

Fitness Industry Association NEWS

2026年（令和8年）1月13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/



FIA会員各位 新年のご挨拶

謹んで新年のご挨拶
を申し上げます。

フィットネス業界に
おいては、社会全体が

「コロナからの回復」を語る中にあっても、なおその影響が色濃く残っていると感じております。人々の健康への関心は依然として高いものの、その向き合い方やお金の使い方は、ますます多様化・細分化しています。さらに、人材確保の難しさや諸経費の増大など、個社の努力だけでは解決が難しい経営課題も山積しています。

こうした状況の中、FIAが推進する「全国カラダ年齢測定」は、定期的な測定を通じて自身のカラダの“現在地”を知り、日頃の運動の効果を実感しながら、継続的な運動へのモチベーション維持につなげることを目的としています。昨年までに延べ1万6千件を超える測定が行われ、継続的な運動が身体機能の維持・向上に確実に寄与していることが、分析結果からも明らかになりました。この取り組みは、既存会員の定着に資するだけでなく、連携を図っている健康保険組合組織や各社の法人会員など、まだ顧客化されていない方々へのアプローチツールとしても活用いただける仕組みです。ぜひ活用をご検討いただければ幸いです。

また、FCM技能検定事業では、昨年よりCBT（Computer Based Testing）方式を導入し、全国約300会場にて、3日間の中から希望の時間帯を選んで受検で

きるようになりました。これにより、これまで受検が難しかった地域や職種からの受検者も増加しています。今後も、業界を支える人材のスキル向上に資する制度として、さらなる整備を進めてまいります。

本年は、スポーツへの関心を高めるさまざまな国際大会が予定されています。2月のミラノ・コルティナ冬季オリンピック、6～7月のFIFAワールドカップ北中米大会、秋の愛知・名古屋アジア競技大会、そして来年5月には、私たちにも身近な「ワールドマスタースゲームズ2027関西大会」も控えています。こうした機会を活かし、地域の皆さまにクラブを「カラダづくりの窓口」として認知いただけるよう、会員クラブの皆さまとともに積極的に活動してまいりたいと存じます。

本年が、会員の皆さまにとって飛躍の一年となりますよう、心よりお祈り申し上げます。

令和8年1月
一般社団法人
日本フィットネス産業協会
会長 花房秀治



CONTENTS 目次

新年のご挨拶

一般社団法人日本フィットネス産業協会 会長 花房秀治	1
-------------------------------------	---

今月のトピックス

「業務委託インストラクターによる 撮影・SNS発信」の取り扱いについて	3
--	---

FIA全国カラダ年齢測定 レポート②⑥

「令和6年度 体力・運動能力調査」報告	6
---------------------------	---

Health&Fitness Association グローバルレポート

2026年に向けて、アメリカ人は運動を 必須支出ととらえている!	7
---	---

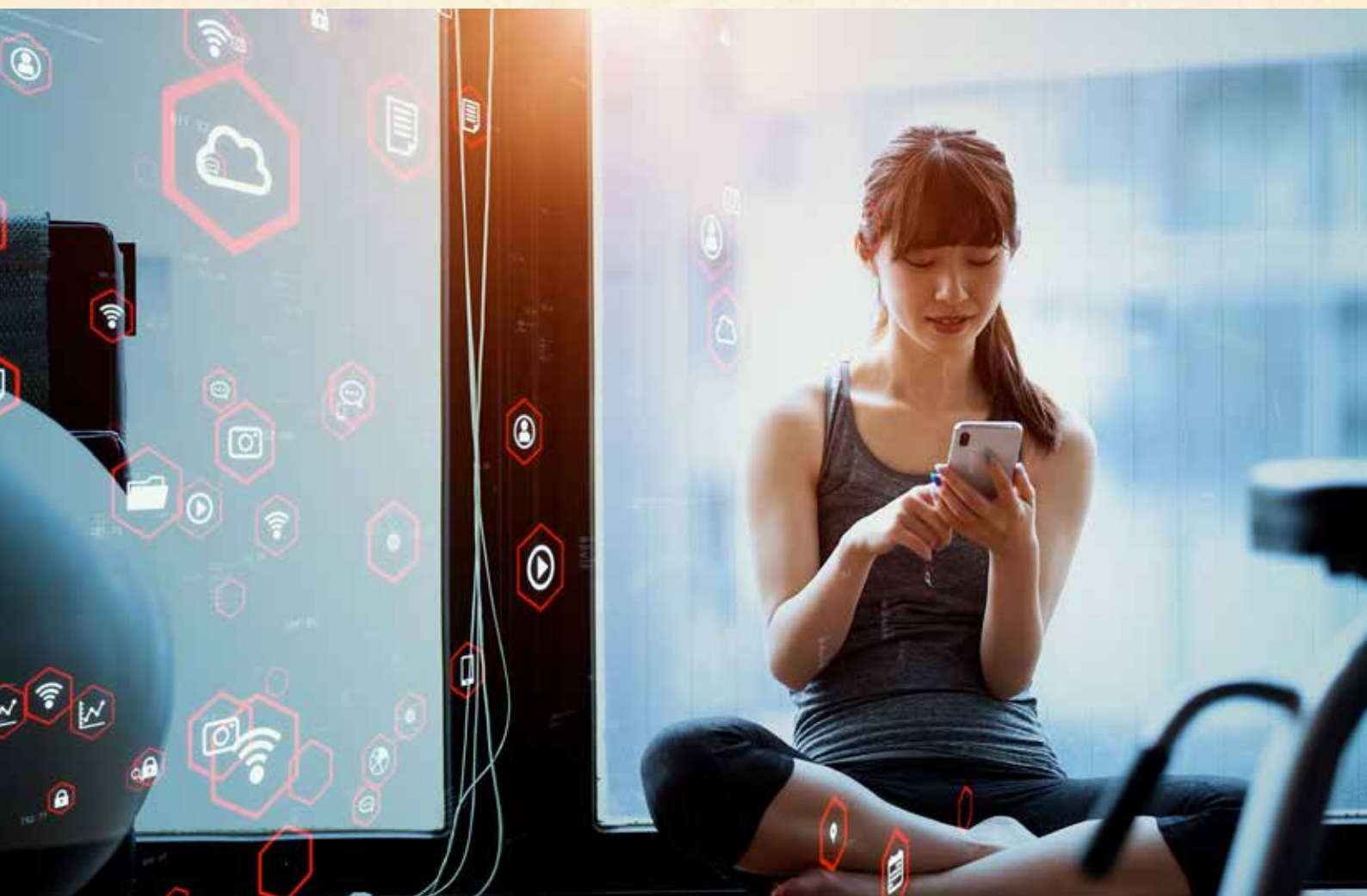
ダイジェスト版

業界関連ニュースをイッキ読み	8
----------------------	---

FIAから臨時ニュース!

