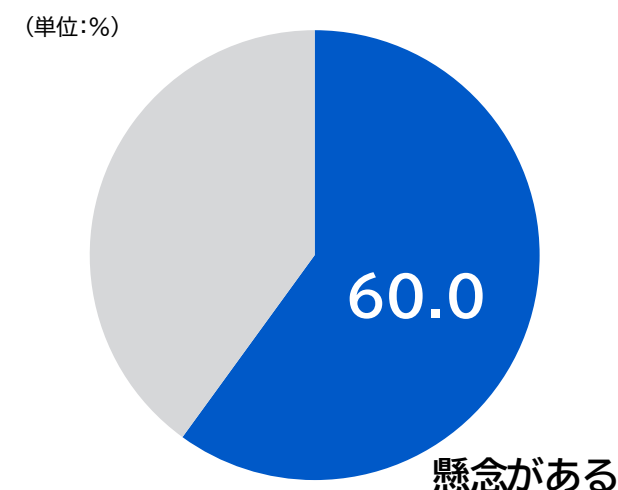
✓直近開催自治体いずれも、選手募集に苦労した経験がある。

【企業からの提案経験】(N=6)



✓直近開催自治体の全てが、企業側からの提案を受けた経験がない。

【ねんりんピックへの懸念】(N=15)



✓未開催自治体の60.0%が協賛募集活動に対して懸念を抱いている。

・財政的支援が最大の期待であるにもかかわらず、協賛獲得に向けた戦略的なアプローチや、企業へのメリット訴求が十分でない。

協賛プログラムの多様化と 企業メリットの明確化

- 協賛企業が求めるリターン(広報、CSR、従業員向けイベント、社会貢献など)を詳細にヒアリングし、それに応じたカスタマイズされた協賛プランを複数用意する。
- 協賛による具体的な効果をデータで示し、企業の投資対効果を明確に訴求する。

協賛企業との共同企画の 積極的な推進

- 単なる資金援助に留まらず、協賛企業の持つ専門知識や技術、リソースを活かした共同企画(例:地域特産品とのコラボ)を提案する。

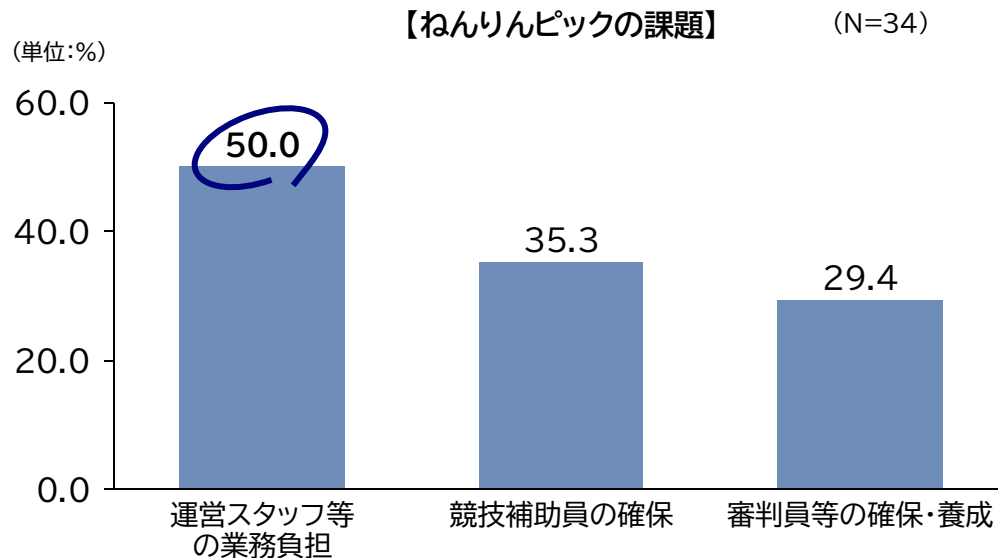
競技団協賛企業向け説明会の開催

- 協賛を検討している企業や過去の協賛企業を対象に、イベントの意義、参加者層、広報効果、成功事例などを紹介する説明会を定期的を開催する。

3. ねんりんピックの課題整理【アンケート調査より】

(4) 競技団体から見るねんりんピックの課題

① 運営スタッフの業務負担とノウハウ共有の不足



【ねんりんピックのあり方への意見】(一部抜粋)

⑥ 種目別交流大会

- 開催地自治体は、前の大会開催地との引継ぎなど可能ですが、主管団体は横の繋がりもなく、自治体との協議・検討、内部での打合せなど一から構築して行かねばならず、加えて役員が高齢者のため、役割分担もままならず苦勞しました。

⑫ その他

- 都道府県持ち回りであり、開催経験がない担当者が多いため、過去の反省事項、開催に使用したソフトなどは共有できるようにしたいと思います。
- 開催地自治体・競技主管団体の負担を少しでも減らしてあげて欲しい。

- 運営スタッフ等の業務負担がねんりんピックの一番の課題と捉えられているほか、自由記述においても役割分担の困難さや、横のつながりがなく一から構築する苦勞が指摘されている

運営マニュアル・ガイドラインの整備と共有プラットフォームの構築

- 過去の大会運営のノウハウ、反省点、成功事例を体系的にまとめたマニュアルを作成し、オンラインプラットフォームなどで次期開催地・主管団体が容易にアクセスできるようにする。
- 担当者の経験不足を補い、準備期間の負担を大幅に軽減する。

ボランティア・地域住民の積極的な巻き込みと育成プログラムの導入

- 地域住民、学生、退職者などを対象としたボランティア募集を強化し、事前研修や役割分担の明確化を行う。
- 特に専門性の高い審判員や競技補助員については、育成プログラムや資格取得支援を強化し、人材プールの拡大を図る。

デジタル技術の活用による業務効率化

- 集計作業、参加者管理、情報発信などにデジタルツールやシステムを導入し、手作業による負担を軽減する。
- 例えば、WEBサイトにQ&A自動応答システムを導入し、問い合わせ対応の効率化を図る。

(4) 競技団体から見るねんりんピックの課題

② 参加者の経済的・物理的負担と開催地の利便性

【ねんりんピックへの意見】(一部抜粋)

中央競技団体

- ・ 宿泊先の確保、価格面も含めて難しいとの声があります。
- ・ 交通宿泊費等、選手の経済的負担を減らしたり、また会場は交通の便の良いところで開催した方が良いのではと感じております。

地方競技団体

- ・ 競技開催施設の不足、交通インフラの不備不足などで、スタッフが競技施設まで移動するのに労力とコストを要した。地方開催では仕方のないとも言える。

⑧宿泊輸送(ホテル・バス・昼食弁当の手配)

- ・ 宿泊施設が遠隔地になる開催地がある。それにより移動時間の確保のため、宿泊所の食事提供前に出発しなくてはならない場合もあったので、そこは改善の余地があるかと思う。
- ・ 競技開始時間にホテルの朝食が間に合わない。もっと柔軟に、コンビニのおにぎりでも構わないのでホテル側が誠意を見せてくれると納得感が得られやすいかもよ。
- ・ ホテルについては、なるべく会場から近いところを抑えてほしい。
- ・ 選手移送バスが不足 宿泊施設が地方に不足
- ・ 会場となった智頭町は鳥取県の東南端に位置し、囲碁選手の皆さんは、岡山県美作市のホテルに宿泊。ホテルと会場までバス移動。バスガイドも付かず運転手一人で選手の乗り降り、人数確認などに手間取った様子だったと選手から苦情が寄せられました。
- ・ 交通が不便な会場では、会場までの送迎バスとかの充実が重要
- ・ ホテル代について、団体利用で連泊するのであるから、もう少し安い宿泊料金を設定していただきたい。
- ・ 当県大会では宿泊場所が少なかったため、県外の宿泊となったので移動時間が多くかかってしまった。

【ねんりんピックのあり方への意見】(一部抜粋)

- ・ 競技団体からも、参加選手の経済的負担や身体的負担に対する改善要望が出ている。特に宿泊費の高騰など宿泊費や交通費の負担増加、地方では遠隔地に宿泊地があることが多く、交通や移動の負担があるとされる。

会場選定基準へのアクセス利便性・宿泊施設充実度の追加

- 開催地の選定において、競技会場と宿泊施設間の移動時間、公共交通機関のアクセス、周辺の商業施設(コンビニ等)の充実度を重要な評価項目に加える。
- これにより、参加者の利便性を最優先した開催地選定を促す。

宿泊施設との連携強化による柔軟なサービス提供

- 開催地の宿泊施設に対し、大会期間中の朝食時間の前倒しや、軽食提供オプション、団体割引の適用などを事前に交渉し、参加者のニーズに合わせた柔軟なサービス提供を依頼する。

大都市圏での開催

- 地方ほど宿泊施設が少なくなり、他県や他自治体の宿泊施設を利用しなければならないため、宿泊施設が多い大都市を中心にねんりんピックを開催することも、当該課題を解決する一つの手段となり得る。

(4) 競技団体から見るねんりんピックの課題

③ 大会運営の柔軟性不足と種目選定・ルールへの不満

【ねんりんピックへの意見】(一部抜粋)

地方競技団体

- ・ 競技人口や団体そのものがなくなるなど、競技によってはマンパワー不足の状況がある。競技種目の見直しや、開催方法の見直し(1市町村1競技以上の縛りをなくす等)が必要では？
- ・ 今後、小さな県での開催は、競技運営役員・スタッフなど人材が揃わないのではないかと危惧しています。もし、5年後に鳥取県で開催されていたら同競技種目の運営は出来なかったと思われます。ただし、今後も鳥取県からの選手選考大会の開催は持続可能です。

②開催種目数

③参加者数(大会の規模)

⑥種目別交流大会

【ねんりんピックのあり方への意見】(一部抜粋)

- ・ 多種目にわたっての開催である良いと感じる。
- ・ ゲートボールは各県1チームで良いと思う。政令指定都市枠は要らないと思う。参加チーム数を減らせば、開催地の負担も減ると思う。
- ・ バドミントンは、協賛大会の形で本大会とは別に開催されてきた経緯があり、参加者数(各県、政令市1チーム)の縛りは、従来の参加者から不満があった。この縛りを外すことは困難と思うが、競技を追加する場合は、検討してほしい。
- ・ 女性の交代選手がいない場合、参加した女性には健康管理の面でプレッシャーがかかるほか、男性4人の失望感は計り知れないものがある。そのため女子選手が大会中に体調不良でやむを得ず欠場した場合でも、男子4人で決勝トーナメントまで出場できるよう改善願いたい。

- ・ 競技によっては競技人口が少なく選手派遣が難しくなっているものもある。加えて参加条件が加わるため当日まで参加が可能になるかどうかチームとして精神的な負担もあるため、柔軟なルール適用による運営が求められる。

競技種目・開催方法の定期的な見直しと柔軟化

- 競技団体の意見を定期的にヒアリングし、競技人口の変動や高齢者のニーズに合わせて種目の追加・見直しを行うこともあり得る。
- 例えば、eスポーツの正式種目化や、特定の市町村における種目の集約開催など、運営を柔軟に見直す検討を行う。

総合開会式の簡素化・分散化の検討とリソースの再配分

- 大規模な総合開会式を簡素化するか、競技会場ごとの分散開催を検討する。
- その分のリソースを参加者への還元(地域クーポン、参加賞の充実など)や、開催地での滞在時間増加(観光・交流イベント)に振り向けることで、参加者の満足度向上を図る。

競技ルール・カテゴリーの多様化と参加促進

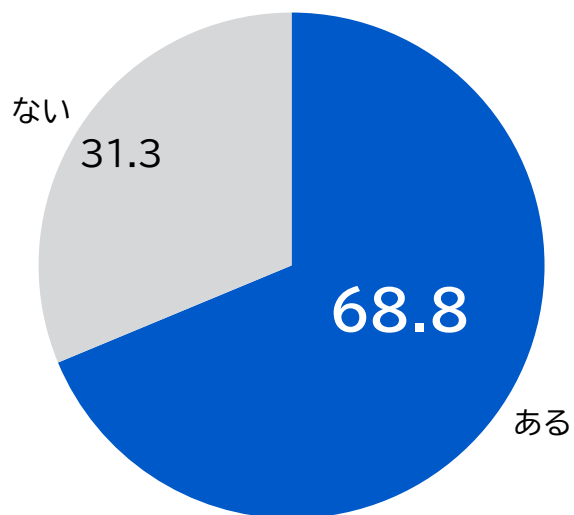
- 女性選手の必須条件が厳格化していることによるトラブル回避のため、女性枠の柔軟な運用を検討する。
- 年齢カテゴリーの細分化や、勝敗だけでなく交流を重視した競技形式の導入など、より多くの人が参加しやすいルールを模索する。

(4) 競技団体から見るねんりんピックの課題

④ 企業連携の未活用

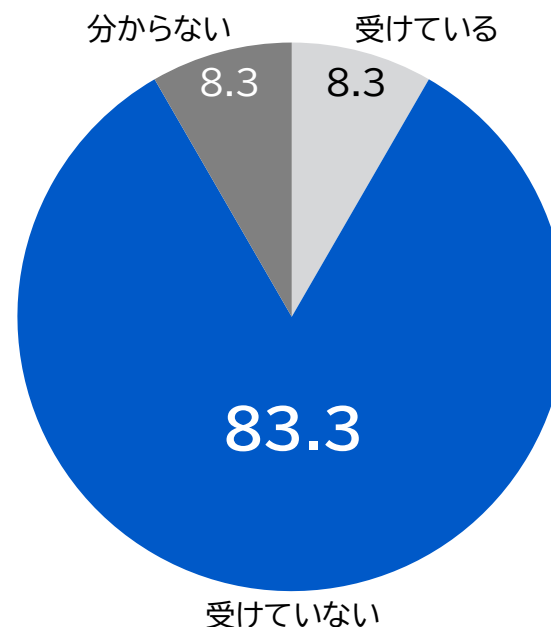
【企業との協賛・連携】 (N=16)

(単位:%)



【ねんりんピックでの企業との協賛・連携】 (n=12)

(単位:%)



- 競技団体として半数以上が企業との協賛や連携ができているものの、ねんりんピックに限ると、83.3%が協賛・連携を受けておらず、通常の連携が生かせていない状況が示唆される。

ねんりんピック特有の企業協賛プランの策定と積極的な提案

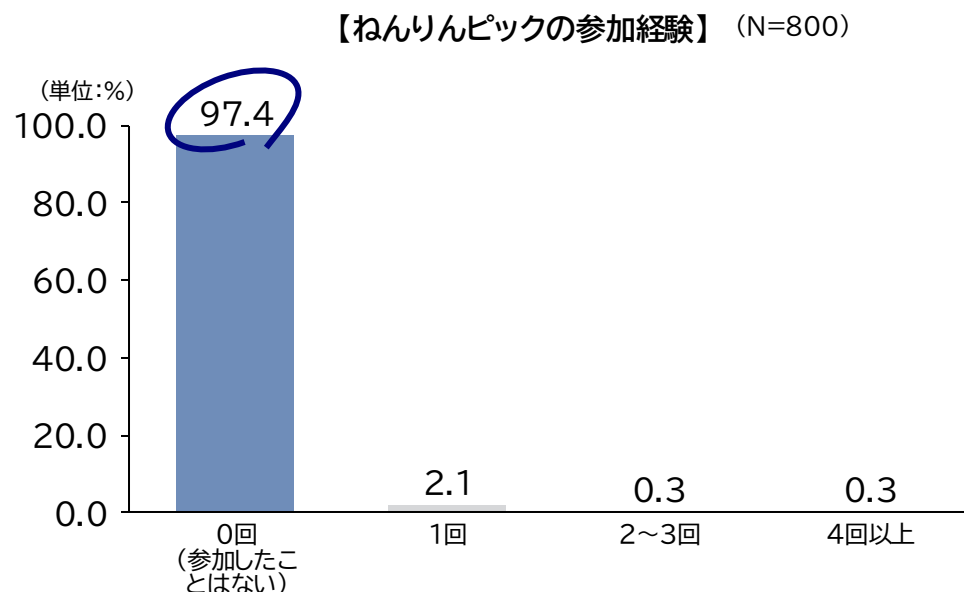
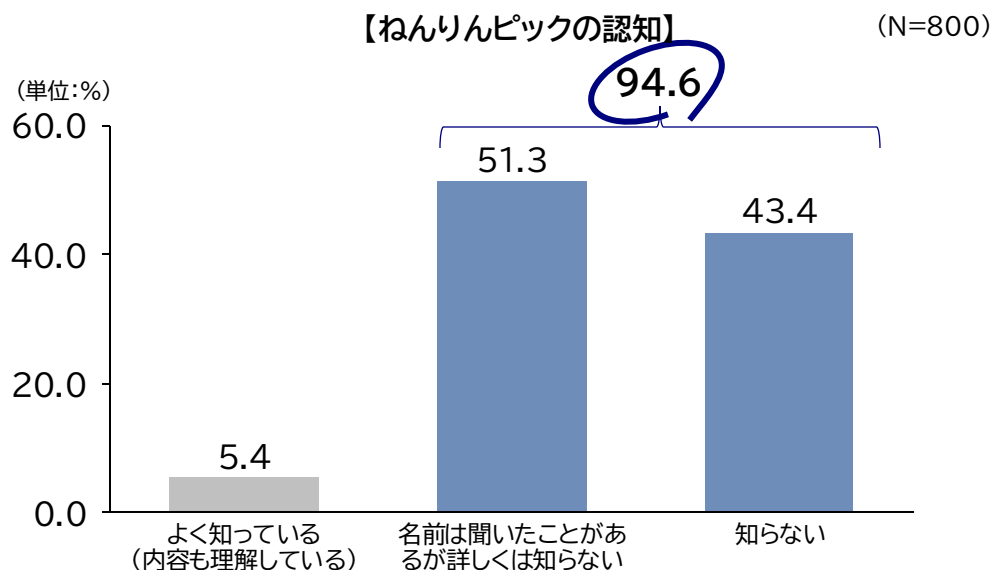
- 高齢者層へのアプローチ、健康寿命延伸への貢献、地域活性化といったねんりんピックの特性を活かした企業協賛プランを策定する。商品・サービス提供、健康測定ブース、共同イベント企画など、企業にとって魅力的な連携内容をパッケージ化し、ターゲット企業に積極的に提案することもあり得る。

企業連携専門部署の設置または外部委託の検討

- 競技団体単独での企業開拓が難しい場合、ねんりんピック実行委員会内に企業連携を専門とする部署を設置するか、実績のある外部機関(広告代理店、コンサルティング会社など)に協賛獲得業務を委託することを検討する。専門性を持ったアプローチで、企業からの協賛を促進する。

(5) 一般人から見るねんりんピックの課題

① 圧倒的な認知度の低さ



- 十分な認知率や参加率は全体の約5%となっており、圧倒的に認知度が低い。
- 年代による差もほとんど見られず、シニアになったから認知されるようなイベントでもない。

多角的な広報戦略の展開

- ターゲット媒体の選定として、テレビ、新聞、自治体広報誌・チラシに加え、シニア層が利用するSNS (Facebookなど)、などを活用する。
- 「ねんりんピック」の名称やロゴ、イベント内容を、より魅力的で分かりやすい表現に見直し、親しみやすいイメージを醸成する

地域連携の強化

- 地域包括支援センター、公民館、老人クラブ、スポーツクラブなど、シニア層が日常的に接する機関との連携を強化し、情報提供を依頼する。
- 観光に関心のある方が多いため、地域イベントでのブース出展することで地道な認知向上を図る。

「知らない」層へのアプローチ

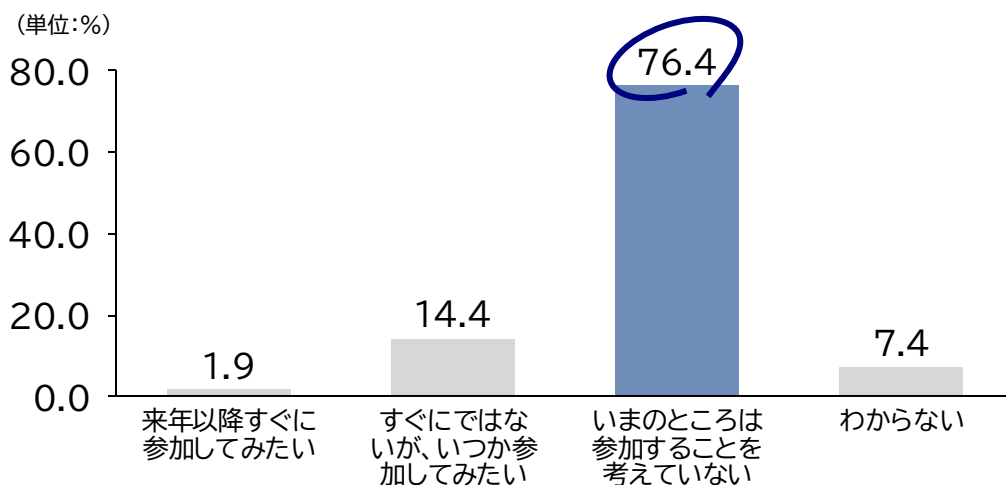
- 「ねんりんピックとは何か」を簡潔に伝える啓発キャンペーンを実施する。
- 令和9年度のイベントを含め、「まずは知ってもらおう」ための体験型イベントやミニ講座を開催する。

(5) 一般人から見るねんりんピックの課題

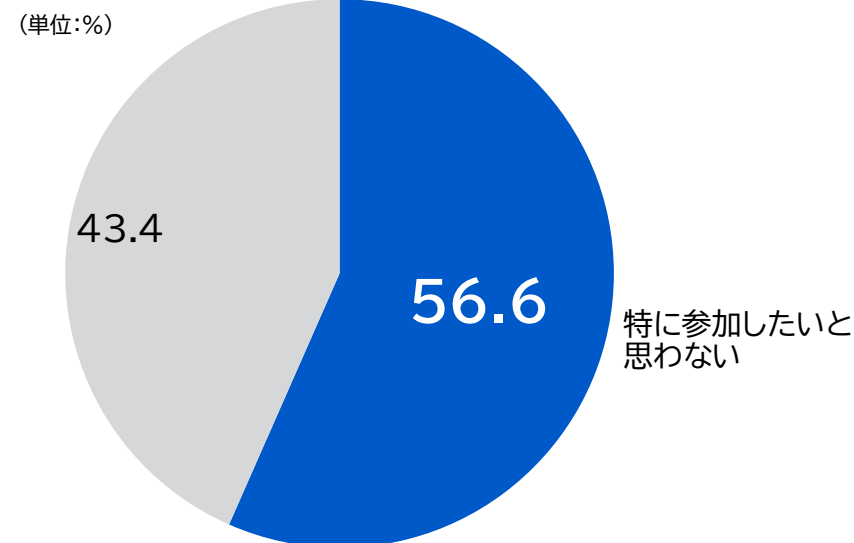
② 低い参加志向

【ねんりんピックの参加意向】

(N=800)



【スポーツイベントの参加経験】 (N=800)



- ・ 来年以降のねんりんピック参加意向については、4分の3以上が「いまのところは参加することを考えていない」と低い参加意向となっている。
- ・ ねんりんピックに限らず、スポーツイベントについて半数以上が参加意向がなく、関心自体が低い傾向がみられる。

参加へのハードルを下げる

- 「スポーツ・文化活動はしていないが、きっかけに取り組みたい」層を取り込むために、初心者向けのプログラムなどを拡充する。
- 短時間・少人数で参加できるミニイベントやワークショップを地域で開催し、参加意欲を高める。

参加メリットの具体化

- 健康維持、交流、生きがい、観光など、参加で得られる具体的なメリットを分かりやすく提示し、参加意欲を喚起する。

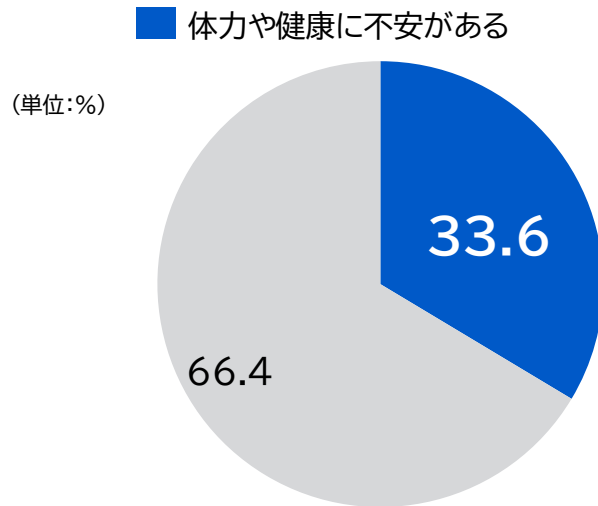
継続的な関与の促進

- 大会後も継続できる運動・交流プログラムの紹介や、地域での活動への誘導を行う。
- プラットフォームなどで過去の大会の様子などが確認でき、参加したいと思うような動画等を配信する。

