

Fitness Industry Association



NEWS

発行:(一社)日本フィットネス産業協会
TEL.03-5207-6107
FAX.03-5207-6108
E-mail. info@fia.or.jp
http://www.fia.or.jp

Topics

トピックス

北陸フィットネスクラブ協会 主催セミナー

ジョン・ボードマン氏 日本のフィットネス業界を斬る!

～世界と日本のフィットネス業界は何が違うのか! これから進むべき我々フィットネス業界の方向は!～

10月14日(火)、石川県金沢市にあるエイム・スカイシップ店にて、株式会社ブラボーグループ代表であるジョン・ボードマン氏によるセミナーが行われた。アメリカのフィットネス業界にも精通している同氏が、アメリカと日本のフィットネス業界の違いなどについて紹介したセミナー模様の抄録を紹介する。

まず、簡単に自己紹介をさせていただきます。私は大学ではホテル学科を専攻し、卒業後に実際にホテルで2年間働いた経験があります。その後再びNY大学に入学してMBAを取得した後、当時の東京銀行(現三菱東京UFJ

銀行)に入社しました。しかし、銀行での仕事にあまり面白味が感じられなかったため退職し、トレーニング機器などの「サイベックス」ブランドにおける、アジア地域を担当するセールスマネージャーとして5年間働きました。その後、現在のブラボーグループを立ち上げましたが、直後からライフ・フィットネス・ジャパン株式会社の立ち上げにも携わっています。現在はブラボーグループの代表として音楽と運動を通じて人々の人生をよりよくしていくことを目指し、活動しています。

私は、これまで東京、ボストン、シアトル、NY、ホノルルなど、いろいろな場所に住みましたが、正直、一番好きなのは日本です。そんな私から見て、世界と比較して日本のフィットネス業界について、意見を述べさせていただきますと思います。

●世界のフィットネス事情

IHRSAが発表した数字によると、世界中でクラブの会員になっている方の合計は1億3,200万人ということです。会員制ではないクラブやホテルにあるクラブについてはカウントされていないため、それらも含めればもっと多くなります。施設数については150,000、フィットネス業界の規模は7兆5,000億円だそうです。これは残念ながらコーヒー業界に負けています。また、今の世界の全人口を約70億

●世界のフィットネス事情

●日本とアメリカの“健康”について

次に、日本とアメリカの状況の違いについて述べましょう。一番大きな違いはやはり肥満率ですね。アメリカの肥満率は世界のなかでもトップであり、30%を超えています。日本は3%ですから、アメリカはその10倍もあるのです。また、アメリカの1/3の子どもは過体重や肥満という結果が出ており、それは日本の約2倍です。アメリカがこのようなってしまった原因は、加工食品や甘味料を摂り過ぎる食生活と車社会にあります。

●日本とアメリカの“健康”について

なお、アメリカでははまだ4,500万人のアメリカ人が保険非加入です。平均寿命は日本と比べ短い割に、医療費については日本の約2.5倍もかかっています。両国で共通することといえば、人口が縮小傾向にあることぐらいでしょうか。

クラブの施設数は圧倒的にアメリカが多く、これも世界でトップです。日本もトップ10には入りますし、売り上げ規模も4位と、人口の割にはかなりがんばっていると思います。

また、アメリカと日本の大きな違いであり、かつ日本の強みでもあると思うのが、スタジオ参加率の高さです。日本は55～60%もある一方、アメリカはほとんど1人またはパーソナルトレーナーを付けてのマンツーマンの指導スタイルが多いですね。日本人がスタジオレッスンをそれほど

に好む理由には、もともと持っている集団行動思考や、“先生”と“生徒”という関係が受け入れられやすい文化であること、エクササイズ効果よりも楽しい振り付けを重視すること、そのほかにも達成感が得られやすい、1人でやるよりも安心感がある...などではないかと考えています。

●フィットネス業界のワールドトレンド

トレンドについてはいろいろな意見がありますが、私はこの5つがキーではないかと思っています。

1. テクノロジーの浸透
2. 情報過多の消費者
3. 変わりゆく生活パターンと期待
4. 社会の断片化
5. 総合的な健康への関心の増加

次より、上記のいくつかについて解説していきましょう。1.に関する注目1つには「ゲーミフィケーション」があります。ゲーム感覚で消費者たちを刺激し、何かしらの行動を起こさせるアプリのことで、非常に早いスピードで拡大しています。現在、フィットネスや健康に関するアプリだけでも20,000以上あります。

