

世界を活動 的な未来へ と導く

2025

インパクト・レポート：
世界スポーツ用品工業連盟
(WFSGI) 発行





03	挨拶
04	イントロダクション
	<u>WFSGIがもたらすインパクト</u>
08	運動促進キャンペーン
14	地域社会の活性化
22	健全な職場
27	インパクトをもたらす革新
33	前進する
35	貢献者・貢献企業
36	定義・参考文献

世界中でさらに
運動を促進

18億人を超える身体活動不足の成人や、歴史的に見ても運動レベルが低い青少年世代が存在する中、身体活動不足はグローバルヘルスにおける喫緊の脅威のひとつです。こうした危機的状況は大きな課題であると同時に、スポーツ用品業界が解決策を率先して進めるまたとない機会でもあります。

世界スポーツ用品工業連盟 (WFSGI) は、スポーツと身体活動が人々の生活に変化を起こせると認識しています。スポーツは社会的、経済的、文化的な隔たりを越えて何十億もの人々を団結させ身体活動は健康と経済的繁栄の両方に重要な利益をもたらします。一方で、特に若者に顕著である身体活動不足の増加は、このような恩恵を脅かすものです。私たちがこのような危機的状況への対応や業界におけるイノベーションの機会を捉えることに力を注いできたのは、こうした背景によるものです。

WFSGIと加盟組織は、個人的かつ集団的な活動を通して、業界をリードしてきました。2023年、WFSGIは世界保健機関 (WHO) と歴史的な覚書を締結しました。このような覚書は、草の根スポーツと身体活動に焦点を当てた企業団体としては初めてのものです。その後2024年には、48社の企業および連盟が「身体活動に関する共同声明」に署名し、より健康的な社会を目指して官民双方が協力するよう強く働きかけました。



Emma Zwiebler
WFSGI CEO



このたび、WFSGI初となる「フィジカル・アクティビティ・インパクト・レポート」を発表し、身体活動不足を解消するための加盟組織の取り組みを紹介できることを大変光栄に思います。ベストプラクティスを共有し、進捗状況を把握することで、本レポートでは、身体活動がこれからの社会における中心的存在となるよう、継続的なイノベーションと取り組みを奨励しています。

本レポートは、提唱者としてだけでなく、積極的なソリューション・プロバイダーとしてのスポーツ用品業界の役割を強調しています。本レポート実現に尽力してくれたフィジカル・アクティビティ委員会とWFSGIフィジカル・アクティビティ責任者のCaroline Brooksに感謝の意を表したいと思います。その功績は、より多くの人々が身体的に活発になるよう、一丸となって影響力を高めることにつながっています。

本レポートで紹介されているWFSGI加盟組織による活動は意義深いものですが、さらなる努力が不可欠であり、私たちだけで身体活動不足に取り組むことは困難です。本レポートが官民の協力関係を深め、私たちの業界に一層の取り組みを呼びかけるきっかけになることを願っています。力を合わせれば、こうした重要な課題に取り組み、真の変化を促すために業界が持つ力を発揮することができるでしょう。



運動は私たちのDNAに組み込まれています

私達の一族は、世界スポーツ用品工業連盟と長い関わりを持ってきました。私の父であるStephen Rubinは1995年から2001年までWFSGIの会長を務め、その指導の下、WFSGIは業界全体のソーシャル・ガバナンスの改善において大きな進展を遂げました。1997年、私たちはFIFAおよび国際労働機関と協力し、パキスタンとインドにおけるサッカーボール製造での児童労働を撤廃することに成功しました。この取り組みは、世界のスポーツ用品産業が協力することによって、その影響力を実証するものでした。

2022年に私がWFSGIの会長に選出されてからは、理事会とともに戦略の策定に取りかかり、後に加盟組織の賛同を得ました。身体活動は、業界にとって明白な最優先課題でした。人々が体を動かすようにすることは、私たちの業界の健全性だけでなく、とりわけ世界の健全性にとって極めて重要です。本レポートでは、世界保健機関 (WHO) やその他の情報源から、身体活動不足のレベルが上昇していることを強調する数字が示されています。私たちがこうした差し迫った危機的状況の軌道を変えるには、体系的な変革が必要であると考えており、私たちWFSGIは、先頭に立ってこの問題に取り組むことを約束します。なぜなら、運動は私たちのDNAに組み込まれているからです。

何十万人というスポーツ用品に携わる人々が毎日、何十億人もの人々の「もっと体を動かそう」という気持ちを鼓舞し、サポートするような製品やサービス、キャンペーンを生み出すために取り組んでいます。

本レポートで紹介しきれなかった企業の事例もありますが、ここで読みいただく記事は、身体を動かすことが人々の生活にどれほど大きな影響を与えるかを如実に示しています。私の心に最も深く残っている例のひとつは、Speedoの取り組み「Swim United」です。この活動では、子供たちが泳げるようになるのを手助けするだけでなく、人命救助に不可欠なスキルも教えています。マインドフルネス・ウォーキングやランニングの推進によるメンタルヘルス向上から、十分なサービスを受けていないコミュニティへのコーチング・キャンプやブレイブブックの提供まで、WFSGI初となる今回の「フィジカル・アクティビティ・インパクト・レポート」では、世界中の人々が身体を動かす機会を増やすための支援における、私たち業界の取り組みとその手腕を浮き彫りにしています。

私たちにはまだまだできることがあり、これからもその取り組みを続けていきます。一方で、支援を最も必要とする人々にとって、私たち単独の活動では最大の効果を生み出せないことも認識しています。民間と公共部門を結びつけ、すべての人々の利益に貢献しなければなりません。

ご多忙な中、本レポートをお読みいただきありがとうございます。本レポートが、皆様ご自身や身近な地域社会あるいは各企業の生活の中に、より多くの活動をうまく取り入れるためのアイデアや行動のきっかけになれば幸いです。

Andy Rubin
WFSGI 理事長



イントロダクション

運動を通じて変革を起こす



世界には、運動の力を活用する素晴らしい機会が存在します。2022年には、全世界で成人の約3分の1 (31%) が推奨される身体活動レベルを満たしていないことが明らかになりました¹。これは合計18億人にのぼり、2030年には30億人近くにまで増加すると予測されています²。この数字は、明確に行動を起こす必要性を浮き彫りにし、私たちに変革を起こすチャンスを示しています。

子供たちに関する数字も、進むべき明確な道筋を示しています。11歳から17歳の青少年の81%が身体活動不足であり、男児よりも女児の方がリスクが高くなっています (85%対78%) ³。

定期的な身体活動は、単に健康をサポートするだけでなく、生活の質を高め、精神的な健康を増進し、深刻な健康状態のリスクを軽減するため、この数字は大変重要なのです。身体活動不足は非感染性疾患 (NCDs) の主な原因であり、全世界における死因の75%を占めています⁴。その反面、活動的な人は非活動的な人に比べて早期死亡のリスクが20～30%低いという結果も出ています⁵。定期的な身体活動は、多様ながんのリスクを最大28%、うつ病と認知症のリスクを28～32%低下させます。世界人口の運動量が増えれば、毎年400万～500万人の死亡を防ぐことができると推定されています⁶。

ウォーキングやサイクリングなどの活動的な交通手段は、個人の健康に役立つだけでなく、地球を守ることに繋がります。2015年に実施された調査では、2030年までに都市部での移動に占める自転車および電動自転車の割合を11%まで引き上げることで、都市交通の二酸化炭素排出量を7%削減でき、2050年までに14%まで引き上げることで、排出量を11%近く削減できることが示唆されています⁷。運動は豊かな未来への鍵を握っているとも言えるのです。

スポーツ用品産業が重要な役割を果たすのは、こうした分野です。私たちは運動を実現し、活発なライフスタイルを鼓舞することで、世界規模で前向きな変化を促進する独自の可能性を秘めているのです。業界にとって良いこと、つまりより活動的な人々が暮らす世界を育むことは、究極的には社会全体にとって最善のことであると言えるでしょう。

本当に意味のあるインパクトを与えるためには、すでに活動的な人たちだけでなく、運動に対して意欲をなくしたり、敬遠していると感じている人たちにも目を向ける必要があります。そのために次のことが必要となります。

運動を身近で魅力的なものにすること

健康づくりの道を歩み始めるとき、多くの人が精神的、感情的な困難に直面します。私たちは、あらゆる健康レベルの人々が、最初の一步を踏み出すために、共感を示したり後押しをしたり、自信が持てるようなインクルーシブな環境を作ることに尽力しています。

運動を始めるまでの障壁を取り除く

身体活動不足の人の多くは、運動への興味がないわけではありません。むしろ、身体的、社会経済的、または文化的な障壁が原因で、運動への参加が制限されていることが多いのです。WFSGI加盟組織は、地域社会のプログラムや製品のイノベーションを通じてこうした課題に積極的に取り組んでおり、誰にとっても運動をより身近なものにする包括的なソリューションを生み出しています。

これまでの成果をお伝えできることを嬉しく思うとともに、私たちと一緒に、誰もが運動できる世界を目指して、皆様と一緒に歩んでいけることを願っています。共に力を合わせれば、個人、地域社会、そして地球のために、永続的な変化を生み出すことができるでしょう。

WFSGIの展望

WFSGIのビジョン：

私たちは、すべての人が身体を動かす機会を持てる世界を実現します。

多くの人々が体を動かすきっかけを作ること、より健康的な地域社会を築き、豊かで高い回復力を備えた世界を実現します。

WFSGIのミッション：

世界的に増加する身体活動不足の状況に対処するため、WFSGIのミッションは、統一적かつ体系的なインパクトを推進し、人々がより活動的になるよう後押しすることです。

WFSGIによる2025年版の身体活動戦略フレームワークは、3つの柱 (右参照) に基づいて構築されています。そのため、私たちは、スポーツと健康セクター全体、他業界との協力、国際的な政府間レベルなど、さまざまなレベルで変化を生み出すことができます。

WFSGIの3本柱：

01

インパクトを生み出すための連携

私たちは、誰もが安全かつ包括的に運動に参加できる手段と経験を確保することに全力を尽くします。そして、業界として協調し、企業参画、身体活動への投資、感動的な体験談を通じて私たちがもたらした影響を記録し、透明性をもって提示することで、この実現を目指しています。このインパクト・レポートがその第一歩です。

この柱は4つの重要な影響分野に分かれており、世界中で運動を奨励するために加盟組織が個々に行っている重要な活動に焦点を当てています。この4つの分野は、私たちの取り組みの大部分を占めており、本レポートの主題となっています。

▶ 運動促進キャンペーン (8ページ)
運動への情熱を喚起することを目的とした、インパクトのあるブランド・キャンペーンやマーケティング・キャンペーン。

▶ 地域社会の活性化 (14ページ)
草の根組織との提携により、運動を最も必要とする地域社会と直接的に関わること。

▶ 健全な職場 (22ページ)
▶ 仕事中に運動を取り入れるための取り組みやプログラム。

▶ インパクトをもたらす革新 (27ページ)
▶ 障壁を取り除き、運動がより身近なものになるようデザインされた革新的な製品。

02

身体活動の促進

私たちは、他業界やシステム・パートナーと提携し、意義のある変化を促進するために、強固な行動喚起を通じて取り組みを拡大しています。WHO、WEF、OECDのようなグローバルなプラットフォームを最大限に活用するとともに、戦略的なメディア・パートナーシップを形成し、他業界や連盟との対話に参加することで、自らの発言力を結集させ、広範な範囲に働きかけ、より健康的な社会のために集団的な行動を喚起します。

03

変化を促す

私たちは身体活動を重要な社会的介入として優先させるよう、政策立案者や国際機関に働きかけます。WHO、ユニセフ、ユネスコ、OECD、IOCなどの機関との対話を通じて、身体活動を公衆衛生の優先事項にするよう積極的に取り組みます。

私たちは、政策立案にもっと積極的に参加し、社会的課題に取り組むために身体活動を活用し、長期的な効果を確保するためのさらなる投資を推進しています。

数字で見る取り組み

私たちは単独で取り組んでいるのではありません。
世界中の身体活動レベルを向上させると
いう
共通のミッションのもと、一丸となって
取り組んでいるのです。

26 社の企業

33万2,000人以上の 従業員

が、共通のミッションに向かって取り組んでいます。

2024年の状
況*

95%

身体活動不足のリスクを抱える1
つまたは複数のグループに対し
て、運動促進を目的としたイベン
トや地域プログラムを1件以上実
施した企業の割合。 **

90%

労働者の健康増進プログラムを実
施し、従業員の身体的活動を奨励
している企業の割合。

86%

身体活動を推進する非営利団体
と1件以上のパートナーシップ
を締結している企業の割合。

86%

身体活動に対する一般的な障壁
に対処するために、特別に設計
された製品を1種類以上開発し
た企業の割合。

71%

身体活動の重要性を訴える
キャンペーンを1件以上実施
した企業の割合。

* 参加企業26社中21社が定量
データを提供しました。割
合は当該回答者のみを反映
したものです。

** 本レポートにおいて、リ
スクのある人々とは、女性
/ 女兒、子どもや若年層 (24
歳まで)、障がいを持つ
人々、周縁化された地域社
会の人々 (社会経済的に不利
な立場にあるグループ、人
種的・民族的マイノリ
ティ、難民)、高齢者 (65歳
以上) を指します。



WFSGIがもたらすインパクト

運動促進 キャンペーン

スポーツ界において新たな表現の時代を迎えています。

女性スポーツの台頭から、多様な能力を称え、バックグラウンドに関係なく、より多くの人々を身体活動へと迎え入れるなど、多様性に富んだ運動表現に対する関心と熱意が急上昇しています。



ところが、このような人気の高まりは、私たちスポーツ用品業界が目指しているような現実世界へのインパクトを生み出すには、まだ程遠いのが現状です。その理由のひとつとして、座位行動の長いライフスタイルを送る多くの人々が、スポーツや身体活動を、健康レベルに関係なく誰もが参加できるカタルシス体験ではなく、熱心なアスリートや体力づくりに熱心な人たちだけのものだと考えていることが挙げられます。

このような精神的、感情的な障壁を踏まえ、WFSGI加盟組織は、人々の運動に対する現実的な葛藤に直接語りかけるキャンペーンを展開しています。こうしたキャンペーンは、本物の人間的洞察に基づいており、ボディ・ポジティブを推進するとともに、あらゆる背景を持つ人々を受け入れる物語を伝え、運動は誰のためのものかという従来の考え方に挑戦しています。

フィジカル・アクティビティ・キャンペーンを実施した加盟企業の80%が、運動不足リスクを抱えた主要対象者をターゲットにしています。このことは、最大の効果が期待でき、また、その効果を上げるべき領域に努力を集中させるという強い意識と明確な取り組みを示しています。

