

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

SPORTEC2018

顧客とのエンゲージメントを強めるリテンションを
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株式会社

商品開発部 部長 宮崎兼臣氏

株式会社エイム

取締役 店舗統括部・開発部 部長 坂本啓太氏

株式会社カーブスジャパン

常務執行役員 事業開発本部

副本部長 加藤大輔氏

■進行:

(一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛

※以下、敬称略



2018年7月25～27日にわたり開催されたSPORTEC2018。今年も様々な商品・サービスが展示され、3日間の来場者数合計は5万人以上と、成功裡に終了した。今年も、会場では多くのセミナーも開催された。今号より、FIA主催のセミナーの模様を紹介する。

一まず最初に、私より簡単に各社さまの紹介をさせていただきます。スポーツクラブNASさまは、総合型の大型施設を全国展開されており、近年も総合型の出店が落ち込むなか、毎年大型店を出店されています。エイムさまは、石川県を本拠地としながら、ドミナント戦略でハイクオリティのクラブを展開されています。カーブスさまは、目的特化型の店舗を全国に相当数、出店され、成長を続けられています。

では、次より各社さま、よろしくお願いたします。

宮崎: まずは簡単に当社の紹介をさせていただきます。スポーツクラブNASは、大和ハウスグループの1つです。グループに加わり13年、会社自体は創業46年となります。事業概要は、フィットネスクラブ事業とスイミングスクールなどのスクール事業、そのほかエステティックやネイルサロンも、一部は直営で運営しております。そういった事業のほか、商品関連事業があり、ショップチャンネルや、百貨店の大丸や高島屋の通販、それからフランスを本国とする女性ファッション誌「ELLE」という雑誌のブランドを、ライセンス共有というかたちでオリジナルの「ELLE」ブランドをつくったり、デザイナーのコシノヒロコさんのライセンスをもち、「コシノヒロコスポーツ」というブランドも展開しています。さらにイベント事業として、スクールのお子さまたちに楽しんでいただけるようなサービスも提供していますし、指定管理事業も請け負っています。

店舗数は全国に58軒、お子さまの学童、エステティック、ホットヨガスタジオなどを含めると69軒となります。

当社の経営方針のスローガンは「もっと健康、もっとキッズ、もっとビューティ、もっとアミューズメントに」です。楽しみながら、きれいに、さらに健康になっていただくことで、今だ3%程度の日本のフィットネス人口をもっと増やしていきたいと取り組んでいます。



宮崎兼臣氏

坂本: 皆さまこんにちは、本日はご参加いただきましてありがとうございます。私は、現在42歳で、かつてはインストラクターとして働いていました。その後、4軒の支店長を勤めた後、本社勤務となりました。

企業名である「エイム」とは、目標・目的という意味です。本社は金沢市にあり、事業内容は、クラブ運営以外に、スポーツ用品の販売や指導員の派遣、指定管理事業や業務受託も行っています。設立から今年でちょうど30年となりました。さらに、リハビリ特化型介護事業として「寿リハ」というリハビリ&フィットネスの施設を運営しています。施設数は、直営店舗7軒、指定管理含む受託店舗7軒の計14軒、合わせて先ほどの寿リハで3軒を運営しています。

当社の企業理念は、まとめると次の4点となります。

1. 会員主体のクラブ運営の実現(会員さまをもてなす)、
2. 関連する事業の研究開発に努め、地域のニーズに合っ



坂本啓太氏

たソフト型健康事業を目指す(人を介して、しっかりと健康事業を行っていく)、3. 介護予防なども含め、国の方向性を敏感に察知しながら、社会的に認識されるよう取り組んでいく

4. 夢と生きがいをもてる協調集団を目指す(働きがいのある企業にする)。これらの理念で運営に取り組んでいます。従業員に求める基本姿勢は、接客で「No」と言わないことです。要するに「わかりません」「ありません」「できません」などといわないことを心がけています。

理想のクラブ像は以下としており、こちらについては、後ほど詳しくご紹介したいと思います。

- ・会員さまが会員さまを思いやるクラブをつくらう
- ・エチケット・マナーを大切にしよう
- ・会員の質が高まる工夫をしよう
- ・質の高い会員の集うクラブにしよう

宮崎: 私は、この会社に入社するまでいろいろなクラブを見てきましたが、正直申しまして、当社はほかとは少し違っています。大きなシャベルでざっと砂をすくって、こぼれていく量を見ながら全体の動き、要するにスキームを変えていくという動き方です。決して各店で退会率などを意識していないわけではありません。しかし、大きなスキームのなかで、最適かつ新しいスキームをつくっていくという考え方が強いというのが、感じるところです。

では、次より当社の出店状況ですが、2017年は4軒出店いたしました。昨年6月には、大阪城にRUNNING BASE大阪城をオープンしました。8月には、ダイワ情報サービスというグループ会社が運営する商業施設「イース高尾」にも出店しました。高尾店および昨年オープンした溝の口店、六本松店もスタンドアロンです。2018年は西葛西店、篠崎店、そして来年は、すべて1,000坪以上となりますが、蕨店、平塚店、平野店を出店予定です。1年に2~3店舗、1,000坪以上の施設をつくり、そのなかでだめなものもスクラップするというスピードで展開しています。

当社の特徴の1つに、「ロイヤルサポーターズクラブ」という、60歳以上の方のコミュニティクラブをつくり、専用の「ロイヤルルーム」という部屋をつかって、様々な楽しいサービスを提供していることがあります。そこでは落語会や華道教室を行ったりしています。このように、常に、フィットネスに参加していない97%の方にクラブに通っていただくには何を提供すべきか?ということを考えて取り組んでいます。

西日暮里店の8階には「NAS元気横丁」を設けました。8階のフロア全体が、映画「3丁目の夕日」のような、昭和初期の雰囲気になっているのです。フィットネスを終えた後にここでご飯を食べたり、お茶を飲んでいただいたりしています。ここでも落語を聞くことができますし、映画館もあります。

さらに、プレミアム会員制度もご用意しています。飛行機でもビジネスクラス、ファーストクラスなどがありますね。当業界は

加藤: 私は当社において、全国の加盟店さまのために、業績の向上、店舗オペレーション、ノウハウの開発責任者を務めています。まず、カーブスとは女性だけの30分健康体操教室ということで、メンバーさんやインストラクターはすべて女性です。私も、営業中はお店には入れません。会員の8割は50~90代、最高年齢は102歳です。多くのメンバーさんが運動経験がなく、フィットネスクラブ経験者は5%程度です。運動がどちらかというと苦手、またはあまりしてこなかった方に数多く通っていただいています。

当社の施設は、気軽かつ手軽に、だれでも運動を楽しむ、地域密着型の運動教室を目指しています。運動はいたってシンプルで、筋トレと有酸素運動を組み合わせたサーキットトレーニング+ストレッチです。マシンが12台あるサーキットを2周、そしてストレッチをして、1回30分で終わるというプログラムです。マシンは簡単に使えて、かつメンバーさんの負荷・スピードに合わせて運動できるということで、油圧系のマシンを導入しています。

各店舗は40坪ほどと小型で、プールやシャワーなどの設備はありません。立地はメンバーさんに通っていただきやすい住宅街や、ショッピングセンター内にあります。今月で全国47都道府県に1,907店舗、メンバー数は82万5,000人となりました。

