

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

SPORTEC2018

FIA調査研究事例

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

■講師

早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授 松岡 宏高氏

早稲田大学 大学院 スポーツ科学研究科

博士後期課程 足立 名津美氏

■司会・進行

(一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛

(株)クラブビジネスジャパン 古屋 武範

※以下、敬称略



2018年7月25～27日にわたり開催されたSPORTEC2018。会場にて開催された多くのセミナーから、前号に続き、FIA主催のセミナーから、今号ではシニア男性の心理を探った調査研究を紹介する。調査に関わった早稲田大学松岡宏高氏および、同 足立名津美氏に解説いただいた本セミナーは大変興味深い内容であり、多くの参加者が注意深く聞き入っていた。

本日は、シリーズの調査研究を長年にわたってリードしていただいています、早稲田大学の松岡先生および、松岡先生と一緒に調査結果の分析やまとめをサポートいただきました早稲田大学大学院博士課程の足立名津美さんに、結果をご紹介いただきます。

● 潜在需要は強いが目的が不明確で、
身体性以外のメリットを知らない

松岡:私は、スポーツマーケティングを専門とし、主に見るスポーツについて、観客の動向を調査することなどを中心に行っていますが、数年前からご縁があって、これら報告書の調査研究をお手伝いしています。本日は、最新の調査結果をお伝えすることで、皆さまが今後のサービスを考えるうえでご参考になればと思います。

現在、確立している60歳以上の女性市場と同様に、同世代の男性もターゲットになる可能性は高いと考えます。昨年発表されたある論文で、これから60歳を超える方や、すでに超えている65歳ぐらいまでの方というのは、多感な時代に東京オリンピックを経験しているため、ほかの世代と比べて非常にスポーツ実施率が高い傾向があると紹介されていました。そのため、潜在的な需要はかなりあるのではないかと考えています。

今回、彼らのクラブに対する意識や動向などを探るために多面的な方向から解明することを試みました。まずは、過去2つの報告書から60歳以上の男性に関する部分を抜き出し、改めて分析しました。なお、報告書は大きく3つのセクションに分かれており、調査結果1では量的データの集計結果について、例えば近い世代として50代男性や60代女性と比較して



松岡宏高氏

松村:当協会では、事業の1つに調査研究を掲げ、フィットネス・スポーツクラブを営んでいる皆さんの経営に役立つ情報を研究して発信しています。最近では、2013年に、「フィットネスクラブの価値が正しく生活者に伝わるようにするための調査研究」を実施し、なぜ退会が多いのか、その理由は何か?という“阻害外要因”を探ることを行いました。続いて2016年にはその逆となる、退会しかかったが継続している方にアンケートなどを実施し、“促進要因”について探りました。そのシリーズの一環として、今回は「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」をテーマに掲げました。現在、高齢化が進むなか、比較的定着している女性会員に対して、男性は入会や定着が難しいのでしょうか? その阻外要因と促進要因を調べたいということで調査を実施し、まとめました。

何が違うかを探りました。調査結果2では、過去2つの調査で得た質的データ(自由記述)の回答を分析しました。調査結果3では、今回の報告書のために新たに実施したグループインタビューの結果をまとめています。

今回の報告書では、3つのセクションの冒頭にそれぞれのハイライトを載せていますので、まずこのハイライトを見てざっと結果を把握し、続くページで詳細を確認することができますようにしています。

◆調査結果1.

それでは、私からは調査結果1についてご紹介します。60歳以上の男性における、クラブに対する潜在的な需要は、あります。クラブを一度も利用したことがない方(未利用者)や現在会員になっている方(現会員)、過去に入会していたが、今は退会している方(退会者)と、すべての調査対象者において、健康維持・増進には非常に関心があることがわかりました。しかし、未利用者には、過去1年以内にスポーツ・トレーニングを行ったかという問いに対して「まったくしていない」と答えた方が8割もあり、スポーツ・トレーニングをしたい気持ちはあるが、実行できていないことがわかりました。

退会者は、一度はクラブに通ったことがある方たちですので、運動を止めてもなんらかのかたちで動いている方が多くいました。そのため、この辺りは潜在需要者として、皆さんのターゲットになるのではないかと思います。

退会者、未利用者を対象に、クラブに関する情報をどれだけ知っているかについても確認しました。未利用者は、やはり知らないことが多いですね。月会費の価格や、その月会費にも複数あること、多様なプログラムがあること、社会的

い方などをしてきたときに自ら教えてあげるとか、クラブのことを周囲に紹介するなど、クラブにとってプラスになるような行動(組織行動のなかでは市民行動と呼ぶ)のことで、そのような行動をあまりとらないことがわかりました。

「どんなことを60代男性は求めているのか?」については、50代男女に比べて、あらゆる項目で、目的やベネフィットについての意識はかなり低い結果となりました。つまり、「健康維持ができる」「ストレス解消ができる」「他人と交流できる」「リラックスできる」という回答がすべてにおいて低めに出ています。要するに、あまり目的が明確でないと言えるかもしれません。

さらに、未利用者、現会員、退会者に「クラブで何が獲得できると思うか?」と訊いたところ、60代男性については生理的ベネフィットに対する認識だけは高いという結果が出ました。つまり、クラブで健康になれることは知っている。しかし、そのほか社交の場となることや、自尊心が確立できる、気晴らしができるという回答は、ほかの世代より低く出ており、多様なベネフィットが得られるという認識は低いようです。

さて、ここまでは量的なデータの紹介をさせていただきました。この後は、質的データの分析結果について、足立さんから紹介いたします。

「運動不足の解消」や「気分転換」がきっかけで入会するが、その後通うことが「生きがい」に

足立:ここからは、調査結果2、3についてご紹介します。

◆調査結果2.

