

# Fitness Industry Association

発行: 一般社団法人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

## 第160回 FIA理事会開催報告

平成25年7月19日(金)、弘済会館(東京・麹町)にて第160回FIA理事会が開催された。田中会長、村井・吉田両副会長を含め、理事・監事ら19名が出席し、各委員会・分科会別の進捗・状況などの報告を行った。

### 1. 新規入会および退会承認について

#### <入会>

#### ◆賛助会員

・株式会社ビックス

(本社 東京・立川 代表取締役社長 平野弘之氏)

・株式会社ヒカリスポーツ

(本社 大阪・東住吉 代表取締役 佐々木秀起氏)

#### <退会>

#### ◆正会員

・株式会社グランデリア

#### ◆賛助会員

・株式会社 Kプレイズン

以上の結果、平成25年7月19日現在のFIA加盟社数は、正会員92社、賛助会員96社、合計188社である。

### 2. 後援名義使用申請について

以下の団体のイベントに際して、後援名義許可申請があり、審議のうえ、承認とした。

#### ①日本スポーツ産業学会第22回大会

日程: 2013年7月13日(土)・14日(日)

会場: 慶応義塾大学三田キャンパス

主旨: スポーツ産業を多面的・学際的に研究し、産官学の共同によるスポーツの普及、振興を目的とする

#### ②2013ダンスサミット in ジャパン

日程: 2013年12月21日(土)・22日(日)

会場: 日本体育大学記念講堂(世田谷区深沢)

主旨: 小中学校におけるダンス必修化を受け、すべてのダン

スジャンルと年代を対象にしたコンクール形式の大会を開催することにより、ダンス文化全体が普及・発展しコミュニケーション力、表現力、多様性や個性の伸長を期す  
 ※昨年は、FIA加盟クラブ関係チーム(栃木)小学生リズムダンスの部で第1位を獲得。

#### <調査研究委員会>

「フィットネスクラブの価値探究調査」について

現在、専門委員にデータの集計と分析を依頼中。8月末までかかる見込みのため、結果が出次第、実行委員を招集し、知見をまとめ、報告書やリリース原稿を作成する予定である。

#### <事業委員会>

##### ■実施報告

#### ①FIA加盟クラブ対抗EKIDEN開催

『全国スポーツクラブEKIDEN(東京大会)』

主催: (株)ドリームス・(株)クラブビジネスジャパン

後援: FIA・健康スポーツ連盟

日程・場所: 7月14日(日) 江東区夢の島競技場

参加人数: FIA加盟チームのエントリー900人

(大人754 キッズ46 ペア100)

※午後は気温並びにトラック表面温度上昇・雷雨予想により16時で競技終了を決定。

実施における良かった点と悪かった点は、次の通り。

#### <良かった点>

- マスターズ水泳よりも敷居が低く、参加しやすいイベント。
- 子どもから比較的高齢の世代まで幅広く、または男性も女性もほぼ同等であった。
- “笑顔”と“楽しかった”の声にあふれていた。
- 各クラブ担当者がお客さまをしっかりとまとめている様子がよく見えた(会員の帰属意識を高め、固めるための機会提供としての役割を果たすイベントであると実感できた)。
- コースも駅伝としてはある程度の距離もあるので(一周2.4km)理想的であると考えられる。

#### <課題>

- 開催時期として7~8月は気温、湿度ともに高く、熱中症の危険度が高いため、来年以降は時期の変更が必要。

○加盟クラブ参加者と、それ以外の参加クラブとのメリッ格差をもう少し明確にする。

※同大会の関西大会をFIA主催で2014年2月に開催することを計画中。

## ②HFJにおけるFIA提供講座

『フィットネスビジネス最前線』

日時:6月18日(火) 13:00~14:30

パネラー:(株)ルネサンス 吉田正昭氏/(株)ティップネス 武信幸次氏/(株)ハクヨプロデュースシステム 笠原盛泰氏/(株)ジェイアール東日本スポーツ 大沢 勇氏

※司会:(一社)日本フィットネス産業協会 松村剛

参加人数:165名

『注目の小規模業態、開発と成長のキーポイント』

日時:6月18日(火) 15:00~16:30

パネラー:(株)カーブスジャパン 増本 岳氏/(株)Fast Fitness Japan 秋谷浩司氏/(株)ルネサンス 荻田雅彦氏

※モデレーター:(株)クラブビジネスジャパン 古屋武範氏

参加人数:123名

## ■実施予定報告

### ③マスターズ水泳大会募集開始

日程・場所:9月29日(日)京都アクアリーナ(予定)

6月21日(金)、ホームページに要項記載し募集を開始。

※エントリーは、8月1日(木)にて既に締め切らせていただきました。

### ④敬老の日にフィットネス 参加クラブ受付中

6月24日(月)、「敬老の日にフィットネス！」キャンペーン参加クラブ募集告知配信済。

## <組織基盤拡充委員会>

### 地方協議会などとの連携について

各地方協議会組織との共催セミナー再開に向け、連絡体制を再構築中。

## <社会・渉外委員会>

### ①FIAホームページの刷新

・委員会で検討した刷新内容に沿い、9月1日の刷新を目途に作業中。

### ②IHRSA関連事項

・戦略的パートナーシップ契約を継続

(2013年6月~2014年5月)

