

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

2019年度FIAリーダーズシンポジウム 『新しい時代のフィットネスビジネスの方向性と 可能性を語る』

日本フィットネス産業協会は第32回定時総会開催に伴うシンポジウムを2019年6月20日に開催した。それぞれの立ち位置や戦略をもって業界を牽引する企業トップをパネリストとして迎え、各社の取り組みに関する話題に触れ、大きく動き始めたフィットネス産業の成長と発展の鍵となる課題や戦略、さらにはFIAとしての活動についてお話いただくとともに、意見交換を行った。本稿はその抄録である。

■各社の紹介・業務内容について

吉田氏:今回初めての取り組みにたくさんの方にお集まりいただきありがとうございます。FIAの理事の中でキャラの濃い3人が集まりました。

さっそく当社のこれまでの取り組み、経営計画についてお話しします。2017年度からは従来の単一のフィットネスクラブから複合型の経営を行うために新規事業を進めています。

また、'18年までに海外展開としてベトナムに2店舗出店を行いました。

中期の経営計画について、既存事業については確実に成長し、人に関する問題を解決していきます。また、トレンドの変化に対応するためにも、新規事業をすすめていきたいと考えています。

経営資源は有限なので、優先順位の取捨選択を行い、配分を確認しながら事業を推進して、2年が経過しました。既存事業の成長に関するものでは、「ルネサンス福島」「ルネサンス沖縄ライカム」の新設、「ルネサンス大分」の移転、「ルネサンス熊本学園大学通り」の建て替えを行い、合計4施設を新設、リニューアルしました。

介護リハビリ事業「元氣ジム」では、この施設に通うことでお客さまが抱えたさまざまな問題を解決でき、「通うことが楽しみ」になれるようなコンセプトのもと運営しています。運営するなかで好事例もたくさん出てきており、社会の問題を解決できる重要なポジションではないかと考えフランチャイズもふくめて展開しています。

生命保険の「バイタリティー(住友生命さま)」との提携も開始し、現状はコナミスポーツさまと2社で行なっていますが、FIA全体でのアプローチができないかと考えています。

最近では地方創生として、鳥取県をはじめとした地方自治体との取り組みを開始しています。これは、役所施設の一部をフィットネスクラブとして運営し、そのノウハウをお伝えして3年ほどで引き継ぎ、自己運営を行ってもらうものです。



写真左から

(株)ルネサンス 代表取締役執行役員社長 吉田 正昭氏
アイレクススポーツライフ(株)代表取締役 笠原 盛泰氏
(株)THINKフィットネス 代表取締役社長 手塚 栄司氏

健康ソリューションを提供するために「元氣ジム」の取り組みを7年前からスタートいたしました。これは、介護を必要とされる方に、回復に向けたソリューションとしてアプローチを行っています。

フィットネスクラブ「温楽」の運営開業支援も'18年に行いました。現在、書店や温浴施設などで場所が余ってしまっている状況のため、その打開策となっています。また、熊本県合志市が主体となり、ルネサンスが運営ノウハウを提供、熊本大学で分析、日本ユニシスが情報などを広げるという4社が関わる地方創生事業も進めております。

当社は「健康経営会議」の開催に際して、事務局として運営の中心となり参画しています。昨年度よりスタートした社員による提案制度において、新規事業の提案を受け付け400件もの応募がありました。この中から'18年12月に児童発達支援・放課後等デイサービス「元氣ジム ジュニア」の開設を実現しました。障がいをお持ちのお子さまをお預かりし、資格を持ったスタッフが運動・神経の発達面から療育をサポートする施設です。想定していた通り、課題を持たれた方が多く、一気に入会希望が来られてすべてをお受けすることができない状態です。大きな社会的課題を解決する手段となりえると考えています。

ルネサンスではフィットネスと健康ソリューション、ヘルヘスケアのイノベーションに関する事業を展開していきます。

笠原氏:アイレクススポーツライフ株式会社の笠原です。我々は、地方都市で規模も中小企業ですので、少し違った立場から皆さまのお役に立てればと思います。

当社は、愛知県豊川市で材木業として創業し100年を迎えたハクヨーグループで、フィットネス事業を始めて20年になります。

当社は多業態の地域ドミナント戦略をとっており、現在総合型の「アイレックススポーツクラブ」や、Jr. スクールの「アイレックスNEO」、ヨガ&ジム24時間型の「アイレックス・ライト」などの業態を合計16店舗運営し、現在4店舗を開発中です。

このように地方企業として地域に根差した「アイレックスブランド」を作り上げ、ブランド価値を育てています。企業としてどのように利益を上げていくかを考えると、ある程度の出店が必要になりますが、それぞれ施設の付近には必ずといっていいほど競合施設があります。

豊川市の事例でいうと18万人の都市に当社のクラブが4店舗あり、各店舗のまわりに競合が出店し、さらにバジェット型が増えるなど、局地戦が展開されています。それに対抗するために、「多業態による地域ドミナント開発」を行っています。それには3つのポイントがあります。

(1) 利用者の利便性の向上

総合クラブの業態だけでは、昨今のニーズに応えられないためサテライト施設やJr. スクールを作り、親子で通えるように工夫し、顧客の困り込みをしています。総合クラブを作った場所を拠点に、それぞれ出店をしています。

(2) ブランド認知の向上

TVCMや、媒体に載せるなどの広告は地方都市限定なので単価は安く利用できます。

(3) 雇用優位性の創出

全国を転勤するより、なるべく地元で働きたいという人材のニーズに応えることができます。

また、「クオリティによる差別化戦略」も重要な方針です。最近のバジェット型は非常に低価格です。このような価格競争に、我々の規模では負けてしまいます。難しいことですが、価格を下げずに価値を上げる戦略を取りました。価値向上には以下の3つのクオリティが重要になります。

(1) 施設デザインクオリティ

(2) 提供商品クオリティ

(3) 接客サービスクオリティ

総合クラブの場合は、スパエリアが重要になるので、中心となるジムエリアとともにデザインの良さも含めて差別化しています。例として「アイレックス・ザ・クラブ 覚王山」を挙げると、食品スーパーの跡地を安く借り、内装設備を充実させる戦略をとっています。

「アイレックスNEO」は、ジュニアスクールの複合形態を目指して2つの店舗を展開しています。「アイレックス・ライト」はヨガ&ジムのコンセプトに、物販店や喫茶店などの居抜き物件の内装を活用した開発を行いました。他にも専門業態として、実験的な取り組みも行っています。

業績についてはお陰さまで、好調です。入会も増え退会も抑えることができ業績が上がってきています。

細かく各事業を見ていきますと、総合型では入会が退会を下回りました。多くの総合クラブでも起きていることではないでしょうか。ジュニアスクールは小さいながら好調、小型ヨガ&ジムはサテライトとして、15年に開業し、18年から24時間化にしたことで業績が上がってきています。