まずは調査結果2から。ここでは、「1. 活動継続のきっかけや理由」「2. 会員継続の危機をもたらした理由」「3. フィットネスクラブへのイメージ」、この3つの問いへの自由記述を分析した結果を紹介します。

な効果や友だちができること、そして仲間と楽しく運動でき、ストレス解消など心理的にも効果があることなど、まったく知らないようです。一方の退会者は、そのあたりのことは知っているのですが、それでも情報がうまく伝わっていない部分があることがわかりました。

未利用者の入会の可能性については低いように思えるかもしれませんが、そのような方を100人集めて聞いたところ、うち6人は「行ってもいいかな」と感じていました。すぐの入会ではなく「3年以内に」ということであれば、約1割の方がそう感じていました。これはかなり高い割合だと思います。

続いて未利用者と退会者を比べると、どちらもクラブへ入会、再入会できない要因として1番にお金の問題を挙げていました。未利用者においては2番目に「興味がないから」と答えていましたが、ここは皆さんが「(興味がないなら)もう何をしてもだめ」と考えるのか、「興味がなくとも、先ほどの調査で“健康は気にかけている”という結果が出ていることを考えると、何か仕掛ければ興味をもってもらえるかもしれない」と考えるのか。捉え方次第だと思います。

続いて、会員になって1年以上継続している方を対象にした調査結果では、今後の継続意欲もかなり高いことがわかりました。退会する可能性についても「まったくない」「あまりない」「ない」が多く、60代の男女にいたっては、50代の男女に比べても止める可能性が低いという結果となり、一度入会するとその後は定着する傾向が高いことがわかりました。

ただし、クラブに対する愛着については、興味深い結果が出ました。現在会員であり、継続意欲も高く、辞める可能性が低いという結果が出ている一方で、60代の男性については、クラブにとって“いい行動”をする傾向が低いのです。“いい行動”とは、例えばほかの会員が間違ったマシンの使



足立名津美氏

「1. 活動継続のきっかけや理由」については、加齢による健康意識の高まりや、仕事を定年退職したことで、時間などの制約がなくなったことが大きいことがわかります。

さらに、全体のなかから60歳以上のグループを抜き出し、その回答から特徴的な言葉を導き出したところ、やはり「健康維持」かつ「退職・時間的余裕」というワードが多く出てきました。「健康」というワードは、50代・60代の男性に共通した特徴となっています。

また、同じ文章内でどのようなワードと一緒に使われていたかについても分析したところ、活動を継続しようと思ったきっかけについては、60歳以上の男性においては大きくいくつかのトピックに分類できることがわかりました。

例えば「退職して時間的な余裕ができた」というトピックグループと、「運動不足が解消できる」というグループ、さらに「お風呂が使えて嬉しい、気分転換になる」などがありました。女性はまったく違って、「スタジオ」「楽しい」「友人」というワードなどが出ています。このように、ほかの世代と

比べていただいても、各世代への理解をより深められると思います。

「2. 会員継続の危機をもたらした理由」については、怪我やそのほか体調を崩したからという「傷病」というワードが多く使われていました。これは60代の女性も同様でした。

なお、退会しそうになった理由については、全部で大きく5つありました。先ほどの「傷病」、そして「時間がなくて忙しい」「モチベーションが下がる」「めんどろ」「飽きる」というものです。この「飽きる」というワードは、「効果がない」「傷病(体調を崩した後、面倒になってきた)」などのワードと一緒に使われていました。このように、モチベーションが下がっているというワードについては、「効果」「仕事」「傷病」などが一緒にキーとなり、モチベーション変化につながっていることが読み取れます。

「3. フィットネスクラブへのイメージ」については、一部を紹介すると、未利用者は「ほとんどない」だったり「わからない」となっており、それ以外には、コストとしての「お金」を多く挙げていました。一方、現会員は、きちんと具体的な活動内容や得られるベネフィットをイメージとしてもっていました。

◆調査結果3.

次に調査結果3についてご紹介します。グループインタビューで、11名の方から得た回答を分析しました。インタビューでは、「①クラブに対してどんな課題や意見をもっていますか?」「②どういう経緯で入会を決めましたか?」、さらに「③クラブに行く前の気持ちと行った後の気持ちの変化は?」「④クラブに行くことによってどんなベネフィットを得ていると思いますか?」について聞きました。

60歳以上の男性がクラブに感じている課題については、

を、クラブ側に解決してほしいと感じていることがわかりました。「対インストラクター・トレーナー」については、「若い人のペースについていけない」など、“ギャップ”の指摘が多いことがわかります。

そのほか「雰囲気」というワードも特徴として多く出ており、インストラクターらに雰囲気づくりを期待していることもわかりました。また、ここでは紹介しませんが、これらの結果をクラブのスタッフの方に示して、自クラブにもこのような課題があるか、それに対してどのような取り組みをしているかについても伺いました。報告書ではその回答についても掲載していますので、ぜひ参考してみてください。

続いて、「②入会までの経緯やきっかけ」については、例えばある方は「年齢とともに体力や筋力が下がってきたことを感じてウォーキングを始めてみたものの、あまり効果を感じていなかった。そこに定年退職が重なり、仕事抜きでは生活リズムを維持できないため、コントロールするものとして入会した」と語っています。入会に至る各人のストーリーはそれぞれ面白いですね。基本的には、何かの欲求をもとに入会されているようですが、やはり「退職」も重要な環境要因となっていました。また、クラブが身体的にいいことをしてくれるだろうという期待や、信頼感も根底にあることがわかりました。

さらに、60歳以上の男性は、「〇〇を伸ばしたい」「〇〇をもっとできるようになりたい」というよりは、「体重を減らしたい」「このまま死にたくない」という、ややネガティブな物事を解消する手段として入会していることもわかりました。

