

Fitness Industry Association NEWS

2026年（令和8年）8月19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/



CONTENTS 目次

巻頭トピックス FIAトップセミナー1

フィットネス産業の業態と 顧客ニーズ多様化の中での各社成長戦略をズバリ聞く

〈パネリスト〉 笠原盛泰氏 アイレックススポーツライフ株式会社 代表取締役会長／FIA理事
黒田雅実氏 スポーツクラブNAS株式会社 代表取締役社長／FIA理事

〈ファシリテーター〉 吉田正昭 一般社団法人日本フィットネス産業協会 専務理事 2

フィットネスクラブマネジメントコーナー
トピックス

第20回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定
受験申請8月20日(木)より受付開始! 12

FCM学習セミナー
試験概要、勉強方法を徹底解説 13

■「FCM合格すると得する7つ」紹介シリーズ 14

NEW MEMBERS 新規加盟企業紹介

〈正会員企業〉株式会社ライフウェル
〈賛助会員加盟企業〉株式会社wevna 15

Member's Board 会員掲示板

株式会社hacomono 16

第243回 FIA理事会報告 17

Health&Fitness Association グローバルレポート

米国のヘルス・クラブやスタジオ、新プログラム「Service Ready」で
入隊予定者に無料メンバーシップを提供 22

ダイジェスト版

業界関連ニュースをイッキ読み(2026年7月の報道記事より) 24

フィットネス産業の業態と 顧客ニーズ多様化の中での 各社成長戦略をズバリ聞く

2026年7月9日(木) 11:00~12:30

《パネリスト》

笠原盛泰 氏

アイレックススポーツライフ株式会社 代表取締役会長／FIA理事

黒田雅実 氏

スポーツクラブNAS株式会社 代表取締役社長／FIA理事

《ファシリテーター》

吉田正昭

一般社団法人日本フィットネス産業協会 専務理事

フィットネス業界は、コロナ禍を経て低価格・専門業態の台頭や顧客層の変化、人件費・建築費の上昇、人材不足など厳しさを増す一方、健康寿命の延伸や健康経営への関心が高まっており、フィットネス産業にとって新たな好機といえる。

笠原盛泰会長は地域密着と高付加価値を追求し、AIを活用した新業態にも挑むアイレックスの、黒田雅実社長は総合クラブの強みを生かし、コミュニティ、アライアンス、デジタルを通じて事業領域を広げるスポーツクラブNASの、それぞれの成長戦略を紹介。「選ばれるクラブ」をつくるためのヒントを探った。

司会 本日は暑い中、私ども一般社団法人日本フィットネス産業協会でご提供させていただきますセミナーにお集まりいただきましてありがとうございます。

本日ご登壇いただきます講師の先生をご紹介します。まず、アイレックススポーツライフ株式会社代表取締役会長で私どもFIAの理事を務めていただいております笠原盛泰様でいらっしゃいます。そしてもうひと方、スポーツクラブNAS株式会社代表取締役社長で、この度新たに私どもFIAの副会長にもご就任いただきました黒田雅実様でいらっしゃいます。ファシリテートを務めますのは、私どもFIAの専務理事であります吉田正昭でござ



います。それでは吉田さん、よろしくお願いいたします。

吉田 改めまして、皆様おはようございます。お2人にはホットな話題を持ってきていただいていると思います。特に笠原さんはAIジムを9月オープンされます。その辺のこともお話しただけということで楽しみにしております。

黒田社長はNAS待望のプロパー社長として現場を熟知されていて、NASはこの2年ぐらいで大きく変わっていると思います。大和ハウスという大きなグループの中での新たなポジションということも含めてお話ししていただきたいと思っています。本日は各々30分ずつ、各社の状況などをお話しいただきます。まずは笠原会長からお願いします。

材木店を原点に 多角的に展開

笠原 皆さん、おはようございます。アイレックススポーツライフの笠原でご

笠原盛泰氏



ざいます。日頃いろいろなところでお世話になっている方も多いと思います。いつもありがとうございます。FIAでは、吉田専務にご指導いただきながら、検定制度や認証制度などにも携わっています。本日はご指名いただき、現状について話をしてほしいと吉田専務からご要望がありました。コロナ以降の動きから現状、そして新しい業態などをお話ししたいと思います。写真撮影は禁止ですから具体的な数字も出していきます。少しでも何か皆さんの役に立てればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは自己紹介をさせてください。1959年7月5日生まれで大谷翔平と同じ誕生日です。東京生まれで、ご縁があって愛知県豊川市の材木屋に婿入りし、家業を継ぐことになりました。当時、材木業の将来を見据えて「新しい事業を考える必要がある」と助言を受け、いわゆる不動産プロデュース事業を立ち上げました。材木屋の跡地に商業施設をつくり、その施設のテナントとして当時オリンピックさんのフィットネスクラブが入居したことが、この業界との最初の接点でした。その後、商業プロデュースや飲食、物販などにも事業を広げていきます。フィットネスクラブについては直営化し、「アイレックス」ブランドとして展開するようになりました。現在は不動産プロデュース事業として豊川駅前ホテルとオフィスの複合開発にも取り組んでいます。

少し特殊な経歴かもしれませんが。地域では商工会議所や観光協会などの活動にも携わっています。豊川市といえば豊川稲荷ですが、赤坂にも豊川稲荷があります。しかし、こちらは分院で、本山は愛知県豊川市にあります。今年は72年ぶりの御開帳が予定されており、多くの方に訪れていただきたいと思います。

当社の本社は愛知県にあり、東京に

は支社を置いています。グループ全体では、商業開発や不動産プロデュースなど複数の事業を展開しています。ルーツは大正時代に創業した材木店です。「白与」という屋号は、白木と創業者・笠原与七の名前から一文字を取って名付けられたもので、現在の「ハクヨ」へとつながっています。

デザインと地域密着で 事業を拡大

笠原 フィットネス事業は「アイレックス豊川」の開業からスタートしました。その後、アイレックス豊田をはじめ、高級クラブ業態「アイレックス・ザ・クラブ」、24時間営業の小型業態「アイレックス・ライト+24」、ジュニアスクール「アイレックスNEO」など、さまざまなブランドを展開してきました。IPOを検討したこともありましたが、コロナ禍に入り計画の見直しを余儀なくされました。近年は新施設の開業を進め、現在はAIを活用した新業態の開発にも取り組んでいます。

私たちは大手企業と同じ土俵で競争することは考えていません。愛知県・豊川市を中心とした地域ドミナント戦略を採用し、「地域密着」を最大の強みとしてきました。もともと商業施設のプロデュース事業を手掛けてきた経験があり、「ハイクオリティ・ローコスト」の施設づくりには自信があります。見た目の質感は高く、かつ建設コストを抑える設計・プランニングのノウハウを蓄積してきました。

約20年前、海外視察でアメリカとヨーロッパのクラブを訪れました。当時のアメリカは、大型施設にマシンが並ぶ機能重視のスタイルが主流でした。一方、イタリアをはじめとするヨーロッパでは、レストランやコミュニティスペースを備え、施設そのものを楽しむ「クラブライフ」が形成されていました。私たちは、そのヨーロッパ型の

考え方に共感し、デザイン性を重視した施設づくりを進めてきました。現在では建築コストも大きく上昇していますが、限られた面積の中で最大限の価値を生み出すため、動線設計やレイアウトには徹底的にこだわっています。例えば浴室では、「通路幅はどの程度が最も快適か」「利用者同士の視線をどう遮るか」といった細部まで検証し、利用者が快適に過ごせる空間づくりを追求してきました。

人材育成も競争力の源泉

笠原 当社では、「フィットネスクラブは指導業ではなくホスピタリティ業である」という考え方を掲げています。そのため、独自の研修プログラム「ホスピタリティベーシック」を整備し、全スタッフが接客の基本を学んでいます。「丁寧で気の利いた接客」を目指していますが、気を利かせるのが難しい。ベーシックからさらにアドバンスが必要なのではないかと検討しているところです。さらに、独自の資格制度「スリースター制度」を導入し、JATIさんなどの外部資格も活用しながら、アイレクス独自の基準で育成を行っています。支配人には店舗運営だけでなく、月次決算まで自ら管理する責任を持たせています。

私たちは「デザイン」「数字」「人」の三つに徹底してこだわることで、クオリティと地域ドミナントを両立させる差別化戦略を進めています。実際に豊橋ミラまちの店舗では、大人向けと子ども向けで入口を分けながら、プールは共用する設計を採用しました。開業前には大会員だけで2,600人を集めることができましたが、その直後にコロナ禍となり、1週間で営業停止を余儀なくされました。そこから苦しい時期を経験しましたが、現在は順調に回復しています。最近では24時間ジムとスタジオ、スパを組み合わせた

「マイスタイル」業態や、ジュニア専用施設「NEO」も好調です。ジュニアスクール単独でも2,500人の会員を抱え、十分に事業として成立する規模へと成長しています。

当社では、「良いクラブには良い会員が集まる」という考え方を大切にしています。そのため、支配人にはイエローカードを持たせ、ルールを守らない会員には改善を求めています。それでも改善されない場合は退会をお願いすることもあります。もちろん苦渋の判断ですが、重要なのは「問題行動を見て見ぬふりをしない」ことです。支配人が日頃から会員1人ひとりを丁寧に見守ることで、クラブ全体の質が維持され、結果として多くの会員が安心して利用できる環境につながっています。安全管理にも力を入れています。スタッフは普通救命講習を修了し、AEDを使ったロールプレイを毎週実施しています。実際に救命につながったこともあり、安全を最優先事項として取り組んでいます。また、愛知県内に29店舗という地域ドミナントを生かし、各地域で健康づくりやスポーツ振興にも積極的に取り組んでいます。豊川市出身のプロゴルファーである入谷響さんなど地元出身アスリートへの支援や、BtoB向けのデザイン・コンサルティング事業も展開し、地域とのつながりをさらに深めています。

「クオリティを落とさない」という決断

笠原 近年の業績についてもご紹介します。コロナ禍では当社も大きな赤字を計上しました。しかし、その後は2年目で黒字化を果たし、直近3年間は売上・利益ともに過去最高を更新しています。自己資本比率も大きく改善し、財務体質は大幅に強化されました。もちろん、これは自然に回復したわけではありません。2020年は、営業停止

や会員減少によって約4億円の赤字を計上しました。当時の売上規模を考えれば、会社の存続に関わる非常に厳しい状況でした。そこで、全社員に向けて、「アイレクス復活」「黒字化に向けて全集中」というメッセージを発信し、会社全体で危機を乗り越える方針を打ち出しました。掲げたのは、「クオリティクラブを実現し、地域から選ばれる存在であり続ける」という考え方です。その実現に向けて、全社員が営業担当であるという意識を持ち、28項目にわたる改善策を徹底しました。

会員数が減少するなかで、単純に新規入会だけを追うのではなく、一人当たりの価値を高めることに注力しました。特に力を入れたのが、パーソナルトレーニングや物販などの会費外収入です。結果として会費外収入は138%、パーソナルトレーニング売上は241%まで伸びました。毎月、物販やパーソナルの販売実績を表彰し、社長賞を設けるなど、現場のモチベーション向上にも取り組んだことで、新入社員も多くのプロテインを売り上げました。また、CS（顧客満足）の向上にも力を入れ、退会率は全店平均で3.2%、総合クラブでは2%台まで改善しています。会員との接点を増やし、利用頻度や満足度を高めることを徹底した結果、既存店の収益性も着実に回復しました。