**アイレックス
スポーツライフ
(株)
代表取締役
笠原 盛泰氏**

それから、グループ会社のオレンジセオリーも、好調で、開業半年で損益分岐点を超え、1年で目標会員数を超えました。これにより、はっきりした打ち出しのあるクラブは、万人に受け入れられるものではないが、ぴったりはまると定着するということがわかりました。

我々の戦略ですが、「地域ドミナント」を展開し、なるべく早く50店舗に到達したいと考えています。総合クラブの再構築など、我々にしかできないハイエンドモデルの開発を進めていきたいと思っています。フランチャイズ事業も、オレンジセオリーや小型業態を含めて視野に入れていきます。

「ネクスト100プラン」の2年目に入り、ソフト部分の人材の開発を含めて、売上100億円到達へと進めていきたいと考えています。

手塚氏: 会社については、まず映像をご覧いただきたいと思います。様々なことをやっているように思われますが、1つのキーワードに集約されます。

全ては「筋肉」、そこに特化した会社です。現在34期目にはいってございまして、ちょうどフィットネスブームが始まる直前に運よく創業しました。

企業理念は「正しいフィットネストレーニングを」と掲げていますが、フィットネスの意味を自分なりに考えますと、「FIT=ちょうどいい」という意味だと思っています。フィットネスを「ちょうどいい健康的な生活習慣」に置き換えて考えると、運動・休養・栄養があるなかで、当社では筋力トレーニングに特化したサービスを提供しています。

最初からこのような理念を据えて運営したのかと思われるかもしれませんが、たまたまです。様々な方のご紹介やご縁が繋がって現在に至っています。

昭和61年、亀戸に自分たちの筋力トレーニングをする場所を作り、当時扱っていた西ドイツ製の「ギャラクシー」というマシンが売れたことにより多くの取引先に恵まれて今に至ります。

次にフィットネスショップという業態を作りました。私はひねくれているので、マシンが売れに売れている時でも「いつかこの流れは止まるだろう」と考えていたことや、フィットネスの小売業がまだ無かったので「フィットネスショップ」の業態を立ち上げたのです。ここ5年ほどで店舗も増えましたが、それまではプロテインやサプリメントなどあやしいものを売っているお店だと思われていたかもしれません。

80年の終わり頃には、無謀にも鞆にダンベルやウエイトを入れ、各社へ営業に回っていました。全然売れず、使い方が伝わっていないということが判り、アメリカのトレーニングマガジン『アイアンマンUSA』をお願いして、日本版を作りました。最初はある意味行き当たりばったり、お声がけによって会社に入っていたいただいた会社が多くあります。どの会社も出資は我々が行いますが、主体性を持って経営を進めていただくと、すそ野が広がっていきました。



(株)THINK
フィットネス
代表取締役社長
手塚 栄司氏

加圧トレーニングに関してもご協力できる部分をお手伝いしたところ広まったかたちです。

ゴールドジム事業部を立ち上げたきっかけは『アイアンマン』をお読みいただいたお客さまから「トレーニング方法は分かったが、どこでやれるのですか？」という問い合わせが増えてきたからです。そこで、自社の倉庫の一角をジムにして、フリーウエイトを思う存分にできるゴールドジムのオープンしました。ゴールドジムの海外における第1号店ということで、素晴らしい支援と、ノルマを与えられ、それに追いかけれながら拡大を進めました。ゴールドジムには、ジムの「主」と呼ばれるような方たちが移籍し、火花を散らしておりました。「あの人は●●ジム出身だ」と、お互い競い合う心がジムの活性化させていったのです。競い合うといっても、何を基準に判定するかというと、もっとも重要になるのは重量でした(一同笑)。

今はおかげさまで順調な営業を行っており、自分たちで新規店舗を作ることは行っておりません。入居していた施設が撤退などをされた後の活用方法など、オーナーさまのご相談を中心に出店しています。

■2018年度の業界の流れと、各社の活動内容や業績

吉田氏:実は、18年度始まりの際に、会員数が前年会員数を少し割った状況になりました。周辺の競合店や、24時間業態などがボディブローのように効いてきていたのです。

しかし、フィットネス施設数が増えてきたことにより、バリエーションが拡がり参加率は4%に上がってきたのではないのでしょうか。これまでフィットネスの参加率が伸び悩んだのは、欧米に比べて選べる範囲が少なかったことが原因ではないかと考えています。近年、バジェット型のジムなどが増えたことで施設数が増加し参加率を押し上げていると思っています。

我々の使命は、通われているお客さまに対してどのようにサポートできるかが重要です。このまま高齢者が増え、ただ定年が伸びても、不健康な方が増えて多くの問題になってしまいます。今、栄養や休養も含めたサポートができることなど、我々の役割が大きく変わってきています。

フィットネスのトレンドとして、工夫された多様なものが生まれているので、謙虚に勉強させていただき、良いものは取り入れていくのが重要ではないかと考えています。トレンドでは当社も既存クラブの十数店舗のジムスペースを24時間化しました。先に24時間化を進めていた東急スポーツオアシスさまに学び、社長のご了解も得て24時間ジムを展開しました。これにより、本年は業績が下がっていたクラブが、リカバリーしました。

フィットネス人口が増え、運動を初めて行う人が増えていることで、人材の育成が一番大切になってきていると考えています。



(株)
ルネサンス
代表取締役
執行役員社長
吉田 正昭氏

これからは健康や夢、やりたいことが実現できるフィットネスクラブが増えていくことが重要です。

非常に速いスピードで24時間ジムができていく地域などは、すぐに飽和がはじまり、お客さまにセレクトされる時代がくるでしょう。総合クラブにしかできないこと、お客さまとの接点やサービスの深堀りをしていかなければなりません。

新規出店の重要なファクターになる建築費も、2割、3割以上値上がりしてきています。20~30年間の運営にかかわる問題です。当社は年間2~3店舗を出店することになっていますので、その見極めも大切となります。

昨年はずいぶん沖縄県の中城村にオープンしました。沖縄は長寿健康であるというイメージがありますが、それは高齢者だけで、40代の方の健康はあまり良くないという状況なのです。中城村はマーケットを見ても厳しく、判断に迷いましたが、中城村村長の想いが非常に強く、沖縄の健康の在り方を考えた出店となりました。このように従来と違う状況からの出店は、今後も出てくるでしょう。

笠原氏:人口10万人を切るような都市で、総合クラブ出店を計画していると、エニタイムフィットネス、ジョイフィットができ、もう早く出店しないと間に合わないと考えていたらアクロス will Gができました(笑)。この3つのクラブはFIAには加盟していないのですが、各地でこれと同じ状況が起きているのではないのでしょうか。

この現象からもフィットネスは、業種から業態に移行し、それぞれ業態で選別化がされてきたなと思っています。

フィットネスクラブは3種類に分けられます。医療行為に近いもの、通常のもの、対極にレジャーのフィットネスがある。それらのニーズは、以下のうちのどれかに入っていると言えます。

