

Fitness Industry Association

NEWS



Fitness
Industry
Association
of Japan

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

フィットネス産業のプレイヤーにとっても好機？
成長が期待されるスポーツビジネス、成功の要件

講師:スポーツマーケティングラボラトリー
コンサルティング事業部 執行役員 石井宏司氏

2018年7月25~27日にわたり開催されたSPORTEC2018。今号では、開催されたセミナーのなかから、スポーツマーケティングラボラトリー コンサルティング事業部 執行役員 石井宏司氏による、「フィットネス産業のプレイヤーにとっても好機？ 成長が期待されるスポーツビジネス、成功の要件」をお届けする。スポーツビジネス全体の流れを知ること、フィットネス業界において新しいサービスを生み出すことにもつながるだろう。ぜひ参考にしていきたい。

はじめに

当社は、主にプロスポーツクラブやプロスポーツリーグ

ボール部に所属していたのですが、顧問の先生が東京教育大学(現筑波大学)ご出身でスポーツサイエンスについて詳しく、当時としては珍しくスポーツ科学に沿ったトレーニングを実施したり、理論を教えてくれたことでスポーツビジネスに興味をもつようになりました。卒業後は一時期スポーツクラブにて働いていたことがありました。自分でスポーツクラブをもつことを夢見たこともありましたが、そのためにもやはりもっと知識が必要だと感じ、大学に進学することにしました。

大学卒業後、しばらくはスポーツ業界と離れ、リクルートや野村総合研究所で、主に新規事業に取り組みました。しかし44歳のとき、もう一度原点のスポーツビジネスをやりたいと考えるようになり、ちょうどそのころ、日本女子プロ野球機構よりビジネス改革の依頼を受けたことをきっかけに、スポーツの業界に飛び込んでみたというわけです。

本日は、スポーツビジネスの現状から、成長に向けてどんな課題があるのか、さらにフィットネス業界の皆さまにはどんなチャンスがあるのかということについて、お話ししたいと思います。

スポーツビジネスの現状

外から見ると華々しく見えるかもしれませんが、実際に深く携わっている私からみると、まだまだと感じます。学生時代は体育の授業があるため、スポーツ実施率はほぼ100%ですが、成人男性になると一気に約60%も減少します。週3回取り組んでいる方となると、わずか20%ほどしかいません。スポーツ庁の鈴木長官がいろいろなキャンペーンを行っていますが、その数値にはあまり変化が出ていないのが現状です。日本の生涯スポーツ実施率は先進国のなかでも非常に低いです。これらの要因として、「空間がない」「時間がない」



石井宏司氏

のマーケティング策定、デジタルマーケティングのサポートなどを行っています。最近では東京六大学野球の発展支援や草野球の市場の活性化などに取り組んでおります。私自身は、2015年ごろからスポーツ庁のアドバイザーとして参加し、スポーツをどう産業として広げていくかについて取り組んでいます。

私のキャリアを簡単にご紹介しますと、高校時代にバレー

「仲間がいない」などがよくいわれています。それに対して、「ではグラウンドをつくろう」「体育館を開放しよう」「早朝や深夜も施設を使えるようにしましょう」「仲間をマッチングしよう」などのことが行われていますが、本当にそれだけで実施率が上がっていくでしょうか。

現在の日本では、体育の授業自体にも、その質に問題があります。我々が調べたところでは、ある中学校の冬の授業では「校庭の周りを10周走る」などのことがいまだに行われていました。

さらに悪いことに、少子化のため地域のスポーツチームがどんどん減少しています。とくに少年野球チームの減少が激しく、20年前と比べて1/3、なかには1/4になっているところもあります。一方で、早期選抜化は進んでおり、少年野球やサッカーは30年ほど前では小学校中学年で始めるケースが多かったのですが、今は幼稚園ぐらいから始める子どもも多いようです。

学校の部活の種類も大分減ってきています。私もかつては地域のバレーボールチームに所属していたのですが、結構な頻度で中学生や高校生が入会しに来るのですね。大会に出られる年齢ではないので、「練習しか参加できないけど、それでもいいの？」と聞くと、「部活がなくなってしまったからここで参加したい」と言うのです。バレーボールというのは6人そろわないとできないので、人数が集まらない部活はつぶれてしまうのです。そのように、子どもたちがやりたいスポーツがどんどんできなくなってきています。

反対に、高校野球はニュースやネット配信で世間の人気は高まっておりますが、高校野球に取り組んでいた子どもたちが大学に進んでも続けている割合は非常に少ないです。いくつかの高校で調べてみたところ、10%ほどしかいませんでした。ヒアリングすると、彼らの本心は「ようやく野球から抜けられ

る「親のためにやっていた。ずっと丸刈りで彼女もできなかった」というものでした。これが現実なのですね。

続いて社会人についてある調査を行ったところ、面白いことがわかりました。40代ぐらいになると、体型が気になったり会社の健診でひっかかったことで運動を始めたいという欲求が高まるようなのですが、実際に始める方は少ないのです。理由は、「40代から始めるのによい場所がない」という回答が多く聞かれました。例えば、あるフットサルサークルに行ったら20代ばかりでついていけない、話が合わない。ある方にいったっては、会社の推薦でフィットネスクラブに行ったところ、50、60代の方が多くて、「おじいちゃんおばあちゃんサークルみたいで…2、3回行って退会してしまいました」という回答でした。

40代は人口ボリュームがそれなりに大きい年代であるのに、その方たちが運動を始められるよい場所がない。そこをうまくついたのが、マンツーマンのパーソナルサービスタイプのジムだと思います。人前で運動することが恥ずかしいと感じる年代でもあるので、人目にふれないサービスであるところがまさにニーズに合致したと考えられます。

そのほか、運動をしない理由として「なんとなくきっかけがない」「苦手意識がある」というものや、「運動している姿を知り合いに見られたくない」という意見もありました。さらに「服や道具がない」。今まで文系でスポーツをやったことがない方だと「何着ていけばいいの?」と、案外お客さまはささいなことでつまずいてしまうのです。

「昔のようにできなくて嫌になった」というものもありました。せっかくやる気になったのに、実際に運動してみたら、全然できない。「後輩が運動する自分の姿をスマホで撮影して見せてくれたが、あまりの格好悪さにショックを受けた」という

方もいました。

続いて「40、50代の場所がない」「家族サービスしないといけない」。そして「ペットがいるからいけない」。これは結構ありますね。オリックスなどもペットデーというのをつくって、「スポーツ観戦にペットを連れてきてください。試合中預かります」というサービスを提供していますし、フィットネス業界でもペットと一緒にできるエクササイズを開発するなど、よいアイデアかもしれません。