・The Pulse記事の概要は、FIAニュースで掲載することとした(7月号より掲載)

### ③FIA総合特別セミナー・会員交流パーティ

・特別セミナー((株)星野リゾート・星野佳路氏)には179名が、セミナー後の交流パーティには126名が参加した。

### ④公益認定等委員会手続き

平成24年度決算に基づく「公益目的支出計画実施報告」を提出、並びに「公益目的支出計画実施完了確認請求提出」

を受理された(書式など指摘に従って、修正作業並びに審査中)。

### ⑤東京都青少年局依頼「中学生職場体験受け入れ」

都内中学2年生(毎年8万人)に実施している「職場体験」先にフィットネスクラブ・スポーツクラブを加えてほしいとする生徒・保護者の声に基づく依頼が東京都青少年局よりあり。参加希望企業を募って実施することになった。先方の承諾後の流れは次の通り。参加希望募集→都へ登録→学校からの訪問確認→生徒からのエントリー→実施日に来社

### ⑥JAVADA(中央職業能力開発協会)依頼「導入マニュアル編整備」「企業現場での人材育成ニーズ把握等」委員会活動

2006・2011年に行った「職業能力評価シート」などについて、普及活用しやすくするためのツール作成を行う委員をFIA加盟社から派出する要請があり、数社が受けることになった。

### ⑦経産省委託調査事業(日本規格協会コンソーシアム)依頼「医療連携・施設認証制度構築のための実証事業」協力

2011年度「施設認証制度」、2012年度「医療連携プロセス標準策定」両事業の継続として本年度予定されているヘルスケア産業課委託調査事業への参画依頼があった。

・日本規格協会コンソーシアム委員の派出(事務局から予定)  
・医療機関と連携したフィットネスサービスの実証事業(9月中旬から東京・大阪で実施予定)に向け、いくつかのクラブへの協力依頼がある予定。

### ⑧健体財団依頼「健康運動指導士・実践指導者25周年記念事業」表彰候補者推薦

同資格制度25周年記念イベントにおいて、士・者のなかから活動顕著な人(20年以上資格保有の50歳以上の者)を各団体推薦者から選抜して表彰したいとのことで、各指導者団体などと並び、FIA加盟クラブへも推薦の依頼があった。

### ⑨消費者団体からの申し入れ・問い合わせ

5~6月に消費者団体からFIA加盟企業3社(把握分のみ)に対して送達された、規約・会則内容に関する差し止め請求・問い合わせなどについて、情報の共有を図った(※詳細は5ページ“information”のコーナーで内容を掲載)。

## FIA特別セミナー

### 「勝ち続ける組織への模索」



株式会社星野リゾート 代表取締役社長 星野佳路氏

2013年6月19日(水)、東京有明ペイワシントンホテルにて、FIA特別セミナーが開催された。講師はリゾート施設の再生事業ほか、そのサービスレベルの高さから国内外から多くの人を惹きつける温泉旅館の運営を手掛ける株式会社星野リゾート(以下、星野リゾート)代表取締役社長 星野佳路氏。リピート客も多く生む星野リゾートとはどのような会社なのか。同社のユニークな取り組みについての講演内容を抜粋する。

星野氏が社長に就任したのは1991年。当時は'87年に施行されたリゾート法により、業界に次々と大手企業が参入し、競争が激化していた。そのなかで同氏は、参入する多くの企業が「開発」などには積極的な反面、地味なイメージの「運営」にはそれほど興味をもっていないことを感じていた。しかし、地味ながら運営は、その善し悪しが売り上げに大きな影響をおよぼす重要なものである。そこで星野氏は、他社との差別化も含め、社長就任早々「運営がどこよりもうまい企業になる」を会社のビジョンに決定。現在も変わらずそのビジョンに向けて努力を続けている。

星野氏が社長に就任後、10年間は軽井沢内での案件に携わるに止まっていたが、'01年に初めて受けた軽井沢外からの再生案件を成功に導いたことが転機となり、同社には次々と依頼が舞い込むようになる。そこで問題になったのが人材不足だ。案件が増えれば当然人材が不足する。社内からは「人材がないのに、やみくもに施設数を増やすべきではない」という意見も挙がったという。しかし星野氏は「事業を拡大する局面において、『人・金・モノ』すべてがきちんと揃っているなどということはほとんどない。欠けている要素は今あるものを工夫して乗り切ろう」と伝え、人材の能力を企業の成長速度に合わせる方針をとる。このようにして、さまざまな不足事項を工夫によって克服していった結果、ユニークな社内制度ができあがったのだという。そこで、星野氏が挙げる5つのキーワードをもとに、星野氏の成功へのビジョンと、そのような制度が生まれた背景などを紹介したい。