ありがたいことに、サービス産業生産性協議会が行っている顧客満足度調査で、4年連続1位を獲得できました。これからも引き続き地域の方に愛される地域密着型の店舗づくりに取り組んでいきます。

ーリテンションについてどのような取り組み事例や課題、今後取り組もうとされているのか、教えてください。



加藤大輔氏

平均単価のなかでの原価計算になるので、エコノミーの方にはご満足いただけても、高単価の方の満足度は低いということから、プレミアム会員を設けました。会費は大体3~5万円で専用ロッカー、一般の方とは異なるデザインのレンタルウェアをご用意しているほか、エステティックなどのサービスも受けることができます。

そのほか、もし会員さまが犬を飼っている場合、その方がフィットネスをしている間、犬はおうちで留守番をしなければなりません。そのような方向けに、愛犬も一緒にフィットネスをしましょうということで、「わんわんフィットネス」という愛犬用スポーツクラブもつくりました。これは社内の事業企画コンテストで出てきた事業です。

さらなる特徴は、新店舗には、バスケットボールなどができる広いアリーナを設置していることがあります。近年、フィットネスクラブの課題として、中高年の方が多く、若年層の方に

はなかなか来ていただけないことがあると思います。若年層には球技を提供すると興味をもっていただきやすいという理由から、バスケットボールやバレーボール、卓球などを、広々とした空間で提供しようと導入しました。平日の夕方ごろはバレーボールやバスケットボールなどを楽しんでいただいています。そのほか、このアリーナでは、サッカー教室やバスケットボール教室も実施しています。この取り組みには地域の方にも満足いただきたいという思いがありました。

なお、あるエリアにいくらチラシをまいても効果があまりないのに、看板が変わると、同じエリアからの入会が増えることがありますので、エリア内に別ブランド、別業態を展開することにも近年取り組んでいます。その1つである溶岩を使ったホットヨガ「ホットヨガスタジオ 美温」は、おかげさまで近年好調に推移しています。

また、先ほどスローガンに「もっとビューティ」というのがありますが、当社では大体27店舗で、自社スタッフによるエステティック、ネイルサロンサービスも提供しています。これも、フィットネスに限らず、97%の方をターゲットにした取り組みです。

イメージモデル戦略も行っています。毎年公募している「ミスNAS」です。1年間にわたり、当社のチラシやイベント活動に参加していただく方を募集しています。当社の会員の年齢構成は20代14%、30代14%、50代20%、60代18%、平均年齢は49.5歳です。もっと若い方に参加していただくため、また若い方の感覚を知るため、そして消費者にスポーツクラブNASに対して若いイメージをもっていただくことにつながれたらと思っています。

健康情報を会員さま以外の、地域の方にも配信するために、無料ダウンロードできる健康アプリを提供したり、健康

て利用・購入してもらう」という意味があります。要するに、顧客との絆を強めて、お客さまに継続的に利用してもらうことを促進させる取り組みと解釈しました。

それでは、当社ではどのような取り組みを行っているか、具体例について、次の5つのポイントに添ってご紹介します。

1. 独自性 →ベンチャー精神、クラブのネーミング
2. 人材育成 →社内の取り組み
3. 地域との連携・つながり →社内の取り組み
4. マナー・エチケット →ご意見収集、その他安全管理
5. 施設づくり →上質空間、非日常空間、鮮度を保つ

1. については、施設名や施設の特徴についてご紹介したいと思います。まずは当社の石川県にある施設についてご紹介させていただきます。手書きで恐縮ですが、各店舗は、図1のように位置しています。1号店の「エイム21」は、21世紀に向けて取り組んでいこうという意味を含め、1987年にスタートしました。2号店はその12年後、「エイム ムーンフォート」です。これは、鞍月という地域に立てたので、その名から月(ムーン)をもとに、“月の砦”をイメージした創りになっています。石の使い方や光の使い方を工夫し月をイメージしたデザインをほどこしています。3号店は「エイムスカイシップ」、「空の船」ということで、光艇(宇宙船)をイメージしています。建物の長さが200mと長く、入り口はちょうど中心部にあります。建物は、船が動いているような、ざわざわとにぎわっているイメージを演出しています。

的なレシピを当社の名前を大々的に出すことなく配信するなどのことも行っています。こうすることで、地域の方々に、「スポーツクラブNASが近くにあったら行ってみたい」と思っていたきたいと考えています。

なお、当社のトライアスロンスクールには、著名人もたくさん所属しています。井出樹里選手は、当社の社員として働きながら、東京オリンピックを目指して取り組んでいるところですし、ビーチバレーの選手のサポートも行っています。

このように、いろいろなアクティビティを用意することで、フィットネス以外のことにご興味ある方も参加しやすい施設づくりを目指しています。

当社には、ダイワハウスのDNAというものがあります。家を建てる時、昔はお金を貯めてつくっていましたが、ダイワハウスは銀行と、現在の住宅ローンの仕組みを初めて作り出しました。さらに、歩道橋を初めてつくったのもダイワハウスだそうです。このように、それまで世の中になかったものを提供していくDNAがもともとあるのです。

これからも、地域の方々に喜んでいただける、新しいサービスを提供していきたいと思っています。

坂本: 当社の企業名は「エイム」、クラブ名は「フィットネスクラブエイム」です。fitnessの“fit”とは「ぴったり」、「ness」とは「状態」という意味であり、当社がお客さまのニーズに合わせ、その意味の通り、どのようにして最適なサービスを提供しているかについて、お話ししたいと思います。

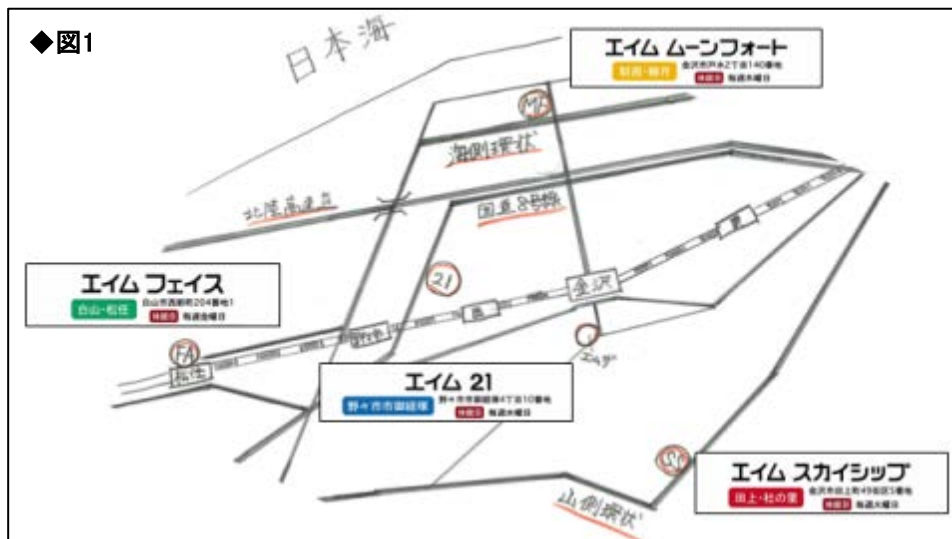
また、今回のテーマを、まず私なりに整理しました。テーマにある「エンゲージメント」とは、「絆」や「個人と組織が一体となり、双方の成長に貢献し合う関係」、という意味があり、「リテンション」には「自社の顧客に製品やサービスを継続し

