

Fitness Industry Association NEWS

2023年（令和5年）5月12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/



鼎談

USAフィットネス最新情報

『IHRSA 2023サンディエゴ』から見える フィットネスの “いま”と“これから”



大工 大育

TSO International株式会社
執行役員COO
Sales Director



奥水 亮

TSO International株式会社
執行役員
マーケティング&プロモーション部門
Marketing Director



聞き手：松村 剛（日本フィットネス産業協会 事務局長）

3月21、22日、米国サンディエゴで開催されたIHRSA2023コンベンション——。

今号では、現地を訪れたTSO International株式会社の大工氏と奥水氏のお二人に、
ポストコロナ期におけるフィットネスのグローバルマーケットやフィットネス施設の状況について伺いました。

TSO Internationalは、スポルテック等日本のビジネスを盛り上げ、世界とつながる展示会主催企業。

日本のフィットネス市場全体の、

いわば“ポストコロナ創成期”の事業に役立つヒントを見いだすことができれば幸いである。

写真提供 TSO International株式会社

コロナはほぼ払拭するも サンディエゴの街は 復活途上

松村 本日は、去る3月に米国サンディエゴで開催されたIHRSA2023コンベンション並びに米国のフィットネス施設を視察されるとともに、数多くの関係者の方々と情報共有を図られてきたお二人に、ポストコロナ期におけるフィットネスのグローバルマーケットの状況についてお伺いしたいと思っています。

日本においては、5月8日、新型コロナウイルス感染症の扱いが2類から5類に移行され、ようやく本格的にポ

ストコロナの経済活動が動き始めました。そこで、お二人のお話の中から、フィットネス市場全体の事業の延伸に役立つヒントを一つでも多く見いだすことができたらと思っています。

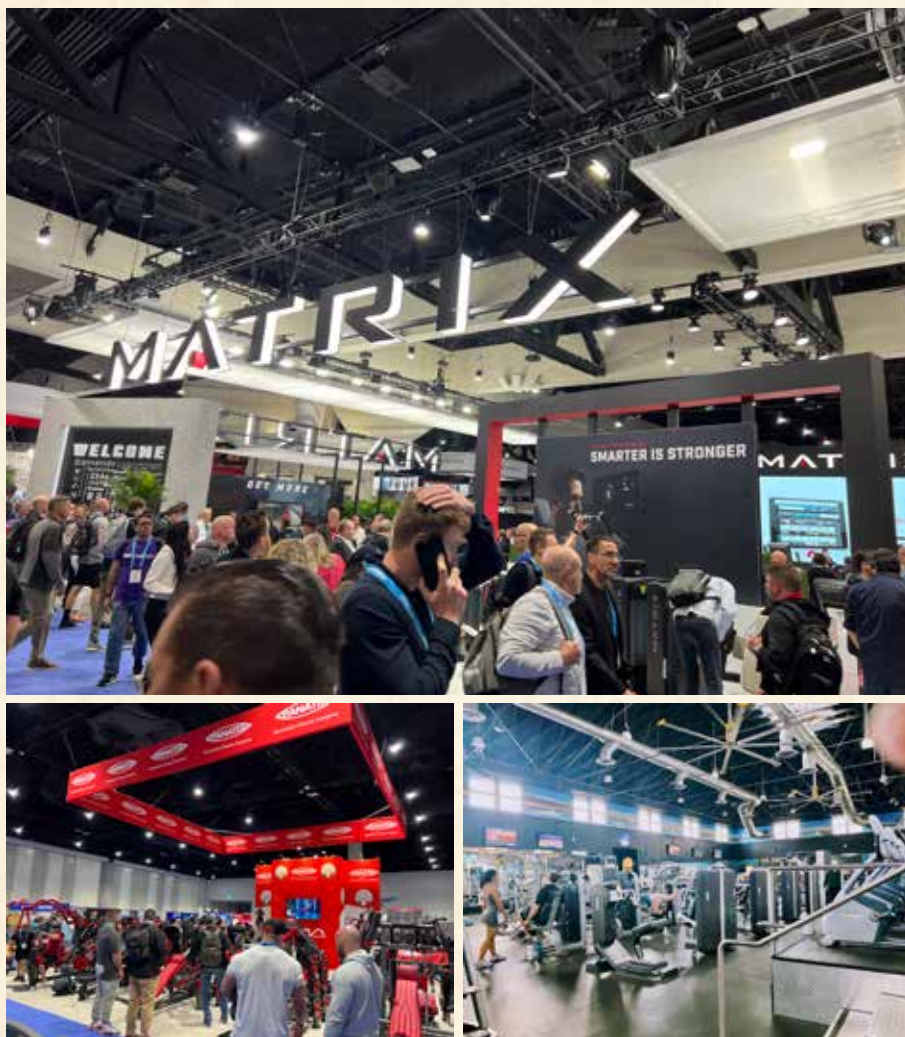
ではまず初めに、コンベンションの視察、施設視察、あるいはサンディエゴの街並みもいろいろと散策されたと思いますが、全体的に感じられた印象から教えてください。米国では今年の6月にすでに制限が解除されており、3月の時点では約10ヶ月経っている状況です。フィットネス全体の中にはまだコロナ禍の後遺症が垣間見えるのか、あるいはもうすっかりコロナ前に戻ったような雰囲気なのか、いかがでしたか？

奥水 私は4年ぶりにサンディエゴを訪れましたが、空港では検疫もなく、コンベンション会場でも街中を歩いていても、マスクをしている人はほぼ0。そういう意味では、パッと見、もうコロナは完全に抜けているというか、それはもう遠い過去の出来事になっているような印象さえ覚えたほどです。

ただ、よくよく見ると、閉店してお店も少なくなく、以前訪れたときよりも若干治安が悪そうだな、と。やはりその辺りはコロナの影響によって、失業率も上がっているという事情もあり、以前のサンディエゴと全く同じであるかという、実際にはそうでもなかったというのが現状ではないかと思っています。

大工 私もまだ多少の後遺症というのか、爪跡のようなものが残っているのではないかというふうに感じました。まさに直感として……。というのは、マスク自体は皆さんしていない一方で、ビジネス的なところというと、ダウNTOWNに活気が戻っているとはなかなかいいがなかったかな、と。

ただ、ホテルはすごく高く、モーターとさほど変わらないようなところでさえ、1泊2万5000円もしたのには驚きました。一体、何が起きているのかなって。おそらく、インフレというものも多分に影響してるのではないかと。そして、それがイコール失業率に結びついて、ビジネスはまだ完全復活に至っていないのではないかと。それに対して、消費者のほうも支出を抑えてしまうことによって、全体的な経済循環も勢いが削がれたままの状態から脱却できていないのではないかとこの印象を受けました。



基本的にはマシンメーカーが主体。コロナ前に比べて大小間が減り、ややこじんまりした印象だった

IHRSAもまだ復活途上 !? マシンを使った アウトドアトレーニングも

松村 そのような環境の中、では、フィットネス産業はいまどういう状況にあって、今後どういった見通しが立つのかという点についておうかがいできればと思います。まず、IHRSA2023コンベンションに参加され、また出展されていたベンダーの方々と情報交換などを通して把握されたフィットネスマーケットのトレンドについてお聞かせください。

興水 規模感としては、コロナ前より少し小さくなったかな、と。ただ、松村さんもお存じの通り、去年はマイアミで開催されましたが、あのときはまだコロナ禍でなんとかやりきったという感じでした。それを物語るように、この度の現地ではたくさんの友人・知人と再会しましたが、去年はまだ参加せず、今年3～4年ぶりに帰ってきたという方が多かったように思います。そういう意味では、出展者からも来場者からも「やっと戻ってこれたね」という安堵感のようなものが漂っていたように思います。ただ、それでもまだ完全に戻りきってないというのが正直なところだったと思います。

それはブースサイズにも端的に表れていて、今年はまだ復活途上でまだ様子見だからなのか、それとも今後はこれくらいの規模で十分だからなのかというところまでは、今回の視察では把握しきれませんでした。そんな中で、やはり勢いを感じたのがマシンメーカーでしょうか。初めて目にするメーカーも少なくなく、戦国時代の様相を呈

しつつあるのかな、と。またスマホやキヨスクで簡単にできるボディスキャンのブースも多数出展されていました。精度も以前より向上し、日本からは三菱ケミカルも新規事業部が出展しデモを行っていました。このほか、会員管理システムやアプリも依然として数多く紹介されていた一方で、オンラインプログラムはほとんど見かけることはなく、それはコロナ禍からの完全脱却を意味する表れだったのかもしれませんが。このほかサプリメントやアパレルなどのブースも少なく、まだここに戻ってくる余裕がないのか、あるいは今回はあえて見送ってるのか、これも把握するまでには至りませんでした。

大工 私も2019年にサンディエゴを訪れていますが、そのときの規模に比べると、やはり少し小さいなという印象を受けました。基本的にはマシンメーカーが主体となっていましたが、全体の規模が小さくなった分、それぞれのブースも小規模になっていたという感じでした。

今回のIHRSAでは、以下の5つがトレンド候補として掲げられていました。ウェアラブル、ストレングストレーニング、アウトドアトレーニング、ホリスティックウェルネス、そしてエクササイズスナッキングです。この中で、私が特に注目したのが3社ほど出展していたアウトドアトレーニングでした。トラックの中にトレーニング機材を積み込み、いわゆるフランチャイズ的なビジネスモデルに取り組むという新たなトレーニング指導スタイルの提案です。3社の中には、TRXの創始者であるランディ・ヘトリックさんが第2のビジネスとしても始められたという“アウトフィット”も出展されて