朝日新聞紙面にて、フィットネス施設選択における安全の目安として 『FIA加盟施設認定制度』が紹介される	15
--	----

「業務委託インストラクターによる 撮影・SNS発信」 の取り扱いについて



FIAに寄せられるご相談のうち、各クラブに共通し、時を経ても継続する案件に、
「業務委託インストラクターによるSNS発信」の取り扱い問題があります。

そこで今号では、加盟クラブからの問い合わせに伴い、
主な理事企業からヒアリングした回答を紹介したいと思います。

概要

フィットネスクラブの契約トレーナーやインストラクターがSNS投稿を行うことには、集客や認知度の向上、また顧客エンゲージメントの強化といったメリットがある一方、情報発信の管理や炎上リスク、プライバシーの問題といったデメリットも存在します。

(1) メリット

集客・認知度向上: SNSでの情報発信は、ジムの存在やトレーナー・インストラクターのスキルを広くアピールする手段となり、新規顧客の獲得につながります。

また、トレーニング方法や健康に関する有益な情報を提供することで、ジムの専門性や魅力を伝え、関心を持つ層にアプローチできます。

好事例 1: トレーニング風景の写真や動画、食事のアドバイス、お客様の声などを投稿する。

→ **顧客エンゲージメントの強化:** SNSでのコミュニケーションは、顧客との距離を縮め、親近感を生み出します。質問に答えたり、コメントに返信したりすることで、顧客の疑問や不安を解消し、信頼関係を築くことができます。

好事例 2: ライブセッションやQ&Aコーナーを実施する、顧客の投稿にコメントする。

→ **ブランディング:** SNSを通じて、トレーナーやインストラクター自身の個性や強みをアピールし、ジム全体のブランドイメージを向上させることができます。また、専門分野や得意なトレーニング方法を発信することで、ターゲット層に響く情報を提供できます。

好事例 3: 自身のトレーニング哲学や実績、得意なトレーニングジャンル

を発信する。

→ **情報発信の効率化:** SNSは、イベント情報やキャンペーン情報を迅速に拡散するのに役立ちます。一斉送信機能などを活用すれば、多数の顧客に効率的に情報を届けることができます。

好事例 4: キャンペーン情報を投稿したり、イベントのリマインダーを送信する。

(2) デメリット:

情報発信の管理において、SNS投稿は、一度公開すると削除が難しく、誤った情報や不適切な内容を発信した場合、ジム全体の信頼を損なう危険性があります。投稿内容の確認や、コメントへの対応など、情報発信には細心の注意が必要です。

リスクマネジメント 1: 投稿前に内容を複数人で確認する、コメントは慎重に対応する。

→ **炎上リスク:** 不適切な発言や誤解を招く表現は、炎上につながる危険性があります。特に、顧客のプライバシーに関わる情報や、他社を批判するような内容は避けるべきです。

リスクマネジメント 2: 個人情報やプライベートな情報を公開しない、他社を批判する投稿をしない。プライバシー問題: 顧客のトレーニング風景を無断で投稿したり、個人情報を特定できるような情報を公開することは、プライバシー侵害にあたる可能性があります。顧客の同意を得ずに、写真や動画を投稿することは避けましょう。

リスクマネジメント 3: 顧客の写真を投稿する場合は、事前に許可を得る。

→ **時間と労力:** SNS投稿には、情報収集、写真や動画の作成、投稿、コメントへの対応など、ある程度の時間と労力がかかります。SNS運用に慣れていない場合は、専門家への

相談も検討しましょう。

リスクマネジメント 4: 投稿内容を事前に計画する、SNS運用代行サービスを利用する。

(3) まとめ

SNS投稿は、フィットネスジムにとって有効な集客・情報発信ツールですが、デメリットも理解した上で、慎重に運用する必要があります。情報発信のルールを設け、顧客のプライバシーに配慮し、炎上リスクを回避することが重要です。

ご相談内容と 主な企業からのご回答

【相談内容】

Q1 業務委託のインストラクターやPTに館内施設やレッスンの撮影や録音を許可していますか。

① 許可している場合、インストラクターや会員、その他の施設利用者に撮影に関する同意を同意書等で求めていますか。

② 撮影を許可している場合、撮影する端末の制限をしていますか。

例) クラブ所有の端末のみ撮影可、インストラクター所有の端末等で撮影可等

Q2 業務委託のインストラクターやPTが撮影した画像や動画等をインターネット上やSNSに公開することを許可していますか。

① インターネット上やSNSに公開することを許可している場合、公開する条件等を定めていますか。

例) インストラクター本人以外の人物が写り込んでいるものは不可等

【ご回答】

(A社)

クラブ内撮影に関する全般注意を掲示

●ロッカールーム、スパ、プールでの撮影はできません（クラブが認めていない場所での撮影はできません）。

●被写体の承諾を得ていない撮影はご遠慮ください。

●スタッフは撮影のお手伝いを行いません。

●フラッシュ撮影はご遠慮ください。

●SNSはお客様の責任のもと投稿してください。

●他のお客さまに迷惑をかけることや、クラブの運営を妨げる行為はご遠慮ください。

(B社)

業務委託者やパーソナルトレーナーの館内での撮影、録音等は原則許可していない。ダイエット対象者や姿勢改善を目的として撮影する場合は、クラブが所有するデジタルカメラまたはタブレットにて撮影し、個人のデバイスに残らないようにしている。

撮影を原則許可していないので、SNS等への投稿も同様となっている。ただし、ハロウィンやクリスマスシーズンなどで仮装しての特別レッスン等においては、お客様含め撮影ブースを設け、他のお客様が入らないように配慮し、グループにて撮影、SNSへの投稿は認めている。その際、書面での同意書等はとっていないが、口頭もしくはイベント告知の際にSNSへの投稿をする場合がある旨を告知。またお客様ご自身でも積極的に投稿してもらうよう促している場合はある。

(C社)

