

Fitness Industry Association

発行: (社)日本フィットネス産業協会
TEL.03-5207-6107
FAX.03-5207-6108
E-mail. ftys@fia.or.jp
http://www.fia.or.jp

NEWS

編集: (株)クラブビジネスジャパン
フィットネスビジネス編集部
TEL:03-5459-2841
FAX.03-3770-8744
E-mail.info@fitnessclub.jp
http://www.fitnessclub.jp

Topics

トピックス

7月20日(水)、弘済会館(東京・麹町)にて、FIAも加盟しているスポーツ健康産業団体連合会主催「第7回シンポジウム 震災復興とスポーツの底力」が開催された。このなかで行われたパネルディスカッションの様相を紹介したい。パネリストは株式会社ジェイティービー地域交流ビジネス統括部長 加藤誠氏、総合ユニコム株式会社企画事業部課長 近藤みちよ氏、株式会社クラブビジネスジャパン代表取締役社長 古屋武範氏、コーディネーターは社団法人日本観光振興協会常務理事 丁野朗氏である。(以下、敬称略)

社団法人スポーツ健康産業団体連合会

第7回シンポジウム

「震災復興とスポーツの底力」

パネルディスカッション

○丁野…今回の「なでしこジャパン」の快挙も素晴らしかったですが、6月のウィンブルドン2回戦での伊達公子さんとヴィーナスウィリアムスの熱闘には感動しました。伊達さんは試合後のインタビューで、「技術は永遠に未完成。だから限界は自分で決めるもの」と仰っていましたが、まさにスポーツの底力を感じさせる言葉ではないでしょうか。

大震災後、私たちはスポーツがもつ多様な可能性について、改めて発見をしたように思います。そこで本日は、スポーツが本来もっている「底力」とは何か、その底力を、これからのスポーツや観光振興にどのように活かしていくべきなのかという点を中心にディスカッションしてみたいと思います。

スポーツも観光産業もすでに成熟産業であり、消費者の求める価値とのミスマッチも起きています。平時には、明確に意識していなかったかも知れませんが、震災後のこれから、私たちは未来をどう切り開いていけばいいのか、単なる復興を超えて、再生や新たな創生をどのように進めていけばいいのか、といった点について踏み込んだ議論ができればと思います。

では早速ですが加藤さんから、スポーツの可能性、底力とは何か？についてお話いただけますか？

●加藤…このような大震災では、我々旅行業、ツーリズム産業がさまざまな取り組みを行っても、すぐさま被災地の方が元気になってくれるということは難しいでしょう。一方、4月29日に行われた野球の東北楽天ゴールデンイーグルスやサッカーのペガルタ仙台の本拠や開幕試合は被災地の方の顔を明るくし、たくさんの方に元気を与えたようです。また、なでしこジャパンがワールドカップで優勝したことについて、被災地の方にインタビューしている光景を見ましたが、皆さん、その知らせを聞いて「暗い生活のなかで、明るさをもたらした」と話していました。これはまさにスポーツの底力ではないでしょうか。スポーツはプレイだけではなく、見るだけでも心がわくわくし、元気になるのです。

また、仙台での開幕試合では、私たちは観光庁、農林水産省と一緒に物産などを販売しました。スポーツを中心にさまざまなイベントも行うことができるのです。このように、ほかの事業と融合できることもスポーツの底力であると思います。

さらに、地域のプロスポーツチームや地域に根差したスポーツは、まさに地域のアイデンティティそのものです。自分と一体になることができるのです。そのチームが勝てば、自分が勝ったかのように嬉しい。こういうものはほかにはあまりないのではないのでしょうか。自分の地の特産品がおいしく感じる感動よりも、むしろ「自分が応援しているチームが勝った」という、その感動のほうがかはるかに大きいということがあります。このように、スポーツは人の心を揺さぶることができます。これも底力でしょう。

旅には5つの力があるといわれています。1. 文化の力。多様な国や地域の歴史や自然、伝統文化を育成・保存・振興できます。2. 経済の力。交流人口の拡大によって、雇用の創出や経済波及効果を生みだし、国・地域の振興に寄与できます。まさにこれをもって私たちは現在東北の復興にあたっています。3. 教育の力。自然や人との触れ合いを通じた人間形成の機会が旅にはあります。4. 健康の力。転地効果という医学用語があります。これは、旅などで移動すると気持ちが高揚し、βドーパミンというものが体内で生成され健康になるといわれています。5. 交流の力。さまざまな国の方とコミュニケーションをとることによって、安全で平和な社会をつくることに貢

