

# 平成22年度事業報告書 平成23年度事業計画書

平成23年6月

社団法人 スポーツ健康産業団体連合会

# 目 次

概 要	1
1. 役員名簿	2
2. 組織図	4
3. 組織図解説	5
平成 22 年度事業報告	
活動概要	7
1. 事業部会	8
2. 地域スポーツ振興部会	11
3. 広報宣伝・調査部会	12
4. タスクフォース	18
5. その他の事業	19
(1) 生涯スポーツ・体力づくり全国会議 2011	19
(2) 後援事業	21
(3) 日本スポーツ産業学会	22
6. 理事会・総会報告	23
平成 23 年度事業計画	
活動指針	31
主催行事日程表（予定）	32
1. 平成 23 年度各部会の事業計画	33
(1) 事業部会	33
(2) イベント推進部会	33
(3) 総務・財務部会	33
(4) 地域スポーツ振興部会	33
(5) 戦略・開発部会	33
(6) 会員増強対策部会	33
(7) 広報宣伝・調査部会	34
2. 公益法人制度改革への対応について	34
3. その他の事業	35
(1) アドバイザリースタッフ	35
(2) 生涯スポーツ・体力づくり全国会議 2012	35
(3) 日本スポーツ産業学会	35
参考資料	
1. 平成 22 年度シンポジウム・情報交換会 講演内容	37
第 5 回シンポジウム	37
第 1 回情報交換会	66
第 6 回シンポジウム	87
2. 調査研究報告書要覧	88
会員名簿	95



# 社団法人スポーツ健康産業団体連合会 概要

# 社団法人スポーツ健康産業団体連合会

## 概 要

名 称	社団法人スポーツ健康産業団体連合会
(英文名)	JAPAN SPORTS HEALTH INDUSTRIES FEDERATION 〔略称：JSHIF〕
代表者名	会長 斎藤 敏一
所在地	東京都千代田区神田神保町 3 丁目 6 番地 能楽書林ビル 6 階 電話 03-5276-0141
設立年月日	昭和 63 年 4 月 2 日
趣旨と目的	<p>我が国経済社会は、余暇時間の増大、人口の高齢化、女性の社会進出、サービス経済化、情報化の急速な進展等多様な変化をしつつあります。こうした中であって、国民の意識は、物的・量的な豊かさから文化的・精神的な豊かさを重視する方向へ変化し、ライフスタイルの多様化、健康志向とも相俟って各種のスポーツ健康産業が「国民に期待される産業」として叢生、発展しつつあります。</p> <p>このように将来の発展が期待されるスポーツ健康産業ではありますが、経営上の諸課題、規制の緩和、税制金融上の問題等種々の課題の克服、スポーツ健康産業の地位の向上と発展を図るため、スポーツ健康産業に関連する団体及び企業が集結し、社団法人スポーツ健康産業団体連合会を設立いたしました。</p> <p>本連合会は、スポーツ健康産業に関する調査・研究、イベント等の推進、情報の収集・提供等を通じ、スポーツ健康産業の振興を図り、もって豊かな国民生活の実現と我が国経済の発展に寄与することを目的とします。</p>
事業	<ol style="list-style-type: none"><li>1. スポーツ健康産業に関する調査・研究及び提言</li><li>2. スポーツ健康産業に関する各種イベントの開催及び協力</li><li>3. スポーツ健康産業に関する研究会、講演会等の開催</li><li>4. スポーツ健康産業に関する情報の収集及び提供</li><li>5. ニュースポーツに関する調査・研究及びスポーツイベントの後援</li></ol>
主務官庁	経済産業省

# 1. 役員名簿

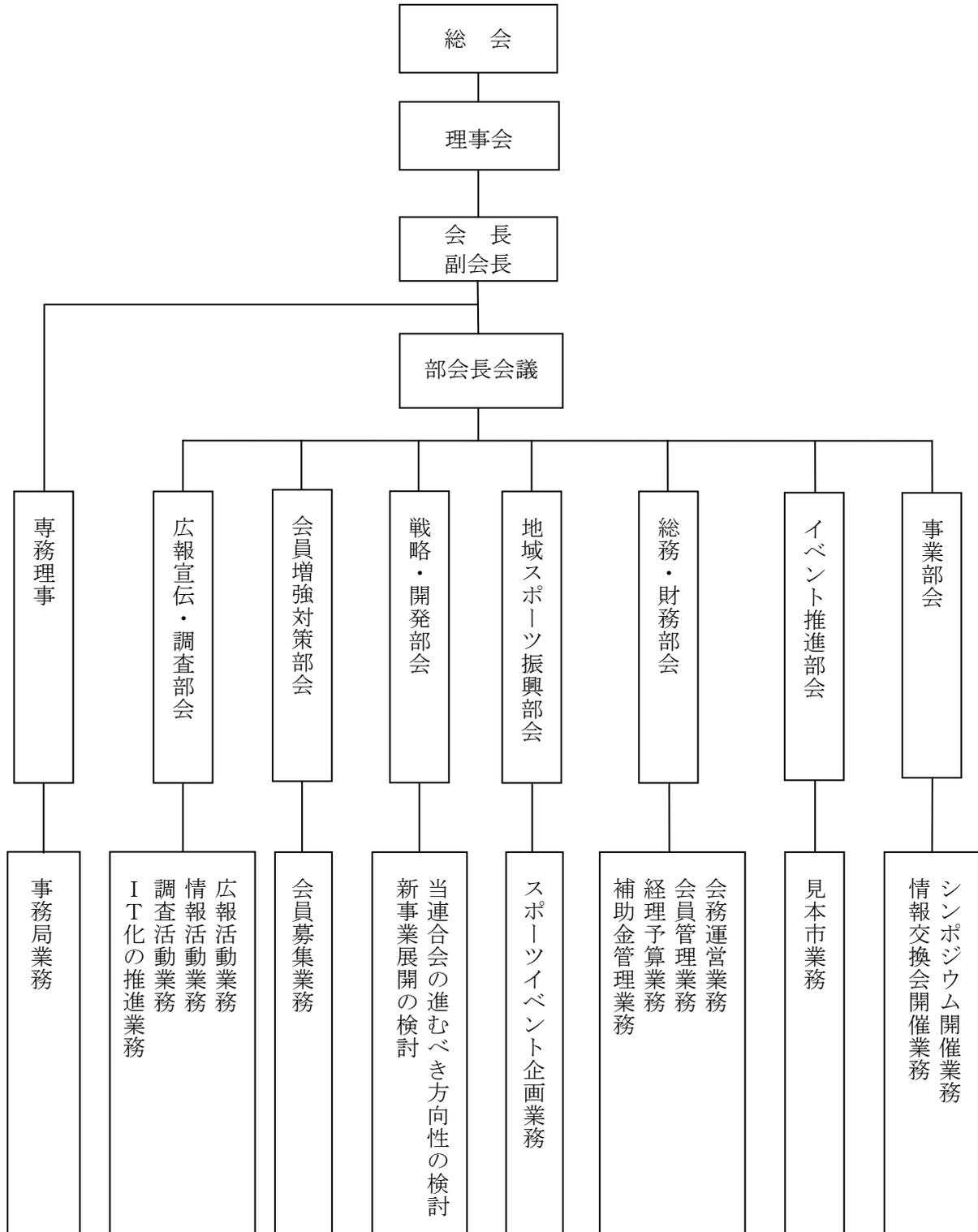
(平成23年6月14日現在)

役員名	氏名	勤務	団体・会社名	役職
名誉副会長	水野正人	非常勤	ミズノ株式会社	代表取締役会長
			社団法人日本ゴルフ用品協会	会長
名誉副会長	中野啓二郎	非常勤	株式会社イースタンスポーツ	代表取締役会長
会長	斎藤敏一	非常勤	株式会社ルネサンス	代表取締役会長
副会長	岩井大輔	非常勤	株式会社エバニュー	代表取締役社長
副会長	池田朝彦	非常勤	社団法人日本ボウリング場協会	会長
副会長	林有厚	非常勤	株式会社東京ドーム	代表取締役会長
専務理事	板垣勝男	常勤	社団法人スポーツ健康産業団体連合会	専務理事
理事	浅井光昭	非常勤	公益社団法人日本パブリックゴルフ協会	会長
理事	石橋栄司	非常勤	ぴあ株式会社	スポーツビジネス渉外担当
理事	石原悟	非常勤	社団法人日本フィットネス産業協会	理事
理事	大石順一	非常勤	社団法人日本ゴルフ場事業協会	専務理事
理事	尾木徹	非常勤	社団法人日本音楽事業者協会	会長
理事	小澤壯六	非常勤	財団法人健康・体力づくり事業財団	理事長
理事	加藤誠	非常勤	株式会社ジェイティービー	地域交流ビジネス統括部長
理事	香中峰秋	非常勤	株式会社博報堂	ソーシャルアカウント局局長代理
理事	雑賀昇	非常勤	社団法人日本テニス事業協会	会長
理事	重森仁	非常勤	日本スポーツ用品協同組合連合会	理事長
理事	田中喜代次	非常勤	筑波大学	教授
理事	中島順	非常勤	株式会社電通	ソーシャル・ソリューション局局長
理事	丁野朗	非常勤	社団法人日本観光振興協会	常務理事・総合研究所長

役員名	氏名	勤務	団体・会社名	役職
理事	野川春夫	非常勤	順天堂大学	学部長
理事	原田宗彦	非常勤	早稲田大学	教授
理事	平野哲行	非常勤	株式会社平野デザイン設計	代表取締役社長
理事	三ッ谷洋子	非常勤	株式会社スポーツ 21 エンタープライズ	代表取締役
理事	山本為信	非常勤	山本光学株式会社	代表取締役社長
理事	米山 稔	非常勤	ヨネックス株式会社	ファウンダー名誉会長
理事	和田清美	非常勤	株式会社アシックス	代表取締役会長
			社団法人日本スポーツ用品工業協会	会長
理事	渡邊光康	非常勤	財団法人大崎企業スポーツ事業研究助成財団	理事
監事	鎌田章男	非常勤	株式会社朝日広告社	第一営業本部 営業第一局局長
監事	小坂 勉	非常勤	千葉・小坂会計事務所	税理士

(敬称略・50音順)

## 2. 組織図



注) 会員増強対策部会以外の部会長は、会員増強対策部会の委員とする。

### 3. 組織図解説

本会は、スポーツ健康産業の振興育成を図るためにテーマごとに部会を設け、それぞれの部会別に事業活動を展開する。

事業部会	魅力ある事業活動を目指し、会員相互の交流促進と連携強化、会員の自己啓発を推進するためにシンポジウム及び情報交換会の定期開催並びに地域・スポーツ振興賞の授賞事業を担当。
イベント推進部会	スポーツ健康産業団体、主要関連企業及び関係者との交流並びにスポーツ健康産業の新たな見本市事業の企画・実施を担当。
総務・財務部会	連合会運営のため、会務運営、会員管理、経理予算業務、活動の充実・拡大と関係諸団体・機関との連携及び協調による補助金並びに委託費の管理業務等を担当。
地域スポーツ振興部会	我が国におけるスポーツ健康産業の健全なる振興・発展に寄与するため、市民生涯スポーツ大祭の企画・実施を担当。
戦略・開発部会	連合会の事業の方向付けをすることを活動の基本とする。連合会がこれまで行ってきた「スポーツジャパン」に代わる新事業の検討内容を再度洗い直し、中長期的に検討する事業及び短期的に実施可能な事業を整理する。
会員増強対策部会	新規の正会員・特別会員・賛助会員を入会させ、会員数を増やし、連合会の財政基盤を健全にする。
広報宣伝・調査部会	スポーツ健康産業に係わる情報の収集と産業振興のための情報発信、関係諸機関・マスコミ等への提言、広報宣伝活動、調査研究活動の推進を担当。（機関誌「JSHIF」の発行）
専務理事	各種事務局業務を行う。

○部会構成メンバー 〈定款第7章補則第40条(委員会)〉 (敬称略・50音順)

事業部会	部会長	丁野 朗
	委員	加藤 誠
	〃	栗山雅則
	(新) 〃	小沼達夫
	〃	高口徹生
	〃	高崎尚樹
	〃	中里則彦
	(新) 〃	中島 順
イベント推進部会	部会長	岩井大輔
	(新) 委員	重森 仁
	〃	山本為信
総務・財務部会	部会長	雑賀 昇
	委員	浅井光昭
地域スポーツ振興部会	部会長	三ッ谷洋子
	(新) 委員	板垣勝男
	〃	尾木 徹
戦略・開発部会	(新) 部会長	香中峰秋
	委員	平野哲行
	〃	渡邊光康
会員増強対策部会	部会長	石原 悟
	委員	和田清美
広報宣伝・調査部会	部会長	池田朝彦
	委員	石橋栄司
	〃	小澤壯六
	〃	田中喜代次

注) 会員増強対策部会以外の部会長は、会員増強対策部会の委員とする。

# 平成 22 年度事業報告

# 活動概要

(平成 22 年 4 月 1 日～平成 23 年 3 月 31 日)

平成 22 年度は、FIFA ワールドカップ南アフリカ大会で日本代表は 16 強に入る大活躍をし、FIFA ワールドカップアジア大会では、日本は 4 回目の優勝を果たしました。広州アジア競技大会でもサッカー、陸上競技、ソフトボール、男子バレーボール、柔道、レスリング等々で日本選手が大活躍をしました。東京マラソンでは、市民ランナーが 2 時間 8 分台の好記録で日本人選手として 1 位となりました。日本選手の熱い闘いは、国民に興奮と感動をもたらし、スポーツの持つ魅力を一層印象づけ、スポーツを更に身近なものにされたと思います。

一方、健康産業では、メタボリック（内臓脂肪）症候群の改善を促す特定健診・特定保健指導の制度が定着し、国民の健康づくりのために制度の一層の活用が期待される所です。最近では年齢を問わず、国民の健康づくりへの関心が高まってきております。マラソン、ウォーキング等の運動による大会が盛んに開催されております。まさしく楽しんで運動する、スポーツすることこそが健康への最良の道と考えます。

3 月 11 日に発生した東北地方太平洋沖の巨大地震は、大津波、原子力発電所の事故を引き起こし、東日本に未曾有の大災害をもたらしました。多くの被災者、避難者の皆様に心からお見舞い申し上げます。大震災の影響は、スポーツ産業界にも及び、多くの大会が中止、延期となりました。復興支援のために政府は、多額の補正予算を計上するとしております。震災地が一日も早く復興し、企業活動や日常生活が平常に戻る事が望まれます。

本連合会は、平成 22 年度は、シンポジウムを 2 回（①“アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化”、②“新成長戦略としての医療・周辺サービス産業の市場創出について”）と、情報交換会を 1 回（“楽しく健康づくり スポーツと健康とビジネス”「スポーツの健康づくりにおける役割」）開催しました。スポーツを通じて地域振興に貢献したと認められる団体・グループ等を顕彰する第 3 回地域・スポーツ振興賞は、全国から応募のあった 21 件の中から最優秀賞 1 点、優秀賞 2 点、佳作 4 点を選考し、表彰しました。市民生涯スポーツ大祭は、熊本県で 8 月に熊本朝日放送主催の“KAB ハイパーフリーマーケット”と同時に開催し、多数の県民の皆様に参加していただき、成功裏に終了しました。また、調査研究事業は、医療・介護機関と周辺産業の密接な連携による疾病予防や疾病管理、介護予防、リハビリ、慢性期生活支援等の実現をサポートするサービス産業の検討資料とするべく、「医療生活産業の品質認証調査」（三菱総研からの受託事業）を実施しました。

いずれの事業も年度当初の目標を達成することができました。これもひとえに会員各位並びに関係各位のご支援、ご協力の賜と厚く御礼申し上げます。

## 1. 事業部会

### (1) 事業部会

- ・シンポジウムを2回、情報交換会を1回開催済み。

(敬称略・50音順)

部会長	丁野 朗	(社) 日本観光協会 常務理事・総合研究所長
委員	加藤 誠	(株) ジェイティービー 地域交流ビジネス推進部長
〃	栗山 雅則	(社) 日本テニス事業協会 副会長
〃	高口 徹生	(株) アシックス 社長室 室長
〃	高崎 尚樹	(株) ルネサンス 取締役 執行役員
〃	高梨 佑治	(社) 日本ゴルフ場事業協会 専務理事
〃	中里 則彦	(社) 日本ボウリング場協会 副会長
〃	野川 春夫	順天堂大学スポーツ健康科学部 学部長
〃	原田 宗彦	早稲田大学スポーツ科学学術院 教授

【第1回事業部会】 平成22年5月13日(木) 10:00～12:00

- ・平成22年度は、シンポジウムを2回、情報交換会を2回、第3回地域・スポーツ振興賞の公募を11月にすることを企画した。また、スポ団の新事業の企画について討議した。
- ・第5回シンポジウムを7月に開催することを企画。形式、時間、講師候補を検討した。統一テーマは、「スポーツ健康産業が地域の未来を拓く」とした。

【第2回事業部会】 平成22年10月7日(木) 10:25～12:00

- ・タスクフォースの中間報告(医療・介護周辺サービス産業調査事業を含む)
- ・平成22年度第1回情報交換会の開催を企画。従来部会長会議において提案されていた各業界相互の情報交換を主体としたものとするに決した。
- ・第3回地域・スポーツ振興賞の募集ルートについては、従来ルートのプレス発表、ホームページ、経済産業省ルート、商工会議所・商工会ルート等に加え、観光庁ルート、青年会議所ルートを開拓する。
- ・第6回シンポジウムを平成23年3月に開催することとし、テーマは「スポーツの健康づくりにおける役割」、「医療生活産業の品質認証調査速報」とし、講師は医療・介護周辺サービス産業創出事業に関わる方(経済産業省、三菱総研等)に交渉する。

### (2) シンポジウム

#### 第5回シンポジウム

日 時：平成22年7月8日(木) 14:00～17:00

場 所：如水会館(東京都千代田区一ツ橋2-1-1)

〈第一部〉 基調講演 原田 宗彦 氏 早稲田大学スポーツ科学学術院教授  
統一テーマ：スポーツ健康産業が地域の未来を拓く

テーマ： アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化  
～ニューエンデュアランススポーツを中心に～

パネルディスカッション

コーディネーター

原田 宗彦 氏 早稲田大学スポーツ科学学術院 教授

パネリスト

黒野 崇 氏 アウトドアフィットネス協会 理事長  
(株) BEACH TOWN 代表取締役

丹下 知彦 氏 (株) アールビーズ 取締役

奥田 幸生 氏 廿日市商工会議所 指導課経営指導員

参加者 70 名

〈第二部〉 交流会

参加者 38 名

### 第 6 回シンポジウム

日 時：平成 23 年 3 月 3 日（木）13:30～17:00

場 所：如水会館（東京都千代田区一ツ橋 2-1-1）

基調講演 藤本 康二 氏 経済産業省商務情報政策局サービス産業課長

テーマ： 新成長戦略としての医療・周辺サービスの市場創出について

参加者 84 名

## （3）情報交換会

### 第 1 回情報交換会

日 時：平成 23 年 1 月 27 日（木）14:00～16:00

場 所：日本教育会館（東京都千代田区一ツ橋 2-6-2）

テーマ：楽しく健康づくり スポーツと健康とビジネス

－ スポーツの健康づくりにおける役割 －

異業種懇談会

コーディネーター

古屋 武範 氏 (株) クラブビジネスジャパン 代表取締役

講師

大石 順一 氏 (株) 八王子ゴルフ倶楽部 総支配人

栗山 雅則 氏 (株) リバティヒル 代表取締役

中村 良明 氏 (株) 文教センター 代表取締役社長

山本 幸治 氏 (株) イースタンスポーツ 専属プロボウラー

参加者 61 名

#### (4) 地域・スポーツ振興賞

##### 第3回地域・スポーツ振興賞

日 時：平成23年3月3日（木）…第6回シンポジウムにおいて行う

場 所：如水会館

応募作品：21件

地域・スポーツ振興賞選考委員（敬称略・50音順）

委員長 原田 宗彦（早稲田大学スポーツ科学学術院 教授）

委 員 荻田 則夫（社団法人共同通信社 業務局局長）

委 員 斎藤 敏一（社団法人スポーツ健康産業団体連合会 会長）

委 員 鈴木 真人（日本商工会議所 地域振興担当部長）

委 員 丁野 朗（社団法人日本観光協会 常務理事・総合研究所長）

委 員 藤本 康二（経済産業省商務情報政策局サービス産業課長）

選考委員会

2月7日（月）に選考委員会を開催し、入賞者を決定

入賞者リスト

☆最優秀賞（経済産業省商務情報政策局長賞）1点

作品名：八幡川（やはたがわ）リバーマラソン大会（広島県広島市）

応募者：八幡川リバーマラソン大会委員会

☆優秀賞（日本商工会議所 奨励賞）1点

作品名：「ヘルスツーリズム」の取り組みによる観光宿泊客のアップを目指して！！（愛知県蒲郡市）

応募者：蒲郡市観光協会

☆優秀賞（社団法人スポーツ健康産業団体連合会 会長賞）1点

作品名：日本一のチームを通じた地域活性化（リンク栃木ブレックス：栃木県宇都宮市）

応募者：株式会社リンクスポーツエンターテインメント

☆佳作 4点

①作品名：やさしい共生社会を体験する「ピポ・ユニバーサル駅伝」（東京都新宿区）

応募者：NPO法人コミュニケーション・スクエア21

②作品名：奥びわ湖スポーツクラブ（滋賀県長浜市）

応募者：奥びわ湖スポーツクラブ実行委員会

③作品名：サンポート高松トライアスロン大会 ～瀬戸内国際体育祭～（香川県高松市）

応募者：サンポート高松トライアスロン大会実行委員会

④作品名：広島東洋カープ・プロ野球ウエスタンリーグ公式戦開催による地域活性化（広島県山県郡北広島町）

応募者：総合型地域スポーツクラブどんぐりクラブ屋台村

## 2. 地域スポーツ振興部会

### 市民生涯スポーツ大祭の開催事業

平成 22 年度財団法人 JKA 補助事業「競輪・公益枠」

名 称：2010 スポーツ&レジャーフェスティバル

目 的： スポーツ意識の浸透と高揚を図ることをテーマに、高齢者や障害者を含めた「生涯スポーツ」をテーマの基本に据えて、スポーツ産業の育成・発展を図ることを目的として実施した。

今回実施した様々なスポーツレクリエーションは、多くの人々がスポーツに親しむための選択肢を広げ、生涯スポーツの振興と地域スポーツ産業の育成・発展を図るという事業目的を充分果たせた。

内 容： 2010 スポーツ&レジャーフェスティバルは、昨年の静岡から熊本に場所を変えて、平成 22 年 8 月 28 日（土）・29 日（日）の 2 日間にわたり、熊本県のグランメッセ熊本・屋外広場にて開催となりました。

期間中は概ね天候に恵まれ、大変多くの方々にご来場いただき、成功裡に終わることができました。多くの方々が朝早くから会場へ足を運ばれ、一日中楽しまれたことと思われまます。

特にキッズじゅうどうでは、日本女子柔道倶楽部さんのご協力により、幼稚園児から小学 5 年生くらいまでの子供たちにかわいい柔道着を着てもらい、挨拶や受け身、技のかけ方の指導が行われました。講師は、ソウルオリンピックでメダルを獲得した山本洋祐先生、元全日本強化選手である末広奈津子先生をはじめ、地元熊本の大学の柔道部の方々にお世話になりました。

また、熊本朝日放送主催の「KAB ハイパーフリーマーケット」との共催ということもあり、8 月 28 日（土）には午前中に生中継番組が放映され、イベントの盛り上げに大変効果を及ぼしました。

全てのイベントにお年寄りから子供までご参加いただき、まさにスポーツ&レジャーフェスティバルの名にふさわしいイベントとしての 2 日間でした。

### 実施概要

名 称：2010 スポーツ&レジャーフェスティバル

主 旨： 生涯スポーツ・レジャーを通して熊本県民の心と健康づくりを図ると共に、「ふるさとくまもと」への郷土愛を育むことを目的として開催する。子どもからお年寄りまで幅広い県民の参加を得て、スポーツ・レジャーに親しむ機会と継続的なスポーツ・レジャー活動へのきっかけを提供し、生涯スポーツの振興を図るとともに、地域スポーツ産業の育成、発展を図る

ものとする。

日 程：平成 22 年 8 月 28 日（土）・29 日（日）

会 場：グランメッセ熊本・屋外広場

主 催：スポーツ&レジャーフェスティバル実行委員会

（社団法人スポーツ健康産業団体連合会・熊本朝日放送）

後 援：経済産業省、文部科学省

協 力：日本女子柔道倶楽部

### 期間中の観客動員

（単位：人）

イベント	会 場	28 日(土)	29 日(日)
開会式	グランメッセ	800	
おもしろ自転車	グランメッセ	600	700
ターゲットゴルフ	グランメッセ	700	900
サッカーナイン	グランメッセ	700	800
ストラックアウト	グランメッセ	700	800
ナインフープス	グランメッセ	1,000	900
サイクルダッシュ	グランメッセ	700	900
ジャンプアタック	グランメッセ	1,200	1,100
スーパーダッシュ	グランメッセ	1,000	1,100
キッズ柔道	グランメッセ	50	
		7,450	7,300

参加者延べ人数：14,750 人

## 3. 広報宣伝・調査部会

### （1）「医療生活産業の品質認証」調査

平成 22 年度医療・介護等関連分野における規制改革・産業創出調査研究事業

（医療・介護周辺サービス産業創出調査事業）[株式会社三菱総合研究所委託調査]

事業総額 14,998,000 円

自己負担額 0 円

委託費 14,998,000 円

#### ○コンソーシアムの組成

社団法人スポーツ健康産業団体連合会、一般社団法人日本総合健診医学会及び学校法人立命館の 3 者でコンソーシアムを組成し、事業を実施した。

#### ○調査推進委員会の設置・検討

スポ団連の事務局内にスポーツ業界関係者、医療関係者、大学教授等からなる「医

療生活産業の品質認証調査推進委員会」を設置し、「医療生活産業の品質認証」調査報告書を作成した（3回開催）。

#### ○調査推進委員会のメンバー

（敬称略・50音順）

委員長	田畑 泉	立命館大学 スポーツ健康科学部 学部長
委員	小川 哲平	（社）日本総合健診医学会 理事
〃	上田 利幸	（株）エバニュー 取締役
〃	太田 潤	（財）日本規格協会 規格開発部規格第二課長
〃	加藤 潤	（社）日本テニス事業協会 事務局長
〃	加藤 誠	（株）ジェイティービー 地域交流ビジネス推進部長
〃	香中 峰秋	（株）博報堂 ソーシャルビジネス局 局長代理
〃	高崎 尚樹	（株）ルネサンス 取締役 執行役員

#### 〈報告書の概要〉

##### 1. 事業の目的

「医療生活産業」※における商品・サービスの品質の可視化、品質基準の策定、品質の認証を行うために、医療生活産業に必要な品質の定義を明らかにし、品質認証システムモデルの構築に関する調査・研究を行うことが本年度の事業である。

（※「医療生活産業」とは、医療・介護機関と周辺産業の密接な連携による、疾病予防や疾病管理、介護予防、リハビリ、慢性期生活支援等の実現をサポートするサービス産業をいう。）

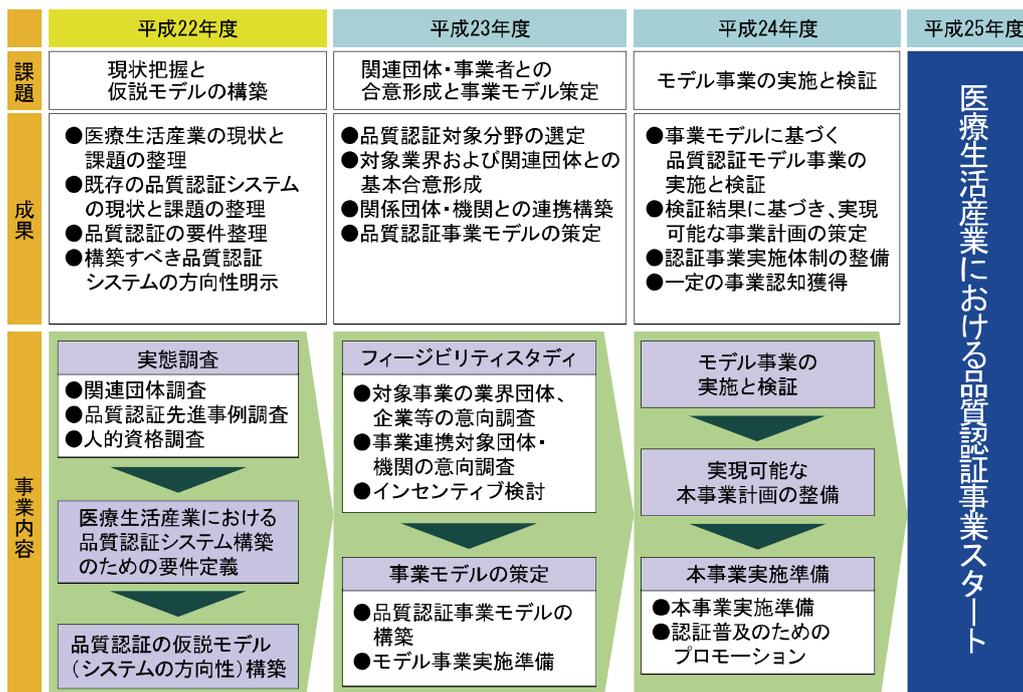
##### 2. 実施内容

- a. 関連団体実態調査、認証先進事例調査、人的資格調査を行うことにより、医療生活産業の生々しい現状や解決すべき課題を抽出すると同時に、医療生活産業に求められる役割と、役割を果たすために必要な商品・サービスの品質レベルを明らかにした。
- b. 「医療生活産業」の品質認証に必要な要件定義と機能の在り方を調査・提言した。
- c. 品質認証機能構築に向けた工程および作業内容を明らかにした。
- d. コンソーシアム運営

### 3. 実施概要

#### (1) 事業の概要

「医療生活産業」の品質認証調査は、平成25年度に「医療生活産業における品質認証事業」をスタートさせることを目的に、本年度から平成24年度にかけて図の事業を実施するものである。本年度においては、医療生活産業の現状を把握し、その上に立って品質認証システムの仮説モデルを構築することを課題に下図の事業を実施した。



#### (2) 調査結果 (抜粋)

##### ① 関連団体実態調査

関連団体実態調査では、まず web による事前調査を行い、医療生活産業分野の事業者、医療保険者、認証関連団体、企業（人事・厚生部門）、医療・介護機関など約300団体のリスト化を行った。次に候補リストの優先づけを行い、優先度の高い45団体に対して研究員・調査員が対象者を訪問の上、インタビューを実施するとともに資料の収集を行った。さらにインタビュー調査対象団体を中心に再度 web 調査、文献調査を行った。

調査内容	
関連団体・認証団体	
①Web調査	122団体
②ヒアリング調査	22団体
医療保険者	
①Web調査	44団体
②ヒアリング調査	12団体
医療・介護機関	
①Web調査	87団体
②ヒアリング調査	2団体
企業	
①Web調査	30団体
②ヒアリング調査	9団体
合計	
①Web調査	283団体
②ヒアリング調査	45団体

調査結果の概要
<b>医療生活産業の現状</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●医療生活産業にはフィットネス事業、介護予防事業、高齢者向け生活支援事業など、様々な事業分野がある。</li> <li>●高齢化の進展、生活習慣病患者の増大などを背景に、マーケット規模は拡大傾向にあるが、完成度の低いビジネスモデルも多く、成長促進のためには品質認証システムの構築はもちろん、起業支援・ビジネスモデル構築支援などの事業環境整備が課題となっている。</li> <li>●一方、医療機関や介護機関も、従来の保険で回る事業以外の分野（医療生活産業分野）への進出が進みつつある。健診で発見された問題とその解決のための健康増進サービスは、医療機関が積極的に取り組むことにより、効率的な問題解決が図られると思われる。</li> </ul>
<b>医療生活産業に対するニーズ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●高齢化の進展にともない、介護予防等、介護保険に基づく介護サービス以外のサービスニーズが高まっている。具体的には、介護予防サービスや高齢者のための健康増進サービスに加え、介護保険ではカバーしきれない高齢者生活支援サービス事業などである。</li> <li>●また、生活習慣病予防事業のニーズも高まっている。1つには赤字体質化している保険者が、保険事業の充実により医療費の抑制を図る例が見られる。また、企業も労働生産性を高めるために、従業員の健康増進のための事業をアウトソーシングする事例が多く見られ、今後も増加すると思われる。</li> </ul>
<b>品質認証システムの必要性</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●医療生活産業のサービス内容や価値が消費者に十分理解されていないことが成長の阻害要因の1つとなっており、品質認証システムの構築とその普及を望む声も、業界関係者だけでなく、人材育成団体や職能団体等からも出ている。</li> <li>●ただし、医療生活産業は小規模事業者が多いことから、経済的ハードルの高いシステムでは普及しない可能性が高い。</li> </ul>

## ②認証先進事例調査

認証先進事例調査では、関連機関のwebサイトや関連団体発行資料、医療認証関連参考書籍等の分析を行い、国内外の認証機関における品質認証システムの事例113件を収集した。文献調査から得られた重要事項について、国内医療生活周辺産業認証機関に対してインタビュー調査を行った。

