

Fitness Industry Association NEWS

2022年（令和4年）6月10日

発行：一般社団法人 日本フィットネス産業協会
Tel.03-5207-6107 Fax.03-5207-6108
E-mail:info@fia.or.jp
https://fia.or.jp/



アンケート & ヒヤリング結果から 読み解く

FCM活用 推進企業の 事例

前号の鼎談において、国家資格であるフィットネスクラブ・マネジメント検定（FCM）は、フィットネス業界に様々な意識改革や好循環を生み出していった一方で、斯界のスタンダードとして定着するためには、まだまだ少なくない課題を抱えているという現状も明らかになった。

そこで今号では、先月号にて告知し

た通り、FCM活用推進企業の事例として、6社の担当者の方々にご協力いただき、アンケート及びヒヤリングを実施した。FCMがスタートして5年目。資格取得については一定程度、推進されているが、社会的な認知度は十分とはいえ、本来の目的達成にはまだ道半ばといったところであろうか。

しかし、そんな中であって、今回ア

ンケート及びヒヤリングにご協力いただいた担当者の方々には、いずれもFCMの目的に賛同され、地道な推進活動にご協力いただいている。以下に紹介する、FCMに対する各社の事例を参考にいただき、より多くの企業がFCMを活用され事業の活性化、優れた人材の育成、さらには活力ある組織に発展されることを念願している。

FCMの目的

- 1 | フィットネス業界の発展を通じて健康で活力あふれる社会実現を目指す人材、特にクラブマネジメントに必要な技能向上の仕組みを整備し、提供すること。
- 2 | 上記人材に求められる技能は多岐にわたるため、FIAが総力を挙げてレベル別・体系的に整備し、その普及を推進し業界スタンダードとなるものを構築すること。
- 3 | フィットネス施設は健康で活力あふれる社会の実現に不可欠な社会基盤であり、その従事者はエッセンシャルワーカー（社会基盤機能維持者）となる。そのマネジメント技能取得の仕組みとすること。

アイレックススポーツライフ株式会社

ご担当者 経営企画本部 部長 笠原 拓馬

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 4名 2級 9名 3級 53名

(従業員のデータベースに記載項目があり、確認している)

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
保有資格について記載してください。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。初回の受検時は、受検料+公式テキスト代+試験問題解答解説集代を全額会社負担。
- ② 昇格・昇級時の評価項目となる。支配人昇格時には2級または3級の資格保持を評価対象項目とする。
- ③ 1級技能士にはライセンス手当を支給している。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 従業員の階層別教育に活用している。チーフ職研修内容は2級の公式テキストを使用しており、講師は社内の1級技能士が行う。
- ② 受検対策を開催している。3級受検対策講座を継続的に実施している。講師は社内1級技能士が主に担当。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 社内に知識を付けなければならないとの意識の醸成に繋がり、学習意欲が高まった。
- 学習時間を作り出すための工夫が、仕事のタイムマネジメント力に繋がっている。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

知識はついてきたが、日常の業務に落とし込むこと、また日頃の業務遂行に知識を活かす等、自身で消化・吸収するところが不十分な点が課題。

株式会社 エイム

ご担当者 総務部 人事課長 奥野 亜由子

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 4名 2級 23名 (24) 3級 35名 (39)

(従業員のデータベースで随時確認。()は5年累計取得者数)

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
保有資格について履歴書に記載。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。受検時は、受検料+公式テキスト代を全額会社負担。アルバイト社員でも受検意欲があり、資格を有する者は対象としている。実際にアルバイト社員・パート社員の技能士が複数名いる。
- ② 昇格・昇級時の評価項目となる。従業員階級毎に、取得すべき技能検定級を明示している。
- ③ 技能士取得時はすべての級に報奨金を支給し、社内表彰する。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

特になし。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 店舗長クラスは、十分整備されていなかった店舗運営に関する知識を得て、店舗運営全般にFCMの内容を活かすようになった。
- 業界について専門分野以外の知識を取得できている。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

日常業務の中で、専門性だけに視点が向くので、本社主導でも、FCMを現場で活かすための研修を主催して活用したい。

株式会社ダンロップスポーツウェルネス

ご担当者 サービス開発室 担当部長 金澤 安晃

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 4名 2級 43名 3級 78名

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
FCM技能検定の受検を推進しています。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。
 - ・合格時に受検料+公式テキスト代を全額会社負担。
 - ・会社指名で受検させる場合、受検料+公式テキスト代を全額会社負担（不合格者含め）。
- ② 技能士合格者は級別に報奨金を支給。
- ③ 人事考課及び昇格昇給項目ではないが、取り組み姿勢として評価の参考にする。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

特になし。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 社内で技能士が増えているので、受検する意識が高まっている。
- 受検学習を通じ、業界スタンダードな営業面、運営面の基礎知識取得に繋がっている。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

- 従前は教育研修推進担当者が営業部と兼務していたため、既存の教育研修にFCMを連動させることまでできなかった。組織体制変更により見直しを推進していく方向。
- 社員だけではなく店舗運営上、重要なアルバイト従業員に対して、FCMの資格取得を推進し、担当分野のみの知識ではなく店舗運営全体の知識を取得させて、店舗運営をより円滑かつ高品質なサービス提供できる組織へと強化していきたい。

株式会社ティップネス

ご担当者 人事総務部 課長 佐々木 悠人

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 0名 2級 1名 3級 132名

(従業員のデータベースで確認。在職者の人数)

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
フィットネスクラブ・マネジメント技能検定を取得、もしくは受検予定の方は併せてご記入下さい。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。入社2年目の社員は受検料+公式テキスト代全額負担。その後は受検希望者に受検料8割補助。
- ② 昇格・昇級時の評価項目ではないが、参考項目としている。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 従業員の階層別教育に活用している。入社2年目の社員には新入社員教育の一環として、全員に3級受検必須としている。
- ② 受検対策を開催している。受検者を対象として、集中的な受検対策講座を開催している。
- ③ 店舗での学習機会に役立つように、全店舗にFCM公式テキストベーシック、インターミディエート、アドバンスを各1冊配備している。ただし、ファストジムは事業部に配備している。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 業界人としての礎を3級取得という形で形成できるように対策研修を実施している。現場業務に少し慣れてきた時期に、当社だけでなく業界スタンダードを確認する機会として有効と考えている。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

現在は2級、1級取得は従業員に任せているが、2級取得を管理職に推奨することも検討したい。

野村不動産ライフ&スポーツ株式会社

ご担当者 人事部 部長 吉野 万喜子

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 17名 2級 19名 3級 31名

(3年前までは新入社員(中途入社含め)3級受検を必須にしていた)

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
履歴書に保有資格を記載してください。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。
 - ・会社が選抜した受検者については受検料+公式テキスト代を全額会社負担。
 - ・自己啓発支援制度で取得推奨資格としており、合格時に受検料全額負担。
- ② 副支配人は1級受検必須としている。
- ③ 合格者名を社内イントラで発表。他の社員からコメントできる。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

特になし。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 支配人に必要な知識・技能について社内の共通認識となっている。
- 受検学習を通じ経験・年齢・性別にかかわらず実力や取り組み姿勢が見える化されて、従業員のモチベーション向上に繋がっている。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

昇級時の教育訓練にFCMを連動させる等、チーフやマネージャーの自発的な2級受検、学習を促進したい。

株式会社フージャースウェルネス&スポーツ

ご担当者 管理部 担当部長 松島 庸隆

1 FCM技能士を把握されていますか？

 Yes No

Yesの場合 1級 1名 2級 53名 3級 22名

(従業員のデータベースで確認)