献できます。これら5つの力を旅の力と呼んでいます。

しかし、これをそのままスポーツに置き換えてみることもできるのではないのでしょうか。“文化の力”の側面であれば、まさにスポーツは地域の歴史文化を背負っているといえます。オリンピックもそうですね。ひとつの文化です。また、試合を開催することによって、地域に経済効果を促すこともできます。人を敬う、先輩、後輩への接し方などを学べる、教育の力もスポーツにはあります。そして当然ですが健康の力もあります。さらに交流の力もあるでしょう。世界大会や、国内でも戦うことによってコミュニケーションが生まれ、友情が芽生えるきっかけになるからです。このように、スポーツには旅と同じ、またはそれ以上の力があると思います。

○丁野…私もそう思っていました。例えば、山形のサッカーチームにモンテディオ山形というチームがあります。プロスポーツの試合はホーム&アウェイ方式で、それぞれのチーム・地域のファンがお互いに交流しています。そこで山形では、山形を訪ねて来られるアウェイチームのファンの皆さんを観光にどんどんご案内しようではないかということで、県をあげて取り組まれています。スポーツと観光は、このようなかたちでもつながりますね。

続いて、近藤さん、お願いします。

●近藤…皆さん、こんにちは。本日は加藤さまが観光、そして古屋さまがスポーツ担当ですが、私はその中間の“レジャー”という広い切り口で取材活動をしています。私の立場からは、スポーツの底力というよりは“スポーツ・レジャー事業界の底力”というものがこれからどうなるのかを考えてみたいと思います。

私たちは『月刊レジャー産業資料』という雑誌を出しています。取材をするなかで、スポーツも趣味も、何かに特化する傾向が伺えます。生活者が、好きなものは好き、嫌いな物は嫌い、こだわるものはこだわる、という時代になってきたと感じています。こうした傾向が震災を機によりはっきりしてきたように思います。

今は、本当にスポーツ事業界の底力が試されているときです。原発問題もあり、野外の安全性についても問われています。そのようななかで、安全に指導できて、しかも楽しさを提供できる、そのような経営環境が本当にこの場にあるのかどうか試されているのです。産業界に求められるものは、先ほども申しました生活者の意識の変化に則したサービスの提供ができていますか、でしょうか。

私は6月2日に石巻を訪れました。思っている以上に被害は大きく、言葉も出ない状況でした。こちらはスポーツアカデミーさまの店舗前で撮った写真ですが、屋根まで津波が襲ってきたことがわかります。そのようななかでも元気な場所がありました。「カーブス石巻大街道店」さまです。取材に行ったときには、大体70歳前後のご婦人の方が6名、元気に運動されていました。そのなかの何名かの方は避難生活をされていたり、ご家族を亡くされた方もおいででした。でも、店舗内には「自分の身

体を大切にし、自分の身体で逃げましょう」という看板が立ててあったり、「自分の足で逃げるためには、太ももの筋肉が大事」と、地域の惨状に目をそむけることなく打ち出されていたことに、なるほどと思いましたね。壁の貼り紙には、震災太りや震災ストレス障害についての情報が載っていました。会員さまはもちろん運動したい、スポーツをしたいという気持ちもありますが、まだ自粛ムードもあります。そのようななかで、女性の心理をくすぐるうまい打ち出し方をして、ビジネスチャンスに変えているのです。こういうことこそ今すぐ大切なのではないか、このようなことをダイレクトにやってもいいのではないかと感心しました。

震災前震災後、3月についてはどこの業界についても非常に悪い数字が出ています。しかし、耳に入って来る主要企業さまの動向では4月以降大分戻って来ていると聞きます。例えばパチンコ業界です。震災後は30%まで売り上げが減少したそうですが、現在は90%以上に戻りました。私が思うに、社会貢献的な自粛ムードはありますが、そのなかでも遊びたい人は遊びたいし、スポーツしたい人はスポーツしたいのです。私もフィットネスクラブに震災直後の休業期間を経て営業再開後すぐに行きました。するといつものメンバーがいて、「よかったね、開いてくれて」という声を聞きました。このように、そのような場を提供する側が、安全にそのニーズに適した場やサービスを提供し続ける大切さを実感しました。

しかし、長期的なトレンドで見れば、すべてのレジャー業界が下降トレンドになっており、さらに今年もそうなりそうです。人口も減り、市場ニーズも拡散していくなかで、これから事業者がどういうサービスを提供できるかという底力が試される、難しい時代に入っていくでしょう。

では、実際にどのように人の意識が変わったのかについて、「震災後の生活者意識の変化」という、電通総研さまや新生銀行さまが出した資料をご紹介します。

安全志向、節電、節約、無駄の排除やメリハリなど、明らかに志向が変わってきています。消費については、サラリーマンの遣えるお金が少なくなってきており、その影響で昼食にかける費用が減らされています。その平均は490円だそうです。そのように、限られたお金をスポーツに使う、というかなり究極な状態に入ってきているのです。私たちもこれからそのような部分を意識して、しっかり取材をしていきたいと思えます。

○丁野…資料のなかにもありますが、震災後のヒトの意識変化のなかで、いわゆるエシカル(社会貢献)志向は、阪神淡路以来の傾向ですが、これからの大きなトレンドになるかも知れませんね。ありがとうございました。

