

Fitness Industry Association


 Fitness
Industry
Association
of Japan

NEWS

 編集:(株)クラブビジネスジャパン
TEL.03-5459-2841
FAX.03-3770-8744
E-mail:info@fitnessclub.jp
http://www.fitnessclub.jp

 発行:(一社)日本フィットネス産業協会
TEL.03-5207-6107
FAX.03-5207-6108
E-mail:info@fia.or.jp
http://www.fia.or.jp

年頭所感

謹んで新年のご挨拶を申し上げます。
昨年ラグビーワールドカップにおいて開催国として日本ラグビー史上初のベスト8入りを果たし想像以上の盛り上がりを見せました。

本年はいよいよオリンピック・パラリンピックが開催されます。メダルに近い種目や脚光を浴びる選手、パラ種目の浸透など、スポーツへの機運が高揚することは間違いないと思います。その熱が、市民のスポーツ・運動への関心の高まりに繋がり、フィットネスにご縁の無かった人々がカラダを動かすことに関心を寄せるようになって行くことに期待したいと思います。

FIAでは本年、「FIA加盟施設認証制度」をスタートします。初めてクラブを探す方々でも「安心・安全のフィットネスクラブ」を選ぶ目安・目印となることを目的としています。フィットネスクラブ・マネジメント技能検定制度も3年目を迎え、受検を目指してカリキュラム化を進める教育機関も増えて参りました。



また、昨今の施設や業態の多様化を勘案したFIA会員制度の検討にも着手してまいります。FIAはこれらの事業を通じて、会員の皆さまの事業と共に健康社会づくりに貢献し、業界における地歩を確かなものにして行きたいと思っております。

市民スポーツでは来年度もワールドマスターズゲームス2021in関西やマスターズ水泳世界大会in福岡とビッグイベントが続きます。会員の皆さんに参加を呼び掛けオリンピック、パラリンピック以降もスポーツ熱の高まりを維持していきたいと思っております。

(一社)日本フィットネス産業協会
会長 吉田 正昭



Topics

トピックス

前号に続き、2019年11月20日(水)~22日(金)の3日間にわたりSPORTEC WEST 2019 大阪で開催されたセミナー模様をご紹介します。今号では、アメリカ、ドイツ、ベトナムの事情に詳しい3名の方を招いて行われた「世界のフィットネストレンド(前編)」をお送りする。

世界のフィットネストレンド(前編)

■パネリスト

株式会社ブラボーグループ

代表取締役会長 ジョン・ボードマン氏

有限会社N2FITNESS/N2FITNESS Germany GmbH

代表取締役 竹井伯夫氏

株式会社ルネサンス

ベトナム事業部 次長 海老根勝則氏

■モデレーター

株式会社クラブビジネスジャパン

取締役/月刊NEXT編集長 岩井智子

(※以下、敬称略)

岩井:最初に、私からまず世界のフィットネス市場動向についてご紹介したいと思います。その後、アメリカ、ドイツ、ベトナムのフィットネス事情に詳しい3名の方に各国の状況をお話いただきます。

フィットネス業界は世界的にこの1~2年で劇的ともいえる



岩井智子

る進化を遂げています。日本も同様ですが、同じアジアでいえば中国などは日本以上に進化してきています。

アメリカのフィットネス産業団体であるIHRSAが毎年『IHRSAグローバルレポート』を出しているのですが、今年発行された最新版によると、市場規模についてはアメリカが引き続きダントツで1位、2位ドイツ、3位イギリスとなっています。イギリスの人口は日本の半分ほどですが、市場規模は日本の倍ほどもあります。クラブ数や会員数についても1位はアメリカですが、クラブ数に関してはブラジルやメキシコなどの南米も伸びてきています。参加率に関してはスウェーデンが20%を超え、昨年に続き今年も1位となりました。ちなみに昨年のランキングは、1位スウェーデン、2位アメリカでしたが、今年はノルウェーが2位に入っており、北欧

の参加率の高さがここ数年目立ってきています。

当編集部では、その理由を探るために先日、スウェーデンに視察に行ってきました。まずスウェーデンの参加率が1位の理由ですが、専業主婦率が2%と、ほとんどの男女が67歳ぐらいまで現役で働くという状況が関係しているのではないかと思います。また、同国では、社員がフィットネスクラブに通うことを、企業が補助するよう国が政策的に進めたこともあって、ほとんどの企業に会費を補助する制度があるのです。金額は大体年間で1人あたり17,000~58,000円ほどということでした。

そのなかで非営利団体(NPO)のfrisiskis&svettis(以下、F&S)というジムは年間で42,000円ぐらいの会費だったりと、SATSという北欧で一番のチェーン店の月会費が6,900円と、比較的会費が安価な施設が多いことと、先の企業の補助があるということは、参加率向上に大きく寄与していると思われます。しかし、クラブ利用者の中心が就業者であると、日中のクラブは閑散としているのではないかと思ったのですが、そのような時間帯は学校体育に場所を貸したり、指導者を派遣するなどして、子どもたちがフィットネスに触れ合う機会を提供していました。そのような子どもたちが成長して社会人になったら企業から補助が出て…というように、人生においてフィットネスを継続する流れがうまくできていました。

日本からスウェーデンに転職した方ともお会いして話を聞きましたが、「日本にいたときはフィットネスなんて全然」という感じだったところ、スウェーデンでは仕事が終わったら当然のごとく人々がクラブに行くため、自分も行かなければと感じるようになって入会し、その後ずっと通い続けているとのことでした。人々の生活のなかにクラブに通うことが浸透

そのほか、高級クラブは、お金に余裕がある会員、要するに比較的年齢層の高い方が多くなることもあり、スパやプールを備えていました。また、スウェーデンの冬は雪が多いこともあって足元がすべりやすくなるため、バランスを崩しても身体を立て直せるようにと、ファンクショナルなグループエクササイズが提供されていることは、この国ならではのサービスかもしれません。一般的にファンクショナルトレーニング系のツールがとて充実していることが、北欧クラブの特徴のようにみえました。

もちろん、アメリカ発のプティッククラブもありますし、若くてもお金がある方に向けた、デザイン性の高い施設や、そのほか会費が安いクラブ…とにかくいろいろなクラブがあって選択肢が幅広いことも、参加率の高さを物語っているように感じました。