このセクションでは、New Balance、PUMA、ASICS、Decathlonをはじめとする各ブランドがどのようにこのような課題に取り組んできたかをご紹介します。日常生活におけるランニングの再定義から、デスクワークの多い従業員に短時間の運動休憩を奨励するまで、さまざまなキャンペーンが身体活動に対する大衆の捉え方に変化をもたらしています。

こうしたキャンペーンは、運動するためにアスリートである必要はなく、ただ始める勇気が必要であることを示唆しています。

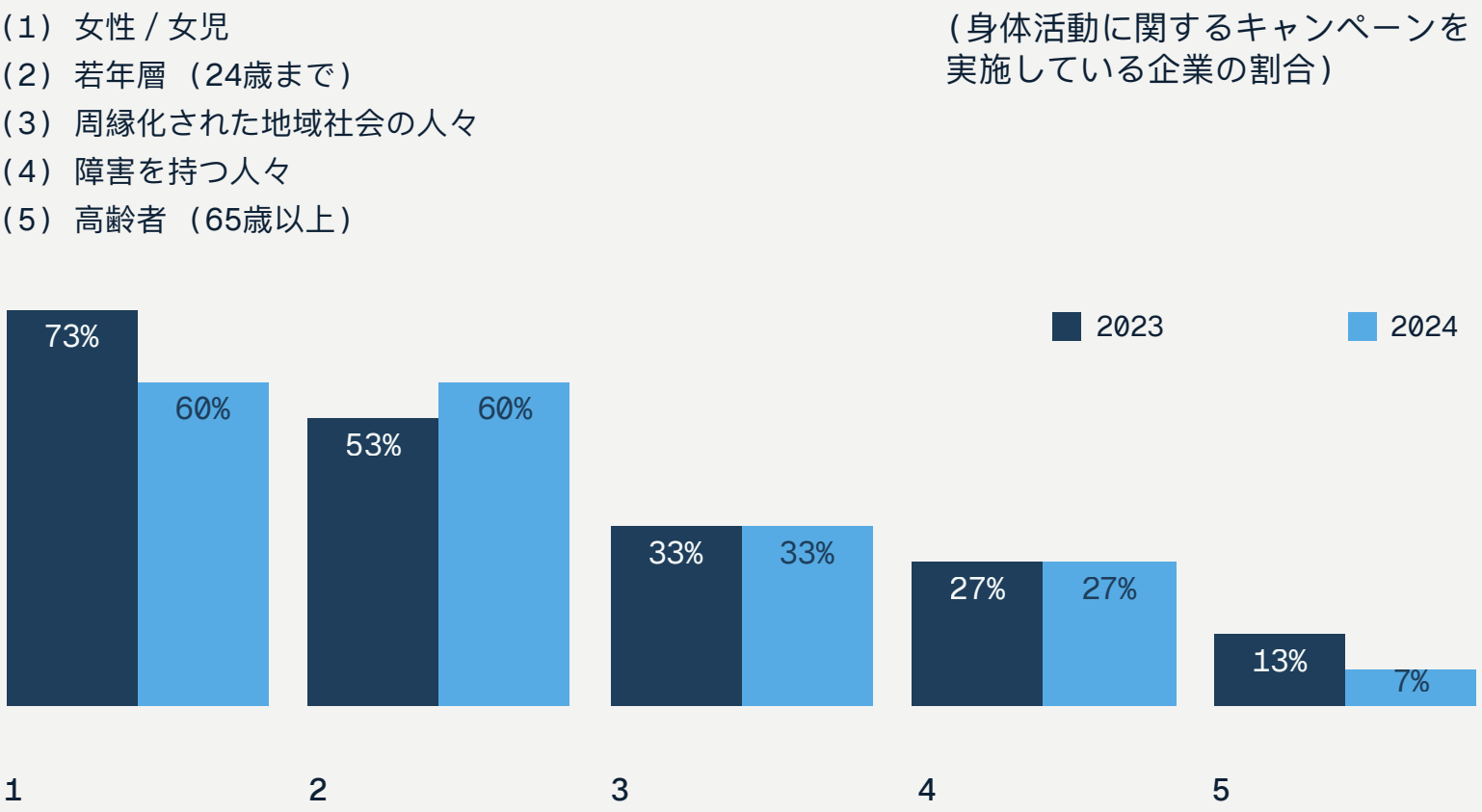
71%

身体活動の重要性を訴える
キャンペーンを1件以上実施
した企業の割合（2023
年、 2024年）

80%

身体活動不足のリスクを抱
える主要な対象者を1人以上
取り込んだ企業の割合
（2023年、 2024年）

キャンペーンの対象者層





プロジェクト実施期間：2024

「このキャンペーンを見て、散歩に出かけたり、Tescoでぶらぶら買い物をしたり、ジムに通ったりすることが、心身にとっていかに大切なことを再認識しました。」

ー キャンペーンに対するLinkedInユーザーの反応

ケーススタディ1

ASICS: Desk Break

洞察

世界中で座位行動をする人が増えており、調査によると、デスクワークの時間が私たちのメンタルヘルスに影響を及ぼしていることが明らかになっています。ASICSが2万6,000人を対象に実施した「2024 Global State of Mind」調査では、座位行動と精神的ウェルビーイングの間に明確な関連性があることが明らかになり、不活動時間が長くなるにつれてスコアが低下していく傾向が見られました。たった4時間デスクワークを続けただけで、労働者のストレスレベルは18%も上昇したのです⁸。

手法

2024年に開始された「Desk Break」は、オフィス勤務の従業員を対象に毎日15分間の運動を奨励するためのグローバル・コミュニケーション・キャンペーンで、ロンドン大学キングス・カレッジのBrendon Stubbs博士との共同研究による強力な科学的エビデンスに裏付けされたものでした。

同キャンペーンでは、俳優のBrian Coxが一怖い上司に扮するバイラル公共サービス広告を展開しました。Coxは1分間のフィルムの中で、メンタルヘルスに対する無言の脅威として、私たちが毎日座っているデスクをアピールしました。この映像の最後に、ASICSは勤務日にデスクで休憩をとり、アプリ「Runkeeper」で1ヶ月間の「Desk Break」チャレンジに参加するよう呼びかけました。

また、このキャンペーンをきっかけに、ASICSは職場の方針ガイドを作成し、15分間の運動休憩を職場の権利として正式に認めるよう、自社の従業員契約を改定しました。

インパクト

- 「Desk Break PSA」は全世界で5,000万回以上再生されました。
- その結果、2024年10月だけで、100万回以上のデスクでの休憩が記録されました。
- 1,400件以上の記事が掲載され、キャンペーンは世界的なメディア報道を呼び起こしました。

プロジェクト実施期間：2021～2024年

「今回の挑戦に大きな誇りを感じていたので、パートナーシップを活性化させるために多大な情熱とエネルギーを注ぎました。スポーツは人生を変えるものであり、人々を団結させるものであるという価値観を発揮し、この強い信条を貫き通しました。」

- Virginie Sainte-Rose (Decathlon x Paris 2024 パートナーシップ責任者)



ケーススタディ2

Decathlon: Paris 2024

洞察

国際オリンピック委員会 (IOC) の独自調査⁹によると、世界人口の半分以上、つまり50億人がパリ2024夏季オリンピックを観戦して、新記録を樹立したとのことです。

スポーツや身体活動に対する情熱を喚起する上で、このような影響力には責任が伴います。フランスは深刻な身体活動不足の状況に陥っているため、今回の歴史的なスポーツイベントを利用して、フランス全土で運動を奨励するのは当然のことなのです。

手法

2024年オリンピック・パラリンピックの公式パートナーとして、Decathlonはフランスの若者をスポーツの世界に引き込む多面的なコミュニケーション・キャンペーンを展開し、若者が自分の言葉でブランドとつながる機会を提供しました。その中心となったのが、パリ北部にある、スポーツと芸術表現の両方を楽しむことができる活気あふれる拠点、「Decathlon Playground」でした。このプレイグラウンドでは、大会期間中無料でスポーツの体験が楽しめるほか、ライブコンサートやDecathlonチームのアスリートが登場する場としても利用されました。

さらに、Decathlonは特別なカプセルコレクション「Paris 2024 x Decathlon」を発表し、あらゆる年齢層の人々、特にフランスの若者たちに、オリンピックの価値を体現しながらスポーツへの第一歩を踏み出す機会を設けたのです。

インパクト

- 大会期間中、20万人以上の来場者が「Decathlon Playground」を体験しました。
- 100万個以上のエコデザイン商品がボランティアに配布されました。
- キャンペーンは、SNS上で10億回以上のインプレッションを達成し、その50%以上が若者からのインプレッションでした。
- Paris 2024のライセンス商品の売上は40%増加し、旗艦店の売上は28%増加しました。



プロジェクト実施期間：2023

「単なる広告ではない広告もある」

ー キャンペーンに対するInstagramユーザーの反応



ケーススタディ3

PUMA: Let There Be Sport

洞察

スポーツは学校での身体的トレーニングの時間に限られ、履歴書には趣味として記載されているなど、インドでは長い間、課外活動として捉えられてきました。その結果、インドは世界の大半の国と同様、ほとんどの成人と子どもが必要な運動量を満たしておらず、身体活動の促進という課題に直面しています。

手法

PUMAは、今こそ変革の時だと考えました。「#LetThereBeSport」という力強いメッセージを掲げ、2023年に全国的なキャンペーンを展開し、スポーツを「プラスアルファ」のものから、私たちの生活に欠かせないものへと転換させました。

デジタル・イニシアティブやインフルエンサーとのパートナーシップから、インド全土の店舗でのアクティベーションに至るまで、PUMAはあらゆるタッチポイントで対話を生み出しました。フィットネス・アプリ (NOISE) やライドシェア・プラットフォーム (Rapido) との戦略的パートナーシップは、人々に活動的な行動を取るよう働きかけ、フィットネス・チャレンジへの参加を促し、ジムやスポーツ施設に気軽に足を運べるようにしました。

キャンペーンの一環として、スポーツにまつわる感動的な体験談がSNSに溢れ、親しい友人からスポーツやフィットネスを取り入れるきっかけをもらったという声が寄せられました。

インパクト

- このキャンペーンは約5億人に認知されました。
- NOISEを通じたデジタルフィットネスのチャレンジに20万人以上が参加しました。
- Rapidoにより、2万8,000回を超えるジムやスポーツ施設の利用が促進されました。
- キャンペーンは、大規模でオーガニックなメディア報道を生み出し、300件を上回る記事が掲載されました。





new balance

プロジェクト実施期間：2022年～現在

「私は生まれつき小児急性骨髄性白血病を患っていて、そのせいで、右足を切断しなければなりませんでした。ランニングは私にとって、自分自身を成長させ、自分に挑戦するための手段です。私の前向きな体験談を通して、他の人たちに勇気を与えられたらと思っています。」

ー Shen ‘Nina’ Liqian (ランナー)

ケーススタディ4

New Balance: Run Your Way

洞察

ランニングを多様化しようとする地域団体やブランドの最善の努力にもかかわらず、「普通」とされるものを定義するランナーの一部が圧倒的に多いように見受けられます。そのため、ランニング文化に関する固定観念が生まれ、多くの人々、特に運動不足の人々にとっては達成不可能なものに見えてしまうのです。

手法

エリート主義的なランニング文化は、人々がランニングを始める上で大きな妨げとなっていました。New Balanceには別の考えがありました。2022年に開始されたNew Balanceの「Run Your Way」キャンペーンでは、「走り出せばあなたもランナー」という、あらゆるランナーの団結を目指す包括的なメッセージを発信しました。さまざまな立場のランナーを紹介することを決定したNew Balanceは、グローバルネットワークを活用し、各市場に合わせたコンテンツを作成しました。特にグローバルに展開するキャンペーンにおいて、こうした取り組みは並大抵のことではありませんでした。

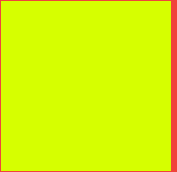
結果として、魅力的なキャンペーンフィルムはYouTubeで現在までに2,400万回以上再生され、さまざまな体型や体格の人々がランニングの固定観念にとらわれることなく挑戦するきっかけとなりました。「Run Your Way」の一環として、New Balanceはニューヨークマラソンやロンドンマラソン、さらには地域でのランニングなど、世界各地のイベントやアクティベーションにも参加しました。

インパクト

- 2023年から2024年にかけて、このキャンペーンは全世界で71億回のインプレッションを獲得しました。
- 「Run Your Way」とブランドの関連性は昨年1年間で33%増加し、その幅広いリーチ力と影響力を浮き彫りにしました。
- New BalanceのInstagramにおける@newbalancerunningのフォロワー増加率が同期間に34%増加しました。

運動促進キャンペーン → その他の事例

	ブランド	取り組みの名称	説明
	 adidas	The Ridiculous Run	「The Ridiculous Run」は、ランニング中に女性が抱える安全性への懸念を浮き彫りにしました。キャンペーンは、女性が安心感を得るために取ることが多い手段を意図的に誇張したキャンペーンフィルムを中心に展開されました。この取り組みでは、コーチのトレーニング、アライシップに関する男性の意識啓発活動を行うホワイトリボンとのパートナーシップ、ランナーの安全性を向上させるためのライブ位置情報共有などのadidasランニングアプリの機能強化などを行いました。
	 On	Dream Together Paris 2024	「Dream Together Paris 2024」キャンペーンの一環として、Onはオリンピックというプラットフォームを活用し、さまざまなイベントやパネルディスカッション、店舗でのストーリーテリングを通じて、運動への意欲を喚起し、適応力のあるアスリートを称え、人々が見過しがちな物語を広め、地域社会に力添えをしました。



躍進の原動力



新しいことを始めるには、常にインスピレーションが不可欠であり、WFSGI加盟組織によるキャンペーンがまさにそのインスピレーションを実現したのです。

ダイナミックなマルチチャネルのストーリーテリング、ワクワクするようなパートナーシップ、オンラインでの挑戦、そして記憶に残るIRL（現実世界）でのアクティベーションによって、私たちは世界中の人々に活力を吹き込み、最初の一步を踏み出すきっかけを作りました。

また、あらゆる体型、体格、能力を持つ人々にスポットライトを当て、親しみやすいロールモデルを作り、運動とはどのようなものかという時代にそぐわない固定観念に風穴を開けました。