さらに、睡眠時間や運動量などの個人データを記録するアプリも増えています。このトレンドを加速させているのがウェアラブル端末の存在です。最近発表されたアップルウォッチなどもそうですね。現在、アメリカでは、人口の約17%、3,500万人が自分の健康状態を記録しているという統計が出ています。さらに、最近出た新たな研究発表によると、アメリカの成人の25%が自分の健康状態や

体重、エクササイズ履歴を記録するためにこうした端末かスマートフォンのアプリを使用しています。面白いのは、48%のまだ使っていない人々も「医者に提供されたら使うだろう」と言っていることです。医者の影響力はやはり大きいようですね。これらのアプリにより、いつでもどこでも、クラブに通わなくても健康管理ができる時代に入りつつあるのです。

尚、テクノロジーのトレンドにおいて欠かさないのはソーシャルメディアの存在ですが、これは世界的にみてもフェイスブックが主流となっています。統計によれば、フェイスブックに夢中になっているのは50～64歳と、高齢者の人気が高いことには驚きます。

ソーシャルメディアの普及により、企業側は今までほど自社ブランドをコントロールできなくなりました。今まではトップダウンのマーケティングだったものが、横のつながり、要するにターゲットとする消費者の周りの友だちなどにマーケティングしてもらうほうがよっぽど効果的だという流れになってきています。

なお、世界的に、一番大きい割合を占める年齢層は10～32歳のY世代と呼ばれる層で、41%を占めます。このY世代の51%が、何かを購入する際には4種類以上のソースを比較するそうです。私の年代は企業が言っていることを信じてすぐに買いますが、この世代はまずネットでチェックした後、友だちに相談し、さらに自ら試してから購入、という流れをたどるという特徴があります。クラブも同様で、訪れてもすぐ会員にならず、まず試すことから始めるということですね。

4は、ソーシャルメディアが普及すればするほど、ある意

しています。開催団体の運営費は、寄付やウェア販売などの売り上げからまかなわれています。

●総合クラブがもつ強みを惹き出そう

会費の低価格化が進んでいた日本の総合クラブについて私が述べたいことは、もっとお金を払ってもいいと考えている消費者もいるということです。ソウルサイクルなどは、1クラスの参加費が3,500円、バイクを指定すればさらに3,000円がかかります。週3回参加すれば18,000円、1ヶ月で6万円を超える金額を払っている人もいます。

尚、このような小規模、高価格施設の存在は、総合クラブにどう影響したのでしょうか。総合クラブの会員のなかには、流行のマイクロジムに興味を沸き、そちらに移る、または総合クラブの会員を維持したままマイクロジムに入会する場合もあるようです。

味アンチソーシャルになりつつあることを指しています。人々が集まっても、お互いに話しもせず、ネットをいじっている光景が増えています。

5には、先ほど述べたようにアメリカの肥満率の高さが影響しています。肥満により、健康に気を遣う、要するに栄養に関心をもつ人が増えてきているのです。米国の消費者の75%が「できればオーガニック食品を摂りたい」と述べているというアンケート結果も出ています。肉や魚を摂らない“ベジタリアン”も増えています。

●止まらない、進む多様化

クラブの買収などいろいろな動きがある世界のなかで、トップを誇る施設数を保っているのはエンタメフィットネスでしょう。16ヶ国で約2,300施設を展開しています。しかし、その競合として急激に伸びてきているのがスナップフィットネスです。同じく24時間、14ヶ国で現在1,400施設を展開しています。こちらも日本に近い将来、入ってくるものと思います。この2つの24時間営業の施設が今、世界的に拡大を続けています。

そのほか、新しい施設はもちろん、フィットネスの行い方についても多様化が進んでいます。最近では「Meetups(ミータップス)」というものが広がりつつあります。これは、ネットでイベントへの参加を呼びかけるもので、参加費はすべて無料です。例えば運動なら、「明日の朝7時、〇〇に集まって運動しましょう！」などと参加者を募り、公園などで、皆で一緒に運動するのです。ミータップスの一例として「ザ・ノベンバー・プロジェクト」というのがあります。これはボストンで始まり、今ではアメリカとカナダの主要20都市にまで拡大

