

印刷業界の「未来」へとつづく「今」を見つける

# Magazine GC

富士フイルム ビジネスサプライ株式会社

## Contents

- グリーン・レポート
- 地域を活性化して仕事を創る
- Column ● 地域活性化の名企業
- 印刷会社の先進事例レポート「革新の現場」
- 第15回 セキ株式会社  
地域の賑わいを情報発信とイベント企画で創造
- フィギュアスケートをもっと楽しもう!

すぐに分かる! 注目の経営手法や市場の「今」  
 グリーン・レポート

# 地域を活性化して 仕事を創る

地域で事業を行う印刷会社にとって、地域の活性化は事業継続に重要です。また、活性化にあたっては地元の資源・出来事・文化についての情報発信が欠かせませんが、これは印刷会社の得意とする分野です。

今回は、いったんは閉店しながらも、地方百貨店の「文化発信」というアイデンティティーを訴求して見事に復活、新たな地域活性化の中核を担う百貨店(山形県酒田市)の事例、「自転車レース」という新しい資源を創り、世界的イベントに育てた宇都宮市(栃木県)の事例を紹介。印刷会社が地域活性化でどんな役割を發揮できるのかを探ります。

## 多様な品揃えと文化発信で 閉店危機から「街創り」の中心へ

株式会社マリーン5清水屋

日本海に面した山形県酒田市の株式会社マリーン5清水屋は、1977年に創業、庄内地方唯一の百貨店として、市の賑わいの中心を担っていました。しかし、1994年にダイエー系の中台と合併した後、郊外ショッピングセンターの進出でお客さまが減少し、リーマンショックの影響もあって、2012年には閉店しました。「清水屋が閉店すれば、中心市街地が崩壊する」という危機感から自治体や地元商店街も動いた結果、別会社への営業引き継ぎが成功、4日間のみの閉店でリニューアルオープン。今では平日も多くのお客さまが集う憩いの場となり、業界で注目されています。

### 書店と一流料理で新しいお客さまを獲得

マリーン5清水屋の復活の立役者は、同百貨店ビルの管理会社の経営者だった成澤五一さんです。事業の低迷した食品会社の再生を手掛けるなどの経歴から白羽の矢が立ち、マリーン5清水屋の現社長に就任せました。

「清水屋は効率化の名の下、百貨店に本来あった多様な業種・品目を、売れやすい流行の衣料に絞り、多様なお客さまのニーズに応える基盤がなくなっていました。ローカルであるほど、百貨店は『多様な業種・品目』文化の発信」という本来の特性を大事にしなければいけません」と成澤さん。リニューアル後は、従来のお店そのまま残してスペースは圧縮、空いた所に新業種のお店を増やしてきました。酒田市に書店がほとんどなくなっていたことから、庄内一の280坪・12万冊を所蔵する書店を開設。専門書も扱う教養度の高い品揃え、カフェスペースの併設などで、若い男女、ファミリー層のお客さまを獲得しました。「坪効率は厳しいですが、文化の発信には必須です(成澤さん、以下同)。

また、一流フランス料理店のシェフ・太田政宏さんが監修するフランス料理店「ロアジス」とその「バティスリー(菓子店)」を開設。平日でもランチで満席になる人気ぶりです。

「料理を自慢で来店してもらうのが狙いです。地方百貨店では飲食店はおまけという認識が普通ですが、発想を逆転しました」。



庄内一の規模で説明した「宮脇書店」(上)、高級感のある「イベントホール」(左下)。店内では他にも、伊勢丹などでも扱われる人気ブランドや20・30代女性のファッショ(右下)、ギャラリーコーナー、楽器や美術品なども年々充実させています

「太田シェフ監修の料理教室」。順番待ちが出るほど盛況で、生徒同士のコミュニケーションもできています。2つ目は、最上階を改修して開設した、「ロアジス」などの料理が楽しめる「イベントホール」。年に数回、プロの歌手や演奏家の音楽が楽しめるディナーショーを開いている理由は、料理やスイーツなどをホールで提供し、その料金だけで利用できるという使いやすさ。パーティーや音楽会、合唱団の練習とその後の打ち上げなど、多様な住民の集まりを活性化させています。

