

## Fitness Industry Association



## NEWS

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

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

## 『これからのフィットネス産業成長戦略の鍵』

## 【パネリスト】

## (株)ルネサンス

代表取締役社長執行役員 吉田 正昭氏

## 野村不動産ライフ&amp;スポーツ(株)

代表取締役社長 大橋 充氏

## (株)フジ・スポーツ&amp;フィットネス

代表取締役社長 森山 博行氏

## ジョンソンヘルステックジャパン(株)

代表取締役社長 安永 誠司氏

進行: (一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛

2018年6月15日(金)、弘済会館にて平成30年FIA総会シンポジウムが開催された。前号の第一部に続き、今号では各社の代表がパネリストとして登場した第二部の模様をお届けする。

アメリカ・ヨーロッパそしてアジア諸国とグローバルに販売拠点をもちあわせた企業です。日本のマーケットにおいても、フィットネスクラブ、スポーツクラブはもちろんのこと、東京体育館・武道館などの多くの公共施設、病院、さらには青山学院大学といった教育機関まで幅広く取引先を開拓されているほか、ヨドバシカメラやスポーツオーソリティ、ゼビオなどの量販店にも積極的に卸されています。

今回は、シンポジウムの主題である「これからのフィットネス産業成長戦略の鍵」について、産業全体の視点から検証したいと考えております。フィットネスクラブのプレーヤー各社さまざまだけでなく、同社のようにクラブや公共施設、教育機関など幅広い市場に向けてフィットネス機器の製造・販売をされているメーカー側の視点からもぜひご意見をお寄せいただけたらと思います。特に、安永氏は前職では大手メーカーの海外支店でもマネジメントされていたということで、グローバルな視点からぜひご意見をお聞かせください。

## ■(株)フジ・スポーツ&amp;フィットネス

代表取締役社長 森山博行氏

愛媛県松山市からお越しいただきました。松山市を拠点に中国・四国においてスクール事業に注力した総合クラブを12軒、女性専用のサーキットトレーニング施設4軒を運営されています。スーパー・薬局・車の販売・蔦屋の展開など、小売業・旅行業など、きわめて幅広い事業を展開されているフジカンパニーズの関連企業の1つです。人口の変化、地域の過疎化のなか、どのような戦略でドミナント展開されているのかご意見をお聞かせください。

## ■(株)ルネサンス 代表取締役社長執行役員 吉田正昭氏

フィットネスクラブの創成期から総合型のフィットネスクラブ

松村: 昨今、急速に業態が多様化していくなかで、フィットネスクラブも多角的な経営やチャレンジが求められてきているのではないかと考えられます。本題に入る前に、まずは私よりパネリストの皆さまの紹介をさせていただきます。

## ■野村不動産ライフ&amp;スポーツ(株)

代表取締役社長 大橋 充氏

関東を中心とした総合型スポーツクラブ「メガロス」を中心に展開されており、早い段階から「メガロス24」の前身となる「デオス」で24時間ジムの展開に着手されました。現在では、24時間ジムの「メガロス24」のほか、女性専用ジムの「ルフレ」、女性専用スタジオ「アクティブース」、パーソナル専用ジム「メガロスゼロプラス」など多様な業態に挑戦をされるとともに、プログラム面でも格闘技系のエクササイズやスタジオバイク、エアリアルヨガなど最先端のプログラムを積極的に取り入れられています。最近では京都・名古屋などの中部、関西圏の市場にも出店されました。早い段階からそのような業態の多様化に取り組まれてきたご経験に基づくご意見をお聞かせください。

## ■ジョンソンヘルステックジャパン(株)

代表取締役社長 安永誠司氏

同社は、「マトリックス」で知られるフィットネスマシンメーカーとして世界100ヶ国以上で販売を行っており、ブラジル・ア

を全国に展開されています。昨年は世界を代表する業界団体であるIHRSAが発行する雑誌に、ルネサンスの企業活動と吉田社長の経営活動が取り上げられました。ルネサンスは総合クラブの出店が難しい今日においても継続的に出店されているほか、女性専用スタジオ、バーチャルリアリティを使ったサイクルスタジオなども積極的に展開されています。ヘルスケア領域の事業にもたいへん早い段階から、スポーツクラブで培ったノウハウを活用して、運動特化型通所介護施設や企業の健康管理などの取り組みをされています。その部分のところも本日お聞かせいただけたらと思います。

では、各社さまより、自己紹介を兼ねて2017年の取り組みおよび実績に関して経営者としての振り返り・感想をお話ください。

大橋: 当社の社長になって4年が経ちました。以前はグループ会社である野村不動産株式会社の法人営業部に16年間在籍し、企業向けの不動産営業を担当しておりました。その当時の仕事をわかりやすく説明すると、NTTが所有していた土地を借りて、現在のメガロス葛飾店をつくったことが代表例です。当時の私はNTT側の営業としてメガロスとやり取りをしていました。契約寸前のころ、近隣にルネサンスさまの新店ができるということで、メガロス側から「家賃を下げてほしい」との打診があり、私は「今さら何を言っているんですか。当初の家賃で借りてください」と言い、そのように進めることになったのですが、そのときは、まさか自分が将来この席に座ることになるとは思っていませんでした(笑)。

その後、秘書室長を経て2014年から社長に就任しておりますが、先ほどの経歴からいっても、フィットネスクラブの経営はまったくの素人ですので、今年FIAが一大事業として立ち上げた「フィットネスクラブ・マネジメント技能検定」3級を受験

しました。実務経験が4年ということで、受験資格として実務経験5年以上が必要な2級は残念ながら受けることができませんでした。3級には無事合格することができました。特に業界の重鎮の方々が編集されたテキストが参考になりました。

会社の業績面では、2016年3月期に赤字決算を出しております。これは構造改革を行ったため、2017年3月期、2018年3月期と予定通りの売り上げと利益を計上し、2018年3月期につきましては、新店を8軒出店しながらも利益を倍増させることができました。

そして、指定管理にも初めて取り組みました。「同業他社は数多くやっているのに、なぜ当社はやらないのか」と周囲に聞いたところ、「儲からないから」という返答であったため「では、なぜ儲からないのに同業他社はやるんだ？」というので、当社でもまずは挑戦してみようとなったのです。今年に入り、2軒目の指定管理もスタートさせたところです。

今期も、限られたリソースをどこに振り分けるか慎重に見極めながら出店していきたいと考えています。また、経営の構造改革もまだ道半ばと考えておりますので、こちらも進めて参ります。

**安永:** 私はリーマンショックが起きた2008年にこの業界に入り、今年で11年目となります。まったく別の業界にいたので、来た当初はこの業界の右も左もわからず、ゼロからのスタートというよりも、むしろマイナスからのスタートでした。

まずは基本に立ち返り、日本で事業をやるにはサービス、インフラをきちんと整えよう取り組みましたが、最初の3年間は本当に大変でした。11年目を迎え、これまでを振り返ると、やっとここまで来たかという心境です。