コロナ禍では、多くの企業が守りの経営を選択しました。当社ももちろんコスト削減も行いましたが、それ以上に「攻める姿勢」を重視しました。受託事業では大型案件を受注し、クラブブランドのリニューアルにも着手しました。さらに、ウェブ広告を自社運用するなど広告運用を外部に依存せず、自社で行う体制を整備しました。機械科出身でウェブサイトをつくることができるという社員を修行に出して育成し、約25店舗分のWebマーケティングを内製化することに成功。700～

800万円ほどの大きなコスト削減にもつながりました。

設備保守についても、機械修理が得意な支配人を本部へ配置し、可能な限り自社対応へ切り替えました。また、デザイン力を生かしたパーティーション販売など、BtoB事業にも積極的に取り組み、新たな収益源を開拓しました。こうした取り組みの結果、約6億8,000万円の売上改善と3億5,000万円を超える営業利益の回復につながりました。

コロナ禍で得た最大の学び

笠原 この経験を通じて、私たちは多くのことを学びました。まず強く感じたのは、フィットネス業界の社会的認知をさらに高める必要があるということです。飲食業などと比べると、当時の支援策には大きな差がありました。私たちは「レジャー産業」ではなく、「健康寿命の延伸を担う健康増進産業」であることを、社会にもっと理解していただかなければならないと感じました。また、施設そのものだけでなく、成果を提供するサービスへと価値を高める必要性も再認識しました。トレーニング指導だけではなく、健康増進全体を支援する専門家としての役割が、今後ますます重要になると考えています。

さらに、会員とのエンゲージメント強化も大きな課題でした。以前は、利用頻度が低下した会員に積極的な連絡は行っていませんでした。しかし、それでは退会を防ぐことはできなかった。利用が減った会員こそ丁寧にフォローし、関係性を維持することが重要なのです。また、アップセルについても、お金をかけた会員ほど継続率が高いというデータがあります。そのため、今後もパーソナルや各種サービスを通じて客単価を高める取り組みを続けていきます。価格競争ではなく、価値によ

る差別化こそが当社の進むべき道だと考えています。

今後の戦略を考える上で、市場環境は大きく変化しています。私は、コロナ禍によって顧客層が約10年分、一気に変わったと考えています。以前の総合クラブは、50代を中心とした世代が健康診断をきっかけに入会し、運動やお風呂、プログラムを楽しみながらクラブライフを満喫していました。しかし、その世代は70代となり、多くの方がクラブへ戻ってきていません。一方、現在の50代は団塊ジュニア世代です。就職氷河期を経験し、価値観や消費行動も大きく異なります。これまでと同じでは通用しません。低価格ジムや専門業態の急増により、競争環境も劇的に変化しました。かつては限られた競合相手と戦っていましたが、現在はさまざまな企業が市場へ参入しています。だからこそ、自社の立ち位置を改めて明確にする必要があると思っています。

AIジムという新たな挑戦

笠原 市場変化への対応策として、「ILEX AI GYM24」を今年開業します。場所は豊橋駅構内と好立地ですが、面積は約50坪と決して広くはありません。限られたスペースで高い収益性を実現するため、低価格大量集客ではなく、高付加価値型の業態を選択しました。韓国企業と約1年半かけて共同開発を進めたAIシステムを導入し、アプリによる会員管理、AIが作成するトレーニングメニュー、自動で負荷設定を案内するマシン、姿勢分析ミラー、ストレッチマシンなどを組み合わせています。目標会員数は600人、営業利益率は25%を見込んでいます。このモデルが確立できれば、愛知県内は当社が展開し、県外については業界の皆さまと連携しながら広げていきたいと考えています。

今後も市場は変化し続けます。だからこそ、私たちは「不易流行」の考え方を大切にしています。変えてはならないのは、地域密着、ホスピタリティ、高いクオリティという当社の価値です。一方で、AIやデジタル技術、ニーズの細分化といった時代の変化には柔軟に対応していかなければなりません。私たちはこれからも、高付加価値型クラブを目指し、「施設を提供する会社」ではなく、「健康的なライフスタイルを提供する会社」として地域に貢献していきたいと考えています。そして、地域の健康増進事業者としての存在価値をさらに高めながら、次の時代のフィットネスクラブのあり方を追求していきます。本日はありがとうございました。

吉田 笠原会長、ありがとうございました。ジムの展開だけではなく、どのように広げていくかが重要ですね。

笠原 業界でも連携や提携、協働を進めていきたいですね。

吉田 では黒田社長、お願いします。

「続けてもらう」を軸に描く、総合クラブの新たな価値

黒田 皆さん、こんにちは。スポーツクラブNASの黒田です。笠原会長からは大変貴重なお話を伺い、多くの学びをいただきました。私からは、「総合クラブの今後の成長戦略」をテーマに、現在取り組んでいること、そしてこれから目指す方向についてお話しします。

まず自己紹介をさせていただきます。私は1991年にスポーツクラブNASへ入社し、新入社員としてキャリアをスタートしました。当初は埼玉県の志木店で競泳コーチとして約10年間、選手育成に携わりました。その後、店舗支配人、本部スタッフを経て、前社長を15年にわたり支え、2024年に代表取締役社長へ就任しました。創業以来、

株主企業からの社長就任が続いていましたが、今回は約25年ぶりとなるプロパー社員からの社長就任となりました。親会社である大和ハウス工業のご判断による人事でしたが、社員からは「現場を知る人が社長になった」という声が多く聞かれ、大きな励みとなりました。現在は、社員1人ひとりが自分たちの会社を自分たちの力で成長させていこうという意識を持って取り組んでいます。

スポーツクラブNASは創業55年を迎え、全国64店舗に約13万4,000人の会員様がいらっしゃいます。事業は総合スポーツクラブを中心に、スクール事業、法人向け事業、販売事業、イベント事業のほか、ホットヨガ、マシンピラティス、学童保育、ランニングサポート施設、エステサロンなど、多様なサービスを展開しています。

私たちはこの業界で3つの大きな変化が起きていると感じています。1つ目は、シニア層の健康ニーズの変化です。2025年問題を契機として、健康に対する考え方は「治療」から「予

黒田雅実氏



防」へとシフトしています。健康寿命を延ばすための運動の重要性が高まっています。2つ目は、人と人とのつながりの価値です。AIの進化やデジタル化が加速する時代だからこそ、人がリアルに集い、交流する価値は高まっていると考えています。そして3つ目は、フィットネスクラブの役割の変化です。単なる運動施設ではなく、地域におけるコミュニティとして社会的な孤立を防ぐ存在へと進化していく必要があります。人口減少は決して市場縮小を意味するものではありません。健康寿命の延伸という国の政策の中で、フィットネスクラブは社会インフラとして新たな役割を担う好機だと考えています。

「続けてもらうを、 続けていく」

黒田 市場には専門業態が増えていますが、私たちは総合クラブならではの価値を改めて見つめ直しています。NASのターゲットは、ジュニア、ファミリー、シニア、地域住民など、幅広い世代です。総合クラブには、プール、スタジオ、ジム、スクールなど、多様な機能がありますから、「何か一つでも自分に合うものが見つかる」という強みがあります。単に多機能な施設ではなく、多世代がリアルに集まり、交流できる唯一無二のプラットフォームなのです。

社長就任後、私が最も大切にしているのが、NASのブランドメッセージです。それが、「続けてもらうを、続けていく」です。この言葉は、私自身が考えたものではありません。社員が私の考えを受け止め、「社長が本当に伝えたいことはこれではないか」と議論を重ねて作り上げてくれたものです。1文字も修正することなく、そのままブランドメッセージとして採用しました。

「幸せのためには健康が大切で、健康

のためには運動が必要で、でもその運動は続けることが難しい。ここが悩ましいところであり、フィットネスを専門とする私たちの腕の見せどころでもあります。縁あってNASを選んではいただいたお客さまには、運動を通して健康になってほしい。そして毎日を幸せに過ごしてほしい。だからNASは続けてもらうを第一に考えることにしました。言葉だけで終わらないように。一過性のものにならないように。研修や人材育成の仕組みを整え、接客レベルに磨きをかけ、胸を張れる商品・サービスを丸となって創り上げる、そう決意しました。お客さまには運動を続けてもらう。私たちはそのための取り組みを続けていく。たゆまず、着実に、一步を積み重ねる。その先にきっと、お客さまとNASの幸せが待っていると信じて。」

この考え方を、すべての社員が共有しています。ブランドメッセージは、掲げるだけでは意味がありません。研修制度や人材育成、接客、商品開発など、さまざまな取り組みをこの理念に沿って進めています。私は社員に対して、「このブランドメッセージにかなうことであれば、自分で考えて何でも挑戦してほしい」と伝えています。現場が自ら考え、自ら行動する文化を育てることが、お客さまとの関係をより深めることにつながると考えているからです。

NASはこの15年間で、1,000～1,500坪規模の大型総合クラブを26店舗開業し、大きく成長してきました。しかし、コロナ禍によって状況は一変します。新規出店は止まり、会員数も約3割減少しました。固定費の大きい総合クラブにとって、この影響は極めて深刻でした。そこで、これからは何を軸に成長するのかを改めて議論しました。その結果、たどり着いたのが、原点に戻るという結論です。お客さま1人ひとりとしっかり向き合い、長く

通い続けてもらうことを最優先に考える。地域のコミュニティとして選ばれる存在になる。これらが、私たちの進むべき方向です。私が社長に就任してから2年間で、16,580名の会員増加、会員継続率は12ポイント改善しています。新規入会は経済環境に大きく左右されるのですが、継続については成果が出ています。さらに強化していこうと考えています。

コミュニティクラブという新しい価値

黒田 私が目指しているのは、運動施設ではなく、コミュニティクラブです。例えば、仕事帰りに駅でNASの看板を見ると、「今日も運動をがんばろうかな」と前向きな気持ちになれる、そんな存在になりたいと思っています。

NASにはバスケットボールやバレーボール、バドミントン、フットサルなどができるアリーナを備えた店舗が25施設あります。この強みを生かして、「スポノフ」という新しいブランドを立ち上げました。トレーニングだけではなく、球技や新しいスポーツを通じて人と人が出会い、新しい仲間をつくる場を提供する取り組みとなっています。ターゲットは、トレーニングだけではもの足りない方、新しい友人をつくりたい方、新しいことに挑戦したい方々です。現在、関西エリア5店舗で展開しており、登録者数は1,200人を超えます。参加者同士が交流し、運動後に一緒に食事へ行くなど新たなコミュニティができています。このような人とのつながりが継続率の向上にも影響しています。今後は関東エリアを含め、全国に展開していく予定です。総合クラブが持つ、人と人をつなぐ価値を磨き続けていきたいと考えています。

もう1つの取り組みが、明治安田さんとの連携による健康麻雀です。健康

麻雀は、「賭けない・飲まない・吸わない」健全な頭脳スポーツです。募集を開始してみると、受付開始と同時に定員が埋まるほどの人気です。健康麻雀は、単なる娯楽ではありません。頭を使い、人と会話し、仲間との交流を深めることができます。「健康づくり」「仲間づくり」「生きがいくくり」の3つを実現できるプログラムです。総合クラブには広いスペースがありますが、タイミング次第で十分に活用されていないエリアもあります。このようなスペースを地域の方の健康づくりや交流の場として、積極的に活用していきたいと考えています。