## 百貨店の枠を超えて「街創り」を提案・実行

さらに成澤さんは2013年12月、自社のある中町商店街のキーマンや地元の東北公益文科大学の学生と共に、中町の賑わいをつくる「トポス計画」を市に提言。同社隣の空きビル1階をフードコートに改修、近隣の元ホテルの空きビルをシェアハウスに改修して大学生などに住んでもらおうという計画でした。結果的に、行政による飲食店誘致が難しく、方向は修正されましたが、この空きビルを活用し「健康増進センター」を作る計画が進むなど、行政が動く大きな契機となりました。その後このエリアは、若い女性向けのショッピングモールに入るなど、少しずつ活気が出ています。

### 宇都宮市

## 住民や商店街と一から創ったアジア随一の国際自転車レース

宇都宮市で年に一度開催される国際的な自転車レース「ジャパンカップサイクルロードレース」。国際自転車競技連合認定のアジア最高峰のレースとして、世界の一流選手が登場、山や街中を走り抜けています。24回目となった2015年は、3日間で12万5000人が来場し、経済効果は20億円といわれています。

### 「国内初の世界選手権」から始まつたレース

1980年代、山中でのロードレースを含む「世界選手権自転車競技大会」を、日本で初めて開催する話が持ち上がり、自転車競技連盟が活発だった宇都宮市が、競輪のトラック施設を持つ前橋市と共に手を挙げ

店」をオープンし、手頃で本格的な寿司、品格ある内装、最新のタッチパネル注文機で話題を集めています。今後も飲食店を増やし、自社だけでもフードコートを作る計画です。

さらに全く新しい挑戦として、酒田市出身で『魔法の天使クリィミーマミ』『NARUTO』などのアニメ制作会社の創業者として有名な布川郁司さんに協力を要請し、2016年から大規模なアニメグッズ販売を開始。

アニメクリエイター養成講座の開講、アニメが好きな若者の交流スペース作りも構想しています。

「地方百貨店の状況は厳しいですが、自ら動かなければ倒れてしまう。新しいことを試し続けることで必ず成果は出ると実感しています」と成澤さん。百貨店の枠を超えて「文化の発信」というアイデアを生かし、効率や合理性にとらわれない新たな活動で「新しい街創り」を進める取り組みは、印刷物で文化を発信する印刷会社にも大いに刺激になります(同社の取り組みは次の3面でも紹介します)。

「ジャパンカップ」が軌道に乗った要因の一つは、年間幾度にもわたる交渉や説明会で警察や消防、住民の協力を得て、安全な運営を実現したことでした。また、「住民と一緒に作ること」を意識し、第1回から選手への炊き出しやオフィシャルグッズ販売、道路の警備などに住民ボランティアを募り、地域に応援される形ができました。現在はレース審判の資格を自ら取つて協力する住民もいるそうです。

また、宇都宮市は、学校へのPRなど若い選手の育成にも長年力を入れており、地元出身者も在籍する日本初の地域密着チーム「宇都宮ブリッツェン」が育つことが、大会への熱い支持の鍵になりました。2015年には、全国のインターハイ上位の選手に世界のトッププロが走る「クリテリウム」のコースを走つてもらう「ホープフル・クリテリウム」も開催しました。

- アニメグッズ販売の例のように、地元の文化資源を知る印刷会社にも、地域活性化の種を見つけて発信し、盛り上げていく試みが期待される。
- 学校や商店街などとの多様なつながりを生かし、本業外の活動で住民との接点を広げたり、行政へ地域活性化の提案をすることは印刷会社にも有効。