「エイム フェイス」は、松任駅の駅前にあるので“駅前の顔”ということや、松任市(現白山市)の市の花が朝顔であることから、地域の皆さまに健康を通じて地域貢献をしていきたいとの思いからこのネーミングになりました。

2. 人材育成の社内での取り組みについては、トピックとして3つ挙げます。

1つ目は、従業員、アルバイト、契約インストラクターの誕生日にお花を送っていることです。自宅に届くことで、本人、その家族にも、感謝の想いを伝えたいという当社の考えです。2つ目は、コンベンションの開催です。毎年、5月にスタッフ全員が集まる機会を設けています。会場では「スタッフ名鑑」を配付し互いの所属店舗、顔、名前がわかるようになっているため、コミュニケーションも弾むようです。3つ目は、社内報「オール」の配付です。従業員に月に1回、社長からのメッセージを送ることで、社内の士気を高めています。

◆図1



ここ最近では、アルバイトの「通勤手当の見直し」を実施したり、「キャリアルートの変更」も行いました。キャリアルートについては、これまで総合職を主に採用していましたが、専門職の応募も開始しました。例えば、インストラクターを専門でやりたいという方も可能ということです。また、「権限委譲の仕組みの変更」については、各店舗長の使用できる権限金額の上限を増やし、自店でスピーディに会員さまサービスにつなげられるように変更しました。

また、「給料締め日の変更」も行いました。これまで、契約インストラクターと従業員への支払い時期が違っていたことから、時期を統一し、まとめて処理ができるように変更したのです。そのほか、「自己啓発支援制度」が新たに制度化され、10万円までであれば自由にセミナーや研修受講が可能になり、自己研鑽に役立ててもらえるようにしました。

3. 地域との連携につながる社内での取り組みについては図2をご参考いただければと思います。

当社は、今年度4月より第3セクターの「運営受託」を開始しました。健康という切り口から、いかにその地域、そして

施設を活性化できるのか、行政の意向、意見、悩みなどを聞きながら、こちらからその地域に相応しい提案をしていくことがポイントでした。近年、築30～40年と古くなった公共施設も多く、維持、運営、管理に対して課題があります。今後そのような施設をどのようにしていくかなど、私たち健康産業に携わる企業はよい提案ができるのではないのでしょうか。

また、各都道府県には「プロスポーツ」があると思いますが、そのプロスポーツと提携し、プロ選手に施設を利用して

【地域との連携・繋がり】

指定管理者(石川県)
第3セクター運営受託(富山県)
プロスポーツ連携、施設利用
プロスポーツセカンドキャリア
運動指導員派遣
金沢マラソン、加賀温泉郷マラソン
加賀百万石祭り 踊り流し
サークル活動
会員様親睦
健康経営
法人会員
大学 地元採用
病院
タニタ
石川県予防医学協会
生協コープ石川
健保協会石川県支部
スキー場提携

内灘町、金沢市、白山市、加賀市
南砺市
バスケット、サッカー、冠試合
プロ選手によるスクール開校
介護予防事業(寿リハ共同、理学療法士)
ボランティア
2017年ホーヤネ賞 130名参加
ランニング、水泳、ゴルフ、テニス
パーティー、ゴルフコンペ
金沢市健康づくり応援団
福利厚生、健康経営 → 利用料
金沢、星稜、北陸、金沢学院、金城
研究連携
行政提案、会員定着
健康診断、研究開発、情報交換
石川県組合員1万4千社
石川加入企業2万社)かがやき企業宣言
一里野、セイモアスキー場

◆図2

FITNESS CLUB
AIM

もらい、その代替に冠試合をさせてもらっています。プロ選手が施設を利用することでスタッフや会員さまとの親睦も深まり、観戦の集客にも協力できます。

また、前年度より「ジュニア向けバスケットボールスクール」を開講しました。プロの選手が直接子どもに指導をしてくれることで、好評です。これは、プロ選手のセカンドキャリアに向けた取り組みでもあります。選手たちは、引退後に働ける職場が、継続的に石川県にあることで、やりがいをもって地域のためにがんばってくれるのではないかと考えています。なお、プロスポーツを見に来られる観客のほとんどは地域の方ですので、当社の顧客予備軍にもなるのではないかと思います。それ以外にもサークル活動や会員さまの親睦パーティー開催などを行っています。

法人契約をしている企業は約110社です。株式会社タニタさまとの業務提携や、石川県内に14万6千人の組合員がいる生活協同組合コープいしかわ、約2万社加入の全国健康保険協会石川支部と業務提携しています。スキー場もありますので、冬はスキーを楽しみ、夏場はエイムに来てくださいというかたちでスキー場とも業務連携を行っています。そのほか、FIAさまの「スポーツクラブ駅伝」にも毎年参加しており、前回は50人で参加し、優勝することができました。いろいろなクラブの方と交流できるよい機会にもなっています。

続いて、ここからは、ハードとソフトの部分について話します。当社の企業理念は、ハード7割、ソフト3割としています。ソフトを大切にしながらも、ハード7割としている理由として、「施設(ハード)」を商品として考えていることがあります。

まずは、ソフトの部分である「4. マナー・エチケット」についてご紹介します。当社では、お客さまに施設に対する思いやりをもって使っていただけるよう、次のような取り組みを行っています。

- ・事故、クレーム報告共有 → 高齢者対応、熱中症企画
- ・会員さまご意見対応 → マイボイス、生の声

・ミステリーショッパー → 年1回実施

・支店長管理業務 → キーマン会員、店長日誌

まず「事故・クレーム報告共有」ですが、近年はご高齢の会員さまが増え、事故対応などにも注力が必要です。救急搬送などの頻度が多くなってくる可能性もあると思いますが、当社では、緊急搬送するほどではなくとも、ご高齢の方で「ちょっとふらついている」などのケースもよくあり、今後も増えていく可能性は高いと思います。そこで、そのような状況を確認した場合も、安全第一のために記録に残していくようにしています。私自身、店舗統括の立場としても、各店舗へ「特に暑い時期です、お客さまの安全のためによいと思ったことは臨機応変に積極的に対応しましょう」という具合に連絡をしています。

また、「会員さまご意見対応」の取り組みについては、「生の声」をどのように施設運営に活かすかということを重要視しています。当社では、ご意見用紙に記入してもらう方法にも取り組んでいますが、より会員さまからの直接のご意見を大切にしています。文字では表せない細かな指摘や具体的なクレームを聞くことができるからです。

「支店長の管理業務」では、支店長が変わる際の引き継ぎにおいて、施設のキーマンとなる会員さまについて、どうの方がいて、その方はどうしているか、どう対応をこれまで行っていたかを詳しく伝えるようにしています。

エイムスカイシップで私が支配人を務めているときにいただいたクレーム一覧から1つご紹介すると、「ドライヤー使用時にある会員からほかの方がいる前で注意され、メンツがつぶれた」というものがありました。その方に対しては、すぐに私からお電話をして「落ち着いたらまた来館します」とのことでしたので、その会員さまが来館した際に、すぐにこちらからお詫びできる体制にしました。