今後の展開

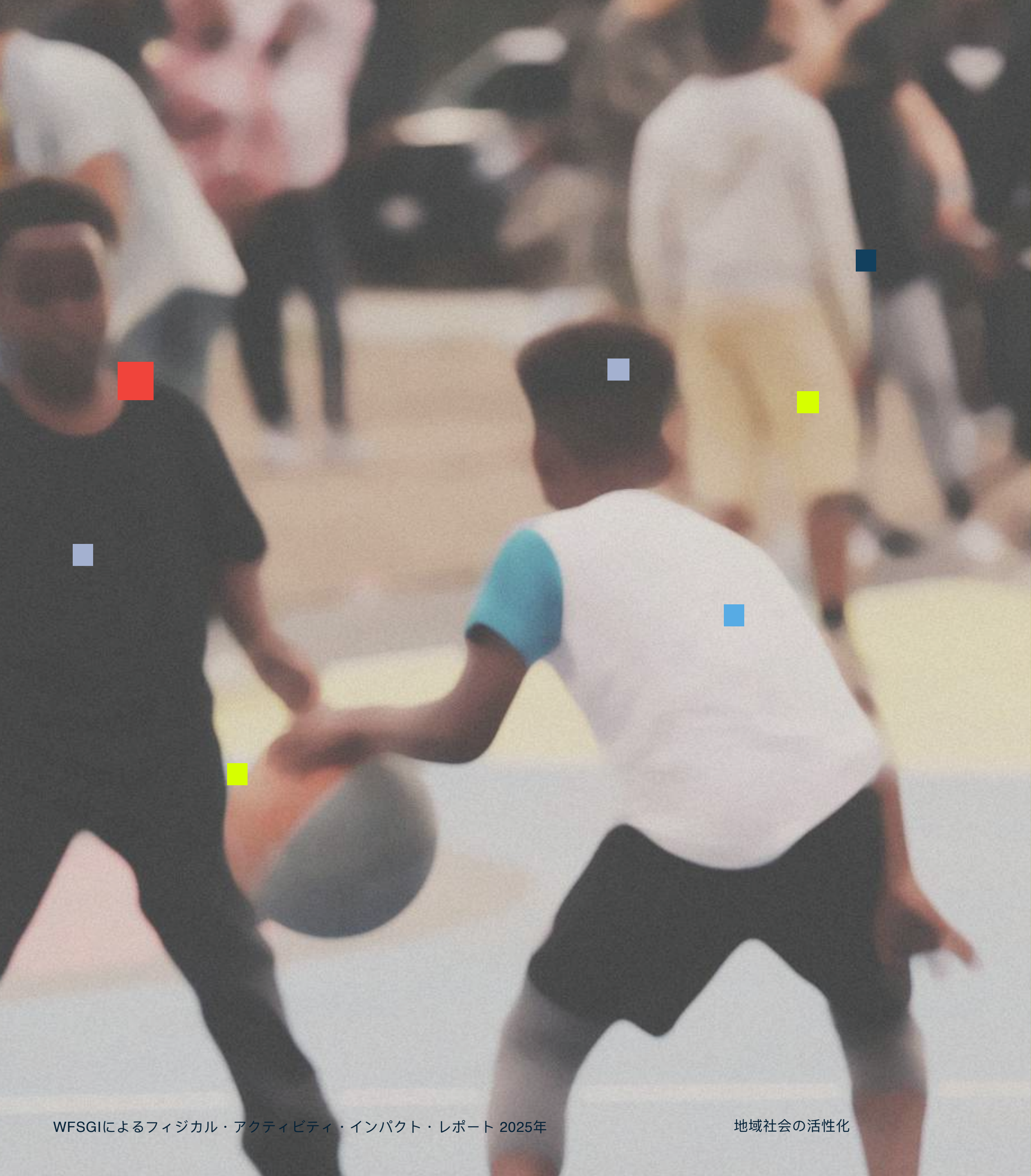
キャンペーンは、スポーツや運動についての考え方や取り組み方に変化をもたらす力強い手段なのです。

私たちはすでに、女性や女兒、人種的・民族的マイノリティの背景を持つ人々に対する固定観念の変化を目の当たりにしています。この勢いをさらに発展させて、推し進めていきましょう。

今後は、多様なコミュニティ、あらゆる年齢や能力を持つ人々に運動を促すストーリーに焦点を広げていきたいと思います。

多様な道のりや経験に注目することで、ストーリーを再構築し、より一層多くの人々に運動を想像しやすく、身近なものにするための重要な一步を踏み出すことができます。





WFSGIがもたらすインパクト

地域社会の 活性化

体を動かすことの素晴らしさは、単に動きそのものにあるわけではありません。多くの人にとって、仲間とともに身体を動かすことが大切なのです。

ところが、物理的なスペースが十分に確保できなければ、集団で身体を動かすことはできません。そのため、人間性の根幹をなすもの、つまり「人と人とのつながり」を失ってしまう危険性を抱えているのです。

共有スペースの必要性は、新型コロナウイルス感染症流行以降のデジタルでつながる世界ではさらに顕著になっています。地元の公園やカフェを埋め尽くすランニングクラブや、チェスからハイキングにいたるまで幅広いジャンルでニッチなコミュニティを形成する人々などを見ていると、その必要性に誰もが気づいているのではないのでしょうか。人とのつながりは、多くの人にとって優先順位の高いものとなりつつあり、互いの関わり方に新鮮な変化を巻き起こしています。

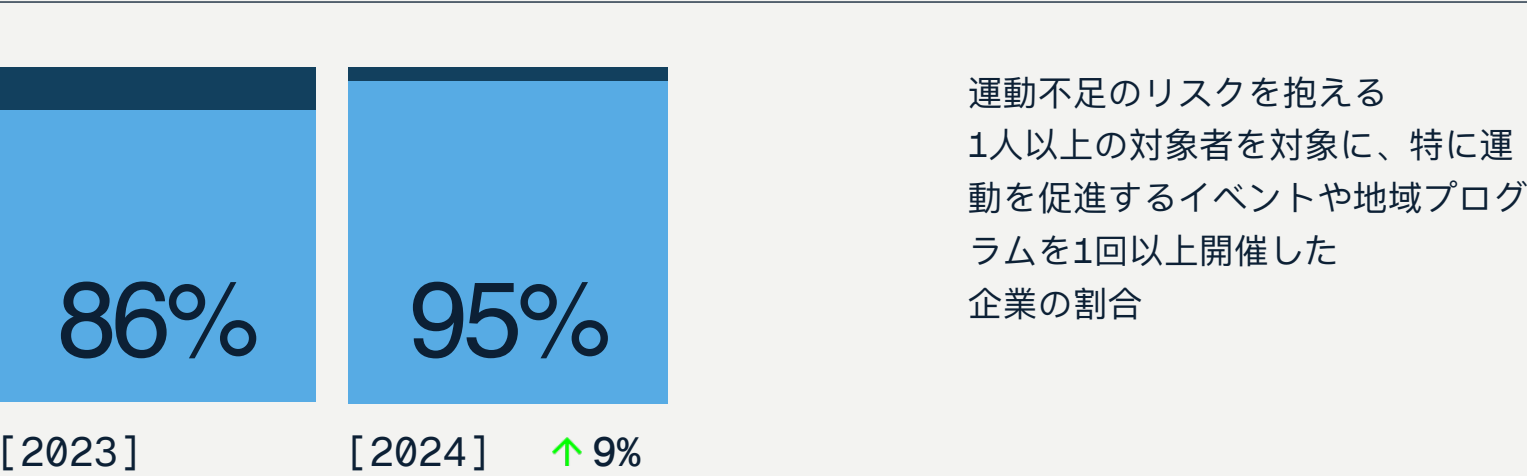
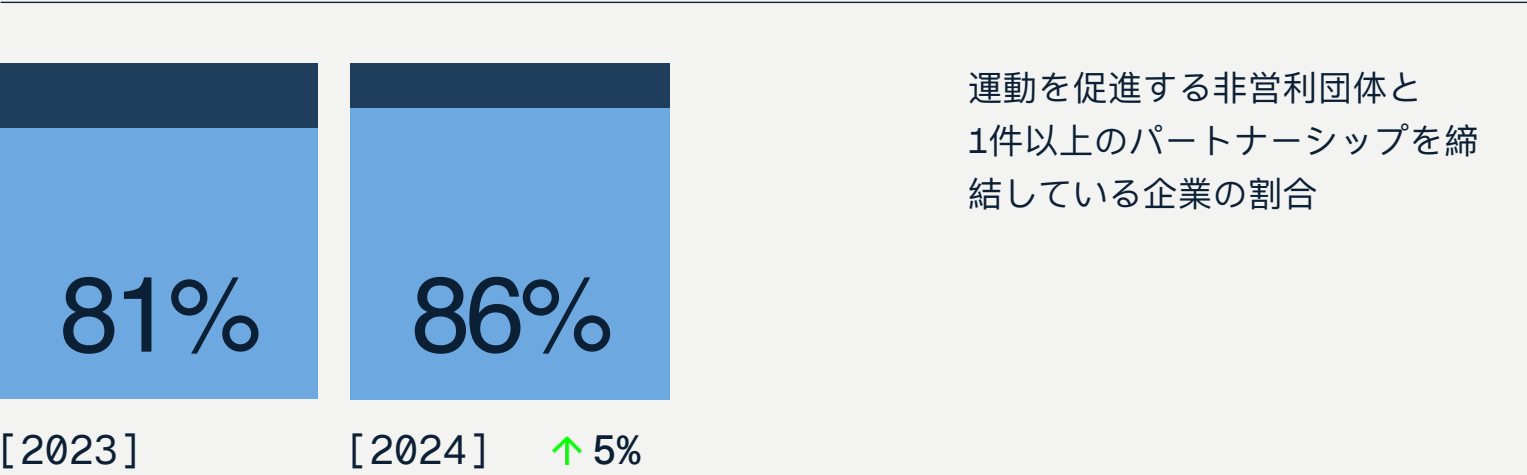
一方で、このようなスペースを利用する機会は依然として公平ではなく、また脅威にもさらされています。制度的不平等は社会から疎外されたコミュニティに不均衡な影響を与えます。調査によると、低所得層の子どもたちは、課外活動に参加できない可能性が3倍高いことが示されています¹⁰。こうした問題は、金銭的なものだけでなく、意識的なものでもあります。たとえ機会があったとしても、恵まれない環境にある子どもたちは、環境に馴染めないのではないかという不安から、活動への参加に苦勞することが多いのです。

また同時に、気候変動が公共スペースにさらなる負担をかけ、公園、遊び場、散策路など、共に身体を動かすために私たちが頼りにしている環境の質、安全性、利用可能性に影響を与えています¹¹。

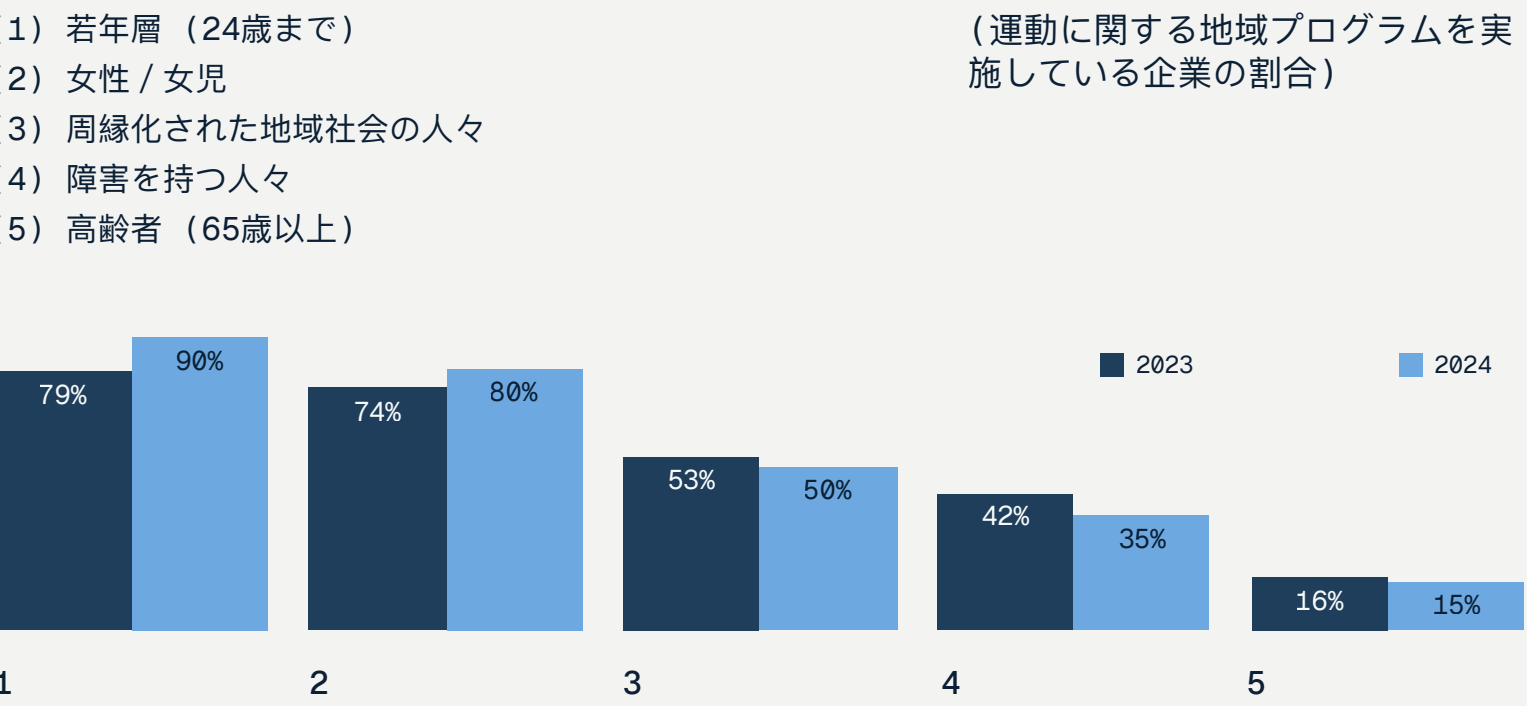
このような課題に触発され、WFSGI加盟組織はリソースの格差に対処するために大きな前進を遂げました。スポーツプログラムへのアクセスを創出することで、参加への障壁を直接的に解消するとともに、十分なサービスを受けていないコミュニティの人々、特に女性や青少年が運動できるようにしています。また、多くの地域プログラムは、ウォーキングやサイクリングといった活動的なモビリティの促進も必然的に兼ねています。