A1 当社が営業内容のPRを依頼しているインストラクターやPTには許可している。

①事前告知等により同意は得ているが、書面による同意は求めない。

②インストラクター等が所有する端末で撮影しており、クラブ側所有の端

末は使用していない。

A2 第三者のお客様が写り込む撮影や、不適切な内容は許可していない。また、ステマ規制に抵触しないよう、#施設名#商品名#PRなどをつけていただくこと等をルール化している。

(D社)

A1 業務委託等にかかわらず、原則館内での撮影は禁止としている。そのためインストラクターやトレーナーの撮影・録音も許可していない。

A2 1の通りであり、SNSへの公開も許可していない。なお、取材等で撮影が入る場合には事前に撮影がある旨を告知し、スタッフ立ち合いの下、実施している。

(E社)

A1 許可していない

A2 許可していない

(F社)

A1 原則録音も録画も許可していない。万一、事情があり撮影する場合は、クラブの許可を取り、他のお客様が写らない撮影をすることをルールとしている。また、クラブによってはフォトスペースを設けているところもあるが、こちらの撮影でも他のお客様が写らないことをルールとしている。

A2 許可していない。万一、館内での撮影を発見した場合は、削除する依頼をすることもある。

(G社)

A1

①レッスン中の撮影や録音は不可としている。レッスン後の集合写真などについては、店舗が定めた場所や時間に限り、許可している場合がある。ただし、他の利用者が写り込まないことを条件としているので、他の利用者へ同意は求めている。

②撮影に加わっている方であれば端末の限定はしていない。

A2

①当社のSNS使用に関するガイドラインに関しては、同意書を提出された方に限り、SNSに公開可としている。会員が写り込んだ画像等を公開する場合は、インストラクターが会員に承諾を得ることが条件としている。

(H社)

A1 通常時は許可していない。撮影を許可したイベント時のみ可能（撮影のみ）。

①撮影許可のイベント時には会員のみ同意書を取得している。

②端末の制限はなし。

A2 同意書を取得したイベント等での撮影を行ったもののみ可とする。

①SNSへ公開する際は、当社のSNS運用ルールを守ることが条件。

例) プロフィールに当社レッスンインストラクターであることの記載、「#PR」の付与、タイアップ機能の使用など。

(I社)

A1

①基本は館内の撮影は禁止だが、イベントや特別に許可した場所のみ撮影を許可する場合もあり、店舗ごとに判断している。店舗が許可した場合で、お客様が写る際には、同意を得てから撮影し、同意をいただけない場合はお客様が写らないようにしている。

例) レッスン後に集合写真を撮る場合などは、同意いただけるお客様のみが写るようにしているなど。

②端末に関しても店舗の判断による（店舗のカメラのみ、お客様のスマホも可など）。

「令和6年度 体力・運動能力調査」報告

今回は、スポーツ庁より報告された「体力・運動能力調査」における世代別傾向の分析報告を要約して共有させていただきます。

この報告データのエビデンスはスポーツ庁管轄で全国にて成人に対して実施されている新体カテストであり、現在FIAで展開している『カラダ年齢測定フィットネス体カテスト』そのものですので、各クラブ様でのこのシステム活用促進にぜひともお役立てください。

「令和6年度 体力・運動能力調査」実績サマリ(20～64歳成人)

1. 「パワー低下」は女性でより顕著に現れている

筋力・瞬発力(握力・立ち幅とび)は全体的に低下傾向にあるが、特に女性の落ち込みが顕著。20～40代女性においては、同年代の男性と比較しても低下率が大きく、基礎的な「力」の弱まりが懸念される。

具体的な数値(1998年頃と比較した変化率)

- ▶35～39歳女性の握力：約9.4%低下(同年代男性は約5.8%低下)
- ▶35～39歳女性の立ち幅とび：約7.1%低下(同年代男性は約3.1%低下)

成人女性の“やせ”や、閉経後の急速な骨密度の減少は顕著であり、継続的な運動による改善の必要性が求められる中、相対的な女性の体力低下は大きな課題となっています。

2. 男性の「持久力向上」傾向

男性は、基礎体力(パワー)の低下とは対照的に、走力(スタミナ)が劇的に向上。

具体的な数値：

- ▶45～49歳男性：約15.9%向上(最も伸びが著しい層)
 - ▶55～59歳男性：約17.2%向上(シニア手前の層も大きく伸びている)
- ※20代後半、30代後半でもそれぞれ約13.6%、約11.3%の向上が見られる。

「令和6年度 体力・運動能力調査」実績サマリ(20～64歳成人)

1. 男女共通：「若返り」傾向

高齢者層では男女ともにほとんどの種目で記録が向上しており、身体的な「若返り」が進行している。特に歩行能力の改善が著しく、日常生活における活動レベルの向上が示唆される。

具体的な数値(改善傾向)：

- ▶10m障害物歩行(秒)：男女全年代でタイムが短縮。特に75～79歳女性は約18.8%、男性は約13.3%も速くなっている。
- ▶6分間歩行(距離)：男女全年代で歩行距離が延長。75～79歳女性では約12.2%伸びている。

2. 男性の懸念点は「柔軟性の低下」

パワーや持久力は向上しているが、「柔軟性(長座体前屈)」だけが低下傾向にある。

具体的な数値：

- ▶長座体前屈(柔軟性)：65～69歳男性：約5.5%低下
70～74歳男性：約4.2%低下

※女性においては全年代で柔軟性も向上(+0.5%～+6.9%)が見られます。

いかがでしたでしょうか。このようなデータをクラブを利用されているお客様に、有効に伝えることによって、継続や新規の獲得に繋げてみてはいかがでしょうか。

ここに紹介するトピックスは、
HFAとFIAの提携によりHFA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！



2026年に向けて、 アメリカ人は運動を 必須支出ととらえている！

8,200万人のアメリカ人が、
健康・運動・フィットネスの目標達成に
600億ドルを費やす予定

2026年を見据え、アメリカ人は健康とフィットネスを新年の重要な目標としてだけでなく、
家計にとって不可欠な投資ととらえています。家計が経済的に苦しい状況に陥った際に、
真っ先に削減されるような支出ではなく、むしろ必須支出ととらえているのです。その真相に迫ります。

翻訳 | 松村 剛

ヘルス & フィットネス協会
(HFA) による全国調査によると、
アメリカ人は2026年に健康・フィット
ネス・運動の目標達成と新年の抱負達
成のために、推定600億ドルを費やす
予定です。

この調査結果は、経済の不確実性が
消費者の意思決定に影響を与え続け
ているにもかかわらず、人々が運動に持
続的かつ深く根ざした取り組みをして
いることを示しています。