そして日本のフィットネスクラブ市場ですが、こちらも参加率が4%になるなど、堅調に伸びてきています。公共施設の利用者も含めれば、もっと高い数値になるはずですが。当社が毎年販売している「日本のフィットネス業界のトレンド」最新版では、3つの三大変化として、1. 小規模業態の成長、2. 総合業態の成長、3. テクノロジー系のサービスの成長を挙げています。特に3は、これから2020年にかけて5Gという通信環境に代わっていくことで、より人々の身近にデジタルが浸透してくるはずで、それがクラブやサービスをどんどん変えていくと思います。『アフターデジタル』(日経BP刊)という本に今後の世の中の変化について書かれているのですが、今まではクラブのようなリアルと、デジタルが別々のものとして考えられていました。だから「デジタルが出てくると、人の役割がなくなる」という声が聞かれたわけですが、「アフターデジタル」の世界では、デジタルが当然のように回りにあって、そこにリアルの選択肢が生まれていくことになり

しているのですね。これらのことが、参加率の高さにつながっているようです。

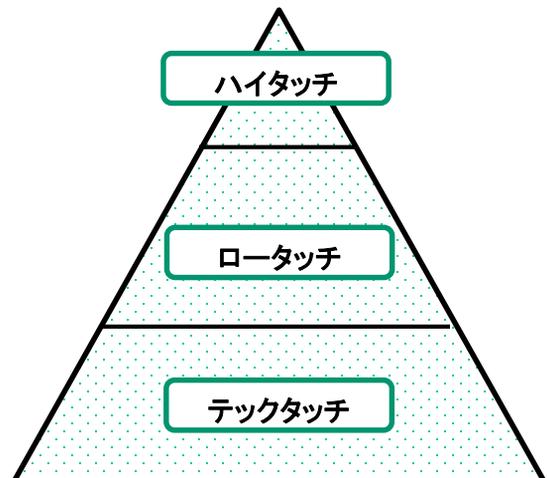
先に紹介したF&Sは、かわいらしいロゴを使い、とても親しみやすい雰囲気でした。こういうクラブが街のなかにたくさんあり、夕方に無料レッスンを提供しているのですが、そこには小さなお子さまから高齢の方まで集まっていました。終わるとクラブは体験パスを参加者に渡し、そこから入会へとつなげるようです。SATSは北欧で最大手の施設ですが、その特徴は、同じブランドでも店舗ごとにコンセプトを変えて展開していることです。共通利用にすることで、ある店舗ではホットヨガを、また別の店舗ではファンクショナルトレーニングを受けられたり、そのほかジムのみのタイプもあるなど、同じブランドながら様々なフィットネス体験ができるようにしていました。



そのような世界では、まず顧客との接点が、図のように、一番下にデジタル接点のテックタッチ、次に人や場所とつながるロータッチ、一番上に、人と人のふれあいがあるハイタッチという3段階に分かれるようになり、上にいくほどサービスの質が高いものとなります。今後のビジネスは、このような世界を見据えて考えていくことが重要になります。

ここで、すでに“アフターデジタル”の環境が構築されているといわれる国を2つ紹介したいと思います。1つは北欧にあるエストニア、電子国家として世界で一番進んでいる国です。もともとロシア傘下の小さな国から独立したのですが、その際ロシアのセキュリティ部門を担っていたチームがエストニアに移ったそうです。役所などの手続きもすべてデジタル化されており、ペーパーレス、キャッシュレスが徹底されています。

◆図



同国で一番伸びているクラブが、マイフィットネスというチェーン店です。ここも2ブランドを運営していて、バジェットタイプはストレスフリーな顧客体験を重要視しており、入会手続きもすべてオンライン上で行います。決済するとQRコードが発行されて、それを専用機器で読み取ることでレッスンに参加できるようになっています。もう1つの総合クラブでも、入退館はもちろんオンラインですが、マーケティングにおいては先ほどのハイタッチのサービスを提供しているんです。ファッション誌のような高級感あるデザインの広告で「フィットネスのあるライフスタイル」をアピールし、イベントやレッスンなど、人が集まる体験へと誘導しています。

本社でももちろんペーパーレスが徹底されており、利用率や会員数など運営に関する指標はすべてリアルタイムで数値化され、システム上で見られるようになっています。

そして2つ目の国は、中国です。アリババやウィーチャットが進んでいます。スーパーモンキーというフィットネスクラブはウィーチャット上でレッスンの予約～決済まで行え、発行されたQRコードを提示することで、レッスンに参加できるようになっています。

さて、次からドイツ、ベトナム、アメリカそれぞれについて、お話を訊いていきましょう。

竹井:まず簡単に自己紹介をさせていただきます。私のフィットネス指導歴は今年で25年目を迎えました。

2014年にドイツに渡り、向こうでも指導を続けていたのですが、渡欧のきっかけは息子と娘に英語を学ばせたいと考えたことでした。たまたまドイツのデュッセルドルフに視察に行く機会があり、日本人が比較的多くて、ドイツ語はもちろん、英語も学べるような環境だったこともあり決意しました。



竹井伯夫氏

私はもともと東京でもジャイロニックのスタジオを運営していましたので、ドイツでも同じように自分のスタジオと、さらに地元のクラブでもピラティスのレッスンを担当していました。その関係でバンジーフィットネスという伸縮性のある布を使ったトレーニングの開発企業と出会い、現在は日本でそちらの専門スタジオを運営しています。

ドイツのフィットネス事業ですが、先ほど岩井さんがいったように、日本より人口が少ないながら、高い参加率を誇っています。フィットネス中心地であるアメリカからもいろいろなトレンドが入ってきますが、ドイツにくるのは大分時間経ってからでした。EMSを提供する施設や、ここ2～3年は月会費が20ユーロ、日本円で2,000～3,000円で利用できる施設が増えてきています。一番大きな特徴としては、“克蘭ケンジムナスティック”という、いわゆるリハビリ施設が多いことで