さらに、「家族皆で来てください」と呼びかけられるようなサービスも重要ですね。今後、働き方改革が本格化すると思われるなか、人々の余暇時間は増えていくと予想しています。そのなかで、ここ20年ぐらいの大きなトレンドとして「家族との時間を大切にしたい」という価値観が非常に増えています。昔のお父さんなど、平日は毎晩飲み会が入ってしまい、週末はゴルフに付き合わないといけないなど、家にあまりいないイメージでしたが、今は夜7時台の電車でもサラリーマンの姿が増えたように思います。だから、家族全員を取り込むビジネスをつくるのが大切なのです。最近では無印良品がキャンプ場を運営していますが、あれも「無印の商品に囲まれて、家族でキャンプしませんか?」というニーズに対応しているのかもしれない。

改善すべき点多い“見るスポーツ”

“見るスポーツ”に対する調査によると、不満要素の上位にくるのが、チケット発売の情報です。「発売時期などがわかりにくい」「告知がよくない」「手続きがめんどう」。皆さんも経験がありませんか? いざ「スポーツを見にいこう!」となっても、HPをひらいてまず個人情報を登録しないとイケませ

にあると考えています。これは、フィットネス産業にもヒントになるかもしれません。

1. 使いやすさ、わかりやすさ

かつて、コンピューターは、専門知識や技術的な知識がないと使えませんでした。例えば、本日まで参加の方はスポーツが得意な方が多いと思うのでそういうことはないでしょうが、私の妻は文系出身なので、野球やラグビーなど、スポーツの試合は見方がよくわからないのです。連れて行っても、「全然面白くない」と。スポーツの試合を楽しむには、ルールや技術などの知識が必要なのです。一方で、MacやWindowsは、だれもが楽しめ、直観的に使えるものに変えてきたという経緯があります。

2. 様々な用途に適用できる

ITはもともと企業の会計用などに使われてきましたが、デスクトップからノートになったことで、さらに広い用途に利用できるようになりました。

3. 人材育成

スポーツ庁も「ITスキルスタンダード」など、人材育成に力を入れていますが、どういう専門分野でどんな人材、どんなスキル・能力が必要なのかということすべて洗い出し、国主導で戦略的に人材を育ててきました。こういった人材育成の仕組みを設計するには、本来5,000万円や1億円かけて専門のコンサルタントにつくってもらうなど、非常に手間とお金がかかるものを、政府が無償で提供していることは、大きいです。

4. パッケージ化

昔はハード、ソフト、アプリが別々に売られていて、購入者のほうで組み合わせていましたが、今はオールインワン。ほぼすべて必要なものが入った状態で手に入れられるようになりました。

5. 入り口体験

近年では、小学校でもPCの授業があったり、小学生から



ん。ビジネスをする側からすると当たり前のことだったりしますが、一般の感覚からすると、フォーム入力も面倒ですよ。私の妻も、「なぜ年齢を入れないといけないの?」とよく怒っていますが、この感覚は当然だと思います。

このように、スポーツビジネスに関する課題はまだ多いです。こういった世の中にある不満、ネガティブな要素を、一般企業やスポーツビジネスプレイヤー、フィットネス業界の3方向から解決していくことによって、新しい市場が生まれるのではないかと考えています。

IT産業が発展した5つのポイント

さて、ここからは、スポーツビジネスにおける不満、不便なところ、つまり“不”の要素を整理して、これから成長させていくためのヒントとして、ほかの成長産業を参考に考えてみたいと思います。

今、情報サービス産業(IT産業)は、21.4兆円というとても大きな産業となりました。一方のスポーツ産業は5.5兆円です。情報サービス産業がこれほど成長した要因は、次の5つ

スマホを使っていたりと、幼少期から、さらに非常にITに親しむ体験ができるようになってきました。その結果、ITは完全に我々の生活に浸透しました。

このように、IT産業自体が約20年をかけていろいろな工夫をしてきた結果、今のような普及を実現できたのです。

では、これをスポーツビジネスにも適用するとどうなるのでしょうか？ 先ほどもお話しした通り、スポーツは始めにくいものです。スポーツの実施率は少しずつ伸びていますが、その内訳をみると、ウォーキングや体操など、初歩的な、すぐできるスポーツが伸びているのが現状で、年間消費額からするとほぼ横ばいです。つまり、散歩する人は増えていますが、お金を使って、また健康につながるかたちでスポーツを楽しむ人が増えているかというと、そうではないのです。スポーツ関連費においてもほぼ横ばい状態です。スポーツや運動、エクササイズという市場は、余暇市場においても落ちてきています。ランニングやウォーキングなど、身体を動かしたい人は増えているが、出費額は下がっているという事実は、ニーズはあるにも関わらず、サービスが提供できていないということです。ニーズがあって、そこにサービスがきちんと提供できていれば、本来市場は伸びるはずですが。その点、フィットネス業界は今、伸びていますので、特定の人に対するマーケティングはとてうまくいっているのかもしれませんが。ただ、スポーツ全体というところで見ると、実際の消費額は減っていますので、決してよい状況とはいえないと思います。

では、もう一度“不”に戻って課題を見直しましょう。まず、プロスポーツは初心者にまったくやさしくありません。「18時の試合開始時間までに行ったら、混雑して入れず、結局座席に着いたのは試合開始後だった」「簡単な服装で

ではないかと思っています。例えば今、どこの企業も人材採用に苦労しています。とくにBtoBサービスを提供する企業は認知度が低く、非常に苦労しています。そこで、Jリーグのクラブチームにスポンサーすることで、認知を高めようとしている企業があります。「ビジネスソリューションやっています」というよりも、「Jリーグのチームを通じて地方創生をしています」と伝えたいほうが、学生にもわかりやすいからです。こういうかたちで採用ブランディングとしてスポーツを活用するケースも増えてきています。

そのほか、組織の課題にも、スポーツやフィットネスを活かせる領域があります。例えば、アウトソーシング企業は増えていますが、そういった企業は下請け的な存在であるため、社員のストレスが高い傾向があります。システムエンジニアも同様です。

例えば金融機関のシステム統合や改修といった仕事は、もし何か問題があって金融業務を止めてしまった場合、100億円や200億円などにもおよぶ多額の賠償請求が発生してしまうため、失敗が許されない、非常にストレスの高い仕事です。実際、体調不良を訴える人も多くいます。ある企業では、1,000名以上のエンジニアがいるなか、約10%が「精神的な不調を感じたことがある」と回答していました。