では、次に古屋さん、お願いします。

●古屋…こんにちは。私はフィットネス業界に属していますので、フィットネスの底力、フィットネスの可能性ということについて

とお話したいと思います。まずは、動画をつくりましたので、そちらをご覧くださいませう。

～動画(You Tube「フィットネス感動ムービー2011」～

(※You Tubeで検索いただくをご覧くださいませ)

本日ご参加された方のなかにも、スポーツをされる方が多くいらっしゃると思いますから、こちらの動画を見て、何かをそれぞれに感じていただけたのではないかと思います。

なでしこジャパンは本当に奇跡的な活躍をしましたね。この“キセキ”という文字にちなんで、私なりに感じるスポーツの可能性を簡単にお話したいと思います。

まず、奇跡の「キ」は、“絆”です。スポーツをともにやっていた仲間というのは一生の仲間ですよ。これは貴重なことです。また、仲間のつくり方自体をスポーツで覚えたという方も多いのではないのでしょうか？ スポーツにはそのような力があります。先日業界のフットサル大会があったのですが、普段は切磋琢磨しているライバル企業同士ですが、すぐに打ち解けることができました。そして、大会後の居酒屋で「まだフィットネス人口は少ないので、これからがんばっていかないとイケないね」ということで意気投合、熱く語り合いました。

さらに、皆さんは『インビクタス』という映画をご覧になったことがありますか？ 南アフリカのネルソン・マンデラ元大統領が、ラグビーというスポーツを通して人種差別が残っている国家を融和し、さらにそのチームは1995年のワールドカップで劇的な優勝を遂げるまでになった、というストーリーの映画です。スポーツにはそのような力もあるのです。

奇跡の「セ」は“精神”です。健全な精神は健全な肉体に宿るといいます。もともと意味は少し違うようですが、肉体と精神はつながっているというのは、皆さん経験的にご存じかと思います。やはり身体が元気でないと何事にもやる気が起きませんから、身体をつくることは大事です。今回の震災でも、体力の必要性を感じた方が多くいたのではないのでしょうか。

最後の「キ」は“気晴らし”です。これはもともとスポーツの語源でもあり、大切なものです。スポーツでリフレッシュすることができるのです。ここで、フィットネスクラブが募集した、ある会員さまの作文をご紹介します。その方はご主人を交通事故で亡くされ、悲しみのあまり引きこもりになってしまいました。そこに、フィットネスクラブのスイミングを利用されていたご近所の方が訪れ、「一緒に泳ごうよ」とお誘いしたところ、スイミングにだけ通うようになりました。すると、泳いでいるうちに辛い思いも徐々に薄まり、以前の状態に戻っていったそうです。そうした力がスポーツにはあるのです。

スポーツには“絆”、“精神”、“気晴らし”、この3つの底力があるのではないかと思います。

○丁野…実に古屋さんらしい、琴線にふれるお話でした。ありがとうございます。ここまでの部分で、皆さんからスポーツや観光がもつさまざまな可能性＝底力についてお話いただきましたが、それでは次に、今まで見落としていたこうした魅力

や可能性を、スポーツや観光の再生、創生にどのようにつなげていけばよいのか、少し未来志向のご提案をいただきたいと思います。

今度は近藤さんからお願いいたします。

●近藤…私は引き続き、スポーツ事業界についてお話しさせていただきます。先ほどの内容の繰り返しになりますが、スポーツのもっている可能性はとても大きいと思います。

スポーツ事業界として、これから考えなければならないことはたくさんあります。ひとつは、人口動態です。一般的にこれからは“少子高齢化”といわれていますが、要するに、生産をしない高齢者が増え、消費をしない若者が増えるということです。これは非常に危険です。

資料のなかに、「スポーツレジャー事業の取材から聞こえてくる声」ということで記載したものがありますが、「備える、変革する、見直す」という言葉をよく聞くようになりました。経営について備える、身を縮めて経営に備える、やり直す、ということです。その対策のひとつとして節電があります。併せてコスト削減、競争に備えた過剰サービスの見直しもよく聞きますね。少し前の景気のいいときに、かなりいろいろなサービスを付加してお客さまに至れり尽くせりのサービスをしてきたところを見直しているのです。クラブ業界では、フロントをセルフ式にするなどの効率化を何年も前にされていますね。しかし、これからはほかの部分でももう少し効率化し、コスト削減を行おうという流れになっています。