2 採用エントリーシートにFCM資格についての記載がありますか？

 Yes NoYesの場合 記載内容
保有資格について履歴書に記載。

3 人事制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 受検補助制度がある。合格時に報奨金支給(1級:7万円、2級:5万円、3級:2万円)。受検料+公式テキスト代+試験問題解答解説集代を負担しても十分な金額設定。
- ② 昇格・昇級時の評価項目となる。所長(支配人)は2級技能士を必須としている。
- ③ 当社では、全役職者への受検を促進しているため、実務経験のない役員でも3級を受検している。

4 教育制度上、FCMに関する事項はありますか？

- ① 従業員の階層別教育に活用している。受検対策を兼ねて、階層別に公式テキストの勉強会を半年以上定期的に行う。講師は社長以下、部長クラスが担当。
- ② 受検対策を開催している。人事担当主体で模擬試験問題を作成し、社内を実施。

5 FCMに取り組まれている効果についてご記載ください。

- 現場スタッフが、担当分野を超えて店舗運営を理解することで店舗運営の質が向上。
- 部長クラスが経験を超えて、業界スタンダードや新しい知識を得て業績向上策に活用。

6 FCM取り組みへの課題についてご記載ください。

現状の学びの効果が業績等に表れてくるように推進したい。

アンケート & ヒヤリング結果から見えてきた FCM活用推進企業の現状と課題

FCM活用推進企業、6社へのアンケート及びヒヤリングの結果、FCM活用が推進されている理由について、共通点をまとめてみると同時に、そのさらなる活用法について、いくつかの提案を記載した。

1 FCM学び及び受検推進

- ① 会社としてFCMの資格取得を推進していることを従業員に告知している。
- ② 受検料及び公式テキストにかかる費用を会社が全額負担している。
- ③ 階層や職位を明示して、指定級の受検、資格取得を人事制度化もしくは強く推奨している。

1-①は、活用推進のスタートラインとして必須事項であると思います。

1-②は、企業文化によって合格者のみ補助するケースや、合格するまで何度でも補助するケースとに分かれますが、全額負担することが共通点です。自己啓発として、業務に関連の薄い他の資格と並列に、費用の一部補助とは大きく異なっています。

1-③についても、人事制度化している企業と、制度にはしていないが強く推奨している企業との違いはあります。強く推奨とは、受検するのが本来で、受検できない理由を会社が認知している状態を指しています。

2 合格率が高い企業

- ① 会社として受検対策の機会(勉強会、オンライン講座等)を提供している。
- ② 一定の職位や職層に全員受検するように推進している。

2-①は、1級技能士を中心に、該当科目の専門部署の管理職等内部講師であるため、柔軟性のある開催方法が可能となっているようです。

2-②には、競争意識や情報交換が生まれて合格率が高まっています。

3 FCM活用推進したことによる効果

- ① 社会人になっても学び続けることを身につけるきっかけとなっている。
- ② 担当部署以外の事業に関する全体像及びそれぞれの重要性を認識することで、店舗内のコミュニケーションの質的な向上及び担当業務の位置づけ、内容、レベルについての認識が深まっている。
- ③ 国家資格でもあり、合格による自信が積極性に繋がっている。

3-①は、改めて世界中で注目されている点であり、このような従業員が増えることで事業の社会的価値及び付加価値が向上する礎になると考えます。

3-②は、FCMの本質的な目的であり、専門性とマネジメント性(全体最適を実現する)の両方を兼ね備えた人材だと思えます。

3-③は、知識・経験・技能という形のないものについて、バックボーン(背骨)を得ることだと思えます。

一方、以下のように共通する課題も見えてきました。

4 教育・研修制度との連結が不十分

既存の社内教育研修制度の見直しを進めているが、FCMをどのように組み入れるか検討中。

提案：FCMの全内容を階層別に組み入れようとすると見直しが大規模になり、時間を要する点が阻害要因になっていると思われます。そこで、FCMの科目に連動している公式テキストの各章の内容を個別に既存の教育・研修内容に組み入れることから始めてみてはいかがでしょうか。

5 現場の実務に直結させることが不十分

- ① FCMの内容は店舗実務内容と直結しているのだが、資格保有だけでは現場改善に繋がりにくい。
- ② FCMの学び及び受検促進をしているが、店舗従事者の大半はアルバイト社員、あるいはパート社員であり、限定された担当業務に特化せざるを得ないため、FCMを現場で活用できていない。

提案：5-①は、資格保有者の個人的な意識向上及び技能向上にはなっているが、組織的に店舗運営に結果が反映(具体的には業績やCS)しているかが不明な点を指していると思われます(店舗責任者が1級技能士の場合には、より結果が見えやすいと思います)。企業としては資格保有者(1級技能士支配人や2級技能士支配人、部門長等)をレベル別に集めて、店舗・自部門の課題抽出対策検討、阻害要因対策、実行計画等を検討するなど、個の能力を組織化するための研修を実施してみてもいかがでしょうか。また、店舗内において、社員中心に店舗課題の関連部分を学習し、業界スタンダードと自店舗の差異等検討し、対策を推進するなどの取り組みも考えられると思います。

5-②は、各アルバイト社員、パート社員の担当業務に関連する公式テキストで必要項目を学習し、OJTを実施してみてもいかがでしょうか。先輩アルバイトが経験だけでなく、原理・原則や業界スタンダードを知った上でOJT教育を担当することが店舗運営の質的向上に繋がるものと思います。また、個人においてはテキスト全体を読むことで、担当業務以外の部門全体、店舗全体のことを理解することで、より自信を持って接客・業務に従事することに繋がるのではないのでしょうか。

※

今号では、FCMの活用推進企業の事例として、6社(アイレックススポーツライフ株式会社、株式会社エイム、株式会社ダンロップスポーツウェルネス、株式会社ティップネス、野村不動産ライフ&スポーツ株式会社、株式会社フージャースウェルネス&スポーツ)のアンケート及びヒヤリング結果を記載いたしました。

FCMがスタートして5年目になりますが、まだまだ社会的な認知も不十分な中、ご回答をいただいた企業様はいずれもFCMの目的に賛同され、積極的に推進いただいています。

ご多忙の中、アンケート及びヒヤリングにご協力いただきましたご担当者の皆様には、この場をお借りしてあらためて感謝申し上げます。誠にありがとうございました。

FCM検定事務局 検定事業統括マネージャー
荳沢靖彦



1 総会と会員交流会のお知らせ

6月17日(金)開催の定時総会のお知らせを正会員代表者様宛にお送りしています。総会に予定させていただいている記念講演では、『コロナ禍を経た新たなフィットネス産業における事業創出等』について会長の吉田より講演させていただきます。

また、会員交流会も感染予防対応に万全を期した上で、飲食を伴ったかたちで開催させていただき、来賓の方々からのご挨拶もいただくと共に、先に行われる総会で選任された理事監事や新たな体制となる会長以下執行部のご紹介、新規に加盟された企業様もご紹介申し上げます。尚、記念講演は会員の皆様がWEBにて聴講いただけるように対応いたします。

正会員各社様は、総会に係る出欠票・委任状は期限までに必ずご

返信ください。併せて行う記念講演傍聴をご希望される場合は、6月13日までに下記URLよりご登録ください。

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_3bKZ-EDEQqe9tr9Sj0eLPQ

また、3年ぶりに会員交流会も開催いたします。こちらは会場ご参加のみの形式です。

■会場定員：120名(1社3名まで)