高校生選手による「ホープフル・クリテリウム」。4万人の観客の中で走り、選手本人はもちろん、その両親や関係者にも大いに喜ばれました

宇都宮市 経済部 観光交流課 島田一さん。2014年よりジャパンカップ実行委員会事務局を担当しています

- もともとの地域資源がなくとも集客できるイベントを創ることは可能。長期的な視点に立つて住民を巻き込み、若年層からも共感を得る地道な努力の継続が重要。
- 「印刷会社には、グッズなどのデザイン提案や、地元情報のPR方法といった、ソフト面での提案を期待しています」と島田さん。宇都宮市が大会と地元の食や文化を結び付けたように、地域内の異なる要素を組み合わせて新たな「コト」を創る提案も有効。



山中を走る「ロードレース」(2015年)。「迫力のレースを間近で見る感動は、住民の大会への賛同に大きく寄与しました。また、欧米に劣らぬ日本人観客の声援の熱さと、観戦マナーの良さが選手に喜ばれたのも、大会が続いているポイントです」と島田さん

現在では、地元商店街や企業とコラボして、餃子や力クル、ジャズといった宇都宮名物を選手と来場者に提供する計画です。

「当時の日本にはロードレースの素地がなく、『無謀な挑戦』と言わされたようす」と笑うのは、実行委員会事務局を務める宇都宮市観光交流課の島田一さんです。準備には数年をかけ、欧米のレースの視察や、企業の協賛を求めて奔走しました。世界的なチームとの交渉など、経験がないことばかりで苦労したようですが、大会は何か成功し、ロードレースの日本代表チームもできました。ここでロードレースのイベントが終わってはもうたいないと、市と自転車競技連盟を中心にして「ジャパンカップ」をスタートさせました」(島田さん、以下同)。

島田さんは近年、「国際レースや世界的なチームの歴史など、奥深い物語を印刷物でしっかりと語ついていきたい」と、紙媒体の発行に注力しています。2015年は、コース案内や選手情報をまとめた無料のタブロイド紙も発行。「スマートフォンなどで情報を見るより臨場感がある」と好評でした。

現在、市では2015年に地元メーカーとコラボしたジャパンカップオリジナルの地ビールを販売したり、大会の企画・運営の多くの部分を民間企業へ委託したりしています。大会の新企画や地域を巻き込んだイベント、国内外へのPR、コラボ商品の開発など、印刷会社にこそサポートできる部分が大きいにありそうです。

現在、市では2015年に地元メーカーとコラボしたジャパンカップオリジナルの地ビールを販売したり、大会の企画・運営の多くの部分を民間企業へ委託したりしています。大会の新企画や地域を巻き込んだイベント、国内外へのPR、コラボ商品の開発など、印刷会社にこそサポートできる部分が大きいにあります。

島田さんは近年、「国際レースや世界的なチームの歴史など、奥深い物語を印刷物でしっかりと語ついていきたい」と、紙媒体の発行に注力しています。2015年は、コース案内や選手情報をまとめた無料のタブロイド紙も発行。「スマートフォンなどで情報を見るより臨場感がある」と好評でした。

島田さんは近年、「国際レースや世界的なチームの歴史など、奥深い物語を印刷物でしっかりと語ついていきたい」と、紙媒体の発行に注力しています。2015年は、コース案内や選手情報をまとめた無料のタブロイド紙も発行。「スマートフォンなどで情報を見るより臨場感がある」と好評でした。

## ■■■印刷会社の先進事例レポート

# 革新の現場

セキ株式会社

## 第15回 「地域の賑わいを情報発信とイベント企画で創造」

創業107年、松山市に本社を置き総合印刷業を営むセキ株式会社は、1975年からグループ企業で松山市のタウン情報誌を発行するなど、地域密着の出版事業を行ってきました。近年は、本社として新たに自らペット専門フリーペーパーを発行。イベントの企画・運営を核とした商店街活性化事業も手掛け、地域の「賑わい」や「楽しみ」を積極的に創り発信し続けています。