※写真はイメージです

しょうか。

なお、ここでドイツの医療保険の仕組みについてもご紹介しておく、公的医療保険と民間医療保険の2つがあり、全員がどちらかに入ることを義務付けられています。前者が日本でいう国民健康保険にあたり、後者はいわゆるプライベート保険で、加入には一定の規定をクリアすることや、保険料が高いなどの特徴があります。そのため両者の扱いは結構異なり、同じ病院でも受付が分けられていたり、受けられるサービスに違いがあります。

例えば、病院で運動が必要だという診療結果が出た場合に処方箋が出されるのですが、民間医療保険の場合は運動へのサポートが含まれていますので、実際にどこかで運動を行ったら、その後、保険会社に申請すれば自己負担分を減らすことができたりします。“運動が薬”という考え方はドイツでは比較的浸透していると思います。そのような運動療法を受けられるのが克蘭ケンジムナスティックであり、

処方箋がなくとも自己負担でも受けられます。

それ以外にも、リハビリテーションスポーツとって、こちらでも医師の処方箋が必要なものですが、50回コースなど、必要な運動がパッケージ化されたサービスを、保険適用で受けられる制度もあります。向こうの理学療法士とも話したのですが、なぜこのような制度があるかという点、そこには運動習慣を身に付けさせたいという目的があるからだと思います。それ以外にも、施設のスタッフが特定の資格を取得すれば、保険適用のプログラムを提供できるようになる制度もあります。お客さまは安価にサービスを受けられるようになるし、施設は新たな顧客を獲得する機会が増えて、売り上げがアップするという好循環が起きるのです。

また、ドイツはサッカーが盛んですから、当たり前のようにサッカー場が街のあらゆるところにあるのですが、必ずそこにはクラブハウスが併設されていて飲食ができたり、体育館が併設されていたりします。私の息子もサッカークラブに所属していたのですが、月10ユーロで週3回の練習や試合に参加できたり、さらに地域のスポーツクラブには大体スポンサーがついているので、ウェアを提供してくれたりしました。日本だと追加料金を払うことになるとは思うのですが、そういうのがドイツではほぼありませんでした。地域のスポーツクラブは子どもだけでなく、夕方になれば大人も来ますし、週末になれば老若男女が楽しむ場所になっていて、皆が気軽に参加できる場となっていました。

フィットネス関連のそのほかの施設については、日本と同じように近年は24時間ジムが増えており、私も体験に行ってみました。webで必要事項を入力すると、ピンコードが送られてきて、それを入り口で入力することで入館します。施設はとても充実していてスタイリッシュでした。

先ほどお伝えしたEMSのジムは、一般的にドイツ人は機械好きということもあって、人気のだと思えます。これも体験してみましたが、わずか20分で汗だくになりました。また、夜

は結構にぎわっていましたね。

理学療法士の方が常駐しているジム、キーザートレーニングにも行ってきました。マシンジムのみの施設です。腰痛や肩こりに悩む方が行くと、まず筋力を測り、それぞれに適したトレーニングを提供してくれます。私は気軽な気持ちで体験して、いざ帰ろうと思ったら、そこから入会への営業トークを20分ほど聞くはめになりました。日本の施設の場合、webサイトで無料体験を探してもなかなか見つからないのですが、ドイツの場合はまず体験ありきなため、住所などを入力する必要もなく、電話と名前ぐらいの登録で簡単に体験申し込みをすることができます。先のように最後に営業トークにつかまってしまうこともあるわけですが、基本的に気軽に体験しやすい国だと思います。

20ユーロなどの格安ジムは、受付にスタッフが1人いるぐらいでほぼ無人です。私が行った施設は体験でもソフトドリンクの無料サービスがついていましたが、実際に会員になると、専用のペットボトルを購入すれば飲み放題になるそうです。グループレッスンなども無料で体験できました。その施設では自社のオリジナルプログラムを提供していましたので、その辺でコストカットしているのかもしれませんが、チェックインカウンターにカードを通して入退館することで、何時にだれが通ったかなどを管理しており、たった20ユーロのクラブでもシステムは進んでいると感じました。それ以外にも、サイクリングやトランポリン、フリーウエイトエリア、さらに女性専用スペースがあったりと、格安ジムながらとても充実していて、これを20ユーロで提供されてはかなわないと感じました。指導を受けたい方には別料金でPTをつけることもできます。

ドイツのフィットネス参加率が高い理由ですが、公園などで

もフィットネスが盛んに行われていることや、ドイツの“閉店法”の影響があるかもしれません。これは、日曜日にお店を開けてはいけないという法律です。駅の近くや飲食業、近年はフィットネスクラブ含むサービス業は許されるようになってきていますが、スーパーなどは閉まっています。お店は閉まっているし、もともと娯楽施設が少ない国なので、「じゃあ運動でもしようか」となりやすい環境ではあると思います。

ドイツ人は基本的に残業しないことも影響していると思います。平日は、夕方5時、金曜日などは銀行ですら1時には終わってしまいます。そうして5時以降になにをやるかとなったときに、やはり「運動しよう」となる方が多いのではないかと思います。これらを考えると、日本でフィットネス参加率を高めていく策の1つとして、国としてのもっと働き方改革を行うことが必要かもしれません。

もう一つ、ドイツには「アーバンスポーツクラブ」というサービスがあるのですが、これは、ドイツにあるいろいろなスポーツやフィットネス施設を利用できるサービスです。日本でも、大手の企業はいろいろな施設をもっていて相互利用などができるようにしていると思いますが、「アーバンスポーツクラブ」というシステムに申し込むと、登録している様々な施設を利用できるようになります。例えば私のジムも使えるし、ほかの方が運営している施設も使うことができるのです。

そのほか、私の知り合いは、自分のデータが記録されたキーを差し込むことでマシンの負荷設定などもすべて自動で調整してくれるという施設をオープンしています。

ボードマン:まず簡単に自己紹介をさせていただきます。私はマサチューセッツ大学卒業後、ウォルドーフ・アストリアに入社し、ホテルマンになりました。しかし、働くうちに自分に

では、これから本題に入りましょう。まずアメリカの歴史について簡単にご紹介したいと思います。アメリカ人にとって、YMCAはやはり大きい存在です。1851年にボストンで始まったクラブですが、世界で初めて室内スイミングプールやグループでのスイミングクラスをつくりました。初めてのバレーボールチームもYMCAから生まれましたし、バスケットボールもYMCAが発明したものです。

