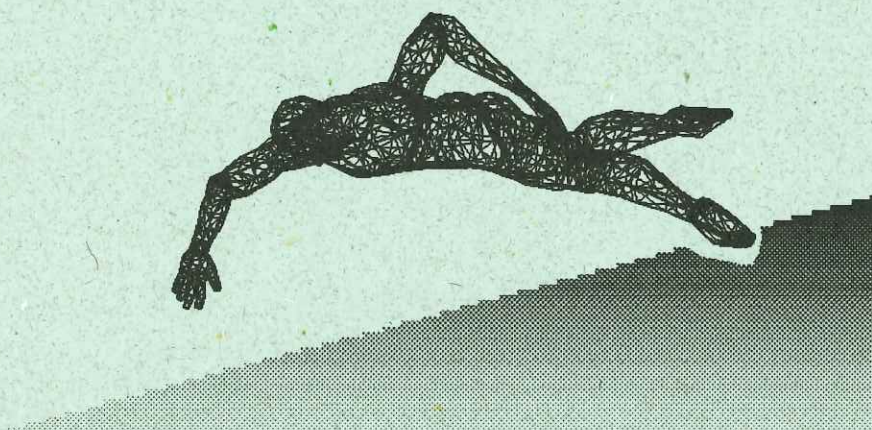


平成8年度
スポーツ人口等実態調査報告書

—商業スポーツクラブ調査—



(財) 日本体育協会

緒 言

日本体育協会は、日本オリンピック委員会の分離独立を機に、平成3年度より21世紀を展望した国民スポーツ振興計画の策定に取り組み、国民スポーツに関する調査研究事業として「国民スポーツ協議会」を設置し、組織・運営のあり方をはじめ種々の検討をすすめるとともに、海外調査等各種調査を行ってきた。

この検討作業の過程で、多様化し拡大している国民スポーツの現実や動向に対応した組織体制の整備の緊急性が提起された。これを受けて組織体制の現状と問題を把握するために、本会加盟の団体として都道府県体育協会加盟競技団体を平成6年度に、加盟外の団体を平成7年度に、そして、商業スポーツクラブ（事業所）を平成8年度に調査することにした。

本報告は、商業スポーツクラブ（事業所）に関する調査（平成8年度）の結果をまとめたものである。調査にご協力いただいた団体に心からの謝意を表するとともに、組織体制の整備のためにこの報告書をご活用くださるようお願いするものである。

目次

調査概要	6
第1章 基礎編：全体的傾向	
第1節 全体的傾向の内容要約	12
第2節 調査対象の特性	14
1. 開設時期	14
2. 法人格	14
3. 親会社の有無	14
4. クラブの形態	15
5. 施設・設備の規模	15
6. 施設・設備の水準	15
7. 従業員数	15
第3節 会員の構成	16
1. 会員数（個人・法人）	16
2. 会員種別ごとの入会金および会費	16
3. 入会にかかわる条件	16
4. 会員の年齢構成	17
5. 会員の所属年数	17
6. 会員の動機・目的	18
7. 年間延べ利用者数（法人・個人）	18
第4節 クラブの組織化活動	19
1. マーケティングの内容	19
2. プロモーションの内容	21
第5節 スポーツ振興における協力体制	24
1. 他のクラブや団体との協力関係	24
2. スポーツ振興への展望	25

第2章 分析編：特徴比較

第1節 クラブ種別による特徴分析 28

1. 特徴分析の内容要約 29
2. 複合都市型フィットネスクラブの特徴分析 30
3. 複合近郊型フィットネスクラブの特徴分析 33
4. ゴルフクラブの特徴分析 36
5. テニスクラブの特徴分析 39
6. アウトドア系クラブの特徴分析 42
7. クラブ種別からみた特徴 45

第2節 「親会社の有無」からみた特徴分析 47

1. 特徴分析の内容要約 48
2. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの特徴 48
3. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状 50
4. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの協力体制 52

第3節 「地域との関係」からみた特徴分析 53

1. 特徴分析の内容要約 54
2. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの特徴 54
3. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状 55
4. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの協力体制 59

第4節 「クラブインクラブの奨励状況」からみた特徴分析 62

1. 特徴分析の内容要約
2. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの特徴 63
3. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状 65
4. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの協力体制 69

資料

日本体育協会への要望 72

調査票 74

図表一覧

【1章 基礎編：全体的傾向】

第2節 調査対象の特性

表1-2-1	クラブの開設時期	14
表1-2-2	従業員数	15
図1-2-1	法人格	14
図1-2-2	親会社の有無	14
図1-2-3	クラブの形態	15
図1-2-4	施設・設備の規模	15
図1-2-5	施設・設備の水準	15

第3節 会員の構成

表1-3-1	会員数（個人・法人）	16
表1-3-2	会員種別ごとの入会金および会費	16
表1-3-3	会員の年齢構成	17
表1-3-4	会員の所属年数	17
表1-3-5	年間延べ利用者数（個人）	18
表1-3-6	年間延べ利用者数（法人）	18
図1-3-1	入会条件の有無	16
図1-3-2	入会にかかわる条件	16
図1-3-3	会員の動機・目的	18

第4節 クラブの組織化活動

表1-4-1	事業実施回数（会員を対象としたもの）	21
表1-4-2	事業実施回数（会員外を対象としたもの）	21
図1-4-1	情報の収集・提供	19
図1-4-2	会員拡大の重視度	19
図1-4-3	会員や事業所の状況	20
図1-4-4	クラブの運営方針	20
図1-4-5	販売促進および広報・宣伝活動	21
図1-4-6	クラブインクラブの有無	22
図1-4-7	プロモーション活動	22
図1-4-8	地域住民へのサービス	23
図1-4-9	競合状況	23
図1-4-10	地域活性化への貢献	23

第5節 スポーツ振興における協力体制

表1-5-1	他のクラブ・団体との関係	24
表1-5-2	体育・スポーツ団体との関係	24
表1-5-3	行政組織との関係	24
図1-5-1	クラブの意向	25
図1-5-2	日本体育協会の認知状況	25
図1-5-3	日本体育協会への要望記入状況	25

【2章 分析編：特徴比較】

第1節 クラブ種別による特徴分析

図2-1-1	開設時期（複合都市型）	30
図2-1-2	年齢層（複合都市型）	30
図2-1-3	所属歴（複合都市型）	31
図2-1-4	情報の提供（複合都市型）	31
図2-1-5	クラブインクラブの奨励（複合都市型）	31
図2-1-6	スタッフと会員の交流促進（複合都市型）	32
図2-1-7	開設時期（複合近郊型）	33
図2-1-8	施設水準（複合近郊型）	33
図2-1-9	年齢層（複合近郊型）	33
図2-1-10	所属歴（複合近郊型）	34
図2-1-11	会員拡大の重視度（複合近郊型）	34
図2-1-12	クラブインクラブの奨励（複合近郊型）	35
図2-1-13	規制緩和（複合近郊型）	35
図2-1-14	開設時期（ゴルフクラブ）	36
図2-1-15	施設水準（ゴルフクラブ）	36
図2-1-16	入会条件（ゴルフクラブ）	36
図2-1-17	年齢層（ゴルフクラブ）	37
図2-1-18	所属歴（ゴルフクラブ）	37
図2-1-19	会員拡大の重視度（ゴルフクラブ）	37
図2-1-20	税制の優遇措置（ゴルフクラブ）	38
図2-1-21	施設規模（テニスクラブ）	39
図2-1-22	所属歴（テニスクラブ）	39
図2-1-23	会員の目的（テニスクラブ）	40
図2-1-24	会員拡大の重視度（テニスクラブ）	40
図2-1-25	クラブインクラブの奨励（テニスクラブ）	41
図2-1-26	法人格（アウトドア系クラブ）	42
図2-1-27	施設規模（アウトドア系クラブ）	42
図2-1-28	会員の目的（アウトドア系クラブ）	43
図2-1-29	会員拡大の重視度（アウトドア系クラブ）	43
図2-1-30	技術志向の傾向（アウトドア系クラブ）	43
図2-1-31	地域対応の工夫（アウトドア系クラブ）	44
図2-1-32	総合的統括スポーツ組織の必要性 （アウトドア系クラブ）	44

第2節 「親会社の有無」からみた特徴分析

図2-2-1	開設時期	48
図2-2-2	法人格	48
図2-2-3	施設規模	49
図2-2-4	施設水準	49
図2-2-5	会員の目的	49
図2-2-6	情報の収集、情報提供	50
図2-2-7	会員拡大の重視度	50

図2-2-8	クラブの運営方針	50
図2-2-9	販売促進および広報・宣伝活動	51
図2-2-10	地域対応の工夫	51
図2-2-11	地域活性化への貢献	51
図2-2-12	市区町村のスポーツ団体との関係	52
図2-2-13	都道府県のスポーツ団体との関係	52
図2-2-14	全国規模のスポーツ団体との関係	52
図2-2-15	市区町村の行政組織との関係	52

第3節 「地域との関係」からみた特徴分析

図2-3-1	親会社との関係	54
図2-3-2	クラブの水準	54
図2-3-3	会員の目的	55
図2-3-4	情報の収集・提供	55
図2-3-5	クラブの運営方針	56
図2-3-6	販売促進および広報・宣伝活動	56
図2-3-7	クラブインクラブの有無	57
図2-3-8	クラブインクラブの奨励	57
図2-3-9	地域対応の工夫	57
図2-3-10	地域住民へのサービス	58
図2-3-11	地域活性化への貢献	58
図2-3-12	同種目組織との関係	59
図2-3-13	スポーツ産業以外の組織との関係	60
図2-3-14	都道府県スポーツ団体との関係	61

第4節 「クラブインクラブの奨励状況」からみた特徴分析

図2-4-1	入会の条件	63
図2-4-2	健康状態のチェックの必要性	63
図2-4-3	既会員の推薦の必要性	64
図2-4-4	年齢層	64
図2-4-5	会員の目的	64
図2-4-6	所属歴	65
図2-4-7	情報の収集・提供	65
図2-4-8	会員拡大の重視度	66
図2-4-9	会員の増加傾向	66
図2-4-10	クラブの運営方針	66
図2-4-11	販売促進および広報・宣伝活動	67
図2-4-12	クラブインクラブの有無	68
図2-4-13	地域対応の工夫	68
図2-4-14	地域住民へのサービス	68
図2-4-15	地域活性化への貢献	69
図2-4-16	市区町村の行政組織との関係	69

調査概要

調査目的：

日本体育協会が推進する国民スポーツ振興の今後のあり方を検討するために、商業スポーツクラブを対象に、(1)それにより組織化された組織人口の規模と特徴を把握すること、(2)その組織化の方法（商業スポーツクラブとしてのマーケティングの特徴）と現状、課題について把握すること、(3)わが国における国民スポーツの振興のための組織論を検討する際の基礎資料を得ること、を目的とする。

調査内容：

主な調査内容は、以下のとおりである。

○調査対象の特性

1. 開設時期
2. 法人格
3. 親会社の有無
4. クラブの形態
5. 施設・設備の規模
6. 施設・設備の水準
7. 従業員数

○会員の構成

1. 会員数（個人・法人）
2. 会員種別ごとの入会金および会費
3. 入会にかかわる条件
4. 会員の年齢構成
5. 会員の所属年数
6. 会員の動機・目的
7. 会員の年間延べ利用者数（法人・個人）

○クラブの組織化活動

1. マーケティングの内容
 - 1) 情報の収集
 - 2) 情報の提供
 - 3) 会員外からの情報の収集
 - 4) 会員増加に関する意識
 - 5) 会員や事業所の状況
 - 6) 活動方針
2. プロモーションの内容
 - 1) 事業の実施
 - 2) 広報活動の実施
 - 3) クラブインクラブの有無
 - 4) 会員活動の奨励について
 - 5) スタッフと会員のコミュニケーション活動
 - 6) 地域対応の工夫
 - 7) 地域住民へのサービス
 - 8) 競合するクラブの有無
 - 9) 地域活性化への貢献

○スポーツ振興における協力体制

1. 他のクラブや団体との協力関係
 - 1) 関連スポーツ団体との関係
 - 2) 体育協会や競技団体との関係
 - 3) 行政組織との関係
2. スポーツ振興への展望
 - 1) 指導者資格の統一
 - 2) 規制緩和
 - 3) 税制の優遇措置
 - 4) 統括団体の必要性
 - 5) 日本体育協会の認知度
 - 6) 日本体育協会への要望

調査対象、調査方法と回収状況：

調査対象は下表の類型により把握された会員制を基礎に経営される商業スポーツクラブ（事業所）である。

全国規模の台帳から、以下の類型により層化抽出を行った。調査は質問紙郵送法により実施した。

回収率は、有効回収ベースで41.0%であった。

種目別には、スキ어의回収率が低く、スカイスポーツ（ハンググライダー、パラグライダー）の回収率が高い。

	送付数	有効回収数	有効回収率	種目別 構成比
複合型都市部大規模	43	19	44.2%	7.6%
複合型都市部小規模	43	14	32.6%	5.6%
複合型近郊部大規模	42	26	61.9%	10.4%
複合型近郊部小規模	44	18	40.9%	7.2%
複合型リゾート	13	5	38.5%	2.0%
スイミング単体型	29	12	41.4%	4.8%
ゴルフ	170	67	39.4%	26.7%
テニス	131	50	38.2%	19.9%
ハンググライダー	20	11	55.0%	4.4%
パラグライダー	28	16	57.1%	6.4%
スキー	49	13	26.5%	5.2%
計	612	251	41.0%	100.0%

註) 上表の「複合型」は、プールとトレーニングジムとスタジオを備えるスポーツ施設を基盤とするスポーツクラブである。一般には、フィットネスクラブおよびアスレヘルスクラブと称されている。

スキ어의回収率の低さの背景には、調査時期がシーズン前であったことに加えて、会員制事業に該当しないクラブが調査対象に含まれた可能性がある。

調査時期：

調査時期は平成8年10月31日～平成8年11月12日である。

ご協力いただいた商業スポーツクラブ一覧

なお、調査にご協力を頂いた商業スポーツクラブは下記のとおりである。(順不同) 記してお礼を申し上げます。

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 札幌アスレチッククラブ | シーバス・スポーツクラブ篠ノ井 |
| ブライオ・スポーツ・パーク | アーバンクラブウイング |
| キリンスポーツクラブせんだい | アピアスポーツクラブ |
| スポーツクラブオレンジワンヤマコー | ウェルネスクラブ清水 |
| サンフィッシュスポーツクラブ八戸 | 東富士スイミングクラブ |
| フィットネスクラブ B10 | グリーンスポーツプラザ |
| セントラルスポーツ新庄 | スポーツセンターコジャック |
| スポーツクラブルネサンス幕張 | スポーツクラブ日新館 |
| セントラルフィットネスクラブ藤沢 | キッコーマンスポーツクラブ竜ヶ崎 |
| ドゥスポーツプラザ晴海 | サンフィッシュスポーツクラブ三沢 |
| スポーツクラブルネサンス水戸 | セントラルスポーツクラブ水沢 |
| フィットネスクラブWISE (ワイズ) | スポーツクラブ天童 |
| スポーツクラブルネサンス両国 | 小川和代ジャズダンスカンパニー |
| 財団法人三菱養和会 巣鴨スポーツセンター | フィットネスクラブきりゆう |
| ブルーマリンスポーツクラブ | リリアトウコウ スポーツクラブ |
| スポーツ&メディカルクラブエイム21 | オアフクラブ港北ニュータウン |
| スポーツクラブ サムシン | マインスポーツクラブ |
| バルポート太田 | 市川アスレティッククラブ |
| 京都アスレティッククラブ サイトピア | スポーツスクエア新百合ヶ丘 |
| 釧路市フィットネスセンター | 荏原湘南スポーツセンター |
| セントラルフィットネスクラブ青森 | アクアスポーツクラブ |
| スポーツメイト・ウィン福島 | オータワールドティップトップ大山 |
| 東急フィットネスクラブ AXIA 取手 | アトラスアスレティック |
| サンプラザフィットネスクラブウィンズ栃木 | ホテルサンガーデン姫路ガーデンクラブ |
| リーヴ・ルネサンス横浜ランドマークプラザ | ニューワールドフィットネスクラブ アクアマリン |
| 住友不動産フィットネス ノーチラスクラブ水道橋 | ヤマハリゾート つま恋フィットネスクラブ |
| スパ白金 | アーバンリゾートメンバーズ |
| スポーツクラブルネサンス横浜 | ロイヤルオークスポーツクラブ |
| セブンラックススポーツプラザ | 甲府富士屋ホテル フィットネスクラブ ジュン |
| オークラヘルスクラブ | 株式会社ケイアールシースポーツクラブ |
| JFBスタジોકかむる真鶴 | 新潟スポーツクラブ有限会社 ダッシュ |
| 岐阜西スポーツクラブ | バードグリーンホテル大垣平安閣 |
| スポーツクラブルネサンス札幌平岸 | 株式会社 舞ウイング |
| ニッポーベースポーツルネサンス福島 | スイミングアカデミーむつ |
| 日鐵サンスポーツ21水戸 | 釧路スイミングクラブ |
| コスモスポーツクラブ | スイミングクラブヤマシン 鉾田 |
| ホテル法華クラブスポーツプラザロータス | カワサキスイミングクラブ |
| ライブスポーツ将監 国見スイミングクラブ | 東武スイミングスクールかねがふち |
| フィットネス・リゾートスタジોકーネ | 豊田スイミングスクール美里 |
| ジョイフルアスレティッククラブ | 加賀スイム倶楽部 |
| イトマンスポーツクラブ守谷 | 亀山スイミングスクール |
| 狭山ヶ丘学園スポーツスクール | OKスイミングスクール |
| 東急スポーツオアシス川口 | 双葉スイミングクラブ |
| ビーヘルシーブラーザ | 若松スイミングスクール |
| サッポロスポーツプラザPAL川口 | ジャパンエーススイミングスクール |
| トータルフィットネスクラブわらわら | 小金井カントリー倶楽部 |
| スポーツクラブルネサンス長野 | 相武カントリー倶楽部 |
| フレックス (ISC飯田スイミングクラブ) | 石坂ゴルフ倶楽部 |
| 後楽園スポーツクラブ新写 | 飯能ゴルフクラブ |
| スポーツドームエアーズ本館 | 我孫子ゴルフ倶楽部 |

ご協力いただいたクラブ一覧 (つづき)

久能カントリー倶楽部
藤ヶ谷カントリークラブ
筑波カントリークラブ
竜ヶ崎カントリー倶楽部
富士小山ゴルフクラブ
東海カントリークラブ
岐阜カンツリー倶楽部
小野東洋ゴルフ倶楽部
西宮高原ゴルフ倶楽部
東広野ゴルフ倶楽部
関西カントリークラブ
飛鳥カントリー倶楽部
奈良国際ゴルフ倶楽部
東京都民ゴルフ場
秦野カントリークラブ
湯河原カンツリー倶楽部
廣済堂埼玉ゴルフ倶楽部
芦の湖カントリークラブ
吉良カントリークラブ
大垣カントリー倶楽部
新大阪ゴルフクラブ
青木功ゴルフクラブ
赤穂カンツリークラブ
蔵王カントリークラブ
青梅ゴルフ倶楽部
河口湖カントリークラブ
平尾カントリークラブ
伏尾ゴルフ倶楽部
ライオンズカントリー倶楽部
琵琶湖カントリー倶楽部
大日向カントリー倶楽部
伊香保国際カンツリー倶楽部
昇仙峡カントリークラブ
岐阜北カントリー倶楽部
茨木国際ゴルフ倶楽部
レークスワンカントリー倶楽部
大津カントリー倶楽部
立川国際カントリー倶楽部
大厚木カントリー倶楽部
平塚富士見カントリークラブ
レイクウッドゴルフクラブ
新千葉カントリー倶楽部
茨城ゴルフ倶楽部
宝塚ゴルフ倶楽部
日本平ゴルフクラブ
八戸ゴルフ倶楽部
三陸カントリー倶楽部
水沢リバーサイドゴルフ場
仙塩ゴルフ倶楽部
鳴子カントリークラブ

最上川高原ゴルフ倶楽部
函館ゴルフ倶楽部
根来ゴルフクラブ
岡山霞橋ゴルフ倶楽部
福山ゴルフ倶楽部
宮島カンツリー倶楽部
三次カントリークラブ
舟木ゴルフ倶楽部
壱岐カントリー倶楽部
たかはるゴルフクラブ
出雲カントリー倶楽部
京浜テニスクラブ
テニスガーデンレニックス
神戸ローンテニスクラブ
ひまわりテニスクラブ
大正セントラルテニスクラブ目白
秋田山王テニス倶楽部
東京スカイプラザテニスクラブ
大和クイーンテニスクラブ
ニューウインブルドンテニスクラブ
パシフィックテニスクラブ
カルピススポーツプラザ高槻
マイシティJSSテニススクール
シティテニスクラブロサ
The Oahu Club Tokyo
アーバンスポーツ・東京インドアテニスクラブ
大阪スカイプラザテニスクラブ
大阪国際ローンテニスクラブ
田園テニス倶楽部
諸の木テニス倶楽部
京都東山テニスクラブ
香里グリーンテニスクラブ
上尾テニスクラブ
横浜グリーンテニスクラブ
横浜ガーデンテニスクラブ
名鉄ローンテニスクラブ
荻屋国際ローンテニスクラブ
千葉ローンテニスクラブ
青葉台ローンテニスクラブ
鎌倉ロイヤルテニスクラブ
覚王山テニスクラブ
豊中テニスクラブ
小倉テニスクラブ
スポーツランドSUGO
グリーンウッドテニスランチ
サンダーバードローンテニスクラブ穂高
ロイヤルテニスクラブ
リトルプリンス
利根田園テニスクラブ
オークランドテニスクラブ

ご協力いただいたクラブ一覧 (つづき)

グリーンテニスクラブ津久井湖・城山
池の浦テニスガーデン
サンランドロイヤルテニスクラブ
常盤湯本テニスクラブ
上田サンアップルテニスクラブ
琵琶湖ホテルテニスクラブ
スポーツアミューズメントドームプレゴ
国際スポーツ振興株式会社(九州国際テニスクラブ)
ホテルレークビワテニスクラブ
浜松グリーンカントリーテニスクラブセプラ
ビッグバードHGスクール
東海HGスクール
ウィンドスポーツHGスクール
JMB秋田寒風山HGS
怪鳥クラブHGスクール
スカイレンジャー
車山HGスクール
SFE愛媛HGスクール(天川ハゲタカクラブ)
ハンググライダースクール ラプラブ
サホロパラグライダースクール
SET岩手スカイスポーツスクール
蔵王坊平パラグライダースクール
猪苗代パラグライダースクール
エコウィンドバレー・奥利根パラグライダースクール
八方尾根 五竜とおみパラグライダースクール
SET尾神スカイスポーツスクール
パラフィールド
SET朝霧スカイスポーツスクール
火の鳥スカイスポーツスクール
SETウィンドラブ吉松パラグライダースクール
SET阿蘇ネイチャーランドスカイゾーン
つくばパラグライダースクール エコスポーツ
DKスカイジム朝霧
DKスカイジム宇都宮
神立高原パラグライダースクール(08会)
石打プロスキースクール
中里スノーウッドスキースクール
安比スキースクール
志賀パークスキースクール
玉越プロスキースクール
磐梯プロスキースクール
ひるがのプロスキースクール
Mt.レースイスキースクール
アサマ2000パラレルスキースクール
MIDスキースクール
白樺リゾートプロスキースクール
ヨーロッパンスノーボード&スキースクール
I.Wスキースクール
あだたらプロスキースクール
ホワイト&グリーン天元台プロスキースクール



第1章 基礎編： 全体的傾向



第1節	全体的傾向の内容要約	12
第2節	調査対象の特性	14
第3節	会員の構成	16
第4節	クラブの組織化活動	19
第5節	スポーツ振興における協力体制	24

第1節 全体的傾向の内容要約

◇調査対象の特性（第2節）

クラブの開設時期は、1980年代が最も多く全体の約4割（38.8%）を占めていた。開設数のピークは1985年であり、次いで1990年であった。ピーク年の前2年間は、いずれも設立数が特に多くなっていた。1986年以降のここ10年間に約半数（46.0%）のクラブが設立された。

全体の3/4（75.6%）が株式会社の形態であり、親会社のあるクラブが全体の半数強（54.2%）であった。

系列関係のクラブのない独立（店舗型）クラブが全体の約1/4（26.7%）、系列のあるクラブは全体の約2/3（65.3%）であった。

3段階で把握された施設規模については、小規模（38.6%）と中規模（36.3%）としたクラブが多く、大規模としたものは全体の1/5（21.5%）であった。

中級、上級、高級の3段階で把握された施設水準については、中級としたクラブ（58.5%）が最も多く、次いで上級（25.5%）、高級（10.8%）となった。

1クラブあたりの正社員は平均で27人程度、そのうち指導者の占める比率は1/4程度（24.8%）であった。アルバイト者数の構成比は約5割であった。

◇会員の構成（第3節）

1クラブ当たりの個人会員数の平均は約1,230名であった。女性比は約4割（39.0%）であった。正会員の入会金平均は40万円程度、正会員の年会費平均は11万円程度であった。スクール会員の年会費平均は6万円程度であった。

入会条件を設けているとしたクラブは、4割弱（37.2%）であった。その条件の内訳は、「年齢」、「既会員の推薦」が最も多く、条件があるとしたクラブのうちの1/4強（27.1%）を占めていた。次いで「健康状態」（22.7%）、「国籍」（10.0%）となった。

年齢でみた会員構成については、40歳代と50歳代が中心であった。

会員歴については、全体では10年以上と2～5年未満が中心であった。性別では、女性の方が会員歴が短い傾向がみられた。

会員の活動の動機・目的としては、「健康・体力の充実」が最も多く（39.2%）、次いで「運動の楽しみ」（26.7%）、「社交やコミュニケーション」（20.6%）となった。「技能や競技力の向上」をあげた回答は全体の約1割（11.4%）にとどまった。

個人会員の年間延べ利用者数は20,000人以上が最も多く1/3（36.3%）を占めていた。法人会員の年間延べ利用者数は1,000～2,999人が最も多かったが、特定のカテゴリーに集中する傾向はみられなかった。

◇クラブの組織化活動（第4節）

会員の要望へ対応するための情報収集活動はほぼ半数（51.0%）のクラブが、会員の活動に必要な情報提供活動は約1割（8.8%）のクラブが、会員拡大のための会員外からの情報収集活動は、約3割（32.7%）のクラブが、それぞれ実施しているとしていた。

会員拡大を重視しているクラブは全体の6割を超えており（60.6%）、重視していないとする回答（25.5%）を大きく上回っていた。

会員数が年々増加しているとしたクラブは全体の約2割（20.7%）、会員の高齢化が進行しているとしたクラブは全体の約6割（62.2%）、女性会員の割合が大きくなっているとしたクラブは全体の約4割（38.7%）、専任の指導者数が増加しているとしたクラブは全体の約1割（11.6%）、技術志向の会員構成比が拡大しているとしたクラブは全体の約1割（12.8%）であった。

クラブの活動方針としては、「健康・体力の充実」(31.5%)と「運動の楽しみ」(28.3%)が多く、次いで「社交やコミュニケーション」(22.3%)となっていた。「技能や競技力の向上」をあげた回答は全体の約1割強(13.1%)にとどまっていた。

会員を対象とした事業の開催頻度では、「クラブで扱う種目の競技会」が最も高く、一年間の実施頻度の平均は9.85回であった。次いで「講習会や研修会」の実施頻度が高い傾向(4.97回/年)がみられたが、これらのバラツキはかなり大きく、実施、非実施の二つのグループに分かれる傾向が顕著であった。

会員以外をも対象とした事業では、「クラブで扱う種目の競技会」が最も高く、一年間の実施頻度の平均は2.68回であった。概して会員外のプロモーション活動は低調であった。

広報活動としては、最も実施されたものは「体験スクール」(53.0%)であり、半数を超えるクラブで実施していた。次いで「新聞広告」(52.6%)、「ダイレクトメール」(43.8%)となっていた。

クラブにおける会員どうしのグループ活動(クラブインクラブ)があるとしたクラブは全体の約7割弱(67.3%)であり、こうした活動をクラブとして奨励しているとした割合は半数弱(47.4%)であった。