調査内容
<b>文献調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>①Web検索による海外文献調査および分析</li> <li>②Web検索による国内外認証機関ウェブサイト閲覧</li> <li>③内外認証機関発行資料分析</li> <li>④医療認証関連参考書籍分析</li> </ul> <p>計113件</p>
<b>インタビュー調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>①国内医療生活周辺産業認証機関</li> <li>②国内個人事業者等の派遣を伴う業種</li> </ul> <p>計5件</p>

調査結果の概要
<b>医療および医療生活周辺産業における主な認証先進事例の概観</b>
<b>諸外国における医療系認証システムの導入効果</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●医療現場の認証に対する意識の向上が組織改善行動に結びついている</li> <li>●医療ガイドラインのいっそうの遵守が医療の質の向上につながっている</li> <li>●サービスの質を保証するための有効な手法であるとの認識が現場に浸透</li> <li>●組織内コミュニケーションの活発化</li> <li>●世間における認証組織に対する認知度の向上</li> </ul>
<b>諸外国における医療系認証システムの課題</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>●審査員の評価に関して一貫性に疑問があること</li> <li>●認証費用が高額であることが問題となるケースもあること</li> <li>●煩雑な事務作業増加による負担が大きいこと</li> </ul>

### ③人的資格調査

本調査は、「医療生活産業」の「医療・介護・健康」の領域において、事業者が提供するサービスや商品の品質を可視化のため、「医療生活産業」の人的資格調査に関する現状調査を行った。

調査内容	調査結果の概要												
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e6f2ff;">資格</th> </tr> <tr> <td>①Web 調査</td> <td>303 資格</td> </tr> </table>	資格		①Web 調査	303 資格	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e6f2ff;">人的資格の現状</th> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>●262資格の民間資格を確認し、健康・スポーツ関連事業、介護関連事業、食事指導・栄養管理事業、ヘルスツーリズム事業、メンタルヘルスケア事業、エステティック事業など様々な事業で資格を認証している。</li> <li>●商標登録している資格認証団体は、商標の真似や、偽ブランド等を防ぎ、商標を使用する者の業務上の信用を守られ、されに宣伝の対象となっている。</li> <li>●エアロビクスの資格は、日本では減少傾向にあるため中国をはじめとするアジア圏に目を向けている。今後、日本から海外に資格の対象が移りつつあり、また海外の資格を日本でも取得できるシステムもある。</li> <li>●高齢化社会の進展に伴い、高齢者を対象とした資格が増えている。また、受講条件に法人格を有する事業者の推薦が必要な介護予防の資格も存在する。</li> </ul> </td> </tr> </table>	人的資格の現状		<ul style="list-style-type: none"> <li>●262資格の民間資格を確認し、健康・スポーツ関連事業、介護関連事業、食事指導・栄養管理事業、ヘルスツーリズム事業、メンタルヘルスケア事業、エステティック事業など様々な事業で資格を認証している。</li> <li>●商標登録している資格認証団体は、商標の真似や、偽ブランド等を防ぎ、商標を使用する者の業務上の信用を守られ、されに宣伝の対象となっている。</li> <li>●エアロビクスの資格は、日本では減少傾向にあるため中国をはじめとするアジア圏に目を向けている。今後、日本から海外に資格の対象が移りつつあり、また海外の資格を日本でも取得できるシステムもある。</li> <li>●高齢化社会の進展に伴い、高齢者を対象とした資格が増えている。また、受講条件に法人格を有する事業者の推薦が必要な介護予防の資格も存在する。</li> </ul>					
資格													
①Web 調査	303 資格												
人的資格の現状													
<ul style="list-style-type: none"> <li>●262資格の民間資格を確認し、健康・スポーツ関連事業、介護関連事業、食事指導・栄養管理事業、ヘルスツーリズム事業、メンタルヘルスケア事業、エステティック事業など様々な事業で資格を認証している。</li> <li>●商標登録している資格認証団体は、商標の真似や、偽ブランド等を防ぎ、商標を使用する者の業務上の信用を守られ、されに宣伝の対象となっている。</li> <li>●エアロビクスの資格は、日本では減少傾向にあるため中国をはじめとするアジア圏に目を向けている。今後、日本から海外に資格の対象が移りつつあり、また海外の資格を日本でも取得できるシステムもある。</li> <li>●高齢化社会の進展に伴い、高齢者を対象とした資格が増えている。また、受講条件に法人格を有する事業者の推薦が必要な介護予防の資格も存在する。</li> </ul>													
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e6f2ff;">資格認証団体</th> </tr> <tr> <td>①Web 調査</td> <td>111 団体</td> </tr> <tr> <td>②アンケート調査</td> <td>63 団体</td> </tr> <tr> <td>③ヒアリング調査</td> <td>16 団体</td> </tr> </table>	資格認証団体		①Web 調査	111 団体	②アンケート調査	63 団体	③ヒアリング調査	16 団体	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e6f2ff;">人的資格の問題点</th> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>●受講システムが確立されている事業は資格の内容も伴っているが、民間資格の場合は受講システムにバラつきがあり、資格の精度に問題がある。</li> <li>●プロモーションを積極的に行っている資格認証団体は少なく、受講者への認知が低い。資格の専門性、認定試験、受講生の声（顧客満足度）、展望のそれぞれに対して、マイナス影響を及ぼしている。</li> <li>●資格認証団体の法人の質により事業の体質に違いが見られる。例えば財団法人と特定非営利活動法人を比較した場合、専門性（カリキュラム内容・時間）、費用、さらには資格後の取得者のフォローアップ等の点で財団に優位点が見られる。</li> </ul> </td> </tr> </table>	人的資格の問題点		<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講システムが確立されている事業は資格の内容も伴っているが、民間資格の場合は受講システムにバラつきがあり、資格の精度に問題がある。</li> <li>●プロモーションを積極的に行っている資格認証団体は少なく、受講者への認知が低い。資格の専門性、認定試験、受講生の声（顧客満足度）、展望のそれぞれに対して、マイナス影響を及ぼしている。</li> <li>●資格認証団体の法人の質により事業の体質に違いが見られる。例えば財団法人と特定非営利活動法人を比較した場合、専門性（カリキュラム内容・時間）、費用、さらには資格後の取得者のフォローアップ等の点で財団に優位点が見られる。</li> </ul>	
資格認証団体													
①Web 調査	111 団体												
②アンケート調査	63 団体												
③ヒアリング調査	16 団体												
人的資格の問題点													
<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講システムが確立されている事業は資格の内容も伴っているが、民間資格の場合は受講システムにバラつきがあり、資格の精度に問題がある。</li> <li>●プロモーションを積極的に行っている資格認証団体は少なく、受講者への認知が低い。資格の専門性、認定試験、受講生の声（顧客満足度）、展望のそれぞれに対して、マイナス影響を及ぼしている。</li> <li>●資格認証団体の法人の質により事業の体質に違いが見られる。例えば財団法人と特定非営利活動法人を比較した場合、専門性（カリキュラム内容・時間）、費用、さらには資格後の取得者のフォローアップ等の点で財団に優位点が見られる。</li> </ul>													
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e6f2ff;">人的資格の今後の課題</th> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>●資格を取得するにあたり、各資格認証団体は、単に資格を取得させるばかりでなく、資格取得後のフォローアップを万全にし、各企業と連携させていくことで、今後の資格に関わる新たなビジネスモデルを作る必要がある。</li> <li>●各資格認証団体は資格取得に対する適切な期間、費用、専門性に加え受講者の心的要素を踏まえて事業を展開しなければならない。しかしながら、専門性が低いと安く早く資格が取得できるといった現実が内在している。</li> </ul> </td> </tr> </table>	人的資格の今後の課題		<ul style="list-style-type: none"> <li>●資格を取得するにあたり、各資格認証団体は、単に資格を取得させるばかりでなく、資格取得後のフォローアップを万全にし、各企業と連携させていくことで、今後の資格に関わる新たなビジネスモデルを作る必要がある。</li> <li>●各資格認証団体は資格取得に対する適切な期間、費用、専門性に加え受講者の心的要素を踏まえて事業を展開しなければならない。しかしながら、専門性が低いと安く早く資格が取得できるといった現実が内在している。</li> </ul>									
人的資格の今後の課題													
<ul style="list-style-type: none"> <li>●資格を取得するにあたり、各資格認証団体は、単に資格を取得させるばかりでなく、資格取得後のフォローアップを万全にし、各企業と連携させていくことで、今後の資格に関わる新たなビジネスモデルを作る必要がある。</li> <li>●各資格認証団体は資格取得に対する適切な期間、費用、専門性に加え受講者の心的要素を踏まえて事業を展開しなければならない。しかしながら、専門性が低いと安く早く資格が取得できるといった現実が内在している。</li> </ul>													

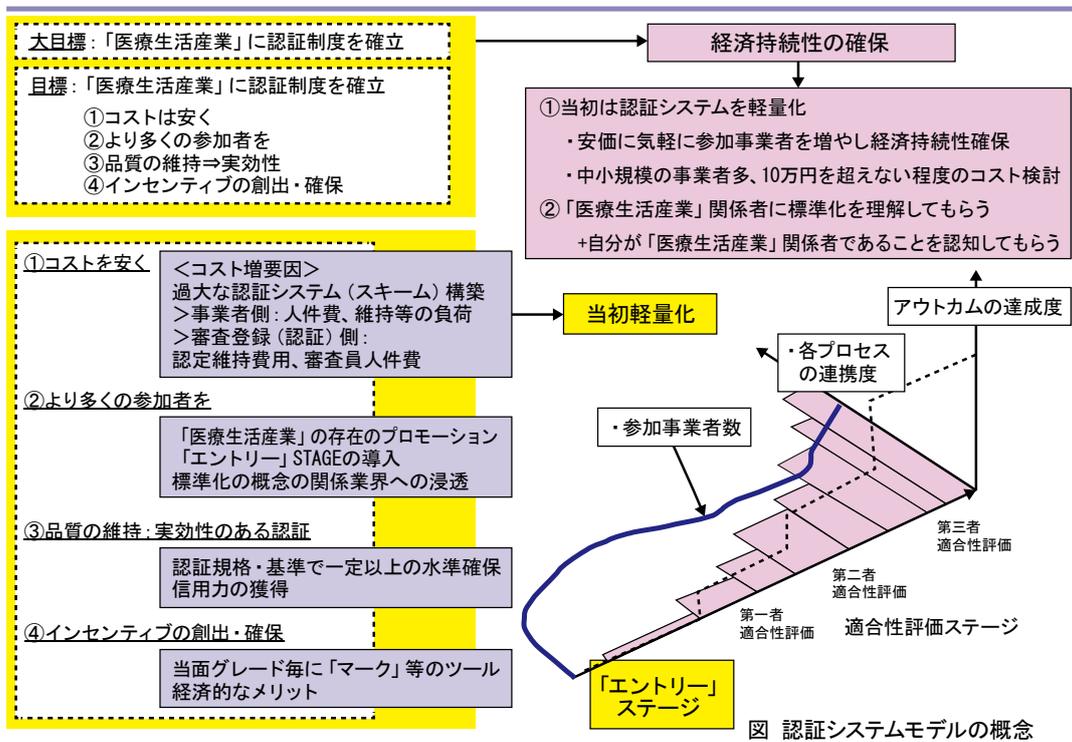
### ④認証制度の要件定義研究

関連団体実態調査、認証先進事例調査、人的資格調査の結果を活用して、医療生活産業の現状と将来、品質認証システム事例、人的資格事例を踏まえ、医療生活産業における将来の品質認証の標準規格審議に必要な要件定義を設定した。

実態調査	医療生活産業全体に関わる要件定義				
<ul style="list-style-type: none"> <li>①関連団体調査</li> <li>②先進事例調査</li> <li>③人的資格調査</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①事業理念や基本方針の明文化とアクションプログラムの保有</li> <li>②関係法令、個人情報保護、公序良俗を守るなどのコンプライアンスプログラムの保有</li> <li>③提供する商品・サービスの安全性担保</li> </ul>				
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th style="background-color: #e6f2ff;">要求定義</th> </tr> <tr> <td>医療生活産業において、各業界ごとに事業を持続的に実施していくにあたり、要求される品質レベルを導き出した。</td> </tr> </table>	要求定義	医療生活産業において、各業界ごとに事業を持続的に実施していくにあたり、要求される品質レベルを導き出した。	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th style="background-color: #e6f2ff;">事業ごとの要件定義</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>①経営の安定性 サービスの安定供給を担保する経営の安定性が求められる。特に会員制サービスや運営受託サービスなど、事業の継続性が重要視される事業においては重要な要件となる。</li> <li>②施設・設備 諸法令の遵守はもちろん安全性、清潔さ、設備の保守などが要件となってくる。</li> <li>③人的資源 運動・栄養指導などにおいては、当該業務の専門的知識はもちろん、関連する医学的知識も合わせ持つ人的資格が求められる。また、スキル維持・スキルアップのための研修プログラムも要件となってくる。さらにはサービスの質を保持するために、医師・保健師などの医療資格者との連携が求められる場合がある。</li> <li>④プログラム サービスの効果を担保するために、医療・保健・栄養などに関連する科学的根拠に基づいたプログラムが必要となる。また、サービス利用者ニーズや安全性に配慮したプログラムであることが欠かせない。</li> <li>⑤医療・介護事業との連携 疾病予防・改善、介護予防分野などの事業においては、医療機関・介護機関との連携確保が要件となり得る。</li> </ul> </td> </tr> </table>	事業ごとの要件定義	<ul style="list-style-type: none"> <li>①経営の安定性 サービスの安定供給を担保する経営の安定性が求められる。特に会員制サービスや運営受託サービスなど、事業の継続性が重要視される事業においては重要な要件となる。</li> <li>②施設・設備 諸法令の遵守はもちろん安全性、清潔さ、設備の保守などが要件となってくる。</li> <li>③人的資源 運動・栄養指導などにおいては、当該業務の専門的知識はもちろん、関連する医学的知識も合わせ持つ人的資格が求められる。また、スキル維持・スキルアップのための研修プログラムも要件となってくる。さらにはサービスの質を保持するために、医師・保健師などの医療資格者との連携が求められる場合がある。</li> <li>④プログラム サービスの効果を担保するために、医療・保健・栄養などに関連する科学的根拠に基づいたプログラムが必要となる。また、サービス利用者ニーズや安全性に配慮したプログラムであることが欠かせない。</li> <li>⑤医療・介護事業との連携 疾病予防・改善、介護予防分野などの事業においては、医療機関・介護機関との連携確保が要件となり得る。</li> </ul>
要求定義					
医療生活産業において、各業界ごとに事業を持続的に実施していくにあたり、要求される品質レベルを導き出した。					
事業ごとの要件定義					
<ul style="list-style-type: none"> <li>①経営の安定性 サービスの安定供給を担保する経営の安定性が求められる。特に会員制サービスや運営受託サービスなど、事業の継続性が重要視される事業においては重要な要件となる。</li> <li>②施設・設備 諸法令の遵守はもちろん安全性、清潔さ、設備の保守などが要件となってくる。</li> <li>③人的資源 運動・栄養指導などにおいては、当該業務の専門的知識はもちろん、関連する医学的知識も合わせ持つ人的資格が求められる。また、スキル維持・スキルアップのための研修プログラムも要件となってくる。さらにはサービスの質を保持するために、医師・保健師などの医療資格者との連携が求められる場合がある。</li> <li>④プログラム サービスの効果を担保するために、医療・保健・栄養などに関連する科学的根拠に基づいたプログラムが必要となる。また、サービス利用者ニーズや安全性に配慮したプログラムであることが欠かせない。</li> <li>⑤医療・介護事業との連携 疾病予防・改善、介護予防分野などの事業においては、医療機関・介護機関との連携確保が要件となり得る。</li> </ul>					
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th style="background-color: #e6f2ff;">医療生活産業の品質認証の機能構築に向けた要件を定義した。</th> </tr> </table>	医療生活産業の品質認証の機能構築に向けた要件を定義した。				
医療生活産業の品質認証の機能構築に向けた要件を定義した。					

## ⑤品質認証機能の在り方研究

品詞認証機能の在り方研究では、これまでの関連団体実態調査、認証先進事例調査、人的資格調査および品質認証の要件定義研究より「医療生活産業」における品質認証システムを考察し、仮説モデルの策定を行った。



## （２）機関誌 JSHIF 発行

○平成 22 年 8 月 夏号

- ・第 22 回通常総会，第 63 回理事会
- ・第 4 回シンポジウム開催
- ・多様化するスポーツ健康市場における新たなビジネスモデルのあり方に関する調査結果
- ・会員紹介

○平成 23 年 1 月 冬号

- ・斎藤会長 年頭所感
- ・第 5 回シンポジウム開催
- ・2010 スポーツ&レジャーフェスティバル
- ・会員紹介

## 4. タスクフォース

### ①タスクフォースの設置

「スポ団連が持つ機能・役割・カバーする領域」及び「今後目指す方向について」を検討するために、スポ団連内に会員団体、会員企業の中堅幹部を委員とするタスクフォースを設置した。委員は以下のとおり。

(敬称略・50音順)

座長	板垣 勝男	(社) スポーツ健康産業団体連合会 専務理事
委員	上田 利幸	(株) エバニュー 取締役
〃	加藤 潤	(社) 日本テニス事業協会 事務局長
〃	加藤 誠	(株) ジェイティービー 地域交流ビジネス推進部長
〃	香中 峰秋	(株) 博報堂 ソーシャルビジネス局 局長代理
〃	高崎 尚樹	(株) ルネサンス 取締役 執行役員

### ②小委員会取りまとめ

小委員会において「スポ団連が持つ機能・役割・カバーする領域と今後目指す方向について」をとりまとめた。概要は、以下のとおり。

#### 1. スポ団連が持つ機能・役割・カバーする領域について

1) スポ団連はスポーツ健康産業に関わる用具提供、場所提供、サービス提供の企業の加盟する団体と各団体の中核企業を中心とした「スポーツ健康産業を横断的に結べる連合体」という特質を有している。また、その強みはスポーツ・健康に関係する幅広い団体が横串にあることにある。

2) スポ団連の役割とカバーする領域は、スポーツ健康産業に関する調査・研究、イベント等の推進、情報の収集・提供による情報発信・政策の提言を通じてスポーツ健康産業の振興を図ることにある。

#### 2. 今後目指す方向について

##### 1) 中期的な目標

6項目 (略)

##### 2) 短期的な事業

8項目 (略)

### ③「医療生活産業の品質認証」調査事業の実施 (再掲)

タスクフォースの委員は、「医療生活産業の品質認証」調査推進委員会の構成員となつて、スポ団連の短期的事業として同調査事業を実施した。

## 5. その他の事業

### (1) 生涯スポーツ・体力づくり全国会議 2011 ー人・スポーツ・未来ー

#### 開催趣旨

我が国においては、自由時間の増大、体力・健康づくりへの国民の関心の高まりなどを背景にスポーツ需要が増大しており、誰もがいつでもどこでも気軽に参加できる生涯スポーツ振興のための環境の整備が求められています。

また、生涯スポーツの推進には、国や地方公共団体ばかりでなく、各種スポーツ・レクリエーション団体や、スポーツクラブ、学校関係者さらにはスポーツ関連産業団体等が、それぞれ重要な役割を果たしており、これら関係者相互の連携・協力が急務となっています。このため、関係の各界各層の人々が一堂に会し、生涯スポーツ振興のための現状及び課題について、研究協議や意見交換を行い、相互理解を深め、関係者間の協調・協力体制の強化と生涯スポーツ振興の気運の醸成を目的として、本全国会議を開催するものです。

#### 主 催

文部科学省

生涯スポーツ・体力づくり全国会議実行委員会

社団法人スポーツ健康産業団体連合会

財団法人日本体育協会

財団法人日本レクリエーション協会

財団法人日本体育施設協会

財団法人スポーツ安全協会

社団法人全国体育指導委員連合

財団法人日本障害者スポーツ協会

財団法人健康・体力づくり事業財団

神奈川県教育委員会

#### 後 援

体力づくり国民会議

#### 全体テーマ

【生涯スポーツの新たな時代に向けて ～スポーツ立国戦略 スタート！～】

「生涯スポーツ社会の実現に向けた施策や取組」など、スポーツ振興基本計画の達成に向けて取り組んできたこれまでの十年を振り返るとともに、「スポーツ立国戦略」を踏まえた生涯スポーツの新たな時代に向けて、充実・推進していくべき施策の方向性について検討を深める。

具体的には、「すべての国民が身近な地域で生涯にわたってスポーツに親しめる環境が求められている現在、次世代の子どもたちの明るい未来につなげていくために、地域におけるスポーツ環境の整備充実方策として、今取り組むべきことは何か、併せて、国民全体の健康・体力づくりに大いに貢献するスポーツ活動を

充実させるために、国民が心身ともに健康で活力ある生活を築いていく方策として、今取り組むべきことは何か」という認識の下、生涯にわたる豊かなスポーツライフの実現について検討し、その方向性を探る。

## 期 日

平成 23 年 2 月 3 日（木）

## 会 場

横浜ロイヤルパークホテル

〒220-8173 神奈川県横浜市西区みなとみらい 2-2-1-3 TEL. 045-221-1111

## 内 容

<オープニング・表彰式：体力づくり優秀組織表彰>

<全体会>

①トークセッション 「スポーツの可能性」

語り手：乙武 洋匡（作家）

藤木麻祐子（北京オリンピックシンクロナイズドスイミング スペイン代表コーチ）

聞き手：山本 浩（法政大学スポーツ健康学部 教授）

<分科会>

第 1 分科会

【総合型地域スポーツクラブー教育機関等との連携が生み出す「自立」への可能性ー】

第 2 分科会

【地域におけるスポーツ活動の今と未来（将来展望）】

第 3 分科会

【利用者に親しまれるスポーツ施設の整備と充実】

第 4 分科会

【子どもの体力を向上させる効果的なスポーツ・運動遊び】

第 5 分科会

【地域における健康・体力づくり～貯筋運動プロジェクト】

### 第 3 分科会

1 テーマ

【利用者に親しまれるスポーツ施設の整備と充実】

2 趣旨

平成 19 年の日本の体育・スポーツ施設総数は、約 22 万ヶ所であり、内訳は、学校関係で 65%、公共施設が 24%、民間・職場施設が 11%となっている。明日へのリフレッシュのためだれもが身近にスポーツを愛好するには、これらのスポーツ施設におけるサービスや安全管理及び利用率確保等の工

夫が求められている。近年、スポーツ施設や用具等における技術革新は目覚ましく、ロングパイル人工芝等はその利用が拡大し、スポーツの普及に貢献している。また、近年若い素材の総アルミ製のバレー支柱等はその代表であるが利便性が大変向上しているが、半面、便利なスポーツ用器具でありながら予想もしない事故が発生している。車は車検制度により安全と機能を維持している。一方スポーツ用器具等には耐用年数の制度がないこともありメンテナンスフリーのまま使用していることがある。

そこで、施設が安心して利用できる施設であるためには、用器具等の健康チェックを改めて啓発したい。スポーツ施設に限らず、施設を建設するに当たっては、その要望を絵に表わすと同時に費用等がだされるが、肝心の使う側から見た利便性等は意外にも後回しにされることがある。それらの観点から、施設的设计段階から考える親しまれるスポーツ施設のあり方を併せて研究協議するものである。

### 3 コーディネーター

石原 智也 ((株)NTT ファシリティーズ建築事業本部都市建築設計事務所プロジェクト設計部 設計部長／(財)日本体育施設協会施設設計監理部会 部会長)

### 4 パネリスト

#### (1) 「設計者から考える親しまれるスポーツ施設」

石原 智也 (同上)

#### (2) 「ロングパイル人工芝の普及とひろがるフットサル」

中桐 俊男 (日本フットサル連盟副会長／JFA 施設委員会 委員)

#### (3) 「魅力あるスポーツ用器具と安全」

梅原 宏 (セノー (株) 営業本部室 室長／(財)日本体育施設協会施設用器具部会事務局長)

## (2) 後援事業

### ① 「日本スポーツ産業学会第 19 回大会」

開催日：平成 22 年 7 月 17 日 (土) ～18 日 (日)

主催者：日本スポーツ産業学会

### ② 「ウインターリゾート 2011」

開催日：平成 22 年 11 月 12 日 (金) ～14 日 (日)

主催者：ウインターリゾート実行委員会

### ③ 「健康増進イベント『すこやかプラスプロジェクト』」

開催日：平成 22 年 9 月 9 日 (木) ～30 日 (木)

主催者：株式会社コスモプラン

### ④ 「2011 レジェンドカップ」

開催日：平成 23 年 2 月 12 日 (土) ～13 日 (日)

主催者：NPO 法人レジェンド松山

⑤「第 22 回日本テニス産業セミナー」

開催日：平成 23 年 2 月 8 日（火）

主催者：社団法人日本テニス事業協会/愛知テニスクラブ連盟

(3) 日本スポーツ産業学会

賛助会費（200,000 円）の支出

〈参考〉 日本スポーツ産業学会平成 22 年度活動報告

1. 学会組織の整備・充実・運営に関する事業

(1) 会議の開催

- ・第 42 回理事会を平成 22 年 7 月 17 日に開催した。平成 23 年 3 月 24 日に開催予定だった第 43 回理事会は書面決議となった。
- ・運営委員会を開催した（平成 22 年 6 月 21 日、平成 23 年 3 月 7 日の 2 回）。
- ・第 20 回総会を開催した（平成 22 年 7 月 17 日）。

(2) 事務局体制の整備・充実

- ・ホームページの活用 <http://www.spo-sun.gr.jp>。

(3) 会員の拡充（平成 23 年 3 月 31 日現在）

- ・会員 490 名（正会員：413 名、学生会員：77 名）。
- ・賛助会員 17 団体

※アディダス・ジャパン(株)、(株)アシックス、オリックス(株)、(株)サニーサイドアップ、(社)スポーツ健康産業団体連合会、(株)デザート、(株)電通、(株)東京ドーム、(株)ナイキジャパン、※阪神電気鉄道(株)、(株)平野デザイン設計、ホクエツ印刷(株)、ミズノ(株)、ヨネックス(株)、読売新聞東京本社、楽天(株)、※(株)WOWOW。(※印 3 団体は平成 22 年度新規入会)

2. 出版事業

- (1) 学会誌「スポーツ産業学研究」第 20 巻第 2 号を平成 22 年 9 月 30 日に、第 21 巻第 1 号を平成 23 年 3 月 31 日に発行した。
- (2) 「学会ニュース」No. 74 (8 月 20 日)、No. 75 (9 月 30 日)、No. 76 (1 月 20 日)、No. 77 (3 月 31 日) をホームページに掲載した後、No. 74 と No. 75 は学会誌第 20 巻第 2 号と合本、No. 76 と No. 77 は学会誌第 21 巻第 1 号と合本して発行した。
- (3) 「科学技術情報発信・流通総合システム」(J-STAGE) にて、学会誌「スポーツ産業学研究」第 1 巻第 1 号より第 20 巻第 2 号までの掲載論文を公開した。

3. 学会大会の開催

- (1) 第 19 回大会を開催した（平成 22 年 7 月 17 日～18 日 関西大学千里山キャンパス）。
- (2) 第 2 回リサーチ・カンファレンスを開催した（平成 23 年 2 月 11 日 早稲田

大学国際会議場)。

#### 4. 専門分科会活動の推進

スポーツ法学専門分科会、スポーツ産業史専門分科会、スポーツ工学専門分科会、スポーツマネジメント専門分科会、スポーツ指導サービス専門分科会の5分科会に、計20万円を補助した。

#### 5. 学会賞について

(1) 平成22年7月に開催された第20回総会で学会賞2編および学会賞奨励賞1編の授与式を行った。

(2) 平成23年7月開催の第21回総会で授与が予定されている学会賞の候補論文を選考した。

#### 6. その他

学会のあり方を検討した。

## 6. 理事会・総会報告

### (1) 第63回理事会・第22回通常総会(平成22年6月11日(金)如水会館)

#### 主な承認事項

#### ①財団法人JKA等の補助金交付決定について

##### 1) 財団法人JKA 公益枠補助事業

(単位:千円)

補助事業名	補助金	自己資金	事業総額
市民生涯スポーツ大祭	9,202	9,202	18,404
合計(補助率50%)	9,202	9,202	18,404

a. 財団法人JKAの平成22年4月1日付け22JKA公益第1号による補助金9,202千円の内諾を受諾し、補助事業を実施する。

##### b. 実施する事業

生涯スポーツ&レジャーフェスティバルの開催

##### c. 実施場所

全国各地

d. 自己資金の調達については、資金の不足が生じた場合は、役員の実任において調達する。

##### 2) その他の補助事業(申請予定)

(単位:千円)

補助事業名	金額
調査事業	7,000
合計	7,000

## ②新任理事・退任理事及び部会委員交代

### ○新任理事（敬称略）

國分勝彌 社団法人日本ゴルフ場事業協会 理事・顧問

### ○退任理事（敬称略）

高梨佑治 社団法人日本ゴルフ場事業協会 専務理事

### ○新任部会委員（敬称略）

國分勝彌 事業部会 社団法人日本ゴルフ場事業協会

### ○退任部会委員（敬称略）

高梨佑治 事業部会 社団法人日本ゴルフ場事業協会

## ③タスクフォースの設置

### 1) 目的

- a. 社団法人スポーツ健康産業団体連合会（以下、「スポ団」という。）が持つ機能・役割と、カバーする領域を再検討し、今後目指す方向を明らかにするためにスポ団内にタスクフォースを設置する。
- b. タスクフォースは、スポ団の会員増加につながる中期的な目標及び短期的な事業を抽出し、財政基盤を充実する方策を検討する。

### 2) メンバー

座長は専務理事とし、メンバーは会長及び部会長から推薦された者とする。

### 3) 事業の内容

- a. 中期的な目標の策定について
- b. 短期的な事業の抽出について

### 4) その他

- a. タスクフォースは、適宜、経済産業省商務情報政策局サービス産業課と連携し、一体的に議論していくものとする。
- b. タスクフォースは、成案が出来た時点で会長、部会長会議及び事業部会に速やかに報告するものとする。

## (2) 第 64 回理事会（平成 23 年 3 月 3 日（木）如水会館）

### 主な承認事項

#### ①平成 23 年度事業計画

##### 1) 財団法人 JKA の補助金について

平成 23 年度 申請額 9,202,000 円

なお、自己資金に不足が生じた場合は、役員が責任を持って調達する。

##### 2) 平成 23 年度各部会活動について

###### イ) 事業部会

魅力ある事業活動を目指し、会員相互の交流促進と連携強化、会員の自己啓

発を推進するためにシンポジウム及び情報交換会の定期開催並びに地域・スポーツ振興賞の授賞事業を軌道に乗せるとともに、新事業を企画立案し、理事会・総会の承認を得て実施する。

事業支出	3,000,000 円
事業収入	1,000,000 円
収支差額	△2,000,000 円

ロ) 地域スポーツ振興部会

スポーツ健康産業の健全な振興・発展に寄与するために市民生涯スポーツ大祭を企画し、理事会・総会の承認を得て実施する。市民生涯スポーツ大祭は、生涯スポーツの普及と定着を目的に、国民の健康で豊かな生活を目指して、全国各地で開催している。平成 23 年度は、昨年度に引き続き熊本県での開催を検討している。

市民生涯スポーツ大祭の開催

平成 23 年度 財団法人 JKA 補助事業「競輪・公益枠」	
事業総額：	18,404,000 円
自己負担額：	9,202,000 円
補助金：	9,202,000 円

ハ) 広報宣伝・調査部会

スポーツ健康産業に係わる情報の収集、産業振興のための情報発信、マスコミ等への提言、広報宣伝活動、調査活動の推進を担当。理事会・総会の承認を得て実施する。

a. 機関誌 JSHIF の発行

夏号：6 月の総会・理事会の後に発行

冬号：市民生涯スポーツ大祭の終了後、又は新事業の企画が確定した段階で発行

b. (研究調査事業 未定)・・・申請予定

委託研究

事業総額：	10,000,000 円
自己負担額：	0 円
補助金（委託費）	10,000,000 円

3) 公益法人制度改革への対応について

当連合会は、理事会、総会の承認を得た上で申請の準備が整い次第、認定法に基づいて内閣総理大臣あてに公益社団法人の認定申請をすることとしたい。申請の理由は次のとおり。

a. スポ団連の事業目的が認定法で規定している公益目的事業に適合している

と考えられる。

- b. スポ団連は、整備法が平成 20 年 12 月 1 日付けで施行され、現在、経済産業所管の特例民法法人となっている。国所管の特例民法法人は、移行期間の 5 年間（平成 25 年 11 月 30 日まで）以内に内閣総理大臣あてに公益社団法人又は一般社団法人へ移行申請して、公益社団法人の認定又は一般社団法人の認可を得る必要がある。

#### 4) その他の事業

##### a. アドバイザリースタッフ

当連合会が抱える今日的優先課題と問題の具体的解決策の提言を行う諮問機関  
事業費：100,000 円

##### b. 生涯スポーツ・体力づくり全国会議 2012

開催地は秋田県。文部科学省と実行委員会との共催。当連合会は、実行委員会の構成員。

##### c. 日本スポーツ産業学会会

賛助会費（2 口）：200,000 円

#### ②当連合会の平成 23 年度職員等給与

総額 11,100 千円を限度として支給する。

#### ③平成 22 年度収支決算見込み及び平成 23 年度収支予算

##### (1) 平成 22 年度収支決算見込み

一般会計・特別会計合計額

収入合計	47,249,000 円
支出合計	59,541,000 円
収支差額	△12,292,000 円
正味財産	45,250,135 円

##### (2) 平成 23 年度収支予算案

一般会計・特別会計合計額

収入合計	39,234,000 円
支出合計	53,086,600 円
収支差額	△13,852,600 円

#### ④新任理事・退任理事及び部会委員交代

##### ○新任理事（敬称略）

重森 仁 日本スポーツ用品協同組合連合会 理事長 正会員

##### ○退任理事（敬称略）

小関和夫 日本スポーツ用品協同組合連合会 理事長 正会員

○新任部会委員（敬称略）

重森 仁 イベント推進部会 日本スポーツ用品協同組合連合会

○退任部会委員（敬称略）

小関和夫 イベント推進部会 日本スポーツ用品協同組合連合会

## ⑤任期満了に伴う理事・監事候補者

## 理事・監事候補者名簿

(敬称略)