アウトドアフィットネスをけん引する出張トラック



スマホやキヨスクで簡単にできるボディスキャンのブースが多数出展され、精度も以前より向上していた

いました。

松村 そのトラックは、アメリカであれば想像しやすいと思いますが、日本の場合、様々な制約がありそうですね。

大工 確かに世界中に広まるかといったら、なかなか難しいかもしれません。ただ、コロナ禍において、密を避けつつトレーニングができる環境となると、やはりアウトドアではないか、という発想から生まれたビジネスモデルではと思います。

興水 サーキットトレーニングなどもトラックに積み込んだ装備一式でできますからね。

大工 そういう意味では、広大なスケール感のあるアメリカならではの発想というか、誰にも別に文句は言われない(笑)。

興水 出張ジムみたいなイメージですよ。

大工 そう。では、日本においてはこういう展開ができるのか。まだ具体的な提案はできませんが、例えば健康診断

などの出張健診バスのようなかたちでの活用法になるとイメージしています。

松村 あるいは高校・大学の部活のコンディショニング&トレーニングのアウトソースとしてもいいかもしれませんね。専門のパーソナルトレーナーとともに現場に赴くという…。

大工 もしくは軽トラを改造するなどすれば、パーソナルトレーナー自身が運転して出向くという方法も考えられます。学校ときちんと契約を交わしていれば、グラウンドを使ってもいいわけですから。そういうビジネスであれば、勝機は十分にあるのではないかと思います。

ホームフィットネスの 需要低下 リアルに戻りつつある 状況を実感

松村 あと、もう一つエクササイズスナッキングという言葉が耳に留まりました。それは小腹が空いたらスナックを食べるように、軽くトレーニングするという意味で名づけられたようですね。何をもってスナッキングかと思ったら、なるほどと思った次第です(笑)。

大工 30~40分のまとまった時間はなかなかとれないけれど、たとえ5分ずつでもいいから断続的に取り組んでみよう、と。つまり、30~40分のエクササイズを1日何回かに分けて活動することによって、結果的に30~40分の合計時間をつくろうという新たなプログラムの提案がエクササイズスナッキング。そして、それがエビデンスとして科学的にも証明されて、血圧を下げたり、脳の血流を上げたり、もし

くは気分転換になってストレスも解消されるという、心身の健康にも効果的であるというメッセージが広く発信されるようになった。ネーミングの妙もあって、多くの人たちに受け入れられているようです。

松村 昔は、ある程度の時間、継続しなければエクササイズ効果は得られないといわれていましたが、今はそれが修正されて、たとえ5分であってもその積み重ねがあれば、相応の効果が期待できるというエビデンスにも裏付けられているようですね。

興水 一方で、アメリカではコロナ禍でフィットネスの会員が約20%減ったといわれています。実数に置き換えれば相当な数だと思いますが、それに対して一時はホームフィットネスのほうに流れていったわけですが、現在はいくると、ホームフィットネスの需要はほとんどなくなってしまったという状況のようです。逆に、その反動として今度はアウトドアのほうに流れているという構図ができ上がってきたのではないかと感じています。

松村 加えて、先ほど興水さんがおっしゃったように、オンラインあるいはリモート対応というようなソリューションもコンベンションの中ではもうほとんど観られない…。

大工 それはつまり、リアルなところに戻ってきているということの表れでしょうね。

松村 映像レッスンはどうですか。

大工 見かけなかったですね。

松村 そうですか。なぜそれをお聞きしたかという、映像レッスンはリモートではもちろん、要は人件費をかけたコストの合理化というところでも、日本では今かなり活用されているので、

さらに進化バージョンが開発されているのかなという関心があったからです。

大工 今回はプログラム系がほとんど出展していなかったというのも、逆の意味での特徴だったといえるかもしれませんが。もっといえば、IHRSAではスポーツ&ビューティー、アスレジャー、ファッション、ニュートリション…などといったところにあえて手を伸ばしてないのではないかと。彼らの経営方針についてはわかりませんが、そういった分野とは少しちょっと垣根をつくっているのではないかという印象も受けました。ただ、いまはまだコロナ禍からのリカバリー期間だと思うので、来年もしかするとそれらの分野も盛り上がるのではないかという期待はしています。来年はロサンゼルスなので、サンディエゴよりはアクセスがいいかなと思いますし。

興水 それがFIBOとIHRSAの大きな違いかもしれないですね。IHRSAはジムのメインとなるマシンが中心ですが、ヨーロッパに行くと、マシンはもちろん、ビューティー、サウナ、EMS、サプリメント、スポーツ用品、グループフィットネス、コンサルティング、マーケティングなど出展対象品目は多岐にわたっています。

松村 フィットネスコンベンションでありながら、FIBOではアメニティ用品などの展示も扱っています。しかも、そのアメニティだけで巨大なパビリオンが用意されているほどですからね。

各国に共通の課題は 人々のフィットネスに対する 温度差

松村 お二人はIHRSAコンベンショ

ンと併せ、グローバルフェデレーションミーティングにもご参加されたとお聞きしています。そこで、各国の発表から、このFIAニュース上で参考とさせていただけるようなトピックスがあれば、ぜひ伺いたいと思いますがいかがでしょうか？

興水 参加国はアメリカをはじめ、日本、中国、カナダ、ブラジル、イタリア、スペインなど。そして、今回のテーマは「Fitness is Medicine」（医療としてのフィットネス）で、おそらく昔からよく議論されているトピックスだと思いますが、いま一度見直してみようということだと思います。基調講演はDr.ロバート・セリス氏が務められ、その後、各国から様々な事例が紹介されました。そこから見てきたのは、運動の素晴らしさについては誰もがわかっているけれど、習慣としてなかなか浸透させられないのはやはり各国共通の課題であるとあらためて感じたことです。

人々のフィットネスに対する温度差というのでしょうか…。やる人とやらない人の差がかなりあって、やらない人をいかにして巻き込むかっていうと

ころに大きな悩みを抱えているという状況がうかがえました。当然、国の政策みたいなものも必要だと思いますが、おそらく行政だけでもなかなか立ちいかない。したがって、やはり民間がある程度絡まないとできないであろうということも、各国の話の中から感じ取られました。そういう意味では、逆にうまくいってる、例えばドイツやスウェーデンは今回不参加だったので、その辺りの話をいろいろ聞くことができれば、もう少し事例としては面白かったのではないかと思います。

大工 医療とフィットネスを結びつけるという取り組みは、やはり政府の後ろ盾がないとなかなか浸透しないであろうということは、もう私が学生の頃からいわれてきている課題です。一方で、では、ある一国の成功事例がそのまま横軸展開できるのかといってもなかなか難しい。なぜなら、各国の経済事情だったり、国民の健康状態など考慮しなければならないハードルの高さはそれぞれだからです。例えばスウェーデンでこの政策が成功しましたという事例が、アフリカのガーナでそのまま運用するかといえば、全くそんな

ことはないわけで…。そう考えると、この課題については今後もまだしばらく議論されるであろうことが予測されます。

フィットネス市場の傾向と対策 2023のトレンドは？

松村 続いて、サンディエゴ周辺のフィットネス施設に関して、その視察やヒアリングから見てきた今日のフィットネス市場の傾向についてお聞かせいただければと思います。ポイントとしては、コロナ禍前後で何か変化を感じた点、またポストコロナ初期の現在、フィットネス施設の各業態の間ではうまく稼働している業態とそうでない業態があると思いますが、その辺りについては、フィットネス関係者の方々にとって非常に関心の高いところだと思います。

興水 今回我々が訪れたのは、市内およびダウンタウンから少し離れた郊外の住宅街にある、どちらも高級といわれているクラブでしたがいずれも非常に活況を呈していました。例えば、ホテルに併設されている高級クラブでは、屋内だけでなく屋外にもワークアウトスペースがあり、ランニングトラックやプール、さらにサウナやSPAなども完備されていました。会費には様々なプランがありますが、平均約200ドルというハイクラスな設定です。

アメリカ全体では、コロナ前から平均して10%ほど会費が上がっているといわれています。したがって、我々が訪れたところもおそらく同様だと思いますが、元々そんなに安くない設定なので、10%の値上げといってもさ



グローバルフェデレーションミーティング。今回のテーマは「Fitness is Medicine(医療としてのフィットネス)」だった

ほど影響はないのではないかと感じました。

また、20ドル以下のハイボリューム・ロープライスジムや24時間型のバジェットクラブも引き続き活況を呈しているという状況を鑑みると、フィットネス自体はほかの産業などと比べると、そこまでインフレになっていないのではないかと印象を受けたものです。

大工 昨今のフィットネスクラブのトレンドとしては、プレミアムジム、ハイボリューム・ロープライスジム、さらにエニタイムに代表される24時間型のバジェットジムが三者三様の特徴を打ち出し、さらにビジネスモデルの観点でいうと、特化型のブティックジムに代表されるフランチャイズが好調だと感じました。この4つが成功をおさめている勝ち組といえるでしょうか。

フランチャイズモデルは、ご存じの通り、ビジネスを一から立ち上げるよりも、ノウハウがあって従来のビジネスモデルに沿った経営ができるという点に加え、例えば24時間型のクラブであれば人件費をかけなくて済むので、固定費が削減され、したがって損益分岐点も低いというメリットがある。ま

たフランチャイズ+ブティック+特化型でブランド化されたジムは、一点集中、まさに振り切っているという意味で顧客満足度が非常に高い。こういう点が勝因となり、いまま快進撃を続けています。

また、機器を使ったピラティスは、ソーシャルディスタンスを保ち、ウェルビーイング、マインドフルネスという今日の志向とも合致しており、コロナ禍においても安定したビジネスとして依然として評価が高かった。このピラティスに代表されるように、マンツーマン指導で行われるものが好まれる傾向にあるようです。

