

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

SPORTEC WEST2018

「総合業態はこう創れーその企画開発と運営のキーポイント」

【パネリスト】

アイレクススポーツライフ(株)

代表取締役社長 笠原盛泰氏

(株)エイム 代表取締役会長 吉田康志氏

(株)ビッグツリー 取締役営業本部長 野田正範氏

ダイアログ・ジャパン(株) 代表取締役 北澤順子氏

【ファシリテーター】

(株)クラブビジネスジャパン

フィットネスビジネス編集長 古屋武範



2018年11月14～16日にわたり、関西でSPORTEC WEST2018が開催された。今号では、そこで開催されたセミナー「総合業態はこう創れーその企画開発と運営のキーポイント」を紹介する。ユニークなプログラム提供や高い専門性をもつ小型施設が増加するにともない、苦戦を強いられる総合業態が増えつつあるなか、いかにしてその強みを発揮すればいいのか。安定した運営を誇る3社にその秘訣や未来について語っていただいたほか、「サービスデザイン」を専門とする北澤氏にも参加いただき、アドバイスを送ってもらった。

(以下、敬称略)

—皆さんこんにちは。本日は、これから総合業態のクラブはどうしたらいいのか、その方向性を探りたいと思います。時代は変わりつつあります。人口は減少していくのに、競合や代替サービスは増えていく。様々なテクノロジーが生まれ、消費者の購買行動が変わっていくことによって、マーケティングのやり方も変わっていくので、積極的に変化対応、変化創造していくことが大切になります。一方、人材不足で人は集まらない、エネルギー料金は上がっていくなど、総合業態のクラブにおいて、これからの10年はこれまでよりも経営の難易度が増すことでしょう。そのような時代においても、本日も越しのパネリストの皆さまはサクセスフルに運営されていますので、そのあたりのこととお話いただくことで、皆さまが何かヒントを得るお手伝いのできたらと思います。では、まずは各社さま、自己紹介をお願いします。

笠原: アイレクススポーツライフ株式会社は、愛知県の豊川に本社を置くハクヨグループの1社です。20年前からフィットネス事業に参入し、現在、15軒のフィットネスクラブを運営しています。またグループではオレンジセオリー・ジャパンのマスターフランチャイズも行っており、こちらは東京で現在5軒目をつくっているところです。ハクヨグループはもともと愛知県で材木業を営んでいました。そこから不動産業、さらに30年前に商業施設などのプロデュースを始め、私もその業務を中心に携わってきました。現在、私は、FIA(一般社団法人日本フィットネス産業協会)の副会長としてフィットネスクラブ・マネジメント技能検定の作成に携わったり、エイムさんやビッグツリーさん、セイカスポーツセンターさんなど独立系のクラブ9社とともに「クオリティクラブネットワーク」という組織をつくり、3ヶ月に1度、それぞれの社長が集まり勉強会を開催するなどのことも行っています。当社のフィットネスクラブブランド

「アイレクス」は、愛知県に限定して総合クラブからスクール、ライトな運営形態であるコンパクトジムの運営など、地域に密着しながら多業態を展開する戦略で取り組んでいます。

吉田: 当社は今から約30年前の1988年に1号店をオープンしました。石川県金沢市を中心としたエリアで4軒の総合クラブやホットヨガスタジオを運営するほか、指定管理事業として6軒を受託しています。そのほか、名古屋に1軒、横浜1軒と、県外にも進出していますが、ブランドの認知がなかなか進まないことを見るに、改めてドミナント展開している石川県での強さを感じているところです。さらに、リハビリ特化型のデイサービス施設も3軒運営しています。このように、様々な業態を展開していますが、中心はあくまでも総合クラブです。

野田: 私どもは、栃木県宇都宮市を中心に、総合クラブ2軒、スクール、ジム・スタジオ型、テニススクールなどあわせて6軒を運営しています。県外には進出していませんので、完全に地域密着型です。まだ小さな企業ですので、本日もどれだけ皆さまの参考になるお話ができるかわかりませんが、よろしくお願ひします。

—北澤さんはこのメンバーのなかでは少し行っていることが違いますね。『フィットネスビジネス』誌に「サービスデザイン」について連載いただいていますのでご存知の方もいるかもしれませんが、本日は識者の視点からコメントをいただけたらと思います。

北澤: 私はフィットネス関係の当事者ではなく、サービスデザインを専門にしています。皆さん、デザインと聞いてまず思い浮かべるのは色やかたちかと思いますが、それをビジネス

領域にまで広め、どのように価値を創出して、どういう体験をお客さまにつくっていくかをデザインすることにも使われるようになりました。要するに、サービスという目に見えないものについてもきちんとデザインしていこうという姿勢が広がっており、当社はそれを専門に手がける企業です。私は、サービスデザインの概念を、クラブのようなサービス提供者だけでなく、モノを売っているメーカーなどにも広げようとして取り組んでいます。本日は、そういった視点から、意見をいただきたいと思います。

一では、本題に入りましょう。総合業態は今後どうしたいのかも大事ですが、最終ゴールや総合クラブとしての理想の姿を描き、そこからバックキャストして考えることも大切かと思えます。そこで、まず5~10年後の総合クラブはどんなサービスを提供しているのではないかなど、将来のイメージやビジョンについて教えてください。

笠原:ジム・スタジオ・プールをもつ会員制の大型施設を総合クラブと定義するならば、当社が運営する15軒のなかで総合クラブは6軒です。今まではクラブといえば総合クラブだけでしたが、今はブティックや24時間ジムなど、気が付いたら人口18万人ちょっとの豊川市という地域にも、こんなにも施設があるのかと驚くほどになりました。総合クラブは投資額が大きく、多くの人を雇いますので、この先10、20年継続させることは非常に重要なテーマです。そこで当社では、総合クラブとして勝つための要素として、次の3つを掲げました。1. 大きいけれど細かくやる、2. コミュニティ力を発揮させる、3. 幅広いものをさらに幅広く行う。

1. については、総合クラブがもつジム・スタジオ・プールな

ることを活かして、一人ひとりのお客さまに合ったコーディネートをしてさしあげることがますます大切になっていくと思えます。トレーニングを楽しいものにするのも人ですから、そのような演出ができるスタッフを養成することが現在の課題と なっています。

また、場をつくることも大切です。お年を召した方の滞在時間は長い傾向がありますが、そのように、楽しく過ごせる場というのは、実はクラブ以外では意外に少ないような気がします。そういう場を提供できるのも、広くて様々なアイテムがある総合クラブだからこそ。当社はずっと非日常空間の演出を大切にしながら、長年、金沢市で地域密着型の運営をしており、名古屋、横浜でもそれぞれ地域に根差した運営をもっと意識しなければと考えているところです。

また、たくさんアイテムがある総合クラブは、お客さまのニーズにも対応がしやすいはず。当社では今年、多くのアイテムを追加しました。結果としては、当たったものもそうでないものもありますが、トライ&エラーを続けていくことが大切と考えています。

野田:当社は総合クラブ2軒を、宇都宮市という小さなエリアで運営していますが、ブランド力をその地域でいかに高められるかが重要と考えて取り組んでいます。まだまだスポーツクラブは世の中に浸透していません。お菓子などであれば、国民の90%が知っているものもありますが、クラブはそうではありませんよね。まずは地域に貢献する意味も含めて地域のイベントにも参加しながら、認知度向上に取り組んでいこうと考えています。

将来的には、総合クラブを旗艦店に、その周りにドミナントとして小規模店舗を展開するかたちがベストだろうと考えています。しかし、あくまでも我々の使命は地域の皆さまが健康になるお手伝いをすることです。地域の方々と密接に関係を築き、一緒に健康づくりを考えていけるようになるため