クラブのスタッフと会員のコミュニケーションを図る活動を、クラブとして奨励しているとした割合は半数(52.2%)であった。

クラブの活動を地域へ理解してもらう工夫を、クラブとして行っているとした割合は全体の約6割(58.9%)であった。

地域住民へのサービスとしては、「施設の提供」(29.1%)、「クラブ入会金の割引」(27.1%)の実施率が高かった。次いで「指導員の提供」(17.9%)、「クラブ会費の割引」(17.1%)などのサービスの実施率が高い傾向がみられた。

競合状況にあるクラブがあるとした回答は全体の8割(83.6%)を超えていた。競合するクラブとしては、同じ種目を扱うもの(59.7%)、同種目と異種目を扱うものの両方(21.5%)が主なものとしてあげられていた。

地域活性化へ貢献しているとした回答は、全体の7割(71.8%)を超えた。一方、地域活性化に無関係であるとした回答は2割程度(22.3%)であった。

◇スポーツ振興における協力体制(第5節)

他のクラブや他の団体との関係は総じて低調である。最も協力関係がみられるものが「系列関係のクラブを除く同種目」との関係で、全体の65.6%が何らかの協力関係があると回答している。その他では、「市区町村規模の体育協会や競技団体」を除く全てにおいて、「協力関係がない」と回答したものが半数を超えている。「体育協会や競技団体との関係」と「行政組織との関係」においては、団体や組織の規模が市区町村から都道府県、全国へと大きくなるにつれて関係が弱くなる傾向がみられる。特に、「国の行政組織」との関係はきわめて弱く、全体の85.2%が「協力関係がない」と回答している。また、具体的な協力関係としては、ほとんど全ての場合において「情報交換」が最も多いが、市区町村規模の体育協会や競技団体および市区町村の行政組織との関係においては「施設の提供」が最も多かった。

スポーツ振興への展望においては、「税制の優遇措置」が必要であると回答したものが75.7%と最も多く、次いで「種々の規制緩和」の45.5%であった。「総合的統括スポーツ組織」が必要であると回答したものは3割に満たなかった。

第2節 調査対象の特性

1. 開設時期

クラブの開設時期については、80年代が最も多く全体の約4割（38.8%）を占めていた。

クラブの開設数のピークは1985年であり、次いで1990年であった。いずれのピーク年の前2年間の設立数が特に多くなっていた。

1970年代のピークは、1973年であった。

1986年以降のここ10年間に約半数（46.0%）のクラブが設立されている。

2. 法人格

全体の3/4（75.6%）が株式会社の形態をとっており、有限会社がそれに次いでいた。「その他」の形態をとるものは約1割（11.2%）であった。

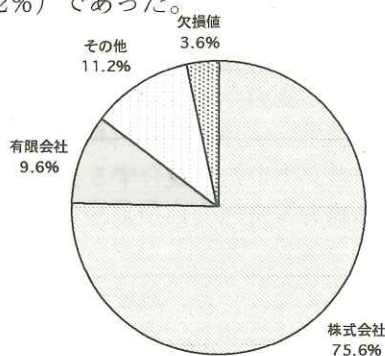


図1-2-1 法人格

3. 親会社の有無

親会社のあるクラブが全体の半数強（54.2%）であった。一方、独立した資本のクラブも全体の半数弱（45.4%）を占めていた。

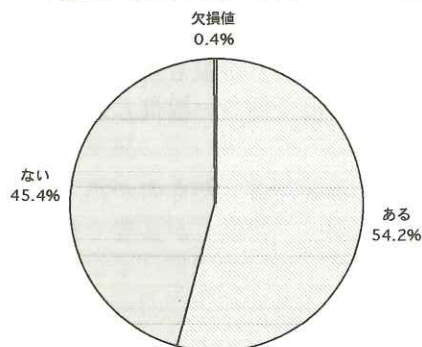


図1-2-2 親会社の有無

表1-2-1 クラブの開設時期

開設年	クラブ数	構成比	開設年代	構成比
1925	2	0.8	1920年代	1.6
1927	2	0.8		
1930	1	0.4	1930年代	1.6
1934	1	0.4		
1935	1	0.4		
1937	1	0.4		
1951	1	0.4	1950年代	6.0
1953	2	0.8		
1955	2	0.8		
1957	2	0.8		
1958	2	0.8		
1959	6	2.4		
1960	2	0.8	1960年代	9.6
1961	5	2.0		
1962	4	1.6		
1963	2	0.8		
1964	2	0.8		
1965	3	1.2		
1966	2	0.8		
1967	1	0.4		
1969	3	1.2		
1970	5	2.0	1970年代	22.0
1971	5	2.0		
1972	1	0.4		
1973	10	4.0		
1974	6	2.4		
1975	7	2.8		
1976	3	1.2		
1977	9	3.6		
1978	4	1.6		
1979	5	2.0		
1980	6	2.4	1980年代	38.8
1981	5	2.0		
1982	7	2.8		
1983	10	4.0		
1984	11	4.4		
1985	18	7.2		
1986	7	2.8		
1987	8	3.2		
1988	11	4.4		
1989	14	5.6		
1990	16	6.4	1990年代	18.4
1991	8	3.2		
1992	7	2.8		
1993	8	3.2		
1994	5	2.0		
1995	2	0.8		
欠損値	6	2.4		

4. クラブの形態

系列関係にない独立クラブが全体の約1/4 (26.7%)、系列のあるクラブは全体の約2/3 (65.3%)であった。系列の内訳は、同種目の系列展開をしているクラブが35.5%、同種目と異種目で系列を持っているクラブが16.3%、異種目で系列を持っているクラブが13.3%であった。

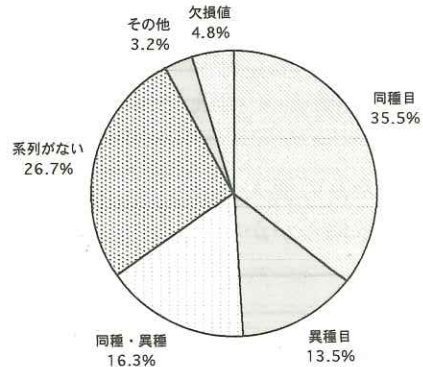


図1-2-3 クラブの形態

5. 施設・設備の規模

小規模、中規模、大規模からなる3段階のカテゴリーで尋ねた施設・設備の規模については、小規模としたクラブ (38.6%) と中規模としたクラブ (36.3%) が多かった。大規模としたクラブは全体の1/5 (21.5%) であった。

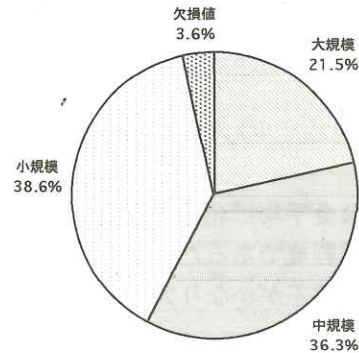


図1-2-4 施設・設備の規模

6. 施設・設備の水準

中級、上級、高級からなる3段階のカテゴリーで尋ねた施設・設備の水準については、中級としたクラブ (58.5%) が最も多く、次いで上級 (25.5%)、高級 (10.8%) となっていた。

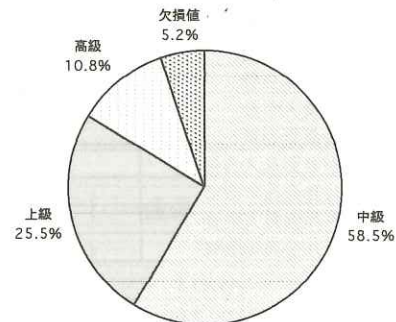


図1-2-5 施設・設備の水準

7. 従業員数

1クラブあたりの正社員は平均で27人程度、そのうち指導者の占める比率は1/4程度 (24.8%) であった。アルバイト者数の構成比は5割であった。

正社員指導者および正社員並の契約社員における有資格者比は1/4割程度であるが、条件付き契約社員及びアルバイト者における指導スタッフ比は高く、5割を上回っていた。

有資格者比については、正社員指導者および正社員並の契約社員におけるそれが相対的に高く、条件付き契約社員及びアルバイト者におけるそれは相対的に低かった。

表1-2-2 従業員数

	正社員数	正社員並の契約社員数	条件付き契約社員数	アルバイト者数
平均指導スタッフ数 (人/クラブ)	6.78	1.16	4.60	20.31
(指導スタッフの内、有資格者数)	2.02	0.39	0.76	3.73
平均業務スタッフ数 (人/クラブ)	20.59	3.39	3.98	20.26
平均スタッフ数計 (人/クラブ)	27.37	4.55	8.58	40.57
指導スタッフ比	24.8%	25.5%	53.6%	50.1%
有資格者比	29.8%	33.6%	16.5%	18.4%

指導スタッフ比：平均指導スタッフ数÷平均スタッフ数計

有資格者比：(指導スタッフの内、有資格者数)÷平均指導スタッフ数

第3節 会員の構成

1. 会員数（個人・法人）

1クラブ当たりの個人会員数の平均は約1,230名であった。女性比はおよそ4割（39.0%）であった。いずれも標準偏差がかなり大きく、分布のバラツキはかなり大きかった。

表1-3-1 会員数（個人・法人）

	平均	標準偏差	最小	最大	有効票数
個人会員数（男性）	743.7	1,098.9	0	10,929	226
個人会員数（女性）	476.2	775.7	0	6,500	227
個人会員総数	1,230.8	1,616.3	0	11,826	230
法人会員総数	83.5	165.7	0	1,245	223

註) 有効票数が異なるため、個人会員総数は男性会員数と女性会員数の和とは一致しない。

2. 会員種別ごとの入会金および会費

正会員の入会金平均は40万円程度、正会員の年会費平均は11万円程度であった。スクール会員の年会費平均は6万円程度であった。

いずれも標準偏差がかなり大きく、分布のバラツキはかなり大きかった。

表1-3-2 会員種別ごとの入会金および会費

	平均	標準偏差	最小	最大	有効票数
正会員入会金	396,565.7	2,224,930.7	0	30,000,000	209
正会員年会費	110,589.7	499,488.7	0	7,210,000	207
法人会員入会金	818,069.0	3,089,105.7	0	30,000,000	129
法人会員年会費	408,835.4	2,533,078.8	0	28,840,000	129
家族会員入会金	117,086.4	206,165.7	0	1,300,000	66
家族会員年会費	198,433.3	804,445.8	0	6,609,000	66
条件付き会員入会金	138,198.4	551,948.1	0	5,000,000	150
条件付き会員年会費	70,990.1	69,250.7	0	618,000	150
スクール会員入会金	8,504.4	12,266.0	0	51,500	32
スクール会員年会費	58,512.8	43,708.6	0	150,000	32

3. 入会にかかわる条件

クラブへの入会に際して、何らかの条件を設けているとしたクラブは、4割弱（37.2%）であった。その条件の内訳は、「年齢」「既会員の推薦」が最も多く条件があるとしたクラブのうちの1/4強（27.1%）を占めていた。次いで「健康状態」（22.7%）、「国籍」（10.0%）となっていた。

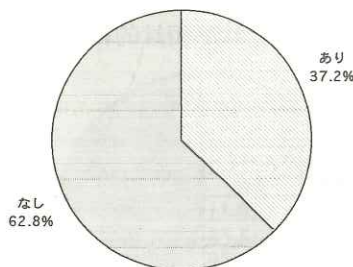


図1-3-1 入会条件の有無

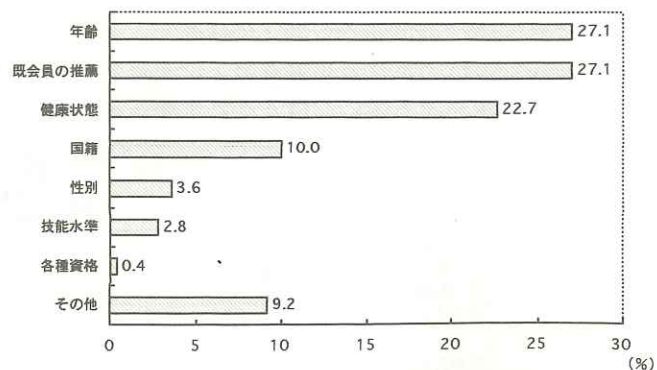


図1-3-2 入会にかかわる条件

4. 会員の年齢構成

全体では40歳代と50歳代が中心であった。性別では、男性は30歳代、40歳代、50歳代が中心であり、女性は20歳代と40歳代、50歳代が中心となっていた。

表1-3-3 会員の年齢構成

	男性	女性	全体
～10歳未満	6.8	6.8	6.8
10歳代	2.0	2.0	2.0
20歳代	9.2	26.7	14.7
30歳代	21.5	5.2	11.6
40歳代	19.9	24.3	17.1
50歳代	22.3	21.5	19.9
60歳代	10.0	3.6	7.6
特定できない	2.4	2.0	2.4
欠損値	6.0	8.0	17.9

5. 会員の所属年数

全体では10年以上と2～5年未満が中心であった。性別では、女性の方が会員歴が短い傾向がみられた。

表1-3-4 会員の所属年数

	男性	女性	全体
1年未満	4.0	6.4	4.0
1～2年未満	10.0	13.5	10.0
2～5年未満	29.5	25.1	25.9
5～10年未満	13.1	16.3	12.4
10年以上	31.5	24.3	28.3
特定できない	4.8	5.2	3.6
欠損値	7.2	9.2	15.9

6. 会員の動機・目的

クラブにおける会員の活動の動機・目的としては、「健康・体力の充実」が最も多く（39.2%）、次いで「運動の楽しみ」（26.7%）、「社交やコミュニケーション」（20.6%）となっていた。「技能や競技力の向上」をあげた回答は全体の約1割（11.4%）にとどまっていた。

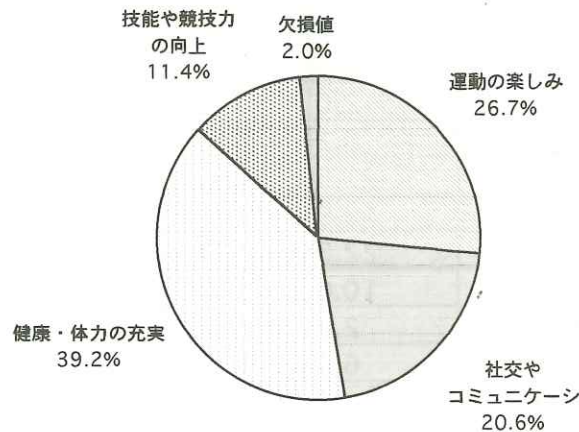


図1-3-3 会員の動機・目的

7. 年間延べ利用者数（法人・個人）

個人会員の年間延べ利用者数は20,000人以上が最も多く1/3（36.3%）を占めていた。中央値から算出した年間延べ利用者数の平均は約16,000名程度であった。

表1-3-5 年間延べ利用者数（個人）

	n	%
1人～99人	5	2.0
100人～499人	7	2.8
500人～999人	9	3.6
1,000人～2,999人	26	10.4
3,000人～4,999人	20	8.0
5,000人～9,999人	34	13.5
10,000人～19,999人	40	15.9
20,000人以上	91	36.3
わからない	19	7.6
合計	251	100

法人会員の年間延べ利用者数は1,000～2,999人が最も多かったが、特定の категорияに集中する傾向はみられなかった。一方、利用実績についてわからないとする回答がおよそ1/3（34.3%）あった。

中央値から算出した法人の年間延べ利用者数の平均は約5,100名程度であった。

表1-3-6 年間延べ利用者数（法人）

	n	%
1人～99人	9	3.6
100人～499人	22	8.8
500人～999人	26	10.4
1,000人～2,999人	35	13.9
3,000人～4,999人	25	10.0
5,000人～9,999人	26	10.4
10,000人～19,999人	14	5.6
20,000人以上	8	3.2
わからない	86	34.3
合計	251	100

第4節 クラブの組織化活動

1. マーケティングの内容

1) 情報の収集

会員の要望へ対応するための情報収集活動の実施状況については、ほぼ半数のクラブが実施している(51.0%)としていた。一方、「あまり行っていない」とする回答も全体の約1/3(34.3%)みられた。

2) 情報の提供

会員の活動に必要な情報提供活動の実施状況については、約1割(8.8%)のクラブが実施しているとしていた。一方、「あまり行っていない」とする回答が3割弱(28.3%)、「ほとんど行っていない」とする回答が約半数(49.8%)みられた。この項目に関しては、欠損値の構成比が高い(13.1%)ことも特徴であった。

3) 会員外からの情報の収集

会員拡大のための会員外からの情報収集活動の実施状況については、約3割(32.7%)のクラブが実施しているとしていた。一方、「あまり行っていない」とする回答が半数弱(44.2%)、「ほとんど行っていない」とする回答が約2割(20.7%)みられた。

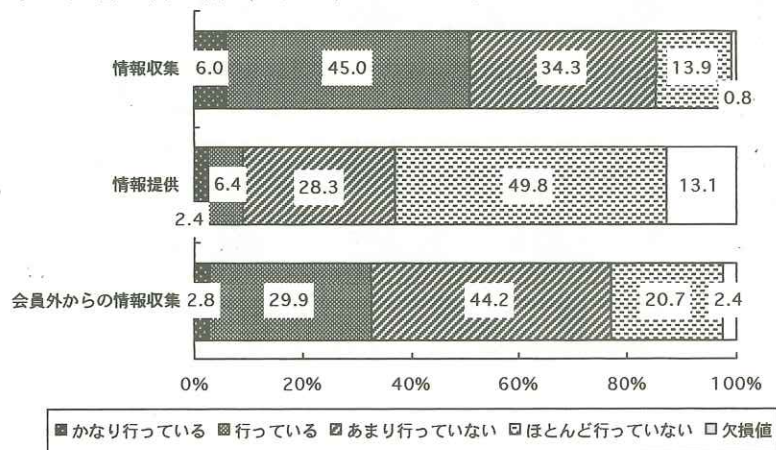


図1-4-1 情報の収集・提供

4) 会員増加に関する意識

会員拡大を重視しているクラブは全体の6割を超えており(60.6%)、重視していないとする回答(25.5%)を大きく上回っていた。「まったく重視していない」とする回答が2割弱(16.7%)あった。

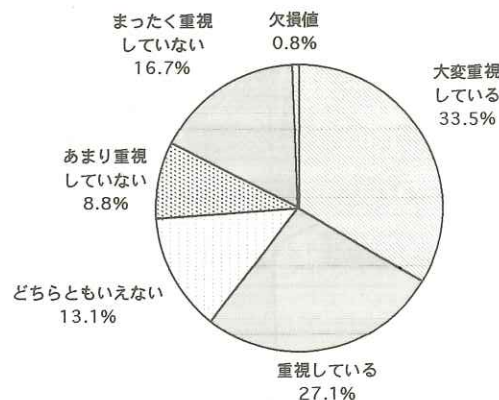


図1-4-2 会員拡大の重視度

5) 会員や事業所の状況

(1) 会員数の増加

会員数が年々増加しているとしたクラブは、全体の約2割(20.7%)であった。一方、そうでないとした回答は半数を超えており(51.8%)、会員数の増加傾向はあまりみられなかった。

(2) 会員の高齢化

会員の高齢化が進行しているとしたクラブは、全体の約6割(62.2%)であった。一方、そうでないとした回答は約1割強(13.2%)であった。会員の高齢化傾向がかなりみられた。

(3) 女性会員の割合

女性会員の割合が大きくなっているとしたクラブは、全体の約4割(38.7%)であった。一方、そうでないとした回答は約3割(29.5%)であった。

(4) 専任指導者の数

専任の指導者数が増加しているとしたクラブは、全体の約1割(11.6%)であった。一方、そうでないとしたクラブは約半数(49.8%)であった。専任指導者数の増加傾向はみられなかった。

(5) 技術志向の会員

技術志向の会員構成比が拡大しているとしたクラブは、全体の約1割(12.8%)であった。一方、そうでないとしたクラブは半数を超えていた(56.2%)。特にその傾向を積極的に否定する「まったくあてはまらない」とした割合が全体の約1/3(34.3%)であった。

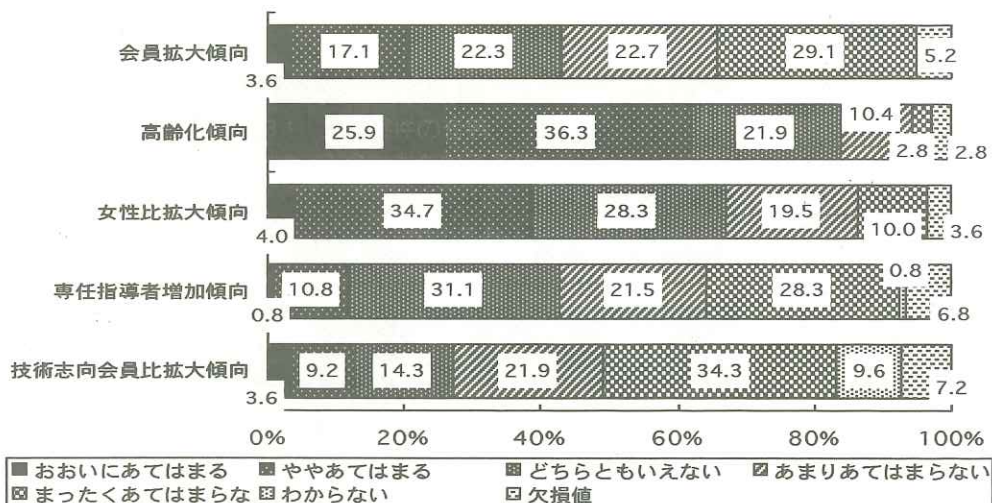


図1-4-3 会員や事業所の状況

6) クラブの運営方針

クラブの運営方針としては、「健康・体力の充実」(31.5%)と「運動の楽しみ」(28.3%)が多く、次いで「社交やコミュニケーション」(22.3%)となっていた。「技能や競技力の向上」をあげた回答は全体の約1割強(13.1%)にとどまっていた。

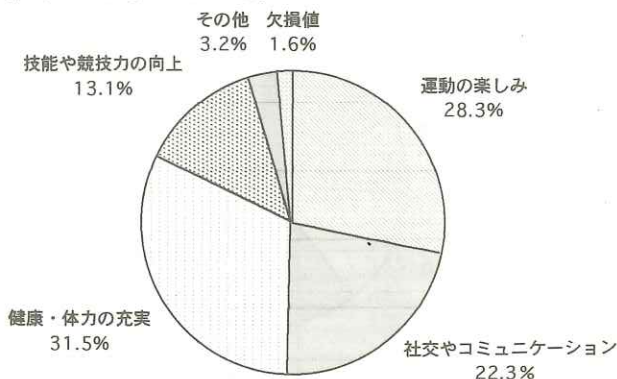


図1-4-4 クラブの運営方針

2. プロモーションの内容

1) 事業の実施

会員を対象とした事業の開催頻度については「クラブで扱う種目の競技会」が最も実施頻度が高く、一年間の実施頻度の平均は9.85回であった。次いで「講習会や研修会」の実施頻度が高い傾向（4.97回/年）がみられたが、このバラツキはかなり大きく、実施、非実施の二つのグループに分かれる傾向が顕著であった。続いて開催頻度が高い事業は「懇親会・パーティー等」（2.86回/年）、「冊子・パンフレット・会報などによる情報提供」（2.78回/年）があげられた。

会員以外をも対象とした事業についても「クラブで扱う種目の競技会」が最も実施頻度が高く、一年間の実施頻度の平均は2.68回であった。次いで「懇親会・パーティー等」（0.79回/年）、「講習会や研修会」（0.75回/年）、「冊子・パンフレット・会報などによる情報提供」（0.71回/年）となっていたが、これらはいずれも年間開催頻度の平均が1回未満であった。

表1-4-1 事業実施回数（会員を対象としたもの）

	Mean	S.D.
懇親会・パーティ等	2.86 回/年	10.2
旅行・ハイキングやスポーツツアー	1.44 回/年	2.94
料理や陶芸等文化活動	0.28 回/年	2.31
講習会や研修会・教室事業	4.97 回/年	33.7
クラブ種目の競技会やイベント・大会	9.85 回/年	17.6
冊子・パンフレット・会報などによる情報提供	2.78 回/年	3.84
その他	0.28 回/年	2.87

表1-4-2 事業実施回数（会員外を対象としたもの）

	Mean	S.D.
懇親会・パーティ等	0.79 回/年	3.99
旅行・ハイキングやスポーツツアー	0.42 回/年	1.40
料理や陶芸等文化活動	0.04 回/年	0.32
講習会や研修会・教室事業	0.75 回/年	3.52
クラブ種目の競技会やイベント・大会	2.68 回/年	7.15
冊子・パンフレット・会報などによる情報提供	0.71 回/年	2.21
その他	0.03 回/年	0.35

2) 販売促進および広報・宣伝活動

広報活動として、最も実施されたものは「体験スクール」であり、半数を超える（53.0%）クラブで実施していた。次いで「新聞広告」（52.6%）、「ダイレクトメール」（43.8%）となっていた。

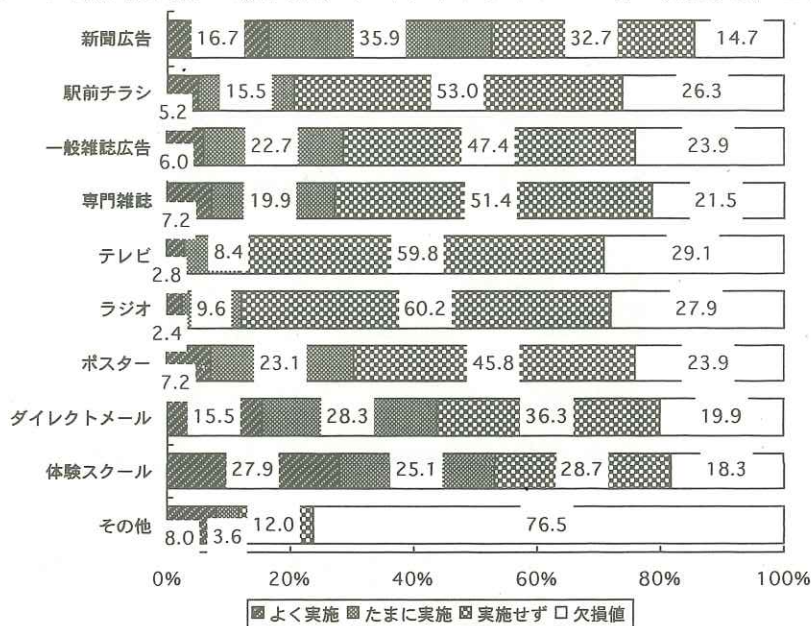


図1-4-5 販売促進および広報・宣伝活動

3) クラブインクラブの有無

クラブにおける会員どうしのグループ活動（クラブインクラブ）があるとしたクラブは全体の約7割弱（67.3%）であった。

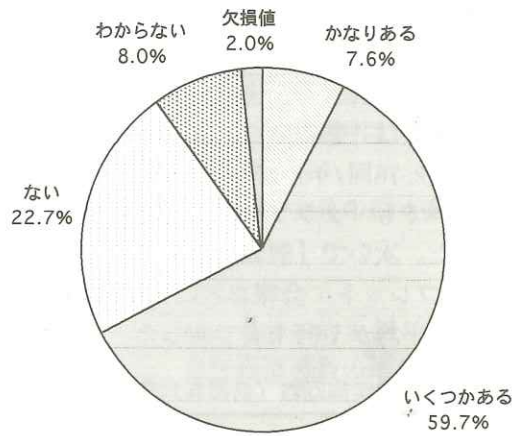


図1-4-6 クラブインクラブの有無

4) クラブインクラブの奨励について

このような会員の活動（クラブインクラブ）をクラブとして奨励しているとした割合は半数弱（47.4%）であった。

5) スタッフと会員のコミュニケーション活動の奨励について

クラブのスタッフと会員のコミュニケーションを図る活動を、クラブとして奨励しているとした割合は半数（52.2%）であった。

6) 地域対応の工夫

クラブの活動を地域へ理解してもらう工夫を、クラブとして行っているとした割合は全体の約6割（58.9%）であった。

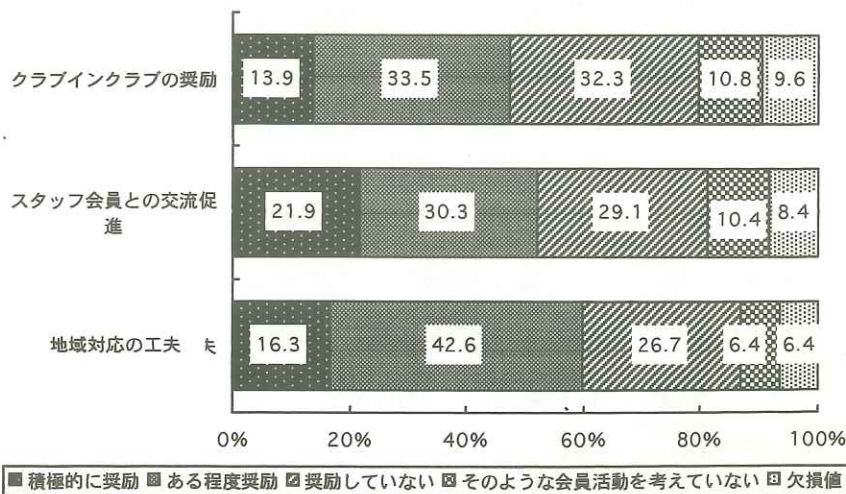


図1-4-7 プロモーション活動

7) 地域住民へのサービス

地域住民へのサービスとしては「施設の提供」(29.1%)、「クラブ入会金の割引」(27.1%)の実施率が高かった。次いで「指導員の提供」(17.9%)、「クラブ会費の割引」(17.1%)などのサービスの実施率が高い傾向がみられた。