クラブに入会した方については、もともと自分で運動していたり、妻がクラブの会員だったりなど、なにがしら、クラブや運動と接点をもっていた方が多いようです。

次に、「③クラブに行く前後の気分の違い」をご紹介します。行く前は「めんどろ」「憂鬱」「とくに何も思いません」というフラットもしくはネガティブな感情だったものが、活動後



ときに笑いも起きたおだやか雰囲気セミナー

大きく6つのグループに集約されました。1. 対会員、2. 対インストラクター・トレーナー、3. 登録手続きや自動販売機などの「システム」、4. プールの水質などの「施設環境」、5. ロッカーやプールなどの「混雑」、6. 何か変更事項があるときに“アナウンスしてほしい”“もっと理解できるように説明してほしい”などの「対クラブ」に関するもの、となっています。

1と2は「人間関係」、4と5については「利用環境」としてまとめることができます。

ここで「人間関係」についてもう少し深く見ていくと、具体的な回答として「女性ばかりで入りにくい」「グループになっている」というものがありました。60歳以上の男性が考えている「対会員」に対する課題は、1対1の問題ではなく、グループだったり、集団に対する自分という位置づけで、「グループに入っていけない」「居心地が悪い」というものであり、それ

は「爽快」「達成感」というポジティブなものとなっています。

「④クラブからどのようなベネフィットを得ているか?」については、大きくは「身体的な効果」、リフレッシュなどの「心理的効果」、人との交流などの「社会的な効果」、生きがいやアイデンティティの形成などの「高次的な効果」の4つに分類されました。

ここで、60代男性の特性として、身体的な効果では「身体的な現状の把握」というベネフィットがありました。「今まで自信があったが、クラブを利用してみて衰えていることがわかった。クラブが気づかせてくれた」という話や、さらに「できない現状を知ること、トレーニングに対するモチベーションが上がる」というベネフィットが挙げられています。

“生きがい”については、60代男性の特徴として、「課題の発見」ということがありました。「退職により、課題を見つけて解消していくという、これまで仕事で行ってきた作業に代わる活動をクラブは提供してくれる」というベネフィットを挙げている方もいました。さらにこれに関しては「仕事はストレスがあったが、クラブはストレスフリー」であることもベネフィットだという意見がありました。

このように、調査を通して、生きがいやアイデンティティというところまでベネフィットを感じている方も多くいることがわかりました。クラブさまには、会員の方にこういうことをより実感していただけるような声かけをしたり、新規入会を得るために「入会者の声」としてアピールしていくのもよいのではないのでしょうか。

継続意志は高いが、クラブを助ける行動をとらず 集団とのかかわりも苦手な傾向、 1人でも楽しめる工夫を

松岡:最後に簡単にまとめを行いますと、調査結果1では、「情報が不十分である点」「継続意思は高いが、クラブを助けるような行動はあまりとっていない」という事実がわかりま

したので、クラブ側としては何かしかが必要ではないかと思えます。

調査結果2では、「退職」や「時間的余裕」というキーワードが、さらに、男性に限らず女性も「傷病」などが自由記述では浮かび上がり、調査結果3で出てきた「人間関係」というキーワードについては、個人的に「〇〇さんが嫌だ」というよりは、集団との関わりに難しさを感じていることがわかりました。そのため、もっと1人でも参加しやすいプログラムや、同じような価値観をもっている同世代やシニア男性だけのグループ活動などを考えるとよいのではないのでしょうか。

そして先ほど出てきた「(クラブが)仕事に代わって課題を与えてくれるものとなっている」からは、例えば、課題解決をしていくようなプログラムをつくったり、自分で細かく目標を設定してそれをクリアしていく流れをつくったりするなど、やりがいを感じられるようなプログラムをシニア男性には提供してみるといいのではないかと思います。



後半では調査結果をもとに、グループワークも実施された

第3回「ライフスタイルビジョン」

主催：一般社団法人日本ヘルケア協会・日本チェーンドラッグストア協会

催事名：ライフスタイルビジョン ～健康&美容、快適生活の産業と未来展～

会期：2019年3月15日(金)～17日(日)

会場：幕張メッセ

内容：「健康&美容、快適生活の産業と未来展」をテーマとする。毎年3月開催の健康・美容分野の大規模催事「JAPANドラッグストアショー(日本チェーンドラッグストア協会主催。来場者数約13万人)」において2017年度より併催展示会として独立させたもの。フィットネス分野との連携を進めると共に多数の一般入場者もある展示会としてフィットネスクラブ自体の出展も促したい。

対象：若いファミリー世代からミドル・シニアまで
出展者：住宅・旅行・金融・スポーツ・フィットネス等
※第1回・第2回後援許可。
※FIA会員向け出展料割引あり

議事2 報告・協議・承認事項

=検定事業委員会=

事務局より以下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)8月6日、第3回技能検定試験実施

- 1級学科追加合格者11名対象の1級実技試験を東京会場、大阪会場にて実施。
- 採点結果は厚労省へ報告し、合格承認の後9月21日合格発表予定。

Board Meeting

理事会報告

FIAは平成30年9月7日(金)仙台市、大塚製薬アゼリアホールにて第192回理事会を行い理事監事14名が出席した。

※理事会は年1回東京以外で開催し、地域のフィットネスクラブ協会・協議会等と交流している。理事会に先立ち3クラブを訪問した他、議事後には「みちのくフィットネスクラブ協会」有志と情報交換会を行った。

議事1 審議・決裁事項

(1)新規入退会の件

1. 退会

賛助会員

- 会社名：(株)神原物産
所在地：東京都千代田区
理由：当業界での販売がない
入会：平成18年8月
商材：事務用品・事務什器

- 会社名：シーユーピー(株)

所在地：岡山県岡山市
理由：介護系ユニフォームに移行の為
入会：平成17年9月
商材：ユニフォーム製造販売

(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。

(2)8月26日、第4回技能検定試験実施

- 1級学科試験を東京、金沢、名古屋、大阪、福岡各会場にて実施。
- 受検申込み者59名、当日受検者55名。
- 採点后、厚労省へ報告し、9月26日に合格発表予定。