アライアンスを強みに、新たな価値を創出する

黒田 健康麻雀だけではありません。さらに新たな取り組みとして、NASでは体操教室事業にも着手しています。この事業は、自社でゼロから仕組みを構築したものではなく、フランチャイズ方式を活用し、実績あるノウハウを導入しています。これまでだったら、自社ブランドにこだわり、一から事業を立ち上げていたかもしれませんが。それでは時間がかかり、市場の変化に十分なスピードで対応することはできません。そこで、自社だけですべてを抱え込むのではなく、優れたノウハウを持つ企業と連携し、お客さまへより良いサービスを提供することを選びました。集客も好調で、今後はさらに展開を広げていきたいと考えています。

今後の成長戦略として重視しているのが、アライアンス戦略です。明治安田さんをはじめ、生活の木さんやルルレモンさんなど、さまざまな企業と連携しています。私たちだけでは提供できない価値を、専門性を持つ企業との協業によって補完し、お客さまにより充実した健康サービスを提供していくことが目的となっています。健康づく

りは運動だけでは完結しません。食事、睡眠、リラクゼーションなど、健康を支える要素はさまざまです。だからこそ、自社だけで完結するのではなく、パートナーと連携しながら、お客さまによりよい体験を届けたいと考えています。自社サービスに固執する企業ではなく、地域の健康づくりを支える「プラットフォーム」を目指しています。地域の皆さまへ最高の健康体験を提供し続けることが、今後のNASの役割だと考えています。

大和グループのシナジーを生かす

黒田 大和ハウスグループには多くの社員が在籍しています。その皆さんの健康づくりを支えるため、NASでは体力測定会やオフィスストレッチ、スポーツ大会、運動会、健康セミナー、施設利用など、さまざまなプログラムを企画・運営しています。近年は企業の健康経営に対する関心が急速に高まり、各事業所からの依頼も増えています。グループ企業を対象にこのようなサービスを提供できることは、NASにとって大きな強みです。また、新たな事業領域としても期待できます。実際に、球技やニュースポーツを取り入れた企業向けイベントでは、新入社員から支店長までが一緒に汗を流し、部署や世代を超えた交流が生まれています。営業の現場では日々大きなプレッシャーを抱える社員も少なくありません。だからこそ、仕事を離れた場からだを動かして笑顔になり、仲間との一体感を感じられる機会には、大きな価値があるのです。私たちは、からだの健康だけでなく、心の健康にも貢献できる存在でありたいと考えています。

グループシナジーを活用した取り組みとして、PPP（官民連携）事業にも力を入れています。大和リースと連携し、関西テレビとNASによるジョ

イントベンチャーを設立しました。大阪の扇町公園では、公共施設の運営を通じて、地域住民の健康づくりや交流促進に取り組んでいます。今後もグループ各社との連携を強化しながら、公共施設運営をさらに拡大していきたいと考えています。

建築コストの高騰により、新規出店は以前にも増して難しい時代になっています。その中で期待しているのが、大和ハウスグループが推進する「Livness(リブネス)事業」です。老朽化したビルを取得し、リノベーションを施したうえで再生、再販する事業です。NASは再生された物件にテナントとして出店することで、新たな店舗展開を進めていきたいと考えています。新築だけに依存せず、グループの不動産事業とのシナジーを生かした出店戦略は、今後の成長を支える重要な取り組みになると考えています。

デジタルを活用し、健康サービスを全国へ届ける

黒田 さらに現在は、「FIT NOW」というオンデマンドサービスの展開も進めています。このサービスは、企業やさまざまな団体に向けて、時間や場所を選ばず健康づくりを支援する新しい取り組みです。リアルなクラブ運営だけではなく、デジタルを活用したサービスも組み合わせることで、より多くの人に健康価値を届けることが目的です。コロナ禍で動画配信事業を立ち上げようと準備をしていく中で、多数のショート動画のコンテンツを制作し、蓄積してきました。それらを有効活用したいという現場社員の提案で商品化したサービスです。現在は約270本のコンテンツを配信しています。まずは大和ハウスグループで導入し、トライアル的に運用を進めています。利用者の意見を集めて改善を重ねたうえで、

今後は外部企業への展開を進めていく予定です。

NASは全国64店舗を展開していますが、店舗網だけではサービスを届けられる地域に限界があります。そのため、施設のない地域でもNASと接点を持っていただけるよう、デジタルサービスを通じた新たな健康支援に力を入れています。現在は約20社に導入いただいておりますが、今後は100社、200社へと拡大し、より多くの企業で健康経営を支援するサービスとして育てていきたいと考えています。FIT NOWでは、ヨガやストレッチ、筋力トレーニングに加え、デスクワーク中に実施できる短時間エクササイズや生活習慣病予防など、200本を超えるコンテンツを提供しています。専門医や理学療法士が監修した高いエビデンスを持つプログラムに加え、企業ごとのオリジナルコンテンツ制作にも対応しています。1本1分程度の短時間動画を中心としており、職場や自宅で隙間時間を活用しながら継続的に利用できます。また、登録・視聴状況やアンケート結果を可視化できるレポート機能を備え、企業側の運用負担を抑えつつ健康経営を支援できる仕組みとなっています。

最後にお伝えしたいのは、人口減少を脅威として捉えるのではなく、フィットネスクラブの価値を運動施設から社会インフラへと高める最大のチャンスとして捉えるべきだということです。私たちが本当に向き合うべき相手は、同業他社ではありません。絶えず変化する生活者のニーズなのです。現状維持にとどまらず、業界全体で新たな価値を創出しながら、健康づくりを支える社会インフラとしての役割を果たしていきたいと考えています。ご清聴ありがとうございました。

【ディスカッション】 新社長就任と高まる フィットネス業界への注目

吉田 黒田社長、ありがとうございます。前任の柴山社長から15年ぶりの社長交代となりましたが、大和ハウス本体のマンション事業部長から就任された柴山前社長は、行動力とバイタリティーのある方でした。一方で、黒田社長は爽やかな印象で、今回の人事は従業員の皆さんにとっても新たなモチベーションにつながるのではないかと思います。

昨日は、スポーツ庁の川合長官、国立パフォーマンスセンターの所長、私の3人で基調講演を行いました。急きょ松本文科大臣の参加が決まり、当初5分程度お話しくださると想定していましたが、実際は20分の講演となりました。進行を調整する場面もありましたが、無事に終えることができました。その後は、コナミの室田会長にも施設を視察していただき、実際にからだを動かしていただきました。今回のイベントでは、これまでとは違う流れが生まれ、フィットネス業界への注目度が高まっていることを感じています。

また、昨日もお話ししましたが、フィットネス参加率について、従来は日本では3～4%程度とされてきました。しかし、古屋さんが今回発刊された書籍では、公共施設の利用者や法人会員なども含めた海外と同じ基準で算出し、参加率は9.6%となっています。欧米の15～17%と比べれば、まだ伸びる余地は十分にあります。その中で重要になるのが、単なる会員集客ではなく、「健康」というテーマを軸に、周辺のビジネスをどう広げていくかということです。会費の値上げだけでは難しい時代になっていますが、サービスの質を高め、それに見合った価値を提供することができたら。顧客は価格だけで退会するわけではないのです。

私自身が通っているジムでも、サウナや浴室の設備が改善され、しばらくすると会費の値上げがありました。しかし、利用者からは「自分たちの意見が届いた」と歓迎する声も聞かれました。つまり、クオリティーや接客などを含めた総合的な価値を高めることが、適正な価格を受け入れてもらうためにも重要なのではないのでしょうか。そこで、まず笠原さんにお聞きしたいと思います。アイレクスは地域との関係が非常に強く、さまざまな活動にも取り組まれています。地域の健康づくりについて、今後どのように展開していこうと考えていますか。

地域との信頼関係を生かす

笠原 もともと当社はプロデュース業や地場の材木業などを通じて、地域との関係性が強い会社です。祭りや観光など、さまざまな地域活動にボランティアで関わっています。ただし、それを直接ビジネスにつなげることはしていません。そうした姿勢を見せた瞬間

ファシリテーターを務めた吉田専務理事



に、地域からの公的な役割を任せてもらえなくなるからです。一方で、地域に貢献する企業としての存在感は、間接的に会社への信用や信頼につながっていると感じます。特にコロナ禍を経験して、企業が地域から応援されることの難しさを感じました。単に利益を上げているだけではなく、地域にとって必要とされる企業であることが重要です。その結果として、行政や企業などから声をかけていただく機会も増えています。今後は、行政や地域、企業からお寄せいただく健康ニーズに対して、当社がどのように受け皿となれるかが重要だと考えています。

吉田 愛知県ではそうした活動をされていますが、そのノウハウを他地域で活用することもできそうですね。

笠原 当社にはデザイン・プロデュース部門があり、古くなった総合クラブをどう再生するかといった相談も増えています。そうした経験を生かし、コンサルティングや事業提携、最近ではフランチャイズも含め、愛知県以外ではBtoBのビジネスとして事業提携や連携、協働を広げていきたいと考えています。

吉田 ありがとうございます。次に黒田社長に伺います。大和ハウスグループの中で健康を担うということは、社会全体だけでなく、グループ従業員の健康も担うという役割があるのではないのでしょうか。

大和ハウスグループ 6万人の健康支援

黒田 親会社の大和ハウスからも、コロナ禍で厳しい状況が続いたとき、まずはグループ従業員に向けてさまざまな商品を提案してほしいという話を直接いただきました。現在は体制を整え、大和ハウスの営業部門を中心に取り組んでいます。特に力を入れたいのが「ハートフル会員」です。現在は約

5000人ですが、大和ハウスグループ全体では約6万人の従業員がいます。できるだけ多くの方に利用していただきたいと考えています。

一方で、NASだけでは拠点がない地域もあります。そのため、さまざまなクラブとのタイアップやアライアンスを組み、大和ハウスグループの従業員が地域のフィットネスクラブを利用できる仕組みを広げていきたいと考えています。

価格転嫁と価値創造

吉田 ありがとうございます。では、金利や物価、人件費の上昇が続く中で、今後のオペレーションについてお聞きします。まず笠原さんはいかがでしょう。

笠原 人件費、金利、物価の上昇は、日本がこれから越えていかなければならない課題だと思っています。海外では時給2000～3000円が当たり前で、食事も日本とは比較にならない価格になっています。日本もこれまで上がってこなかった分を、これから戻していく必要があります。そのためには価格転嫁が必要ですが、重要なのは、価格転嫁してもお客さまに納得していただける商品をつくれるかどうかです。現在、平均的な会費は9000円から1万円程度ですが、施設や人員を考えれば、1万4000～1万5000円程度になってもおかしくないと思っています。問題は、その価格に見合う価値をどうつくるかです。特別な対策ではなく、オペレーション、人材育成、商品開発などを地道に改善し、無人ジムなどとの違いを明確にする。その積み重ねによって、価格を上げられる商品価値をつくるが必要だと考えています。