そこで、そのようなストレスが高い職場にスポーツトレーナーを週3回派遣し、10分ほどのストレッチやヨガレッスンを提供し、さらに体調不良を感じている方へ個別にカウンセリングと運動指導を提供するなどのサービスを提供したことがあります。華々しい効果は出ませんでした。その後のアンケートでは好評でした。

何よりも、「1日だれとも会話をしないこともある」という職場が、このような運動をやるようになって会話が生まれるようになったそうです。



行ったら屋根がなくて寒かった」「女子トイレが長蛇の列」。当社はJリーグのクラブのお手伝いなどもしているのですが、初心者に対するマーケティングがうまくいっていないと感じるのが、観客のなかに、白い服を着ている方がいることです。会場で販売されている食べ物含め、スタジアムの環境を考えると汚れる可能性が高いので、慣れていない方は、白い服など着て来ません。そういうことを告知してあげていないのです。イメージカラーが赤の浦和レッズの試合に青い服を着て行ったら、「周りは赤一色で気まずかった」などのことが実際に起きています。

スポーツが貢献できる分野とは

スポーツを活用した街づくり、地方創造などいろいろ始まっていますが、私は、もっと企業課題に適用したほうがいいの

“コト”を重視したビジネスづくりが鍵

現代は、“コト”を大切にしたいライフスタイルや社会システムづくりが大切になってきています。実際の街に入り込み、ともに活動しながらR&D(Research and Development)していくことが重要になってきており、そのための方法として、ワークショップなどが注目を浴びてきています。

当社にも、「スポーツを取り入れたハッカソンをしたい」という依頼が増えてきています。スポーツは究極の“コト”産業で精神的価値を提供できるものなので、スポーツに関するR&Dをやりたいという企業はとて増えています。これは地方創生にも役立てることができて、例えば、今治市で行われている「Bari Challenge University」などが事例です。2泊3日ほどのワークショップを行って、FC今治のようなスポーツチームや、地元の企業や学生が参加し、今治市を活性化させるためにはどうしたらいいかなどについて議論するのです。これは、フィットネスクラブやスポーツを通じた地方創生と、大企業にとっては人材育成とともに、新しいビジネスのインサイトを得ようという取り組みです。

スポーツビジネスと人材育成の現状

日本スポーツ協会でも様々なスポーツ指導員を養成していますが、実際、不足しているのは指導員ではなく、スポーツビジネスを担える人材です。スポーツは複合的なサービスなので、様々な必要要素を組み合わせられる、またマネジメントができる人材や、さらに時間・空間をプロデュースできる人材も少ないです。これはプロスポーツ、アマスポーツでも同様です。

法人営業についても、きっちりスポンサーをとっていける人

材やエリアマーケティングができる人材が非常に少ないです。

当然、ITやメディアを活用できる人材、さらにはスクールビジネスや海外展開までリードしていける人材も必要です。これからスポーツが成長産業になるためには、いろいろな人や企業との連携が大事になってくるためです。

スタジアムアリーナもそうです。箱を完成させて終わりではなく、そこでお金を生むビジネスを発売し、多くのお客さまが行きたくするような場所にプロデュースできる人材が必要です。現状のままでは、単に箱が増えただけというような、2002年のワールドカップや、長野五輪での失敗が繰り返されてしまうのではないかと危惧しています。

一方で、成功事例も生まれています。官民一体で取り組んでいる「野球のまち阿南」です。阿南市にある、「野球のまち推進課」が、野球宿舎など一連の流れを手配してくれるというサービスを提供しています。推進協議会とも連携して、宿泊施設やおみやげなどのほか、審判やアナウンス員、記録員などの人員、さらには60歳以上の方々で構成されたチア応援団まで、全部手配してくれるというものです。私の息子も野球をやっているのだからわかるのですが、これを自分たちでやるとなると、とても大変です。ですから、電話一本で全部手配してくれるというのは、大変ありがたいサービスです。価格は1人あたり13,000円です。これを阿南市という自治体がやってくれるのですから、すごいことです。

こういった“パッケージング化”はとてもよいと思います。例えば、新横浜にあるコスタ横浜は、1人から参加できる「個人フットサル(通称:個サル)」サービスを提供しています。「〇月〇日、コスタカップやります」という告知に対して、参加登録をして1人でフラッと会場に行けば、その場でチーム分け

るように、支援企業を募るというフレームです。

従来の企業は、ネットなどを使ってマスマーケティングを行うのが普通でした。テレビや店頭でオムニチャンネルを使ってファミリーに買わせようとか、高齢者にはテレビや通販、カタログで買ってもらおうなどというふうに取り組んでいましたが、費用対効果はあまりよくありませんでした。マーケティング効果が出にくいところに必死にお金をかけていたのです。近年は、中長期型とはなりますが、小・中・高・大学にしっかりマーケティングできるなら、そこでリアルな接点をつくることで、その後のブランドマーケティングに活かしていこうという考えが広まっています。スポーツメーカーではすでにこういった具体的な取り組みを行っています。子どもたちは、サッカーの大会などで勝った、また初ゴールしたときに身に着けていたブランドをその後も一生好むからです。ですから、なるべく多感な思春期の時期に、自分たちのブランドを寄り添わせることが一番よいマーケティングなのです。

実際、当社にもある私立高校から、「体育の授業を変えることによって、学校をブランディングしていきたい」という問い合わせをいただきました。その学校の経営層の方がアメリカの学校へ視察に行き、スポーツメニューの豊富さに驚いたようです。私もアメリカの大学に視察に行ったことがあります。ズンバやボクシング、ダイビング、アクア系まで、日本のフィットネスクラブで提供されているプログラムよりも、もしかしたら多いかもしれないと思うほどの種類でした。それらを見て、経営者の方々も、日本もおそらく将来はこうなり、豊富なメニューやサービスを提供する学校が子どもたちからも選ばれていこうと感じたのでしょう。

フィットネス業界にとっても、中学や高校に大きなビジネスチャンスがあるかもしれません。例えば学校で夕方4~6時は中学生の面倒を見て、7時からは社会人を見る、というように、イントラをうまく有効活用できるようになるかもしれないと考えています。

をして、試合終了後にはバーベキューまでついています。

このように、パッケージで利便性の高いサービスを提供しているところはやはりお客さまが集まりますし、リピーターも多いです。そこで仲間ができれば、チームとして再びフットサルをやる際に会場をレンタルしてくれるという好循環も起きています。このようなサービスを提案・プロデュースできる人材がもっと増えることが業界の底上げには必要だと考えています。



質の高い入り口体験の創造

入り口体験の存在も大切です。実は、スポーツ産業というのは、非常に特異な構造になっています。ビジネスにおいて“ファーストエクスペリエンス”というのは重要ですが、スポーツのそれは学校体育になりますので、学校体育の体験が良質なものでなければ、スポーツ嫌いになってしまう可能性があります。