適した新たな業態を開発していきたいと思っています。

さて、話は戻りますが、この4・5月に新店をオープンし、実は社長の立場としてもこの2017年度はいけるという確信があったのですが、そこに至るまでの道筋は極めて厳しいものでした。当社は上場企業として、株価も意識しなければなりません。株価は株主や世間の評価により変動します。第一四半期、第二四半期と出店すれば、どうしても開発費が高みますから、世間は、前年を割るような業績で終わるのではないかと考えます。それも計画の範囲で、後半に挽回のシナリオはきちんと立てていたのですが、やはり一時的に株価は下がりました。

最終的には、17年度も当初の計画を超えた増益で終え、なんとか10年連続の増益を実現することができました。しかし、現状を率直に申し上げますと、既存の総合クラブは前年を維持するのが精一杯です。既存施設の再構築を試みながら、新たな事業を開発していくことで、総合的な力を確立したいと思っています。

**松村:** 先日テレビを見ていたら、少子高齢化が進む日本の人口ピラミッドについて、海外では皮肉を込めて「棺桶型」と呼んでいるそうです。特に地方において、急激な高齢化と過疎化が進んでいます。また都心においてもその影響はジワジワと広がっていきと思われる状況のなか、今後へのお考えについてお聞かせください。

**大橋:** 当社は、指定管理含めて直営46軒を運営しており、首都圏がそのうち40軒を占めます。前期は新店を8軒出店しましたが、内訳は名古屋1軒、京都1軒、残りはすべて都内です。私は地方というより、“大都市とそれ以外”というくりで考えています。

先ほど、当社では新規出店を重ねながら利益を倍増させたとお伝えしましたが、「人・物・金」という限られたリソースをどこに投入するかと考えると、やはり大都市になります。そういった

現在、従業員が50人強となり、今年もさらに10人ほど増やす予定です。現在、業態が非常に多様化していることで、我々メーカーの立場としては、フォローの風が吹いていると感じています。

**森山:** 当社は、株式会社フジという総合スーパーを運営している会社の一関連企業です。株式会社フジは中国・四国を中心に総合スーパー96軒を経営しており、当社のクラブはそのショッピングセンター(以下、SC)のテナントとして出店しています。当社はまだ5年目と非常に若い会社ですが、元は30年ほどの歴史をもつ株式会社フジのスポーツ事業部から立ち上がったものです。株式会社フジの理念は、地域に奉仕すること、地域にとって「あってよかった」という店にすることですから、地域の皆さまに喜んでいただけるSCにするための1つの方法として、スポーツクラブの運営を始めました。

おかげさまで売り上げは順調に推移しておりますが、東京や大阪といったところで起きていた24時間ジムを中心とした小型施設の出店攻勢が、昨年より一気にこの松山、広島でも始まりました。松山には去年1年間で4軒の24時間ジムができましたし、広島では去年から今年の7月にかけて9軒出店するというので、競争環境は厳しくなってきました。

**吉田:** 当社は、先ほど松村さんからお話にありましたように、総合型を中心としながら、女性専用スタジオ「ドゥミルネサンス」や「バニスタ」といった小型施設を展開してきました。さらに、新たに若い人たち取り込もうという試みとして、渋谷に「CYCLE & STUDIO R Shibuya」をオープンしました。結果的に、当初ターゲットとしていた方より若干上の40代が多くなっておりませんが、とにかく様々なことに挑戦しながら地域に



※写真はイメージです

意味で、名古屋、京都含む関西圏と東京圏を重要視しています。“首都圏”ではなく“東京圏”としたのは、東京都およびその周辺の一部という意味合いを含めているからです。そのような場所への出店が、当社としての最重要課題なのです。理由は、当社の店舗、会員の数が多いからです。新規出店では、その地域にお住まいの方々が興味をもってくださるのはもちろんですが、一番興味をもってくださるのは、やはり既存店の会員様です。ですから、業態の多様化で店舗ごとに特色を出して「今度あそこできたメガロスに行ってみよう」と思っていただけのようにすることが重要だと考えました。忙しい平日は都心のメガロスで、週末は、自宅近くのメガロスをつくり使っていただいたり、その逆に、時間に余裕がある週末は「都心にあるメガロスに行こう」など、その時々で柔軟な利用を促進していきたいと考えています。

そのため、相互利用会員の拡大も進めていきたいと思っています。これまでのゴールド会員のさらに上に位置する、

メガロス全店を利用できるプラチナ会員を拡大することで、会費単価のアップも実現できます。そのためには、東京都心に位置し、かつエッジの効いた店舗が必要だと考えています。

この出店戦略は、20年後を見据えたストーリー戦略でもあり、9月にオープンするメガロス日比谷シャンテもその一環としてオープンいたします。

さらに、各種スクールも強化しています。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの追い風を受けて一番伸びているのがスイミングスクールだからです。なかでもベビースイミングおよびその指導者育成に特に力を入れています。

未就学児に対応するため「ミライク」という体育スクールもこの4月から始めました。施設にプールがある・なしに関わらず展開できますし、幼少期からメガロスに慣れ親しんでいたことで、ベビー、キッズ、ジュニア、そして大人へと成長しても、メガロスの会員になっていただける可能性が高まると思うのです。

以上のように、今の限られたリソースのなかでは、地方への出店については考えていないのが現状です。

**安永:** 私からは、高齢化社会が進むなかで、今後どういう事業に可能性があるかという視点からお話したいと思います。フィットネスクラブにおいては、どれぐらいの人口だったら出店しようという基準があるかと思っています。ヨーロッパで最大のバジェットクラブであるベーシックフィットは、オランダ、フランス、スペインを中心に現在約500軒を展開していますが、彼らの出店基準は人口35,000名だそうです。日本でも、参加率を上げてこの基準に近づけることが必要ではないかと思っています。当然、会費も3,000円など低価格にすることが

あります。車であれば互いに30分以内の距離にあるため、多い店では1割以上の方が複数の店舗を相互利用できる会員種別に登録されています。この会員種別を今後もしっかりと増やしていくことが必要だと考えています。そのためにも、ジム単体やスタジオ単体施設、当社では「ライトスタイル」と呼んでいるジム・スタジオ型施設など、様々な業態による出店を進めていくことで、お客さまの囲い込みをしていきたいと考えています。

また、切実な問題として、人口減少ももちろんありますが、SCやドラッグストアなどが過当競争に入っていて非常に苦しくなっていることが挙げられます。そういった状況のなかで増えてくるのが空きテナントです。これからローコストで出店していくにはやはりそのような物件情報をどれだけ入手できるかが非常に重要になってくるでしょう。利便性のよい物件もたくさん出てくると思いますので、当社としては決してあきらめることなく、近年滞っていた出店も、今期から進めていく予定です。