地域プログラムが、WFSGI加盟組織の中で最も注目される取り組みとなっている理由は明らかです。スポーツの物語に根ざした業界として、長期的なプログラムにより、人々の日常生活への具体的な影響を明確に示すこと、そして何百万人もの人々を鼓舞する力を持つ物語を生み出すことができるからです。

しかし、私たちはすべての答えを持ち合わせているわけではありません。永続的な遺産を残すためには、すでに変革を先導している専門家との連携が必要不可欠となります。WFSGI加盟組織の多くは、草の根組織との提携に投資し、世界中のコミュニティに永続的な影響を与えるプログラムを立ち上げています。



地域プログラムの対象者





プロジェクト実施期間：2020年～現在

「明るい未来への希望を抱いていた少女時代から、「Breaking Barriers」の一員となったことで、喜び、誇り、そして新たな希望が湧いてきました。私たちこそが変化ですから。」

— Dunja（チャンピオン）



ケーススタディ1

adidas：Breaking Barriers

洞察

スポーツに携わる女性たちの目覚ましい活躍があるにもかかわらず、運動への参加は依然として課題となっています。ヨーロッパ全体で、スポーツをしたことがない若年層の女性の割合は、若年層の男性 (15%) の2倍以上 (33%) です¹²。このような男女間の不平等は、競技の場だけにとどまりません。コーチや指導者の役割においても、女性の割合は低く、EU各国におけるスポーツ連盟の上位役職に占める女性の割合はわずか22%です¹³。

手法

adidasは、ヨハン・クライフ財団 (オランダ) やCAIS (ポルトガル) を含む、ヨーロッパ全土のスポーツに特化した15の非営利団体と提携し、5年間にわたり年間250万ユーロ以上を投資することで、持続的な変化を推進してきました。こうした団体は、ジェンダーエクイティを活動に組み込むために、個別のトレーニング、指導、能力開発を受けます。この取り組みの中核となるのが、チャンピオンと呼ばれる各地域のアンバサダーです。100人以上の女性がリーダーシップ・トレーニングを受けており、5万人以上の少女たちにスポーツに親しむきっかけを作っています。

さらに、adidasは、よりインクルーシブなスポーツ環境の創造を目指す人たちに向け、幅広い活動、アスリートやコーチの洞察、ツールキットを提供する無料のオンライン・トレーニング・プログラム「Breaking Barriers Academy」を創設しました。

インパクト

- このキャンペーンは、2023年だけで6万7,490人の女性、女兒、ノンバイナリティの参加者を獲得しました。これは、11人制サッカーの全チーム数6,135チームに相当します。
- 100人以上のadidas従業員が積極的にチャンピオンを指導し、企業と地域社会の両方にジェンダーエクイティを定着させました。





プロジェクト実施期間：2023年～現在

「みんなでトレーニングに参加して、お互いに助け合おうという気持ちになりました。」

— AmelとHadjila (参加者)

ケーススタディ2

Nike：Team Go Girls

洞察

世界中で、女兒は依然として、活発に活動すること、そして活発に活動し続けることの難しさに直面しています。例えばフランスでは、推奨される1日の運動量 (60分の中強度の活動) を満たしている子ども (10歳以下) は15%未満、青少年 (11～14歳) は11.5%未満にとどまっています¹⁴。

手法

フランスにおいて少女たちの間で高まっている運動不足の危機に対するNikeの対応は、少女たちが自ら運動に対して行動を起こす力を身につける方法を見出すことに重点を置いています。パリにおいてスポーツに接する機会の少ない女兒が最も密集しているパントアンと19区を対象として、このミッションを推進するために、Nikeは草の根プログラム「Team Go Girls」を立ち上げました。

2023年にフランス国立スポーツ庁 (ANS) と共同で開始された「Team Go Girls」は、パリのこうした地域に住む1,250人以上の少女たちと協力しながら、「Team Go Girls」アプリでのデジタルアクティビティに基づくチャレンジ、地域の協会との週1回のスポーツセッション、そしてPlay Internationalが作成した遊びをベースにした体育教育ツールキットという3つの重要な戦略を通じて、定期的な運動を奨励しました。

インパクト

- 対象地域の7歳から14歳の女兒の10%以上 (そのうちの70%が以前は運動不足) が「Team Go Girls」に参加しました。
- 新たに4つの自治体がこの運動に参加し、フランス全土でさらに40の都市がこのプログラムの採用に関心を示しています。

On

プロジェクト実施期間：2024年～現在

「ランニングが大好きになったのは、この難民キャンプがきっかけでした。ここは、バックグラウンドに関係なく、誰もが集まり、友情を築くことができる場所です。」
— Mohamed (ムベラのクラブハウスメンバー)



ケーススタディ3

On x KLABU: A Partnership in Motion

洞察

世界中で1億2,000万人を超える避難民にとっては、体を動かすことは特権と見なされがちです¹⁵。紛争や人権侵害から逃れてきた亡命希望者の61%が深刻な精神的苦痛を経験しています¹⁶。難民は運動に対する多くの障壁に直面しているため、強制的な移住による負担は身体にも影響するのです。

手法

Onは、社会的インパクト・プログラムである「Right To Run」を通じて、共通のビジョンを掲げ、運動により人としての魂を燃え立たせるために、難民支援にスポーツを活用する財団KLABUと提携しました。

OnとKLABUは共同で、難民キャンプに持続可能なスポーツクラブハウスを建設しています。緊急性、現地でのスポーツの好み、地理的な配置、現地コミュニティとUNHCRの両方が求めるサポートレベルに基づいて、それぞれの場所を選定しています。

各クラブハウスのプログラム、スタッフ配置、紋章やジャージなどのビジュアル・アイデンティティについては、現地の難民コミュニティと協力して作成しています。

このパートナーシップによる最初のクラブハウスは、10万人近いマリ難民が暮らすモーリタニアのムベラ難民キャンプに2024年に建設されました。

インパクト

- ▶ クラブハウスでの活動に直接参加した難民は1万人を超え、そのうち1,000人以上にスポーツ用具を提供しました。
- ▶ クラブハウスは10人の難民スタッフに持続可能な雇用を創出しました。
- ▶ Onは、60万ユーロの資金投資と製品の追加寄付により、2026年までにクラブハウスを2カ所増設し、この活動を拡大することを約束しました。



SHIMANO

プロジェクト実施期間：2020年～現在

ケーススタディ4

Shimano: Türkiye Cycling Initiatives

洞察

安全なサイクリングとは、単にヘルメットをかぶるだけではありません。信頼できる人々からのサポートがなければ、サイクリングが与えてくれる自由を知らない世代を生み出すおそれがあります。この危機は、歴史的にサイクリングへの参加率が低く、特に女性や子どもの参加が少ないトルコでは特に顕著でした。

手法

誰もがサイクリングする機会を得られるようにするため、Shimanoは地元の組織と提携し、トルコ全土で女性や子供たちのサイクリングを促進しています。

地元のサイクリング組織を支援する同社のアプローチは、サイクリングのスキルを向上させるトレーニングプログラムの提供、Shimanoのコンポーネントを搭載した自転車の提供、サイクリングに必要なギアやメンテナンス用具の提供という3つから成り立っています。このようなパートナーシップに加え、ShimanoはSNSでのキャンペーンやイベントの開催を行うなどして、トルコでサイクリングを楽しむ人を取り巻く状況を変えることを目指しています。

インパクト

- ▶ 3年間で3,200人がPedalanka Bicycle Schoolでトレーニングを受けました。
- ▶ Zeytinburnu Bike Clubは 42校、5,200人の生徒を指導し、30人の生徒が日常的な交通手段として自転車を採用しました。
- ▶ İstek Vakfı School Clubは4つのキャンパスでサイクリングを紹介し、1,400人の生徒が参加しました。
- ▶ Shimanoが後援した、子どもたちの自転車の安全をテーマとした全国的なアートコンペティションは、SNSで290万インプレッションを獲得しました。



ケーススタディ5

Speedo: Swim United

洞察

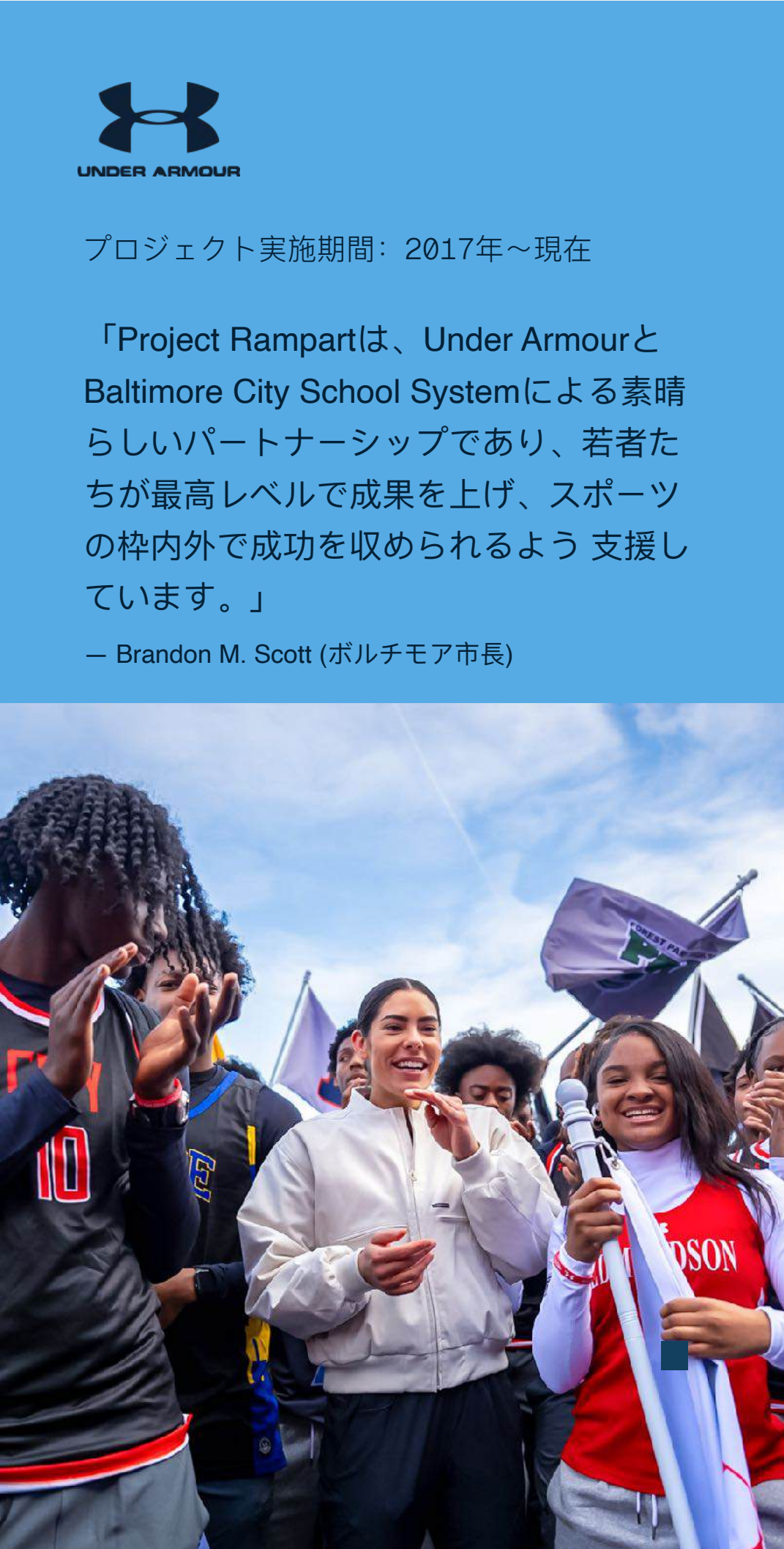
水泳は唯一無二のスポーツであり、生死を分けることもある総合的なフィットネス・アクティビティです。命を救うほどの可能性を秘めているにもかかわらず、多くの子どもたちは基本的な水泳教育を受ける機会に恵まれていません。社会経済的背景の劣っている子どもたちのうち、11歳までに水泳を習熟できるのはわずか42%であるのに対し、裕福な子どもたちでは86%となっています¹⁷。

手法

Pentland Groupの子会社であるSpeedoは、すべての子どもたちが平等に水泳を楽しめるようにすることに尽力しています。この目標を達成するため、同社は「Swim United」というプログラムを立ち上げました。プログラムは、ポップアップ・プールを通じて、十分なサービスを受けていないコミュニティに水泳レッスンを提供することを目的としています。また、政治家やオリンピック選手とも提携しています。Swim Englandとの協力のもと、Speedoは水泳教育を最も必要としているコミュニティを特定し、地元の学校にプールを設置し、専門家の人材を直接派遣しました。

インパクト

- ▶ 2023年のわずか3週間で、ロンドンの学校全体で3,000人の児童が「Swim United」に参加しました。
- ▶ この取り組みに参加する前、25mを泳ぐことができたのは参加者の5人に1人以下 (17.7%) でした。終了時には、その数はほぼ5人に3人 (57.5%) に増加しました。
- ▶ この取り組みは、メディアで3億9300万回ものインプレッションを生み出し、1,900万人の保護者にリーチしました。そのうちの半数以上は、多様な民族的背景を持つ人々でした。
- ▶ このプログラムでは、5人のオリンピック選手や英国のスポーツ担当大臣、学校担当大臣による訪問が取り上げられました。



ケーススタディ6

Under Armour: Project Rampart

洞察

スポーツが人生を変えることは誰もが知っています。スポーツが人生を変えることは誰もが知っています。ところが、これまでボルチモアの若者たちは、公共交通機関やレクリエーション・スペース、放課後活動への制度的な投資不足が原因で、スポーツの機会に平等にアクセスすることができませんでした。その結果、ある世代では運動能力の潜在的可能性が未開発のままになっており、ボルチモアの中学生の運動率は2016年から2021年の間に43%から30%に低下しています¹⁸。

手法

スポーツの力に対する揺るぎない信念に基づき、Under Armourはボルチモア市の公立高校および公立チャーター高校と密接に提携し、「Project Rampart」を立ち上げました。学生アスリートの経験を高め、学業成績を向上させることを目的としたこの取り組みでは、学生アスリートとコーチのために、アップグレードされた施設、高品質のパフォーマンスウェア、必要不可欠なリーダーシップトレーニングを提供しています。

2022年、Under Armourはミドルスクールスポーツの状況分析に資金を提供し、2023年にはボルチモア市立公立学校を支援し、地区とコミュニティのパートナーによる21種目のスポーツを含む、地区主導のアフタースクールスポーツモデルを拡大しました。