### Keyword1. ビジョンと価値観の共有

'84~'86年にアメリカの大学院にて学んでいた星野氏。ここである教授が述べた言葉が、現在でも同氏のビジネスマインドに影響を与えているという。それは「経営者、マネージャー、チームリーダーなどが最初にすべきことは、そのチームのビジョンと価値観を明確にして、それを共有すること」というものである。そもそもビジョンとは、企業ならば「将来はこういう企業になりたい」という将来の姿を描くことである。しかし、教授によると大半の企業のビジョンが現状と近いところにあるのだという。なぜなら、ビジョンをスタッフに伝えたと、必ずといっていいほど「そんなの夢物語であって、そこまでの戦略やステップは考えているんですか？」などと批判があがるため、その度に考え直していくと、結局ビジョンが実現可能な現状にどんどん近づいてきてしまうのだという。「ビジョンの大切な役割のひとつはスタッフに夢を与えることだ。だからスタッフが『とてもすごいことで、ワクワクするね』と感ぜられるものならば、夢物語であってでもいい」という教授のことばに同氏は深く感銘を受けたという。その後、社長に就任した同氏はこの言葉通り、既述したビジョンを掲げ、これまでにさまざまな方法でスタッフと共有するよう努めた。

フィットネスクラブの経営者にも、ここで星野氏がいうような

ビジョンを抱き、それをスタッフに正々堂々と常に示し続けることが期待される。

### Keyword2. コンセプトの明確化

#### コンセプトを明確化し、共感を得る

星野氏はアメリカで学んだ際に、ビジョンと同様に大切なものとして、コンセプトについても学んだ。コンセプトとは「誰に対して何を提供するか」を示すものだ。サービス業では“サービス”自体が目に見えない分、コンセプトを明確化し、かつスタッフの「共感」を得ることが大事なのだという。ビジョンや価値観と違い、コンセプトはマーケットの変化に付随して変更していく必要があり、「これ」という明確なものではない。そのため、スタッフにはコンセプトへの共感に基づいて、状況に応じて臨機応変に対応してもらう必要がある。また、コンセプトを明確にすることによって、スタッフも新しいサービスを考案しやすくなるというメリットもあるそうだ。

同社では、この「共感」度を高めるために、各店舗のコンセプトなどは、そのスタッフ自身で決めてもらう手法をとっている。青森にある巨大温泉旅館「古牧温泉 青森屋」もそうした宿のひとつだ。コンセプトを決める前までは、スタッフが漠然と「東京のホテル＝よいホテル。自分たちも東京のホテルに近づきたい」というイメージを抱いていたことによって、かえって青森のよさを消してしまっていた。そこで、きちんとしたコンセプトを立てようと決定メンバーを立候補によって募り、生まれたのが「のれそれ青森」というコンセプトだ。これには「青森文化を提供する宿になろう」という意味が含まれている。このコンセプトに基づき、同旅館では独自で「ねぶた祭り」を毎日開催し、お客さまを楽しませている。その効果により、年間の稼働率は80%以上にもなっているそうだ。

また、'03年に再生をスタートさせたアルツ磐梯スキー場では、コンセプトに「上達保証付」を掲げるというユニークな試みを行っている。これもスタッフ自らがコンセプト決定にあたっていろいろと調査した結果、スキー場で販売されるリフト券についてある発見をしたことにより生まれた。

一般的に販売者側は「リフト券の販売＝リフトにお客さまを乗せ、移動させる」ことであると考え。ところがお客さまからすると、「リフト券を購入する＝技術向上のため」であることがわかったのだ。お客さまの真の目的は滑って技術を磨くことであり、そのためには上らなければならず、リフト券はおまけ的な意味であったわけだ。そこで、同社では「(お客さまのもととのレベルに関わらず)2時間でここまでのレベルに向上させます」と上達保証付をアピールポイントとすることにした。当然スタッフは気合いを入れて指導するが、それでも達成できなかった場合はお客さまの運動神経に関わらず、全額返金するという。

サービス業における保証については、ハーバード大学の教授が「サービス保証」という論文にて「製品や商品は保証書

が付いているのに、サービス業ではなぜそれが無いのか」と述べていることを星野氏は紹介し、「フィットネス業界が保証できる部分というのは、もしかしたら私たちよりも多いかもしれません。皆さまも一度“保証”について考えてみるといいでしょう」と述べていた。

### 成長のヒントは既存顧客のなかにある

現在多くの再生案件を手掛ける同社であるが、星野氏によると、そのほとんどが近年急激に売り上げを落としており、ピーク時の4割減というところもあるそうだ。ここで同氏は、売り上げが減少した際に企業がとるべき行動について、次のように述べた。「一般的には、落ちているセグメントなどを確認し、そのセグメントを取り戻そうと考える方が多いと思います。ところが、私は実際にそれをやってみてうまくいったためしがありません。実は企業の再生や売り上げ向上に大事なことは、現在残っているお客さまについて知ることなのです」。現在残っているお客さまには、残っているなりの理由があるはずだ。それを知ることによって、自分たちの意外な強みや気づいていなかった顧客のニーズを知ることができるのだという。「必ず既存顧客のなかに、次の成長へのヒントがある」(星野氏)という信念のもと、同社では手土産を用意して、お客さまに「次のサービス向上のためにお話を訊かせてください」とお願いし、30分ほどかけてスタッフがヒアリング調査を行っているという。この調査により、まだ伸び代があるマーケットを発見できるというメリットもある。