- ・健康寿命を伸ばしていく
- ・60.70代が人生を豊かにしていく
- ・趣味やレジャーとする

コンディショニングからボディビルまで多岐にわたり、さらに施設の大きさも20~30坪から2,000坪までどのように展開するのか。なんとなく造ることはできません。当社としてどのような戦略を持つのかを考えていかなければならない時期にさしかかっています。

FIAとしても、フィットネスクラブ利用者が増えたことで、質の問題についても理事会で議論をおこなっています。それは「24時間ジムで何か事故があったらどうするのか」。何かあったとき、フィットネス業界が責められることになる可能性があります。安全などに配慮してきたFIAの加盟クラブと異なり、「こんなところで運営をするのか」と、思うような危うい施設状態のところも散見するので、品質を上げていく管理もしていかなければならないと考えています。

手塚氏: 現在のようにジムだけのクラブが増えることに対して、率直な感想として「こんなニーズにあったのか」「それほどにもあったのか」と予想がつかず、ある意味すごく勉強になったと思います。これらのジム業態の先を予想すると「行きやすい」「安い」という部分が受け入れられて増えていくのであれば「ホームジム」にニーズが向かっていくのではないかと考えています。

「ホームジム」は、過去の鏡を見ながら行なう孤独なトレーニングから、ネットを使い他人と繋がれるサービスを活用できるものに変化しています。好きな格好でいつでも行けて、シャワーもあびることができて、もしくはトレーニング直後にビールも飲めるような「ホームジム」のニーズは、フィットネス業界において一つのトピックになるのではないのでしょうか。

FIAの理事という立場からの意見としては、施設の設備を提供し、お客さまに自分でトレーニングしていただくには、いまのFIAが行っている「フィットネスクラブマネジメント技能検定」に、これらの業態のマネジメントに関する項目を付け加えなければならないのではないかと考えています。

さらに、プラスアルファのサービスを考えるのであれば、トレーニングの指導について何を求められているのかを考えなければなりません。

クラブマネジメントと、トレーニング指導の両輪が揃うことで、新しい流れが生まれ、従業員や将来の幹部に新しい価値を提供できると考えています。テクノロジーを活用することにより「ホームジム」でもグループエクササイズを行えることになるでしょう。そのとき、総合型クラブではさらに多様なニーズに対応できるマルチなサービスを提供していくことがテーマになります。具体的には時間軸や、効果の深掘りをしていかなければならないと考えています。

今後は信頼づくりが重要になり、FIAに入っているから安心だという担保になるよう、しっかりとした事業者がFIAに加盟していただくことも重要なのではないかと考えています。

現在バジェット型のクラブのほとんどがFIA加盟でなかったり、途中で辞めてしまった企業もあります。会員基準や会費や事業などを考えながらある程度の事業者が加盟してもらうことが課題です。

最終的にFIAのブランドづくりを行い、業界を引っ張っていくことが必要になります。

手塚氏: このシンポジウムにお越しの皆さまは、何かヒントを持ち帰るということが目標だと思います。

昨年IHRSAの関係者に話を伺う機会があり、感銘を受けました。「うちのクラブはフロントデスクではない。ウェルカムデスクだ」という話を伺い、詳しく聞くと名前の通り「お客さまをウェルカムする」ためだというもののだというのです。アメリカでは、担当のスタッフがついて施設の使用方法をご説明および入会案内を行い、入会後も困ったことがあった時には担当としてサポートしているためでした。一緒にお話を伺っていた企業さまも、感心され「明日から当社も『ウェルカムデスク』を採用する」という経営者の方もいらっしゃいました。

FIAの「フィットネスクラブマネジメント技能検定」によってこのような情報にも精通することで、クラブのマネジメントの安心感になる可能性を秘めているのではないのでしょうか。例えば、名刺に書いてあることで「あなたはFIAの『フィットネスクラブマネジメント技能検定』を持っているのですね」という安心感を持たれる状況になれば、フィットネス産業協会の信頼の証になれるように考えています。

■FIAがおこなうフィットネス業界のサポート、リーダーシップについて

吉田氏: 昨年、仙台で年に1度の地方理事会を行いました。仙台には多くの企業があり、各社成功しているクラブが多いため、施設を視察させてもらい、企業トップの方や従業員の方とミーティングを行いました。

我々も気が付かないようなことを教わったり、こちらからはトレンド情報などを共有するなど、双方向でやり取りしていかなければ発展は見込めないという気づきがありました。また、課題とした「人の担保」は、「フィットネスクラブマネジメント技能検定」のマネジメントの分野と、トレーニングの指導者の質を上げるという両輪で行いたいと考えています。

よい人材がよい施設で働ける整備をしなければなりません。単純に場所を提供し、マシンだけ置いて「どうぞ」というものもビジネスモデルになると思いますが、FIAに加入している施設の特典として、我々が一定の基準のクオリティを担保する津する認証、表現の仕方を検討しているところです。

新規参加が増えているのは我々も歓迎ですが、お客さまが求めているものでなければ意味がないと考えています。

笠原氏: 業態というのは無人化か有人化かで、違いがありますね。24時間ジムで他業種からきているものはコストを抑えた価格競争しなく、その先に幸せはないと考えています。

「これでは人がいる意味がないじゃないか、無人と同じではないか」という、お客さまの反応が昨今の無人ジムの増加という結果につながっているのではないかと考えています。

「フィットネスクラブマネジメント技能検定」や、トレーナーを含めたオペレーション内容なども併せて、会員の中で、さらには業界をまたいでエースやトレーナーを表彰することなどもFIAで行えればと思っています。

■質疑応答

Q1、2020年を迎え、インバウンドが4000万人に達することに対して、外国人の方に向けた対策を各社どのように準備されていますか？

吉田氏: 大きな問題として タトゥー問題があると思います。そもそも、海外では「タトゥー」、日本では「紋々」ですよ(笑)。出自スタートがまったく異なるのです。

先般、FIAのタトゥーの問題について見解を出しました。各理事企業とディスカッションし、参加企業にも意見をお伺いして、やはり今のまま禁止はできない。どうすれば利用ができるのか声明を出しておりますので、ぜひご確認をお願いいたします。

施設の利用に関して、シェアリングを活用して案内もできれば諸外国の方々がフィットネスを日本でも楽しめるとも考えています。

しかし、それに対して、現在のお客さまの帰属意識の問題があり、シェアリングサービスの導入で帰属意識が分散してしまう可能性があるのではどちらがいいのかなとも考えています。

諸外国の方がフィットネスを日本で行いたいという需要は間違いなくあるので、FIAで取り決めをして、経営対応ができるかを考えていきたいですね。これまでの概念ではだめということは重々承知しているので、日本でもフィットネスクラブを体験していただける機会になればと考えています。

笠原氏: グループのオレンジセオリーでは、アメリカのメンバーがインバウンドに際して利用することもあり、アイレクスも含めて会員制という原則の中で、短期間の利用ができるドロップイン、1週間のチケットなどもプランを採用する

ことを検討しています。

問題は業態によると考えています。例えば、総合クラブでお風呂の使いかたから何からを指導するのは難しいので、当社ではアイレクスライトなどの簡易な業態を利用させていただくことを検討している状況です。