一方で、それらのちょうど真ん中にある大手チェーンの総合型クラブや小規模なクラブは、もう軒並み苦戦していると感じられました。アメリカではコロナ禍において、25%のジムが閉鎖したという現実もあり、今後2年間は、まだその影響が残るのではないかとわれています。かといって、積極的なM&Aは行われておらず、資金のなくなった店舗をチェーンビジネスモデルが統合するというケースが多いようです。

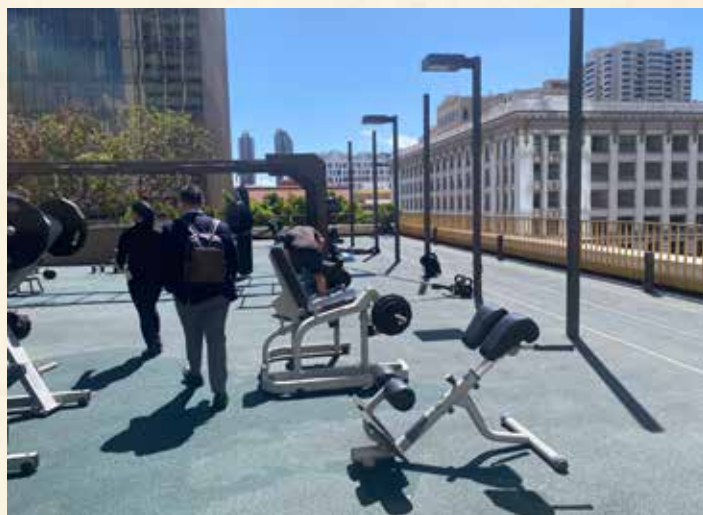
松村 総合型クラブが苦戦しているの

は何が要因だと感じられましたか？

大工 端的にお伝えすると、3つの要因があってそれぞれが負の要素として関連し合っている。まず1つ目がビッグボックスなので、固定費が大きいという点。2つ目がその固定費を維持するための会員が減ってしまっているという点。そして3つ目がインフレによる影響で食費や光熱費が上がり、消費者マインドとしてジムにまでお金使う余裕がない人たちがいるという点。加えて、すべての“科目”で平均点は取れているけれど、“得意科目”がないので、であれば特化型のジムに行こう、あるいはローコストに行こう、という傾向に流れているのではないのでしょうか。すなわち、お金をかけず、自分の受けたいサービスだけで十分…という傾向が私の中では感じられました。

松村 なんだか耳の痛い話ですね。

大工 では、どうすればいいのかっていう話になりますが、やはりポイントは顧客満足度ではないのでしょうか。そのためにはコロナ前からいわれているかもしれませんが、原点に回帰し、総合型クラブが提供できることは何かについて真剣に考えていかなければならないのではないかと思います。



ホテルに併設の高級クラブ。屋内だけでなく屋外にもワークアウトスペースがあった

興水 今回、例えば我々が最初に訪れたクラブでは、ホスピタリティが非常に行き届いていました。もちろん、高級クラブだから当然培われていたであろうオペレーションだったのかもしれませんが、見学ツアー専任の担当者の懇切丁寧な接客一つで、これまでのイメージと少し違った印象です。以前の私の経験では、見学を希望すると、フレンドリーな受付の人が「ご自由にどうぞ」とか、あるいは見学ツアーはしてくれるけれど、5分程度でささっと済ませるケースが多かったので、その対照的な接客には感動を覚えたほどです。おそらくマニュアルがあるとは思いますが、アメリカでもそこはしっかり取り組んでいるんだと感じました。

そういう意味では、コロナが収束してホッとしているというわけではなく、それこそ4分の1のクラブはなくなってしまったという現実の中で、我々が見てきた以上に、いまま試行錯誤を繰り返しながら取り組まれているのではないと思った次第です。

8月開催のスポルテックは いままで以上に 盛り上がること必至

松村 今回のIHRSAでいろいろと見聞されたことを受け、8月2～4日に東京で開催されるスポルテックでは、TSO Internationalさんとしてもいままで以上に今後のビジネス向上に役立つような情報をご提供いただけたと思っています。そこで、本鼎談の最後の締めくくりとして、東京のスポルテックに向けて、我々の期待値がより高まるようなコメントいただければ幸いです。

興水 1つは、今年、海外からの出展



者がかかり戻ってきているという点で、おそらく過去最高の出展数があるのではないかなと思います。中国、台湾、韓国などのアジア各国が中心ですが、早く日本を訪れたいという期待値の表れではないでしょうか。それに伴って海外からの来場者もたくさんいらっしゃるのではないかと期待しているところです。

また、これはもうフィットネスだけに限りませんが、直近で開催された展示会はどれも去年の1.5倍から2倍ぐらいの来場者になっています。IHRSAもそうでしたが、オンラインもバーチャルも、そしてテレワークもやったけれど、「やっぱりリアルがいいよね」という人がすごく多いことはひしひし感じているところなので、今回のスポルテックではそのリアルによく復活して再び活力を取り戻して元気にやれる、と。昨年もそれなりに大きな規模で実施しましたが、それを超えることはもちろん、コロナ前をも上回る盛り上がりを見せるのではないかと期待しているところです。

大工 我々は展示会ビジネスを通じて、スポーツ・健康産業、外食産業などが

ら、レジャー、人々の健康と生活のQOL向上のための産業を網羅し、国内マーケットの活性化と国際化に努めている会社です。そのためには変化を恐れず、引き続きウェルネスを中心軸にさまざまな要素を取りそろえた総合展示会を今後も提供していきたいと思っています。

今回、新型コロナウイルス感染症が5類に移行されてから3カ月後の開催になるので、大勢の方々がここに集まってくる、再び戻ってくると確信しています。2～3月の展示会業界では軒並み前年度の2倍近く、すなわちコロナ前ぐらいの規模で戻ってきています。そういう意味では、おそらく8月開催のスポルテックには、今まで以上の大きな盛り上がりになるのではないかと、と。それがフィットネス業界だけでなく、その周りの人たちも巻き込んで、さらなる業界の発展の寄与に、そして社会の発展に寄与できればなというふうに考えています。

松村 本日はお忙しいところ、さまざまご教示をいただき、本当にありがとうございました。



1 東京都「障害者スポーツ施設利用マニュアル」改定版

障害者差別解消法改正（令和6年4月施行）では、従来民間事業者で「努力」だった合理的配慮の提供義務が改訂されます。①障害者から意思の表明があった場合に、②過重の負担にならない範囲で、③障害者の性別・年齢、障害の状態に応じて、④社会的障壁の除去の実施について必要かつ合理的な配慮をしなければならない。

これを受け、東京都では2016年制定のスポーツ施設向けマニュアルの改訂を進め、FIA加盟クラブも協力してきました。下記完成のご連絡と会員各位への広報依頼がありましたのでご紹介いたします。

昨年度、障害者スポーツ施設利用促進マニュアルの改訂に当たり、貴協会の皆様には多大なるご協力を賜り感謝申し上げます。昨年度末にマニュアル改訂版の冊子及び動画が完成しましたのでご報告いたします。

○障害者スポーツ施設利用促進マニュアル

<https://www.sports-tokyo-info.metro.tokyo.lg.jp/shospomanual.html>

本マニュアルでは、障害者差別解消法の改正等を契機に進められた取り組みなど、民間スポーツ施設の皆様にも参考となる事例を新たに追加しています。本マニュアルが民間スポーツ施設における障害のある人の受入れ体制の向上や、誰もがスポーツを楽しむための環境整備の一助となればと考えています。ぜひ、貴協会加盟の皆様にご紹介いただければ幸いです。

東京都生活文化スポーツ局 スポーツ総合推進部 パラスポーツ課
TEL 03-5320-7845 内線38-269



2 ガイドライン廃止

3年間感染拡大防止の拠り所として頂いたFIAガイドラインは、5月8日以降廃止としています。ただ、クラブご利用者のカラダの状況・意見・考え方は様々であり、心配される皆さんも多い状況です。

利用者が互いを気遣うマナーアップによって安心安全快適なクラブの空気を醸成できるよう呼び掛けるポスターも用意しています。FIAホームページからダウンロードしてご利用ください。

<https://fia.or.jp/public/23965/>（会員専用ログイン必要）

デザイン提供：(株)ビックス（賛助会員）

ポスター出力・その他形式での製作などが可能です。



(株)ビックス フィットネスマーケティング部 新保部長
TEL 042-521-3329 FAX 042-521-3384
E-mail shinbo@bics-net.co.jp



③『FIA全国カラダ年齢測定』-フィットネス体力テスト- テストマーケティングが動き始める

FIA 全国カラダ年齢測定 -フィットネス体力テスト-

FIA加盟のフィットネスクラブが主体となっていく、成人を対象とした体力テスト事業のテストマーケティングの取り組みが始まりました。

この事業は既存のクラブ会員様、そして潜在する新規のお客様に対して体力の現状を確認いただく機会を提供し、運動実践の目標と具体的な取り組みを提案することをもって、フィットネスクラブにおける新たな事業創出を図っていただくことを目的としています。

今年の年頭のFIA賀詞交歓会にて会員の皆様にご説明させていただく機会を設けさせていただいて以来、システムやLINEミニアプリの開発を着実に進めてまいりましたが、いよいよモニター期間を設けてFIA理事企業においてテストマーケティングを実施するに至りました。