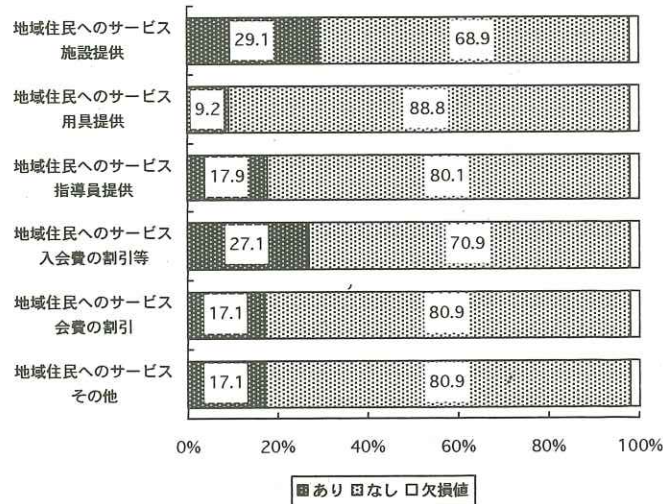


図1-4-8 地域住民へのサービス

8) 競合するクラブの有無

競合状況にあるクラブがあるとした回答は全体の8割(83.6%)を超えていた。競合するクラブとしては、同じ種目を扱うもの(59.7%)、同じ種目と違う種目を扱うものの両方(21.5%)が主なものとしてあげられていた。

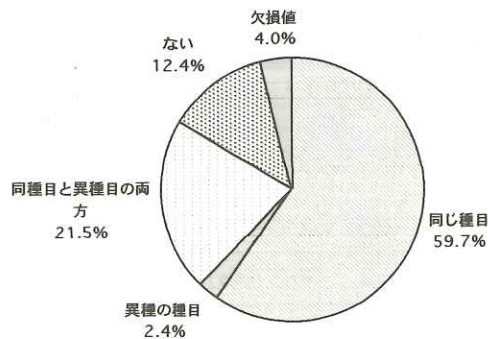


図1-4-9 競合状況

9) 地域活性化への貢献

地域の活性化へ貢献しているとした回答は、全体の7割を超えた(71.7%)。一方、地域活性化に無関係であるとした回答は2割程度(22.3%)であった。

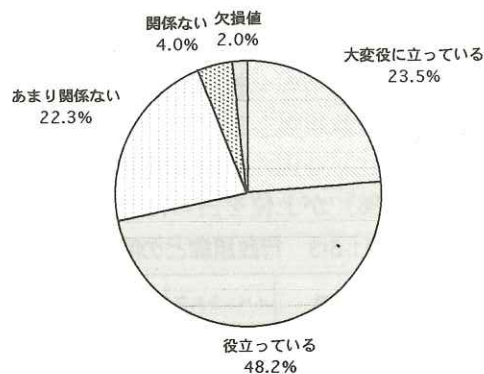


図1-4-10 地域活性化への貢献

第5節 スポーツ振興における協力体制

1. 他のクラブや団体との協力関係

1) 関連スポーツ団体との関係

関連スポーツ団体との協力関係においては、「系列関係のクラブを除く同種目」と何らかの協力関係を持っているクラブが最も多く全体の65.6%であり、「スポーツ産業以外の団体や組織」(38.9%)、「系列関係のクラブを除く異種目」(28.3%)と続く。具体的な協力関係の内容は、「系列関係のクラブを除く同種目」においては「情報交換」(45.9%)、連絡会議(39.8%)、「イベント共催」(20.5%)、「スポーツ産業以外の団体や組織」においては「情報交換」(15.6%)、「施設の提供」(9.0%)、「ネットワークづくり」(6.6%)、「系列関係のクラブを除く異種目」においては「情報交換」(15.6%)、「イベント共催」(13.1%)、「施設の提供」(13.1%)が上位を占め、いずれの場合も「情報交換」が最も多かった。

表1-5-1 他のクラブ・団体との関係

	ネットワークづくり	情報交換	連絡会議	イベント共催	指導者養成	指導者派遣	施設の提供	その他	協力関係はない
系列関係のクラブを除く同種目	15.2%	45.9%	39.8%	20.5%	9.0%	9.0%	19.7%	1.2%	34.4%
系列関係のクラブを除く異種目	6.6%	16.4%	5.7%	6.1%	1.2%	2.0%	9.0%	1.6%	71.7%
スポーツ産業以外の団体や組織	11.1%	15.6%	8.6%	13.1%	2.0%	7.8%	13.1%	3.3%	61.1%

2) 体育協会や競技団体との関係

体育協会や競技団体との関係においては、「市区町村規模の体育協会や競技団体」と何らかの協力関係を持っているクラブが最も多く全体の50.8%であり、「都道府県規模の体育協会や競技団体」(48.0%)、「全国規模の体育協会や競技団体」(34.8%)と、体育協会や競技団体の規模が大きくなるにしたがって協力関係が希薄になる傾向がみられた。具体的な協力関係の内容は、「市区町村規模の体育協会や競技団体」においては「施設の提供」(21.3%)、「イベント共催」(20.1%)、「情報交換」(18.0%)、「都道府県規模の体育協会や競技団体」においては「連絡会議」(20.5%)、「情報交換」(18.9%)、「施設の提供」(16.4%)、「全国規模の体育協会や競技団体」においては「情報交換」(16.8%)、「連絡会議」(16.4%)、「イベント共催」(9.4%)が上位を占めた。

表1-5-2 体育・スポーツ団体との関係

	ネットワークづくり	情報交換	連絡会議	イベント共催	指導者養成	指導者派遣	施設の提供	その他	協力関係はない
市区町村規模の体育・スポーツ団体	9.4%	18.0%	17.6%	20.1%	3.3%	14.8%	21.3%	3.7%	49.2%
都道府県規模の体育・スポーツ団体	9.0%	18.9%	20.5%	14.3%	4.1%	6.6%	16.4%	4.5%	52.0%
全国規模の体育・スポーツ団体	6.6%	16.8%	16.4%	9.4%	6.6%	2.9%	8.2%	4.9%	65.2%

3) 行政組織との関係

行政組織との関係においては、「市区町村の行政組織」と何らかの協力関係を持っているクラブが最も多く全体の47.1%であり、「都道府県の行政組織」(26.2%)、「国の行政組織」(14.8%)と、行政組織の規模が大きくなるにしたがって協力関係が希薄になる傾向がみられた。具体的な協力関係の内容は、「市区町村の行政組織」においては「情報交換」(18.0%)、「施設の提供」(18.0%)、「イベント共催」(16.8%)、「都道府県の行政組織」においては「情報交換」(10.7%)、「施設の提供」(7.0%)、「指導者派遣」(5.7%)、「国の行政組織」においては「情報交換」(6.1%)、「その他」(4.1%)、「指導者養成」(3.3%)が上位を占めた。

表1-5-3 行政組織との関係

	ネットワークづくり	情報交換	連絡会議	イベント共催	指導者養成	指導者派遣	施設の提供	その他	協力関係はない
市区町村の行政組織	8.6%	18.0%	8.6%	16.8%	2.9%	12.3%	18.0%	4.1%	52.9%
都道府県の行政組織	3.7%	10.7%	4.9%	4.1%	1.2%	5.7%	7.0%	4.9%	73.8%
国の行政組織	1.6%	6.1%	2.9%	1.6%	3.3%	0.4%	1.2%	4.1%	85.2%

2. スポーツ振興への展望

1) 指導者資格の統一

「指導者資格の統一が必要だと考える」と回答したクラブは全体の35.5%であった。一方、「指導者資格の統一が必要だと考えない」と回答したクラブは全体の12.7%であった。

2) 規制緩和

「種々の規制緩和が必要だと考える」と回答したクラブは全体の45.5%であった。一方、「種々の規制緩和が必要だと考えない」と回答したクラブは全体の7.6%であった。

3) 税制の優遇措置

「税制の優遇措置が必要だと考える」と回答したクラブは全体の75.5%であり、「税制の優遇措置が必要だと考えない」(3.4%)と回答したクラブを大幅に上回った。

4) 統括団体の必要性

「総合的統括スポーツ組織が必要だと考える」と回答したクラブは全体の28.3%であり、「どちらともいえない」(40.2%)と回答したクラブを下回った。一方、「総合的統括スポーツ組織が必要だと考えない」と回答したクラブは17.1%であった。

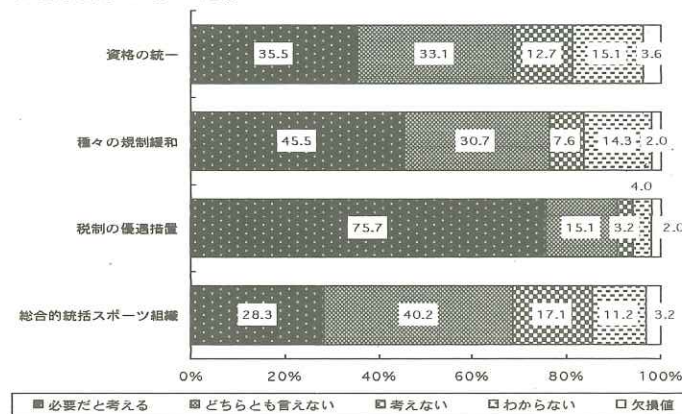


図1-5-1 クラブの意向

5) 日本体育協会の認知度

「日本体育協会を知っている」と回答したクラブはおよそ9割と高い値を示したが、その一方で、「日本体育協会を知らない」と回答したクラブも6.8%存在した。

6) 日本体育協会への要望

日本体育協会への要望を記入したクラブはほぼ2割であり、記入しなかったクラブのおよそ1/4であった。

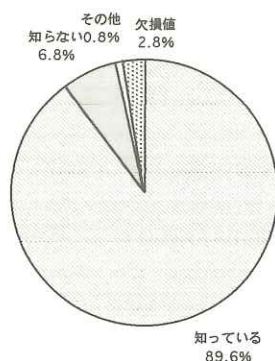


図1-5-2 日本体育協会の認知状況

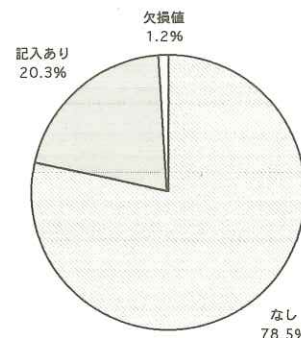
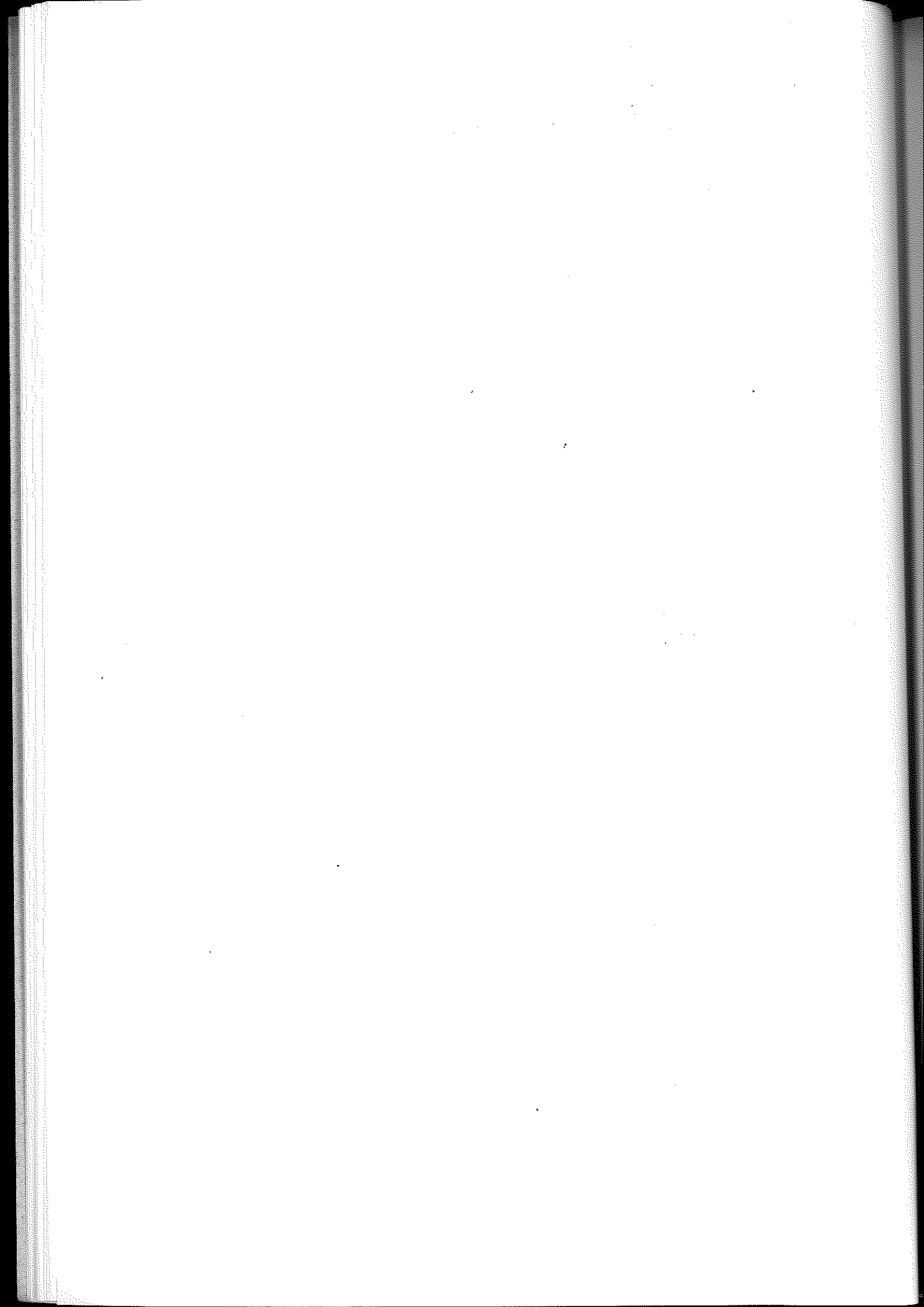




図1-5-3 日本体育協会への要望記入状況





第2章 分析編： 特徴比較



1節	クラブ種別による特徴分析	28
2節	「親会社の有無」からみた特徴分析	47
3節	「地域との関係」からみた特徴分析	53
4節	「クラブインクラブの奨励状況」からみた特徴分析	62

第1節 クラブ種別による特徴分析

1. 特徴分析の内容要約	29
2. 複合都市型フィットネスクラブの特徴分析	30
1) 複合都市型フィットネスクラブにおける組織の特徴	30
2) 複合都市型フィットネスクラブにおける組織化活動の現状	31
3) 複合都市型フィットネスクラブの協力体制	32
3. 複合近郊型フィットネスクラブの特徴分析	33
1) 複合近郊型フィットネスクラブにおける組織の特徴	33
2) 複合近郊型フィットネスクラブにおける組織化活動の現状	34
3) 複合近郊型フィットネスクラブの協力体制	35
4. ゴルフクラブの特徴分析	36
1) ゴルフクラブにおける組織の特徴	36
2) ゴルフクラブにおける組織化活動の現状	37
3) ゴルフクラブの協力体制	38
5. テニスクラブの特徴分析	39
1) テニスクラブにおける組織の特徴	39
2) テニスクラブにおける組織化活動の現状	40
3) テニスクラブの協力体制	41
6. アウトドア系クラブの特徴分析	42
1) アウトドア系クラブにおける組織の特徴	42
2) アウトドア系クラブにおける組織化活動の現状	43
3) アウトドア系クラブの協力体制	44
6. クラブ種別からみた特徴	45
1) クラブ種別からみた商業スポーツクラブの特徴	45
2) クラブ種別からみた組織化活動の現状	45
3) クラブ種別からみた協力体制についての考え方	46

1. 特徴分析の内容要約

◇複合都市型フィットネスクラブ

複合都市型のフィットネスクラブ群は80年代を中心に新しく開設されたものが多く、90%が株式会社であり、同種・異種の系列が50%弱を占めている。会員の所属歴は1年～2年未満が中心で比較的短く、女性の比率が高くなっている。情報の提供は積極的に行われており、宣伝広告の活動も活発である。会員の拡大を重視している割合が高く、クラブインクラブの奨励は比較的積極的である。また、スタッフと会員の交流も奨励されている。しかし、地域との関係は意図しているほどに進んではない。

◇複合近郊型フィットネスクラブ

複合近郊型のフィットネスクラブ群は80年代、90年代に設立されたものが殆どであり、中級の施設水準のクラブの割合が高い。女性比の増加がかなり高まり、広報活動は割合に積極的である。地域対応の工夫・サービスの提供は比較的積極的であり、地域活性化に役立っているという意識も高い。また、市区町村のスポーツ団体との関係も割合に強い。

◇ゴルフクラブ

ゴルフクラブ群は50年、60年、70年代の設立が多く、施設水準では一般向けの中級が中心だが、高級施設の割合も高い。入会の条件（年齢、性別、国籍）を有するクラブが割合に多く、その中で、既会員の推薦は極めて高い割合を示している。年齢構成では、50歳を中心に、次いで60歳が多く、所属歴は10年以上が8割近くを占めている。会員の活動目的は社交やコミュニケーションの割合が比較的高くなっている。情報収集・提供に関しては極めて消極的で、宣伝広報活動も不活発である。

◇テニスクラブ

テニスクラブ群の開設時期は70年代と80年代に集中しており、中規模施設が5割近くに及ぶ。会員の所属歴は比較的長く、5年～10年が1/4、10年以上が5割強と多くなっている。会員の活動目的は、運動の楽しみの割合が比較的高く、クラブの活動方針もそれに合致している。会員拡大を重視している割合は高く、高齢化の割合も高い。

◇アウトドア系クラブ

アウトドア系クラブ群では80年代、90年代設立の新しいクラブが多く、また親会社を持たない割合が高い。規模では小規模施設が多くなっている。入会に際しての技能水準の条件が若干あり、会員の技術志向の傾向が割合に高い。会員の活動目的は、運動の楽しみが5割弱、技能競技力が3割強となっている。地域との関係を積極的に進めようとする姿勢がうかがえる。

2. 複合都市型フィットネスクラブの特徴分析

1) 複合都市型フィットネスクラブにおける組織の特徴

(1) 開設時期

開設時期は1980年代が約5割を占め、90年代（28.1%）、70年代（18.8%）と続いている。

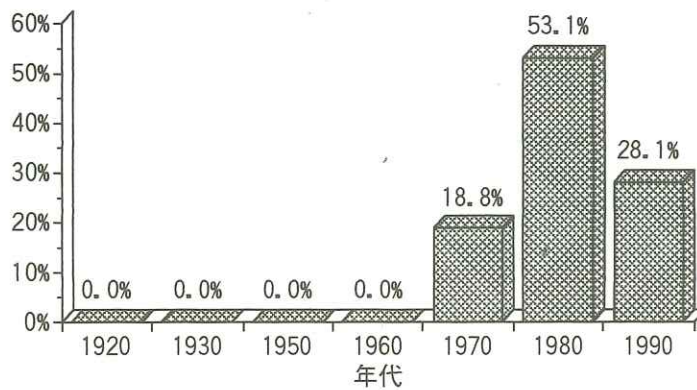


図2-1-1 開設時期（複合都市型フィットネスクラブ N=32）

(2) 法人格

法人格は、90.9%が株式会社である。

(3) クラブの形態

同種目および異種目の系列をもつクラブが46.4%と最も多く、ついで同種目の系列をもつクラブが25.0%、異種目の系列をもつクラブと系列がないクラブがともに10.7%となっている。

(4) 年齢層

男性年齢層は30代が中心で40.6%、次いで40代の25.0%である。女性年齢層は20代が中心で50.0%を占め、次いで50代が21.9%である。

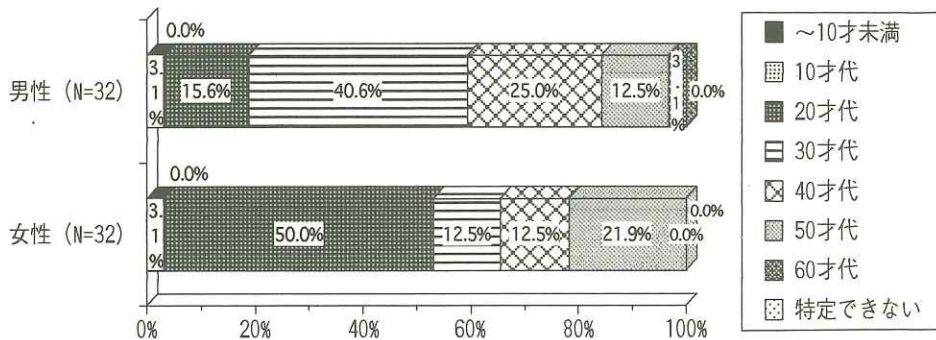


図2-1-2 年齢層（複合都市型フィットネスクラブ 男性N=32、女性N=32）

(5)所属歴

所属歴では2～5年未満がもっとも多く31.0%、次いで1～2年未満が27.6%、5年以上の所属歴を持つものは2割程度にすぎない。

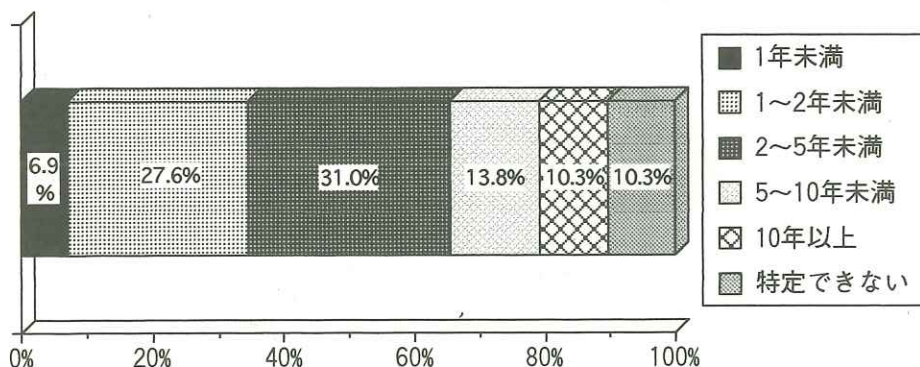


図2-1-3 所属歴（複合都市型フィットネスクラブ N=29）

2) 複合都市型フィットネスクラブにおける組織化活動の現状

(1)情報の提供

情報提供を行っている割合が高く、行っている71.0%、かなり行っている9.7%と併せて8割に及んでいる。

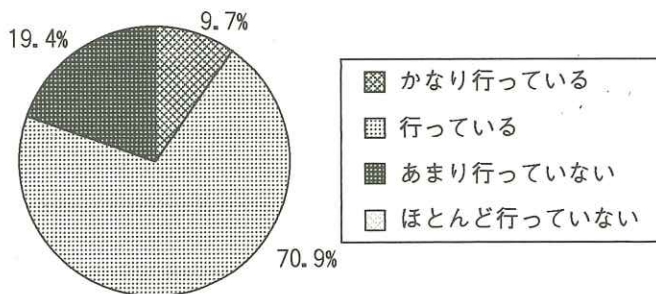


図2-1-4 情報の提供（複合都市型フィットネスクラブ N=31）

(2)女性比の拡大

会員全体に占める女性の比率が大きくなっているクラブの割合が57.6%である。

(3)クラブインクラブの奨励

クラブインクラブを奨励しているクラブは約8割あり、そのうち積極的に奨励しているクラブは32.3%、ある程度奨励しているが45.2%である。

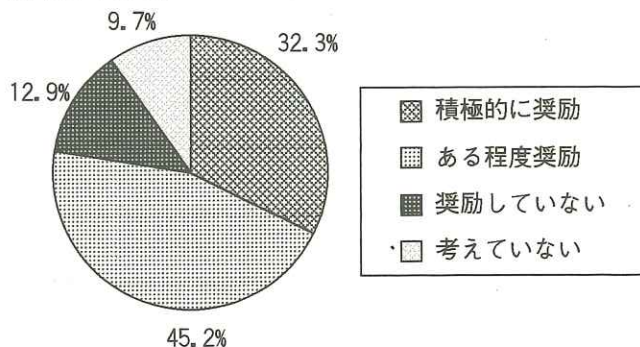


図2-1-5 クラブインクラブの奨励（複合都市型フィットネスクラブ N=31）

(4)スタッフと会員交流の促進

スタッフと会員の交流については8割弱のクラブが奨励しており、積極的に奨励しているのが38.7%、ある程度奨励しているも同様に38.7%となっている。

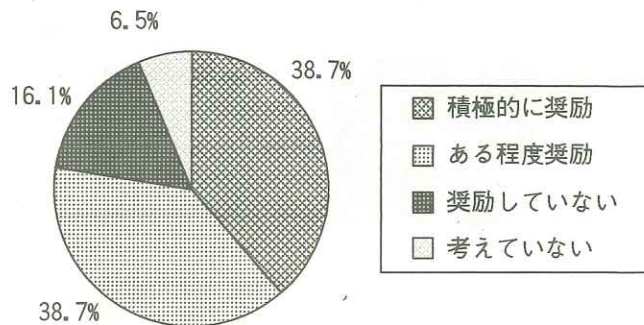


図2-1-6 スタッフと会員の交流促進（複合都市型フィットネスクラブ N=31）

3) 複合都市型フィットネスクラブの協力体制

(1)市区町村のスポーツ団体との関係

市区町村のスポーツ団体との関係があるとするクラブは4割であり、内容的には指導者派遣、イベント共催、施設の提供等が1割5分程度である。

(2)市区町村の行政組織との協力関係

市区町村の行政組織との関係があるとするものが4割強であり、なかでは指導者派遣が25.0%と多く、次いで情報交換、施設の提供となっている。

(3)資格の統一

資格の統一は必要だと考えるクラブが43.8%と多く、否定的なクラブは皆無である。

(4)税制の優遇措置

税制の優遇措置を必要だと考えるクラブが81.3%と多く、否定的なクラブは皆無である。

3. 複合近郊型フィットネスクラブの特徴分析

1) 複合近郊型フィットネスクラブにおける組織の特徴

(1) 開設時期

開設時期は、1980年代が50.0%、1990年代が40.9%であり、新しいクラブが圧倒的に多い。

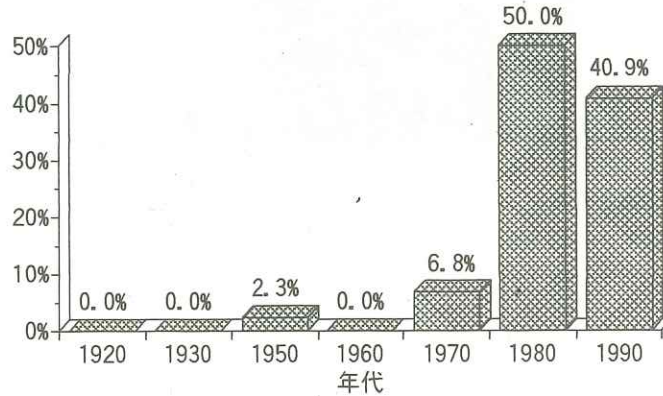


図2-1-7 開設時期 (複合近郊型フィットネスクラブ N=44)

