



2025 年 6 月 11 日
レゴジャパン株式会社

レゴグループ「6.11：国際遊びの日」にあわせ 子どもたちと“遊びに満ちた都市”を創造する活動を世界各地で推進

世界の都市部に住む子どもたちの 7 割が「遊び場が足りない」と回答
日本の親や保護者の 8 割以上は「遊びの時間は学びの時間」と捉えていることが明らかに

レゴジャパン株式会社（代表取締役社長：マイケル・エブスン／東京都港区）は、国際連合（国連）が制定した「国際遊びの日（6 月 11 日）」にあわせ、レゴグループが行った『都市における「遊び」』に関する調査の結果をお知らせします。本調査は日本を含む、イギリス、アメリカ、フランス、ドイツ、オーストラリア、チェコ共和国、中国、メキシコ、ポーランドの 10 カ国に住む 6～16 歳の子ども 1 万人とその親 1 万人を対象に実施しました。この調査結果を受けて、レゴグループは世界各地の都市で子どもたちのアイデアや「遊びに満ちた都市」のビジョンを実現する活動を開始しており、日本でも 2025 年 7 月 19 日（土）から 7 月 21 日（月）にかけて大阪・関西万博 北欧パビリオンにてレゴグループの社会貢献プログラム「Build the Change（ビルド・ザ・チェンジ）」を実施予定です。（※一般招待制のイベントではありません）

■都市は「遊び」の可能性を見逃している

現在、世界の子どもの約 3 分の 1 が都市部で生活しており、この割合は 2050 年までに約 70% に達すると予測されています。しかし、レゴグループが実施した新たな国際調査では、「都市づくりに関わりたい」と考える多くの子どもたちが、大人たちに見過ごされ、自分たちの存在が反映されていないと感じていることが明らかになりました。調査結果から、以下のような声が浮かび上がっています。

【サマリー】

- 33%の子どもが「都市を設計する大人たちは、子どものニーズや好みを考慮していない」と回答。
- 36%の子どもが「自分たちの住む街は人よりも車を優先しており、安全で魅力的な遊び場が限られている」と感じていると回答。
- 64%の子どもが「楽しくワクワクする遊び場が不足している」と感じ、44%の子どもが「友達と遊べる場所をもっと増やしてほしい」と望んでいる。また親もこうした現状に強い懸念を抱いていると回答。
- 84%の親が「自分の住む街は遊びを優先していない」と感じており、69%が「街には安全で利用しやすい遊び場がない」と回答。
- 18%の親は「自分の子どもが、外遊びを体験できない世代になってしまうのでは」と危機感を抱き、11%が自分たちの住む街が子どもにとって「立ち入り禁止区域」になりつつある」と回答。
- 11%の親は「子どもを安全な遊び場に通わせるために、他の支出を削っている」と回答し、手頃で家族にやさしい遊び場が不足していることを示している。

■遊びは都市を、そして人びとの暮らしを変える力を持っている

レゴグループは「遊び」を都市づくりの中心に据えることが、単なる娯楽空間の創出にとどまらず、子どもたちやその家族の健やかな成長と豊かな生活を支える重要な要素と考えています。調査によっても、子どもたちに「遊ぶための時間と場所」を与えることで、心身の発達や健康状態、そして社会的なつながりにも良い影響をもたらすことが明らかになりました。



【サマリー】

- 親や保護者の43%が、「遊んだ日は子どもの睡眠の質が向上する」と回答しており、これは子ども自身も63%が実感している。
- 81%の子どもが「遊ぶことでより幸せで前向きな気持ちになる」、59%が「家族や友達と話しやすくなる」と感じると回答。
- 27%の親や保護者は「日常的な遊びが、子どもに“分かち合う心”を育む」と述べており、これは情緒の発達や就学準備において重要な役割を果たしている。
- 遊びは子どもたちだけでなく、家族全体にも多くの恩恵をもたらしており、41%の親や保護者が「遊びがストレスの軽減につながる」と回答し、38%が「活力が湧き、心身の健康状態が向上する」と回答。30%は、「遊びを推進する都市は、思いやりに満ちた、つながりのある地域社会づくりに貢献している」と回答。