要するに、お客さまに訊くというシンプルな行動を、意図をもって行うことが大事ということだろう。フィットネスクラブでも特に支配人は仮説立てをするためや、立てた仮説を検証するためにそれをもっと積極的にすべきと思われる。

### Keyword3. 情報とプロセスの公開

星野リゾートでは、会社の“情報”および“意志決定プロセス”を公開している。同社では月に1回、ディレクターやマネージャーなどが集まっての会議を行っているが、その際に「何時からどこで、どの議題について話すか」を他スタッフにも公表し、意見がある者は自由に参加できるようにしている。このようなシステムになった経緯は、星野氏が大学卒業後に働いていた大手ホテルでの経験が元になっている。

そこでの経営者会議はいつも静まり返っていたが、一方でスタッフの休憩室ではパートやアルバイト、マネージャーなどがポジションに関係なく会社について議論していたのだという。もちろん大方が愚痴ではあるが、なかには重要な意見もあり、同氏は「この人たちこそ経営の真の議論をしている」と感じたという。しかし、誰でも自分より偉い人に向かって意見はしづらい。そのため、現在でもお互いに伝えたいことをきちんと伝えられるようなフラットな組織文化づくりに継続して取り組んでいるという。

このとき、さらに星野氏が気づいたことがある。それは、リソース配分における経営者の考えがスタッフに伝わっていないことによって、スタッフの不満が募りやすいという実態であった。大手企業は別として、一般的に十分なリソースを蓄えている企業など少ない。どの企業の経営者も不十分なリソースをどのように配分するか頭を悩ませていることだろう。経営者は経営者なりにきちんと考えて配分しているのだが、その考えがスタッフに伝わっていないため「なぜこの分野にこんなに配分するの？」などと批判されやすくなっていたのだ。それを知った星野氏は、星野リゾートの経営状態を公表し、リソースの配分状況に差がつく理由についてきちんと説明するよう心がけている。「今年は〇〇だけはほかの企業に絶対に負けたくないで、そこに大きなリソースを投入します。その分、ほかの部門はやりたくないことができないかもしれません。それでも現状を維持してほしいと思いますが、最悪リソース不足のために他社に負けることがあってもやむを得ないという覚悟で〇〇に力を入れることを理解してください」と説明すれば、スタッフたちも「それでは足りない中でがんばります」と納得しやすくなるのだという。

透明化はESの向上に欠かせない。

### Keyword4. 醍醐味満喫

星野氏の社長就任当初の悩みのひとつは、せっかく入社してくれたのに、ビジョンに対する実際の現場との大きなギャップによって退職につながってしまうことであった。同氏は、スタッフが仕事の醍醐味を感じながら楽しく働けるようにするためにはどうすればいいのかと考え、給与をアップしてみたり、スタッフをできるだけ褒めるようにするなど試みたが、どれも大きな変化は見られなかったそうだ。最終的には、人事のコンサルティング会社に依頼し調査した結果、スタッフが一番仕事の醍醐味を感じるのはお客さまに褒められたときであることがわかった。しかし、そもそも日本人は褒めるのが苦手な国民であるから、そう簡単にはお客さまも褒めてはくれない。そこで同社が、自らお客さまに褒めていただくことと企画したのが、顧客アンケートである。文章であれば、皆で共有しやすいというメリットもある。

フィットネス業界でも顧客アンケートを行っているクラブは多いだろうが、星野氏はその注意点として次のことを挙げていた。「顧客アンケートの結果について、不満の声ばかりに注目し、『こんなサービスをしたのは誰?』などと犯人探しが始まっていませんか? さらによくあるのが『このようなお怒りの言葉をいただきました。今後はないように徹底しましょう』と、マネージャーがミーティングの席で言うことです。このようなことを毎日行っていると、スタッフのモチベーションはどんどん落ちていきます。それよりも、『褒めてくれる方がこんなにいるよ』『お客さまはこういう点に感謝しているよ』ということを伝えるようにすれば、スタッフのモチベーションが上がって、さら

によりパフォーマンスをするようになるという好循環が起ってきます」。

異業種の例ではあるが、お客さまから「ありがとう」と言われた内容をスタッフがメモして収集し、運営にフィードバックしている会社があるが、こうした組織行動も「醍醐味満喫」の1つのアイデアとなろう。各社で創意工夫してみるとよいだろう。

## Keyword5. キャリアコントロール

星野氏が考案した面白い制度のなかに、キャリアコントロールというものがある。この制度をつくった理由は、退職理由のなかで、「会社のビジョンと現実とのギャップ」に続き多かった「自由度がないこと」に起因する。例えば、勉強したいときに勉強する自由やキャリアを重視する自由、家庭を重視する自由などがなく、今度は現実と自分の価値観との間にギャップが生まれ、退職につながってしまうのだ。

以前、「人生経験を広げるために海外青年協力隊に入りたい」という理由で退職を願い出た者がいた。そこで導入したのが「学習休職制度」である。休職中はもちろん給料は出ないが、社会保険と健康保険を会社が保障する代わりに、帰国後は再び会社に戻ってきてもらうというものである。この制度は会社、スタッフ双方にメリットがあり、とても効果を感じているという。