(2) 施設水準

施設水準を中級とするクラブが73.8%と多く、上級は21.4%である。

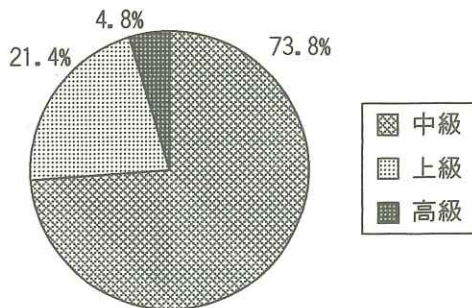


図2-1-8 施設水準 (複合近郊型フィットネスクラブ N=42)

(3) 年齢層

男性は30代 (38.1%)、20代 (21.4%) が中心である。女性は20代が多く42.9%であり、次いで40代の23.8%である。

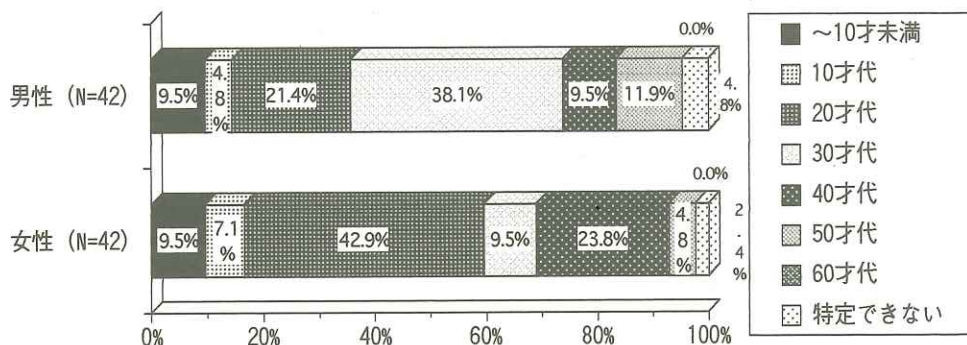


図2-1-9 年齢層 (複合近郊型フィットネスクラブ 男性N=42、女性N=42)

(4)所属歴

所属歴は2～5年未満がもっとも多く53.7%を占め、5年以上は10%程度と少ない。

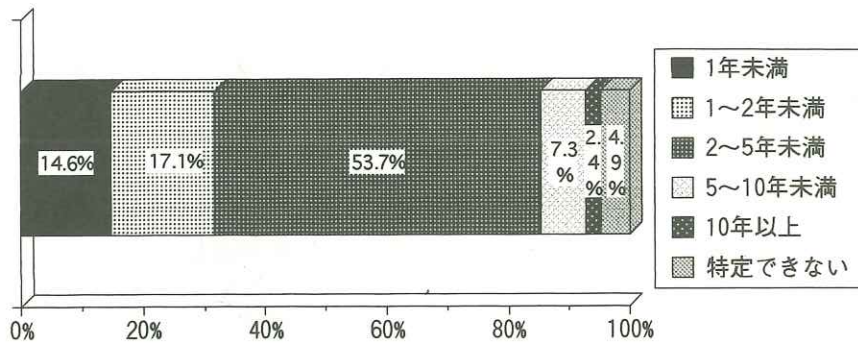


図2-1-10 所属歴（複合近郊型フィットネスクラブ N=41）

2) 複合近郊型フィットネスクラブにおける組織化活動の現状

(1)情報の収集

情報収集行っている割合が7割程度（かなり行っている9.1%、行っている61.4%）と高い。

(2)会員拡大の重視度

会員拡大を重視しているクラブは95.0%以上にのぼり、大変重視しているが65.9%、重視しているが29.5%を占めている。

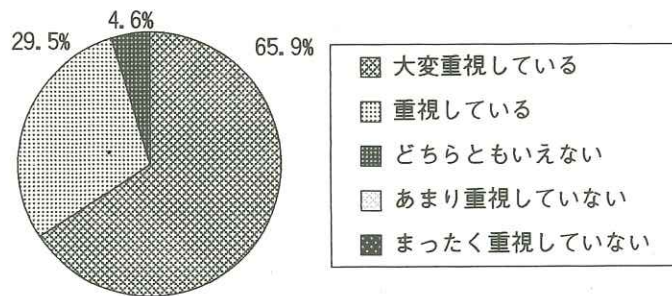


図2-1-11 会員拡大の重視度（複合近郊型フィットネスクラブ N=44）

(3)女性比の拡大

女性比の拡大傾向では、あてはまるが5割強となっており、うち大いにあてはまるとするものが11.4%に達する。

(4)クラブインクラブの奨励

クラブインクラブを奨励しているクラブは6割強あるが、積極的に奨励しているクラブは18.4%にとどまっている。

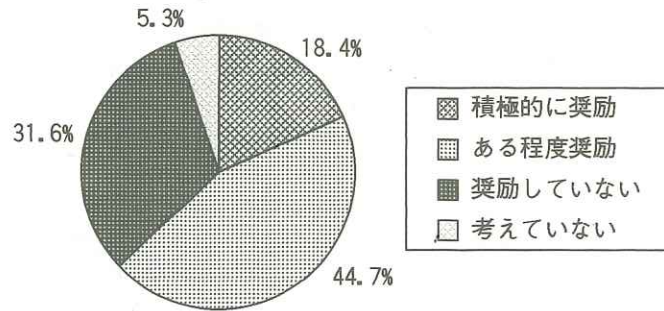


図2-1-12 クラブインクラブの奨励（複合近郊型フィットネスクラブ N=38）

(5)地域活性化への貢献

地域の活性化に役立っているとする割合が8割5分におよび、大変に役立っているのが25.6%となっている。

3) 複合近郊型フィットネスクラブの協力体制

(1)市区町村スポーツ団体との関係

市区町村のスポーツ団体との関係を持っているのは67.4%であり、連絡会議、情報交換、イベント共催などが中心である。

(2)規制緩和

規制緩和が必要だと考えるクラブが52.3%で半数を占めている。

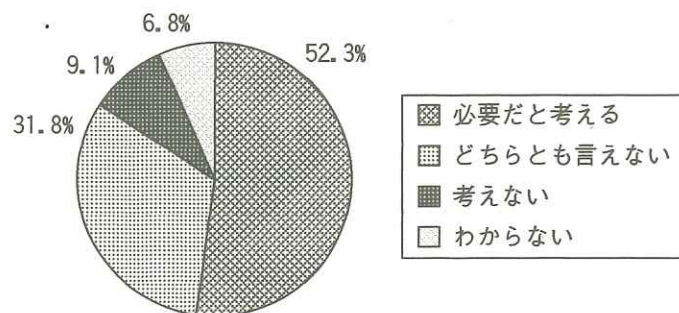


図2-1-13 規制緩和（複合近郊型フィットネスクラブ N=44）

4. ゴルフクラブの特徴分析

1) ゴルフクラブにおける組織の特徴

(1)開設時期

開設時期は1960年代（33.3%）、1970年代（27.3%）、1950年代（19.7%）と続き、全体として歴史のあるクラブが多い。

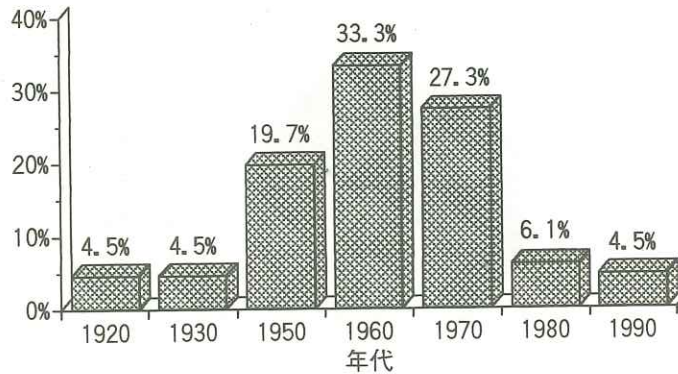


図2-1-14 開設時期（ゴルフクラブ N=66）

(2)クラブの形態

系列がないクラブが45.5%と半数近くを占め、次いで同種目の系列があるクラブが34.8%となっている。

(3)施設水準

施設水準では、中級が54.0%で半数を越えるが、一方で高級とする割合も27.0%と高くなっている。

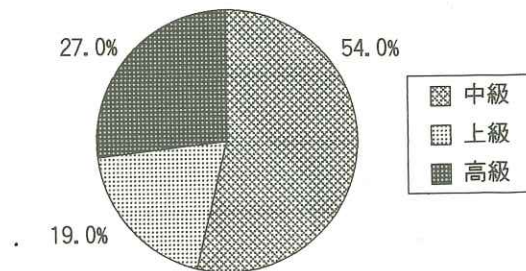


図2-1-15 施設水準（ゴルフクラブ N=63）

(4)入会条件の有無

入会条件がある割合が87.7%と高く、中でも既会員の推薦（81.5%）、年齢制限（44.6%）、国籍（29.2%）、性別（12.3%）と入会条件の垣根は高い。

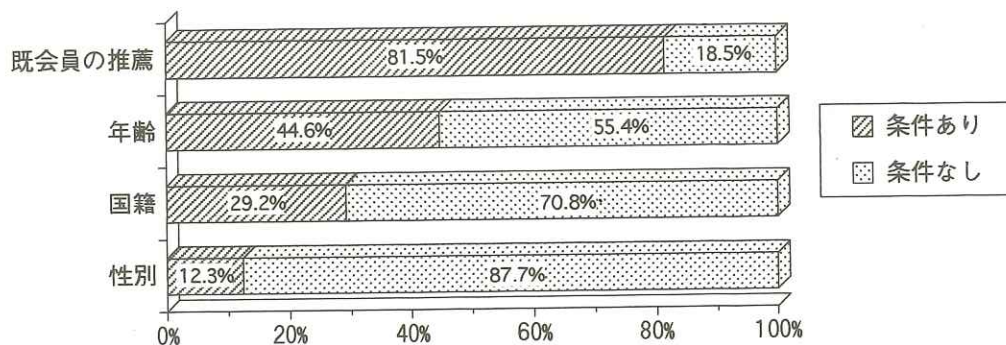


図2-1-16 入会条件（ゴルフクラブ N=65）

(5)年齢層

男性の年齢は50歳代（50.8%）、60歳（39.0%）と高齢であり、若い世代の会員は極めて少ない。女性の年齢は50歳代（62.5%）が中心で、その前後（40歳代：19.6%、60歳代：14.3%）に集約されている。

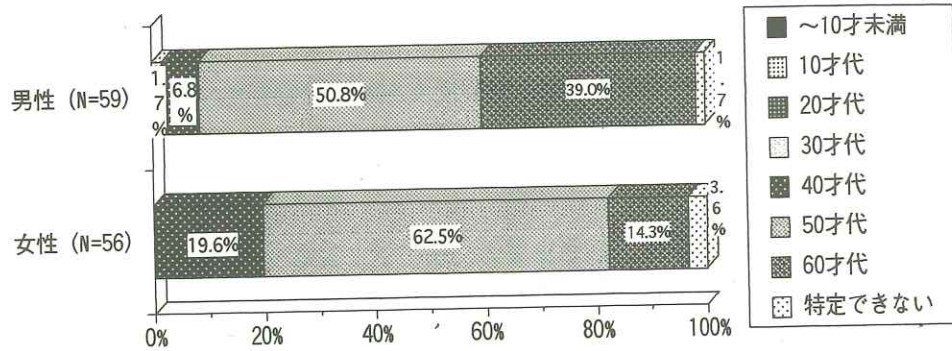


図2-1-17 年齢層 (ゴルフクラブ 男性N=59、女性N=56)

(6)所属歴

所属歴10年以上の会員が8割近くを占め、2年未満の会員は皆無である。

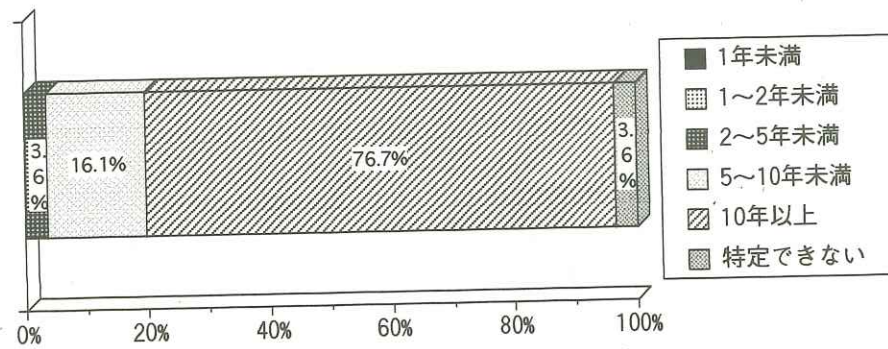


図2-1-18 所属歴 (ゴルフクラブ N=56)

(7)会員の活動目的

活動の目的を、社交やコミュニケーションにおく会員が38.5%が一番多く、次いで運動の楽しみ（27.7%）、健康と体力の充実（21.5%）と続いている。

2) ゴルフクラブにおける組織化活動の現状

(1)会員拡大の重視度

会員拡大をまったく重視していないクラブが55.2%、あまり重視していないが23.9%あり、会員拡大はほぼ問題としていない。

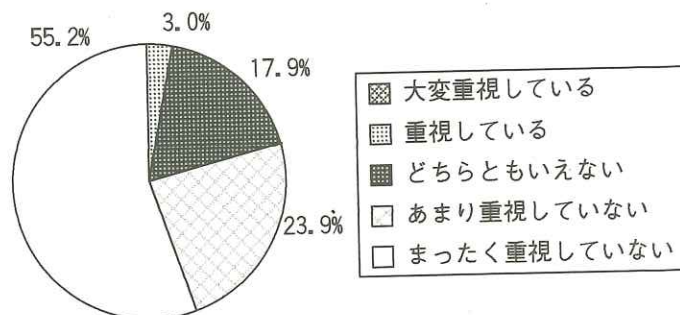


図2-1-19 会員拡大の重視度 (ゴルフクラブ N=67)

(2)高齢化傾向

会員の高齢化があてはまるクラブは8割を越え、なかでもおおいにあてはまるが43.8%と多くなっている。

(3)クラブインクラブの奨励

クラブインクラブを奨励しているクラブは4割程度であり、奨励していないクラブが44.3%に及ぶ。

3) ゴルフクラブの協力体制

(1)市区町村のスポーツ団体との関係

市区町村レベルのスポーツ団体との関係があるとするクラブが55.4%であり、なかでは施設の提供、イベント共催、情報交換などが少なからず行われている。

(2)資格の統一

資格の統一を必要だと考える割合は15.3%と極めて低く、わからないの割合が40.0%と高い。

(3)税制の優遇措置

税制の優遇措置を必要だと考える割合が84.8%と極めて高い。

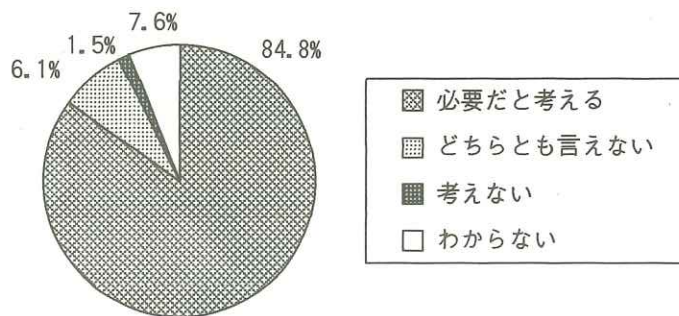


図2-1-20 税制の優遇措置（ゴルフクラブ N=66）

5. テニスクラブの特徴分析

1) テニスクラブにおける組織の特徴

(1)開設時期

テニスクラブの開設時期は1980年代が最も多く51.1%、次いで1970年代が40.4%である。20年代、30年代、50年代開設のクラブも若干あり、割合に歴史のあるクラブが多い。

(2)施設規模

施設規模は中規模施設が45.8%と半数近くを占め、大規模施設は2割に満たない。

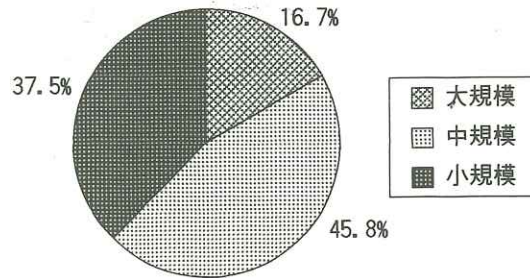


図2-1-21 施設規模 (テニスクラブ N=48)

(3)所属歴

テニスクラブ会員の所属歴は10年以上が55.8%、5～10年未満が25.6%と所属歴の長い会員が多い。

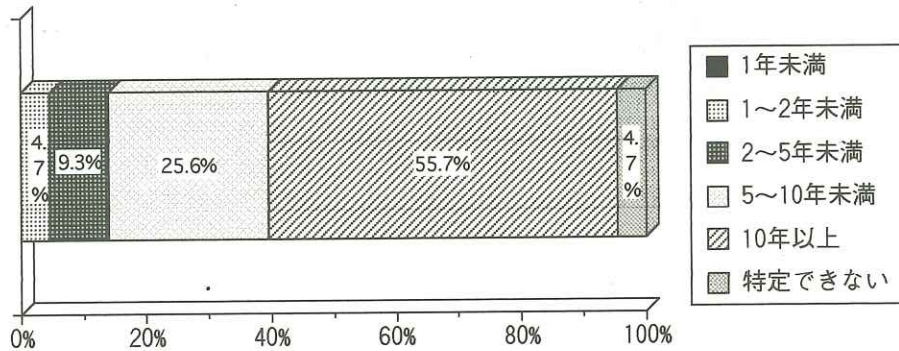


図2-1-22 所属歴 (テニスクラブ N=43)

(4)会員の活動目的

会員の目的では、運動の楽しみが32.7%と最も高い割合であり、次いで社交やコミュニケーション(28.6%)、健康体力の充実(24.5%)となっている。

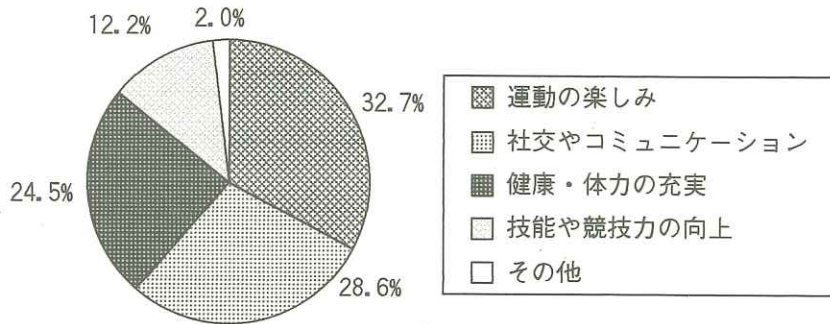


図2-1-23 会員の目的 (テニスクラブ N=49)

2) テニスクラブにおける組織化活動の現状

(1)会員拡大の重視度

会員拡大を重視している割合が6割近くと高いが、大変重視しているクラブは20.4%程度である。

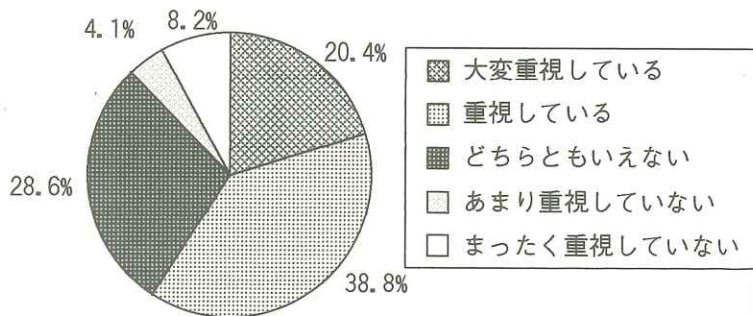


図2-1-24 会員拡大の重視度 (テニスクラブ N=49)

(2)高齢化の傾向

約8割のクラブが高齢化の傾向を示し、おおいにあてはまるクラブが43.8%に及んでいる。

(3)クラブインクラブの奨励

クラブインクラブを奨励しているクラブは4割程度であり、奨励していないクラブの割合が46.7%と奨励しているクラブの割合を上回っている。

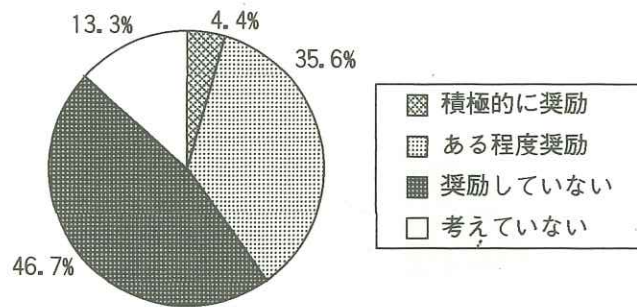


図2-1-25 クラブインクラブの奨励 (テニスクラブ N=45)

(4)地域活性化への貢献

地域の活性化に役立っているとするクラブと、活性化とは特に関係がないとするクラブが約5割づつとなり、地域とはあまり関係がないとする割合が意外に高くなっている。

3) テニスクラブの協力体制

(1)市区町村のスポーツ団体との関係

約8割近くのクラブが関係があるとしており、施設の提供 (34.7%)、イベント共催 (24.5%)、情報交換 (22.4%)、連絡会議 (20.4%) などが行われている。

6. アウトドア系クラブの特徴分析

1) アウトドア系クラブにおける組織の特徴

(1)開設時期

開設時期は、1980年代が53.8%、90年代が28.2%と新しいクラブが殆どである。

(2)法人格

株式会社の割合が44.4%と他の種目に比べかなり低く、一方で有限会社の割合が33.3%、その他が22.2%と高い割合を示している。

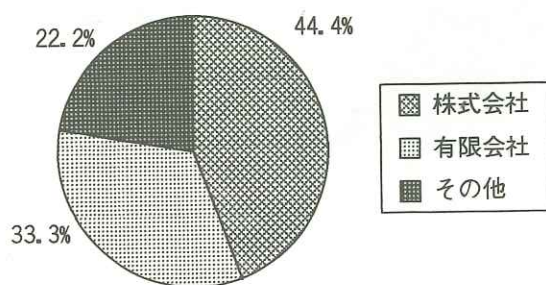


図2-1-26 法人格（アウトドア系クラブ N=36）

(3)親会社の有無

親会社をもたないクラブが62.5%とかなり高い割合である。

(4)施設規模

小規模施設の割合が76.9%とかなり高く、大規模施設は7.7%にすぎない。

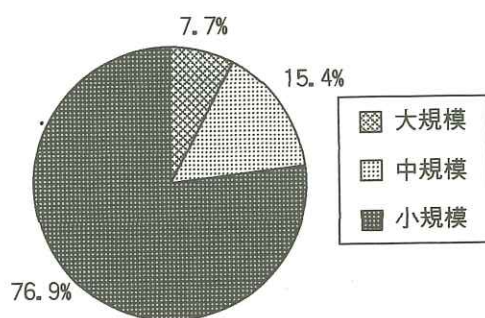


図2-1-27 施設規模（アウトドア系クラブ N=39）

(5)所属歴

所属歴は2～5年未満が60.0%であり、次いで1～2年未満の28.0%と所属歴の短い会員が中心である。

(6)会員の活動目的

活動の目的では、運動の楽しみが47.5%を占め、次いで技能や競技力の向上が32.5%となっている。

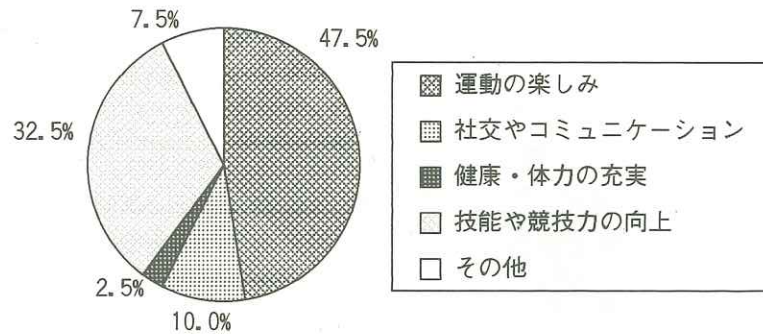


図2-1-28 会員の目的 (アウトドア系クラブ N=40)

2) アウトドア系クラブにおける組織化活動の現状

(1)会員拡大の重視度

会員拡大を重視している割合は74.4%と高く、大変重視している割合が35.9%である。

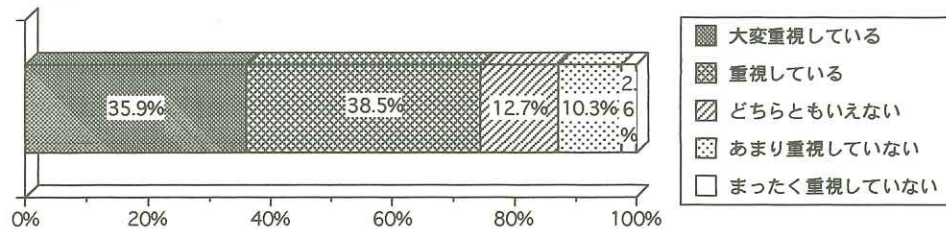


図2-1-29 会員拡大の重視度 (アウトドア系クラブ N=39)

(2)技術志向傾向

技術志向の傾向を示すクラブが6割程度あり、おおいにあてはまるが21.6%と割合が高くなっている。

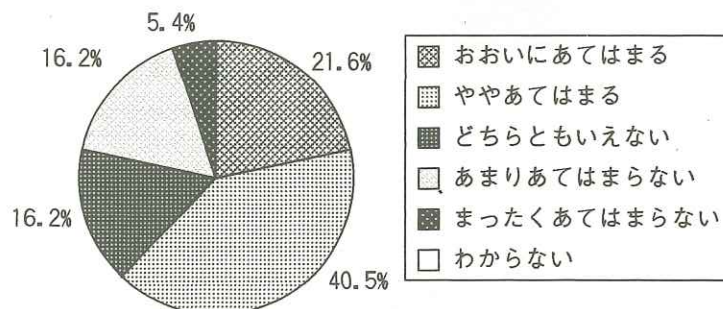


図2-1-30 技術志向の傾向 (アウトドア系クラブ N=37)

(3) クラブの運営方針

クラブの運営方針は、運動の楽しみが40.0%、技能や競技力の向上が35.0%であり、社交やコミュニケーション（15.0%）、健康・体力の充実（2.5%）は低い割合にとどまっている。

(4) クラブインクラブの奨励

クラブインクラブを奨励している割合は58.3%であり、逆に奨励していない割合は33.3%である。

(5) 地域対応の工夫

地域対応の工夫を行っている割合が約7割弱と高く、積極的に行っている割合も33.3%を示している。

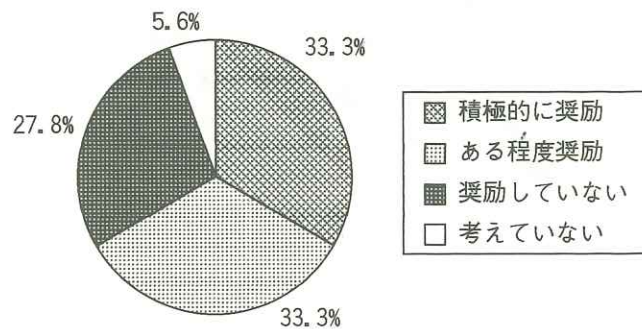


図2-1-31 地域対応の工夫（アウトドア系クラブ N=36）

3) アウトドア系クラブの協力体制

(1) 市区町村のスポーツ団体との関係

関係があるとするものは55.3%であり、イベント共催や指導者派遣が若干行われている程度である。

(2) 資格の統一

資格の統一が必要であるとするクラブは62.9%と高い割合である。

(3) 総合的統括スポーツ組織

総合的統括スポーツ組織を必要であるとするクラブは他の種目と比べて43.2%と高い割合を示している。

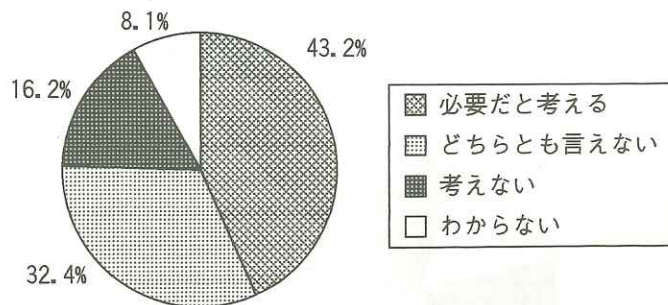


図2-1-32 総合的統括スポーツ組織の必要性（アウトドア系クラブ N=37）

7. クラブ種別からみた特徴

1) クラブ種別からみた商業スポーツクラブの特徴

開設時期が早く、歴史のあるクラブの割合が一番多いのはゴルフクラブであり、テニスクラブがそれに続く。一方、フィットネス系のクラブとアウトドア系クラブは開設時期が新しいクラブの割合が多く、若いクラブが中心となっている。商業スポーツクラブ全体では株式会社が多い中で、アウトドア系クラブにおいては有限会社の割合が3割をこえている。また、親会社の存在も他の種目に比べてアウトドア系クラブでは少なく、親会社を持たないクラブの割合が6割をこえている。