こうして100年ほどはYMCAがフィットネス業界におけるオンリーワンのクラブでしたが、1965年ごろからそのほかの総合クラブが台頭し始めます。2000～2004年にはバジェット業態が、2005年からはプティック業態が増えて、2010年からはバジェット業態とプティック業態の双方が成長を続けています。またオンラインでのフィットネスサービスが増えてきたのもこの時期からです。特に2000年は、それまで主流であった総合クラブがバジェット業態や、バジェット業態の上に位置するプレミアムクラブに押され始めた、アメリカのフィットネス市場において転換点の始まりといえる年でした。そして2010年からはテクノロジーを活用したサービスがものすごいスピードでフィットネス業界に入ってきており、業界は創造的破壊の真っ最中にあるといえます。

そしていま、アメリカで元気なクラブといえば、バジェット業態ではプラネットフィットネスやエニタイムフィットネス、そして月会費8,000～15,000円のハイエンドな総合クラブであるイクイノックスやライフタイムフィットネス、そしてプティック業態でしょう。

次に、フィットネストrendに影響を与えているキーワードをいくつかご紹介します。

1. **Betterment:** 様々な人の人生をよりよくすること
2. **high personalization:** 個人化。一般消費者に向けたspotifyやウエアラブルなどもこれにあたります。Myzoneなどのウエアラブルは、ACMSが毎年発表しているフィットネスのトップトレンドのなかでも2年連続で1位になっています。



ジョン・ボードマン氏

もっと適した業界があるのではと考えるようになり、2年ほど勤めた後、NY大学に入学し直し、MBAを取得しました。そこから2年間、日本の東京銀行に勤めた後、フィットネスのマシンメーカーでアジア地域のマネージャーを務め、さらにライフ・フィットネス・ジャパンの立ち上げに携わった後、今から約21年前に現在のブラボーグループを立ち上げました。2020年に還暦を迎えますが、家族は来月3歳になる子ども1人を含む5人家族の父として忙しい日々を送っています。

ブラボーグループは「Changing lives through music and movement! (音楽とムーヴメントで人生を変えていく!)」をミッションに掲げる、日本で最大のコンテンツビジネス会社です。主にフィットネスミュージックやフィットネスツールの販売のほか、プログラムの提供や開発、ソリューション事業の提案、トレーナーの育成事業などを行っています。

3. Functional Customer Experience: 顧客労力を低減する取り組みを指します。いかにフィットネスをコンビニエンスなものにできるかということです。

4. Omnichannel: いつでもどこでもワークアウトできるサービス。AlexaやPelotonもオムニチャンネルですね。

5. Experience/not Exercise: 現代では、エクササイズという言葉はあまり使わず、どういふエクスペリエンスを提供できるかを考えることが大切です。

6. モノではなくプログラムを重視: 人々はモノではなくより良いプログラムに惹き付けられてクラブに行くようになってきました。かつての総合クラブはマシンを置けば人が来ると考える傾向が強かったと思います。アメリカの総合クラブは、日本と比べてグループフィットネスの提供量はまだまだ少ないですが、それでも近年ではプログラムの重要性が増えています。

次に、業界についての注目動向ですが、まずはブティック業態が挙げられます。その人気カテゴリーはサイクリングやボクシング、ストレッチング、ランニングなどですが、なかでも1940年にフィットネス市場が生まれた当初、女性に一番人気のカテゴリーだったストレッチが、再びいま脚光を浴び始めています。ランニングは、イクイノックスがランニング専用のスタジオをつくり成功して、これから施設内にも出していくとされています。Pelotonのコンセプトもすでにトレッドミルやロウイングにも広がっていますし、ロウイングに関しては専門施設も増えてきています。

もう一つの注目は、先に挙げたイクイノックスやライフタイムフィットネスなどのプレミアムな総合クラブです。イクイノックスは、今年の夏、NYに立派なホテルをオープンし、これからさらにほかの国にも出店する予定です。ライフタイムフィット

ネスとイクイノックスの違いは、前者がどちらかというとファミリー対象であるのに対して、イクイノックスはダウンタウンのプロフェッショナル対象という感じでしょうか。ライフタイムフィットネスもウィークのようなコンセプトのライフタイムワークというビジネスを展開し始め、さらに最近では、ライフタイムリビングやコンドミニアムの運営なども始めています。

さらにハイブリッド業態も注目です。例えばシカゴにあるルルレモンの新しい店舗がこれにあたります。ルルレモンのミッションは「Sweatlife」。その3つのコンセプトが、1. Sweat: 汗をかく、運動すること: この店舗ではヨガやHIIT、メディテーションなど豊富なクラスを提供しています。2. Grow: 伸びる、成長すること、そして最後が3. Connect: 食べながら人とつながること。要するに、この施設に行けば、運動ができて、健康的なものを食べられて、人とコミュニケーションもとれるということです。

そのほかにも、スパやオーガニックレストラン、メディテーションスタジオなど、ウェルネスに関するすべてが集合したようなハイブリッドカテゴリーも出てきており、これから増えてくると思います。

さらにもう一つ、スモールグループトレーニングも重要です。当社も販売していますが、決して営業ではなく、どんなクラブにとってももはや必要なカテゴリーだと思います。競合がひしめき入会数が増えずらくなっているなかで、スモールグループトレーニングは、現在のメンバーによりよい体験、そして定着率を高められるツールだからです。上手に活用することで、付帯収入の獲得にもつながります。

そのほか、「リカバリー」「時短フィットネス」などもこれから注目のキーワードでしょう。

海老根: 私からは、まずベトナムはフィットネス先進国ではないことを先にお伝えしておきたいと思います。私は、20年前にルネサンスに入社しました。入社後5年ほどはトレーナーとして働いており、その後、本社に異動して人材育成に取り組みました。

さらに、商品開発、店舗の支配人などを歴任したのですが、支配人を務めていたときの部下がとても優秀で、「彼を支配人にしたい」と考えるようになり、そのためには自分が外に出ることが必要だと考え、転勤の希望を出したら、「では、ベトナムへ」ということになった次第です。英語もベトナム語も話せないながらも、なんとかやっています。