このような、一つひとつのクレームにどのように対応したのかなども、記録として残しています。ご意見に対しては、丁寧に、会員個々に向き合い対応することで、「あそこの支店長

いいね」「従業員がんばっているね」などの口コミが広まってくれたらと考えています。

次に、皆さまのクラブでも、駐車場で当て逃げが起きたことはございませんか？ 駐車場で起きた事故はどのクラブも責任をとらないと思います。ですが、それで終わりになってしまっていないでしょうか。当て逃げにあったお客さまの心理として、落ち込んでいますはずですから、きちんとお声がけをして、できることは行うことが大切です。当社では、当て逃げが起ってから2週間は「当て逃げがありました。心当たりがある方はお声がけください」ということを施設内に貼り出します。それでも見つからない場合でも、その方に、とにかく気持ちに寄り添うお言葉をかけるようにしています。

そのほかにも、基本は口座振込の会費の支払いを、場合によっては現金で払いたい方に、事情を聞きOKとしたこともありますし、臨機応変な対応を心がけています。

最後はハードの部分である「5. 施設づくり」について。当社では、例えば昼と夜で違う雰囲気演出ができるようなつくりをしています(写真)。いつも日中利用されている方が、例えば夜利用されたときに、いつもと違う空間を味わってもらえるといいと考えています。

では、次より取り組み事例をさらに具体的にご紹介したいと思います。当社では“上質な空間づくり”に積極的に取り組んでおり、その実現に向けて、上質空間マニュアルというものがあります。そこには「プライド」・「センス」・「6S」・「安全」の4つを示しています。キーワードは「上質」であり、「高級」とは似て非なるものと考えています。お金をかけずとも、上質にする工夫はたくさんあるはずですから。

「プライド」は、プライドをもって対応しようということ、「センス」については、よく「センスいいね！」などと使われますが

水もきれいになってメンテナンス費を減らすことができます。スリッパや扉の補修、ロッカーの床についても従業員ロッカー

(バックヤード)も含めワックス がけを実施しています。

駐車場の砂利についても、車が踏んでしまったら粉々になって白線は消えますし、それを踏んだ靴で来られたら、館内が汚れますよね。ですから砂利を減らすなど、細かい部分まで配慮しています。クロスなども余ったものはきちんと保管し、いつでもすぐに貼り直せるようにしたり、看板の塗装のタイミングで電球をLEDに変えてしまうことや、日焼けで色が薄くなったバランスボールを新しいものにする際は、センスのよい色に変えてみたりと、常によりよくすることを心がけて対応しています。

お客さまからの要望で、冬場にプールと浴室の踊り場が寒いというご意見があり、急遽、電気ストーブを設置したこともありました。どのようなストーブを置くのがいいのか悩んだ末、温風より電気のほうが温かく、会員さまに好評でしたので、そちらを設置しました。ただし電気ストーブなので火傷の心配がありますから、きちんとストーブをフェンスで囲む対応をしました。

このようなことは、施設の美化はもちろんですが、会員さまへの配慮、故障の未然防止、経年劣化の軽減やランニングコストの低減、スタッフの美化意識やコスト意識を高めることにつながります。そして、スタッフやお客さまの、施設を大切にしている気持ちにつながり、結果的にエイムを好きになることに通じていくのではないかと考えています。

加藤: 前提として私たちは、一人ひとりのメンバーさんを大切にするという基本を大切に取り組んでいます。メンバーさんがどういう想いでお店に来ているのか、どこにお住まいで運動の目的は何かなど、メンバーさんのことをより深く知って、大切にしようということを共通理念にしています。

◆写真

スカイシップ3 エントランス



具体的に何がどうなのかわかりませんよね。スタッフにはより具体的に、当社が目指す「センス」をわかりやすく共有しています。例えば、シンプル、カッコいい、かわいい、派手の4象限を示し、『『カッコいい×シンプル』が、エイムが目指す部分ですよ』と伝えています。例えば電卓や傘にしても、センスのよいもの、悪いものの事例を並べて「エイムならこちらを選びましょう」と示しています。

「6S」は、整理・整頓・清掃・清潔・躰・作法を意識すること、「安全」については、例えばマシンの配置などのズレ、ダンベルや器具の整理整頓、導線の確保など指します。

また、施設の鮮度を保つことも大事にしています。エントランスなどの主要部分のガラスは3ヶ月、半年ごとに必ず業者対応としてきれいに保つようになっています。枝の剪定や、受水槽の清掃も定期的に行っています。受水槽については、中に溜まった砂を除去することで、機械自体の負担も減り、

顧客とのエンゲージメントを強めるリテンションを促進するために大切にしているのが、運動を継続していただくために“3つの来店理由をつくる”ことです。

1つ目の理由は、「しっかり運動をするため」。メンバーさんはご高齢の方が多く、どちらかというと運動が苦手で、フィットネスクラブに通ったこともない方が多くいます。では、そのような方がカーブスに何を求めて運動に来られるのか、その理由や目的を明確にしてその実現を私たちはサポートしたいと考えています。そのためにも、メンバーさんご自身がどうなりたいのか、しっかりコーチが引き出すようになっています。

例えば、体重を減らしたいというなら、そもそもなぜ体重を減らしたいのか聞き出すのです。若い方で、「同窓会までに体重を減らしたい」という方もいますし、単純に「元気になるから」「血圧を下げたいから」「最近歩けなくなっちゃったから、元気になるって歩きたい」という方まで、要望は様々です。それらの要望を、メンバーさんにより適したかたちで実現するためにも、来店時にはまず今日の体調について確認するほか、レッスン中にも何度か心拍数のチェックも行っています。なお、メンバーさんの情報や体調、状況については、コーチ同士できちんと情報共有しています。

しばらく来店のない方にはお電話をするのですが、このお電話は重要と考えており、コーチのシフトのなかにも組み込んでいます。お電話では体調や近況を確認し、来店につながるような会話を心がけます。そのほか、お手紙や当社の刊行冊子などを送るなどのことも行っています。

2つ目は、「コーチに会いに来るため」。コーチがメンバーさんを大切にすることでコーチのことを好きになってもらい、コーチに会いに来てもらおうと。メンバーさんを大切にしている行動として、全員のお名前を憶えて、さらに下のお名前で呼ぶことを標準のオペレーションにしています。何年か前にあるテレビ番組で、当社のコーチが次々と入ってくるメンバーさん一人ひとり下のお名前前で呼ぶ光景が取り上げられていました。

新人コーチの場合は、まずリストを見てお顔とお名前を一致させることから始まります。下のお名前と呼ぶと、皆さんとても喜ばれるのです。普段は苗字だったり、「○○ちゃんのお母さん」「○○さんの奥さん」と呼ばれているので、下のお名前前で呼ばれることはとても新鮮なようです。

最後の3つ目は、「友だちに会うため」です。当社では、1人ぼっちのメンバーさんをつくらないためにも、メンバーさん同士のコミュニティをつくることを大切にしています。新しく入会された方には必ず「こちら、〇年通われている〇さんです」などと既存メンバーさんを引き合わせるようにしますし、お住まいが近かったり、共通の趣味があることがわかればそれらをきっかけに、つなげるようにしています。