施設規模を見ると、フィットネス系のクラブとテニスクラブにおいては中規模施設が中心となっているが、ゴルフクラブは大規模と小規模に分かれ、アウトドア系クラブでは小規模施設が8割近くを占めている。クラブ入会の条件が厳しいのはゴルフクラブ（既会員の推薦、年齢、性別、国籍等）であり、フィットネス系のクラブでも入会条件を設定してあるクラブが割合に多くなっている。

クラブ会員の年齢構成においては、ゴルフクラブで高齢層が一番多く、次いでテニスクラブであり、フィットネス系のクラブとアウトドア系クラブでは若い層が中心となっている。会員のキャリアの問題では、会員の年齢構成と比例してゴルフクラブとテニスクラブにキャリアの長い会員が多く存在している。

会員の活動目的では、健康・体力の充実をめざす会員が多いのがフィットネス系のクラブであり、ゴルフクラブとテニスクラブの会員は運動の楽しみ、社交やコミュニケーション、健康・体力の充実に目的が分散し、アウトドア系クラブでは運動の楽しみと技能や競技力の向上を求める会員の割合が多くなっている。

利用者数から見ると、年間利用者数が最も多いのがフィットネス系のクラブであり、ゴルフクラブ、テニスクラブがそれに続き、アウトドア系クラブの利用者数が最も少なくなっている。

2) クラブ種別からみた組織化活動の現状

情報収集や情報提供の活動が全般的に活発なのがフィットネス系のクラブであり、会員拡大の重視度でも同様の傾向を示している。一方、ゴルフクラブは対照的に会員の拡大を全く問題にしていない。

会員の動向では、会員増加がいくらかでも示されているのがフィットネス系のクラブやアウトドア系クラブであり、高齢化が割合に進んでいるとするのがゴルフクラブやテニスクラブである。またアウトドア系クラブに特徴的なのが技術志向の会員の増加傾向である。

クラブの運営方針では、クラブ会員の活動目的に対応し、フィットネス系クラブでは健康・体力の充実がメインであり、ゴルフクラブやテニスクラブでは運営方針が多様であり、アウトドア系クラブでは運動の楽しみと技能や競技力の向上の割合が高くなっている。

広報・宣伝活動では、駅前チラシや新聞広告等の地域的な範囲の広告媒体の利用ではフィットネス系のクラブの割合が高く、一般雑誌広告や専門雑誌等の広域で専門性の高い広告媒体の利用でアウトドア系クラブが高い割合を示している。一方、ゴルフクラブの広報宣伝活動は極めて不活発である。

クラブインクラブについては、複合都市型フィットネスクラブではクラブインクラブが大いに奨励されており、複合近郊型フィットネスクラブとアウトドア系クラブがそれに続いている。しかしゴルフクラブとテニスクラブでは奨励しない、あるいはそのような会員活動を考えていない割合の方が多くなっている。またスタッフと会員の交流促進でも、アウトドア系クラブやフィットネス系のクラブではかなり積極的に奨励されているものの、ゴルフクラブやテニスクラブにおいては奨励していない割合が40%をこえてきている。

地域対応の工夫については、地域の活性化へ役立っているとする割合はテニスクラブが若干低い以外は、各クラブとも8割程度を示している。しかし、実際に地域対応への工夫を行っている割合では、テニスクラブもゴルフクラブも6割程度にとどまっている。

3) クラブ種別からみた協力体制についての考え方

同種目のクラブ間での協力関係が比較的強いのがアウトドア系クラブとゴルフクラブ、テニスクラブであり、情報交換や連絡会議等の協力関係をもっている。異種目のクラブとの協力関係はいずれのクラブも5割前後であるが、しかしながら具体的な活動内容ではきわめて低い値となっている。スポーツ産業以外の組織との協力関係でも類似の傾向ではあるが、なかでは複合近郊型フィットネスクラブが割合に強い関係を示しており、情報交換や指導者派遣等の割合が他のクラブに比べて高くなっている。

市区町村のスポーツ関係団体との協力関係では、関係をもっている割合が高いのがテニスクラブであり、施設の提供やイベント共催等の活動に関わっている。次いで複合近郊型フィットネスクラブも関わりが強く、指導者派遣や連絡会議等での関わり合いの割合が高い。

都道府県レベルのスポーツ関係団体との協力関係では、ゴルフクラブとテニスクラブの割合が比較的高く、ゴルフクラブでは連絡会議や情報交換等で、またテニスクラブでは施設の提供等での協力関係をもっている。一方、複合都市型フィットネスクラブにおいては都道府県レベルのスポーツ関係団体との協力関係は低調である。全国規模においても、アウトドア系クラブは連絡会議や指導者養成等において、ゴルフクラブは情報交換やイベント共催、テニスクラブは情報交換等において関係団体との協力関係を示しているが、フィットネス系のクラブでは協力関係が希薄となっている。

行政との協力関係では、市区町村のレベルでアウトドア系クラブと複合近郊型フィットネスクラブの協力関係の割合が比較的高く、アウトドア系クラブではイベント共催や情報交換等で、また複合近郊型フィットネスクラブでは指導者派遣と施設の提供等を中心に関係をもっている。都道府県レベルでは、協力関係にあるクラブの割合は全体に4割前後と低調であるが、中ではアウトドア系クラブの協力関係の割合が一番高くなっている。国の行政組織との協力関係でもほぼ同様な傾向にあり、特に複合都市型のクラブの協力関係は極めて弱い。

今後のスポーツの振興に関わる問題では、資格の統一の必要性についてはアウトドア系クラブで必要と考える割合が6割強と一番高く、逆にゴルフクラブでは必要とする割合は15%程度にとどまっている。また種々の規制緩和においては、必要だと考える割合が各クラブとも5割近くになっているが、複合近郊型フィットネスクラブは5割をこえ、複合都市型フィットネスクラブでは逆に4割を下回っている。また税制の優遇措置では、必要だと考える割合が各クラブとも7～8割と高い値を示しているが、総合的統括スポーツ組織の必要性ではアウトドア系クラブが4割強と若干高いものの、必要だとする考えはおおむね2～3割にとどまり、どちらともいえないとする割合が高くなっている。

第2節 「親会社の有無」からみた特徴分析

1. 特徴分析の内容要約	48.
2. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの特徴	48
1) 開設時期	48
2) 法人格	48
3) クラブの形態	49
4) 施設規模	49
5) 施設水準	49
6) 会員の活動目的	49
7) 利用者数	49
3. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状	50
1) 情報収集・提供	50
2) 会員拡大の重視度	50
3) 会員構成の動向	50
4) クラブの運営方針	50
5) 販売促進および広報・宣伝活動	51
6) 地域対応の工夫	51
7) 地域活性化への貢献	51
4. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの協力体制	52
1) 市区町村のスポーツ団体との関係	52
2) 都道府県のスポーツ団体との関係	52
3) 全国規模のスポーツ団体との関係	52
4) 市区町村の行政組織との関係	52

1. 特徴分析の内容要約

親会社があるクラブ群は比較的新しいクラブが多く、株式会社の割合が高い。施設は大規模のものが割合に多く、施設水準も高くなっている。利用者は20,000人以上の割合が高く、法人の利用者の割合も高い。会員の志向では健康体力志向が強く、技能や競技力を志向するものの割合は少ない。女性比の増加や会員の増加がややあり、情報宣伝活動は比較的活発に行われている。地域との関わりにおいては親会社なしのクラブ群に比べ活動がやや低調であり、地域の活性化に役立っているとする割合も低くなっている。

一方、親会社なしのクラブ群は系列のないクラブが割合に多く、小規模施設が半数以上を占め、約7割が中級の施設水準である。また会員に占める高齢者の割合が少し高く、健康・体力以外にも技能や競技力を志向する会員が2割程度存在している。広報活動や会員の拡大への意欲は親会社があるクラブ群に劣るが、その反面、地域対応の工夫や活性化への指向性は強い傾向にある。

2. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの特徴

1) 開設時期

親会社があるクラブ群の方が開設時期が比較的新しい。

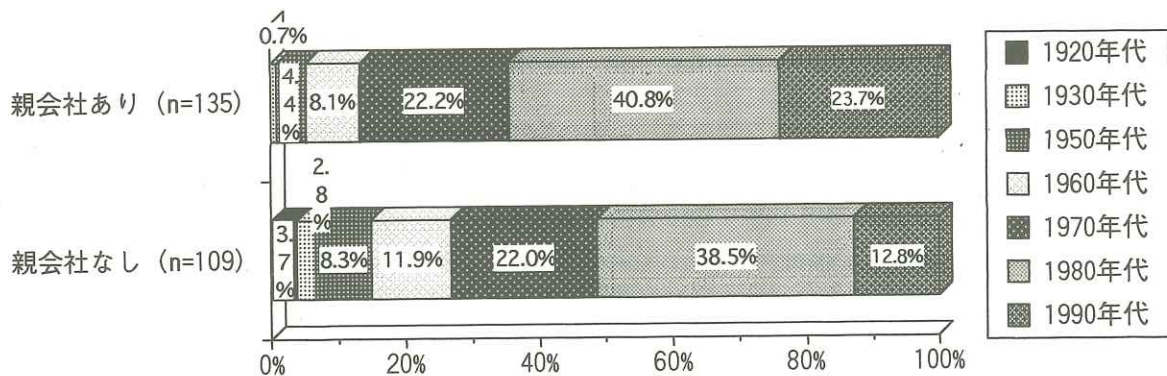


図2-2-1 開設時期

2) 法人格

親会社があるクラブ群の方が、親会社のないクラブ群に比べて株式会社の割合が2割以上高い。

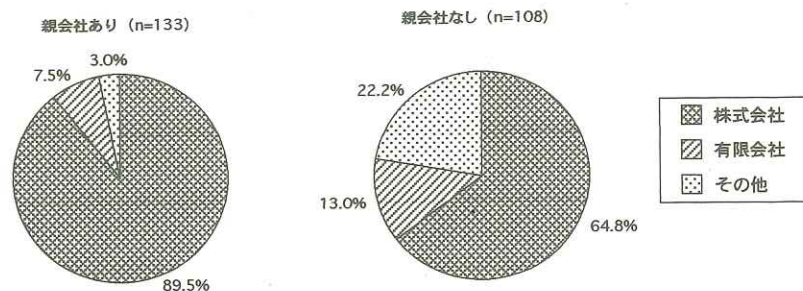


図2-2-2 法人格

3) クラブの形態

親会社がないクラブ群の方が系列のないクラブが2割程度多い。

4) 施設規模

親会社があるクラブ群の方が大規模施設が多く、親会社がないクラブ群の方は小規模施設が半数以上を占める。

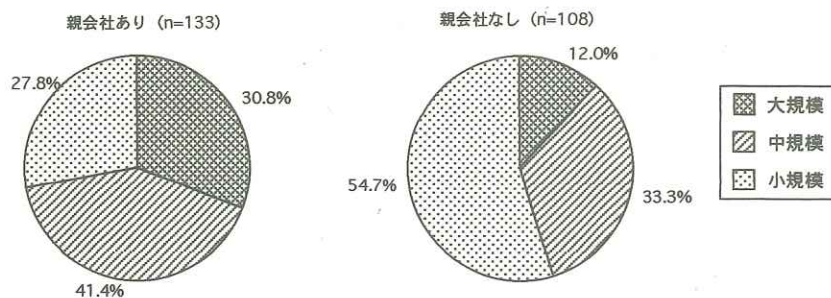


図2-2-3 施設規模

5) 施設水準

親会社があるクラブ群の方が全体に施設水準が高く、親会社がないクラブ群の施設では7割近くが中級の施設である。

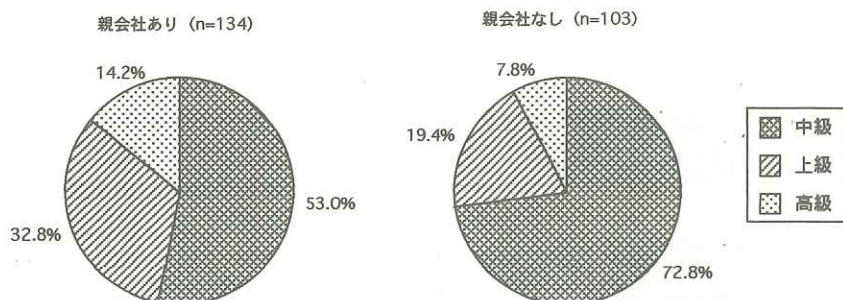


図2-2-4 施設水準

6) 会員の活動目的

親会社があるクラブ群の方が健康・体力の充実を目的とするものの割合が高い。一方親会社がないクラブ群では、技能や競技力の向上を志向するものも2割程度存在する。

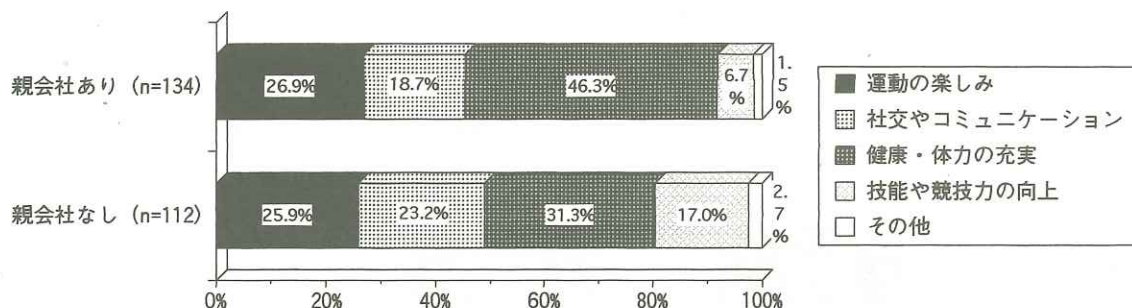


図2-2-5 会員の目的

7) 利用者数

親会社があるクラブ群の方が、20,000人以上の利用者（年間延べ）を有する割合が高い。また、親会社があるクラブ群の方が法人の利用者数の割合も高い。

3. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状

1) 情報の収集・提供

親会社があるクラブ群の方が、情報の収集や提供の活動がやや活発に行われている。

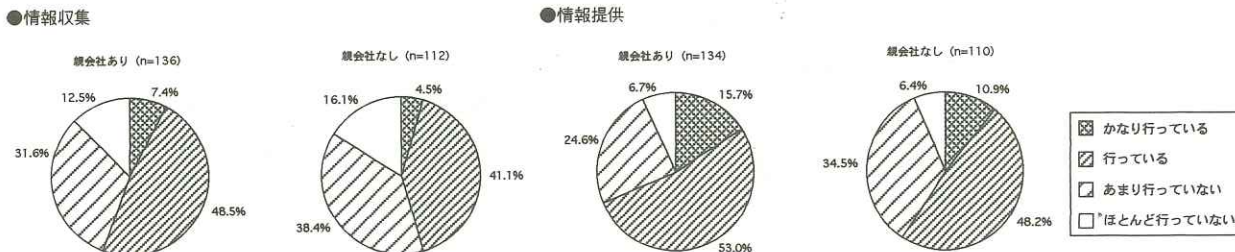


図2-2-6 情報の収集、情報提供

2) 会員拡大の重視度

会員拡大を「大変重視している」割合は、親会社があるクラブ群においては40.4%、親会社がないクラブ群では25.0%であり、全体でも親会社がある群が、ない群に比べて会員拡大を重視している割合が比較的高い。

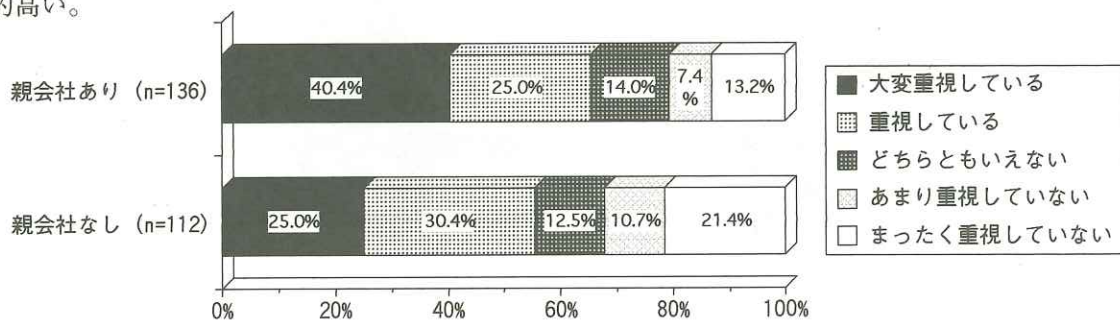


図2-2-7 会員拡大の重視度

3) 会員構成の動向

親会社があるクラブ群の方が、会員の増加傾向と女性比の拡大傾向が若干強く、一方親会社がないクラブ群は、高齢化の傾向と技術志向の傾向においてわずかながら上回っている。

4) クラブの運営方針

親会社があるクラブ群の方が、クラブの活動方針として運動の楽しみの割合が高い（ある群：33.3%、ない群：22.5%）。一方親会社がないクラブ群は、技能や競技力の向上が2割近くを示している。

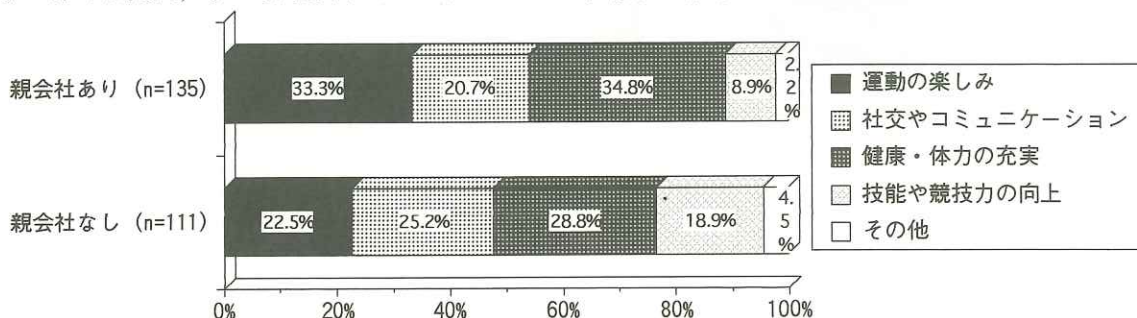


図2-2-8 クラブの運営方針

5) 販売促進および広報・宣伝活動

広報宣伝は、全般的に親会社があるクラブ群の方が積極的である。

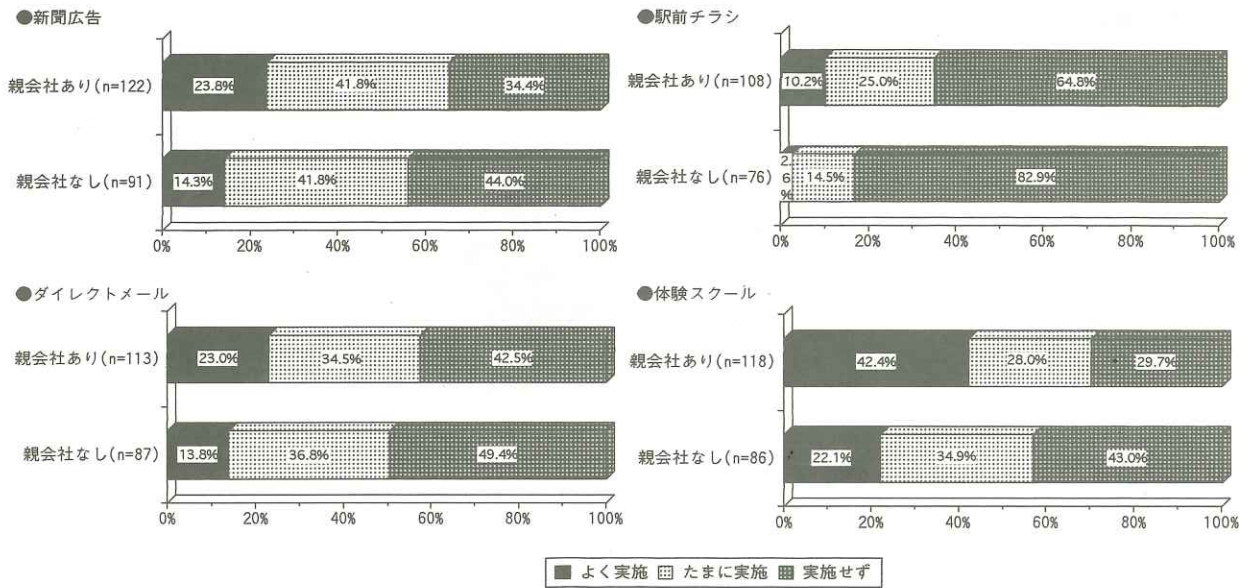


図2-2-9 販売促進および広報・宣伝活動

6) 地域対応の工夫

親会社がないクラブ群の方が、地域への工夫を積極的に行っているとする割合（親会社がない群：22.8%、親会社がある群：14.0%）が若干高くなっている。

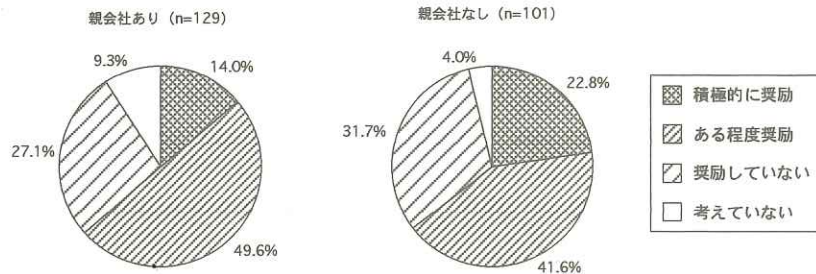


図2-2-10 地域対応の工夫

7) 地域活性化への貢献

親会社がないクラブ群の方が、地域の活性化に大いに役立っているとする割合（親会社がない群：28.3%、親会社がある群：20.5%）が若干高い。

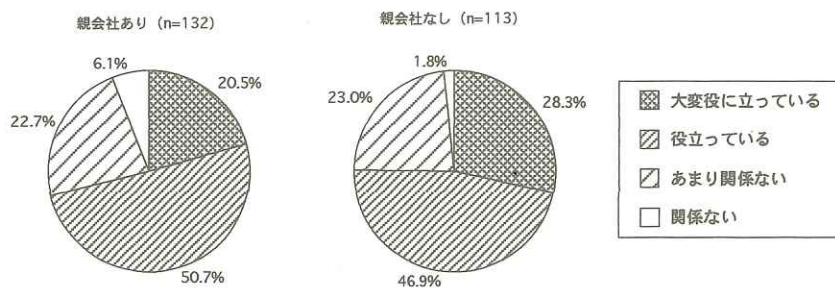


図2-2-11 地域活性化への貢献

4. 「親会社の有無」からみた商業スポーツクラブの協力体制

1) 市区町村のスポーツ団体との関係

親会社がないクラブ群の方が、市区町村のスポーツ団体との関係があるとする割合が若干高い。なかでも、イベントの共催と施設の提供においてその割合が高くなっている。

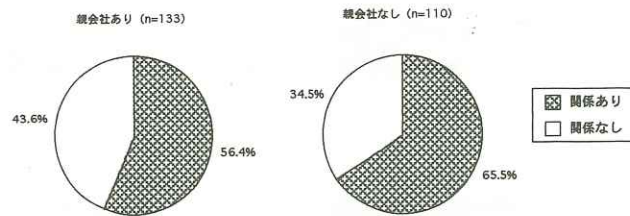


図2-2-12 市区町村のスポーツ団体との関係

2) 都道府県のスポーツ団体との関係

親会社がないクラブ群の方が都道府県のスポーツ団体との関係があるとする割合が高く、内容的には連絡会議、イベント共催、施設の提供などが行われている。

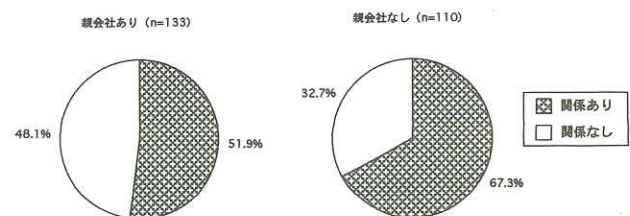


図2-2-13 都道府県のスポーツ団体との関係

3) 全国規模のスポーツ団体との関係

親会社がないクラブ群の方が全国規模のスポーツ団体との関係があるとする割合が若干高く、内容的には連絡会議、情報交換が行われている。

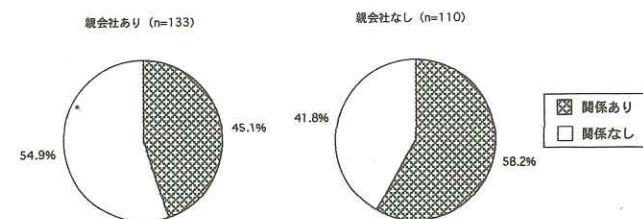


図2-2-14 全国規模のスポーツ団体との関係

4) 市区町村の行政組織との関係

親会社がないクラブ群の方が市区町村の行政組織との関係があるとする割合が若干高く、内容的にはイベント共催等が行われている。

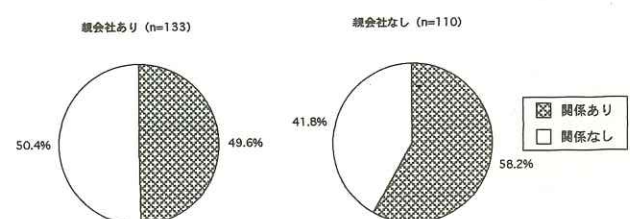


図2-2-15 市区町村の行政組織との関係

第3節 「地域との関係」からみた特徴分析

1. 特徴分析の内容要約	54
2. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの特徴	54
1) 親会社との関係	52
2) クラブの水準	52
3) 会員の活動目的	53
3. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状	55
1) 情報の収集・提供	55
2) クラブの運営方針	56
3) 販売促進および広報・宣伝活動	56
4) クラブインクラブの有無	57
5) クラブインクラブの奨励	57
6) スタッフと会員の交流促進	57
7) 地域対応の工夫	57
8) 地域住民へのサービス	58
9) 地域活性化への貢献	58
4. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの協力体制	59
1) 同種目の他組織との関係	59
2) 異種目の組織との関係	60
3) スポーツ産業以外の組織との関係	60
4) 都道府県スポーツ団体との関係	61
5) 全国規模スポーツ団体との関係	61
6) 都道府県行政との関係および国の行政との関係	61

1. 特徴分析の内容要約

地域と関係がある団体（以下、地域関係群）では、地域と関係がない団体（以下、地域無関係群）に比べて親会社を保有する率が低く、会費も比較的安価で、住民が利用しやすい運営を行っている様子がうかがわれる。マーケティング活動は、地域無関係群に比べて幾分か積極的に取り組む姿勢があり、またクラブ内でもスタッフと会員の交流促進やクラブインクラブを”奨励”する傾向がある。地域対応の工夫や住民へのサービスにも積極的であり、特に施設提供や入会金の割引等を行っている。同種の組織や異種目の組織、産業以外の組織との交流もっており、市区町村・都道府県等のスポーツ団体との交流もある程度行っている。