## 自ら発信することで、地元の情報やニーズが集まる

2009年からセキ株式会社が取材・編集・発行を手掛ける愛媛県内発行のペット専門・季刊フリーペーパー『Collar』は、地元のペットショップ・病院の詳細なニュース、ペット用レシピ、愛犬のためのリフォーム情報、各地の看板犬紹介など、読み応えのある楽しい記事がぎっしり。編集長を務める永井 津也子さんは、「ネットでは得られないコアな情報の発信を目指し、地元だからできる取材に力を入れています」と言います。飼い主とペットのスナップ写真を掲載するための撮影会は毎回大盛況で、多いときには100組も集まることも。

しかし、地元企業の間では老舗印刷会社として知られているものの、創刊当初は一般消費者の認知度は低く、お店への取材や広告営業にとても苦労したそうです。「どんな情報が求められているかも分からなかったので、住民の方々の意見を聞き取り、ペット業界のお店を一軒ずつ訪ねるなど、一からの挑戦でした」と語るのは、『Collar』の営業統括責任者である丹下 陽介さん。「実験と失敗を繰り返し、地域に喜ばれる発信のあり方を少しづつ見つけ



ペット専門誌『Collar』。同社は現在、他県の企業へ、巻頭の芸能人インタビュー記事にその地域のペット情報を加えて発行するライセンスも提供

## 「新しい魅力を創る」——印刷会社も商店街も同じ課題を共有

「印刷業からメディアコンテンツ業への転換」を掲げ、差別化を図る活動を進めている同社。その中で『Collar』の出版など、「地域密着」の新事業を行っているのが事業開発営業部です。この部門では、松山中央商店街など地元の活性化に注力しています。きっかけは、郊外ショッピングセンターに人が流れ、市中心部の商店街の活気がなくなってしまったことについて、商店街理事長の強い危機感に同社役員が共鳴したこと。さらに、「代替わりして30~40代と若返った店主の方々が、商店街の魅力創りに奮闘。当社でも同世代の社員が、印刷に頼らない新事業を模索中で、抱える課題の近さから意気投合しました。企画の段階から参加しているので、背景や状況もよく分かり、皆さんと喜怒哀楽を共にしながら活動しています」(丹下さん)。

「イベントでは、お子さんを楽しませ、家族で商店街を周遊できる企画を意識しています」と永井さん。商店街に設けた昔懐かしい遊びスポットを巡るスタンプラリー、道後商店街などのコラボで各商店の看板女性をフィーチャーした「美商女マップ」など、毎年多数の企画で住民や観光客の人気を得ています。同商店街は現在、土日は2~3万人が訪れ、全国の商店街に注目されています。

一方、こうしたイベント運営も同社社員が担当し、当日のスムーズな進行を実現。「大手代理店とは違う、地元を知るからこそその小回りの利いた運営力が強みです」と語るのは事業開発営業部長の田中 伸二さんです。「今では、商店街で新しいことがあると何でも

気軽に相談していただいている。売上は印刷事業の方がはるかに大きいですが、地元の方々との今までにない濃いコミュニケーションで多様なニーズを知ることができるのは大きな財産です。お世話になっているこの地で自社も長く存続できるよう、地域への貢献を実感できるこの活動を続けていきます」。

セキ株式会社 事業開発営業部 部長 田中 伸二さん(中央)、丹下 陽介さん(左)、永井 津也子さん(右)  
「『印刷機を持つ企画会社』としてPR媒体やイベントの設営物を身軽に提案し、形にできるのが地方の商店街さんにはメリットだと思います」(田中さん)