どのサービスそれぞれをもっと細分化することを意味しています。プログラム一つとっても静的なもの、動的なものを用意したり、ジムならばショートレッスンからパーソナルトレーニングなどをそろえるのです。考え方からすると、総合クラブというよりは、セレクトショップの集まりのような、専門要素の集合体のような施設にしないと、今後は勝てなくなるだろうと考えています。

また、一般的にこれまでの総合クラブというのは、会員がスタジオに週何回来ていて、プールは使っているのか、いないのかなど、会員の動態管理をまったくしていなかったと思えます。それで会員制といえるでしょうか。そのあたりについても、当社では、ICTなどを利用して細かく分析していくつもりです。

続いて2. ですが、総合クラブでは、主に中高年の女性たちが非常に仲良く、一緒にサークル活動も行っていたりしますよね。これは大型クラブだからこそできることです。そうして施設のファンになってもらうことに取り組んでいます。

3. については、当社の現在6軒ある総合クラブのなかで、スイミングスクールを併設しているのは2軒だけとなっており残り4軒は大人専用です。そのような施設にも近年スイミングスクールを取り入れたりと、大型クラブの施設をより活かすためにも、幅広い年齢層を獲得できるように取り組んでいます。もっというと、会員区分の細分化にも挑戦していますし、さらに総合クラブの24時間化など、現在の施設力を最大限活かす、様々な取り組みに着手しています。

吉田:総合クラブの中心は人です。24時間営業の施設などとの違いは、スタッフがいかにお客さまと関わりをもてるかだと考えています。人を中心とした指導、様々なアイテムがあ

にも、その前にやるべきことはたくさんあると考えています。

一目指すゴールに対して現実があり、そのギャップが課題になると思うのですが、もっと総合クラブを飛躍させていくために、今考えている課題や取り組み策を教えてください。

野田:一番の課題は人ですね。やはり地方は人口が少ないので、人材確保が非常に難しいです。当社では、栃木県に5つあるプロスポーツのうち4つと提携し、セカンドキャリアとして提案したり、地元の大学と包括支援協定を結んでインターンシップなどを通して学生に当社を知ってもらうなどのことを行っていますが、それでも人材確保はスムーズにはいきません。

一その会社で人が力を発揮しようと思えるようになるためには、2つが必要になると思います。1つは組織文化ですね。上司がよく話を聞いてくれるとか提案を活かしてくれるとか。もう1つはビジネスモデル。この会社は儲かっていて、お給料をきちんともらえるのか? やりがいのある仕事を任せてもらえるのか? この2つがあると思うんです。この2つについては、それぞれどのような施策をとっていますか?

野田:宇都宮は、とても保守的な地域です。「宇都宮では専門店を育たない」という声があるほど、人々が好むのは専門店よりも百貨店やモールなどの大型店です。そのような点からすると、総合クラブを中心に営業している当社は生き残れると考えています。しかし、そうはいっても、ネットが普及した時代、消費者動向はどんどん変わっており、そのうち大きな変化が起きるかもしれませんから、いざというときに対応できる体制を整えておく意味でも、やはり人をなんとかしなければいけません。当社はもともと自由に意見をいいやすい雰囲気ではあると思いますが、保守的なことに関してはスタ

ツフも同じであり、一生懸命声をかけて新しいことをやらせようとしても、どうしてもリスクを嫌う者が多いように感じます。もっと背中を押してあげる取り組みが必要なのかもしれません。

吉田: 当社も人の育成には課題を感じています。スタッフが適切な指導ができることを目標に、そこで満足してしまうように感じています。会社としては、さらに一步を踏み出してくれることを望んでいるのですが。

なお、先ほど古屋さんがおっしゃったことについては、当社では業績をオープンにすることで、儲かっているのかそうでないのかがきちんとスタッフにもわかるようにしています。

組織文化については、今まさに手をつけている最中でしてその1つとして、職種を大きくマネジメント職と一般職に分けました。インストラクターのトップまで上り詰めたい、ずっとパーソナルトレーナーとしてやっていきたい、またはゼネラリストになって店舗運営をしたいなど、それぞれのルート別に給与体系やキャリアルートを設定し、もちろんそれに伴い育成ルートも分けました。そして、つい先日、スタッフに希望ルートに対する聞き取り調査を行いました。実は、ゼネラリストになることを誰も希望しなかったらどうしようという不安があったのですが、幸いそのようなことはなく、安心いたしました。現在は、コンサルティングにも入ってもらい、人事制度全体について見直しを行っており、制度として整うのは来年の4月ごろになる予定です。そこからが本当のスタートかもしれません。運用してみてもきちんと機能するか、そこは当社の力にかかっていると思います。

—ありがとうございます。では次に、これからの総合業態の

ルコートやランニングステーションなど、多くのアイテムがそろっています。このように、総合クラブには「“3種の神器” + α 」というバラエティが必要だと思います。

なお、ここで重要になるのは、子どもと大人の動線をしっかりつくることです。子どものなかに中途半端に大人をいれては専門性が落ちてしまいます。ホットヨガなどであれば、汗をかいた女性がすぐにロッカーに入れるようなつくりにするなど、アイテムを増やせば増やすほど動線は難しくなりますが、きちんと対応することが必要です。

また、当社の最新の総合クラブとなる「アイレクス ザ クラブ 豊田」では、スイミングスクールと会費15,000円の高級クラブとを融合させています。広さは650坪、大人と子どもの入り口を分けてもちろん動線もそれぞれ確保し、デザインもそれぞれに合わせて変えています。

2. スペシャルティについては、スタジオの構成要素にしても、マシンジムにしても、それぞれの専門性が出るような設備をそろえることが大切になるということです。最近では暗闇スタジオ専門店などありますが、総合クラブにも最近では導入が進んでいますよね。それを「なんでもある」とアピールをするのではなく、あるときは暗闇スタジオ、ホットヨガスタジオにも変わるというような、それぞれの専門性をアピールできるつくりにすることが大切だと思います。

3. については、施設のどこにボリュームをもたせるかということを示します。いろいろありますが、例えばロッカーならば、顧客満足度を高めるにも、人にぶつからない通路幅を確保することが重要です。お風呂も、混雑しない広さが必要です。ところが、実際には1,000坪もありながら、お風呂が小さい施設も多いのです。もっとボリュームをもたせる配分を考えることが重要かと思えます。プティックスタジオなど小さい施設は、どうしてもシャワールームなどが小さくなりますから、総合クラブでラウンジやロッカー、通路、お風呂にボリュームをもたせることは大きな差別化要因にもなります。

施設開発について教えてください。

野田: 当社はまだ小さい会社なので、それほど開発が年に何軒もあるわけではないのですが、現在考えているのは、ハイブリッド的に中身を変えられる施設ですね。スタジオをつくるにしても、グループエクササイズのほか、あるときはホットヨガスタジオに変わるなど、いつでも自由に転換できるようなつくり方を意識しています。

吉田: 施設づくりにおいては、まず現在のお客さまをよく観察し、何を求めている、どこにボトルネックを感じているか、把握することが必要だと思います。その意味でも、先ほど野田さんがおっしゃっていたように、柔軟性をもった施設づくりが大切になると思いますし、当社でも実際、取り組んでいます。ある意味、それができることが総合クラブのメリットであり、それなくしては未来がないように思います。やってみないとわからないこともありますから、先ほどお話ししたように、トライ&エラーを繰り返していくことが大事ではないでしょうか。その際、ほかのクラブで当たっているからなどという安易な理由でやみくもにトライするのではなくて、成功率を高めるようにすることは大切です。