(5) 一般人から見るねんりんピックの課題

③ 参加への多様な障壁

【スポーツイベント参加の懸念点】 (N=800)

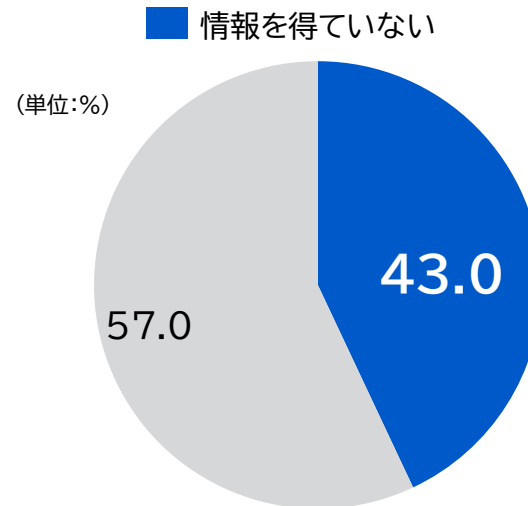


・スポーツイベント参加の最大の障壁は「体力や健康に不安がある」点があげられる。身体的なハードルが高い。

個別ニーズに対応したプログラム設計

- 医療・健康サポートの充実(健康チェック、医療スタッフ配置)、初心者向け、体力に自信がない人向けのプログラムを増やす。
- 競技性の低いレクリエーション要素の強いプログラム、チーム参加を推奨するプログラム、観覧・応援など多様な関わり方を提示する。

【スポーツイベントの情報源】 (N=800)

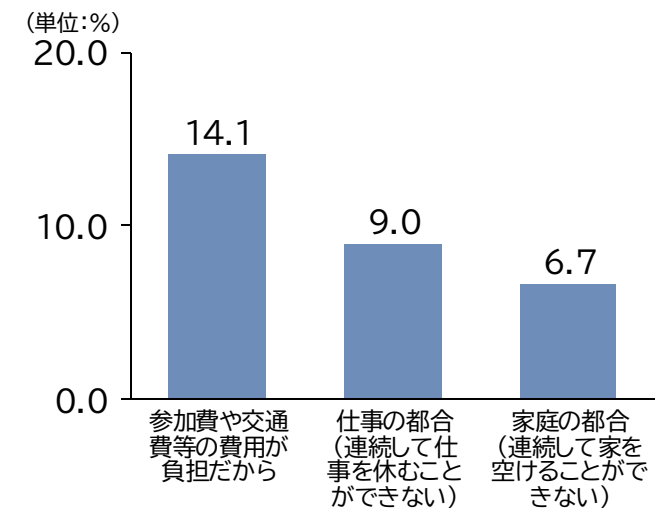


・スポーツイベントの情報について、「得ていない」という方が43.0%で最多という、情報不足という課題がある。

情報アクセスの改善

- 公式サイト、SNS、広報誌や競技施設など、シニア層が日常的に利用する場所での情報提供を強化。
- 参加方法、プログラム内容などが簡単に確認できるポータルサイトなどを運用する。

【不参加理由(一部抜粋)】 (N=800)



・交通費の負担や会社・家庭都合での不参加など、環境や費用の課題がうかがえる。

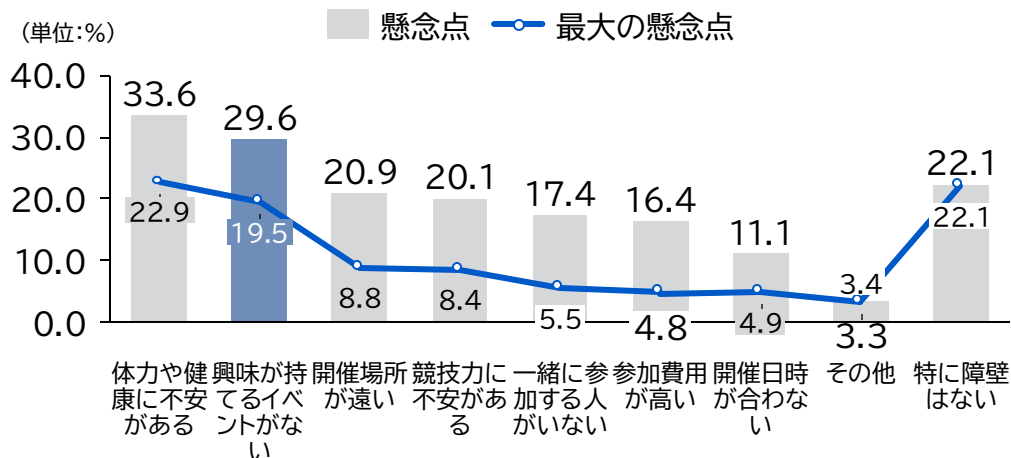
参加環境の整備

- アクセスの良い会場選定、シャトルバス運行、バリアフリー対応を行う。
- 一人参加者向けの交流会などサポート体制を整える。

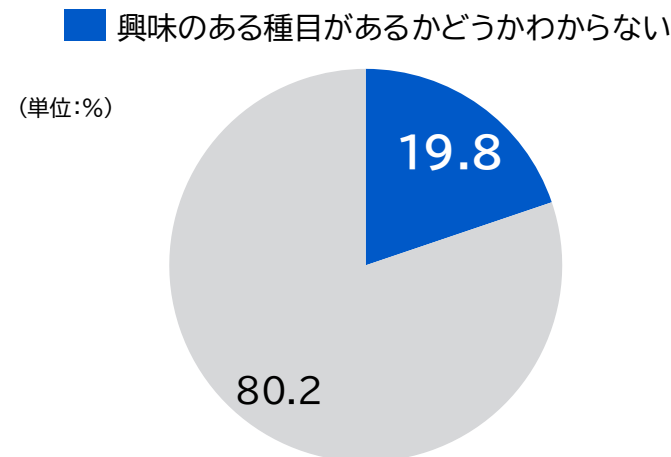
(5) 一般人から見るねんりんピックの課題

④ プログラム内容とニーズの不一致

【スポーツイベント参加の懸念点】 (N=800)



【不参加理由】 (n=611)



- イベント参加時においても、「興味を持てない」という理由が懸念点の上位となっており、実際に不参加理由としても「興味のある種目があるかどうか分からない」が上位となる。一部の参加意向者の「興味・関心」と必ずしも合致しておらず、プログラム内容のさらなる多様化とニーズへの適合が求められる。

ニーズに基づいたプログラム開発

- シニア層が実際に何を求めているのか、具体的な競技や文化活動、体験プログラムについて詳細なニーズ調査を行う。
- eスポーツ、ニュースポーツ、健康ツーリズムなど、現代のシニア層の多様な関心や社会のトレンドを取り入れたプログラムを検討。

プログラムの多様化と柔軟性

- 競技志向のプログラムだけでなく、レクリエーション要素の強いもの、体験型のもの、観覧・応援に特化したものなど、多様なレベルと関わり方を提供。
- 開催地の特色を活かした郷土芸能、伝統工芸体験、地域住民との交流イベントなどを充実させる。

プログラム情報の分かりやすい提示

- プログラム内容を詳細に、かつ魅力的に紹介する情報発信を強化し、「興味のある種目があるかどうか分からない」という課題を解消する。

3. ねんりんピックの課題整理【アンケート調査より】

株式会社 JTB 総合研究所

(6) 課題のまとめ

本章で見てきた課題を自治体・競技団体・一般別に分けるとともに、課題のまとまりから「大会の理念とブランドの再定義」「多様な参加者ニーズに応える大会構造への変革」「価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築」という方向性を整理したものが以下の一覧表となる。

	大会の理念とブランドの再定義	多様な参加者ニーズに応える大会構造への変革	価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築
自治体	【深刻な認知度不足と国の役割への要望】 各自治体から認知度の低さを指摘されており、国の主体的な広報を求める声が多く上がっている。ブランド構築が自治体に大きく任されていることへの不満も現れている。	【選手確保の困難さと参加条件のミスマッチ】 71.2%の自治体が選手集めに苦勞した経験があり、その理由として「競技人口が少ない」、「金銭的な問題」、「拘束期間」、「女性人数の条件」が挙げられている。社会の変化に大会の参加条件が追いついていない実態がみられる。 【画一的なプログラムへの疑問】 種目の変動に対する不満や、総合開会式への全員参加・長時間拘束については、見直しを求める声が多い。また、選手の視点に立ったイベント構成の見直しも必要である。	【最大の課題: 過大な財政的・人的負担】 既開催・未開催問わず、自治体が開催において懸念する点においては、「財政負担」、「人的負担」が高く、開催県の経済的負担が大きい。国による抜本的な負担軽減策を求める声が多い。 【構造的課題: ノウハウが継承されない「丸投げ」体制】 開催においては、自治体任せにするのではなく、国レベルでの支援・調整機能を構築し、交流大会のノウハウを蓄積する環境が求められる。また、宿泊・輸送については、不満や課題が多数挙げられている。
競技団体	—	【大会構造への要望】 総合開会式の簡素化と地域のリソースを競技や地域交流、観光といった参加者の満足度に直結する部分へ再配分すべき。 【競技ルール・種目への要望】 参加しやすさのための柔軟な運用・ルールの柔軟性や定期的なアセスメントの必要性が示された。	【運営側の課題】 特に地方競技団体においては、運営ノウハウが属人化・単年度化しており、共有・継承される仕組みがないという構造的な問題が明らか。 【参加者側の課題】 経済的・物理的負担は大きく、特に宿泊に関してはコスパ・場所等において不満の声が届いており、参加者の満足度を下げる要因となっている。 【新たな可能性】 大会として企業連携を促進する仕組みを構築すれば、大きな財源確保や価値向上に繋がる可能性がある。
一般	【現状の課題】圧倒的な認知度の低さは、年代を問わず、本来のターゲット層であるシニア層にもブランドが浸透していない。 参加しない理由として、情報不足が深刻。またねんりんピックへ参加することのメリットを伝える余地が多分にある。	【求められるプログラム】 競技性の高いものだけでなく、誰もが気軽に参加できる健康・交流コンテンツの拡充が求められている。 【参加への高い壁】 体力や競技レベルを問わない、多様な関わり方(応援、ボランティア、文化体験など)の提示が必要。	【物理的・経済的障壁】 参加にあたっては、「費用」と「距離」が参加障壁となっている。 【情報伝達の課題】 大会の存在だけでなく、参加に至るまでの具体的な情報提供が大きく不足している。

(1)課題のまとめ

民間企業等の企業価値の向上や地域貢献につながるねんりんピック開催に向けたヒアリングを行い、感じられた課題点は以下の通りです。

ヘルスケア・ウェルネス系 企業

- ねんりんピックが単発のイベントで終わるのではなく、各自治体や地域で継続的な健康づくり活動や交流につながる仕組みを作るべき。
- 参加者がイベントをきっかけに自分の地域で新しい活動を始めたり、指導者として活躍するなど、連続性のある取り組みへの発展が重要。
- ねんりんピックの認知度がまだ低いこと、参加枠が限られることが課題であり、更に多くの人が関われる仕組みづくりが必要。
- イベント参加者がその後も地域の活動に参加しやすいような連携モデル(「関係人口」の拡大)を意識すべき。
- 単発の広報・協賛だけでは企業側の投資価値が見えにくいため、企業が社会貢献や事業展開に繋がられるような設計が必要。
- 高齢者がイベントの受益者として参加するだけでなく、指導者や企画側として主体的に関われる機会を増やすべき。
- ねんりんピックを通じて得られる健康データや活動成果を蓄積・活用し、研究機関や学会と連携したエビデンスプラットフォームとしての価値を高めるべき。
- 一社独占ではなく、目的や内容に応じて複数企業が協力できる柔軟な枠組みも検討すべき。

スポーツ関連企業

- 地域ごとの予選大会を経て、ねんりんピックで全国大会の決勝を行うことで、参加者や団体のモチベーション向上、イベントの多様性拡大に繋げるべき。
- eスポーツ等を活用し、会場に来られない遠方の高齢者もオンラインでイベントに参加できる仕組みがあるとよい。
- オンラインによる健康教室や交流の場を設け、参加者層の拡大と継続的な健康づくりを目指すべき。
- 商圏が狭いスポーツクラブ自体がねんりんピックの事業と直接つながることは難しい。
- 単なる経済波及効果だけでなく、複合的なメリットを伝えることで自治体の後押しに繋がる。
- 長期的なアウトカムとして介護予防費や医療費の低減に資することが重要。
- eスポーツに対する社会的な理解、特に高齢者福祉での有用性の理解が深まることを期待している。
- 企業協賛には少なくとも1年前からの準備期間が必要。
- ゲームメーカーやeスポーツに関心が高い一般企業へのアプローチが重要。協賛のつきやすさはイベント内容によるため、戦略的な企画が求められる。

3. ねんりんピックの課題整理 【ヒアリング調査より】

(4)課題のまとめ

民間企業等の企業価値の向上や地域貢献につながるねんりんピック開催に向けたヒアリングを行い、感じられた課題点は以下の通りです。

小売・アパレル企業

- ねんりんピックを通じて伝えたいメッセージと企業のブランドのメッセージが繋がると良い。
- 単発でやっても仕方ないので、どこまで何をしていくのかというのは双方で話し合いが必要。
- ワンタイムではなく、やるなら継続性の心づもりが必要。中長期の考え方もおうかがいしながら進めていきたい。

メディア・通信・情報企業

- 協賛企業募集業務受託の場合、協賛金の一定割合を手数料として受領するモデルがあると望ましい。
- 報道・PRに関しては、編集記事は記者の判断が入るため、100%掲載保証は難しい。
- 企業側・主催側双方にメリットがあるスキームを重視。
- 自治体への利益還元不足、コストの高さ、認知度の低さ、関心を持たせる難しさがある。
- 参加者が限定的で、観戦者も少ない印象があり、選手も誰でも参加できる形にすべき。
- ねんりんピックの認知度向上後のライフスタイルや開催地の豊かさに繋がる出口戦略が必要。

金融・保険・地域支援企業

- 単発の全国大会だけでなく、各地域での継続的な活動・大会への冠付け・啓発活動をすべき。
- 企業側のメリット(PR、ブランド、社会貢献)と主催側のメリット(認知度、参加者拡大、地域活性化)の両立が必要。
- 包括連携協定、パートナーシップ契約など、目的や内容に応じた柔軟な契約形態が望ましい。
- 高齢者中心だが多世代交流・企業参加枠なども検討可能と思われる。
- 支社スタッフの現場負担と業績効果のバランスが難しい。
- 本部主導でプロモーション効果・社会貢献を実感できる仕組みづくりが重要。
- 支社・営業部の現場体制と本部(プロモーション部・社会貢献事業部など)との役割整理が必要。
- 具体的な大会協力内容について自治体・県と早期協議をするべき。

行政系

- 地域の声を反映した取り組みを重視し、課題解決に向けて関係者と協議を重ねることが重要。
- イベント後もコミュニティが継続的に活動できるよう、支援体制の充実に努めるべき。
- 自治体・企業・団体との協力体制を柔軟に構築する必要性あり。

3. ねんりんピックの課題整理 【実地調査より】

(1) 課題のまとめ

2025年度ねんりんピック岐阜大会に参加した際に感じられた課題点は以下の通りです。

総合開会式

- ・ 屋外開催のため、急な雨の対策が必要。多くの選手等が参加・移動するため、タイムスケジュールには余裕を持たせる必要がある。
- ・ タイムスケジュールは、選手の移動や、起立にかかる時間など余裕をみておくべき。また、式典が長時間になるほど選手の負担になるため、工夫が必要である。

各種イベント

- ・ 総合開会式近辺で行われているイベント会場は芝生だったが、雨天の影響でスリップする方がいたため、対策、配慮が必要である。
- ・ 後催県のPRブースはあったが、参加者にとっては大会中でもあり、あまり関心を惹くには至っていなかった。

交流大会

- ・ 応援者や一般来場者の来場がほとんど見られず、参加者の晴れ舞台の盛り上げを最大化できていない。
- ・ 会場周辺ブースは単に商品が並べられているケースが多く見受けられ、地域特性を出すことができておらず、物販や地域のPRに繋がっていない。

総合閉会式

- ・ 終了予定時間の大幅な遅延(30分程度)があった。
- ・ 会場の観客席が約360席と少なく、関係者のみで埋まっている状況だったため、一般観覧者席が不足していた。

(各出席者からの意見)

■大会全体について

- ターゲットと競技レベルについての検討が必要。そのターゲットにどうアプローチするか、目標設定の必要がある。
- 自治体の開催負担(運営の負担、組織づくりの負担)が大きい
 - ノウハウ共有やホームページ作成などについて、仕組みを見直すことで負担軽減が可能。
 - スリム化・簡素化、雛形化が必要。自治体ニーズを把握し、未開催県と既開催県とのギャップを認識する必要があるのでは。
(自治体ニーズの把握・種目数の多さによる負担バランス)

■大会参加について

- 宿泊交通費の高騰が、選手の参加負担に直結している。
- 宿泊に関する不満は、全体の満足度に大きな影響を与えるため改善が必要。

■広報周知について

- 大会規模と開催回数の割に認知度が低い。メインターゲットを設定した上でのマーケティング・広報(ウェブでの情報発信)の改善が必要。
 - デザイン性の高いお土産やロゴ、ネーミングなど、「ねんりんピック」自体を浸透させるためのブランディング強化
 - 広報コンテンツ(ウェブサイト・動画)の蓄積、専用のプラットフォームサイト
 - 「人にフォーカス」した広報活動。「参加することで活力を分けてもらえる」というメッセージ
- ねんりんピックのメインターゲットをどこに設定するか、どの層に情報を届けていくのかの議論も重要

■企業との連携について

- 単なる広告費としての協賛ではなく、官民連携のプラットフォーム構築の視点で捉えるべき。
- 企業からアイデア出しがあるとよい。企業の実証実験の場として活用できないか。
- イベント規模を考慮すると、出展する企業自体の数が少なく、全国展開企業の本社からの協賛の可能性を模索するべき。
 - 国スポのリブランディング事例を参考に、トップカテゴリーのスポンサー枠(通年・複数年契約)設定など

■大会レガシーについて

- ねんりんピック後の普段の生活における高齢者の運動習慣やネットワークをいかに作るかがさらに重要
- ねんりんピック担当課が福祉系部署の場合、スポーツ振興や地域づくりにつなげにくい。省庁間でも連携が希薄。
- イベント単体の効果だけではなく、イベントを通じて、通常の高齢者関連施策をより良くしていくなど、レガシーとして何が残ったか、という開催自治体の行政評価(KPIの設定)を把握するべき。

前章で確認できたように、ねんりんピックには様々な期待やもたらされる効果がある。一方でかねてからねんりんピックに対する課題は参加者・運営側双方に抱かれてきた。

ここでは、本事業を通じ行ったアンケートやヒアリング、巡検をもとに、ねんりんピックにおける課題について、各参加主体が感じる課題を述べる。

①参加高齢者

□ 参加意識の低さ

- ✓ ねんりんピックの認知度が低く、特にシニア層への浸透が不足している。(58ページ)
- ✓ 「いまのところは参加することを考えていない」と回答する高齢者が多く、参加意欲が低い。(59ページ)
- ✓ スポーツイベントへの参加経験がない高齢者が半数以上を占め、スポーツ自体への関心が低い傾向がある。(59ページ)

□ 身体的・経済的負担

- ✓ 「体力や健康に不安がある」ことがスポーツイベント参加の最大の障壁となっている。(60ページ)
- ✓ 「参加費や交通費等の費用が負担」という意見があり、経済的な負担も課題。(60ページ)
- ✓ 開催期間が長く(4泊5日)、休みが取りにくいことで参加辞退者が出ている。(60ページ)
- ✓ 宿泊施設が遠隔地になる場合があり、移動時間や交通費の負担が大きい。ホテルの朝食時間と競技開始時間が合わないといった問題も発生している。(55ページ)

□ プログラム内容への不満

- ✓ 「興味が持てるイベントがない」「興味のある種目があるかわからない」という意見があり、提供されるプログラムと参加者のニーズにずれがある。(61ページ)
- ✓ 特定の競技人口の減少や、60代の就労増加によりチーム編成が困難なケースがある。(56ページ)
- ✓ 女性の参加条件が厳しい競技があり、参加へのハードルとなっている。(56ページ)

□ 情報不足

- ✓ スポーツイベントの情報自体を「得ていない」高齢者が多く、情報提供の不足が課題。(60ページ)

②開催自治体

□ 過大な負担

- ✓ 開催時期が9月だと、高齢者向けスポーツ大会や老人週間イベントと重なり、自治体やスポーツ関連団体の繁忙期となり、十分な労力を割くことが困難、または大きな負担となる。(47ページ)
- ✓ 原則「都道府県持ち回り方式」のため、毎回の担当県が短期間で大量の業務を引き受けることになり、自治体側の負担が過大。(51ページ)
- ✓ 運営主体が自治体職員の兼務で行われるケースが多く、担当者の異動や経験不足が課題。(51ページ)
- ✓ 種目数が多くなると会場確保が困難となる。(50ページ)
- ✓ 総合開会式の屋外開催は天候リスクが高く、高齢者の体調不良リスクや運営上の混乱を招く。屋内開催を理想とするも、大規模な会場確保が困難な場合がある。(50ページ)
- ✓ 実行委員会と市町村の連携体制が不明確で、配布物や連絡事項の整理など運営面での改善要望がある。(51ページ)

□ 財政的課題

- ✓ ホテル価格の高騰により、閑散期開催での全体的なコスト削減が求められている。(47ページ)
- ✓ 協賛企業の確保が難しく、財政的支援が最大の期待であるにもかかわらず、戦略的なアプローチや企業へのメリット訴求が不十分。(53ページ)
- ✓ 企業からの提案を受けた経験がない自治体がほとんどで、協賛募集活動に懸念を抱いている自治体が多い。(53ページ)

□ ノウハウ不足

- ✓ 開催地選定における会場要件の明確化や技術支援が不足している。(50ページ)

③選手派遣自治体

□ 選手募集の困難さ

- ✓ 過半数の自治体が選手募集に苦労した経験があり、主な理由として「競技人口が少ない」「金銭的な問題」「女性人数の条件」が挙げられている。(52ページ)
- ✓ 高齢化社会において、特定の競技人口の減少や、就労高齢者の増加に伴う参加条件(拘束期間など)が選手確保の足かせとなっている。(52ページ)

□ 大会運営への不満

- ✓ 開催要領の提示が遅い、資料がバラバラに何度も送られてくるなど、情報提供の遅延や一元化されていないことに不満がある。(51ページ)

④競技団体等

□ 運営スタッフの業務負担とノウハウ共有の不足

- ✓ 運営スタッフ等の業務負担がねんりんピックの一番の課題と捉えられている。(54ページ)
- ✓ 競技主管団体は横のつながりがなく、自治体との協議・検討、内部での打合せなどを一から構築する必要があり、役員が高齢者であるため役割分担も困難。(54ページ)
- ✓ 競技補助員や審判員の確保・養成が課題。(54ページ)

□ 参加者の経済的・物理的負担

- ✓ 宿泊施設が遠隔地になることによる移動の労力とコスト、宿泊費の高騰が課題。(55ページ)
- ✓ 交通インフラの不備により、スタッフが競技施設まで移動するのに労力とコストを要する。(55ページ)

□ 大会運営の柔軟性不足と種目選定・ルールへの不満

- ✓ 競技人口が少なく選手派遣が難しい種目がある。(56ページ)
- ✓ 参加条件が厳しく、特に女性選手の必須条件がトラブルの原因となることがある。(56ページ)
- ✓ 特定の競技(ゲートボール、バドミントンなど)において、参加チーム数や選手数の制限に対する不満がある。(56ページ)

□ 企業連携の未活用

- ✓ 競技団体として企業との協賛や連携ができている場合でも、ねんりんピックに限ると協賛・連携を受けていない団体が多く、通常の連携が生かされていない状況。(57ページ)