セキ株式会社 <https://www.seki.co.jp/>

愛媛県松山市で1908(明治41)年に創業、洋紙流通業と総合印刷業で100年を超える歴史を持つ。総合印刷からパッケージ、出版、広告宣伝に関する企画・デザイン制作、ホームページ企画・制作・運用、記念事業やイベントの企画・運営、デジタルコンテンツ企画・制作などを手掛ける。横山 大觀、加山 又造、平山 郁夫などの日本画や洋画を展示した「セキ美術館」の運営など、CSR活動にも力を入れる。また、グループ会社の株式会社エヌ・ピー・シーで、1975(昭和50)年に「タウン情報まつやま」を発行するなど、いち早く地域情報発信を行う。現在は、同社と高知県の株式会社ほっとこうちの制作で、掲載メニューが500円程度の割引価格で楽しめるグルメガイド「ランチバスポート」を発行。現在は41都道府県の街のバージョンが発行されるなど、全国への広がりを見せていく。

## ▶地域活性化の名企業

## 新しいことへの挑戦・検証・改善を繰り返し 「非日常」を身軽に発信する店でありたい



## 株式会社マリーン5清水屋

山形県酒田市中町2-5-1 <http://marine5-shimizuya.com/>

株式会社マリーン5清水屋  
代表取締役社長 成澤 五一さん

## 視点を変えて地元資源を生かし、満足度をアップ

「本格的なフレンチが味わえる」と同社のディナーショーは毎回人気ですが、歌手や演奏家は地元のプロに依頼し、手頃な料金を実現。ウエーターやエートレスも、百貨店の売り場担当などの従業員

を飽きさせない店を目指しています」と言います。高品質なファッショナブルな宝飾品、骨董品、フレンチの惣菜を置く一方で、大きな100円ショップ、プリクラコーナーも。

「従来の百貨店らしさにこだわり過ぎず、お客様それぞれの『非日常』を柔軟に楽しんでもらえたらいと思っています」。

「物を効率よく買えるだけのショッピングセンターになり、街に熱気が感じられてうれしいです。設備投資に対しなかなか売上は見合いませんが、街には必要な場所です」と成澤さんは言います。

「物を効率よく買えるだけのショッピングセンターと差別化し、訪れるだけで楽しい、エンターテインメント性のある店にならなくてはと思っています。でも無理をし過ぎなくてはいけません。ディナーショーなら、全国区の歌手が来なくとも、料理が一流でさら音楽まで楽しめると喜んでもらえるのです。地元の資源を生かして少し工夫すれば、お客様に十分満足していただけることが多いと思います」。

## 失敗を恐れずまず挑戦。計画・改善も現場で

リニューアル前の清水屋は、トップダウンが徹底しており、従業員に意見を聞く風潮がありませんでした。しかし、「百貨店で一番大事なのは現場。現場の話、悩みを聞くことだけで、お客様のさまざまな動向が分かれます」と成澤さん。従業員に売り場作りの意見を聞き、日常的に行うイベントの企画をどんどん出すように促しており、従業員が考えた企画は基本的に実行させています。「企画の実

員が、当番で担当しています。また、近年は百貨店駐車場の一部を使い、バーを併設したライブハウスもオープン。地元のミュージシャンが出演のほか運営にも関わり、東京から有名なアーティストを招待することもあります。夜の賑わいが少なかった街ですが、若者が夜集まるようになり、街に熱気が感じられてうれしいです。設備投資に対しなかなか売上は見合いませんが、街には必要な場所です」と成澤さんは言います。

「物を効率よく買えるだけのショッピングセンターと差別化し、訪れるだけで楽しい、エンターテインメント性のある店にならなくてはいけません。でも無理をし過ぎなくてはいけません。ディナーショーなら、全国区の歌手が来なくとも、料理が一流でさら音楽まで楽しめると喜んでもらえるのです。地元の資源を生かして少し工夫すれば、お客様に十分満足していただけることが多いと思います」。



清水屋では週に3日、人力車による送迎、観光案内サービスも。酒田市の魅力を市内外にPRする活動を自主的に行っていた斎藤 望さんの存在を成澤さんが知り、清水屋でバックアップ。約150万円の人力車も購入しました