(3)8月25(水)～27(金)SPORTEC2018展示及び制度説明セミナー

- FIAブースでは、FCM検定制度説明啓蒙パネルを展示し、チラシ配布を行った。
- セミナーは参加25名(予約42名) アンケートの結果「受検者の生の声を聴けてよかった」「受検の意思が固まった」等概ね好評。また、併せて行った助成金の案内についてもほとんどの参加者が導入したいとの反応。

(4)技能士会による過去問解説集の発刊

- SPORTEC初日に1級、2級、3級の過去問解説集を発刊し発売開始。

(5)公式テキスト改訂

- 改訂版発刊(2月予定)に向けて、8月29日に編集会議を開催した。
- 受検者のアンケート、各企業での反応をもとに各編集委員からの意見を集約し、よりフィットネスクラブ・マネジメントの理論+実例で見やすいテキストにする。以後9月13日編集会議、9月21日全体会議にて内容決定。

(6)第5回検定試験に向けて

- 希望地域でのフィットネスマネジメント講習会の実施
*一定条件のもと国の助成金対象の講習会と出来る。

(7)受検啓蒙状況及びテキスト在庫状況

- 各企業向け受検者確保活動状況
- 各学校向け受検者確保活動状況
- 既存テキストの販売実績及び在庫状況 について報告。

(8)フィットネスクラブ・マネジメント技能士の名刺記載について

名刺表記は下記に統一することとした。(厚労省確認)

- ①日本語 一級(二級、三級)フィットネスクラブ・マネジメント技能士
- ②英語 Certified Skilled Professional on Fitness Club Management, Grade 1
(FCM技能士等の略称は用いない)

=社会・渉外委員会=

委員長より以下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)会員募集広告に関する景品表示法上の指摘について

昨年末以来千葉県消費者団体より会員企業へ到来中の2つの案件につき、8月の再再申入れ内容及び同社回答予定内容について説明すると共に、業界共通案件となり得るものとしてFIAとして今後の扱いを協議した。

①打ち消し表示への対応について。

前回申し入れに対し「消費者庁・東京都ガイドラインによる、8ポイント以上の文字による但し書きによる消費者利益を保護」と回答したが、先方は消費者庁の「打ち消し表示に関する調査報告書(H29年7月)」に基づいて明確な表示表現を求めている。

②来店を要しない退会手続きについて。

「退会意思伝達の齟齬防止」を業界コンセンサスとしておきたい。但し今後の課題として、来店に依らない受付手法研究も考慮。

概要説明に続き滝田監事より消費者庁「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)の踏み込んだ姿勢の補足説明もあり協議を行った結果、特に①について加盟クラブでの募集広告自主点検を呼びかけることとした。

(2)消費税軽減税率対応に関する国税庁説明機会について。

経産省経由で説明機会の設定要請あり。賀詞交歓会前に説明タイム設定など、今後協議する。

趣旨:※食品・新聞等軽減税率適用品の取扱・処理方法
※適格請求書発行事業者登録
※レジ等対策改修への補助金 等に関する説明・啓発

(3)平成30年度社会教育調査への協力依頼について(文科省・スポーツ庁)

全国スポーツ施設の調査である同調査への回答協力要請。センサス(法定全数調査)であるが民間回答率60%の協力要請あり。FIAより加盟企業に対し記入方法等を広報することとした。また、調査内容(回答項目)が当業界を考慮していないことから、調査内容改善を要望した。

=事業委員会=

委員長より以下について説明・報告すると共に、必要事項について、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。

募集締切:8月1日(水)137チーム、957名

各社からの競技役員135名

イベントご協力:泳法レッスン:三田真希・三木二郎両氏(ルネサンス)

スイムトレーニング:高橋雄介氏(ミズノ)

(イベント参加当選者117名)

(2)FIA全国スポーツクラブ駅伝(東京大会)

○10月27日(土)江東区夢の島競技場

○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

(大阪大会)

○ 実行委員会: ①10月11日 ②1月11日

○ 募集期間:11月5日～1月6日

○ 開催日:2月2日(土)

(3)SPORTEC2018 (報告)FIA特別協力行事

7月25日(水)～27日(金)

本年の全体入場者結果

	7/25	7/26	7/27	合計
1. 受付登録入場数	15,637名	16,242名	16,025名	47,904名
2. VIP登録入場数	1,089名	868名	721名	2,678名
3. 報道関係者	206名	101名	116名	423名
合計	16,932名	17,211名	16,862名	51,005名

①FIA設置ブース

検定PRをパネル展示。テキスト・過去問解説を展示販売。

②FIA提供セミナー

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」

受講者数:25名

パネリスト)各級技能士

1級 南雲 政人氏(ルネサンス)

2級 三好 寛和氏(NAS)

3級 木地谷 大河氏(メガロス)

進行)FIA検定事業統括Mg 蕨沢 靖彦

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」

受講者数:41名

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

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」

受講者数:33名

(講師)

- ・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

③IHRSAゲストと理事会メンバーの情報交換会(懇親)

7月26日(木)

田畑・笠原両副会長 手塚・大橋・江藤・山崎各理事、村井前理事、SPORTEC・FIA両事務局。

先方ホルジンガー氏(IHRSA)+欧米からの講師3名。通訳3名ご協力:手塚理事

(4)事業委員会関係の催事やイベントに関するスケジュールング、内容の検討から決定に至るプロセスについて

事業委員長と事務局にて意見交換。事務局にてドラフトをまとめ、委員会で検討することとした。

2018FIA関西マネジメントセミナーは、関西での実施規模を大きくした「SPORTEC WEST」が11月の定期開催を確定していることから、バランスや位置づけの再検討を要することを確認。年明けの開催を予定する。