米国の成人の半数以上（56%）、
約1億5,100万人が、今後1年間の個
人的な目標を設定する予定であると回
答しています。目標設定者の中で、健
康・フィットネス・運動は最も人気のあ
る焦点として際立っており、54%
（約8,200万人のアメリカ人に相当）
が挙げています（図1）。

特筆すべきは、これらの目標設定が

健康に対する幅広い理解を反映してい
る点です。

アメリカ人のフィットネスへの意欲
は、心身の健康の様々な側面に及んで
います。

健康関連の目標設定者の半数（50
%）は、筋肉や筋力の増強を目指して
おり、ほぼ同数の人が可動性、柔軟性、
姿勢の改善を望んでいます（48%）。
しかし、一方では身体活動を通じたメ

ンタルヘルスの改善も最優先事項と認
識されており、46%がこの点の改善・
維持を挙げています（図2）。

しかし、目標を行動に移すには、体
系化された運動環境へのアクセスが不
可欠です。圧倒的多数の86%のアメ
リカ人が、2026年の目標達成にはジ
ム、スタジオ、その他のフィットネス
施設へのアクセスが重要だと回答して
おり、そのうち61%は非常に重要だ



図1 主要な新年の抱負のテーマ

★54%>ヘルス・フィットネス&エクササイズ ★49%>お金と財政 ★40%>栄養・ダイエット ★37%>友人・家族との良好な関係構築 ★36%>趣味・嗜好

と回答しています。

これらの調査結果は、フィットネスの専門家が運営する施設が、継続性、モチベーション、そして長期的なエンゲージメントを支える上で果たす役割を裏付けています（図3）。

こうした行動の根底には、運動そのものの価値に対する強い信念があります。アメリカ人の10人中9人近く（89%）が、定期的な運動は予防医療の最も効果的な方法の一つだと考えています（図4）。こうした考え方は、家庭の予算配分にもますます影響を与えています。

必要であれば削減したい支出について尋ねたところ、44%が外食、36%が旅行または休暇、29%が娯楽と答えました。フィットネスまたは運動と答えたのはわずか23%でした。

こうした決意は、意味のある支出へと繋がります。健康またはフィットネスの目標を設定する予定のアメリカ人の予想支出額は、平均で月額61ドル、年間約733ドルです。全国レベルでは、2026年には健康とフィットネスへの支出計画額は推定600億ドルに達するとされています。

「アメリカ人はフィットネスの目標を設定するだけでなく、そのための予算を立てているのです」と、HFAの会長兼CEOであるリズ・クラーク氏は述べています。この調査は、人々が運動を長期的な健康への不可欠な投資と捉えるようになってきていることを示しています。厳しい経済環境下でも、アメリカ人は予防医療の積極的な手段として、身体活動を優先しています。

注目すべきは、アメリカ人が自らの意図を実際に実行に移していることです。



図2 フィットネスに求める主要な改善目標



図3 フィットネス施設がカギ



図4 運動は健康管理

2025年の新年の抱負に健康、フィットネス、または運動の目標を盛り込んだ人のうち、55%がそれらを完全に達成したと回答しています。これは、継続的な取り組みと行動変容を示す顕著な指標です。

これらの調査結果を総合すると、アメリカ人の個人的な健康戦略と財務計画において、フィットネスが依然として重要な役割を果たしていることが浮き彫りになります。また、アメリカ人

が意図を行動に移すのを支援するだけでなく、国全体の長期的な公衆衛生を支える上で、米国のフィットネス業界が引き続き重要な役割を果たしていることも強調しています。

このオンライン調査は、HFAの委託を受け、カンターが2025年12月5日から16日まで、18歳以上の米国成人2,000人を対象に実施しました。誤差はサブグループ間で±2パーセントポイント以上となっています。

業界関連ニュースをイッキ読み!

(2025年12月の報道記事より)

「エニタイム」運営会社がMBO

24時間ジム「エニタイムフィットネス」を運営するFast Fitness Japan (FFJ) は1日、MBO(経営陣が参加する買収)で株式を非公開化すると発表した。同社は東証プライム市場に上場している。買い付け期間は2日から2026年1月20日まで。低価格ジムの増加などで競争が激しくなるなか、非公開化で新規出店を加速する。

買い手=JG35、株数=予定数990万5452株(325万4600株を下限)、価格=普通株式2315円、新株予約権176万1240円、期間=12月2日~2026年1月20日

(2025年12月2日/日本経済新聞)

メタボ健診「腹囲2cm・2kg減」達成でも 血圧悪化2割 健保組合が初分析

大手企業の健康保険組合でつくる「保険者機能を推進する会」は40~74歳が受ける特定健診(メタボ健診)に関する初の分析結果をまとめた。国が指導の対象者に促す「腹囲2センチメートル・体重2キログラムを減らす」との目標は血圧リスクには効果が限られ、改善が必要だと指摘した。

大手従業員が入る32の健保が協力し、延べ約70万人の記録を集めた。2023年度の結果を軸に、同じ人の21~24年度の4年分を調べた。

特定健診は腹囲や体格指数(BMI)、血糖、脂質、血圧のデータなどにに基づき、生活習慣病のリスクがあると判断した人を特定保健指導の対象とする。高リスク者には3カ月以上にわたって食事や運動習慣の改善を促し、2センチ2キロ減の達成を目指す。

分析では血圧が特定保健指導を受ける基準の人のうち、2センチ2キロ減を達成しても翌年度に悪化した人が計22.1%いた。受診を勧める基準に該当したのは19.8%、服薬に至った人が2.3%だった。未達成者を含む全体では翌年度の悪化は計28.6%だった。

高血圧は心筋梗塞や脳梗塞といった病気のリスクを高める。翌年度に特定保健指導の基準未満へと改善したのは2センチ2キロ減の達成者の49%、全体では40%を占めた。

血圧と比べると脂質や肝機能は指導の効果が高い。脂質は特定保健指導の基準の人が翌年度に悪化した割合は全体で計10.7%、2センチ2キロ減の達成者では計7.3%だった。肝機能は全体で計16.5%、達成者では計8.9%だった。

保険者機能を推進する会は分析結果を踏まえ、指導内容は一律ではなく疾病リスクに応じたカスタマイズを検討すべきだと提起する。例えば血圧のリスクが高い人にはまず減塩などの食事習慣の改善目標を設けるといった工夫が考えられる。