成澤さんは今、大小の企画や店作りについて、「計画・実行し、問題の原因を追究し、改善する」という関係者で解決策を考え、軌道修正するまでの時間も短くなりました。

成澤さんは今、大小の企画や店作りについて、「計画・実行し、問題の原因を追究し、改善する」という関係者で解決策を考え、軌道修正するまでの時間も短くなりました。

### ✓ 印刷会社による地域活性化とは

今回の地域活性化事例は、いずれの担い手も「強い当事者意識と主体性」「長期的な視点」「地域の他の主体や文化と結び付き、拡張していること」がポイントとなっていました。

地域のさまざまなお客様を持ち、印刷物の発行を通じて地域資源に触れ、詳しく知ることが可能な印刷会社こそ、これらを意識することで、地域の活性化に一層貢献できます。

墨田区のある印刷会社では、区の飲食店を巻き込み、来場者に食べ歩きを楽しんでもらう「すみだバルウォーク」というイベントを企画・運営しています。また別の地域には、地元の魅力を伝える「散策マップ」や地元に関わる書籍の発行を自ら行っている印刷会社もあります。

地域文化の発信を担う印刷会社は、活性化の重要な存在です。宇都宮市の例のように、印刷会社への期待は大きなものがあります。地域のボランティアや、町づくりの意見交換の場への参加など、まずは地域を盛り上げる志のある人たちとともに、情報を得ることで、地域貢献において、気づいていなかった自社ならではの力が見えてくるのでは



暮らしや仕事の楽しみを深める  
さまざまな情報をお届けします。

氷上の戦いが熱いシーズンに突入!

## テレビ観戦のポイントを知って フィギュアスケートをもっと楽しもう!

休養していた浅田 真央選手が一年ぶりに復帰し、羽生 結弦選手が「陰陽師」で和風のプログラムにチャレンジするなど、何かと話題の多いフィギュアスケート。「キレイだな」とは思いつつも、詳しいルールを知らずに見ている人も多いのではないでしょうか。基本のルールから観戦のポイントまで、テレビ観戦が楽しくなるミニ知識をご紹介します。

### 日本人選手の強さの裏にあるものとは?

2006年のトリノオリンピックで荒川 静香さんが金メダルを取ってから、ますます国内で絶大な人気を誇るスポーツとなつたフィギュアスケート。その後も浅田 真央選手がバンクーバーオリンピックで銀メダル、高橋 大輔さんが銅メダル、ソチオリンピックでは羽生 結弦選手が金メダルを獲得するなど、日本人選手の躍進が続いています。この強さはどこから来るのでしょうか?

日本スケート連盟では毎年、8~12歳の有望小学生スケーターを全国から集めて合宿を行っています。通称「野辺山合宿」といわれるこの合宿では、スケーティングやジャンプなど氷上の練習に加えて、陸上トレーニングやリズムと表現のレッスンなどを実施。海外のメダリストから直接レッスンを受け、インタビュー時の話し方など試合以外のマナーを学ぶ機会もあり、いわば「エリートスケーターの登竜門」となっています。加えて日本人をはじめアジアの選手は練習熱心で、コーチのアドバイスに素直に耳を傾けることから、ロシアやアメリカなど強豪国のコーチ陣からも「指導してみたい」と人気があるのだそう。今後も有力な選手がたくさん登場しそうです。

### 知っているとより楽しめる、フィギュアの基本ルール

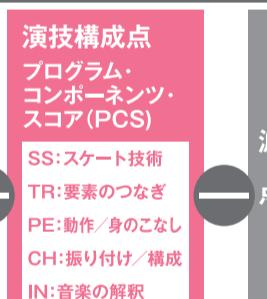
フィギュアスケートは「ショートプログラム」と「フリースケーティング」の2つのプログラムを2日に分けて行い、総合得点を競います。採点は「技術点(テクニカル・エレメンツ・スコア:TES)」と「演技構成点(プログラム・コンポーネンツ・スコア:PCS)」の2つに分かれています。「技術点」は、ジャンプやスピining、ステップなど「技」の難易度で「基礎点」が設定され、さらに、技一つひとつの出来栄えに応じて+3から-3まで7段階の評価が「出来栄え点(GOE)」として加算されます。