笠原: 総合クラブの施設づくりにおけるポイントには3点あると思います。1. バラエティ、2. スペシャルティ、3. ポリユームです。1. は、総合クラブには様々なアイテムがありますが、もっとも大きな特徴は、スイミングスクールと大人のフィットネスが融合していることだと思います。今回、オアシスもりのみやキューズモール店さまを見学させていただきましたが、すばらしい施設ですね。“3種の神器”のほか、フットサ

さらに、当社では、マシンジムに入ったときの解放感も意識しており、思わず「おっ」と驚くほどのものを意識しています。そこで多くのお客さまが楽しそうに運動している光景が見られる、それは総合クラブこそ魅力だと思います。

—(これからの総合クラブの)ソフトやシステムについては、いかがでしょうか？

野田: 当社の旗艦店である本店では、先ほど出てきた“3種の神器”のほか、テニスコート、さらに最近では「HEROES LABO(ヒーローズラボ)」という科学的なトレーニングができる施設も設けました。オリンピックも近くなり、さらにその2年後には栃木国体も控えていますので、地域のスポーツを応援したいという気持ちから始めたものです。このように、施設のつくり方というよりは、「地域にどう貢献するか」を起点に考えれば、必要なサービス・商品はおのずと生まれてくると思います。

そのほか、旗艦店から数キロ離れたところに、女性専用のパワープレートだけを置いたサーキットトレーニングジムをつくりました。これは、近隣にスーパーマーケットが新しくできることになり、「このなかに入れられるフィットネスはないか？」という打診をうけたことが始まりでした。坪数を聞いたところ20坪しかないということで、その小スペースでできるものをと考えて開発したものです。主婦の方がスーパーに立ち寄って、汗もそれほどかかずに済むフィットネスをと考え、パワープレート8台と、映像レッスンも取り入れました。これも、「スーパーに通いながら健康になれるもの」と考え、生まれたものです。ここはオープンから4ヶ月経ったところですが、想定通りの順調な滑り出しです。

吉田: これからは、ニーズに対応して、トライ&エラーを繰り返しながら捨てるものは捨て、そして新しいものを入れてい

くことが大事になると思います。そのためにも、日ごろからアンテナを立てて、お客さまのニーズを取りに行くことはもちろん、今回のような業界の展示会に参加したり、業界内の交流を広げ、他クラブさまの情報を得ることも大切でしょう。また、とくに金沢では、「エイム」というブランドへの認知度が高いですから、それも1つの大切なソフトウェアだと考え、例えば金沢マラソンでエイドステーションをお店の前に設けたり、地域のバスケットボールスクールを受託するなど、地域に根差す行動すべてをソフトウェアと考えて取り組んでいくことが大切かと思えます。しかし、1号店オープンからずっとそのことは意識して取り組んできたつもりです。

一次に、細分化することでインサイトをはっきりさせ、マーケティングしていくことについて、北澤さんから何かアドバイスをいただけますか？

北澤: 真の“答え”は、やはりお客さまの中にあるものですから、単純に「お客さまがこういったからこうします」では改善レベルであり、その先を提案してさしあげることが大切だと思います。先ほど、一人ひとりの方に適したものを提案する、パーソナライズ化というような話も出ましたが、私にとっても提案してくれる店舗はとても魅力的だと思えます。「なんでもあります」といっても、「なんでもあるのはわかったけど、私はそんなにいらない」という方もいると思えますし、そもそもこのような提案方法は顧客視点ではありません。その点、自分のことを熟知してくれたうえで、次の提案してくれるというのは、お客さまにとっては非常に魅力的だと思います。そのような提案をするには、やはり顧客を知り尽くすことから始めないと、何がよい提案なのかが見極められないでしょ

北澤: “問い”は非常に重要です。正しい問いがたてられたら、正しい回答を得られるわけですが、そもそも何が自分たちの課題なのを見極めること自体、非常に難しいでしょう。そのような“問い”が共有できる組織は、とてもいい状態にあるといえるかと思えます。

笠原: 先ほどの、スタッフたちがクリエイター気質をもつことが大切ということに通じるのですが、クラブって、働いていると非常に視野が狭くなってしまいますね。主にクラブと家の往復が中心で、クラブでも会っているのはなじみの会員とスタッフたちですから。当社は1週間のリフレッシュ休暇を与えて、そのための手当てまで出しているのですが、基本的に皆フィットネスが好きなため、休みでも自クラブに来てトレーニングする者もいます。そのような環境のなかで、クリエイティブ性を養うのはなかなか難しいかもしれません。本来は、外に出て、ほかのクラブのことをもっと知るとか、さらにいえば、他業界などで、実際にすばらしいサービスを受けることで自分もそのようなサービスを提供できるようになるはずで、自身が喜べていないのに、人を喜ばせることはできませんから。その要素がこの業界には欠けているような気がしてなりません。まずはそのことをもっと推進したほうがいいかもしれませんね。

吉田: 確かに、全体的に良質なインプットが少ないような気がします。別にフィットネスに限らず、小説や絵など、何でもいいですね。良質なインプットがクリエイティブ性を養うためには大切だと思います。

—良質なインプットがあってこそ、良質なアウトプットができるということですね。また、双方のバランスも大切かもしれません。もっと箱の外に出て、好奇心をもっているいると体験しに行く姿勢をもってもらいたいですね。



左より笠原氏、吉田氏、野田氏、北澤氏

う。そのためにも、“現場の観察力”などを鍛えていくことが必要ではないかと感じます。お客さまの未来をどう創造してさしあげるのか。正しい回答がある世界ではないので、クリエイターみたいな気質が必要かもしれません。そこでは素質も関係あると思いますが、ある程度は鍛えられると思えます。気づきを促す文化や、それを語り合える、コミュニケーションの多い文化をつくることも大切でしょう。人に話すことで、自分が気づいていないことを知ったり、思い込みを正したりできますから。

—そう考えると、業績の悪いクラブというのは、スタッフ間のコミュニケーションが不足していることも要因の1つなのかもしれませんね。よくいわれるのが、問い、その答えを「会話」「対話」のなかで探すとよいと聞きます。

Board Meeting

理事会報告

FIAは平成30年11月9日(金)弘済会館(東京千代田区)にて第193回となる理事会を開催し、理事監事出席17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、賛助会員退会について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) ティーネットジャパン

所在地:香川県高松市

資本金:2億6,360万円

営業内容:水銀灯に代わる大型LED照明の製造・販売

②会社名:Japan Swimming Task Force(株)

所在地:東京都千代田区

資本金:100万円

営業内容:水泳特化型Webメディアの運営

スイミングクラブ等の事業サポート

③会社名:(株)ALIGHT(アライト)

所在地:東京都品川区

資本金:300万円

営業内容:フィットネス・ヨガ・スイムの。ウェア・雑貨の委託販売。

レンタルシューズ卸売販売。クラブでの販売イベント。

2. 退会

賛助会員:「スリーベネフィット株式会社」「R・F・J株式会社」

(2)後援名義使用許可申請の件

下記の後援名義申請について審議の結果異議無く承認された。

①NPO法人健康づくり推進機構BTB

主 催:(NPO)健康づくり推進機構BTB
 催事名:健康チャリティイベント「命は宝」
 会 期:2019年3月17日(日)
 会 場:神戸市生涯学習支援センター(コムスタこうべ)
 対象者:一般
 内 容:運動指導者による健康プログラム・心と体の癒しプログラム紹介など。

②第11回「スポーツクラブサミット」

主 催:(公財)日本スポーツクラブ協会
 催事名:第11回スポーツクラブサミット
 会 期:2017年11月9日(金)・10日(土)
 会 場:国立オリンピック記念青少年総合センター
 内 容:講演・事例発表を通じて日本全国にスポーツクラブの普及育成を図るための課題解決策を探求する
 対 象:主に総合型地域スポーツクラブの運営者