さらに、「出世したい自由」を与えるために、管理職への移行制度も導入した。これまで、管理職を希望するスタッフたちは、人事がたまたまその願いを叶えてくれるまでずっと待たなければならなかった。そこで同社では、「私、やりたいです」というスタッフには、「私が運営したらこんなに業績が改善しますよ」というプレゼンテーションを発表する機会を年に2回与えることにした。立候補したからといって必ずしも希望通りのポジションが与えられるわけではないが、星野氏は「新しい支配人やマネージャーを選ぶときには必ず立候補した人のなかから選びます。どんなに優秀な人でも、立候補していなければ選ばれません」ということを約束しているという。

さらに、この制度にはとても大きなメリットがあるそうだ。90年代、自ら人事に携わっていた星野氏は大きな悩みを抱えていた。あるポジションにスタッフを抜擢すると、周囲から「えこひいき」と言われ、抜擢しなければ「年功序列」と、何をやっても批判されてしまうのだ。さらに、抜擢すると途端に周囲がその人の欠点を挙げて足をひっぱりだすということが起きていた。しかし、この立候補制度を導入したことによって、このようなことをなくすことができたのだという。それは、プレゼンテーションを皆の前で行わせることによって、「そもそも完璧でなんの欠点もない人間などいない。欠点をもった人間のなかから選ばなければいけないのだ」ということをスタッフに知らしめることができたためである。これにより、周囲のスタッフは、その人の欠点を探して足をひっぱろうという発想から、「欠点は皆でカバーしよう」という発想に変わったのだという。

既述のようなさまざまな施策の効果もあり、現在も順調に成長を続ける星野リゾート。最後に星野氏は、「フィットネス業界で働く皆さまとは、同じサービス業としてお互いに刺激し合っていけたらと思います」と述べ、講演を終えた。会場にはフィットネスクラブを運営する各企業の経営者をはじめとする多くの方が訪れ、星野リゾートへの注目の高さが伺えた。熱心にメモをとる姿も見受けられ、分野はちがえど、たくさんの方が成長への新しいヒントを得たに違いない。

## Information

## お知らせ

### ■ 消費者団体からの申し入れ・問い合わせの件

5～6月にかけて、2つの消費者団体から加盟企業数社に対し、クラブの規約・会則の内容に消費者契約法上疑義ありとして、当該規定の差し止め申し入れや問い合わせがありました。FIAでは加盟各クラブが情報を共有するため、以下に概要を記します。規約・会則などに不十分な面がある場合は、各企業にて善処をお願いします。指摘条項中には、多くの規約・会則に共通した考え方を問題視しているものもあります。同様の事項やほかの種類の指摘を受けたなどの事例がありましたら、FIA宛にお寄せください。

#### 1. 発信元

①NPO法人 消費者機構日本

②(公社)全国消費生活相談員協会

いずれも「適格消費者団体」といい、消費者契約法12条・13条などに基づき、差し止め請求権などを有する団体です。

#### 2. 申し入れの概要

(1)規約などの不十分な点を善処することで解決できる事項

①会社の賠償責任免責の条文(例)

「本クラブ内で発生した紛失、盗難、傷害その他事故について**会社は一切の責任を負わないものとします**」

「会員およびビジターが本クラブの利用に際して生じた盗難については、**会社は一切損害賠償の責を負いません**」

「**会社に故意または重大な過失がある場合を除き賠償責任を負いません**」

#### ● 消費者団体の指摘要旨 ●

「一切責に任じない」のはクラブに起因する損害も免責しており不当

「重大な過失」の表現はクラブの軽微な責任も免責しており不当

(善処の例)

多くの規約には「クラブに瑕疵がある場合を除く」「法の定めによるものを除き」といった文言があるが、これにならい該当部分を改善する。

## ②適用法および専属的合意管轄裁判所の条文(例)

「この会員規約に関する準拠法は、日本法とします。会員と会社の間で訴訟の必要が生じた場合、東京地方裁判所を当該訴訟の第一審専属的合意直轄裁判所とします」

## ●消費者団体の指摘要旨●

(各地に施設を保有するクラブの場合)地方顧客の提訴意欲を阻害する事項である

(善処の例)

管轄裁判所の記載がない規約も多く、「記載をなくす」「そのクラブ所在地を管轄する地方裁判所のような記載に変更する」などにより善処。

## ③会費の不返還に関する条文(例)

「既納の会費または受講料は、原則として理由の如何を問わずこれを返還しません」

## ●消費者団体の指摘要旨●

1年・半年等前納払いにおける途中キャンセル時、全額不返還は違法

(善処の例)

長期前払い会費の途中解約における前途分返金は必要である(FIAでもルール化している。FIAニュース2013年5月号4ページ参照)。

(2)多くの規約・会則が共通して使用している考え方を問題視している事項および、各社(規約など)における対応が様々である事項

消費者団体の見解と当業界の従来の考え方に開きもあり、標準的・模範的対応は現時点ではなく、今後の知見蓄積による。

## ①会費の不返還に関する条文(例)

「利用の有無にかかわらず、退会月までは会費・授業料・年登録料・休会料などの会費を支払わなければなりません」

「会社は、〇〇の理由により本クラブの施設の全部または一部を休業することがあります」

「・・・法令の定め又は会社が認める場合を除き返還しません」

## ●消費者団体の指摘要旨●

クラブが休業・休場した場合の会費の扱いが明確でない

「法令の定め」は一般消費者には難解。「会社の認める」具体的内容が不明

(対応の現状)