手塚氏: 当社は既にゴールドジムで海外のお客さまを受け入れており、FIAとして考えるのであれば課題がいくつか挙げられます。まず、言葉の問題があります。当社では英語について、ポケットクを導入して対応しています。

次に、インドアシューズを持って来ていないお客さまのためにレンタルシューズを用意するかの問題があります。30センチ以上のサイズを取りそろえることも検討していますが、そもそも日本で、大きなサイズのシューズを入手するのは非常に困難です。

タオルの習慣の違いもあり、ポイと置いていかれてしまうことや、ウェアの露出の問題を、どのように説明するかも問題です。

タトゥー問題に関しては、隠すというのが大前提です。隠すといっても、「ベッカムが来たら隠させますか？」と問われたことがあります。非常に難しい問題でした。その後、NBAの有名な選手が来られたので、タトゥーの範囲が広く隠しようのない方には、お客さまにご説明をして理解を頂いています。

Q2. 30年前に大量に開業し、老朽化した店舗のリニューアルやスクラップに対して、存続していくためのキーファクターがあれば教えてください。

吉田氏: 当社もそのような施設は多くあり、これはメンテナンスの在り方と考えています。契約満了までに適正なメンテナンスを行うことで、20年を迎えてから莫大な費用の掛かるリニ

ューアルが必要にならないようにしています。

また、オーナーも20年契約をしているので、利回りから見れば、投資の回収が終わったと仮定すれば21年目以降は、全てが儲けになるので、賃料の交渉をして、よい状況で運用をできる可能性があります。

当社の新店は5年目でメンテナンスをかけています。新店のテイストを保てるので、当社はこまめなメンテナンスを行うことで10年、20年放置してしまえば何億円という価格が出てきてしまうのを防ぎます。

閉店も自社の都合だけではなく、地域の方に望まれて、継続されるような施設を地域とつくる必要があります。

笠原氏: 当社は古い施設を買い取って運営しています。施設の契約は20年ですが、施設自体は鉄骨系が多く30年ほどの寿命があるのではないのでしょうか。これらの古い施設をプロデュースできる技術も深めていきたいと考えています。

15年ほど運営すると、まずは水回りの設備に無理が出てきます。20年を迎えて大幅なリニューアルが必要になることもあるでしょう。当社の事例では、40年を迎えた施設を継承しました。プールの設備は配管の老朽化で利用することが難しく、プールの上に床を貼りリニューアルしました。

手塚氏: 昭和のフィットネスクラブの問題ですね。我々は、継承させていただくことができますが、同じ形で活用するなどの無理はせず、できる範囲で行います。しかし、今の建築では難しいような空間づくりをされているものがあるので、笠原社長などの力を借りて、「古い」ではなく「ヴィンテージ」「ヘリテージ」という形にできるのではないかと考えています。海外にはそのような事例もありますし、昭和の建築は今よりも贅沢につくられていると思います。

■さいごに

手塚氏: 自由に発言してよろしいのですか？ ご参加いただいている皆さまにお伝えしたいのですが、先日恩師のお通夜に参りまして考えました。人生の前半の儀式には「入園式」「入学式」「卒業式」「成人式」など同級生と行うことが多くありますが、人生の後半には家族単位や身近な人でおこなうものばかりです。

私は還暦と古希のあいだに、65歳になったら「健考式」を行うことを提案します。

同世代の集まりがあれば、「老けたなあ」「変わらないなあ」などと、いかに若くられるかを。考えることで、自分の体に向き合って健康づくりのきっかけになるとは思いませんか。フィットネスなど運動への参加意識も高まるのではないかと考えています。

なぜフィットネスを行うのかという答えの一つとして、同世代の方で集まり、健康について考えられる「健考式」のようなイベントを考えるきっかけになればと考えており、同級生の皆さまとご一緒できればと考えております。

笠原氏: FIAが改めて大事だと思っています。日本のフィットネス業界は難しくなってきたと思いますが、だからこそ、工夫次第で面白くできるのではないのでしょうか。本気の情報交換や切磋琢磨によって、よい方向に向かえると思います。愛知県にはFIAに加入していない企業が多いので残念でなりません。

また、FIAデーのような、コンベンションのイベントや、大会のようなことをすることも目標の1つだと思っています。

業界全体を盛り上げる企業が勝ち抜ける業界というものが健全だと考えていますので、自社だけが一人勝ちするのではなく、日本らしく業界全体を盛り上げていければと思います。

吉田氏: 2年ほど前より、FIAの会員数が増えないことに対して議論をスタートしました。これには、双方向のコミュニケーション、受け側も発信するような情報交換ができなければならないと考え、地方理事会を定期的開催することにもしました。

これからFIAのあり方も変わっていき、健康な社会をはぐくむ役割を担っていくことになります。

我々のやらなければならないことは正しい知識と環境のなかで運動を行っていただくこと、それとコミュニティのあり方ですね。自分が会社を辞めた後を想像してみるとぞっとします。もし会社の人が遊んでくれなければ独りです(一同笑)。

活力ある社会をつくるには、家に閉じこもってはいけません。また、健康でなければなりませんので、これからの高齢化社会には我々の業界は重要な位置を占めていきます。

収益もあり、理想的な業種であると思いますので、怠けてはいけないのはもちろんですが、一方通行ではなくそこに至るまで皆さまの意見を聞きながら発展させていきたいと考えています。

皆さまのほうから企画を考えていただいても結構です、課題解決に向けて進めていきたいと思っておりますのでどうぞよろしく願いいたします。

Information

お知らせ

1. FIA定時総会を開催

FIAは2019年度定時総会(第32回)を6月20日(木)弘済会館(東京・麹町)で開催した。正会員数(議決権数)92社中、出席(委任状含)87社。

予定4議案(事業・決算・監査報告承認、事業・収支計画報告、理事1名選任、平成29年度決算修正承認)の承認と報告が行われた。平成30年度事業報告書・決算書、2019年度事業計画書、収支予算書はFIAホームページで公開しています。<http://www.fia.or.jp/>

2. 総会記念情報交換会を開催

定時総会、シンポジウム(TOPICS参照)に続き、145名が参加して情報交換会・懇親会を開催した。冒頭6氏より挨拶・アピールを頂いた。

■吉田 正昭会長

2020を迎えスポーツ全般への関心・盛り上がりは間違いのないが、健康への取り組みが重要となる。クラブや企業の取り組みにより、会員が、地域が、ひいては日本が健康になり、健康寿命延伸が実現できる社会にして行く必要がある。これは、国を挙げての取り組みが求められるが、FIAも会員クラブ・企業の皆様と共に、我々が長年取り組んで来た事業の伝統に磨きをかけ積極的に取り組むことで発展して行きたい。