新				旧	
新役員	候補者名			役職名	氏名
理事	水野正人	1		名誉副会長	水野正人
理事	中野啓二郎	2		名誉副会長	中野啓二郎
理事	斎藤敏一	3		会長	斎藤敏一
理事	岩井大輔	4		副会長	岩井大輔
理事	池田朝彦	5		副会長	池田朝彦
理事	林有厚	6		副会長	林有厚
理事	板垣勝男	7		専務理事	板垣勝男
理事	秋山創一	8		理事	秋山創一
理事	浅井光昭	9		理事	浅井光昭
理事	石橋栄司	10		理事	石橋栄司
理事	石原悟	11		理事	石原悟
理事	尾木徹	12		理事	尾木徹
理事	小澤壮六	13		理事	小澤壮六
理事				理事	川口純
理事				理事	黒川光隆
理事	國分勝彌	14		理事	國分勝彌
理事	雑賀昇	15		理事	雑賀昇
理事	重森仁	16		理事	小関和夫
理事				理事	佐伯年詩雄
理事	清水慎一	17		理事	清水慎一
理事				理事	勢能志彦
理事	田中喜代次	18		理事	田中喜代次
理事				理事	民秋史也
理事	丁野朗	19		理事	丁野朗
理事	泊三夫	20		理事	泊三夫
理事	野川春夫	21		理事	野川春夫
理事	原田宗彦	22		理事	原田宗彦
理事				理事	日枝久
理事	平野哲行	23		理事	平野哲行
理事				理事	廣内武
理事	三ッ谷洋子	24		理事	三ッ谷洋子
理事				理事	山崎芳人
理事	山本為信	25		理事	山本為信
理事	米山稔	26		理事	米山稔
理事	和田清美	27		理事	和田清美
理事	渡邊光康	28		理事	渡邊光康
監事	岡野貫次	29		監事	岡野貫次
監事	小坂勉	30		監事	小坂勉

## ⑥定款変更（案）について

### 1) 主な変更理由

スポ団連の事業目的が、公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律で規定している公益目的事業に適合していると考えられることにより、同法に基づいて内閣総理大臣あてに公益社団法人の認定申請をするため。

### 2) 主な変更箇所

- a. 名称に関する規定 → 公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会に変更
- b. 定款条文上の本団体の呼称 → 「本会」から「この法人」に変更
- c. 事業の区域に関する規定 → 「日本全国において」を追記。
- d. 会員の退会に関する規定 → 「会員は、任意にいつでも退会することができる。」とした。
- e. 会議の区分けに関する規定 → 「会議」（現行定款第4章）を「総会」（新定款第4章）と「理事会」（新定款第6章）に分けた。
- f. 総会の法人法上の位置づけ（新設）に関する規定 → 「総会をもって、一般社団法人及び一般財団法人に関する法律上の社員総会とする。」を追記。
- g. 総会の種類と開催に関する規定 → ①「総会は、定時総会及び臨時総会の2種とする。」 ②「定時総会は、毎事業年度の終了後3ヶ月以内に1回開催する。」 ③「臨時総会は、必要に応じて開催する。」とした。
- h. 理事、監事の総会での選任の方法に関する規定 → 「理事又は監事の選任は、候補者ごとに決議することとし、理事又は監事の候補者の合計数が定数を上回るときは、過半数の賛成を得た候補者の中から得票数の多い順に定数の枠に達するまでの者を選任することとする。」とした。
- i. 議事録署名人に関する規定 → ①総会：「議長及び出席した理事のうちから選任された議事録署名人2人が記名押印する。」 ②理事会：「議事録には、出席した会長及び出席した監事がこれに記名押印する。」とした。
- j. 役員数に関する規定 → ①理事：現行「35人以上40人以内」→「25以上30人以内」、②監事：現行「2人又は3人」→「2人以上3人以内」
- k. 役員解任に関する規定 → 「理事及び監事は、いつでも総会の決議によって解任することができる。」とした。
- l. 理事会における決議の代理権の行使、書面による議決権の行使の削除に関する規定
- m. 事業計画及び収支予算の総会報告に関する規定
- n. 公益目的取得財産残額の算定（新設）に関する規定
- o. 会計原則（新設）に関する規定
- p. 定款の変更に関する規定 → 「この定款は、総会の決議によって変更することができる。」とした。
- q. 解散に関する規定 → 「この法人は、総会の決議その他法令で定められた事由により解散する。」とした。

- r. 公益認定の取消し等に伴う贈与（新設）
- s. 残余財産に関する規定 → 現行の「残余財産の処分」を「残余財産の帰属」に変更した。
- t. 公告の方法（新設）
- u. 委任に関する規定 → 現行の「実施細則」を「委任」とした。
- v. 附則に関する規定（新設）

#### ⑦ 役員の報酬等に関する規程変更（案）について

##### 1) 主な変更理由

当連合会が、公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律に基づいて内閣総理大臣あてに公益社団法人の認定申請をするために、現行の「役員の報酬等に関する規程」と「役員退職金・功労金規程」を統合する必要があるため。

##### 2) 主な変更箇所

現行の「役員の報酬等に関する規程」と「役員退職金・功労金規程」を統合。

- a. 細則に関する規定（新設） → 細 則：「会長は、理事会の同意を得て、本人の功績に応じて別表 1「常勤役員俸給表」の各号間において 10 万円単位刻みで常勤役員の報酬額を定めることができるものとする。」を新設した。
- b. 常勤役員退職金表 → ○「甲、乙」を → 「甲（任期終了等自己都合以外）、乙（自己都合）」に変更した  
○勤続年数「40 年」を → 「20 年」に短縮した。

#### ⑧ 特定費用準備資金取扱規則（案）制定について

規則を制定する理由

- a. 当連合会が事業を運営するためには、特定費用準備資金等の資金を保有することが必要であること。
- b. a. の資金を保有するときには、内規として定款で「特定費用準備資金等取扱規則」等を設けることが公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律で規定されていること。

# 平成 23 年度事業計画

# 活動指針

(平成23年4月1日～平成24年3月31日)

現代社会は、サービスの経済化、情報化の急速な進展による産業の高度化、高齢化、少子化、余暇時間の増大、女性の社会進出等、大きく構造が変化しております。この構造変化は、国民の勤労形態やライフスタイルに大きな影響を及ぼし、国民の運動不足や生活習慣病の蔓延をもたらしております。

スポーツは、国民生活にとけこみ、国民にとってなくてはならない要素です。その実態は、「する」「観る」「語る」「支える」等多様です。しかしスポーツへの「する」の参加率は、バブル崩壊後の平成5年頃をピークに少子化等も反映し全般的に減少傾向が目立っております。また、子どものスポーツ離れに伴い、子どもの体力・運動能力の低下が深刻な社会問題になっております。スポーツをしない、できない子どもたちを少なくし、スポーツに参加してもらうことがスポーツ健康産業界にとって重要な課題となっております。

一方、健康産業では、メタボリック（内臓脂肪）症候群の改善を促す特定健診制度や特定保健指導の制度が定着し、国民の健康づくりのために制度の一層の活用が期待されます。スポーツが健康に貢献することは、学術的に明らかで楽しんで運動することこそが健康につながる最良の道です。

国民が自己のライフステージや好みにあったスポーツを日常的に楽しみ、生涯にわたってスポーツを生活に取り込む生涯スポーツ社会を創出するためにスポーツ人口を拡大し、国民とスポーツ健康産業界の橋渡しを行うことが、本連合会の重要な役割です。

平成23年度は、例年実施して好評であるスポーツ健康産業を振興するための「シンポジウム」、「情報交換会」及び「地域・スポーツ振興賞」を更に発展させることにしております。市民生涯スポーツ大祭は、昨年以上に活況になるように開催します。

また、昨年実施した調査研究を基に、医療・介護機関と周辺産業の密接な連携による疾病予防や疾病管理、介護予防、リハビリ、慢性期生活支援等の実現をサポートするための「医療生活産業の品質認証機能」の構築事業について、機会を捉えて取り組むこととします。

公益法人制度改革への対応については、理事会、総会の承認を得た上で申請の準備が整い次第、公益社団法人及び公益財団法人の認定に関する法律に基づいて内閣府あてに公益社団法人の認定申請をしたいと考えております。

上記事業を着実に実行し、本連合会の社会的存在感を高め、会員増強を行い、経営基盤の充実を図ります。

各理事のご協力をいただき、所管省庁である経済産業省のご指導の下に新事業の構築及び継続事業の一層の改善を図ってまいります。

## 平成23年度 主催行事日程表（予定）

（平成23年4月1日～平成24年3月31日）

月	日	曜日	主催行事名	会場
6	14	火	第65回理事会 第23回通常総会	如水会館
8～11月（予定）			市民生涯スポーツ大祭の開催事業	熊 本 県
3月6日（火）（予定）			第66回理事会	東京都内

## 1. 平成23年度各部会の事業計画

### (1) 事業部会

魅力ある事業活動を目指し、会員相互の交流促進と連携強化、会員の自己啓発を推進するためにシンポジウム及び情報交換会の定期開催並びに地域・スポーツ振興賞の授賞事業を軌道に乗せるとともに、新事業を企画立案し、理事会・総会の承認を得て実施する。

事業支出	2,500,000 円
事業収入	<u>500,000 円</u>
収支差額	△2,000,000 円

### (2) イベント推進部会

スポーツ健康産業団体、主要関連企業、関係者との交流及びスポーツ健康産業の新たな見本市事業の企画を検討する。

### (3) 総務・財務部会

会務運営、会員管理、経理予算業務、活動の充実・拡大と関係諸団体・機関との連携協調による補助金及び委託費の管理業務等を行う。

### (4) 地域スポーツ振興部会

スポーツ健康産業の健全な振興・発展に寄与するために市民生涯スポーツ大祭を企画し、理事会・総会の承認を得て実施する。市民生涯スポーツ大祭は、生涯スポーツの普及と定着を目的に、国民の健康で豊かな生活を目指して、全国各地で開催している。平成23年度は、昨年度に引き続き熊本県での開催を検討している。

#### 市民生涯スポーツ大祭の開催

平成23年度 財団法人 JKA 補助事業「競輪・公益枠」

事業総額	16,554,000 円
自己負担額	8,277,000 円
補助金	8,277,000 円

### (5) 戦略・開発部会

連合会の事業の方向づけをすることを活動の基本とする。スポ団連がこれまで行ってきた「スポーツジャパン」に代わる新事業の検討内容を再度洗い直し、中長期的に検討する事業及び短期的に実現可能な事業を整理する。具体策が整理された時点で、関係の部会に提案する。

### (6) 会員増強対策部会

新規の正会員・特別会員・賛助会員を入会させ、会員を増やし、連合会の財政基

盤を健全にする。

#### (7) 広報宣伝・調査部会

スポーツ健康産業に係わる情報の収集、産業振興のための情報発信、マスコミ等への提言、広報宣伝活動、調査活動の推進を担当。理事会・総会の承認を得て実施する。

##### ①機関誌 JSHIF の発行

夏号：6月の総会・理事会の後に発行

冬号：市民生涯スポーツ大祭の終了後、又は新事業の企画が確定した段階で発行

##### ②（研究調査事業 未定）・・・・・・申請予定

委託研究

事業総額： 10,000,000 円

自己負担額： 0 円

補助金（委託費）10,000,000 円

## 2. 公益法人制度改革への対応について

当連合会は、理事会、総会の承認を得た上で申請の準備が整い次第、認定法※に基づいて内閣総理大臣あてに公益社団法人の認定申請をすることとしたい。申請の理由は次のとおり。

①スポ団連の事業目的が認定法で規定している公益目的事業に適合していると考えられる。

定款第3条（目的）：この法人は、スポーツ健康産業に関する調査・研究、イベント等の推進、情報の収集・提供等を通じ、スポーツ健康産業の振興を図り、もって豊かな国民生活の実現と我が国経済の発展に寄与することを目的とする。

②スポ団連は、整備法※が平成20年12月1日付けで施行され、現在、経済産業省所管の特例民法法人となっている。国所管の特例民法法人は、移行期間の5年間（平成25年11月30日まで）以内に内閣総理大臣あてに公益社団法人又は一般社団法人へ移行申請して、公益社団法人の認定又は一般社団法人の認可を得る必要がある。

（注）※認定法：「公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律」の略

※整備法：「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律及び公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」の略

### 3. その他の事業

#### (1) アドバイザリースタッフ

当連合会が抱える今日的優先課題と問題の具体的解決策の提言を行う諮問機関  
事業費 100,000 円

#### (2) 生涯スポーツ・体力づくり全国会議 2012

開催地は秋田県。文部科学省と実行委員会との共催。当連合会は、実行委員会の構成員。

#### (3) 日本スポーツ産業学会

賛助会費 (2 口) : 200,000 円

平成 21 年 2 月 18 日に実施された経済産業省の公益法人検査において、業務委託契約の内容が不明確であるとの指摘があったため、平成 21 年度に業務委託契約を解除し、当連合会は、日本スポーツ産業学会へ賛助会員として入会したもの。

(平成 20 年度から委託費を従前の 1,000,000 円から 200,000 円へ削減した。)

〈参考〉 日本スポーツ産業学会平成 23 年度活動計画

#### 1. 学会組織の整備・充実・運営に関する事業

##### (1) 会議の開催

- ・理事会の開催 (第 44 回・第 45 回)
- ・運営委員会の開催 (2~3 回の予定)
- ・総会の開催 (第 21 回)

##### (2) 事務局体制の整備・充実

- ・事務局体制の整備・強化
- ・ホームページの活用・充実 <http://www.spo-sun.gr.jp>
- ・広報活動の充実

##### (3) 会員の拡充

- ・新規会員の確保 (現在 490 名 : 正会員 413 名、学生会員 : 77 名)
- ・賛助会員の確保 (現在 17 団体)

#### 2. 出版事業

- (1) 学会誌「スポーツ産業学研究」の発行 (第 21 巻第 2 号、第 22 巻第 1 号)
- (2) 「学会ニュース」の発行 (No. 78~81 ホームページ掲載及び学会誌との合本)
- (3) 学会誌「スポーツ産業学研究」第 21 巻第 1 号掲載論文および第 21 巻第 2 号掲載論文を「科学技術情報発信・流通総合システム」(J-STAGE) にて公開予定

#### 3. 学会大会の開催

- (1) 第 20 回学会大会の開催 (平成 23 年 7 月 16 日~17 日 東京工業大学大岡山キャンパス)

(2) 第3回リサーチ・カンファレンスの開催（平成24年2月11日 早稲田大学  
国際会議場）

4. 専門分科会活動の推進

専門分科会への助成

5. 表彰事業

(1) 学会賞の表彰

(2) 学会賞候補論文の選考

6. その他

学会のあり方の検討

## 参 考 資 料

1. 平成 22 年度シンポジウム・情報交換会 講演内容  
第 5 回 シンポジウム（平成 22 年 7 月 8 日）  
第 1 回 情報交換会（平成 23 年 1 月 27 日）  
第 6 回 シンポジウム（平成 23 年 3 月 3 日）
2. 調査研究報告書要覧

## 1. 平成22年度シンポジウム・情報交換会 講演内容

社団法人スポーツ健康産業団体連合会

### 第5回シンポジウム

開催日：平成22年7月8日（木）14:00～17:00

場 所：如水会館 3階「富士の間」

### スポーツ健康産業が地域の未来を拓く ～アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化～

I. 基調講演 原田 宗彦 氏（早稲田大学スポーツ科学学術院 教授）  
「アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化」  
～ニューエンデュアランススポーツを中心に～

#### II. パネルディスカッション

コーディネーター

原田 宗彦 氏（早稲田大学スポーツ科学学術院 教授）

パネリスト

黒野 崇 氏（アウトドアフィットネス協会 理事長，  
株式会社BEACH TOWN 代表取締役）

丹下 知彦 氏（株式会社アールビーズ 取締役）

奥田 幸生 氏（廿日市商工会議所 指導課経営指導員）

**司会** 本日は、社団法人スポーツ健康産業団体連合会の第5回シンポジウム「スポーツ健康産業が地域の未来を拓く」にご参加をいただきまして、誠にありがとうございます。

それでは、開催に先立ちまして、当法人の会長であります斎藤敏一から、一言ご挨拶を申し上げます。

**斎藤** 私どもは、スポーツと健康を掲げた団体です。最近、政府から成長戦略という施策が出されています。必ず健康、あるいはライフイノベーションとあり、その中に医療と介護も入っている。中心になってい

るのは経済産業省です。健康という中に、医療も、介護も、保育も入れて、一括りにして、これを成長戦略にしていこうという非常に柔軟な考え方で、民間の力を借りて発展させていこうということです。

今日は、5回目のシンポジウムですが、アウトドアスポーツに焦点を当てたシンポジウムをしたいと思っています。どちらかというと、スポーツ、健康の中で非常にさわやかなイメージのする部分をお話しいただくわけですが。3種類、出てきます。トライアスロンと、走る。それから、アウトドアスポーツ。その前に、原田先生のニューエンデュアランススポーツ。こういう新

しいコンセプトでのお話もいただけるということです。

私は、健康、スポーツといっても、さわやかなものだけでなくともいいと思うのです。怪しいものも含めて、いろいろあるのではないかと。先週の土曜日に、往年のBack to 80'sということで、西麻布のディスコを借り切りまして、700人くらい集まって、ちょっと動くとな人の身体に触るという芋洗い状況のディスコをフィットネス業界の勉強会でやりました。これもスポーツだと思う。女性が7割で、60代の人もいて、狭くて踊れないので、ソファーの上に立ち上がって踊っている60代の方とか。そのようなものも新しい健康、スポーツの姿ではないかと思っています。

いろいろな意味で楽しみながら、結果として健康になるというようなことを是非、この団体は今後も試みて、いろいろチャレンジして、情報を発信していきたいと思っています。

## I. 基調講演

**司会** それでは、ここで、本日の基調講演を行っていただきます原田先生をご紹介しますさせていただきます。

原田先生は、現在、早稲田大学スポーツ科学学術院の教授です。1954年、大阪府生まれ。鹿屋体育大学、大阪体育大学を経て、2005年から現職で、ご専門はスポーツ経営学。日本スポーツマネジメント学会の会長、日本スポーツ産業学会の理事、Jリーグ経営諮問委員会委員、当連合会の理事も務めておられます。

著書に「スポーツ産業論」「スポーツイベントの経済学」「スポーツマーケティング」など多数。本日は、「アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化」、具体的には「ニューエンデュアランススポーツを中心に」についてお話をさせていただきます。

それでは、原田先生、よろしくお願いたします。

**原田** ただいまご紹介にあずかりました、早稲田大学の原田と申します。

エンデュアランススポーツというのは耐

久性スポーツということで、アメリカでは日常的に使っています。今日は少し新しい意味を付加した言葉を使ったほうがいいのではないかとということで「ニュー」という言葉を付けております。

今日のテーマはアウトドアスポーツということですが、アウトドアスポーツというのは、実は、古くて新しい概念で、私が学生の頃から存在していましたが、参加形態とか、種目とかというのはずいぶん変化してきました。まず、そのことからお話をしたいと思います。

これまで大学には、山岳部やワンダーフォーゲル部、スキー部がありましたし、昔は、小学校、中学校、あるいは高校で遠泳みたいなことをやっていました。あるいは、キャンプ、バックパッキング等です。マストゥリズムが崩壊して横並びの時代が終わったということと、あとは、イノベーションが枯渇して、どうも時代の間尺に合わなくなったために衰退しています。特にサービスイノベーションが全然更新されていない。特に、宿泊事業に携わる部分でイノベーションの枯渇が客離れを呼んでいる。今、早稲田大学の山岳部の部員は10人もいません。もう存亡の危機に瀕しているという状況です。

代わって出てきました新興市場ですが、例えば、川を使ったリバースポーツだと、ラフティング、カヤッキング、岩場を滑り降りるようなキャニオニング、あるいはカヌーイングです。ダッキーというのは、2人乗りの小さなラバーのカヌーで下るラフティングです。いろいろな種目が出てきています。スカイスportsだと、熱気球とかパラグライダー。持久系スポーツだと、トライアスロン、トレイルラン、マウンテンバイク、あるいはロードバイク等です。アウトドアフィットネス、ノルディックスポーツというものが中に入ってくるわけですが、まだまだ我々の目に触れることは少ないのですが、こういった新興市場を活用して、それをツーリズムの振興に結びつけている地域というのは、北海道など、非常に多い。そして伸びている。

アウトドアスポーツの市場ですが、実は、

日本というのは非常に有望な、豊かな自然資源を持っています。その一つが、アクセスです。山岳地域が多いにもかかわらず、全国津々浦々まで車で行けるアクセス道路が整備された。北でパウダースノーを楽しみながら、南でコーラルリーフを同時に楽しめる、稀有な地域です。他のアジアの国でコーラルリーフを楽しむことはできない。中国にもないし、シンガポールにもありません。パラオくらいに行かないとコーラルリーフは楽しめないということなので、日本というのは、実は、非常に有望な市場であるということです。そのうち、中国の富裕層がプライベートジェットで来て、1日の間にスキーとスキューバダイビングを楽しむということも現実味を帯びてきているわけです。

アウトドアスポーツへの社会化ということですが、社会化というのは、スポーツの世界に誘われるプロセスのこと。我々も、野球をやったり、テニスをしますが、なぜ、そういうスポーツに入っていくかというのは、社会化エージェントといわれる友だちの影響とか、親の影響とかがあります。今は、アウトドアスポーツへ社会化されていく世代が多い。特に30代、40代。それを「世代効果」と呼んでいます。世代効果というのは、その世代に特有のライフスタイルを継続していくという意味です。例えば、昔、ゲートボールが流行りましたが、あれも世代効果です。年齢効果というのは、歳を得るとそのスポーツに変化していくこと。ゲートボールは年代効果か、世代効果かと言われると、後者に分類される。すなわち、あの世代特有のスポーツで終わってしまった可能性が高い。今のアウトドアスポーツの中心になっている方も世代効果で、世代に特有なライフスタイルをずっと持ち越している。

それから、ライフスタイル化する「するスポーツ」という現象があります。特にアウトドアあるいはフィットネス用品需要は伸びています。意外と日本人の感性に合っている。いわゆる耐久性スポーツというのは、少し苦しいとか、厳しいとか、きついというのがある。それを達成する喜びとい

うのがあるのですが、それが日本人の感性に合っているのかなという感じがします。

豊かな自然資源の続きですが、春夏秋冬がある。海、山、空、森、川と、フィールドが非常に広がりました。日本は、国土の68.2%が森林に覆われています。1位がフィンランドで73.9%、日本は68.2%、スウェーデンが66.9%です。スウェーデンとフィンランドというのは、いわゆるノルディックカントリーです。自然資源的には共通項が多いということで、日本でもノルディックスポーツの可能性があります。ノルディックスポーツというのは、ノルディックウォーキング、ノルディックスキーイング、ノルディックブレイディング。これは、インラインスケートを履きながら、ノルディックウォークのポールを使って楽しむエクササイズです。それから、ノルディックスノーシューイングというような楽しみ方ができるということです。繰り返しますように、こういった自然条件の中で、フィンランドとスウェーデン、本家と同じくらいの自然資源を持っているということで、普及の可能性が非常に高いのではないかと思います。

スポーツ用品別の国内出荷指数の推移をみると、フィットネスがライフスタイル化している。一番伸びているのがアスレチックウェア。反対に下がっているのが、スキー、スノーボード、釣り、マリンスポーツです。スポーツシューズというのもコンスタントに伸びていますし、スイム関連も伸びている。そして、サイクリススポーツも伸びている。フィットネスというのは、体育をするぞとか、運動をするぞ、さあ、運動服に着替えて、タオルを持って、準備運動をしてやるというものではない。日常生活の延長線上に存在する。そういうライフスタイルのコンテンツになってきたということです。

ゴルフは、かなり飽和化しています。激減するのはスキー場ということで、99年に700あったスキー場が、現在は455と、半減する勢いです。前回のこのシンポジウムで、つぶれるスキー場は、やはり地元に根ざしていないスキー場。だから、日本でも、例

例えば野沢温泉みたいに、住民全員がスキーに愛着を持って、スキーを指導して、文化として育てているところは、そんなにスキー客は減っていないというような報告がありました。徐々に本物のスキー場だけが残りつつあるのかなという感じがいたします。

これもまた新しい言葉ですが、私は、「等高線スポーツ」という言葉が好きで、よく使います。特に、中山間地域というのが今は疲弊しています。新潟で地震が起きて、一番被害が多かったところですが、そういうところを活性化するために、実は、こういったアウトドアスポーツというのは可能性があると考えます。特にトレッキングです。トレッキングは、あまり上ったり下がったりしませんので、ある等高線上の、同じような高さのところを横に移動する。同じように、マウンテンバイク、トレイルラン、ノルディックウォーク。等高線を意識したスポーツというのは非常におもしろいと思います。ノルディックウォークもそうですが、負荷をかけるには上がればいいし、負荷を減らすには下ればいい。あるいは、一定の負荷ならば真横に行けばいいということなので、等高線によって負荷をコントロールする。そういう自然のスポーツということになります。

やはり、地域資源を再利用する、その人材育成というのが今後のカギになるのではないかと思います。このあと、シンポジウムでアウトドアフィットネスのお話を聞けると思いますが、やはり、人が全てである。そういう眠れる資源を、どう活用するかというのが重要になります。

インバウンド市場としての可能性ということで、いかに外からツーリストを呼び込むかということも重要になります。

トレッキングについては、実は、トレッキング協会というのがあります。目的が、中山間地域と都市との交流促進事業、あるいはトレイル周辺住民との交流、あるいはボランティアによるトレイル整備ということで、そういう戦略的意図で始められたというのも、一つ注目に値するのではないかなと思います。

ここで少し、先ほどから出ておりますノ

ルディックスポーツのお話をしたいと思います。現在、日本ノルディックフィットネス協会、JNF Aと、全日本ノルディック・ウォーク連盟、JNWLという2つの団体があります。これらは、似て非なる団体だと思いますが、ノルディックフィットネススポーツの普及を通じて人々の心身の健康に貢献、あるいは、ノルディックウォークを通じて国民健康増進運動の促進と運動療法の重要性を広く国民に訴求するというところで、非常におもしろい動きをしています。

世界的に愛好者は広がっているというのが現状です。同志社大学の竹田先生のデータによりますと、現在、全世界で800万人くらいノルディック人口があるのではないかとわれています。

ポールを使って歩きます。東京都内だと、かなり場所をとって危ないのですが、いったん外に出ていきますと、非常に快適にやれる。転倒防止にもなりますし、有酸素運動の負荷量が15%~30%くらいアップするというスポーツです。

Nordic Fitness Sports Parkというのが、世界中で整備されています。ドイツに12カ所、フィンランド7カ所、イタリア2カ所、オランダに1カ所、オーストリアに12カ所、チェコに1カ所。要は、こういった山と平野の間くらいにいろいろなコースを作って、1コース、2コース、それも全部、等高線の上下で負荷が決まってくるというスポーツです。将来、日本の中山間地域にも、こういうFitness Sports Parkみたいなものが生まれれば、ほとんど施設を造る必要もありませんし、初期投資も要らないので、可能性のあるプロジェクトではないかなと思います。ネイチャー・イットという会社がヨーロッパ中で展開していますが、いずれ日本にもこういう動きが出るのではないかなと思います。

今日のテーマの一つなのですが、「ニューエンデュアランススポーツ」です。持久性スポーツの話ですが、Endurance Sportsというのは、長距離や長時間行われる競技のことです。有酸素運動を伴い、持久系スポーツと訳されています。競技種目としてはクロスカントリー、デュアスロン、マラ

ソン、トライアスロン、ウルトラマラソン、ヒルクライム等々です。これ以外にも様々なものがあります。すでに市民権を獲得している言葉です。

では、それに「ニュー」が付くと何が違うのだということなのですが、エンデュアランスという言葉には、「耐える」「きつい」「長い」「苦しい」といったネガティブなニュアンスが伴います。

一度、日本トライアスロン連合の関係者と話をしまして、「トライアスロンをエンデュアランススポーツと呼んでいいか」というと、「うーん、嫌ですね」と。「あれはきつくないんだ」と。「もっと楽しくて、やりがいのあるスポーツだから、先生、もう少し違う言葉を使いましょう」「じゃあ、ニューだといいいですか」「まあ、ニューならいいでしょう」と。そういう背景で、ニューエンデュアランスという言葉を使い始めたわけなのです。

特にスポーツ振興の立場に立てば、トライアスロンの中で「克服」する、「成長」する、「訪問」する、「交流」する、「観光」するといったスポーツ参加のポジティブな面を強調すべきではないかと考えました。新しい視点を備えた耐久性スポーツとしてのニューエンデュアランススポーツ、NESを提唱したいと思います。

ただ、勝手に使っても、実態がどうか、よく分からないということで、じゃあ、一回調査をしましょうということで、JTUさんと組み、トライアスロン大会の参加者を対象に調査をいたしました。

徐々に分かってきたことがあるのですが、まず一つに、ニューエンデュアランススポーツの特徴ですが、個人で参加できるスポーツです。フットサルとか、バレーとか、バスケットもそうですが、チームでやると、なかなか手軽にはできない。

それから、いつでも参加できるスポーツである。場所に縛られませんので、ジョギングしたり、自転車に乗ったり、参入の障壁が非常に低い。

先ほど出ましたように、「する」「見る」「訪れる」「挑戦する」「克服する」という非常に多様な要素を備えている。動機の

多様性もある。いろいろな方を包含することができるといことです。

もう一つは、ファッション性の高いスポーツであるということです。

そして、個人のライフスタイルと深く関わるスポーツ、日常生活化ということ。特にトライアスロンの場合、アメリカのデータを見ても、参加は高学歴、高収入です。仕事を思い切りすることと、持久系スポーツを思い切りすることというのは、車の両輪みたいに、お互いにいい刺激を与えているということで、日本でも多くの若手経営者がトライアスロンに入ってきている。

そして、環境意識を啓発するスポーツ、環境志向ということで、スポーツをすること自体が自分は何かいいことをしているという意識を持たせる。環境に向かって自分の生活を整えているような、そういう意識、いい気分になる。そういうグッドフィーリングなスポーツであるということです。

トライアスロンをイベントとして見ると、愛好者が約30万人、競技団体に登録しているのが2万人、大会数が250、参加者の平均年齢が35歳というのがJTUから報告されています。このあと、シンポジウムで廿日市のトライアスロン大会のことをご報告いただきますが、イベントとしてのトライアスロンというのも、実は、数が増えてきています。

矢野経済研究所によれば、2004年から2009年にかけて、サイクルスポーツの国内出荷指数は154%の成長をみせています。いわゆるロードレーサーの世界です。30万円、40万円くらいする自転車が売れている。国内出荷額は対前年比で133.3%、64億円市場になってきています。30代～50代の男性を中心に自転車愛好家が増加。そして、トライアスロン大会参加者が急増している。2008年の石垣島のトライアスロン大会の経済効果は5億8,100万円あったという報告も行われています。

これが、私の研究室で行った調査です。予備調査を昭和記念公園で行い、本調査は銚子マリーナの国際トライアスロン大会、そして日本トライアスロン選手権の東京港

大会の3つでとりました。97、197、95と、サンプル数としてはそれほど悪くないということです。その中から徐々にトライアスロン選手の実態が分かってまいりました。

まず、トライアスロンの特徴として、中学とか高校に部活動がない。調べると、東京の高校に1つか2つくらい私学にありましたが、まずない。そういうことで、競技への社会化が比較的遅い。サッカーの場合は、Jリーグアカデミーは幼稚園からやっていますから、「ずっとサッカー」みたいな感じなのですが、トライアスロンは、実は、先輩、後輩とか、体育会系のつながりはまったくない。非常にフリーな社会です。学校の先生が社会化のエージェントではない。学校の先生の影響を受けてトライアスロンを始めるというわけではない。

その反対に、他競技からのトランスファーが非常に多い。特に、水泳、陸上、意外なところでバスケットボール、この3つがトップスリーです。だいたい29歳くらいから始めますので、一通り競技を終わったあと、続けるか、あるいは競技をやめて30くらいになってから「ちょっと、やばいぞ」ということでまた始める、というようなそういうケースが散見されます。

一番いいのが、古い体育会的枠組みに縛られないところです。サッカーとか、バスケットとか、どこの大学でやっていたとか、おまえの競技成績は俺より低いだろうとか、70、80になってもその縛りがあって、それが日本の古いスポーツのしがらみの中で発展を阻害していると思うのですが、トライアスロンはそういう枠組みに縛られない。

それと、競技の境界性が低いので、すぐにトライアスロンに入ってきますが、反対に逆トランスファーもあるということで、自由に出ていく可能性もあるということが特徴です。

健康を志向するところと、環境を志向するというアウトドアスポーツの特徴を持つ。そして、何かいいことをしているのだという気持ちにさせてくれる特徴を持っているということです。