■参加資格：FIA正会員・賛助会員加盟企業関係者のみ

■参加費：1人目;2,000円 2人目以降1人あたり;5,000円

■申し込み締切：2022年6月13日(月)

(※6月1日配信のご案内によりお申し込みください)

2 SPORTEC開催とFIAセミナーのお知らせ

今年のSPORTECは7月27日(水)~29日(金)、東京ビッグサイト東展示棟で開催されます。次の2講座はFIAセミナーとして開催します。セミナーサイトからお申込み下さい。

<https://sports-st.com/>

①7月27日(水)、11時00分~12:30分(90分)

FIAトップセミナー:逆境からの業績復活への取り組み

~ポストコロナ戦略、現状と今後の展望~

コロナ禍による厳しい状況からの本格的回復と発展に向けた取り組み、戦略と展望を都市型・地域密着型それぞれのクラブ経営リーダーに聞く。

・(株)ルネサンス代表取締役社長執行役員 岡本 利治氏

・アイレクススポーツライフ(株) 代表取締役会長 笠原 盛泰氏

・(株)カーブスホールディングス 代表取締役社長 増本 岳氏

②7月27日(水)、13:00~14:30(90分)

「コロナ禍前には戻らない! 業績不足を補う新たな戦略」

~ポストコロナの会費外収入増に向けたヒント~

コロナ禍で顕在化した総合型クラブ収益構造改革の鍵=会費外収益。

総合型クラブにおけるこれからの「パーソナル」「スクール」「会員のフィットネス成果を向上させるためのサービス提供」に関するヒントを見出す。

・(株)R-body 代表取締役 鈴木 岳氏

・(株)東急スポーツオアシス ゼネラルマネージャー 向井 宏典氏

・(株)ブラボーグループ 代表取締役会長 ジョン・ボヴェル・ボードマン氏

3 FIAマスターススイミングフェスティバル

今年の大会は9月25日(日)、京都アクアリーナにて予定しています。今回はFIA京都大会では初の長水路(50m)競技として開催。

募集要項は7月5日(火)、FIAホームページに公表します。エントリー

受付は7月19日(火)から。日ごろの成果を確認する機会として、また、チャレンジの機会として、水泳愛好の会員へご案内ください。

4

「事業場における労働者の健康保持増進計画助成金」について

令和3年度における「事業場における労働者の健康保持増進計画助成金」は、令和4年4月22日(金)をもって受付が停止されています。

また、令和4年度における、同助成金を含めた産業保健関係助成金につきましては、厚生労働省及び労働者健康安全機構のHPによると、実施の可否について検討中とされています。最新の情報は、以下

の厚生労働省及び労働者健康安全機構のHPを参照してください。

●厚生労働省HP

<https://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei12/>

●労働者健康安全機構HP

<https://www.johas.go.jp/sangyouhoken/tabid/1251/Default.aspx>

重要!

フィットネスクラブにおける 新型コロナウイルス感染予防対応ガイドラインの今後について

ワクチン接種も行き渡り、コロナ感染症の拡大傾向もとれあえず終息傾向に向かい、社会活動が本格的にコロナ禍前にもどりつつある中、各クラブにおいてはお客様からマスク着用やスタジオ人数制限などについての問い合わせや要望が多数寄せられていることと思います。

新型コロナウイルス感染予防対応に関するフィットネス業界対応ガイドラインを策定するFIAにおきましては、このガイドライン改訂に関する国への要望内容を討議、決定する機関として、「ガイドライン検討委員会」を加盟企業数社における感染予防対応責任者にお集りいただくかたちで立ち上げており対応にあたっております。

去る6月8日(水)に委員会を招集し、今後のガイドラインの見直しについて討議をいたしました。内容を皆様にお伝えする段階ではございませんので、この場では控えさせていただきますが、5月23日(月)に政府から発表された感染予防対応に関する方針、他のサービス業種やイベント関連における予防対応の新たな取り組み、そしてなによりもフィットネス施設において、お客様がより快適かつ安全にエクササイズを行っていただける環境改善に向けた改訂要件の合意形成を図ることができました。

今後については、ここでまとめられた見直しのポイントをも

って早急に国の合意を得るための交渉に移らせていただき、一日も早く改訂ガイドラインを皆様に開示できるよう努めてまいります。

会員企業各社さまには、今しばらく現行ガイドラインをベースに引き続き感染予防対応に対するご理解とご協力をお願いいたします。

尚、運動時のマスク着用について、これから夏に向かい気温が上がり熱中症を誘発する可能性を指摘する声も上がっております。現時点での変更はございませんが、既に『室内運動施設におけるマスクによる熱中症予防について』を作成し、ホームページ上でも公開しておりますので併せてご確認ください。



https://www.fia.or.jp/wp-content/uploads/2020/07/heatstroke_prevention.pdf

賛助会員加盟企業

Associate member

株式会社ジムガレージ



▶▶▶企業PR

株式会社ジムガレージは、プロ向け美容商材通販最大手の「株式会社ビューティガレージ」と、日本体育大学教授の岡田隆氏が代表を務める「株式会社オフィスバズーカ岡田」との合併会社です。日本におけるフィットネス市場の拡大に貢献すべく、物販およびソリューション事業の展開により、フィットネス/スポーツジム業界のNo.1プラットフォームを目指してまいります。

▶▶▶主要商品・サービス

■ジムガレージオンラインショップ

プロテインから、国内外の一流ブランドのトレーニングマシンまで、あらゆるプロ用フィットネス商品を取り揃えたオンラインショップ。

また、移転や入れ替えなどで不要になった中古マシンを再生・販売もしています。

■出店・経営ワンストップサポート

物件探しから資金調達支援、内装デザインや集客のご提案まで、ジムの出店経営をワンストップで徹底サポート致します。高額なトレーニングマシンも、業界初の残価設定型リースの活用で、初期費用ゼロ、月々の支払いも低減して導入することが可能です。

【企業概要】

会社名 ● 株式会社ジムガレージ
代表者 ● 代表取締役 鴨川 努
所在地 ● 〒154-0015



東京都世田谷区桜新町1-34-25
連絡先 ● TEL:03-6868-3378 Fax:03-3702-0520
e-mail ● info@gymgarage.jp
URL ● https://www.gymgarage.jp

賛助会員加盟企業

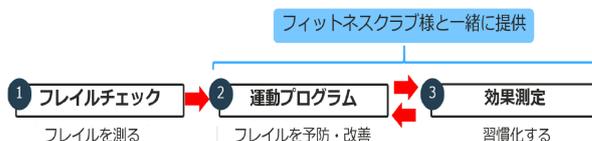
Associate member

株式会社マクニカ **MACNICA**

変化の先頭に立ち、最先端のその先にある技と知を探索し、未来を描き“今”を創る。

高齢者向けサービスの実証協力パートナー募集中!