③テクノジムジャパン

主 催:テクノジムジャパン(株) 賛助会員
 催事名:Let's Move for a Better World キャンペーン
 会 期:2019年3月11日(日)~3月30日(土)
 会 場:キャンペーンに参加登録したフィットネス施設・学校等

- ・技能検定を社内の人事制度と一貫させて、今回の受検者数を伸長された企業がある。
- ・学校において複数名受検が18校増加。また、授業化決定が14校ありその学生数500名強が来年度以降の受検開始となる。

②以下の問題点及び対策について協議した。

- ・学生の受検者増計画に対し、授業化取組みに時間を要している。また学生への直接の資格認知強化が不足。
- ・再受検者が少ない。就業者では企業の全面補助により受検していた者が、再受検に際し補助がないと受検していない。学生では卒業と共に再受検不用と考えている可能性が高い。
- ・受検者数未達成による、事業収支(試験事業及び支援事業)の下振れ。

(2)厚生省立ち入り監査対応

- ①12月6日、7日の2日間、厚生労働省より主任検定官、上席検定官、担当技能検定官の3名による指定試験機関の立ち入り監査(FIA事務所)を行う通告があり、その対応準備を進めている。
- ②指定試験機関として行う内部監査を11月16日に実施し、竹内監事・武信理事を監査人とする。

(3)第5回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験技能検定委員会開催

- ①作問採点委員会開催:9月21日、11月9日
- ②執行技能検定委員会開催:11月19日
- ③運営担当委員会:東京、名古屋、大阪にて開催

(4)フィットネスクラブ・マネジメント公式テキスト改訂版作成

各執筆より第一稿の原稿提出。今後、古屋編集長を中心に編集作業を開始。

内 容:テクノジム社が全世界で開催する運動促進ソーシャルキャンペーン。

世界における肥満・運動不足に起因する社会問題に対するCSRとして、運動を通じてアクティブなライフスタイルを啓発するソーシャルキャンペーン。テクノジム社のブランディング・クラブ等での会員との絆強化と会員増強サポート。

対 象:参加施設の会員・ゲスト等

④北陸フィットネスクラブ協会

主 催:北陸フィットネスクラブ協会
 催事名:プログラムセミナー「momチャンフィットネス&LES MILLSプログラム体験会」
 会 期:2018年11月25日(日)
 会 場:アピアスポーツクラブ(富山市)
 内 容:momチャンフィットネス・レスミルズ 各プログラム体験・セミナー
 対 象:協会加盟クラブスタッフ・ビジター

議事2 報告・協議・承認事項

=検定事業委員会=

報告・協議事項

(1)第5回検定試験(12月16日実施)の受検状況。

約930人全体で計画比44%。計画比内訳:就業者74%(前回比124%)学生22%(前回比88%)

①成果

・就業者からの2級・3級受検者が前回比で124%と伸びた。

(5)フィットネスクラブマネジメント力向上の講習会を開催

- ①主に受検者を対象に1級技能士を講師に、学習の意義及びポイントについて実施する。
- ②11月8日金沢開催、11月11日仙台開催、11月17日東京開催の予定。

=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)消費税率変更と軽減税率導入への対応について。

加盟クラブより寄せられた意見・希望

- ①前回のよう「業界として消費者へ転嫁ポスター」があるとい。1年前払い会費の場合、既にかぶる時期になっており、早い方がよい。
- ②軽減税率導入に伴う取扱を、FIAが代表して調査・広報してはどうか。
(店内飲食の扱いになるのかどうかなど、クラブ営業実態に即した判断・見解が必要。各社共通の課題である)

経産省からの依頼

国税庁担当者による軽減税率説明機会の要請。(一般的概要のみ)

趣旨:※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

協議した事項

- ①2%分の顧客転嫁を基本とするのかどうか。
→これを基本とする。
- ②FIAがクラブ会員向け広報を製作するかどうか。
→デザインデータを配布する。
※軽減税率に関してはFIAから税務当局へ照会し、広報することとした。

(2)次世代ヘルスケア産業審議会「新事業創出WG」委員派出依頼について

(経産省HC産業課からの事項)

国が設置している「次世代ヘルスケア産業協議会」委員は今般「産業団体からの委員」に統一することになっておりフィットネス分野からはスポーツ健康団体連合会会長として斎藤敏一氏(ルネサンス)が選任されている。

「新事業創出WG」「健康投資WG」2つの分科会委員も同様としこのうち、新事業創出WG委員の選任替えを進めており、各業界団体の立場で委員派出を依頼する。

→協議の結果吉田会長を委員とすることとした。代理又は傍聴出席者は事務局松村とする。

(3)ヘルスケアサービス品質評価の環境整備

「ヘルスケアサービスに関するガイドライン(施設認証等)のあり方(指針)作り委員会」委員派出依頼について(経産省HC産業課からの依頼)

前項の新事業創出に関連し、国の「未来投資戦略2018」においては保険外サービスの品質評価の仕組みについて、業種ごと、業界団体が業界横断の自主的な品質認証制度や品質評価ガイドラインを策定することを促している。経産省では、ヘルスケア分野における策定のあり方を提示する検討会を設置するので、FIAからの検討委員派出を依頼する。→協議の結果、事務局松村を委員とすることとした。

(4) 会長諮問事項 (協議)

FIA加盟クラブ品質認証(仮称)検討会の設置と進め方について。

会長より以下の背景説明、検討必要性の説明を行い、進め方を協議した。

イベント参加当選者117名という準備状況だったが、台風24号接近の影響に鑑み中止した。

①台風接近による交通機関の運行停止が予告された為、イベントを開始しても帰宅が困難と判断、前日16時10分実行委員会にて中止を決定し、ホームページ掲載・各社店舗ルートにより連絡した。(結果:天候は大荒れではなかったが、JR・阪急は停止した)

②チームあて、参加賞・事前注文分プログラム・公認記録証(フォーム)を送付(10月12日)

③エントリー料の返金は行わず。(注文ランキングブック(1冊2,000円)のみ返金)

課題1:天候自体ではなく、「交通機関の予防的運行見合わせ」は今後各地で予想されるが、主催側の判断・広報の時期が問われる。

2:エントリー費不返却の検証。

(2)FIA全国スポーツクラブ駅伝2018

東京大会開催報告

10月27日(土)江東区夢の島競技場

参加者数:2,505名/358チーム(昨年実績:2843名/412チーム)

対昨年比:(参加者数:-338名/チーム:-54チーム)

備考:事故や救急搬送などもなく盛況の内に終えたが、昨年比参加者数が下回る結果となった。また、今回は協賛企業が新たに4社あり、会場の雰囲気活性にも大きく貢献した。

大阪大会計画報告

・実行委員会の実施(10月11日(木))

・募集期間 11月5日(月)~1月6日(日)

①FIA会員企業の加盟メリット明確化やクラブ存在意義アピールの強化は従来より課題としてその具体的検討が求められてきた。

②今日24時間ジムやブティックタイプスタジオ等、比較的参入障壁の低いビジネスモデルへの新規参入が、異業種からも含め加速化している状況の中、安全・信用面でのトラブル発生増加も予測され、結果として業界全体の信用や社会的イメージに傷が付く可能性が懸念されることから、FIA加盟クラブにおける経営の健全性と安全性を明確に打ち出し、その姿勢を社会に広く示す必要性が求められる。

③これを受け執行理事会ではFIA加盟クラブにおける加盟施設認定のような制度の検討を会長諮問機関としてスタートさせることを合意した。

④本件は、経済産業省ヘルスケア産業課の上記(2)(3)にもある、ヘルスケア産業全体の活性を促進するための関係業界の品質保証の明確化と連携を構築することを目指す国の潮流とも同調するものと考えられる。