では、トライアスロンをどうやって知ったのですか、について聞きますと、新聞、

テレビ、雑誌などで知ったという人が35.3%、家族・知人から聞いたというのが35.6%、学校にクラブ、サークルがあったのは、わずか8.7%、たまたまレースが行われているのを見てというのが4.5%でした。近くに練習場所があったということで、メディアと口コミでトライアスロンを知ったというケースが多くなっています。

サンプルの平均年齢は37.3歳です。男女比は76.5：23.5で、男性のほうが多い。競技開始年齢は平均29歳で、チームスポーツに比べると、はるかに遅い。実際、競技スポーツを始める年齢からは外れ始めているのですけれども、反対にいうと、29歳からでも始められるという、中高年者向きのスポーツになります。競技の年数は、平均が8.3年です。注目すべきは、自由裁量所得が53,034円。これは一月に幾ら自由に使えますかというお金ですが、同年代のサラリーマンの平均が45,600円なので、1万円弱くらい多く使える高収入層でもあります。

個人種目ですが、レース参加は、同伴者数が平均3.9人なのです。1人で参加している人は、わずか3割です。7割は誰かと一緒に来ているということで、個人レースなのだけれども、実は、行動は非常に社会的であるということが分かりました。

こういったことのほかに、行動的な特性を見ると、4つの特徴が見えてきます。それは、1つ目が“AGELESS”脱年齢。2つ目が“CONTINUITY”継続性。3つ目が“NO LIMITS”無限界ということです。それから“SOCIAL BEHAVIOR”ということで、社会行動になります。これはトライアスロン競技者の行動特性なのですが、実は、ヒルクライムとか、ウルトラマラソンとか、他の競技を調べても、たぶん同じような結果になるのではないかなという感じがしています。持久系スポーツの行動特性と呼んでもいいのかなと思っています。

まず、脱年齢、“AGELESS”です。「トライアスロンはいつまでできるスポーツですか」と聞きましたところ、71.9%が「何歳になってもできる」と答えています。事実、参加者の中には、50代、60代で平気でやられている方がいるということです。ある程

度の年齢になるとできないという人は18.0%です。

私よりも上の世代、特に父親世代なんかになりますと、こういうスポーツには抵抗感があって、「社会の目があるからスポーツができない」なんていうことを、昔、言っていたのを覚えています。我々の世代は、50代、60代になっても平気で街の中でエクササイズができる、そういう社会的な環境が出てきたということは望ましいことではないかと思えます。

第2が継続性です。「トライアスロンをこれからも続けますか」という質問に関しては、「非常にそう思う」という人が55.9%、「そう思う」という人が33.1%ということで、ほぼ9割方が「続ける」ということです。だから、いったん始めると、やめないということ。ですから、ボリュームゾーンは縮まないですね。非常に多くの人たちが、これからも続けていくという結果が出ました。

第3に、「トライアスロンをいつまで続けますか」という年齢を聞きますと、これも7割近くの人が「体力の続く限り」続けると答えています。まさにLIMITSがないということ。さすがに、70代以上というのは5.4%くらいなのですが、それでも、60代、70代で10%くらい、1割の人が60、70くらいまではできるというふうに考えていますし、実際にやると思えます。ですから、トライアスロンというのは、これから高齢化する社会の中では有望な種目になっています。

第4は社会行動です。練習は誰と行いますか。これは重複回答なのですが、練習は8割くらいが1人です。仲間とやるのが半分の49.3%。そして、友人、家族、恋人と続きます。ただ、レースの同伴者は、先ほど言いましたように、3.9名で、2名以上が7割近くいるということですので、練習は1人でやるけれども、レースには仲間と行く。これがまた楽しさを倍増させてくれます。

次に聞いたのが、トライアスロンをなぜ始めたのかという理由を聞きまして、1位は圧倒的に、「興味」があり「関

心」があったと答えています。注目すべきは、29歳以下が「家族」と答えている点です。キッズアスロンとか、お父さんとかお母さんに連れられてトライアスロンを行っていたとか、あるいは、そういう子ども向けのイベントに出たとか、そういった家族の影響が非常に強いということです。ただ、40代になると「友人」なのです。40代の人々がフィットネスを始めるというのは、仲間の誘いみたいなのが非常に多いということが特徴的に出ていました。

次に、トライアスロン参加者に共通する動機ということですが、これもかなりおもしろかったです。動機の項目を因子分析で6つの動機群に分けますと、一番強く出たのが、克服・挑戦・成長しようとする動機です。自らの勝とう、達成感を得ようという因子です。仕事ではここまで深く達成感を感じることはできないけれども、それをスポーツに求めているというようなところがある。

2番目は、自分が目立ちたい、あるいは自分をブランド化したいという、そういう自己欲求の動機です。

次が、達成感と成就感を味わいたいという動機。

注目すべきは4つ目の観光動機です。すなわちスポーツツーリズム。何か新しいものを見たいとか、新しい場所に行きたいとか、新しいものを食べたいとか、そういった好奇心みたいな動機が出ていました。

5番目は、時々むなしくなるというようなネガティブな動機です。

6番目には、興奮し、熱中できるという感情発露の動機が出ていました。

こうやって見ていきますと、日常生活の中で得がたい経験をトライアスロン競技に参加することから得ようとしている。そして、実際にそれを得ている。何歳になってもやりたい。ずっと続けたい。非常に深い感動体験みたいなのが根本にあるのかなという感じがしてなりません。よく、芸能人とか、あるいは作家の村上春樹もそうですが、トライアスロンに参加したことを語っていますが、まさにやった人でないと分からないと思いますが、可能性のあるアウト

ドアスポーツではないかなと思います。

イベント協賛企業へのイメージを聞きました。これからトライアスロンをイベントとしてやっていく場合、スポンサーも要りますし、協賛も要りますが、「少しよくなった」「非常によくなった」というのが、2つ合わせると70%くらいになります。スポーツマーケティングの世界でよく言われているのは、競技に参加した人にとって、自分の参加した競技をサポートしてくれる会社というのは、ものすごく気持ちが入るといことです。ですから、こういうデータは、今後、トライアスロンイベントをやる場合、企業にとってプラスのフィードバックになります。この場合は大手の情報通信会社がスポンサーに付いたのですが、会社としては満足な結果が出たといことです。

市場分析という話になりますが、中高年コーホートが、現在、増加している。そこが好むスポーツであるといことが言えます。トライアスロンもそうなのですが、アウトドアスポーツの多くが、ギア・スポーツと呼ばれるように、自転車とか、ウェアとか、シューズとか、あるいはスイムスーツとか、スポーツ用品の物販が入ってくるいことで、市場性が非常に高いのです。

それから、ファッションに関連があるいことです。今日も、学生と卒業論文の話をしたのですが、ある学生が、「先生、絶対、ファッションで入ってくる人、いますよね。特に女性の人とか」と、「いや、男性もいるんじゃないか」といことで、皇居の周りを回るランナーに、一度、インタビュー調査をしてみようかとい話も出していました。

ここに挑戦とかエコと書いていますけれども、まさに、これまでのアウトドアスポーツとはまた違った側面ですね。特に環境問題とか、さっきから言っているように、やればやるほどエコ的な気分が良くなるとか、そういう自己満足につながるような側面があるいことです。

よくアンチエイジングという言葉を使います。アンチというのは、どうもよくない。それよりも、むしろ「With」がいいとこ

に書いてあります。すなわち“With aging”、年齢に寄り添ってやっていく。まさに、“AGELESS”とか“NO LIMITS”になってきますと、アンチなんて言っていると、たぶん続かないと思うのです。「Withでいこうじゃないか」といことで、“With aging”なスポーツではないかと思います。

3つ目に、参加動機というのは年齢とともに変わると思います。たぶん、20代の人アウトドアスポーツをする、あるいはトライアスロンをする動機と、40代の人をする動機は違います。あるいは、フィットネスクラブでもよく言われますが、入会する動機と継続する動機が違ういことです。最初、若いうちは挑戦・克服という大きなテーマがあったのですが、それが40代、50代くらいの参加者になりますと、ツーリズム動機、あるいは健康動機へ徐々にシフトしてくる。こういった幅広い動機を自由に中に組み込んでいけるといのが、トライアスロン競技の非常に豊かな部分ではないかと思います。

地域を活性化するスポーツ観光型イベントいことで、ツーリズム計画のほうにシフトしたいと思います。今、国交省の成長戦略会議の委員である大社（おおこそ）氏は、発地型観光の「いこうよ観光」から地域主導型の「おいでよ観光」へ変えなければダメだと主張しています。発地型の「いこうよ観光」といのは、旅行代理店が商品として消費者に「どうですか」、「いこうよ」と問いかけるわけです。今も、もちろん、そういった観光が主流を成していますが、これからは、地域が地域の資源を存分に生かして商品づくりをする、「おいでよ観光」へ変わっていく必要があるのではないかと提唱しています。

では、今後、どのようにアウトドアスポーツで地域活性化をしていけばいいか。地元の受け入れ態勢いのは非常に重要になります。どのように地元がそれを受け入れるか、あるいはランニングイベントをどう企画してやっていくかいことですが、やはり、受け入れ側の地元態勢ができていないと、なかなかうまくいかない。いことで、観光まちづくり事業体をどう

整備するかという問題が出てきます。

今、観光庁で、こういったスポーツツーリズムのワーキングチームをやっているのですが、そこに出ているテーマの一つに、スポーツコミッション的組織への期待というのがあります。「スポーツコミッションで、いったい何」というのがほとんどの人の反応だと思いますが、これはアメリカ的発想になりますけれども、地域をスポーツで活性化しようとする専門の組織です。商工会議所の中にあったり、あるいはコンベンション・アンド・ビジターズ・ビューロー（CVB）、そして観光振興課のようなところと組んでいるケースもありますが、要は、スポーツのイベントを誘致しながら地域の経済の活性化、地域の活性化につなげていこうということで、世界中のイベントを誘致したりとか、あるいは、日本でいうスポーツ合宿ですね、そういったものを誘致してくるということです。

私も、新潟県でスポーツコミッション的な研究会を去年やったのですが、日本にはスポーツ団体というのは数限りなくあります。そういうところが合宿をしたり、あるいは大会をしたり。社会人もあれば、小学校、中学校、高校、大学、あるいはプロの世界もあるということで、非常に幅広いイベントがあります。それを何とか地域のほうに誘導して、地域の持てる資源で最大限に行う。それによってスポーツを活性化していこう、地域を活性化していこうという、そういったミッションを持った組織です。

今度、さいたま市にこういうスポーツコミッションを作ろうという動きがあります。ほかには北海道とか、あるいはスポーツコミッション関西という動きがありますので、地域を活性化する一つの事業体としての将来が期待されるようです。

もう一つの問題は、人材育成・発掘の問題です。地域振興の担い手の発掘ということですが、例えば、アウトドアスポーツで地域活性化といっても、じゃあ、誰がやるのだという問題が残ります。例えば、スポーツコミッションがあって、ここにあるランニングイベントを誘致して、その地域で

やって、経済効果、活性化が起きるとというのが理想です。

着地型のスポーツツーリズムのコーディネーターをどう育成するかというのが、実は非常に大きな課題になっています。仕事としては非常に難しいと思います。

スポーツコミッションとよく似た組織にフィルムコミッションというのがあります。ご存じのように、ロケ地を誘致するケースです。あるロケ隊が来る。電話一本で、ワンストップサービスで、エキストラの募集から、弁当の手配から、警察との交渉から、あるいは撮影する建物まで紹介したりします。「おくりびと」を作った山形県のフィルムコミッションが有名ですが、ああいったワンストップサービスの組織というのがないのです。ですから、なかなか地域とスポーツが結びつきにくい。

たまたま観光カリスマみたいな人がいて、例えばニセコで、パウダースノーとか、川下りとか、そういったアウトドアイベントを商品化してやったという成功例はありますが、彼はオーストラリア人なのです。彼のような着地型のコーディネーターをどう育成していくかというのが、非常に大きな課題になっている。

これが最後になりますが、NPO法人日本エコツーリズムセンターというのがあり、そこがエコツーリズムで地域を活性化するための人材養成を行っています。着地型スポーツツーリズムのコーディネーターに現実に近いわけですが。

例えば、こういう2種類の人材育成をやっています。一つは、「エコツーリズムとは何か」をはじめ、伝える技術、エコツアーの作り方、環境保全の考え方と仕組み、リスクマネジメント、広報戦略などを身につけた専門、これはエコツアーガイドと呼ばれています。スポーツでいうと指導者のようなものです。

もう一つはコーディネーターということで、地域住民や行政、観光業者の意向を取りまとめたり、ツーリストに情報を発信したりするエキスパートということですので、様々なプレイヤーとかアクターを統合しながら、一つの地域活性化の事業を展開して

いける人材ということですが。

こういうガイドとコーディネーターという組み合わせというのは、ひとつ参考になるような感じがします。

もう一つ資料として用意しましたのが、アメリカにおけるスポーツコミッションです。地域においてスポーツイベントを誘致しながら地域を活性化していく、あるいは地域資源を最大限に活用していく、そういう半官半民の組織であるということです。名前は、コミッションとか、スポーツオーソリティとか、あるいはスポーツコーポレーションとか、いろいろな名前があるのですが、これが全米スポーツコミッションという組織に登録されているスポーツコミッションの数で、92年にはわずか24組織だったのが、2008年には477。もちろん、州レベル、あるいは郡レベル、カウntyレベルがありますけれども、こういった半官半民の組織が急増しているということです。これだけスポーツイベントの需要が高いということです。

これは、そういったスポーツコミッションが作っている資料ですが、例えば、アラバマは、NEVER AN OFF SEASONということで、「シーズンオフはない」という標語で、モトクロスのバイクもあれば、リバーカヤッキング、テニス、野球もありますし、ビーチバレーボールもあります。これは州レベルのポスターですが、郡レベル、カウntyレベル、あるいは街レベル、タウンレベルでもスポーツコミッションということで、自分たちが持てる資源を最大限に生かしながらやっつけていこうということです。

ですから、中山間地域が疲弊してきた、さあ、どうする。Nordic Fitness Sports Parkみたいなのを造るもよし、あるいは、地元のコーディネーターと一緒に自分たちが持てる資源を最大限に使って、ある種のスポーツイベントを誘致したり、作り上げていく、こういう努力がないと、スポーツで地域活性化というのはただの標語で終わってしまう。地に足のついたプロジェクトには育っていかないのではないかなと思います。

伊豆市には、伊豆体験型観光協議会とい

うのがあります。JOYZ（ジョイズ）という名前、ここが提案する観光資源ということで、地元住民の生活そのもの、漁業、農業、料理。自然は、伊豆山の稜線、リアス式海岸、トンボロ現象、夕日、滝、溪谷、植物。やはりアウトドアアクティビティということで、ダイビング、シュノーケリング、カヤック、トレッキング、マウンテンバイク、釣りがあります。それ以外に、温泉旅館、民宿、ペンション、キャンプ場の宿泊施設。あるいは、クラフト、陶芸、ガラス、木工、絵画。あるいは、地域資源にノミネートされるたくさんの品目、温泉、天草、わさび、棚田、黒米、こういったものがここに入っているということです。ですから、体験型観光協議会などは、もう一つ発展させて、さっきのコミッション的な仕事ができると思われま

す。実際に地域をスポーツでどう活性化していくかというのは、まだ、そういう意識が芽吹いたところなのです。今後、日本の特に地域、大都市ではなく、地域の自然資源を最大限に生かして地域活性化につなげていく、そういう可能性が生まれれば非常にいいなと考えています。

## II. パネルディスカッション

**司会** これからパネルディスカッションを開始させていただきます。このパネルディスカッションは「アウトドアスポーツイベントを通じた地域活性化」をテーマに行うものです。

コーディネーターは、原田先生にお願いいたします。

パネリストの方々をご紹介させていただきます。

最初に、黒野崇様。現在、アウトドアフィットネス協会理事長で、株式会社BEACH TOWN代表取締役社長。日本で初めての本格的アウトドアフィットネスクラブを成功させております。大学時代にライフセイビング部で人命救助の基礎、安全管理の重要性を学ばれ、卒業後は病院に勤務。「なるべく病院に頼らない、薬に頼らない身体づくり」を提案する予防医学の現場に長く携わられました。そこで得た経験と、サーフィ

ンを通じて知った「自然の中で身体を動かす心地よさ・楽しさ」の合致点を模索し、「アウトドアフィットネス」という新しい領域を考案され、現在、各分野から注目を集めております。

丹下知彦様は、株式会社アールビーズ取締役、事業・営業統括の取締役。1961年のお生まれ。1987年、株式会社ランナーズ（株式会社アールビーズに改称）に入社。月刊誌「ランナーズ」、ランニングのポータルサイト「ランネット」の広告営業、イベントの協賛社営業を担当。その後、ランニング、水泳、自転車など全国各地の市民参加型スポーツイベントの企画・運営に携わられました。地域イベントとスポーツ・WEBを組み合わせたサービスを展開し、現在、全国約1,000の大会と連携されています。

奥田様は、1970年、広島市のお生まれ。大学を卒業後、民間企業を経て、1995年、廿日市商工会に入所。1998年に同商工会が組織変更をした廿日市商工会議所で、経営指導員とされました。2005年から、開催検討を開始したトライアスロン大会の事務局担当で現在に至っております。はつかいちトライアスロン大会は、当連合会の地域・スポーツ振興賞の優秀賞（日本商工会議所奨励賞）を受賞されています。現在、廿日市商工会議所中小企業相談所指導課指導係長です。

原田先生、よろしく願いいたします。

**原田** パネリストの皆様方は、それぞれの領域では専門家ですので、おもしろい現場の話が聞けるのではないかと楽しみにしております。

順番は、最初に、アウトドアフィットネス協会理事長の黒野崇さんからアウトドアフィットネスについてお話をいただき、続いて、廿日市の商工会議所の奥田さんから、実際にトライアスロンイベントを誘致し、それを作り上げ、現在、様々なご苦労をなさってそれを運営しているという事業者の立場からお話をいただきたいと思います。最後に、株式会社アールビーズの丹下さんより、現在、日本各地で持久性スポーツといわれるランニングイベントを展開されて

いますので、その現状と課題、そして、それが今後どういう方向に向かうのか、あるいは、それがどう地域の活性化に結びつくのか等、そういうお話をしていただきたいと思います。

それでは、黒野さんからお話しいたします。

**黒野** 皆様、はじめまして、黒野でございます。

私のビジネスは本当に小さくて、そうは言っても、各地でアウトドアのスポーツ、海、山、公園を使って人々が笑顔で健康になっておりますので、そんな社会的意義を持って、今、進めております。

今日は、非常にシンプルに、リズムよく、いろいろ事例を中心に紹介していきたい。

「街全体がフィットネスクラブ」というイラストがあって、日本は海と山があって、都市部に8割くらいの人口がいて、そこには公園があるというような現状です。本当にちょっとした発想から始まった今回のビジネスですけれども、フィットネスという言葉を使いました。人間の健康と美というのが永遠のテーマであろうということで、アウトドアアクティビティ、スポーツ、レジャーとかいろいろあったのですが、その中でも少しセグメントしてこのようなコンセプトを作っています。

ちょっとした発想はどこから来たかと申し上げますと、私は総合病院で長く勤務しております、メディカルフィットネスというのが99年くらいから日本でも始まったのですが、その立ち上げの部隊にいました。健康スポーツ部にありまして、病院とは正反対のところで、1,000坪くらいの総合スポーツクラブを作って、私は臨床と健康増進施設をどういうふうにつなげていくか、どういうふうデザインしていくかという仕事をしておりました。

そこで、現場のマネージャーでしたので、一つの大きな壁にぶつかったのが、どうしてもメンバーさんが継続することができないというところでした。室内のトレッドミルやエアロバイク中心ですと、長くても3年くらい回すと、続ける方はいらっしゃるけ

れども、もちろん残っている方も、地域に根ざしてコミュニティはできているのですが、大半の方が続かなかったという経験があります。私は、薬や病院に頼らずに健康をつくっていく予防医学を進めていましたので、血圧が一回下がるのですが、やめてしまうと元に戻る。体脂肪も正常値に行くには、やはり3カ月間くらいかかるだろうというところで、現場では継続というのに重きを置いて、トレーナーたちの指導において、いろいろな工夫もしたのですが、その壁を僕の中では乗り越えられなかったというところから、実は、始まっています。

その総合病院の前に大きな公園があって、院長先生に「ここを、僕は、フィットネスクラブにしたい」という提案を出したのですが、ドイツでも、心臓リハビリテーションは森の中でやっているという提案書もきっちり出したのですが、そこはゴルフの打ちっ放しになってしまった。そんな経験もあって、小さくてもいいから起業して始めようというような形で、今、進んでおります。

先ほどの原田先生の内容と、僕は、まったく同じことをやっていたのだと見ていたのです。アウトドアスポーツといえますと、どうしても夏の海水浴、冬のスキーというようなレジャー的な要素が多くて、心理モードは、気持ちよさとか、楽しさというところにあった。今までのフィットネスというと、ヘルススポーツのところ、どちらかというと、体脂肪をメタボリックで幾つ落としましょう、どのくらい筋肥大していきましょうとか、動機づけのモチベーションは数値が中心だったというところです。地域には、たくさん山や海もあるのですが、非日常がアウトドアで、駅前のスポーツクラブが日常というようなライフスタイルがずっと続いていたわけです。先ほど、先生の発表にありましたトライアスロンとかマラソンというのが、どちらかというとハイブリッドになっているようなライフスタイルだったのかなというところに、病院にいる頃から少しずつ気づいて、企画書を1枚1枚作っていった状態でした。

私はすごくサーフィンが好きで、海沿い

の街のサーファーたちのモチベーションというのがすごくおもしろくて、その方々は逆で、どうやったらサーフィンをいつまでも続けられるのだろうかということ。小田急線沿いに勤務地を移したり、シフトを2時台にして、平日でもサーフィンをしているというライフスタイルを見てきて、この違いはいったい何なのだといいところで迷ってました。であれば、その真ん中を取ってしまったらいいのではないかと、安全で、効果的で、フィットネス的な理論もありながら、動機づけのモチベーションを数値ではなく、心地よさとか、美しい自然の中でというふうに持っていけば、もしかしたら継続ができるのではないかなというところで、中間を取った、そんな発想のちょっとした展開でございます。

そんなわけでソフトをデザインしていくのですが、一番上に、継続するためにはというところを置いて、時計回りの矢印になっているのですが、私は、はじめに心地よさとか楽しさを持ってきた。サーフィンの終わったあとの気持ちよさ、笑顔みたいなところですね。もう一つ、素早く、いつでも、どこでも始められることという、ライト&ファストな種目。下に、例えば、アウトドアというと、セーリング、スキューバダイビングみたいなものも位置づけではあるのですが、セットアップで半日、1日かかってしまうようでは、やはり、忙しい皆様、多忙のライフスタイルの中では、それは日常圏に入ってこないだろうということで、ランニング、ヨガ、ウォーキング、サーフボードを抱えたサーフィン、ノルディックウォーキングというような、1日2時間あればアウトドアでフィットネスできるというものでデザインをしています。最後に、メディカルフィットネスにあるような、例えば心拍計を巻いて山に入るとか、そのガイドさんも、今日はどのくらいのカロリーで、実は、この山は何METsで、「このくらい効果があるんですよ」というフィットネス理論的なものが最後にくればいいのかというふうにデザインをしました。

市場動向、ライフスタイルの変化が現れ

たのは、だいたい2006年くらいからで、総合フィットネスクラブの中でも少しヨガスタジオができた、パーソナルトレーナーのスタジオができたりと分散してきたのですが、癒しとか、スポーツ、ナチュラル&ライトだったり、予防医学、エコとか、こんなキーワードでした。

「ヴァンテーヌ」という女性誌の特集で、「きれいな女性は、みんな始めている！自然調和のアクティブライフ」が出始めたのです。この頃、ちょうど長谷川理恵さんがランをして、サーフィンをして、というのがクローズアップされていたと思います。こうやってライフスタイルが変化してきたのかなという感じです。

2009年、「Pen」という非常に尖った情報誌ですが、そこでも、「今こそスポーツ宣言」といって取り上げられたのが、ニューヨークではラン、ドイツではバイク、日本ではトレイルランニング。こんなライフスタイルの変化がここに来ている。

そんな動向がある中で、私は、そこをクラブ化するポジショニングで、どうしたらいいのかなということで、横軸がテイスト、縦軸が年会費というところで最初作りまして、フィットネスのほうでは、高級スポーツクラブから自治体のスポーツセンターまで、アウトドアではヨットクラブがあったり、シャワーが浴びられるみたいなサーフショップのクラブがあったり。フィールドスポーツがだいたいこの辺の位置づけで、上がゴルフの会員権というような中で、ランニングクラブであったり、クライミングジム、ボルダリングジムなんていうのが、だいたい年間でいうと7万円、月7千円とか5千円くらいの位置づけにあって、ここがポッカリ空いているなということでポジショニングを作って、コンセプトを立てて始めたような流れです。「レジャー」といわれていたものを、どうやったら日常に持ってこられるかというのが課題だったわけです。

アウトドアフィットネスを事業化していくためには、ちゃんとしたコンセプトを立てました。アウトドアで自分の予防医学、健康になっていくと、地域が活性化され、

つまり、そこに人の賑わいができて、今までは、公園、海、山があまり使われていなかったが、実は、そこは街に愛されていて、賑わいができて、商店が活性化される。私たちが使うのはフィールド、アウトドアフィットネスはフィールドですので、ほとんどエントリーの方が初めて海に入る。そうすると、国の押しつけの環境の啓発ではなく、自ら、この海をいつまでも守っていききたいねとか、この山をいつまでも残して、私たちはここで健康になっていきたいという環境の意識も生まれてくるだろう。それで「自分のいのち、社会のいのち、地球のいのち」という1行のキャッチコピーを作って始めました。

まず、海・山モデルから、アウトドア型のクラブからですが、BEACHという、神奈川県葉山町で、クラブハウスをどうするかというときには、新しく建てるよりも、残されたものにもう一回光を当ててみようということで、大正時代の古民家、ボロボロでしたが、目をつけて、非常に商圏も低い中で始めました。2万7千人で、半分が海ということで。いろいろなフィットネスの経営者の方にアドバイスを求めにいったら、「絶対にやめたほうがいい。誰が入会するんだ」と。「魚が会員になるのか」なんて言われたのですが、それでも、150人くらいでもいいから、せっかく自分がやりたかったことなので、何とか小さくてもやってみようというような形で、2007年にオープンしました。アーティストさんと一緒にデザインをして、庭も含めて60坪くらいですから、だいたい500人くらいでいっぱいな状態ですけども、本当に小さいクラブです。

そうすると、意外にそこの人々のライフスタイルにマッチしていたようで、1年目の数字ですが、会員数が505名集まって、退会率が、なんと1.5%くらい。ほとんどやめない。アウトドアというと、どうしても、サーフィンをやりたいなんていうのは若い人ですが、平均年齢が45歳だった。意外にフィットネスクラブと同じようなデータが出たなというような1年目の数字です。一番うれしかったのは、地域の参加率が約

3%くらいはマックスの時にあって、これは、日本のフィットネスの参加率と同じパーセントですから、冒頭に話した「レジャー」だった位置づけのものが、小さな葉山町では日常のフィットネスとして海と山が使われたという数字が出て、一番うれしかった。

メディアのほうも、話題性があったので、女性誌、情報誌、様々なところから取材があって、今では月に15~20誌くらい、アウトドアというと、なぜかBEACHみたいなものがプレスの方に広まっていたいております。

小さい施設でアウトドアフィットネスというのも初めてだったので、どうやって広めていこうかなど。ワーツとチラシをまけばいいのかなと思ったのですが、そうではなく、ここは商圈も非常に低い。確率で勝負するのではなくて、経験価値を共有させようというマーケティング方法に切り替えまして、口コミでどうやったら人が集まるのかということにチャレンジをした感じなんです。じわじわ口コミのパワーが伸びていって、ちょっと落ちた頃に、1枚のタウンニュースというか、地域紙に載せて会員数が一気に上がったというような内容です。こうすると、非常に希薄だった横のつながり、人間関係が本当にできてきて、口コミで人がどんどん入会するというようなクラブができあがってまいりました。

賀茂川が流れている、これは京都のモデルのイラストです。今度は山と川です。海はないのですが、後ろに比叡山があって。北山という街に、テナントですが、小さなクラブを作って、川沿いのランニングコース、バイクコースとトレイルランニング、あとはスタジオプログラムという感じで始めております。15坪くらいの小さいスタジオがあって、これでうまく悪天候や季節変動を乗り越えて、マシンは1台もないけれども、会費制で運営できているというような事例です。

これは、またアウトドア型なのですが、千葉の館山で、JR東日本さんの地域スポーツ構想の一環として始まったモデル。ファミリーオ館山のリニューアルで、従来ど

おりフィールドスポーツ、フットサルコート、サンドコートがメインですが、今回おもしろかったのは、街全体を、これも私どもがデザインしたのですが、ランニングコースがある、ここはバイクには最高だ、海もある、こういうフィールドスポーツの融合型です。これにより、ホテルのリニューアルですから宿泊の稼働率が上がるのが最優先ですが、街ぐるみで、ホテルがフィットネスクラブになっていくというのが、もうすぐ発表されると思いますが、そういう取り組みでございます。フィールド、ホテルの周りにコートがあって、前に海があるというような事例です。

これは総合スポーツクラブとのタイアップで、ルネサンスと一緒にやっているアウトドアフィットネス会員というものです。都内の、前に大きな公園があるところを選択して、チェックインして中に入るのではなくて、外でプログラムをやっているというチャレンジです。

私が目指しているのは、継続のためにということで、アウトドアというのが、どうしても今までは非日常だったものを、前の公園を使って日常のフィットネスの枠の中に入れる。そして、モチベーションは、トライアスロンの大会だったり、高い山を登るトレッキングだったり、マラソン大会だったりというようなツアーが組まれて、そこで得た挫折だったり、成功の気持ちよさだったりというものがまた日常に帰ってくる、というのが総合クラブと一緒にできたら、人のライフスタイルが継続に変わるのではないかなという今回のチャレンジです。

今度は都市型の事例です。もともと公園が、こういうふうにウォークとランのレーンがあって、クッションフロアでデザインされたら、どれだけの人が利用するのかな。バイクレーンもあって、というようなことをいろいろ考えていました。

皇居周辺は、今では非常にすばらしいブーム、トレンドになって、多くの方が健康になっているますが、それでも今はちょっと飽和状態で、混雑とか、下がアスファルトで膝を壊したり、道が細くなったり、問題も多々あるようなのです。

そんな中で出会ったのは、福岡の大濠公園というところで、下がクッションフロアで、ウォーキングレーン、ランニングレーン、バイクレーンというのがずっときれいに続いております。ここはオフィス街の天神の隣の隣の駅で、ここに拠点が1つ、小さくてもいいからロッカーやシャワー、スタジオがあれば人の流れが変わるのではないかと、出勤前に走って勤務をするというライフスタイルに変わればすばらしいと思ってデザインして、JTB九州の地域活性化事業の中で行っております。

外食産業、カフェとの融合で渋谷の代々木公園にできたWIRED CAFE。駅ビルの中で、よく目にすると思うのですが、そこフィットネスをくっつけた事例です。

代々木公園を少しデザインして、夜でも、ちょっと暗いイメージがあるのですが、ランニングクラブもたくさんあって、夜でも走れるコースをうまく作っています。

今度は本格的なカフェが入っていますので、公園がサードプレイス化するのでしょうか、日常の中で、自宅、オフィスに次ぐ、もう一つの人の拠点というようなものをカフェ・カンパニーと一緒に、今、一所懸命やっております。ランやウォーク、ヨガ、それぞれのものの中で、終わったあとに、アフターのしっかりしたカフェがある。食事も、ある程度栄養価等を考慮していただくようなヘルシーなメニューで、人の賑わいをつくっていければいいなという事例です。まだ始まったばかりです。代々木公園に行くとオレンジのものがありますので、是非、遊びに来てください。

そんな中で、アウトドアフィットネスを広める上で、インストラクターをどうするのかという中で、私は3つの条件を挙げました。まずは、お客様を外に連れ出しますので、1. リスクマネジメントのしっかりできる方。また、2番にもあるのですが、アウトドアにおける危機管理がちゃんとある方。それと、3. フィットネス理論、正しい効果をきっちりと、ガイドさんも、ランのインストラクターさんも伝えられること。1と3は、いろいろなフィットネスの資格であるのですが、おもしろいのは、2.