会費の返還または繰り延べが適用される営業休止期間明示はクラブによりまちまちである(連続した〇日間を超える休止、月間営業日数の過半の休止など明示の場合もある)

「法令の定め・会社の認める場合」などの表現は通常使用される概念であると考えられる。

## ②規約・会則変更に関する条文(例)

「会社は、本規約、細則、利用規定、その他本クラブの運営、管理に関する事項を改定することができます。また、その効力はすべての会員に適用されます」

## ●消費者団体の指摘要旨●

既に入会している会員に規約変更を適用する場合には両当事者の合意を得る必要がある

(対応の現状)

既存会員は現行会則(クラブが改定できる)を了解のうえ、会員となっている点を説明する。改定内容告知の時期や手法を丁寧化・明確化することにより既存会員に対応する時間的余地を用意する。

## ③ビジター・未成年会員の負った損害賠償責任を会員が連帯して負う条文(例)

「会員は紹介または同伴したビジターの責に帰すべき原因により発生した損害についても、その同伴したビジターと連帯して賠償責任を負わなければなりません」

「親権者の同意を得た未成年の会員の責に帰すべき原因による損害に対して親権者が連帯して賠償責任を果たさなければなりません」

## ●消費者団体の指摘要旨●

同伴ビジターやジュニア会員に起因する損害賠償を正会員・親権者が連帯する根拠

会員自身の帰責性の有無を問わずビジター責任と連帯させるのは会員に一方的不利

未成年会員の責任を常に一律に親権者に連帯させるのは、民法(過失責任原則)に照らして疑問

(対応の現状)

・「入会審査を経ていないビジター入場は会員の紹介を前提に許可しているものであり、ビジターの責任を紹介者に連帯させている」との立場のもの、「会員紹介によるビジター入場者にも会員同様に会則が適用される」とするものなど、一様でない。

・「未成年会員の入会にあたっては、入会と連帯責任について告知したうえで、親権者の同意を得ての手續きとなっている」との立場に立つものが多い(子どもスイミングなどの会員入会の場合と、成人に近い未成年会員の場合では考え方も変わる場合がある)。

上記は、加盟会社への初めの申し入れ、回答に対する再申し入れなどをまとめています。FIAでは各企業・クラブによる判断を原則としますが、情報共有により参考としていただければ幸いです。

## The Pulse 情報

The PulseはIHRSAのアジア版ニュースレターです。日本語版はIHRSAとの提携に基づき、FIA(一社)日本フィットネス産業協会より、一部抜粋して会員の皆さまへ配信しております。

### サモア系アメリカ人 肥満との戦い

乗客の体重によっては、追加料金を課す料金システムを最初に導入した最初の航空会社は20%の増益となり、システム導入は成功であったと報告した。

サモア独立国の首都アピアに拠点を置くサモア航空は、手荷物と一緒に搭乗者も含めた総重量に応じて、キログラムごとの料金を徴収するシステムを発表した。サモア航空は、世界で一番肥満率の高いといわれているアメリカ領サモアへも就航している。しかし、それは健康問題がとて深刻な場所でもある。

オリヴィア・リード・ジレットは、島に唯一のスタジアムにて開催される早朝エクササイズクラスに週に2回参加する。「私には、健康にならなくてはならない理由があるの」と、彼女は言う。続いて「高血圧、Ⅱ型糖尿病、高コレステロールと3つの問題を抱えているの」と、彼女は続けた。

「サモア国民の75%は肥満」

イポ・ハマロト女氏がここでエクササイズを教える理由がそれだ。看護師の立場としても、彼女の関わる患者のほとんどが肥満によって苦しんでいるという。糖尿病、高血圧、環状動脈疾患等々、「彼らは少しずつ、自らの命を縮めている」とハマロト女氏はこぼす。「それは、非常に恐ろしいことであり、我々は早急に手を打たなければならない」と、医師であるジョン・トウイテレははっきりと指摘。こうした状況の原因を、島民の“座りきりライフスタイル”と“高脂肪なアメリカのファーストフードを求める”この2つにあると言及している。

アメリカ領サモアの食糧事情はそのほとんどが輸入であり、価格も高い。そうした状況によって、低価格なアメリカのファーストフードチェーンは島民の生活水準にも合致するため、ポピュラーなものとなっている。しかし、島民は逆に健康維持のために多額の出費をするはめになっている。

肥満の流行は、太った母親から生まれる新生児にも影響を及ぼしている。

「そうした母親の多くは糖尿病です。多くの赤ちゃんは通常より10ポンドか、もしくはそれ以上に重くこの世に生まれてきます」

実際に、ブラウン大学の研究によると、サモアで生まれる赤ちゃんのうち、5人に1人が過体重であるという発表がされている。さらには、生後15ヶ月、男児の39%、女児の30%が太り過ぎ、もしくは肥満症となっている。

島の保健所は、低年齢な子どもの肥満レベルを追跡すると

ともに、年齢層の高い子どもにはアクティブな活動の促進を図るという、新たな健康プログラムを立ち上げた。子どもたちへのアプローチだけでなく、大人たちも継続的な運動参加を始めた。