そのほか、マイクロジムに移ったが価格が高いと感じてバジェットクラブに移ったり、一方で「つまらない」ということで総合クラブに戻ってくる場合もあります。ちなみに、バジェットクラブに関しては、利用される方の多くが、それまでクラブに入会したことがない方という特徴が出ています。これはフィットネス業界全体にとっては非常にいいことですね。

イギリスのある資料では、2010年に圧倒的に大きいマーケットシェアをもっていたのは総合クラブでしたが、バジェットクラブなどの台頭によって、閉鎖したり、プレミアム施設やローコスト施設にコンバートした例が挙げられていました。このような総合クラブに関するいろいろな記事を読むと、施設の多様化および選択肢が増えるなかで、総合クラブは再考と再評価の時代に入っていると感じます。毎年3月ごろにアメリカで開催されるIHRSAの展示会で出会う総合クラブのオーナーたちも、「なぜ会員は総合クラブを退会してしまうのか」についてももう一度考えているようです。IHRSAが刊行しているレポートを見ると、消費者が求めているのは“結果”なのですね。その部分を意識することが大切になるでしょう。

しかし、フィットネス関連のアプリも数多く存在する今、ある程度運動に関する知識をもっていれば、クラブに通わなくてもそれなりに“結果”を出せるのではないのでしょうか。それなのになぜ、人はクラブに入会するのでしょうか？ その理由は、インスピレーション、モチベーション、帰属意識の3つにあると思います。

例えば私の妻は、あまり運動好きではありませんが、クラブに行って友人と一緒にグループレッスンへ参加するというのに、お会費を払う価値を感じているようです。総合クラブというのは、この帰属意識を高めるビジネスなのです。人々を刺激し、クラブに通う動機付けを行い、来館頻度を向上して定着につなげていきましょう。



Associate members

賛助会員紹介

スリーベネフィット株式会社



企業PR

弊社は、フィットネスクラブ運営で重要項目である①省エネルギー対策 ②レジオネラ属菌対策 ③空間除菌・消臭対策を提供し、お客さま・社会・我々のbenefitsを生み出します。省エネ施策の立案から衛生管理の立案まで幅広いコンサルティングを行うことで、お客さまの企業競争力アップ、社会の環境負担低減による安心・安全な環境の維持を実現することを目的としています。

主要商品・サービス

■環境衛生サービス

対象施設の水や空気の除菌対策により、安心安全な環境を維持するため、高品質なサービスをご提供します。弊社の代表的な商品をご紹介します。

*ウイルオフシリーズ・・・電動ファン付き二酸化塩素の空間除菌・消臭を行う商品シリーズ。スタッフの皆さまのマスク代わり・更衣室・スタジオ・ヨガマットの除菌・消臭などでご活用いただいております。

*セルトーレTG・・・二酸化塩素タブレット。お風呂やジャグジーなどの循環系統のレジオネラ属菌対策としてご活用いただいております。

■エネルギーサービス

対象施設のエネルギー状況を診断し、投資対効果の最も高い、最適な省エネ施策を立案します。お客さまの施設によってイニシャルコストのかからないESCO提案も可能です。

3Bコントロールシステム・・・「エネルギー全体最適運転システム」

エコポンプ・・・循環系統のポンプを省エネタイプに変更して電力コストを削減します。

LED・・・既存の照明設備をLED化することで、電力使用量の削減を行います。

会社概要

会社名/スリーベネフィット株式会社

代表者/代表取締役 米田多加志

所在地/東京都港区虎ノ門5-11-1

オランダヒルズ森タワーRoP1201

担当者/河津宏昭

連絡先/TEL:090-2729-6445

e-mail/ kawatsu@3benefits.jp

Information

お知らせ

1. FIA賛同交歓会・施設認証制度説明会開催!

開催日:2015年1月21日(水) 弘済会館(東京・麹町)

①施設認証制度説明会(10:30~11:30)

経産省調査事業として数年来行われて来た健康寿命延伸産業創出推進事業は、本年度、質の高い公的保険外の運動サービス創出を目指し、利用者が運動を継続し効果を発揮し易いサービス内容になっているかなどをチェックして「事業所の目印化」を図ることで制度の活用者(自治体・保険者・企業)が安心してサービスを購入できるようにする「アクティブレジャー事業者の品質評価・認証事業」(主管:日本規格協会)として10か所程度の施設で実証作業を行っています。来春には多くの事業者・事業所に参加を求め、広報が始まる予定です。