ベトナムという国は、日本と面積も人口もほぼ同じぐらい、違うのは国民の平均年齢が若いことですね。社会主義国でかつては同じ場所・時間に並んで食べ物をもらっていたのですが、1986年のドイモイ政策により急成長を遂げた国です。私が現在住んでいるハノイ市は北のほうに位置し、夏は40度を超え、最低気温も30度をきらないという非常に熱く、外で運動するのは難しいですね。

日本の成人の方というのは、週に1回運動する率が3割ぐらいといわれていますが、ベトナムでは、男性8割、女性6割ぐらいの方が週1回は公園で運動しています。朝夕、涼しくなってから、公園にあるマシンを使っていたり、エアロビクスをやったりと、日本以上に運動習慣が浸透していると思います。ほかのアジアの国々と比較するとGDPは低いですが、比較的近いインドネシアと比較しても、クラブの数は多いです。月会費が500~1,000円ぐらいの非常に小さいジムが多く、各施設の売り上げも非常に小さいものです。だから施設にエアコンがないなども普通ですし、ジムには武骨なマシンがただ並んでいるだけです。ヨガはベトナムでもとても人気があるのですが、ヨガはインドのものという考えが根強いので、インド人が教えるレッスンが人気となっています。ベトナムには、アメリカ資本とドイツ資本、そしてローカル



海老根勝則氏

の3つの大手フィットネス企業がありますが、こちらは非常にきらびやかな施設を提供しています。先進国でないの、先のようなジムばかりかと思えば、大手はとても豪華な施設を提供していて、レズミルズなどが人気のようです。

そして当社のクラブの様子ですが、日本とほぼ変わりません。朝、オープン前に並んで待っていて、インド人のヨガを楽しんだ後は、持ってきたお弁当を皆で食べて…。もし誰かの誕生日などがあれば、さらにビールを飲み始めたりします(笑)。

その後は昼寝。ベトナムの方は会社でも昼食後は机の下で昼寝をします。起きたらまたトレーニングして、お風呂に入って、バイクで帰宅しながら髪を乾かす。このような



向こうの平均月収からするとかなり高額でしたが500名ぐらい集まったことで、これならいけると2014年に進出したのです。もっと出店したいと思っていますし、出店要請もたくさんいただくのですが、建物が完全にできた状態でくるので、なかなか実現していません。プールをつくるには耐久性などをあらかじめ考えて建築しなければならないのに、その辺をまったく考えないのですね。しかし、ベトナムでも少子高齢化が進むなか、出店する価値は高まっていますので、引き続き新たな店舗出店に向け、取り組んでいきたいと思ひます。



感じですね。

ベトナムの方は、無駄なことにお金を使いたくない、要するに医療費にお金を使いたくないから、自分の健康は自分で守るという意識が高いように感じます。それが運動に駆り立てているのだと思ひます。

トレンドとしては、PTが人気で会員の15~20%はPTを受けており、子どもに対するPTサービスも人気です。そのほか、ボクシングとサイクリング、スモールグループレッスンもとても人気があります。子ども向けの運動サービスには特に今後の可能性があるように感じます。当社も、子どもたちにきちんと水泳を教えようと、またそこにビジネスチャンスがあるのではないかと考え、短期水泳教室をスポット的に提供したことがベトナム進出のきっかけでした。費用は3万円ほどで、

Information

お知らせ

1. FIA加盟施設認証制度のお知らせ

FIAでは「FIA加盟企業施設認証制度」を制定しました。
・生活者が「安心・安全のフィットネスクラブ」を選ぶ目安・目印となること並びにFIA加盟クラブの安心度をアピールすることを目的としています。

施設・設備・運営手法・企業自身に関する16項目について、適法性やコンプライアンス遵守について認定基準確認書を提出頂き、FIAが認証し、店舗では認証施設であることを示す「ステッカー」を貼って頂きます。ご希望により「認定証」も発行しています。



・この認証は、国が進める「ヘルスケア事業サービスガイドライン」に沿っており、地域の医療者・保険者・企業・行政などが生活者に施設を推薦する対象になります。

12月23日、経産省ホームページの「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方を踏まえた業界自主ガイドラインリスト」に掲載されました。

団体名	業界自主ガイドライン・認証制度名
特定非営利活動法人 日本エステティック機構基準	エステティックサロン認証
一般社団法人日本ホーム ヘルス機器協会	体調改善機器認定要領
一般社団法人 日本フィットネス産業協会	FIA加盟企業施設認証制度

・消費者庁が近く発表する「高齢者運動時の注意」という一般向けリリースでも、「安心・安全の施設選び」の目印として紹介されます。

・認定基準は、今後新たにFIAに加盟するクラブには必須事項となり、FIA加盟クラブなら安心というステータスを築いてまいります。

・1月20日以降、FIAホームページに掲載する書式により事務局あて申請してください。理事会等による承認を経て認定を行います。

2. FIA全国スポーツクラブ駅伝大阪大会

2020年2月11日(火・祝) 万博記念公園競技場

1月5日(日)エントリーを締め切りました。参加募集へのご協力ありがとうございました。

集計作業中ですが約1,770名の参加者数となっています。

3. FIAマスタースイミング選手権大会2020

2020年1月23日(木)エントリー締め切り。お急ぎください。
日本マスタースイミング協会のWebエントリーシステムからの手続きになります。

4. FIA関連今年の予定

FCM技能検定試験(1級実技)	2月2日(日)
FIA全国スポーツクラブ駅伝(大阪大会)	2月11日(火・祝)
FIAマスタースイミング選手権大会2020	3月7日(土)~8日(日)
SPORTEC2020	6月17日(水)~19日(金)
FIA定時総会	6月18日(木)
FIAマスタースイミングフェスティバル2020	9月27日(日)
SPORTEC WEST2020	10月14日(水)~16日(金)
※オリンピック	7月24日(金・祝)~8月9日(日)
パラリンピック	8月25日(火)~9月6日(日)