一方、「演技構成点」は、プログラム全体を通してスケーティング技術や技と技の間の「つなぎ」、音楽の解釈などを5項目で評価するもので、全体の得点は、「技術点」と「演技構成点」を足し、転倒などの減点を引いたものになります。

さらに、「同じ種類のジャンプを単発で2回以上跳んではいけない」

### フィギュアスケートの採点方法

総得点(ショートプログラム、フリースケーティングともそれぞれこの基準で採点)



「同じ種類のジャンプを2回入れる場合は、どちらかをコンビネーションジャンプにしなければならない」「ジャンプの回転数が足りないと、アンダーローテーション(回転の不足分が1/4回転以上1/2回転未満)と判定され、そのジャンプの基礎点の70%の得点しか認められない。また、大幅に足りていないダウングレード判定(回転の不足分が1/2回転以上)は、その回転数から1回転少ない同じ種類のジャンプの基礎点となってしまう」「スピニングの入りで転倒などのミスをすると、そのスピニングの基礎点がもらえない場合がある」などの細かなルールが定められており、時代に合わせて改定が加えられています。

### 少しでも多く得点を稼ぐための、選手の「作戦」とは

得点を1ポイントでも多く稼ごうと、選手たちはさまざまな工夫をしています。まず、数年前にルールが改正され、体力を消耗するプログラムの後半に跳ぶジャンプの基礎点は1.1倍になりました。このルールを今シーズン大いに活用したのが、ジュニアからシニアに上がったばかりの16歳、ロシアのエフゲニア・メドベデワ選手です。ショートプログラムの前半をスピニングとステップに使い、3つのジャンプは後半に跳んで高い技術点を稼いでいます。

技術点では、流れるようにジャンプを跳ぶ、ステップの後すぐ跳ぶ、独創的な姿勢でスピニングを行うなど、技自体をひと工夫して「出来栄え点(GOE)」を増やすことも有効です。例えば羽生選手は、難しいジャンプのすぐ前とすぐ後に「イーグル」という、両足を大きく開いて横に滑る動きを入れることで、高い加点を得ています。また宮原 知子選手は、よくプログラムの終盤に反時計回りと時計回り、両方向へのスピニングを入れていますが、彼女ならではの見せ場として高く評価されています。

### 6種類のジャンプの難易度と見分け方

基礎点 (3回転の場合 の点数)	ジャンプ名	見分けるポイント
高 8.5	アクセル/ AXEL	6種類のジャンプの中で、唯一前を向いて跳ぶジャンプ。回転数も他のジャンプより1/2回転多い。
6.0	ルッツ/ LUTZ	左足「外側」のエッジに乗って後ろ向きに滑走しながら、右足のトウ(つま先)を氷に突き刺して跳ぶ。左足「内側」のエッジに体重を乗せてしまうと「正しくないエッジ」と判定され、減点対象に。
5.3	フリップ/ FLIP	ルッツに似ているが、左足「内側」のエッジに乗って滑走し、右足のトウを突いて跳ぶ。前向きに滑ってきて跳ぶ直前にくるっと後ろを向いてジャンプすることが多い。
5.1	ループ/ LOOP	トウではなく、エッジ(スケート靴の刃の部分)で踏み切るジャンプのひとつ。脚をクロスさせる動きがあり、跳ぶ瞬間に「イスに腰かけた格好」に見えるのが特徴。
4.4	サルコウ/ SALCHOW	ループ同様、エッジで踏み切るジャンプ。跳び上がる瞬間に両足が「ハ」の字に見えるのが特徴。
4.3	トゥループ/ TOE LOOP	ルッツ/フリップとは逆で、左足のトウを突いて踏み切るジャンプ。滑ってきた軌道を生かして跳ぶので最も飛びやすいとされる。



写真は道家フィギュアスケートチーム 林 論さん(左)、山勢 結香さん(右上)、稻崎 実穂さん(右下)