この事業は、スポーツ庁が実施する新体力テストをFIA加盟フィットネスクラブにおいて実施するという基本的にはシンプルな取り組みであります。『FIA全国カラダ年齢測定』-フィットネス体力テスト-という独自の事業名称を設けて、国民の運動参加活性への気運を高める役割を担い、FIA加盟クラブの存在感を広く社会に示しながら、最終的には加盟企業各社様の施設に多くのお客様が足を運んでいただく成果につなげるものです。

先日、そのテストマーケティング第一弾として当協会加盟クラブであるティップネスイオンモール川口店様においてこのフィットネス体力テストが実施されました。

ティップネスイオンモール川口店様は、イオンモールの中に入っている施設であることから、イオンモールからの広報に関する協力も得て、会員外のお客様にも体力テスト参加が告知されることで施設に足を運んでいただく機会創出も試みられました。同時に体力テストを実施されたお客様に対してはイオンモールに関する広報の機会も付加することで、双方がメリットを享受できる取り組みの試行となりました。

実施にあたったスタッフの皆様からのフィードバックとしてはおおそ次のような声が寄せられたということです。

- 想像以上に楽しんでもらえた
- 高齢の方も無邪気に楽しんでもらえた
- お客様同士の楽しい張り合いのような雰囲気生まれる瞬間もあった
- 測定結果により弱点など気づきを認識いただくことができた
- お客様とコミュニケーションがとれ、今後の接客のきっかけになりそう

一方では、測定結果をより正確に導くための適切な説明方法や、高齢のお客様にLINEアプリ登録をよりスムーズに行っていただけるような対応の改善について、前向きな検討課題等についてもフィードバックをいただくことができました。

今後こうした試行を重ねながらスピード感をもって事業の精度を高め、一日も早く全てのFIA加盟施設において実施いただけるよう努めてまいります。

一方では、経済産業省、スポーツ庁、さらにはスポーツ・健康産業議員連盟といった行政機関や国政に対しても、国の健康施策に対するこの事業の貢献性について積極的に伝える取り組みに注力しており、今後FIA加盟クラブが各自治体や健康経営を目指す企業フィットネスにも積極的に活用されるよう働きかけてまいります。

最後になりましたが、今後もこの『FIA全国カラダ年齢測定』-フィットネス体力テスト-事業についての進捗を会員企業様に随時お伝えしてまいります。

テストマーケティングイベント実施風景



トレッドミルを使った急歩



ステップ台を活用した上体起こし



反復横跳び



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！

ヘルスクラブに向かう 会員ジャーニーのステップワン、 それはウェブサイト

ウェブサイトはヘルスクラブの入会希望者があなたのブランドや体験に出会う最初の場所。
したがって、クラブの魅力を最大限にアピールし、
ユーザーが決断するために必要な情報を簡単に見つけられるようにしなければなりません。
果たして、あなたのクラブのウェブサイトは、最適に機能していますか？

著者 | Jon Feld (ジョン・フェルド)

この記事は、Americaneagle.comがお届けするIHRSA特集記事です。

効果的なオムニチャネルの 活用法とは？

ソーシャル・チャンネルやその他のデジタル・マーケティングも重要ですが、ウェブサイトはヘルスクラブの入会希望者があなたのブランドや体験に出会う最初の場所となるでしょう。それを大切にしましょう。

過去数年間、私たちはオムニチャネル・マーケティングの重要性を説いてきました。オムニチャネル・マーケティングの重要性については、さまざまな方法で定義してきましたが、結局のところ、ビジネスを推進するための顧客がどこにいても、まずはその顧客とつながることが重要であるということです。

しかし、どのようにすれば最も効果的にオムニチャネルを活用できるのでしょうか？

「チャンネルの優先順位やエンゲージメ

ントレベルは、ウェブサイト、モバイルアプリ、ソーシャルメディア、印刷物、放送メディア、Eメール、イベント、メッセージャー、ロケーションブランディングなど、さまざまな要因に依存しています」と、フルサービスのデジタルエージェンシーである Americaneagle.com のデジタル・マーケティング販売担当副社長、Tony Stehn は説明します。

「様々なビジネスや市場に対応する唯一のソリューションが存在することは稀です。私たちは、さまざまなカテゴリー、規模、地域のフィットネスクラブ取材してきた経験から、新規のお客様に対して、十分な情報を提供することができます。私たちの発見への過程は、それぞれのクライアントにとって最適なオムニチャネル・エンゲージメント戦略を効率的にカスタマイズし、ROMI（マーケティング投資収益率）を最大化することを目的としています」

ウェブサイトを フォーカルポイントに

ソーシャル・チャンネルやプラットフォームは無限にあり、毎月のように増えているように見えますが、一貫したコンタクト・ポイントであり、しかもメンバー・ジャーニーのスタート地点となるのは、ほとんどの場合、それはウェブサイトです。

「この世代の買い物客は、この世界の歴史上、最も情報に基づくことを重要とします。人々は忙しく、一般的に注意力が低いので、ウェブサイトではクラブの魅力を最大限にアピールし、ユーザーが決断するために必要な情報を簡単に見つけられるようにしなければなりません」と、トニー氏は言います。

「見込み客はレビューを読み、クラブの設備を他と比較し、写真やバーチャルツアーを判断材料にして意思決定をしています。現在のあなたのクラブの

ウェブサイトは、クラブそのものやアメニティ、さらには活気ある会員同士のコミュニティの良さを伝えるのに、最適に機能していますか？」

ソーシャルメディアのチャンネルは、ストーリーのサイズや範囲に一定の制限があるのとは対照的に、ウェブサイトは、視覚的にも情動的にも最大のインパクトを与えることができる一種の※クリアリングハウスです。

ユーザー・ジャーニーとクラブのウェブサイト

オムニチャネル体験と同様に、クラブに入会し、適切な時期に更新するまでのユーザー（会員）・ジャーニーについても解説してきました。多くの見込み客にとって、クラブへの入会は、実際にドアをくぐる前に決定されているのです。

メンバーシップ選びの確信を得るためのデジタルタッチポイント、つまり、彼らが最初に連絡を取ってから最終的な決断を下すまでの間にあなたが行うべきコンタクト・ポイントは、これまで以上に重要です。

これらのデジタル接点のありかたは、ウェブサイトの最適化、ローカル検索機能の改善、ソーシャルメディアプランニング、Eメールリストの管理、ペルソナ情報に基づくキャンペーンなどによって、賢く最大化する必要があるとトニー氏は言います。

最初のタッチポイントは、やはりウェブサイトから始まるということです。

「では、クラブはどのようにしてウェブサイトを最適なユーザー・ジャーニーへと導くことができるのでしょうか」と、彼は問いかけます。

「それは、"何が得られるか"をまずは示すこと。したがって、ウェブサイトは常に第一印象を優先すべきです。あなたのサイトに到着したとき、人々は何を見るのでしょうか？ 写真やブランディングへの投資は、ユーザー・ジャーニーへの投資なのです。見込み客に対しても既存会員にも、同様にあなたのブランドの外観、そしてクラブの外観に親しみやすさと快適さを築くべきなのです。そのためには、統一感があること。そして一貫していなければなりません」

最良の例としては、メンバーシップ・ジャーニー全体を通して非常に見栄えが良く、メンバーシップが憧れの購入品になることです。

「グッドニュースとしては、各クラブのソリューションが“ゼロか100か”である必要はありません」と、トニー氏は断言します。

「適切なコンテンツ、適切なメッセージ、写真、バーチャルツアーを開発することは、ビジネスの進化に伴って変化する可能性があるため、必要に応じて繰り返し行うべきプロセスです。ウェブサイトのジャーニーに何を入れるかを考える場合、ニーズと目標に応じたものになります。まずは“ウィッシュユリスト（希望リスト）”に優先順位をつける。クラブにおけるミッションとの最優先事項の中で、まずは卓越したものにコミットします。そして、次の目標を立てましょう」

フィットネスコーチのような感じでしょうか？ 健康全般にとって最も重要なことは何でしょうか？ まずは栄養と、それをターゲットにした運動習慣から始めましょう。しかし、それはあなたが考えるべき方法です。



間違っていること、そして正しいことは何？

トニー氏は、経営者が陥りがちなマーケティングの失敗として、コアリソースを最大限に活用できていないことを挙げています。

「クラブのリーダーの中には、見込み客に焦点を当てるあまり、クラブにとって最も重要なマーケティングでありアンバサダーである既存会員の存在を見失っている人もいます」と、彼は言います。

「既存会員がクラブのブランドに対してより強い親近感を持ち、つながりを深める機会はあるのでしょうか。ソーシャルメディアを通じて称えることができますか？ 会員に提供できる、ロゴ入りの人気アパレル商品の開発はできていますか？ カレンダー、フィットネスアドバイス、ウェブサイト上のリソースへのリンクなどを含む会員向けEメールを開発できていますか？ クラブの会員とブランドの認知度、連携、親和性を高める機会を創造してください」

※クリアリングハウス

複数の情報システムを中継し、様々な形式のデータを相互にできるようにするための仕組み。

ISSUE

フィットネス関連

ニュース

体重を非難するのは
逆効果、
体重増や健康悪化の
リスクに
ナショナル
ジオグラフィック

人の体重を非難する行為は「容認されている最後のバイアス（偏見）です」と、米カリフォルニア大学ロサンゼルス校の心理学教授A・ジャネット・トミヤマ氏は言う。研究者たちは近年、体重が重め（高体重）の人々が長く

実感してきたことを論文で立証している。それは、「体重ステイグマ」（高体重を恥とするらく印や偏見、差別）が社会に広く浸透し、ステイグマを経験した人々が深刻な影響を受けているという事実だ。体重ステイグマは、うつ状態や不安、摂食障害などの不安定な精神状態や心臓疾患など、あらゆる不調の要因となり、最悪の場合は死に至ることすらある。