マクニカは、熊谷秋三 九州大学名誉教授が長年の研究で得た科学的根拠に基づいた高齢者向けフレイル予防サービス「MAQUP(メイクアップ)」を提供しています。



MAQUPをご利用頂くことで、フレイル状態の早期発見、科学的根拠に基づいた運動プログラム・効果測定による適切な介入をフィットネスクラブの既存の運動プログラムに組み込んでいただくことが可能になります。

MAQUPコンセプト



お申込・お問合せ



高齢者の「既存顧客の継続率向上、新規顧客の獲得機会の増加」というベネフィットをフィットネスクラブに提供します。地域の高齢者の心身共に豊かで充実した生活を一緒に支援いただけるパートナーを募集しています。

▶▶▶フレイルとは

「フレイル」とは、健康な状態と要介護状態の中間に位置し、加齢に伴い筋力が衰え、疲れやすくなり家に閉じこもりがちになるなど、年齢を重ねたことで生じやすい衰え全般を指しています。

高齢者の多くはフレイルの時期を経て、徐々に要介護状態に陥りますが、適切な運動介入などにより健康な状態に戻ることができる時期ともされています。

【企業概要】

会社名 ● 株式会社マクニカ
代表者 ● 代表取締役社長 原 一将
所在地 ● 〒222-8563

横浜市港北区新横浜1-5-5 マクニカ第2ビル
担当者名 ● DX事業部 ヘルスケアビジネス部 梶(かこい)
連絡先 ● TEL:080-1366-4126
E-mail ● Kfps-sales@macnica.co.jp
URL ● https://www.macnica.co.jp/business/healthcare/

GLOBAL INDUSTRY NEWS

ここに紹介するトピックスは、
IHRSAとFIAの提携によりIHRSAがリリースしたレポートの一部を要約して紹介する、
海外フィットネス関連情報です!

新型コロナウイルスと 次世代フィットネスコンシューマー

若い世代、特にZ世代(1990年代中盤以降に生まれた世代を指す)は、
次世代のフィットネス消費者です。

マーフィー・リサーチのシンジケート・リサーチ・ディレクターであるサラ・マリオン博士が、
Z世代の健康へのアプローチと、フィットネス施設がこの市場を今後どのようにターゲットにすべきかを教えてください。

Z世代が パンデミックから受けた 永続的な影響

次世代のヘルス・フィットネス・ウェルネスの消費者は、すでにここにあります。

Z世代は、現在の*トゥイーンズ、ティーンズ、ヤングアダルトを含み、最年長者は25歳で、まさに大人の仲間入りをしたところでは、この年齢層は大きな*コホートであり、多様性に富み、高度な教育を受け、高度なコネクションを持っています。

Z世代の生活の多くはすでにオンラインで行われているため、この世代の多くの人々が、パンデミック規制はそれほど負担にならないだろうと考えていました。遠隔授業、オンライン・ワークアウト、Zoomハンガアウト、グループ・テキストなど、Z世代はすでに

これらのフォーマットを経験していたので、バーチャル化への適応は上の世代よりずっと簡単だったはずでした。

しかし今、私たちは、この考えがまったく現実的でないことを知りました。Z世代は、コロナパンデミックに際して、シームレスな移行ではなく、独特なかたちで苦しみ、心身の健康に深刻な影響を受けたのです。思春期や青年期は、家族の枠を超えて自分の居場所を見つける時期ですが、パンデミックはこの移行をこれらの世代から妨げてしまったのです。

フィットネス産業はまだ完全に回復していない分野の一つであるため、Z世代がパンデミックから受けた永続的な影響は、我々にとっては特に興味深いものです。シンジケート調査プログラム「State of Our Health」は、2018年以降、アメリカ人のフィットネス、食事、マインドフルネスのアプ

ローチに関するデータを継続的に収集しています。

私たちのトピックレポート「Gen Z Post-Pandemic ~Where Are They Now?~」では、10代と20代の若者をチェックし、彼らが回復したかどうか、どの程度回復したのか理解しました。以下、見てみましょう。

パンデミック前に比べて、 毎週運動しているZ世代は 減っている

Z世代はマインドフルネスを定期的に行っている人が多いのですが、一方で他の世代と違うのは、栄養やマインドフルネスを抜きにしてフィットネスに重点を置いている人も多いという点です。

このような健康へのアプローチは、若い人たちの典型です。若さを武器に、

栄養の長期的なメリットや結果は、フィットネスの目に見える短期的なメリットよりもモチベーションを下けているのです。

定性的に、10代の若者たちは、フィットネスが身体的、精神的な健康のカギを握っていると話します。その重要性は数字にも表れています。Z世代は、上の世代よりも運動能力を優先していることに加え、フィットネスを利用して自信や外見を向上させる傾向が強く、この外見重視のライフステージにおいては、自尊心の鍵となるのです。

2020年第1四半期には、Z世代の65%が少なくとも毎週何かしらの運動をしていると報告しました。

しかし、2021年第1四半期には58

%に減少し、2022年第1四半期には56%とさらに減少しています。この減少は、ほぼ全面的にヤングアダルト層の運動習慣の低下によるものです。

2022年第1四半期には、ヤングアダルトの週間運動参加率は45%となり、2018年のState of Our Health開始以来、最も低いポイントとなっています。"ちょっと待てよ"と言われるかもしれません。"ジムやヘルスクラブの会員数は増えているはずだ!"と思いますよね？ その通りです。2022年にはより多くのフィットネスに熱心なアメリカ人がジムに入会していますが、パンデミックの際に多くの若者がフィットネスの世界から完全に離れてしまったため、全体として、現在のZ世代

フィットネス市場も小さくなっているのです。

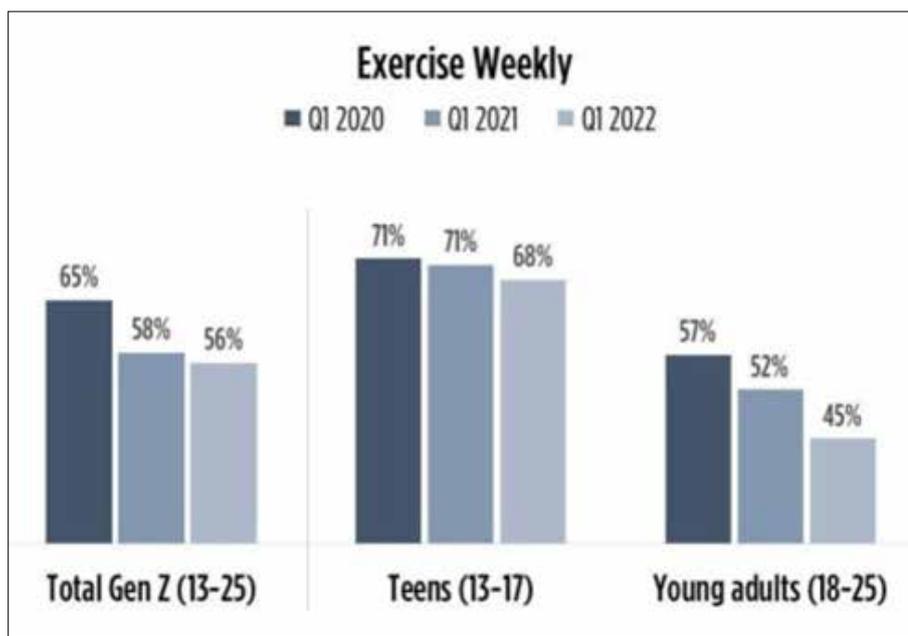
過去2年間で、510万人のティーンエイジャーと、主にヤングアダルト世代が定期的なエクササイズをやめています。多くの人が一生続けられるフィットネス習慣を確立するのは若い成人期です。よって、この世代においてジムに行かないことはZ世代にとっては損失です。

また、フィットネス業界にとっても、若年層は対面様式のフィットネスに依存する特性を持つ存在であるため、これも損失となります。

若年層はジムやヘルスクラブに依存する

Z世代、特にヤングアダルトで運動をする人が減れば、クラブ会員権のヤングアダルト市場は小さくなります。実際、毎週ジムやスタジオで運動するヤングアダルト層の数は、パンデミック前よりもまだ少なく、2020年第1四半期の35%に対し、2022年第1四半期は29%という結果です。