**松村:** ロープライスなクラブは今後、地方で増えていくと思われませんか？

**森山:** 高知市では、私どものクラブから約1.5kmのところイオンが運営するSCがあるのですが、そこに「FIT365」がオープンしました。広さは200坪強、会費は2,980円という低価格です。もちろんシャワーなどはありませんが、順調に集客しているようです。今年の4月にはさらに愛媛・新居浜に出店しています。当社としては、24時間ジムよりこちらのほうが怖いですね。24時間ジムは客層が絞られますが、ロープライスというのはある程度幅広い客層をもっていかなければなりません。

**吉田:** 当社は昨年度、新たに総合スポーツクラブを4軒出店しましたが、建築費の高さをつくづく感じました。これから20年間背負わなければならない課題です。また、かつて、大型の総合クラブの出店が盛んだったときには、若干失敗しても目立たな



※写真はイメージです

必要です。そうすることで、高齢化や人口減少が進んでも成り立つビジネスモデルをつくるのが、業界にとってのミッションではないでしょうか。

スクール事業もビジネス拡大のキードだと思います。近年、教員の過重労働が問題になっており、この課題解決の1つとして、フィットネス業界がお手伝いできることはたくさんありますし、ここにビジネスチャンスがあると思います。政府やスポーツ庁と積極的に対話しながら、ぜひ進めていただきたいですね。

**森山:** 当社はまさに人口減少地域でビジネスをしています。出身がスーパーということもあって、総合クラブは広島市とその周辺で5軒、松山市で3軒と、8軒はドミナントで展開して

かったのですが、今は明確に業績に影響が出ますから、失敗しない総合クラブをつくらないといけません。出店した4軒の総合クラブは建築費や経済状況など、相当緻密に検討しました。さらに、従来は、オープンから20年経ち契約満了と同時に閉店させる施設もありましたが、開発部が建築方法を研究した結果、従来の6割ほどの費用でつくれるローコスト建築の手法を開発しました。その結果として、本来は契約満了で終わるだけだったところを、近隣に条件が合う土地があれば、当然イニシャルが下がった結果として、出店すれば利益が出るため、スクラップ&ビルドというかたちで現在2軒展開しており本格的な新店だけでなく、このようなスタイルでのクラブづくりにも注力していきたいと考えています。

総合クラブは24時間ジムなどの影響もあり、前年を維持することがまず大変です。かつて、総合クラブの競合環境は点在していて、「全体の参加率を見れば成り立つね」ということがありましたが、現在のプロットを見ると24時間ジムが非常に増えた結果、どちらかというと地図上のATMの印に近いものになってきています。しかし、業界としてみれば、これらが新しい需要を降り起こすことに貢献していることは間違いありません。

このような状況もあり、当社のフィットネス会員はなんとか現状維持の状態ですが、スクールのほうは好調です。少子化といわれるなかでもスイミングスクールは会員数が増え続けており、数年前に10万人を達成し、現在は11万人を突破しました。これには、各現場でのコーチのがんばりや、当社所属の池江璃花子選手の活躍もかなり影響していると思われます。しかし、彼女1人がブランド化してもいけないと考えています。

テニススクールも、新たに「スマートテニスレッスン」というITを駆使したテニススクールを提案し、単価を上げました。一番上げた施設で月額1,800円上げています。

要するに、現状維持の部分と成長部分のバランスをしっかりととりながら、よい場所があれば、さらに出店していきたいと

考えています。当面、小型のジム単体施設のほか、年間2～3軒の大型店の出店を計画しています。

そのほか、フィットネスに参加していない、97%の方へどうリーチするかについても取り組んでいかなければいけません。「待ち」の姿勢ではなく、自ら出て行って、自治体での健康づくり教室の開催などに取り組みながら、新たなビジネスにつなげていこうと考えています。

出店依頼も幸いなことに、いろいろなところからいただきます。なかでも、地域が抱える大きな課題を解決してほしいということで、依頼を受けた店舗があります。それが、今度沖縄・北中城村にオープンする「スポーツクラブ ルネサンス・ライカム24」です。一般的に長寿のイメージが強い沖縄には100歳を超える方もたくさんいるのですが、40代ぐらいの方々の健康状態はとても悪いそうなのです。それに危機感を抱いた村長から依頼をいただいたものです。

通常の出店基準からすると、人口が2万人ほどの地域に出店するというのはいりえないことですが、いろいろな仕組みで商圈を広げて、そういった地域の課題解決にも取り組んでいこうと、決断しました。これからも、収益をしっかりと上げる部分と、利益は薄くとも地域の課題解決につながる部分の双方に取り組んでいこうと考えています。

**松村:** 少子化のなかでもスクール事業は伸びているということについて、本日までご参加いただいている、JSSスイミングスクールの奥田会長にも、現況について一言だけいただけないでしょうか。

**奥村:** 当社はスイミングスクールが主体であり、少子化の影響はやはり感じています。しかし、子どもが急激に減って

も、店舗数が増えたからフィットネスに通う方が増えるという流れは確実にあるはずで。欧米と比べて、日本では人口あたりのクラブ数がまだまだ少ないので、24時間ジムなどが増えたことはクラブへ入会するハードルを下げたといえるでしょう。

今、私が注視しているのは同業他社よりもむしろ異業種、フランチャイズ展開をしているところです。森山社長のお話にもあった、空きテナントは確実に増えていくでしょう。そういった意味では、首都圏より先に、地方においてレッドオーシャン化が進むと思われます。地方のビルオーナー、それから小売り業などによる空室対策として、参入障壁が低い小型のフィットネス施設が選択される余地は大いにあるからです。

プティッククラブも、すそ野拡大に寄与していることは間違いありません。これには女性のライフスタイルの変化が大きく影響していると考えています。彼女たちにとって、プティッククラブは、流行りのカフェなどに行くのと同じ感覚なのです。要するにコト消費、インスタ映えというやつです。

ここで、当社の総合クラブを見ると、50歳を境に、それまで半々の男女比が逆転し、44:56と女性が多くなります。20代については、男女とも、人数、率ともにほぼ変わっていませんが、私が社長に就任した2014年と比較して、最も減少したのが30代の男女です。特に女性については、現場にいる指導者が肌感覚で感じているほどだと思います。

ここでキーワードになるのが「時間」です。30、40代の男女はとにかく忙しいですから、入会しても通える時間がない。そうすると、特に男性などは1回あたりのコストが安いほうを選択するのではないかと思います。

女性においても、日本でも社会進出率が欧米に近づいてきており、女性は男性以上に、仕事や子育てに忙しい日々を過ごしています。ですから、クラブでスタジオの順番待ちをするなどありません。ましてや、ゆっくりお風呂に浸かって2～3時間施設で過ごす時間など、あるわけがないのです。ですから、ウェブで簡単に予約できるプティックスタジオのほうに行ってしまうので