レイド・ジレットは良い例だ。29kgの減量に成功した。「今は、ほぼ完全に健康といえると思います。健康上の問題はありません。もしも、この運動教室に来ていなかったら、今の私はいないでしょう」

島の肥満との戦いは、まだほんの一步にすぎない。

### 昼間のワークアウトは生産性を向上させ

#### 労働をより幸福にする

エネルギーを高めるとなると、やはり昼間のトレーニングが効率的だ。昼休みにランニングやジムでのトレーニングの時間を勧めるという支援は、生産性を向上させるだけでなく、職員の身体活動量も増やす。結果として職場の幸福に貢献し、そのもたらされる幸福は、ボスに向けられる笑顔の数だけでは推し測れないであろう。身体機能的にも精神的にも従業員の健康は、2、3の可能な限りシンプルな取り組みを導入するだけで向上するのである。

GCC(Global Corporate Challenge)が提供するキャンペーンの参加者を対象とした調査結果が興味深い。このキャンペーンは、16週間にわたって毎日1万歩歩くことを呼びかけるキャンペーンであり、アメリカおよびイギリスの企業における職場でのエクササイズ導入事例に関する研究として、人材育成から食品販売会社に至る幅広い分野の企業から752人を対象とした調査である。

調査結果の総括は、1日に1万歩もしくはそれ以上歩く人は、仕事に対する満足度も高く、生産性もそうでない従業員と比較すると明らかに高いというものである。

調査以前に既に毎日1万歩以上歩いているという従業員は全体の18%、そしてプログラムのゴールに達した従業員は58%であった。その結果、最終的に16週を達成した人も、またそうでない人も含めた参加者全体で平均41%の生産性の向上が確認されたのに対し、16週を達成した参加者は90%の向上が確認された。

また、16週を達成した参加者は平均で8%血圧が下がり、その成果は16週を達成しなかった参加者の2倍の成果であった。

このトライアルで大切なのは、ダイエットに関してはその目標を設定しないこと。栄養に関する評価項目は除外し、あくまで少しでも多く歩くことで起こる変化への気づきを喚起すること(とはいえ、参加者の半数は平均で1.3ポンド体重が落ちたという結果が得られた)。

健康を促進するためには、日常のなかでのちょっとした心がけも大切だ。特別な道具を導入しようとしなくても、15ドルほどの万歩計と最低限のトレースツールだけで、その人はフィットネスを手に入れることができる。そして、少しでも歩く

ことに取り組むことが大切である。歩きながらの会議を実践するとか、少しでも建物から離れたパーキングを使うといったことが、実はとても大切なのである。

## リーダーに聞く！

この記事は、毎回フィットネスクラブ業界を代表するリーダーが、フィットネスクラブ運営上の様々な問題や疑問に答えるコーナーです。

### (今回の質問)

お客さまを狭いスペースにあえて詰め込みたいなどと望むジムオーナーなどいないでしょうが、とはいえ、限りあるスペースは適切かつ有効に配置されなければなりません。

ということで今回は、クラブをオープンする、もしくはリノベーションを検討する場合、必要とされる施設にどれだけのスペースが必要なのかについて、業界の先駆者であるブルース・カーター氏とハーヴィー・ラボウアー氏が回答します。

**Q.** 拡張・もしくはリノベーションにあたってどのような目的の施設が最も推奨されますか？ また、それらのスペースはそれぞれどのくらい必要でしょうか？

**A.** 例えば、テニスクラブを拡張する場合の例を考えてみましょう。

1. まずは、拡張もしくはリノベーションにあたって、クラブをどのような位置づけにするかを決めます。

例えば、家族がオールラウンドに楽しめる施設としての競争力をつけるために、フィットネス、レクリエーション施設を拡充しますか？ それとも、フィットネスクラブも併設されているテニスクラブという強みを打ち出しますか？ ファミリー向けの指向をもった施設にするのであれば、インドアプールと、できる限り大きなキッズルームが必要でしょう(最低でも2,000sf)。

※sf ⇒ square feet(平方フィート)

また、フィットネスにフォーカスしている競合施設が導入しているプログラム全般をよくチェックしてみてください。

2. 以下がフィットネス施設として提案できる最低限のスペースです。なお、注意しなくてはならないのは、お飾りのごとき小さなフィットネススペースが、あたかも取ってつけたように見えないよう、十分注意することです。また、競合施設の状況や拡張スペースのさらなる有効利用の可能性に応じて、サイズは上方修正します。

- ・カーディオトレーニングエリア … 1,700 sf
- ・マッスルコンディショニングエリア … (マシンとフリーウエイト含む)3,500 sf

- ・パーソナル、ファンクショナルトレーニング、ストレッチなどのエリア … 1,200 sf
- ・グループトレーニングエリア…1,000 sf
- ・グループエクササイズエリア(保管庫含む) … 1,800 sf
- ・スピニングエリア … 550 sf
- ・オプショングループエクササイズエリア (ヨガ、ピラティスなど) … 1,200 sf