⑤協賛企業

□ 協賛メリットの不明確さ

- ✓ 企業・団体側が「ねんりんピック」への協賛・連携のメリットを理解しにくい。(63～64ページ)
- ✓ 単発の広報・協賛では企業側の投資価値が見えにくく、社会貢献や事業展開に繋がる設計が必要。(63～64ページ)
- ✓ 単なる広告費としての協賛ではなく、官民連携のプラットフォーム構築の視点が必要。(63～64ページ)

□ 継続性の欠如

- ✓ 企業・団体の関与が一過性で、継続的な連携には至らないケースが多い。(63～64ページ)
- ✓ 中長期的な視点での連携を希望する企業が多い。(63～64ページ)

□ 準備期間の不足

- ✓ 企業協賛には企業にもよるものの、少なくとも1年前からの準備期間が必要。(63～64ページ)

□ 認知度の低さ

- ✓ ねんりんピックの認知度が低いことが、企業が協賛を検討する上での懸念材料となっている。(63～64ページ)

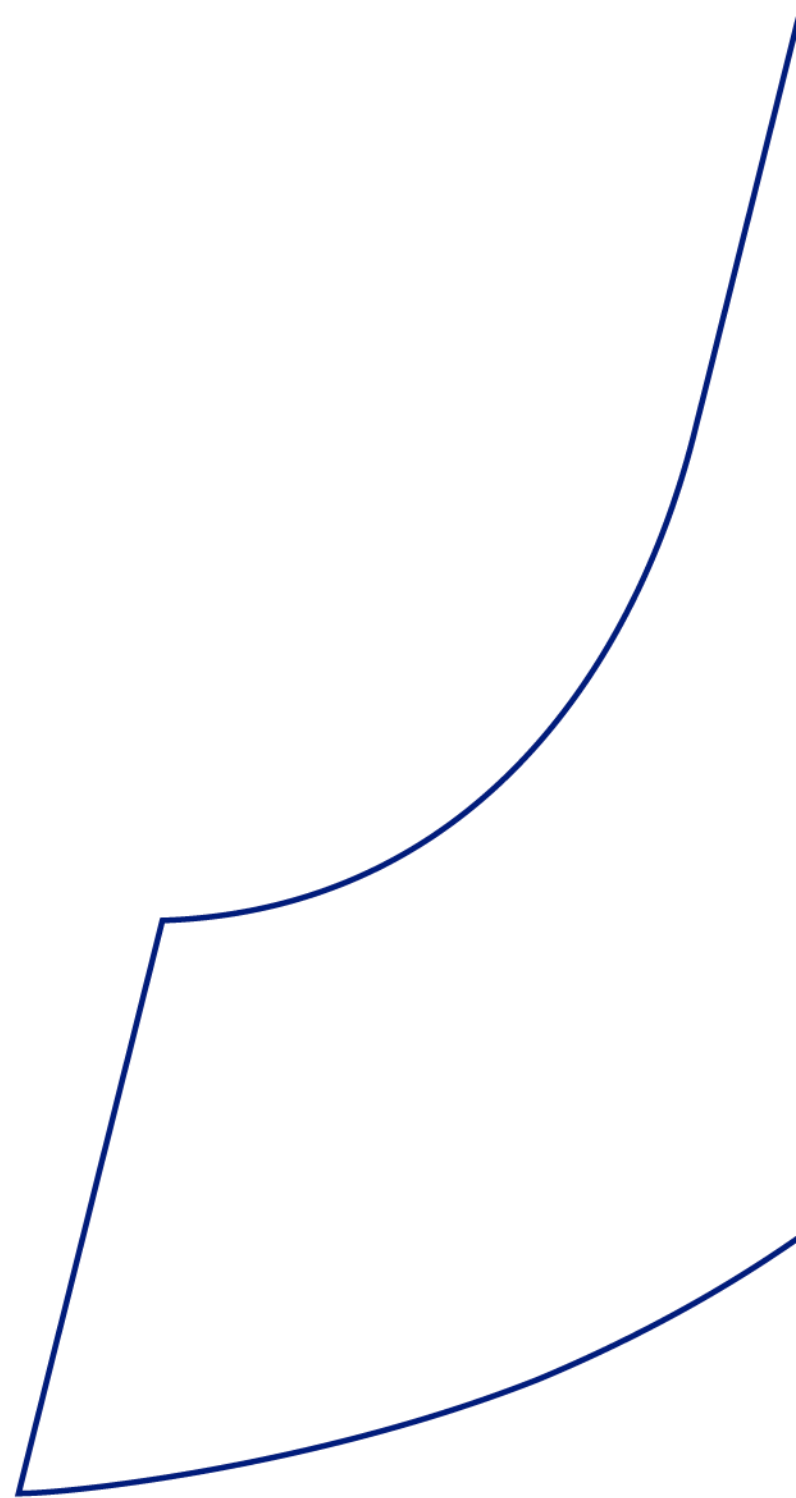
□ 限定的な参加者と観戦者

- ✓ 参加者が限定的で、観戦者も少ない印象があり、企業にとっての露出効果が低いと感じられる。(63～64ページ)

□ 連携体制の課題

- ✓ 企業側と主催側双方にメリットがあるスキームの構築が重要。(63～64ページ)
- ✓ 支社スタッフの現場負担と業績効果のバランスが難しい。本部主導でプロモーション効果・社会貢献を実感できる仕組みづくりが必要。(63～64ページ)

4. ねんりんピックのあり方に係る検討の方向性



4. ねんりんピックのあり方に係る検討の方向性

ねんりんピックは、その開催競技や文化イベントの多様性から、多くの方が楽しめる総合的祭典であるため、翻ってイメージがわきにくい、もしくは全体的な魅力が限定的にしか伝わっていない課題がある。「ねんりんピックとは何か」という大会のアイデンティティを明確にし、それを明確に伝えるような運営及びプロモーションを行うことを検討の方向性とし、以下の3つを案とする。

方向性1:大会の理念とブランドの再定義

【検討の趣旨】

今まで、ねんりんピックは、民間主導のイベントとは異なり、国の重要な高齢社会対策の一環として「健康寿命の延伸」や「生きがいづくり」を推進する公的な使命を担う事業として位置づけられてきたところ。一方で、各調査で指摘されている「認知度不足」や「ブランドイメージの固定化」は、この理念や位置づけが社会に明確に伝わっていないことの表れだと考える。そこで、「ねんりんピックとは、誰のための、何のための大会なのか」という根本的な理念を現代に合わせて再定義する。ねんりんピックの存在意義を社会全体に力強く発信していくことが求められる。

【主な検討事項】

1. 社会的価値の言語化

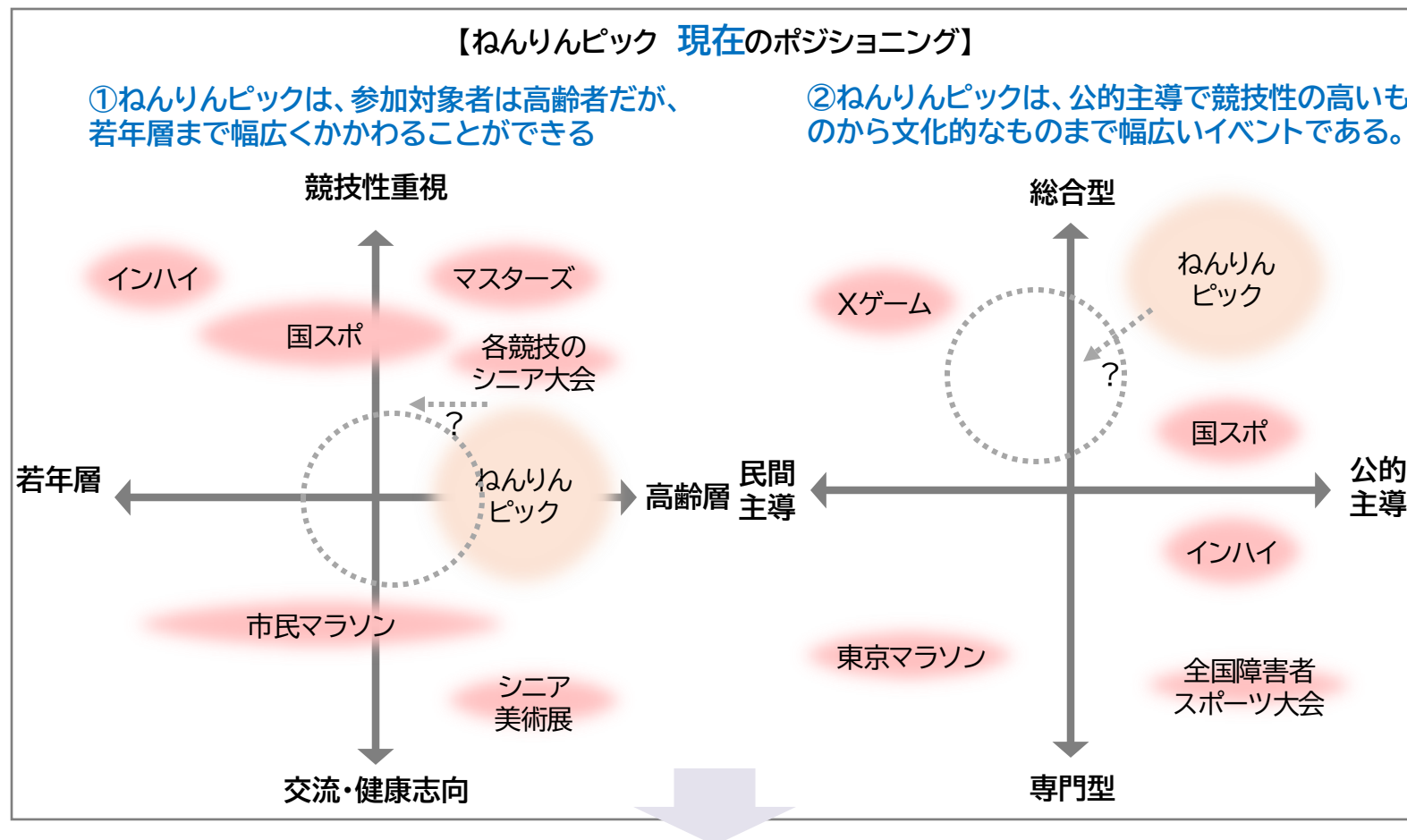
「健康寿命の延伸」「生きがいづくり」「世代や地域をつなぐ交流」といった、ねんりんピックが社会に提供する価値を明確に言語化し、大会の第一目的として掲げる。

2. ブランドイメージの刷新(リブランディング)

再定義した理念に基づき、大会の名称、ロゴ、キャッチコピーの刷新を検討する。単なる「高齢者のスポーツ大会」ではなく、アクティブなシニア世代が主役となり、多世代が関わる全国的な祭典としてのイメージを構築する。

3. 共感と呼ぶストーリーの発信:

参加者の体験談や、大会がもたらした地域での好事例などを積極的に収集・発信し、「自分ごと」として捉えてもらえるストーリーを伝える。



4. ねんりんピックのあり方に係る検討の方向性

方向性2:多様な関係者と価値を共創する大会モデルへの転換

【検討の趣旨】

全国レベルの真剣勝負から、文化的な楽しみや仲間との交流を重視する参加者、応援や観光を楽しみたい家族、競技の普及を図りたい団体、経済効果や地域の活性化を期待する開催地域、そして社会貢献やブランド価値向上を目指す企業まで、それぞれの立場から大会に寄せる期待は多岐にわたる。厚生労働省及び開催自治体が主導する公的な大会であるからこそ、営利を目的とする民間イベントとは一線を画し、多様な関係者が「参加してよかった」「関わってよかった」と心から実感できる、包容力のある大会構造を構築することが求められる。

【主な検討事項】

1. プログラム構造の再設計(参加者に向けて)

競技志向の強い参加者から、健康増進や交流を主目的参加者まで、「ねんりんピックに参加している」という統一意識を持てる仕組みを検討する。

2. ステークホルダー別の参加価値向上(家族・地域住民に向けて)

選手だけでなく、応援に来た家族や地域の子ども・若者世代も楽しめるイベント(例:トップ選手のデモンストレーション、スポーツ体験会)を企画し、自然な世代間交流の場を創出する。

3. 企業・団体との連携強化(共催者・パートナーに向けて)

協賛企業に対し、金銭的な支援や、単発的なシニアマーケットへのアプローチだけでなく、継続的なパートナーとなるなど企業の事業活動やCSR活動と連携したWin-Winの関係を構築する。また、各競技団体においては、大会を後継者育成や競技の普及につながる機会として活用できるよう、幅広い年代向けの体験教室や指導者講習会などをプログラムに組み込むことを検討する。

短期的な成功

長期的な成功

参加者

運動・食・文化の充実した体験

健康習慣や交流

健康寿命の延伸

家族・地域住民

イベントとしての楽しみ・賑わい

高齢者や競技への関心

多世代交流の通常化

協賛企業

認知度向上

ターゲット層との継続的な関係

新たな市場の創造・企業の価値向上

競技団体

競技の魅力発信

新規競技者・愛好者の獲得

生涯スポーツとしての地位確立
安定的な組織基盤

方向性3: 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築

【検討の趣旨】

開催エリアが都道府県内全域に広がる現在の開催方式は、県内各地への効果波及というメリットがある一方、運営コストの増大や、会場が分散することによる大会全体としての一体感の醸成が難しいといった課題も指摘されている。こうした課題を克服し、開催自治体の負担を軽減するとともに、大会運営のノウハウや、そこで生まれた健康増進・地域活性化といった価値(レガシー)を、次の開催地、ひいては国全体の財産として確実に継承していくための仕組みづくりを検討する。

【主な検討事項】

1. 開催方式の最適化(集約と分散のバランス検討)

開催エリアを特定の地域に集約する「集中開催モデル」と、従来通りの「広域分散モデル」のメリット・デメリット(コスト、一体感、地域への波及効果など)を改めて比較検証する。コスト効率と地域振興を両立させる新たな開催方式の可能性を検討する。

2. 運営の標準化と効率化(マニュアル化・パッケージ化)

国等が主導し、ウェブサイト基盤、広報ツール、運営マニュアルなどをパッケージ化して提供することで、開催自治体の人的負担・財的負担を抜本的に軽減する。過去大会のノウハウや事例を共有するデータベースを構築し、継続的な改善を促すなど。

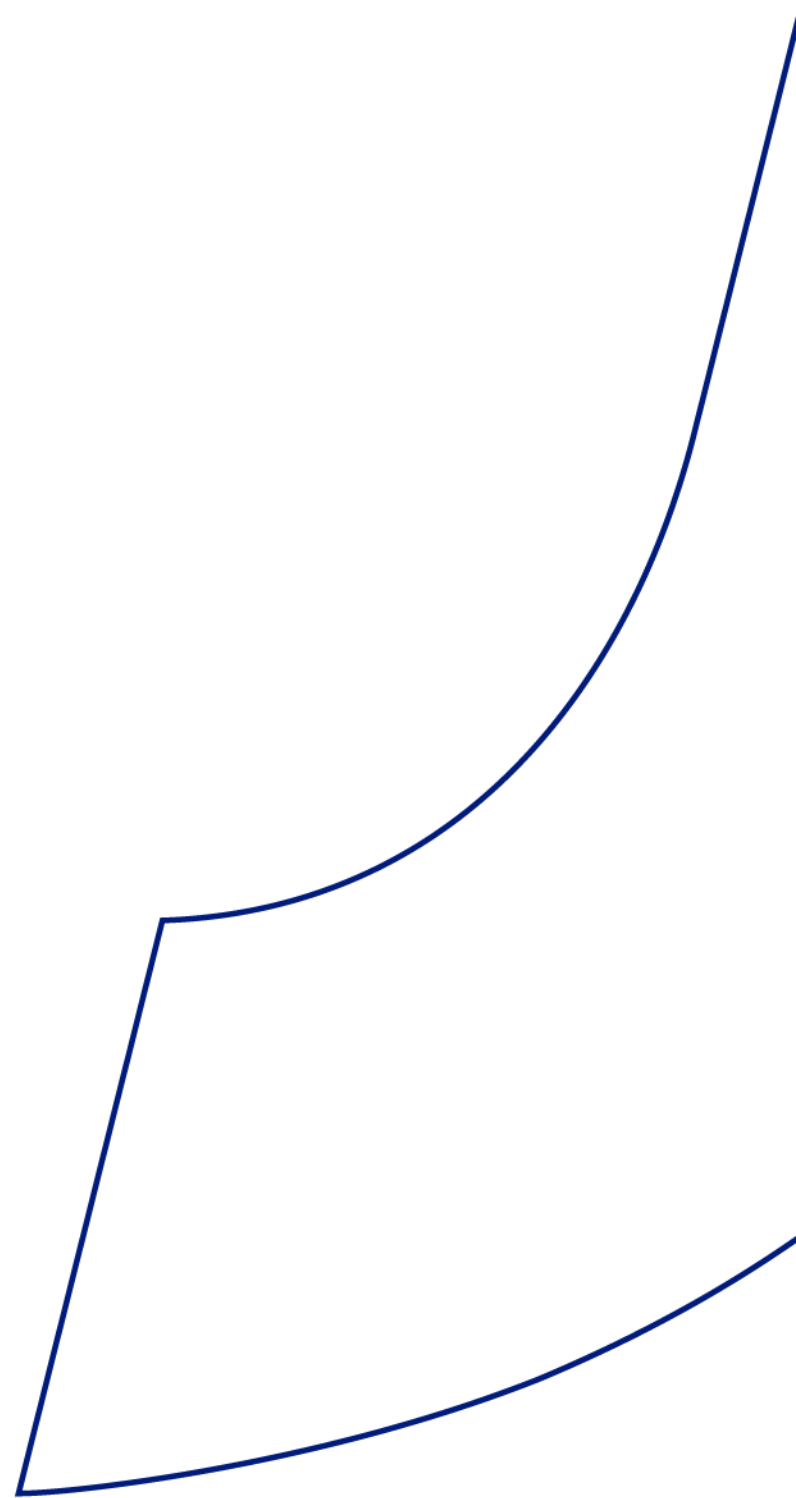
3. レガシーの計画的な創出と活用

大会の企画段階から、終了後に何を残すか(健康増進プログラム、整備された施設、人的ネットワークなど)を計画に盛り込む。また、大会が生み出した経済効果や健康への貢献度を可視化し、その価値を地域社会や協賛企業に明確に示して、継続的な支援に繋げる。

4. 情報発信プラットフォームの一元化

大会ごとに分散しているウェブサイトやSNSを「ねんりんピック総合サイト」に集約し、過去の記録から未来の大会情報までを一元的に発信する。これにより、大会ブランドの継続性を担保し、地理的に離れた会場の情報も横断的に得られるようにすることで、一体感を補完する。

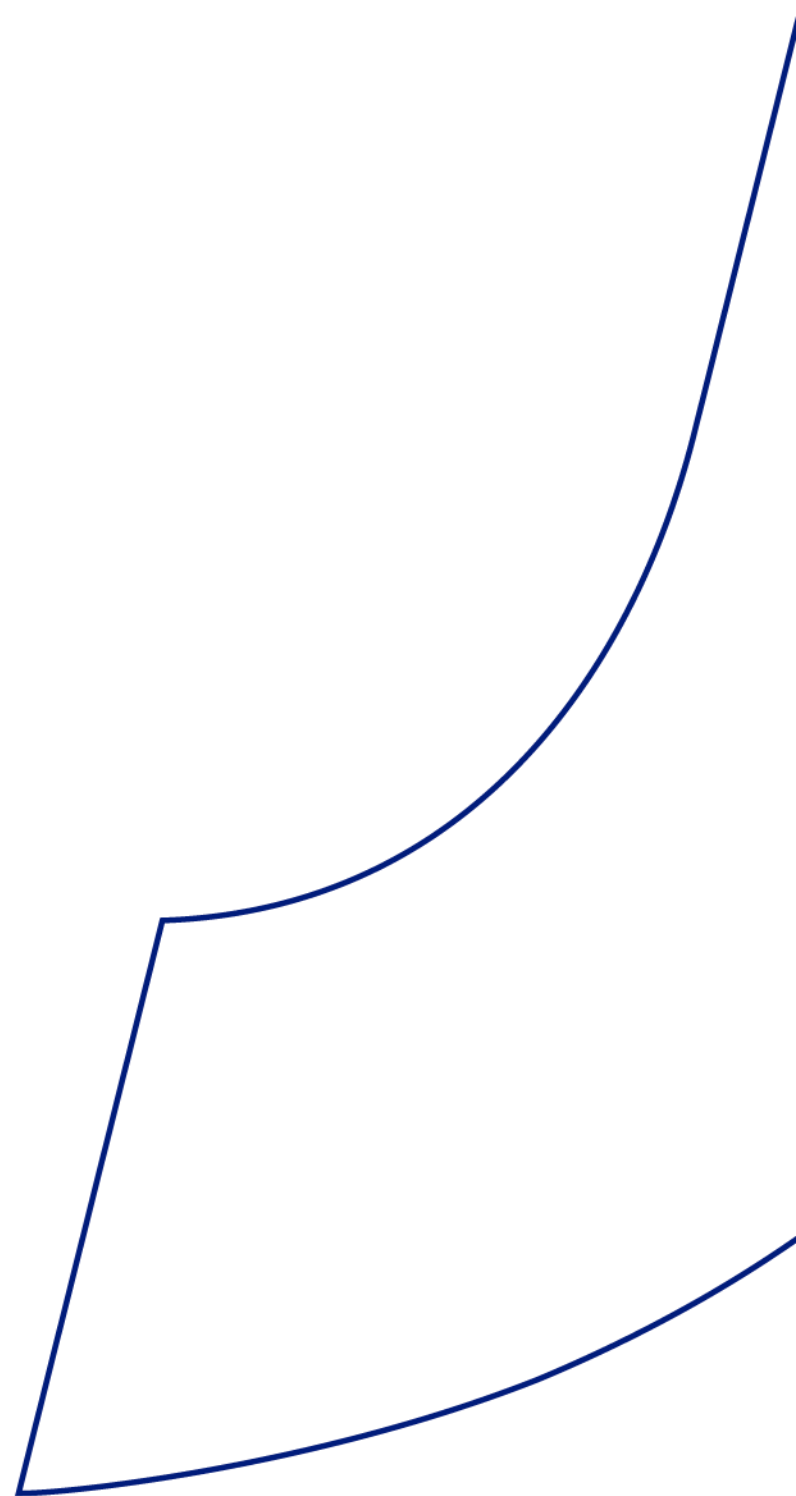
5 ねんりんピックの開催方法への整理・提案



(1) 広報・PR戦略

柱① 大会の理念とブランドの再定義

柱③ 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築



(1) 広報・PR戦略

本項では、ねんりんピックの認知度不足や情報発信の分散化といった現状の課題を整理し、その要因のひとつと考えられる媒体活用不足や統一的な広報体制の課題について明らかにする。これを踏まえ、広報の方向性として統合的な情報発信基盤の構築やターゲット別発信の最適案を示し、公式サイト整備、SNS運用、動画活用など具体的な広報強化策を検討する。

現状・課題

- ・ 認知度が低く、参加者・自治体・企業・一般市民への情報入手・アクセスが限定的である。
- ・ HPやSNS、動画等の広報媒体の活用が十分でなく、情報発信が断片的である。
- ・ 各大会ごとにHPが分散し、情報の蓄積や継続性に欠けている。
- ・ 参加者や自治体の声を反映したコンテンツが少なく、共感呼びにくい。

要因

- ・ 広報については開催自治体毎に管理されており、大会としての統一感がない。
- ・ SNSや動画など新しい媒体を活用した運用ノウハウが不足している。
- ・ 情報発信がターゲット(高齢者・自治体・企業・一般市民など)ごとのニーズや行動特性に応じた方法ではなく、同一内容を一括発信しているため、効果的な広報ができていない。
- ・ 高齢福祉分野など、ねんりんピック参加者とは異なる高齢者層へのPRが弱い。

提言の方向性

- ・ HP・SNS・YouTube等を活用した各ターゲットに向けた広報体制の構築が必要である。
- ・ 統一プラットフォームによる情報発信の一元化と継続的なコンテンツ蓄積が必要である
- ・ 参加者・自治体・企業の声を反映したストーリー性あるコンテンツ制作が必要である。
- ・ 類似イベント(国スポ等)の広報事例分析を踏まえた最適な媒体の選定をするべきである。