■「遊び」は子どもだけのものではない — 親にもポジティブな効果

レゴグループの調査では、都市に暮らす親たちも「遊び」への参加を通じてさまざまなメリットを実感していることが明らかになりました。

【サマリー】

- 41%が「遊びによってストレスが軽減され、幸福感が高まる」と回答。
- 38%が「遊びが活力を与え、心身の健康状態が向上する」と実感している。
- 37%が「遊びは日常の悩みから解放し、リラックスするのに役立つ」と回答。
- 32%が「遊びは自己充足感を高め、人生の大切なことを思い出させてくれる」と回答。
- 30%は、「あらゆる年齢層が楽しめる遊びを推進する都市は、より包括的で思いやりやつながりのあるコミュニティ作りに役立つ」と感じると回答。

■日本の子どもたちの「遊び場不足」に関する意識調査結果

レゴグループが実施した調査によると、日本の親たちも公共における「遊び場」の不足に強い課題意識を持っていることが明らかになりました。

【サマリー】

- 公共の遊び場が「安全で整備されている」と感じているのは32%であり、約70%が「自分たちが住む街には、子どもたちに向けて、安全でアクセスしやすい遊び場が十分に整備されていない」と感じている。
- 「自分たちが住む街は子どもや遊びを中心に設計されている」と思う親はわずか12%であり、都市設計における子ども視点の欠如が浮き彫りに。
- 約40%が「子どもと大人が利用できる、無料の屋内・屋外遊び場」が欲しいと回答。
- 約90%が「想像力を使ったごっこ遊びなどは現実の世界でも役に立つ」と回答。また約85%の親が「遊びの時間は学びの時間」と捉えている。
- 約70%が「遊びには新しいアイデアを考えたり、挑戦する勇気に役立つ」と回答。
- 「遊びを必要としない年齢になった」と考える人はわずか6%しかおらず、多くの大人はいくつになっても遊びが必要と考えている。
- 約36%が「遊んだり楽しいことをすることで、心身の健康が向上する」と実感しており、遊びがメンタルヘルスやストレスケアの手段としても認識されていることが明らかに。

■「国際遊びの日」を“永続的な影響力”へ

レゴグループは、子どもたちの声を世界中に届けながら、彼らの描く「遊びに満ちた都市」のビジョンを未来へ実現することを目指しています。子どもたちが提案した都市づくりのアイデアや遊びの機会を求める声は、「How to ガイド」としてまとめられ、世界各国の都市計画担当者や政



策決定者に共有されています。この資料は、ユニセフおよびユネスコ共催によるニューヨーク国連本部での政府高官レベルのイベントでも活用され、遊びの重要性を訴えています。

■「国際遊びの日」にあわせ、世界各地で「遊びの力」を示す活動を展開

この数か月間、世界各地の子どもたちがレゴグループの社会貢献プログラム「Build the Change (ビルド・ザ・チェンジ)」に参加し、「もっと遊びがあふれる都市をつくるには？」という問いに対して、自分たちのアイデアを形にしてきました。このプログラムでは、レゴ®ブロックや身近な素材を使って、現実社会が抱える課題に創造的に取り組むことを通じ、子どもたちの発想力と表現力を育んでいます。たとえば、ジップラインのある秘密の遊び場、高層ビルを滑り降りる巨大な滑り台、誰もが楽しめる遊び心あふれるバス停などの発想が世界的デザインファーム「Arup」との協働により、今回の「プレイフル・シティ チャレンジ」として展開され、都市空間をより明るく、大胆で創造的な場へと変える子どもたちの可能性が世界に示されました。

そして、「国際遊びの日」では、これらの革新的なアイデアが世界中から集まった“プレイメーカー”たちの手によって、現実の世界として命を吹き込まれます。チームを率いるのは元 NASA のエンジニアであり、YouTube 上で科学・工学系のクリエイターとして活躍するマーク・ローバー氏です。このグローバル・クルーには、音楽、アート、スポーツ、デジタルカルチャーなど多彩な分野で活躍する世界的インフルエンサーたちが参加しています。彼らの総フォロワー数は 6,200 万人を超え、Zoe Wees 氏、Younes Zarou 氏（ドイツ）、Jamad Fiin 氏、Cedric Mitchell 氏、Brandon McCadney 氏、Lourdes Villagómez 氏（米国）、Mulyana 氏（インドネシア）、Sha'an D' Anthes 氏（オーストラリア）、Xie Qiongzhi 氏（中国）といった著名なクリエイターが名を連ねています。さらに、Ben Azelart 氏、Zhong 氏、Suzy Mouriz 氏といった人気 YouTuber も加わり、子どもたちのアイデアを実際の体験へと具現化する取り組みをサポートしています。「国際遊びの日」には、世界各地で没入型のインスタレーションやユニークな体験型イベントがベルリン、ボストン、上海、ロンドンを中心に展開され、子どもたちの大胆、かつ創造的な発想がリアルな都市空間に出現します。