この問題は2023年に入ってからに緊急性を帯びてきた。きっかけは1月に米小児科学会（AAP）が、高体重の子どもやティーンエイジャーに対する積極的な治療を提唱し、家庭で子どもの体型に注意するよう促すガイドラインを発表したからだ。

しかし、「ウェイト・シェイミング」（体重について非難したり恥をかかせたりすること）を受けたティーンエイジャーは30代になると肥満になる確率が高いことから、このガイドラインに対する批判が高まっている。2022年4月に学術誌「Nutrients」に

発表された、米国のティーンエイジャー約2000人を対象とした調査結果によると、調査対象者の多くは、自分の体重について親からは主に前向きで肯定的な言葉をかけられたと感じていた。にもかかわらず、対象者の約半数は自分の体重が話題になること自体を望んでいなかった。

自分が高体重であっても他人をウェイト・シェイミングの標的にする人は多いと、米オハイオ州にあるケンント州立大学の心理学助教メアリー・ヒンメルスタイン氏は話す。米国人の約42%はBMI（体格指数）が30以上の「肥満」に当てはまるが（米国の基準）、氏によれば、こうした人々でも他の肥満体型の人を平気でからかうことがあるという。

高体重を注意すれば本人が減量するきっかけになると考えて、身内や医療関係者が苦言を呈することもあると、米コネティカット大学ラッド食料政策・健康研究センターの副所長レベッカ・プール氏は言う。だが、これは実際には

逆効果になりうるということが研究で示されている。「体重のことで恥をかかされたと感じると、長期的には体重が増加するリスクが高くなるのです」とプール氏は説明する。

また、映画やテレビ番組で、高体重の人物をだらしない自制心を欠いた好ましくなくイヤラクターとして描いているのを見て、他人の体重を批判しても構わないと思いつく人もいる。ソーシャルメディア上でも個人の体重は公然と非難の対象にされていると、米カリフォルニア大学ロサンゼルス校の心理学教授A・ジャネット・トミヤマ氏は指摘する。

これは、体重は本人が管理できるはずだという思い込みがあるからだ。しかし、実際には遺伝や、物理的および文化的な環境、腸内細菌など多くの要素が体重に関わっていることと、食事療法では長期的な体重管理が難しいことは、科学的に示されている。「高体重は本人の怠惰な生活習慣が原因だ」とヒンメルスタ

イン氏は指摘する。人はその気になれば減量できるという考え方によって、高体重は自制心が欠如している証拠とされてしまっているものの、実際には高体重の人の多くは何年も減量を試みたがうまくいかないのだと氏は説明する。

うつ状態や 摂食障害にもつながる

トミヤマ氏によれば、人々が理想とする体型はおおむね権力者のライフスタイルを反映するものであり、昔から常にモデルのような細い体型が評価されてきたわけではない。

食料が乏しかった時代、肥満体型は裕福さの表れだった。だが20世紀には食料が豊富になったことで、理想の美しさは逆転し、肥満は望ましくない体型とみなされるようになった。

体重ステイグマは、白人だけでなく黒人やヒスパニック系の人々にも、また女性だけでなく男性にも影響を及ぼしている。2020年9月10日付けで学術誌「Annals of

Behavioral Medicine) にプールのチームが発表した調査結果によれば、新型コロナウイルスの感染拡大前に体型を批判された経験がある若者は、そうでない若者と比較すると、コロナ禍の間にうつ状態に陥ったり過食に走ったりして、ストレスに強く反応する傾向が見られた。

ウェイト・シェイミングは、やせ型を美化する欧米諸国の多くに広がっていることが、フランス、ドイツ、英国、オーストラリア、カナダ、米国のBMI値が高い約1万4000人を対象とした調査で確認された。結果はプール氏やヒンメルスタイン氏らによって2021年6月1日付けで学術誌「PLOS ONE」に発表された。

注目すべきは、医学的な肥満の基準に当てはまらないにもかかわらず、体重を非難されて自分自身を恥ずかしいと感じている人が多い点だ。こうした比較的やせた人々も、不安や摂食障害を含め、健康への悪影響を経験している。

ウェイト・シェイミングを

受けている人は、医療機関の受診を避ける傾向がある。

「PLOS ONE」に発表された論文では、体重スティグマを向けられた人のうち3人に2人は、医師による心ない言動を経験したことがあると回答している。しかし、定期的な健診を受けなかったり予約した受診を延期したりすると、健康状態が悪化する原因にもなるとヒンメルスタイン氏は話す。

本人が非難を覚悟で勇気を出して受診しても、原因が他にある可能性が高いにもかかわらず「体調不良の原因は高体重」と医師から決めつけられてしまう場合が多いとプール氏は指摘する。

ウェイト・シェイミングが

もたらす悪循環

ウェイト・シェイミングの影響で、普段はしないような食べ方をしてしまうことは珍しくない。実験の結果、自分を高体重だと思う女性が体重スティグマを植え付けられるような記事を読んだ場合、対照グループよりも間食が多く

なる傾向が見られた。この結果は2013年12月1日付けで学術誌「Journal of Experimental Social Psychology」に発表された。

また、プール氏とヒンメルスタイン氏が医学誌「Clinical Diabetes」に発表した研究では、本人が体重を恥と感じるほどのウェイト・シェイミングを日常的に受けている2型糖尿病の患者の場合、より過食しやすい傾向があることが明らかになっている。

また、ウェイト・シェイミングを向けられる人々はあまり運動をしない傾向がある。このことは、他の研究者たちも報告している。「自分の体型を笑いのものにされると、ぴったりのスポーツウェアに身を包んでジムに行く気にはならないでしょう」とトミヤマ氏は言う。

トミヤマ氏は、ウェイト・シェイミングが悪循環を引き起こすと考えている。他者から否定されたと感じると、脳はストレスホルモンである「コルチゾール」を分泌する

よう副腎に指示する。コルチゾールが分泌されると、食欲が旺盛になり、特に脂肪や糖分が多い食べ物が欲しくなる。また、体はコルチゾールを合図にして、腹部に脂肪を蓄える。

「祖先の時代には、このストレス反応が走ったり戦ったりするエネルギーになりました」とトミヤマ氏は説明する。しかし、現代では、体重が増加してさらに屈辱を受ける可能性が高まるだけだ。

研究者たちは、社会の体重バイアス（体重に関する偏見）を減らす方法を見つけようと取り組んできたが、いまのところ成果は上がっていない。「他のスティグマを植え付けられたグループに効果があつた介入策も、体重バイアスには効果が出にくいことが判明しています」とプール氏は話す。

例えば、肥満の背後には複雑な要因があることを加害者側に啓発しても、一時的な効果はあるが長続きはしないという。異なる人種間の交流は人種バイアス（人種に関する

偏見）の軽減に役立つが、同じことをしても体重バイアスには効果が薄い。大半の人は、すでに身近に多くの高体重の人がいるからだろうとプール氏は考えている。

社会規範が大幅に変化しない限り、特効薬はないというのがプール氏の見方だ。「日々の生活には、（体重）スティグマに疑問を抱くよりもむしろスティグマを強化するメッセージがあふれています」とプール氏は言う。「本当にスティグマを減少させたのなら、システムをもっと大きく変えなければなりません」

文＝MERYL DAVIDS LANDAU/訳＝稲永浩子（ナショナルジオグラフィック日本版サイト）
2023年3月24日公開

患部アイシング、 軽いけがに有効 神戸大が効果確認

氷で患部を冷やす「アイシング」は、けがの程度が軽い場合は筋肉の回復を促すとの研究結果を神戸大の荒川高光

准教授らのチームが5日までに発表した。チームによると、これまでアイシングの効果について十分な科学的根拠は示されていなかった。

けがの程度が重いと逆に回復を阻害することがチームのこれまでの研究で分かっている、荒川准教授は「どこまでの損傷ならアイシングが有効か、線引きを検討することが重要」としている。

スポーツで起きるけがは、筋線維の損傷が10%以内の比較的軽いものが多い。チームはラットで実験。脚の筋線維の約4%を傷つけた後、袋に水を入れて30分のアイシングを2時間ごとに1日3回実施。これを損傷させた日と1日後、2日後の3日間繰り返した。4%はマラソンなどで起こりうる損傷と同程度という。

損傷の2週間後に筋肉を観察すると、アイシングしたマウスは、しなかったマウスよりも再生が進んでいた。免疫細胞「炎症性マクロファージ」の活動が弱まっていることが判明、詳しいメカニズム

を今後調べる。

(2023年4月5日/日経)

ボール運動、 苦手な子も球技未満で 楽しくスポーツ入門 体力養成、教室広がる

児童生徒の体力低下が顕著な中、「運動が苦手、運動を初めて行う子のスポーツの入り口」をコンセプトに掲げるボール運動教室「バルシューレ」が広がりを見せている。簡単に多様なボール運動を用い、子どもの潜在能力を引き出すのが狙い。首都圏を中心に約60校で定期教室が開かれ、人気が高まっている。

「やった、やった!」。明るい色のゴムボールを1メートルほど先のかごに投げ入れた幼稚園児が跳び上がった喜ぶ。東京都港区の貸しスタジオで毎週金曜に開かれている六本木校。園児クラスの男女9人があちこちに転がるボールを使い、さまざまな遊びに夢中だ。指導員の男性(28)は「50分のレッスンで必ず手と足の両方でボールを扱う。

バルシューレの定期教室が開かれている都道府県



全身を使うのがテーマ」と説明する。

指導者は励ましたり褒めたりして運動を促すが、動かない子には無理に強要しない。自由にさせれば意欲が芽生え、結果的には運動量が着実に増えて体力向上につながる子が多いという。