=調査研究委員会=

事務局より以下事項について説明・報告すると共に、必要事項について、協議を行った。

1. 8月10日(金)調査研究員委員会実施

今後の新たな調査研究事業のテーマについて、その方向性を検討するためのキックオフミーティングとして実施。意見交

セミナーはその内容と発表者について事務局松村への指名があり、今後同協議会と検討をすすめることとなった。

Information

お知らせ

1. FCM検定試験

①試験日程・受検申し込み受付中

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。

②社内学習・受検に対する助成金制度

※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)

換を行った上、各委員より提案を募ることとした。

寄せられたテーマ・狙い等を事前共有した上で、次回調査委員会にてテーマを確定する予定。

・テーマ検討の要点

・テーマの背景にある課題、目的を明確にする

・調査手法(インタビュー/アンケート調査/過去のデータの再活用)を併せて検討する

【テーマ案】

○若年顧客層が総合型クラブに何を期待しているのか

・主として男性客は24時間ジム、女性客はホットヨガチェーン等の小規模業態に流れている中で、総合型クラブが再び魅力的な存在として復活することができるのか、その可能性と切り口を探る。

○健康経営・健康増進サポート事業に企業・自治体は何を求めているのか

・従来型のサービス提供が陳腐化している中で、企業・自治体はフィットネス事業者に何を求めているのか、そのヒントを探る。

=組織基盤拡充委員会=

委員長より以下について説明・報告すると共に、必要事項について、協議を行った。

(1)九州スポーツクラブ協議会

九州スポーツクラブ協議会が発足30周年を迎えるにあたり、記念シンポジウムを企画しており、FIAからもセミナーの提供と祝賀会への出席依頼があった。2019年2月実施で調整中。

2. FIA マスターズスイミングフェスティバル 2018

9月30日(日)開催予定のFIAマスターズスイミングフェスティバル2018(京都アクアリーナ)は台風24号接近による交通機関停止が予告されたため、前日(29日(土)16時)に中止と致しました。ご参加の皆さまの安全なご帰宅までが当協会のイベントとの考えによる判断でした。何卒ご理解頂けますようお願い申し上げます。

募集要項等で記載の通り、エントリー料の返金はございませんが、「参加賞」「記録証」「お申込みいただいたプログラム」をチーム責任者あてお届けしています。(チーム責任者の方は、お手数ですがメンバーの皆様への配布をお願い致します)

また、当日会場で販売予定でしたミズノの大会記念商品は、下記によりご購入頂けます。

一覧をご参照のうえ、ご利用下さい。(商品一覧はFIAホームページにも掲載しています。)

※株式会社 ゴトウスポーツ(京都)

※電話:075-231-0860

※メール: mail@palette-goto.co.jp

※「FIAマスターズスイミングフェスティバル」大会記念品の問合せ、とお伝え下さい。

※平成30年10月31日までのお取り扱いとなっています。

※送料・代引き手数料はお客様のご負担となります。

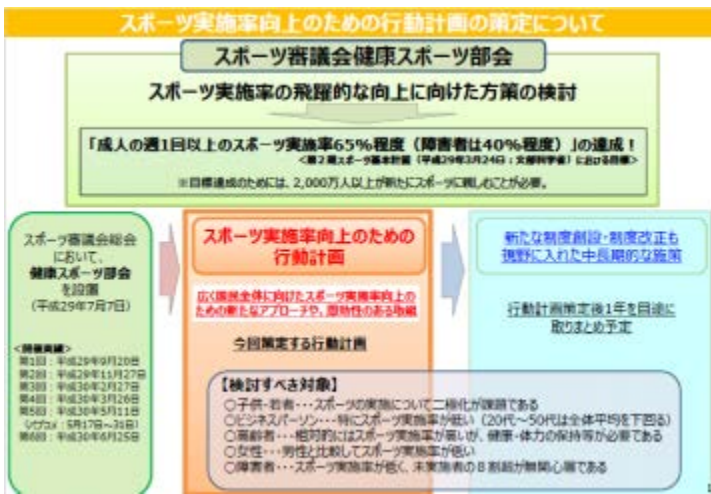
3. FIA全国スポーツクラブ駅伝(東京大会)

10月27日(土)江東区夢の島競技場(新木場駅歩6分)
 参加人数:314チーム 2,450名 3時間のリレーマラソン
 受付開始:9:30 開会式:10:30 スタート:11:00~
 ゴール:14:00
 表彰式・閉会式:14:30より
 参加者募集・チーム引率・大会運営にご協力頂くスタッフの皆様
 に御礼申し上げます。
 会場では協賛企業ブースも出展します。お客様へご案内下さい。

4. スポーツ庁からの広報

スポーツ庁は9月6日「スポーツ実施率向上のための行動計画」を発表した。

http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/shingi/001_index/bun_kabukai002/gaiyou/1408811.htm



Member's Board

会員掲示板

ジム・スタジオ型で24時間営業の新業態クオリティクラブ
 (仮称)アイレックススポーツクラブ名古屋白壁
名古屋白壁に、平成31年1月オープン!