変革については、サービスシステムの変更、高齢者対策、競争の脱却などがあります。こちらの事例をご紹介します。事業構造の改革ということで、長期滞在の話があります。北海道の阿寒湖のある観光グループでも、長期滞在への変更が行われています。先ほどの消費をみてもらえれば、「長期滞在なんて本当にできるの？」という話もあるかと思います。また、「休暇が分散しているのに家族が一緒に行ける日なんてあるの？」というご意見もありそうですね。この観光グループにも、「本当にお客さまは来るんですか？」と聞いたところ、「阿寒湖の観光客は以前は100万人いたところが、ここ3～5年で半分近くになってしまった。当ホテルの長期滞在の取り組みは、さまざまなニーズに対応し客室を埋めるための戦略です」とおっしゃられていました。長期滞在のプランでは、料金システムも変更し、ルームチャージのみのかたちにしたそうです。そして、冷蔵庫の上に電子レンジを置き、シンクも付けました。このように高級旅館も変わり始めています。

さらに、高齢化していくなかでゴルフ練習場もスペースを広くして、ゆっくり滞在してもらおう方向に変わってきました。「サンソフィアゴルフクラブ」さまでもそのようなことに取り組まれています。通常ゴルフ練習場の打席代は均一ですが、時間がある方が長期に打席に滞在される場合は打席にも課金することにしました。また、スキー場も大量に集客する方法を止めて、学校団体や競技者向けにターゲットを絞り成功しているス

キ一場も出てきています。これもひとつの例としては面白いと思います。

お客さまのセグメントも、“お金を遣える人”と“お金を遣えない人”に分ける業態が多くなりました。今までは年齢により分けていたものが、「お金を遣える人にはこう」「遣えない人にはこう」というように変更されています。年齢ではなく、巷間でよくいわれる「エシカル」という言葉のように、“エコを学ぶ”や“自分磨き”“趣味”などの趣味嗜好に価値訴求するようになったのです。

さらに、施設側はただプレイする場としてだけではなく、どれだけお客さまに選ばれ、そして共感してもらえるか、ということに重点を置くようになりました。そして、そのようにお客さまがもう一度来なくなる施設をつくるのに、やはり重要なのは“人”であるといわれています。取材でもかなりの確率で「最後は人ですよ」ということで話が終わります。例えば、先ほどのゴルフ場グループでは「また来たい」と思わせる顧客対応のためにミッションを行っており、お客さまに12の約束をしてそれを具体的に実行しています。

また、クリスタルプランニングさまというテニススクール事業を行っている企業があるのですが、テニススクール業界があまりよくないなかで、約3,000人も集めています。サービス業として、コーチの育成やフロントの教育を行っており、コーチの教育では、「変な歩き方はみっともないから」ということで、歩き方まで指導しているのです。

このように、産業界の見直し、変革を小まめにやっていくことがこれから必要なのではないかと思います。

○丁野…冒頭にご指摘いただいたように、本格的な人口減少社会においては、これまでのような、ただ参加人口を増やすという数量的な評価よりも、顧客満足を高めてリピーターを増やしたり、滞在時間を長期化して、じっくりと楽しんでいただくような仕組みづくりが大切、といったご指摘だと思います。ありがとうございました。

次に加藤さん、お願いいたします。

●加藤…旅行形態は、ライフスタイルが変化してきているため、物見遊山型の観光から目的志向型のものへのニーズが非常に高まっています。特に、最近では「山ガール」「釣りガール」なども出てきたように、「旅＋スポーツ」という新たなニーズが高まっています。そのため、我々観光業としてもそのようなものを次々市場に提供することによって、観光業界とスポーツ業界をつなぐ橋渡しができるのではないかと考えています。

また、震災で休暇の取り方が変わってきており、長期休暇をとる方も増えてきました。市場はまだ大きくないですが、わが社においても10泊の国内旅行がかなり増えています。北海道でのロングステイプランにも、すでに3,000名ぐらいの方が申込みをされています。これまでこんな状況はありませんでした。

軽井沢プリンスホテルさまなども、5月過ぎから営業を開始し、既に夏は満室で、宿泊客の多くは6～7泊の方だそうです。

○丁野…長期滞在をベースとした観光では、滞在先での楽しみ、例えばスポーツやアートといった、じっくりと楽しめるような受け皿とプログラムが重要になるということですね。

続いて古屋さん、お願いします。

●古屋…イノベーションでビジネスを起こすという可能性はいくらでもあると思います。私たちはスポーツマン、フィットネスマンであると同時にスポーツ・ビジネスマン、フィットネス・ビジネスマンでもあるわけです。こういう自覚をまずもつことが大事だと思います。震災を言い訳にせず、逆に先ほどのカーブさまのように利用するぐらいで事業に臨むべきでしょう。また、JTBさまも震災後早くも4月1日から「がんばれ東北応援キャンペーン」などを行っていますね。ビジネスマンであるのだから、積極的に生活者の心理状態を察知し、そこで利害関係者が皆ハッピーになるようなビジネスのスキームをつくり、事業に臨むことが大事になるのではないのでしょうか。そのときにキーワードになるのは、「利益連動型社会貢献事業」です。英語でCase Related Marketing、略してCRMといいますが、利益と連動させて社会貢献をどう行っていくのか、という視点をもってビジネスを創造していけば、いろいろな切り口があると思います。これは新規事業だけでなく、既存の事業に関してもいくらでも活性化できるアイデアがあるはずですよ。