FIAでは加盟企業の皆さまにその内容を把握して頂く機会として「施設認証制度説明会」を開催します。経産省担当課による趣旨説明並びに日本規格協会による制度説明と事業者に求められる要点解説を行います。制度の活用により現利用者(会員)とは違うマーケットからの顧客誘導策を企図して頂く為にも是非ご参加ください。(参加無料)

②賛詞交歓会(12:00~14:00)

恒例の会員による賛詞交歓会です。同じ事業を行っていても他社との交流の機会は少ないものです。FIAでは総会パーティーと並ぶ会員交流の場として賛詞交歓会を開催しています。例年約200人の皆さまにご参加頂いています。

<参加費> 会員:お一人目 2,000円

二人目以降、お一人 3,000円

非会員:お一人 10,000円

ご案内と申込書は各社窓口ご担当者様へお送りしています。

2. FIA全国スポーツクラブEKIDEN2014

東京会場:11月24日(祝)夢の島競技場(東京都江東区) 399チーム 2,227名の参加があり、トラックと外周路1周2.4kmのコースで、2時間周回・3時間周回のたすきリレーを行いました。曇り時々晴れのコンディションの中、活気にあふれたレースが繰り広げられ、歓声のなか参加者とクラブスタッフの絆も深まった一日でした。





大阪会場:12月13日(土)
長居第2陸上競技場(大阪市東住吉区)

104チーム 560名(予定)

自社内で開催している加盟クラブもありますが、このイベントはFIAならではのクラブ合同開催です。会場は各クラブののぼりやバナーで彩られ、応援にも熱が入り、お客様同士やスタッフとの交流も図ることが出来る楽しい一日となります。1チーム4人~8人で参加できますので貴クラブでも是非ご参加ください。(来年も秋~冬期に開催予定です)

3. SPORTEC2014

業界最大の展示会・セミナー催事「SPORTEC(スポルテック)」は12月4~6日東京ビッグサイトで開催されました。FIAは特別協力団体として、企画運営などに協力しています。350社を超える出展(展示)と130の講座(セミナー)があり会期3日間に33,489名の来場がありました。初日のFIA提供セミナー2講座は共に定員(120名)満員で内容の濃い講座となりました。



5. FIA正会員・賛助会員 FIA窓口ご担当者様へ

FIA会員専用ページ機能追加のご案内

(1)FIA WEBサイトセキュリティ向上について

現在、FIAホームページの会員専用ページへログインするためのユーザー名、パスワードは窓口ご担当者様へお送りしておりますが、1月中旬以降、ご担当者変更などがあつた際に、ユーザー名、パスワードをWEB上から変更できるようにシステムを改善致します。これにより、ご担当者の変更や退職等、①ユーザー名、パスワードの変更がいつでも可能になり、セキュリティが向上いたします。②ご担当者欄の内容など、最新の状態に保つことが可能となります。

新システム公開の際、ご担当者向けに新ユーザー名、パスワードと一緒にご利用案内をお送りさせていただきますので、ぜひご活用くださいますようお願い申し上げます。

(2)WEBサイト上の情報のメンテナンス機能について

またこのシステム改善に続き、賛助会員では業務紹介ページ(平成27年春開設予定)の内容を、正会員では加盟施設検索ページ(クラブの基本情報)などを、随時WEB上の管理画面からチェック・変更・更新ができるよう、掲載内容メンテナンスシステムの改善を準備しています。会員相互に、外部への情報発信に、最新の内容を公開できるようにいたしますのでFIAホームページをご活用ください。

4. FIAマスタースイミング選手権大会2015 募集中!!

現在、FIAマスタースイミング選手権大会2015の開催募集要項をFIAのホームページにアップしております。詳細は以下URLからご確認いただき、各店舗への周知をお願いいたします。