■小林 利彦新理事

フィットネスに携わって5年の機会に理事として関わることとなった。クラブ事業のもつ、大切さ、価値、意義、成長の可能性に期待している。

■日本トレーニング協会(JATI)事務局長 斉野 恵康様

FIAのFCM資格によるマネジメント能力とJATIのATI資格による科学的トレーニング指導者能力の2つを備えたハイブリッドなクラブ向け人材育成に向けて、両団体が協力することとなった。JATIの160を超える提携養成校から年2,500名の学生がATIを受験したが、今後これらに対しマネジメント力を併せ持つ為のFCM学習・受験を推進して行く。FIA加盟企業様には、このような意識の高い人材の採用・活用を是非お願いしたい。

参加者には会員企業19社のPRチラシセットが配布された。

3. FIAマスターズスイミングフェスティバル2019

9月29日(日)京都アクアリーナ(京都市伏見区 阪急京都線西京極)
エントリー条件: FIA加盟クラブに所属するチーム
エントリー方法: 日本マスターズ水泳協会の大会エントリーシステムを使用。(参加者はチーム責任者へエントリーを送信、チーム責任者は取り纏め後、マスターズ水泳協会へ送信)受付中~8月8日(木)締切

4. FIA全国スポーツクラブ駅伝2019(東京大会)

FIA加盟クラブ合同のリレーマラソン(駅伝)大会を今年も開催!

■開催日時: 東京大会11月16日(土)東京都江東区にて開催予定(8月1日に会場が確定します。)

●各クラブでの参加者募集締切: 10月14日(月・祝)

■競技内容: 4~12名でチームを組み、3時間で何回周走れるかを楽しみながら競うファンランイベント。

■スポーツ庁健康スポーツ課長 安達 栄様

2020を迎え日本がスポーツを通じて元気になる好機であり、それぞれの地域・ジャンルで盛り上げ発展に繋げて欲しい。オリパラのレガシーの柱として、スポーツ人口の拡大が挙げられているが、週一回スポーツする成人の割合を現在の55%から65%にという具体的目標を掲げている。その為の取り組みとして、「スポーツinライフ」というプラットフォームづくりをスタートするのでクラブの皆さんの参加を頂きたい。

■経済産業省 ヘルスケア産業課課長補佐 山本 宣行様

国ではヘルスケア各業種の「業界ガイドラインづくり」を促し、これを国が認証して医療機関や保険者に推奨することで、良質なサービスが生活者へ提供される仕組みを構築している。フィットネスについてはFIAが進めているガイドライン作りに期待している。

■東京都オリパラ準備局 障害者スポーツ課長 上山 亜紀子様

障害者スポーツ振興面でのレガシーづくりは、バリアフリー促進だけでなく、障害のある人・ない人・高齢者など誰もが身近な処でスポーツ出来る環境を整備することが求められている。今後は公共スポーツ施設に留まらず、民間スポーツ施設との連携も広げたい。今回用意した「障害者のスポーツ施設利用促進マニュアル」には、大規模改修などに依らず人的支援やちょっとした備品で対応できる事例を紹介している。今後フィットネス事業に沿った事例も紹介して行くのでご活用頂きたい。

■エントリー部門

- 一般の部(女性の構成比率が1/2未満のチーム)
- 混成の部(女性の構成比率が1/2以上のチーム)
- 表彰:

・クラブ総合優勝:

参加したクラブ(企業)の ナンバーワンを表彰

・一般の部/混成の部

それぞれにおいて1位~3位までを表彰いたします。

・その他/女性のみチーム、シニアチーム(平均年齢が60歳以上)の構成チームにおいては、別途エントリーを設けて、各1位をさらに表彰対象とします。

※詳しくは後日お送りするチラシにてご確認いただけます。

■参加費

・クラブでの参加費設定は自由です(※)。

・FIAへの送金額は1名あたり3,500円(税込)です。

(※基本提供価格は1名4,400円(税込)としますがお揃いのTシャツ作製費などを乗せたオプション設定は自由にして頂いて結構です)

・(例)お客様に4,400円(税込)で販売の場合、FIAへの送金分は3,500円となります。残りの900円×参加人数分は、各クラブ様でお納めください。

【その他詳細】

後日ご郵送させていただくチラシでご確認いただくか、下記の問い合わせ先までお問合せ下さい。

(一社)日本フィットネス産業協会 坪居/松村

TEL.03-5207-6107/FAX.03-5207-6108

E-mail: ekiden@fia.or.jp

Member's Board

会員掲示板

株式会社ハイパーフィットネス

東京都渋谷区・三軒茶屋駅前に先進のジム・スタジオ型クラブを新規出店

この度、株式会社ハイパーフィットネス(本社:神奈川県川崎市、代表取締役:亀田政幸)は、東京都渋谷区の東急田園都市線の三軒茶屋駅前に都内1号店となる都市型コンパクトクラブ「フィットネス&ホットヨガ あすウェル三軒茶屋」を2019年7月にグランドオープンすることをご案内させていただきます。

当クラブは三軒茶屋駅徒歩1分の利便性の高い立地に、最新鋭のフィットネスマシンをフルラインナップする24時間利用可能なトレーニングジム、女性に人気の高い本格ホットヨガやバリエーション豊富なプログラムを提供する多目的スタジオ、男女各ロッカールームで構成され、洗練されたデザインの都市型コンパクトクラブとなります。最新のセキュリティシステムである顔認証システムも導入します。

また、会員は全ての営業時間が利用可能となり、オープン前募集のプレミアム会員料金は月額5,500円(税別)とお手頃料金に設定。気軽にフィットネスを生活に取り入れ、楽しんで頂くことをコンセプトとしたクラブとなっており、地域の皆様に快適なエクササイズ環境をご提供させていただきます。

尚、株式会社ハイパーフィットネスでは、これまでの大型総合クラブ、中規模ジム・スタジオクラブの出店に加えて、東京都内を中心として三軒茶屋店に続く都市型コンパクトクラブを積極的に新規出店していく方針であり該当物件を積極的に募集しております。

今後もより多くの皆様方にフィットネスを楽しんで頂けるクラブ展開を推進して参ります。



■クラブ概要

クラブ名:フィットネス&ホットヨガ あすウェル三軒茶屋

所在地:〒154-0024

東京都世田谷区三軒茶屋1-37-2・3F

TEL:03-6450-7824(代)

URL:<http://www.asuwell.jp/sancha/>

オープン:2019年7月(予定)

■会社概要

会社名:株式会社ハイパーフィットネス

所在地:〒215-0004

神奈川県川崎市麻生区万福寺1-15-15

代表者:亀田 政幸

資本金:1億円

事業内容:フィットネスクラブの経営・運営

URL:<http://www.hyper-fitness.com/>

■本件に関するお問い合わせ

担当:築地

TEL:044-966-8746(代)

E-MAIL: tsukiji@hyper-fitness.com

Member's Board

会員掲示板

『ジョイフルアスレティッククラブ土浦』

全面建て替え工事完了!!