例えば、私たちの業界で既存事業として行っている事例でいえば、「一回利用するごとに10円を支援金として東北に送る」という取り組みがあります。フィットネスクラブでは利用率と定着率が相関関係にあり、利用してもらわなければ定着も進まないわけですから、そういう意味でも、とても合理性があるシステムだと思います。

また、個人的には、今回の震災で歩けることの大事さに気付いた方が多いでしょうから、チャリティウォークのようなイベントを行うのはどうでしょうか。競歩のコーチを講師として招き、正しい歩き方を教えていただくのです。例えば観光地までの長距離を歩くようなイベントもいいのではないかと思います。ゴール地点の温泉宿に宿泊するのもいいでしょう。京都大学の森谷先生がおっしゃっていましたが、早歩きの方は長生きするそうです。そのようなエビデンスもあるわけですから。

新規事業では、アウトドアフィットネスクラブを葉山で運営している会社があるのですが、ブレイクイーブンとなる会員数が200名弱ぐらいのなか、現在約500名が会員登録しています。代々木公園で行っているアウトドアフィットネスクラブには、さらに多くの会員が登録しています。40坪ぐらいでランニングコストもあまりかからずに大きく利益をあげているのです。こういうアウトドアフィットネスはゴルフ場を拠点に行ってもいいですし、地方の公園、山、海のそばにクラブハウスをつくって行っても大丈夫でしょう。

これは地域の活性化や観光の振興にもつながるはずで。

さらに、我々の業界で新規事業で始まっているのがデイスービスです。これは午前・午後各2～3時間行われるのですが、夕方以降は時間が余るのです。ここを活用し、オーナーが格闘技を趣味にしていたら格闘技ジムにすればいいでしょうし、周囲にサーキットトレーニングをされたらいいと思うような方が多ければそれをするのもよいでしょう。そういうことで成功している人が、今たくさん出てきています。また、千葉の海沿いにフットサルコートなどのスポーツ施設を売りにした、宿泊型のリゾート&レジャー型の施設を運営している知人もいます。

このように、いろいろとスポーツやフィットネスを活かした新規事業はあるはずなのです。しかし、成功には条件があります。まずその事業を自分が本気で好きなのか、やるべき使命感があるのかということです。さらに、スポーツやフィットネスを極めていることに加え、もうひとつほかの専門をもつべきだとも思います。例えば、宅建の資格をとって不動産開発のノウハウをもっているだとか、マーケティングの勉強をしているとか、または英語ができるとか、ICTに詳しくプログラミングまでできるとか、あるいは旅行を主任者の資格をとって、ツアーコーディネイトまでできるなど、専門以外に1つや2つの勉強しておくべきでしょう。あとは実践力ですね。勇気をもってやる、成功するまでやり続ける、ということが大切になると思います。

さらにもうひとつ大切なこととして、私たちは生産者であり消費者でもあるので、無意味な自粛をしたりせず、自分たちも消費者としてスポーツをどんどん行いましょう。これにより、一般の生活者の気持ちもわかりますから、それはビジネスにもきつと活かせます。特に日本の場合、フィットネスの参加人口を一番妨げている外的要因は労働環境にあると思います。働き過ぎなのです。私の会社では、週に1日、3時間ならどこでもフィットネスを行っていいという“フィットネスデイ”制度を設けています。そういうことを主体的に行い、まずは自分たちでフィットネスを行っていきましょう。

○T野…皆さんありがとうございました。最後に一言ずつ、話し足りなかった部分やメッセージなどをお願いします。

●加藤…私は今日、また改めてスポーツの底力に気がきました。生活において、やる気や元気を与えてくれるのはスポーツです。ワールドカップやオリンピックなどには海外旅行に行かない若い世代を外に連れ出す力があります。これを実践するのは私たち観光業界でしょう。さらに、スポーツは何より生活だけでなく、ビジネスにも強い。例えば、わが社も含め、体育会系の学生を採用する企業は多いと思います。それはスポーツで培われた礼儀正しさや根性が身に付いているからです。これもスポーツの底力でしょう。旅の“5つの力”にプラスして、これらの力がスポーツの底力としてであると改めて感じました。

●近藤…現在の生活様式が量から質へ、個性から専門性へ、

またallからselectへと変わってきているのは明らかです。

そこで、スポーツの底力を事業者サイドがどう活かすかということについてひとつ事例を挙げたいと思います。

「フィットネスクラブピノス」というフィットネスクラブさまがあるのですが、ここはオープンから会費を一切下げていないどころか、ずっと値上げしてきています。大人のバス送迎も行い、地域に密着した圧倒的な強さをもっているのです。さらに会員のサポートも強化されており、「あっ、そういうアプローチでくるのか」ということを思わせる施設で、素直にすごいと感じました。震災後に身体の重要性に気が付き、スポーツの必要性が認識されてきている今、消費者のニーズを裏切らず、ピノスさまのように「なるほど」という感動サービスを与えることが重要なのだと思います。