パンデミック前、ヤングアダルト層はジムの会員になる可能性が最も高い年齢層でした。彼らは自宅にリソースが少ないため、他の世代よりもジムへの依存度が高いのです。寮に住んでい



“

Z世代にとってフィットネスはソーシャルなものであり、上の世代よりもずっと重要なもの。ソーシャルなフィットネスオプションが少ないということは、特に若年層の身体活動レベルの低下につながってくる。

”

たり、ルームメイトと狭いアパートで暮らしていたりすると、自宅にワークアウトスペースをつくるのは難しいのです。

さらに、Z世代にとってフィットネスはソーシャルなものであり、上の世代よりもずっと重要なものです。ソーシャルなフィットネスオプションが少ないということは、Z世代、特に若年層の身体活動レベルの低下につながります。オンライン・ワークアウトもこのギャップを埋められずにいます。パンデミックの初期には高い利用率がありました。10代と20代の若者の間では利用率がどんどん下がっています。

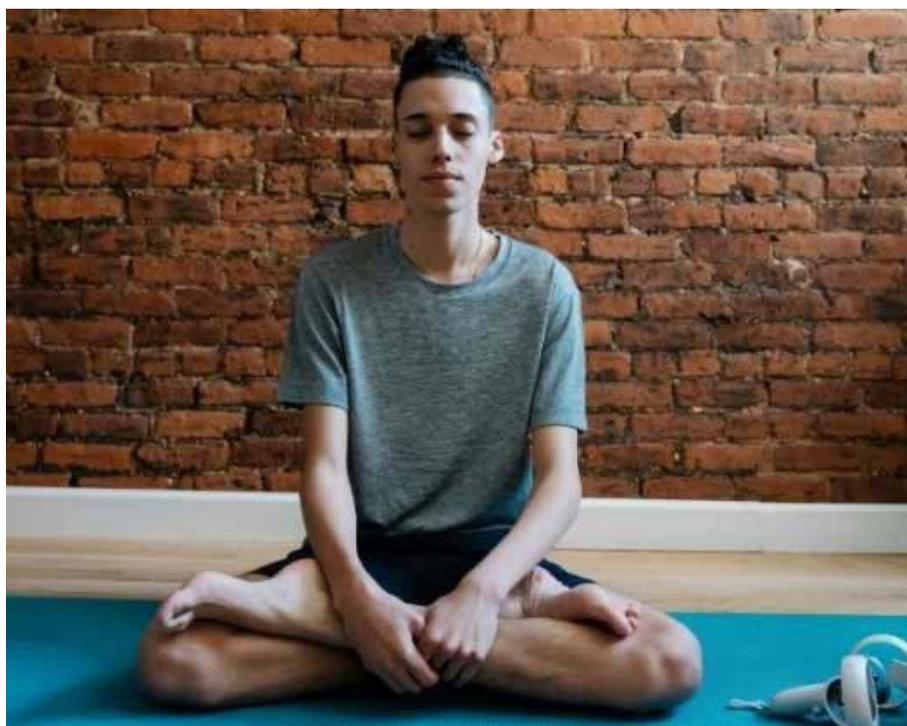
どうすればZ世代を フィットネス施設に 呼び戻すことができるのか？

本レポートの結果を踏まえ、フィットネスクラブ、ジム、スタジオは、Z世代の来場者数を増やすために、以下の3つのことに集中することをお勧めします。

①フィットネスに焦点を当てない

メンタルヘルスを通じて、Z世代をフィットネスに優しく引き戻す。フィットネスが低迷していても、Z世代はヘルシーフードやマインドフルネスへの関心を高めています。フィットネスブランドはウェルネスにフォーカスしたスペース、プログラム、リソースをつくることで、これをベースとすることができます。例えば以下のようなポイントです。

- ストレスと不安の管理
- プレスワーク
- マインドフルな動き



②障壁に対処する

Z世代のフィットネスに対するモチベーションは社会的なものです。フィットネスに対する障壁もまた同様です。Z世代は、自分自身や知識、技術に自信がないことが、上の世代よりも大きな障害となっています。特に、運動が初めての人や、久しぶりに運動する人にとっては、安全で快適、そして威圧感を覚えないことが、新しいことに挑戦し、それを継続するためには不可欠な要素です。

体形を整える（シェイプアップ）することよりも、より包括的な目標である「ウェルネス」に焦点を当てることは、これらの障壁に対処することと密接に関連するはずで

③包括性を向上させる

前出の提言と密接に関連しますが、若年層のフィットネス回帰には包括性が欠かせないでしょう。包括性とは、運動がまったく初めての人を含め、幅広いニーズに対応することです。つま

り、今の若い人たちに共感してもらえらるようなインストラクターを配置し、快適な空間の中でサポートしあえるコミュニティを構築することです。

サラ・マリオン
(Sarah Marion)
Ph.D. マーフィー・リサーチ
(MurphyResearch)



サラ・マリオンは文化人類学の博士号を持ち、2020年からマーフィー・リサーチのシニア・トリサーチ・ディレクターを務めている。この役割で、彼女はトピック開発、研究デザイン、実行、分析、およびストーリーテリングを監督するシニア・リサーチ・アドバイザーとして「State of Our Health」を含む、マーフィー・リサーチのシニア・リサーチ・プログラムをリードし、健康とウェルネスのトレンドに関するリサーチを監督していた。

〈注釈〉

- * トウインズ、ティーンズ、ヤングアダルト
トウインズ (twens) 8歳～10歳くらいの子ども
ティーンズ (teens) 10歳代全般
ヤングアダルト: 思春期から成人期以前までの層 (16～25歳)
- * コーホート: 共通した因子を持ち、観察対象となる集団。人口学的には同年 (同年代) に出生した集団。

第215回 FIA理事会議事録

FIAは2022年5月20日東京中央区(AP東京八重洲)にて第215回となる理事会を開催し理事監事19名が出席した。議事に先立ち、会長より当日陪席した本年6月総会にて新任予定の役員候補者4名を紹介し、各挨拶を行い拍手を以て迎えられた。

議事

審議・決裁事項

議事1—1会員退会の件

事務局より以下の入退会申請があることが説明され審議の結果、いずれも承認された。

1. 入会

正会員

1. 会社名 株式会社 フィットイージー
クラブ名 フィットイージー
所在地 岐阜県岐阜市
資本金 5,000万円
営業内容 フィットネスクラブ
店舗数 94

2. 退会

賛助会員

1. ロート製薬 株式会社 (大阪市生野区)
営業内容 医薬品製造販売 機能性食品事業
2. 株式会社 日吉(滋賀県近江八幡市)
営業内容 水質検査事業

以上先行審議後の入退会申請。

また、5月2日付メール先行審議にて承認のあった以下、入退会も本理事会承認案件とした。

1. 入会

賛助会員

1. 株式会社 ワイズフィットネス(東京都大田区)資本金 500万円
営業内容 フィットネス機器(HOIST TRUE TheSTEP)呼吸トレーニングマスク「ReBNA」販売
フィットネス機器メンテナンス 他
2. 一般財団法人 スポーツアライアンス(東京都渋谷区)資本金 300万円
営業内容 スポーツ系教育機関協業による採用支援・合同企業説明会など
3. ソニーネットワークコミュニケーションズ 株式会社(東京都品川区)資本金 79億6900万円
営業内容 通信事業 IoT/AI事業・スポーツスクール向けICTソリューション事業「スマートスイミングレッスン」

2.退会

正会員

株式会社 TLマネジメント関西(藤本実業株式会社)(大阪府東大阪市)