～茨城県内のスポーツクラブが2019年7月15日
グランドオープン～

株式会社ジョイフルアスレティッククラブ(本社:茨城県土浦市中村南/代表取締役社長:安達 幸生)は、この度、土浦店の全面建て替え工事を完了し、2019年7月15日(月)に「ジョイフルアスレティッククラブ土浦」をグランドオープンする運びとなりました。土浦店は、つくば万博が開催された1985年にオープン以来、地域の皆様に、スポーツを通じたコミュニケーションの場をご提供するとともに健康な社会づくりに貢献するべく努めて参りました。35年目という節目を迎えるにあたり、施設の老朽化もあり全面建て替えに踏み切りました。建て替え後の新館では、アリーナやマグマスパスタジオなどスタジオ数を5つ(旧館時2つ)に増設、プールはお子様用(25m×8コース)、大人用(同6コース)の他に歩行専用プールを設置するなど、旧館時の大規模な施設規模を維持しつつ、更なる施設の充実を図っております。また、災害時に地域の方へ施設を開放する協定を7月末頃に土浦市と締結を予定しており、地域住民の方の安全安心を守る機能も合わせ持った施設になります。コンセプトは「人と人がつながるクラブ」、お子様から大人まで、地域の方に愛着を持っていただけるクラブを目指して参ります。

このプレスリリースに関するお問い合わせ先
株式会社ジョイフルアスレティッククラブ企画部
重松、霜田
TEL:029-842-8837 FAX:029-869-8782



■施設概要

店舗名:ジョイフルアスレティッククラブ土浦

所在地:茨城県土浦市中村南4-11-7

TEL:029-842-8833 FAX:029-842-8789

URL:<http://www.joyful-athleticclub.co.jp>

延床面積:7,373.11㎡(2,234坪)

- ★ 施設全体を周回できる一周230mの室内ウォーキングコースを新設
- ★ スポーツクラブでは類を見ない540㎡のアリーナを新設
- ★ プールはお子様用(25m×8コース)、大人用(同6コース)の他、水中歩行専用プールあり
- ★ 茨城県内初出店となるマグマスパスタジオ「J-HOT」も同時オープン
- ★ 500台以上駐車可能な充実した駐車スペース
※一部工事中、8月全面オープン予定
- ★ 男女共に約30基のシャワー、3種類の浴槽(女性は4種類)は地域最大級
- ★ 災害時に地域の方へ施設を開放する協定を土浦市と締結(7月末頃予定)

IHRSA2019 Sun Diegoレポート3

(一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛



去る3月に米国サンディエゴにて開催された、フィットネスコンベンションである『IHRSA 2019 San-Diego』について前号に引き続きレポートする。

フィットネスクラブビジネスを支えるテクノロジーの進化

アメリカに限らず、グローバル規模でHV/LP(ハイボリュームで低価格)なフィットネスジムと、特化された価値を提供するブティックやプレミアムクラブのような高額であるが高い価値を提供するビジネスモデルの両極が伸びている。その両極の中間のマーケットは苦戦を強いられていると聞く。

その中でも、Planet FitnessやChuze Fitness、Blink Fitnessに代表されるようなバジェットクラブの台頭が特に注目されるが、よくよく米国のクラブオーナーやマシンメーカー等の関係者の話に耳を傾けてみると、単体店舗であったり、ドミナントで何店舗かを展開するクラブでも、しっかりと顧客とのエンゲージメントを丁寧に保ちながら経営されているクラブも少なくないという。

そうしたクラブ経営を支えるにあたり、IoTや管理ソフトなどのテクノロジーの進化の貢献は大きいと見える。

IHRSAコンベンションにおいても、毎年数多くのこうしたソフトウェア系、アプリケーション系の出展は多く、毎年少ずつ

明記しておく。

“顧客とクラブとの関係を、顧客とクラブとの接点において生じる一連の体験として捉え、その体験の質を向上させることで長期的に顧客ロイヤリティを高めようとする手法のこと”とする。

さて、では一体どのような管理システムであるのかをご紹介させていただきます。

簡単に括ると、ある管理機能を利用してオンラインの会員満足度調査の実施によって満足度を追跡し、更には会員からのフィードバックを聞く。そこで得られた情報をもとに、クラブとしての行動を検証し、アップデートに顧客ニーズにこたえていくレポートのポータル提供ということだという。

目的としては会員の感情や思考を実際のデータと洞察に置き換えてポータルを通してすべての会員に訪問させることで得られた情報をもとに、リアルタイムに改善を講じる。その成果を確認した会員は、おのずとロイヤルカスタマーとしてクラブに在籍し続けるだけではなく、そこから新たな会員も誘引してくることに繋がる。

米国でプライオリティークラブとしての価値を提供する企業においては、このようなシステムを積極的に導入し、すべてのスタッフがこのソリューションの存在を認識し、そして活用しているという。

すべては、

- ★ロイヤルカスタマーの構築
- ★ロイヤルカスタマーの友達の獲得
- ★ロイヤルカスタマーの長期滞在
- ★ロイヤルカスタマーの支出の増加
- ★理由があって去ったロイヤルカスタマーのクラブに対する賞賛の拡散

これらの成果を得ることをゴールとする。

ではあるが増えており、それらの出展スペースは広がっているように見えた。

今回のレポートでは、こうしたテクノロジーの事例の中でも、特に筆者が注目した傾向と事例を紹介したいと思う。

顧客とクラブのエンゲージメント

HV/LP型、あるいは目的特化型ブティックタイプのビジネスモデルとは一線を画し、質の高い施設、機器、さらにはスタジオプログラムやパーソナルやスモールグループトレーニングなどを複合的に提供するプレミアムクラブとしてのビジネスモデルにおいては、顧客とのコミュニケーションをしっかりと図り、高いエンゲージメントを保つことが求められる。

もう少し具体的に言うと顧客が何に満足しているか、何に満足していないかをリアルタイムに理解し、そのから何に取り組むべきかを明確にするソリューションが求められるというところであろう。

高度にICTやAIが発達した今日、様々なサービス提供のビジネスフィールドにおいてカスタマーエクスペリエンスの質の向上をサポートするソリューションが提案されており、フィットネスのビジネスにおいてもその流れはアップデートに提案されているようである。

このソリューションを提供するフィットネスクラブ経営に特化した管理システムは多く、包括的なクラブ管理システムに組み込まれている事例や、このカスタマーエクスペリエンスの質を高めることに特化した管理システムを提案する企業もあった。

カスタマーエクスペリエンスを管理するとは

ここで、釈迦に説法となるかもしれないが、あらためてフィットネスクラブにおける“カスタマーエクスペリエンス”とは何か？を筆者自身も確認したいこともあり、その定義を

以上のようなカスタマーエクスペリエンス管理に特化したシステム提供について、今回のIHRSAにおいては“MXM MEDALLIA PARTNER”という企業からの出展事例を中心にご紹介させていただいた。



<https://www.mxmetrics.com/>

フィットネスクラブ運営を包括的にサポートする管理システムの提案が年々増加

フィットネスクラブの管理システムの出展が、やはり多い。大手では“JONAS FITNESS”や“E GYM”などに代表される。主に会員管理システムの充実を中心とした管理部門の強化が図られ顧客と直接対応するフロントオフィスの支援、さらには営業や経理などのサポートとも連動した、言わば強力なバックオフィスの提供へと進化している。