具体策・検討事項

- ・ HPは「大会公式」「過去大会アーカイブ」「参加者向けFAQ」など機能別に整理し、SEO対策も強化する。
- ・ SNSはターゲット別にアカウントや発信内容を分ける。
- ・ YouTubeでは「大会ダイジェスト」「参加者インタビュー」「地域紹介」など動画シリーズを展開する。
- ・ 参加者・自治体の体験談や好事例を記事・動画で発信し、共感を醸成。
- ・ 広報に係る効果測定と改善を継続して実施する。

(1) 広報・PR戦略

① HP構築方法

ねんりんピックの公式情報が開催県ごとに分散している現状を踏まえ、HPは次の方向で構築することが考えられる。

- 総合ポータルサイト方式の採用
全大会の情報を集約する総合公式ウェブサイト(ハブサイト)を設置し、各大会事務局がその配下でページを運用する方式を採用する。
この方式は、国民スポーツ大会(国スポ)等でも用いられているが、東京マラソンや神戸マラソンなどの公式HPも参考にし、一般的な情報に加えて過去大会アーカイブや大会アンバサダー、インタビュー掲載等により広報力、訴求力のあるサイトを構築する。

※参考URL:<https://www.marathon.tokyo> (TOKYO MARATHON 2026)
<https://kobe-marathon.net/2025/> (KOBE MARATHON 2025)

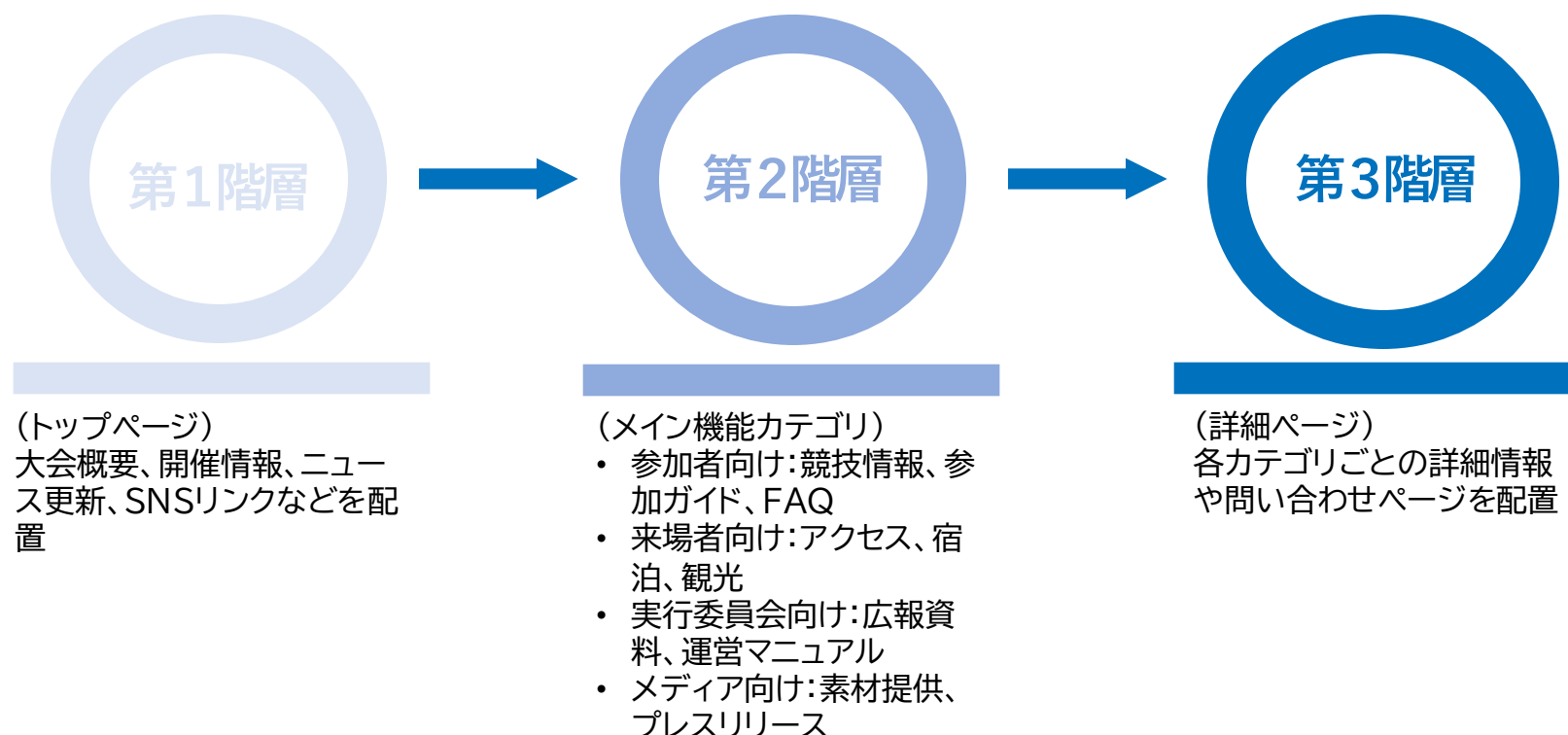
(1) 広報・PR戦略

① HP構築方法

●機能別のページ構成

総合ポータルサイトは以下の機能で構成する。

以下イメージを案として構築することで、国際スポーツイベントや国スポと同様に情報探索性と長期的な蓄積性が高まる。



●SEOとUI/UXの統一

検索時に複数県サイトが混在して表示される課題に対し、以下の対策を講じ、検索性とブランド認知向上を図る。

- ・ 統一テンプレートの採用
- ・ 共通ドメインの利用
- ・ 付帯データの統一管理

(1) 広報・PR戦略

② 類似イベントサイトの分析

(②-1) 国民スポーツ大会(国スポ)

国スポの公式サイト(JSPO管理)は、開催県ごとに運営主体が変わるにもかかわらず、情報構造や基本デザインがほぼ共通化されている点が特徴である。トップページに大会概要、競技日程、会場情報、アクセス、関連ニュースが整理され、利用者が迷わず必要情報へ到達できる導線が設計されている。また、SNS連携や広報動画などへのリンクも一定の形式で配置され、取得した情報まで容易に到達できる工夫がされている。

開催後は過去大会の情報が閲覧可能な形で残され、統一性のあるアーカイブとなっている。地方開催を前提とした分散型運営でありながら、ブランドイメージを維持し、継続的に利用できる情報資産として活用されている。

参加者、観覧者、報道関係者など多様な利用者に配慮した情報整理が徹底されており、全国規模のイベントとして標準化されたサイト運営が確立している。

参考URL:<https://www.japan-sports.or.jp/kokutai/tabid181.html>

(②-2) 全国障害者スポーツ大会

全国障害者スポーツ大会のサイト構造は国スポと類似しており、中央ポータルと開催県サイトによって情報が整理されている。特に特徴的なのは、障害特性に応じた参加ガイド、サポート体制、介助者向け案内、バリアフリー情報など、アクセシビリティを重視したコンテンツ配置である。競技情報や会場案内に加え、移動支援、宿泊支援、医療サポートなどの実務的情報が分かりやすく分類され、利用者の不安を軽減する役割を果たしている。

また、視覚的アイコンやわかりやすい言い回しとなっており、高齢者・参加者・家族・支援者などの利用者に対応したユニバーサルデザインが採用されている。

開催後も概要や記録がアーカイブ化され、障害者スポーツ振興の観点からも価値ある情報資産として蓄積されている。

参考URL:https://www.parasports.or.jp/promotion/promotion_zenspo_outline.html

(②-3) 国際イベント(オリンピック)

オリンピック公式サイトは、総合ポータル、開催都市サイト、歴代大会アーカイブの構造となっており、世界規模の利用者に対応した高度な情報体系を構築している。競技紹介、選手データ、競技結果、メダル情報、映像アーカイブ、ストーリー記事など、多種多様な情報をテーマ別・目的別に整理し、巨大なデータベースとして機能している点が特徴である。また、国際標準のアクセシビリティ指針に基づく多言語対応や視覚的ナビゲーションが徹底され、誰でも迷わず利用できる設計となっている。検索性も高く、過去大会の記録や文化的資料へのアクセスも容易であり、大会記録の永続的な保存庫としての役割を果たしている。

SNS、動画配信、教育コンテンツなど周辺サービスとの統合も進んでおり、世界的メガイベントにふさわしい統合的情報プラットフォームとなっている。

参考URL:<https://www.olympics.com/ioc>

(1) 広報・PR戦略

③ SNS活用事例

国民スポーツ大会の公式サイト(JSPO管理)は、開催県ごとに運営主体が異なるにもかかわらず、大会全体として統一された情報構造・基本デザインが維持されている。

運営主体(開催県)にとっては、大会概要、競技日程、会場情報、アクセス、ニュース等の掲載項目が標準化されており、各開催県が共通の枠組みの中で情報発信を行うことが可能となっている。

利用者(参加者・観覧者・報道関係者等)にとっては、トップページから必要な情報へスムーズに到達できる導線が設計されており、全国規模の大会であっても情報探索の負担が小さい。

また、SNS連携や広報動画へのリンクも一定の形式で配置されており、大会全体として一貫したブランドイメージを保ちながら、継続的に利用可能な情報資産として蓄積されている。

(③-1)国スポ・全国障害者スポーツ大会のSNS活用

青森県では、第80回国民スポーツ大会(青の煌めきあおもり国スポ)の開催に向けて、X、Instagram、Facebook、YouTube等の公式SNSを開設し、大会準備状況や関連イベント、地域の魅力等に関する情報発信を行っている。また、公式サイトおよびSNSについては、複数の媒体を横断的に活用する運用方針やソーシャルメディア運用ポリシーが整備されており、計画的な情報発信体制が構築されている。

今後、大会終了後においても、公式サイトやSNSアカウントを情報資産として継続的に活用・整理することで、フォロワーや観覧者を次回大会や関連イベントへと繋げる基盤となる可能性がある。

このような単年度にとどまらない広報基盤の構築という観点は、ねんりんピックにおいても検討すべき視点である。

(③-2)国内大型イベントの動画コンテンツ活用

東京2020大会では、YouTube公式チャンネルで競技解説、ダイジェスト、地域紹介などの動画を提供し、広い年代層にアプローチしている。ねんりんピックも「参加者インタビュー」「地域紹介」「大会ダイジェスト」等のシリーズ化が有効である。

(③-3)高齢者関連イベントでの実践例

「シルバー人材センター全国大会」「シニア健康スポーツフェスティバル」等では、FacebookやYouTubeを中心に、参加者の声・地域事例等を共有し、高齢者層の参加意欲向上に寄与している。SNSについて、高齢者層は Facebook・YouTube、一般・若年層は X・Instagramが有効であり、複数媒体の併用が必要となる。

(1) 広報・PR戦略

- ・ R9年度スピンオフイベントを契機としてインターネットを通じた情報発信について、ねんりんピックの価値を広め、高める方策を検討していきたい。

現状

- ・ 大会公式サイトは選手を含めた大会関係者への迅速な情報発信のため、大会事務局(県)が開設。県及び交流大会開催市町村が管理・運営。
- ・ 大会にかかる広報のほか、記録速報・実行委員会事務局の入札情報の発信のためにも活用されている。
- ・ 大会事務局(県)において、大会の2年前の年度にプロポーザル方式等で業者を選定。
- ・ 大会事務局ごとにSNSアカウントを開設。長寿社会開発センターによるライブ動画配信用YouTubeチャンネルも大会ごとに開設。
(鳥取大会:X・Instagram・Facebook・YouTubeを開設、岐阜大会:YouTubeのみ開設、埼玉大会:県のアカウントを活用)

↓ 過去開催県 費用実績

大会2年前(R5)※サイト立ち上げ	約340万円
大会1年前(R6)※サイト保守管理	約70万円
大会本番 ※サイト保守管理・編集	約100万円
(合計)	約510万円

課題

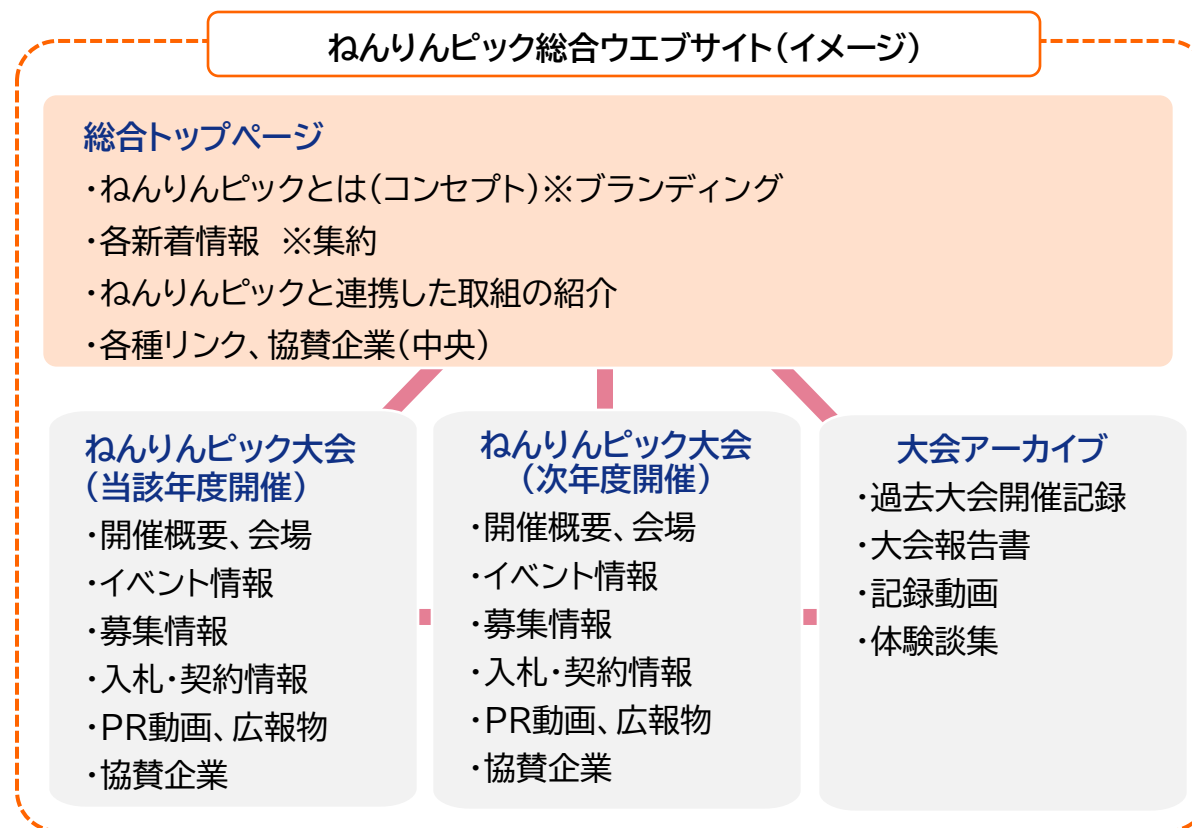
- ・ 検索エンジンで「ねんりんピック」と調べると、各開催県、厚労省、長寿社会開発センターそれぞれのサイトがヒットし、どのサイトをみれば良いかわからない。情報が、開催県ごととなっており、一元化できていない。
- ・ サイトのデザイン等が統一されていないため、大会のブランドイメージの構築ができていない。
- ・ SNSのフォロワーが限定的であり、特に域外へのSNS発信力が弱い。
- ・ 大会終了後サイトは削除されるため、大会のアーカイブが残っていない。

➡ 大会事務局ごとではなく、一元化した情報発信ができないか

(1) 広報・PR戦略

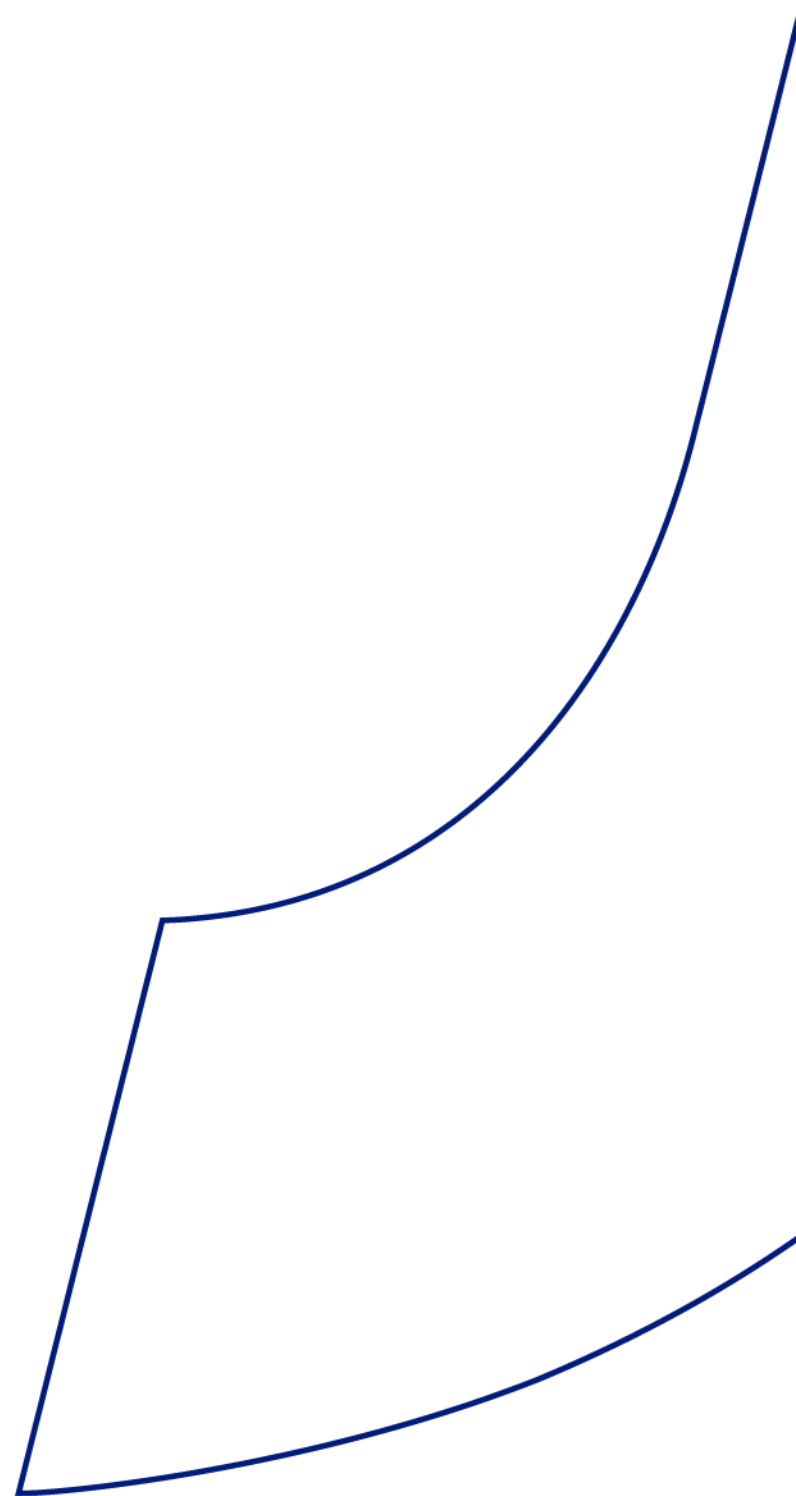
対応方法の提案

- ・厚生労働省等において「ねんりんピック総合ウェブサイト」を開設、運用できないか。
- ・各大会事務局(県)が、アカウントを所持しコンテンツ等の更新等ができるようにする。
- ・ねんりんピックに関する情報を集約、大会前後の情報発信の場として活用していくことで、大会をきっかけとした地域活動の発展や、大会レガシーの発信・自治体や選手派遣団体の情報交換の場にも活用できないか。
- ・SNSアカウントの一元化も検討。



(2) 魅力向上、ブランディング

柱① 大会の理念とブランドの再定義



(2) 魅力向上、ブランディング

本項目では、ねんりんピックの魅力が十分に浸透されておらず、各層への訴求力不足などの現状を整理し、ブランド要素の刷新や体験価値の発信の必要性などの要因を明確にする。これを踏まえ、ブランド再定義や参加者視点の発信強化の方向性を示し、ロゴ・キャッチコピー刷新、体験談活用、社会的意義を訴えるメッセージ発信など、魅力向上に向けた具体策を検討する。

現状・課題

- ・ ねんりんピックのブランドイメージが固定化、または認知されていないため、現時点での無関心層への訴求力が弱い。
- ・ ロゴやキャッチコピーが時代や参加者層の変化に十分対応できていない。
- ・ 参加者や自治体の体験・声がPR等に十分に活かされていない。

要因

- ・ ブランドが高齢者中心で固定化し、若年層や地域社会への魅力発信が不足しており、多世代交流の視点が弱く、参加層拡大に課題がある。
- ・ 参加者や自治体の声を集約する仕組みがなく、企画や広報に反映されていない。
- ・ 健康増進や生きがいづくり、世代間交流などの社会的価値が十分に発信されておらず、イベントの意義が広く認知されていない。

提言の方向性

- ・ ロゴ・キャッチコピーの刷新やストーリー性の付与によるブランドの再構築が必要である。
- ・ 参加者・自治体の体験談や声を取り入れた共感できるPR戦略の確立が必要である。
- ・ 「健康」「生きがい」「多世代交流」など社会的意義を前面に出したメッセージ発信が必要である。
- ・ 従来路線の継続と新規層拡大の2軸を推進、比較し、融合する必要がある。

具体策・検討事項

- ・ 新ロゴ・キャッチコピーの公募やワークショップを実施し、多角的な意見を反映する。
- ・ 参加者・自治体の経験を収集し、記事・動画・SNSで発信する。
- ・ ブランドストーリー（ねんりんピックの歴史・意義・未来像）を明文化し、各媒体で統一的に発信する。
- ・ 若年層や家族層、多世代交流を意識したイベントやキャンペーンを企画し、ブランド戦略の効果測定（認知度調査・参加意向調査等）を定期的実施し改善を図る。

(2) 魅力向上・ブランディング

① ロゴ・キャッチコピーの刷新

現状のねんりんピックは、「高齢者の祭典」としてのイメージが強く、社会全体に伝えるべき価値である健康増進・生きがい創出・多世代交流 が十分に可視化されていない。ブランド刷新のためには、まず ロゴとキャッチコピーの役割を整理し、届けたい価値を明確に設計する必要がある。

ロゴはイベントの理念・方向性を象徴する視覚言語であり、キャッチコピーはそのメッセージを直接的に伝える機能を担う。イベント領域では、国際イベントを含む多くの事例で共感・多様性・社会的意義を前面に出した再設計が進んでいる。たとえばオリンピックのブランド刷新は多様性・包摂性を示すビジュアル・コピー表現が採用されており、個人の価値やストーリーに焦点を当てる流れが主流となっている。また、webサイトの構成や企業ブランドの一般的ガイドラインでも、体験談・ストーリーの発信をブランド強化の中心に置く傾向となっている。

ねんりんピックにおいても、従来の高齢者イベントという限定的な認識から脱却し、誰もが参加・応援したくなる開かれたブランドへの転換が求められている。

以下の3点を中心に検討することで、ねんりんピックの社会的意義を拡大し、長期的な認知・参加意向の向上が期待できる。

- ①健康・生きがい・交流を象徴するロゴの再設計
- ②多世代・地域社会に開かれた価値を端的に伝えるキャッチコピーの刷新
- ③参加者の体験談を核とした共感型広報との一体運用