⑤以上のことから、業界ガイドラインが求められることは、FIAが従来課題としてきた加盟クラブの優位性づくり・FIAブランドの確立を旨とした加盟クラブ品質基準づくりに取り組む好機と捉え、執行理事会議案を元に検討を開始することとした。

→検討の仕組みを協議した結果、執行理事会議メンバーを中心に検討案を作成し理事会へ諮ることとした。

=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マスタースイミングフェスティバル2018 報告

9月30日(日)京都アクアリーナ。応募状況137チーム957名・各社からの競技役員135名。イベント協力 ルネサンス・ミズノ

(3)FIA関西マネジメントセミナー

①『2018FIA関西マネジメントセミナー』は、今年度は例年通りベイコム総合体育館(尼崎市、予定)にて、2019年2月下旬開催で調整。

提供セミナー等は11月中に事業委員会にて確定し、理事会承認を得て進める予定。

②来年度以降の開催は、『SPORTEC WEST』との連携を検討する予定。

11月15日(木)SPORTEC主催企業であるTOSOインターナショナルと第1回の協議を予定。

=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。

調査研究委員会(10月5日(金))において、新たな調査研究テーマについて以下を合意できたので、理事会承認をもって推進する。

◆調査研究テーマ

「顧客が感じている価値は何か?

~入会者・経験者のブランドスイッチ~」

◆概要と方向性

・背景:近年、総合型FCに加え、小規模形態のFCの出店が加速している

それぞれの業態を選択した顧客の価値意識を含むインサイトはどのようなものかを探る有用性と必要性がある。

・業態間でブランドスイッチをした顧客を対象に、インサイトを探る

彼ら彼女らの価値(特に情緒的な)を探り、インサイトを明らかにしていく。

- ・本調査研究結果の有用性
それぞれの業態の強みや特化していく方向性の示唆が可能
- ・今後:調査手法や、細かな対象設定については、今後の検討課題
深く探るためには、インタビューなど質的な手法がメインとなるが、アンケート調査などの量的手法での検証の必要性を考慮。

=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)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。実施は2019年2月で調整中。セミナーの内容と発表について事務局松村へ指名があり、今後九スポと協議の上検討を進めることとなった。

Information

お知らせ

1. FCM検定試験

第5回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定3級、2級
全国8都市で実施。
1級実技東京・大阪会場で実施。

日時:平成30年12月16日(日)9時45分~17時
開催地:札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、福岡
会場詳細案内は以下URLをご確認ください。
(<https://fcm-test.jp/overview/>)



準備しています。また、消費税率アップに伴うシステム改修費用への補助制度など、制度化されているものもあり、これらを総合した説明会です。自社で特別な取扱品目・提供の仕方がありましたらFIA事務局あてお寄せください。説明者に事前に照会します。

詳細はFIAのホームページをご確認ください。
(<http://www.fia.or.jp/act/seminar/>)

4. みちのくフィットネスクラブ協会主催の『フィットネスクラブ学生セミナー』が開催されました。

去る11月23日(金)に、みちのくフィットネスクラブ協会主催による、『学生セミナー』が仙台の大塚製薬アゼリアホールにて開催されました。

このセミナーは仙台を中心とした東北地区のフィットネスクラブへの就職に関心を持つ体育、スポーツ系の学生諸君を対象としたセミナーであり、当協会賛助会員企業でもある、大塚製薬(株)の仙台支店様が事務局としてご尽力されております。セミナーの位置付けは、各クラブへのエントリーとは関係のない、あくまでもフィットネスクラブで於ける仕事の内容や、それぞれのセクションでのやり甲斐、そして将来に向けてのキャリアパスを詳しく説明し、質疑応答に答えるという点にあります。100名を超える学生が集まった本セミナーに於いては、第一部としてFIAより松村が時間をいただき、フィットネス業界の現状や将来の可能性について解説し、メインとなる第二部ではみちのくフィットネスクラブ協会加盟クラブで実際に社員として働くスタッフの方々が担当する、分科会が提供されました。

2. FIAマスターズスイミング選手権大会 2019

2018年12月3日(月)募集開始
2019年1月24日(木)18時募集締切
開催日:2019年3月16日(土)17日(日)
会場:千葉県国際総合水泳場(JR新習志野駅前)
今回はエントリー手続きを「日本マスターズ水泳協会大会エントリーシステム」を利用して行います。出場者・チーム責任者が、日本マスターズ水泳協会のホームページからWeb上で入力して下さい。

3. FIA賀詞交歓会&消費税率変更・軽減税率説明会

日程:2019年1月18日(金)
16時10分~17時25分 消費税率変更・軽減税率説明会
17時40分~19時 賀詞交歓会
場所:AP東京八重洲通り
(中央区京橋1-10-7 KPP八重洲ビル)
<https://www.tc-forum.co.jp/kanto-area/ap-yaesu/ya-base/>

会費:消費税説明会:無料(1社2名まで。60名定員)
賀詞交歓会:1社お一人目 2,000円
お2人目以降 4,000円
非会員 10,000円

■消費税率・軽減税率説明会

2019年10月に予定される消費税率10%・軽減税率導入について、フィットネス業界に即した内容で聞く説明会です。(説明者=国税庁・中企庁)
クラブで扱う食料品・飲料などは「食料品の譲渡=8%」なのか「食事の提供=10%」なのか。クラブ内休憩スペースでの飲食などイートインの扱い方についてもご理解頂けるよう

分科会では、クラブ全体のマネジメントとしての領域と、トレーナー業務の領域の二つのラウンドテーブルを用意し、それぞれのテーブルにおいてスタッフからの説明や質疑応答、先輩としてのアドバイスなどで、この業界への関心をもつ学生たちに対し、詳細かつポジティブな情報が提供されました。

仙台という市場は、全国的にも突出してフィットネスクラブの密度が高く、今なお新規出店が活発です。おそらく、仙台市だけを輪でくれば、フィットネス参加率5%くらいはカウントできると予測されるほど、フィットネスが盛んです。

当然市内における競争が激しいことは言うまでもありませんが、一方でこのような機会を積極的に共同して開催し、市場全体の活性のために協同されているみちのくフィットネスクラブ協会の存在意義は、とても有意義であり、全国各地域においても同様のアライアンスが可能であることを実証しています。



みちのくフィットネスクラブ協会会長 桃井 直人氏
開会挨拶

分科会実施風景



Member's Board

会員掲示板

「食べる」を通して、良い身体を手に入れる
 アイレクストレーナー × 食生活習慣研究家 コラボ商品
 「フィットネスベーカリー」平成30年12月1日から販売開始

愛知県を中心に15店舗のフィットネスクラブを展開する、アイレ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、アイレクスのパーソナルトレーナーと名古屋松坂屋にて大人気のサンドウィッチを販売するGreen Bakeryによる共同開発商品「フィットネスベーカリー」を平成30年12月1日より、愛知県下のアイレクススポーツクラブの会員向けに順次販売を開始します。

美しさと、健康に高い意識を持つ30~40代の女性をメインターゲットに、覚王山豆腐を使用した「ベジタブルおからコロッケサンド」や低糖質の食パンを使用した「ハーブチキンとトマトのサンド」など、週替わりに4種類のサンドウィッチを販売いたします。

ジムに通い、運動することで完成する「フィットネスベーカリー」を通して、食と運動の両面からサポートすることで、お客様の目標を実現するサービスを提供し、さらなる顧客満足度の向上を図ってまいります。



フィットネスベーカリーロゴマーク



<監修者>

食生活習慣研究家
 八幡 善姿子(やはた よしこ)