小学生クラスは、考える力も養えるように課題解決型の

遊びを取り入れる。2年以上通う小学3年の女児(8)は「遊びながら、いつの間にか学んでいる。前はそうでもなかったけど、今はスポーツが好き」と笑顔。女児の母親は「たくさん習い事をしているけど、ここが一番楽しそう。すぐ褒めてもらえるので自己肯定感があるのでは」と目を細めた。

スポーツ庁の全国体力・運動能力調査で、50メートル走やソフトボール投げなど8種目の合計点は小、中学校の男女とも下がりが続いている。過去10年間ではいずれも2018年度をピークに落ち、新型コロナウイルスの感染拡大が続いた22年度は最低点を記録した。

同庁は「感染症の拡大によ

り拍車がかかった運動不足について、抜本的に改善することが必要」と警鐘を鳴らす。

幼児期から中学生までを「ゴールデンエイジ」と称し、この時期の運動習慣が「生涯にわたる体力・運動能力等の基盤となる極めて重要な要素」として対策を検討してきた。

その中でスポーツ用品大手のミズノに委託して19年度から実施した「子供の運動習慣アップ支援事業」は、「運動遊びを実施しているときの幼児・児童にかける言葉やそのタイミング」や「子どもの発育発達に応じた運動遊びプログラム」を重要視。バルシューレの理念とも合致している。

バルシューレは、発祥のドイツ・ハイデルベルク大と研究交流があった奈良教育大が日本に適したプログラムの開発や指導者の養成を推進。17年に業務提携した「バルシューレ東京」が教室を運営し、全国に展開してきた。

事業担当の杉本拓哉さんは「立ち上げのときは認知拡大のため東京23区の役所へ営業

に行った。当初は95%くらい門前払いだった」と笑う。

徐々に理解を得て自治体主催のスポーツイベントなどで体験会を開き、定期教室の参加者を増やした。単純で楽しく、運動嫌いな子や発達障害がある子も取り組みやすいプログラムが好評を博し、定期教室に通う児童は全国で1200人を超えたという。杉本さんは「接触人数は年々増えている。まだまだこれから」と、さらなる普及促進を目指している。

(2023年4月6日/日経)

「週1回の運動」実施率、昨年微減58% 全国の成人男女

笹川スポーツ財団は8日までに、全国の18歳以上の男女を対象とした国民のスポーツに関する2022年の調査結果を公表し、週1回以上の運動・スポーツ実施率は、過去最高だった20年調査に比べて1・0ポイント減の58・5%となった。調査は隔年で実施され、年1回以上の実施率は

72・9%で前回とほぼ変わらなかった。

21年の東京五輪・パラリンピック後に行われた初の調査。今回の結果も新型コロナウイルス禍の影響が避けられないものだとしている。スポーツの直接観戦やテレビ観戦の割合は過去最低を記録。一方でインターネットでの観戦率はボクシングなど格闘技が人気で、初実施だった前回調査から7・5ポイント増加の21・4%だった。

スポーツの大会におけるボランティアの実施率も、1994年の調査開始以降で最も低い4・2%に落ち込んだ。

調査は昨年6月10日から7月10日まで行われ、計3千人から調査票を使って回答を集めた。

(2023年4月8日/日経)

大阪経済大学、 声出す体操で 児童の体力向上 独自に開発

起立、気をつけ、礼、体操！——。大阪府能勢町の学

校では、週3〜4回、朝の会の時間に擬態語を声に出しながら体を動かす「オノマトペ体操」と呼ばれるプログラムを実施している。同体操は大阪経済大学の若吉浩二教授が考案した。児童のプログラムに活用することで運動能力向上に結びついている。

能勢町では人口減少により小中学校を再編、2016年に小中一貫校「能勢ささゆり学園」として集約した。スクールバス通学の生徒が全体の約6割に増加し、歩行距離の減少などで児童の運動不足が顕著となった。

全国平均を大きく下回る体力測定結果に危機感を抱いた同町教育委員会は大阪経済大との連携事業として「能勢っ子！ かけっこ！ 日本一！」プロジェクトを開始。スポーツ科学が専門の若吉教授とゼミ生らが主導した。

「ヒュヒュトーン」「ポンポン」。声を出しながらジャンプや足踏みなどの体操をし、走る動作に関わる関節や筋肉を刺激する。プログラムを作る際、現場の先生から学

生がヒアリングをし、子どもに飽きられない内容をゼミで話し合ったという。

19年度から3年間、総計1036人の児童が体操を実施したところ成果も出た。学校平均の50メートル走のタイムは全国平均値より19年時点で0・42秒遅かったが、22年には0・02秒に縮まった。塩出雅之教頭は「楽しみながら体操している姿が印象的」と語り、これからも続けていきたいとしている。

(2023年4月9日/日経)

前橋市の高齢者に 「脳活」体験会、 コシダカが無料

カラオケ店「まねきねこ」などを運営するコシダカホールディングス(HD)傘下のコシダカは12日、同社が運営するシニア向け健康サロン「カノップ」で月1回、60歳以上の前橋市民を対象とした無料の「脳活」体験会を開催すると発表した。前橋市と連携し、認知症予防や健康寿命の延伸につなげる。

カノップは前橋市内のカラオケ店3階に昨夏開業した。ゲーム感覚で遊びながら頭や体を使う各種の健康プログラムを、シニア会員向けに有償で提供する。脳活動や血圧、血管年齢などのデータを計測できる機器も備えた。

同サロンで60歳以上を対象に脳活体験会を無料で開催する。27日に1回目、24年3月まで毎月最終木曜日に開く。定員は各回20人程度。希望者は各開催日の1週間前までにカノップに直接申し込む。

(2023年4月12日/日経)

新興が挑む老化防止 新風シリコンバレー

ウィールパートナー

小松原威氏

(日立製作所を経て2008年にSAPジャパンに入社。15年よりシリコンバレーにあるSAP Labsに赴任、日本企業の変革イノベーションを支援。18年2月にスタートアップ支援のウィールのパートナーに)

シリコンバレーで知人と話

していると健康についての話題になることが多い。瞑想(めいそう)をするメディテーション、プチ断食とも言われるファステイング、肉を食べないベジタリアン、炭水化物を抑えて脂質を摂るケトダイエットなど、人によって健康への取り組みは様々だ。

多くの人が日ごろから何かしらの運動に励んでおり、健康データをとるためのウェアラブルデバイスをつけながら、IT企業のオフィスやアパートには必ず併設されているジムで汗を流している。

実際に、フィットネスクラブの会員数も日本の人口比3%に対して、米国では20%といわれているほど、運動人口が多い。私も週2回の筋トレをすることで、心身ともに健康を保っている。

そんな健康を阻害する大きな要因の一つが老化だ。老いを防いで健康寿命を伸ばしたいと思う人も多いだろう。

最近、人間の健康寿命を10年延ばすことをミッションに掲げるバイオテック系スタートアップの米レトロバイオサ

イエンス社が、ある個人から多額の出資を受けていたことが話題になった。

1億8000万ドル(約240億円)もの金額を出資したのは、話題のChapultの生みの親であり、いま世界でもっとも注目されている起業家ともいえるオーブンAI社の最高経営責任者(CEO)であるサム・アルトマン氏だ。

彼が著名アクセラレータープログラムのYコンビネーターの代表を務めていた時の同僚を誘って、2022年にレトロバイオサイエンス社を起業させた。ヒト以外の哺乳類における老化メカニズムを特定した上で、最終的には加齢に伴う複数の病気の予防薬の開発を目指している。

米国では、医療費の約90%が生活習慣病やアルツハイマー病など加齢関連の疾患に費やされているといわれている。老化を遅らせることの効果は計り知れず、巨大テック企業も注目している。

13年には米グーグルが壮大な挑戦をするためのムーニョットプロジェクトの一つと

して、老化研究のためにキャリコ社を設立した。そのCEOにはライバルともいえる米アップルの会長を今でも務めており、世界初のバイオテック企業ジェネテック社のCEOだったアーサー・D・レビンソン氏を招き入れた。15億ドル(約2000億円)もの資金を集め、社外に詳細を明かすことなく研究を重ねている。

同じく老化研究のために21年に設立された米アルトス・ラボ社には京都大学の山中伸弥教授が上級科学アドバイザーに就任し、アマゾン・ドット・コム創業者のジェフ・ベゾス氏をはじめ著名な投資家から30億ドル(約4000億円)の出資を受けている。

古くから夢物語だと思われていた老化が止まる日が来るかもしれない。老化、宇宙、環境エネルギーなど壮大なフロンティアに挑戦をするスタートアップが、人類のまだ見ぬ新しい世界を見せてくれるだろう。

(2023年4月14日/日経)

タニタ、 アスリートの減量を 計量計×アプリで管理

タニタが外出先で手軽に食事量を調べられる計量計を発売した。アプリと連携し水分量などを管理して減量に役立てる。ボクシングや柔道など厳しい体重管理が求められるスポーツのほか、マラソンなど本格志向のランナーの利用を見込む。新型コロナウイルスの感染拡大が一服し大会の再開が相次いでいることも追い風になりそう。2024年3月末までに500台の販売を目指す。

3月23日から、自社のオンラインショップを通じて食事計量計「GRAMIL(グラミル)」の販売を始めた。専用のアプリをスマートフォンにダウンロードして、組み合わせて使う。価格は6万6000円。