また、これからも私たちに取材機会を与えていただけてますと幸いです。

●古屋…チャップリンはこういいました。「日々の生活に必要なのは“ユーモア”である。人生に必要なのは、“希望と勇気と少々のお金”である」と。私は「日々の暮らしに必要なものは“スポーツ”である。人生に必要なのは“元気と勇気と仲間たち”である」と言いたいです。

また、最後に少し耳の痛い話もさせていただきます。スポーツ選手は一般的に経営が苦手だと思います。ですから、これからはもっとスポーツ以外のことも勉強しないとイケないでしょう。また、スポーツをしない人の気持ちに立つことも大切だと思います。きっとそこから事業を成立させるエッセンスやアイデアも出てくるはずですから。

○T野…ありがとうございました。3人の方がそれぞれに「まとめ」をしていただきましたので、私からはあえて今日の議論を繰り返しません、最後に感想を一言述べさせていただきます。

『レジャー白書』によれば、スポーツや観光の参加率や売上げのピークはバブル崩壊から少し遅れた平成8年(1996年)ごろです。この最盛期までの事業モデル・ビジネスモデルから業界は未だ抜け切っていません。震災は、日本経済や社会に大きな爪あとを残しましたが、今私たちは、単なる「復興」ではなく、次の時代に向かって、何かを新たに創出しなければならぬ局面に立たされていると思います。本日のテーマ、スポーツや観光の底力とは何か。改めてその意味や可能性を踏まえ、次の新たな創造につなげていくための仕組みづくりが求められているのだと思います。今日はまさに、そのようなテーマであったと思います。

今日は観光の話もいろいろと出ました。本来は、旅に出たらその地域にゆっくり滞在して、そこでスポーツもしたい、アートにも触れたいと思うはずで。それが、これまでの日本ではなかなかできなかった。ヨーロッパでは3週間といった長期の休暇をとることが生活習慣となっているので、旅先で

ゆっくりスポーツしたり、街中でのんびり過ごすといったことが可能です。震災後の現在、観光業界でも、こうした長期滞在を前提とした新しい事業モデルづくりなどにもチャレンジしています。

今日の議論をきっかけに、こうした次の新しい事業のビジョン、仕組みづくりができれば素晴らしいと思います。

長時間のご静聴ありがとうございました。

Information

お知らせ

■739クラブが「敬老の日にフィットネス」に参加

9月17日(土)～19日(祝)をベースに行う今年の「敬老の日にフィットネス」は、全国739クラブにご参加いただきました。8月中旬にはポスター・チラシをお届けいたします。FIAホームページ「敬老の日にフィットネス」の一覧(8月8日掲載)から、お近くの実施クラブを見つけることができる仕組みです。また、8月下旬からの掲載を見込んで新聞やコミュニティ紙などへのリリースを行います。

FIA
いい顔いい汗いい気持ち
気の合う仲間とフィットネス!
運動
食事
健康
元気
楽しい
あわせ

60歳以上の方ならどなたでも
お近くのFIA加盟のフィットネスクラブに
無料で招待
9月17日(土)18日(日)19日(祝) 敬老の日

このイベントは、FIA加盟1400クラブのうち全額約800の参加クラブにて実施しています

わたしたちの健康を脅かすメタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群) 診断 180cm未満の男性で95cm以上、女性で90cm以上あったら要注意です!

震災を忘れない **SDG**(社)日本フィットネス産業協会 FIAは東日本大震災の復興を支援しています
※加盟クラブは必ずFIA加盟クラブです

協賛: 伊藤忠商事、経済産業省、(財)健康・体力づくり事業財団/メタボリックシンドローム撲滅委員会
協賛: 株式会社 伊藤忠

運動・スポーツについてのご相談は、お近くのFIA加盟のスポーツクラブまでどうぞ! <http://www.fia.or.jp/>

おいしさは、香り。
おーいお茶

■Diet&Beauty・Spa Japan2011展を後援

9月26日(月)～28日(水)に東京ビッグサイトで行われる同展は、毎年FIAも後援しています。「美・癒」分野を中心とする展示・セミナーですが、フィットネスジャンルからの訪問者も多く、今年は「フィットネス&スポーツ」にも力を注ぐとのことです。

展示会入場券がありますので、ご希望枚数をFIA事務局までお知らせください。

同展HP: www.dietandbeauty.jp (Diet&Beauty)

www.spajapan.info (Spa Japan)