一方では、難しいジャンプを確実に決めて高い基礎点を稼ぐ「作戦」もあります。例えば浅田 真央選手が復帰初戦のショートプログラムに入れたのは、6種類の三回転ジャンプのうち、難しいほうから4種類。一つはもちろんトリプルアクセルでした。男子は、一つのプログラムで四回転ジャンプを2本ないし2種類、3種類跳ぶことも珍しくなっており、中には今年シニアにデビューした中国の金 博洋選手のように四回転ルッツという大技を成功させたり、宇野 昌磨選手のようにプログラム後半に四回転のコンビネーション・ジャンプを入れたりする選手も登場しています。

テレビのデータ放送では、選手たちがどんな技を予定しているか、要素の構成表を公開していることもあります。構成表で選手それぞれの「作戦」を考えるのも楽しいのではないでしょうか。

### 3月の世界選手権は演技とともに「出場枠」にも注目!

シーズン始めから技を磨き、プログラムの完成度を高めてきた選手たち。彼らが最終的に出場を目指すのが、毎年3~4月に開催の「世界フィギュアスケート選手権大会」です。実はこの大会、誰でも出場できるわけではなく、国ごとに「出場枠」が決められています。この「出場枠」は、前年の同じ大会の成績によって決まるのです。

一番多い「3枠」を獲得するには、男女シングルは、上位2名の合計順位が13位以内であることが条件となります。昨年の世界フィギュアでは宮原 知子選手が2位、本郷 理華選手が6位で合計8となり、女子は見事3枠を獲得しましたが、男子は出場選手の順位がそろわざ2枠となってしまいました。今年3月の世界フィギュアは2017年の世界フィギュア(開催地:ヘルシンキ)の出場枠を決める大切な試合です。さらに、2017年の世界フィギュアは2018年の世界フィギュアの出場枠に加え、2018年のピョンチャンオリンピックの出場枠をも決める大切な試合なのです。

シーズン最後を「ベストな演技」で締めくくるとともに、自国の「出場枠」もかけて競うという、選手にとって重要な意味を持つ世界フィギュア。ぜひ男女とも、3枠を目指して頑張ってほしいですね。

### これからテレビ観戦できる主なフィギュアスケート競技大会(予定)

大会名称	開催日程	開催場所
四大陸選手権大会	2016年2月16日 ~ 2月21日	台湾・台北
世界ジュニアフィギュアスケート選手権大会	2016年3月14日 ~ 3月20日	ハンガリー・デブレツェン
世界フィギュアスケート選手権大会	2016年3月28日 ~ 4月3日	アメリカ・ボストン

※テレビ放映の日程、時間などはご自身でお確かめください。

監修・取材協力:道家 豊(日本フィギュアスケートインストラクター協会副会長)/林 論(道家フィギュアスケートチーム)  
写真提供:道家フィギュアスケートチーム

**FUJIFILM**  
Value from Innovation

**安心の「違い」、使うほどに実感。**

**富士フィルム〈感圧紙〉**

**印刷適性が違います。**  
発色剤から関連薬品まですべてを自社開発。

**印刷の作業性が違います。**  
徹底した検査でいつでも同じ高い品質を実現。



**FUJIFILM**  
Value from Innovation

**CREATIVITY.  
EVERY DAY.**

**X-T10**

FUJIFILM X-T10 スペシャルサイト公開中  
<http://fujifilm-x.com/x-t10/ja/>

ウェブサイトで読者アンケートを実施しています。充実した誌面づくりのために、ぜひご協力ください。  
<http://fbs.fujifilm.co.jp/> Magazine GCはウェブサイトでもご覧いただけます。

編集・発行 富士フィルム ビジネスサプライ株式会社 東京本社 〒106-0031東京都港区西麻布2-26-30 富士フィルム西麻布ビル TEL:03-5468-1705  
編集協力・印刷 富士フィルム ビジネスエキスパート株式会社