自然の素晴らしさを伝えるガイド的な能力も要するという、2番が入っているというのが特徴的なことだと思います。

私も、この事業をやる中では、本当に冬、厳寒期がきたらどうしようとか、いろいろ心配だったのですが、マシンも1つもない、スタジオしかないという中で、日本には春夏秋冬があって、それぞれの素晴らしさがある。夏は海が素晴らしくなったり、スキー場の山は夏に非常に美しくなる。冬になるとマラソン大会が乱立して、人のモチベーションも高まるという中で、人々の中で多様性が生まれてくるのです。つまり、ヨガから入った人がランを始める。サーフィンがやりたくて入った人が、コンディショニングのためにヨガやウォーキングを始めるといった多様性が生まれて、そうすると、季節が変動して、飽きずに厳寒期等も乗り越えられる。フィットネスクラブのマシンが、年4回、全部変わったら飽きないですね。それと同じなのかなど。

トレイルランニングの大会が多くて、最近、山が荒れ始めているのです。皆さん、集団走行されますので、箱根なんかでは集団走行禁止というような、すごく危惧されているところもある。正しい啓発をしなければいけないのも含めて、または、インストラクター人材を育成していこうということで、このような資格制度を設けて、今、輩出しております。フィットネスがあり、環境概論もあり、アウトドアのガイド的な知識も、これを3日間で行っております。

今、国がずっと推奨してきたインドアのスポーツクラブ、または健康に対して、または自治体のスポーツセンターというものの活用。それと、日常生活、駅の間をちょっと歩いてみましようとか。福岡にあるSUBWAY DIETというもの、なるべく歩いてみましようなんていうような。スポーツのイベント、ウォーキング、ランニングの大会というような、どこでも行われているスポーツのイベントもあり、この3つだったものの中で、今度、私は、アウトドアや公園を活用するという、また新しいルールといいますか、道を引いてあげたいなど。そうすると、日常のフィットネスの中で選択肢

が4つに増えて、例えば、様々な方がいらっしやいますが、インドアで長続きしなかった方も、またフィットネス、運動を始めるとか、国民が笑顔で元気になっていくのではないかなと思っています。

プラス、インドアのインストラクターの方が活躍の場を外にまた持てる。今まで季節労働者というような形で言われていたガイドさんの方々、夏は海、冬は雪山に入るような方々も、今度は日常圏の中で年間を通した雇用の創出ができるのではないかなということで、小さいながら進めております。

**原田** どうもありがとうございます。続きまして、奥田さん、よろしく願いいたします。

**奥田** こんにちは。先ほどご紹介いただきました、広島県廿日市商工会議所の奥田と申します。

それでは、今年、4回目を行いました「はつかいち縦断みやじま国際パワートライアスロン大会」について、説明をさせていただきます。

まず、廿日市市と申しますと、広島県の中で、広島市のすぐ西隣になります。広島市のベッドタウン的な位置づけで、縦長の地域となっております。合併してこのような大きさになったもので、黄色いところが旧廿日市市で、平成の大合併を経て、宮島を含めた広い範囲の市となりました。合併をした市を1つにする何か大きなイベントができないだろうかといったときに、宮島という島しょ部もありますので、それを1つに結ぶということになりますと、トライアスロンという、海を泳いで、あとは自転車とマラソンという、そういったものならできるのではないかとということで、このトライアスロン大会というのが企画されたわけです。

検討を始めたのは平成17年の1月頃で、細川会頭が副会頭に就任した当初、まず海外との姉妹縁組をしたいと。それに合わせたイベントも行いたいというのがありました。姉妹縁組の先といたしまして、ハワイ

島のコナというところにある商工会議所との話が挙がりまして、そこがトライアスロンの世界大会、アイアンマンという大会の開催地で、トライアスロンが盛んな土地です。実際に視察団を組み、見に行ったりもしました。

実際に動き始めたのは18年の1月。これは、会頭がトライアスロン大会を開催したいという思いを当初から持っておりまして、地方紙であります、新聞に談話が載ってしまった。廿日市でトライアスロン大会をやりたいと。広島県警からは、「そんな話は聞いていないぞ」と。「誰がそんなことを言いおるんな」ということが所轄の警察からあり、慌てまして、県警のほうに「いや、こういう構想を持っているのです」というお願いに上がりました。トライアスロン大会と申しますと、やはり自転車競技を公道でやるということになりますと、交通規制というものがついてきます。普通にやったら絶対に許可は下りないであろう住宅街の中ですとかもコースに考えておりましたので、ここからは、ずっと警察との調整の日々でした。最初に挨拶に行き、初っ端に言われたのが、「トップダウンだけはやめてくれ」と。「政治力を使って上からごり押しだけはやめてくれ」と。担当者レベルで地道に検討を重ねてきて、何とか大会のコースを決めることができました。開催の記者発表は19年の3月ですが、1年以上かかってやっと開催許可という、道路使用許可をいただくことができました。

実際、トライアスロン大会というのは見たことも聞いたこともない。世界大会を見には行きましたが、現場レベルの事務というのはまったく未知数でしたので、18年の1月に児島商工会議所訪問とありますが、だいたいどこへ行っても、「やめたほうがいいよ」、「絶対できん」というふうに言われていたのですが、19年3月の記者発表のあたりまでで何とか形が見えてきました。4月に、トライアスロンの宮古島大会という、日本でも一番人気がある大会に6月の第1回大会の参考にするために行ったのですが、この時点では準備がまだ全然できていなかったということを感じさせられまし

た。4月から6月までの2カ月間で大幅な見直しをして、何とか第1回大会にこぎ着けることができました。今年の6月で4回目を迎えたのですが、この3月には、第2回地域・スポーツ振興賞の優秀賞というのを受賞させていただきました。

大会概要として、廿日市の全域を使ったコース設定にして、ワンウェイで行ったきり。だいたいトライアスロン大会では周回コースとか、スタート地点に戻るというコース設定が多いのですが、ほとんど上りなのです。上るといことは、帰ってこようとするとき下る。自転車で下るのは非常に危険なので下ることができない。行ったきりにするしかないというコースになりますので、その分、ボランティアさんの数とか、機材とか、そういったものも普通以上にかかっている。

参加選手は、今年の大会では、個人で約350名、リレーの部、スイム、バイク、ランを1人ずつでやる、3人1組が50チームということで、約500名。参加者としては少ないほうではないかと思いますが、徐々に増えてきております。

大会ボランティアは、約2,000名というボランティアの方にご協力いただいております。このボランティア集めも第1回大会から苦労したところですが、協力団体ですが、これは基本的に実行委員会のメンバーなのですが、当初からこういった団体を実行委員会に無理やり入れまして、傘下の方々に意地でも出してもら。そうすれば、町内会とかそういったところもだいたい入れておりますので、大会当日、交通規制ですとか、そういったものでも苦情も出にくいであろうということで、思いつく団体はほとんど入れております。

宮島の大鳥居の下を水泳でスタートするのですが、これが選手の方には好評で、これを目当てに来られるという方も多い。

千畳閣、これも厳島神社の一角にあり、重要文化財です。安全祈願ということもやっております。こちらも、選手の方、特に海外の方なんかは感動して帰られます。

今までトライアスロン大会を地元ではやっていなかったの、初めて見る方が多い

のですが、右足だけしかない方、交通事故で片足をなくされた方、こういった方が頑張っている姿を見られて、非常に地域の方が感動されている。小学生が書いた作文に、「今は応援していますけれど、将来的にはトライアスロン大会に出てみたい」と非常に感動、感銘を受けたということが書いてあります。

応援メッセージの書き込みということで、チョークで道路に応援メッセージをお絵かきしていただいて、走っている選手を元気づけようという企画を、今年、行ったのですが、あいにくの大雨で大会当日に全部消えてしまいました。それではもったいないので、今、ホームページのほうで、こういった応援がありましたよというのを公開しております。

事前のコース清掃のボランティアというのも、毎年、やっております。企業から募ってボランティアに出していただいております。

宮島は、しゃもじが有名なので、しゃもじのトロフィーにしております。実は、第1回大会と第2回大会は、けん玉のトロフィーを作っていた。廿日市は、けん玉の発祥の地といわれていて、結構大きなけん玉のトロフィーを作ったのですが、作っている業者さんがけん玉を作るのをやめられまして、仕方なく、しゃもじになりました。

事前PRバイク隊という、ハーレーですとか、ビッグバイクに乗った、60代以上の方ばかりで、「いいじい」ライダーとかいう、いいじいさんのライダーらしいのですが。そういう団体がいらっしやいまして、何か協力できないかということで、じゃあ、のぼりを立てて走ろうということで、大会の1週間くらい前に、トライアスロンのPRで廿日市から広島市内の中心部まで連なって走っていただきました。

中高生も学校を挙げて参加していただいており、非常に教育的にもいいと、学校のほうからも喜んでいただいております。

自転車のコースとランのコースは、ほとんどが山間地域、過疎の地域で、こういった大きなイベントというのはほとんどありませんので、年々応援がすごくなっている

のですが、地域の人たちが待ち望んで、工夫を凝らした応援、太鼓ですとか、場所によっては神楽とかでされている地域もあります。

昨年からリレーの部というのを作り、廿日市商工会議所の青年部のメンバーが3人揃って出たのですが、3人とも、普段、スポーツらしいものはまったくやっていないド素人ですが、何とか完走することができました。トライアスロン大会のいいのは、こういった家族でゴールができる。リレーだと、仲間同士でゴールができて、感動を分かち合うことができるという、非常に感動的なゴールシーンを演じることができます。

広島は「樽募金」が有名ですが、運営費が、やはり非常に厳しい。第1回、第2回大会と一部上場の企業がスポンサーに提供していたのですが、第2回大会を終わった直後に経営破綻しまして、それで第3回大会の開催が非常に危ぶまれました。どうするかということで、ちょっとでも足しになればということで、昨年より「樽募金」いうのを設置しております。

「支援自販機」というものを設置しており、市内で12台くらい稼働している。売上げの一部がトライアスロンの実行予算として入ってくるという、非常にありがたい自販機です。

今年の大会は、6月27日に何とか開催することができたのですが、開催できるかどうか、非常に危険な状態でした。というのは、大雨でして、朝の3時半まで大雨警報が出ておりました。警報が出たら、当然、大会自体は中止なのですが、3時半に警報から注意報に変わりました。それでも雨は降り続けていましたので、開催自体どうするかということで協議を重ね、ちょうどスタートの頃には雨が若干小降りになっていたの、何とかスタートすることができました。

大会のホームページに今年の写真等いろいろ載せておりますので、ご覧いただければと思います。

**原田** どうもありがとうございました。自

然に寄り添って行われるイベントというのは、いろいろなハプニングがあって、おもしろいと思いました。

それでは、最後に、丹下さん、よろしく願いいたします。

**丹下** アールビーズの丹下と申します。

皆さんの中で、フルマラソン、42.195キロ、これを走られたことのある方はいらっしゃいますか。

3人ほどいらっしゃいますね。

今、東京都に住んでいる人のマラソン人口というのは、人口比でいくと0.2%です。要は、500人に1人が走っている。この会場は、約70人の中の3人ということですので、完走率の高い皆さんがお揃いということが分かりました。

今日のテーマは、「ランニングイベントによる地域活性化 その課題と問題点」です。まず、私ども、アールビーズという会社がどういうことをやっているか、それについてちょっとご説明します。

私どもの会社はフリースペースになっておりまして、朝来ると、どこに座ってもいいということで、自分の席は決まっておられません。適当に自分の好きなところを探して、今日、特にこの人と打ち合わせをしたいという人がいれば、そういう人を探して座るとい形になっております。

去年の11月1日に新社屋に引っ越した時に社名変更をしました。今までの社名はランナーズで、これを株式会社アールビーズに変えました。会社のロゴがここにありません。R-biesです。R-biesというのは、「R」はRunningのRです。「bie」ですけれども、これはBicycle、Bike、自転車ですね。これの中を取ってbieです。「s」は、Swimming、水泳のsです。今まで、私どもは35年、ランニングを中心にいろいろ事業展開をしてきました。今後は、ほかのライフスタイルスポーツ、自転車とか、水泳とか、そういったことにも事業展開を広げていこうという思いを込めて作った造語でございます。それを社名にしたということです。だいたい男女比が2：1の割合でやっています。

こちらが、今、私どもが発行している雑

誌です。左側が「ランナーズ」です。真ん中が「funride」という自転車愛好者のための雑誌、それから「swim」、これは水泳愛好者のための雑誌ということで、いずれも競技者向けではなくて、本当に市民スポーツとして、趣味としてスポーツを楽しむ人のための雑誌づくりをしています。R-biesという社名を形にしたということです。

私どもの会社の事業領域といいますが、現在取り組んでいることなのですが、先ほど3つの雑誌が出てきましたけれども、それらの雑誌の出版、インターネット、これらを通じて情報の提供を行っている。雑誌については、「ランナーズ」が、今、月刊27万部、出ております。WEBメディアのほうは、「ランネット」が、今、月間で約1,600万ページビューということで、日本最大のランニング・ポータルサイトという形になっております。「メルマガ」会員が33万人になっており、これも、現在、数的には増えていまして。雑誌とWEBメディアを通じて、大会情報とか、商品情報とか、あるいはランニングクラブの情報、走る仲間の情報、それから海外マラソン、ホノルルマラソンとかニューヨークシティマラソン、こういったような海外の情報、トレーニング。どうやったら速く走れるようになるのか、どうやったら長い距離を走れるようになるのか、そういうトレーニング情報などを提供しています。

一方、イベントのほうでは、現在、日本のランニング大会の数が、全国で約1,500大会と把握しております。ほとんどが週末、土曜日あるいは日曜日に行われますので、年間52週として、これを割ると、毎週30大会くらいが日本のどこかで行われているということになります。その1,500大会ある中で、今、私どもで自社主催している大会、企画運営している大会が全国各地で約30大会。

私どもが主催ではないですけれども、地域のマラソン大会の運営のお手伝いをしている大会、これは東京マラソンとか北海道マラソン、例えば大会の募集パンフレットを作ったりとか、各自治体から「マラソン

大会をやりたいのだけれども、手伝ってもらえないか」という依頼が私どもの会社のほうに来ます。いろいろな形でお手伝いをしています。その中で、大会の参加者の申し込み、エントリー代行業務が全国で約1,000大会。先ほどの1,500大会のうちの約3分の1くらいを、私どものエントリーサイトを使って申し込めるような形、そういうシステムを構築しています。記録計測業務とは、走る人のタイムをきちっと取ってあげるといことです。これが主催者にとっては非常に手間がかかる。一度に1,000人、2,000人という、あるいは1万人以上の大会となりますと、誰が何位で入ってくるかというのが分からなくなってしまう。それを、今、自動計測ということで、足にチップを付けたり、胸にチップを付けたりとか、そういう形で自動計測というやり方をとっています。これが全国で530大会、今、私どもが持っているシステムを使って計測のお手伝いをしています。

あと、ランナーズステーションということで、ランナーのためのシャワー・ロッカー施設を皇居周辺に2カ所、神保町と麴町です。月に1万人以上が利用しています。それと、今年の3月にFUNRIDEステーション。先ほどの、自転車の雑誌「funride」とリンクした形で、通勤バイク、朝、会社に自転車に来て、シャワーを浴びて仕事をして、また自転車で帰っていくという、そういう人のための自転車を預かる施設、シャワー施設も3月にオープンしました。こんなことをやっています。以上を通じて「走る人」を応援していこうということでやっております。

これが、今、私どもが携わっている記録計測の大会です。全国、北海道から九州まで、各エリアで合計368大会、延べ人数で約130万人の走る人たちのタイムを計測しています。私どもの会社だけでは、毎週末30大会もありますと1社では対応しきれませんので、現在、記録計測提携会社7社と提携を結んでおり、私どもが自治体から運営委託、記録計測の業務委託を受けた大会を、提携社のほうに業務委託という形でお渡しして、やってもらっている大会もあり、こ

れが全国で約160大会あります。

今、走る人がどんどん増えているという。本当に増えているのかというのを数字で見えます。東京マラソンの参加者動向です。東京マラソンは定員制を敷いております。トータル3万5千人で、参加人数自体は増えていかないですけれども、申込者数が、2007年、第1回の時は9万5千人、2010年、今年の大会は31万人に増えたということで、8.9倍の倍率の応募になっている。年々増えてきているという状況になっています。

東京マラソン以外の日本にあるフルマラソンは約100大会あります。42.195kmの大会です。約100大会ありまして、そのうち日本陸上競技連盟の公認コース、要は距離を正確に計測してある大会が50大会あります。2004年は49大会ですけれども、大会自体はそんなに増えたり減ったりしていません。その合計参加者でいくと、2004年が7万8千人、2009年は16万6千人ということで、倍以上の伸びになっている。ちなみに、6年間の変化で見ますと、男性は2.1倍、女性は2.4倍になっている。昨今、特に走る女性が増えているという話が出ますけれども、実際に、2004年は15.5%だったのが年を追うごとに増えてきている。そんなに大幅に増えているという感じではないですけれども、少しずつですけれども増えてきているということが実際の数字でもお分かりいただけると思います。

フルマラソン以外の大会、5kmの大会、10kmの大会もあります。全国の参加人数は、2006年が95万2千人で、2008年が127万人です。対象大会が338から361に増えていますが、実際に大会数が増えているというデータではありませんので、それを分かりやすくするために、1大会当たりの平均参加者数というのを出してみました。大会参加人数を大会数で割ったもの。これでいくと、2006年は1大会当たり平均2,816人の参加者だったのですけれども、それが2007年、2008年と増えていって、2008年は3,520人が参加している、こういう数字が出ております。1つの大会をとってみても、全国を平均すると参加人数が増えているというデータになります。

もう一つ、私どもの「ランネット」、このページビューがどう増えてきているかということですが、2005年は月に330万ページビューだったのが、2009年には1,600万ページビューに増えています。今年は、まだ期の途中ですので集計中ですが、2010年は2,000万ページビューを超える見込みということで、今、推移しております。

以上のことから、本当に走る人が増えているということが数字をもって実感できると思います。

ランニング人気といわれる中で、現在、エントリーが殺到して、早いタイミングで定員締切となる大会が続出しています。例えば、去年の例ですけれども、長野マラソンは、エントリーが始まってから約4時間で定員締切。定員8,000人が、なんと4時間で埋まってしまった。東京近郊のつくばマラソンが、やはり、エントリーが始まってから4日で定員締切。フルマラソンの定員12,000人ですが。

6月の終わりに行われました北海道サロマ湖の100kmウルトラマラソン、これも年々参加者が増えて、今年の大会には100kmマラソンに4,100人が申し込んだということです。ちなみに、25年前の第1回大会は58人。たったの58人から始まった大会です。

山のほうのレース、トレイルレースでいきますと、日本山岳耐久レースという日本を代表するトレイルの大会があります。去年の10月の開催でしたが、これもエントリー開始からわずか2時間で定員2,000人がいっぱいになった。

フルマラソンだけではなくて、ウルトラマラソンとかトレイルのような大会も非常に参加者が増えており、それこそ人気アーティストのコンサートのチケットのような形で、なかなか出たくても出られない。気がついたらエントリーを締め切っていたというような状況が起きている。

もう一つ、関西エリアでの大型市民マラソン。今年の12月に奈良マラソンが開催されます。17,000人規模です。それ以外にも、ひょうご・神戸マラソン、大阪マラソン、京都マラソンといった1万人～3万人規模のフルマラソンの大会が、今年から来年、

再来年にかけて開催される予定になっております。現在、マラソン大会も人気に伴ってどんどん大会数が増えていくという傾向があります。

今日の本題の地域活性化の課題ということですが、今のうちに走る人たちが増えて、いろいろな大会に参加するようになると、「あっちの大会がいい」とか、「こっちの大会は悪い」とか、そういうような評価と申しますか、そういうことを言う参加者の人たちが増えてきております。ということで、参加者の大会評価基準の向上ということで、主催者側から見ると、大会の質的向上とかサービスの向上が求められている。今後も今のように走る人が増えていくかどうかという、その保証はまったくありません。大会を作る側も、いろいろな工夫をして、参加者に喜んでもらえるようなことをやっていかないとはいけません。将来的には、人気大会と、そうでない大会に分かれてくるのではないかと考えております。

地域の特性を生かした大会のコンセプト作りと実践。2つ目は、自治体主催のケースがほとんどですので、大会継続への対応もしていかなければいけない。3つ目は、ボランティアの質的向上です。スタッフとかボランティア、こういう方々も、地域によっては高齢化してきたりとか、あるいは運営のために時間を取られたり、仕事をやりながらボランティアもやるということで、責任のしかかかってきたりということで、スタッフの疲弊化、マンネリ化ということも地域によっては出てきています。いかに運営スタッフを地域で集めるかということも課題になってきています。

大会のサービス向上というのが必要です。それをやっていくには、当然、予算もかけていかなければいけないですけれども、実際のところは、各大会を運営する自治体も、いわゆる行政予算が減ってきている。あるいは、大会のスポンサーが、昨今の不況の影響もあり、落ちてきているということもありまして、大会の運営資金をどうやって集めていくのかという、ここが一つ大きな課題になっています。運営経費を誰が負担

するのかということですが、基本的に、大会に参加して一番恩恵を受けるのは走る人自身であるという考え方もありまして、受益者負担の考えから、参加料をもう少し値上げしてもいいのではないかと検討もなされています。あと、別の運営資金の集め方ということで、参加者からのチャリティ募集、チャリティを募ってやるということも検討されております。これは、具体的には、東京マラソンでもこういうことを、今、検討中ということが先日の新聞に出ておりました。

これも課題です。地元の協力をいかに得るかということです。警察の協力をいかにとっていくかということです。あと、地元の調整。これは、地元の商店会とか、要はマラソン大会に賛成する人ばかりではない。当然、地域が潤うとか、そういうこともあります。逆に、走る人たちが公道をふさぐ。自分の店の前を車が通れなくなって、スーパーなんかは、例えば駐車場にお客さんが入れなくなって、その日の売上げが落ちるとか、そういうようなこともあって、地元商店街などは反対するところも結構多いです。ですから、公道を使う長い距離のレースになればなるほど、コース、沿道に対する対策と申しますか、「マラソン大会をやらせてください」というお願いに回る、そういうことも必要になってくるということで、地元調整も必要です。

ランニングイベントの開催効果をきちっといろいろなところに伝えていく必要があると思いますが、現状では、経済波及効果、こういう視点から捉えられている面が非常に多い。宮崎で行われました青島太平洋マラソンの経済効果は5.7億円とか、いろいろな数字は出ています。そうではなくて、ランニングへの国民的な理解を得るために、経済効果以外の効果、例えば健康増進効果といったようなものを数値化して、それを多くの人に伝えていくということに取り組んでもいいのではないかなと思います。

今日のテーマの地域活性化ですけれども、これについては、走ることによって心身が元気になって活性化するという。もち

ろん経済の活性化ということもあります。あとは、話題性の活性化。これは、ある地域でのランニングイベント開催による成功事例を、なるべく他の地域とそういう情報を共有して、A地域で行われたことをB地域の人たちに伝えていくというような、話題を他のエリアにも伝えていくという、そういう意味での話題性の活性化ということです。この3つの掛け算が地域の活性化ではないかなと思います。

特に、この中で、心身の活性化ということにつながる「健康増進効果」啓蒙への取り組みということで、一つの地域で新しい大会が生まれた。例えば、今度、大阪マラソンが生まれることで、大阪を中心としたエリアで、どれだけの走る場、あるいは健康機会が生まれるか、生まれたか。大会に申し込むと、当然、走る人たちは練習をします。当日に走るだけではなくて、その準備段階も含めて、3カ月とか6カ月、あるいは1年にわたって日常的にランニングをするようになる。また、個人の練習だけではなくて、地域の練習会に出たりとか、ランニングクリニック、セミナーみたいなものに参加したりとか、日々の食生活を改善しようとか、いろいろな取り組みをするようになる。それが参加者だけではなくて、その周りの人たちに。走る人が増えることで、それを見て、あるいは勧められて走ることを始める。それにより、一つの大会が生まれることによって、いろいろな走る場、走る人、健康機会というのが生まれてくる。これを何らかの形で数値化できないかなということ、私どもも、日々、一所懸命に考えています。これをやればよいなと思っております。

走ることが健康にいいというのは、実は、走る人、ランナーは既に実感しているのです。ただ、それが数値的に実証されていない。産官学一体となった客観的なデータ集積、啓蒙が必要ということを書かせていただきました。

アメリカのスタンフォード大学の研究チームが、走ることによってどれだけ長生きできるかという調査研究を以前行いました。その方法としては、50歳以上の人を対象に、

走っている人と走っていない人にグループを分けまして、長生き比較調査を実施しました。19年後、50歳以上の方が対象ですから、70～80歳くらいになった時に、どれだけの方が亡くなったかという調査です。その結果、走っている人たちは15%の死亡率、要は15%の方が亡くなったということですが、それに対して、走っていなかった人たちは34%が死亡というデータが出ています。この結果も大事ですが、もっと大事だと思うのは、これは1984年～2005年にかけて、50歳の方が80歳くらいになるまでの間、ランナーの生活調査、食調査とか、どのくらいの距離を週に何時間くらい走っているとか、そういう調査をずっと追いかけてやっていて、それで結果を出しているという取り組み。こういうような長い期間にわたっての調査ではありますけれども、こういうことによって、走ることの健康増進効果への意義というのを啓蒙していく。こういうことも大事ではないかと。

最後、まとめです。フルマラソンの県別の人口参加比率です。一番高いのは沖縄県です。沖縄県は1.3%、沖縄県民の1.3%の人がフルマラソンを走った。去年1年間です。2009年の実績です。昨年度、フルマラソンを走っているということです。東京はどうかというと、わずか0.2%くらいということで、人口比にすると、沖縄の6分の1、7分の1というランニング人口比率になっています。仮に、各都道府県で人口の1%がフルマラソンを走るように、みんな啓蒙していこうというような目標を設定するということを考えると、まだまだ伸びしろがたくさんある。東京もそうですし、香川、岩手、新潟、ほかのエリアも、まだまだ増やせるということです。

ちなみに、東京都が1%の水準になれば新たに10万人の走る人が増える、ランナーが生まれるということになります。まだまだこれだけの伸びしろがあるということの例です。

今後、課題ということで、質の高いイベントの数、あるいは規模を増やしていくということです。それによってスポーツ参加機会を増やしていく。先ほどの協賛金の減

少とか、行政予算が減っていくことに対しての対策をとっていく。それから、走る環境の整備です。あるいは、環境の整備だけではなくて、走る人が本当に喜んで走れるような、いろいろなサービスを全国的にインフラで備えていくということもやっていっていいのではないかなと思います。あと、大会のボランティアあるいはスタッフ、大会を運営していく人、サポートしていく人の育成あるいは組織化ということ。それから、ランニングの良さを広めていくために、経済効果だけではない効果指標の作成。先ほど申し上げましたが、健康増進効果というようなものを数値化して伝えていく、こういうことも必要なのではないかなと思います。

ランニング、あるいは市民参加型のスポーツが持っている力、こういうスポーツの力を、いまいちど皆さんで共有して、日本のスポーツ振興、地域振興に結びつけていければなと思っております。

**原田** どうもありがとうございました。

今、3つのプレゼンテーションを終え、質疑応答とディスカッションに入りたいと思います。

私のコメントなのですが、今のお話を聞いていますと、2007年というのがキーワードになったのかなと思います。例えば、黒野さんの会社ができたのが2007年。廿日市のトライアスロンの第1回目が開かれたのが2007年。そして、丹下さんのお話です。いかがでしょう。まずマラソンからいきますけれども、これまではエリートランナーのマラソンがほとんどでした。青梅マラソンみたいな30kmを走る市民マラソンはありましたけれども、それが突如、東京マラソンで思い切りメディアに露出しました。普通の人々が普通にマラソンを走るのを見て、それに刺激を受けた人が多いと思うのです。

まず、黒野さんにお聞きしたいのですが、そういったブームが今のお仕事に少し影響はあると思うのです。黒野さんがやられたのは、公園をフィットネスクラブ化するか、あるいは、従来のフィットネスクラブのサービスにイノベーションを加えられて、

特に、10分の1の建築費で同じだけの会員を集めてしまったというビジネスモデルを作られたのですが、それを作っても、反応する会員がいないと話にならないと思います。どうでしょう、2007年というのは、そういう意味で、一つの絶妙なタイミングだったのかどうか。その辺はいかがですか。

**黒野** その1年前の2006年くらいからの動きは非常に感じておりました。ランナーの方もライフスタイル型になったというか、一般の方が健康のために走り始めたという流れです。ランを教える指導者の方も、実は、オリンピックに出た選手の方の指導よりも、フィットネスのインストラクターの方がランの技術を身に付けてサービスしたほうが受けがよかったりとか、そんなのは見られました。

**原田** それが資格制度に結びついていっているわけですね。

丹下さんにお聞きしますけれども、やはり、東京マラソンの波及効果というのは絶大なるものがあつたのでしょうか。

**丹下** やはり非常に大きかったと思います。ただ、東京マラソンの前にも、走る人が少しずつ増えてはいた。なぜ、これだけ走る人が増えたかということにもつながるけれども、2008年に、国の施策としてメタボ対策ということがありましたね。太っている人といえますか、ウエスト85cm以上ある人は、なんとなく悪人呼ばわりされてしまうような、そんなこともあつて。たしか2008年の4月ですね、メタボの特定健診制度が実際に発表になったのが。その前から、2006年、07年くらいから新聞でも発表されて、自分の健康は自分で守らないと、医療費も上がってくるし、まずいぞというような風潮が一方で世の中にあつて。あとは、インターネットの普及もあつて、みんな、パソコンとか、ゲームとか、そういうのに向かうようになってきて、バーチャルとリアルということで行くと、パソコンに向かう一方で、人とのつながりとか、自分で身体を動かすとか、イベントに参加しよう、ある

いは走ったりしようというような思いが世の中に芽生えてきていたのではないかと。そういう状況の中で東京マラソンの開催というのが宣言されて、一気に火がついたかなと。

東京マラソンの貢献度で一番大きかったのは、タレントが走り、モデルさんが走ったりして、3万5千人の普通の人が走ったことが、テレビとか新聞とかで非常に取り上げられた。今までは、マラソンは一部の競技者のためのスポーツで、自分にはとても無理だと思っている人がたくさんいたと思いますが、東京マラソンの報道とかテレビの映像を見て、「これだったら、自分でも、42.195km走れるんじゃないかな」と思わせたところが非常に大きかったと思います。

**原田** マラソンの大衆化に貢献したということですね。ありがとうございました。

奥田さんに、地域活性化についてお聞きしたいと思います。これだけ、例えば大阪マラソン、奈良マラソンとかができて、いろいろな地域でイベントができてくると、人が動き出します。そうすると、ツーリズム的な要素というのが非常に重要になると思います。廿日市の場合も、県外からたくさん人が来て、お金を使うと思います。

2つ質問があるのですが、地域活性化と同時に経済的な活性化みたいなのがあったのかという質問と、ほかの自治体に対してのアドバイスみたいなところで、トライアスロンイベントで結構だと思いますが、イベントを成功させるのに不可欠な要因、これを外してはダメだというのがあれば、その2点をお伺いしたいと思います。

**奥田** 経済効果ですが、実際、県外から来られる方が半数くらいだと思います。ただ、1泊はされるのですが、中には車中泊される方もいらっしゃいますし、ホテルは部分的に潤いますけれども、街にお金を落とすかということ、実際にはそうでもない。経済効果的には、現在のところはまだ出ていないのかなという感じがします。ただ、宮島という観光地を抱えておりますので、応援

をする家族と一緒に来られたりという方も中にはいらっしゃいますので、そういった方が来れますと多少なりとも経済効果というのはあるのかなと。ただ、本当の地域の地域の経済に貢献しているかということ、それは、実際のところはまだまだあまりないという感じがします。

あと、アドバイスですが、同じようなこういった大会は、実行委員会の中にありとあらゆる団体を入れて、とにかく巻き込んでしまうということです。できるだけ漏れのないように、地域のあらゆる団体を入れて、一緒になって考えていく。そうすると、団体の性質もそれぞれ違いますし、いろいろな意見が出てきて、なかなかまとまらないのですが、でも、自分たちで作り上げてきたのだという意識が芽生えてきますので、非常に協力的になっていただけますし、そういったのは必要だと思います。

**原田** 地域の担い手といいますか、アクターとかプレイヤーという言葉がありますけれども、「俺は聞いていない」という人をできるだけ少なくするのがコツということですね。

**奥田** そうですね。

**原田** 確かに、海外の事例を見ても、経済効果よりも、いわゆるサイキックな、心理的なインカム（収入）を大事にしようという動きは大きいですね、特にスポーツイベントの場合は。ありがとうございました。

それでは、ご質問をお受けしたいと思います。

**斎藤** 廿日市のイベント、素晴らしいと思う。奥田さんは商工会議所のプロパーの方ですよね。非常に誠実味があふれている。たぶん、会頭という方がグイグイ引っ張っていくタイプなのでしょう。そういう人と一緒にやっている苦勞と、そこで奥田さんの生き方が変わったとかいうようなことがあればお話いただきたい。奥田さんのような人がいるから実際にできていくと思うの

で、その辺の苦勞とか、あるいは喜びとかがあったら、お話しいただければと思います。

**奥田** おっしゃるとおり、会頭、実行委員長が「どンドン、いけいけ」で進んで、このイベントに向かっていったのです。それに逆に助けられている面もあります。一つの問題だったのが資金集めですが、これについても、実行委員長みずからいろいろなところに足を運んで、頭を下げて集めてきたお金が多いので、助かりました。自分自身はトライアスロンをやらないのですが、事務局をやるよりも、選手で出たほうが楽なのだろうと思うくらい、正直、きつい面はありましたが、おかげで、いろいろな人と、団体の方とも知り合えましたし、自分にとっては非常にメリットがあったと思います。

**斎藤** ありがとうございます。

**原田** ほかに、いかがでしょうか。

**宮杉** 早稲田大学大学院の宮杉と申します。黒野さんにお伺いしたいのですが、葉山町はサーファーが多かったり、もともと別荘地で、ちょっと都会だったり、ちょっと特殊な人たちが住んでいるのではないかと私は思っているのですが、そこで経営なさる際に、何か工夫だとか、変わったことをされているのかということをお聞きしたいです。もう一つ、パンフレットを見ていると、すごくステキだなと思うのですが、いきなり私どもが行って中に入れる雰囲気なのかとか、そういうことを教えていただきたい。