キャッチコピー(スローガン)に込められた思い

- ミッション 果たすべき使命
- ビジョン 実現したい未来
- バリュー 約束する価値
- スピリット 大切にすべき精神

(2) 魅力向上・ブランディング

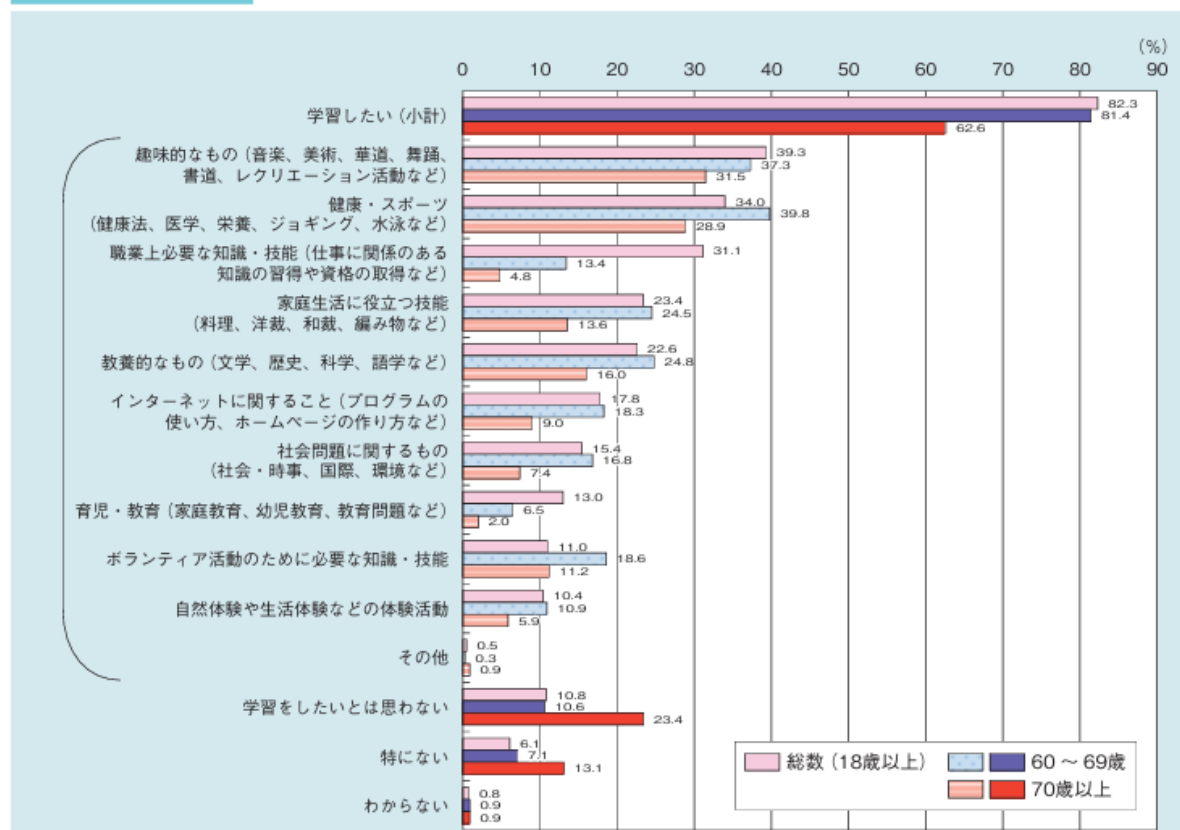
② 参加者・自治体の声を活かしたPR

参加者や自治体の声を基軸としたPRは、従来のイベント紹介型広報よりも高い共感性と再現性を持つと考えられる。特にシニア層は、実際の体験談や学び・交流の場に価値を見出す傾向が強く、イベント・大会の参加を後押しする要因となりやすい。

内閣府が実施した調査では、高齢者は新しい知識やスキルの獲得に積極的であり、学びや体験を伴うイベント・大会への参加意欲が高いことが明らかになっており、その学び・充実感を語る参加者の声はPR素材として非常に効果的であると感ぜられる。

また、高齢者同士の交流が孤立防止に寄与することも示されており、交流機会を肯定的に語る声はイベントの社会的意義を伝える上で有効といえる。

図1-2-3-4 今後学習したい内容（複数回答）



内閣府「令和3年版高齢社会白書」によれば、60～69歳の81.4%70歳以上の62.6%が「学習したい」と回答しており、シニア層が新しい学びや体験に積極的であることが示されている。

これは、知識習得、体験を通じた成長に価値を感じるという傾向を読み取ることができ、体験談や学びを強調したPRが刺さりやすいと考えられる。

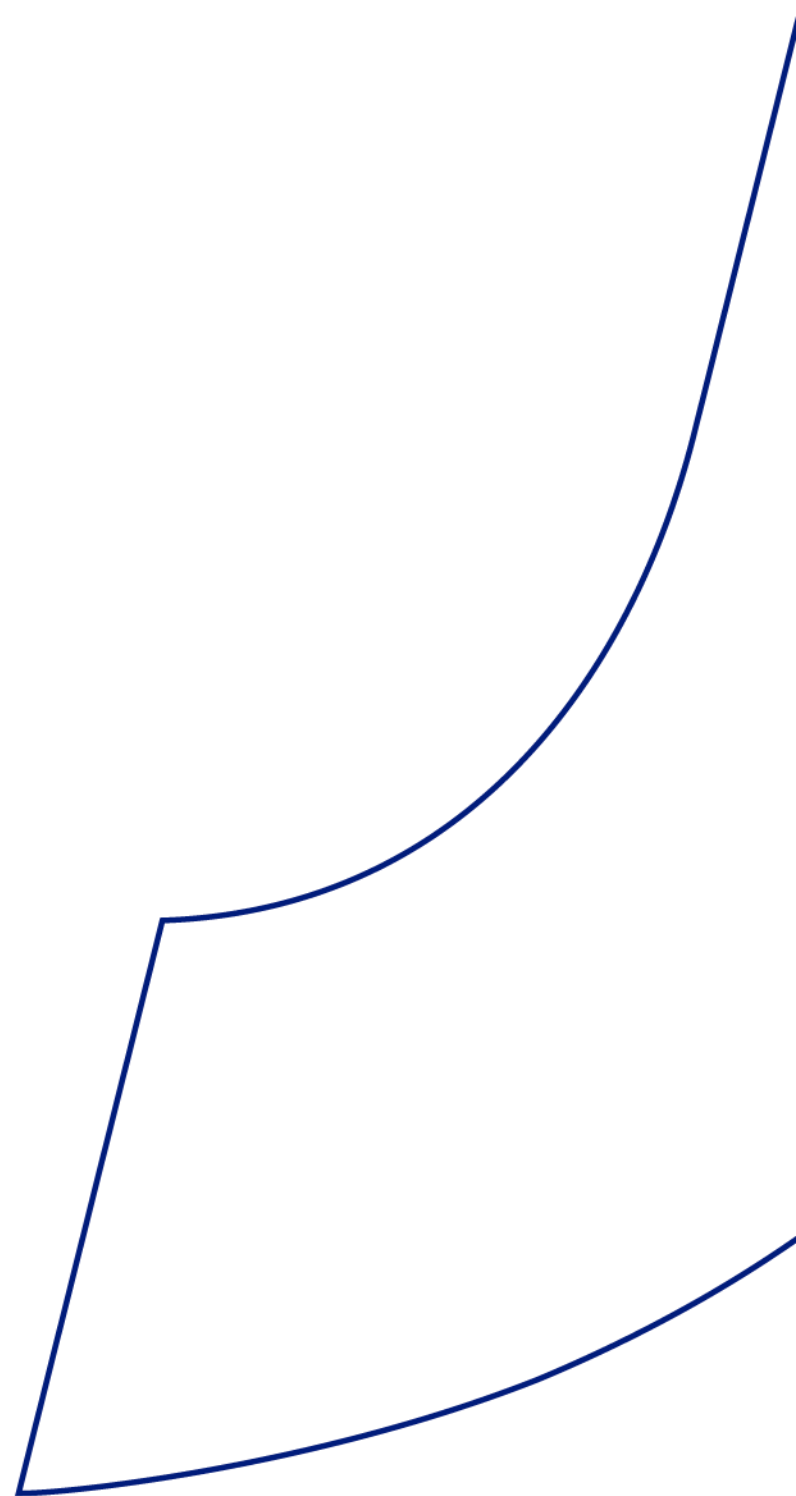
また、60歳以上の「これから学習したい内容」について、60～69歳の39.8%が「健康・スポーツ(健康法・医学・栄養・ジョギング・水泳など)」を学びたいと回答している。

70歳以上でも31.5%が「趣味・活動(音楽・美術・書道・レクリエーションなど)」を挙げ、身体活動・生きがい活動への強いニーズが確認されている。

この調査結果は、ねんりんピックがシニア層の「これから取り組みたい領域」をそのまま具現化するイベントであることの裏付けとなり、健康・スポーツへの強い学習意欲、趣味・文化活動への継続的関心、学びと交流の場に対するニーズに応える大会として位置付けられる。

(3) 効果的・効率的な実施方法

柱③ 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築

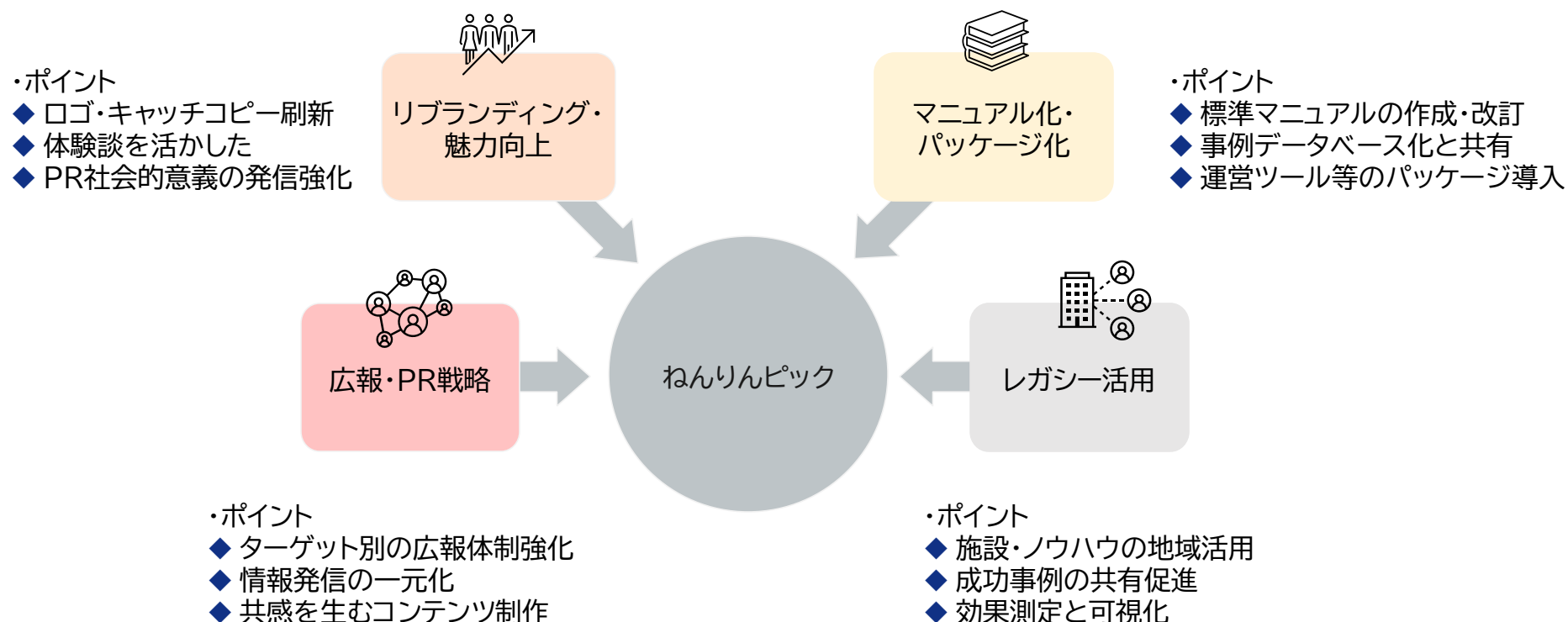


5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(3) 効果的・効率的な実施方法

ねんりんピックの開催においては、効率性と効果性の両立が重要な課題である。これまでの有識者検討会でも議論があったとおり、自治体の負担増大や運営ノウハウの属人化、認知度不足などが指摘されており、これらを解消し、今後さらに発展させるためには、広報・PR戦略、リブランディング・魅力向上、マニュアル化・パッケージ化、レガシー活用が不可欠である。

本資料ではこれまでのご意見や議論をもとに現状・課題、要因を整理し、今後取り組むべき方向性と持続可能な大会運営モデルの構築に向けた具体策・検討事項を示す。

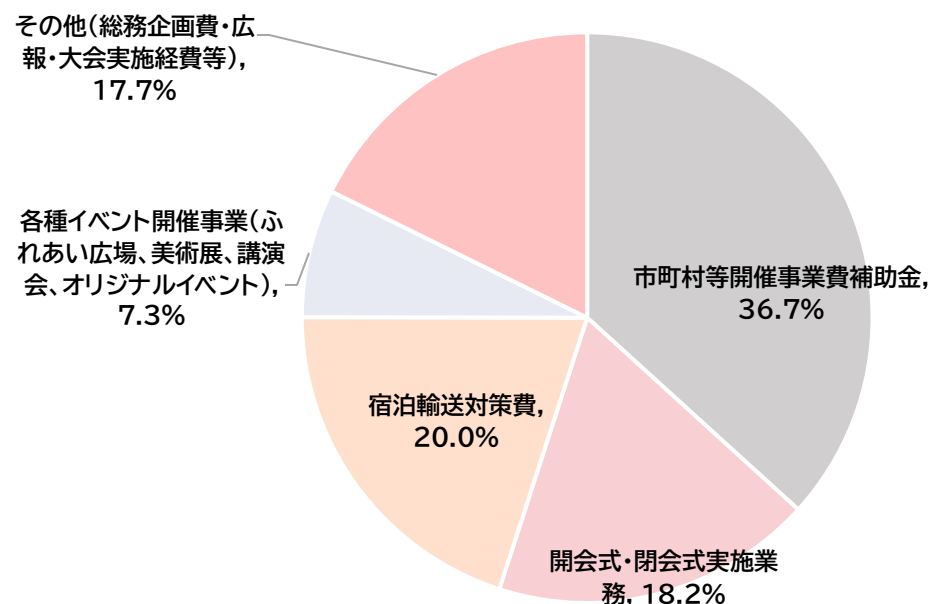


5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

参考: 大会開催コストについて(過去開催県予算の例)

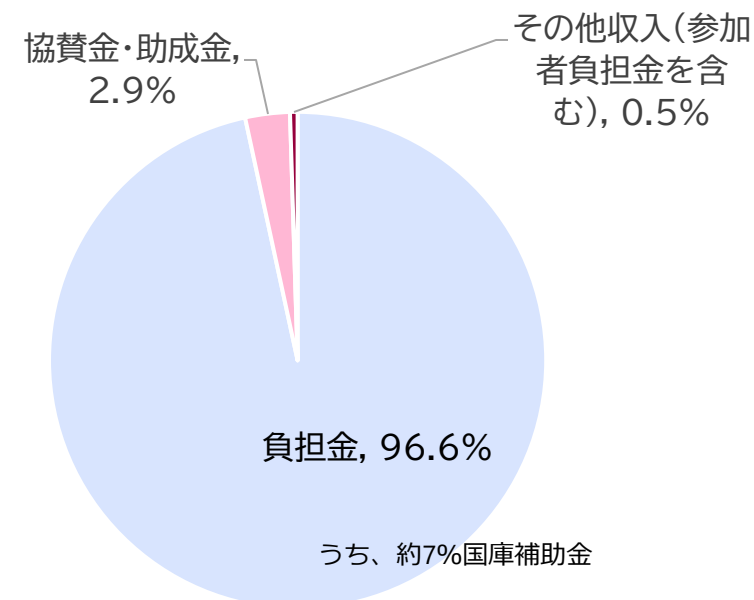
- ・ ねんりんピックに係る開催コストは、開催2年前～開催年度の3年間で総額約15億～16億円(市町村負担コストは除く)
- ・ 支出の36.7%は各市町村における交流大会実施のための事業費が占める一方で、「開会式・閉会式」「宿泊輸送」にかかる経費がそれぞれ2割を占めている。
- ・ 近年の物価高騰、人手不足等により経費が増幅している傾向がある。
- ・ 収入のうち大半を負担金(主に県費、一部国費)が占めており、協賛金・助成金は限定的。

開催自治体実行委員会の**支出**内訳
(開催年度を含めた3年度分の当初予算ベース)



開催自治体実行委員会の**収入**内訳
(開催年度を含めた3年度分の当初予算ベース)

※協賛・助成金のみ実績に置き換え



■ 負担金 ■ 協賛金・助成金 ■ その他収入(参加者負担金を含む)

(3) 効果的・効率的な実施方法

① 総合開閉会式

■ 開催会場・簡素化・開催地裁量の基本要件策定

- ・ 屋内開催を基本としつつ、実際には全選手団(約1万人)を同時に収容できる屋内施設を保有していない県が多数あることを踏まえ、開催可能性の高い方式を柔軟に選択できる仕組みが必要である。そのため、式典運営の簡素化に加え、会場を複数に分散させるサテライト開催や代表選手のみが参加する方式など、開催地の裁量を広げた運営形態を認め、自治体の負担軽減と安全性の確保を両立させる。
- ・ 国スポの提言・タスクフォース文書では、総合開会式の簡素化や屋内開催の推進、会場規模の適正化、動線設計の標準化などが課題として認識されており、運営負担や安全性の観点から見直しが進められている。

参考: 有識者会議「提言(概要)」は式典の運営簡素化・屋内開催を示し(文科省公開)、タスクフォース資料は前倒しで実現可能な改革として式典簡素化を列挙している。

<https://www.japan-sports.or.jp/kokutai/tabid1446.html>

■ 収容基準の柔軟性及び規模適正化

- ・ 国スポ見直しは「約3万人収容」等の従来基準の見直しを論点化しており、ねんりんピックも会場規模を競技・観客動向に応じて適正化し、仮設物を極小化する。

■ ゾーニング及び動線設計の固定化

- ・ 皇室・来賓動線、選手・出演者、車いす来場者、一般観覧者、報道の分離動線の標準図をマニュアル化して先催県・後催県へ横展開する。青森の基本計画が示すゾーニング・動線原則(歩車分離、交差最小化、UD配慮)はねんりんピックでもそのまま流用できる。

■ 演出の基本構成策定

- ・ 長時間・大規模の演舞よりも、短時間・安全・再現性の高い演出(開会宣言、選手入場の簡素化、地域文化演目、合唱・合奏の最小化)に切り替える。
- ・ 式典費が支出の約2割という実績を踏まえ、所要時間(例:90分以内)と演出要素(最大〇本)の上限をマニュアルに明記する。
- ・ DX活用(事前収録・AR、照明演出のプリセット化)でリハーサル回数を削減し、警備・消防・医療動線の検証を事前CGシミュレーションで行う。

<https://www.japan-sports.or.jp/kokutai/tabid1469.html>

(3) 効果的・効率的な実施方法

② 宿泊・輸送

■ 式典運営視点

- ・ 総合開閉会式は、屋内開催および簡素化を基本方針とし、開催地の施設条件や運営体制に応じて代表参加方式やサテライト開催等を選択可能とする。
- ・ 式典の所要時間や演出要素については一定の上限を設け、過度な演出や長時間化を避けることで、安全性と運営の再現性を重視した構成とする。
- ・ 開催地間の負担格差を抑え、持続可能な式典運営モデルの構築を図ることができる。

■ 宿泊・輸送視点

- ・ 宿泊及び輸送については、会期や競技日程の分散化を図ることで、特定期間への需要集中を回避し、宿泊・輸送負荷のピーク平準化を検討する。
- ・ 輸送手段については、主要拠点を設定するハブ・スポーク方式によるシャトル輸送を標準モデルとして整理し、分かりやすく効率的な移動動線を確保する。
- ・ 参加者の利便性向上と運営負担の軽減を両立させる。

■ 人材(ボランティア)運営視点

- ・ ボランティアについては、募集、研修、配置の仕組みを共通化し、役割別に標準化された研修を実施することで、運営品質の均一化を図る。
- ・ 高齢者への配慮やアクセシビリティ支援に関する知識・対応力を重視し、全体として統一的な育成体系を構築する。
- ・ 開催地ごとの対応差を縮小し、安心・安全な大会運営を支える人材基盤の強化を図る。

■ 費用抑制・管理視点

- ・ 費用管理においては、宿泊・輸送及び式典運営に係る経費について、KPIを設定した上で検証し、継続的に改善策を講ずる。
- ・ 開催地間での費用構造や取組事例を比較・共有することで、効率的な運営モデルを蓄積する。
- ・ コスト抑制と大会クオリティの両立を図り、将来の開催に向けた実効性・持続可能性の高い運営基盤を整える。

(3) 効果的・効率的な実施方法

③ 各種競技・催し物

- 競技会の分散開催・広域開催・施設基準に柔軟性を持たせる。国スポの見直しでは、広域開催や特定施設での固定開催(聖地化)、施設基準緩和を示している。
- ねんりんピックでは、従来から新設施設に依存せず、既存の公共施設・民間施設を最大限に活用して開催されてきた経緯がある。今後も自治体の財政負担を抑えつつ持続可能な大会運営を図るため、既存施設の更なる有効活用などを基本とすることが重要である。
- 競技規模と参加枠の適正化を進めるにあたっては、国スポ提言で示された参加人数・役員数の適正化、審判資格基準の緩和に加え、有識者会議でも指摘された「種目の選定」の見直しが不可欠である。高齢者の安全性、医療・救護体制、移動負荷、施設確保、人員配置などを踏まえ、競技別の運営条件を整理し、種目選定・開催方式・参加枠を一体的に最適化する仕組みを構築することが望まれる。
- 催し(ふれあい広場・講演・美術展等)の形式をパッケージ化する。共通レイアウト、動線、出店・衛生基準、ごみ資源回収、騒音・苦情対応を汎用パッケージに落とし、開催市町村がマニュアル等に沿ってローカライズする。ねんりんピックの費目においても催し関係は一定の比率を占めるため、備品・サイン・ボランティア配置マップなどを共通資産として持ち回る。
- メディア・広報の一元化で競技・催しの情報探索性を高める。総合ポータル(ハブサイト)、大会別ページ、アーカイブをそれぞれ連携させることで、検索性・UIの統一・SNS戦略の分担で仕組化を推進する。