同会によると、積極的支援と呼ぶ高リスク者向けの特定保健指導には1人あたり4万~5万円ほどかかる。2センチ2キロ減に向けた食事の管理や運動習慣の定着といった指導を民間の事業者へ委託するケースが多い。

財源は主に社会保険料だ。保険料の引き上げが現役世代の重荷になるなかで、健保による施策の費用対効果の検証は欠かせない。高市早苗政権が掲げる「攻めの予防医療」の実現にもつながる。

23年度に特定保健指導を受けた7万3千人余りの内訳をみると、21、22両年度に指導の対象外だったのは25%にとどまる。4分の3は「常連」だった。

指導を受ける状況から脱しやすいのは常連よりも新規の対象者だ。翌24年度に状況が改善したのは21、22両年度に対象外だった人では5割に上ったが、全体では3割ほどにとどまった。

体重のリバウンドを抑える取り組みも有効だ。

2センチ2キロ減の達成者のうち、翌年度まで体重を維持した人の6割台は特定健診の結果が改善していた。体重が再び増えた場合は特定健診での改善は3割台に低迷した。定期的に体重管理を促すメールを送る健保組合ではリバウンド率が低かった。

特定健診・特定保健指導に関する厚生労働省の効果検

業界関連ニュースをイッキ読み!

証によると、13年度に健診を受けた人らの19年度時点の医療費を調べた結果、医療費を抑制する可能性が示唆された。

一方、医療関係者からは腹囲や血液検査などの基準について性別や身長、個人差の観点で疑念も示されてきた。不断の検証・改善が欠かせない。

(2025年12月3日／日本経済新聞)

フィットクルー上場 「女性向けジムに強み」

女性向けフィットネスジムなどを運営するフィットクルー(大阪市)が、東証グロース市場に上場する。鹿島社長に事業の強みや今後の戦略について聞く。

——事業概要について教えてください。

「20～40代女性向けの短期集中トレーニングに特化した都市型ジム『UNDEUX SUPERBODY(アンドゥスーパーボディー)』や、30～60代向け男女向けの『Dr. plus Fit(ドクタープラスフィット)』を計約50店舗運営している。アンドゥスーパーボディーには料金設定が低めで継続しやすい郊外型店舗の業態もある」

「このほかトレーナーの養成スクールもあり、全社的な売上高は毎年2割以上の成長を目指していく」

——上場の狙いは。

「新規出店を増やしていくためには資金調達が必要になる。新たなブランドの設立は現時点で考えていないが、常にアンテナを張っており、どこかでそのタイミングが来る」

「社会的信用と知名度も必要だ。ジム業界にはトレーナーによるけがやパワハラの問題もあるが、当社が上場することで業界全体の信用力も高まっていくと考える」

——フィットネス市場の動向をどのように分析しますか。

「市場規模は拡大を続けており、明確な目的を持つ人が増えた。プールなどを含めた総合型ジムよりも、ピラティスやヨガなど、何かに特化した形態が増えている。一方で格安のジムも普及しており、二極化が進んでいる」

「予防医療に対する社会的な関心も高まっている。ドクタープラスフィットを軸にシニア層の開拓も進めたい」

——株式還元の方針は。

「今は成長のフェーズで、出た利益を投資していくことが株主の利益になる。一定ラインを超えれば配当はしっかり考

えていきたい」

(2025年12月5日／日本経済新聞)

「地域で部活」受け皿拡大 スポーツ庁、1000自治体に補助金

スポーツ庁は中学校の部活動について、担い手を地元の団体や企業などに移す取り組みを加速させる。計1000自治体を対象に運営団体や指導者の確保に必要な費用を補助する。部活を指導する教員の負担を軽減するとともに、中学生がスポーツや文化に親しめる環境づくりを急ぐ。

スポーツ庁はこれまで、休日を中心に部活を学校外の「地域クラブ活動」に移してきた。2026～31年度は平日も含めて本格的に取り組む。

25年度補正予算案に関連経費として計82億円を計上した。補助の対象をこれまでの約670自治体から1000自治体に増やす。全国の都道府県や市町村の半数超が対象となる。

地域クラブ活動の中核を担うコーディネーターの配置や、民間企業が作成した運営支援のアプリ導入などにかかる費用の3分の1を補助する。

地元にはスポーツクラブが少ないなどとして、多くの自治体で地域クラブ活動の「受け皿」の確保が課題になっていた。

全国の自治体を対象に同庁が24年に実施した調査によると、地域クラブなどを運営する団体を既に決定したり、協議したりしているのは48%にとどまった。指導者が登録する「人材バンク」や地域クラブとのマッチングの仕組みを「構築した」「取り組み中」としたのは19%。同庁は指導者不足の解消に広域で取り組む都道府県も財政支援する。

千葉県は23年12月に人材バンク「ちばクラサポ」を立ち上げた。同県によると、25年7月時点で1300人超が登録し、同5月時点で80人程度がマッチングしたという。同庁はこうした先進例を各地に広げたい考えだ。

部活改革のガイドラインも年内にまとめる。地域クラブ活動を運営する団体の認定要件を示し、ハラスメントやいじめ、過度に長時間の活動を防ぐ。家庭が負担する参加費の水準についても年内に目安を示す方針だ。

(2025年12月6日／日本経済新聞)

業界関連ニュースをイッキ読み!

「小1の壁」対策 朝の居場所を提供（横浜市など） 始業前登校、勉強や読書 保護者の通勤時間考慮

子どもの小学校入学で預け先に困る「小1の壁」が課題となっている。日本経済新聞社等の「共働き子育てしやすい街」の調査(回答81自治体)で、朝夕の居場所づくりに注力する自治体の順位上昇があった。

東京都品川区は全国順位トップ、千葉県松戸市と東京都福生市も2位で続く。前回128位から今回33位順位を上げ、「学童保育」分野で点数を伸ばした横浜市が注力する取り組みの一つが「小学生の朝の居場所づくりモデル事業」。始業前の午前7時に保護者と一緒に学校に登校して勉強や読書、折り紙などで朝の時間を過ごす。校門や教室にはシルバー人材センターの見守り員を配置。25年度は10校で実施。1校あたり1日3～4人が通い55%が小学1年生、26%が2年生。年800円の保険料のみで利用できる。市は約4500万円の予算を充てた。