**黒野** 葉山町は御用邸がありまして、昔から別荘地として有名で、アーティストとか文化人の方がよく住んでいる街ですが、実際に「BEACH」というクラブのメンバーの中で、地元、いわゆる土着の人といえますか、出身の人は1人か2人くらいです。湘南新宿ラインというのが通って、葉山に引越してきた方が、この海や山を忙しく

て使えていなかった。そこに、自分たちの健康管理として入会をして、スタッフもいて、インストラクターもいて、機材も揃っているという流れができました。

フィットネスクラブに、カフェがあるといいなと思っていました。館山のファミリーオにもちゃんとカフェがあるのです。ただスポーツを、フィットネスをして、そのまま他の会員とコミュニケーションがなく帰るのではなく、ちょっとした飲食があることによってアフターがあって、横のつながりが生まれるということで、カフェを前面に出しているのです。ですから、メンバー以外の方でも、地元で根ざして、入れるような雰囲気にはなっています。

プラス、スタジオの壁面が有効活用できることに気づきまして、各地でスタジオの壁を、まだ出たてのアーティストさんに月替わりで貸してしまっていて、いろいろなものが展示されている。そうすると、メンバー以外の方もそれを見に集まって、ネットワークができてくるという取り組みも行っています。

**宮杉** ありがとうございます。

**原田** どなたか、ご質問等ございませんか。

**板垣** 丹下先生にお伺いします。先ほど、奥田さんが、資金に非常に困っておられると。今、日本全国でマラソン大会が普及しておりますけれども、各自自治体で、多かれ少なかれ、資金集めにご苦勞されているのではないかと。先ほど、丹下さんのこれからの懸念として、参加者がそれぞれの大会を比較されて、こういうことをしてほしいとか、いろいろ要望が高くなってきていると思う。そこで、地元では資金集めに苦勞されている。この資金を集める何か工夫というようなものが、先ほど、樽募金がありましたし、自販機もありましたけれども、それ以外に何かお考えがあったら教えていただければと思います。

**丹下** 非常に難しい質問だと思います。おそらく、全国のマラソン大会の主催者さん、

ほとんどが資金集めの部分は苦勞されていると思います。マラソン大会の運営予算をどうやって集めてくるかという、基本的には3つしかないのですね。自治体予算と、参加者からいただく参加料と、大会のスポンサーからいただく協賛金という、この3つ。あと、例外的にチャリティとか。この中で、自治体予算をたくさんもらうというのは行政任せになってしまいます。そうでないところでやるとなると、参加料を上げるか、協賛金をたくさん取ってくるということしかない。

協賛金を取ってくるということについては、例えば、今、ある程度潤沢な予算でやれているのは、本当に東京マラソンくらいではないかと。協賛金については、例えば広告代理店が入ったりとか、いろいろやっていますけれども、ちょっと工夫が足りないかなというところ。例えば、芸能人が走る、有名な人が走る、あるいは日本記録が出るような人が走るような大会はテレビが付く、スポンサーが付くということはあるけれども、テレビが付かないような大会は、市民マラソンはだいたいそうなので、そういう大会については、看板を出して、大会のブースを出して幾らみたいな、そういう売り方しかできていない。でも、そこは工夫次第で、例えば、インターネット、メルマガとか、いろいろ小さい単位で使えるメディアをうまく使ってスポンサーに売っていくような仕組みを作る。大会当日のブース出店だけではなくて、事前と事後のつながりの中で提案していくようなことをやるというのが、一つの対策かなと思います。

参加料の値上げというのは、当然、参加者からの反発もありますので、ここは非常に難しいところではあると思います。なかなか理解をしていただくのは難しいかなと思います。今、日本のマラソン大会は、フルマラソンですとだいたい5千円前後です。東京マラソンが1万円にした時に、今までの相場の倍くらいなので、非常に高いのではないかという話も出ましたが、実際にスタートしてみると、それでも参加者は、先ほど申し上げたように、たくさん集まる。

高いお金を払ってでも参加したいと。行ったら、何か楽しさがある、地元のいろいろなサービスが受けられる、地元のいろいろな人のもてなしが受けられるとか、そういう楽しみを主催者側のほうで作っていくことで、参加料に見合う大会にしていけるのではないかと思います。

**板垣** ありがとうございます。

それで、一つ提案です。参加する人、あるいは、ご家族たちが大勢来られますので、フルマラソンでも、トライアスロンでも、地域を汚すことは確かなのです。地域を汚すことによって環境が崩れる。参加費を上げるよりも、エコ資金、寄付金みたいな感じで、「よろしかったら、幾らかでも貢献していただけないでしょうか」というようなことはできないものでしょうか。

見学したり、そこに参加している人が参加費として義務的に納めるのではなくて、いわゆるエコ資金として協力費を提供する。協力金、寄付金みたいな形でお願ひできませんでしょうか。

**丹下** 一つの考え方としてはあるかなと思います。いわゆるチャリティの考え方ですね。チャリティという考えは、日本では、欧米なんかと比べると、あまり根づいていない面はあると思いますが、今後、走ることによって環境整備に貢献するとか、何らかの啓蒙活動を行っていくことで大会の運営資金に回していくというような考え方はあると思います。実際、日本でも、先ほど申し上げましたけれども、東京マラソンなんかは、そういう取り組みをしようということで、今、動き始めているという状況があります。

**板垣** ありがとうございます。

**原田** チャリティはロンドンマラソンが一番有名で、何十億というお金を積み上げたりします。

**利渉** JR東日本の利渉と申します。実は、ファミリーオ館山も、ホテルとして10何年

か営業していましたが、なかなか集客が上がらないので、スポーツをテーマに活性化したいということで黒野さんにご協力をいただいて、スポーツホテルということで今年の2月にオープンいたしました。

ただ、単にホテルを活性するだけでは、ホテル自体も、そのうち話題性がなくなれば、また下火になるというような思いもあり、実は、エリア全体を活性化しようというふうに考えまして、館山市と協力して、今週末に第1回目のトライアスロンの大会を館山市で行うことになったのです。

奥田様にお伺いします。館山市は長年トライアスロンの大会を地元でやりたかったのですけれども、まず資金面の問題、2つ目が運営ノウハウの問題、3つ目が場所の問題、この3つがあってもなかなか実現ができなかったというお話がありました。今回、私どもの実行委員会の中に、いろいろな得意分野を持っている人たちをみんな集めてしまえということで、館山市のほかに、私ども、フジテレビに千葉県のトライアスロン連合に入らせていただいて実行委員会を組んだのです。それで、私どもが資金面でご協力をする。運営、賑やかし、そういうところはフジテレビ。場所の問題については、館山に自衛隊の大きな基地がありますので、自衛隊にご協力をいただいて、場所の問題は交通規制をかけないということで解決をしたというところで、ある意味、ちょっと力業的などころもあって第1回の大会を開催するに至ったのです。

やはり、地域活性という視点から見ると、1回の大会で終わらせてしまっただけだと思っていて、2回、3回、10回、20回と続けていくことが大切だと思っています。そこで、奥田様のほうで、長く続く大会にするための秘訣というものがありましたら、是非、教えていただきたい。

**奥田** うちもまだ4回目です。やはり、地域のボランティアの方とか、地域の方々から「続けてほしい」という声をいただくことです。うちの大会は、幸いなことに、第1回大会が終わった時に、「来年もあるんでしょう」というような声が非常に多かつ

たのです。それで、第2回、第3回と続けないといけないだろうというような空気になって、すぐに、第2回大会をやろう、継続してやろうというふうに動いていって現在に至っております。やはり、参加者もそうですし、関わった人が「またやりたいな」というふうに思っただけのような大会になれば、きっと長く続いていくのではないかと思います。

**利渉** ありがとうございます。

**原田** では、最後に、黒川さん、どうぞ。

**黒川** 丹下先生にお聞きします。多くの大会をいろいろな形でサポートされているということはよく分かりました。やはり、どの大会も運営面で、協賛金の問題も含めて、この時代、苦勞されているということは一方の事実で、そういう中で、まさに丹下先生のところが運営面のサポートと同時に協賛の仕組み、例えば、幾つかの大会、10大会くらいを選んで、その大会をスポンサーするようなことであれば、この時代、費用対効果の中で協賛を渋っている会社も、10大会で家族も含めた参加者ということになるとマスの動きになってまいりますので、そうなるスポンサーになるメリットというのが出てくるのではないかとということで、その辺の仕組みづくりをおやりになるおつもりはないのか。逆に、そういうことをおやりになることが、幅広く地域のスポーツ活性化に、いろいろな形で更なるサポートになるのではないかと考えた次第ですが、いかがでしょうか。

**丹下** 協賛社を見つけることについては、実は、既に私どものほうでもやっております。全国のマラソン大会に、記録計測の営業と申しますか、記録計測の仕事をもらうために自治体へ行くけれども、当然、自治体から私どもはお金をいただくわけですね。いただくだけではなくて、逆に、私どものほうで協賛社を探してきてくれということをお大会の主催者から言われることが多い。例えば、KDDIのauとか、久光製

薬とか、あるいは味の素「アミノバイタル」、こういったメーカーと一緒に組んで、そこから私どもがお金をいただいて、それを全国のマラソン大会、札幌から沖縄の大会に対して、例えば、1大会50万円とか、100万円とか、そういうような協賛金を大会に付けていくという、実際にそういう動きは既にやっております。

そのときに、これは一つのビジネスモデルですけれども、単にブースを出すとか看板を出すということではなくて、私どものほうで「ランナーズ」という雑誌媒体を持ったり、あるいは「ランネット」というWEBの媒体も持っていますので、そういうものと組み合わせて、要は、協賛社に喜んでもらえるような提案をするということをやっております。今、年間で30~40大会くらいは私どもが協賛社を付けるような形の動きをやっております。

**黒川** ありがとうございます。

**原田** 最後に、観光庁のスポーツツーリズム推進室長の坪田さんのご感想等をいただいて、それをもって終わりたいと思います。よろしく願いいたします。

**坪田** 観光庁の坪田です。ここにお集まりの方にも、何人にもいろいろな協力を得ているので、非常にありがたいと思っております。

今日は、パネリストの皆さん、どうもありがとうございます。改めて、スポーツとツーリズムというのは親和性があるというのを痛感しました。それぞれのプレゼンの中に観光という要素が入っていたような気がします。まさに地域活性化のためにスポーツを使う、そして観光の素材を使うということで、かなり一致している面もあるし、その2つが手を組めば、ものすごいパワーになる。宮島の大鳥居からスタートできるなんて、たぶん「いかがなものか」と言った人も多くいたと思うのですけれども、これをやり遂げた力というのはすごく大きい。うちの長官もそうなのですが、突破力のある、想定外のことができる人材という

のが、これは、たぶん大学で養成もなかなかできないキャラクターでしょうけれど、そういうことが大事だなということも思いました。

本当は行政がそういうのを作っていったり、もっと応援していかなくてはいけないのですが、応援する間もなく皆様がこうやってビジネス化されているということで、我々は後追いですが、今後そういうのを広げたり、また、ビジネスチャンスをもっと持たせていただくための支援をいろいろ考えないといけない。まさに、今、原田先生にご協力をいただいて、スポーツツーリズムの振興策というのを検討していますので、皆様のやってきたことを生かして、またそれを力にして発展させたいなと思っております。

丹下さんのプレゼンで、最後のランニングの力ですね。スポーツツーリズムでもそのまま使えるような、まさに人を幸せにするとか、医療費の削減とかというのは、スポーツとツーリズムが合わさることで更にその力を増すような気がしますから、心強かったのと、それぞれのプレゼンで、かなりいただけるものが多かったなという感じが個人的にはあったので、こういう説明の仕方があるのかとか、こういう数字があるのかということで、今日は得したなという気持ちがありました。

実は今日、「スポーツ観光マイスター」という制度を作って、その任命式をやっております。その中で、元サッカー日本代表監督のフィリップ・トルシエさん、もう一人、トライアスロンというキーワードでいえば、トライアスロンの小原工さんもスポーツ観光マイスターに任命させていただきました。そういう方に光を当てて、するスポーツ、そして地域活性化を、特に山陰で力を入れてやっている、ある意味、山陰のスターだということで地元のテレビ局の取材も来ていました。観光庁は、そういう人をどんどん発掘して、応援していく。人に着目していくということでも、こういう動きを広げることができるのかなと思っております。続々、皆様方からもご推薦を受けて、スポーツ観光マイスターという、特に

数に制限はございません、謝金も出ません、任命状とお名刺を渡して、バッジも渡して、国内外でどんどん活動を発信していただくということで、またご協力をいただけたらと思っております。

私、「ランネット」を使って荒川市民マラソンに出ようと思って登録したのですが、当日、暴風警報が解除されなかったせいで中止になってしまって、非常に無念だったと思う反面、練習不足だったのでホッとしたというのもあった。他人に「出るよ」と言って、「すごいね」と言われているうちが華で、いい気持ちだということなので、こういう耐久性のあるというか、本当に大変なのですけれども、チャレンジしようという志自体が人の評価基準にだんだん入ってきていて、だから出たくなる。「あなた、走るんだ」ということで家族からも再評価を受けるといふ、そういうところが、平凡な人生を送っていると、あるという。そういうイベント性を感じて、たぶん出る人が増えているのではないかな。もちろんファッ

ション性とか、そういうものも相まって今のブームが作られているので、その可能性は無限大だなと思っています。

観光庁は、ほかの役所がやらないことは、とにかくやる役所ですので、こういうことに着目して、これからも盛り上げて、持続可能なスポーツ、そしてツーリズムの発展をやっていくことをお誓い申し上げて、最後の感想とさせていただきます。

**原田** どうもありがとうございました。右肩下がりの現象が多い昨今、右肩上がりのアウトドアスポーツの将来は日本にとっても国益になるのかなということですので、是非、今後も皆さんで力を合わせて盛り上げていきたいなと思います。

**司会** 本日は、非常に内容のある、また熱のこもったお話を各先生方にいただきました。それでは、これでシンポジウムを閉会させていただきます。

(終了)

## 平成 22 年度 第 1 回情報交換会

開催日：平成23年1月27日（木）14:00～16:00

場 所：日本教育会館 9階 901号室

### 楽しく健康づくり スポーツと健康とビジネス

#### 《 異業種懇談会 》

－ スポーツの健康づくりにおける役割 －

#### コーディネーター

古屋 武範 氏（株式会社クラブビジネスジャパン 代表取締役）

#### パネリスト

大石 順一 氏（株式会社八王子ゴルフ倶楽部 総支配人）

栗山 雅則 氏（株式会社リバティヒル 代表取締役）

中村 良明 氏（株式会社文教センター 代表取締役社長）

山本 幸治 氏（株式会社イースタンスポーツ 専属プロボウラー）

**司会** 本日は、社団法人スポーツ健康産業団体連合会の平成22年度第1回情報交換会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

開催に先立ちまして、当連合会の会長であります齋藤敏一から、一言ご挨拶を申し上げます。

**齋藤会長** 皆さん、こんにちは。

今日のタイトルは「スポーツと健康とビジネス」、異業種懇談会「スポーツの健康づくりにおける役割」、これを掘り下げていこうということです。

なぜ、こういうタイトルにしたかといいますと、実は、医療産業研究会を一昨年から2年間やって、私も委員だったのですが、そこで医療生活産業というコンセプトを出しまして、病気予防とか、健康な生活を送

れるようにするには、我々この連合会を構成している企業の皆さんに活躍してもらわなければならないというような問題意識が出てきました。それには、品質を皆さんに信頼してもらわなければならないということで、経済産業省から委託を受けまして、医療・介護周辺サービス産業創出調査事業の一貫として品質認証調査をこの連合会が受託して、現在やっております。

我々スポーツ健康産業団体連合会は、スポーツから始まって、そこに健康が加わったということですが、もちろんアスリートを育てるスポーツ産業はあると思いますが、健康になるためのスポーツ産業、あるいは生活をエンジョイするためのスポーツ産業ということで、エンジョイしながら健康になるというような切り口で議論して頂くために、今回、場を提供するクラブの皆様方

の代表、論客に集まっていたいております。

是非、活発にご議論いただきたいと思っております。

**司会** ありがとうございます。

各講師の先生方を簡単にご紹介させていただきます。コーディネーターは古屋武範先生。1962年山梨県のお生まれで、85年に早稲田大学を卒業。2002年、株式会社クラブビジネスジャパンを設立。「フィットネスビジネス」「NEXT」「LIVE」や学生向けの「フィットネスビジネス リクルートマガジン」を創刊。求人サイト「フィットネスジョブ」やWeb事業を統括する株式会社フィットネスオンラインを設立。現在、フィットネス産業協会の理事として業界の発展に尽くされております。

大石順一先生です。社団法人日本ゴルフ場事業協会理事、また、株式会社八王子ゴルフ倶楽部総支配人でございます。協会の理事就任後、ゴルフ市場活性化や環境保全問題等について積極的に取り組まれるなど、ゴルフ場業界の発展に努められております。

栗山雅則先生です。社団法人日本テニス事業協会副会長、株式会社リバティヒル代表取締役。新しいテニス理論を武器にジュニア育成に励んで、多くの選手を全国大会に送り出すなど、テニス業界の発展に尽力されております。

中村良明先生です。株式会社文教センター代表取締役社長。1985年に同社に入社し、フィットネスクラブの営業企画、広告販促を担当されて、1995年から開発本部長としてスポーツスパスリエの店舗開発をご担当。2008年、社長にご就任。現在、フィットネスクラブ業界の発展にご尽力されております。

最後になりましたが、山本幸治先生は、1971年兵庫県のお生まれで、1994年東京大学教育学部を卒業。1995年、株式会社イースタンスポーツに入社。米国プロボウリング協会公認プロボウラーの資格を取得され、ボウリング講師・解説等のテレビ出演や著書が多数ございます。現在、ボウリング業

界でご活躍され、その発展に努められています。

本日は、「スポーツの健康づくりにおける役割」をテーマとして、「スポーツと健康とビジネス」についてお話をいただきます。

それでは、よろしくお願いいたします。

**古屋** スポーツ・健康・ビジネスですから、省略すると、SKBということになります。AKBのようにフレッシュで活発な意見交換ができましたらと思っています。

テーマのとおり、今日は「スポーツの健康づくりにおける役割」について話さないということです。ビジネスという要素も入っていますので、異業種の中のアイデアを自分の業界の課題みたいなところと掛け合わせて、何かソリューションを、あるいはアイデアを頭の中で思い描くような、そんな進め方、ディスカッションができたらなと思っています。

それでは、1つ目の問いかけに入ります。まず、それぞれの業界の簡単な状況、プロフィール、それぞれの事業モデルの特徴、それから、経営状況とか運営状況とか簡単にご説明いただければと思います。

大石さんからご説明をお願いします。

**大石** 八王子カントリークラブで支配人を務めております大石と申します。

「ゴルフ場業界の現状と対応策」と書いたレジュメをご覧になっていただくと、ゴルフ場業界って大変なところなのだなと分かっていただけだと思います。

1つ目ですが、バブル期～平成21年、一昨年まで、ゴルフ場業界は、どのような売上げの推移あるいはゴルファーの推移があったのかをまとめています。ゴルフ場というのはゴルファーがあって初めて経営が成り立つわけですが、平成4年は全国で約2千カ所のゴルフ場がございました。年間利用されたお客様の数は約1億人と言われております。年間の売上げが1兆9千億円。その時の客単価が約19,000円。平成21年には、ゴルフ場の数だけ増えまして、2,445のゴルフ場。プレイヤー自体は約9千

万人ですので、10%くらい減少している。ところが、年間の売上げを見ますと、ゴルフ場自体の売上げは1兆9,000億円から1兆円に落ちている。客単価ですが、これが約1万円。19,000円から比べますと約40%の客単価の減少が起きている。その結果どうなっているかというところ、下段に書いてあります1ゴルフ場当たりの売上げが、平成4年には10億円弱の約9億6千万円、平成21年には約4億円、売上げの減少率からいうと60%売上げが減少している。どこまでいってもデフレの状態、デフレスパイラルの中で仕事をやっている。やればやるほど客単価が落ちるといようなのが今のゴルフ場の業況です。

もう一つは、先行きの問題。「レジャー白書」等のデータから申し上げますと、現在、30歳代の方がどれくらいゴルフをやっているかというところ、2008年の資料では30歳代の方が11%、要するに、100人いれば10人がゴルフをやっている。ところが、今から15年前くらいの1995年では、30歳代の方は、10人いれば3人がゴルフをやっていたというような時代がございました。年々ゴルフに対する同一の参加世代の割合が落ちてきているということと、ゴルファーが高齢化しているということが言えると思います。これは国内の市場しか対象にしていらない産業すべてに言えることだと思いますが、団塊の世代がリタイアしていく過程において、ますます市場の規模が小さくなっていく。「レジャー白書」によれば、1,000万人、今、日本にゴルファーがいると言われているのが、2020年には約700万人に減少するだろうというふうなことが書かれております。

今、30歳代の年齢層の方は、5歳刻みで考えると、1歳当たり160万人しかなくて、5歳で約800万人ですから、その11%で90万人くらいゴルファーがいる。ところが、先ほど申し上げました団塊の世代というのは、5歳の年齢層で1千万人という人間を抱えていて、その21%がゴルフをやっている。この21%の人たち、217万人というのは、これから自然に減っていくわけです。収入がなくなるとか、年金生活者になると収入が減る。ゴルフをやっている金がない

というようなことで自然減していくし、極端なことをいえば、亡くなる方も出てくる。市場規模は、単純に言うと1年たつと、25万人くらいゴルファーの数が減る。そのような業界構成の中にある。

それで、平成4年には2千コースだったのが、平成21年には2,400コースに増えている。400も増えている。ゴルフ場って本当になくならないねという話。この中にも、ゴルフ場の会員権を買われて、民事再生とか会社更生法になり、何百万円という会員権を買ったのだけれど、ほとんどゼロに近くなったという被害を被られた方もいらっしゃるのではなかろうかと思えます。ゴルフ場の場合、バブル崩壊後、20年ちょっと欠ける年数の中で、民事再生とか会社更生でつぶれたゴルフ場が817コース。その負債総額は15兆9千億円。だいたい1ゴルフ場につき200億円ずつ、法的整理という名目の下に、一般の方々にご迷惑をかけてしまっているというのが現在の実情です。

じゃあ、つぶれたゴルフ場がどうしてなくなるのかということ、装置産業ですので、つぶれたゴルフ場を別のものに使おうと思っても、1ゴルフ場、18ホール単位で100ヘクタールくらいの土地を持っていますので、100ヘクタールを別のものに転換しようと思っても非常に難しい。やむなく外資に買われたり何かして仕事を続けていく。そうすると、設備投資をしたお金は全部損切りされていますので、安いコストで経営ができるということで、価格の低下現象が起きる。1カ所のゴルフ場が価格の低下を起しますと、お客さんは安いほうがいいから、そこへ行きます。そうすると、健全な経営を続けているゴルフ場まで全部巻き込まれて倒産する、というようなことが現状で起きている。ここへ来て、少しゴルフ場の倒産件数も沈静化してきているのかなと思えますけれど、業界全体としては、そのような問題が大きな問題としてあります。

それと、ゴルフあるいはゴルフ場というイメージが、色眼鏡をかけて見られてしまっているようなところがなきにしもあらずだと思っております。それは、スポーツを

やって税金を取られるのは、消費税は別ですけれども、単体のスポーツをやって税金を取られるのは、ゴルフ場でゴルフをやったときだけです。1日ゴルフをやりますと、平均的に800円、地方税、ゴルフ場利用税という税金が取られています。健康のために運動を行って税を払わなければいけないというのは、あまり世界でも類がないと言われている。富裕層の遊びなのだから税金をかけても平気だろうという安易な発想が、どうも、あるような気がする。

あるいは、公務員の倫理規定に、利害関係者とのゴルフは禁ずると書いてある。そうすると、公務員の人も、利害関係者でない人とゴルフをやっている、あまりおもしろくないのでゴルフをやめてしまう。なぜゴルフだけがそう言われるの、という部分が一つはあります。

もう一つは、農薬問題です。過去、今から20数年前に、ゴルフ場で使用した農薬、残留農薬のために養魚場の魚が死んだというような大きな事件が北海道で発生したことは確かにあります。けれど、ここ数年、環境省が全国のゴルフ場の近くで、ゴルフ場で使った農薬がどういふふうに関川等に影響があるかというので、約3年間かけて3,300くらい水を採取して検体を取っている。その中で、農薬の基準値、環境に与える、あるいは健康に与える基準値をオーバーしている件数はゼロです。ゼロですが、「ゴルフ場で使用される農薬による水質汚濁の防止に係る暫定指導指針」というのが環境省で決まっている。どうも、ゴルフとかゴルフ場というのは、スポーツというところ以上に、国とか行政とかというのが、やや違った目で見ている。農薬というのはゴルフ場だけが使っているわけではない。お米を作るときも、作物を作るときも使っているけれど、このような基準が環境省で定められているのはゴルフ場業種だけです。この農薬は稲に使っていいですよとか、この農薬は果樹に使っていいですよという決まりは、農薬の登録でいろいろなところがあるのですけれども、それを使用した結果どうなっていますかという暫定指針、その指針を超えてはいけませんよというような

基準が設けられているのはゴルフ場だけです。これは、はっきり言うと、業界全体の業績が低下しているよ、ゴルファーの数が将来減るよ、あるいはゴルフ場内部の問題として民事再生・会社更生法の適用で一般の方にご迷惑をかけているよ、それプラス、まだまだゴルフというものを取り巻く環境整備をやっていかなければいけない業界であるということを最初にお話し申し上げておきたいと思います。

**古屋** ありがとうございます。

では、栗山さん、お願いします。

**栗山** 栗山でございます。

まず、テニスの現状ですが、テニスは、天皇陛下、皇后陛下が軽井沢でのテニスということで、1960年くらいに第1次のブームがありました。それから、1975年くらいからテニスの本格的なブームがあり、ボルグ、マッケンローの時代、服が売れたり、テニスをしない人でもラケットを持っているというような時代がありました。その時に、日本の、特に関東を中心として、テニスクラブがたくさんできました。その頃に、少しずつテニススクールも出てきました。そのあと、伊達選手、松岡修造選手のように世界を駆け回るスターが出てきて、テニスの黄金時代が80年代～90年代にかけて来ました。

ところが、現状では、テニスクラブが東京にもたくさんありましたが、だいぶ減ってきました。それはなぜかといいますと、テニススクール、テニスクラブ、特にテニスクラブのほうで、10面くらいコートがあれば、これの固定資産税が、1980年くらいから比べて、だいぶ固定資産税が上がりました。相続税のほうも70%というふうな非常に高い税率がかけられていまして、やっとな今、50%。今度、民主党の政策で、また55%に上がるのではないかといいふうになっております。事業継承をするにあたり、固定資産税、相続税といったものが事業継承をしにくい要因になっております。

少し前ですけれども、「テニスの王子様」がマンガから始まりましてアニメ化され、

今はミュージカルにもなっていますが、この時にジュニアの生徒が非常に増えて、ジュニアバブルみたいなのが2000年～2005年くらいにかけてございました。その時に、ジュニアが増えているけれども、テニススクールでは、ジュニアは大人と比べますと一ヶ月当たりの単価が少し安いものですから、そこで利益をたくさん上げることがなかなか難しくなっていました。実際には、今、ジュニアのほうも景気の低迷がございましたので、テニススクールの生徒は減少傾向になっております。

今、インドアのテニススクールが増えておりまして、夏でも涼しい、冬でも暖かい、雨でも雪でもできるということで、これからもいいのではないかと考えております。

現状、なかなか新規の生徒さんが入りにくいというところがありますが、業界としては、一人ひとりのスタッフのソフトの部分、コーチとしての技量の部分、あるいはフロントの部分で一所懸命に勉強しようということで、テニス事業協会としてもテニスプロデューサー制度をしながら、一人ひとりのテニスに関わる人たちの社会人としてのレベルアップ、あるいは経営を頑張っていこうということで、いろいろな勉強の機会等を作りまして頑張っておるわけです。

当社は、テニスブームの時、1982年に、自由が丘にあります「自由が丘インターナショナルテニスカレッジ」、その後、有明のアカデミーです。有明テニスの森公園、コロシウムもございますけれども、日本テニス事業協会と東京港埠頭株式会社さんのコンソーシアムで、5年前に指定管理者として有明で、主にテニス事業協会はソフトのほう、トーナメントですとかスクール、いろいろなイベント等をやっておりまして、当社もテニススクールを出しておりまして、現在、ジュニアと一般のテニスアカデミーをやっております。有明のほうは、おかげさまで、江東区は非常に人口が増えておりまして、マンション等も増えております。特に当社としてはジュニアの育成を今まで一所懸命にやってきたものですから、選手もおり、今、一般の生徒さんとジュニアの生徒さんがだいたい6対4くらいです。現

在、両方を合わせまして約2千人の生徒がおります。

当社の場合、テニススクールをメインで始めましたけれども、2000年からフィットネスのリバティヒルクラブを始めまして、そちらでは、テニスと違ひまして、フィットネスということでやっております。このリバティヒルは入会金が当初30万円でした。バブルの頃は比較的高額の、何百万円というようなスポーツクラブがたくさんありましたが、現在の価値とすると、おそらく当時の10分の1くらいの価値です。現在、10年たちまして、リバティヒルクラブは、キャンペーンということで入会金を20万円に下げしております。

当社の場合、リバティヒルで施設管理とか、屋上にテニスコートがございまして、比較的高級な形でやっております。ここで培った施設管理と、テニスを今までやってきたものですから、いろいろなイベント等もやっています。指定管理を有明だけではなくて、現在、日本テニス事業協会の指導を受けながら、豊島区、目黒区、町田市と、世田谷区は当社だけで小さいところを取りました。施設管理の部分である程度、経費の削減をしながら、自主事業でもってテニススクール等を豊島区で行っております。

当社の取り組みとして、複合化を図りながら指定管理も力を入れながら、これから前に進めていきたいと思っております。

**古屋** ありがとうございます。

では、中村さん、お願いします。

**中村** 文教センターの中村と申します。フィットネスクラブ、フィットネス業界を代表して、ご説明させていただきます。

当社は、現在、神奈川県5店舗、東京2店舗、埼玉県5店舗、計12店舗を運営している会社です。もともと文教大学の学内のプールでスイミングスクールを始めました。これが1969年で、当時、大学の一事業部として大学内の事業部として発足したというのが前身です。その後、学校法人の枠内では営業展開がしにくいということで、1976年、株式会社文教センターを設立し、スイ

ミングスクール事業を移管しました。株式会社になった時点で、学内のプールだけでやっているのではなくて外に打って出ようということで、外に出店をしていくという経緯になっていきます。1987年以降、12店舗をオープンさせたという状況です。現在、会員数は3万6,000名、売上げは38億くらい。業界の20位くらいの中堅どころの会社でございます。

幾つか実際のクラブの例です。こちらが一之江店で、初歩的なお話をさせていただくと、プール、ジム、スタジオという三種の神器に対して、今はいろいろ付帯的なものを付けている、このようなものがフィットネスクラブの基本的な施設・設備ということです。写真の中に和室が入っていますが、メンバーズサロンのようなものをちょっと和風に仕立て上げるというようなこともしています。

こちらが鴻巣店で、同じような形で、このような施設をやっているというところで。近年では、右上にお風呂の写真がありますが、こちらは天然温泉をタンクローリーで運んできて、那須塩原の温泉を提供するというのもしております。

鷺沼店では、これは練習場ですが、ゴルフの打ちっ放しの施設が、建物の側面から打ち出す形で20打席というような施設もございます。体育館、アリーナのようなものを持っている施設、また、下段の右手、テニスですが、奥側の建物がフィットネスクラブですが、もともとオーナーさんがテニスクラブを経営されていて、今、隣り合わせでジョイントしてやっているという形です。今回、参加いただいている各界の方に関係している写真をちょっとご紹介してみました。

右上の施設、これは岩盤浴の写真です。あざみ野店だけ、プール、ジム、スタジオの三種の神器のプールがない施設なのですが、それに代わりまして、このような岩盤浴の施設、またスタジオで、ホットヨガスタジオというようなものを入れて展開しているクラブもやっております。

今日は、スポーツ、健康、ビジネスという3つのテーマがありますけれども、ビジ

ネスモデルとしましては、私以外の各業界の方は、ゲーム性、競技性のあるスポーツということを基軸にしたビジネスでありますけれども、私どもは、健康を基軸に置いた上で、競技性、ゲーム性のあるスポーツを付帯的に提供しているような形が、ビジネスモデルとしては違うところだと思います。収益構造としては、月会費制の定額の会員制というのが主たる収益源。それに対して、利用の都度支払う利用料というものは、なくはないですが、ほとんど収益源ではないという点がビジネスモデルの違いということになると思います。

それでは、業界について触れさせていただきます。こちらはフィットネス業界の現状ということで、日本、アメリカ、イギリスの3つの国の状況です。日本の現状の参加率及び売上げというのは、アメリカ、イギリスと比べても決してよくないという状況にあります。ちなみに、この参加率というのは、基本的には定期的に一定量の利用をしているという考え方の参加率で、体験的に利用したというのは含まれていない状態での参加率です。この10年間で日本は1.4倍程度しかマーケットが伸びていない。アメリカは、ほぼ2倍。イギリスは4.7倍で、各国が非常に伸ばしているのに対して、日本は伸び悩んでいるという現状にあります。