IHRSA2020開催のお知らせ



Surround Yourself with
Greatness

IHRSA 2020が、2020年3月18(水)～21日(土)、米国カリフォルニア州サンディエゴで開催されます。

IHRSAコンベンションはフィットネスの最新トレンド発信の源の一つと言えます。

ここ数年のフィットネストrendの多様化には目を見張るものがあります。

IHRSAコンベンションに参加することで是非ともその進化の実態を視覚と肌感覚でつかんでみてはいかがでしょうか。

既存のビジネスに何を付加すればよいのか。どのようにブラッシュアップすればさらにビジネスの質を向上することができるのか。様々な気付きを得ることができると考えます。

以下に今年のラインナップをダイジェストさせていただきます。

●400社を超える出展

2019年のIHRSAでは400社を超える出展がありました。今年はそれ以上が期待できます。最新のフィットネストrendをつかんでいただけます。

●参加を検討されている場合はFIAにお問い合わせください。

IHRSA2020コンベンションについては、クラブビジネスジャパン社が米国のフィットネス施設見学も併せたツアーを企画されていますので、こちらのツアー参加が便利ですが、ツアー参加とは個別にIHRSAへの参加をご検討される場合は、当協会までお気軽にお問い合わせください。開催会場であるサンディエゴ周辺で見学できる施設もご紹介します。

尚、コンベンションにはFIAからも参加予定ですので、可能な限り現地でのサポートもさせていただきます。

※以下のURLからパンフレットをダウンロードしていただけます。

https://cdn2.hubspot.net/hubfs/167081/20CV/files/IHRSA2020Brochure.pdf?_hstc=192510837.55534af87dce8da6c4012180fa75e57d.1578966169328.1578966169328.1&_hssc=192510837.1.1578966169329&_hsfp=3533107341&hsCtaTracking=bd32fbb-6f86-4a0b-aa1c-b2c65916ea1c%7C43669174-e480-4aac-9f60-e6c8582411d9

■IHRSA2020に関するお問い合わせ

TEL: 03-5207-6107

Email: matsumura@fia.or.jp

担当: 松村

●新着！IHRSAスキルワークショップ

コンベンション期間中の早朝にはスキルワークショップが多数用意されています。

コースインストラクターによる実践的な体験学習のためのワークショップです。実際にプログラムを体験することがベストですが、じっくりと見学して学ぶこともできます。

タブレット、ラップトップ、またはスマートフォンを持ち込んで、クラブの提供プログラムの質やスキル向上に役立つ情報を記録することも可能です。なお、早朝ですのでコンチネンタルブレイクファーストが参加者に提供されます。

●新着！IHRSA テクノロジー関連セッションも充実！

クラブでテクノロジーの使用を改善するための新しい傾向と方法を発見してください。

ウェブテクノロジーの活用方法やスマートフォンによるビデオ活用戦略の最大化等、あなたのビジネスに直接影響を与える差し迫った関連技術のトピックに対処するモーニングセッションが追加されました。

●米国を代表する著名人による基調講演が充実

米国のビジネスパーソンが注目する著名人による基調講演を日本語同時通訳付きで毎日聴講することができます。

Keynote Speakers



Member's Board

会員掲示板

IHRSAコンベンション
& 米国クラブビジネス視察研修ツアー開催！

企画主催: 株式会社クラブビジネスジャパン

企画協力: ブラボーグループ

2020年3月ロサンディエゴで開催されるIHRSAコンベンションへの参加と、米国の優良クラブを一遍に視察するツアーを企画します。例年好評のクラブ視察では、経済不況の中でも力強く好業績を上げているクラブを中心に、新しい業態や経営手法で成長しているクラブなど10施設以上を訪問します。経営者や経営幹部の方から直接話が聞ける機会もご用意しています。業界世界最大規模のトレードショーでは、サプライヤー各社が最新の機器やプログラムを展示します。

コンベンションでは本ツアーご参加者のための日本語通訳付特別セッションをご用意しています。クラブ運営に役立つ先進の情報が豊富に収集できます。フィットネスビジネス編集部が企画するツアーならではの最適な内容になっています。

ぜひご参加ください。

【視察予定クラブ】※以下は一部です

・ジム・スタジオ型

SLT/Stretch*d/マイルランハイクラブ/ReCOVER

・総合クラブ

イーストバンククラブ/フィットアスレティッククラブなど

以下サイトにて、1月16日(木)に情報をアップ致します。

<https://www.fitnessclub.jp/business/service/study.html>

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定について

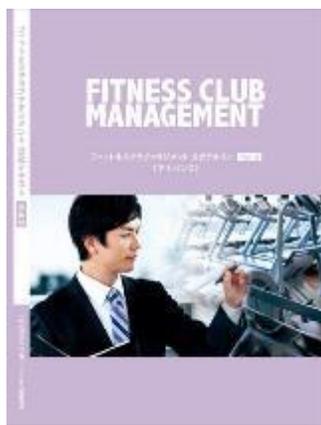
フィットネスクラブマネジメント公式テキストVOL.2が刊行・発売決定！2020年2月3日

2017年7月に発行された業界初のマネジメントに関する公式テキストが、このたび改訂され「フィットネスクラブ・マネジメント公式テキストVOL.2」として、2020年2月3日に刊行・発売されます。

初版と同様に「アドバンス」「インターミディエイト」「ベーシック」のレベル別3冊で、基礎となる内容・構成は業界のスタンダードな部分として継続し、ベーシックからインターミディエイト、さらにアドバンスと各章のレベルアップがより分かりやすい章建てに変更しています。

そのため、ベーシックで10ページ、インターミディエイト及びアドバンスは新章を設けて、それぞれ40ページ以上の増ページとなっています。価格は据え置きで、各3,500円(税別)です。

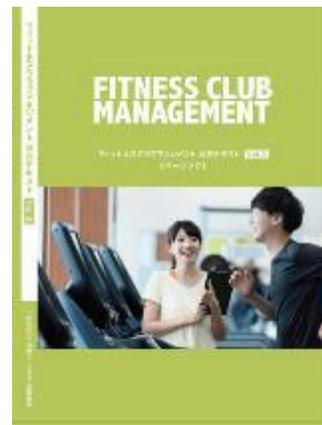
アドバンス(上級)



インターミディエイト(中級)



ベーシック(基礎)