市の担当者は「東京に通勤する人も多く、ニーズを調査しながら利用者を増やしていきたい」とする。同市は24年度に長期休暇中の放課後キッズクラブ・放課後児童クラブの昼食提供を始めるなど、他にも子育てしやすい環境づくりを進める。

前回100位から47位に上昇したさいたま市は放課後の児童預かりを強化し、一部小学校で「放課後子ども居場所事業」を実施している。授業日は放課後、長期休暇などは午前8時から午後5時まで保護者が就労している場合は午後7時まで小学校で過ごせる。

背景には放課後児童クラブ(学童保育)の待機児童の多さがある。同市は共働き世帯などの転入も多く、定員のある学童の受け入れが追いついておらず、定員制限のない「居場所」を整備。利用者からは「放課後の安心が得られた」「仕事と子育ての両立につながった」と高評価だという。25年度は13校に開設し、約1900人が登録。26年度は25校に拡大する。

茨城県つくば市(全国61位)は、保護者の就労状況にかかわらず誰でも利用できる。同市は「アフタースクール」として学童と、全ての児童が参加可能な放課後の居場所を一体的に運営する事業を始めた。25年度のモデル校では同

校の約120人が利用。ボードゲームなどの遊び、手芸などの体験活動、スポーツなどを提供し、午後5時以降は入会審査を受けた児童が利用できる。同市こども育成課は「単なる預け先ではなく、健全な育成に向けた体験活動に注力している」と話す。

各地の自治体が独自の取り組みを進めるなか、人件費などコスト面も課題だ。首都圏の1都3県と5政令指定都市でつくる「九都県市」は11月、国に「朝の小1の壁」の解消に向けた財政措置などを求めた。住民の需要に応じた施策を工夫しつつも、地域間で対応に格差が広がらないようにするなどの広域的な視点も欠かせない。

(2025年12月13日／日本経済新聞)

大学部活スポンサー仲介広がる スポーツフィールドは200団体目指す

体育会系の人材に特化した就職支援を手がける(株)スポーツフィールドは広島大学サッカー部と保育関連施設を運営するアイグランを仲介した

物価高で部活の運営コストは上昇している。経済的な理由でスポーツを諦める学生を減らし、企業の新卒採用や広報活動につなげる。

活動の運営継続に困っている体育会系部活と、スポンサーになりたい企業を仲介する「スポンサーサービス」が広がり、同社は企業から物品提供やキャリア支援を受ける部を2年以内に200団体まで増やす目標を掲げる、として2024年12月に始め、広島大学サッカー部など約50団体が運営費の寄付やキャリア教育の支援を受けている。契約を結んだ団体の中から、スポンサーになりたい企業の目的に応じて紹介していく。

所属人数が100人を超えるチームの場合、遠征や長期合宿の交通費や宿泊代で1度に数十万円かかる場合もある。伊地知副社長は「大学でもスポーツを続けたいが、経済的な理由で諦める子を無くしていきたい」と意気込む。九州にある大学ラグビー部は3社がスポンサーとなり、遠征費や物品購入の援助を受けたことで経済的理由による退部者がいなくなった。大学からの運営費補助が減り、学生の部費負担が増加。経済的な理由から毎年2～3人が退部していた。

伊地知副社長は企業がスポンサーになる狙いを「新卒採

業界関連ニュースをイッキ読み!

用での母集団の形成や企業の社会的責任(CSR)など様々な」と語る。採用広報が目的であれば部員数が多い部活を提案している。1社が複数の団体を支援するケースもあれば、複数の企業から支援を受ける団体もある。

スポンサーとなった企業のなかには、学生と接点を持つことで新卒採用につながった例もある。地方大学の体育会部活のスポンサーとなった建設会社は、学生と一緒に大学施設の改修に取り組んだところ、業務内容に興味を持った部員が新卒選考に応募。内定につながった。

大学の部活支援事業を手がける部活メディア(東京・千代田)は24年3月から経済的な支援を希望する部活と企業の仲介サイト「BUKASUPO(ブカスポ)」を運営する。スポンサー企業になると、ユニホームや練習着への企業ロゴの掲示や、新卒人材獲得や認知向上のために企業説明会や交流会も開催できる。約80団体が経済的な支援を受けた。

個人から支援金を募るサービスもある。学生スポーツを応援するコミュニティーサービス「ANYTEAM(エニチーム)」では、3月から部活が個人のファンから運営資金をクラウドファンディングで集められるようにした。46プロジェクトのうち、7件で目標額に達した。

日本の大学スポーツは運営や遠征、強化活動に多額の資金が必要だが、多くを大学の予算や部費、OBからの寄付に依存している。学生が経済的理由でスポーツを諦めることのない環境づくりは、企業にとっても人材獲得やブランド認知の新たな機会として定着しそうだ。

(2025年12月13日／日本経済新聞)

「スポーツ学童」来春始動 SAL、J2大宮本拠地で50種目以上体験 プロ選手と交流も

スポーツジムを運営するSAL(さいたま市)は2026年4月、サッカーJ2のRB大宮アルディージャの本拠地「NACK5スタジアム大宮」で放課後の学童保育事業を始める。試合がない平日午後のスタジアムを有効活用し、非日常の空間で様々なスポーツを体験する機会を提供する。

新たに始めるサービスは「Omiya Xross Box(OXB)」。

平日毎日実施する。午後2時から日替わりで様々なスポーツを楽しめる時間を設ける。宿題のサポートや、同スタジアムから2キロの範囲にある小学校に通う児童を対象に自動車

による送迎も実施する。

最大の特徴であるスポーツ体験は、野球やサッカーなどメジャーなスポーツに加え、スケートボードやブレイキンといった比較的新しい種目も提供する。種目数は50を超え、プロ野球独立リーグの埼玉武蔵ヒートベアーズなど地域の20社以上と提携し、トップアスリートと一緒にスポーツを楽しむ環境をつくる。

SALの清水社長は「様々なスポーツを紹介して子どもたちの可能性を広げる手助けをしたい」と話す。試合がない日のスタジアム有効活用に加え、コーチとして参加するアスリートに謝礼を支払うことで、スポーツ界の裾野を支える狙いもある。

児童の安全管理ではICT(情報通信技術)を活用する。同スタジアムの指定管理者に名を連ねるNTT東日本のグループ企業と連携し、スタジアム内の子供の様子を保護者のスマホから確認できる「見守りカメラ」などを導入する。NTTはOXBでノウハウを蓄積し、他の施設マネジメントなどに活用する。