会員のチェックイン、予約、物販などの取引管理や、マーケティングリサーチまで可能とするユーザーフレンドリーなフロントデスクを提供する。

さらには、顧客エンゲージメントの強化をサポートするシステムも進化し、あらゆるスタッフが、顧客とのコミュニケーションをより密に図れるよう、会員に潜在しているアラート情報や、プロフィールのアップデートデータ等の可視化をより確実にするシステムの開発もアップデートされているようである。

それらの多くの管理サポート機能が、各クラブの規模や二

一ズに応じて自由にカスタマイズできるように提案されている。
 こうしたシステムは顧客側にも有意義なシステムを提供しており、入会を決めた後の手続きのオンライン化、予約と取り消し、変更の手続きの簡便化など、今日のデジタル環境の進化を余すことなく動員して、大型のフィットネスクラブの運営を効率の良い人員体制でも高い質を保ちながらも可能にする、頼もしいバックオフィス機能として多くのフィットネスクラブで活用されている。

来年もIHRSAはサンディエゴにて開催される予定である。三回にわたってIHRSA2019をレポートさせていただいたが、残念ながらまだまだすべては伝えきれていない。

何よりも、皆様なりに必要とする情報、そして体験を求めていることがベストである。

サンディエゴ界隈には、多くのクラブやブティックがあるので、実際の施設見学も同時にスケジュールしていただくことが可能だ。



[2020年3月18日～21日開始予定]

レポートの内容及びIHRSAコンベンションについてその他お問い合わせがございましたら、FIA松村までお問い合わせください。
 (一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛
 e-mail: matsumura@fia.or.jp

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定について



合格者の声



2級合格者
 スポーツクラブNAS(株)
 新川崎店支配人 金澤 彩

5年間のマネージャー経験を経て、新任の支配人の頃に受検しました。マネジメント業務については、問題や課題が発生したときに考え行動し身に着けてきましたが、その都度、「これで良かったのかな」と感じていました。

このFCM技能検定2級に合格できて、自分の経験に関する原理原則を理解できたので、自信をもって部下にも伝えられるようになりました。

学生の方は、現場での幅広い実務経験はできませんが、当業界で就業するための予習としてFCM技能検定3級は有効だと思います。



3級合格者
 (株)野村不動産ライフ＆スポーツ
 メガロス立川店 木地谷 大河

学生時代に4年間、フィットネスジムインストラクターのアルバイトをして、当社に就職しました。社員として他部門の仕事の研修も受け、その総まとめとしてFCM3級に合格できました。現在は、フィットネス部門で後輩社員やアルバイトのチームリーダーの役目を負うことも多く、さらなるマネジメント力向上が必要と実感しています。

そのために、FCM2級の内容の学習にも取り組みたいと思います。

2019年度 技能検定試験！

等級・試験科目	試験日	受検申請期間	合格発表日
1級学科 2,3級学科・実技	11月17日(日)	8月1日～9月20日	2020年1月25日
1級実技	2020年2月2日(日)	12月25日～1月9日	2020年3月19日



3級合格者
 (株)テップネス
 テップネスクロスTOKYO渋谷店
 池邊 潮美

入社して2年目に同期入社の社員全員で受検しました。店舗での業務はイレギュラーな対応も多く、経験の少ない私は困るたびに先輩に助けられました。

FCM技能検定の学習を通じて、現場の問題に答えがあることや仕事の全体像をつかめました。担当業務も増えてきましたので、将来、2級にも挑戦したいと思います。



3級合格者
 (株)テップネス
 人事部採用担当 佐藤 加南美

現場の経験を経て、採用担当になったところに受検しました。FCM技能検定3級の学習により現場で経験したことが整理でき、就活者とのコミュニケーションにも役立っています。

New Face

新規加盟企業紹介

株式会社 日立ライフ

(茨城県)

ご挨拶

株式会社日立ライフ(以下、当社)は株式会社日立製作所のグループ会社であり、生活関連の企業として茨城県内を中心にお客様に種々のサービスを提供している企業です。不動産、流通、介護、ビジネスホテルのほか、フィットネスクラブやフットサルの運営も行っております。

当社は2002年にフットサル場1号店をひたちなか市へ、2007年にフィットネス1号店を日立市へ、その後かすみがうら市等へ事業展開をして、フィットネスクラブ4施設、フットサル場3施設、計7施設の運営をしております。当社の運営スローガンは「安全・安心そして満足を感じて頂けるサービスの提供」を掲げており、日々の運営、お客様へのサポートをさせて頂いております。

当社のフィットネスクラブは、地域密着型施設であり、季節に応じて各市町村で開催されるイベントに会員様と積極的に参加(マラソン大会・夏祭り等)させて頂いております。また、各施設内には、トレーニングマシンや広々としたスタジオ、プール、駐車場等を完備しており、温浴設備も充実しております。

フットサル施設は、全天候型屋内コート(全人工芝)の施設となっており、雨天時も気にせず汗を流して頂けます。

(株式会社日立ライフ 社会サービス事業本部
施設サービス部 / 武藤 勤)



スパーク鮎川



フットサルちよだ

【企業概要】

会社名 / 株式会社日立ライフ
代表者 / 取締役社長 加子 茂
所在地 / 茨城県日立市幸町一丁目20番2号
連絡先 / 0294-25-1265
e-mail / mutoh-tsutomu@hitachi-life.co.jp
URL / <http://www.hitachi-life.co.jp/>