るわけではなく、ゆるやかに減っていますので、それに合わせて規模やコストを調整し、運営を効率化しながら数を増やしていこうと考えています。出店は指導者の育成準備が整ってからということで進めているのですが、大体平均年2軒程度となっています。極端なローコスト化で会員さまに不満を与えることは避け、満足を与えながらもハード・ソフト面を少しずつローコスト化することで、着実な運営を進めていきたいと思えます。ここには、建設業からスタートした当社の強みも活きていると思えます。今後もあまり周りに影響されず、独自の戦略でやっていこうと考えています。

**松村:** ありがとうございます。では次に、業態の多様化についての率直なご意見と、自社として、このような状況においてどのように対応していこうと考えているか、お聞かせください。

**大橋:** まず、24時間ジム、プティックスタジオというのは、フィットネス人口の拡大という点においては確実に貢献していると思えます。先ほど安永社長からオランダのベーシックフィットのお話がありましたが、私どもも、実は同社と同じ35,000名を出店の基準にしています。しかし、おそらく商圈は異なるでしょう。当社は1km圏35,000名、さらに、乗降客数をみており、東京の人口は1,370万人なので、400軒まではいけるだろうと考えています。そしてその周辺の、神奈川・千葉・さいたまは2,200万人ですから、東京ほど人口集積がないということを見ると、やはり400軒程度、首都圏で合計800軒までは出店可能ではないかと考えています。

先ほど、24時間ジムなどは、フィットネス人口のすそ野拡大に寄与したといいましたが、もともとクラブへの入会動機

のトップが「家から近い・通いやすいこと」であることを考えてはないでしょうか。要するに、男女ともに、20代で一度は総合クラブに入会するも、30、40代になって通う時間がとれなくなると退会し、男性は24時間、女性はプティッククラブに移り、50代になって子育てにひと段落するなどして時間的な余裕が出てくると、再び総合クラブに戻ってくるという流れになっているように感じます。

当社でも24時間ジムを展開しており、当初は自社の総合クラブに影響が出ないようにまったく違うエリアで展開していましたが、今は既存店の混雑緩和や相互利用を促進するために、あえて既存店の近くに出しています。

さらに、「メガロスX(クロス)」として、10の既存施設で一部を24時間化しました。エンタイムフィットネスさまの1号店が当社の調布店のすぐ近くにオープンした際に大きな影響を受けたこともあり、他社の24時間施設の出店を防衛する意味もあります。10軒のなかで、24時間利用できる会員種別に登録している方は平均1軒あたり500名、会員の約10%が1,000円以上乗せして24時間会員になっていただいたことで客単価もアップして、会員数は減っても売り上げアップを実現できました。

プティックスタジオ「ルフレ」は、総合クラブで減少した30、40代を取り戻そうとつくりました。また、新しい女性用プログラムはまず「ルフレ」で取り入れ、その様子を見て既存店に展開していくという、実験店としての役割も担っています。

30、40代の「時間がない」ことへの対応の1つとして、近年は時短プログラムも増やしています。HIITや格闘技系プログラムのほか、ルフレ麻布十番店には低酸素ルームを設置し、短時間でも十分な運動効果を得られるようにしました。しかし、プティッククラブというのは、退会も非常に多いですね。ずっと通い続けるヘビーユーザーと、1回体験したら十分という方の大きく2つに分かれますので、プログラムを常時更新していくことが必要ですし、先ほどいったウェブで簡単に予約できるなど、ICT含めたシステム構築が非常に重要であると感じています。

**松村:**世界的に見ても、プティッククラブはどんどん増えてきていますが、この点について安永さん、ご意見はありますか。

**安永:**一般的にプティッククラブは、大体1時間1クラスあたり30~40ドルと、高い会費ながら、人気を集めています。アピールしなくても、店舗名などから「この施設で何ができるのか」が明確にわかるため、訴求されているのです。一方で、アメリカにおいても非常に苦戦しているのが、プレミアムとベーシックの中間にある総合クラブです。プティッククラブと比較して会費は大分安いのですが、「何ができるか」がうまく訴求できていないため、ユーザーの心に響かないのです。その部分をもう一度見直していくことが必要かと思えます。

**森山:**24時間ジムは松山や広島にも増えています。松山には4軒出てきましたが、当社はドミナントで展開しているためか、影響はほとんどありません。しかし、広島のほうは囲まれてしまい、少し影響が出ています。大橋社長がいわれたように、会員さまがクラブを選ぶ理由の一番は「通いやすさ」ですから、当社として24時間ジムを運営するつもりはありませんが、小規模専門店には取り組んでいきたいと考えています。当社の親会社である株式会社フジはお客さまの安全・安心を一番に、長年小売り業を営んできました。無人での運営では、それが担保できませんし、有事の際には、地方ということもあり、影響は甚大であると予想されることから会社の方針として24時間ジムはやらないと決めています。ドミナント展開のメリットを活かし、うまく人材を活用すれば、十分にコストをおさえながら人によるサービスを提供し続けていけると考えています。

24時間ジムなどの影響で男性会員については若干減りま  
ような取り組みをこれからの1~2年はがんばりたいと思います。

**松村:**日本において、エニタイムフィットネスのフランチャイズに早くから取り組まれていた方に聞いたところ、利用者の2~3割が初心者で、それ以外はジム利用経験者であり、うち7~8割が20~40代の男性、同2~3割が20~40代の女性という、今の総合クラブでまさに空洞化しているところがとれているようです。

ここで、24時間ジムを中心となって展開されている株式会社ティップネスの小宮さんも本日ご参加されていますので、同業態を運営してみてわかった課題について教えていただけますか？

**小宮:**まず挙げられるのは、今後、限られたマーケットに競合がひしめき合いますから、単価の下落は免れないということです。要するに、インシヤルコストは上がるが単価は下がることになるため、この24時間ジムのライフスパンは非常に短いと考えています。当社もそれを覚悟で出店しています。

また、私は、地方において24時間ジムは成立しないと考えています。それは、今後生産年齢人口が減っていきますからその目減りが少ない都市部でなければ成立が難しいと思うからです。ですから、当社としても、人口集中エリアで、それも直営でしか出さないと決めています。社内では、ビジネスの第2の柱といわれていますが、私自身は、第3、第4の柱をつくるためのキャッシュ・カウと捉えています。

—ありがとうございました。

したが、競合対策として、まだ松山、広島には少ないホットスタジオを、昨年は広島に5軒出店したところ、20~30代の女性会員が非常に伸びました。物件を見極めながら今後も増やしていきたいと考えています。