2007年 SORA GROUP設立。約37店舗展開まで成長させた女性起業家。現在は、保育事業に関わりながら、その経験を活かし、食育に取り組む食のエキスパートとして多方面で活躍中。

今年8月より東海地区の人気情報誌「KELLY」にて“食から始める、心身ともに豊かな毎日”をテーマに連載をもつ。

アイレクスオリジナルフィットネスベーカリー



(商品イメージ)

◆上記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。

アイレクススポーツライフ(株) マネージャー 鈴木 伶
 Tel: 0533-80-7807 Fax: 0533-80-7808
 E-mail: suzuki.r@ilex-sports.co.jp

RIMINIWELLNESS 2018視察レポートPART3

〔レポート:FIA 松村 剛〕



前々回のパート1のレポートの冒頭でもご案内させていただいたが、今一RIMINIWELLNESSの開催規模をおさらいしたい。

- 開催都市:イタリア/ローマニャ州/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
- 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

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。

イタリア、スペインなどのEU諸国からのみならず、最近ではロシア、セルビア、スロバキア、ウクライナ、ルーマニア、ブルガリアなどからも、フィットネス愛好者、業界関係者、そしてインストラクター達が、ヨーロッパを中心としたフィットネスのトレンドを掴むため、そして何よりも実際に体験するためにここに集まる。



グループウォーキングエクササイズ

昨年も紹介したが、ヨーロッパのフィットネス市場ではグループウォーキングエクササイズがポピュラーである。ウォーキンググループエクササイズに特化した、自歩行式のトレッドミルが昨年以上に紹介されており、提供されていたイベントレッスンはほぼ埋まっていた。

アメリカの市場では、HIIT(Hight Intensity Interval Training)のメソッドに則った、高い強度のエクササイズが主流で、ヨーロッパにおいてもポピュラーではあるが、一方では、モデル的な強度のこうしたエクササイズ提供も活発であり、広い世代への運動の機会提供を支えている。

日本のフィットネス施設利用者の年齢構成比率が中・高齢者層に寄っている状況を考えると、このようなマシンを投入することによってバリエーションを確保し、新規獲得がなかなか難しい高齢者男性の獲得と継続も見込めるのではないだろうか。

マシン自体は簡単に折りたたんで効率的に収納できるように設計されており、ある程度の収納スペースを確保できれば導入可能であると考えられる。



収納とセットも比較的スムーズに対応可能。

※こちらから映像でご覧いただけます。

<https://youtu.be/JJjNUBzOmMg>

<https://youtu.be/wTIEYa2pE9U>

小スペースでビジネスを成立させるための提案

イタリアやスペインなどの都市部では、やはり大きな物件を新規に扱うことは容易ではない状況と、ゆえにコンパクトなスタジオやパーソナルジムが急速に増えている状況など、日本の市場と相似している点がある。

そうした環境もあり、極めて小規模なスペースを活かすためのマシンやシステムが数多く出展されていた。

その中でも特に目を引いたのは、イタリアを代表するマシンメーカーであるTECA社が出展していたマシンと、それらを活かしたスモールサーキットシステムである。

通常の筋力トレーニング用のマシンの2/3から、場合によっては1/2くらいにサイズをコンパクト化するだけでなく、“ゴルフのパフォーマンスを向上させるサーキット”、“脂肪燃焼型のスモールサーキット”等、それぞれの提案にはネーミングと象徴するマークも用意し、ブランディングを明確にしている。

マシンのコンパクト化の手法としては、基本的に全てスタンディングで行うことを前提として設計されているため、シート部分がない。

筆者も、それぞれのマシンを実際に使ってみたが、安定感もありウエイトがしっかりと目的とする筋肉に乗ってくる感じだった。外観もシンプルではあるが、チープ感はなかった。

キーワードとしては、“一時間に最大120人/10サイクルのグループを回転させることが可能”といった感じである。

さらに注目したのは、スモールグループサーキットトレーニングを小スペースで効率的に提供することを前提に考案されていた多目的ベンチであり、既に複数のメーカーから提案されており、TECA社も出展していた。

様式は写真のようなものである。をご参照いただければ幸いこのベンチを5台程度導入可能なスペースがあれば、トレーナーの指導スキルの確保を前提に、確実な成果と、そしてサーキットトレーニングの楽しさを提供できると感じた。



TECCA社が提案するスモールスペースでのサーキットトレーニングと対応して開発されたマシン

(※こちらから映像でご覧いただけます)
<https://youtu.be/jQ-msqEcUZM>



↑ TECCA社/ HIIT BENCH



↑ K-WELL社/ IRON BENCH

※TECCA社のHIIT BENCHのセールスキャッチは、“1平方メートルに収まるすべての機能”とうたわれていた。
(こちらから、動画を見ていただけます)
<https://youtu.be/1f9kE-4Qdmg>

シンプルな道具を活かしたプログラム開発・提供

総合型大規模店の出店や、大がかりなりノベーションが難しい今日においても、新規獲得並びに、既存顧客の継続という点において、定期的に新しい環境やプログラムなどの提案は不可欠ではないだろうか。

そのような課題解決のための具体的な対策としては、必ずしもまとまった投資と格納スペースが必要となる大きなトレーニング機器の投入だけではなく、簡単な道具たちの機能を最大限に引き出すことでも、実は今までにないエクササイズ楽しさや、新たな効果の体感を提供できるのではないかと。

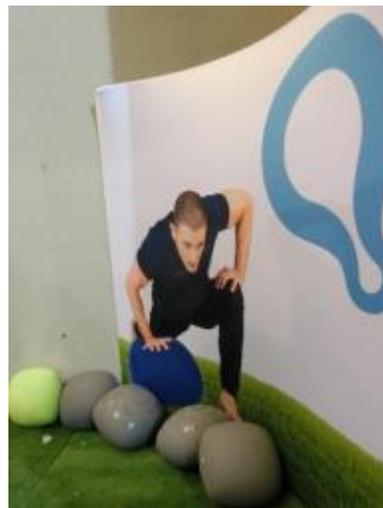
クラブに新しいプログラムや機器を提案し、普及していく役割を担う者にとって大切なのは、その可能性を確かな実感として確信を得ている指導者をしっかりと見極め、そのゴールイメージを共有した上で、一定期間根気よく継続導入すること。そして、その成果をターゲットとするお客様に刷り込んでいくことだと考える。

ここからは、RIMINIWELLNESSにおいて数多く提案されていた、比較的手ごろで、斬新性と効果性を感じさせた道具をいくつかご紹介させていただこう。

《QUBO》

開発者と少し話すことができたのだが、彼いわく“STEP 台、Exボール、そしてBOSSバランスを使ったエクササイズクラスをオールインワンで実践できるようなツールが欲しかった。”ということ。

具体的には、●エクササイズボールの有用性、●ボスバランスの弾力と安定性、●ステップ台の高さ等のメリットをオールインワンにしたツールである。ファンクショナル/サーキット/バランス/ストレングストレーニング/もちろんパーソナルトレーニングにおける活用にも効果を発揮しうるのである。

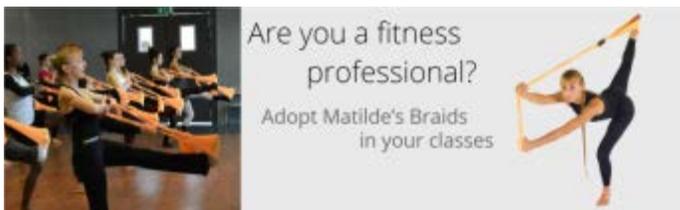


(※実際の事例はこちらから動画にてご覧いただけます)
<https://youtu.be/LPryTvLCTLY>

《Matilde's Braid》

このツールは、ストレッチや静的コンディショニングクラス、更にはピラティス的なプログラム提供において新しい風を吹かせる可能性を感じる。

このツールの売りとしては、弾力性、形状、質感は、筋肉の強さと筋肉の調和、身体アラインメントと呼吸、関節の可動性と柔軟性等、トータルに身体機能のバランスと調整を向上させるためのエクササイズを実践することをアピールしている。