つながりを広げる機会として、お店でクリスマスやハロウィンパーティーなども実施しています。実際、「カーブスに入って友だちがすごい増えた」や「この街に引っ越してきて、カーブスに入ったら友だちができて、とてもよかった」などのお声を多くいただいています。

なお、当社のお店は口コミで入会される方が多いのも特徴の1つです。これからも、お友だちの輪を広げ、各地域のコミュニティになれたらいいですね。

誕生日のメンバーさんには、ささやかですがプレゼントを贈りますし、500回、1,000回など多く来店された方には記念Tシャツを贈呈するのですが、本当に喜んでくださって、実際に着て来店してくれます。すると、ほかのメンバーさんは「あの人500回も通っているのね。私もがんばろう」というよい刺激を受けるようです。そのほか、一定年数以上通われた方にはプラチナカードやゴールドカードを渡すなど、長く通っていただけるようなサービス提供を心がけています。

これらの取り組みを進めるうえでとても大切だと感じている

のが、コーチの人材育成です。メンバーさんの満足度を高めることはもちろん重要ですが、そのためにもまずは従業員の満足度を高めることが大切です。カーブスは、パートやアルバイトがいるお店もありますが、基本的に、1つのお店はわずか3~4人の正社員で運営しています。そのため、入社時の研修はもちろん、入社後も定期的な研修を実施するほか、学習プログラムなども提供して、コーチたちがステップアップに向けて学べる環境を用意しています。その過程では「自分はなぜカーブスで働くのか?」「カーブスでどうなりたいのか?」ということを明確にすることでやりがいをもって取り組んでもらい、結果、メンバーさんへの顧客満足度につなげていく、ということを理想の流れと考えています。



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
8月8日より募集中

締切日:9月17日(祝)まもなく締め切りです。
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)
137チーム、957名で開催します。
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。
参加チーム責任者あて、「当日のご案内・選手IDカード」などを郵送しています。各チームでお確かめ下さい。

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(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/)

企業・学校単位での「団体受検申し込み」手続きは10月18日(木)締切です。

- ※社内での研修や受験料に対する国の助成金制度も整備されています。
- ※合格者である「技能士」が講師を務めることも可能です。
- FIA事務局 蕨沢までご相談下さい。(電話:03-5207-2456)

4. 景品表示法上の注意点

募集広告等における「強調表示」(=今なら〇〇円!など)と「打ち消し表示」(=但し△△が条件です。××の場合は□□円になります。など)について、消費者団体から会員企業への申入れがある。

制度上(消費者庁・東京都などのガイドライン)は、打ち消し表示が8ポイント以上の大きさと記載されていなければならないが、消費者庁は「打ち消し表示に関する実態調査報告書」(H29年7月)、「打ち消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」(H30年6月)などで、以下の点を「求められる」「留意する必要がある」「必要がある」として

- ※強調文字・打ち消し文字のバランスに配慮
 - ※打ち消し表示の位置に配慮
 - ※表示位置が離れていないか
 - ※動画広告にあっては→表示時間は適正か
 - ※web広告にあっては→1スクロール以上離れていないか
- 加盟クラブでは、チラシ・Webなどを点検されるようお願いいたします。

5. 文部科学省・スポーツ庁からの依頼

国の公的統計である「社会教育調査」(10月1日現在で回答)の調査票が教育委員会から各施設あて届く予定です。

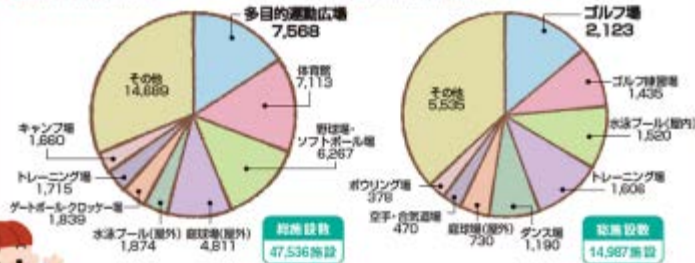
スポーツ施設状況調査が含まれ、「基幹統計」という全員回答義務の調査ですが、フィットネスクラブのような業態を想定しておらず、答えにくい設問内容でしたので、記入(回答)要領を作成しました。

本FIAニュースとは別メールにて正会員ご担当者宛て回答要領を配信しますので、ご参照のうえ回答にご協力下さい。

種別別体育施設数について

地方公共団体が設置した社会体育施設及び民間体育施設を種別別にみると、社会体育施設では多目的運動広場が7,568施設で最も多く、民間体育施設ではゴルフ場が2,123施設で最も多くなっています。

■種別別社会体育施設数



文部科学省総合教育政策局政策調査課
(平成30年10月以降、組別再編により上記に名称変更)

東京都千代田区豊が3-2-2

文部科学省ホームページ(社会教育調査)

http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/index.htm

政府統計の総合窓口

<http://www.e-stat.go.jp/>

- 展示会規模 17万平方メートル(屋内/屋外)
- 50コースの認定講習会の開催
- 200のセミナー及び業界関係カンファレンス

以上が、世界最大のフィットネスコンベンション“RiminiWellness”の開催規模である。

アドリア海に面した人口15万人の綺麗で小さな町に、イタリアを中心にヨーロッパ全土からフィットネス愛好者、業界関係者、バイヤー等がどっと押し寄せる。

おそらくこの27万人という数字は四日間の延べ人数であると想定されるが、それでも単純に4日間で割っても7万人程になる。

このコンベンションの視察レポートを2回に渡って報告させていただきます。

特に今年は、昨年と比較して東欧からの愛好者の参加が顕著に増加したという。

ロシア、セルビア、スロバキア、ウクライナ、ルーマニア、ブルガリアなどがそれらである。

RIMINIWELLNESS 2018視察レポート

〔記:FIA 松村 剛〕



- 開催都市: イタリア/ロマーニャ州/リミニ
- 開催期間: 2018年 5月31日~6月3日

- 出展企業 400社
- 来場者数 268,120人
- 取材認定プレス件数: 400社
- メディアコンタクト: 150,000,000件

開催期間中は、会場となる“RIMINIFIERA”の外でも、リミニ市の美しい海岸線上のいたる所で数多くのイベントや競技会、ダンスセッション、そしてパーティーが開催され、圧巻なほど、町全体がフィットネスで埋め尽くされる感じである。

さらには、この本体のイベントを核として、その前後、あるいはその時期にシンクロさせた、リハビリテーションに特化した“RIABILITEC”や、ウェルネスフードに特化した展示会である“FOODWHEEL EXPO”、さらにはマーシャルアーツ、ボディービル、パワーリフティングなどのパワー系のフィットネスカテゴリーに特化した“RIMINISTEEL”等、他のコアセッションをB2B、B2Cそれぞれに分けてサテライト的に開催されていて、非常に密度が濃く、かつ広大である。