吉田 黒田社長はいかがですか。

黒田 基本的には笠原さんと同じ考えです。ただ、私たちは「値上げ」という言葉を使わず、「バリューアップ」

と呼んでいます。今年6月にもバリューアップしましたし、来年6月にも実施することをすでに決めています。大切なのは、その1年間で、お客さまから月150～200円をいただく価値をどう生み出すかを現場が考えること。そのために、NPS（ネット・プロモーター・スコア）を半年に一度測定しています。お客さまが企業やサービスにどれだけ愛着や信頼を持っているかを数値化し、そのポイントを上げていくこと自体をバリューアップと捉えています。数字に結び付けながら、サービスの価値を高め、その結果として価格を上げる。この取り組みを続けています。

吉田 会費が従来は安すぎたという面も否めません。重要なのは適正価格を見極め、その価格に対して価値を感じていただき、継続してもらうことだと思います。もう一つ、私が昨日の基調講演でもお話ししたのが、体力テストの重要性です。自分の現在地を知らなければ、運動を継続することは難しいのではないかとこの考えから、体力テストを始めました。測定によって自分の実態を知り、その結果をもとにスタッフがアセスメントを行い、次の測定までの運動を習慣化する。そして次の測定で体力が向上している。このサイクルをつくるのが重要です。こうした取り組みは、会員の継続だけでなく、地域の健康づくりを担ううえでも、自分の現在地を知るための重要なツールになると考えています。

AI×ホスピタリティ

吉田 一方、少子高齢化によって人材不足はさらに深刻になります。自社の強みを受け継ぐ人材を育て、質の高いサービスを提供できなければ、選ばれない業種になる可能性もあります。AIの活用も進んでいますが、AIだけで運営できるほど、この業界は単純ではあ

りません。AIを使いこなしながら、人にしかできない価値を提供することが重要だと思います。

笠原 AIジムでは、アプリに体重や希望を入力し、測定結果をもとに、その人に合ったマシンや重量、コースを提示します。週2～3回通うことで効果が出る仕組みです。ただ、私たちはAIだけで完結させるのではなく、そこに人のホスピタリティを加えたいと考えています。単に「次はこれをしてください」と案内するだけなら、人は必要ありません。しかし、運動中の姿勢を確認したり、ちょっとしたコミュニケーションを取ったりすることは、人にしかできません。つまり、「AI×ホスピタリティ」です。計算や単純な案内はAIに任せ、人だからこそできることを追求する。その組み合わせによって、新たな価値をつくれるのではないかと考えています。

吉田 ありがとうございます。では最後に、人材について伺います。黒田社長が考えるNASの社員像とは、どのようなもののでしょうか。

自ら考え、行動できる人材育成

黒田 現在、社員が約450人、アルバイトスタッフが約1600人います。まずは社員とアルバイトの比率を1対1に近づけることを目標にしています。会社の理念やホスピタリティを伝えても、アルバイトが入れ替わると浸透しにくいからです。また、社員が現場だけで毎日過ごす視野が狭くなります。そのため、店舗業務と本部業務を兼務したり、現場の社員が本部のプロジェクトに参加したりする仕組みをつくっています。目指しているのは、全員参加型で、自ら考え、自ら行動する従業員です。もう1つ、社長就任以来こだわっているのが、思っていることを素直に口に出せる会社です。忖度や、否

定されることへの不安があると、人は自分の考えを言わなくなります。しかし、それでは責任を持って仕事することも難しい。自ら発言し、自分のこととして取り組める環境をつくりたいと考えています。

雇用形態や賃金体系の見直し

笠原 人材については、私も非常に危機感を持っています。大手企業が初任給を上げていく中で、これまでと同じ採用方法では優秀な人材を確保できなくなると思います。そこで、時間限定、副業、期間限定、専門性など、より柔軟な雇用形態を増やしていく必要があります。また、最近、理美容業界で大卒者を初任給30万円で採用し、資格取得を支援したうえで、店長には700～800万円の年収を提示する企業があると聞きました。こうした考え方は、フィットネス業界でも参考になると思います。一律の雇用形態ではなく、さまざまな受け皿を用意することが、これからの人材確保には必要ではないでしょうか。

吉田 これまでの仕組みだけでは、今後この業界はますます人が集まりにくくなると思います。例えば、2人のアルバイトを配置するより、知識とアウトプット能力の高い人を1人配置し、その人に2人分の賃金の8～9割を支払う。その結果、サービスの質が上がり、会社にも利益が残るという考え方もできます。適正な人員配置や賃金体系を含め、従来とは逆の発想で人材を考える必要があります。FIAとしても、皆さんの知恵を集約し、業界全体で共有していきたいと思っています。

では最後に、お2人から本日参加された皆さんへメッセージをお願いします。

変化を成長の機会に

笠原 2020年を境に、時代が大きく変わったことを改めて感じています。フィットネス業界だけでなく、既存事業やこれまでの成功モデルが通用しにくくなっています。だからこそ、全員にチャンスがある。私は「サバイバル」というより「リスタート」だと考えています。これまで培ってきたノウハウを生かしながら、新しい時代にどう対応していくかが重要です。そして、自社だけでなく、業界全体を良くしていく活動も必要です。日本のフィットネス産業が成長することが、結果的に各社の成長にもつながると信じています。ぜひ皆さんと一緒に、この業界をよくしていきたいと思っています。

人生100歳時代を健康に

黒田 人生100歳時代といわれる中、これからは80歳まで現役で働く時代になる可能性があります。そのとき、いかに健康な状態で働き、社会に貢献できるかが重要になります。その役割を担うのが、まさに私たちの業界ではないでしょうか。フィットネスは、人々が人生100年時代を豊かに生きるために必要な仕事だと思っています。皆で力を合わせ、この人生100歳時代を豊かなものにしていきたいと思っています。

吉田 定年という概念は大きく変わり、働ける期間はさらに長くなるでしょう。医学も進歩し、寿命は今後も延びていくと思います。ただし、寿命が延びるだけでは社会の負担も増えます。延び

た人生を健康に生きるための取り組みが必要であり、そこに我々の仕事の大きな可能性があります。店舗や地域において健康づくりを担う存在へと、フィットネス業界が変わっていく時期なのだと思います。皆さんの知恵や地域での活動を結集し、これからの高齢化社会の中で、日本の健康を支える業界として発展していければと思います。本日は笠原会長、黒田社長、本当にありがとうございました。もう一度、盛大な拍手をお願いします。

司会 皆さま、本日はご参加いただき、ありがとうございました。ご質問も受けつけたかったのですが、時間となりましたので、これで終了とさせていただきます。本日はありがとうございました。



フィットネスクラブ マネジメントコーナー

FCMの詳細、
お試し問題等は
コチラ!



トピックス

受験申請8月20日(木)より受付開始!

第20回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定 (CBT方式) (2026年11月19日~22日)

各テストセンターの予約枠は、先着順です。お早めに!

CBT試験の基本概要

CBT (Computer Based Testing) は、全国のテストセンターにあるコンピュータ画面で問題を確認し、マウスやキーボードを使って解答する利便性の高い試験方式です。

試験実施期間
11/19(木)~22(日)

申請受付開始
8/20(木)~



CBT試験 4つの魅力

1 受検日時を自由に選択

11月19日~22日の4日間で、予約可能な時間に試験を受けることができます。

☒ 自分の都合に合わせて日時を選択可能!

2 全国のテストセンター

全国の主要都市にあるテストセンターで試験を受けることができます。

☒ 移動時間が少なく仕事への影響を最小化!

3 筆記用具不要で身軽

テストセンター備え付けのPCにて解答するため、筆記用具を持ち込む必要がありません。

☒ 準備の手間なく身軽に受検可能!

4 学科・実技の連続受検

2級と3級は、学科試験と実技試験を同日に連続して受検することができます。

☒ 受検に必要な所要時間が最小限に!

詳細は公式ウェブサイトにてご確認ください

[受験申請へ](#)

リモート（無料）

FCM学習セミナー

試験概要
勉強方法を徹底解説

3回シリーズのセミナー

第1回 8月27日
9月11日



第1回

FCMのメリッ
トFCM試験、
勉強方法を知る

第2回

問題を
解く力を磨く
9月実施

第3回

苦手・陥りやす
い間違いの克服
10月実施

初めてのオンラインセミナーです。

開催時間等詳細はQRコードを読み取り確認してください。

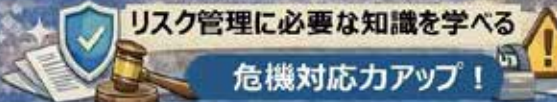
一般社団法人
日本フィットネス産業協会



「FCM合格すると得する7つ」紹介シリーズ

現場の仕事、運営を「自分ごと化」するためには、そのための視点、知識、技能が役に立ちます。
フィットネスクラブ・マネジメント技能検定の合格は、国家資格として、その自信につながります。

2級合格して、7つの良いこと!

2級国家資格者として 周りに認められる  信頼度アップ!	マネージャー向の幅広い 知識を得られる  説得力が変わる!	基準を知り、問題発見、 解決力が高まる  課題解決力アップ!
顧客の理解が深まる  メッセージ力アップ!	仕事の計画/分担/実行/ 評価に役立つ  業務を円滑に!	損益予算、実績管理能力 が高まる  成果の最大化!
リスク管理に必要な知識を学べる 危機対応力アップ! 		

2級は現場の部門長、マネージャークラスの方向け

3級合格して、7つの良いこと!

国家資格者として、 自信が持てる  実力の底上げ!	自分の仕事に直接役立つ  スキル向上!	周りの仕事を理解できる  知識が増える!
上司、部下と協働する 方法がわかる  コミュ力アップ!	苦手だった損益計算ができる ようになる  数字に強くなる!	全く知らなかった法律、 リスクを知れる  安心・安全!
フィットネス基礎知識が 明快になる 接客力アップ! 		