Under Armourが行ってきたあらゆる影響力のある活動と同様に、コミュニティの意見を取り入れ、最も支援を必要としている人々の声に耳を傾けています。ボルチモアでのこうした設計計画の成功を受けて、Under ArmourはCurry Brandとともにオークランドでも同様の投資を継続し、ワシントンDCにも進出することを約束しました。こうしたコミュニティと共に、Under Armourはこれからもすべての子供たちがスポーツをする機会を得て、その可能性を最大限に発揮できるよう支援していきます。

インパクト

- ▶ スポーツ選手の学業成績は大幅に向上し、卒業率はスポーツをしない生徒の76%に対して92.6%にまで伸びました。
- ▶ 出席率が向上し (86.3%対75.1%)、スポーツ選手のGPAは約1ポイント上昇 (2.94対2.09) しました。
- ▶ ミドルスクールでのスポーツモデルは、生徒の参加率を104%増加させました。
- ▶ 2024-2025年度を前に、Under Armourは新学期イベントを開催し、725人の無料健康診断、300人以上のスポーツブラの配布、2,000食の無料給食を提供しました。

地域社会の活性化 → その他の事例

青少年支援

経済的障壁の軽減

ブランド	取り組みの名称		説明
	Brooks	Future Run	「Future Run」により、Brooksは学校チームへの助成金、地域社会とのパートナーシップ、スポーツ用具、コーチの指導を通じて青少年のランニングに投資しています。5年間で1,000万ドルの資金を投入することで、この取り組みはランニングへのアクセスを拡大し、100万人の若年層のランナーに到達することを目指しています。
	Cycleurope	School Classics	「School Classics」は、ランニング、サイクリング、水泳、スキー / スケートを学校の授業に取り入れた、スウェーデンの産業界、協会、学術機関による共同プログラムです。2015年以来、25万人以上の子どもたちがこのプログラムに参加し、あらゆる背景を持つ生徒たちの関心を集め続けています。
	Specialized	Outride	Specializedの創設者であるMike Sinyardによって設立された「Outride」は、十分なサービスを受けていないコミュニティに研究、学校プログラム、助成金、リソースを提供する非営利団体です。「Outrid」は、約400の学校および250を超える地域団体と提携し、毎年5万人以上の若者を支援しています。
	Columbia	Collegiate Outdoor Programme	Columbiaは、米国の16大学のレクリエーション・プログラムにアウトドア用品を提供することで、費用、保管場所、アクセスなどの障壁を軽減し、学生がアウトドア活動に参加し、冒険に出ることを奨励しています。
	SFIA	PHIT法	PHIT法 (Personal Health Investment Today法) は、健康維持にかかる費用に税引き前の資金を使用できるようにすることで、活動的な生活をより手頃なものにし、費用を25～45%削減することを目的としています。議会と協力することで、この取り組みは、活発に活動するための経済的な障壁を取り除くよう努めています。

ブランド	取り組みの名称		説明
	Elite International	Village Super League (VSL) Revitalisation Project	VSLは草の根サッカーを通して中国の農村部のコミュニティを育成しています。用具の供給、チームへの資金提供、地元ショップの開設などを通じ、Eliteは何百万人もの観衆を魅了するサッカーの祭典を支援し、地域コミュニティの結束や文化的な誇りを築き、観光や産業への参加を通じて地域経済を活性化させています。
	Orbea	Orbea Foundation	Orbeaは、200年の歴史を持つ従業員所有の地域製造自転車企業として、地域社会とのつながりをDNAとして受け継いでいます。そのため、10校のサイクリングスクールや 22カ所のトレイル整備プロジェクトなど、利益の10%をインパクト・プロジェクトに寄付し、地域社会におけるサイクリングへの熱意とアクセシビリティを育んでいます。
	PeopleForBikes	Final Mile	アドボカシーとパブリック・コミュニケーションを組み合わせることで、「Final Mile」は米国の厳選された5都市におけるサイクリング・インフラ構築を加速させるために活動しています。これまでに300 マイルを超える整備が完了し、2025年にはさらに400マイルを整備する予定で、「Final Mile」はさらに健康的で移動性の高い地域社会への道を開きます。
	Shimano	Trail Born	Shimanoの「Trail Born Fund」は、世界中のマウンテンバイク・トレイルを開発し、維持することを目指し、10年間で1,000万ドルを拠出する取り組みです。擁護団体や自治体と協力しながら、「Trail Born」は世界中の何百万人ものバイカーが安全なトレイルを利用できるように直接的に改善を行っています。
	Arena	Inklusiv Gewinnt	Arenaの支援を受け、ドイツのライプツィヒで開催された「Inklusiv Gewinnt」 フェスティバルでは、オリンピックとパラリンピックの選手が一堂に会して親善試合を行い、スポーツにおける障害者インクルージョンを推進しました。
	Yonex	Legends’ Vision	バドミントン選手のレジェンドたちが立ち上げ、Yonexが運営サポートしている「Legends' Vision」は、バドミントンにインスピレーションを与え、競技の発展に寄与するものです。2015年以来、イベントやコーチング、世界各地の連盟とのパートナーシップを通じて、人々がバドミンントンの楽しさを見出す手助けをし、若手の育成を支援するとともに、地域社会とのつながりを育んできました。

躍進の原動力

地域プログラムは、運動へのアクセスを提供する最も力強く具体的な手段の一つであり、特に傍観者になりがちな人々に対して有効です。安全で包括的なスペースを創出し、前向きな経験を育むことで、持続的な励みとサポートを構築します。私たちは、特に自分自身を「スポーツ好き」とは思っていなかった人たちの間で、実際の変化を目の当たりにしてきました。

成功の鍵はコラボレーションであることを認識している加盟組織が投じた投資やエンゲージメントレベルの高さを、私たちは誇りに思っています。非営利団体によって、すでに多くの素晴らしい活動が行われており、必要なのは小さな後押しだけなのです。

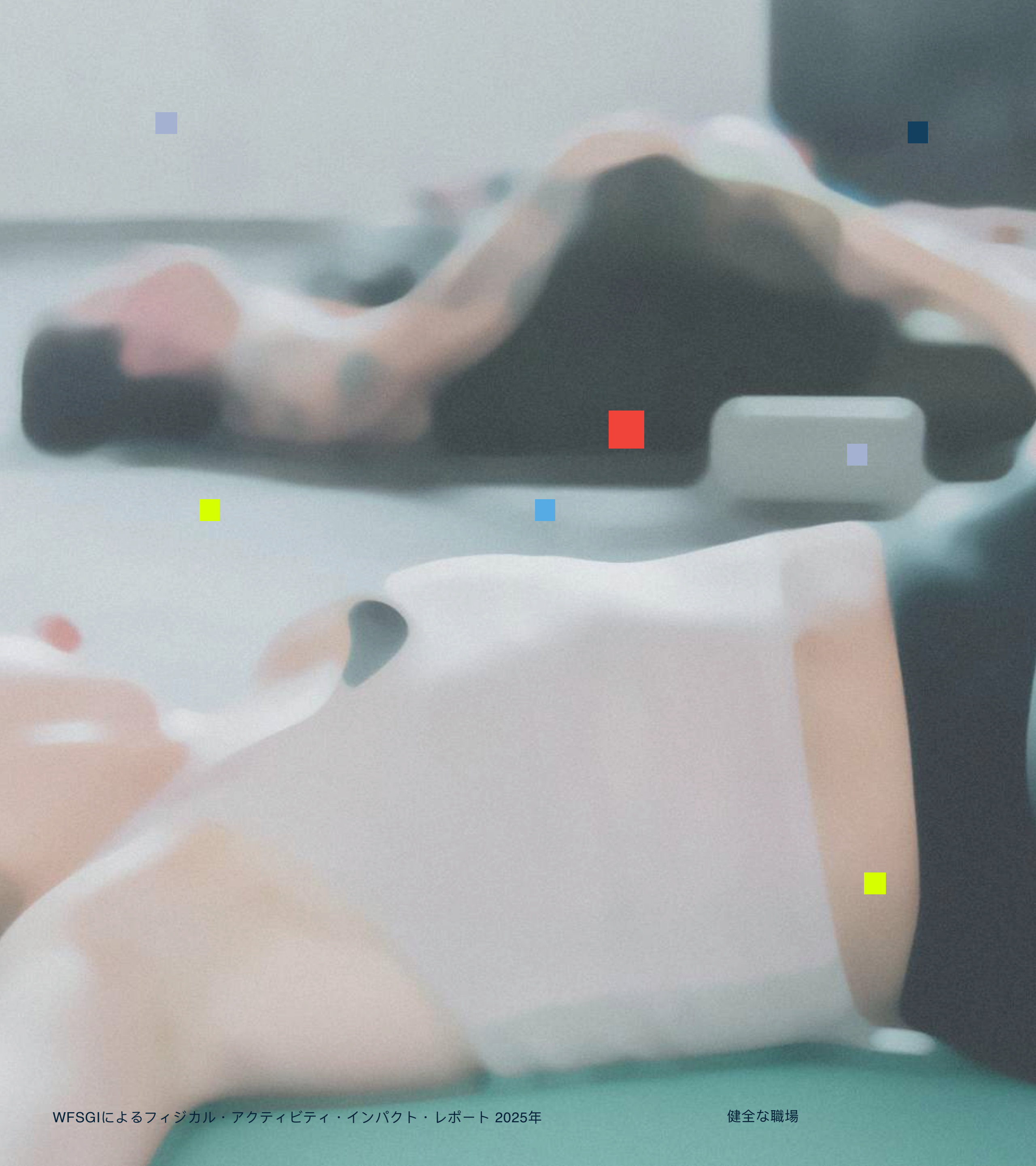
また、政策立案者との協力も実現し、加盟組織が身体活動の未来を提唱できるようになりました。

今後の展開

地域プログラムは本当に価値のあるものです。有意義な影響を生み出すとともに、参加者からも絶大な評価を得ています。

この勢いをさらに加速させるためには、参加への障壁を取り除くことができるスポーツ団体や専門家とのパートナーシップへの投資を継続する必要があります。そのためには、地元のコミュニティ組織と関わりを持ち、耳を傾け、最善の支援方法を探るなど、まずは身近なところから始めましょう。

特に、嗜好や行動が形成される幼少期の子どもたちや、運動から早い段階で離れてしまいがちな女兒を優先することが、この道の鍵となります。一般的に、私たちは不利な立場に置かれているグループを取り組みの中心に据え続けなければなりません。なぜなら、運動が本当にすべての人のためのものであるならば、誰一人取り残されることがあってはならないからです。



WFSGIがもたらすインパクト

健全な職場

時計を確認すると、午後5時。あなたは、お昼休みから一步も動いていないことに気づきます。最後にデスクを離れてから数時間が経過しており、そのほとんどの時間は、前かがみになって画面を見つめています。

このような現実、世界中の数え切れないほどのオフィス勤務の従業員が経験していることです。一日の大半を仕事に費やす現代人は、日常的に体を動かさないことが当たり前になっています。そして、動かなければ動かないほど、体を動かそうという気力も失われていき、終わりのないサイクルができてしまうのです。

現代の職場こそ、身体活動を妨げる最大の要因のひとつとなっています。毎日デスクに座っているだけで、害はないように思えるかもしれませんが、このように長時間にわたって座位行動を行う日常が根付いてしまっているため、体を動かすことが当たり前ではなく、むしろ例外のように感じてしまうのです。

オフィス勤務の従業員は一日の大半を座って過ごすため、体に負担がかかっており、座位行動は、あらゆるがんによる死亡リスクを10～18%高めると言われています¹⁹。

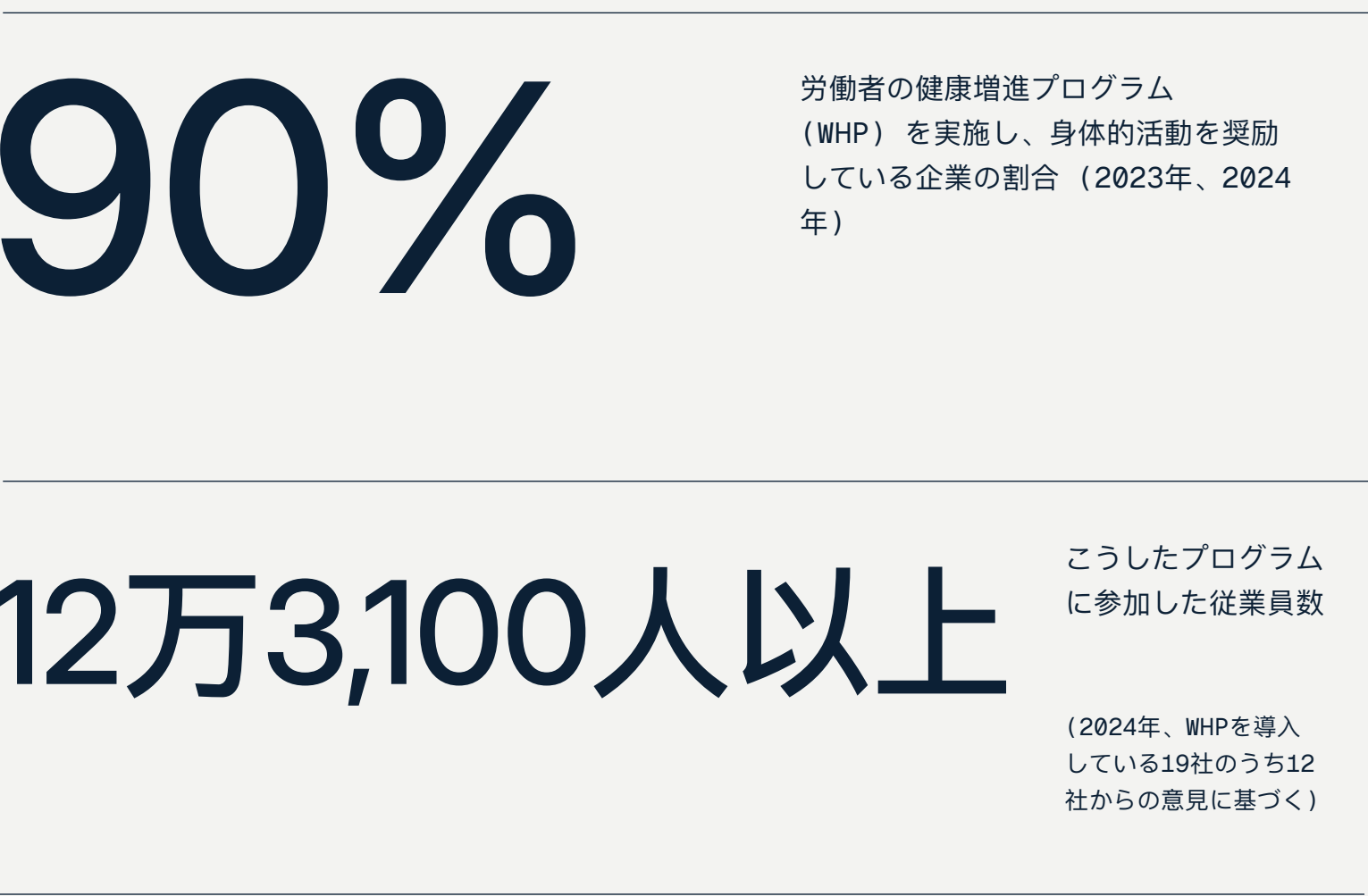
職場の文化は、従業員の運動量を増やし、奨励する上で重要な役割を果たします。最初の一步を踏み出すのは最終的には本人ですが、それをサポートする適切な条件を整えるのは職場の責任です。職場や企業も同様です。