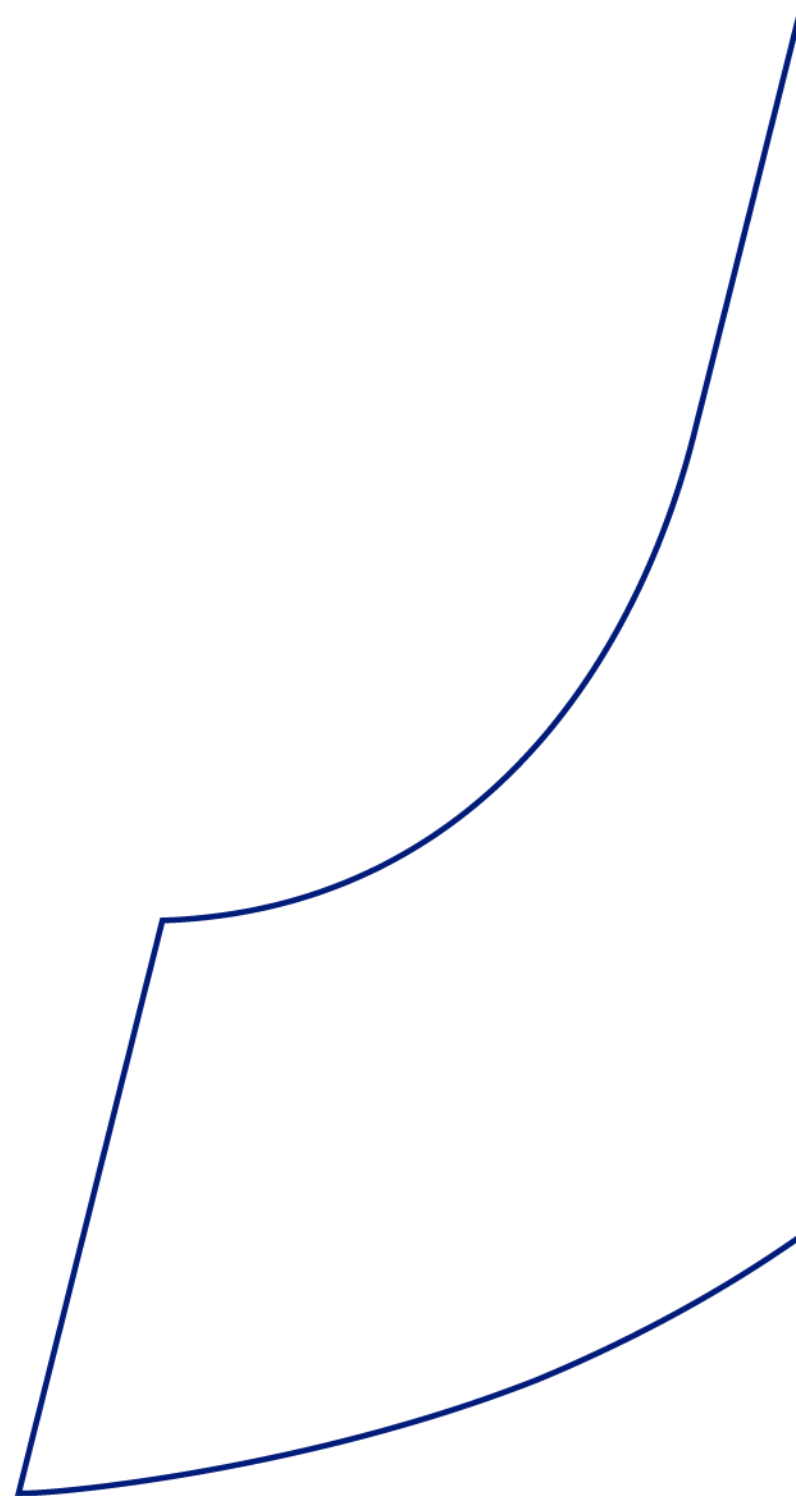
(3) 効果的・効率的な実施方法

④ 市町村役割分担

- 県と市町村の役割と費用負担は、基本方針、ルール、チェックリストの順に整理し、マニュアルや文章として明確化する。滋賀県の国スポでは、県と市町の業務分担・経費負担の基本方針・細目を公開しており、ねんりんピックでもこれに倣い、広報、式典、宿泊・輸送、警備、医療、ボランティア、レガシーに至るまで、作業分担表と費用負担ルールを事前に協議し合意形成を図る。
- 法制度上の原則(国:広域、地方:基礎自治体)に沿って役割を整理する。地方自治法が示す広域は都道府県、基礎サービスは市町村という考え方に基づき、県:輸送・宿泊調整、広報基盤づくり、式典・運営マニュアルの共通化など広域的な分野市町村:会場運営、地域ボランティア、生活導線整備など現場に近い分野をそれぞれ担う構造にする。
- ねんりんピックでは、競技運営の質と効率を高めるため、同一競技を担当する市町村間での実務引継ぎを制度化することが重要である。前回担当自治体が作成した手順書、チェックリスト、レイアウト例、調達仕様、事故・ヒヤリハット等を共通フォーマットで蓄積し、次回担当自治体が活用できるナレッジデータベースとして整備する。更に、競技別に市町村担当者が参加する公式の共有会議を設け、運営ノウハウの継続的な更新と円滑な引継ぎを図る必要がある。
- 情報発信については、中央ハブ(総合ウェブ)、大会ページ、アーカイブを軸に運用し、県と市町村で役割を分担し、情報の一元化と地域性の両立を可能とする。
 - ・ 県 : 全体基盤の整備、SNS運用ルール、付帯データ、画像・動画の権利、SEO方針など共通仕様を統一
 - ・ 市町村 : 自地域の大会情報や最新トピックの更新を担当し、情報の鮮度を確保

(4) マニュアル化・パッケージ化

柱③ 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築



(4) 実施マニュアル・パッケージ化

本項目では、自治体ごとの独自の運営方法やノウハウ継承の不足、事務負担の増大といった現状の課題を整理し、標準化や知見共有が必要であることを明らかにする。これを踏まえ、運営手順の標準化や改善共有の仕組み構築に係る方向性を示し、統一マニュアル整備、好事例のデータベース化、研修やOJT導入など、運営の効率化・高度化に向けた具体策を検討する。

現状・課題

- 大会運営が開催自治体持ち回りで実施されているため、ノウハウ継承が難しく、過去大会の知見が十分に活用されていない。
- 事務負担が増大し、自治体ごとに方法に差が生じている。
- 標準化されたマニュアルやパッケージが未整備である。

要因

- 過去大会の運営経験や改善点などが十分に共有されておらず、次回以降の大会開催自治体での対応に任されている。
- 大会運営マニュアルや運営方法の手順の整備が不十分で、標準化できる部分と自治体独自の工夫ができる部分も明確ではなく、方法にばらつきが生じている。
- 改善提案や成功事例を集約・共有する仕組みがなく、運営の質向上や横展開が進まず、同じ課題が議題となっている。

提言の方向性

- 運営手順の標準化・マニュアル化を進め、ノウハウ継承と事務負担軽減を図る必要がある。
- 統一的な大会マニュアルの作成と各自治体の柔軟な運用の視点から最適な運営方法を検討するべきである。
- 継続的な改善提案や好事例の共有会、OJT制度の導入も有効である。
- パッケージ化の具体化は今後も継続検討とし、段階的な導入を目指すべきである。

具体策・検討事項

- 運営マニュアルの作成と定期的な改訂を推進する。
- 過去大会の好事例・失敗事例をデータベース化し、自治体間で共有できる仕組みを構築する。
- 研修会等を開催し、先催県、後催県を含む実務担当者の交流・意見交換の場を増やす。
- 標準化と柔軟運用のバランスを取り、自治体ごとの工夫や改善提案を反映させる。
- パッケージ化(運営ツール・広報素材・協賛募集資料等)を段階的に導入する。

(4) 実施マニュアル・パッケージ化

① 標準化された運営手順

ねんりんピックは毎年開催地が変わるため、運営ノウハウに偏りが生じ、自治体ごとに方式が異なる部分がある。これを統一し標準化を図るためには、標準化された手順・仕様を明文化し、全国で共通して使える運営パッケージを整備する必要がある。

■ 開閉会式運営の標準化

国スポ改革では、式典の屋内開催・簡素化・UD配慮の強化が明記されており、ねんりんピックでも十分に適用できる。

標準化内容(案)
① 式典の所要時間(例:90分以内)
② 動線設計(皇室・来賓・車いす等の分離動線)
③ 演出要素の上限(演目数・照明・AR使用など)
④ リハーサル工程

■ 輸送・宿泊計画の標準化

ねんりんピックではシャトルバスのハブ＆スポーク方式、交通需要マネジメント(TDM)など採用し、計画を標準化することで、自治体の負担を軽減することが可能となる。

標準化内容(案)
① 主要駅・パーク＆ライドを起点としたシャトル運行計画
② 時間帯別の需要予測
③ 宿泊ピークの平準化

(4) 実施マニュアル・パッケージ化

① 標準化された運営手順

■ 競技・催し物の標準運営パッケージ

国スポの施設基準緩和・既存施設最大活用の考え方は、ねんりんピックにおいても有効である。

標準化内容(案)
① 競技別運営要件(人員配置・医療体制・熱中症対策)
② 催し(ふれあい広場・展示・講座)のレイアウトモデル
③ 発注仕様書テンプレート(音響・衛生備品・受付導線等)

■ 市町村の役割分担の明確化

都道府県と市町村の役割を明確化するために、広域調整、会場運営などのについて再度整理する必要がある。

標準化内容(案)
① 都道府県 広域調整(広報整備・輸送計画・式典方針など)
② 市町村 地域運営(会場運営・管理、ボランティア配置など)

(4) 実施マニュアル・パッケージ化

① 標準化された運営手順

■ 中央ハブ(総合ポータルサイト)の標準化

中央ポータルサイト、開催県サイト、過去大会アーカイブの構造で情報を統合し、管理する中央ハブを整備し、毎年の運営を標準化する。

標準化内容(案)
① 広報素材
② マニュアル
③ チェックリスト
④ 過去大会データ(動員数、経済効果、競技別動画など)

(4) 実施マニュアル・パッケージ化

② 継続的な改善提案・検討

標準化と同時に、大会ごとの改善点を継続的に蓄積、検証し、次回開催に生かす仕組みの構築が求められる。

■ データベース化

過去大会の情報・記録・資料をアーカイブとして公開し、次回大会の参考として蓄積する。

改善提案
① 改善提案
② トラブル事例(事故・ヒヤリハット)
③ 仕様書・入札結果
④ 成果データ(参加数・健康効果など)

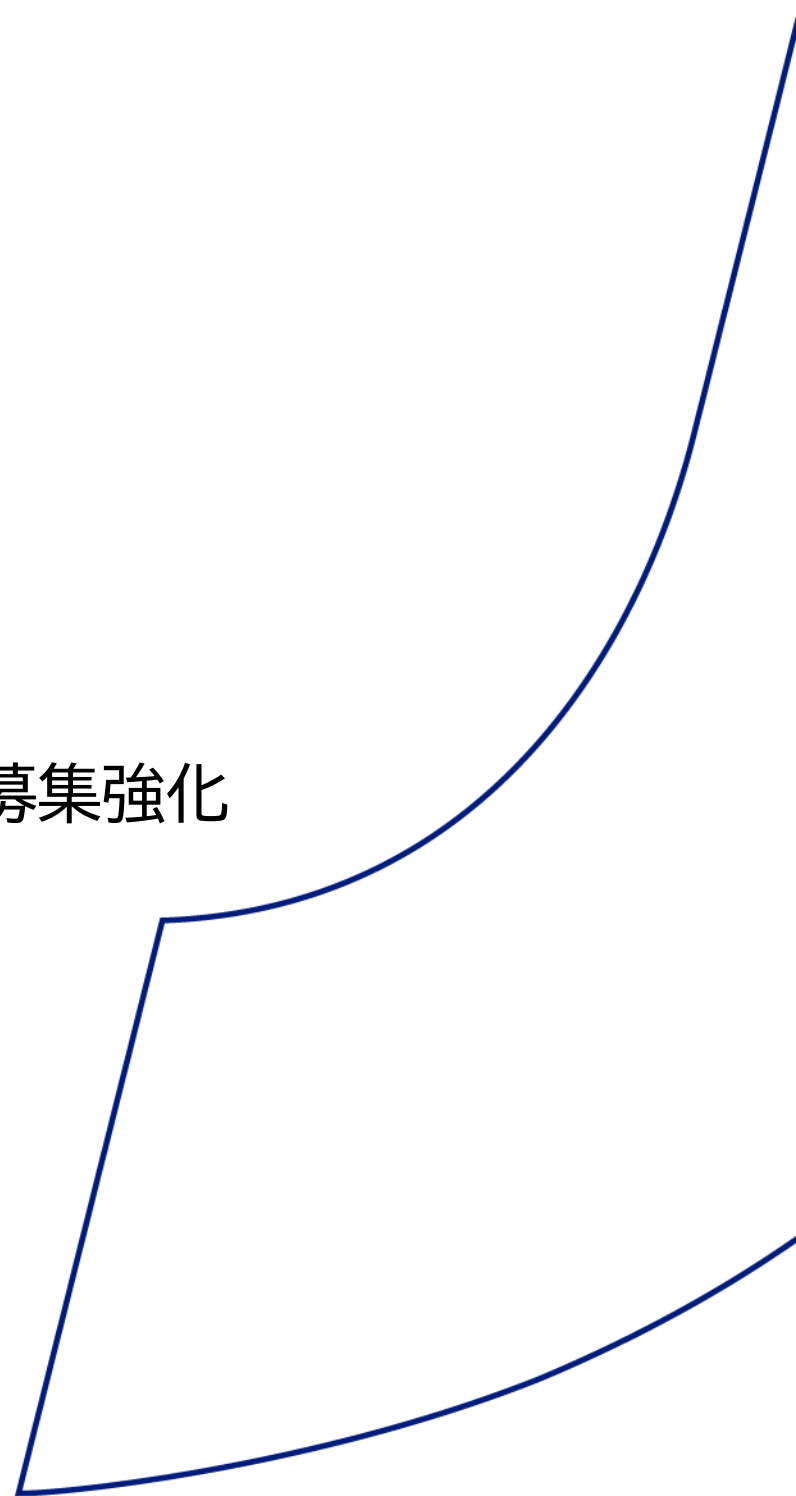
■ 先催県・後催県・開催県による三者共有の制度化

先催県・後催県との共有会を実施する必要性があり、開催県連絡会などの枠組みを制度化する。

改善提案
① 年2回の三者合同レビュー会議を制度化し、議題・議事録・改善提案を総合ウェブサイトなどで共有する仕組みを導入する
② 全国共通フォーマットの導入(チェックリスト・仕様書・トラブル事例・KPI評価表)により、三者が同じ指標・文書体系で情報を比較・更新できる状態を作る
③ 三者で連携するOJT、実地研修プログラムを導入し、先催県での現場研修、開催県での実地同行、後催県の準備支援を一連の流れとして固定化する

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

柱③ 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築



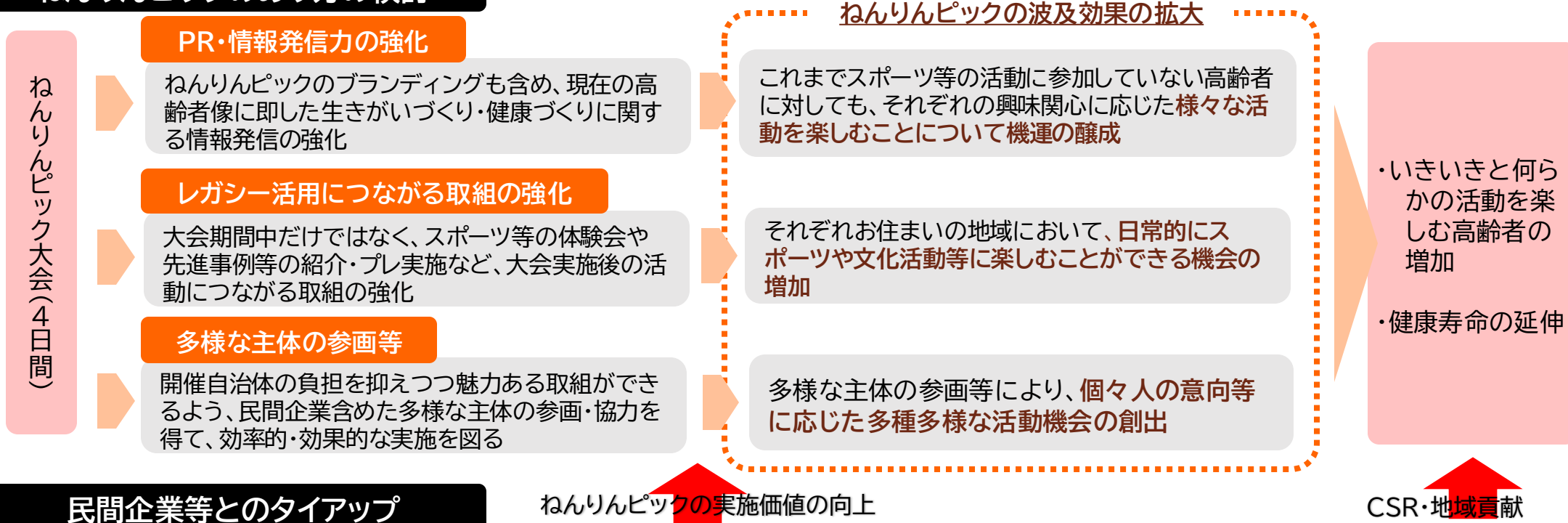
5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

■ ねんりんピックのあり方の見直し・民間企業等とのタイアップに向けた検討

- 「団塊の世代」が後期高齢者となる中で、高齢者の生きがいづくり・健康づくりの活動の充実に向けて、民間企業など多様な主体による多種多様な機会の創出が必要不可欠
- ねんりんピックの実施にあたって、単年度の協賛に留まらず、企業側にとっても、企業価値の向上や地域貢献につながるなどのメリットを感じていただける継続的なタイアップの方法について、実施可能性を探りたい。

ねんりんピックのあり方の検討



民間企業等とのタイアップ

【タイアップ(案)】

- 大会内での企業主催イベント等の実施・ブース出展
- 〇〇プレゼンツ大会など、従来のスポーツや文化活動の振興活動との連携(「各地域での企業活動」×「ねんりんピック」)
- 大会ユニフォーム、大会記念グッズ等の共同制作(物品協賛)
- 共同PRの実施(専用HP・広報記事等)

企業側からのねんりんピックの活用策・効果

- 企業価値の向上や地域貢献活動のPR
- 高齢者向け企業活動を展開する機会(顧客拡大、市場拡大)

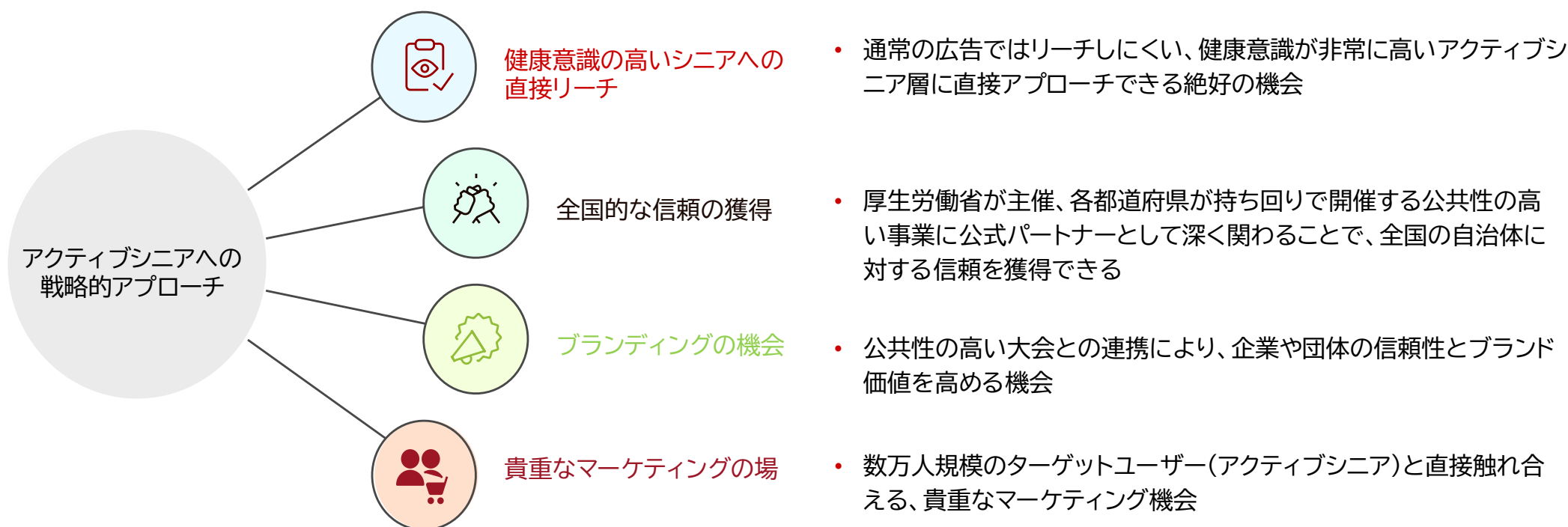
⇒ 具体的にどのようなタイアップ方法が考えられるか、どのような条件であれば可能性があるかの協議

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

■ ねんりんピックとの連携案

- ねんりんピックと企業のタイアップについて、単年度の協賛に留まらず、企業側にとっても、企業価値の向上や地域貢献につながるなどのメリットを感じていただける継続的な方法について、実施可能性を探りたい。
- 各企業の全国ネットワークやノウハウと、ねんりんピックの特性を活かした連携案について提案。

ねんりんピックを活用したアクティブシニアへの戦略的アプローチ



(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

①ヘルスケア・ウェルネス系企業	
対象例	・ フィットネスクラブ ・ 健康食品・飲料メーカー ・ 医療・検診関連企業(検診、測定機メーカー、健康相談サービス など)
親和性	◆ ねんりんピックの中核目的である「高齢者の健康寿命延伸」「社会参加促進」「健康維持行動の日常化」と最も密接である。
	① 体験型イベントとの高い親和性 ・ 健康測定会(血圧、体組成、歩行測定、フレイルチェックなど)との連携が可能 ・ 管理栄養士やトレーナーによるセミナー、姿勢・歩行改善講座など、既存事業をそのまま導入できる ・ セントラルスポーツの既存の健康度測定会、介護予防講演会は典型的成功モデルである
	② 大会・イベント前後に継続しやすい ・ 大会後の「地域の通いの場」「健康クラブ」等へ送客し、レガシー形成が可能 ・ 健康麻雀大会など、企業既存の地域イベントを冠付けして拡大できる
主なメリット	③ アクティブシニア層との高い親和性 ・ 購買力が高いシニア層への直接アプローチが可能 ・ 健康意識が非常に高いアクティブシニアへの直接アプローチが可能
	① 中長期的な顧客獲得につながるマーケティング機会 ・ 健康増進サービス、サプリメント、運動プログラムの利用者獲得 ・ 高齢者市場の拡大
	② 公共性×社会貢献の発信価値が高い ・ 企業の社会貢献姿勢を広く知らしめることができる ・ 地域支援・健康寿命延伸の施策と直接結びつく
	③ 大会を通したブランディング ・ 厚生労働省やスポーツ庁が重視する地域での継続的な活動モデルを契機として企業ブランドを強化 ・ 事例化や横展開の可能性が高い

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

②スポーツ関連企業	
対象例	・ スポーツ用品メーカー(ウェア、シューズ、用具) ・ スポーツチーム、リーグ(Jリーグ、地元クラブなど) ・ スポーツイベント企業・興行会社 ・ 地域スポーツ施設運営企業
親和性	① ねんりんピックの競技大会特性との直接的関与 ・ 多種目且つ高齢者参加という希少な環境でのプロモーションが可能 ・ 競技団体×未認知スポーツの全国大会決勝の誘致も議論にあり
	② 推し活×高齢者という新市場創出に寄与 ・ Jリーグなどのプロチームや地元クラブチームとの応援連携 ・ 高齢者施設と連携した推し活モデルの造成(観戦ツアーや選手交流等)
	③ 団体戦・企業対抗戦など、新規参加枠の創出 ・ 多世代交流や企業・団体の交流を目的としたスポーツ活動との連携余地が大きい ・ 若年層から高齢者まで巻き込む地域スポーツ文化の形成
主なメリット	① スポーツ振興を軸とした政策の推進 ・ スポーツ庁の政策(地域スポーツ・生涯スポーツ推進)との一致 ・ 健康と交流を生む共催イベントを組むことが可能
	② 地域コミュニティ形成と企業価値向上 ・ 企業対抗戦などを実施することで、より地域企業の参加意欲が高まる ・ 地域のスポーツ文化醸成を支える企業としてのポジショニングが可能
	③ 用具・ウェアの試用、購買への誘導 ・ 高齢者向けのウェアや歩行補助ギア等のマーケティング機会が豊富

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

③小売・アパレル企業	
対象例	・ 総合衣料 ・ 生活雑貨、シニア向けファッションブランド ・ 衣料小売チェーン(地域密着型店舗など)
親和性	① 衣食住の衣領域における高齢者文化へアプローチ ・ シニアの外出・交流機会が増えることによるアパレル需要の自然増化が見込める ・ イベント×ファッション(ユニフォーム、スタッフウェア)との親和性が高い
	② 大会ブランドを視覚的に支えるカオを担当可能 ・ ロゴ入りユニフォーム、運営スタッフウェア、公式Tシャツ等の大量制作・販売 ・ ●●●●プレゼンツ・シルバーファッションショーなどのイベントモデル
	③ 地域の交流場・自治体連携との一体化モデル ・ 地域店舗と高齢者サロンを掛け合わせた施策が構築しやすい ・ シニアの生活文化を支える企業としてのCSR的価値が高い
主なメリット	① 公共性や生活密着による高いブランディング機会 ・ 国主催事業への公式に関与することによる社会的信用が高い
	② 全国自治体への信頼関係とB2G関係の構築 ・ 47都道府県の持ち回りイベントのため、自治体との中長期関係を築くことが可能
	③ 市場拡大・新商品開発の機会 ・ 吸水性、動きやすさ、軽量化などの配慮したシニア向け商品の開発に係る調査が可能