FOODWHEEL EXPO



ヨーロッパのフィットネス市場は非常に大きく、特に開催国のイタリアだけを見ても、全体の売上高100億ユーロ/愛好者1800万人以上と聞いている。



RIMINI STEEL

ヨーロッパを代表するコンベンションは、ドイツのケルンで開催される“FIBO”とこの“RIMINIWELLNESS”が挙げられ、フィットネス産業としてのB2B的な視点では、FIBOがどちらかというより有意義で、RIMINIWELLNESSはエクササイズプログラムのトレンドを掴み、そして楽しむことのできるB2C的なメリットが多いと比較されがちであるが、Riminiにおいても多くのフィットネス機器やビジネスサポートシステムは多彩に展示されている。その上、様々な最新のフィットネス機器や映像レッスン、そしてプレコリオなどを実際に愛好者たちが楽しんでいる状況をリアルに実感することができるので、何か新しい事業化に向けて、あるいは新たなプログラムの導入のための確かな情報や手ごたえを持ち帰ることを目的とするのであれば、このRIMINIWELLNESSをじっくりと定点観察すると同時に実際に体験することは、非常に有意義であると確信し、自信をもってお勧めする。

ただし、そうした成果を持ち帰るには結構なエネルギーが求められることを、添えさせていただこう。

昨年のレポートにおいては、24時間無人のジムオンリーのビジネスモデルや目的特化型のブティッククラブが急速にそ

用されるという。

このUバウンドも複数プレコリオ化されており、リミニの会場でもあちこちで多くの愛好者を集めていた。



リミニに来ると、日本の市場ではお目にかかれぬプレコリオが複数存在し、それぞれがしっかりと定着している。

もちろん、アメリカや日本の市場同様、LES MILLSは大きな存在感をもっているが、ヨーロッパのプログラム嗜好性としてダンステイストなグループレッスンは好まれるため、そのコレオや音源の開発に注力したプレコリオも個性を放っている。

その中の二つほど紹介させていただく。

■CRUISIN X TEMPO(クルーシン/エクステンポトレーニング)

プログラムは、エナジー/ダンス/ピラティス/スカルプト/アクアの5種類をリリースしている。このプログラムが特徴としてアピールしているのは、やはり音源である。

の数を増やす中で、人(フロントスタッフや指導者)が存在し、エクササイズ等のサービスが提供される所謂、総合型フィットネスクラブがどのように存在意義の輪郭を明確に提供していくかという課題に対して、プログラムの提供の手法やバリエーションの充実、既存プログラムのブラッシュアップ等を見直すことも重要であり、そうした対応へのヒントがこのコンベンションから探せる点をレポートした。

商圏の環境変化(立地条件変化や競合他社の進出 etc...)への対応がまずは重要であることを前提に、プログラムの充実や他にはない個性的で有効なプログラムやちょっとした道具達をもっと積極的に探してみよう!という提案であった。今回も、そうした視点で新たに気になったプログラムやアイテム、あるいはシステムなどをご紹介したい。

多彩かつヨーロッパならではのプレコリオ

ヨーロッパ、特にイタリアやスペインでは、スタジオプログラムがとて愛されて大切にされていることを強く感じることは前回のレポートでも冒頭で触れた。

ここで、ちょっとイタリアのフィットネス市場の動向について、耳にしたことを共有させていただく。

イタリアのフィットネスクラブでは、顧客定着を促進するためのスモールイベントが比較的頻繁に実施されているという。

通常提供されているプレコリオなどのレッスンを複数のインストラクターのリードで盛り上げて、エクササイズの高揚感を刷り込み、さらには多くの参加者でその感覚を共有することの楽しさを体感させる機会を大切にしているという。

そうした際にマッチしたプログラムとして、ヨーロッパ全土に多くの愛好者を有する“Uバウンド”エクササイズなどが活

オードックスな有酸素系のプレコリオでは、音楽は徐々にテンポを上げ、それに合わせて運動強度も上げていくため、それぞれのトラックに互換性が保たれるので、調子が均一化されるが、このXテンポのコンセプトは、トラックごとの音楽のバリエーションをバリエーション豊かに変化させ、それに伴って動きもトラックごとに変化させる。結果、筋肉にかかる負荷や強度もトラックごとに変化させることで、ダイナミックさと運動効果を引き出すことをポイントとしているという。

ミュージックソースがとてダイナミックでパッションを感じる。



CRUISIN X Tempo (ヨーロッパのプレコリオを持ってくるのも面白いかもしれない)

■MACUMBA(マクンバ)

イタリア発のダンスムーブメントをベースにアスレティックな動きも取り入れたグループエクササイズを提供している。プログラムカテゴリーとしては、マクンバスプラッシュ(アクアエクササイズ)／リムーブ(エアロビクス)／マクンバダンスフィットネス(ダンスフィットネス)／を核とする。クルーシンのような、しっかりとコンセプトを固めたプレコリオというよりも、アパレルと音源とダンステイストの動きによるファッション性にも差別化のポイントを据えている。ZUMBA的なビジネスアプローチであると思われる。



※この写真はyoutube より



(インパクトのあるロゴ、エンターテインメント性を前面に押し出したブランディングが印象的だ。)

以上、RIMINIWELLNESSから垣間見るイタリアにおけるグループエクササイズの活況をご紹介したが、とにかくお国柄そのものでイタリアのスタジオにおいては、顧客は自由だという。レッスンの内容がつまらないと感じたら、ためらうことなく出ていってしまうという。モチベーションが高く、とにかく楽しいエクササイズに徹する。

自ずと、前に立ってリードするインストラクターに求められるハードルも高くなっていくのは当然であり、こうした教育プログラムやパッケージビジネスが活性していくのであろう。

次回もRIMINIWELLNESSの視察レポートを第二部として、より詳しくご報告させていただきます。

RIMINIWELLNESS 2019について

RIMINIWELLNESS2019は、来年の5月30日～6月2日の4日間に渡り開催されます。

本記事へのお質問も含めRIMINIWELLNESSに関して何かご質問等ございましたらお気軽にご相談ください。

【問い合わせ先】

(一社)日本フィットネス産業協会 松村まで。

E-mail: matsumura@fia.or.jp

Member's Board

会員掲示板

クラブビジネスジャパン イベント開催 事前のお知らせ

株式会社クラブビジネスジャパンでは、今後3つのイベントを開催いたします。ご興味のある方は、ぜひお問い合わせください。

■ルーキーコンテスト2018

日程: 2018年11月11日(日)

場所: 品川インターシティホール

世界的に活躍するプレゼンターになるための登竜門「ルーキーコンテスト」。ルーキー部門優勝者は、2019年に開催されるパリ大会にご招待いたします！国際プレゼンターへの道が開かれます。

ただ今エントリー受付中です。多くの皆さまのご応募をお待ちしております。

お申し込みは、以下よりお願い致します。

フィットネス市場公式オンラインショップ

<http://shop.fitnessclub.jp>

※「ルーキー」で検索

■IHRSAツアーコンベンション&米国クラブ視察ツアー

来年3月13～16日の3日間にわたりサンディエゴにて開催されますIHRSAコンベンションへの参加および、最新のフィットネスクラブをまわるツアーを開催いたします。

ツアー詳細は決まり次第、当コーナーおよび弊社ホームページにてご紹介いたします。



昨年のIHRSAコンベンションの様様

■リクルートフェア2020

フィットネス業界を目指す学生と企業との出会いの場を提供いたします。開催は昨年同様、東京・大阪・名古屋にて開催予定です。現在最終調整中のため、詳細決まり次第、当コーナーおよび弊社ホームページにてご紹介いたします。