クラブ名 スポーツスクエア スターサップ 施設数3

賛助会員

1. 株式会社 アルティマボディ(東京都渋谷区)

営業内容 フィットネスマシン「Impulse」・グッズ・ラバーマット輸入販売事業

2. 株式会社 ムラタ漢方(奈良県葛城市)

営業内容 医薬品配置販売事業

議事1-2 第35回定時総会議案審議の件

事務局より総会議案内容について説明を行い審議の結果、いずれも原案通り総会に付議することが承認・議決された。

第35回定時総会の議案内容

議案1. ①2021年度事業報告 ②2021年度決算・監査報告

2. ①2022年度事業計画 ②2022年度収支計画

3. 役員選任

※事務局より本年の監査報告について、次期監事選任予定の公認会計士により会計面の監査を行い、適正性を確認した旨説明を行い了承された。

※質疑。一般管理委託費の増額根拠について質問があり、以下事務局の説明が了承された。

「委託費には税理士等の定例委託費の他、ウェブサイトリニューアルの事務局顧問

並びに嘱託事務職員に対する業務委託費を含む。

尚、一般管理職員給与についても常勤役員勤務日数の増加があり増額となっている」

議事1-3 総会時理事会の件

事務局より総会時開催の理事会における正副会長専務理事互選について説明し協議を行った。

議事1-4 役員業務規定改訂の件

FIAには事務局及び役員を対象とした業務諸規定があるが、

会長より当協会諸規定は制定以来時間を経ており、全般に見直すこととする旨発言があった。

報告・協議・承認事項

議事2-1 検定試験事業分野

委員長及び事務局より、以下各項について説明すると共に、必要事項は協議を行った。

1. 2021年度損益予算実績

(千円)

項目	予算	実績	達成率
試験収入	32,250	28,944	89.8%
普及収入	12,500	11,641	93.1%
収入計	44,750	40,585	90.7%
試験費用	32,140	28,251	87.8%
普及費用	11,500	10,444	90.8%
費用計	43,640	38,695	88.7%
収支	1,110	1,890	170%

試験収入:受検者数計画3,000名に対して、2,963名。

一部合格者の再受検数増加及び2級以上受検者減により受検料単価△982円の影響。

普及収入:企業による公式テキスト購入数が予算比で25%以上ダウンした。

一方学校・個人による購入数は計画通り。

・委員会等を全てリモートで実施し会場費等提言。

・システム投資により事務所人件費増を抑制。

・FIA事務所賃料は予算通り2,400千円費用負担。

2. 2022年度予算計画

(千円)

項目	実績	予算	前年比
試験収入	28,944	30,330	105%
普及収入	11,641	12,000	103%
収入計	40,585	42,330	104%
試験費用	28,251	30,320	107%
普及費用	10,444	9,460	91%
費用計	38,695	39,780	103%
収支	1,890	2,550	135%

試験収入:受検者数計画3,150名。一部合格者の再受検数増及び新規団体受検増を計画。単価前年差△22円とする。
 普及収入:大幅改訂した公式テキストの販売増及び試験問題解答解説集の浸透にともなう販売増を計画。

- ・ 感染予防体制を維持したまま、受検者増にともなう会場増・諸費用増及び監督増の費用計画。併せて、委託先人件費単価増への対応。
- ・ テキスト改訂年ではないため、その執筆料・編集費分を利益化。
- ・ 2021年度も引き続き検定事業累損の解消へ向けて計画的に努めるものとする。

3. 2022年度技能検定委員会について

- ・ 2022年3月31日にて任期満了となる14名の技能検定委員について、理事企業はじめ各社の協力により14名全員の更新または新規交代の推薦をいただき、委嘱した。
- ・ 原田理事に改めて技能検定委員及び委員会委員長を受諾いただいた。
- ・ 任期途中の技能検定委員退職にともなう対応が必要。

4. 2022年度の試験概要及び受検要項

- ・ 4月14日にFCMホームページ上にて計画通り告知開始した。

5. 普及訪問活動強化

- ・ 専門学校への訪問啓発実施。リゾート&スポーツ10校各校別教員説明会(ZOOM)。大原学園関西本部(関西6校のスポーツ科統括)への訪問啓発。
- ・ 大学への団体受検啓発(武庫川女子大、環太平洋大、東海学園大、鈴鹿大、愛媛大、東洋学園大等)
- ・ 企業訪問(試験実施各都市の主要企業):FCMに関する活用実態及び課題等ヒヤリング行う。

議事2-2 FIA 広報PRプロジェクト委員会

事務局より、これまでの実績と9月末までの活用法について説明を行った。

「いのち輝くフィットネスへ」

最終報告及び4月以降の掲載について

① 期間中のキャンペーン成果の紹介

- ：動画再生回数83万回
- ：Lineクーポン取得数12,500件　クーポンによるクラブ体験数5,600件
- キャンペーン費用　東北新社18,217千円　SPORTEC 1,774千円
- 合計19,991千円　他に各社ご協賛あり。

② 各社ご協賛・ご協力の概要

- ▶ キャンペーンジャンパー(アイレクススポーツライフ)
- ▶ インナー向け発表会運営等(TSOインターナショナル)
- ▶ Lineクーポン初期設定・日次レポート(アイレクススポーツライフ)

- ▶ 動画撮影会場提供(ティップネス・ルネサンス)
- ▶ 動画出演スタッフ協力(実行委員各社)

③ 4月以降のキャンペーン素材使用について

- 9月末日迄継続使用中
- ：ディストピア映像(本編)
- いのち輝く歌詞入り映像・いのち輝く宣言文入り映像
- ：ポスター・バナー・ステッカー



議事2-3 コロナ関連分野

事務局より以下の事項について説明し、必要事項は協議を行った。

1. ガイドラインについて寄せられる意見について

① スタジオ定員の設定について

各種宣言・措置の解除やイベント等への規制緩和に伴い、クラブにおけるガイドラインに基づく規制のうち、スタジオ定員管理の緩和・解除については顧客のみならずクラブ現場からも希望や意見が多く寄せられている。これを受けてFIAでは経済産業省との連携を図りながら、ガイドライン検討委員会を招集し、第10版改訂に向けた検討に着手する。

② マスク等予防対策遵守の維持について

3~4月以降、クラブ現場や一般(会員)からガイドライン遵守の適否、特にマスク着用厳守の妥当性について意見が増加している。

FIAとしては、各業界ガイドライン遵守の解除を国が公表しない限り不変とすることを前提に以下の点について、会員企業への周知と呼びかけを実施したい。

■ これから気温が上昇してくる対応として、

運動時マスクの着用に関する補足対応の説明書があることの周知と会員への呼びかけを提案。

③ 標記内容更新について

デルタ株表記、濃厚接触14日等の記述について更新がされていないことの指摘もあることを受けた表記の改訂について、経済産業省とのすり合わせを実施する。

2. サージカルFFP2レスピレーター「スポーツマスク」FIA会員企業限定販売

賛助会員企業、戸田建設様提案のサージカルマスクFIA会員限定特別販売は、会員あて案内を行ったが、目標とする受注合計1万枚に至らず実施せずとした。

議事2-4 渉外・総務分野

事務局より、以下事項について説明すると共に、必要事項は協議を行った。

事業予定

(1) 直営事業

FIAがエンドユーザーを迎える事業であるマスターズ水泳およびスポーツクラブ駅伝では、内外に通じる公式記録を取得できるマスターズ水泳、FIAならではの各クラブ合同催事という面を持つスポーツクラブ駅伝、という特徴を持つ。