■マスターズスイミングフェスティバル2011

6月下旬より参加エントリーを受付け、8月4日に締め切りました。今年は約150チーム・1,300名の規模となりました。参加いただくチームとスタッフの皆さま、ありがとうございます。ミズノイベントは好評の「ゲストスイマーと泳ぐジャストタイムトライアル」ですが、今年のゲストは源純夏さんです。関西地区を中心とする各クラブの皆さまには競技役員などで力を貸していただくこととなりますが、イベントの成功に向けてどうぞよろしくお願い申し上げます。

■JASRAC音楽使用料に関する訂正

クラブにおける音楽使用に関する各種ニュースをFIAホームページ「ニュースリリース」に掲載していますが、一部の記述に誤りがありました。お詫びして訂正いたします。

2月25日付け「音楽使用料の支払いについてQ&A追加版1」

<旧表示(誤)>

Q 「市販CD」と同様の解釈となるケースについて

以下2件は市販CDと同様です。(注:市販CDと同様にレッスンで使用できる、の表現)

- ①ネットから有料で購入した音源を自分のCD・MD・i-Podなどの媒体にダウンロードしたもの。
- ②レンタルCDをそのままプレーヤーへかけて使用したもの。

<訂正表示(正)>

Q 「市販CD」と同様ではないケースについて

A-1 指導用音源は、正しく権利処理された市販CDを使用させていただきようお願ひしています。下記の場合は市販CDと同様ではないので注意が必要です。

- ①ネットからダウンロード(DL)で購入した音源(曲)をPCから自分のCD・MD・i-Podなどの媒体へコピーしたもの。
※そのような音源を自分のCD・MD・i-Podなど別媒体へコピーするには、権利者の許可が別途必要です。
- ②レンタルCD。

※レンタルCDは、レンタル会社の規約により「家庭内等での個人利用」に使用目的が限定されており、基本的には指導用音源としての使用はできません。

New Face

新規加盟企業紹介

株式会社パジャスポーツ

(鳥取県米子市)

ご挨拶

— わたしたちは、お客さま一人ひとりの健康づくりをサポートし、地域の皆さまの幸せづくりに貢献します —

弊社は、株式会社岡山スポーツ会館を親会社として、鳥取県下で2店舗のフィットネスクラブを運営しています。米子店は1990年、米子天満屋の5階に開業し、そして2005年には鳥取店を、鳥取市役所駅南庁舎6階にオープンいたしました。

近年では、総合スポーツクラブ運営のほか、自治体や団体へ健康運動指導士などの専門資格取得スタッフの派遣事業、そして子育て支援事業などを展開しています。

これからも健康づくりの事業を通じて、“元気でいきいきとした街、鳥取”の実現を目指していきたいと思っています。

代表取締役社長 野坂 純



【企業概要】

株式会社パジャスポーツ

本社 / 〒683-0805

鳥取県米子市西福原2-1-10(米子しんまち天満屋5階)

連絡先 / TEL: 0859-35-1500 FAX: 0859-35-2100

【店舗概要】

施設名 / 1. フィットネスクラブパジャ 米子

2. フィットネスクラブパジャ 鳥取

施設内容 / 1. ジム、スタジオ、プール(25m×5コース)、サウナ、ジャグジー、パソコン教室、カルチャー教室など

2. ジム、スタジオ、プール(25m×6コース)、サウナなど

Associate members

賛助会員紹介

株式会社MS&Consulting



- ・ミステリーショッピングリサーチ(覆面調査)
- ・経営コンサルティング
- ・教育研修

企業PR

株式会社MS&Consultingは、全国35万人のモニター会員を基盤としたミステリーショッピングリサーチ(一般消費者による覆面調査、月間調査店舗数13,000店舗)を行っております。調査結果を現場のオペレーション改善につなげるための教育研修や経営コンサルティングまで行っており、10年以上にわたり追求し続けているチームビルディングのノウハウを基に、従業員満足度向上⇒顧客満足度向上⇒業績向上の連鎖であるサービス・プロフィット・チェーンの実現をサポートいたします。

主要商品・サービス

【ミステリーショッピングリサーチ】

全国35万人の一般消費者モニター会員のなかから、依頼を受けた店舗の顧客ターゲットにマッチするモニターを選出し、モニターが実際に店舗を利用した印象とその形成要因をレポートします。モニターとの密なコミュニケーションにより、自社の社員では気が付かないようなお客さまの細かな心理変化まで明らかにすることができます。

業界No.1の調査受託実績(年間1,700社・3万5千店舗)があり、データとノウハウの蓄積を基に、ただの定点観測ではなく、現場スタッフのモチベーション向上とサービス改善につなげられるよう独自のノウハウを駆使したレポートを、国内全土でお届けできる体制を整えております。

【教育研修と経営コンサルティング】

現場スタッフのモチベーションを形成し、理念実現とサービス改善に向けた改善が自発的に生まれる組織をつくるための教育研修を調査と並行させることにより、店舗の改善サイクルを生み出します。また、組織制度やサービス提供の方針の策定を含めた、お客さま志向の組織をつくるための包括的な経営コンサルティングの提供も可能です。