昨年のリクルートフェアの様様

Associate members

賛助会員紹介

株式会社ショウエイ



企業PR

業務用循環ろ過装置メーカー・ショウエイは、主力のプールや浴槽向けろ過装置を中心に、周辺機器や省エネ機器、見える化システムなど、水と人にやさしい製品・システムをご提案しております。開発から製造・販売・メンテナンスまで一貫して行い、施設さまごとのご要望に柔軟にお応えいたします。

主要商品・サービス

◆カセットフィルターろ過装置「CREF」

1パスで“上水と同じ透明度”にろ過できる、プール用カセットフィルターです。ろ過側表面が滑らかなフィルターは、高いろ過精度をもちながら砂ろ過装置と同様に逆洗可能、逆洗時間も短く排水・排熱量が少ない上フィルターの交換サイクルも長いいため、省コスト性にも優れます。また、省スペース・軽量のため、現在お使いのろ過装置の入れ替えにも最適です。

◆ODS 相互診断式水質総合監視装置「優」

濁度・色度・残留塩素濃度など、最大8項目を同時に測定できる水質総合監視装置です。各種診断機能・遠隔警報監視(オプション)により、劣化などでのトラブルも未然に防ぎます。

◆SBEM オートメーションシステム

エネルギーや設備を見える化し、光熱費を削減します。詳細な使用状況などを遠隔ディスプレイ・PC・タブレットなどの監視画面で確認可能。省エネシステム「SBES」との組み合わせで効果が高まります。ODSの監視結果を始め、多くの項目を監視でき、お客さまの必要なものに特化したシステムをご提供いたします。

◆そのほか、従来の積層式ろ過装置、自動残留塩素濃度制御装置などもございます。店舗新設・設備更新の際には、ぜひお問い合わせください。

会社概要

会社名／株式会社ショウエイ
 代表者／代表取締役社長 辻 永
 所在地／神奈川県川崎市幸区新川崎2-6
 担当部署／営業部
 担当者名／三輪 真吾
 連絡先／TEL.044-589-1601 FAX. 044-589-1602
 e-mail: shoei@shoei-roka.co.jp
 URL: <https://www.shoei-roka.co.jp>

Associate members

賛助会員紹介

ネオファースト生命保険株式会社

「あったらいいな」をいちばんに。



企業PR

私たちは、第一生命グループの一員として、2015年8月に新規事業をスタートさせた新しい生命保険会社です。

当社では、お客さまの健康増進の取組みを推進し、健康寿命の延伸につながる商品、サービスをご用意しています。保険金などのお支払いにより経済的なサポートを行うだけでなく、お客さまに生活習慣を見直し、健康増進・維持のきっかけとしていただけるような新しい商品・サービスの開発を推進しています。

主要商品・サービス

<ネオde健康エール(特定生活習慣病入院一時給付保険)>
 ご契約時から健康年齢[®](※1)にもとづき保険料が決まり、健康年齢が若いほど保険料が安くなります。

がん(上皮内がんを含む)、心・血管疾患、脳血管疾患、高血圧性疾患、糖尿病、肝疾患、膵疾患、腎疾患といった所定の8大生活習慣病に備えられます(※2)。

健康診断結果をもとに3年ごとの健康年齢判定日に保険料を算出することにより、お客さまの継続的な健康増進の取組みを応援します。

あなたの健康年齢をCHECK!

→ <http://neofirst.co.jp/sim/health.html>

※1. 健康年齢は(株)JMDCの登録商標です。当社で使用する健康年齢は対象となる生活習慣病に関するリスクを評価したもので、当社独自の方法により算出しているため、(株)JMDCの健康年齢と算出基準が異なります。

※2. 保険契約の型がI型の場合

(注)本商品において、健康年齢にもとづき算出した保険料を比べた場合、健康年齢が若くなるほど保険料が安くなります。商品・サービスの詳細については、当社ホームページ(<http://neofirst.co.jp>)をご覧ください。

会社概要

会社名／ネオファースト生命保険株式会社
 代表者／代表取締役社長 徳岡裕士
 所在地／東京都品川区大崎二丁目11-1 大崎ウィズタワー
 担当部署／アフィニティマーケット推進部
 担当者名／齊藤浩一
 連絡先／03-5434-7391
 e-mail: saitokoichi@neofirst.co.jp
 URL: <http://neofirst.co.jp>

Associate members

賛助会員紹介

株式会社ボディワークサービス



企業PR

昨今の社会情勢は、情報通信技術の発展により、快適で便利な世の中になると同時に、様々な人の社会進出も増え、社会やお客さまのニーズも多様化・複雑化しており、人と会話をする機会が急激に減っています。そのため、会話を通じた自己の承認を得る機会も減り、身体や心に疲れを感じることも多くなってきていると考えます。

その疲れを解放する手段と方法も多種多様ですが、当社は健康機器を通じて、身近な場所やちょっとした空き時間を使って、日ごろの疲れを解放する役に立ちたいと考えています。

主要商品・サービス

お客さまのニーズに合わせた健康機器(主にマッサージチェア)の導入からメンテナンスまでを一括で対応いたします。その1つとして、マッサージチェアのレンタル事業を行っておりスポーツクラブさまにて会員さま向けに、また、商業施設さまの従業員休憩室などに導入いただいております。

人気の「無重力マッサージチェア」で行うマッサージは、宇宙飛行士が無重力状態のなかでストレスなく自然に脱力できる楽な姿勢を再現します。心臓より脚や太ももが高い位置にすることで血液循環をスムーズにして、筋肉の緊張、負担を和らげ運動前後の身体のメンテナンスや、休息時の疲労緩和にご活用いただいております。

会社概要

会社名／株式会社ボディワークサービス
 代表者／代表取締役 大野政嗣
 所在地／東京都港区赤坂1-1-14 野村不動産溜池ビル1階
 担当部署／開発部 石塚
 連絡先／052-739-7562
 e-mail: t.ishizuka@bw-service.co.jp
 URL: <http://www.bodyworkservice.com>

New Clubs

出店情報

9月のオープンクラブ

アイレクス・ライト+24 豊橋藤沢(仮称)

所在地: 愛知県豊橋市柱五番町 8

アイレクス・ライト+24 名古屋天白(仮称)