持ち運びやすいように小型化に取り組んだ。グラミルは従来型の計量計と比べ、厚さを約3分の1に、サイズを約2割にそれぞれ抑えている。

利用者は外食先で、料理や飲料を食事計の上において重さを測る。瞬時に計測を行い、結果はブルートゥース（近距離無線通信）で接続したスマホに送られる。スマホ上では「主菜」や「フルーツ」、「プロテイン」など、何を食べたり飲んだりしたかを設定できる。記録はアプリに残り、日付ごとなどで確認ができる。

開発に携わった事業戦略本部の市原聖也氏はアマチュアボクシングの経験者。顧客に想定するのが厳格な体重管理が必要なスポーツに取り組むアマチュア層のアスリートだ。高校生時代の部活で減量

に取り組んだ経験があるが「外出先での飲食までは管理できず、目分量で記録していた」（市原氏）と話す。急激に体重を落とすすぎて体調を崩したこともあったという。

体重の階級があるスポーツでは、試合に向けて規定体重まで減量が求められることがあるが、これまで外出先で食事量などを計測する手段に乏しかった。

利用者の健康に配慮した機能もある。例えば「1カ月後までに1キログラム体重を落としたい」というケースでは、体に無理のない減量計画をグラフで表示する。1週間で体重が5%以上落ちてしまう状態を「急速減量線」としてグラフ上で表示し、無理のない減量計画の策定に役立てることもできる。

マラソンなど持久力が求められるスポーツのトレーニングにも利用可能だ。大会前に炭水化物の摂取量の把握を目的に利用することなどを想定している。

新製品の認知度の向上に向けては、実際にアスリートに使用してもらうなどして、具体的にどのようなに使われるかを発信していく考えだ。将来的にはスマートフォンのアプリに機能を追加することも予定している。食事のカロリーを計測できるようにすることなどを検討していく。

（2023年4月15日/日経）

「個人事業主型」で副業制度を導入 筑波銀、全職員対象

筑波銀行は従業員の副業を認める新制度を導入した。銀行業務以外の多様な経験を通じて、スキルアップや自己成長を促す。

対象は、行員や嘱託、パートタイマーの全職員。副業先と雇用契約を結ばない「個人事業主型」での副業を認める。4月1日付で始めた。

保有する資格を活用したセミナー講師や執筆活動、外国語講師、塾講師、スポーツ少年団などの審判やコーチ、スポーツインストラクターなどを想定している。

筑波銀は副業制度導入の狙いについて、「職員のやりたいたいことの実現を通じ、自律的なキャリア開発の促進やエンゲージメント（働きがい）の向上を目指したい」としている。

（2023年4月18日/日経）

子どもの習い事、「個」を親が尊重しながら（杉山愛）

テニスに集中したい……。7歳にして宣言した息子には驚いた。サッカー、ダンスなど、興味を持ったものをやらせてきた。同世代の友達に刺激を受け、選手コースを目指して週5回もやっている。

厳しい世界だが、彼が選んだ道。親は応援するだけだ。好きなことをするのは楽しく、打ち込める。仲間ができたり、欠点を克服しようと努力したり……。フラスアルファの世界を知ることができるのは人生にとってプラスではない。

私も運営に携わるアカデミーに息子も所属する。以前は、低学年の選手クラスがなく、私も週2回程度は教えていた。私は選手時代、母がコーチだった時期がある。親がコーチだと素直に聞くのが難しいこともあり、ぶつかることがある。もっとも幼稚園から小学校低学年は「楽しい」と思うことが一番。息子も私

に教わるのがうれしいようだ。

「グリップ」「打点」など、変な癖がつくと後々直すのが大変な肝は押さえる。手本を見せたり、擬音を使ったり、ひき付けるような気を配る。この年代は「ぶさける」楽しむ」になりにかかない。羽目を外すのでなく「全力を尽くすプロセスが本当に楽しむということ」と示すようにしている。

パワーはあるし、サーブ練習で2回連続のミスを悔しがるなど、7歳にして試合を意識した練習をしている。大人でも練習のための練習になりがちな選手もいるから、「やるな」と思う。一方、フットワークはまだまだ。この先、克服しなければならぬ技術、嫌になるほど考えないといけない課題が出てくるだろう。自分自身で気づくことが大事だ。

テニス界ではウィリアムズ姉妹（米国）などのように親がコーチという場合も珍しくない。子どもを別の個人として尊重し、親自身も成長しな

ければならないだろう＝AP

私にない性質を息子に発見して驚くことも多い。子供は全く別の個人だと痛感する。親子によっては相性の合う合わないもあるだろう。「個」と「子」を尊重し、親も成長しなければと思う。

ウィリアムズ姉妹（米国）、キャスパール・ルード（ノルウェー）ら、テニス界は2世選手や親がコーチというケースは珍しくない。今の選手は特に重圧を感じないようで、親子関係も良さそう。過去には熱心過ぎる親がいたり、マルチナ・ヒンギス（スイス）のようにコーチだった母との関係が破綻したケースもあった。これはあまりに悲しい。

過度な期待を持ってしまっただろう。息子に「こうなっただけ」というのをつくりたくないと思っている。等身大の姿を受け止めたい。その結果がどうであれ、プロセスを踏んで頑張った末にラケットを置く人生と、なんとなく終わるのでは、その後が違いう。テニスを通じていろいろ

ものを得てほしい。

お兄ちゃんに影響されたか、1歳の娘が既に卓球のラケットでボールをポンポン打って遊んでいる。彼女もテニスを遊ぶのか？興味深く見ている。（テニス女子日本代表監督）

（2023年4月19日/日経）

ジム運営会社向け 融資サービス提供 ハコモノ、GMOと連携

スポーツジムなど運動施設向けの情報管理システムを主力とするhacomo（ハコモノ、東京・渋谷）は、GMOインターネットグループと事業連携する。システムを経由し、GMOが手掛ける融資などの金融サービスを受けられるようにする。

システム開発に充てるため、ベンチャーキャピタル（VC）のコーラル・キャピタルやGMO傘下のGMOベンチャーパートナーズなどを引受先とする第三者割当増資で30億円を調達した。これとは別に複数の金融機関から8

億5000万円を借り入れた。

2024年をメドに施設運営者がシステムから融資を申し込めるようにする。システムに蓄積した日次売上高などのデータを活用して与信調査を効率化する。審査が通ればGMOから融資する。ハコモノは他の金融機関との連携も検討中だ。

売掛債権を現金化する「ファクタリング」サービスも利用できるようにする。立ち上げ直後の中小施設では資金繰りが課題となっており、需要を見込めると判断した。

ハコモノのシステムは会員情報や予約状況の管理ができる。アナログだったジムや水泳教室などの業務をデジタル化する需要を捉えている。金融関連の機能充実をテコに、導入実績を24年末までに8000店舗と現状の3倍弱に増やす目標だ。

（2023年4月19日/日経）

シニア割引広がる 注意点は証券手数料

50代もお得に 目的や頻度 慎重に考えて

「もうすぐ定年です。収入はほぼ年金だけになるので、できるだけ出費を抑えるつもりです。一方、生活は充実させたいと思います。そうしたシニアを対象にした割引サービスが広がっていると聞きます。シニア割引の内容や利用法、注意点を教えてください」

「授業料が安くなり、助かりました」。横浜市の柏崎弘治さん（65）は2022年10月から半年間、通信制の八洲学園大学（同市）で学び、図書館司書の資格を取得した。利用したのは、50歳以上を対象に学費を割引くシニア割引だ。

柏崎さんは60歳以上からの「プラチナコース」を履修した。資格取得にかかる学費は通常、半年間で約25万7300円だが、同コースを使うとシニア割引で約13万6300円で済む。

柏崎さんは中学校の教諭を

22年に退職した。「生活にメリハリをつける」ため仕事を探していたところ、ハローワークで図書館からの求人があるのを見つけた。「図書館で働くために資格を身に付けよう」とシニア割引がある同大に入学した。「今後は学校や公立の図書館などで働きたい」と意欲的だ。

採用業種増える

シニア割引は特定の年齢以上の人が受けることができるサービスだ。多くは60歳以上が対象だが、50代から使えるサービスもある。代表的なのは、スーパーやドラッグストアなどでの買い物の割引だろう。毎月、割引デーを設け、ポイントカードの提示や電子マネーで支払うと、5%程度を割引する例が多い。

高齢化が進むなかで、シニアの需要を取り込もうと、割引サービスを手掛ける業種が増えてきた。

インターネット証券のauカブコム証券は、株式の売買手数料にシニア割引を採用している。取引ごとに手数料が

発生する「ワンショット」
(国内現物株)と、一日の取引金額に合わせた「一日定額」(国内現物株と国内信用取引)が対象だ。それぞれ、50歳以上、60歳未満は2%、60歳以上は4%を割り引く。

同社に口座を開設している約150万人のうち「4割弱が50歳以上」(同社の湯口俊輔さん)という。口座を開設していれば、50歳、60歳に達すると自動的に割引が適用になる。

デル・テクノロジーズは60歳以上を対象に、パソコン、モニター、ヘッドセットなどを2%割引きで購入できる「シニア割」を実施している。電話とチャットでの注文に適用する。1人10台まで購

入でき、「自分用と孫へのプレゼントに買う例もある」(同社)。
このほか、パソコン修理や住宅リフォーム、ハウスクリーニングなどにもシニア割引が広がっている。

シニア割引の例

	サービス名	企業・店舗・施設	サービス内容	対象年齢
買い物	シニアナナコ	イトーヨーカード	毎月15、25日に電子マネー「シニアナナコ」カードで支払うと5%引き	60歳以上
	シニア割	デル・テクノロジーズ	パソコンなどの商品を電話かチャットで注文すると2%割引	同上
外食	プラチナパスポート	すかいらーくグループの飲食店	飲食、持ち帰りの会計から5%割引	同上
レジャー	大人の休日倶楽部シバング	JR東日本、JR北海道	JR東日本、JR北海道の乗車券が30%引き。年会費が必要	男性65歳以上、女性60歳以上
	ハッピー55	イオンシネマ	映画観賞料金が1100円	55歳以上
学習	シニア割引	八洲学園大学	図書館司書資格取得の学費(半年間)が通常よりも約11万~12万円割引	50歳以上
資産形成	シニア割引	auカブコム証券	現物株式の売買手数料が2~4%割引	同上