地域関係群は、地域無関係群と比較すると、「健康・体力の充実」を活動の中心にしながら、地域に密着してクラブ運営を行っていることが理解できる。

2. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの特徴

1) 親会社との関係

地域関係群は、地域無関係群に比べて親会社を持っていない。地域関係群で親会社がないのは50.3%、一方、地域との関係がなく親会社があるのは62.4%である。

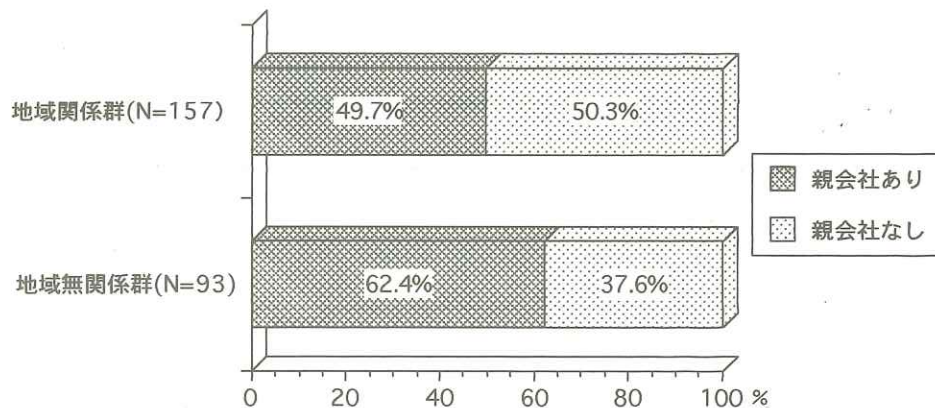


図2-3-1 親会社との関係

2) クラブの水準

クラブのグレードについて、地域関係群は、中級レベルのクラブが68.7%をしめる。地域無関係群では上級・高級レベルの比率が高い。

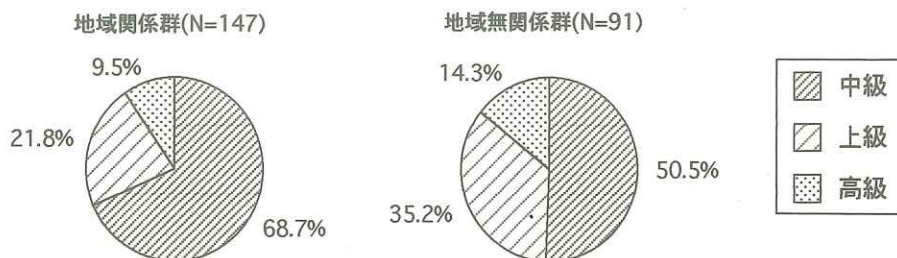


図2-3-2 クラブの水準

3) 会員の活動目的

会員の活動目的では両者はほぼ同じ傾向であるが、地域関係群は「技能や競技力向上」の比率が若干高く、地域無関係群では「健康・体力の充実」の比率が若干高い傾向がみられる。

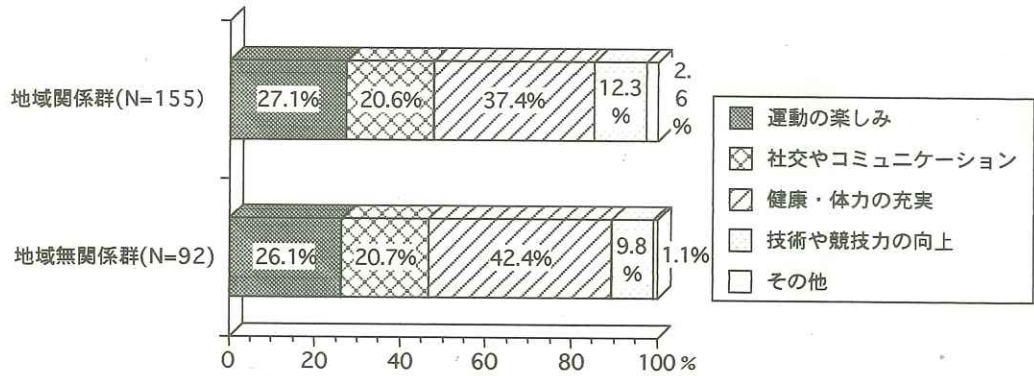


図2-3-3 会員の目的

3. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状

1) 情報の収集・提供

地域関係群は、比較的会員からの情報収集を行っている傾向がある。また会員への情報提供も71%が積極的に行っている。同様に会員外からの情報収集でも地域関係群の方が積極的である傾向がみられる。

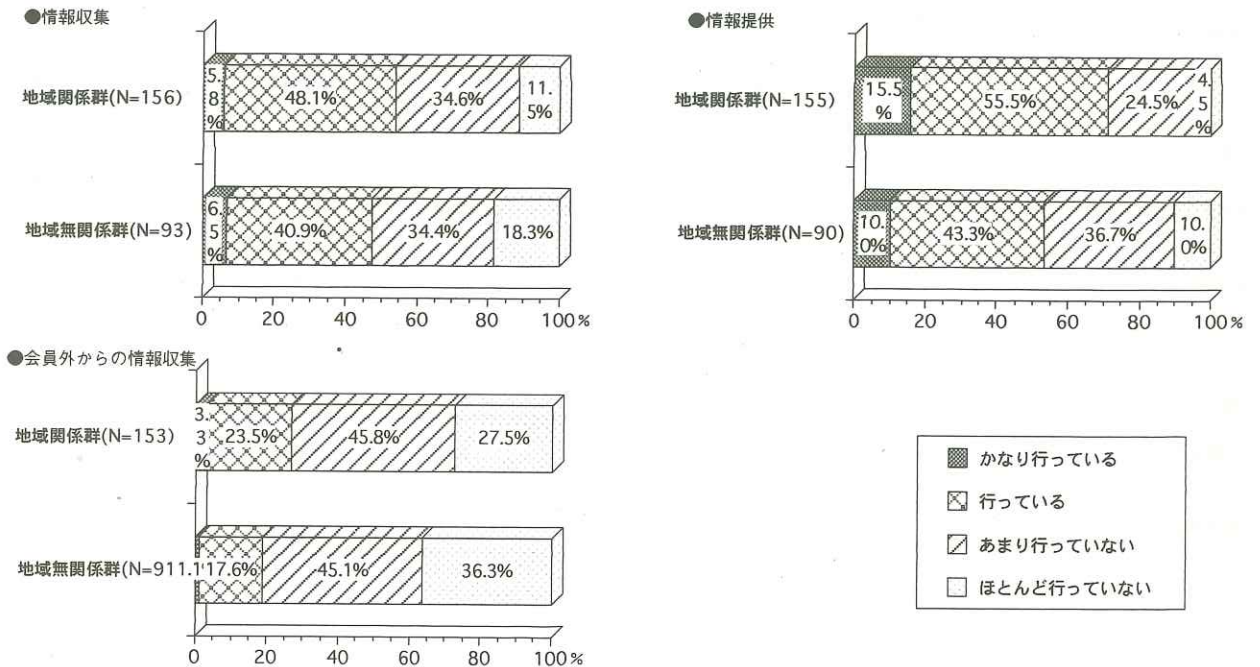


図2-3-4 情報の収集・提供

2) クラブの運営方針

地域関係群では、33.5%が「健康・体力の充実」を、地域無関係群では、35.9%が「運動の楽しみ」をクラブの運営方針にしている。

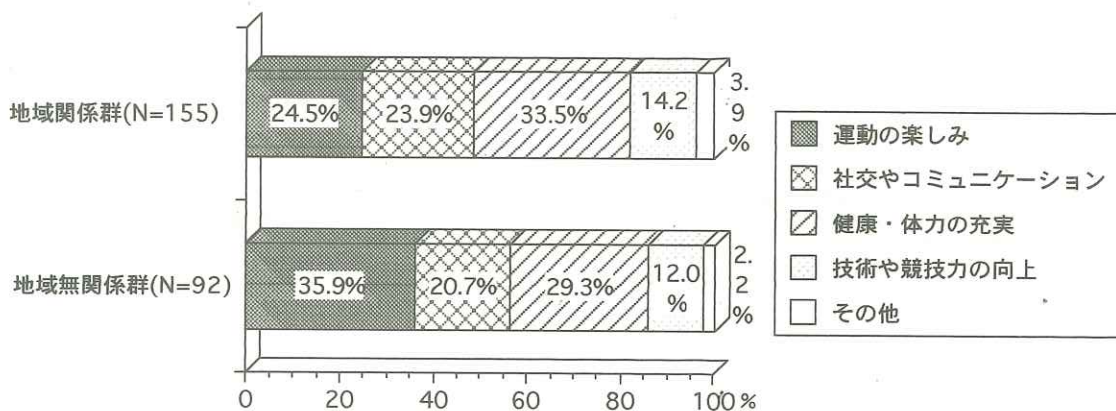


図2-3-5 クラブの運営方針

3) 販売促進および広報・宣伝活動

クラブの広報活動は、地域関係群のほうが幾分積極的に行っており、「新聞広告」「ダイレクトメール」は20.9%が、「専門雑誌」は11.2%がよく実施している。

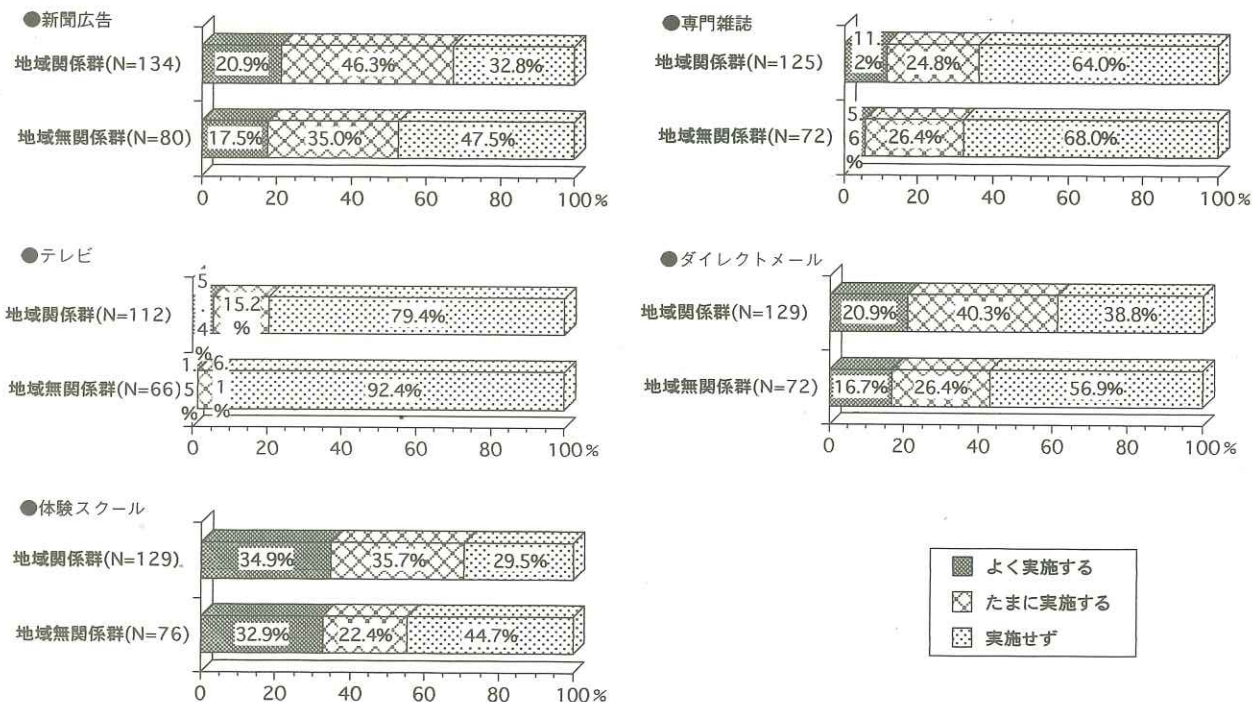


図2-3-6 販売促進および広報・宣伝活動

4) クラブインクラブの有無

地域関係群の9.6%にクラブインクラブがあり、地域無関係群では1/3がクラブインクラブは「ない」としている。

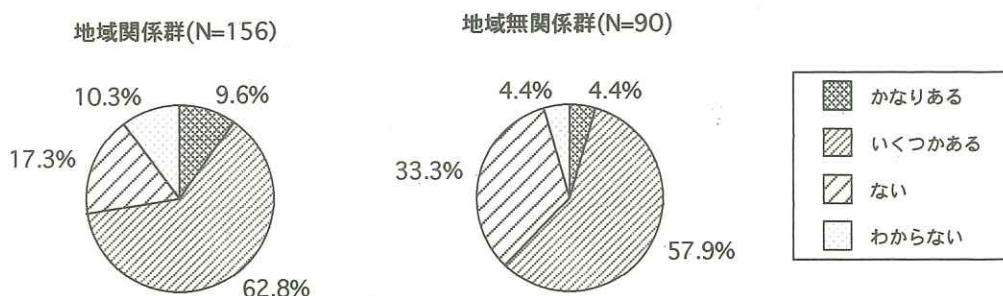


図2-3-7 クラブインクラブの有無

5) クラブインクラブの奨励

地域無関係群では、20%が「そのような会員活動を考えていない」としている。

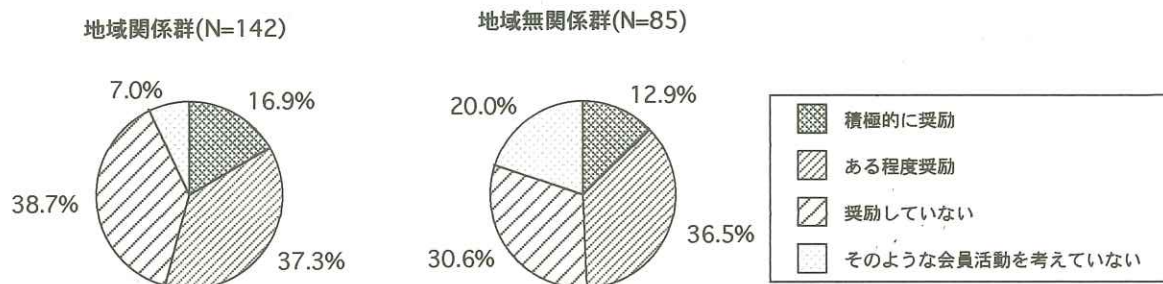


図2-3-8 クラブインクラブの奨励

6) スタッフと会員の交流促進

地域関係群のほうが、「奨励」する傾向がある。地域無関係群では、18.6%が「そのような会員活動を考えていない」としている。

7) 地域対応の工夫

地域関係群は、22.1%が「積極的に行っている」と回答し、無地域関係群では、10.5%にとどまる。

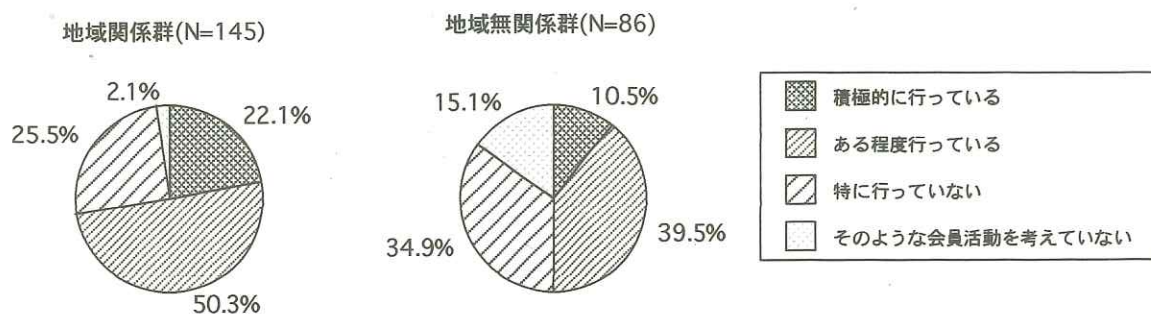


図2-3-9 地域対応の工夫

8) 地域住民へのサービス

「施設提供」、「指導員提供」、「入会費の割引等」、「会費の割引」について、地域関係群は積極的に行っている。特に「施設提供」では35.9%が行い、「入会費の割引等」も32.0%が行っている。