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

④メディア・通信・情報企業	
対象例	・ 公共、民放、新聞社・通信社 ・ 地域メディア、ネットニュース ・ ITサービス、動画配信、SNSプラットフォーム企業
親和性	① 最大課題である認知度不足の解決に関与する重要なセグメント ・ 大会最大の課題である認知度の低さを根本的に改善できる唯一のセグメントであり、テレビ・新聞・オンライン媒体による情報拡散力が極めて大きい。 ・ 動画配信・SNSなどオンライン発信と相性が高く、広報の弱点であるデジタル活用不足を補完できる。 ・ メディア企業との連携により、番組化・記事化・タイアップイベントなど継続的な広報資産を蓄積でき、大会・イベントが単発ではなく長期的になるための基盤を形成できる。
	② PR、情報発信、オンライン企画との親和性が高い ・ イベントハイライト動画 ・ SNS連動キャンペーン ・ 高齢者向けオンライン講座
	③ デジタルアーカイブ化・大会資産の蓄積 ・ 継続的な大会ストーリーを発信するための基盤を構築可能
主なメリット	① 公共性、情報発信による社会的信頼性の強化 ・ 公共・民間放送が関わることで大会の公共的価値がさらに高まる
	② 番組化や記事化などの独自コンテンツ化が可能 ・ 高齢者スポーツ特集 ・ 地域交流企画 ・ 健康寿命延伸の取り組み紹介
	③ オンライン参加型モデルの推進 ・ eスポーツ、健康講座、VR観戦など多様な形式の導入が検討可能

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

⑤金融・保険・地域支援企業	
対象例	・ 生命保険 ・ 地域金融機関(信用金庫、地銀など)
親和性	① 地域密着事業、高齢者支援領域との高い親和性 ・ シニアの健康・生活サポートへの企業方針と一致 ・ 健康麻雀大会など既存事業との冠連携に適している
	② 地域での継続的活動に強いプレイヤー ・ 保険会社は全国ネットワーク、地域接点を豊富に保有している ・ フレイル予防やコミュニティ形成などの高齢者の継続支援施策に積極的である
主なメリット	① CSR・社会貢献、ブランド価値の最大化 ・ 健康寿命延伸や生きがいづくりへの貢献は保険会社のブランドミッションと一致
	② 地域ネットワークを活かした多拠点展開が可能 ・ 地域支社、自治体との連携による、ねんりんピックを活用する体制の基盤構築
	③ 情報発信力・PR力の高さ ・ 保険会社は地域広報ネットワークを保有しており、大会・イベントなどの情報拡散に強みを持っている

5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 企業セグメントと関与形態

⑥生活サービス・地域インフラ企業

対象例	- 交通(鉄道・バス・タクシー) - 宿泊(ホテルチェーン、旅館) - 旅行代理店 - 介護サービス、地域通信インフラ企業
親和性	① イベント運営の根幹(移動・宿泊・滞在)に関わる基盤産業 大会は延べ50万人超の大型規模であり、交通・宿泊・観光インフラとの親和性は非常に高い
	② 観光振興と健康イベントを企画立案しやすい - 大会を契機として、地域観光商品を造成することが可能 - 健康ウォーク、温泉療養、地域文化体験ツアーとの親和性が高い
	③ 地域回遊性の向上と経済波及効果 - 大会の経済効果は100億円超(鳥取大会の実績)である - インフラ企業と連携することで回遊ルート最適化や車両の確保などが可能
主なメリット	① 交流人口増加と観光経済効果の享受 地域交通、地域宿泊、観光連携のそれぞれの分野で収益機会が大きい
	② 地域ブランド向上・自治体との強い連携形成 複数年度にわたる自治体との協働や関係性構築が期待できる
	③ 大会ロジスティクスを支える存在 運営面で不可欠な役割を担う企業としてのプレゼンスや信頼性の向上

5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

① 企業種類、協賛金額の傾向分析

■ 外部事例にみる金額レンジ

市民マラソン型の協賛ランク			
イベント名	津シティマラソン		
協賛ランク・金額	ダイヤモンド	50万円	協賛権利 ・ プログラム広告 ・ ゼッケン掲出 ・ 会場バナー ・ 招待枠 ・ PRブース
	スーパープラチナ	20万円	
	プラチナ	10万円	
	ゴールド	5万円	
	シルバー	2万円	
	ブロンズ	1万円	

ハーフマラソン型の協賛ランク			
イベント名	ふくしまシティハーフマラソン		
協賛ランク・金額	ダイヤモンド	300万円	協賛権利 ・ ゲート ・ 距離看板 ・ ビブス ・ 横断幕 ・ 招待枠 など
	プラチナ	200万円	
	ゴールド	100万円	
	シルバー	50万円	
	ブロンズ	30万円	
	パートナー	1万円 ～10万円	

プロスポーツ、大規模リーグの協賛金レンジ(参考)		
リーグ名	Bリーグ(バスケットボール)	
協賛ランク・金額	トップパートナー	1-4億円
	カテゴリーパートナー	数千万円 ～1億円未満程度
	クラブスポンサー	数十万 ～数千万円
	ローカルスポンサー	10万円 ～30万円
協賛権利	・ 冠スポンサー ・ リーグ全体のネーミング提供 ・ リーグ中継の制作支援 ・ 公式アプリ連携規模PR など	

5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

② 参加促進策

■ 参画スキーム

(目的)

民間企業・協力団体が単年度の協賛に留まらず、大会(本体・スピンオフ)と地域の継続活動に係る参加導線を標準化し、認知・参加・健康の成果・レガシーの最大化を図る。

- ポイント
- ・ 企業ごとの強み(広報・販売・行動変容支援・データ・運営リソース)に応じ、実装できるように6つのレイヤーを設定。
 - ・ 競技ごとの冠(ネーミングライツ)や各地域の既存取組とねんりんピックの融合を推進。

カテゴリー	対象	役割
トップ・公式パートナー	全国ネットワーク・強い発信力を持つ企業 (メディア、通信、金融等)	・ 統一PR・デジタル基盤・効果測定 of 共同運用 ・ 複数プログラムの包括支援(R9モデル実証→R10以降継続)
プログラム冠スポンサー	スポーツ、アパレル、食品・飲料、金融ほか	・ ○○プレゼンツ■■■交流大会、▲▲健康麻雀、多世代対抗eスポーツなど、冠協賛イベントを実施
体験・測定・相談ブース	ヘルスケア、保険、医療・検診、食品・飲料	・ 健康測定・栄養、運動相談・体験会の実施 ・ データを利活用し地域事業へ還元する
共同PR、メディア連携	公共・民間放送、新聞・通信社、プラットフォーム	・ 最大課題の認知不足の解消 ・ 番組・特集・統一SNS、YouTube運用、広域波及の設計
地域連携	保険・金融・小売・旅行・交通ほか	・ 地域プレイベント、ウォーキングクラブ、健康ポイント等の常設化
運営・ボランティア支援	旅行・物流・MICE、大学、NPO	・ 参加者管理・輸送・宿泊・会場運営などの知見で支える

5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(5) 民間企業、協力団体の参加方法、協賛金募集強化

② 参加促進策

■ セグメント別参加方法案

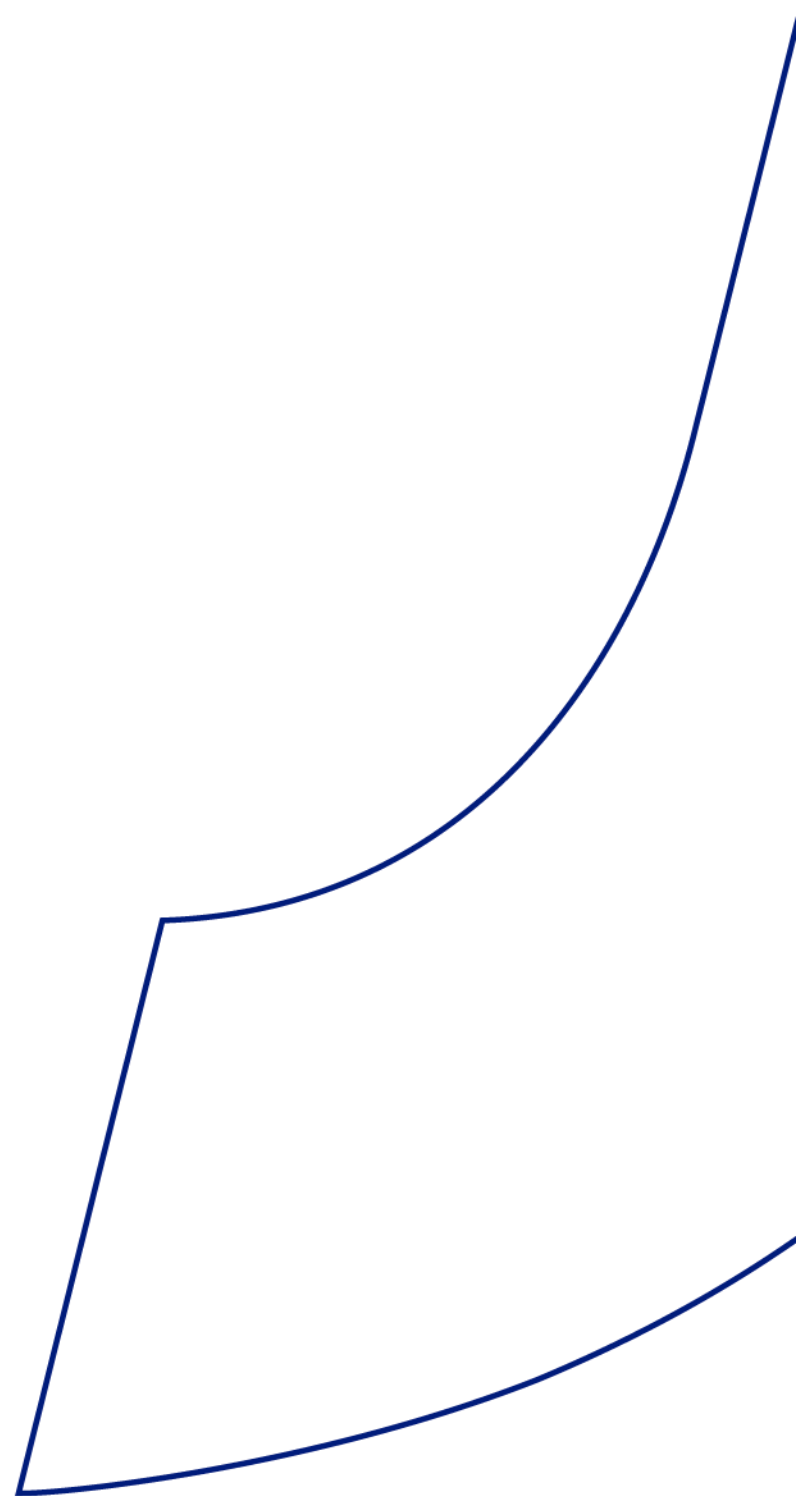
セグメント	参加方法
ヘルスケア・ウエルネス	- 健康測定 - フレイルチェック - 運動・栄養セミナー - 地域集会場との連動
スポーツ関連	- 競技 - レクリエーションの冠 - 企業対抗戦 - 多世代対抗eスポーツ - 推し活×観戦連携
小売・アパレル	- スタッフ・選手ユニフォーム供与 - シニア・ファッションショー - リサイクル体験
メディ・通信	- 番組・特集 - デジタル統合配信 - 共同キャンペーン - SNS、YouTubeなどの運用設計
金融・保険	- 健康麻雀モデル - 地域包括連携 - ボランティア保険 - 健康ポイント施策
生活サービス・インフラ	- 交通・宿泊・観光回遊造成、 - ボランティア動員 - 会場BPO - プレイバントの輸送、警備、救護

■ 契約・運用スキーム

項目	内容		
契約形態	- 包括連携協定 - パートナーシップ契約 - 協賛(競技冠、ブース、媒体) - 後援名義活用		
権利設計	- 名称、ロゴ使用 - 媒体露出(番組・記事・Web、SNS) - 会場掲出 - サンプリング - データ利活用		
運用分担	<table border="1"> <tr> <td> - 主催 - 事務局 - 企業 - 団体 </td><td> 全体統括 製販・広報・運営 アクティベーション(活性化) 競技運営・審判・ボランティア </td></tr> </table>	- 主催 - 事務局 - 企業 - 団体	全体統括 製販・広報・運営 アクティベーション(活性化) 競技運営・審判・ボランティア
- 主催 - 事務局 - 企業 - 団体	全体統括 製販・広報・運営 アクティベーション(活性化) 競技運営・審判・ボランティア		

(6) レガシー活用

柱③ 価値を未来へ繋ぐ、持続可能な開催モデルの構築



(6) レガシー活用

本項目では、ねんりんピック開催後のレガシーが十分に大会開催自治体の地域活動へ波及せず、一過性で終わってしまっている現状を整理し、活用の仕組みや評価指標、事例共有の整備などの必要性を明確にする。これを踏まえ、レガシーを地域活性化や健康増進へ継続的に結びつける方向性を示し、指標設定、事例収集・共有、関連イベント連携、活用モデル構築などの具体的検討事項を提示する。

現状・課題

- ・ 大会後の成果・効果が地域活動や健康事業に活かされておらず、継続的な効果や地域連携が進んでいない。
- ・ 成功事例を共有される仕組みがなく、標準モデル化などが行われていないため、他地域への横展開が難しい。
- ・ レガシー活用が一過性に終わっており、長期的な地域貢献や健康増進への波及効果が十分ではない。

要因

- ・ 大会後の成果・効果を地域活動に活かす仕組みや、効果を測る評価指標がなく、持続的な活用が難しい状況である。
- ・ 各自治体が独自に工夫しているため、成功事例の共有や標準モデル化が進まず、他地域への展開が困難である。
- ・ 大会の地域活性化や健康増進への効果が定量的に示されておらず、関係者や企業への説明力が弱く、継続支援につながりにくい。

提言の方向性

- ・ 開催地での成果や効果を、地域活動や健康増進事業へ波及させる仕組みを構築する必要がある。
- ・ 自治体主導の好事例共有と国による標準モデル提示の2軸で推進するべきである。
- ・ 地域活動との連携や、世代間交流イベントの継続開催など、持続的な波及効果を意識した取り組みが重要である。
- ・ 具体的な事例収集及び発信を強化する必要がある。

具体策・検討事項

- ・ レガシー活用の評価指標(地域活動参加者数、健康指標の変化等)を設定し、効果を定量・定数的に可視化する。
- ・ 好事例をデータベース化し、自治体間で共有できる仕組みを構築する。
- ・ 地域活動や健康増進事業との連携イベントを定期開催し、レガシーの持続的活用を図る。
- ・ 標準モデルを作成・提示し、自治体の自主的な工夫と2軸で促進する。

5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(6) レガシー活用

① ステークホルダー別に想定される波及効果

		波及効果(ねらい)	大会終了後のレガシー活用の具体的なイメージ
ねんりんピック参加選手		- ロールモデル化 - 地域社会との関係強化 - 健康課題の解消 - 生活満足度の向上	- 大会参加後、地域に戻り、地域の健康づくり活動を支えるリーダ的存在へ。 - ねんりんピックで交流した他自治体選手との交流継続。 - 交流の拡大等による、運動機会の増加、競技力の向上。
開催自治体	健康福祉	- 高齢者の社会参加促進 - 高齢者の健康増進 - 発表の場の継続	- 大会を契機にして、新たな地域イベントや、コミュニティが生まれるなど、地域の健康づくり活動が活発化。 - 競技団体、企業、ボランティア等、地域ネットワークの拡大。 - 大会を活用して周知拡大した事業の継続。
	地域振興	- 観光誘客 - 域外資金の獲得	- ねんりんピック参加者の開催地への再来訪。 - ねんりんピック参加選手が、大会開催地に「ふるさと納税」で支援。 - 大会終了後も、継続して自治体独自でスポーツイベントを開催することによる地域振興。
選手派遣自治体		- 高齢者の健康増進 - 地域の健康づくりの推進	- ねんりんピック出場を目指す、地域住民の増加。交流の創出。 - 地域の健康づくり活動が活発化。
協賛企業・関連団体		- 自治体連携の充実・継続 - 企業価値の向上	- 大会を契機に生まれた、開催自治体との連携が、大会終了後も継続。 - 企業の認知度向上による、新たなユーザーの継続獲得。

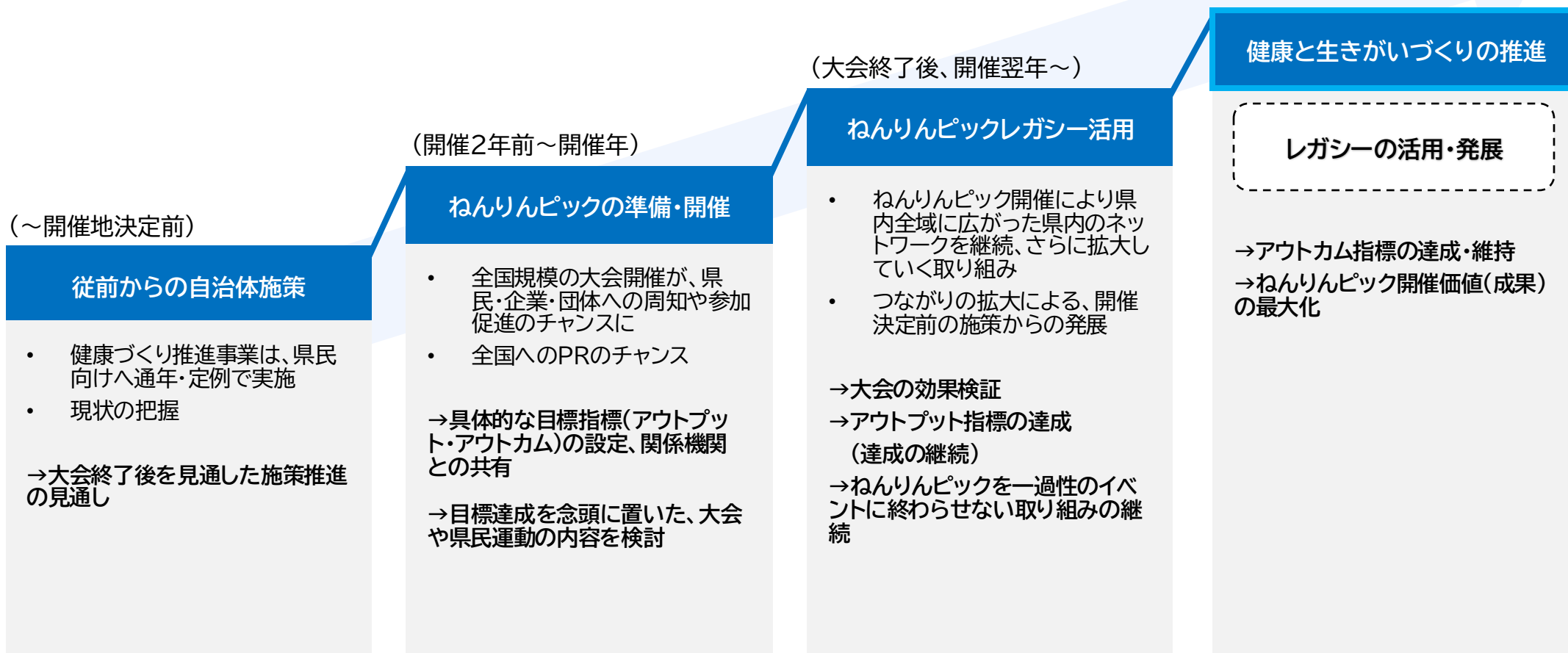
(6) レガシー活用

● レガシー活用のイメージ

ねんりんピックの開催趣旨である、「健康づくり」「社会参加の促進」「生きがいづくり」は、開催自治体においても、これまでも継続的に取り組まれてきた施策である。

ねんりんピックを開催することにより、開催自治体の既存施策を、より拡大・深化させることができないか。

そのためには、ねんりんピックに関わる選手・ボランティア・県内企業・団体等のネットワークをねんりんピックのためだけの一過性のものとせず、大会終了後も、つながりを継続・発展させていくレガシー活用方策が必要ではないか。



5. ねんりんピックの開催方法の整理・提案

(6) レガシー活用

② 地域活動への波及効果

1	多世代交流の促進	• スポーツイベントは社会的効果として、住民の一体感・連帯感の醸成やシビックプライドの向上に繋がるとされている。ラグビーワールドカップ2019の事後評価では、地域住民の連帯感、国際交流意識の高まりなど、社会的レガシーが多数確認されており、地域活動の活発化に多大なる貢献をした。
2	地域イメージの向上 観光誘客の強化	• スポーツイベントは地域の認知度向上や文化発信の契機となることが研究結果からも確認できる。文化的発展や地域イメージ改善は自治体の観光施策にも波及し、地域経済への効果が持続的に生じるレガシーと評価されている。
3	地域資源の活用と通年型活動への発展	• スポーツツーリズムは、スポーツを軸に自然、文化、施設等の地域資源と連動し、地域が通年で活動を展開できる構造づくりに寄与する。観光庁はスポーツツーリズムを地域活性化施策として明確に位置づけ、地域スポーツコミッションによる継続的な活動の展開を推奨している。
4	健康増進・地域コミュニティ強化	• スポーツを目的とした移動・体験は、地域住民・来訪者の双方に健康価値を提供し、健康づくりを軸としたコミュニティ形成や交流人口拡大につながるレガシー効果を持つ。特にするスポーツを取り入れた地域づくりは、継続的なイベント化・クラブ形成など日常的活動への転換が可能とされている。

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ 1. 多世代交流の促進

渋谷区「地域スポーツイベントによる多世代交流」

●事例のポイント

- ・ 子どもから高齢者までが参加できる地区運動会や地域スポーツクラブを展開している。
- ・ 顔の見える関係性、自然な世代間交流を生む地域ベースの活動が主軸となっている。

●ねんりんピックとの関連性

- ・ ねんりんピックの理念である多世代交流・地域交流の実現に結び付く。
- ・ 競技参加者＝高齢者、観客・応援者＝地域住民・若者・子供という構造が作りやすく、渋谷区のような地域運動会型の横断参加は非常に親和性が高い。

●ねんりんピックで活用できる取組

(A) 地域合同運動会モデルを交流大会に併設

- ・ 本大会以外に、地域住民も参加できるミニ運動会やレクリエーション大会を併設することで、高齢者・子ども・保護者・地域住民の参加構図を作れる。
- ・ 競技を観るだけでなく一緒に体験する導線をつくることで、多世代交流の厚みが増す。

(B) 交流プログラムの常設化

- ・ 渋谷区の地域スポーツクラブのように、開催地にねんりんピック記念クラブを創設し、大会後もスポーツ教室・地域活動が継続されるレガシーを形成できる。

(C) 地域ボランティアの多世代混成化

- ・ 若者・高齢者ボランティアが混成で活動する運営体制は、ねんりんピックのボランティアレガシーとして継続しやすい。

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ 2. 地域イメージの向上、観光誘客の強化

高知県仁淀川流域「映像プロモーションによる地域ブランド向上」

●事例のポイント

- ・ 高品質な映像制作により、地域の四季・自然の魅力を国内外に発信している。
- ・ SNS発信、多言語対応により観光誘客の実績が向上した。

●ねんりんピックとの関連性

- ・ ねんりんピックでも地域魅力発信が重要だが、現状は開催地ごとに差が大きい。
- ・ 映像資産は大会前後の認知向上・来訪の動機付け・レガシーの可視化に最適なツールである。

●ねんりんピックで活用できる取組

(A) 開催地を舞台にした公式プロモーション映像の制作

- ・ 各競技会場・地域文化・地元住民の声・食文化などをまとめたねんりんピック開催地シネマティック動画を制作し、YouTube、SNS、観光サイトで展開できる。
- ・ 海外シニア層への発信や、後継県へのノウハウ継承にも有効活用できる。

(B) アーカイブ化によるデジタルレガシーの形成

- ・ 映像を大会のアーカイブとして蓄積し、次年度以降の開催地はこれを活用して企画参考・広報テンプレート化・地域資源活用策(見せ方)を継承できる。

(C) 多言語プロモーション+シニア旅行との連動

- ・ 仁淀川の多言語発信のように、シニア向けインバウンド、国内シニア旅行市場に訴求する戦略を導入することができる。

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ 3. 地域資源の活用と通年型活動への発展

北海道鹿追町「農家民宿 × アウトドアの通年型グリーンツーリズム」

●事例のポイント

- ・ 農家民宿・食体験・自然体験・アウトドアを組み合わせた通年型のプログラムである。
- ・ 季節ごとに体験メニューを設け、年間を通じて地域住民を呼び込む成功モデルである。