スポーツ用品産業として、運動は私たちが行うすべてのことの中にあります。だからこそ、私たちが率先して変革を推進するのは当然のことだと言えます。WFSGI加盟組織は、職場における健康への取り組みを最優先事項としており、私たちにはより活動的なライフスタイルを促すための専門知識があると同時に、その責任も担っていることを自覚しています。

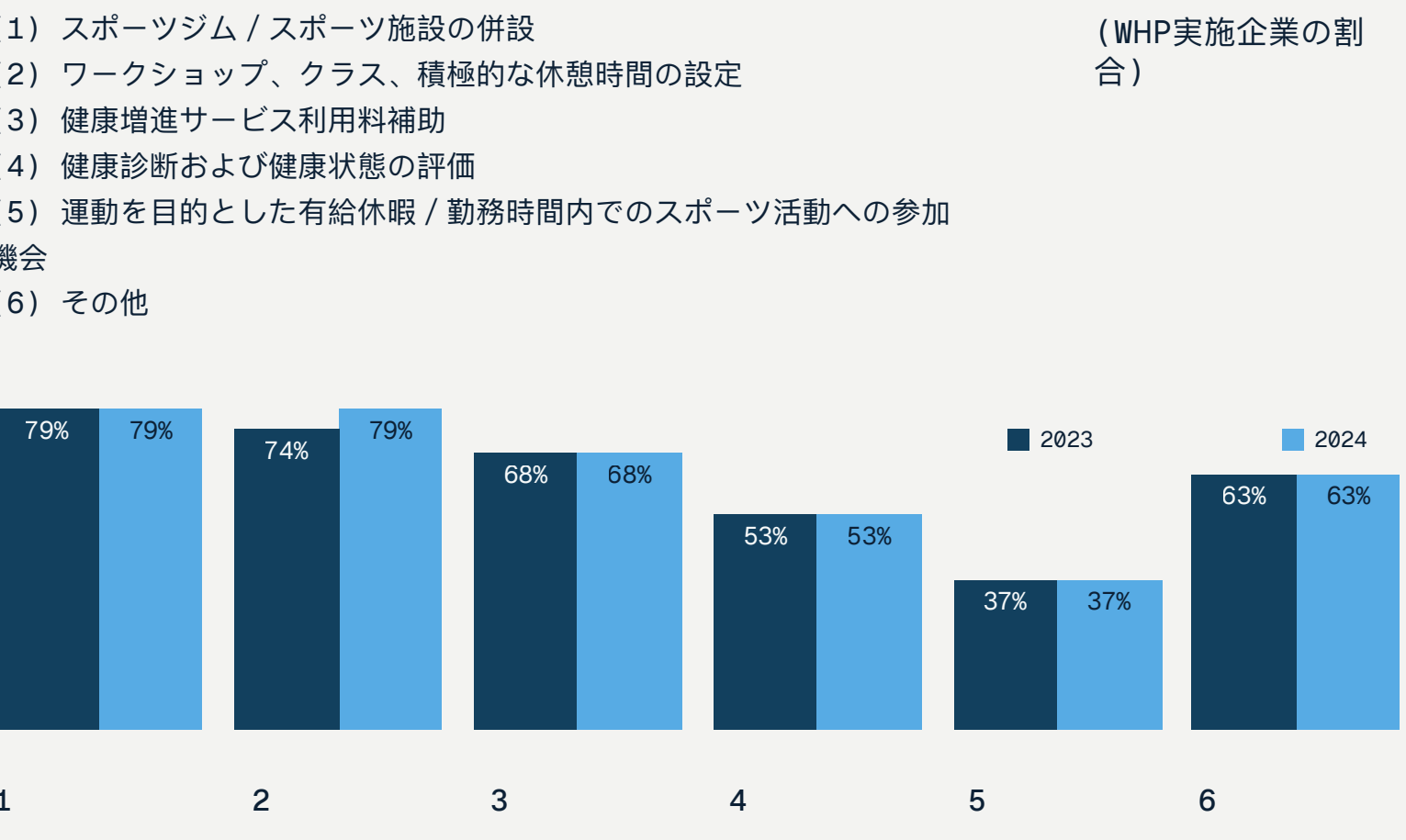
研究者や専門家と協力しながら、WFSGI加盟組織は専用の身体活動プログラムを通じて、より健康的な職場づくりを率先して進めています。

社内にジムを設置したり、健康診断を実施したり、デスクワーク中の休憩を企業ポリシーに組み込むなど、単なるその場限りの解決策ではなく、自然に感じられ、達成可能な方法で、職場に定期的な運動を導入するようデザインされた取り組みです。

労働者のニーズを第一に考えることで、このような職場における健康への取り組みは、小規模で定期的な変化が職場文化を劇的に良い方向へと転換させる可能性があることを証明しています。



従業員に提供する福利厚生の種類





プロジェクト実施期間：2021～2024年

「個人的に、このプログラムは本当に素晴らしく、自分に自信を持ち、満足して、幸せな気持ちを取り戻すことができました。」

— プログラム参加者

ケーススタディ1

ASICS: Movement for Mind

洞察

体を動かすことが精神的ウェルビーイングに良い影響を与えることは、長い間認識されてきましたが、世界中にある無数の職場では、デスクワークでの座位作業が主流となっています。デスクワークの人たちは最も座位の時間が長いグループであり、1日の労働時間の約73%、起きている時間の66%を座って過ごしています²⁰。このような座位行動は、がんやうつ病などの健康問題を引き起こす可能性を高めます²¹。

手法

ASICSは当初から、職場における身体活動不足に対する臨床的に証明された解決策という、従来とは異なるものを求めています。その結果、「ASICS Movement for Mind」は、マインドフルネス、呼吸法、自然とのつながりなど、科学的に裏付けされたメンタルのウェルビーイングの手法と運動を組み合わせた8週間のガイド付き音声プログラムとなりました。キングス・カレッジ・ロンドンのBrendon Stubbs博士とのパートナーシップのもと、ASICSはプログラムの効果を測定するために、この分野で最大規模の無作為化比較試験 (RCT) を実施しました。

インパクト

- ▶ プログラムを完了した参加者の精神的ウェルビーイングは、Warwick-Edinburgh尺度で3.35ポイント上昇しました。
- ▶ プログラム終了後、参加者の70%がより身体的に活動的になりました。
- ▶ ASICSは、このプログラムを3,000人近くの参加者を対象とした18ヶ月間の研究へと拡大し、その間、このグループの精神的ウェルビーイングのスコアは引き続き改善を示しました。



「弊社のウェルネス・プログラムは、従業員とその大切な人たちの健康全般を重視する姿勢を強化するための強力なツールです。」

— Eileen Mulry、SRAM人事担当VP



ケーススタディ2

SRAM: Wellness Programme

洞察

オフィス勤務の従業員は身体活動不足のリスクにさらされているだけでなく、その結果生じる非感染性疾患 (NCDs) に対処できないリスクも抱えています。世界の医療費は、2025年だけで10%以上増加すると予想されており²²、世界中の無数のオフィス勤務の従業員の経済的負担はさらに大きくなっています。

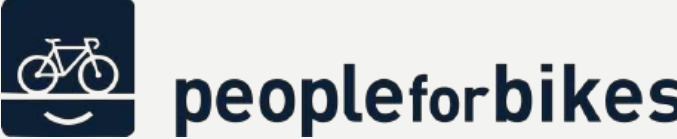
手法

自転車部品メーカーのSRAMは、従業員の健康維持にはサイクリングへの情熱だけでは不十分であることに気づきました。SRAMの社内ウェルネス・プログラムは2023年に開始され、800人の米国従業員のニーズと身体活動不足のさまざまなレベルに合わせて調整されてきました。SRAMは、従業員が経済的な重圧に直面していることを理解し、NCDsの発見と予防に役立つ定期的な健康診断の費用を負担することを決定しました。このプログラムでは、医務室だけでなく、ホリスティックなウェルビーイングも重要視されました。全従業員を対象にウェルネス・チャレンジが導入され、参加者は業務外でも使用できるライフスタイル支出口座を通じて報酬を得ることができました。

インパクト

- ▶ キャンペーンにより、2023年には1,900件の予防ケアとウェルネス活動を実施しました。
- ▶ 2024年には45%増の2,800件まで急増しました。
- ▶ プログラムへの参加率が顕著に高いのが特徴で、特に女性の参加率が70%と、男性の50%を上回りました。

健全な職場 → その他の事例

		ブランド	取り組みの名称	説明
		Decathlon	Human Fundamentals	Decathlonではスポーツを「Human Fundamentals」に組み込み、身体活動を職場文化と経営の中核に据えています。スポーツを含むチームミーティングから、地域ごとの取り組み、専用のHealth & Vitalityプログラムに至るまで、日々のワークライフに運動が取り入れられています。
		PeopleForBikes	Bike Perks	Bike Perksは、「PeopleForBike」のミッションである「さらに多くの人々がより頻繁に自転車に乗ること」を実現します。あらゆる種類のサイクリング (運動、交通、レジャー)、金銭的インセンティブ、ヨガやウォーキングなどのアクティビティを対象とした毎月のサイクリング・チャレンジを通じて、この取り組みは、同社がサービスを提供するサイクリング業界をサポートしながら、企業文化に活発なライフスタイルを組み込んでいます。
		Rollerblade (Tecnica Group)	Rollerblade Experience	Tecnica Groupは、本社でインストラクターと用具を完備した無料のインライン・スケート・レッスンを従業員に提供する「Rollerblade Experience」を通じて、職場での運動を促進しています。学ぶことの難しさを克服できるようデザインされたこのプログラムは、スケートをより身近なものにし、運動として、また楽しみながら行うことを奨励しています。



躍進の原動力

WFSGI加盟組織の取り組みが際立っているのは、職場に運動を無理なく組み込んでいる点です。

このような成功は目的に基づいて実現されています。各企業が最も得意とすることを取り入れたプログラムを思慮深くデザインすることで、WFSGI加盟組織は、身体活動と自社のコアバリューとの間に強力な結びつきを生み出しています。

サイクリング、スケート、精神的ウェルビーイングのための運動促進など、各メンバーは労働者の健康増進プログラムを自社のアイデンティティと一致させる大胆で有意義な方法を見出し、その取り組みを単に信頼に足るものにするだけでなく、真に変革的な取り組みとしています。



今後の展開

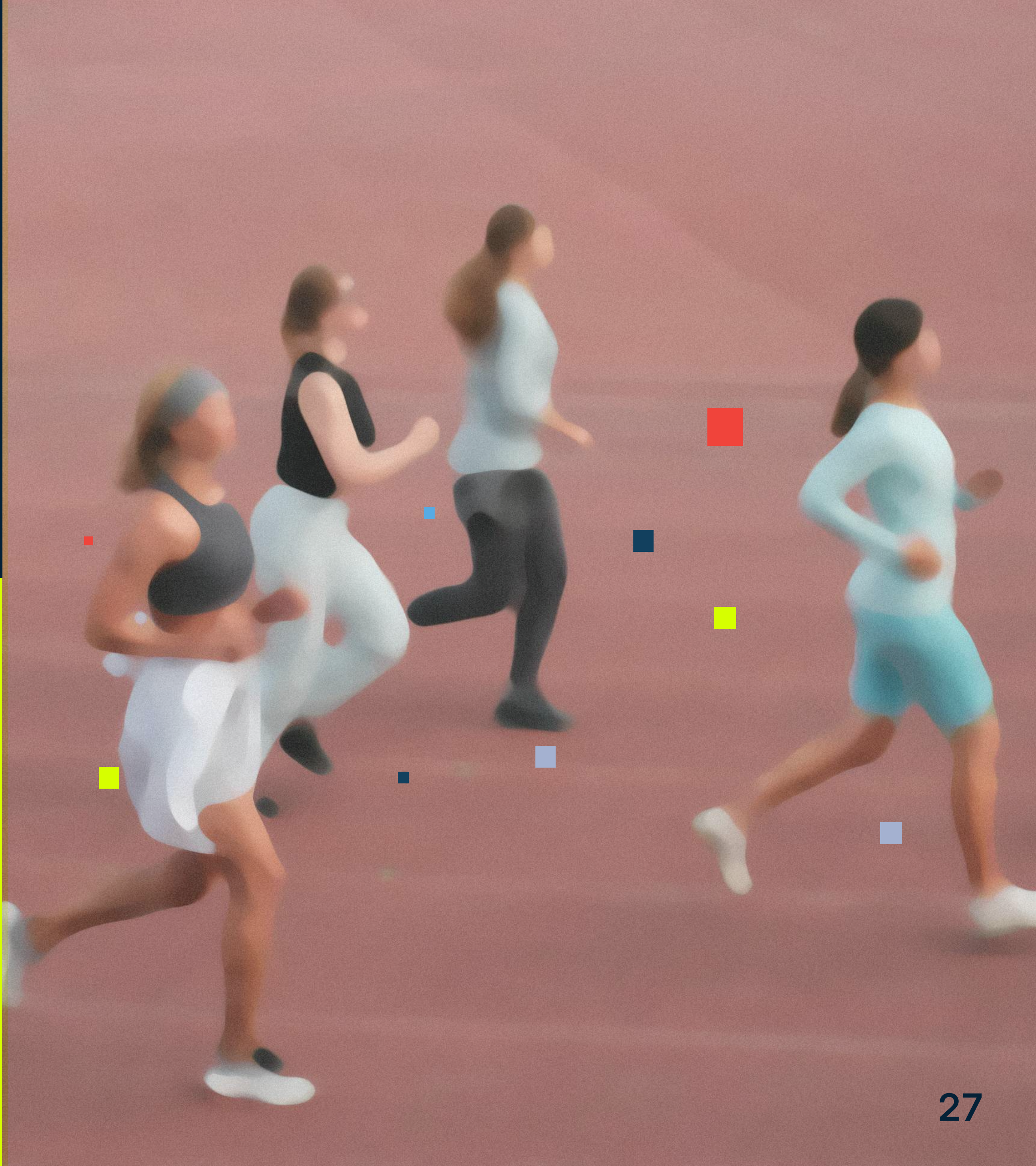


私たちは、自分たちが望む世界の変化にならなければなりません。この業界が世界を動かすことを願うのであれば、まずは私たち自身から行動を起こすのは当然のことです。

企業文化は重要な要素のひとつです。運動が日常の一部となれば、強力な模範となります。その実現には、役割に関係なく、誰もが果たすべき役割があります。

WFSGIは、加盟組織が自らの取り組みを記録し続け、その教訓をより広い世界と共有することを奨励しています。社内でうまく機能していることは、会社の壁を越えて遠くまで広がる変化を呼び起こすことができるのです。