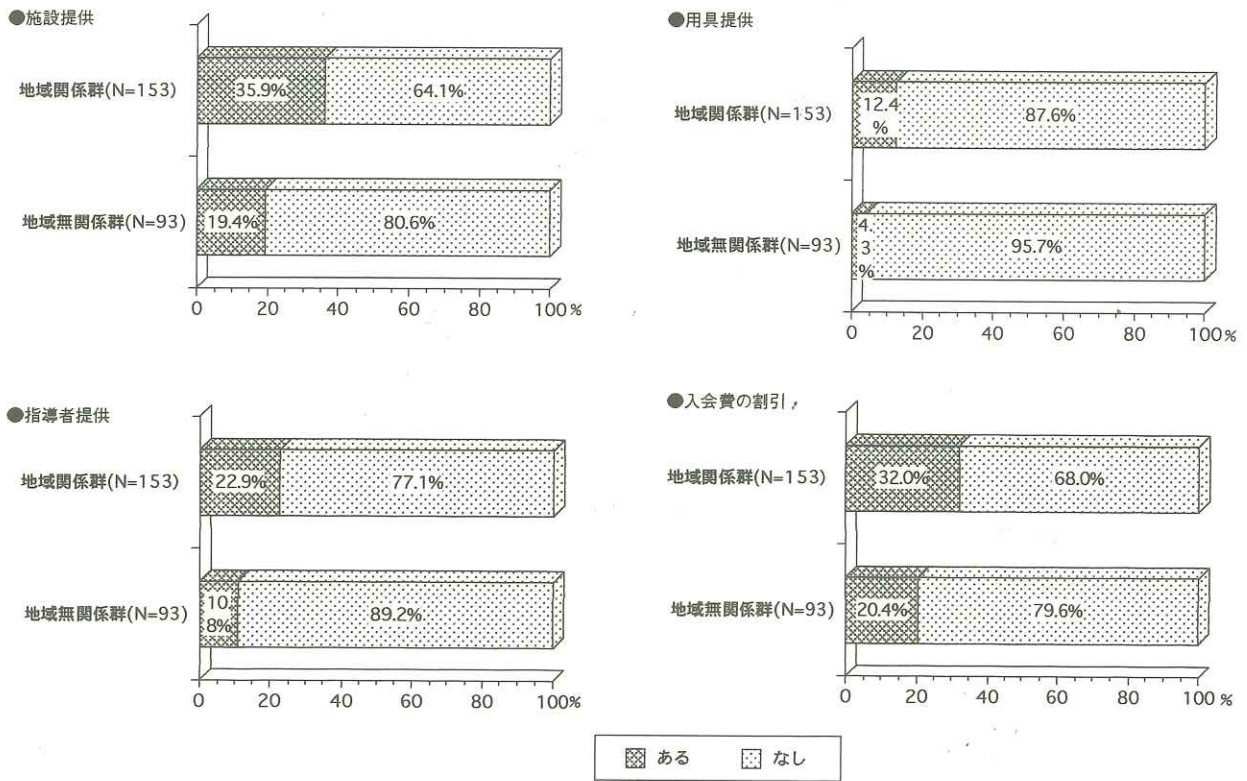


図2-3-10 地域住民へのサービス

9) 地域活性化への貢献

地域関係群では、31.4%が「大変役に立っている」と回答している。地域無関係群では、地域活性化への貢献意識が低い。

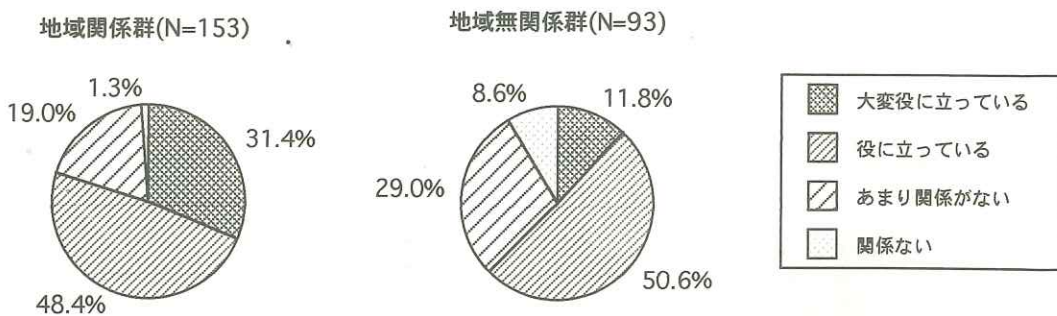


図2-3-11 地域活性化への貢献

4. 「地域との関係」からみた商業スポーツクラブの協力体制

1) 同種目の他組織との関係

地域関係群は「ネットワーク」、「連絡会議」、「イベント共催」、「施設提供」を比較的積極的に行っている。

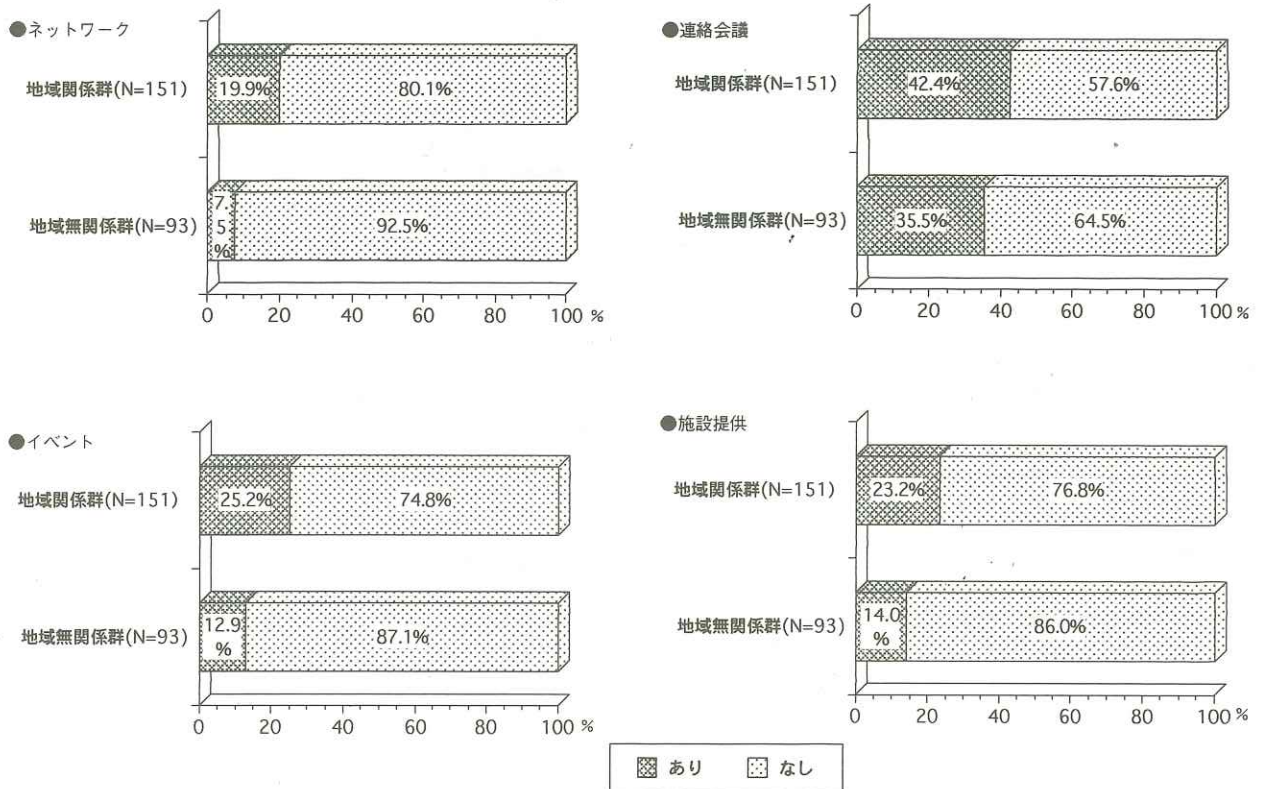


図2-3-12 同種目組織との関係

2) 異種目の組織との関係

地域関係群は「異種目情報交換」、「異種目施設の提供」に比較的積極的である。

3) スポーツ産業以外の組織との関係

地域関係群は、「産業以外のネットワーク」、「産業以外情報交換」、「産業以外連絡会議」、「産業以外イベント共催」、「産業以外施設提供」に関して積極的に行っている。

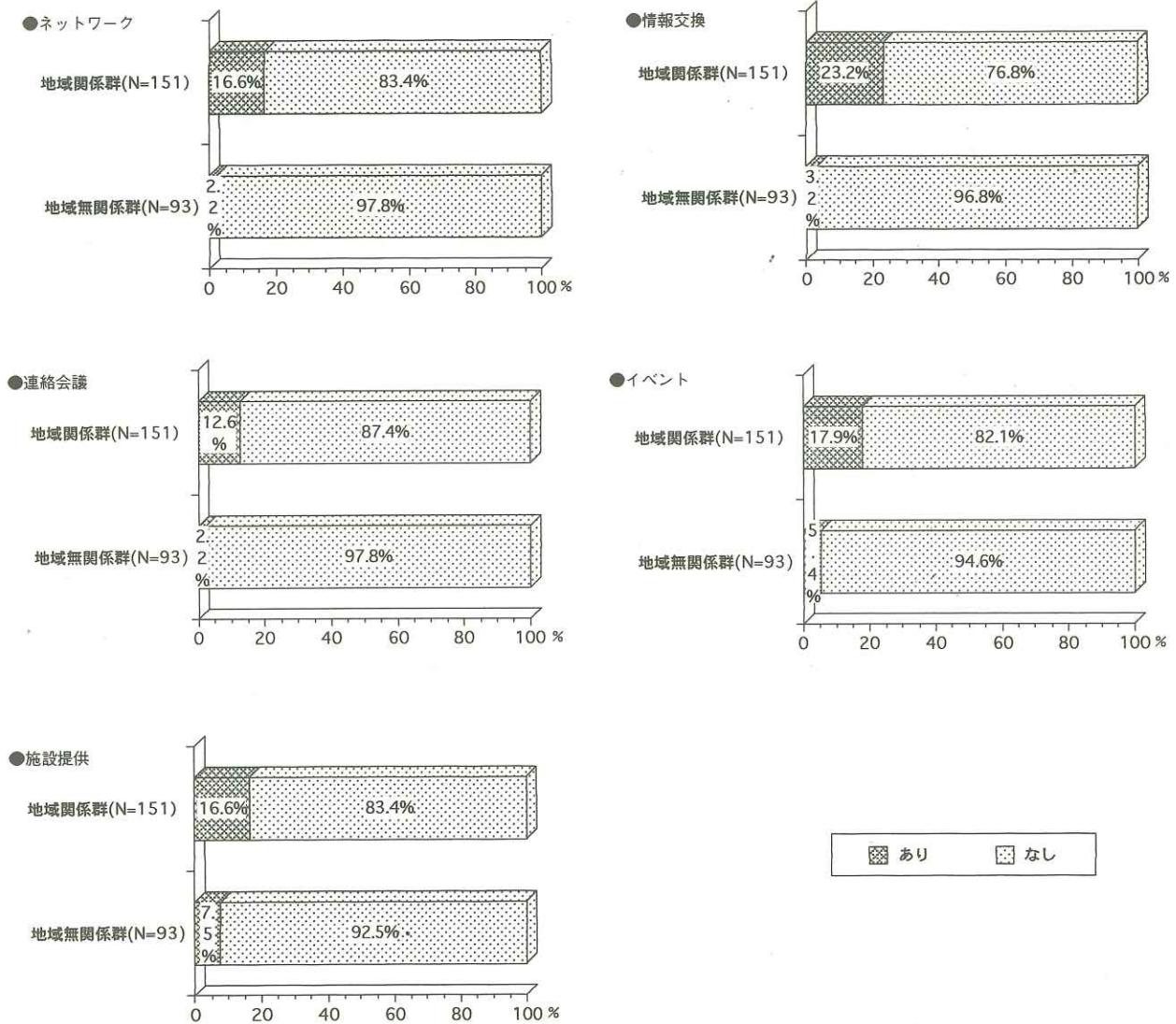


図2-3-13 スポーツ産業以外の組織との関係

4) 都道府県スポーツ団体との関係

地域関係群は、「ネットワーク」、「情報交換」、「連絡会議」、「イベント共催」、「施設の提供」を積極的に行っている。

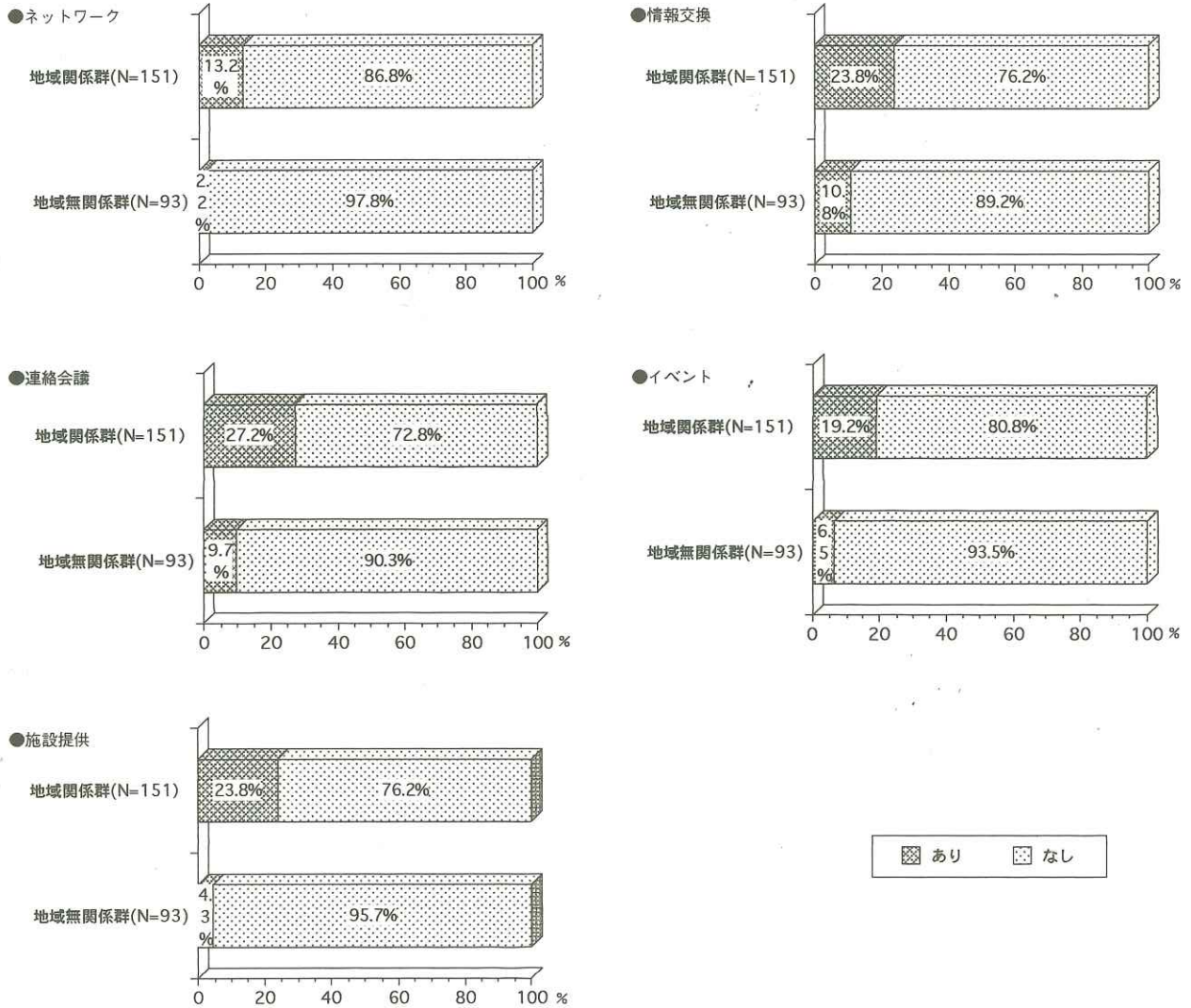


図2-3-14 都道府県スポーツ団体との関係

5) 全国規模スポーツ団体との関係

地域関係群は「情報交換」、「イベント共催」をいくらか行っている。

6) 都道府県行政との関係および国の行政との関係

全体に行政との関係は弱く、地域関係群と地域無関係群との間に特徴的な差はない。

第4節 「クラブインクラブの奨励状況」からみた特徴分析

1. 特徴分析の内容要約	63
2. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの特徴	63
1) 入会の条件	63
2) 年齢構成	64
3) 会員の活動目的	64
4) 所属歴	65
3. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状	65
1) 情報の収集・提供	65
2) 会員拡大の重視度	66
3) 会員構成の動向	66
4) クラブの運営方針	66
5) 販売促進および広報・宣伝活動	67
6) クラブインクラブの有無	68
7) スタッフと会員の交流促進	68
8) 地域対応の工夫	68
9) 地域住民へのサービス	68
10) 地域活性化への貢献	69
4. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの協力体制	69

1. 特徴分析の内容要約

クラブインクラブを奨励している団体（以下、奨励群）は、奨励していない団体（以下、非奨励群）に比べて、会員活動では「健康・体力の充実」を目的とする団体が多く、「健康のチェック」等の入会条件を必要としている。一方、非奨励群では、会員の推薦が必要である比率が高い。奨励群では年齢層が比較的若く、会員の所属歴も浅い傾向がある。奨励群は、会員の拡大についての重視度が高く、情報収集・提供、および広報も活発であり、「施設提供」、「指導員提供」、「入会費の割引等」、「会費の割引」等の地域住民へのサービスも積極的である。またスタッフと会員の交流や地域対応の工夫も盛んであり、クラブ内外のコミュニケーションをはかっている。クラブ会員活動の目的は「健康・体力の充実」である。

クラブインクラブを奨励しているクラブは、若い個人を対象として、クラブ内のコミュニケーションを深めるためにクラブインクラブを奨励するとともに、クラブ外とのコミュニケーションにも積極的に関わっている。

2. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの特徴

1) 入会の条件

入会条件について、クラブインクラブの奨励群は、非奨励群に比べて、クラブ入会条件を必要とするクラブが多く、68.1%の団体が必要としている。

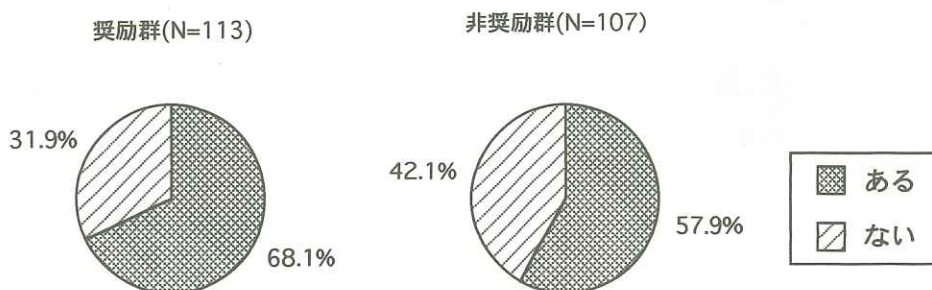


図2-4-1 入会の条件

奨励群では、健康状態のチェックを必要としている団体が30.5%、非奨励群では15.9%であり、奨励群では入会条件として健康状態がある場合が多い。

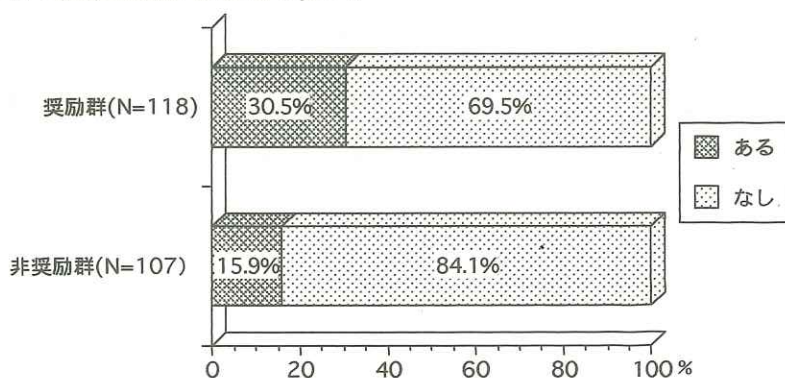


図2-4-2 健康状態のチェックの必要性

また一方で、既会員の推薦の必要性については、奨励群が22%が必要としているのに対して、非奨励群は32.7%の団体が必要としている。

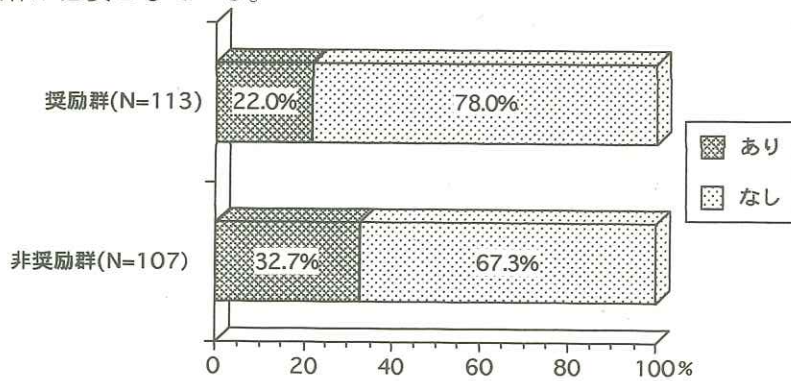


図2-4-3 既会員の推薦の必要性

2) 年齢構成

奨励群は、非奨励群より全体的に年齢構成が若い。男性では奨励群の中心は30歳代、非奨励群は50歳代が中心である。女性では、奨励群は20歳代が中心であり、非奨励群では40歳代が中心になっている。

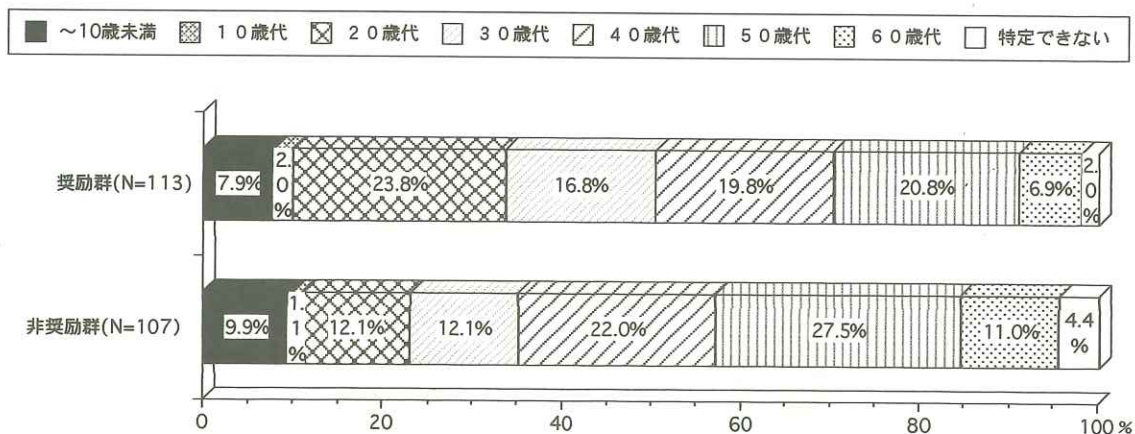


図2-4-4 年齢層

3) 会員の活動目的

会員の活動目的では、奨励群は、「健康・体力の充実」を目的としている傾向がある。

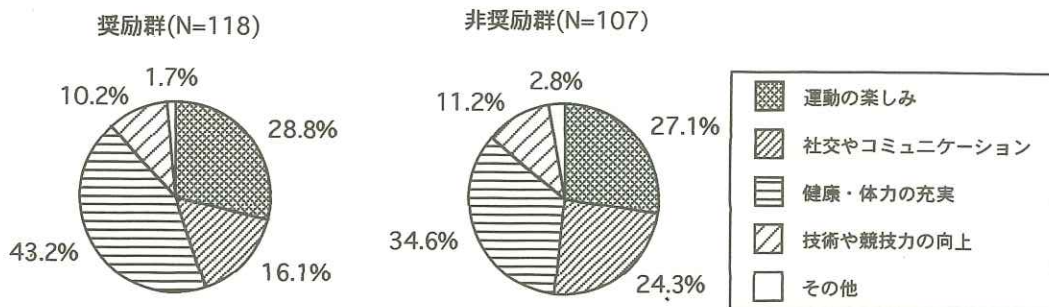


図2-4-5 会員の目的

4) 所属歴

奨励群では会員の所属歴が比較的短い場合が多い。奨励群の男性の所属歴の中心は2～5年未満であり、非奨励群は10年以上である。女性の奨励群の中心はも2～5年未満であり、非奨励群の中心は10年以上である。

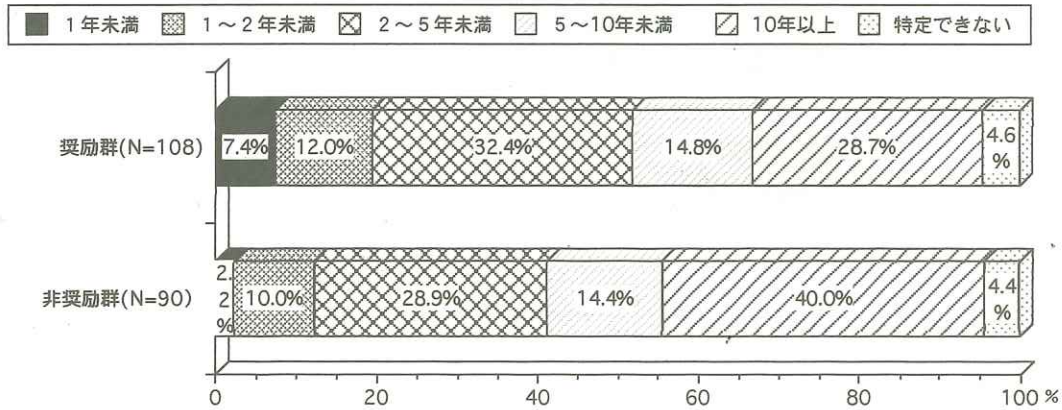


図2-4-6 所属歴

3. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの組織化活動の現状

1) 情報の収集・提供

奨励群は情報の収集や提供に積極的であり、会員からの情報収集を54%の団体がやっている。会員への情報提供も77.8%の団体がやっており、会員外からの情報収集も29.3%が行っている。

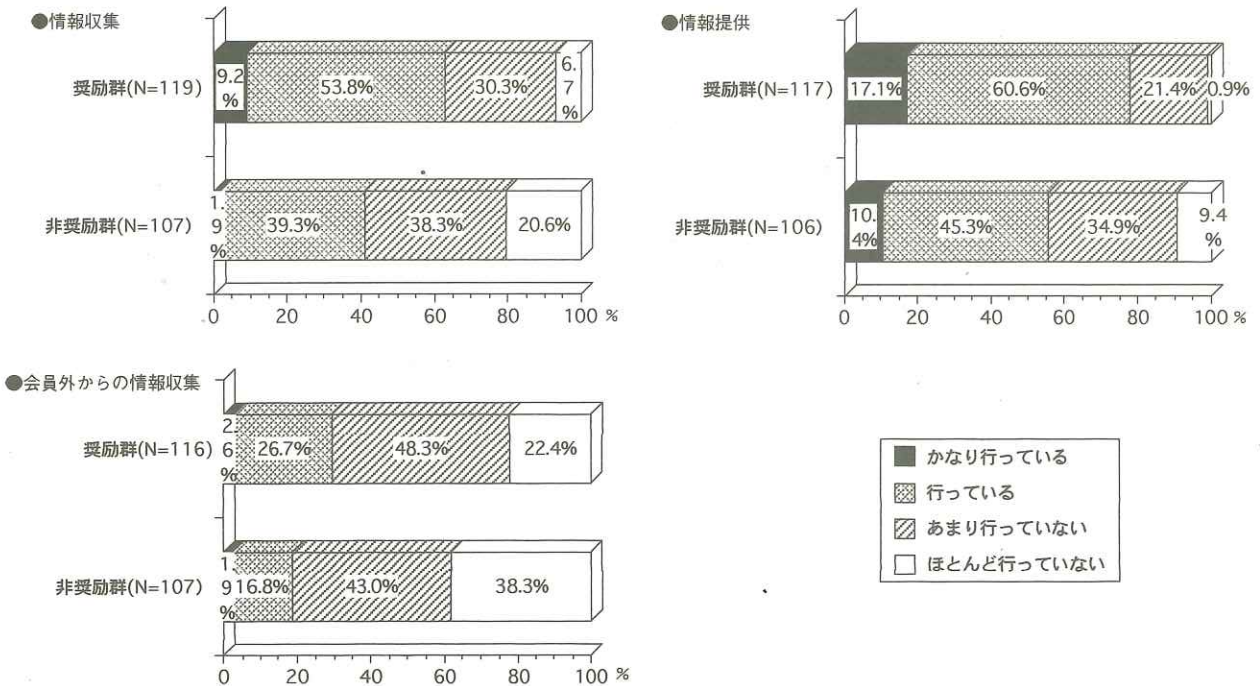


図2-4-7 情報の収集・提供

2) 会員拡大の重視度

会員の拡大について、奨励群では、「大変重視している」団体が42%ある。非奨励群では、25.9%にとどまる。

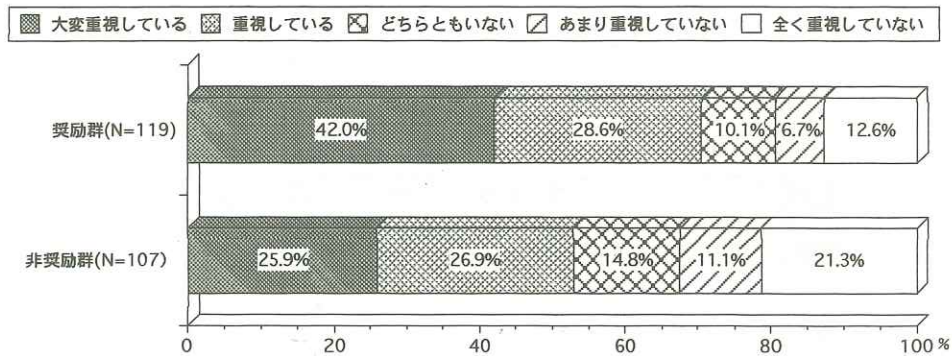


図2-4-8 会員拡大の重視度

3) 会員構成の動向

会員構成の動向では、会員の増加傾向は、奨励群の方が若干みられる。高齢化の傾向は奨励群では弱く、女性の増加傾向がみられる。また非奨励群の方が指導者が増加傾向にある。

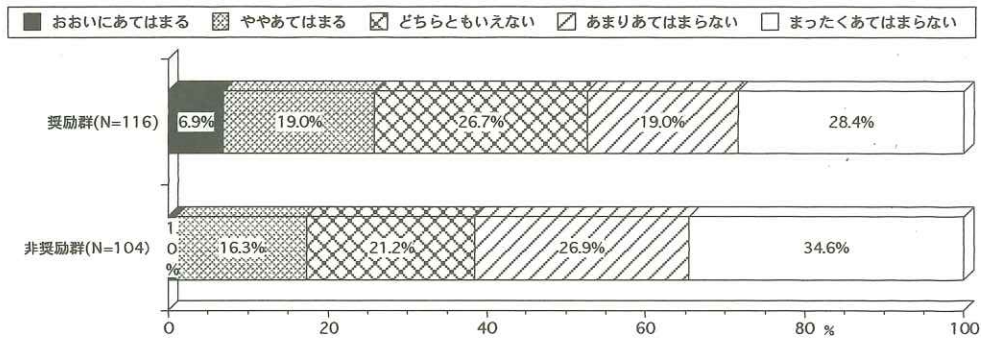


図2-4-9 会員の増加傾向

4) クラブの運営方針

奨励群では、35.3%が「健康・体力の充実」をクラブ方針にしている。また、非奨励群では、26.4%が「社交やコミュニケーション」をクラブ方針にしている。

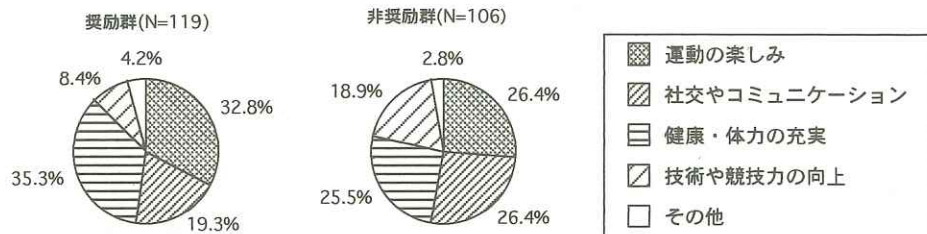


図2-4-10 クラブの運営方針

5) 販売促進および広報・宣伝活動

奨励群の方が、広報活動を積極的に行っている。奨励群では23.6%が新聞広告を「よく実施する」としているが、非奨励群では、14.3%にとどまる。また体験スクールでは、奨励群は43.7%が「よく実施」し、非奨励群は21.8%にとどまる。

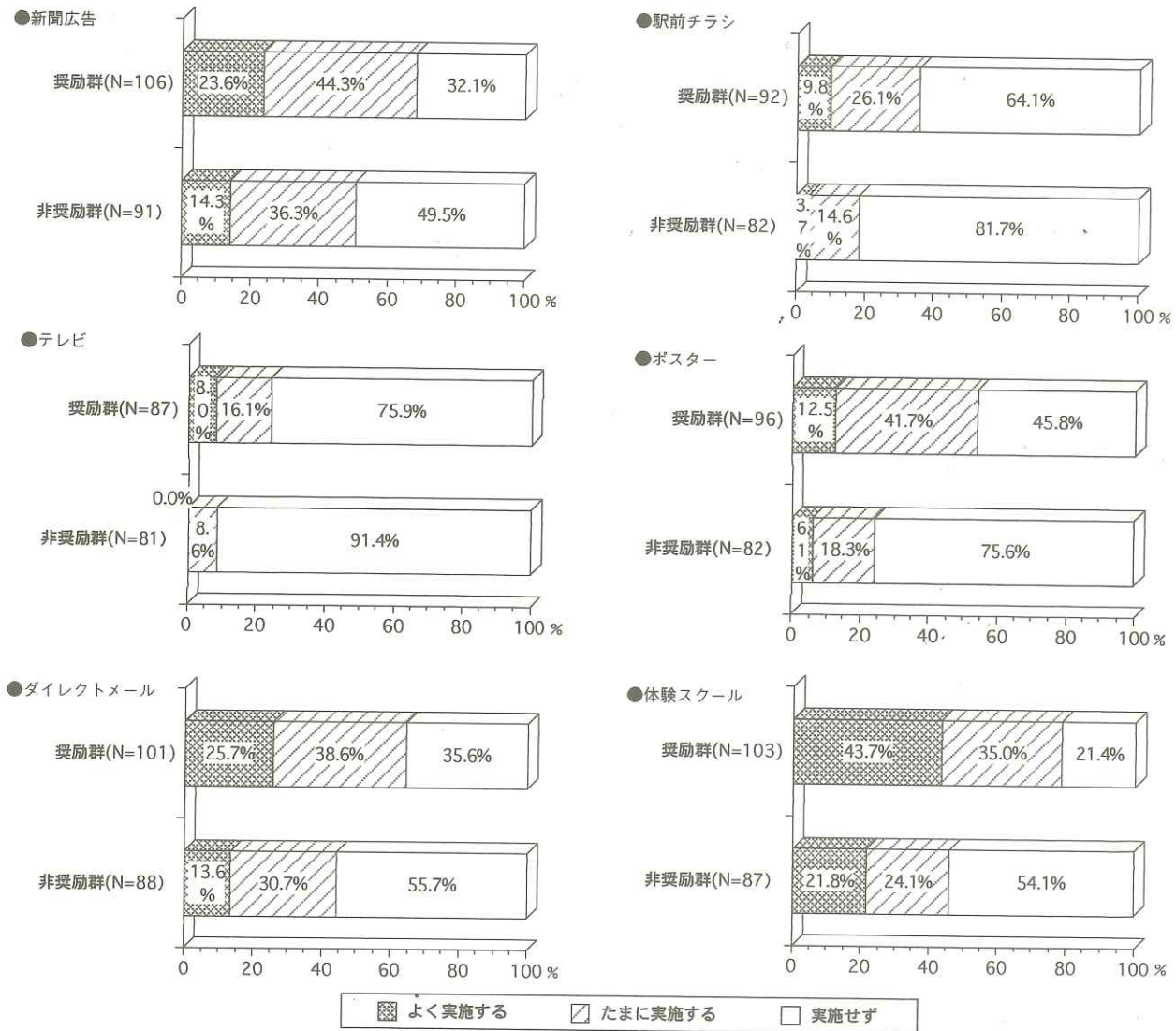


図2-4-11 販売促進および広報・宣伝活動

6) クラブインクラブの有無

奨励群118団体のうち、クラブインクラブが「かなりある」団体が11.9%あり、「いくつかある」団体が82.2%であり、クラブインクラブが多くあるケースは少ない。

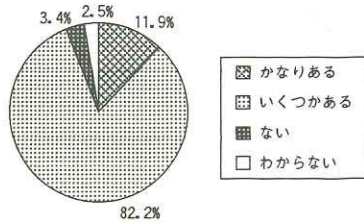


図2-4-12 クラブインクラブの有無 (N=118)

7) スタッフと会員の交流促進

奨励群は、31.6%が「積極的に奨励」しており、非奨励群では、15.7%にとどまる。

8) 地域対応の工夫

奨励群は積極的に行っている傾向があるが、非奨励群では、「そのような活動を考えていない」団体が11.2%ある。

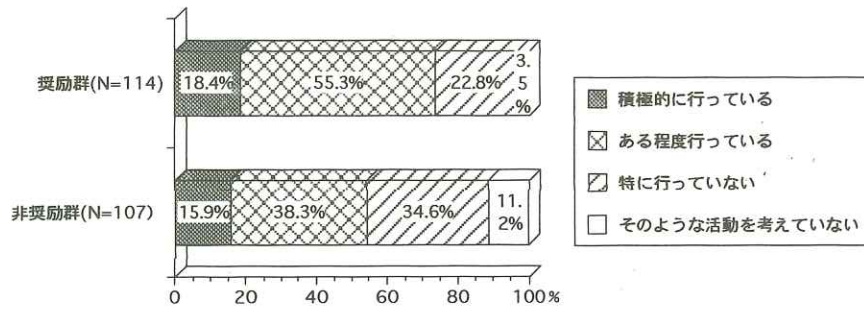


図2-4-13 地域対応の工夫

9) 地域住民へのサービス

「施設提供」、「指導員提供」、「入会費の割引等」、「会費の割引」について、奨励群は積極的に行っている。特に「施設提供」では、40.7%が行い、「入会費の割引等」も39%が行っている。

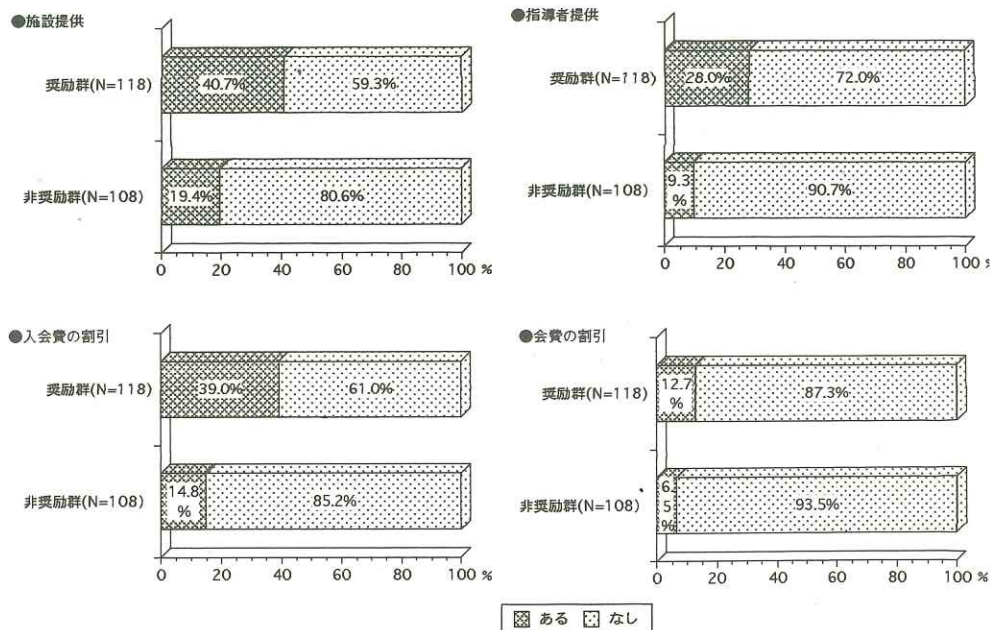


図2-4-14 地域住民へのサービス

10) 地域活性化への貢献

奨励群では、27.1%が「大変役に立っている」と回答している。

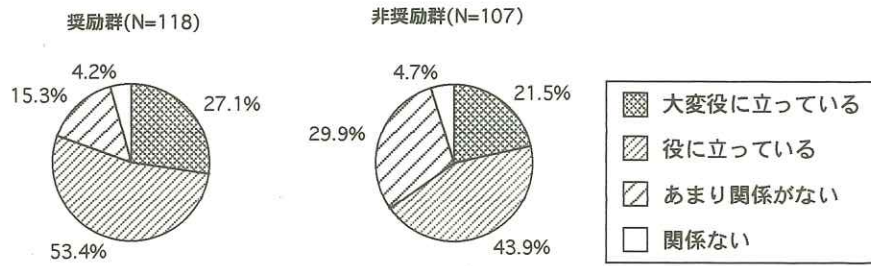


図2-4-15 地域活性化への貢献

4. 「クラブインクラブの奨励状況」からみた商業スポーツクラブの協力体制

同種目の他組織との関係では、奨励群は「同種目イベント共催」に比較的積極的であり、反対に「同種目指導者派遣」では非奨励群のほうが比較的積極的に行っている。

奨励群は、「産業団体以外イベント共催」、「産業団体以外指導者派遣」、「産業団体以外施設提供」に関して比較的積極的に行っている。

市区町村スポーツ団体との関係において、奨励群で、「市区町村スポーツ団体とイベント共催」しているのが25.4%である。

都道府県スポーツ団体との関係において、奨励群は、「連絡会議」を積極的に行っている。市区町村行政との関係において、奨励群は、「情報交換」、「イベント共催」、「指導者派遣」を積極的に行っている。