**吉田:**入会状況を見ると、競合が近隣にできても、実はそれほど大きな影響は出ないのですが、それがボディブローのように後々効いてくるというのが現状といえるでしょう。今は出ていった方たちに、もう一度戻ってきていただけるような流れをどうつくろうか考えているところです。

例えば、スタジオなら、ホットヨガができるような仕様に変えたり24時間ジムも、単独ではやらないという方向性で決めています。先日東急スポーツオアシスの平塚社長に「御社を模範として、24時間化をさせていただきます」と許可を得てから、当社でも既存クラブの24時間化を実施しました(笑)。これによって、土日はゆっくり使いたいが、平日は時間がないという方たちを維持できるのではと考えています。

このように今は、特に出ていった方たちにいかに戻っていただくかについて検討を重ねているところです。その1つの方法として、ルネサンスブランドの再構築を考えています。安永社長がいわれたように、何を売りにするかを明確にしないと、総合クラブは色の薄いクラブになってしまいます。「地域の課題をしっかりとサポートして、解決してくれるクラブはルネサンスだ」と認識していただけるようなクラブを実現できれば、値引きをする必要もなくなると思うのです。提供するサービスに見合った価格をきちんと定めることが必要だと考えています。なお、若い女性については、ホットヨガを導入することで戻っていただけていますが、30、40代の男性については少し下降傾向にあるので、それらの方に戻っていただける

## Board Meeting

## 理事会報告

FIAは平成30年7月6日(金)弘済会館(東京都千代田区)にて第191回理事会を行い理事監事14名が出席した。

### 議事1 審議・決裁事項

#### (1)新規入退会の件

賛助会員入会、正会員・賛助会員退会について事務局より以下の通り説明し、審議の結果いずれも承認された。

#### 1. 入会

##### 賛助会員

#### ①会社名:(株)ヘリックスジャパン

所在地:東京都新宿区

資本金:1億円

営業内容:健康美容機器製造販売、水素吸入器(高濃度水素+酸素混合ガス吸入マシン)

#### ②会社名:(株)ショウエイ

所在地:川崎市幸区

資本金:7,000万円

営業内容:プール・浴槽用ろ過循環装置、製造販売。ろ過関連見える化システム・省エネ提案。  
(平成17年12月~平成21年3月 賛助入会)

#### ③会社名:(株)イン・ザ・ゾーン

所在地:東京都中央区

資本金:500万円

営業内容:フィットネス業界向け人材紹介事業。インストラクター採用支援。広告代理業。

**2. 退会****賛助会員****①会社名:(株)ウイング**

所在地:福岡市西区

理由:会社都合

入会:平成20年8月

商材:浴室ガラス清掃等

**②会社名:(株)JSC**

所在地:大阪市北区

理由:営業種目変更の為

入会:平成29年3月

商材:理美容機器・安全衛生機器

**(2)後援名義使用許可申請の件**

事務局より以下の後援名義申請があることが説明され、審議の結果異議無く承認された。

**1. アクアフェス2017**

主催:アクアフェス2018実行委員会

催事名:アクアフェス2018

会期:東京:2018年9月23日(日)~24日(月)

大阪:2018年10月28日(日)~29日(月)

会場:東京:全電通労働会館(千代田区)

ルネサンス仙川(調布市)

大阪:ミズノオオサカ茶屋町(大阪市)

ルネサンス豊中(大阪府)

内容:アクアプログラム・スタジオプログラムのインストラクター向け

**(3)技能士の発足について**

技能検定合格者(「技能士」)の組織である技能士の組織づくりを開始した。

①対象は当面1・2級とする。

②任意加入の団体であるが、合格者へのお知らせをお願いしたい。

③現在構成している発足メンバーにより、「過去問解説集(技能士会刊)」を編集中であり、SPORTECに合せて発刊予定。

**(4)受検申し込み時の「本人確認」システム費について**

厚生労働省により、今年度実施の技能検定より、受検申込み受付時に本人確認書類の提出及び確認が義務づけられた。

12月の試験より実施するため、インターネット申請時対応のシステム開発準備を進める。(費用102万(税込)開発期間3ヶ月)

**=社会・渉外委員会=**

委員長より以下事項について説明すると共に、必要事項については、協議を行った。

**(1)大阪北部地震に関する情報集約の会員向け提供について**

同様事態対処の参考として、会員内で情報共有することを了承した。

**(2)健康運動指導士表彰推薦の件**

健体財団40周年記念事業の一つとして、健康運動指導士個人表彰が行われる。

FIA加盟企業からの表彰推薦者を募る。FIA推薦枠5名以内。

①「士」「者」資格の20年以上保有且つ現保持者で、50歳以上

②行政又は民間(企業)で健康体力づくり業務に10年以上従事し、功績顕著なもの。7月中旬に推薦者をFIAより健へ提出→9月13日(木)式典で表彰(ハイアットリージェンシー東京)

講習会:アクア指導者資格・運営面はミズノ(株)が主管。

※毎年後援。2011・2012年はFIA主催。

**2. 日本スポーツ産業学会**

主催:日本スポーツ産業学会

催事名:日本スポーツ産業学会第24回大会

会期:2018年7月21日(土)・22日(日)

会場:明治大学駿河台キャンパス

内容: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、振興を目的とした学会。

**議事2 報告・協議・承認事項****=検定事業委員会=**

委員長より以下事項について事務局からの詳細説明を含み説明すると共に、必要事項は、協議を行った。

**(1)本年度試験日程及び受検促進について**

8月5日(日)1級実技(追加合格対象11名、全員申込み済)

8月26日(日)1級学科

12月16日(日)1級実技・2及び3級の学科実技

**(2)受検者アンケートの依頼**

テキスト改編のための意見集約を目的とし、第1回・2回技能検定受検者を対象としたアンケートをFCMホームページ上で開始した。関係受検者へのお知らせと、回答への協力をお願いしたい。

**(3)加盟クラブからの質問に関する件**

「利用なし会員」の把握と対処。「クラブへ行っていないのに会費引き落としだけが続いた」の古典的トラブル防止の為にどのような対策・制度をとっているか?(近年FIAはクラブからの質問に対し、加盟数社へのヒアリングと会員への情報共有を行っている。ヒアリング先の拡大を協議、限定的で良いこととした。)

**(4)産経新聞社提案の件**

\*賛助会員 産経新聞社より、同社の大型キャンペーン「100歳時代プロジェクト」とFIAのコラボレーションについて提案及び協力依頼。

\*当理事会後説明を聞く。

**=事業委員会=**

委員長より以下事項について説明すると共に、必要事項については、協議を行った。

**(1)FIAマスターズスイミング**

FIAマスターズスイミングフェスティバル2018

9月30日(日) 京都アクアリーナ。

参加者募集の予定

募集開始:6月15日(金) 締切8月1日(水)18時

**(2)FIA全国スポーツクラブ駅伝(東京大会)**

○10月27日(土)江東区夢の鳥競技場

・6月7日 第1回実行委員会開催

\*実行委員会役員を選任・承認

\*大会実施に向けたスケジュールの確認

・7月20日(金)第2回実行委

・8月8日(水)各クラブ募集開始~締切:9月17日(祝)