インパクトを もたらす 革新



人々が身体活動に取り組むよう働きかけることは、こうした問題への取り組みの半分を占めるにすぎません。

身体活動にはリソースも必要となり、一部の人々は単にリソースを持ち合わせていないだけなのです。



誰もがジムに通ったり、地元のスポーツクラブに入会できるわけではありません。運動を奨励するための製品やツールは、他の誰かのためにデザインされたように感じてしまう人も多く存在します。

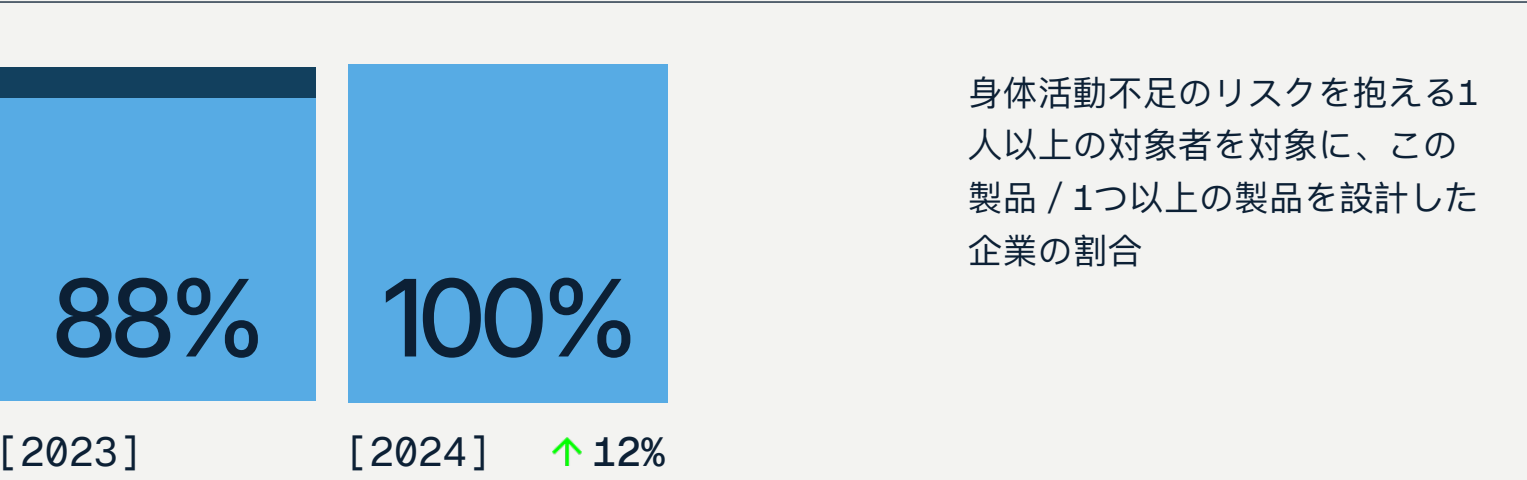
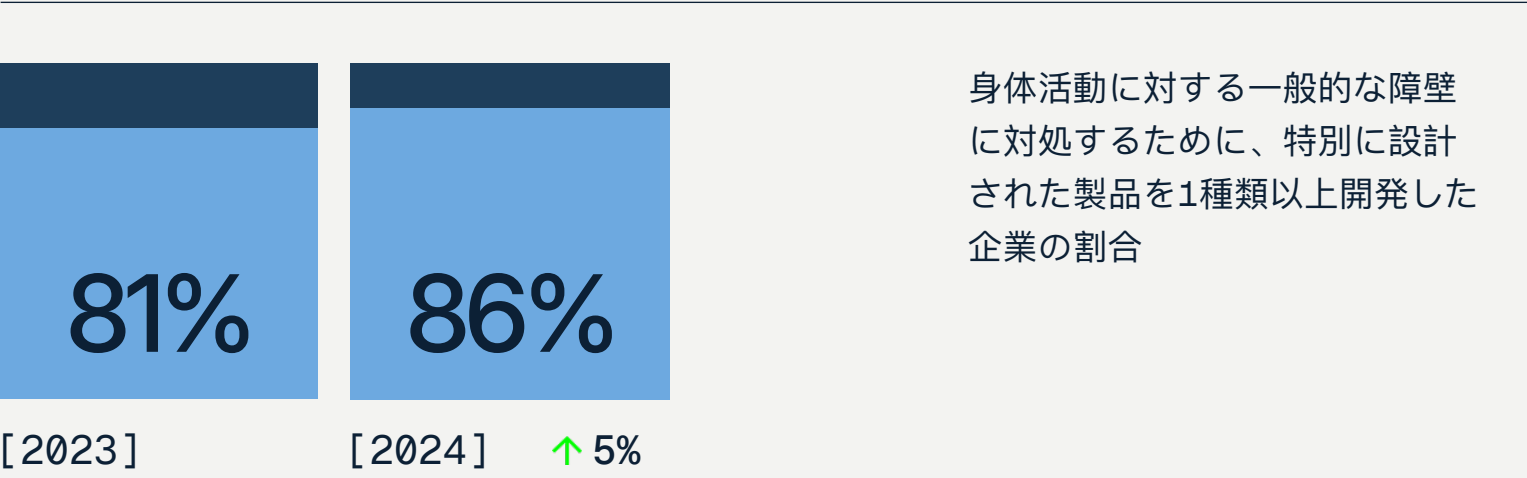
このようなミスマッチにより、何百万人もの人々が疎外され、誰からも見向きもされず、結局はだめだと感じてしまうのです。さらに悪いことに、スポーツをするためのリソースをまったく持たない世代も増えています。適切なシューズ、トレーニング方法に関する知識、上達を把握する能力など、このリソースの格差が身体活動不足の危機に拍車をかけているのです。

私たちの仕事は、耳を傾けることです。WFSGI加盟組織は、運動不足の人々が最初の一步を踏み出す手助けとなるような製品やツールを革新するために、現実世界の洞察を活用して、運動不足の地域社会と向き合っています。

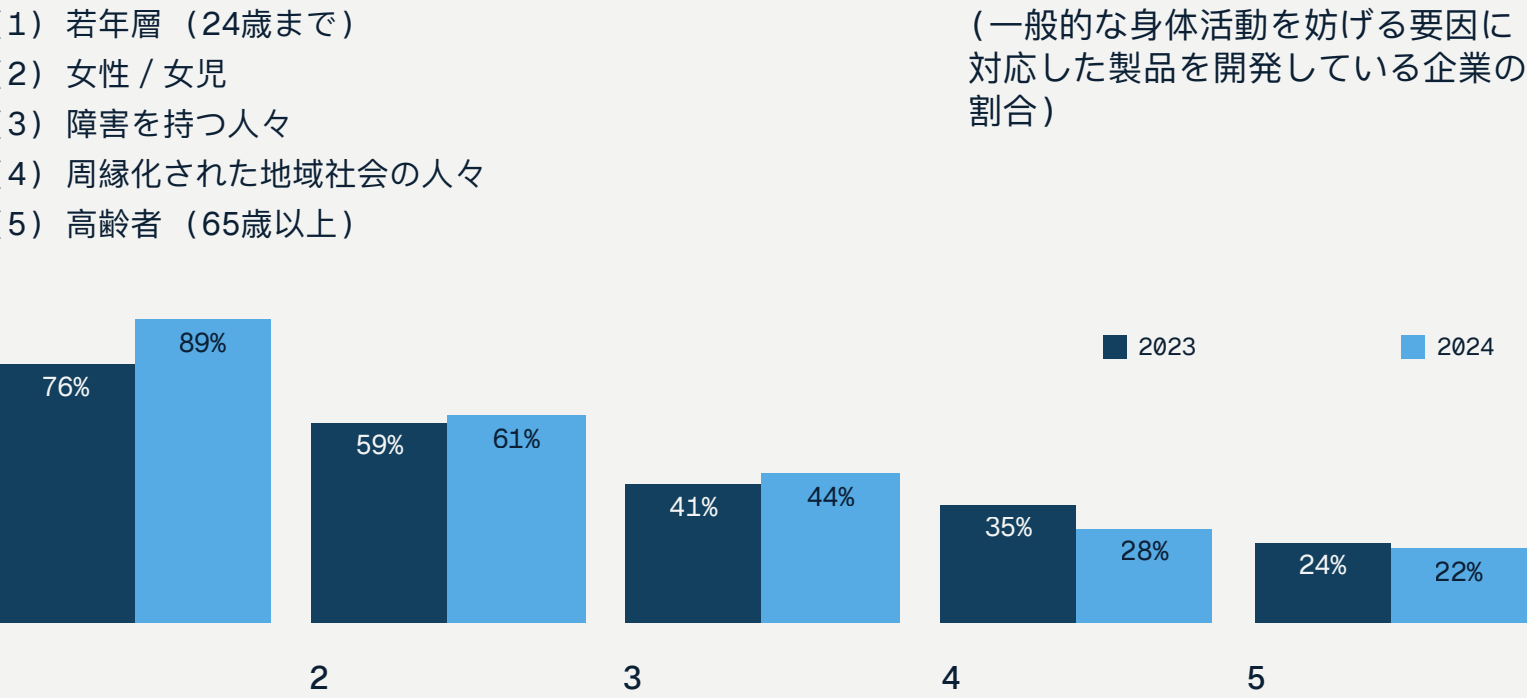
イノベーションはさまざまな形で生まれます。スポーツ用品業界では、アダプティブ・スポーツウェアや控えめな服装など、身体的・文化的障壁を解消し、より多くの人々がさまざまな活動に挑戦するきっかけとなるような衣料品が中心となっています。

一方、非活動的な人々を自社の健康維持の目標につなげるために、テクノロジーを活用している加盟組織もあります。スマートなスポーツ用具から上達を記録するアプリに至るまで、こうしたイノベーションは運動をより身近なものにしています。

イノベーションは個人だけにとどまりません。運動不足の危機に対処するためには、コーチが不可欠です。そのため、ある加盟組織は、知識の格差を埋め、従来スポーツから排除されてきたグループのサポートを向上させるツールを開発しました。私たちは、そのようなイネーブラーを後押しすることで、誰もが運動する能力と自信を感じられるような、インクルーシブで協力的な空間を作り出しています。



製品イノベーションの対象者





ケーススタディ1

Arena: Modest Swimwear Collection

洞察

水泳は最も開放的なスポーツの一つです。ところが、多くの女性、特にイスラム圏の女性にとっては、文化的・宗教的な信条によって、水泳は手の届かないものと受け止められています。伝統的な水着はこのようなニーズを見落としがちで、プールを完全に敬遠する人も少なくありません。

手法

水着ブランドのArenaは、Modest Swimwear Collectionを発表することで、このような満たされないニーズに取り組みました。ただし、単独で行ったわけではありません。この取り組みは、モデストファッションについて世界中の女性から意見を集めることから始まりました。宗教的な伝統として始まったものが、世界的なトレンドへと発展し、文化的な影響を融合させるとともに、女性らしさを表現する意識的な方法を提供しているのです。この洞察に基づき、Arenaはあらゆる文化的背景を持つ女性に受け入れられるコレクションをデザインし、各アイテムが控えめさへの要望とパフォーマンス基準の両方を満たすものにしました。こうした共同努力により、水泳はますます多様化する新たな支持者を獲得したのです。

インパクト

- ▶ 中東におけるArenaのウォータースポーツ・カテゴリーにおいては、控えめなアイテムと日焼け防止のアイテムが売上の最大シェアを占めています。
- ▶ 2024年の売上高は前年比128%増となりました。



ケーススタディ2

Elite International: Trainology

洞察

どのアスリートも、最高の健康状態を達成するために多大な努力を重ねています。そのようなレベルのパフォーマンスを維持するには、最良のツールを使うことができれば簡単なのですが、そのようなツールは、主に費用の問題から、一般の人々には手が届かないことが多いのです。その結果、科学によって身体活動を調整する人と、単なる推測に頼る人との間には、パフォーマンスに大きな差が生じてしまうのです。

手法

Elite Internationalは、テクノロジーが人生を変えるという信念のもと、2023年に「Trainology」を立ち上げました。この取り組みは、スマートなスポーツ機器の新シリーズにより、スポーツ科学を一般の人々にも身近なものにすることを目指しています。モーションセンサー、AIアルゴリズム、リアルタイムの分析を記録する使いやすいアプリを搭載したサッカーボールやバスケットボールは、スポーツ選手とカジュアルなスポーツ愛好家の間のパフォーマンスギャップを埋めるように設計されています。最も印象的なのは、スマートテクノロジーだけでなく、これを最も必要とする人々が利用できるようにするというEliteの取り組みです。「Trainology」はこの製品ラインを中国の様々な学校に提供し、参加率の大幅な増加につながりました。

インパクト

- ▶ 2024年には、中国の3,000校で900万人以上の生徒がTrainology製品を使用しました。
- ▶ 学校からは、6ヶ月以内に筋力が2~5%、スピードが8%、敏捷性が10%向上したとの報告がありました。



プロジェクト実施期間：2023年～現在

「私がこのプログラムを好きなのは、他人を批判してはいけないということを理解させてくれるからです。

個人的には、このプログラムは誰もが、他人や自分自身を批判せずに、ありのままの自分を評価するのに役立つと思っています。」

— Emma (参加者)