所在地: 愛知県名古屋市天白区西入町 167 ●FIA会員

セントラルスポーツ・ラボ・トレーニングセンター

所在地: 千葉県 習志野市谷津3-1-1 ●FIA会員

セントラルフィットネスクラブ東苗穂 ●FIA会員

所在地: 北海道札幌市東区東苗穂4条2丁目5番1

アクトスWill_G ミ・ナーラ

所在地: 奈良県奈良市二条大路南1丁目3-1

ミ・ナーラ 4F

SPOPLA NEXT 姫子

所在地: 茨城県 水戸市姫子2-666-5

エニタイムフィットネス堺東店

所在地: 大阪府堺市堺区南清水町2丁4-7 1F - 2F

エニタイムフィットネス江坂御堂筋店

所在地: 大阪府吹田市江坂町5-21-12 1F

エニタイムフィットネス六町店

所在地: 東京都足立区六町3-5-28

セイブリート 1F

エニタイムフィットネス小金井公園店

所在地: 東京都西東京市新町4-7-1 1F

エニタイムフィットネス横浜中田店

所在地: 神奈川県横浜市泉区中田南4-6-4

グラン・ソラール丸の内 1F

エニタイムフィットネス北越谷店

所在地: 埼玉県越谷市大沢534

専門店プラザ「リンデン」1F

エニタイムフィットネスゆいの社店

所在地: 栃木県宇都宮市ゆいの社2-16-26 1F

エニタイムフィットネス名古屋楠店

所在地: 愛知県名古屋市北区玄馬町234-1 2F

MEGADON・キホーテ名古屋本店

CROSS TOWN 2F

エニタイムフィットネス香久山店

所在地: 愛知県日進市香久山3丁目2104-2 1F

エニタイムフィットネス多治見光ヶ丘店

所在地: 岐阜県多治見市光が丘2-37-1

エニタイムフィットネス山科店

所在地: 京都府京都市山科区東野片下町22-1

ときわぎビル 2F

Curvesサワラシティ

所在地: 千葉県香取市佐原木1236 サワラシティ2F

Curves福岡新宮

所在地: 福岡県糟屋郡新宮町美咲3丁目1-1

新宮プラザ1F

Curves船堀

所在地: 東京都江戸川区船堀1-1-51

ダイエー船堀店2階

Curves伊豆長岡

所在地: 静岡県伊豆の国市古奈428-2

●FIA会員

Curves雑餉隈

所在地:福岡県福岡市博多区麦野4丁目37-1
アーバンヒルズ雑餉隈2F

CurvesJR芦屋

所在地:兵庫県芦屋市船戸町4番1号
ラポルテ本館3F

Curves札幌大谷地

所在地:北海道札幌市厚別区大谷地東3丁目3-20
CAPO大谷地B1F

Curves伊勢崎西部モール

所在地:群馬県伊勢崎市宮子町3423-15

健康目標6割で改善、厚労省、メタボ症候群は横ばい

厚生労働省は3日までに、2013～22年度の10年間にわたる国民の健康づくり計画「健康日本21」で定めた、肥満度や生活習慣に関する数値目標の達成状況を公表した。全53項目のうち、介護を受けたり寝たきりになったりせずに日常生活を送れる「健康寿命」など約6割で改善がみられた。メタボリック症候群の人数など横ばいの項目もあった。近く中間報告書をまとめ、残りの期間での目標達成を目指す。

(2018.8.3 日本経済)

Issue**記事****ティップネス、女性専用のYogaコンディショニングサロン「libery(リベリー)」を開業**

株式会社ティップネスは、2018年9月25日に開業予定の日本橋高島屋 S.C. 新館 4階に、新業態となる女性専用のYogaコンディショニングサロン「libery(リベリー)」をオープンする。新しいコンディショニングメソッド“Yogaコンディショニング”。ヨガをベースとして個々の心と身体に向き合いながら、女性特有の周期にあわせた短期的なケアとともに、年齢を重ねるごとに美しさを増すウェルエイジングのための長期的視点でアプローチを行う。

(2018.8.1 日本経済)

野村不動産ライフ&スポーツ、基礎運動感覚と運動のセンスを養うベビー向け新スクール「ベビーミライク」を開始

野村不動産ライフ&スポーツ株式会社は、基礎運動感覚と運動のセンスを養うベビー向け新スクール「ベビーミライク」を2018年10月1日より開始する。「ベビーミライク」は、音楽を聴きながらリズムに合わせて身体を動かす体操「ミラリズム」やドイツ発祥の運動神経を鍛えるトレーニング方法であるコーディネーショントレーニング「ミラCOT」、運動能力を高める「ミラジム」をメガロス流にアレンジ。小さいうちから、楽しく運動できる環境で様々な動きを経験することによって運動センスが磨かれる。

(2018.8.9 日本経済)

練馬区の介護予防拠点、17ヶ所に増設

東京都練馬区は高齢者の介護予防や交流の拠点となる「街かどケアカフェ」をこのほど8ヶ所増設した。従来、区立施設や地域団体の持つスペースを活用し9ヶ所開いていたが、全17ヶ所の体制になった。区内のほとんどの地域をカバーする形となり、高齢者へのきめ細かい対応につなげる。カフェは区のほか、NPO法人や地域のボランティア団体などが運営する。利用者が歓談したり、簡単な体操やパズルなどに取り組んだりしている。認知症の高齢者の交流拠点も兼ねており、家族らの相談にも対応する。練馬区によると、2017年度はのべ3万6千人以上が利用した。区は今後も民間との連携を強化し、カフェの設置を進める。

(2018.8.27 日本経済)

RIZAP、「楽しくやせたい」続々、暗闇フィットネスやヨガ、女性専用、全国で展開

RIZAPグループは女性専用のフィットネス施設を増やす。2017年末以降に始めた3つのサービスのうち、独自プログラムを採用した「暗闇フィットネス」の全国展開を始める。ヨガスタジオなどほかの新サービスの全国展開も検討する。フィットネス市場は女性がけん引して拡大傾向が続く。「楽しくやせたい」といった要望に応えることで新規顧客を取り込む。を中心に400人を超える利用者が内定しているという。

RIZAPグループは「女性専用」をうたったフィットネス関連サービスを矢継ぎ早に開発している。17年末にはヨガスタジオ「リプティ」、暗闇フィットネス「エクスパ」、18年5月には主力のパーソナルトレーニング「RIZAP」を女性専用で改良した「RIZAP WOMAN(ライザップウーマン)」を始めた。いずれもやせるだけではなく、より女性らしい身体づくりをテーマにした内容が中心となっている。

(2018.8.28 日本経済)

60歳以上会員ラウンジ、ヒューリック、東京・日本橋に12月、ジムや書斎、定年後の活動拠点に

不動産大手のヒューリックは12月に60歳以上を対象とする会員制ラウンジを東京・日本橋地区に開設する。軽食やアルコール類を用意するほか、フィットネスジムやシミュレーションゴルフの設備もそろえる。定年退職後も元気なアクティブシニアや、企業の相談役や顧問の仕事部屋として利用を見込む。シニア富裕層が集まる場を創出し、都心の他のエリアにも広げていきたい考えだ。

個人会員は入会金が30万円で月会費が5万円。これとは別に法人会員も用意し、会社の中には専用の部屋を持っていない監査役や相談役・顧問の仕事の拠点としても利用してもらいたい考えだ。会員数は800人を目標とし、すでに法人会員を中心に400人を超える利用者が内定しているという。

(2018.8.28 日本経済)

ファンケル、INSEACと**新しい介護予防に関する共同研究を開始**

株式会社ファンケルは2018年9月から、株式会社INSEAC(インシーク)と新しい介護予防に関する共同研究を開始する。インシークは新しい介護予防サービスを提案しながら、リハビリ型デイサービスの「ARFIT(アルフィット)」などを運営している会社。同研究は、アルフィットで要支援や要介護認定者に提供している運動プログラム「オーダーメイド・エクササイズ」に、ファンケルの「フレイル」対策に着目したサプリメントを加え、運動と栄養の両面からのアプローチによる介護予防に関するものとなる。

(2018.8.28 日本経済)