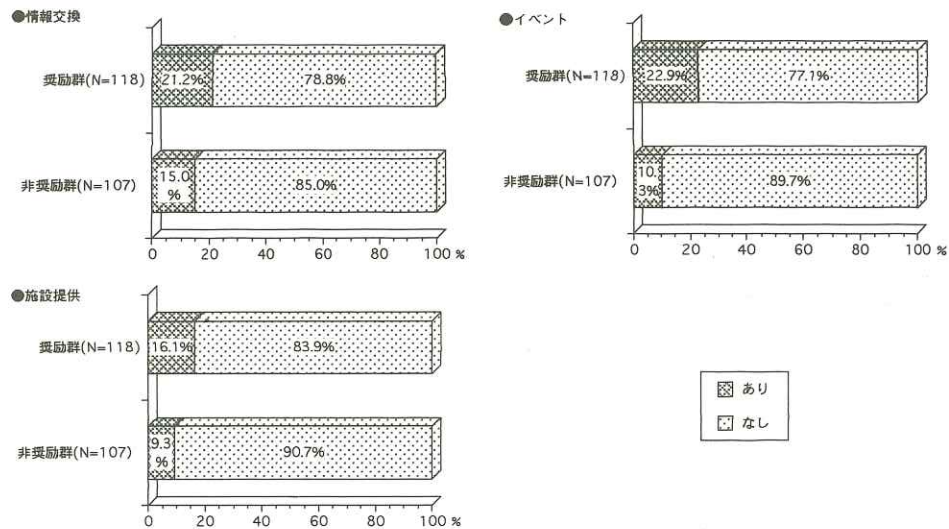
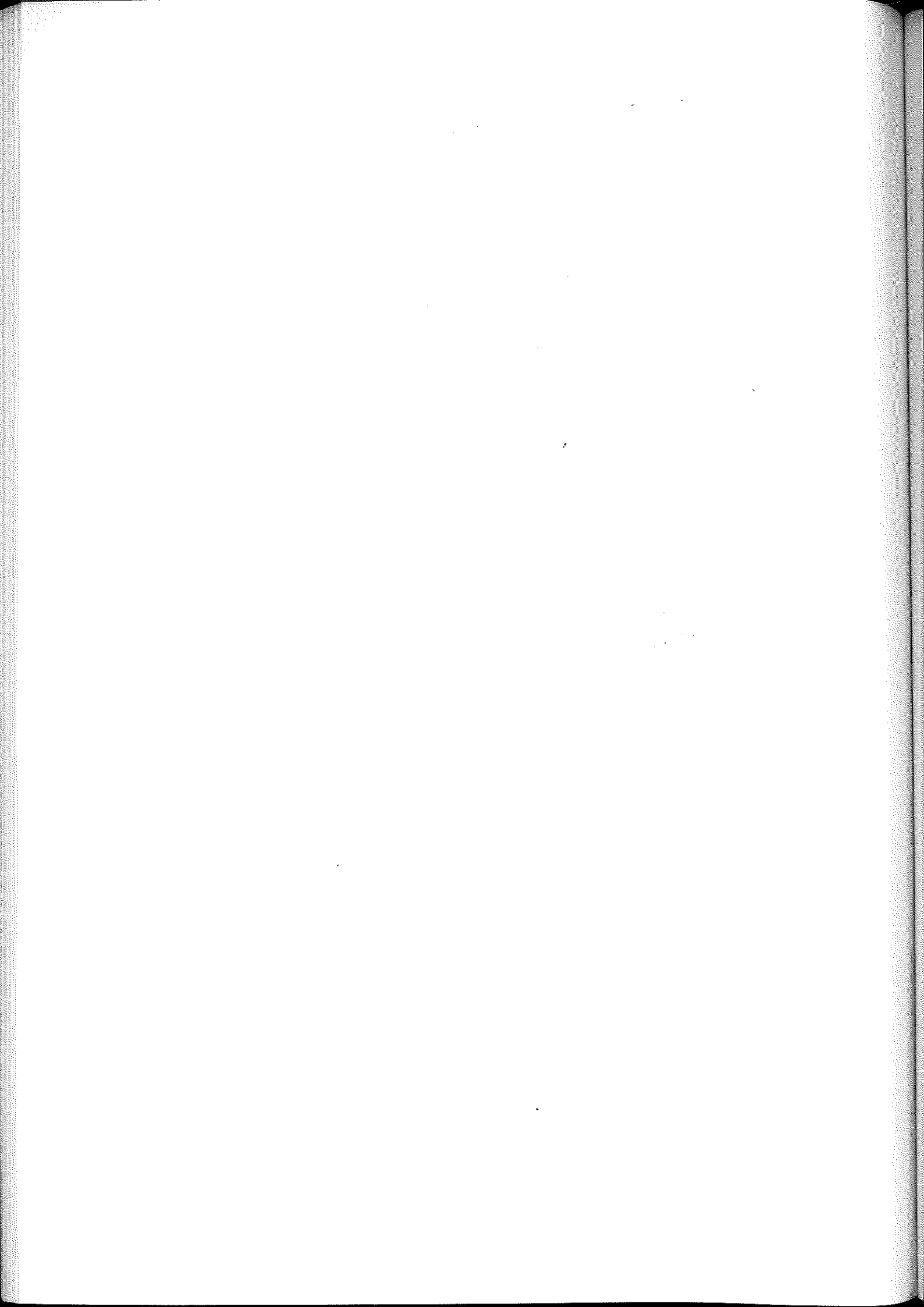


図2-4-16 市区町村の行政組織との関係

都道府県行政との関係および国の行政との関係は極めて少なく、奨励群と非奨励群との間に特徴的な差はない。



＝資料＝

○日本体育協会への要望

○調査票

<資料 日本体育協会への要望>

要望に関する自由記述の内容は、およそ以下のようなものであった。「」内の表現は、すべて原文のままである。

■生涯スポーツの振興に関する要望

「地についた活動をして欲しい。国民のための活動を期待する。」

「健康維持・増進など、競技スポーツ以外の活動を強化して欲しい。」

「日本体育協会が日常生活の運動を活発化していくべきだ。」

「選手育成も大切だが、国民一人一人が健康のためにもっと運動が大切であること、また身近なものであるよう啓蒙して欲しい。」

「フィットネスの底辺拡大のために、全国レベルのフィットネスの普及が必要だと思う。各省との競い合いではなく、国のレベルでの統一も検討して欲しい。」

「今後も、スポーツの振興事業に努力いただけますようお願いいたします。」

■生涯スポーツの振興にむけた商業スポーツ施設との連携に関する要望

(含む日本体育協会と商業クラブの連携への要望)

「普通の人々が普通にフィットネスを楽しめるように全国で盛り上げましょう。」

「もう少しソフトに民間企業と連絡を取り合う。」

「何か協力できればといつも思っています。」

「もう少し協会等で、商業スポーツ施設を国民に入会しやすい、通いやすい施設にして欲しい。」

「国民に対して、官-民共同体をネットワーク的にやって行かなくては、エリアが小さすぎるため発展は望めない。国が民間事業者に対して、緩和と奨励がより必要だと思う。」

「機関誌を読んでおり参考にしている。協力できることはないか・・・とも考える。」

「私達はパラグライダースクールを健全に、安心して楽しんでいただく環境づくりをしています。貴協会との積極的な交流を希望します。」

■日本体育協会の今後の組織化に関する要望

「ハングライダーやパラグライダーのクラブ(組織)が、町や県の体育協会にスムーズに加盟できるようにアドバイスが欲しい。」

「パラグライダー、ハングライダースポーツ団体の日本体育協会加入促進と、パラグライダースポーツが国体種目になることを望みます。」

■その他

□資格制度への要望

「資格が金儲け主義にならないよう、今後の社会に対して、より意味のある内容と責任ある資格にして下さい。」

「資格等に関する情報の提供、仕事の紹介。(こんな資格を取りこんな仕事へ)」

「官庁毎縦割りの資格認定を同種統合して欲しい。予防医学的な観点から、スポーツ施設の利用による健康増進に対する健保取り扱いを大幅に緩和できるように働きかけをして欲しい。」

「現在の資格制度に関して、明確にして欲しい。」

「指導員の資格の再検討。」

「資格に関して、市町村レベルの体育協会より免許が取れるようにして欲しい。」

□規制緩和・税制優遇への要望

「ゴルフ愛好者も増加し、国民的スポーツとして大衆化されてきたので、利用税の廃止を希望する。」

「日本ゴルフ協会は、日本体育協会へ加盟したことであり、ゴルフが真のアマチュアのスポーツとして発展するよう、幅広い年齢層の参加が求められるので、今後、全国規模の活躍の場の提供や施設利用税の減免の問題も含めて協力願いたい。」

「国やスポーツ団体として税制の優遇や、規制の緩和、商業スポーツクラブとの協調を積極的に考え、実施して欲しい。」

「テニスクラブなど広大な土地を要する商業スポーツ施設への税制面での優遇措置は早急にして欲しい。」

「都市近郊の屋外施設は、現在の税制下では、早晚廃業もしくは縮小は必至であり、なんとか日本体育協会としても当局に対し配慮を強く要望して欲しい。業界一丸となって取り組むことは当然である。」

□選手強化の充実

「選手強化に力を入れるべきだ。」

□公共施設との競合関係について

「公営のスポーツ施設が増大する中、我々のような商業スポーツクラブは、消費者のニーズに沿えにくくなっているのが事実。施設の充実、利用料金など。」

「官営施設が民営施設の事業をおびやかしている。官は民を育てるべきなのにつぶしているのは、納税者として納得いかない。」

「国民に対して、官・民共同体をネットワーク的にやって行かなくては、エリアが小さすぎるため発展は望めない。国が民間事業体に対して、緩和と奨励がより必要だと思う。」

「市営コート、公園コートなどでの営業スクールを教育委員会などと話し合いの上、取り締まりに力を入れていただきたい。」

「公営テニスクラブの民間経営のクラブに対する配慮。」

□情報提供

「他の施設の情報や団体の活動が把握できないので、機関紙や日刊紙があればいいと思う。」

「全国、全道規模の年間イベント状況の情報を提供していただくとありがたい。」

□日本体育協会のイメージ

「今回のアンケートも含め、日本体育協会がどんな活動をしているのか私たちには伝わってこない。お役所的考えで活動しているのではと考えてしまいます。」

「総務庁・県・市町村等からの調査依頼の全てが「官」の立場での内容・方法。こんなものを集計してもらっても、現場の我々に何の意味もない。「民」に役立つことを。」

「組織が大きすぎて、もっと下部で活動するには、日本体育協会そのものの具体的な行動等を一般大衆に理解させることが必要だと思う。一般大衆は日本体育協会に関係なく活動をしているのでは。」

□その他

「中高生のスポーツ離れが進んでいるというが、これは中学校（小学校）において、実施するスポーツの数が少なく（部活等）自由に選択できないことが原因のように思う。小中学生のスポーツに関する意識調査が必要ではと思う。その調査で実施可能なスポーツは実施すべきではないでしょうか。」

「色々なスポーツのスペシャリストをコンベンションやその他の集まりに参加してもらえるようにして欲しい。」

「我々のハングライダー、パラグライダーをスポーツとして認識して欲しい。」

「今後、スポーツという意味と体育とは全く違うものだと考えますので、体育という考えをなくして欲しい。」

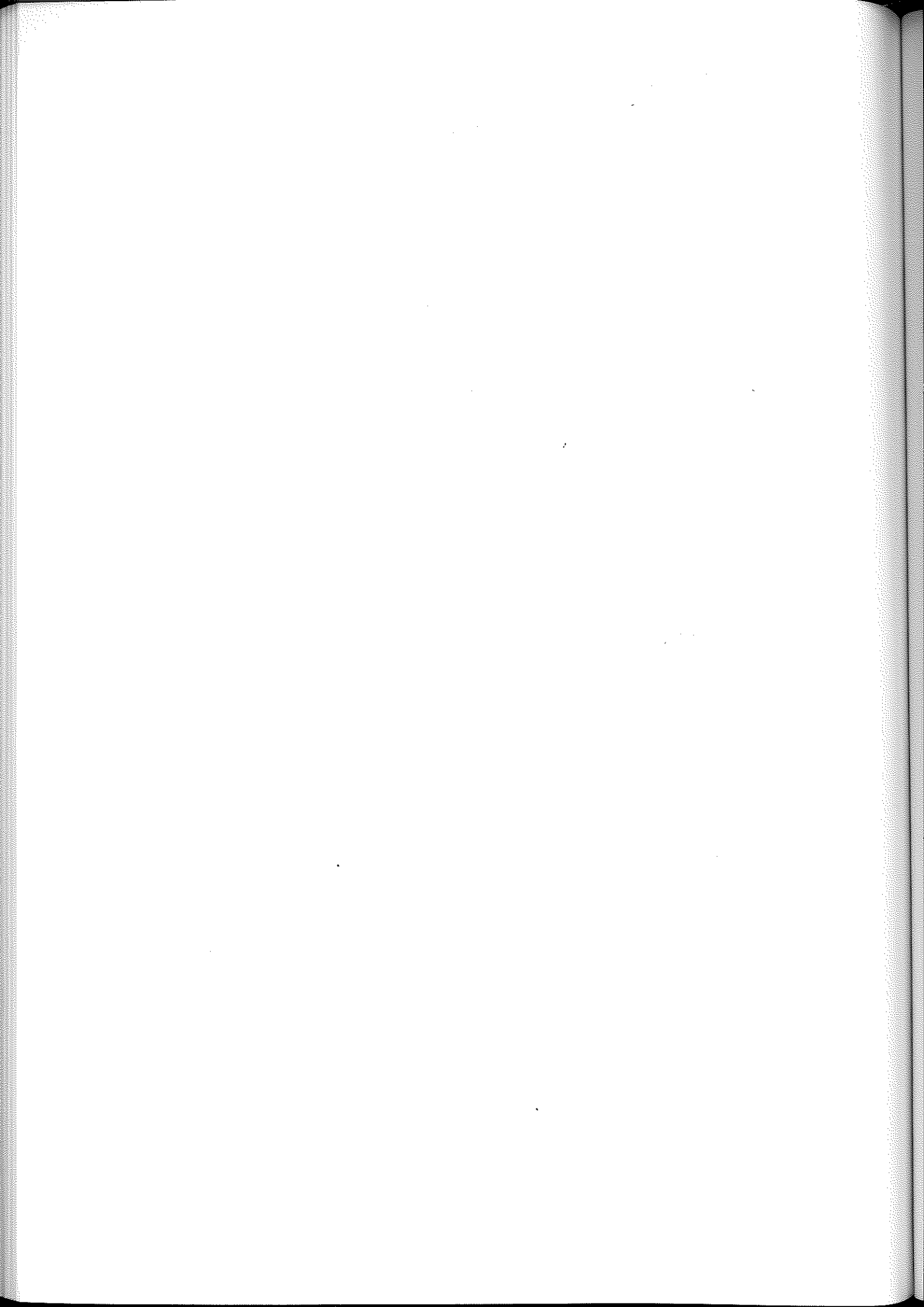
「一般論になるかもしれませんが、オリンピックに関係しないものに対して、何かよいことがあるのでしょうか。」

「プロアマ問題をはっきりさせる。（プロ指導者とプロ競技者の区別）」

「自然相手のスカイスポーツ。雨が10日も降れば経営できない。安全で便利でだれでも飛べるエリア作りが先決。」

「パラグライダーに対する理解と協力をお願いします。」

「ジュニア（小中高生）育成に関わる様々な費用への援助。」



スポーツクラブ(事業所)の調査票

調査票記入日 _____ 年 月 日

調査票記入者 _____

記入者の役職 _____

記入者の連絡先 ☎ _____ () _____

I あなたのクラブ(事業所)の概要について

1. 名称 _____

2. 代表者 _____

3. クラブ(事業所)の所在地

住所 ㊦ _____

☎ _____ () _____

4. 開設時期 (明治・大正・昭和・平成) _____ 年

5. 法人格

1. 株式会社
2. 有限会社
3. その他

問 1. クラブ(事業所)には、親会社がありますか? あてはまる番号に○をつけてください。

1. ある
2. ない

問 2. クラブ(事業所)は、どのような形態のクラブですか? あてはまる番号に○をつけてください。

1. 同一種目の系列
2. 異種目の系列
3. 同種・異種を含む会員系列
4. 系列がない
5. その他

問 3. クラブ(事業所)のスポーツ施設・設備の規模は、以下のうちでどれにあてはまりますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 大規模施設・設備
2. 中規模施設・設備
3. 小規模施設・設備

問 4. クラブ(事業所)の施設の水準は、以下のうちでどれにあてはまりますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 中 級
2. 上 級
3. 高 級

問 5. 従業員数についておたずねします。以下の表にご記入ください。

	正社員数	正社員並の 契約社員数	条件付き 契約社員数	アルバイト者数
指導スタッフ	名	名	月平均延べ 名	月平均延べ 名
(その内有資格者)	名	名	月平均延べ 名	月平均延べ 名
業務スタッフ	名	名	月平均延べ 名	月平均延べ 名

II あなたのクラブ(事業所)の会員の構成について

問 1. あなたのクラブ(事業所)の個人会員数と法人会員数をご記入ください。

	男 性	女 性	合 計
個人会員数	名	名	名
法人会員数	社		

問 2. あなたのクラブ(事業所)の会員種別ごとの入会金と会費をご記入ください。

あてはまらない欄には×を記入してください。

会員種別	入 会 金	月 会 費	年 会 費
例1 平日会員	円	円	円
例2 法人会員	円	円	円
	円	円	円
正 会 員	円	円	円
法 人 会 員	円	円	円
家 族 会 員	円	円	円
条件付き会員	円	円	円
スクール会員	円	円	円

☆恐れ入りますが、入会パンフレット・料金表等を添付下さいますようお願い申し上げます。

問 3. あなたのクラブ(事業所)には、入会に関わるなんらかの条件がありますか?

あてはまるものすべてに○をつけてください。

1. ある……	1. 年齢
	2. 性別
	3. 健康状態
	4. 技能水準
	5. 各種資格
	2. ない
	6. 国籍
	7. 既会員の推薦
Missing	8. その他

問 4. あなたのクラブ(事業所)の個人会員の年齢構成で最も集中しているのはどの年代ですか?

男性・女性・全体のそれぞれのもっとも多いと思われる年代の欄に○をつけてください。

	男 性	女 性	全 体
～10才未満			
10才代			
20才代			
30才代			
40才代			
50才代			
60才代			
特定できない			

問 5. あなたのクラブ(事業所)の個人会員の所属年数で、最も多いのはどれですか?

男性・女性・全体のそれぞれのもっとも多いと思われる期間の欄に○をつけてください。

	男 性	女 性	全 体
1年未満			
1～2年未満			
2～5年未満			
5～10年未満			
10年以上			
特定できない			

問 6. あなたのクラブ(事業所)の会員の動機・目的は、どれにあたりますか?

もっともあてはまる番号に○をつけてください。

1. 運動の楽しみ
2. 社交やコミュニケーション
3. 健康・体力の充実
4. 技能や競技力の向上
5. その他

問 7. あなたのクラブ(事業所)の個人会員の年間延べ利用者数はどのくらいですか?

もっともあてはまる番号に○をつけてください。

1. 1人~99人
2. 100人~499人
3. 500人~999人
4. 1,000人~2,999人
5. 3,000人~4,999人
6. 5,000人~9,999人
7. 10,000人~19,999人
8. 20,000人以上

問 8. あなたのクラブ(事業所)の法人会員の年間延べ利用者数はどのくらいですか?

もっともあはまる番号に○をつけてください。

1. 1人~99人
2. 100人~499人
3. 500人~999人
4. 1,000人~2,999人
5. 3,000人~4,999人
6. 5,000人~9,999人
7. 10,000人~19,999人
8. 20,000人以上
9. わからない

Ⅲ あなたのクラブ(事業所)の会員確保の工夫について

問 1. あなたのクラブ(事業所)は、会員の要望等を把握するために必要な情報収集を行っていますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. かなり行っている
2. 行っている
3. あまり行っていない
4. ほとんど行っていない

Missing

問 2. あなたのクラブ(事業所)は、会員の活動に必要な情報の提供を行っていますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. かなり行っている
2. 行っている
3. あまり行っていない
4. ほとんど行っていない

Missing

問 3. あなたのクラブ(事業所)は、会員を増やすのに、会員外からの必要な情報の収集を行っていますか？ あてはまる番号に○をつけてください。

1. かなり行っている →
2. 行っている →
3. あまり行っていない
4. ほとんど行っていない

Missing

問 4. あなたのクラブ(事業所)は、現在会員を増やすことをどの程度重視していますか？ あてはまる番号に○をつけてください。

1. 大変重視している
2. 重視している
3. どちらともいえない
4. あまり重視していない
5. まったく重視していない

Missing

問 5. 会員や事業所の状況についておたずねします。

あてはまる番号に○をつけてください。

	るあお てお はい まに	はや まや るあ て	いもど いち えら など	なてあ いはま まり らあ	らあま なてっ いはた まく	いわ から ら な
*回答例						
会員数は、年々増加していますか？						
会員の高齢化が進んでいますか？						
女性の会員の割合が増えていますか？						
専任の指導者(インストラクター)の数は増えていますか？						
技能検定や資格取得をめざす会員の割合が増えていますか？						

問 6. あなたのクラブ(事業所)の活動方針は、どれにあたりますか？

もっともあてはまる番号に○をつけてください。

1. 運動の楽しみ
2. 社交やコミュニケーション
3. 健康・体力の充実
4. 技能や競技力の向上
5. その他

問 7. あなたのクラブ(事業所)では、ここ1年間に以下の事業をそれぞれどのくらい実施しましたか?
以下の欄にその年間回数をご記入ください。

	会員を対象 としたもの	会員以外も対象 としたもの
懇親会・パーティ等	回/年	回/年
旅行・ハイキングや〇〇スポーツツアー	回/年	回/年
料理や陶芸等文化活動	回/年	回/年
講習会や研修会・教室事業	回/年	回/年
クラブ種目の競技会やイベント・大会	回/年	回/年
冊子・パンフレット・会報などによる情報提供	回/年	回/年
その他 ()	回/年	回/年

問 8. あなたのクラブ(事業所)では、ここ1年間に以下の広報活動をどのくらい実施しましたか?
あてはまる番号に○をつけてください。

	しよ たく 実 施	施た しま たに 実 施	い実 な施 いし て
新聞広告			
駅前チラシ			
一般雑誌広告			
専門雑誌			
テレビ			
ラジオ			
ポスター			
ダイレクトメール			
体験スクール			
その他 ()			

問 9. あなたのクラブ(事業所)には、会員どうしのグループ活動(クラブ イン クラブ)がありますか?
あてはまる番号に○をつけてください。

1. かなりある
 2. いくつかある
 3. ない
 4. わからない
- Missing

問 10. クラブインクラブのような会員活動をクラブ(事業所)として奨励していますか?
あてはまる番号に○をつけて、記述をしてください。

1. 積極的に奨励している →
2. ある程度奨励している →

3. 特に奨励していない →
4. そのような会員活動 →
を考えていない
Missing

問 11. あなたのクラブ(事業所)では、指導員やスタッフと会員とのコミュニケーションを図る活動を奨励していますか?
あてはまる番号に○をつけて、記述をしてください。

1. 積極的に奨励している →
2. ある程度奨励している →

3. 特に奨励していない →
4. そのような活動を考 →
えていない
Missing

問 12. あなたのクラブ(事業所)は、クラブの活動を地域に理解してもらう工夫をしていますか?
あてはまる番号に○をつけて、記述をしてください。

1. 積極的に行っている →
2. ある程度行っている →

3. 特に行っていない →
4. そのような活動を →
考えていない
Missing

問 13. あなたのクラブ(事業所)は、地域住民のために以下のようなサービスをしていますか?

あてはまる番号にすべて○をつけてください。

1. 施設の無料貸し出しや割引貸し出し
2. 用具の無料貸し出しや割引貸し出し
3. 指導員の無料および割引派遣活動
4. クラブ入会費の割引や免除等
5. クラブ会費の割引や免除等
6. その他のサービス

問 14. あなたのクラブ(事業所)の近くに競合するクラブ(事業所)がありますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 同じ種目のクラブがある
2. 異種の種目のクラブがある
3. 同種目も異種目も両方クラブがある
4. ない

問 15. あなたのクラブ(事業所)は、地域の活性化に役立っていますか?

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 大変役に立っている
2. 役立っている
3. あまり関係ない
4. 関係ない

問 4. あなたのクラブ(事業所)は、いくつかの団体がこれまでそれぞれ独自に認めている指導者資格を統一することが必要だと考えますか？

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 必要だと考える
2. どちらとも言えない
3. 考えない
4. わからない

問 5. あなたのクラブ(事業所)は、今後のスポーツ振興にあたり、商業スポーツクラブ(事業所)に対する種々の規制緩和が必要だと考えますか？

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 必要だと考える
2. どちらとも言えない
3. 考えない
4. わからない

問 6. あなたのクラブ(事業所)は、今後のスポーツ振興にあたり、商業スポーツクラブ(事業所)に対する税制の優遇措置が必要だと考えますか？

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 必要だと考える
2. どちらとも言えない
3. 考えない
4. わからない

問 7. あなたのクラブ(事業所)は、スポーツに関わるすべての団体・組織を総合的に統括するスポーツ組織が必要だと考えますか？

あてはまる番号に○をつけてください。

1. 必要だと考える
2. どちらとも言えない
3. 考えない
4. わからない

最後におうかがいしますが、日本体育協会を知っていますか？

あてはまる番号に○をつけてください。

- 1.知っている
- 2.知らない
- 3.その他

日本体育協会への要望やご質問などありましたらご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました

スポーツ人口等実態調査中央企画班

班長 永島 惇正 (東京学芸大学)
班員 太田原 義夫 (埼玉県体育協会)
嘉戸 脩 (東京学芸大学)
上嶋 実 (財)日本陸上競技連盟)
☆佐伯 聰夫 (筑波大学)
☆杉浦善次郎 (財)日本レジャースポーツ振興協会)
☆鈴木 守 (上智大学)
寺脇 登 (財)東京都体育協会)
豊島 吉博 (財)日本サッカー協会)
☆仲澤 眞 (筑波大学)
☆矢島万沙未 (明海大学)
☆山本 理人 (日本社会体育専門学校)

☆は平成8年度調査ワーキングメンバー

平成8年度 スポーツ人口等実態調査報告書 —商業スポーツクラブ調査—

発行日/平成9年3月31日

編集・発行：財団法人 日本体育協会

国際・スポーツ情報課

〒150-50 東京都渋谷区神南1-1-1

岸記念体育会館内

電話 (03) 3481-2480

印刷：共同印刷株式会社