ケーススタディ3

Nike: Body Confident Sport

洞察

データによると、女兒は男児の2倍の割合でスポーツに参加する時期が遅く、早期にスポーツから離れてしまうことがわかっています²³。Nikeは独自の調査を通じて、ほとんどのコーチが女兒のコーチング方法について適切なトレーニングを受けていないことも明らかにしました。このような知識の隔たりに対処し、女兒が試合や人生で最大限の可能性を発揮できるよう、競技を続けるために、Nikeは自尊心と身体への自信に関する教育を提供する世界最大の企業であるDoveと提携し、「Body Confident Sport」を創設しました。この世界初のエビデンスに基づいたコーチングツールは、11歳から17歳の女兒の自信、ボディイメージ、自尊心を高めることを目的としています。

手法

両ブランドは、Centre for Appearance Research (CAR) と Tucker Center for Research on Girls & Women in Sportの世界的に有名な専門家と共同で開発を行いました。「Body Confident Sport」は、女兒が自分の身体の外見から「自分に何ができるか」といった目標に焦点を移し、生涯にわたって自信を持てるようにするためのツールをコーチに提供するものです。

このツールは、6カ国(フランス、インド、日本、メキシコ、英国、米国)の女兒とコーチの意見を取り入れて設計され、現在、ウェブサイト(www.bodyconfidentsport.com)で無料で閲覧できます(7カ国語に対応)。

インパクト

- ▶ 2025年2月時点で、3,800人のコーチが3つのBody Confident Coachingモジュールを修了しました。
- ▶ ウェブサイトは18万5,000回のページビューを記録し、7カ国語に対応しています。
- ▶ 2024年には、11万5,000人のコーチがこのプラットフォームを利用し、1万2000人以上が国際的なスポーツ組織とのパートナーシップを通じて、デジタルまたは対面でトレーニングを受けました。



インパクトをもたらす革新 → その他の事例

女性および女児

障害を持つ人々 / 運動機能が低下している人々

ブランド	取り組みの名称	説明
	adidas Bra Revolution	adidasは、90%の女性が間違ったサイズのスポーツブラジャーを着用しており、その結果、痛み、パフォーマンスの低下、長期的な靱帯損傷につながっていることを踏まえ、すべての体型とトレーニングを適切にサポートするようにデザインされた72サイズ、43種類の新しいスタイルを取り揃え、コレクションを一新しました。
	Canterbury (Pentland Group) Navy Shorts	アイルランドの女子ラグビーチームとともに立ち上げたNavy Shortsの取り組みは、従来の白いラグビースHORTSをネイビーのSHORTSに置き換え、女性選手の生理時の不安を軽減するものです。選手からの直接のフィードバックに着想を得たこの取り組みには、デザイン、配布、下取りプログラムが含まれ、女子ラグビーにおける包括性を促進し、あらゆるレベルでの参加を促しました。
	Arena Custom Racing Suits	Arenaは、障がいのある水泳選手を対象に、快適性、機能性、パフォーマンス向上を目的とした、開閉部の変更や生地配置など、オーダーメイドの調整サービスを無料で提供しています。水泳選手と密接に協力し、個々のニーズに応えることで、このサービスは包括性を支持し、あらゆるレベルの選手が優れたパフォーマンスを発揮できるようにします。
	Decathlon Adaptive Sportswear	運動機能の低下、一時的な制約、または永続的な障害を持つ人々を対象に特別にデザインされたDecathlonのアダプティブ・スポーツウェアシリーズは、自律性と調整可能性に重点を置いたアイテムが特徴です。



躍進の原動力

イノベーションは、個人的なものであってこそ真価を発揮します。人々に製品やツールを提供することも重要ですが、真のニーズに取り組むことこそ、変革につながるのです。

WFSGI加盟組織は、十分なサービスを受けていないコミュニティの声に耳を傾け、そのフィードバックを運動への障壁を取り除く有意義な解決策に転換してきました。

アダプティブ・アパレルや控えめな水着から、スマート・テックやコーチング・リソースまで、こうしたイノベーションは単に機能するだけでは終わりません。人々が共感されていると実感し、後押しされ、運動する準備ができていと感じさせます。



今後の展開

これはほんの始まりにすぎません。あらゆる人にとって運動を真に身近なものにするために、私たちは目的を持ってイノベーションを起こさなければならないのです。そのためには、好奇心を持ち続け、よく耳を傾け、長い間取り残されてきた人々とともにデザインする必要があります。

製品やツールを生み出すことは、安全性だけを追求することではなく、これまで運動を始めることさえ妨げられてきた人々にとっての障壁を取り除くことなのです。

依然として残る格差を特定し、その格差に対処することに集中しましょう。イノベーションが包括的であれば、誰もが前進するのですから。





前進する

私たちの次のステップは、運動不足の人々が第一歩を踏み出すこと

私たちが業界として踏み出さなければならぬ次のステップは、より多くの運動不足の人々が最初の第一歩を踏み出すのを支援することです。

私たちは、職場に運動を取り入れること、障壁を取り払うこと、風潮を転換すること、そして真のインパクトのためにイノベーションを起こすことといった地道な努力を続けてきました。変化は可能であることを証明したのです。

私たちが成し遂げてきた進歩は、個人の現状に即した人間第一のアプローチによるものです。

しかしながら、運動不足は依然として増加の一途をたどっており、今後も歩みを緩めることはできません。

今回ご紹介したのはほんの一例です。さて、私たちは、**力を合わせて**、どのように違いを生み出し続けるのでしょうか？

模範となる行動

従業員が職場で積極的に活動できるよう、後押しして鼓舞しましょう。大企業でも中小企業でも、運動を就業時間の一部とし、企業文化に根付かせることができます。

運動不足の人々に働きかける

傍観している人たち、特に参加することに障壁を感じている子どもたちや女兒などの参加を促しましょう。世界的なスポーツ組織やコミュニティスポーツ組織とのパートナーシップに投資することで、参加への障壁を解消することができます。

安全で前向きな経験の創出

コーチや指導者を支援して、インパクトのあるスポーツや運動体験を提供し、帰属意識を育みます。安全性と楽しさの両方を確実にし、すべての人のニーズを満たす製品やツールを革新します。

物語の転換

障壁をなくす力強いストーリーテリングを通じて、スポーツと運動に対する認識を引き続き転換します。親しみやすいロールモデルを紹介し、誰のための運動なのかという固定観念を打ち破ります。

貢献者・貢献企業

WFSGI

Emma Zwiebler – WFSGI CEO

Caroline Brooks – WFSGIフィジカル・アクティビティ責任者

Linda Murphy – WFSGI コミュニケーション責任者

WFSGI フィジカル・アクティビティ委員会

共同委員長

Elena Korf – Nike ソーシャル&コミュニティ インパクト

Simon Rowe – Pentland グローバル スポーツ マーケティング

副委員長

Bettina Benzing博士 – adidas 政府&コミュニティ問題担当

Ties van Dijk – Shimano アドボカシー&戦略

Caroline Fisher – ASICS グローバル ブランド コミュニケーション

加盟組織



作成者:

Protein AGENCY

WFSGIについて

世界スポーツ用品工業連盟（WFSGI）は、スポーツ用品産業における世界的な意見を代表する組織です。ブランド、メーカー、小売業者、各国連盟を代表するWFSGIは、スポーツと身体活動を通じて健康、持続可能性、経済成長を促進する政策と取り組みを提唱しています。

詳しくはwfsgi.orgをご覧ください。

定義



有酸素性身体活動²⁴
持続的活動とも呼ばれ、ウォーキング、ランニング、水泳、自転車など、身体のかな筋肉をリズムカルに長時間動かし続ける活動。

身体活動不足のリスクを抱える対象者
女性 / 女兒、子どもや若年層（24歳まで）、障がいを持つ人々、周縁化された地域社会の人々（社会経済的に不利な立場にあるグループ、人種的・民族的マイノリティ、難民）、高齢者（65歳以上）。

身体活動への障壁
時間的制約、意欲の欠如、施設や資源へのアクセスの制限、身体的制限や健康問題、文化的障壁、経済的コスト、ストレス、自信の欠如、および / または運動に関する否定的な認識など、個人の身体活動への取り組みを妨げる要因。

中強度の身体活動²⁴
個人の能力に応じて、0～10の尺度で5/6となる活動。

身体活動²⁴
骨格筋によって生み出される身体運動で、エネルギー消費を必要とするもの

身体活動不足²⁴
現在の運動推奨値²⁴を満たすには不十分な運動レベル：子どもと青少年（5～17歳）の場合：週を通じて、主に有酸素運動で、中強度から高強度の運動を1日あたり少なくとも60分行い、高強度の活動や筋肉や骨を強化する活動を少なくとも週3日取り入れること、成人（18～64歳）の場合：週150～300分以上の中強度の有酸素性運動、週75～150分以上の高強度の有酸素性運動、または中強度と高強度の同等な活動の組み合わせ、高齢者（65歳以上）：週150～300分以上の中強度の有酸素性運動、または週75～150分以上の高強度の有酸素性運動、または週を通じて中強度と高強度の同等な活動の組み合わせ。

座位行動²⁴
座っているとき、リクライニングしているとき、横になっているときのエネルギー消費が少ないことを特徴とする行動。例：デスクワーク、車の運転、テレビの視聴、画面を見る時間など。

高強度の運動²⁴
個人の能力に応じて、0～10の尺度で7/8となる活動。

参考文献



¹ World Health Organization:WHO."Nearly 1.8 Billion Adults at Risk of Disease from Not Doing Enough Physical Activity."World Health Organization.June 26, 2024. <https://www.who.int/news/item/26-06-2024-nearly-1.8-billion-adults-at-risk-of-disease-from-not-doing-enough-physical-activity>.

² Ibid.

³ World Health Organization:WHO."Physical Activity," June 26, 2024. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>.

⁴ World Health Organization:WHO."Noncommunicable Diseases," December 23, 2024. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>.

⁵ WHO, "Physical Activity," June 26, 2024.

⁶ World Health Organization:WHO."Physical Activity," May 17, 2019. https://www.who.int/health-topics/physical-activity#tab=tab_2.

⁷ Mason, Jacob, Lew Fulton, Zane McDonald, Institute for Transportation & Development Policy, and University of California, Davis."A Global High Shift Cycling Scenario:The Potential for Dramatically Increasing Bicycle and E-bike Use in Cities Around the World, With Estimated Energy, CO2, and Cost Impacts."Report. *A Global High Shift Cycling Scenario*, 2015. <https://www.itdp.org/wp-content/uploads/2015/11/A-Global-High-Shift-Cycling-Scenario-Nov-2015.pdf>.

⁸ "State of Mind Study 2024 | ASICS UK," Accessed April 2, 2025. <https://www.asics.com/gb/en-gb/mk/stateofmindstudy2024>.

⁹ Olympics.com."Around 5 Billion People - 84 per Cent of the Potential Global Audience - Followed the Olympic Games Paris 2024," December 5, 2024. <https://www.olympics.com/ioc/news/around-5-billion-people-84-per-cent-of-the-potential-global-audience-followed-the-olympic-games-paris-2024>.

¹⁰ Social Mobility Commission."Extra-curricular Activities, Soft Skills and Social Mobility."GOV.UK, July 18, 2019. <https://www.gov.uk/government/news/extra-curricular-activities-soft-skills-and-social-mobility>.

¹¹ "Northwest Urban Green Spaces and Climate Change | USDA Climate Hubs," Accessed April 2, 2025. <https://www.climatehubs.usda.gov/hubs/northwest/topic/northwest-urban-green-spaces-and-climate-change>.

¹² TNS opinion & social."Special Eurobarometer 472."Report.*Sport and Physical Activity*, March 2018. <https://doi.org/10.2766/483047>.

¹³ "Gender Equality in Sport | Think Tank | European Parliament," March 4, 2024. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_ATA\(2024\)759597](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_ATA(2024)759597).

¹⁴ "PHYSICAL ACTIVITY FACTSHEET FRANCE."Report.*European Union Member States Factsheets on Health-Enhancing Physical Activity*, 2015. https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/factsheets/france-factsheet_en.pdf.

¹⁵ UNHCR."Figures at a Glance."UNHCR UK, June 14, 2024. <https://www.unhcr.org/uk/about-unhcr/who-we-are/figures-glance>.

¹⁶ Laing, Judith."Refugee Mental Health and the Response to the Humanitarian Crisis in Ukraine."House of Commons Library.July 7, 2022. <https://commonslibrary.parliament.uk/refugee-mental-health-and-the-response-to-the-humanitarian-crisis-in-ukraine/>.

¹⁷ Arrigon, Debbie, Public Health England, The Youth Sport Trust, Association of Colleges Sport, Department of Health and Social Care, Department for Transport, Department for Culture, Media & Sport, Department for Education, and Sport England."Guidance to Increase Physical Activity Among Children and Young People in Schools and Colleges," 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5e7cd4b486650c7440889ff2/Guidance_to_increase_physical_activity_among_children_and_young_people_in_schools_and_colleges.pdf.

¹⁸ Solomon, Jon."How Baltimore Is Improving Sports Access for Children."Project Play, April 9, 2024. <https://projectplay.org/news/2024/4/9/how-baltimore-is-improving-sports-access-for-children>.

¹⁹ Hermelink, Rafael, Michael F. Leitzmann, Georgios Markozannes, Kostas Tsilidis, Tobias Pukrop, Felix Berger, Hansjörg Baurecht, and Carmen Jochem."Sedentary Behavior and Cancer—an Umbrella Review and Meta-analysis." *European Journal of Epidemiology* 37, no. 5 (May 1, 2022):447–60. <https://doi.org/10.1007/s10654-022-00873-6>.

²⁰ Prince, Stephanie A, Karen C Roberts, Jennifer L Reed, Aviroop Biswas, Rachel C Colley, and Wendy Thompson."Daily Physical Activity and Sedentary Behaviour Across Occupational Classifications in Canadian Adults." *PubMed* 31, no. 9 (September 16, 2020):13–26. <https://doi.org/10.25318/82-003-x20200900002-eng>.

²¹ WHO, "Physical Activity," May 17, 2019.

²² WTW. "2025 Global Medical Trends Survey."October 16, 2024. <https://www.wtwco.com/en-gb/insights/2024/10/2025-global-medical-trends-survey>.

²³ Women's Sports Foundation."Do You Know the Factors Influencing Girls' Participation in Sports? - Women's Sports Foundation," October 11, 2019. <https://www.womenssportsfoundation.org/do-you-know-the-factors-influencing-girls-participation-in-sports/>.

²⁴ Bull, Fiona, Juana Willumsen, and World Health Organization. *WHO Guidelines on Physical Activity and Sedentary Behaviour*.Guidelines, 2020. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/336656/9789240015128-eng.pdf?sequence=1>.

世界を活動 的な未来へ と導く

2025

インパクト・レポート：
世界スポーツ用品工業連盟
(WFSGI) 発行