私にも小学校時代、次のような経験があります。5年生のときに授業で逆上がりを練習したのですが、先生が「うちのクラスは全員逆上がりができるようにする」と宣言しました。当時、私は太っていたこともあってなかなかできず、夜8時ぐらいいまで居残りをさせられて、手の皮が剥けても練習しました。その後の楽しいスポーツ体験がなければ、たぶんスポーツが嫌いになっていたと思います。

そこで、スポーツ庁が昨年取り組んでいるのが、中高の部活の質を上げるため、地域のスポーツ指導者、民間の指導者が部活に参加できるようにする実証実験です。それも、ボランティアや低賃金でなく、しっかりとしたお金を出せ



いかにスポーツを密着させるか

試算したところによると、小学生で少年野球に参加していた、あるいは高校のときに野球部に所属していたという人は結構多いです。少年野球にいたっては50万人、大学でも3万人ぐらいいるのではないのでしょうか。現在でも草野球人口におけるアクティブ層というのは100万人ぐらいいると予想されています。しかし、社会人になって結婚などを機に、「今はもうやっていない」という、いわゆる元野球選手や元経験者も結構な人数となります。

当社ではここに大きなポテンシャルがあると考え、「teams」というサイトの運営を始めました。これは、野球のチーム組みや試合を組む手間を減らそうと、メンバーが足りないときにITでスマートにチーム管理ができるサービスです。

現在9,000チームほどに登録いただいています。さらに、グラウンドの空き状況がわかる「グラナビ」や、朝6~8時など隙間時間に神宮球場で試合を行う「朝活CUP」などのサービスも提供することで、草野球市場を活性化させたいと考えています。

要するに、スポーツ市場というのは巨大な民営化市場であると捉えていただけたらと思います。日本電信電話公社がNTTに、国鉄がJRに民営化され、いずれもサービスを向上させたことで利用者が増え、市場を創出できたように、スポーツビジネスにおいても同じ流れが起きつつあると考えています。

運動指導の知識も経験もない先生がボランティアで部活を指導するという問題も、民間の優秀な指導者を派遣することで解決できます。フィットネス業界は、抱えている人材を学校に派遣することによって、新しいビジネスを生めるかもしれないと思います。

社会人スキルが身に付くようなプログラムを部活や体育に入れようとする取り組みもあります。

これについては、私の次のような経験が関係しています。私の子どもは高校2年生ですが、文化祭に行くときに驚きます。そこでは高校生がクレープ屋など飲食店を出店しているのですが、次のような流れで受注管理を行っています。

まず、3階のお店で注文を受けた学生は、無料で使えるGoogleのワークシート機能を利用して、スマホから注文を入れます。1階にある調理室の生徒がその情報を同じワークシート上で確認し、調理を開始します。そして1階から料理が届いたら、3階の生徒が「完了」と記入し、終了です。正規の飲食店が、システムで管理している受注や売上管理を、彼らはすべてフリーのGoogleの機能を使って行ってしまうのです。私はこれを見て、文化祭自体が、社会人スキルが身に付くプログラムになっているのだと感じました。

もう一つ紹介しますと、その高校は、3年生になると皆で劇をやるのですが、発表会はいつも満杯になります。彼らがツイッターやフェイスブックで劇用のアカウントをつくって、開催1ヶ月ほど前から宣伝しているからです。ページには動画や見どころをきちんと載せています。あるクラスのアカウントを見たら、フォロワーが500人もいて感心しました。

このように、今の高校生は、動画編集やプロモーションを簡単にやりこなしてしまいます。一方で、一部の部活ではただ校庭を走らせたり、ただ素振り1,000回などをやらせているというケースもあります。これでは現代の子どもたちはついてこない。ギャップが起きているのが現状なのです。

増えていくことが予想されるためです。実際、ルネサンスさまは水泳のプログラムをベトナムに輸出されていますね。日本のように、学校にきちんとしたプールがあって、スイミングの技術が発展している国というのは実はそれほどなく、泳げない子が多いため雨季の洪水などによって犠牲になってしまうのです。実際は、水泳のプログラムを輸出しようとしたらプール設備自体にも問題があることがわかり、水泳教育とプール設備という、ハードとソフトをセットで輸出する動きになっていると思います。

実際、文部科学省では、日本の教育プログラムの仕組みを輸出しようとして取り組んでいます。例えば、ミズノさまは、グラウンドがなくても、駐車場などの小スペースで行えるプログラム開発し、先のような地域でプログラムとツールをセットで輸出しています。ヤマハさまも、オルガンと音楽プログラム、リコーダーをセットで輸出していますし、こういった人と教育プログラム、ハードをセットで輸出するといったことが、これからの新しい軸になるのではないかと思います。

一方で、これまでの日本のグローバルビジネスはメーカー中心であったため、日本車の輸出などアウトバウンド型が主だったところ、これからはインバウンド型も増えるだろうと予測しています。要するに、魅力的な場所や価値ある場所を日本につくることで、そこに海外から人を呼び込むのです。スポーツを活用するなら、例えば大会の審判講習会や指導者講習会を実施し、ライセンスを発行するなどのことはいかがでしょうか。スポーツ競技というのは有名な場所を1つつくることによって多くの人が定期的に訪れるようになります。

実際、沖縄は空手のメッカとして、国際大会などを開催しています。プロデュースもきちんとできており、国際空手大会などは5,000~6,000人が参加するそうです。世界中の空手愛好家が沖縄に行くことを夢見ており、実際に試合などをきっかけに来日すると2~4週間滞在して母国に帰るなどしています。

喫緊の対応要する社会人の健康問題

次に、働く人々の健康について話しを進めたいと思います。今、心身に問題を抱えている社会人は多いです。昔、ある大きなシステム企業さまの案件を受けて、1万人ほどいる社員のなかで「メンタルヘルスの問題で仕事を離れている方はどれぐらいいるのですか?」と聞いたところ、「250人ぐらい」という回答を得て驚いたことがあります。中小企業の社員数に匹敵するほどの人数ですよ。表に数字は出ていませんが、大企業ではメンタルヘルスに問題を抱えている方がけっこういる、と考えられます。もちろん身体的に病を抱えている方も多いです。このような環境改善のために、行けば行くほど健康になるオフィスビルをつくらうというアイデアもあります。従来にない、スポーツやウェルネス、フィットネスの要素を存分に盛り込んだ、まったく新しいオフィスビルをつくりたいと考えています。