日本のフィットネス業界の業績の推移は、3年連続マイナス成長というような流れです。ゴルフで出てきたような極端な落ち込みというか、この数字自体は極端なものではありません。また、ボウリングのほうも、もうちょっと浮き沈みが激しいような気はします。ビジネスモデルからすると、これくらいのマイナスが結構苦しいという状況になります。

新設数があつて、総施設数は伸びていません。2005年2,049に対して、2009年3,388というところまで伸びています。どうしてこれだけ増えているのに、こんな状況なのかというと、小型の専用施設が大量にできて、それが施設数にカウントされているということです。例えば、512店舗オープンした2007年の場合で、サーキットトレーニングの単独施設が391カ所、それ以外の単機能施

設が48カ所、総合のスポーツクラブというのは73カ所というような比率になります。近年、単機能の小型の施設が多くできているということで総施設数を押し上げているというような状況にあります。

スタッフの正社員数は減り加減で、その分、パート・アルバイトが少し増えていています。私ども、アンケートで受けていたのですが、正社員とパート・アルバイトを合わせたのが36.4名、指導員が30.2名、指導員以外の職務の人が6.2名相当というようなイメージです。そんなような従業員がフィットネス業界で働いていて、それが平均的な姿であるということになります。

次に、大手5社の業績推移です。売上げは伸びているけれど利益は落としているというのが基本的なイメージです。ただし、売上増に関しても、店舗数の拡大に見合う売上増ができていないというような感じになると思います。ルネサンスさんは店舗数の拡大と売上増が合っている感じはします。おしなべてそういう傾向だと思えます。

業界全体としては、どうしてこうなっているのか、明確な原因その他、見極めきれないという状況ですが、消費者ニーズの多様化、ライフスタイル・購買行動の変化というものがあって、それに対応しきれない我々事業者というような形の中で、いろいろ試行錯誤中というところになります。

**古屋** ありがとうございます。

では、山本さん、お願いします。

**山本** 皆さん、こんにちは。プロボウラーの山本です。

ボウリングと聞いたら、ある意味、日本国民に一番近いスポーツですけど、スポーツとして考えたら、ボウリングって結構遠いのかなと思います。我々、ボウリングも、まだまだスポーツとしての研究は進んでいませんので、今日は、ほかのスポーツのスペシャリストの方々から、ほかの業界の方々から勉強したいなと思います。

「レジャー白書」にあるとおり、ボウリングというのは、毎年、スポーツの中で一

番の参加人口を誇っております。マラソン、ジョギングに抜かれることがあって、最近ではマラソンが増えていますので、ボウリングが下位になってしまうのですが。活動回数のところは非常に問題で、4.6回ということ。皆さん、ファミリーで一緒に行かれる方は年に1回くらいですけど、スポーツとしてボウリングをされている方は週に1回行きます。それで平均的に4.6回になっているということです。

私自身もプロボウラーですので、プロスポーツの賞金額を出したら分かりやすいかなど。2010年、男子で一番稼いだのは2,100万円。これは、実は、パーフェクト、300点を出したら1,000万円という報酬がかけられていて、川添プロが300点をテレビの決勝戦で出しまして、1,000万円を獲得してこの賞金です。他のスポーツに比べると、桁が違って少ない。当然、私の賞金も天文学的に少ない。ゴルフなんかは非常にうらやましくて、大石さんなんかは、とてもいい業界にいらっしゃるかなど、指をくわえて見えています。

ボウリング界がどんな歴史を歩んできたかを簡単に申し上げますと、長崎の出島、鎖国の時代にボウリングサロンがオープンしました。坂本龍馬が最初のボウラーではないかと言われています。実は、この年から今年150周年を迎えて、ボウリング場協会としてもいろいろイベントを組みます。

昭和27年、これが民間の初のボウリング場ですけど、青山にできました。東京ボウリングセンター、今はこのボウリング場は吉祥寺の方に移転したんですけど、石碑が立っています。

ブームを迎えたのは昭和46年、須田開代子さんとか、中山律子さんとか、テレビに多く出ていた時です。46年、47年、48年と絶頂を迎えました。当時のボウリング場数です。合計を見ると、一番多い時で全国に4,000カ所、ボウリング場がありました。

どん底を迎えたのは76年、これは73年にオイルショックがあったのが大きいのですが、その3年後です。この時に落ち込みましたが、それ以降は安定的になっていたのですが、最近はやっと落ち込みが激しいで

す。総売上も、1,500億円から、今は800億円くらい。イメージとしたら、ボウリング場1軒当たりで1億円くらいの売上げがある計算になります。リーマンショックが2008年、だから、73年からの3年後の76年のどん底と同じように、また2011年が一番怖い年にボウリング界はなるのかなと危惧しております。

ボウリング場というのは幅広い客層が一番の特徴なので、いろいろ工夫しています。ハウスボール、ボウリング場で借りるボールですけれども、最近では5つの指が全部入るボール、普通は中指、薬指と親指ですけど、これによって小さなお子さまからプレイできるようになっています。一番軽いので4ポンドからあります。1ポンドは453グラムなので、1.8キロくらいが一番軽いボールです。バンパーレーンとは、壁が出て、小さなお子さんが投げてもガターに落ちない。これで幅広い年齢層を取り入れている。

古屋さんが、私に、アンカーなので落ちを言えということなので。

先ほどのバンパーレーンとかけまして、売れない芸人のネタとときます。

その心は？

落ちがない。正解。ありがとうございます。

落ちがないということです。

こちらは、ボウリング場協会主催でやっています「宮様チャリティボウリング大会」といって、身体に障害のある方々をご招待して、盲導犬とか、イヌなんかも入りながらボウリングをされている。スロープみたいな滑り台を使ってやったりしています。

ボウリング場協会で、平成8年から「長寿ボウラー番付」というのを発表していますが、月に1回以上、定期的にボウリングをされている方、当然、マイボールを持って、スポーツとして健康のためにボウリングをされている方の人数です。平成22年度、男性で80歳以上が1,359名。女性は75歳以上を集計していますが、1,859名です。夫婦編は、夫婦で150歳以上の方が259組。毎年毎年、伸び続けております。

私が所属しているイースタンスポーツというのは会社で、ボウリング場の名前はスターレーンです。岩手県から福岡県まで10カ所で経営しております。

ボウリング場を経営しながらプロボウリングトーナメントも行って、アメリカのトッププロボウラーを20名くらい、毎年、招待しまして、日本のトッププロボウラーと争う「JAPAN CUP」という大会を行っています。2005、06、07、09年は千駄ヶ谷の東京体育館に特設レーンを敷いて決勝戦を行いました。だいたい3千名のお客さんがいらっしゃいました。普通のボウリング場でトーナメントを見るとなると300名くらいが限度なのですが、こういう体育館とかを利用すると3千名くらい、10倍くらいになります。

イースタンスポーツのロゴとキャッチフレーズ「ココロ・カラダ・元気！」とあります。こちらのほうで経営しております。

**古屋** ありがとうございます。

現状をお聞きしますと、やはり、どの業界も結構苦勞されているなというのが分かりました。

テーマが「スポーツの健康づくりにおける役割」ということですので、それぞれご自身がビジネスとして関わられているスポーツが、生活者の方々の健康づくりにどれくらい役に立っているとお感じになられているのかという部分をお話していただきたい。大石さんから順にお願いします。

**大石** ゴルフ場のことで申し上げますと、厚生労働省は、1週間で23エクササイズをやれと。これは、通勤の時でも、家庭の中で掃除をやっている時も全部含めて、23エクササイズをやりなさいよということです。ゴルフ場の18ホール、歩いて回るとどのくらいか、乗用カートに乗ったらどのくらいなのかということで申し上げますと、乗用カートでプレイすると、だいたい1ラウンドで8エクササイズくらい。歩くと、だいたい11エクササイズくらいだそうです。まるっきり乗用カートを使わないで万歩計を付けていますと、アベレージゴルファー、

要するに90~100くらいのスコアの人で1万8千歩くらい。乗用カートに乗ってゴルフをやりましても、そんなに大きくは減らなくて、だいたい1万5千歩くらいです。ただ、一つだけゴルフは悪いことがあるのです。うんと飛んで250ヤード、石川遼のように300ヤード飛ぶ人は、約300m近くずっと歩くからいいですけど、私のようなヘボゴルファーは、150ヤード飛んで、チョコチョコと歩いていったら、また打って、チョコチョコと歩く。あるいは、その間に、ほかの人が打つのを待っている。とどまっている時間があるので負荷時間が短いのです。連続時間にならない。そこにゴルフの大きな問題点があると思っています。

ただ、ゴルフは手と足を意外と使うのです。これはどんなことでも同じだと思うのですが、うちの会員の方で脳梗塞を患われて、1人だけではなくて3人ほどいる。ゴルファーというのは高齢で、うちの会員の方の平均年齢は66歳近くいっていますので、軽い脳梗塞というか、左半身不随になったり、右半身不随になったり、言語障害が出たりする人が結構いる。でも、すごいゴルフが好きなので、どうしてもやりたいと一所懸命にトレーニングをして。私が一番印象に残っているのは、脳梗塞になられた時が60才くらいで、その時のハンディキャップが11、その方が、今、5年たって、ハンディキャップは16に落ちていますが、5つ落ちたというのは本人にとっては大変なショックらしいですけども、私から見ると、病気を患って、3カ月くらい療養して出てきた時にはクラブを持つのがやっとだった人が、今はちゃんと180ヤードくらいドライバーで打てるようになってきている。そういう点において、ゴルフというのは一回一回の負荷運動量は割に低いですけども、それを一所懸命に持続することによって、脳梗塞とか、そういう障害を克服できる。本当に、最初は車椅子に近い状態の方だったのですが、今は平気で歩いてゴルフを続けられている。こういう点では非常によかったことだと思っています。

**古屋** ありがとうございます。

**栗山** テニスのほうですが、テニスをしたら健康になるのですが、健康になるというイメージが業界的には確立できていないと思う。実際に、うちのテニススクール、あるいは近くのテニスクラブのメンバーさんを見ていると、60代でも、70代でも、商店街であまり運動をしないような方たちと比べると、10歳くらいは見た目も、歩き方も若い。テニスをしている人は、瞬間的に速く動いたり、あるいは時々ジャンプをしたりしますので、非常に足腰が強い。テニスをする方でもゴルフをする方がいると思いますが、ボールも飛びます。テニスをするということは非常に健康だということです。

我々は80年代にテニススクールを始めましたが、ずっと10年、20年続けているような方もいらっしゃいますし、週に1回でも継続しているということは非常にありがたいと思いますし、テニスクラブですと、週5回、女性の方で毎日のように何時間もやっている方は本当にお元気だと思います。ただ、逆に、やり過ぎてしまうと、肘が痛いとか、肩が痛いとか、手首が痛いとかということになる。うちのほうでケアもしているのですが、やり過ぎると、やはりなかなか難しい。適度に、あるいは、当社の場合はフィットネスとうまくコラボレーションして、フィットネスのほうである程度身体を鍛えながらやると、より長く生涯スポーツとして続けられる。

残念ながら、60歳から、あるいは70歳から始めてどうなのだろうということは、道具を使うスポーツなので難しいとは思いません。若い時にやった人は、20年やっていなくても、新たに始めると、できるという、自転車と同じようなことはあるかと思いません。

**古屋** ありがとうございます。

**中村** 今の質問ですが、フィットネスは立ち位置が、健康づくりにどれくらい役立っているかということについては、役立っていないければ存在がないというようなところの話ですので、それが生業というところで

ございます。ただ、その中で、お客様が求めているフィットネスに通った成果、お客様が求めている成果に本当にたどり着けているのかということが、今、いろいろ業界内では議論されているという状況です。

どんな方がいらしているかというので、私どものクラブの入会目的についてのアンケートをちょっとだけご紹介します。入会目的、シェイプアップ目的30%、運動不足解消15%、基礎体力維持・向上が15%、ダイエット10%、筋力アップ10%、ここまでで約80%。そういう健康に関する行為で80%ということになります。そして、ストレス解消というのが約10%。精神的な健康も含めると、90%くらいがそれを求めて来ていますという状況です。スポーツの技能向上という目的を挙げて入会した人というのは、当社では2.8%、3%弱というような状況です。ただ、これは設問の仕方とか、複合的な目的を持っているものがこのアンケートでは表れていないという状況がありますので、実際にはそこまで少なくはないと思います。

お客様の特徴としては、平均年齢になると46.4歳というのが当社の平均的な姿。そして、男女比は、女性55.6%、男性44.4%というのが当社の状況です。

**古屋** ありがとうございます。

では、山本さん、お願いします。

**山本** ボウリングでは一人の例を挙げてご紹介したいと思います。先ほど出た長寿ボウラー番付で、ずっと女性でナンバーワンだった鯉渕信子さんという方です。今、女性のトップは97歳、男性は99歳です。鯉渕さんは大正元年生まれで、もし生きておられたら、今年で99歳です。2年前に亡くなりました。

そのおばあちゃんは、週に2回、ボウリング場に通って、3ゲームずつ投げられていました。重さは6ポンドで、アベレージは70点くらいだったかなと思います。取材に行くと、「ボウリングって、鯉渕さんにとって何なのですか」と聞いたら、「これがないと生きていけないのよ」と。週に1

回か2回、ボウリング場へ行くのが何よりも楽しみで、「100点以上出たときは、喜んで、その夜、寝られないのよ」と言われていたのです。寝られなかったら健康に悪いじゃないと思いますが。そのくらい100点を取って喜んだりして。

その方は、神奈川県向ヶ丘遊園ボウルというボウリング場で投げられていたのですが、平成21年の春に、そのボウリング場が閉鎖になったのです。閉鎖して、2、3カ月かな、そのあとに亡くなりました。いかにそのおばあちゃんはボウリング場に行くのが楽しみだったのかなと思うようなエピソードでした。

**古屋** ありがとうございます。

それぞれ、テニスだったらテニス、ゴルフだったらゴルフをやる、こういうふう健康になるのだというふうな、スポーツの健康価値みたいなところを前面に出してマーケティングをする、いわゆる健康マーケティングのようなアプローチというのをお取りになられているかどうか。あるいは、お客様だけではなくて、地域のまだお客様になっていない予備軍の方たちにも、そういう啓発的なことをされているのかどうか。その辺の事例がありましたら、お話しいただきたいと思います。

**大石** 本業は八王子カントリークラブというところの支配人をしております。ゴルフ場の経営形態は、社団法人のゴルフ場、株主会員制のゴルフ場、預託金制のゴルフ場、パブリックのゴルフ場がございます。うちのクラブは株主会員制のゴルフ場で、会員の方々が一人ひとり出資してゴルフ場ができあがっているという、これは全国2,400のうち200カ所くらいしかありません。

今のご質問ですが、健康価値創出は、会員の方々のゴルフ場を通じてのコミュニケーションをどう高めて、ゴルフ場に何回も何回も来ていただくことです。そのことが極めて大事なことです。ゴルフ場というのは緑がきれいで、来るだけで気持ちのスッと晴れますので、ゴルフをやらない人でもどうぞ、ご飯だけでも、ここにおいでの方

もお食べに来られたらよろしいかと思います。

今やっていることというのは、ストレッチ。意外とゴルフは簡単にできるというか、朝起きて、ゴルフ場に行って、準備運動もストレッチもしないでゴルフをやって、お風呂に入って帰ってしまうという方が非常に多い。今、うちのクラブで何をしているかという、ストレッチングルームを男女別々に作りました。そこでストレッチをしていただいて、それからゴルフに行っていて、終わったら、またストレッチをして帰っていただいて、一日でも長くゴルフを継続していただけるようにしたい。クラブとしては、メンバーの方、あるいはビジターの方も同じようにその施設は利用できる、利用していただく。

そこで、フィットネスクラブの方をお願いしたのですが、ゴルフで使う筋肉は、どういうストレッチによってケアをしなければいけないというようなことをもう少しゴルファーの方々に広めていかないと、誤ったストレッチをやっている人がいっぱいいるのです。そんなことをしたってしょうがないだろうと思うようなことをやっている人がいるのです。そういうようなことも、異業種の方と、フィットネスクラブの方とか、そういうところとご相談しながら、ゴルファーの人が来たら、こういうところの筋肉はケアしておかなければダメですよというようなことも教えていただけると、ゴルフ人口の拡大にもつながるし、長続きするゴルフをしていただけるのかなと思っています。

**古屋** 今日は、フィットネス業界の人がいっぱいいらしている、あとで大石さんのところにアプローチしてみてもどうでしょうか。

**栗山** 今、日本テニス事業協会で各施設にAEDを設置しています。前の日にちょっと飲み過ぎて、急にテニスをやったら、ちょっと倒れたというケースがありまして、心臓がけいれんを起こしているような状態になってしまった。そういったときに

AEDを推奨しております、年に、だいたい平均1人くらいですかね、テニス事業協会の会員さんのほうで何とか命をつなげられたというケースがありまして、こういったことは、業界として、やってよかったなと思っております。当社にも置いてあります。今、スポーツクラブには、各階に1台ずつ置いてあります。

テニスで痩せるというのがなかなか定着しなくて、当社でもエアロテニスというプログラムがあり、エアロビクスエクササイズ、ボクササイズに似たフィットネスであります。テニスはゲーム性が高いので、テニスで痩せるというイメージがなくて、宣伝をしても、いろいろやっても、なかなか定着しないというのが現状です。

テニスをしすぎると、どうしてもケガをするとかということがありますので、当社の場合、テニスのほうでも整体院というのを、柔道整復師の人に、一人、社員になっていただいて、特にテニスエルボーですとか、肩が痛いとか、手が痛いとか、そういった方たちに、治して、また続けていただきたいということと、ジュニアの選手のケアをする意味で、そういった取り組みをしております。

**中村** この質問に関しましても、健康価値の遡及ということでは、当業界としては当然ということでもあります。フィットネスクラブとしては直球的な感じの質問になるのですが。

ゴルフをやられる方が、どういうところを鍛えたらいいかわからないなんていうことで、私のほうは、その逆説的なお話をさせていただきますけれども。逆に、フィットネスに通う人が本当に健康になったということ。痩せたとか、数値だけを求めて来ているわけではなくて、実際には、健康になった身体で、おいしいものをおいしく食べるとか、身体を動かしてこんな楽しみをしたとか、ここで出ている幾つかのゲームスポーツ等でいいスコアが出るというようなことを求めて、それがあって初めて健康の価値を自分自身が確認できるということがあるので、我々は、健康の価値を前出し

にして、そこから先にある人生のエンジョイとか、スポーツを楽しむというところへの、逆にそこへのつなぎというところをマーケティングして、もうちょっと提供できないかというところがポイントかなと考えています。

お客様が求める成果というお話をしましたが、その成果が本当のところ何なのか。体重を何キロ落としたいということだけが成果ではなくて、サイズダウンして、きれいなドレスが着たいとかということ、具体的にもうちょっと落とし込んだ形で、その目的にピッタリ合わせた提案・提供ができないか、なんていうことで日々思い悩んでいるという状況です。

**古屋** 最近、感動作文集みたいなものや、エモーショナルなビデオのようなものを作ったりとかしているところも多いですね。

山本さん、お願いします。

**山本** 実は、当社では、むしろ健康を前面に打ち出して営業展開をしています。地域住民の方々に健康を提供しながら、最終的にはQOLを高めていただくというような活動をしています。

具体的には、LTBという方式を導入しています。Learn to Bowlの略なのですが、これは、1970年代、アメリカで開発されたボウラー定着のためのプログラムです。それを1990年代くらいから日本でも取り入れるようになって、当社でも積極的に取り入れています。

具体的には、初心者の方々に、ボウリング教室をやりますよというわけです。無料に近いです。お金を取ったとしても、マイシューズ付きで2、3千円くらい。週に5、6回、1回の時間が90分～2時間くらいで、ボウリングの教室をやっていきます。最初の30分くらいは、DVDを見ながら座学です。この中で何を教えるかといったら、例えば、生活習慣病予防にはボウリングがいいよとか、有酸素運動が結局は脂肪の燃焼につながり、例えば「豊かな(QOLが高い)生活」ができますよとか。あと、ボウリングでいう

と、ボールを転がすのはコロコロですね。ボウリングで倒すのはピンですよ。だから、ピンピンコロリという、PPKは、まさしくボウリングのためにある言葉じゃないかと。そんな感じで、この教室で洗脳するわけです。週1回ボウリングをしないと健康にならないよということを懇々と説くわけです。そうすると、5、6週間もすると、「週に一回はボウリングをしないとダメかな」と思って、そのあともするのです。

ゲームも投げるのですけれども、ボウリングがうまくなるというよりも、ボウリングをいかに続けるかという継続のためのメリットのほうに重きを置いています。

テキストとDVD、これはボウリング界の中で、私が知る限りでは、ほかのチェーン店では1カ所か2カ所くらいしか持っていないのかなと思います。ボウリング場協会全体としてLTBのテキストとかDVDを作っているのですけれども、会社の単体で持っているのは数えるほどだと思います。

最近5年間のLTBの実績です。10カ所のスターレーンを経営していますので、だいたい1年間の受講者数が、多いときで1,000人、少ないときで500、600名くらいです。だから、各ボウリング場でいうと、1年間で100名くらいの受講生がいる。そのうち定着数、定着数というのは、5、6週間の無料の教室が終わった後に、週に1回、リーグ戦という形で残る。週1回来るボウラーです。これこそ、スポーツとしてやるボウリング、ボウラーのことなのです。定着率はだいたい50%くらいです。

なぜ無料でやるかということ、半分くらい定着するボウラー、このボウラーが年間に幾ら落とすかというのを当社で予算をかけて集計したところ、だいたい1年間に10万円落とします。10名のボウラーをつくと、年間100万円の売上げがあります。例えば、年間で100名のボウラーを定着させたら1,000万円の売上げがある。しかも、そのボウラーというのは、そんなにキャンペーンとかをしなくても毎週来てくれるボウラーに育ちます。当社はこのLTBを中心にやっています。

ボウリング場の会員数ですが、LTBを

卒業された方々が会員になっていって、どんどん増えています。2002年は3,600名の会員だったのですけれども、2010年の実績では8,000名まで伸びています。

実際、リーグ戦が始まるとどうなるかというと、こんな感じです。リーグ戦というのは、週に1回、同じメンバーが集まって、同じ曜日、同じ時間にスタートするものです。鯉渕さんという96歳、97歳のおばあちゃんも、そのリーグに参加されていたわけです。そうすると、毎週、同じメンバーが会うわけです。和気あいあいとやっています。

「まつスポリーグ」というのは盛岡スターレーンで始めたリーグですけれど、もともと総合型地域スポーツクラブでボウリングを取り入れて、そこのLTBから出発したリーグ戦です。

リーグ戦のワンクール、だいたい2カ月間くらいで終わるのですが、パーティで懇親を深め、ユニフォームもお揃いで作ったりしています。

当社に限らず、ボウリング場協会でも「ヘルシーボウラー」という雑誌を出しています。「ボウリングと健康の科学／徹底検証」とか、「長寿ボウラーにみるボウリングと免疫力の関係とは」、みたいな感じで出しています。ボウル・モア会というところがあるのですけれども、そちらでも「KAREI（華齡）」というボウリングの健康科学シリーズの雑誌を出しています。こんな感じで業界を挙げて健康を全面にアピールしています。

**古屋** ありがとうございます。

これまではスポーツの社会貢献的な側面をお聞きしましたが、ビジネスのほうにもうちよっとな突っ込んでお話をお聞きます。やはり新しいお客様が来てくれないとしようがないわけです。「景気が悪いから、しようがないですね」とは言ってられない。私たちは前を向いて、お客様に来ていただけるようなアイデアのある、いい策を考えて、打っていかねばいけないと思うのです。つまり、集客策ですね。新規顧客の獲得策で、そういう部分で何か効果的な

ものがあつたかどうか。アイデアレベルでも構いません。特に、異業種の方が来ておられますので、これは異業種の人にも誇れるぞ、参考になるぞというようなアイデアとか、実施した施策があつたら、是非お聞かせいただきたい。

**大石** 業界全体としては、最初に申し上げましたが、ゴルフのイメージはあまりよくないよと。行政とか、ゴルフをやらない人からすると、どうも贅沢な遊びだよと思われる部分があるので、これを何とか業界全体として払拭していかないと、新しい人はなかなか参入しづらだろうと考えています。一つは、ゴルフの良さは、ハンディキャップ制度があるので、老若男女、おじいさんから始まって、孫まで一緒にプレイをしても楽しめるスポーツなのだから、そういうことをうんと広げていかなければならなかったり、いろいろあります。

それと、ゴルフは基本的に山の中にあるようなところが多い。要するに、日常生活から非日常生活に大幅に変わるような遊びであるということをもう少し強調していかねばいけないのかなということが、一つあります。

もう一つ、これはゴルフ場の持っている特性ですけれども、ゴルフ場を造るときに、環境破壊だと言われたわけです、さっきの農薬じゃないですけれども。1990年の京都議定書から20年たっているのですが、CO<sub>2</sub>の削減というのは、日本全体で、2006年の段階で1990年比13%削減しないと京都議定書を守ったことにならないのです。じゃあ、ゴルフ場がそんなことに対して役に立っているのというと、日本の国土の0.7%、約27万ヘクタールがゴルフ場なのです。そこで二酸化炭素を固定している量というのは460万トン。460万トンと単純にいうと、230万世帯が1年間に消費する電力を火力発電するときに発生する二酸化炭素の量なのです。これをゴルフ場の緑が吸収している、固定しているということです。それから、酸素、我々は息を吸っていますけれども、この酸素がだいたい336万トン。これは、東京都の人口が1年間呼吸して摂取する酸素

量だそうです。こんなことでゴルフ場は緑化施設として役に立っていますよということが、一つはあります。ここら辺のPRをやっけていかなければいけない。

あと、税制の問題とか、これはテニスあるいはボウリングも、みんな同じなのですけれど、生活とか、住んでいるところと、働いているところと割に近いところのできるスポーツに対して、これだけ厚生労働省も国も健康のことを考えた場合、スポーツをしなさいと言いながら、何らかの税制上の優遇策をとっているかどうか。さっき、テニスコートの継承の問題がありました。前に一回、テニス協会さんとゴルフ場協会と一緒に「固定資産税をまける」ということで陳情に行ったことがあります。おかげさまで、ゴルフ場用地の評価基準は若干改定となり、税負担が減少しました。そういうことで、近場で、身近でできるスポーツ施設を本当に国が必要とするならば、何らかの税制の問題とか制度上の問題で、もう少し考えてもいいのではないのかなと思わざるを得ないところがあると思います。これらのことをやっていくためには、どうすることが必要かということ、業界団体、要するに、ゴルフ業界だけではなくて、スポーツ団体全体で何らかの運動を起こして、もう少し理解を求めるようなことも必要なのではないでしょうか。どうも、それが足りないような気がします。お金儲け以外に、そういうことも必要です。コストがかかるのです。固定資産税なんかを落とせばコストが下がるわけですから。そんなようなことをやっけていかなければいけないということが業界全体ではあります。

私ども八王子カントリークラブ、カントリークラブというのを調べると、ゴルフができるだけのクラブはゴルフクラブで、カントリークラブは何なのかと聞いたら、ゴルフを通じて、そこで何らかの人間関係を作れるような、そういうような施策がなければカントリークラブとは言わないらしいのです。そこで、うちのクラブが考えていることは、あくまでもゴルフは一つの手段だよ。さっきのボウリングではないですが、ボウリングで集まって月例競技をやっ

ていったら、最後、打ち上げでワイワイガヤガヤ、友だちができたよという世界だと思うのです。そういうようなことをどうやって提供していこうかというのを、これから各ゴルフ場の中で作らなければダメで、クラブ内クラブをもっと作って、活性化させていくということが大切なことだと思っていますし、事実そういうことに多少お金をかけています。

それと、健康で長続きをするためには、きちんとした身体のケアができるような設備をきちんと整えるということでストレッチングルームを創設するとか。

女性ゴルファー、今は全国で日本の女性ゴルファーというのは全体の3%、女性の人口の3%くらい。まだまだ低いです。男性のゴルファーは8%~9%いますから。女性のゴルファーをもう少し増やすためには、男子社会のゴルフ場ではなくて、女性にもやさしいゴルフ場に変えていかなければいけない。それは、距離の問題、女性の体力に合ったコースのセッティングだとか、女性用の設備の充実だとか、そういうことを図っていかないと女性のゴルファーは増えてこないでしょう。

もっと大事なこと、ジュニアゴルファーの育成ということですが、これはうちのクラブ独自でやってもなかなかできませんので、日本ゴルフ練習場連盟さんとタイアップして、練習場のほうにジュニアが来たら、無料でうちのコースを回っていただくように、人集めは練習場で集めていただく。うちはタダでジュニアを、練習あるいはコースを回っていただくというようなことをやっけてきています。

ゴルフ業界全体は、そういうことを考えて、今、運営していますので、是非、ご賛同いただけたところがありましたら、よろしくご願ひ申し上げます。

**栗山** テニスのほうは、新規の顧客の獲得ということですが、プロのテニス選手、現役の方、あるいは引退して間もないような選手の方と一緒にイベントをするということで、たくさんの人を集めて、その中から入っていただくというような取り組みが

ございます。

現在、チラシでもって集めていたものが、チラシではなかなか集まらない。そういったことで、Webとといいますか、ホームページ等の充実、あるいはツイッターを使ったり、ブログ等もしながらという動きに、業界としもなっています。

やはり、どこかで年代が抜けてしまうというのは業界にとってよくないということで、ジュニアからの取り組みをしますが、最近では、幼稚園や小学校に出向いたり、あるいは学校の先生とタイアップをして、選手あるいは習い事としてスクールに送ってほしいというような要請を直接学校、幼稚園に出向いて行きます。

特に、当社の取り組みとしては、それ以外に商店街との取り組み、自由が丘の商店街の中で、大きいお祭り「女神まつり」というのがありますが、その時に、銀行の駐車場を借りまして、そこに小さいテニスコートを作って、キッズ用のネット、キッズ用のスポンジの飛ばないボールを使って、すぐにテニスができる。的当てのゲームを300円とか500円とか取って、そこでもって、たくさん当たったら商品をあげるとか、そういったことをしています。従来は、一般的にテニスコートに人を集めようというふうなイベントだったのですが、逆に、人がいっぱい集まる場所でミニイベントをして、参加をしていただいて、「テニス、楽しいぞ」というところを見ていただいて、それを新規の顧客につなげようということをしています。

目黒通りにバスが走ってしまっていて、「ここにテニススクールがあるよ」と結構派手なバスのラッピングをしています。当社の場合は住宅街に入っていて、大通りに面していないので、その辺のところを強化しています。

実際に新規を獲得するのに、当社はジュニアの育成を頑張っていますので、選手が勝てないと意味がない。勝つことによって、あそこに行くとか強くなるぞというイメージがないと、近くの人には来ても、遠くの人には来ていただけない。ジュニアの強化を一所懸命にやらないとダメだということで、

日々、頑張っております。

**中村** フィットネス業界ですが、集客については、特徴としては、クラブがある場所から半径2キロ、せいぜい5キロくらいまでの限られた商圈というのが、他業種とは違った特徴があると思います。従いまして、集客に関して、先ほどちょっと媒体が出ていましたけれども、新聞折り込み、一戸一戸に投げ込むポスティング、最寄り駅での手配りというようなところが主要な広告媒体で、それに交通広告とWeb関係、そんなところですか。

現在、効果が上がったものがあるかという、ないというのが正直なところですか。フィットネスクラブの価値、我々の価値伝達能力が弱いのか、または、他のスポーツよりはちょっと分かりにくいのかもかもしれないということがあるので、その点をカバーするために業界全体でやっている傾向としては、来てみて、試してということで、一旦とにかく来てもらおう、見てもらおう、そして試してもらおうというところの基本ラインでいろいろ試行錯誤をしている。とりあえず、ハードルを跳び越えて来てもらって、一度使ってもらおう。「ああ、なるほど、これはいいものだ。これは気持ちいいものだ」というのを分かっていたかのためにどういうことをしていくかということ、今、いろいろな形でやっているという状況です。

入会時のハードルということで、通常、入会金・登録料、それに対して月々払う月会費という、そういう料金体系があるわけですが、今、入会金・登録料というようなものは、ほぼゼロ円というのが業界全体の常識になっています。現状は、本来の対価である月会費に対して、何らかの割引をしていっているというような状況が出てきている。当社では、例えば、ペア割といって、ペアで入ると、一定期間、割引ができますよとか、1年割といって、1年間ずっと居続けることを約束することによって、一括払いをしなくても、1年間の月会費が一定額で割引になるというようなことをやっております。実際には、業界の中では、初回

月会費、2カ月分の月会費、3カ月分の月会費というような形で割引をして、6カ月、1年の在籍を縛るといったような形も多くみられます。これも賛否両論あると思いますが、まずは、一旦ハードルを越えて使ってもらおうということで、その上で価値を見出していただければ、そのまま残っていたという中で、各社が試行錯誤をしてやっているというような状況にあります。

一方で、ここ2、3年前くらいですか、新しい会員区分という形でのアプローチが出ていました。月に4回だけ使える月4会員とか、利用の都度90分まで使える90分会員というような新しい会員区分を提供することで新しい顧客をとという動きが出てきています。