・10月4日(木)第3回実行委員会

・10月19日(金)現地最終打ち合わせ

**(3) SPORTEC2018 開催**

平成30年7月25日(水)～27日(金)

**①FIA提供セミナーの開催**

E-3: 7月25日(水)13:30～14:30

合格者が語る！フィットネスクラブ・マネジメント技能検定の魅力+企業向け検定導入のお得な情報(助成金)提供

パネリスト:各級技能士

1級 南雲 政人氏(ルネサンス)

2級 金澤 彩氏(NAS)

3級 木地谷 大河氏(メガロス)

(進行) FIA検定事業統括Mg 葦沢靖彦

S-9: 7月27日(金)13:30～15:00

顧客とのエンゲージメントを強めリテンションを促進させる取り組みを考える

パネリスト:

・スポーツクラブNAS(株)商品開発部部長 宮崎 兼臣氏

・(株)エイム 取締役営業開発部長 坂本 啓太氏

・(株)カーブスジャパン 常務執行役員事業開発本部

副本部長 加藤 大輔氏

(進行) FIA 松村 剛

S-10: 7月27日(金)15:30～17:00

FIA調査研究事業報告

シニア男性の入会を促進させるための阻害/促進それぞれの要因を探る。

・早稲田大学スポーツ科学学術院 教授 松岡 宏高氏  
・(株)クラブビジネスジャパン 代表取締役 FIA理事/調査研究委員 古屋 武範氏

(進行) FIA 松村 剛

**②IHRSAゲストと理事会メンバーの情報交換会(懇親)について**

7月26日(木)19時より。執行理事及び理事有志が出席。

**=調査研究委員会=**

委員長より以下事項について説明を行った。

前年度末にまとめた報告書(結果)の共有方法について

・7月13日(金)に報告書を全会員、関係団体・省庁等への発送を予定

・SPORTEC(7月27日)にて90分セミナーとして報告

・随時、地方協議会にける共催セミナーにて情報共有・関西マネジメントセミナーにて提供予定

※セミナーにおける主な発表のポイントは以下の通りとなる。

「定年を迎えたシニア男性の健康に対する意識/日常生活の実態/フィットネスクラブに対するイメージ・フィットネスクラブへの入会意向、阻害要因」以上の点について、調査研究データ及びその分析結果を元に解説・問題提起すると共に参加者と共に考える。

**=組織基盤拡充委員会=**

事務局より以下事項について説明を行った。

**1. 4月21日(土)北海道スポーツクラブ連絡会にて共催セミナーを開催**

日 時:平成30年4月21日(土)

参加者数:31名

場 所:札幌スポーツ&amp;メディカル専門学校

内 容:

**①FIA提供セミナー(80分)**

「欧州フィットネストレンドから学ぶグループエクササイズプログラムの魅力」

「フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験について」

講 師:FIA 松村 剛

**②「栄養のヘルスケア産業への応用と発展性」90分**

講 師:Original Nutrition株式会社代表取締役 岩崎 真宏氏

**③情報交換会****2. 広島フィットネスクラブ協会との共催セミナーを開催**

日 時:平成30年6月30日(土)

参加者数:42名

場 所:広島県立総合体育館 大会議室

内 容:

**①FIA提供セミナー**

『国内外の最新フィットネストレンドの報告』

講 師:FIA 松村 剛

**②大塚製薬(株):水分補給と運動者の効率的エネルギー補給について****③「スポーツ栄養学の現在とこれからの可能性」**

講 師:Original Nutrition株式会社代表取締役 岩崎 真宏氏

**④「クラブトレーナーの可能性と課題」**

講 師:パーソナルトレーニングスタジオNano代表(株)Nano 代表取締役社長 高橋 順彦氏

**⑤情報交換会****Information****お知らせ****1. FIA全国スポーツクラブ駅伝2018(東京大会)**

開催日:10月27日(土) 江東区夢の島陸上競技場

募集開始:8月8日(水)

締 切 日:9月17日(祝)

各クラブでチームを組んでご参加ください。

一般の部:女性比率が半分未満

混成の部:女性比率が半分以上

女性の部:女性のみ

1チーム 4人～12人

**2. FIAマスタースイミングフェスティバル2018**

開 催 日:9月30日(日)

参加募集結果:137チーム/957名/個人1590種目/

リレー187種目

エントリー募集へのご協力有り難うございました。

大会運営に携わるスタッフの皆様にご挨拶申し上げます。

**3. フィットネスクラブ・マネジメント(FCM)技能検定**

第5回試験の要項が発表になっています。

試験日:12月16日(日)

※今年度内はこの試験のみで次回は来年夏となります。

## 1級実技1(8月の1級学科試験合格者対象)

試験会場: 東京・大阪

受検申し込み期間: 10月1日~10月18日

## 2、3級 学科・実技

試験会場: 札幌・仙台・金沢・名古屋・大阪・広島・福岡

受検申し込み期間: 10月1日~10月31日

詳細は検定試験HP参照。(https://fcm-test.jp/overview/ )

※社内での研修や受検料に対する国の助成金制度も有ります。

FIA事務局 蕨沢までご相談下さい。(電話:03-5207-2456)



## THE IHRSA ASIA-PACIFIC PULSE



October 2017

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。

年にパーソナルトレーニングを利用し、その数はフィットネスクラブ全体利用者の12.6%を占めています。

同様に、2016年にスモールグループトレーニングを利用している約1800万人のクラブ利用者は、全利用者の26.6%を占めるに至っています。

レポートによると、フィットネスの歴史を振り返るとトレーニングはもともと高額所得者からその活用が広がっていますが、スモールグループトレーニングは今日においては、全ての所得層のフィットネスクラブユーザーに利用されている状況を示しています。

### スモールグループトレーニングの利用者は、平均してワンセッションに対して\$33.96を投資しています。

想定通りですが、スモールグループトレーニング利用者のセッションあたりの投資額はパーソナルトレーニング利用者よりも低いことがわかりました。

スモールグループトレーニングのワンセッションあたりの平均は\$33.96でしたが、パーソナルトレーニングにおいては\$65.86と、でほぼ倍となっています。

コストに敏感な利用者がパーソナルトレーニングにサインアップするのを控えてしまう可能性があります。スモールグループトレーニングは、手頃な価格でありながらもカスタマイズされたフィットネス指導の利点を提供します。

そうした点からもフィットネスクラブ、ジム、スタジオなど様々な業態において、広い所得レベル層の利用者が、運動、フィットネス、ウェルネスの目標を達成するためにスモールグループトレーニングに参加しています。