愛知県を中心にフィットネスクラブを展開するアイレックススポーツライフ株式会社(本社:愛知県豊川市千歳通4-18 代表取締役 笠原盛泰)では、このたび、名古屋市東区白壁三丁目に、県下15店舗目となる新業態のジム・スタジオ型「(仮称)アイレックススポーツクラブ名古屋白壁」を平成31年1月にオープンいたします。

アイレックスの基本スタイルであるクオリティクラブを新しい形で進化させ、さらに24時間営業をプラスした新業態を確立し、地域の方々に向けて、一人一人のライフスタイルに合わせた健康的で新しいフィットネスシーンを提供してまいります。

<当クラブ概要>

店舗名:(仮称)アイレックススポーツクラブ名古屋白壁
 住所:名古屋市東区白壁三丁目1109番地
 延床面積:約1,064㎡(約322坪)
 建物規模:3階建(1階部分 駐車場)
 開業予定:平成31年1月(予定)
 施設内容:
 ジムエリア、溶岩ホットスタジオ、グループスタジオ 他



◆この件に関するお問い合わせ等は、お気軽に下記までご連絡ください。
 アイレックススポーツライフ株式会社
 営業統括部長 大津 輝幸
 Tel 0533-80-7807 fax 0533-80-7808
 otsu.t@ilex-sports.co.jp

RIMINIWELLNESS 2018視察レポート第2弾

〔記:FIA 松村 剛〕



ヨーロッパフィットネスマーケット市場規模及びトレンド



前号に続き、今年6月にイタリアのリミニ市において開催された、世界最大のフィットネスコンベンションである『RIMINIWELLNESS 2018』を通して得た情報をレポートさせていただきます。

前号ではRIMINIWELLNESSから見た、ヨーロッパのフィットネストrendの中でも特にスタジオグループエクササイズにフォーカスしてご紹介した。

今回のレポートでは、RIMINIWELLNESSのtrendを見渡すにあたって必要な情報として、ヨーロッパのフィットネス市場について、その規模感とtrendを押さえておきたい。

ヨーロッパ市場規模

- 売上高 :288億8,000万ユーロ
- クラブ数:約60,000件
- 会員数:6,000万人
- 参加率:7.6%
- 平均顧客単価:39.3ユーロ

ヨーロッパの市場規模(売上高)TOP 10

1. ドイツ (\$5,633,802,817)
2. イギリス(\$5,508,125,677)
3. フランス(\$2,722,643,554)
4. イタリア(\$2,432,286,024)
5. スペイン(\$2,421,451,788)
6. オランダ(\$1,458,288,191)
7. ポーランド(\$944,745,395)

8. スイス (\$938,244,854)
9. スウェーデン(\$924,160,347)
10. ロシア (\$918,743,229)

世界のフィットネス参加率TOP 10

1. スウェーデン……21%
2. アメリカ……20%
3. ノルウェー……19%
4. カナダ……19%
5. ケート……17%
6. オランダ……17%
7. デンマーク……16%
8. オーストラリア……15%
9. イギリス……14%
10. ニュージーランド……14%



以上のような数字が、直近のヨーロッパのフィットネス市場スケールであり、比較のために世界の人口に対するフィットネス参加率トップ10もご紹介させていただいた。

ヨーロッパにおいては市場規模でみるとドイツ、イギリスが突出していることに目を瞞ってしまうが、9位に入っているスウェーデン(21%)や、ランキングはいっていないがフィンランド(19%)などのスカンジナビア諸国においては、参加率で見ると一気に上位1位、3位にランキングされている。

この高い運動参加率には、いくつかの理由があるとされているが、北欧には白夜があり、冬季は太陽が出ず、アウトドアでのアクティビティーが制限されるという点や、VAT(付加価値税)においてフィットネスクラブへの会費が軽減税率対象になっており、国がフィットネス産業の活性を後押ししているという背景からも目が離せない。

ヨーロッパ諸国における付加価値税率はもちろん各国異なるが、おおよその標準税率は高い国だと27%くらいで、ハンガリー、デンマーク、スウェーデン、フィンランド等があげられるが、低くても20%くらいである。

そうした状況の中でも、食品や医療品、新聞、書籍、建築資材等、生活必需品に対しては軽減税率が適用され、実は多くのヨーロッパ諸国においては、フィットネスやスポーツイベントなども、この軽減税率が適用されている。

イタリアを中心としたヨーロッパのフィットネストrendとして聞こえてきたこと

今回のRIMINIWELLNESSの視察においては、注目されるプログラムやエクササイズツール、マシン等の情報収集も積極的に行った一方で、それらの視察と共に、ヨーロッパのフィットネス市場に詳しい方々へのインタビューも試みた。

そうした二つのアプローチから見え、そして聞こえてきたヨーロッパのフィットネストrendについて、それぞれを簡潔にまとめてみると以下ようになる。

- バジェット業態が急速に伸びている(HV/LP化)
- ブティック業態が急速に伸びている(施設の小規模傾向)
- とにかくグループエクササイズが盛んであり、様々なプログラムやコリオの開発が進んでいる。
- コンパクトなパーソナルジムがコンスタントに増えており、そのビジネスモデルを支えるスペース効率重視型のマシンとそれらを活用したビジネスモデルの提案事例が多い。
- EMS専用スタジオが増えていると同時に、クラブへのEMSの導入も増えている。
- MILLONやE GYMといった、電氣的に負荷をコントロールし、顧客ごとに最適な負荷をコンピューター制御によって設定する、エレクトロニックマシンの導入がコンスタントに増えている。
- 理学療法的セラピーとエクササイズ指導を合体させたようなパーソナルジムが出現してきた。

●フィットネスクラブにおいては、顧客定着(特にグループEX)促進を目的とした、小さなイベントの開催が、各クラブにおいて頻繁に行われている。具体的には、複数の人気インストラクターで盛り上げるUバウンドのスペシャルセッションのようなイメージである。

●成果重視傾向の反映か、ヨーロッパでもYOGAはキラコンテンツであるが、アクティブなPOWER YOGA的クラスが増えてきている。

●ヨーロッパ、特にイタリアのような、比較的温暖なヨーロッパ諸国においては、アクアエクササイズが愛され、クラブにおいても多様なクラスが提供される。

●若い女性にしても、ボディーラインをしっかり作るなど、HIITに代表される成果重視型のプログラムへのニーズが一層定着化していると同時に、そうした高強度なエクササイズのリカバリー・ケガの予防を目的としたプログラムの開発・提案もされている。