コロナ禍で減少したクラブ会員の継続策としてはいずれも活用したいところ。感染防止への対処法が一定程度確立しているマスターズ水泳を優先して継続事業とする。

スポーツクラブ駅伝については本年度休止するが、Webを活用した新たなイベントを検討する。

マスターズスイミングフェスティバル2022の準備

新型コロナウイルス感染の社会状況が許容範囲であれば、前年度習得した運営手法を活用し、スポーツ継続機運醸成を目的として開催する。

2022年9月25日(日) 「FIA マスターズスイミングフェスティバル2022」

後援：京都水泳協会 協賛：ミズノ(株) 公認：(一社)日本マスターズ水泳協会

会場：京都アクアリーナ

※ 7月上旬要項発表、7~8月エントリー受付

※ 参加者数(最盛期1,100人 2019年920人 2020年中止 2021年360人)

本年参加見込700人、会員企業からの協賛募集、参加賞の見直しなどを図り収支均衡を目指す。

(2) 協力事業

特別協力団体として支援するSPORTECに対する提供セミナーとして、下記2講座を設定。

会場：東京ビックサイト

① 7月27日(水)、11時00分～12:30分(90分)

「FIAトップセミナー:逆境からの業績復活への取り組み」

～ポストコロナ戦略、現状と今後の展望～

コロナ禍による厳しい状況からの本格的回復と発展に向けた取り組み、戦略と展望を都市型・地域密着型それぞれのクラブ経営リーダーに聞く。

- ・ (株)ルネサンス 代表取締役社長執行役員 岡本 利治氏
- ・ アイレックススポーツライフ(株) 代表取締役会長 笠原 盛泰氏
- ・ (株)カーブスホールディングス 代表取締役社長 増本 岳氏

② 7月27日(水)、13:00～14:30(90分)

「コロナ禍前には戻らない!業績不足を補う新たな戦略」

～ポストコロナの会費外収入増に向けたヒント～

コロナ禍で顕在化した総合型クラブ収益構造改革の鍵=会費外収益。

総合型クラブにおけるこれからの「パーソナル」「スクール」「会員のフィットネス成果を向上させるためのサービス提供」に関するヒントを見出す。

- ・ (株)R-body 代表取締役 鈴木 岳氏
- ・ (株)東急スポーツオアシス ゼネラルマネージャー 向井 宏典氏
- ・ (株)ブラボーグループ 代表取締役会長 ジョン・ボヴェル・ボードマン氏

ISSUE

フィットネス関連

ニュース

「年俸制だから残業代なし」は違法です!
時間外労働には割増賃金

給与の支払い方式で「年俸制」を採用する企業が、IT（情報技術）系や外資系を中心に目立っている。しかし労働基準法上では年俸制も月給制も基本的に扱いは同じで、法定労働時間を超えて働けば割増賃金が発生する。「年俸制だから残業代なし」は、違法な対応だと認識しておく必要がある。年俸制でも原則的に残業代は別途支給される。

「年俸制だから時間外労働をしても割増賃金が発生しない」という考え方は、違法になるでしょう」と労働法務や雇用管理実務に詳しい弁護士は指摘する。「年俸制とはいっても、実際は1年分の給与総額の12分の1を毎月支給していくか、16分の1を毎月支給し、16分の4をボーナス月にプラスして支給する形が多い」。いずれにしても労働基準法37条の「時間外、休日及び深夜の割増賃金」についての規定は適用されるという。

労基法37条は、法定の1日の労働時間（8時間）や週労働時間（40時間）を超えた場合、2割5分増し以上の割増し賃金の支払いを必要とする基本的な制度だ。午後10時以降の深夜に働けば深夜割増し（2割5分増し以上）も発生するので、時間外と深夜業が重なった場合、割増し率は5割以上となる。

会社によっては、毎月の基本給に固定残業代や営業手当など手当名目で一定額を加算し、それを12倍した額を年俸制と表記している場合があ

る。この支払い方法は違法ではないが、弁護士は「その場合は、給与のうち基本給の額がいくらで、固定残業代や営業手当が何時間分の残業代にあたるか、労働者に計算方式や額を明示しておく必要がある」と話す。そして年俸に固定残業代が含まれる場合でも、「実際の労働時間が、固定残業代でカバーする想定労働時間を超えた場合、超えた分の時間外手当は支払う必要がある」。

（2022・5・7/日経新聞）

日本でリーボック販売権 伊藤忠、ロコンドと共同 ライセンス権も取得

日本ではスニーカーやトレニングシューズなど靴の人氣が高い。伊藤忠商事が日本で米スポーツブランド「リーボック」の展開に乗り出す。米投資ファンドから日本での販売権と商品開発などのライセンス権を取得、電子商取引（EC）大手のロコンドと設立する共同出資会社を通じて、2022年秋にも販売を

始める。アパレルの中でも安定成長が見込めるスポーツ分野での展開を拡大させる。

販売権と併せて、日本で企画・開発した商品を販売するためのライセンス権も取得する。まず独自で企画した靴の販売を始める。アパレルメーカーやアクセサリメーカーなどと連携し、衣料品など靴以外の商品の企画・開発も検討する。

リーボックは1895年に英国で創設したスポーツ用品ブランドで、靴やウェア、アクセサリなどを販売してきた。現在は世界80カ国以上で展開し、日本ではスニーカーやトレニングシューズの人氣が高い。商品の売り上げの半分がECであることも踏まえ、伊藤忠は靴のECに強いロコンドとの提携を決めた。

（2022・5・12/日経新聞）

スポーツ苦手？ 公園で遊ぼう 24種の動作 運動能力伸ばす

遠山健太氏…子どもの運動

教室「リトルアスリートクラブ」のプログラムを開発。子どもの「運動神経」を発達させ運動能力を伸ばすために必要な基本動作を公園遊び、遊具や広場での遊びを通じて自然に経験できる24種のポイント。「たくさん体を動かす経験を積み運動能力は伸びてゆく」。

「運動神経」という名称の神経はなく、「運動神経がいい子」は、脳から筋肉へ動きの指令を伝達する神経細胞の回路が発達している。人の動作を見たときに「こう体を動かせば自分もできる」と共感できる能力が高いとも言える。伝達回路が最も発達するのが幼児期〜小学校中学年のころで、「どのような動作をどれくらい経験したか」という運動経験の質と量がカギを握っている。幼少年期に経験を積んでほしい24種の動き（走る・はう・泳ぐ・追いかける・逃げる・のぼる・降りる・跳ぶ（垂直）・跳び下りる・かわす・くぐる・投げる・捕る・掘る・押す・引く・蹴る・打つ・回転する・

ぶら下がる・渡る・浮く・乗る」が「基本動作」。

幼少年期に「体を動かす」とは楽しい」という印象が身につけば、生涯を通じて運動に前向きに取り組む大人になる可能性は高い。運動の習慣は体力・免疫力の向上や生活習慣病の予防、ストレスの解消など様々なメリットが望める。



(2022・5・17/日経新聞)

小学生のスポーツ、

「勝利」より

「楽しむ」から始めよう

練習中の小学生の野球チーム。時折、指導者の厳しい声が飛び交い、大勢の親御さんがテントの中からずっと見守る。小学生にしてはプレーの

精度も非常に高く、強豪チームなのだろう。ただ、彼らは心の底から楽しんでプレーしているのだろうか？

筆者のこの頃は、勝ち負けは二の次で、ただひたすら球を追いついてグラウンドを走り回るだけで満足できた。中学で野球部に入部して初めて勝利至上主義の指導に触れ、結局、練習が楽しそうな陸上部へ転部し、これがのちの人生の転機となった。