## Small Group Trainingは多様な顧客を集客します

文: Melissa Rodrigues(メリッサ・ロドリゲス)

翻訳: 松村 剛



最近のトレンドによると、フィットネスクラブの1/4の会員は、何らかのスモールグループエクササイズに参加しており、クラブにとっても非常に有意義な利益をもたらしています。

スモールグループトレーニング(SGT)は、ほとんどのヘルスクラブで主要な利益センターにランクされています。いくつかのクラブにとっては、それは一番の利益センターとして、パーソナルトレーニングとほぼ同等の利益をもたらしています。

IHRSAのレポートである『IHRSA's Profiles of Success』によれば、アメリカをリードする有力なクラブにおいては、パーソナルトレーニングの売り上げ構成比はおおよそ8.8%、スモールグループトレーニングにおいては8.7%を得ています。

それによると、830万人以上のヘルスクラブ利用者が、2016

### スモールグループトレーニングは、今や極めて幅広い所得層の利用者に浸透している。

IHRSAのフィットネストレーニングレポートには、利用者の所得によるトレーニング指導利用について最も期待できるデータを報告しています。年間家計所得(HHI)が、少なくとも10万ドルの利用者がトレーニング指導を利用するクライアントの最大シェアとなっています。5人のパーソナル並びにスモールグループトレーニングのクライアントのうち2人以上が、年収10万ドル以上となっています。

しかし、各所得層別の利用者のパーセンテージに着眼した場合、スモールグループトレーニングに限った利用率は、様々な所得グループにわたって同等です。

年収が少なくとも10万ドルの消費者のうち、約27%がスモールグループトレーニングを利用し、また、年収が75,000ドルから99,999ドルのヘルスクラブ会員においても29%がスモールグループトレーニングを利用していました。

### 世帯収入別に見たスモールグループトレーニング利用率





**New Clubs** **出店情報**

**8月のオープンクラブ**

**アローズジム マークイズ静岡**

所在地: 静岡県静岡市葵区柚木1026  
 マークイズ静岡 2F ノースコート前

**アクトスWill\_G ホームズ・寝屋川**

所在地: 大阪府寝屋川市日新町3-15  
 ホームズ寝屋川1F

**Curves福野ア・ミュー**

所在地: 富山県南砺市寺家新屋敷366

**Curvesハッピー・ドラッグ浜館**

所在地: 青森県青森市浜館6丁目4-21

**Curves彩都西**

所在地: 大阪府茨木市彩都あさぎ1丁目2-1  
 ガーデンモール彩都2F

**Curves和歌山御坊**

所在地: 和歌山県御坊市湯川町財部931-2

**Curves岐阜大学前**

所在地: 岐阜県岐阜市古市場神田12-1

●FIA会員

**エンタイムフィットネス祖師ヶ谷大蔵店**

所在地: 東京都世田谷区砧6-29-3 2F

**エンタイムフィットネス千葉中央店**

所在地: 千葉県千葉市中央区新田町1-1 IMI  
 未来ビル 1F

スモールグループトレーニングは、様々な収入レベルの消費者を誘引し、比較的手が届く価格で、カスタマイズされた個別指導を提供できるという点で、「イコライザー(平均化する何らかの手段)」としての機能を果たす場合があります。総世帯収入が25,000ドル以下の消費者のわずか10%しかパーソナルトレーニングを利用していませんが、一方でその2倍(21%)のフィットネス参加者がスモールグループトレーニングの利用経験がありました。

**Millennials(ミレニアルズ世代)が、利用年齢構成比においてスモールグループトレーニングの最大の利用層を成している。**

ミレニアルズ世代は、スモールグループ利用に関する年齢構成比率において、実に37.4%を占めており、世代別グループ全体で最大のシェアとなっています。

ミレニアルズ世代のフィットネス参加者は通常、スモールグループエクササイズを強みとするプティックスタジオに属する比率が最も高いため、この結果は驚くことではありません。

ミレニアルズ世代の大半が、まだ収入のピークになる年齢に達していないという可能性を考慮すると、スモールグループトレーニング市場の成長はまだまだ期待できることを示していると言えるでしょう。



**Melissa Rodrigues(メリッサ・ロドリゲス)**

IHRSAのシニアリサーチマネージャーとして、彼女はヘルスクラブの消費者、クラブ運営及び国際市場研究においてイニシアティブをとっています。彼女の研究のもっとも重要な部分は、IHRSAの研究を通して会員クラブのビジネスを改善し、拡大することの助けとなることです。プライベートにおいては、家族との時間を大切に、スーパーヒーローシリーズを見たり、NBAやNFLのボックススコアを見たりしています。

**エンタイムフィットネスおたかの森店**

所在地: 千葉県流山市東初石5丁目20-2

**エンタイムフィットネス志津店**

所在地: 千葉県佐倉市上志津1707-2 1F

**エンタイムフィットネス武蔵藤沢店**

所在地: 埼玉県入間市東藤沢 2-18-20  
 武蔵藤沢トーセイビル 2F

**エンタイムフィットネス宇都宮鶴田店**

所在地: 栃木県宇都宮市鶴田町798-1 1F

**エンタイムフィットネス小山店**

所在地: 栃木県小山市東城南1-1-1 2F

**エンタイムフィットネス金沢入江店**

所在地: 石川県金沢市入江 2-9-1 2F

**エンタイムフィットネス富山大泉店**

所在地: 富山県富山市大泉本町 1-2-3 1F

**エンタイムフィットネス堺初芝店**

所在地: 大阪府堺市東区日置荘西町  
 1丁目18-11 2F

**エンタイムフィットネス阪急吹田駅前店**

所在地: 大阪府吹田市泉町1-17-10  
 シャルムマンション1F

**エンタイムフィットネス宝塚山本店**

所在地: 兵庫県宝塚市山本南1-26-25 1F

**エンタイムフィットネス和歌山加納町店**

所在地: 和歌山県和歌山市加納町 22 1-2F

**エンタイムフィットネス高松木太町店**

所在地: 香川県高松市木太町1127 1F

**Issue**

**記事**

**JR東グループ、仙台市内にフィットネス**

JR東日本グループのジェイアール東日本スポーツは仙台市内にフィットネスクラブ「ジェクサー」を開業する。2021年夏に完成する予定の新しいJR東日本仙台支社ビルの2階に入り、新支社ビルと同時開業する。東北エリアへの出店は初めて。

店舗面積は約2,300平方メートルで、新ビルの2階の全フロアを使用する。営業時間は未定だが、24時間営業も視野に入れているという。JR東日本仙台支社の担当者は「仕事帰りの人や近隣住民、健康志向の強い高齢者など幅広い層に利用してもらいたい」と話す。

(2018.7.4 日本経済)