会社概要

会社名 / 株式会社MS&Consulting

代表者 / 並木昭憲

所在地 / 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-11-10

担当部署 / リレーション部

担当者 / 小林貴志

連絡先 / TEL 03-5649-1185 FAX 03-5649-1186

E-mail / msc-info@msandc.co.jp

HP / <http://www.msandc.co.jp/>

New Clubs

出店情報

8月のオープンクラブ

コ・ス・パ学園前

所在地: 奈良県奈良市学園北2-1-5

TEL:0742-52-3450

●FIA会員

フィットネスクラブ エイム瑞穂(仮称)【継承】

所在地: 愛知県名古屋市瑞穂区新開町24-55

TEL:03-3467-7272

●FIA会員

Curves福岡篠栗

所在地: 糟屋郡篠栗町大字乙犬1053番地の23

TEL:092-948-1705

Curves柴又

所在地: 葛飾区柴又1-3-1

TEL:03-5876-9311

Curves武蔵嵐山

所在地: 比企郡嵐山町むさし台3丁目2-4

TEL:0493-62-7660

Issue

記事

フィットネス各社、介護予防事業を拡大

フィットネスクラブ大手が介護予防事業を強化している。セントラルスポーツはデイサービス(通所介護)施設を併設した店舗の展開に乗り出す。ルネサンスは今後3年で運動指導員を現在の2倍の1,000人に増やし、自治体から体操教室などの受託拡大を目指す。セントラルスポーツはさいたま市の既存店舗に、介護予防型のデイサービス施設「セントラル プライム プラザ」をこのほど併設出店した。また、ルネサンスは2012年3月期中に、各市町村などに運動を指導するインストラクターを派遣する専門部署「地域活性化室」を新設する。

最大手のコナミスポーツ&ライフも管理栄養士と組んで、トレーニングと食事指導を合わせた教室を9月から始め、女性専用フィットネスを運営するカーブスジャパン(東京・中央)も昨年比約1割増の80店舗で介護予防事業を市町村から受託する。

(2011.7.5 日本経済)

靴下専業、スポーツ用目的、グンゼやタビオ、

足の研究ノウハウ強み

靴下メーカー大手がスポーツ向け商品で攻勢をかけ始めた。グンゼは2011年の春夏物からランニングやジョギング向け商品を発売。タビオや岡本(大阪市)も出荷数量を大幅に伸ばし、新製品を増やす。

(2011.7.7 日経産業)

羽立工業、高齢者向け体力検定開始、簡単に「年齢」算出

スポーツ用品製造の羽立工業(静岡県湖西市)はシニアを対象にした体力検定サービス「自立体力全国検定」を始めた。日常生活に必要な体力を簡単な運動メニューで測定。3,000人超の体力データを解析して確立した判定プログラムを使って「体力年齢」をはじき出す。体力向上方法なども教え、健康な生活を送りたい高齢者に対応する。介護予防対策に取り組む団体などにも利用を呼びかける。

(2011.7.8 日本経済)

ティップネス、「アフター4」割安プラン—夏時間、需要狙う

フィットネスクラブ運営のティップネスは、平日夕方の午後4~7時に割安に施設を利用できる夏季限定プランを導入する。これまで昼や夜などに時間帯を限ったプランはあったが、さらに「アフター4」を加える。勤め先の節電対策で退社時間が早まった会社員らの需要を取り込む。

(2011.7.22 日経MJ)

メタボ対策は社員から

タニタ、自社製品もたせ指導—ノウハウ販売も

タニタは22日、体組成計や歩数計など健康測定機器を活用し、社員の内臓脂肪(メタボリック)症候群の比率引き下げなどを目標とする健康プロジェクトを始めたと発表した。福利厚生の一環だが、今後はノウハウを蓄積し、健康管理ソリューションとして法人向けにも売り込む。

社員は配布された歩数計で日々の運動量や消費カロリーを記録。社内に据えられた体組成計で定期的に体脂肪率などを計測する。体脂肪率と内臓脂肪率が一定の基準を上回り、メタボ症候群と判定された社員を対象に管理栄養士や健康運動指導士が生活指導をする。

(2011.7.22 日本経済)

メガロス、店舗事務、本社に移管

会費請求や会員情報管理—サービス向上図る

フィットネスクラブ運営のメガロスは各店舗での会員情報管理や会費請求業務を本社に移管、集約する。各店舗の事務処理作業の負担を軽減し接客サービスの充実に注力させるため。会員数の減少が続く中、顧客満足度を引き上げることで会員の継続率向上と新規獲得の両立を目指す。別料金の個別指導も拡充し、1店舗あたりの売上高を増やしていく。

(2011.8.1 日経産業)