(例: Low Pressure Fitness)

<http://lowpressurefitness.com/es/>

今号では、以上のように、RIMINIWELLNESSそのものの中身というよりも、ヨーロッパのフィットネストrendに関して、ざっとご紹介させていただいた。

そして前号では、グループエクササイズの中でも主にスタオプログラムの傾向についてご紹介させていただいた。

次号では、RIMINIWELLNESSレポートの最後として、注目した道具やプログラムに関する具体的なご紹介をさせていただきたいと考えている。

New Clubs

出店情報

10月のオープンクラブ

オレンジセオリーフィットネス 八王子

所在地: 東京都八王子市旭町1-12

オレンジセオリーフィットネス 東久留米

所在地: 東京都東久留米市東本町1-15
ウイステリアMFビル2F

フィットネス&スパ温泉(オラ)

所在地: 福島県 いわき市小浜町中ノ作45-1

FASTGYM24元住吉

所在地: 神奈川県川崎市中原区井田中ノ町35-5
黒佐ビル1階 ●FIA会員

Curves高井戸東

所在地: 東京都杉並区高井戸東3-28-24
ドムス高井戸1F

Curvesイオン守山

所在地: 愛知県名古屋守山区笹ヶ根3-1228

Curves合志みずぎ台

所在地: 熊本県合志市須屋字みずぎ台3547

Curves駒沢公園

所在地: 東京都世田谷区駒沢4-18-20 ●FIA会員

Curvesイオンなかま

所在地: 福岡県中間市上蓮花寺3-1-1
イオンショッパーズモールなかま モール館1階

Curvesエブリイ六条モール

所在地: 香川県高松市下田井町372-1

Curves経堂

所在地: 東京都世田谷区経堂1-22-21 和田ビル2F

Curvesイオン姫路

所在地: 姫路市増位本町2丁目12-10
イオン姫路店2F

Curvesカインズ蒲郡

所在地: 愛知県蒲郡市鹿島町浅井新田1-3

エニタイムフィットネス国立

所在地: 東京都国立市東2-5-17
フィル・パーク国立Ⅱ 1-3F

エニタイムフィットネス松戸小金

所在地: 千葉県松戸市小金きよしヶ丘4-10-20 2F

エニタイムフィットネス新潟紫竹山

所在地: 新潟県新潟市中央区紫竹山3-4-3 1F

エニタイムフィットネス長野中央

所在地: 長野県長野市西尾張部字不門堂裏
1004-8

エニタイムフィットネス出町柳

所在地: 京都府京都市左京区北白川追分町89-3
宮崎百万遍ビル 1F - 2F - 3F

エニタイムフィットネス豊中東

所在地: 大阪府豊中市東泉丘1-7-3 2F

エニタイムフィットネス徳島住吉

所在地: 徳島県徳島市住吉6丁目 6-24 1F

エニタイムフィットネス鹿児島卸本町

所在地: 鹿児島県鹿児島市卸本町 7-3 2F

Issue

記事

サントリー「特茶」、顧客の定着に健康アプリと連携

サントリー食品インターナショナルは3日、健康アプリを手がけるスタートアップ企業などと組み、健康関連の取り組みを始めると発表した。自社の特定保健用食品(トクホ)「伊右衛門 特茶」の顧客の健康管理を手助けする。トクホなど健康関連飲料市場では効果を感じられない人が離脱して成長に陰りが出てきた。顧客を定着させて、持続的な成長を狙う。

(2018.9.3 日本経済)

電子マネー、自治体導入に壁

外国人観光客などの利便性を高めようと、電子マネー導入の動きが活発だ。7月には産学官によるキャッシュレス推進協議会も発足した。だがこうした動きとは裏腹に、地方自治体では電子マネーへの対応がなかなか進まない。

7月、国の地方分権改革案の募集に対し、埼玉県や東京都などは「公金収納における電子マネーの取り扱いの明確化」を提案した。地方自治法では電子マネー決済の位置づけが不明確で導入の妨げになっているという。

(2018.9.6 日本経済)

三日坊主防止のエーテラボ、ドコモのアプリで採用

三日坊主防止アプリを提供するエーテラボは、NTTドコモの健康管理アプリと連携を始めたと発表した。エーテラボのアプリ「みんチャレ」は同じ目標を掲げる匿名の5人が集まり、達成に向かって励まし合う。習慣として身に付くため行動が定着しやすく、利用者の継続率を伸ばせる効果があるという。

ドコモの健康関連アプリ「dヘルスケア」で、三日坊主を防ぐエーテラボのサービスが採用された。両社のアプリをインストールし、dヘルスケアの利用者に利用者同士でチームを作ってもらい、チームのメンバー同士でチャットを通じて励まし合ったり褒めたたえ合ったりしながら、与えられたミッションに挑戦してもらった。

(2018.9.6 日本経済)

楽天とスパルタン、グローバルパートナーシップ契約を締結

楽天株式会社とSpartan Race, Inc.(創業者兼CEO: Joe De Sena、以下「スパルタン」)は、複数年にわたるグローバルパートナーシップ契約を締結しました。世界最大規模の障害物レースとして知られる「スパルタンレース」に、今後は冠スポンサーとして楽天の名前が入る。

スパルタンが開催するレースには、槍投げ、インバーテッド・ウォール(斜めに建てられた壁)、雲梯、鉄条網クローリングなど、「スパルタンレース」ならではの障害物が用意されており、競技者は、肉体的・精神的にも限界値を超える過酷なレースに挑戦する。

(2018.9.10 日本経済)

アップル、健康管理を手助けする「Apple Watch Series 4」を 発表—新ディスプレイ・心電図・転倒検出

Appleはデザインと設計を一新して、ユーザーが常につながり、一段とアクティブな毎日を通り、パワフルな新しい方法で健康を管理する手助けをする Apple Watch Series 4を発表した。転倒を検出することができる新しい加速度計とジャイロスコープ、また電気心拍センサーも備える。