老後や引きこもり、孤独死も問題です。なかでも引きこもりと孤独死は年々増えています。地域コミュニティをスポーツやフィットネス、ウェルネス要素を絡めて形成して、いつまでも人生の現役でいられる、介護を受けない社会をつくるのが求められてきています。

日本の教育・健康サービスを海外へ

先のようなことに対する取り組みは、ゆくゆくは海外に輸出することを考えたほうが良いと思います。私が考えるこれから期待できる地域は、インド洋市場です。インドや中国、中東、アフリカ、東南アジアは人口が多く、これからも大きく

フィットネスビジネスにおいても、もちろん国内の会員を継続していくことも大事ですが、自分たちのビジネスをパッケージ化して海外展開することも考えたほうが良いでしょう。支店を海外につくるのは大変ですが、ノウハウを輸出して、そのノウハウを教育する機関は日本に置いておくことで定期的に自分たちの拠点に海外から来てもらうのです。

このように、これからはソフト、ハード、インフラが一体化したサービスを展開するのがポイントになると思います。フィットネスクラブの場合、インフラやハードのメンテナンス担当者の資格を発行するなどいいかもしれません。日本で研修、インターンをしてもらい、資格を発行して現地に帰ってもらうのです。現地にて、その技術をもとに高い給与で雇用されるなどの好循環もついたら理想ですね。なお、多くのライセンス同様、2~3年の期限をつけることで、時期が来たら再び講習を受けに来てもらうという流れをつくることより持続的なビジネスとして成功すると思います。

さいごに

先ほどお話しした阿南市ですが、ここは正直、目立った観光地など何もないところですが、それだからこそ市長が野球で街づくりをしようと思いついたと聞いています。スタジアムを整備して、室内練習場やグラウンド、研修所をつくったことによって、侍ジャパンの講習会など、いろいろな誘致ができることになりました。

要するに、想いさえあればだれでも新たなビジネスを創出できるのです。今日来ている方々も、もちろん同じです。また皆さんの部下など周りにも、新しいことを生み出せるスタッフがいます。こういう人を見つけて、引き上げて、支援してあげてください。常識にとらわれず、むしろ自分たちがこれまでの常識を変えていくという考えで、新しい市場・産業をつくることに、一緒に取り組んでいけたらと思います。

Information

お知らせ

1. FIA全国スポーツクラブ駅伝東京大会
2018

10月27日(土)夢の島陸上競技場(東京・江東区)で開催した。

曇と雨の予報だったが、秋の青空も広がる好天となり、358チーム2,505人によるリレーが行われ声援が響いた。



(写真提供:オールスポーツコミュニティ)

記録 1~3位 各 チーム名(クラブ)

女性の部(女性のみ)

- 1 イケメンつけ麺ボク倫太郎 (ティップネス)
- 2 エグザス♡きれいどころ♡ (コナミススポーツクラブ)
- 3 チームtoko 35th (メガロス)

2. FIAマスタート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

台風24号接近と鉄道運行中止予告に伴い、参加者の帰宅が確保できないと判断し、前日夕刻中止を決定した。参加賞・プログラム等は後日チームへ郵送した。同日は関東地方でもJRは早めの運行終了となり今後同様の傾向が予想されることから、イベント開催可否の判断時期と広報体制を検討する。

3. フィットネスクラブ・マネジメント技能検定
(FCM検定)

今年度最後の試験となる第5回フィットネス・クラブマネジメント技能検定(12月16日開催予定)の受検申し込みは終了した。試験会場:札幌・仙台・金沢・東京・名古屋・大阪・広島・福岡

技能検定受検を目指し、授業カリキュラムに取り入れるスポーツ系専門学校・大学等の広がり、人事・教育制度に組み込みを決定した企業または検討する企業の増加など、FCM検定活用の動きも見られるようになった。さらに浸透を図るため広報及び学習支援活動を行う。

FCM技能検定ホームページ(<https://fcm-test.jp/>)

- ・試験の概要
 - ・試験の出題形式と範囲
 - ・過去の試験問題と正答
 - ・公式テキストの案内
- が掲載されています。

混成の部(女性比率半分以上)

- 1 DSCおたかA (ダンロップスポーツクラブ)
- 2 エンジョイランナーズ (セントラルスポーツ)
- 3 DSC日進Aチーム (ダンロップスポーツクラブ)

一般の部

(女性比率半分以下)

- 1 ルネサンス北千住A (ルネサンス)
- 2 アトリオ選抜 (東急スポーツシステム)
- 3 Tip MIZUE (ティップネス)

総合優勝(クラブNo1)

東急スポーツシステム
平均周回:28.857回

詳細は以下URL参照

(<http://fia-sports.net/record2018.html>)



(写真提供:オールスポーツコミュニティ)



各社のバナーが並ぶのもFIAの大会ならではの。

※社内学習・受検に対する国の助成金制度を活用できます。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。

ご相談はFIA事務局 蕪沢まで。(Tel: 03-5207-2456)

IHRSA2019開催のお知らせ
IHRSA2019でその先のフィットネストレンドを
見逃してみませんか?

レポート: FIA 松村 剛

来る2019年3月16日から4日間、米国のサンディエゴにて、グローバルのフィットネス産業を牽引するコンベンションである『IHRSA2019』が例年通り開催されます。

今回も昨年と同じ、サンディエゴコンベンションセンターにて開催されます。

米国のIHRSAとFIAはパートナーシップを締結しており、FIA会員の皆様の参加に対しては、リーズナブルな条件が用意されています。

また、IHRSAが刊行している機関誌『CLUB BUSINESS INTERNATIONAL』は、日本のクラブビジネスジャパン社が刊行している『FITNESS BUSINESS』とも提携していることもあり、(株)クラブビジネスジャパン様が毎年、このコンベンションの視察だけでなく、米国のマーケットにおいて注目されている、あるいは新たなビジネス展開の大きなヒントとなりインスパイアされるクラブやスタジオを全米からチョイスされた施設ツアーがパッケージされたツアーを提供されている

ので、ことツアーを利用されることも非常に有意義です。一方で、またはあまり動き回らずに展示会を視察し、フィットネスビジネスセミナーの聴講、そしてサンディエゴ近隣の施設見学と体験等に絞ってご参加されても、非常に充実した時間を過ごすことが可能です。