<http://www.matildesbraid.eu/en/home-uk/#home>

(※詳細はこちらで映像にてご覧いただけます。)

<http://www.matildesbraid.eu/en/home-uk/#home>

《BODY FLY》

FlyBoardというツールを使ったこのプログラムの売りは、木の質感や柔らかさ、そして温度感を感じながら、YOGA、PILATES、バランスエクササイズ等の提供可能にするものであるということ。

確かにコントロールしながらの揺らぐ使用感は心地よかった。エクササイズとして成立させ、安定的にプログラムを提供し続けるには、ピラティスやYOGAなどの一定以上の指導スキルとプログラム開発能力が求められると考える。



<http://www.bodyfly.com/en/>

(※プロモーション映像がこちらからご覧になれます。
https://youtu.be/7OIVJ25na_Q)

《椅子を活用したバレエエクササイズ》

この事例は、新しいプログラム又はツールというよりも身近にある椅子をバレエバーとして活用することで、想像以上にアクティブで楽しいバレエエクササイズを提供することができるという紹介である。ちなみに、このプログラムメソッドはBOOTY BARREである。



(※詳しい映像はこちらからご確認いただけます。)

<https://youtu.be/6zBQ0gtvCj8>

《おわりに》

さて、少し月を空けてのレポートになったが、三回にわたってRIMINIWELLNESSから垣間見るヨーロッパのフィットネストレンドの現状をレポートさせていただいた。

IHRSA(米国最大級のフィットネスビジネスコンベンション)にも並行して参加し、それぞれの状況を把握するように努めている。

そうした過程で、共通して成熟・成長しているトレンドも多く、それがまさにグローバルトレンドと言えるであろうが、一方ではヨーロッパ(あるいは、イタリア)ならではの文化や国民性を反映したトレンドをも発見することができる。

例えば、本レポートの最初にご紹介した、ウォーキング用の自走式マシンを活用したグループエクササイズなどがそうである。

ゆったりと歩き、上げたとしても少し傾斜を高めて小走りくらいまでの強度で音楽に合わせて心地よく歩く。

中高齢者で特に、コリオのようなものを覚えるのが苦手な男性にとっては参加しやすいクラスであろう。

また、出展されているトレーニング機器にしても、そのデザインや色使いなども、日本や米国の市場で見慣れ、触りなれているものとは微妙に異なっている。

そうした視点から、もしも機会があったRIMINIWELLNESSを覗いてみることをお勧めする。

見慣れないものに目と感性を晒し、そうして感じたことや響いた“もの”や“こと”を、既存のクラブで提供しているそれらに重ねて見透かしてみることによって、新しい企画や取組みが見えるかもしれない。

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。既にエントリーは可能となっております。是非とも、チャンスを作れる方は視察されると良いと思います。

コンベンションの参加費自体は、およそ50€とかなりハードルは低いです。エントリー方法についてはWEBサイトからのエントリーとなります。

コンベンションセンター周辺に歩いて行けるホテルはおそらくありません。

リミニは、ビーチリゾートであり、ほとんどのホテルはビーチ沿いにあります。80～100€で、しっかりしたホテルを確保できます。70€程度でも、清潔ですし、基本的に朝食はしっかりと付いています。

コンベンションセンターまでは、公共の交通機関(バス)が臨時便も増便しています。また、タクシーという手段もありますが、それなりに高いようです。さらには、公共の交通機関は、かなりの渋滞を覚悟する必要があります。

便利な手段としては、多くのホテルで無料で自転車を借りることができるので、自転車での移動がお勧めです。ビーチ沿いからコンベンションセンターまでは自転車でゆっくり30分くらいです。

本記事へのお質問も含め、その他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

E-mail: matsumura@fia.or.jp

New Clubs

出店情報

12月のオープンプラブ

GOLD'S GYM南大沢東京

所在地:東京都八王子市南大沢2-30
サザンウインズ南大沢 2F

●FIA会員

アクトスWill_G三洋堂志段味

所在地:愛知県名古屋守山区大字上志段味羽根前
67-1 三洋堂書店志段味店 2F

FASTGYM 町屋店

所在地:東京都荒川区荒川6-6-2
グレイシャス・グレイ 2階・3階

FASTGYM溝の口店

所在地:神奈川県川崎市高津区久本3-3-3
ザ・344ビル1階

FASTGYM南流山店

所在地:千葉県流山市南流山1-15-1 2階 ●FIA会員

Curvesピアゴ笠松

所在地:岐阜県羽島郡笠松町米野字西起59-1

Curves阪急武庫之荘

所在地:兵庫県尼崎市南武庫之荘3-22-22
ペティエ武庫之荘1階 ●FIA会員

Curvesドン・キホーテ柳ヶ瀬

所在地:茨城県水戸市柳町2-11-6

Curvestナリエ大和高田

所在地:奈良県大和高田市幸町3-18

Curvesライズモール戸塚

所在地:神奈川県横浜市戸塚区戸塚町1313-7 1F

Curvesいわきエブリア

所在地:福島県いわき市鹿島町米田字日渡5番地
鹿島SCエブリア1階

Curvesイオンスタイル仙台卸町

所在地:宮城県仙台市若林区卸町1-1-1

Curvesイオンスタイル水戸下市

所在地:茨城県水戸市柳町2-11-6

Curves高岡駅南

所在地:富山県高岡市赤祖父387(BBコスメ内)

Curvesマックスパリュ新田

所在地:山口県防府市大字新田字樋の前1047-2

Curves平和堂坂本

所在地:滋賀県大津市坂本7丁目24-1 ●FIA会員

エンタイムフィットネス北綾瀬

所在地:東京都足立区谷中2-10-7エムケイビル2F

エンタイムフィットネス聖蹟桜ヶ丘

所在地:東京都多摩市一ノ宮4-19-16
キャッスル都1F

エンタイムフィットネス平岡

所在地:北海道札幌市清田区平岡7条1-1-9

エンタイムフィットネス苫小牧西

所在地:北海道苫小牧市桜木町4丁目16-5 1F

エンタイムフィットネス鉤取

所在地:宮城県仙台市太白区鉤取本町1-21-2 1F

エンタイムフィットネス新潟青山店

所在地:新潟県新潟市西区青山2-4-1 1F

エンタイムフィットネス長嶺南

所在地:熊本県熊本市東区長嶺南1-6-5
長嶺南複合店舗2F

エンタイムフィットネス大分駅南

所在地:大分県大分市東大道1-3-1KCA
アクロスプラザ大分駅南1F

エンタイムフィットネス宇宿

所在地:鹿児島県鹿児島市宇宿2丁目24-16 2F

Issue

記事

ジム「パーツ特化型」熱い

—フィットネス市場拡大、ニーズ具体化、流れ加速

健康志向の高まりを背景に、フィットネス市場は拡大している。経済産業省の特定サービス産業動態統計調査によると、2017年のフィットネスクラブの会員数(個人)は252万1,810人と5年前に比べ2割増えた。コナミススポーツクラブの鎌田プロデューサーは「この2~3年で個々のニーズの具体化の流れが加速している」と話す。以前は運動不足の解消やただ痩せるためにジムの訪れる人が多かったが、パーツ特化型など自分の身体に合ったものを選ぶ人も増えてきたという。