http://www.fia.or.jp/act/event/#masters_taikai

申込み締切は、2014年12月25日(木)18時。



ブースでの活気ある体験イベント

実行委員のテープカットで幕開け



New Clubs

出店情報

12月のオープンクラブ

Curves横浜三ツ沢

所在地: 神奈川県横浜市神奈川区松本町4-32-8
ちとせビル1F
TEL:045-624-8825

Curves横浜洋光台

所在地: 神奈川県横浜市磯子区洋光台5-1-9
オリンピック1F
TEL:045-835-5011

Curves南葛西

所在地: 東京都江戸川区南葛西1-14-13
シティパレス南葛西301
TEL:03-5679-5105

Curvesイオン小郡

所在地: 福岡県小郡市大保字弓場110
TEL:0942-65-3700

●FIA会員

Curvesサンリブ筑後

所在地: 福岡県筑後市徳久248-1
TEL:0942-51-1210

Curvesバザールタウン篠山

所在地: 兵庫県篠山市杉265番地
バザールタウン篠山NEWS館2F
TEL:079-594-4977

Curvesイオンタウン刈谷

所在地: 愛知県刈谷市東境町京和1番地
TEL:0566-35-0707

Curvesイオンタウン弘前樋の口

所在地: 青森県弘前市樋の口2-9-6
TEL:0172-88-8010

Curvesポートウォークみなと

所在地: 愛知県名古屋市長区当知2丁目1501
TEL:052-381-7500

●FIA会員

Curves天白原駅前

所在地: 愛知県名古屋市天白区原1丁目405
第二富士美ビル1階
TEL:052-918-2444

Curvesライフガーデン茂原

所在地: 千葉県茂原市六ツ野八貫野2785-1
TEL:0475-24-3320

Curvesバニーズ三日月

所在地: 佐賀県小城市三日月町久米1295-2
ショッピングシティバニーズ2F
TEL:0952-73-1919

Curves一宮市浅井

所在地: 愛知県一宮市浅井町尾関字上川田22番地の1
TEL:0586-78-8882

Curvesイオンモール多摩平の森

所在地: 東京都日野市多摩平2-4-1
TEL:042-843-4153

Curves浜田

所在地: 島根県浜田市黒川町156番地1
TEL:0855-25-5080

●FIA会員

Curves那須烏山

所在地: 栃木県那須烏山市金井2-4-28
TEL:0287-83-0070

Curves平野西コノミヤ

所在地: 大阪府大阪市平野区平野西5丁目1-1
TEL:06-6777-9640

●FIA会員

Issue

記事

フィットネス3社、そろって営業増益 4～9月期

上場フィットネスクラブ大手3社の2014年4～9月期決算は3社そろって営業増益となった。健康意識の高い50歳以上の会員が増え、少子化でも水泳やテニスなど子どもの習い事にかかるお金は増加傾向でスポーツ教室が好調だった。東京五輪の開催決定やテニスの錦織圭選手の活躍が後押しとなっている。

セントラルスポーツの連結営業利益は15億円と前年同期比9%増えた。4～9月は全店の退会率が2.5%と前年同期比0.1ポイント下がった。退会率低下で新規会員獲得のための広告宣伝費が減り、利益を押し上げた。ルネサンスの連結営業利益(10億円)は単独決算だった前年同期比10%増えた。特に「錦織効果」が出たテニススクールは7～9月期に会員数が前年同期比2%増えた。メガロスでは全年代で会員数が増加した。単独営業利益が32%増の7,600万円となり、最終損益は2,000万円の赤字と前年同期(3600万円の赤字)比改善した。

(2014.11.10 日本経済)

子どものスポーツ、幅広がる ——日本選手が活躍 親が将来に期待

子どもが習うスポーツの幅が広がっている。以前は野球や水泳が定番だったが、様々な競技で日本人選手が国際的に活躍しているためだ。本人だけでなく、将来に期待して本格的な能力を身に付けさせようとする親も多いようだ。

(2014.11.12 日本経済)

第32回サービス業総合調査 ——スポーツ施設、3.0%↑、成長は鈍化、的絞り営業

スポーツ施設の売上高は3.0%増で前回調査より0.3ポイント下がった。伸び率が高くなった企業もあったが、一部では減少が続く。市場の横ばいが続くスポーツ施設では、各社はターゲットを絞ったサービスで顧客獲得を図る。

大和ハウス工業グループのスポーツクラブNAS(東京・江東)は10.3%増となった。女性用のホットヨガスタジオの単独店を開店したり、施設内にシニア会員の交流スペースを設けたりして顧客獲得に力を入れる。