入会金は3万3000円、週1回利用の場合は月額1万9800円。1日あたりの定員は20人でスタートする。

OXBは、さいたま市のスポーツ振興を目指す「さいたまスポーツコミッション」からSOIPと呼ばれる事業に採択された。SOIPはスポーツとビジネスを掛け合わせて社会が抱える課題の解決を目指す取り組みだ。清水社長は「OXBでの経験を活用し、他のスポーツ施設でも同様の仕組みを導入したい」と話している。

(2025年12月13日／日本経済新聞)

松本山雅、中学部活の地域移行を支援 ジュニア年代育成のノウハウ生かす

Jリーグの松本山雅(長野県松本市)が中学校部活動の地域移行の運営支援受託事業に乗り出す。Jクラブ初の試みで、運動部・文化部全ての部活動を対象としている。

同社は今年度から長野県塩尻市や同下諏訪町と中学校部活動の地域移行連携協定を結んでいる。部活動顧問教師の大きな負担となっている休日の活動が当面の対象。塩尻市の場合、2026年度内に休日の部活動の地域への完全移行を計画しており、今年度は山雅への運営委託費として約720万円を計上した。

同社が手掛ける長所は、既存のサッカースクール運営の

業界関連ニュースをイッキ読み!

ノウハウ横展開。指導以外で教師の負担だった集金や備品管理等の業務は、出欠や試合結果報告などを扱う既存システムを、部活動支援向けに指導者向けeラーニングや施設予約もこなせるシステムに改修した。

同社は地域クラブ運営支援で3つのパターンを準備。①指導者の選定や指導なども含めて山雅が全てを担う②競技団体が指導するが山雅が用意するシステムを活用する③競技団体が全て運営する。塩尻市ではまずは既存の地域クラブがあるソフトテニスとバドミントンの団体と協議を進めており、年度内に試験導入する。

市は学区外の活動に不可欠となる送迎の課題にも対処する計画だが、同市は一定条件下で運転手無しでの走行が可能な自動運転「レベル4」でバスを運行させている先進自治体の1つであり、市長は「子どもたちの活動を支援するため、自動運転バスで学校をつないで移動の足とするようなバスルートを検討したい」と将来像を話す。

部活動地域移行は少子化とも表裏の関係にある。生徒数の減少で存続が危ぶまれる競技や活動などが増えているためだ。同社ではより多くの自治体から運営を受託したいとしており、市町村や学校の枠を超えた地域活動として広がりを持たせ、ジュニアユース年代の競技や活動の底上げにつなげることも目指していく。

(2025年12月16日／日本経済新聞)

ミズノとサッポロ、ノンアルコール近畿限定で販売

ミズノとサッポロビールは、スポーツシーンで楽しむことに着目したノンアルコールビール「サッポロ SUPER STAR(スーパースター)」を開発した。2026年2月25日から近畿2府4県のコンビニエンスストアなどで限定販売する。クエン酸や運動で失われやすい電解質を配合し、運動後の乾杯も楽しんでもらう趣向だ。

価格はオープンだが、350ミリリットル缶で170円(税抜き)前後を想定する。継続して運動したくなるモチベーションとして、ノンアルコールも選んでもらいたい考えだ。

ミズノは南信州ビール(長野県駒ヶ根市)と共同開発したノンアルコールビール「PUHAAH(プハー)」を22年4月から販売している。

(2025年12月18日／日本経済新聞)

文科省「地域クラブ活動」の新指針、認定制度構築へ

公立中学校の部活動を地域のスポーツ、文化芸術団体に委ねる地域展開(地域移行)に関し、文部科学省は改革推進に向けた新たな指針を策定した。受け皿となるクラブ活動に対する認定制度を設けて安全、安心な環境を担保することなどが柱。懸案である指導者の確保や保護者負担の軽減に関し、国の関与も明記した。

主に休日の取り組みを進めてきた2023年度からの「改革推進期間」に続き、26年度から6年間は「改革実行期間」となり、平日も含めた地域展開を加速させる。少子化が進む中でも子どもたちが多様な活動に親しめるよう、指針に基づき改革を本格化させる。

指針では、国が定める基準に基づいて市町村等に承認された活動を「認定地域クラブ活動」と規定、財政面などで公的支援を受けられる。審査基準として安全管理体制や活動時間、低額な参加費などを設けた。指導者の確保に関しては、小学校の体育専科教員など中学校以外からも希望者の参画を促し、兼職、兼業の手続きの円滑化を図る。

生徒側のクラブ活動への参加費については、国が目安を示す予定。家庭の経済状況によって体験格差を生まないよう、生活困窮世帯への支援額も提示するとしている。〔共同〕

(2025年12月22日／日本経済新聞)

公立中学の休日の部活動委託の保護者負担は月額1000円から3000円目安 地域のスポーツクラブに委託へ

中学校の部活動を地域で支える「地域展開」について文部科学省は保護者負担額の目安を一か月あたり1000円から3000円(※休日週1回・月4日程度実施の場合)とする方針を固めたことが分かった。国は来年度から6年かけて全ての公立中学校の休日の部活動を原則、地域のスポーツクラブなどに委ねる方針。

一方、地域の実情などに応じて月額数百円程度からにすることなども含め、柔軟な金額設定も認める方針。

これまでの調査では保護者が妥当と感じる参加費は3000

業界関連ニュースをイッキ読み!

円以下が8割以上などとなっている。文科省は困窮家庭への支援などのため補助金を創設する考えで、国と地方を合わせた来年度からの公的支援額はおよそ340億円になる見込み。

(2025年12月25日／Yahooニュース)

日本版DBS、塾など申請へ 性犯罪歴確認に民間企業も動く 子の安全、選別材料に

こども家庭庁は、子どもと接する仕事に就く人の性犯罪歴を雇用主が確認する「日本版DBS」の運用指針案を関係省庁会議に示した。認可保育所や学校など公的施設は義務づけ、学習塾やスポーツ教室など民間事業者は任意。塾大手などは安全な環境づくりへ認証申請に動き始めた。