(2018.11.1 日本経済)

第36回サービスマーケティング調査

—スポーツ施設、3.8%↑、特化型が成長けん引

スポーツ施設の売上高は3.8%増と前回調査よりも0.8ポイント下がった。プールなどを備えた「総合型」は最大手のコナミススポーツクラブが3.9%のマイナスに転じるなど、ここ数年の伸び悩みから脱却できていない。一方、パーソナルトレーニングのRIZAPは31.8%増。「24時間型」や「女性専用」「シニア」なども含め、ターゲットを絞った施設が業界の成長をけん引する。

5位のRIZAPは累計の会員数が2018年2月に10万人を突破した。中高年の利用者の開拓に成功しているほか、ユーザー1人当たりの年間利用金額やプログラムの継続率なども伸びている。今後は女性向けに特化した施設に注力する。

6位に入った、女性専用のフィットネスクラブ「カーブス」を運営するコンダカホールディングスの売上高は9.5%増えた。カーブスは全国に1,900以上の店舗を展開し、会員数は83万人以上。11月には長野県茅野市に男性専用のカーブスを試験的にオープン。従来のカーブスに通う女性の夫などの需要を取り込む。

(2018.11.14 日経MJ)

SDエンターテインメント、遊戯施設運営事業を会社分割

SDエンターテインメントは13日、遊戯施設や映画館の運営などを手がけるエンターテインメント事業を12月に会社分割し、新会社のスガイディノスを設立すると発表した。SDエンタはRIZAPグループと連携を強め、フィットネス事業に経営資源を集中する。同日発表した2018年4~9月期の連結決算は最終損益が2億円の赤字。前年同期の1億円より赤字が膨らんだ。

(2018.11.14 日本経済)

RIZAP、一転赤字に、今期70億円、 M&A凍結、「負ののれん」使えず

フィットネスジム経営を軸に積極的なM&A(合併・買収)で多角化を進めてきたRIZAPグループの経営が転換点を迎えた。14日に2019年3月期の連結最終損益(国際会計基準)が70億円の赤字になりそうだと発表した。159億円の黒字との従来予想から一転、大幅な赤字となる。今後は新規のM&A(の凍結と不採算部門の撤退で収益性を重視していく。

RIZAPはM&Aに特に積極的な新興企業として知られてきた。11月時点の連結子会社は85社に達する。2、3年かけて黒字化するとしてきたものの、現実には再建が思うようにいかない子会社も多かった。

(2018.11.15 日本経済)

個人データ使い健康支援、さいたま市が実験、 企業や医療機関と連携、住民に商品・サービス提案

さいたま市は企業や医療機関と連携し、市民から提供を受けた体重や消費カロリー、購買データなどの個人データを活用して、住民に健康に関する商品やサービスを提案する実証実験を始める。イオンリテールやウエルシア薬局などが参画する。住民の健康づくりを支援するとともに、情報の管理や利用方法を検証し、個人データを使った住民サービス向上策を検討する。

(2018.11.16 日本経済)

グンゼ、SC「つかしん」部分改装、温泉施設あす開業

下着メーカーのグンゼが展開するショッピングセンター(SC)のグンゼタウンセンターつかしん(兵庫県尼崎市)は施設を部分改装する。1985年の開業から30年以上が経過し、主要な客層の年齢が高くなってきた。改装で若い女性やファミリー層など新規顧客の取り込みを目指す。

同SCはスーパーの平和堂の主力業態「アル・プラザ」を核に約180店舗で構成する。グンゼのスポーツクラブ「グンゼスポーツ」や温泉施設「湯の華廊」も隣接する。施設北側の温泉施設やレストラン、スポーツクラブが集積するエリアを順次改装し、数年以内に終える予定だ。

第1弾として22日に温泉施設をリニューアルオープンする。源泉かけ流しの温泉に高炭酸泉を設置したほか、休憩スペースを充実させた。

(2018.11.21 日本経済)

愛宕商事、短時間メニューのフィットネス

旅行業などを手掛ける愛宕商事(新潟市)は、短時間メニューを打ち出したフィットネスクラブを12月1日に新潟市内に開くという。短い時間で効率的に運動できる「サーキットトレーニング」の手法を取り入れたメニューを用意した。ショッピングセンター内に施設を構え、買い物前後に気軽に立ち寄ってもらう。アピタ新潟西店(新潟市)の2階に「サーキットフィットネス凜(りん)」をオープンする。サーキットトレーニングとは筋肉を大きく使う運動と有酸素運動を交互に繰り返すエクササイズ。同店では入店から退店までが45分程度という。

フィットネスフロアは男女別で、体力差を考慮し負荷設定が異なるマシンを置いている。月会費は5,400円。

(2018.11.22 日本経済)

健康がテーマ、健都に商業施設、 吹田、きょう開業、運動教室や介護食

JR西日本が手掛ける健康をテーマにした商業施設「ビエラ 岸辺健都」(大阪府吹田市)が17日、開業する。吹田市や摂津市などが整備する「北大阪健康医療都市(健都)」内に設ける。入居するスーパーや外食店などのテナントは健康を重視したメニューをそろえ、地域の医療機関と連携したイベントも開く。健康への関心が高まる中、新たな商業施設のモデルとなりそうだ。グンゼのフィットネスクラブは会員以外の近隣住民からも参加できるプログラムを設ける。住民や健都内の医療機関を退院した人といった会員以外が利用できるスタジオも設置し、運動や健康維持の食事を指導する。

(2018.11.17 日本経済)

サーフボード上で体鍛錬、ライフクリエイト、栄にスタジオ

フィットネススタジオを運営するライフクリエイト(札幌市)は20日、サーフボードの上に乗って体幹をトレーニングする直営の「サーフフィットスタジオ栄店」(名古屋市中区)をオープンする。ボードの下には3つのバランスボールが設置されており、ボード上でヨガのポーズなどを取ることで効果的に鍛えられるという。同社直営のサーフフィットスタジオは銀座本店(東京)や渋谷店(同)、梅田店(大阪市)に続き4店目。

(2018.11.17 日本経済)

二審も「名ばかり管理職」コナミスポーツに残業代支払命令

コナミスポーツクラブ(東京)の元支店長の女性が、権限や裁量のない「名ばかり管理職」だったとして、未払い残業代などの支払いを求めた訴訟の控訴審判決が22日、東京高裁で行われた。足立哲裁判長は同社に残業代約300万円と労働基準法違反への「制裁金」にあたる付加金90万円の支払いを命じた一審・東京地裁判決を支持し、双方の控訴を棄却した。

足立裁判長は判決理由で、女性の権限が相当程度制限され、人手不足のため一般の従業員と同じ業務にも携わり、恒常的に時間外労働を余儀なくされていたと指摘。「自己の裁量で労働時間を管理できず、管理監督者としての地位や職責にふさわしい待遇がされているともいえない」とした。

コナミスポーツクラブは「判決の内容を精査し、対応を検討する」とコメントした。

(2018.11.22 日本経済)

ココカラファインとパローHD、スポーツクラブ事業で協業 -「アクトス Will_G」をココカラファイン店舗に開業

全国にドラッグストア・調剤薬局を展開する、株式会社ココカラファイン(本社:神奈川県横浜市、以下ココカラファイン)は、かねてより業務提携を行っている株式会社パローホールディングスの子会社である、株式会社アクトスが展開しているスポーツクラブ「アクトス Will_G」を2018年12月1日(土)にココカラファイン日進香久山店の2階にオープンする。

スポーツクラブ「アクトスWill_G」は、月会費2,700円(税抜)と低価格ながら、営業時間内であればいつでも好きな時に利用可能となっている。

(2018.11.28 日本経済)