ご存知の方も多いと思いますが、サンディエゴは気候も良く、米国の中でも治安のよい街としても知られていますので、比較的安心して過ごすことができます。

ここでは、筆者の経験談と、IHRSAから提示されましたFIA会員が申し込む場合の条件等についてご案内させていただきます。

IHRSAのコンベンションには多くの学びと発見があります。



①トレードショー

会期中の2日間にわたって開催されるトレードショーから、その年の北米を中心とした商圏のトレンドがスタートすると言っても過言ではありません。エクササイズマシンやプログラムはもちろんのこと、クラブ経営をサポートするシステムの提案やウェアラブルツールや映像配信レッスンの最新の傾向など、新たなビジネスモデルを見て、そして体験することができます。

で用意されます。朝食がてら、ご参加になられることをお勧めします。

⑥サンディエゴのフィットネス施設見学／体験をお勧めします

比較的コンパクトな街であるサンディエゴには、もちろん多くのフィットネス施設があります。総合型クラブからブティックまで短時間で見て回ることができます。特にIHRSAに協賛しているクラブやジムでは、期間中参加証を提示すればフリーで参加者に施設を開放しているので、是非とも事前にチェックしてアメリカの施設を実際に体感されることを強くお勧めします。

また、もしもアメリカにて車の運転に支障のない場合、ちょっと郊外に出ると、多くの大型施設や特徴的なブティックなど、さらに広く視察の範囲を広げることが可能です。

参考までに、前回のサンディエゴでの会期中にダウンタウンで参加者に開放された施設は以下の通りです。

- 24 Hour Fitness(※サンディエゴだけで10店舗あります)
- AquaVie Fitness and Wellness Club
(ダウンタウンの中心街にあります)
- Crunch Fitness(街からはちょっと離れています)

■FIA会員申込の特典について

①日本語同時通訳付きのセミナーに参加せず、クラブビジネスジャパン社のツアーにも参加しない場合

4日間で100ドル、3日間で75ドル、2日間で50ドル、1日間で25ドルがそれぞれの登録手数料からディスカウントされます。

②2日間の間に提供される日本語同時通訳付きのセミナー参加も可能な、トレードショー参加費が550ドルで提供され、かなりお得です。詳しくはFIA松村までお問い合わせください。

②多様なビジネスセミナーやエクササイズセッション

IHRSAのビジネスセミナーは充実しています。残念ながらその多くは英語ですが、日本語の同時通訳が入るセミナーも用意されています。この日本語通訳付きのセミナーの選択にあたっては、日本のフィットネスマーケットの現状を鑑み、厳選されていますので、有意義なものであると言えます。

また、様々なエクササイズプログラムも実際に体験することができますので、しっかりと動ける格好で参加されることをお勧めします。

③KEY NOTEセッションが充実

期間中、毎日、キーノートセミナーが提供されます。この講演のスピーカーは、フィットネスに限らず、様々なジャンルの著名人が演台に立ち、非常に触発されるメッセージやビジネス上のヒントを得ることができます。もちろん、全て日本語の同時通訳サービス付きです。

④PLANET IHRSAパーティー

米国のみならず、世界各国から参加する方々を対象としたウエルカムレセプションパーティーです。コンベンションセンターに隣接するマリオットホテルのバールームで催されます。アルコールは残念ながら有料ですが、ミールは用意されています。フィットネスビープルの活気と始まったコンベンションの熱気を感じることができます。

⑤アーリーバードエクササイズ

朝、6時から様々なエクササイズプログラムを体験し、そして広大なトレードショー会場が、そっくりそのまま巨大なジムと化します。まだ外は暗い時間帯ですが、コンベンションセンターはフィットネスの熱気であふれており、まさにアメリカのフィットネス文化を体感することができます。

嬉しいことに、会場にはコンチネンタルブレイクファストが無料



来年度のIHRSAについて詳しくはパンフレットをご覧ください。お問い合わせいただければ、パンフレットのデータをお送りさせていただきますと共に、ご質問にもお答えいたします。お気軽にお問い合わせ下さい。

【問い合わせ先】(一社)日本フィットネス産業協会 松村まで
matsumura@fia.or.jp / 電話:03-5207-6107

Member's Board

会員掲示板

株式会社ブラボーグループ
グループフィットネス「MOSSA」のイベント開催

BRAVO GROUP MOSSA Japan 日本上陸10周年記念スペシャルイベント開催決定!

関西・大阪会場
11月20日(火)・21日(水)

関東・横浜会場
11月23日(金)・24日(土)

MOSSA唯一のダンスフィットネスプログラム Group Groove
を含む全4プログラムのイベントレッスンを開催!

Dance Fitness Contest
優勝者&入賞者も
ステージへ登場!

Hide Kyo Lia Minami

この度、株式会社ブラボーグループは、提供するグループフィットネスプログラム「MOSSA」の日本上陸10周年を記念して、イベントを開催いたします。

イベントは大阪と横浜で開催される予定で、両地ともに主に3部で構成されております。

一部は、イベントレッスンを予定しており、一般の消費者様からインストラクターまで幅広くご参加いただけるイベントを予定。

HPはこちら: <http://bit.ly/2P2BCA0>

二部は、MOSSA認定インストラクター向け技能向上研修を予定。

三部は、株式会社ブラボーグループ主催のビジネスセミナーです。

大阪と横浜にて、2名の講師を招いた豪華二本立て業界人向けビジネスセミナーを下記日程で開催する。HPはこちら:

<http://bit.ly/2yNOAqF>

大阪: 11月21日(水) 14時30分~18時30分 ※約4時間

横浜: 11月24日(土) 14時30分~18時30分 ※約4時間

【Seminar 1】

テーマ: ジム定着率UPの最前線! 官民連携の第一人者が語る!

内容: 「地域とスポーツマネジメントとフィットネスクラブ」
~官と民をつなぐアイデアから~

講師: 大竹 弘和 氏
神奈川大学人間科学部 教授
総合システム研究所株式会社 代表

【Seminar 2】

テーマ: ブランディングのプロから見たクラブをブランド化し集客UP・課題を解決する方法とは?