スポーツで経験する挫折や失敗は、人生のさまざまな局面で遭遇する困難の仮想体験ともいえ、長い目で見れば人生を豊かにする有効な手段となりうる。

だが幼い子を厳しく追い込み、過度に勝ちを評価するような小学生スポーツだと、負けた子は自分を卑下する思考に陥る。極端な勝利追求は、子どもにスポーツへの嫌悪感ばかりを植えつけてしまう。

勝敗にこだわる指導者や保護者、大人の気持ちもわかるし、練習する子どもたちも、おそらく監督や保護者の期待を感じながら奮起するのだから

う。選抜競争で勝ち続け、オリンピックやプロへとつながるのはごく一部であり、スポーツエリート育成にとらわれ、こぼれ落ちていくたくさんの子を犠牲にしてよいはずはない。

全日本柔道連盟が小学生柔道の全国大会を廃止した。なによりもスポーツは楽しいものという心を植え付けることが大切だ。

(2022・5・21/日経新聞)

体育中の事故、 1割が頭部

スポーツ中の頭部への衝撃には注意が必要。日本スポーツ振興センター（東京・港区）によると、2020年度までの20年間で小中高校での体育中の死亡・重大事故のうち「頭部外傷」は全体の1割強で、6分類のうち3番目に多かった。

一方、全体の過半数を占めるのは心不全などの突然死。全国の消防ではAEDの普及促進や使い方などの講習を行っており、件数自体は減少傾向にある。

総務省消防庁は「一時的に心肺停止の状態となったとしても、救急隊が駆けつけるまでに蘇生できれば生存率が上がる。いざという時にAEDや心臓マッサージなどを役立ててほしい」としている。

(2022・5・24/日経新聞)

ゴミ拾い+ジョギングの プロギング 名古屋「快掃」 市が開催 社会貢献に快汗

ゴミを拾いながらジョギングする北欧発祥のスポーツ「プロギング」が名古屋市で広がっている。名古屋市は市街地の起伏が少ない割に、他の大都市に比べてランナーの姿が少なかったが、全国の自治体に先駆けてこのイベントを頻繁に開く。

運営を受託した一般社団法人プロギングジャパン（東京・千代田）の担当者が「ゴミを一個でも拾えばヒーローです。体を動かしながら楽しくゴミを拾いましょう」と呼びかける。

びかける。

約1時間で45キロのゴミが集まる。プロギングはスウェーデン語の「拾う」と英語の「ジョギング」を組み合わせた造語。登山愛好家の常田英一朗氏らが北欧から取り入れ、2019年にプロギングジャパンを立ち上げた。自治体や企業から運営を引き受ける形でイベントを開く。常田氏は「ゴミを拾うためにしゃがむことで、ジョギングの1・2倍のカロリーを消費する。参加者が協力しながらゴミ拾いをして新たな交流も生まれる」と効果を説明する。

名古屋市は20年10月に第1回のプロギングイベントを開き、年間40万円ほどの予算を組み、1〜2カ月に一度、参加者を募る。22年度も9回を予定、参加費は無料。

東京では皇居、大阪は大阪城公園がランニング愛好家を集める。だが車道の広さで有名な名古屋は「定番のランニングスポットが乏しいとも言われる」（市の担当者）。市はプロギングイベントを大型商店街で有名な大須などでも

催しており観光客を掘り起こそうともくろんでいる。観光文化交流局観光推進課は「市内の起伏が少ない名古屋は他の街より参加しやすい」と訴える。今後は観光客にもアピールしていく計画だ。

FI A事務局註・同様の趣旨の団体として「日本ソーシャルスポーツイニシアチブ（スポーツゴミ拾い連盟）」もある。

（2022・5・17/日経新聞）

目標「月1万円」

固定費削減、

今年こそ本気で！

2022年版

家計管理術より

社会が経費見直しを常態化する時期にあって、消費者側の選択は以下のように進んでいる。

家計簿は「過去の反省」ではなく「未来の改善」が主眼。家計簿アプリの活用で「家計の見える化」が出来たら次にすべきことは固定費の削減。特に優先的にチェックしたいのは固定支出。「項目

家計の固定費の代表例

住居費	家賃、駐車場代、住宅ローン返済
光熱費	電気代、ガス代、水道代
通信費	固定電話代、携帯電話代、プロバイダー料金
月会費	動画や音楽配信（サブスクリプション）ジムや習い事などの会費
その他	生命保険料、車の維持費など

を洗い出し」「金額を検証」する。

固定費の特徴は自動引き落としが多く、一度自動化すると支払いミスはなくなるものの金額に無関心になり、支払いの実感が持てなくなるのでこれを白目の下にやらす。

まず利用ゼロ、利用実態がないものはすべて解約手続きを。注目したいのは「会費」系の支出。スポーツジム（もう3カ月も行っていない）とか、動画等の配信サービス（この2カ月で1分も利用していない）のようなものは利用停止手続きを。動画、音楽、雑誌や書籍などのサブスクリプションサービスは初月

無料などに惹かれて申し込んではみたものの、しばらくすると利用実態がゼロというところがしばしば。それでも課金は自動継続されるのでまとめて解約を。次に、サービスの「割安」化を検証してみる。数年たつとサービスが進化し、同一のクオリティを割安で使えることがある。クラブやフィットネス商品も「見直し」をされない工夫が必要だ。

（2022・5・16/日経新聞）

「スポーツ環境」の

充実度、横浜市が首位

野村総研調査

野村総合研究所は、国内の106都市を対象に、スポーツを楽しむことができる環境の充実度についてランキングを作成した。スポーツを「する」「見る」「支える」の3つの視点で分析した結果、総合的には横浜市、札幌市、長野市の順に高い充実度だった。

国内の106都市は政令指定都市や県庁所在地など各都

道府県の中核となる都市を対象とした。3つの視点を36個の分析項目で評価した。スポーツを「する」環境の分析では、住民1人当たりの体育館などの施設の数、町中の走りやすさや公園といった緑地にふれあえる環境の多さを基準とした。「見る」の分析には国内や国外の競技会を観戦する機会の数も参考にした。

スポーツ環境が充実した都市

1位	横浜市	6位	大阪市
2位	札幌市	7位	大分市
3位	長野市	8位	名古屋市
4位	広島市	9位	宮崎市
5位	千葉市	10位	神戸市

（出所：野村総研）

総合1位は横浜市。Jリーグやプロ野球のチームの本拠地のため、トップリーグの試合の観戦機会が充実している点が評価され、「見る」単独でも首位だった。

総合2位、3位だった札幌市と長野市は過去にオリンピックの開催経験がある都市でスポーツ環境が充実してい

る。「オリンピックのレガシー効果が一因となっている可能性がある」（担当者）という。特に国内競技大会を「見る」環境が共通して高く、大規模競技大会を誘致できる施設を持ち順位を押し上げた。

「する」のランキングでは、鳥取市が首位だった。市が保有する体育館やプールなど1人当たりの公共スポーツ施設数が多いうえ、緑豊かな環境が高スコアにつながった。福井市ではスポーツ大会の運営を支えるスポーツボランティアが積極的に活動しており、「支える」の観点で首位だった。福井市はスポーツ指導者数も有数で市民のスポーツに対する積極性が表れた。

地方創生活動では健康増進や地域経済活性化を図る狙いから、住民がスポーツに親しみ健康増進を目指すまちづくりの推進が期待されている。公共施設や公園などを整備してスポーツのしやすい設計に変えていくほか、住民にスポーツ活動を促す取り組みが求められている。

（2022・5・12/日経新聞）