制度の運用は2026年12月25日。事業者は子どもと接する仕事に就く人への研修や性犯罪歴の確認を求める。事業者はこども家庭庁を介して法務省に犯罪歴を照会する。

●指針案が定めた対象の職種や事業者の範囲

※小中学校や高校、認可保育所、児童福祉施設などで働く教員や保育士は一律で確認対象。

※送迎バスの運転手や警備員らも現場の判断で対象になる可能性がある。

※学習塾やスポーツクラブ、放課後児童クラブ、芸能事務所などの民間事業者も、国の認定を受ければ確認対象になる。

「対面で指導」「指導者が3人以上」といった要件を満たし、国の認定を受ければ公的施設と同様の対応求められる。

性犯罪歴を確認した場合は、子どもと接する業務から原則除外しなければならない。新規に採用する人の犯罪歴が判明した場合は内定の取り消しを検討してもらう。安全確保策として防犯カメラの設置も推奨する。

民間事業者にとり認定の取得は負担となるが、一方で保護者や世間に安心材料を与える効果も期待できる。認定を受けた施設や事業者は国の「認定マーク」を施設の看板やホームページ上に掲示でき国のお墨付きを得た施設として、アピールできる。

過去に講師による教え子の盗撮事例があった学習塾業界では、各社が対策を進める。「SAPIX」「早稲田アカデミー」「森塾」「明光義塾」「栄光ゼミナール」「スクールIE」等

の大手学習塾各社は日本版DBSに申請する方針を示す。

森塾を運営するスプリックスは「DBSでより安全な環境を提供できる」と歓迎する。SAPIXを運営する日本入試センターは25年に小学生向けの全教室への防犯カメラの設置を完了した。

スクールIEのやる気スイッチグループ(東京・中央)は「ガイドラインにある不適切行為は既に禁止事項としており、今後は会社の規約にも盛り込む」としている。

小学生を含め子どものタレントやタレント志望者の育成をする芸能事務所にも対応する動きが出ている。アイドルが多く所属するSTARTO ENTERTAINMENTは認定の申請を検討している。

政府は性犯罪歴を確認する民間事業者に対し、情報の適切な管理も求める。現場で犯歴情報を扱う担当者を必要最低限にし、記録や保存は極力避けるなどの措置の順守を求める。情報管理や犯歴照会の状況について自治体やこども家庭庁への定期報告を義務付ける。

DBS制度に詳しい大屋教授(慶大)は「子どもの性犯罪からの保護という重要な政策目的と犯歴データの適切な管理のバランスをどうとるかが大きな問題だ」と語る。犯歴はプライバシー関連情報の中でも最もセンシティブなものの一つだと定義した。

課題として犯罪歴の照会の申請や情報管理による事業者の負担増をあげた。大屋氏は「地方の幼稚園や保育園は、個人経営の私立など非常に小規模な組織も多い。きちんと犯歴確認の義務を果たしてくれるかという点では難しい」と指摘した。

(2025年12月27日／日本経済新聞)

小5・中2の体力向上傾向 スポーツ庁

スポーツ庁は、小学5年と中学2年の全員を対象とした2025年度の全国体力テストの結果を公表した。反復横跳びや50メートル走など8種目の結果を点数化した体力合計点は、小5と中2の男女とも前年度から向上したが、中2男子を除き新型コロナウイルス禍前の水準には戻らなかった。生活習慣は改善傾向にあった。

体力合計点(80点満点)の平均値は、小5が男子53.0点(前年度比0.5点増)、女子54.0点(同0.1点増)、中2が男子42.1点(同0.4点増)、女子47.5点(同0.3点増)だった。

業界関連ニュースをイッキ読み!

握力はいずれも低下傾向で、長座体前屈はいずれも向上傾向だった。ボール投げは小中男子で向上傾向、小中女子は横ばいだった。

生活習慣に関する質問でテレビやスマートフォン、ゲーム機などの平日1日の視聴時間が「3時間以上」の割合は、小5男女は前年度より減ったが、中2男女は増加した。

睡眠時間が「8時間以上」の割合はいずれも増加。朝食を毎日食べる割合も増加した。

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/toukei/kodomo/zencyo/1411922_00014.html

(2025年12月23日／日本経済新聞)

FIAから臨時ニュース!

朝日新聞紙面にて、フィットネス施設選択における安全の目安として『FIA加盟施設認定制度』が紹介される

編集委員・浜田陽太郎氏よりFIAあてに照会のご連絡があり、お話しした内容を含めて記事が掲載されたので概要をお伝えする。(FIA)

「スポーツジムの規約読んでいますか？」

運動不足を痛感し近隣のパーソナルジムをいくつか体験するなどしていた折、消費者庁発行の冊子を見る機会があり、「こんな契約条項は無効」の例示に挙げられていた「事故やケガについては、一切賠償の責任を負いません」の条項が入会検討中クラブの規約にまさに載っていた。

国民生活センターなどを調べるとスポーツジムをめぐるトラブルは増加傾向で、特に解約時トラブルが目立っている。①割引・特典・キャンペーン等で契約したが、解約に際し違約金を請求された ②体験やお試しプラン終了後に契約が自動更新されることが認識されていない などだが、入会検討中クラブにも「いったん払った会費等は返金しない」旨の定めもあった。

消費者として注意すべきポイントなどについてのまとめ。

- ★「事業者は責任を負わない」「事業者に故意または重過失がない場合」「事業者の損害賠償額は〇万円が上限」などの条項は、消費者の利益を不当に害するものとして無効となる可能性が高いが、契約時には注意。
- ★体験やお試しプラン終了後に契約が自動更新されていないか。

★割引や特典キャンペーンなどで、一定期間の継続が条件になっていないか。

★解約の連絡先・手続きが明示されているか。特にネットでは注意。

このようなまとめに続き、記事ではFIA認証制度を紹介している。

業界団体によるトラブル防止の取り組みもある。

日本フィットネス産業協会(FIA)は、新規の加盟申請にあたって、「入会、退会、休会などに関する規約」や「月会費、都度利用料など、かかる費用のすべて」を明示することを求めている。AED設置などの安全対策や、事故に対応する保険加入も認定基準に含まれる。審査をクリアして新たに認証を受けた施設には、「FIA認定施設」のステッカーを交付しており、安心材料の一つになる。

(2025年12月21日／朝日新聞 ※FIA事務局要約)

日本フィットネス産業協会の施設認証制度



国内唯一の業界団体
加盟する約100社が、
4千近いフィットネス
施設やジムを運営

新規加盟施設の認定基準

- ・入会、退会、休会などに関する規約を明確に提示し、説明と手続きを実施
- ・月会費、都度利用料など、かかる費用のすべてを誰が見てもわかりやすいように明確に提示
- ・AED(自動体外式除細動器)の設置
- ・事業主体の社員に運動指導関係の有資格者がいる
- ・事故の対応として保険に加入している