【店舗概要】

<フィットネスクラブ> <http://www.sparks.jp/>
<フットサル> <http://www.futsal-gk.com/>

- ・スパーク鮎川
- ・スパーク青葉
- ・スパーク千代田
- ・リラひたち
- ・フットサルひたち
- ・フットサルかつた
- ・フットサルちよだ

New Clubs

出店情報

8月のオープンクラブ

FASTGYM24四街道店 ●FIA会員
所在地: 千葉県四街道市大日324-19 大日ビル1階

スポーツクラブNAS平塚 ●FIA会員
所在地: 神奈川県平塚市紅谷町6-7

ゴールドジム津山岡山 ●FIA会員
所在地: 岡山県津山市河辺字濱田844-1
ユーズボウル内1F

ワークアウトジムEXENO
愛知県春日井市追進町二丁目1-5

JOYFIT+代官山
所在地: 東京都渋谷区代官山町20-9 サザン代官山1F

JOYFIT+琴似
所在地: 北海道札幌市西区琴似2条3-1-7
Dプランニングビル2F

アクトスWill_G中庄(岡山県倉敷市)
所在地: 岡山県倉敷市松島1137-1 タイム中庄店 2階

アクトスWill_Gクスリ岩崎下関安岡
所在地: 山口県下関市梶栗町3-6-6

アクトスWill_G川口北(埼玉県川口市)
所在地: 埼玉県川口市柳崎5-17-1 星野ビル1F

エニタイムフィットネス新長田店
所在地: 兵庫県神戸市長田区松野通3-3-3
キャッツビル2F

エニタイムフィットネス倉敷連島店
所在地: 岡山県倉敷市連島中央1丁目9番6号 1F

エニタイムフィットネス始良店
所在地: 鹿児島県始良市西餅田166 1-2F

エニタイムフィットネス鹿嶋店
所在地: 茨城県鹿嶋市宮中328-1 1-2F

エニタイムフィットネス大田原美原店
所在地: 栃木県大田原市美原2丁目3232-2 1F

エニタイムフィットネス会津若松店
所在地: 福島県会津若松市南花畑3-32 1F

エニタイムフィットネス姫路田寺店
所在地: 兵庫県姫路市田寺7-4-3 1-2F

エニタイムフィットネス前橋みなみモール店
所在地: 群馬県前橋市新堀町1047
ベシシア前橋みなみモール敷地内

高知に暗闇フィットネス、ワンダーコーポ四国初出店

CD・ゲーム販売のワンダーコーポレーションは5日、高知市内に「暗闇空間」「高地環境」という2つの運動施設を持つフィットネスクラブ「テラフィット」を開業する。直営・フランチャイズチェーン合わせて全国で10店目で、四国4県では初出店。高知の店舗はFCで、地場スーパーのサニーマート(高知市)系列のサニーアシスト(同)が運営する。

暗闇空間は照明を落とした暗い室内で大音量の音楽が流れる。この非日常空間の中、周囲を気にせず汗を流せるという。3つの部屋に分かれておりそれぞれ15分ずつのメニューがある。最初の部屋にはボートをこぐような機械があり両腕と足腰を鍛える。次の部屋で床にあるボードに乗って左右に素早く移動を繰り返す。最後はトランポリンのある部屋で跳躍する。暗闇空間、高地環境のいずれかを利用するか両方利用できる3つの会員がある。

(2019.6.3 日本経済)

茨城県、健康増進へスマホアプリポイントため特典も

茨城県は県民の健康増進に向けた無料の公式スマートフォン(スマホ)アプリの提供を始めた。運動や特定健診の受診などに取り組むとポイントを与え、ためた数に応じた特典も用意する。企業などの協力も得ながら健康寿命の延伸を目指す。

「元気アップ! りいばらき」はAndroidとiOSの双方に対応し、運動、健康、食生活、コミュニケーションの4項目で活動を記録する。その上でウォーキングは3000歩で3ポイント、ランニングは10分で6ポイントなどと内容に応じてポイントを与える。

7月1日からは協賛するフィットネスジムやゴルフ場の利用、飲食店でヘルシーメニューの摂取などについても「わらポイント」と呼ぶポイントを付与する。ポイントやわらポイントをためると協賛企業や店舗から優待が受けられるほか、県産品など景品の抽選にも応募できる。県は「健康づくりへの意識を高めてもらうきっかけにしたい」(健康・地域ケア推進課)考えた。

(2019.6.3 日本経済)

カーブスジャパン、神奈川の5店「未病センター」に

前橋市拠点のコシダカホールディングス(HD)傘下でフィットネス施設運営のカーブスジャパン(東京・港)は、神奈川県5店舗が気軽に健康をチェックできる「未病センター」に認証されたと発表した。15日からカーブスの会員以外でも体力年齢の測定などを簡単に受けられるようにする。利用者の健康意識を高め、社会保障費の抑制などにつなげる。

未病センターは、神奈川県が現在は問題が無くても病気に至る前段階の「未病」を改善するため進めている取り組み。企業や団体が健康状態や体力などをチェックできる施設を設置し、県が認証する。今回は女性限定の30分体操教室「カーブス」の金沢八景(横浜市)、鹿島田(川崎市)など5店舗が認証された。カーブスはすでに2店で認証を受けており、今回の認証で7店となった。

(2019.6.4 日本経済)

高齢者の「虚弱」防げ、首都圏の自治体 介護の前に健康指導

高齢者の身体機能が弱まるフレイル(虚弱)を予防する取り組みが首都圏の自治体で広がってきた。介護が必要になる前に、高齢者が自分の体の弱点を見つけ出し、健康や栄養の指導を早めに受けられる環境をつくる。元気なシニア世代を増やすことで、医療費の増加に歯止めをかける狙いもある。

千葉県船橋市は高齢者の健康状態を示す独自の指標「元気度」を開発し、6月から約8万人の高齢者に郵送でアンケートを取る。指標は千葉大学予防医学センターが作った3年後の要支援・要介護リスクを測る尺度を活用。「バスや電車を使って1人で外出できるか」など10問で、性別や年齢に応じて点数化する。

回答者には結果を通知し介護予防教室などへの参加を呼びかける。アンケートは毎年続け「介護保険のデータと合わせ住民の健康づくりや介護予防の施策に生かす」(保健所健康づくり課)。

(2019.6.7 日経MJ)

Lltheo、ジムの利用、1分単位で

シェアリングサービスを展開するスタートアップ企業、Lltheo(ロセオ、東京・港)は1分単位でフィットネスジムを利用できるサービス「Nupp1 Fit(ナップワンフィット)」を始めた。スマートフォン向けアプリを使って、ジムの利用時間を計測する。

まず都内の約20店舗で利用できるようにした。利用可能な店舗は順次増やす。料金は店舗によって異なり、1分当たり15~60円程度でクレジットカード払いとなる。入会金や月額制の会員料金は不要。ロセオは利用料金のうち3割を手数料として受け取る。年内にアプリのダウンロード数を10万に伸ばし、月間売上高3千万円をめざす。

(2019.6.9 日経MJ)

健康経営、九州で拡大、西部ガス、歩けばポイント、トヨタ九州、工場全面禁煙に

社員の健康増進を通じて社内の活力向上や生産性向上を図る「健康経営」の取り組みが九州でも広がってきた。禁煙推進といった定番の施策に加え、足元では歩数に応じたポイントを景品に交換できるようにするなど社員が気軽に参加できる制度の導入が目立つ。人手不足が慢性化する中、社員の病気を「経営リスク」と捉え、未然に防ぐ狙いだ。

(2019.6.12 日本経済)

寝具各社、快眠へ新提案昼寝ルームや自動起床装置も

寝具メーカー各社が、快適な眠りに向けた提案力を競っている。大手の西川産業は法人向けに昼寝ルームの導入を働きかける。高級寝具のシモンズは顧客に合ったマットレスを5分で提案できる測定器を開発。パラマウントベッドは睡眠状態を刻々と計測してスマホに送るベッドを発売した。家具の大手が仕掛ける低価格競争とは一線を画し、顧客の「睡眠満足度」を高める工夫で売り上げを伸ばす。

睡眠不足が重なり、健康に悪影響が出る「睡眠負債」がビジネスパーソンの間で関心事になっている。寝具各社は最新技術で睡眠の質を高める「スリープテック」を武器に顧客をつかむ。

(2019.6.14 日経産業)