また、「Build the Change プレイフル・シティ」の取り組みは、デンマークの LEGO® House やレゴランド®ディスカバリー・センター、そして世界中の 30 以上のコミュニティパートナーと連携し、その活動を広げていきます。日本のレゴランド®・ディスカバリー・センター東京/大阪では、2025 年夏、子どもたちの創造力と好奇心を引き出す体験型プログラム「LEGO® SUMMER OF PLAY - 夏を遊びでいっぱいにしよう」を開催します。160 万個のレゴ®ブロックで都市の街並みを再現した「ミニランド」には、夏をテーマにした“遊びに満ちた街”が登場します。また、自然のしくみを学べる「花とハチのビルド体験」やスペシャルゲストによるトークイベントなど子どもたちの好奇心を刺激する、遊びながら学べる体験を提供します。

さらに、初開催となった「LEGO® Festival」では、世界 7 か所のレゴランド®リゾートにおいて、6 週にわたり週末に数千組の家族が集結しました。参加者は、「Play Pact」＝「もっとつくろう、もっと笑おう、もっと探検しよう、そしていつまでも遊び続けよう」という遊びへの誓いを交わしました。このグローバルなムーブメントを記念し、レゴグループ、およびレゴランド®リゾートは、Merlin Entertainments のチャリティーパートナー「Merlin's Magic Wand」と提携をしました。Play Pact を 10 万時間分の無料レゴランド®体験という形で、恵まれない子どもたちとその家族に届けています。

レゴ®エデュケーションでは、世界中の教育者向けに「国際遊びの日 教育者向けツールキット」を無料公開しています。このツールキットは、教室内で遊びを基盤とした課題に取り組むための教材として活用することができます。



国際遊びの日の詳細や参加方法については、以下の公式サイトをご覧ください：
www.LEGO.com/WorldPlayDay

<調査概要>

- ・ サンプルサイズ：計 20,000 名（各 10,000 名）
- ・ 調査対象国：10 カ国（イギリス、アメリカ、フランス、ドイツ、オーストラリア、チェコ共和国、中国、日本、メキシコ、ポーランド）
- ・ 調査対象：6～16 歳の子どもとその親 ※日本は 1,000 名を対象に調査
- ・ 調査期間：2025 年 2 月 3 日～2 月 24 日
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ

■「Build the Change」プログラムについて

「Build the Change」は、レゴグループがレゴ財団の支援のもと展開する社会貢献プログラムです。遊びを通じて、子どもたちの創造力や発想力、そして社会に向けた声を引き出し、よりよい未来の実現を後押しすることを目的としています。このプログラムでは、子どもたちがレゴ®ブロックや身近な素材を活用し、地球環境や地域社会が直面する課題に向き合いながら、自らのアイデアを仲間や世界と共有し、変化のきっかけを生み出す体験を重ねていきます。現在、世界中の学校・家庭・地域で何百万人もの子どもたちが参加しており、創造的な自信、協働力、課題解決力といった、これからの時代に必要とされるスキルを育てています。

➤ 詳細はこちら：www.lego.com/build-the-change

■レゴグループについて



遊びが持つパワーを通して、一世界の明日を創造していく未来の担い手を育成する—それがレゴグループの使命です。レゴ®ブロックと基礎部分からなる LEGO System in Play は、子どもから大人まで誰もが、思い通りにものを作り上げ、好きに形を変えて、また新たなものを作り上げられる遊びのツールです。レゴグループは、1932 年、デンマークのビルンで誕生しました。創立者は、オーレ・キアク・クリスチャンセン。レゴという名は、デンマーク語で「よく遊ぶ」を意味する LEG GOdt に由来しています。現在も引き続きビルンを本部として家族経営を続けているレゴグループですが、その製品は世界 120 カ国以上で販売されています。

レゴジャパン公式 X：https://twitter.com/LEGO_Group_JP

レゴジャパン公式 Instagram：https://www.instagram.com/legojapan_official/

レゴジャパン公式 Facebook：<https://www.facebook.com/legojp/>

レゴジャパン公式 LINE：[@lego_japan](https://line.me/tv/@lego_japan)

製品ラインアップ：<https://www.lego.com/ja-jp/themes>

<本件に関する一般消費者からのお問い合わせ先>

レゴ®コンシューマーサービス

URL: www.LEGO.com/service