3級は現場の部門長、マネージャークラスの方向け

正会員企業 Regular member

株式会社ライフウェル

ライフウェル浜松
フィットレックス町田

(静岡県・東京都)

▶▶ご挨拶

直営店としてライフウェル浜松、フィットレックス町田を運営しております。ピラティスRというマシンピラティスのフランチャイズも展開しており、フランチャイズ1号店を宮崎に、2号店を大分に2025年に出店いたしました。また、ダイナフォース・トレーニングマシンの販売を2025年から開始しております。

コロナ禍以降、浜松・町田での厳しい競争に対処すべくジムの強化やマシンピラティスの導入を進め、会員数の回復に確かな手応えを感じました。その経験を元にフィットネスクラブ・ジムのコンサルティングを2025年より開始し、ジム強化を低予算で実現する為のマシン輸入販売と、新規会員獲得の為のマシンピラティス・フランチャイズ化を行ってまいりました。

現在、地方クラブでの劇的な会員数の増加を達成しております。その経験とノウハウを、会員の皆様の施設の経営改善にお役立ていただければと考え、入会させていただきました。何卒よろしくお願い申し上げます。

(株式会社ライフウェル
代表取締役 増田 秀俊)



【企業概要】

本社 ● 〒244-0802 横浜市戸塚区平戸3-44-12
営業本部 ● 〒194-0013 東京都町田市原町田4-5-7 町田ヒカリビル3F
TEL ● 042-724-4841
Mail ● h.masuda@life-well.jp

【店舗概要】

ライフウェル浜松(静岡県)
フィットレックス町田(東京都)
ピラティスR 宮崎・大分

【施設内容】

(ライフウェル浜松)ジム・スタジオ・溶岩ホットスタジオ・グループピラティス・風呂・岩盤浴・エステ
(フィットレックス町田)ジム・溶岩ホットスタジオ・シャワー

賛助会員加盟企業 Associate member

株式会社wevnal



【企業概要】

会社名 ● 株式会社wevnal(ウェブナル)
代表者 ● 代表取締役 磯山 博文
所在地 ● 〒150-0013
東京都渋谷区恵比寿1-23-23 恵比寿スクエア7F
担当者名 ● 神谷 美沙希 (マーケティング部)
連絡先 ● TEL:03-5449-6477
e-mail ● botchan-mk@wevna.co.jp
URL ● https://botchan.io/

▶▶企業PR

株式会社wevnaは、BX(ブランド体験)プラットフォーム「BOTCHAN」の開発・提供を通じて、顧客体験の向上とLTV(顧客生涯価値)の最大化を支援しております。フィットネス施設において「Web広告からサイトに来ても、見学予約や入会に至らず離脱されてしまう」といったお悩みはありませんか? 弊社は、ユーザーのWeb上での行動に合わせた最適なオンライン接客ツールをご提案し、新規会員様の獲得と顧客満足度アップに貢献します。初期設定から日々の運用改善まで、専任チームが外部リソース・ノウハウにて伴走いたします。

▶▶主要商品・サービス

フィットネス施設様の「Webサイトからの新規入会・体験予約の最大化」を実現する2つのソリューションをご提供しております。

■ BOTCHAN Engagement

Webサイトから離脱しようとしたユーザーにバナーを表示し、LINEの友だち追加へと誘導します。LINE内でパーソナライズされた1to1マーケティングを行うことでファンを創出し、離脱ユーザーを再来訪やコンバージョン(CV)に繋げます。

■ BOTCHAN EFO

Webでの入会や体験予約のフォームを、会話型のチャット形式に変換し顧客体験を最適化します。一問一答形式で入力心理的ボリュームを感じさせず、フォーム入力中の離脱を劇的に防ぎます。フィットネス業界でも導入が進んでおり、CVR(コンバージョン率)が139%改善した実績がございます。

株式会社hacomono

「hacomono AI Manager」提供開始

AIがスタッフの接客をサポートし、会員一人ひとりに寄り添う店舗づくりへウェルネス・運動施設向けオールインワン・マネジメントシステム「hacomono」を提供する株式会社hacomonoは、全国13,000店舗以上で利用される運営支援システムを展開しています。このたび、会員一人ひとりに寄り添った接客を支援するAIプロダクト「hacomono AI Manager」の提供を開始しました。

AI Managerで実現できること

声をかけるべき会員が分かる
来館時に、フォローが必要な会員をAIが通知。接客のタイミングを逃しません。

☑ 一人ひとりに合わせた接客

入会目的や利用状況をもとに、AIが自然な会話のヒントを提案します。

☑ 接客記録も簡単

音声要約やワンタップ入力で、接客内容をその場で記録できます。

☑ 接客品質を見える化

接客状況や再来館率などを可視化し、店舗全体のサービス向上につなげます。



このような店舗様におすすめ

会員定着率を
向上させたい

スタッフ教育を
標準化したい

接客品質を
高めたい

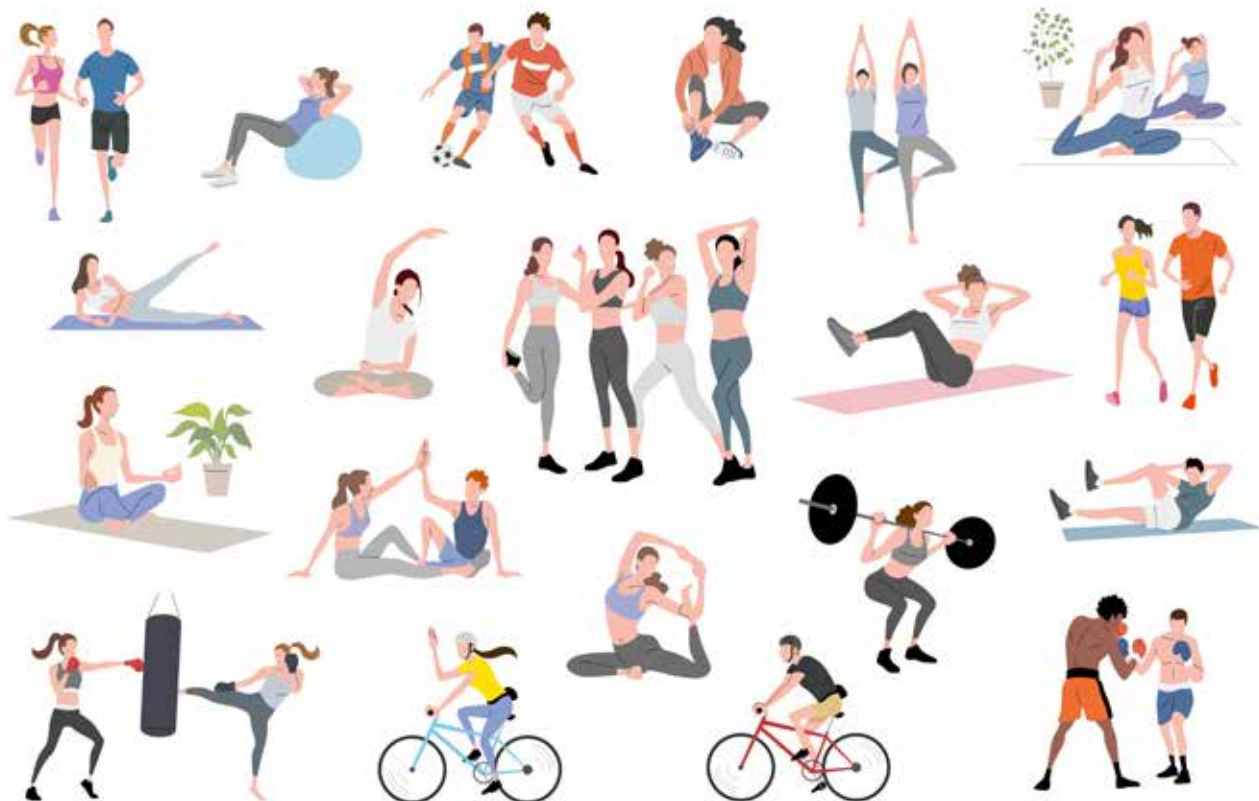
接客の成果を
見える化したい

詳細はこちら

hacomono AI Manager <https://www.hacomono.co.jp/news/20260806/>

※本件に関するお問い合わせ

株式会社hacomono 広報担当:友行 pr@hacomono.co.jp



第243回 FIA理事会報告

FIAは7月24日、第243回となる理事会を開催し、理事監事他19名が出席した。

審議・決裁事項

議事1-1 書面総会実施報告

理事1名の交代選任を諮る書面総会実施についてのメール回議理事会は同意が過半となったため7月15日、正会員代表者あて議案並びに回答フォームを配信し、回答収集中であることが報告された。

議事1-2 会員入会の件

事前審議を行った正会員入会の承認報告、及び、新たに申請のあった賛助会員2件の入会及び退会2件につき審議を行い、いずれも異議なく承認された。

入会

1. 賛助会員

- 会社名 株式会社Photosynth
所在地 東京都港区
資本金 3,000万円
営業内容 後付けスマートロックによる入退室管理システム等。
- 会社名 株式会社 コラントッテ
所在地 大阪市中央区
資本金 8,940万円
営業内容 磁気ネックレス、リカバリーウェア等の医療・健康器具製造販売。

退会

1. 賛助会員

- 会社名 株式会社 TailorApp
所在地 東京都港区
理 由 会社方針（クラブへの導入親和性がないことが分かった）
入 会 2025年12月
営業内容 デジタルマーケティング・総合広告代理業
- 会社名 株式会社 ASK
所在地 東京都立川市
理 由 経費節減
入 会 2020年10月
営業内容 スカパーなど衛星放送の配信事業

※入会事前審議結果報告

5月29日配信 6月10日締切 （株）ライフウェル入会は承認された。
返信数 13 承認数 13

1. 正会員：株式会社 ライフウェル
 所在地 横浜市戸塚区
 資本金 1,000万円
 施設数 2 ライフウェル浜松・フィットレックス町田

※なお第241回理事会（5月）で入会承認となった賛助会員入会希望企業

（合）櫻井機創ウェルネス（東京都千代田区、プール等における塩素ケア装置事業）は、同社より入会辞退の申し出があり、会員登録を行っていないことが報告された。

議事1-3 後援名義使用許可申請の件

申請のあった後援名義使用許可申請につき審議の結果、許可することに決した。

1. 子宮頸がん予防検定（ティールブルーリボンアドバイザー検定）

申 請	（特非）子宮頸がんを考える市民の会
催事名	子宮頸がん予防検定（ティールブルーリボン アドバイザー検定）
会 期	2026年8月30日（日）
会 場	オンライン試験
内 容	市民がエビデンスに基づく子宮頸がんに対する正しい知識を習得し、自ら適切な意思決定を行う「ヘルス・エンパワーメント」の確立を目的とする。本検定を通じて、地域や職場、家庭において正しい予防知識を伝える「アドバイザー」を育成し、社会全体での「がん排除」に向けた機運を醸成する。
試験対象	一般市民、 教育機関・自治体・企業の健康管理担当者、保健医従事者・学生
実施対象級	中級。周囲への予防、子宮頸がんへの包括的理解、世界と国内の状況。
費 用	受験料4,900円

議案2 報告・協議・承認事項

事務局より事業分野の状況並びに今後の予定について説明を行い、必要事項は協議・決定した。

1. 一般事業

討議・協議事項

1. フィットネス体カテストについて

（1）フィットネス体カテストシステム利用状況

約20,800件（5月11日現在）

■システム利用件数トレンド：

>2026年度（4～6月）；1,598件 ／ >累計：20,814件

■主な取り組み事例

●（株）フジ・スポーツ&フィットネス

イベント『フィッタ体力測定会（有料）』の実施>4店舗にて実施

実績：会員外一般参加者：58名／会員140名 ※測定者のうち新規入会者4名7％

●ゲンゼスポーツ（株）

・令和8年度『兵庫県健康づくり研修会支援事業』の採択に体力テストの活用にて応募
→選定

・労働組合（ゲンゼ労働組合）レクリエーションイベントとして提案

●野村不動産ライフ&スポーツ（株）

昨年度からの継続した取り組みとして全社員に対する測定の実施

●日本テニス事業協会加盟テニスクラブでの活用開始：76件

■チケット制導入に向けての進捗と取り組み

既に複数の企業健保からの要望があるチケット制を活用しての体力測定の実施については、段階的に受け入れを行なうため、2026年度はテストマーケティングでエリアと期間を区切って実施の方向。

(具体的な実施概要)

- ・試験的实施期間：2026年11月1日～2026年12月28日
- ・予め対応可能な期間、日時を設定し、事前予約制にて対応が前提

(現時点で要望を寄せている企業健保)