内容: 各スポーツクラブからヒアリングした生の課題に対して、「ブランディングの観点」から課題解決の方法を探る

講師: 宇都宮 賢二 氏 <https://www.2dogs.tokyo/>
2DOGS INC. 代表取締役CEO/一級建築士
ブランディングコンサルタントとして、三菱UFJ銀行、Peach、4°Cなど多くの企業を成功に導く

New Clubs

出店情報

11月のオープンクラブ

ルネサンス ライカム24

●FIA会員

所在地: 沖縄県中頭郡北中城村
アワセ土地区画整理事業区域内4街区

ジェクサーフィットネスガーデンsopraマチノマ大森

所在地: 東京都大田区大森西3-1-38 マチノマ大森3F
●FIA会員

オレンジセオリーフィットネス本八幡

所在地: 千葉県市川市八幡2-5-8
ガレリア・サーラ本八幡 2F

アクトスWill_G関マーゴ

所在地: 岐阜県関市倉知817 マーゴ・ウエスト 1F

ジスタスABLOうるま

所在地: 沖縄県うるま市豊原

FASTGYM氷川台

所在地: 東京都練馬区氷川台3-39-7
ミリオンアネックス氷川台2階

●FIA会員

FASTGYM喜多見店

所在地: 東京都世田谷区喜多見9-2-35
小田急マルシェ内

●FIA会員

Curves今治

所在地: 愛媛県今治市片山3-10-23

Curves仙川

所在地: 東京都調布市仙川町1-14-22 花輪ビル2階

Curves長崎ジョイフルサン江川

所在地: 長崎県長崎市江川町232
ジョイフルサン江川本店1階

Curvesイオンタウン津城山

所在地: 三重県津市久居小野辺町1130-7

Curvesコーナン港北インター

所在地: 神奈川県横浜市都筑区折本町191番地
コーナン港北インター店内2F

Curvesアピタ安城南

所在地: 愛知県安城市桜井町貝戸尻60
アピタ安城南2F

Curvesイトーヨーカドー湘南台

所在地: 神奈川県藤沢市石川6-2-1
イトーヨーカドー湘南台店2階

Curvesダイエー大島

所在地: 東京都江東区大島4-6-1 ダイエー大島2F

エニタイムフィットネス両国店

所在地:東京都墨田区亀沢2-10-5 2-3F

エニタイムフィットネス京王笹塚店

所在地:東京都渋谷区笹塚1-56-7 笹塚テラス2F

エニタイムフィットネス元代々木店

所在地:東京都渋谷区元代々木町49-25 2F

エニタイムフィットネス東久留米店

所在地:東京都東久留米市上の原2-3-18

アクロスプラザ東久留米 1F

エニタイムフィットネス日野南平店

所在地:東京都日野市南平4-10-4

HAMA-K.I.テラス 2F

エニタイムフィットネス鴨居店

所在地:神奈川県横浜市緑区鴨居1丁目9-14

MMP鴨居2F

エニタイムフィットネス相武台店

所在地:神奈川県座間市相武台1-38-31 2F

エニタイムフィットネス青森サンロード店

所在地:青森県青森市緑3-10-33

フリークス青森サンロード店内 1F

エニタイムフィットネス盛岡菜園店

所在地:岩手県盛岡市菜園1-8-15

パルクアベニュー・カワトク cube-II 地下2F

エニタイムフィットネス盛岡みたけ店

所在地:岩手県盛岡市みたけ2-133-36

エニタイムフィットネス秋田新国道店

所在地:秋田県秋田市八橋大畑1-6-36 2F

エニタイムフィットネス原店

所在地:愛知県名古屋市長白区原1-209

レインボーシティ・SⅢ 1-2F

エニタイムフィットネスイオンタウン川西店

所在地:兵庫県川西市多田桜木1-4-1 2F

エニタイムフィットネス松山三番町通店

所在地:愛媛県松山市旭町28-1-1F

エニタイムフィットネス久留米大手町店

所在地:福岡県久留米市大手町 1-6

ニューウエダビル 2F

エニタイムフィットネス熊本ムサシプラザ店

所在地:熊本市北区武蔵ヶ丘5-12-1

ムサシプラザ 1F

エニタイムフィットネス国分中央店

所在地:鹿児島県霧島市国分中央3-39-10 2F

エニタイムフィットネス新松戸7丁目店

所在地:千葉県松戸市新松戸7-2 1F

Issue

記事

ティップネス、「ティップクロス TOKYO」の新プログラム「OMNIBALL YOGA」を開始

株式会社ティップネスは、2018年10月1日(月)より、ティップネスの都心ブランド「ティップクロス TOKYO」渋谷・新宿・池袋の各店で、新プログラム「OMNIBALL YOGA(オムニボール ヨガ)」をスタートする。「OMNIBALL YOGA」は、アメリカ発祥の特殊なウエイトトレーニングギア「OMNIBALL(R)」を両手に装着して行う、同社オリジナルの新しい「ヨガトレーニング」プログラム。運動強度は高めだが、ヨガとしての難度は低めなので、ヨガ初心者の方や運動量・達成感を求める方にお勧めだ。

(2018.10.1 日本経済)

MWS日高のデイサービス施設 買い物通じ介護予防

スーパーなどを使って「買い物リハビリ」を実施する介護事業のエムダブルエス日高が今年8月に前橋市内の大型商業施設に開設した、通所型のデイサービス施設「予防デイトレセンター リリカ」が注目を集めている。要支援の高齢者らを対象に、「買い物」を通じて要介護に移行するのを食い止めるのが狙いだ。市内中心部にある商業施設「前橋リリカ」。地上5階地下1階の延べ床面積が2万1,707平方メートルの館内には、ドラッグストアや衣料品店など約30店舗があり、高齢の買い物客も多い。2階の約70平方メートルの空きスペースにできたのが「予防デイトレセンター リリカ」だ。体操や多機能携帯端末(タブレット)を使った脳トレなど一般的なメニューに加え、各店を回り陳列棚にある商品を手にとることで足や腕を動かす。メモを使いながら買う品物を思い出したり、会計時に釣りの計算をしたりなどで頭を使ってもらう。店員との会話を通じて社会性の維持にもつなげる。

(2018.10.2 日本経済)

アクトス、小型ジム倍増 20年3月期に100店出店

バローホールディングス子会社のアクトスは常時2人で1店を運営できる小型ジムの出店を倍増する。2020年3月期に19年3月期比2倍の100店を出す。大手が展開する総合ジムに比べ半値以下の月額2,700円という低価格を武器に若年層や主婦のニーズを掘り起こす。出店を拡大するのは330~500平方メートル程度の小型店。初期投資は5,000万~7,000万円とプールなどを備える総合型ジムに比べ10分の1程度に抑えられる。エアロビクスなどを教えるスタジオはなく、1店あたり2人で運営できる。約30台のランニングマシンや6種類のウエイトトレーニングなどを用意している。1日あたりの利用者は300~450人という。ショッピングセンターやスーパー、書店などの建物に入るテナントとして機動的に出店できる。

19年3月期に50店出し、合計で145店舗になる見込み。さらに出店ペースを引き上げ、20年3月期に100店、21年3月期に200店を出店する計画だ。

バローHD内での連携も進めており、スーパー「バロー」の敷地内に11月に2店出すほか、12月には初めてグループのドラッグストア「Vドラッグ」の岐大前店(岐阜市)に出店する。「会員が定期的に足を運び、帰りに買い物をするため、集客面でも助けになる」(清水俊宏社長)という。店舗拡大に伴い、フランチャイズチェーン(FC)比率も高める。19年3月期のFC比率は2割にとどまるが、20年3月期に出店する100店は6割がFC店を見込む。21年3月期には全店に占めるFC店の比率が初めて過半になる見通しだ。