実は、私どもは90分会員という会員をやらせていただいています。フィットネス業界では、単機能の施設で小型の施設がどんどんできています。ということは、お客様は、プール、ジム、スタジオを備えた総合のスポーツクラブでいろんなことができるというのを望んでいらっしゃるなくて、やりたいことを、やりたい時に、やりたい分だけやりたいというニーズが多く出てきている。それが単機能の施設であったり、いろいろなホームエクササイズ等にも流れているのですが、それを既存のフィットネスクラブが、どう受け皿として受けていくかという中で、当社は90分会員というのを選んだという形です。要するに、部分的プログラム、部分的な施設を利用したいというお客様に対して、90分という時間軸で区切ることによって、結果的に90分では1プログラムしか出られない。45分のレッスンに出ると、前後15分を合わせて、90分しかないですから1プログラムしか出られない。また施設としても、プールだけ、ジムだけ、スタジオだけと結果的になってしまうということで、90分という時間軸で部分買いニーズに対応した商品も出したりしております。90分会員については、我々としても一定の成果は得られたという形です。現状、全会員区分の24%くらいが90分会員という状況になっています。

**山本** ボウリングでは、よりビジネスをという話なので、少しスライドを観て頂きたい。

アメリカというのはボウリング大国で、今の10本のボウリングになったのは1895年にアメリカでした。ボウリングは古代エジプト時代からあるのですが、中世ヨーロッパでは、9本のダイヤ型に並んだ、そういうボウリングもありました。それが新大陸に渡って10本に進化したのです。

写真にあるように、実は、ホワイトハウスの中にはボウリング場が今でもあります。そちらで歴代の大統領がボウリングをしている。たぶん、オバマは投げる前に“*Yes, I can*”と言ってストライクを取るのかもしれませんが。

右のほうは、ボーイング707、ここで特設レーンを作って投球したそうです。ディック・ウエーバーという伝説のプロボウラーですけれども、そんな感じで、アメリカというのはボウリング大国でございます。

ボウリング場数、レーン数、ボウラー数を見ていきますと、日本の事例に似ているのですけれども、やはり1960年代、70年代がピークです。そこからだんだん減ってきました。現在は5,500のボウリング場ですから、日本の5倍くらいの規模になっています。

B P A Aとありますが、これはアメリカのボウリング場協会です。ボウリング場が少なくなってくるので、最近、アメリカで何とか新規顧客をとということで、まず、子どもに学校の中でボウリングを楽しんでもらおうとあって、アメリカのボウリング場協会が全体でこのようなプログラムを作って、学校の中でボウリングを楽しんでいます。その結果、最近10年間でアメリカのハイスクールで最も盛んになったスポーツはボウリングということです。50州のうち19の州で高校対抗の競技ボウリングが行われ、競技ボウラーは4万5,000人以上と、10年前から比べて3倍以上に増えています。そのように努力が実っています。

実は、ディスコみたいなボウリング場。入ると、中が真っ暗なのです。D Jがディスコみたいな音楽をガンガン鳴らしている。

後ろはお酒が出るバーカウンターになっていまして、テレビにはスポーツ番組とかが映っています。

ボウリング場の名前は“LUCKY STRIKE”という、最近すごくアメリカで話題になっていて、ここはロサンゼルスでLAライブという、NBAのバスケットとか、アイスホッケーの本拠地のステイプルセンターがあるところで、その近くにありまして。ダウンタウンの繁華街ですね。

実際に撮影したのですが、入り口に服装のルールがあるわけです。厳しいドレスコードがあって、若い兄ちゃんたちが怖い警備員に止められているところなんです。結局、彼らは入れなかったという。そのくらい中は大人の空間として演出しています。そういうボウリング場がどんどん増えています。

このような大人の空間ですから、最近では、ボウリング場を会社の接待で使うようなケースが増えているそうです。ゴルフ場で接待すると一日かかって、お金もいっぱいかかります。どこかへ食べに行って、そのついでに最後にボウリングに行って、このような大人の遊びができる。そんな感じで、今、アメリカではこういうのが流行しています。

**古屋** ありがとうございます。

今度は、集客に対して、定着関係のことをお聞きします。今、マーケティングの世界ではエンゲージメントとか、絆とか、関係性とかということが盛んに言われています。新規のお客様が少なくなっているわけですから、そういうことが叫ばれているのだと思います。今いるお客様をいかに大切に、関係性を作って、新しいお客様を紹介していただくかというように経営の流れを整えようとしているところが増えてきていると思うのです。皆様のところで取り組まれているお客様の定着策、あるいは利用促進策とか、リピーター獲得策とか、そうしたあたりの施策についてお聞きできたらと思います。

**大石** ゴルフをやるためには練習場の施設を充実させないとダメだということで、ド

ライバー練習場、アプローチ練習場、パッティンググリーン、これらの設備を、ひとつは練習だけで来られて一日が過ごせる、そんなような設備をうちのクラブでは設けてあります。格好よく言うと、プラクティスパークというのですか、練習だけで来なさいと。お金は取りません。ただし、昼飯くらいは食って帰ってくださいというようなことで、3時間、4時間遊んで帰られる方が結構います。これは、長くゴルフをやっていただくためにも、技量を上げて楽しんでいただくためにも必要なことだと思います。

**栗山** テニスのほうも、定着するという点では深掘りをしていかないといけないということで、クラブでも、スクールでも、いろいろなイベントを行っております。

ジュニアに関しては、習い事ですので、バレエとかピアノでしたら必ず発表の場というのがあります。その発表の場に出るといのは、テニスの場合でいきますと試合に出る。ジュニアの場合ですと、サーブが入らないと試合ができませんので、まずスクールの中でサーブが入るような、またサーブが入らなくても、コーチが出してあげるといような、そういったことで試合ができるようにだんだん仕向けていく。

テニス事業協会では普及について、大きく2つやっております。一つは、キッズ&ジュニア、都知事杯もそうですけれども、有明テニスの森公園で行っております。キッズ&ジュニアについては、センターコートで10張りくらいの小さいネットを使ってキッズ、外のコートを使ってジュニアを無料で行っております。大変人気があります。抽選で入るようになっております。

都知事杯は、48面全部使って144チーム。1つのチームがミックス3組ですので、最低6人。10人以上のチームもあります。これも、非常に定着しております。1,000人以上の参加者がいて、いろいろ考えて、プロの人たちに来ていただいたり、的当てですとか、ジャンケン大会ですとか、負けてもいろいろなものがある。テニスだけではなく、テニス周辺のものも、飲食も

入れたり、いろいろなことをするにしたがって深掘りをして、もっともっとテニスをしたいという人を増やしていかないといけないと思っています。

**中村** フィットネスは月会費制という形なので、使えば使うほど得というビジネスです。利用と定着の話ですが、利用については、利用率は自然と上がっています。業界の平均ですと、1日に来るお客様は全会員の25%~33%ですので、4,000名の会員であれば、1,000名~1,300名くらい。3,000名の会員であれば、750名~1,000名くらいの会員の方が利用するという状況にあります。したがって、利用の総数、利用全体を促進するという事は、あえて大きくはしていないという状況になります。ただし、これが片寄った利用になっていまして、ヘビーユーザーが大量に利用しているのと、実際には減多に来ない人がいて、二分化されているという状況になっています。その二分化されている、使わないほうの方にいかにアプローチできるかということで、会員制のクラブで、チェックイン・チェックアウト等、全てデータが出ますので、低回数利用者または月にゼロ回の利用者というのは対象者が絞り込めるので、それに対してきっちりと、葉書、お電話等でアプローチをしている。

もう1点は、入会初期における定着ということで、入会初期に一定量の利用をすることで長く定着するというデータが出ています。そういった関係で、私どもでは、90日間で最低6回のマンツーマンのアプローチができるようなシステム、チャレンジ90という形でやっていたりしています。定着に関しては、利用頻度の減った人、または初期というところに絞ってアプローチをするというようなことをしております。

**山本** ボウリングの場合は、来れば来るほどボウリング場の売上げが上がります。会員になっても、来れば来るほど上がります。なので、洗脳を受けて会員になった人は、黙っていても、「来るな」と言っても、週1回来ます。そういう方々は週に1回来ま

すので、それ以外の方々を、オープンボウラーと我々は言うのですが、いかに来させるか。

結論は、準会員のシステムです。スターメイトというのですが、友の会は1年間で5,000円かかるのですが、スターメイトは、100円とかそんなレベルです。もともとゲーム代の価格を、私どもは500円くらいになっているのですが、ある程度高めにしておいて、スターメイトに入ると、画面にあるようなワンコイン・キャンペーン、500円だけで2ゲーム、貸靴でできるよというようなセールストークをするわけです。スターメイトに100円かかるけれども、お客さんは、それに入ることによって実際に払うお金は安くなる。だから、全員入るわけです。そうすると、お金を払ってスターメイトに入ったという意識だけが残る。スターメイトのカードをもらうわけですが、カードを財布の中に入れておくと、特に子どもは「またスターレーンに行こう」となるわけです。そんな感じでスターメイトをどんどん増やしています。今、10センターで12万人のスターメイトがいます。何とかこの準会員の利用頻度を上げて、メンバーとの差をなくしていこうというのが現状です。

**古屋** ありがとうございます。

情報交換会ですので、フロアの方々からのご意見、ご質問をお受けしたいと思えます。

**植木** 財団法人横浜市体育協会の植木と申します。

私どもは横浜市の外郭団体で、公共施設の指定管理者として、いろいろな施設の管理・運営を行っております。公共施設に利用料金制度や指定管理者制度が導入されている中で、公共施設でもスクール事業を充実させて収入を上げていかないといけないという現状の中で管理を行っておりますが、これは、民間スポーツ施設の、特にテニスクラブであったり、フィットネスクラブであったり、スイミングクラブというところと競合することになることだと思います。そういった中で、このような状況に対して、

どのようなお考えを持っているか。特に、公民の役割分担であったり、そういったところをどのようにお考えなのかというのをお聞きしたいと思っています。私どもは、公共施設の管理・運営の中で住み分けをしながらやっていく必要があると思っていますので、ご意見をいただきたい。

**古屋** これは、栗山さんと中村さんですね。

**栗山** 当社も、近くに駒沢公園ですとか、いろいろな公共の施設がございます。指定管理をするという部分については、攻めの問題として、指定管理をしながら一所懸命にコストを下げて、利益を出して、指定管理の場合には固定資産税も払わなくていいですし、制約はたくさんあるものの、我々もチャレンジしていきたいという、同じような考えです。逆に、守りとしては、自分の施設の近くにあるところは自社でもって指定管理を取って、他社さんにとられないようにして、守っていく。ただ、公平・公正ということを踏まえた上での攻撃だったり、守りだったりということです。なるべく自分のところの周りには取っていききたいと思っています。この間、日経新聞に、横浜市のほうは手を挙げるところが少ないというようなお話もございました。我々も、これから、横浜も近いこともありますので、切磋琢磨して頑張っていきたいと思っています。

**中村** 私ども、指定管理、昨年から受注のための活動をしています。まだ取れていないという状況で、大変残念な結果です。指定管理の件については、日本のマーケットがまだまだ本来あるべきマーケットに達していないということからすると、裾野を広げるといって意味で、公的施設がその役割の一部を果たすというのは重要だと考えています。その中で、価格的なものとか、実は、現実論としては民業圧迫のような、安価な形で提供されているような状況もあって、いかがなものかと思う節もあつて、長期で見れば、お客様が安価でそういう環境に触れることができるということは、

大きな流れの中では悪いことではないと考えています。「公のところは安いから、こっちはやっつけられないよ」というのではなく、民間のフィットネスクラブのほうは、ソフトウェア、ヒューマンウェア、その部分については優位に立った形での展開をし、公的施設ではちょっと満足できない、または、先ほど申し上げた、お客様が求めている成果というところまでたどり着けるのは、やはり民間のちゃんとしたフィットネスクラブに行かないとそこまではたどり着けないのだという価値を見出せるような業界でありたいと考えているところです。

**斎藤会長** 今のことに関連して、業界団体の責任者という立場でお答えします。実は、10年くらい前に、私がフィットネス産業協会の副会長をしていて、セントラルスポーツの後藤さんが会長をしていた時、行革担当の大臣、野党の政調会長のところに陳情に行ったことがあるのです。基本的には民業圧迫は困るというような主張だったので。その時に、正確な言葉は忘れちゃったけれど、国の施設については民業圧迫をしてはいけないという閣議決定が出ているのです。これは横浜市さんとか地方自治体にも当然適用されるのではないのでしょうかという担当大臣としての見解はあったのです。ただ、今、皆さんのところも指定管理を受けているという現実もあるので、ものすごい安い値段でそういう受託事業をおやりになったりすると、民間の会社は、10年前くらいですけれども、閣議決定の文書のコピーを持って抗議に行ったりしている会社もあるようです。

今後どういうふうにしていくか。当然のことながら、指定管理が始まって、そういうことがどんどん増えてきたので、もし委託するのであれば、例えば、今ここに並んでおられるような専門の会社に委託してほしいなど。というのは、実は、スポーツの専門の会社ではなくて、掃除だとか施設管理をする会社がアルバイトでスポーツの専門家を採用して、安くそういう公共の施設にオファーするケースがあるのです。言ってみれば、「掃除で儲けるから、ここは持

ち出しでもいいや」ということで安くオフ  
ァーするケースもあるようです。そういう  
のは困るなど。やはり、きちっとした質を  
頼むには、テニスの会社、あるいはフィッ  
トネスの会社、ゴルフのケースもあつたら  
ゴルフの会社というようなところで、質も  
考えた委託をしていただくとありがたいな  
と。それと、周りの民間の料金などを見て、  
公共は固定資産税は払っていないし、減価  
償却はないし、何らかの補助金があるとす  
るならば、そこも加味した、民間おもんば  
かりを持った料金体系を作っていただくと  
いいなというようなことだと思います。  
今、中村さんが言ったようなことは、近く  
に受託があるのだったら、その近くでや  
っているフィットネスの業者が頑張って受  
注して、多少は安くなるけれども、2分の  
1だとか、そういう価格はつけないような  
戦略で受けるというようなこともあるよう  
ですので、行政に関係のある団体の方には  
その辺のご配慮をお願いしたいと、フィッ  
トネス産業協会の元会長としてお願いして  
おきたいと思います。

**古屋** どうもありがとうございます。

**某氏** すばらしいことがあります。横浜で  
は、既に5カ所、利用料は取らないという  
施設が生まれております。税金の使い方と  
して、使った方が受益者負担ということも  
あると思いますけれども、市民のために全  
てタダで提供する。これはすばらしい試み  
だというふうにご利用者は感動しております。  
そういう考え方で、横浜から公共施設はタ  
ダへという動きが出るのではないかなと思  
って、複数箇所お引き受けしておりました  
が、ご辞退申し上げて、今後は付き合いた  
くないと、こう思っております。

**齋藤会長** ご辞退していただいてありがた  
かったです。この論理に多少、我々、考え  
方の違いがあります。その一部の地域の方  
々は非常に得すると思うのですが、税金、  
市民税というのはその地域全体の方が納  
めている。一部の人にそういうような無料  
の提供があつていいものだろうかという論

理もあるのです。税金を納めている人もそ  
この市民だ。どこから補助金をもらって  
きても、もともとはどこかで税金を納め  
ているということを考えると、タダにして、  
その何百人かの人、何千人かの人だけが  
享受していいものかという論理もあります  
ので、それも政府に申し上げて、「なるほ  
ど」というお答えもいただいたのです。

もし安くするならば、身体に障害を持つて  
いる人とか、補助員を付けなければなら  
ないから、なかなか民間では受けにくい。  
そのようなすばらしい施設を安くするのは良  
いことだと思います。たしか横浜にありま  
す、障害者用の体育施設。そういうような  
ことを一所懸命にやっただいて、普通  
の方用だったら、多少安いのはいいけれど、  
料金は考えていただきたい。電気代だとか、  
仮にいろいろな補助金が出ているのも、そ  
れも元は税金なのだということを考えると、  
つじつまが合わないのではないだろうか  
という論理があります。ご辞退したという理  
由は分かりませんが、ありがたいこと  
です。タダという施設は、なるべくなくな  
るといいなと思います。やはり、障害のあ  
る方だとか、社会的弱者に対するサービス  
というのはいいでしょうけれど、普通の人  
たちの場合は、イコールフットイングとい  
う考え方で、同じ税金を払って、同じ条件  
でというようなことに根ざした考え方を、  
半官の方あるいは官の方には、とっていた  
だくとありがたいなと思います。

**古屋** ほかにありますか。

**佐々木** オーエルシージャパンの代表をし  
ております佐々木康昌と申します。

私はアメリカのほうでも設計事務所に関  
係しております。先ほど、山本さんから、  
ボウリング場がアメリカのほうでいろいろ  
あるという、あれは、私もちょっと参加し  
て「おもしろいな」と思っていたのです。  
各業界で、これは日本でもいけるだろう、  
おもしろいのではないかと、もしくは、こ  
ういうのがイノベーティブな形で入って  
きていて、これは非常に注目しているのだ  
というように、競合といえますか、そんな感じ

のものがありましたら、是非教えていただければなど。例えば、先ほど、山本さんにご紹介いただいたような施設は、日本でも既にあるのかどうか。ご自身で、もしやられているのでしたら、それも含めて教えていただければと思います。

**古屋** 山本さん、お願いします。

**山本** ボウリング場ですが、先ほどご紹介したアメリカみたいなタイプはあります。コズミックレーンといって、幾つかのボウリング場で夜にやっています。ただ、アメリカで感じる雰囲気と、日本人の特性もあるのでしょうかけれども、なかなかディスコ調にはいかないなというのがあります。

ライトを消したボウリング場、ディスコのボウリング場もありますけれど、1レーンごとにある程度仕切りを作って、ほかの方にプレイを見られないようなレーンというのも、最近、幾つかのボウリング場でスタートしています。若い大学生とか、特に女の子ですけども、アンケートをすると、「私はボウリングに行くのが嫌です。なぜならば、下手なのを見られるのが嫌だから」というのが結構あるのですね。ほかの人に見られないようにやるというボウリング場があります。典型的なのは、東京プリンスホテルのパークタワーの地下にボウリング場が12レーンありますが、4レーンごとに仕切られています。

**古屋** ありがとうございます。

我々のやっている事業、ビジネスというものの自体が、スポーツの発展や健康づくりに役に立つもので、公共性も高いし、いいビジネス、いい事業だと思います。けれども、事業をやる中で、事業の基本、お客様を大切にするとかは、やって当然ですが、当たり前のこと以外に、革新的なことを、異業種の方からアイデアをもらったり、話をしたり、実際にコラボレーションをしたりという中で見つけていただけるのではないかと思うと同時に、アイデアを実際に形にするには、自分が関わっていない異業種のスポーツをやってみる一例えば、フィットネスの人がゴルフをやってみるとか、ゴルフの人がテニスをやってみるとか、ボウリングの人がフィットネスをやってみるとかーそうするとアイデアも出てくるし、思考がつながると思うのです。お客様の体験をするということは大事だと思いますので、そんなこともしつつ、コラボレーションをしたりとか、アイデアを交換したりするといいいのではないかと、お話を聞いていて思いました。是非、そういう意味で交流を深めていただけたらと思いました。

**司会** 本日は、長時間、熱心なご討議、ありがとうございました。

## 第6回シンポジウム（略）

開催日：平成23年3月3日（木）13:30～17:00

場 所：如水会館 2階「オリオンルーム」

### 新成長戦略としての医療・介護周辺サービス産業の市場創出について

- I. 基調講演 藤本 康二 氏（経済産業省商務情報政策局サービス産業課長）  
演題：新成長戦略としての医療・介護周辺サービスの果たす役割と今後の展開について
- II. 第3回 地域・スポーツ振興賞授賞式
- III. パネルディスカッション  
テーマ：スポーツを通じた地域振興への貢献  
コーディネーター  
鈴木 真人 氏（日本商工会議所 地域振興担当部長）  
  
パネリスト・・・第3回地域・スポーツ振興賞 最優秀賞並びに優秀賞受賞者  
☆最優秀賞（経済産業省商務情報政策局長賞）受賞者  
八幡川リバーマラソン大会委員会  
橋本 哲夫 氏（同 大会 会長）  
古川 孝義 氏（同 大会委員会委員長）  
☆優秀賞（日本商工会議所 奨励賞）受賞者  
蒲郡市観光協会  
遠山 憲章 氏（同 専務理事）  
☆優秀賞（社団法人スポーツ健康産業団体連合会 会長賞）  
株式会社リンクスポーツエンターテインメント  
山谷 拓志 氏（同 代表取締役社長）

## 2. 調査研究報告書要覧

### 昭和 63 年度

- 通商産業省委託
  - ・サービス産業構造における競争要因に関する調査研究
- 電源地域振興センター
  - ・スポーツ・イベントを中心とした地域活性化に関する調査研究

### 平成元年度

- 機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）
  - ・スポーツ産業基盤整備調査研究
- 電源地域振興センター
  - ・ニュースポーツを核とした地域活性化に関する調査

### 平成 2 年度

- 機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）
  - ・スポーツ産業基盤整備調査研究
- 産業研究所
  - ・我が国におけるニュースポーツ産業の動向に関する調査研究
- 電源地域振興センター
  - ・スポーツを軸とした文化振興調査

### 平成 3 年度

- 機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）
  - ・スポーツ産業における革新技術の導入と情報化の現状
- 公 益 枠（日本自転車振興会補助事業）
  - ・スポーツ振興に関する調査研究
    - ニュースポーツの振興・その現状と課題
  - ・21 世紀に向けての我が国スポーツ環境整備の在り方
- 産業研究所
  - ・我が国におけるニュースポーツ産業の課題と展望に関する調査研究
- 電源地域振興センター
  - ・体育・スポーツ施設整備による地域活性化に関する調査

●通商産業省委託

- ・スポーツ産業情報データベース

平成4年度

●機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）

- ・企業内スポーツ施設の開放、その現状と課題

●産業研究所

- ・ニュースポーツ産業の振興と人材育成の在り方に関する調査研究

●電源地域振興センター

- ・ニュースポーツをコアとした地域活性化に関する事例研究

平成5年度

●機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）

（第一部）・施設提供型スポーツ産業における社会的・地域的貢献活動の現状と課題

（第二部）・市町村におけるニュースポーツの推進・普及状況の現状と課題

●産業研究所

- ・スポーツ産業の情報提供に関する調査研究

●電源地域振興センター

- ・スポーツを軸とした文化振興の在り方に関する調査研究

●全国中小企業団体中央会

活路開拓ビジョン調査事業「ゆとりと豊かさ枠」

- ・スポーツ産業における在学者企業研修に関する調査研究

●通商産業省委託

- ・ニュービジネスとしてのプロスポーツに関する調査研究

平成6年度

●機 械 枠（日本自転車振興会補助事業）

- ・地域スポーツ活動による地域活性化についての調査研究

－茨城県鹿島町におけるJリーグチームによる地域活性化の事例－

●産業研究所

- ・「スポーツサービス産業人材バンク」制度に関する調査研究

●電源地域振興センター

- ・スポーツをコアとした文化振興プログラム策定ガイド

●全国中小企業団体中央会

- ・スポーツ産業における在学者企業研修モデル講座実現化事業

●通商産業省委託

- ・スーパーインタラクティブスタジアム研究会  
(ゆとりと豊かさ創造型サービス産業振興 指針)
- ・平成6年度サービス産業構造における競争要因に関する調査  
(スポーツ産業・リゾート産業に関する調査研究)
- ・「インドアスポーツ」に関する調査研究

平成7年度

●機 械 枠 (日本自転車振興会補助事業)

スポーツ産業人材育成事業

- ・スポーツビジネス講座

●産業研究所

- ・我が国のシルバースポーツの活動実態に関する調査研究

●電源地域振興センター

- ・スポーツをコアとした文化振興調査 (体験型スポーツイベントガイド)

平成8年度

●公 益 枠 (日本自転車振興会補助事業)

- ・「スポーツイベント市場」に関する調査研究

スポーツ産業人材育成事業

- ・スポーツビジネス講座

●財団法人大崎企業スポーツ事業研究助成財団

- ・企業スポーツにおける多目的体育施設の在り方および効果的な観客動員に関する調査・研究

平成9年度

●公 益 枠 (日本自転車振興会補助事業)

スポーツ産業人材育成事業

- ・スポーツビジネス講座

平成 10 年度

- 公益 枠（日本自転車振興会補助事業）  
スポーツ産業人材育成事業
  - ・スポーツビジネス講座
- 全国中小企業団体中央会  
活路開拓ビジョン調査事業
  - ・スポーツ産業としてのジュニア育成を含めたクラブ経営に関する調査
- 電源地域振興センター
  - ・電源地域における自然特性を活かした地域活性化に関する調査  
(スキー場を活用した地域活性化調査)

平成 11 年度

- 公益 枠（日本自転車振興会補助事業）  
スポーツ産業人材育成事業
  - ・スポーツビジネス講座
- 全国中小企業団体中央会  
活路開拓実現化事業
  - ・ジュニアを中心としたスポーツプログラムの作成及び試行事業
- 電源地域振興センター
  - ・電源地域における自然特性を活かした地域活性化に関する調査
- 通商産業省委託  
ゆとり創造型ニュービジネス調査
  - ・スポーツビジョン 21 スポーツ産業振興方策に関する調査商慣行改善行動計画策定研究
  - ・スポーツイベントに関する商慣行改善調査研究

平成 12 年度

- 全国中小企業団体中央会  
活路開拓調査・実現化事業
  - ・ニュースポーツの現状と情報発信に関する調査

平成 13 年度

- 経済産業省委託
  - ・地域スポーツ情報経済ネットワーク構築事業
- 電源地域振興センター
  - ・電源地域における自然特性を活かした地域活性化調査

平成 14 年度

- 経済産業省委託
  - ・スポーツ情報ネットワーク構築事業
  - ・地域におけるスポーツと健康に関する調査研究
- 電源地域振興センター
  - ・電源地域における自然特性を活かした地域活性化に関する調査
- 全国中小企業団体中央会  
活路開拓実現化事業
  - ・スポーツ施設経営に関する調査

平成 15 年度

- 経済産業省委託
  - ・スポーツ情報ネットワーク構築事業
  - ・ITシンポジウム in OKINAWA 2004

平成 16 年度

- 全国中小企業団体中央会  
中小企業活路開拓調査・実現化事業  
「中高年向けのスポーツ関連商品およびサービス」
  - 第 1 章 本調査研究の目的、構成および方法
  - 第 2 章 調査結果
  - 第 3 章 ビジョンの提言
  - 第 4 章 具体的事業提案
  - 第 5 章 資料

## 平成 17 年度

### ●全国中小企業団体中央会

中小企業活路開拓調査・実現化事業

「中高年（団塊の世代）層へのスポーツ人材活用」

第 1 章 調査の目的および方法

第 2 章 スポーツ施設運營業界の中高年人材活用の現状

第 3 章 中高年層へのスポーツ人材活用推進に向けて（ビジョンの提言）

第 4 章 資料

### ●健康サービス産業振興機構

集客交流サービス（スポーツ・ビジネス）のあり方に関する調査研究事業

第 1 章 ヒアリング調査の目的および方法

第 2 章 各事業団体のマネジメント人材の現状とその育成の取り組み

第 3 章 ヒアリング調査結果のまとめ

第 4 章 資料

## 平成 18 年度

### ●健康サービス産業振興機構

サービス産業創出支援事業「今後のスポーツ人口の裾野を拓げるための研究調査」

第 1 章 調査の概要

第 2 章 調査の背景

第 3 章 身近なスポーツと健康に関わる実態調査

第 4 章 今後のスポーツ人口の裾野を拡大するための方法論の研究

## 平成 19 年度

### ●経済産業省委託

サービス産業生産性向上支援調査委託費

「スポーツ産業による子どものスポーツ人口拡大に関する調査研究」

第 1 章 子どものスポーツの現状

第 2 章 子どものスポーツに関する課題の整理

第 3 章 “望まれる子どものスポーツ指導者” 像

第 4 章 今後の課題

## 平成 20 年度

### ●経済産業省委託

サービス産業生産性向上支援調査事業

「現代のスポーツ健康産業の新たな課題とその対策に関する調査研究」

第 1 章 「ゲーム」が開拓したスポーツ健康市場とは

第 2 章 「ゲーム」は「スポーツ」の敵か

第 3 章 「ゲーム産業」が示唆した新たなスポーツ健康市場

## 平成 21 年度

### ●経済産業省委託

サービス産業生産性向上支援調査事業

「多様化するスポーツ健康市場における新たなビジネスモデルのあり方に関する調査研究」

第 1 章 調査研究の背景と目的

第 2 章 調査研究の概要

第 3 章 消費者ニーズ調査にみる開始・継続の行動要因

第 4 章 事業者調査にみる消費者ニーズや事業の成功要因

第 5 章 カジュアルスポーツを活用したスポーツ人口拡大の方向性とビジネス  
モデル案

## 平成 22 年度

### ●株式会社三菱総合研究所委託

医療・介護等関連分野における規制改革・産業創出調査研究事業

(医療・介護周辺サービス産業創出調査事業)

ア. 医療・介護周辺サービス創出における調査

「医療生活産業の品質認証」調査

# 会 員 名 簿

正会員	12団体	
特別会員	17社	
賛助会員	5社	計34会員

## 正 会 員

団 体 名	〒	住 所	T E L
財団法人大崎企業スポーツ事業研究助成財団	141-0022	東京都品川区東五反田2-1-10 6F	03-3446-7191
一般社団法人コンサートプロモーターズ協会	150-0022	東京都渋谷区恵比寿南3-1-19 恵比寿ライトビル3F	03-5768-1731
社団法人日本音楽事業者協会	151-0051	東京都渋谷区千駄ヶ谷1-26-3	03-3404-4133
社団法人日本ゴルフ場事業協会	101-0032	東京都千代田区岩本町3-11-15 アバンセット岩本町ビル5F	03-3864-6701
社団法人日本ゴルフトーナメント振興協会	107-0052	東京都港区赤坂2-15-16 赤坂ふく源ビル5F	03-3585-7741
社団法人日本ゴルフ用品協会	101-0021	東京都千代田区外神田6-11-11 神田小林ビル4F	03-3832-8589
日本スポーツ用品協同組合連合会	111-0053	東京都台東区浅草橋5-8-6 東京スポーツ会館301号室	03-5829-6490
社団法人日本スポーツ用品工業協会	101-0052	東京都千代田区神田小川町3-28-9 三東ビル9F	03-3219-2041
社団法人日本テニス事業協会	160-0023	東京都新宿区西新宿1-8-3 小田急明治安田生命ビルB1F	03-3346-2007
公益社団法人日本パブリックゴルフ協会	104-0061	東京都中央区銀座1-19-16 銀座昭和ビル2F B室	03-3563-2388
社団法人日本フィットネス産業協会	101-0044	東京都千代田区鍛冶町2-2-3 第3櫻井ビル6F	03-5207-6107
社団法人日本ボウリング場協会	103-8484	東京都中央区日本橋浜町2-16-5 東味ビル6F	03-3666-5301

以上12団体

(平成23年6月14日現在)

## 特別会員

会 社 名	〒	住 所	T E L
株式会社朝日広告社	104-8313	東京都中央区銀座7-16-12 G-7ビル	03-3547-5501
株式会社アシックス	650-8555	兵庫県神戸市中央区港島中町7-1-1	078-303-2230
株式会社イースタンスポーツ	151-0053	東京都渋谷区代々木2-11-15 新宿東京海上ビル9F	03-3379-7333
株式会社エバニュー	135-8506	東京都江東区木場6-4-38	03-3649-4611
カシオ情報機器株式会社	103-0021	東京都中央区日本橋本石町3-3-5 日本橋トークビル4F	03-5200-4916
株式会社ジェイティービー	140-8602	東京都品川区東品川2-3-11	03-5796-5785
株式会社スポーツ21エンタープライズ	157-0071	東京都世田谷区千歳台1-41-19-310	03-5490-7811
ゼビオ株式会社	963-8024	福島県郡山市朝日3-7-35	024-925-3015
株式会社電通	105-7001	東京都港区東新橋1-8-1	03-6216-8823
株式会社東京ドーム	112-0004	東京都文京区後楽1-3	03-3817-6369
株式会社博報堂	107-6322	東京都港区赤坂5-3-1 赤坂Bizタワー	03-6441-4193
びあ株式会社	150-0011	東京都渋谷区東1-2-20	03-5774-5203
株式会社平野デザイン設計	158-0081	東京都世田谷区深沢8-12-7	03-3704-3111
ミズノ株式会社	101-8477	東京都千代田区神田小川町3-22	03-3233-7009
山本光学株式会社	577-0056	大阪府東大阪市長堂3-25-8	06-6783-0200
ヨネックス株式会社	113-0034	東京都文京区湯島3-23-13	03-3839-7112
株式会社ルネサンス	130-0026	東京都墨田区両国2-10-14 両国シティコア4F	03-5600-5311

以上17社

(平成23年6月14日現在)

## 賛助会員

会 社 名	〒	住 所	T E L
株式会社コスモプラン	102-0072	東京都千代田区飯田橋2-14-7 光ビル	03-3265-2241
株式会社創ファクトリー	113-0033	東京都文京区本郷6-2-10 モンテベルデ602	03-3812-2830
一般社団法人日本アパレル産業協会	103-0027	東京都中央区日本橋2-8-6 SHIMA日本橋ビル5F	03-3275-0681
ホクエツ印刷株式会社	135-0033	東京都江東区深川2-26-7 北越ビル	03-5245-8821
株式会社ローザ	333-0851	埼玉県川口市芝新町8-32	048-268-1875

以上5社

(平成23年6月14日現在)

平成22年度事業報告書・平成23年度事業計画書

(編集・発行)

社団法人スポーツ健康産業団体連合会

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町3丁目6番地  
能楽書林ビル6階

T E L 03-5276-0141

(印 刷)

ホクエツ印刷株式会社

平成23年6月14日発行