●富士通健康保険組合様 ●エムケー精工株式会社様 ●荏原健康保険組合様

上記3企業を対象に、現在正会員に対して受け入れの意思確認を含めたヒヤリング実施中。特に理事企業各社の理解と協力が極めて必要。

2. FIAマスタースイミング選手権大会について

(1) 秋季関西大会 (報告)

9月26日(土) 滋賀県草津市の「インフロニア草津アクアティクスセンター」にて開催。6月1日募集要項公開、エントリー期間は7月1日～8月16日として募集中。滋賀県水泳連盟共催。

(2) 春季関東大会 (報告)

- ・来々(2027年3月)は3月21日(日)・22日(月・祝)2日間で開催。
- ・課題事項
 - ①実行委員企業に参加数が偏る傾向もあり、正会員各社に対する働き掛けを要す。
 - ②実行委員・競技役員手当の改善を求める意見を頂いている。

3. SPORTECセミナー提供、他

SPORTECは7月8日(水)～10日(金) 東京ビッグサイト東展示棟にて開催された。

入場者数 1日目14,433人 2日目14,779人 3日目14,970人

①FIAは以下3セミナーを実施した。(FIA会員には割引価格適用)

1. ***FIA Topセミナー** 7月9日(木) 11:00-12:30 受講者数99名
フィットネス産業の業態と顧客ニーズ多様化の中での各社成長戦略をズバリ聞く
笠原盛泰・黒田雅実2氏 吉田正昭
 2. ***FIAセミナー** 7月9日(木) 13:00-14:30 受講者数87名
「WTP(支払意思額)と総合型クラブの提供価値の再定義」
妹尾有信・上垣仁司・伊藤裕久3氏 松村剛
 3. ***FIAセミナー** 7月10日(金) 15:30-16:30 受講者数46名
「現場マネージャーに求められる企画・実行力を高める」
野口宏之・竹田智史2氏 蕨沢靖彦
※FIAセミナーとは別に初日基調講演に吉田専務理事登壇。
(松本文部科学大臣・河合スポーツ庁長官・久木留国立スポーツ科学センター所長・吉田専務理事)
- ②展示会広報への協力を行った。
- ③オープニングセレモニー・主要関係者レセプション等に参加した。
- ④FIA情報提供ブースを出展した。
- *JASRAC使用料メリット等の加盟メリットを紹介し入会促進PR展示。
首都圏以外などから正会員の関心を示す来訪5～6件。
 - *FCM検定 学習ツールPR展示
各方面への事前広報の成果か、学習ツール体験希望の来訪あり。

4. 学校施設等を活用した生涯スポーツ推進のための先進モデル構築事業について(スポーツ庁)

令和8年度スポーツ庁予算計画に盛り込まれる表記モデル事業の受け皿となるよう準備中。

公募の広報を注視。

5. 消費者庁事故調査委員会調査結果公表の件

消費者庁事故調査委員会による、パーソナルジムにおいて発生する障害事故の件数・内容などに関する一般公表は5月27日に行われた。

※別途、指導者団体協議会（JATIJAJA, NSCA JAPAN, 健康運動指導士会）からの指針がまとまったら会員向けに共有し、指針と各社のパーソナル指導サービス提供の既存の仕組みと照らして、適切な対応を図るよう促す。

※公表後各種施設運営者からの照会、入会問い合わせが5-6件あった。

6. メガロス武蔵小金井店にて昨年発生した水難事故の調査報告がリリースされたことを受けたFIAとしての対応。

加盟各社に対する広報について、5月理事会報告の通りの下記方針に沿い、野村不動産ライフ&スポーツと調整中であることが報告された。

広報を行う時期について石井理事（野村不動産ライフ&スポーツ）より8-9月頃を予定する旨が説明された。

（対応）

該当報告書の確認を行い・自社（加盟各社）の安全取り組み事項（安全マニュアル含む）の精査を行う事とし、完了報告を加盟各社より受領し安全の徹底を図ることとする。

1. 加盟各社に開示報告書の確認を要請→完了・未完了を把握する。

2. 各社における安全対応（基準書等）との対比を行いより安全が担保できる体制の構築を図る。

（自社安全基準書確認の完了報告）

以上の2点の完了報告書（完了 代表者名で）を受領し保管する）

2. 検定事業

1. 検定事業について承認事項

- ・検定事業の収支安定化のために、理事会等でも指摘の通り対象市場拡大が必須であり、厚生労働省への資格名称変更申請に着手することについて、事務局より説明し討議を行った。

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定 → フィットネス・マネジメント技能検定

趣旨：「クラブ」は特定の施設形態を想起させ、拡張したいターゲット（パーソナルトレーナー等の個人事業主、理学療法士・柔道整復師等の専門職）に「自分に関係する検定」として届きにくいという課題に対処。

意見

- *受験者層拡大への対応としては、検定の名称変更のみの議論ではなく、既存のシラバスの内容も含めて再考し、本資格の社会的・業界の実態とニーズに沿うという視点の考えも併せて考慮する時期ではないか。

- *検討プロジェクトを設けてはどうか。

事務局説明

- *厚生労働省は、検定の内容を変えない名称変更は可だが、内容変更には多くの時間・プロセスを要するとされており、今次改定は、受験数増加を目的とする名称改定としたい。

討議を踏まえ、全体の考え方・方向性の中での今次名称変更申請内容を整理し、厚生労働省の承認条件及びスケジュールを考慮し、次回理事会での承認を経て、9月中には申請することを前提に進めることとした。

併せて、今回新任理事向けに問う技能検定に関する討議・承認に必要な予備知識をレクチャーする資料を提供することが求められ、準備することとなった。

- ・検定事業の収支安定化のために、公式テキストの補完（法律等更新が必要な部分）版をデータにより提供することとして、テキスト販売強化を図る。補完内容についてはFCMテキスト委員会を新設し承認得たものを使用する。筆料等コスト、迅速性の観点から事務局が一次原稿を作成し、その内容を協議・修正・承認する委員会とすることの理事会承認を求む。

討議意見

- *デジタル配布か印刷物発刊か。次期Vol.5版テキストとの関連は。

事務局説明

- *更新版はPDFでのホームページ公表を想定しているがさらに検討する。

討議を経て、公式テキストVOL.4編集陣である古屋氏・田畑氏を軸に更新が必要な部分に関する執筆者を委員に加えて、更新情報の承認機関としてのテキスト委員会の発足について了承された。

2. 検定事業について報告事項

- ・検定事業テキスト販売促進、受検者増加策の一環として、FCMWeb学習ナビを作成・展開していることを説明した。SPORTEC会場でも紹介した。
- ・既存受検企業団体以外の新市場拡大の為、8つのペルソナ別に認知・学習促進策を実施中であることを説明した。

3. 役員の服務規程説明の件

理事監事（役員）は検定事業についてはみなし公務員として遵守すべき事項があることを指定試験機関技能検定役職員服務規程により説明、確認を行った。

3. 討議

会長よりFIAの課題対応のための分科会・委員会設置に関して説明・提案があり、討議を行った。

1. 会員増強に関する会議体

会長提案：黒田副会長（NAS）を委員長とし、実務補佐を野中氏（NAS）・岡田氏（コナミ）が担当する体制で提案をまとめた。

討議意見

- *トレーナー会員・個人会員・準会員など正会員入会資格の枠の拡大など会員制度自体も検討する場になって欲しい。

討議の結果、前年度のFIA改革プロジェクト報告をベースとして会員制度見直し（既存の業態のあり様）を考慮した網羅的な検討も含み、提案された人選による委員会を始動することを決した。

2. フィットネスの認知向上を図る会議体

会長提案：佐々木理事（TSO）を委員長とし、実務補佐を、昨年度設置されたFIA事業責任者会議の委員長である妹尾氏（ティップネス）が担当する体制で提案をまとめた。

3. 賛助会員メリットを含む会員間の交流促進を図る会議体

会長提案：賛助会員からの理事経験者を軸に、手法等の意見を頂き執行理事会で方向性を検討することとしたい。

討議意見

- *商談会的な機会を催し、正会員も社長だけでなく担当者も参加する。
- *Webからも参加できるようにしたら良い。
- *賛助会員には、そのような際のスポンサードの意向をお持ちの処もある。
- *1つのテーマで複数社がプレゼンを行う催事
- *商談会を非加盟クラブにも機会として開くことで入会に繋がるのではないかな。

意見交換の結果、各委員会は会長提案通りに始動させることと決した。

Health & Fitness Association グローバルレポート

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！

米国のヘルス・クラブやスタジオ、 新プログラム「Service Ready」で 入隊予定者に無料メンバーシップを提供

HFA (Health & Fitness Association) 加盟施設によるフィットネス業界の取り組みとして、
軍の基礎訓練に向かう米国人に対し、
無料での施設利用とトレーニング・サポートが提供されます。
今号では、このプログラムの概要について紹介したいと思います。

執筆 | Pamela Kufahl (パメラ・クファール:コミュニケーション担当シニア・ディレクター) | 翻訳 | 松村 剛



軍の採用活動にも影響する健康状態の現実

米国のフィットネス業界は、「Service Ready（サービス・レディ）」と呼ばれるプログラムを通じて、軍の即応体制に関わる危機的状況にある米国を支援しようとしています。

このプログラムは、入隊が確認された者に対し、基礎訓練開始までの数週間にわたりジムの無料利用と希望者へのコーチングを提供するものです。

Health & Fitness Association（HFA）は先週、ワシントンD.C.で開催された「2026 HFA Fly-In and Advocacy Summit（政策提言サミット）」において、この取り組みを発表しました。

発表は、米国保健福祉省（HHS）の保健担当次官補兼公衆衛生局士官部隊（USPHS Commissioned Corps）局長であるブライアン・クリスティーン海軍少将（医学博士）による、昼食会での基調講演の直前に行われました。「健康は国家の力の基盤です」とクリスティーン氏は基調講演で述べました。「また、健康は即応体制に不可欠なものです。それは経済の活力や地域社会の回復力を支え、最終的には国の未来を形作るもの。しかし近年、史上最も強力で寛大、かつ繁栄する能力の高い国であるはずの我が国が、健康とウェルネスの面でつまづいています。」

クリスティーン氏によると、肥満、2型糖尿病、心血管疾患といった慢性疾患の高い有病率が、米国の罹患率、死亡率、そして医療費増大の主な要因となっています。

米国の子どもの約40%、成人の75

%以上が少なくとも1つの慢性疾患を抱えており、慢性疾患を持つ子どもが約10%、成人が40%であった50年前と比較して、その割合は増加していると同氏は付け加えました。

こうした国の健康状態は、軍の採用活動にも影響を及ぼしています。2018年の時点で、米国の若者の71%が入隊資格を満たしていませんでした。アメリカ疾病予防管理センター（CDC）によると、その主な理由の一つが過体重や肥満です。

CDCのデータによると、軍への志願者の90%を占める17歳から24歳のアメリカ人のうち、現在、兵役に必要な身体活動量と体重の基準を両方満たしているのはわずか41%に過ぎません。

また、HFA（Health & Fitness Association）が示したデータによれば、肥満が原因で年間5万2,000人以上の志願者が不適格とされています。さらに、筋骨格系の負傷も、軍全体の即応体制やコストの面で大きな負担となり続いています。

フィットネス業界のサポートで国家のレジリエンスを強化

今後数ヵ月以内に開始される「Service Ready（サービス・レディ）」イニシアチブでは、入隊が確認された志願者に対し、8～12週間にわたるフィットネス施設の無料利用を提供するほか、認定フィットネス専門家によるコーチングや動作技術指導、さらには実施可能な施設においては体組成測定といったオプションも提供されます。

「今回の発表は、この国に対する皆さんの強い決意を示すものです」とクリスティーン氏は述べました。「米軍の戦力および即応体制に対する皆さんの献身的な姿勢に、私は深く感銘を受けています。」

この新たな取り組みは、既存の軍入隊準備プログラム（Future Soldier Preparatory Course、Future Soldier Training System、Recruit Sustainment Program、Navy Operational Fitness and Fueling Systemなど）に取って代わるものではなく、あくまでもそれらを補完するものとして設計されています。

HFAのチーフ・オブ・スタッフであるマイク・ゴシンスキー氏は次のように述べています。

「米軍の即応体制に関する課題は、若年層における身体活動の減少や健康状態の悪化といった、より広範な問題とますます密接に関連しています。建国250周年を迎えるにあたり、『Service Ready』はフィットネス業界が立ち上がり、全国に展開する既存の施設、専門知識、地域インフラを活用して、基礎訓練に入る前の将来の隊員たちを支援する好機となります。」

この取り組みの目的は、身体活動へのアクセスを拡大することで、準備態勢を向上させ、予防可能な負傷を減らし、国家のレジリエンス（回復力・強靱さ）を強化することにあります」

現在、HFAでは本取り組みへの参加に関心のある加盟施設を募っています。

業界関連ニュースをイッキ読み!