**声磨きで誤えん防止、普及協会、シニア向け講座拡大、全国で講師100人育成へ**

一般社団法人の日本声磨き普及協会は、高齢者に多い誤えんによる事故の防止や介護予防などにつながる、喉を鍛える健康法の講座展開を全国に拡大する。正しい呼吸や発声に関するトレーニング法を考案し、埼玉県などの自治体の介護予防事業などで実演。需要は膨らむとみて、2018年度は講師の育成にも本格的に取り組む。早期に全国で100人の講師育成をめざす。

(2018.7.6 日経MJ)

## フィットネスで女心にアタック アパレルのジュンが新店

アパレル大手がフィットネス事業に相次ぎ参入する。「ロベ」などのブランドを手掛けるジュンは10日、空手から想起した女性専用のスタジオをファッションの一番地、東京・原宿にオープンする。洋服で美しさや自己実現を提案してきたアパレル大手は今、外面だけでなく身体の中からの美の実現をアピールし、女性の取り込みを図っている。

JR原宿駅から徒歩10分。3月に開業した「原宿ゼロゲート」の4階に、ジュンはフィットネススタジオ「B. I. F BY NERGY(ビーアイエフ・バイ・ナージー・ハラジユク)」を設ける。スタジオは淡いピンクを基調としており、面積は約200平方メートル。シャワー室や更衣室も用意し、女性が運動しやすい環境を整えた。運動のテーマは日本の伝統である武道。呼吸や姿勢を整え、精神を統一する特徴が女性から支持を集めやすいと判断した。2020年に開催される東京五輪で公式種目として認定されたことも追い風とみる。

(2018.7.6 日本経済)

## MTG、長期投資呼び込めるか、

### 初日、マザーズ市場で時価総額2位

健康・美容器具のMTGが10日、東証マザーズ市場に上場した。初日の終値は公開価格より27%上回った。同社は「シックスパッド」ブランドのスポーツジムなど新サービスの開発にも資金を充てる計画だ。

(2018.7.11 日経産業)

## 日本エイサー、ライフ・フィットネス・ジャパンと協業し

### 法人向けVRフィットネスキットを受注開始

日本エイサー株式会社は、エクササイズ・マシンのトップブランドのライフ・フィットネス・ジャパン株式会社と協業し、Acer Windows Mixed Reality ヘッドセットを用いた法人向けVRフィットネスキットをライフ・フィットネス・ジャパン社より7月12日(木)から受注を開始する。2017年10月に発売を開始した日本エイサーのWindows Mixed Realityヘッドセットは、リアルな世界とバーチャルな世界の複合現実を体験できる新感覚テクノロジー。今回、ライフ・フィットネス・ジャパン社のエクササイズバイクと組み合わせることでお互いの製品を最大限に活かし、VRフィットネス市場に新たに参入する。

(2018.7.12 日本経済)

## 大和リース、全国6都市の商業施設にアウトドアフィットネス商業施設「コミュニティパーク」を開業

大和ハウスグループの大和リース株式会社は、全国で管理運営する自社の商業施設6箇所にアウトドアフィットネス施設「Community Park」を2018年9月1日より順次オープンする。同施設は、グリーンヨガスタジオ／ボルダリングジム／地域の公園／地域の自然を融合させたまったく新しい会員制のアウトドアフィットネスクラブ。

アウトドアフィットネスとは、株式会社BEACHTOWNが提唱する、自然資源を活用した屋外型フィットネスの総称。「街全体がフィットネスクラブ」をコンセプトに、地域の自然資源や遊休地を活用した「生涯スポーツ」を提案し、健康的なライフスタイルを創造する。同施設は、インドアとアウトドアを融合し、人と人、人と自然をつなぐ新しいコミュニティで、いつまでも飽きずに、楽しく続けられるヘルスケアサービスを地域の人々に普及させることを目指す。

(2018.7.13 日本経済)

## リーボック、ビジネスパーソン向けトレーニングジムの

### 東京・虎ノ門にオープン

グローバルフィットネス ライフスタイルブランドのリーボックは、リーボックが初めて総合プロデュースした、ビジネスパーソンに向けたトレーニングジムの2018年8月3日(金)に虎ノ門にオープンする。今回設立するジムは、従来のフィットネスジムにはない効率的かつ効果的な運動として話題の“ファンクショナルトレーニング”プログラムを中心としている。単に痩せるための運動、身体を魅せるためのトレーニングではなく、日常生活をより快適なものにする『使える身体=ファンクショナルなカラダ』を身に付けることを目的としている。また、有酸素運動を中心としたカーディオ、ヨガなど忙しい毎日を送るビジネスマン、ビジネスウーマン、そして日々フィットネスに励む人々にマインドフルに自分と向き合うフィットネス・ライフスタイルを提案していく。

(2018..7.11 日本経済)

## ピーステックラボ、家電・ベビー用品レンタル参入

スタートアップ企業のピーステックラボは、家電や生活用品を貸し借りできるサービス「Alice.style(アリススタイル)」を8月下旬に始めるアリススタイルは個人やメーカーが出品した家電やベビー用品、フィットネス用品をレンタルできるサービスとして始める予定。借りた後に気に入れば新品を購入できたり、定額制でリースできたりする仕組みも採り入れる。

(2018..7.11 日本経済)

## 「要介護」3年で1割増に 1都4県、予防急ぐ

東京、神奈川、千葉、埼玉、山梨の1都4県で要介護認定者は2020年度までの3年で1割増え、約170万人に上る見通し。国内でも人口が密集する首都圏では今後高齢化が急速に進む。各自治体は住民の健康増進、医療費の抑制などにつなげるため、介護予防対策を進める。

(2018.7.19 日本経済)

## 日本の余暇市場、2017年は0.2%増 訪日客増が貢献

日本生産性本部がまとめた「レジャー白書 2018」の概要によると、17年の日本の余暇市場は69兆9310億円と16年に比べ0.2%増加した。訪日外国人客の増加でホテルや鉄道のほか、外食が伸びたほか、海外旅行が好転した。ただ、規制が強まるパチンコ・パチスロの落ち込みが大きく、余暇市場全体は微増にとどまった。部門別で見ると、「スポーツ」「観光・行楽」が増加し、「娯楽」は横ばい、「趣味創作」は前年を下回った。パチンコ・パチスロを除く余暇市場は2.1%増と5年連続で増加している。内訳を見ると、健康志向の高まりで人気のフィットネスクラブ、訪日外国人客の効果で好調な外食がともに過去最高を更新した。

(2018.7.19 日本経済)

## 予防医療にビッグデータ 家電から収集・分析

官民が連携し、ビッグデータを使った予防医療に乗り出す。経済産業省とシャープやKDDI、セコムなど約10社は共同でインターネットとつながる家電などから集めたデータを分析し、運動指導や認知症予防に役立てる仕組みを2019年度にも稼働させる。

(2018.7.25 日本経済)