ここでは、最も改訂部分が多かったインターミディエイト(中級)の第4章店舗運営以降の章建てについて紹介します。下表のとおり各章が変わっています。変更のポイントは大きく2つあり、初版では第4章店舗運営に集約されていた内容が、VOL.2ではカテゴリー毎に章として再編成されています。また、第4章は刷新され、ベーシックと同様にフィットネスクラブ内の主要な業務に対応する内容で各節を構成していることです。このことで、より各現場に即した、中級レベルのマネジメント業務についての内容になっています。

初版

第4章 店舗運営

- 第1節 品質管理
- 第2節 マーケティング
- 第3節 営業管理
- 第4節 財務管理
- 第5節 設備・安全管理
- 第6節 要員管理
- 第7節 労働法規の一般知識
- 第8節 リスク管理

- 第5章 人的マネジメント
- 第6章 顧客マネジメント
- 第7章 関連法規
- 第8章 安全衛生

改訂されたVOL.2版

第4章 店舗運営

- 第1節 フロント業務
- 第2節 ジム運営業務
- 第3節 スタジオ運営業務
- 第4節 プール運営業務
- 第5節 イベントの企画・運営
- 第6節 付帯事業など

- 第5章 マーケティング
- 第6章 営業管理
- 第7章 人的マネジメント
- 第8章 顧客マネジメント
- 第9章 施設・安全管理
- 第10章 関連法規

VOL.2における第4章店舗運営の各節の項目は、ベーシックとインターミディエイトが同じ構成になっています。ベーシックではオペレーション上の実務について詳細な記述がされ、インターミディエイトでは、現場のリーダーとしての視点で要点を記述しています。また、初版では節として記述されていたマーケティングや営業数値関連を統合し、記述内容を充実させています。

さらに、各章には執筆者から学習の意義を実践的に伝えるメッセージが記載されています。この機会に業界の名だたる執筆者によるマネジメントの公式テキストを手にとって見てください。

Associate members

賛助会員紹介

株式会社アムテック



企業PR

業務用洗剤で世界的に有名なスバルタンケミカル社、マイクロモップ・クロスの特許メーカー、デゴ社製品を国内のビルメンテナンス業界に広めて、生産性向上に貢献している企業です。建物内の豊富な清掃技術と、効率的な清掃方法をご提案いたします。ビルメン業界で培った豊富な導入事例を活かして、フィットネス業界の【美観と衛生性、作業効率アップ】を念頭に、作業のお手伝いをさせていただきます。病院や介護施設の除菌クリーニング、浴室浴槽の清掃、高速道路のPAや駅のトイレメンテナンス、フロアメンテナンス(床面の清掃)を得意としています。

主要商品・サービス

- ◆日常清掃を重視したプロ向けの洗剤類、マイクロモップを使った清掃方法の提案と、製品販売。
 - ・シャワー室・浴室の壁面や、床のヌメリを除去。
 - ・フリンジ付きマイクロモップと除菌クリーナーを併用し、掃きと拭きを一度で済ませる床面の清掃。床面の清掃を大幅に時間短縮できます。
 - ・トイレを無臭にします(除菌、バイオクリーナー)。
 - ・清掃員に対する、清掃の無料セミナーの実施。
- ◆頑固な汚れや、悪臭を取る特別清掃。
 - ・グループ内のビルメンテナンス企業で行ないます。
- ◆製品の購入ルートはご相談させていただきます。

会社概要

会社名/株式会社アムテック
 代表者/代表取締役社長 矢部 要
 所在地/東京都渋谷区渋谷4-3-17
 担当部署/営業部
 担当者/原 繁利
 連絡先/TEL. 03-5469-6667 FAX. 03-5469-6670
 e-mail: hara@ameni-tec.co.jp
 URL: http://www.ameni-tec.co.jp

New Clubs

出店情報

1月のオープンクラブ

ジェクサー・ライトジム&スパ東小金井 ●FIA会員
 所在地: 東京都小金井市梶野町1-1076-44

元氣ジム ジュニア ミツ境 ●FIA会員
 所在地: 神奈川県横浜市旭区笹野台1-20-13
 穴水ビル1F

ホリデイスポーツクラブ磐田
 所在地: 静岡県磐田市上岡田1-1

スポーツクラブアクトス Will_Gクロスガーデン多摩
 所在地: 東京都多摩市落合2-33 クロスガーデン多摩1F

エニタイムフィットネス倉敷中島
 所在地: 岡山県倉敷市中島254 1F
エニタイムフィットネス成田空港
 所在地: 千葉県山武郡芝山町香山新田27-1 2F
エニタイムフィットネス取手
 所在地: 茨城県取手市戸頭1125 1F
エニタイムフィットネス洋光台
 所在地: 神奈川県横浜市磯子区洋光台3-13-3 2F
エニタイムフィットネス倉敷中島
 所在地: 岡山県倉敷市中島254 1F
エニタイムフィットネス富士青葉通
 所在地: 静岡県富士市本市場町701 1F
エニタイムフィットネス覚王山
 所在地: 愛知県名古屋市中千種区覚王山通9-15 2-3F
エニタイムフィットネスあすと長町
 所在地: 宮城県仙台市太白区あすと長町1-5-40 1F
エニタイムフィットネス元住吉
 所在地: 神奈川県川崎市中原区木月2-6-16
 矢倉中田ビル 2F

Issue

記事

病院跡地、介護複合施設に、前橋市

前橋市は病院跡地を移住高齢者らが自立して暮らす拠点「CCRC」に整備する事業で基本計画を公表した。介護付き有料老人ホームや賃貸住宅などで構成する複合拠点にする。同市は優先交渉権者である大和ハウス工業を代表事業者とする3者と契約を結んだ。2022年度のオープンを目指す。