(2026年7月の報道記事より)

ピックルボール、人気広がる 国内2団体統合/企業も熱視線

ラケット競技「ピックルボール」の人气が日本でも広がる。今春、国内2つの団体が統合し、環境の整備や体制づくりも始まった。7月にはアジアツアーが開かれるなど、競技を巡る動きが活発になっている。

ピックルボールは卓球ラケットより一回り大きい「パドル」を使い、バドミントンほどの広さのコートで球を打ち合う。国内の推計競技人口は約33万人に上る。

市場の急速な拡大を受けて「日本ピックルボール協会」と「ピックルボール日本連盟」が歩み寄ったのは昨年12月。4月には統括団体が誕生した。「選手にとっても、大会の日程調整や運営面でも、メリットは大きい」。新団体では早い段階でまとまる必要性を感じていた。

世界でも国際統括団体の設立に向けた動きがあり、五輪の正式種目への採用は共通の目標。競技団体が乱立している国も多い中、日本はその先駆けとなった。五輪への道筋がつけば「普及もスポンサーの規模も大きく変わる転機になると思う」と期待は高い。

6月には日本スポーツ協会の承認団体としての加盟も決定。今後は公認コートの増設や指導者の資格制度の確立、ジュニア世代の育成など競技としての基盤を整えていく方針。

競技の将来性に着目して参画する企業も増えている。TBSホールディングスは7月に東京都立川市で開幕する国際大会「PPAツアー」のアジア版の大会を主催。放映権料の高騰など外部環境が変化し、メディアとしてスポーツとの新たな関わり方を模索する中でピックルボールに注目し、運営に乗り出した。

TBSのスポーツ局局長補佐は「Doスポーツの要素が多く、トップ選手も市民ランナーも参加するマラソン大会に近いと感じる」と語る。今回ツアースポンサー以外に10社

が協賛しているが、入場無料で中継はYouTube配信のみ。大会の盛況を目指し、収益化への種をまく。

今大会はアジアを中心にプロ選手が集結。25年から米プロリーグに参戦している船水雄太は「ゼロから本場米国でやってきた。ハイレベルな試合を見せたい」と話す。

コートも各地で増加傾向にあり、近年の認知度の高まりに驚く関係者は少なくない。ブームで終わらず、裾野を広げ、持続的な発展を遂げられるか。新興スポーツに熱い視線が注がれている。

(2026年7月1日／日本経済新聞)

「太陽の下で楽しめない」 学校プールに遮光ネット、変わる夏の風景

6月中旬、東京都大田区の小学校プールで強い日差しから児童らを守っているのは、両サイドに張られた黒い遮光ネット。

体温調節機能が未発達な子どもにとって、夏場の熱中症リスクは大人より高い。2018年7月には校外学習に出た小学校低学年の男子児童が死亡する事故が起きた。

学校現場は屋外活動への警戒を強めている。直射日光が降り注ぐプールの授業は「暑さ指数(WBGT)が危険水準より低くても予防的に中止することもある」(都内の私立校の教員)。大田区では24年ごろからWBGTが屋外活動を原則中止とする目安の「31」を頻繁に超え、取りやめることも度々あった。

だが夏休み前のプールの授業は、海や川など水の事故から命を守る術(すべ)を学ぶ重要な機会でもある。同区立小に導入された遮光ネットは「何とかして水泳の時間を確保したい」という現場の声を受けた措置だった。体育主任教員は「いずれプール全体を覆うようにネットを設置し、酷暑の影響を受けず授業ができる環境を整えたい」と語る。

業界関連ニュースをイッキ読み!

試行錯誤は学校現場以外でも広がる

愛知県幸田町で毎年7月に開かれてきた「幸田彦左まつり」。見どころは地元ゆかりの武将、大久保彦左衛門をモチーフにした仮装行列で、例年3万人を集めてきた。だが猛暑の中で実施するには祭り参加者や来場者の安全確保が難しく、前年に続き今年も早々に中止を決めた。かねて課題だった運営側の高齢化に猛暑リスクの高まりが追い打ちをかけた格好で「担い手の減少や安全性を考慮すると仕方ない」。町商工会事務局長はため息をつく。今後は時期をずらし10月ごろの開催を視野に入れるが、見通しは立っていない。

夏場は過ごしやすいはずの北海道も例外ではない

札幌市から北東に約100キロ離れた深川市。7月下旬、地元の一大イベント「ふかがわ夏祭り」は今年から開始時間が従来の午前から夕方に見直された。

25年7月の平均最高気温は29.1度で、この10年で4度上昇した。会場近くの飲食店主は近年、慣れない暑さに客足が遠のいてきた実感があるという。「もう太陽の下で祭りを楽しむことはできないかもしれない」。酷暑は見慣れた祭りの風景さえも変えつつある。(敬称略)

(2026年7月7日／日本経済新聞)

近畿大学、東大阪キャンパスに24時間使えるジム 学生や教職員向け

近畿大学は東大阪キャンパス（大阪府東大阪市）に24時間利用可能なジムを開設した。同大学の学生や教職員向けで、顔認証システムを用いた入退館の管理システムなどを活用する。1回当たりの利用料金は学生が200円、教職員が300円。月額利用の場合で学生が3千円、教職員が5千円。

心身のリフレッシュや健康的な生活習慣の形成を支援する。大学の長期休暇期間などを除き、土日を含めて営業する。

初心者から上級者まで幅広いニーズに対応する57台の

トレーニングマシンを導入したほか、ヨガなどのプログラムを実施できるスタジオも設けた。シャワーブースやジェンダーフリーの更衣室も備える。約3億5千万円を投じ、既存のフィットネス施設を刷新した。

(2026年7月9日／日本経済新聞)

国民スポーツ大会、2029年は群馬 2031年は奈良内定

日本スポーツ協会は、2029年の国民スポーツ大会本大会の開催地を群馬県に決めた。会期は10月6～16日。1983年以来46年ぶりの実施となり、開催決定書を受け取った山本一太知事は「新しい時代に合った形で県民に感動を与え、県民の心に残るような国スポを目指して頑張りたい」と抱負を述べた。

2031年の本大会は1984年以来となる奈良県に内定。山下真知事は「県民のスポーツの熱がますます高まるような大会にしたいと考えている」と話した。

(2026年7月15日／日本経済新聞)

ミズノ、ホテルの従業員ユニホームを初製作

ミズノは、JR西日本ヴィアイン（大阪市）が運営するホテルの従業員ユニホームを製作したと発表した。ミズノがフロント業務などを担うホテルの接客スタッフ向けに制服を手掛けるのは初めて。

「選べる制服」をコンセプトに、ジャケット、パンツ、スカート、ワンピース、半袖・長袖シャツの6アイテム約5100点を製作し。スポーツウエア開発で培った人間工学に基づく動作解析技術や消臭素材を採用し、動きやすさ、快適性を高めた。

従来スカートのみだった女性用の制服にパンツスタイルとワンピースを初めて取り入れた。多様な働き方や価値観に対応する。

ミズノはスポーツ用品開発の技術や知見を生かし別注の企業ユニホームを企画・販売する部門を1997年に設置

業界関連ニュースをイッキ読み!

し、約1800社へ納品してきた。

(2026年7月23日／日本経済新聞)

スポーツドリンクで水分補給、逆効果? 「ペットボトル症候群」に注意

専門家は「水分補給の基本は食事。普段の生活では、
足りない分は水かお茶で補うだけで十分」と指摘する

夏は熱中症対策としてスポーツドリンクや清涼飲料水を飲む機会が増えるが、糖分を多く含む飲料を大量に飲むと、のどの渇きや倦怠（けんたい）感といった症状が出る「ペットボトル症候群」を引き起こす恐れがある。糖分の多い飲み物の過剰摂取を避け、水やお茶などでの水分補給が大切。

20～30代に多く、重症化すれば命に関わる場合も

ペットボトル症候群＝「清涼飲料水ケトosis」は、糖分を多く含む飲料を過剰に摂取することで血糖値が急上昇し高血糖状態になるもの。体は余分な糖を尿と一緒に排出しようとするため、水分も失われ、さらにのどが渇く悪循環になる。重症化すると意識障害を起こし、命に関わる場合がある。20～30代の若い世代に多く見られるという。

一般的なスポーツドリンク1本（500ミリリットル）には約25～35グラム程度の糖質が含まれ、角砂糖7～10個分に相当する。WHOは砂糖やブドウ糖といった「遊離糖類」は1日のエネルギー総摂取量の10%未満に抑えるよう勧めており、1本だけで目安の半分近くになる。

水分補給の基本は食事、熱中症の疑いあれば経口補水液
「水分補給の基本は食事。普段の生活では、足りない分は水かお茶で補うだけで十分」と言われている。

スポーツドリンクは、運動や屋外作業などで服を取り換えなくなるぐらい大量に発汗した場合で、塩分や糖分を補給できるスポーツドリンクが効果的。

熱中症が疑われ、脱水症状がある場合は経口補水液が適している。経口補水液はスポーツドリンクに比べ塩分は約3倍、糖分はおよそ3分の1で、水分を効率よく吸収できる。家庭に少なくとも1本は常備しておく安心。

脱水時の補給目安は1リットル。「最初の500ミリリットルで不足した水分を補い、その後500ミリリットルは時間をかけてゆっくり飲む」

(2026年7月23日／日本経済新聞)

水難防止へ指導者養成 官民連携で初制度 リスク回避の知識重視

水難事故の防止を目指し、専門的な知識と技術を備えた指導者養成プログラムが2027年から始まる。「着衣泳」など溺れた場合の対処法は浸透しつつあるが、事故件数は過去30年間横ばいが続く。官民連携による初の取り組みで、事故リスクを回避する力を育む。

「水辺の事故を防ぐには、正しい知識を伝えられる指導者が欠かせない」。公益社団法人日本水難救済会（東京）は、海上保安庁や日本ライフセービング協会などと連携し、26年中に水難予防に特化した具体的なカリキュラムを作成する。

対面やオンライン講義で危険な海流や地形について学ぶほか、川や海に落ちた人を救助する方法などをプールで実践する。最終的に試験を経て指導者として認定され、主に学校など教育現場での活動を想定する。

警察庁によると、25年に発生した水難事故は1426件で、死者・行方不明者は760人に上った。1970年代の約4千件からは減ったが、2000年ごろから30年間横ばいが続く。

水難教育に詳しい岐阜聖徳学園大学の稲垣教授は「現行の教育は事故発生後の対応に重点が置かれてきた」と指摘、服を着たままプールで水泳を体験する「着衣泳」の授業もその一例だ。

着衣泳は船などから水中に投げ出された場面を想定する。衣服を着た状態での動きにくさや泳力を正しく認識し危機感を養うことができる利点があるが、稲垣教授は「まずは未然に防ぐための知識を身に付けることが重要だ」と強調した。

業界関連ニュースをイッキ読み!