●ねんりんピックとの関連性

- ・ ねんりんピックも大会前後の地域滞在価値を高めることが課題であり、北海道鹿追町のような通年型の観光・体験プログラムは、レガシー形成と親和性が高い。

●ねんりんピックで活用できる取組

(A) 開催地の通年型ヘルスツーリズム商品の造成

- ・ ねんりんピックを契機に以下をねんりんピック健康ツーリズムとして商品化できる。
- ・ ねんりんピック選手の再来訪も期待できる。

※例 ウォーキング、農業体験、食育、レクリエーション、季節別自然プログラム

(B) 大会参加者の前泊・後泊を促す仕組み

- ・ 高齢者参加者が大会期間前後に地域を楽しめるよう、鹿追町の仕組みを参考に「前後泊パッケージ」を設定できる。

(C) 地域事業者・農家・宿泊施設とのレガシー連携

- ・ 大会終了後も、地域住民・観光客が利用できる体験プログラムとして継続でき、地域経済レガシーの創出に繋がる。

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ 4. 健康増進・地域コミュニティ強化

山形県上山市「クアオルト×温泉」

●事例のポイント

- ・ 温泉・自然環境を活かし、年間360日開催されるクアオルト健康ウォーキングを実施している。
- ・ 医療・観光・行政の三位一体で健康を軸にした地域づくりを推進。

●ねんりんピックとの関連性

- ・ 高齢者の健康増進が主目的のねんりんピックにとって、高い親和性を持つ。
- ・ 大会を単発のスポーツイベントから健康の入口へ転換できる。

●ねんりんピックで活用できる取組

(A) 公式プログラムとしての健康ウォーク導入

- ・ 各開催地の温泉地・自然遊歩道を活用し、ねんりんピック・クアオルト公式ウォークを定例化できる。

(B) 医療機関連携による健康測定＋健康アドバイス

- ・ 大会会場に血圧・歩行年齢・体組成などの健康測定ブースを設置し、クアオルトのように測定→アドバイス→地域プログラムへ誘導の流れを作る。

(C) 健康テーマ型レガシーの構築

- ・ 大会後も地域住民と協力し、健康ウォークを定期化することで、ねんりんピックの継続的健康づくりレガシーとして残すことが可能となる。

※クアオルトとは、ドイツ語で健康保養地・療養地の意味

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final (栃木県宇都宮市)

本事例は、スポーツイベント、都市の文化資源、回遊性設計を組み合わせ、国内外から約78,000人を集客した成功事例である。この構造は高齢者スポーツ、地域活性化、文化・観光を掛け合わせて推進するねんりんピックに非常に親和性が高い。

以下、3つの視点から詳細に整理する。

1. ねんりんピックとの関連性

①都市中心部を舞台にした高い回遊性はねんりんピックの大会構造と合致

宇都宮大会では、市中心部の広場(バンバ市民広場)に特設コートを設置し、都市機能とイベント会場を一体化したことで、観戦と観光を同時に楽しめる動線ができた。

ねんりんピックも競技会場が多数に分散するため、中心拠点(交流広場・総合案内)、会場間回遊をどのように設計するかが地域経済効果に影響する。宇都宮モデルは中心拠点を強固にすることで回遊行動を促進しており、ねんりんピックの運営に取り込みやすい。

②スポーツ × 地域文化イベントの同時開催はねんりんピックの理念と一致

宇都宮では、餃子祭り、宮の市、MIYA JAZZ INなど、地元文化イベントと競技大会を同時開催し、地域全体をフェス化している。ねんりんピックの理念であるスポーツ・文化・交流の総合イベント化と完全に方向性が一致している。特にねんりんピックは高齢者向け文化体験や地元交流企画が重要であり、スポーツ大会・地域フェス型は参加者の満足度を大きく高める構造であると考えられる。

③国際的イベント運営ノウハウは大会の魅力向上に寄与

宇都宮はFIBA3x3 WTUFを成功させており、洗練された空間演出音響・照明の統合演出、海外来訪者対応など、高水準の大会運営が評価されている。ねんりんピックも近年、魅力不足や認知度の低さが課題となっているため、スポーツの見せ方や会場演出の発展・高度化は重要な改善ヒントになり得る。

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final（栃木県宇都宮市）

2. ねんりんピックとの親和性

①シティプロモーション軸

- ・ 宇都宮 神社前の大鳥居と広場を活用し街の象徴とスポーツを掛け合わせた演出
- ・ ねんりんピック 開催地の象徴的空間と高齢者スポーツを掛け合わせることで、開催都市の存在感を高められる

②地域文化とのハイブリッド化

- ・ 宇都宮 餃子祭り・伝統パフォーマンス・市民イベントを融合
- ・ ねんりんピック 地元文化団体・高齢者サークル・地域芸能との融合に応用可能

③観光誘客構造

- ・ 宇都宮 イベントに合わせ市内イベントを同時開催し、周遊イベントを展開
- ・ ねんりんピック 競技会場ごとに観光コンテンツを紐付ける施策に応用可能

(6) レガシー活用

② 事例紹介

■ FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final（栃木県宇都宮市）

3. ねんりんピックで活用できる具体的な取組

①【会場設計】中心拠点のフェス化

宇都宮大会のように、特設ステージ地元飲食・物販ブース健康測定・スポーツ体験音楽・芸能プログラムを一体化させ、滞在したくなる交流広場に再設計することにより、高齢者参加者・観戦者が自然に集まり、交流が生まれる構造となる。

②【文化連動】開催地域の文化祭との共同開催

宇都宮のように、ねんりんピックでも市民祭り、郷土芸能イベント、地域の食フェス、地元大学・高校の文化企画が実施可能である。これにより、競技に参加しない住民や観光客も巻き込んだ街全体の賑わいづくりができる。

③【PR・演出】わかりやすい象徴空間の設置

宇都宮では神社の大鳥居を背景にコートを設定し、視覚的インパクトを高めた。ねんりんピックでも、歴史的建造物、観光名所公園・広場を活用したシンボリックな演出が可能であり、これによりSNSでの拡散効果も高まる。

④【回遊設計】競技会場をつなぐスタンプラリー・周遊プログラム

宇都宮では、イベントと市内観光が自然に結びつくよう設計されていたため、ねんりんピックでも、会場巡りスタンプラリー、健康歩行プログラム、スポーツ観戦、路線バスなどを導入することで地域経済への波及を最大化できる。

⑤【ボランティア】市民参加型運営モデル

宇都宮では多くの市民ボランティアが参加し、来訪者への案内・イベント運営を支えており、ねんりんピックも高校生・大学生ボランティア、シニアボランティア、地域NPOと連携した案内チームを組成することで、地域一体感や高齢者の活躍の場づくりに繋がる。

(6) レガシー活用

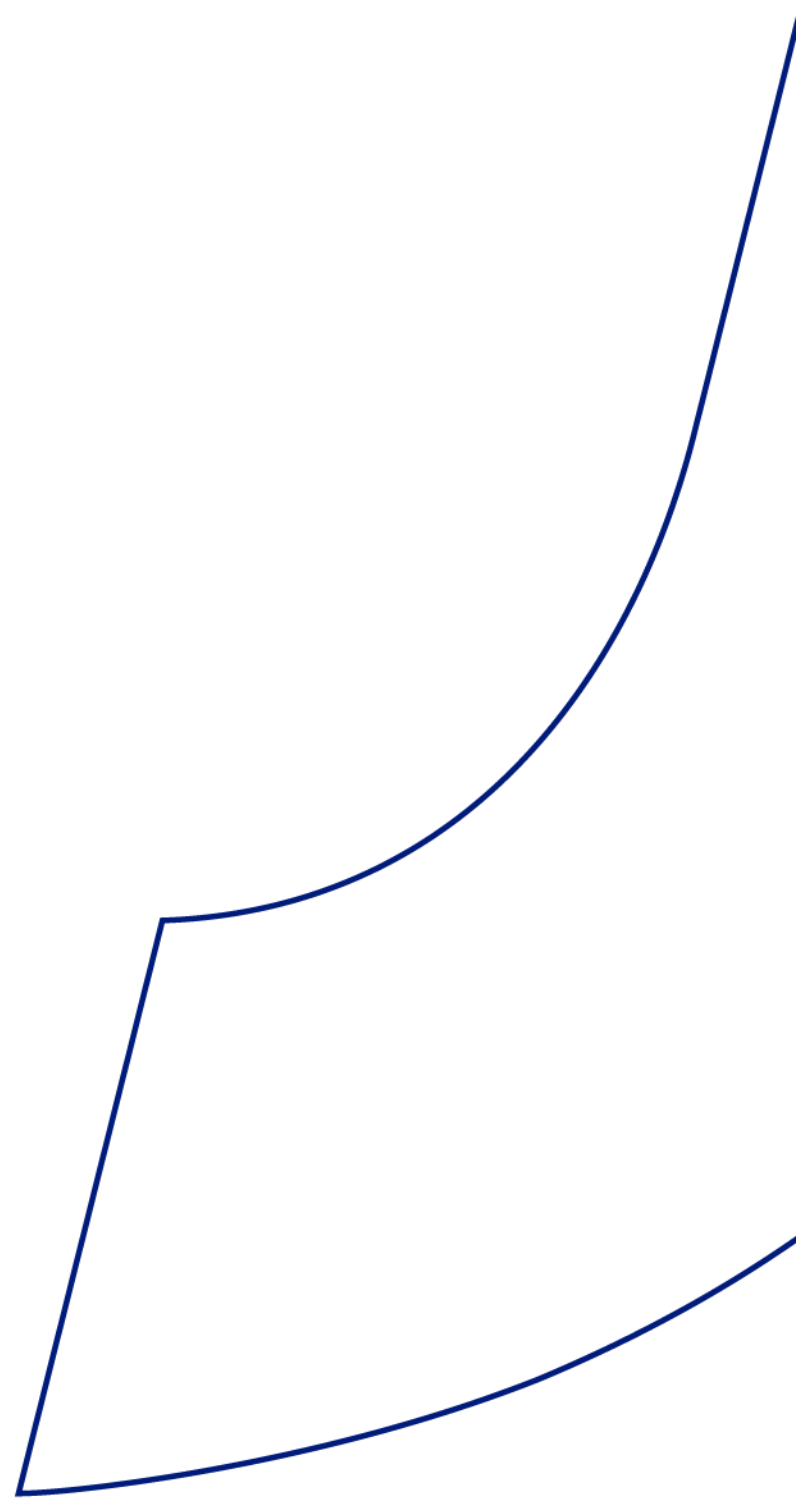
② 事例紹介

■ FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final（栃木県宇都宮市）

4. ねんりんピックに有効な示唆

- ◆ 都市中心部の象徴空間を活かすと来場動機と街の記憶、再訪意欲に繋がる
- ◆ スポーツと文化フェスの同時開催は、高齢者と地域住民の同時参加を生む可能性が高い
- ◆ 回遊導線の設計が経済波及・滞在時間増加に有効
- ◆ ステージ・特設コートの視覚演出は大会ブランド価値向上に繋がる
- ◆ 市民・企業・自治体の協働体制は持続可能なレガシー形成に繋がる

6 令和9年度のイベント実施に向けて



(0)有識者検討会での意見等

■基本方針について

- 令和9年度を、次のねんりんピックに向けたトライアルの大会とすれば、非常に良いチャンスになる。
 - eスポーツの多世代型交流イベントの導入(参加者のバリエーション増)
 - 人にフォーカスを当てたトークイベントの開催
 - 「健康を学べる場」「健康へのモチベーションを高める場」の提供
 - リブランディングや、スポンサー連携したコンテンツ作りなど、新しい取り組みを生かす内容
 - ねんりんピックの歴史を、展示や映像で振り返るコンテンツ
- 基本方針案の「遊ぶ」ということ、「楽しい、嬉しい、ワクワク」というイメージはどの世代にとっても良い。
- スピンオフイベントを日本の元気な高齢者とそれを支える施策を国際発信する機会にもなるのではないかと。海外からの評価が国内認知度向上にもつながる可能性がある。

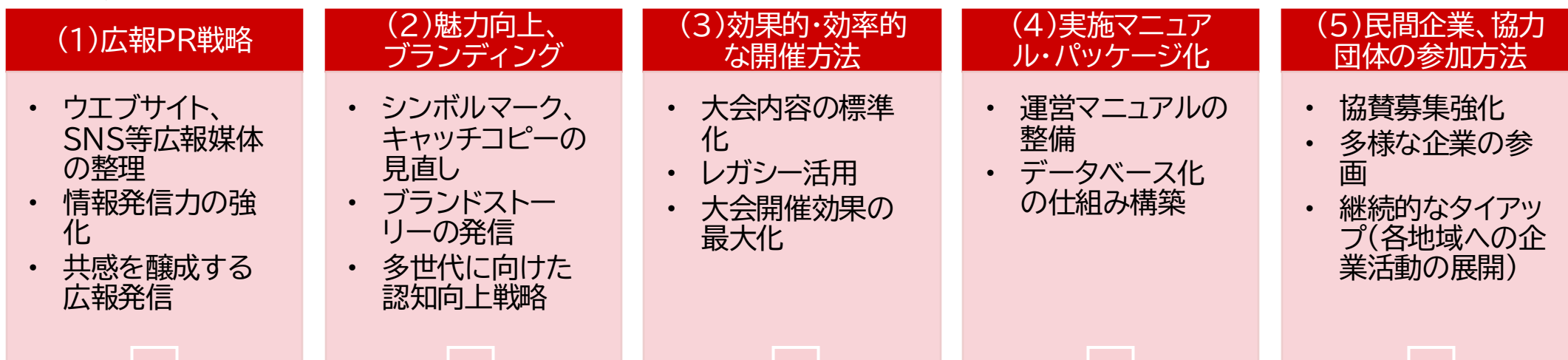
■広報周知について

- アンバサダーの就任は、認知度アップに非常に効果がありそうなので、令和9年度イベントのタイミングで発表ということでも、大きな効果が狙えるのでは。
- 広報戦略は、民間企業の知見を借りて一体的に進めるべき。
- 集客も考慮して、誰に対してどのようにやるのかを考えていく必要がある。イベントは1カ所ではできないが、動画などに重点を置き、各地方から見られるようにするという案もある。

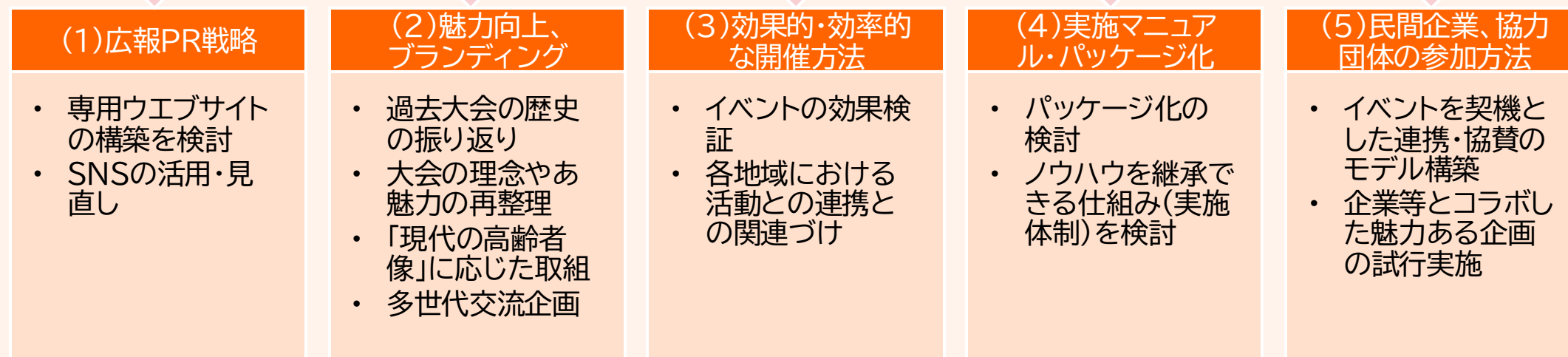
■連携先について

- 老人クラブとして、これまでの関わりを踏まえて協力していきたい。
- 近年スポーツ界では、エンターテインメントが一つのキーワードになっている。全国的なネットワークを持っている公益団体や、プロスポーツのリーグと組むのも方策の一つである。

(1) 検討結果の整理



令和9年度 ねんりんピック スピンオフイベントの実施(案)



(0) 実施イメージ

メインステージイベント



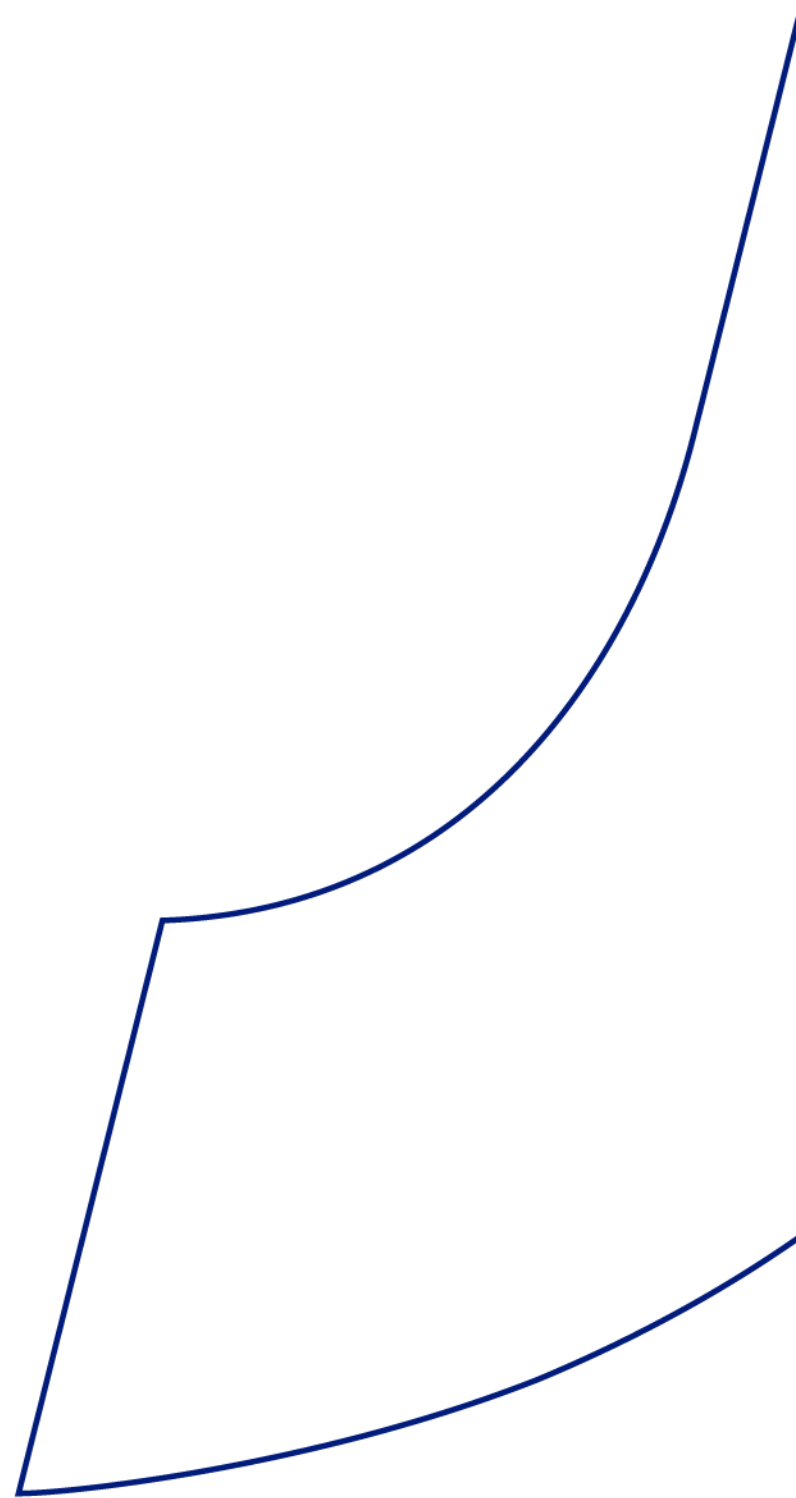
ブース出展



ふれあい・交流イベント



7 総括



総括① 高齢者の社会参加を支えるイベントの基本的な位置付け

高齢者向けのスポーツ・文化イベントは、単なる大会や行事ではなく、**健康寿命の延伸、社会参加の促進、地域とのつながりの創出**といった社会的課題に対する有効な手段である。

本調査事業を通じて、イベントは競技の場であると同時に、交流の場、生きがいの場、地域を体感する場として**多面的な側面がある**。**参加者・開催自治体・競技団体それぞれにとっての価値を有する**ことを改めて確認することができた。

今後のイベント設計においては、従前の大会固有の慣例に捉われずに、地域の政策目的・ゴールや地域住民の意向等に応じて、柔軟に設計・運営される**社会的なインフラとして位置付ける視点が重要**である。

総括② 多様な参加動機に応えるイベント構造への転換

イベント参加者の動機は、競技志向に限られず、健康づくり、交流、観光、学び、自己実現など多様である。調査結果からも、必ずしも日常的にスポーツや文化活動に取り組んでいない層が、**イベントをきっかけに新たな活動を始める可能性**があることが明らかになった。一方で、イベント認知の拡大が限定的であり、**新たな参加者層・関心層を獲得するには、リブランディング・エピソード共感を生む広報など、広報戦略の転換が必要**。

また、自治体が実施するスポーツイベントにおいては、**競技性の高いプログラムと併せて、体験型、参加型、交流型の要素を組み合わせ、参加のハードルを下げるアプローチ**が求められる。

これにより、従来の参加者層に加え、未経験者・無関心層や地域住民、家族世代を含めた広い対象範囲の参加を促すことが可能となる。

総括③ 持続可能なイベント運営と自治体の役割

イベント運営における**財政的・人的負担は、多くの自治体に共通する課題**である。

本調査では、運営ノウハウが蓄積されない実態や、開催主体ごとの負担格差が、継続的な開催を困難にしている実態が明らかとなった。

今後は、運営プロセスの標準化、マニュアル化、情報共有の仕組み構築を進め、**自治体間で知見を蓄積・活用できる体制を整えることが重要**である。具体的には、**統一プラットフォームの構築が情報発信の一元化、情報の蓄積につながる**。

また、イベントを単発で終わらせず、地域施策の一環として位置付けることで、効率的かつ効果的な運営モデルの構築が可能となる。

総括④ 官民連携・地域連携による価値創出の可能性

民間企業等の先進的な官民連携事例を、どのようにスポーツ・文化イベントへ取り入れられるか調査した。イベントの価値を高め、持続性を確保するためには、**民間企業や地域団体との連携が不可欠**である。協賛や共同企画を通じて、財源確保だけでなく、専門的知見や新たな発想、新たな地域社会とのつながりを取り入れることができる。また、地域資源を活かした観光・文化プログラムや、ボランティア参加の仕組みを組み込むことで、イベントを契機に**地域全体を巻き込む取り組みへと発展**させることができる可能性がある。官民連携や地域連携は、自治体を実施する他のスポーツ・文化イベントや健康づくり事業にも応用可能な視点である。

総括⑤ 自治体スポーツ・文化イベントへの展開と今後の方向性

本調査事業で得られた知見は、全国規模の大会に限らず、各自治体の実施するスポーツ・文化イベントにも活用できる。イベントを一過性の催しではなく、日常の健康づくりや社会参加に繋がる出発地点として設計することで、継続的な効果を発揮することが期待できる。今後は、地域特性や規模に応じて、イベントの目的・構造・運営方法を柔軟に組み立て、**得られた成果や人材、ネットワークを地域に還元していくことが重要**である。こうした視点に立ったイベントの在り方が、持続可能な地域づくりと高齢者の活躍の場の創出に繋がる。

最後に

今年度の事業では、本報告書に記載のとおり、事業目的を踏まえ、高齢者を取り巻く社会環境や大会運営の実態等について多角的な調査・分析を行い、現状の整理及び今後の方向性に関する提言を総括として取りまとめた。一方で、抽出された課題は多岐にわたる。今後は課題の優先順位を明確にした上で、具体的にどう改善していくかについて、今後の開催自治体とも調整を図りながら段階的に対応を進めることが重要である。見直しの検討を進める中では、今後目指すべき方向性を「ビジョン」として整理し、対外的に提示していくことが、新たな層への認知度を高め、関係機関との連携を拡大・定着させていくためにも、重要であると考えられる。また、大会の価値をさらに向上させていくためには、継続的な効果検証の枠組みを構築し、事業の成果や効果を可視化することも必要である。今後とも、大会実施内容の見直しと、その効果の検証を重ねつつ、持続可能な魅力ある大会として実施していくために、中長期的な視点からもイベント・大会の抜本的な在り方について、継続的に検討していくことを期待するものである。



感動のそばに、いつも。