女性専用の小型スポーツクラブ「カーブス」を展開するコンダカホールディングスは22.4%増。2013年度は142店舗増やし、会員数も16.5%増の58万6千人となった。カーブスの全会員のうち、80.9%を50歳代以上が占める。

スポーツ施設では会員の高齢化が進む。利用客の年齢構成で、60歳代以上が上昇したと答えたのは全体の44.4%。

(2014.10.20 日経産業)

スポーツクラブのティップネス、サントリー、 日テレに売却、350億円

サントリーホールディングス(HD)が子会社のスポーツクラブ大手、ティップネス(東京・港)を日本テレビホールディングスに売却する方針を固めたことが20日、わかった。サントリーHDは海外での巨額買収に伴って負債が膨らんでおり、非中核事業の整理を進めて経営効率を高める。

(2014.11.21 日本経済)

ライザップ、医療機関にジム出店、 人間ドック&減量プラン、40~50代を開拓

健康コーポレーション傘下のライザップ(東京・新宿)は来春にも、人間ドックを提供する医療機関と提携し、施設内にフィットネスクラブを初出店する。まずは北九州市の病院内に出店し、肥満とされる受診者らに同社のトレーニングを勧める。同社の主要顧客は30代が多いなか、人間ドックの利用が目立つ40~50代にも照準をあてることで新たな客層を開拓する。初年度で都内などにある10の医療機関と組む考えだ。

同社の会員の半数にあたる約1万人がライザップへの入会を決めた理由は「医者から痩せるように指導を受けた」こと。もともと減量目的のトレーニングが体質の改善にもつながることがアピールできれば、健康志向が強い60代以上の中高年層を獲得しやすくなるとみている。

(2014.11.21 日経MJ)

介護参加でポイント制、 野田市、高齢者のボランティアに

千葉県野田市は来年1月から高齢者が介護保険施設でボランティア活動をすると、ポイントが得られる「介護支援ボランティア制度」を導入する。ポイントは活動時間に応じて得られ、交付金に交換できる。地域で活動の場を広げたり、身体を動かすことで健康維持につなげてもらう。

対象は市内在住の65歳以上で、介護保険料の滞納がないことなどが条件になる。説明会に出席して登録し、市が指定する介護保険施設のなかからボランティア活動をしたい施設を選んで日程調整する。レクリエーション指導や食堂の配膳補助、草花の手入れなどが活動内容になる。1時間のボランティア活動をすると1ポイントが得られ、10ポイントにつき1,000円の交付金と交換できる。4月から翌年3月までを区切りとし、年度ごとに最大5,000円を受け取れる。

(2014.11.14 日本経済)

ルネサンス、DICから3割、自社株買い取り

フィットネスクラブ大手のルネサンスは14日、発行済み株式数の47.71%を保有するインキ世界最大手のDICから、30.87%分を56億円で買い取りと発表した。他社による自社株の買い取りを防ぐ意味が大きい。

今月17日から12月15日までの間の公開買い付けで取得する。この結果、DICは第2位株主となる。

(2014.11.17 日経産業)

住民の皆さん、健康に関心もって 知恵絞る自治体

藤枝市は県と連携し、2012年10月から県内の他市町に先駆けて「健康マイレージ」を始めている。運動や食事などの目標を達成したり、健康診断や地域行事に参加したりしたらポイントを付与。一定以上をためると優待カードを提供し、協力店のサービスを1年間利用できる。

鳥取県は5月、全国健康保険協会(協会けんぽ)鳥取支部と組み、社員の健康づくりに熱心な企業を表彰する制度を始めた。生活習慣病の予防健診や栄養指導を受けるたびに6~50のポイントを与え、成績のよい事業所を選ぶ。約330社が参加する。

厚生省が12年に公表した統計によると、メタボの人はそうでない人より年8万~12万円も医療費が高い。政府は今年度予算で、特定健診に関する自治体などへの助成金約226億円を計上した。

(2014.11.21 日本経済)

練習、「ゴルフ場」感覚で、住友不動産系が講座、 都内の新店、初心者を開拓

フィットネスクラブ運営の住友不動産エスフォルタ(東京・新宿)はゴルフスクールで初心者層を開拓する。新たにシミュレーションを利用したラウンド形式の講座を開講するほか、月に何度でも講座を受けられる会員制度を導入する。12月に開店する都内の2店舗で始め、初年度で合わせて450人の会員数を目指す。

(2014.11.28 日経MJ)