日本水難救済会は今回新たに教本を作成し、予防教育に必要な「想定外のリスク」を中心に取り上げた。その一例が浮き具。一般的には安全とされるものの陸地から海に向かう風が強い時に使用すると沖に流されやすくなる。

防波堤に設置されている「消波ブロック」付近では転落した場合にけがをしやすく、ブロックに付着する海藻や貝によって這い上がるのが難しいケースもある。こうした知識をもとに事故リスクを回避できる判断力を身に付けられるよう指導する。

プールの老朽化や熱中症対策の影響で、水泳の授業が中止になる例が相次ぐ。子どもが指導される機会は減少傾向にある。

スポーツ庁は3月、各自治体の教育委員会などに学校の水泳授業に関するヒアリングを始めた。担当者は「調査を踏まえ水泳の学習機会が持続的に確保できる方策を検討したい」と話す。

指導者養成制度の運用に参画する海保は例年、小学生約2万人を対象にライフジャケットの使用方法やプールでの実技を指南している。

海保の海難防止対策官は「まだ指導すべき児童は多く、水難予防のための教育が十分とはいえない。事故を減らすためには官民の協力が欠かせない」と語る。

(2026年7月25日／日本経済新聞)

涼しく運動

夜にマラソンや屋内ラン

昼間の熱中症回避

熱中症の危険が増すなか、夏場に安全に体を動かす、ナイトスポーツや屋内ランなどを楽しむ動きが広がる。

6月中旬、東京港に面した公園。周辺のビル群が照明で色づき始めた薄暮、約500人のランナーが駆け出した。ハーフマラソンや5キロの部などに分かれた「東京豊洲ナイトマラソン」。

マラソン大会を企画するスポーツワン（横浜市）が、2019年から6～9月に月2回ほど開催。25年は前年より5

割多い延べ4800人ほどが参加し、今年も25年を上回るペースで予約が推移。暑さを避けたいランナーの需要が高まる。

昨年からは2カ所の給水所に水をたっぷり染み込ませたスポンジや、ひしゃくで水をかぶれる仕組みも用意した。

「昼に比べライト層の若者のグループも多い」（同社）と、夜開催がハードルを下げ、ランナーの裾野を広げている面もある。

近年の全国的猛暑で日本スポーツ協会は、気温と湿度などから算出する暑さ指数（WBGT）が31以上になった場合は「運動は原則中止」の指針を策定。豊洲ナイトマラソンもこの値に至った場合はスタートを見合わせる。

都内の旧中川でカヤック体験ツアーを催す「アウトドアスポーツクラブZAC」（東京・江戸川）も「夏は昼の予約も夜への変更を勧める」。昼に予約が集中していた夏休み期間の7月下旬～8月も、昨年からは夜にこぎ出す「ナイトカヤック」の参加者が全体の8割を占め、8人の定員が連日埋まるようになった。

季節や天候を問わず快適に走れる

ショッピングモールの館内ランも

イオンモール太田（群馬県太田市）では月1回、開店時間前にランニングイベントを開催。参加者はフードコート前広場で準備体操をし、1周300メートルの2階通路のコースを5～7周走る。

ランニングアプリを提供するラントリップ（東京・渋谷）と同店が地域共創で連携し、25年3月から本格的に開始。以前は建物の外周を走っていたが、季節や天候を問わず快適に走れる場所として、冷暖房完備で交通事故のリスクもない館内に着目した。

走った距離に応じてラントリップのアプリにポイントが付与され、モールの店の一部商品と交換できる特典がある。ラントリップは「参加者、施設に入る店の双方にメリットがある」と強調する。イオンモール宇城（熊本県）でも今年から同様のイベントが始まるなど、広がる気配がある。

(2026年7月25日／日本経済新聞)

業界関連ニュースをイッキ読み!

なくなるスポーツ? 先細る中学部活、 水泳・剣道すら1万人割れ

30年後、日本からなくなるスポーツがあるかもしれない。中学の部活動が盛んなソフトボールや水泳、剣道などの部員は1万人を下回る見通し。部活の設置がほぼない競技は深刻な危機に陥る。一方では対策として小中学生の時期から適性を見極め、世界で活躍できるアスリート育成が進む。競技の存続はなるのか。

水泳、ハンドボール、体操、新体操、ソフトボール男子、相撲、スキー、スケート、アイスホッケー……。2027年度以降に全国中学校体育大会（全中）の実施を取りやめる競技だ。全中は夏季・冬季合わせて20競技を開催している。主催する日本中学校体育連盟（中体連）は、加盟校全体に占める「部活動設置率」が20%未満の競技は原則として取りやめ、今後は競技団体による大会へ移行する。

背景は少子化。1979年度の中学生（13～15歳）人口は約490万人。2023年度は約322万人と3分の2の水準になり、今後はさらに加速する。

国立社会保障・人口問題研究所の推計によると中学生人口は年平均1.3%の割合で減少が続き、53年度は221万人となる。それに伴ってスポーツ人口も縮小する。

野村総合研究所が24年3月にまとめた推計では、全中競技に登録する生徒数は23年度の約180万人から53年度に3割減の123万人になる。



競技別予測では、例えばソフトボール女子は2万5千人から86%減の3600人、剣道男子が3万9千人から76%減の9300人、水泳男子は2万2千人から71%減の6400人になる。民間団体に委ねる地域展開（地域移行）や保護者の負担の重さなどから部活離れが進むとみられる。

野村総研は全中の対象競技以外は将来推計を出していない。25年度の登録生徒数でみると、なぎなたが10年前から35%減の589人、アーチェリーが同46%減の458人。これらは全中の競技と比べて知名度は低く、深刻な先細りが予想される。

学生時代に競技と出合って大会で結果を残し、将来は指導者として後進を育てる……。この循環が競技の発展には欠かせない。中学生の競技人口の大幅な減少は、将来の存続そのものが危ぶまれる問題といえる。

こうした中、優れた運動能力の小中学生の適性を探り、マイナー競技を中心に人材を発掘して育てる取り組みが始まっている。日本スポーツ振興センター（JSC）の呼びかけで全国の自治体と競技団体が、将来五輪などの国際大会や国民スポーツ大会で活躍する人材を育てる活動を展開する。

「宮崎県ワールドアスリートプロジェクト」では、選拔された小中学生35人が、月に2～3回、基礎トレーニングやメンタルトレーニングに励みながら、中学生は自転車やアーチェリーなど14競技を体験する。各競技で必要な運動能力を測る適性試験を受け、高校の進路に役立てるプログラムだ。プロジェクトは16年にスタートし、これまでにカヌーやハンドボールで日本代表を10人輩出した。

宮崎県立高校1年の田中さんはプロジェクトをきっかけにウエイトリフティングを始め、中学では野球部と兼任しながら全国大会で優勝した。「野球で培った瞬発力が生きている」。高校ではウエイトリフティングに専念して練習する。

京都府では小中学生本人が希望する競技に特化した育成を掲げる。24年パリ五輪においてフェンシング男子フルーレ団体戦で修了生の飯村一輝選手が金メダルを獲得するなど成果が出ている。

業界関連ニュースをイッキ読み!

長野県はスピードスケートやリュージュなど冬季五輪種目を背負う人材を見据える。小中学校の部活と兼任でき、陸上やサッカーなどの経験を生かして転向する生徒もいるという。

特定の競技を地域で活性化させるのも一つの手法だ。「カバディの街」を目指すのが愛知県東海市。今秋のアジア・アジアパラ競技大会の会場となり、市内の小中学校で出前授業や体験会を実施。日本代表候補のエキシビジョンマッチも開催した。

全日本なぎなた連盟が本部を置く兵庫県伊丹市が全国高校選抜大会を開くなど、独自色を打ち出して定着した事例もある。

日本カバディ協会の寺岡愛知県支部長は「クラブ活動や出前授業、継続的な大会開催を通じて競技の将来を支えていきたい」と話した。

立命館大学上田教授談:

裾野広げる「憧れの選手」や「マルチスポーツ」

ウェルビーイング（心身の健康や幸福）の観点からスポーツは多様な競技があることが重要。例えば、日本発祥のソフトバレーボールはバドミントンのコートで軟らかいボールを使う。1チーム4人で子どもから高齢者まで安全に楽しめる。広く親しまれているソフトテニスも、硬式テニスから派生して日本で生まれ、アジア圏へと広まった。

体と道具の使い方で様々な競技があり、それに合った人たちが楽しみ、人と人とのつながりもできる。「マイナー」と呼ばれる競技も受け継いでいく必要がある。

ハイパフォーマンスを出す選手がいることと競技人口を広げることは密接に関わっている。未経験の人にとっては選手が憧れになり、競技の入り口になる。

人口が減少する中で着目したいのは、一つの競技だけでなく、異なる季節に複数の種目に挑戦する、マルチスポーツという考え方。運動負荷の調整が求められる半面、高い身体能力を持った選手の活躍の場が広がる。

地域移行によって指導者がいない部活動が消滅してしまう事例があるという。今後は地域でスポーツを支える重要性が増していく。

大会の会場となって競技が「文化」として定着した地域もある。競技団体は大会などを契機に、ウェルビーイングにどう役立つかなどを地域にアピールして普及を図る必要がある。

(2026年7月26日／日本経済新聞)

スポーツ教育研究で連携協定 京都先端科学大学と明治国際医療大学

京都先端科学大学と明治国際医療大学は、スポーツに関する教育で包括連携協定を結んだ。京都先端科学大は健康医療学部健康スポーツ学科を持ち、スポーツビジネスや競技者のコーチングを教えている。明治国際医療大は鍼灸学科や脱臼などに対処する手技を学ぶ柔道整復学科を設けており、両校の知見を合わせて、人材育成につなげる。

協定では学生や教員の交流を進め、大学の施設を相互利用できるようにする。大学対抗の競技大会の開催や単位交換などの連携も検討する。スポーツに関わるビジネスや健康の分野を組み合わせ、教育や研究を充実させる。

京都先端科学大の学長は「治療の現場を見ることで学生は刺激になる。競技でも、お互いを高め合えるようにしたい」と述べた。今後は明治国際医療大が27年度に新設予定の農学部と、京都先端科学大のバイオ環境学部も連携する方針。

(2026年7月27日／日本経済新聞)