(2018.9.13 日本経済)

親同士の「しがらみ」敬遠

プロが教える体験教室が人気になる背景には、子どもを地域のスポーツクラブに通わせた場合の物理的な負担や人間関係のしがらみを避けたい親の意向もあるようだ。

地域クラブの運営は当番制で車を出して子どもを送迎したり、水分補給のお茶を用意したり、親がボランティアで支えている。共働き世帯などは仕事との調整に苦労することがあり負担の公平性が問題になりやすい。

笹川スポーツ財団の宮本幸子研究員は「競技経験がある一部の親が指導に口を出したり、子どもたちを厳しく叱責することがある」という。指導方針や試合での選手起用なども親同士のトラブルの種だ。子どもにいろいろな体験をさせてやりたいが、煩わしい思いはしたくない。1回単位で参加できるプロの体験教室は、そんな親心もうまくとらえたのだろう。

(2018.9.15 日本経済)

オリガミ、スマホ決済を無償開放 トヨタ系など参加検討

スマホ決済のOrigamiは今秋にも、企業向けに決済機能は無償開放する。企業は独自ブランドで決済サービス「〇〇ペイ」を立ち上げたり、オリガミの加盟店と連携したりできる。オリガミは今年度内にも自社サービスに送金機能を加えたい考え。利便性を高めて大手企業を巻き込み、次世代決済で主導権を握る。オリガミはQRコード決済の草分けで、現在、国内約2万の加盟店をもつ。近く中国銀聯と提携し、中国や東南アジアも約750万店舗で利用が可能になる。決済機能の活用はトヨタファイナンスや大垣共立銀行、RIZAPグループ、信金中央金庫などが検討する。オリガミはこのほか数十社と協議を進めている。例えばフィットネスクラブがアプリに決済機能を搭載した場合、歩行数が一定数を超えたらオリガミを導入している小売店でアプリを使って飲み物を買えるなど、業種を超えた連携で新たなサービスが可能になる。

(2018.9.19 日本経済)

帝国データバンク、 フィットネススクラブ経営者の実態調査結果を発表

スポーツの秋到来。近年ではゴルフや野球などのほか、ヨガやボルダリングなど屋内でも楽しめ、かつ初期費用が少額で気軽に参加できるスポーツが人気を集めている。経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」によると、フィットネススクラブの会員数は年々増加傾向で推移しており、2017年は前年比3.1%増の336万3669人と3年連続で前年を上回った。背景には、高齢会員の増加や健康志向の高まり、東京五輪に向けたスポーツへの関心増加などがあり24時間営業の店舗や女性専用店舗、パーソナルトレーニングなどサービスの多様化が進んでいるためとしている。

(2018.9.26 日本経済)

ティップネス、24時間型ジム、 中京出店、手軽さ人気、利用者増、関西も視野に

フィットネス大手のティップネスは24時間型ジムの展開地域を拡大する。現在は首都圏に限られる出店地域を中京地区に拡大し、2019年に名古屋市で2店を出す。関西出店も視野に入る。24時間型ジムは早朝や深夜など自由な時間に利用できるため、ビジネスパーソンを中心に全国的に利用者が増えているため。

24時間型ジムは総合型ジムに比べて月会費が安く、好きなときに好きなだけ利用できる手軽さと利便性が支持され、ビジネスパーソンや主婦などを中心に利用者が増加している。同社の24時間型ジムの会員数は18年3月末時点で前年同期比42%増だった。ティップネスは23年をメドに200店まで拡大する。

(2018.9.18 日経産業)

松本大、エア・ウォーターと協定

松本大学は18日、エア・ウォーターと健康増進事業に関して協定を締結した。松本大が進める運動推進プログラムの「タグフィットネス」に同社の社員が協力し、医療費や健康への効果のデータを提供する。プログラムを通じて社員の健康づくりを推進する。すでに松本大は16年度に、同社の社員15人を対象にタグフィットネスによる医療費への効果を測定。今回の協定によって参加者とデータを開示できる人数を増やして研究を深める。合計で100人のデータの収集を目指す。

(2018.9.19 日本経済)

ティップネス、回復を促す新プログラム 「美骨 Motion」と「Care Yoga」を開始

株式会社ティップネスは、家にこもりがちな寒い時期を前に回復を促す新プログラム「美骨 Motion(ビコツモーション)」、「Care Yoga(ケアヨガ)」の2種類を、2018年10月1日(月)より順次、ティップネス各店にて開始する。

10～12月は、1年を通して最も疲労を感じやすく、身体の不調が表れやすい時期といわれる。ティップネスは、そんな季節に向けて、“回復”をテーマに「骨・関節」「血液・リンパ」にアプローチする2種類の新プログラムを導入する。

(2018.9.27 日本経済)

健康ツアーで北陸初の認証 アピアスポーツクラブ

スポーツクラブを運営するアピアスポーツクラブ(富山市)は北陸初のヘルスツーリズム認証を取得したと発表した。同認証は日本規格協会などが設立した「ヘルスツーリズム認証委員会」が、健康への気づきをもたらす旅行プログラムに与える。同社は1泊2日で立山山麓で健康指導や森林ウォーキングをするプランが評価された。

2012年ごろから始めた旅行プログラムをもとにつくった「とやま健泊@立山山麓」が認証を受けた。ホテルに1泊するプログラムで、1日目は自宅に帰った後も適切な食事や運動ができるように専門家が指導をし、2日目は立山山麓で森林を歩く。

同社の担当者は健康経営を重視する企業は増えてきているとして「今後は認証をテコに、こうした企業の従業員に利用を呼びかけていきたい」と話す。19年春ごろまでにとやま健泊@立山山麓を開催する計画だという。

(2018.9.27 日本経済)