前橋市の「日赤跡地生涯活躍のまち(CCRC)事業」は、郊外に移転した前橋赤十字病院の跡地(約3.8ヘクタール)を再整備するもの。

老人ホームは80床を、住宅は賃貸と分譲戸建てで計48戸を計画する。夜間急病診療所や薬局、スーパー、フィットネス施設なども整備する。

契約するのは大和ハウスと介護施設運営のケアサプライシステムズ(群馬県高崎市)、認定こども園運営の社会福祉法人あおい会(前橋市)。

CCRCは高齢者が移住先で自立して暮らす米国発祥のコミュニティー。国内でもCCRCを計画する自治体が増えている。

ジャパン・フラワー・コーポレーション、フラワー教室×運動、挑む、まず北陸3県で、健康増進、中高年に的

北陸や関東で生花店を展開するジャパン・フラワー・コーポレーション(JFC、富山県射水市)は複合型フィットネス事業に進出する。フラワースクールや語学講座といった各種カルチャープログラムとも組み合わせ中高年の需要を開拓する。まずは2020年春に富山市や金沢市など北陸3県で新業態店を7店開設し、将来的には全国展開を目指す。縮小傾向が続く花き市場に対応する。

店舗面積は115~165平方メートルを想定しており、1回45分のプログラムを1日5コマ分展開する。月額1万円(税別)の料金を払うと、利用者は予約をしなくても各種プログラムに好きなだけ参加できる。富山市や金沢市の中心部にあるビルや商業施設の一角を借りて出店していく予定。

月間100コマのプログラムのうち40コマをフィットネス、60コマを教養講座が占める。フィットネスのプログラムは専門家と共同開発したもので、特別な器具を使用せずイスやトレーニング用のゴムを使った家庭でも実践できる内容にする。教養講座では外部講師を招き、花の生け方や英会話などのプログラムを提供する。

利用者自身に自らの趣味について講演してもらう双方向型の講座も想定している。JFCの松村吉章社長は「利用者間でコミュニティーを築いて、健康増進や認知症予防につなげたい」と話す。

(2019.12.6 日本経済)

UCカードと日立、手ぶら決済実用化へ 指静脈で認証

みずほフィナンシャルグループ(FG)傘下のユーシー(UC)カードと日立製作所は共同で、指静脈情報をクレジットカードとひもづけた決済を2020年度中に実用化する。12日から20年3月末まで都内の飲食店やドラッグストアなど5ヶ所で、1,000人規模を目指した実証実験をする。20年度中にレジャー施設やホテルなど数社への導入を見込む。

(2019.12.9 日本経済)

フレイル予防、東京都がPR動画

東京都は年齢とともに心身の活力が低下する「フレイル(虚弱)」の予防を呼びかけるPR動画の配信を始めた。具体的な予防方法や対策を紹介した「介護予防・フレイル予防ポータル」も福祉保健局のサイト内に開設した。動画ではフレイルが要介護状態につながることを強調し、ポータルで予防の知識をチェックするよう呼びかけている。

PR動画は都の公式動画サイト「東京動画」などで流している。フレイル予防について簡単にまとめた冊子も作成し、区市町村などの施設で配布する予定だ。

小池百合子知事は「早期に予防に取り組むと、フレイルから健康に戻ることも可能だと言われている」と強調する。都内の75歳以上の人口は2019年9月時点で約162万人であった。25年には190万人台に達すると推定されている。

(2019.12.10 日本経済)

ライザップ、ネット通販回帰を目指す再建シナリオ —証券部 岩本圭剛

経営不振の企業を買収し続けたRIZAPグループが、グループ再編に乗り出して1年が経過した。子会社の売却や事業の撤退が続いたが、ここに来て売り上げを伸ばすべく動き出した。雑貨やアパレル、出版と、幅広い分野の子会社を傘下に抱え、軸にするのはインターネット通販とプライベートブランド(PB)商品だ。フィットネスクラブよりも前に手がけていた祖業ともいえる。

同社は2020年3月期の連結最終損益(国際会計基準)を5億円の黒字(前期は193億円の赤字)と見込んでいる。前期に事業整理に伴う損失などが膨らんだ反動もあり、何とか黒字化を目指すという状況だ。楽観はできないものの、話題を集める商品もある。

2019年4~9月は、成長が続いていた主力のフィットネス関連も売上がほぼ前年同期並みにとどまっている。グループ全体の成長には売り上げの8割を稼ぐ、他の買収事業の再成長が欠かせない。

(2019.12.13 日本経済)

好調カーブス3,000店目指す、「30分フィットネス」シニア狙う

群馬県をルーツとし前橋市に本店を置くコンダカホールディングス(HD)が、フィットネスジム「カーブス」事業を拡大している。日本国内で出店を始めてから15年足らずで店舗数は2,000店を突破し、会員数は86万人に達した。好調の理由は運動に慣れないシニア客を狙ったマーケティングにある。手軽な30分のプログラムで体を動かせると、利用者の口コミを通じてファンを広げている。

(2019.12.16 日経産業)

皇居ランナーのフォームをAI解析 KDDIなど実証

KDDIは18日、スタートアップ2社と組み、皇居ランナーを対象に人工知能(AI)を使ってランニングフォームを無料で解析し、改善点を提示する実証実験を始めたと発表した。水分やたんぱく質を補給する商品をレジを通さずに購入できる無人店舗の運営も試す。実証実験はKDDIが毎日新聞社と共同で運営する皇居ランナー向けスペース「ランピット」(東京・千代田)で2020年3月31日まで実施する。ランナーが通常のマシンと同じように1分間走ると、運動専門のAIがランナーの歩幅やピッチ、重心などを解析する。結果は隣のモニターに表示される。「前傾姿勢のため背部の筋肉が固まりやすいです。楽な姿勢を意識しましょう」といったふうに問題点や対策を教えてくれる。一方、無人店舗ではスマートフォンがあれば財布をもたずに飲料やサプリメントを買えるようにした。店舗がカメラと重量センサーなどで利用者と商品を認識するため、利用者は商品をレジに通すことなく、欲しい商品を手に取ってすぐ退店できる。利用には事前にスマホでの利用登録と、クレジットカード情報の入力が必要になる。

(2019.12.18 日本経済)

高齢者の生活支援、広がるボランティアポイント制度

各地の自治体で、高齢者宅のごみ出しや介護施設などでの調理手伝いといった地域住民のボランティア活動にポイントを付与し、たまると少額の現金などに交換できる制度が広がっている。ポイントを集める楽しさをきっかけにボランティア参加を促す。

福岡市では介護保険施設などで囲碁将棋、カラオケの相手や健康体操と一緒に楽しむなどの手軽なボランティアでポイントを獲得し、年間最大5,000円がもらえるという。

(2019.12.14 日本経済)