最近のフィットネスにおける傾向として特に留意しておくべきポイントとして、最新のメソッドによるパーソナルトレーニングとグループエクササイズエリアを提供しているということ。そして、そのサービスおよびスペースは、きちんと適切に提供されれば、スペース単価では最も収益性の高いものとなるはずですが、多くのクラブでは、こうしたサービスとスペースを適切に提供できていないので、もしもテニスクラブがこのようなゾーンを適切に提供できるならば、ほかのフィットネスエリアよりも優先的に付帯させるべきでしょう。

最終的には、そうしたサービスや施設の充実によって、筋力強化、コンディショニングエリアは、いくらか小さくなるでしょう。



**Bruce Carter**

President

Optimal Design Systems

bruce@optimaldsi.com

## New Clubs

## 出店情報

### 8月のオープンクラブ

#### ティップネス鶴見

所在地: 神奈川県横浜市鶴見区鶴見中央1-3-4

鶴見えんため館4-7F

TEL:045-508-2081

●FIA会員

#### スポーツクラブNAS南林間

所在地: 神奈川県大和市南林間1丁目8-3

南林間合同ビル4F

TEL:046-204-8521

●FIA会員

#### スポーツクラブ&スパ ルネサンス宮崎

所在地: 宮崎県宮崎市宮崎駅東2-6-1

TEL:0985-35-2670

●FIA会員

#### ドゥミ ルネサンス 池袋東口

所在地: 東京都豊島区南池袋1-22-2 FLCビル4F

TEL:03-5928-1450

●FIA会員



**フィットネスクラブレフコ クッキープラザ**

所在地: 埼玉県久喜市久喜中央1-1-20  
クッキープラザ4F  
TEL:0120-992-349

●FIA会員

**Curvesウエスタまるき湯田**

所在地: 山口県山口市幸町4-591  
TEL:083-902-5600

**Curves岩出水栖**

所在地: 和歌山県岩出市水栖303-1  
TEL:0736-69-0968

**Curves中津川駅前**

所在地: 岐阜県中津川市栄町2-20丸山ビル4階  
TEL:0573-66-2729

**Curvesダイエー摂津富田**

所在地: 大阪府高槻市大畑町13-1  
TEL:072-692-2294

**Curvesビードルプラザ三沢**

所在地: 青森県三沢市松園町3丁目10-1  
TEL:0176-51-7630

**Curvesゆめタウン行橋**

所在地: 福岡県行橋市西宮市3-8-1  
TEL:0930-26-2281

**Curves津山西**

所在地: 岡山県津山市院庄909-1 2F  
TEL:0868-20-1993

**Curves名東神里**

所在地: 愛知県名古屋市中東区神里1-83  
TEL:052-753-5017

**Curves目白**

所在地: 東京都豊島区目白3-6-4 目白ビル3F  
TEL:03-5988-0198

**Curvesセラビ岩沼**

所在地: 宮城県岩沼市梶橋2-30 セラビ岩沼内  
TEL:0223-22-0212

**Curves粉浜**

所在地: 大阪府大阪市住之江区粉浜2丁目6-12  
粉浜モール1F  
TEL:06-6657-4792

**Issue****記事****葛飾区、高齢者に運動習慣指南、フィットネス利用料補助**

東京都葛飾区は高齢者に運動の習慣を身に付けてもらう事業を始めた。フィットネスクラブと連携し、個人に合った3ヶ月間の運動プログラムを策定、週1回インストラクターが指導する。全12回で利用料は6,000円。1回あたりの本人負担は500円で、区が毎回1,000円を補助する。23区でフィットネスクラブの利用に対し補助するのは珍しい。対象は65歳以上の区民で、要支援や要介護の認定を受けていない人。「スポーツクラブルネサンス青砥」や「ティップネス新小岩」など区内の主な施設と協力し、運動プログラムを定期的に割安で受けられる制度を新設した。

(2013.7.4 日本経済)

**スポーツクラブが育児支援や婚活 住民主導の総合型  
—全国で3000超、10年前の6倍**

全国各地にある「総合型地域スポーツクラブ(以下、SC)」の役割が拡大している。SCといっても民間のフィットネスジムではなく、住民が運営を主導し、子どもから高齢者まで気軽にスポーツを楽しめるのが特徴。幅広い年代が交流するサロンの役割だけでなく、育児や高齢者支援、地域活性化などの機能も担っている。

(2013.7.9 日本経済)

**明治、スポーツクラブ運営から撤退**

明治ホールディングス(HD)傘下の明治は16日、スポーツクラブの運営子会社、明治スポーツプラザ(川崎市)をセントラルスポーツに31日に売却すると発表した。売却額は11億8,100万円。「ザバススポーツクラブ」の名称で7店舗を運営していたが、売り上げが伸びず撤退する。同じ名称の栄養補助食品の「ザバス」は継続する。

(2013.7.17 日本経済)

**キッツウエルネス、介護予防拠点を多店化**

フィットネスクラブのキッツウエルネス(千葉市)は小規模なデイサービス事業所を多店舗展開する。高齢者らが日帰りで運動し、介護予防につなげる施設。このほど神奈川県茅ヶ崎市に開設し、2016年3月期までに首都圏で20ヶ所に増やす計画だ。

(2013.7.24 日経MJ)