消費者の健康志向や生活習慣病予防を目的にフィットネスクラブ市場は拡大している。全国的にも女性向け小型ジム「カーブス」で先行するコシダカホールディングスは17年9月から18年5月期にかけて17年8月末比68店増やし、約1,890店とするなど出店攻勢が激化している。

(2018.10.3 日本経済)

商業モール、駅前も淘汰、全国の一等地、相次ぐ閉鎖、競合増えて飽和感、ネット台頭「店子」減

ショッピングセンターなど、商業モールの空洞化が進んでいる。店舗が増え飽和感が漂う一方、事業を支えるテナント数が急減。駅前などの好立地でも閉鎖に追い込まれている。消費の中心地として機能してきたが、インターネット通販の台頭などで強みは薄れている。イオンなど大手も淘汰を見据えコスト消費を強調するなど戦略転換を迫られている。

(2018.10.5 日本経済)

ティップネス、「ティップネス カロリビクスシェイプスパッツ 体験版」を発売

株式会社ティップネスは、株式会社日テレ7との共同企画商品として、2018年10月5日(金)より発売される『ティップネス カロリビクスシェイプスパッツ 体験版』を監修した。

同製品は、“日常生活をフィットネスに！”というコンセプトのもと展開し好評を得ている「ティップネス カロリビクスシェイプスパッツ」シリーズの体験版。より多くの方に気軽に試してもらえるよう、スパッツ本体を普段着に取り入れやすい膝上丈とし、より効果を実感いただけるよう、エクササイズブック付きで主婦の友社より発売する。

(2018.10.5 日本経済)

スポーツプラザ山新、教育事業に参入 学習塾・英会話

水泳教室やフィットネスジムを運営するスポーツプラザ山新は教育事業に本格参入する。水泳教室に通う小学生に水泳レッスンの前後に国語・算数・英語の授業を実施。来春にはジムに通う大人を主な対象に英会話教室を始める。事業の幅を広げて既存の顧客を囲い込む一方、新規顧客の獲得にもつなげたい考えだ。

(2018.10.11 日本経済)

運動・健診でポイント、ベネフィット・ワン、来月新サービス、健康経営を支援、サイトでコラムも発信

パナソニック傘下で企業の福利厚生を代行するベネフィット・ワンは企業の健康経営を支援する新サービスを11月から始める。契約企業の従業員は健康増進の活動をするとポイントが付与され、蓄積ポイントに応じて健康機器などに交換できる。企業は収集した社員の健康データを人材育成に活用できる。

(2018.10.16 日経産業)

「情報銀行」CEATECで体験 健康データ提供し対価

個人データを預かり、民間企業に提供する「情報銀行」構想が、姿を現した。16日に始まったIT(情報技術)や家電の見本市「CEATEC(シーテック)ジャパン2018」では三菱UFJフィナンシャル・グループ(MUFG)が個人から歩行記録などを預かり、フィットネス会社などで活用するビジネスモデルを示した。銀行以外も巻き込んだデータ獲得競争が始まりつつある。

(2018.10.16 日本経済)

糖質制限ダイエット 動脈硬化・隠れメタボのリスク増

数年前から流行している糖質制限ダイエット。米飯やパン、麺類などの炭水化物を減らし、代わりに肉類などほかの食べ物を取るだけで手軽にやせられると評判だ。だが脂質を多く取り過ぎて、動脈硬化や生活習慣病のリスクがかえって高まるとの指摘もある。

(2018.10.7 日本経済)

NTTドコモ、横浜市・相鉄HDと まちの活性化でIoTスマートライフ実証実験を開始

株式会社NTTドコモは、横浜市、相鉄ホールディングス株式会社と、AI、IoT技術を活用し、まちの活性化をめざしたIoTスマートライフ実証実験(以下、本実証実験)を、横浜市と相鉄ホールディングス株式会社が進める「相鉄いずみ野線沿線 環境未来都市」の対象地区であるみなまきラボを中心とするエリアで、2018年10月13日(土)から開始する。

本実証実験では、フィットネスリストバンド(対象者の睡眠時間、就寝時刻、起床時刻や歩数、歩いた距離、消費カロリーなどを自動計測)を活用し、地域の方々の活動状況の可視化やコミュニティ内での共有により、地域への愛着を高め、コミュニケーション活性化などの有効性を検証します。従来の自分自身の健康管理サービスに加え、参加者同士で地域のつながりを意識してもらったり、全員で共通目標を達成したり、地域ごとに歩数を競ったりしながら、地域の方々のコミュニティを活性化させる。

(2018.10.10 日本経済)

コシダカHD、「カーブス」に男性専門店 まず長野に

コシダカホールディングスは「カーブス」ブランドで展開するフィットネス事業で、新たに男性専門店を立ち上げる。11月13日に長野県茅野市に1号店を開く。これまで女性専門で展開してきたフィットネスクラブが50代以上を中心に人気を集めており、男性からも要望が増えてきたことに対応する。

子会社のカーブスジャパンを通じて男性専門の「メンズ・カーブス」を開業する。1号店は女性専門のカーブスが入る茅野市の商業施設の2階に出店する。既存店と同じく、有酸素運動や筋カトレニングを含む30分の手軽なプログラムを提供する。1号店の利用状況を見て、多店舗展開を検討する。

同社は国内に1,900以上の「カーブス」を展開する。会員の約9割が50代以上で「健康増進のために夫にも利用させたい」という声が多かったという。

(2018.10.25 日本経済)

ローソン、スマイルが運営する“介護相談窓口”を店内に併設した「ローソン横須賀鶴が丘店」をオープン

株式会社ローソンと株式会社スマイルは、11月2日(金)午前8時に、スマイルが運営する“介護相談窓口”を店内に併設した、ケア(介護)拠点併設型店舗の神奈川県内1号店「ローソン横須賀鶴が丘店」をオープンする。(介護相談は午前9時から)。本店舗では、通常のコンビニエンスストア商品に加えOTC医薬品やドラッグストア商品(日用品、化粧品など)の品揃えを強化しており、ケアマネジャーなどの介護相談員や登録販売者が店舗に駐在し、介護・薬に関する相談を承る。また、同店では地元医師・診療所・町内会と連携して介護予防の勉強会や健康相談会等のイベントを行っていく予定だ。

(2018.10.29 日本経済)