シニア割引を利用する際の注意点

メリットがあるか、生活の充実に役立つかを考える



適用年齢や対象サービスなど利用条件を確認



利用の際には年齢確認ができる身分証明書を持参



運転免許返納で適用

さらに、運転免許を返納して受け取る運転経歴証明書を持参することでも割引が適用される。原則、65歳以上が対象だ。

例えば、帝国ホテル東京では、直営のレストラン、バーラウンジで10%の割引サービスが受けられる。メモリアルアートの大野屋(東京都立川市)では、新規の墓石工事代(30万円以上)の10%を割り引くほか、墓のリフォームや移転、撤去工事の5%を割り引く。

シニア割引には、どんな注意点があるのだろうか。ファイナンシャルプランナーの小塚歩さんは「割引の適用年齢や対象サービス、期間などの利用条件を事前に確認しておくことが大切だ」と話す。適用年齢やサービス内容に変更されることがあるからだ。

店などで割引を受けるには、年齢確認ができる身分証明書の提示を求められることが多い。免許証や健康保険証、マイナンバーカードなどを持参すれば、対象年齢なの

に割引を受けられなかったという事態を避けられる。

メリット見極め

物価上昇が続くなか、シニア割引は年収が目減りする高齢者層にとっては大きな味方だ。ただ、「本当にメリットがあり、生活の充実に役立つかを考えることも大事」（小塚さん）だ。

たまたま入った店で勧められシニア割引を受けられるポイントカードをつくったが、ほとんど行くことはない。交通機関の割安な高齢者パスを購入したが、あまり利用しない——といった事態にならない。

割引だからと飛びつかずに、目的や頻度を考えて利用したい。

（2023年4月19日／日経）

5歳児

水泳教室に参加中

プールで死亡

富山・高岡

22日午後4時50分ごろ、富

山県高岡市木津の「オーパス

フィットネスクラブ高岡」のプールで、水泳教室に参加していた同市和田の保育園児の笠谷拓杜（ひろと）ちゃん（5）が沈んでいるのが見つかった。県警によると、心肺停止状態で搬送され、病院で死亡が確認された。目立った外傷はなく、司法解剖して死因を特定する。

フィットネスクラブの関係者によると、拓杜ちゃんが飛び込んだ後に浮き上がらず、そのまま沈んでいく様子が監視カメラに映っており、発見まで約5分かかっていた。現場にはコーチが4人いたが、沈んでいる拓杜ちゃんに気付いたのは近くにいた別の子どもだった。県警は安全管理体制に不備がなかったかどうかを慎重に調べている。

拓杜ちゃんは水深1・2メートルのプールの底に敷かれた台の上で、ヘルパーと呼ばれる浮具を腰に着けて遊んでいたが、発見時、ヘルパーは外れていた。飛び込むなどした際にひもがほどけた可能性がある。

水泳教室には子ども19人が

参加。コーチ4人中2人はプールサイドに、1人は水中にいた。もう1人はプールと事務室を行き来していたという。

（2023年4月24日／日経）

「怒ってはいけない」 変わるスポーツ指導に 広がる共感

日本スポーツ協会（JSPC）が組織する日本スポーツ少年団の本部長に元バレーボール日本代表の益子直美さんが就任する。1962年に創設されたスポーツ少年団で女性本部長は初めて。益子さんはスポーツ指導のハラスメント行為の排除を目指し、小学生のバレーボールで「監督が怒ってはいけない大会」を各地で開催していることが知られている。

益子さんとスポーツ少年団との関わりはこれまでなかった。JSPCの幹部は「彼女の取り組みが我々の目指す方向と合致するのでお願いした」と登用の理由を説明する。斬新な人事は、指導者や

先輩の暴力、暴言がいまだにはびこるスポーツ界が変わるための試みと考えられる。

益子さん自身、頼まれた時は驚いたと同時に、やってきたことが認められたと感じてうれしかったという。2015年1月に福岡で大会を始めれば、SNSなどで「それで強くなれるわけがない」などの否定的な意見をぶつけられることが多かった。

それが最近では、同じ方向を向く人が着実に増えてきたと実感している。2年前に活動を本格化するために法人を立ち上げたが、クラウドファンディングで設立のための200万円以上の資金が1日足らずで集まった。22年には秋田市で初めて「怒ってはいけないサッカーの大会」も開催。

この3月には奈良県で中高校生のハンドボール大会とのコラボも実現した。バレーボール以外の競技や上の年代にも同様の取り組みが広がっている。

小学生が中心となるスポーツ少年団の団員数は22年12月の時点で約55万人。年々減少

している。最大の要因は少子化だが、子どもたちのスポーツ離れが進んでいることも見逃せない。こうしたタイミングで、組織の長に益子さんが就く意味は小さくない。

怒ってはいけない大会では、益子さんが試合や練習を見守り、威圧的な声をかけた指導者に「X」のついたマスクを渡して着けてもらう。スポーツマンシップの素晴らしさを説く紙芝居を作って子どもたちに披露することもある。

同じことはできないにしても、スポーツ少年団でも「（本部長の仕事として）できるだけ大会の現場に行かせてもらい、子どもたちや指導者の皆さんと直接話す機会を持ちたい」。

目の前の勝利だけが目標なら、怒る指導は近道にもなる。だが、それは子どもたちから自分で考える機会や挑戦する意欲を奪うことにもつながる。子どもが主役であることを忘れずに、スポーツ指導のあり方を変えていきたい。

（2023年4月26日／日経）

「NO! スポハラ」 暴力根絶へ新たな活動 スポーツ協会、宣言10年

スポーツ界の「暴力行為根絶宣言」が採択されてから10年を迎えた25日、日本スポーツ協会は東京都内で記者会見を開き、暴力や暴言、ハラスメント行為の撲滅を目指して「NO! スポハラ（スポーツ・ハラスメント）」活動を開始すると発表した。

保護者や指導者への啓発を進めるため、専門家による情報発信を強化するほか、選手らによるシンポジウムの開催、交流サイト（SNS）を使ったキャンペーンなどを行う。来年3月末までを取り組みの強化期間とし、日本スポーツ協のほか日本オリンピック委員会（JOC）、全国高校体育連盟など6団体が連携する。

スポーツ界の暴力やパワハラ問題で、日本スポーツ協の窓口への相談件数が2022年度は過去最多の373件に上った。最近も学校部活動での暴力指導が表面化するなど、問

題の根深さが浮き彫りになっている。

（2023年4月26日/日経）

日常動作で フレイル防げ 無理なく 活動量増加狙う はれコーポと 立命館大共同で プログラム

有料老人ホームを運営するはれコーポレーション（岡山市）は京都市の介護施設で立命館大学との共同研究を始めた。入居者の協力を得て、フレイル（心身の虚弱状態）を予防するために日常的に取り組める活動を調べる。大学に高齢者との接点を提供し、研究の知見を各地の施設で生かす。

「椅子から立って座ってを繰り返してみよう」。立命大スポーツ健康科学部の真田樹義教授が声をかける。「1、2、3!」と入居者たちは回数を声に出しながら実践する――。はれコーポの有料老人ホーム「アスデシニア

京都嵐山」で4月から研究が始まった。

テーマは「フレイル予防のためのカラダ・プログラム」。例えば椅子を使った立ち座りやストレッチ、机ふきなど、生活の中で無理なく取り組める活動のプログラムを高齢者の体形に合わせてつく

ることを目指す。
フレイルは心と体の働きが弱まり、健常から要介護に移行する間の段階にあたる。アスデシニア京都嵐山は要介護者専用の施設だが、十分動ける入居者も多い。下肢筋力の強化や活動量の増加につながれば、健常者のフレイル予防にも生かせると考えている。

共同研究につながったのははれコーポの上川敏敬副社長が立命大のビジネススクールに通っていた縁からだ。「介護職の職員でもできるプログラムをつくり、日常のリハビリの一つとして各施設に行き渡るようにしたい」（上川副社長）

介護付き有料老人ホームにはリハビリを手掛ける理学療法士や作業療法士がいる場合

もあるが、療法士だけでなくの入居者に身体を動かす指導をするのは難しかった。3年間をかけてプログラムをつくり、研究の成果を全国15道府県の施設で生かす予定だ。

真田教授はこれまで、高齢者の活動量と身体機能の関連関係を分析し、フレイル予防に日常的な活動が効果があることを示してきた。だが被験者の行動に介入して効果を確かめる時間をかけた研究まではできていなかった。「介護現場のようなフィールドとは接点がなかったので、意義が大きい」という。

はれコーポは嵐山で別テーマでの研究協力も始めた。高齢者がなつかしいものや映像を見て思い出を語り合うことで認知機能を改善させる「回想法」ができる対話ロボットの開発に協力する。

研究を手掛ける立命館大情報理工学部の泉朋子准教授は「工学の分野から高齢者へのアプローチは難しかった」と話す。施設の職員と入居者が話をする様子などを参考にし、ロボットの振る舞いを設

計する。

はれコーポの上川副社長は「職員が入居者一人ひとりに向き合える時間はどうしても限られている。ロボットの力も借りられるようになれば」と期待を込める。

（2023年4月28日/日経）