

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。
だれしもが想像しなかった状況で新しい年を迎えることになりましたが、加盟クラブの皆様には日々ガイドライン遵守にご協力頂き、感染拡大阻止という実績を維持して頂いていることに深く感謝申し上げます。
コロナ禍に見舞われて以降、外出の自粛による巣ごもりなどの現象が引き起こした



「健康二次被害」という身体的・精神的後退や、多くの活動自粛によって社会的後退が起きる中で、私たちフィットネス事業者は、我々が提供するサービスや施設の価値を改めて認識しました。

私たちが取り組む事業は単なる余暇遊興ではなく「フィット＝澆刺と健康な日々を送る」

を多くの人々に提供するための社会インフラであるという自負と自覚のもと、FIAでは行政にも共通認識を持ってもらう働きかけを続けて参りました結果、スポーツ健康産業推進議員連盟の設立に繋がるなどの成果も見えて参りました。

新しい年を迎えましたが、残念ながら感染は拡大の一途をたどっています。

首都圏(一都三県)においては、再び緊急事態宣言が発出され、市民への不要不急外出自粛と各業種への営業時間

短縮要請などが図られることとなりました。

しかし、先にも触れたように、我々フィットネス産業は地域の健康づくりの重要なインフラという役割を担っている以上、その機能を停止することはできません。

そのためにも、フィットネス関連施設からの感染拡大は絶対に避けなければなりません。

FIA加盟企業各社様に於かれましては、今一度、感染防止ガイドラインの遵守状況をご確認いただき、その徹底を継続していただきますよう、お願い申し上げます。

そして何とかこの難関を乗り越えた先に、フィットネス産業の新たな発展の姿を共に描いていきたいと強く願います。

今後ともご理解とお力添えを賜りますようお願い申し上げます。

(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

コロナ禍を機会に変え、さらに成長していくための戦略と組織づくり

株式会社ティップネス 取締役執行役員 小宮克巳氏
株式会社ZEN PLACE 中国事業室室長 兼 DX推進室
マネージャー 家田昇悟氏
JR東日本スポーツ株式会社 取締役
事業推進部門長 大沢 勇氏
オレンジセオリー・ジャパン株式会社 取締役 飯田 賢氏
ファシリテーター: フィットネスビジネス編集長 古屋武範氏



2020年12月2~4日にかけて青海展示棟(東京・江東区)にて開催されたSPORTEC。新型コロナウイルス(以下、コロナ)の感染拡大を受けて、出展数の減少や一般の参加者を招いたデモンストレーションなどが実施されなかったことにより、例年より静かな開催となった。一方、セミナーにおいては現状を乗り越えるヒントが得られるものが数多く開催された。ここでは、そのなかの1つを紹介したい。

(※以下、敬称略)

—皆さんのクラブ、会員さまの戻り状況はいかがですか。私が聞いたところではまだ2~3割減ったままというところが多いようです。ただ、ヘビーユーザーの方を中心に、施設の利用率は結構高いところが多いようです。

そうであるならば、一部のファンの方たちが2~3倍のお金を払ってでも購入したくなるような付加価値の高いサービスを提供するとか、あるいは施設キャパシティを圧迫しないオンラインでの会員種別を導入したり、出張してのサービス提供なども検討するといったいいかもしれません。いかがでしょうか? 皆さんそんなふう新しいことにとりかかっていますか? 最初は動いていたが、今は落ち着いてしまっているなどということはないでしょうか? 今までと同じことをやっても、売り上げは回復しません。もっと生産性を高めないといいけません。加えて、もっと付加価値の高いサービスで、ファンの人たちにもっとファンになっていただくことがこれからは必要になるかと思えます。本日は、企業経営に大切な戦略と組織づくりについて取り上げます。では、それぞれまずご紹介をお願いします。

小宮:新型コロナウイルス禍(以下、コロナ禍)でオンラインセミナーなどが主流のなか、ここまで足を運んでいただいた方のために、有益な情報をお伝えできたと思います。なお、本日はあくまでも業界人として発言したいと思っていますので、ティップネスに限った話ではないとお考えいただければ幸いです。よろしくお祈りします。

家田:私は本日の登壇者のなかでは一番若く、この業界もまだ1年目です。私のキャリアはフリマアプリ「メルカリ」を運営する株式会社メルカリからスタートしました。その後、中国に留学していたこともあり、上海において、小売りメーカーなど日系企業のアプリケーション開発のコンサルティングやデジタルマーケティングを支援する会社で働き、'20年の1月より、中国事業立ち上げのためにヨガ・ピラティススタジオを運営する株式会社ZEN PLACEに入社したのですが、コロナ禍により、そちらはいったん中止を余儀なくされました。それでも過去の経験を活かしてシステム部の立ち上げを行い、現在はピラティス事業部全体をみています。このような経験から、本日はDXやシステム面からお話をできたらと思います。

当社の経営状況については、もともと不特定多数の方がマシンを触るという業態ではなく、施設は小さなスタジオのみなので、そういう面からすると総合型クラブほどダメージは受けていないと思います。とはいえ、関東に店舗が集中しているため、楽観視はできません。ただ、コロナの感染拡大状況にもよりますが、提供価値を享受していなかった方が退会されたことから、改めて成長できる可能性は大きいと考えています。

大沢:当社について、あまりご存知でない方もいらっしゃると思いますので、最初に少し紹介させてください。当社は'78年



小宮克巳氏

に設立された、東日本旅客鉄道株式会社の100%子会社です。事業内容は、フィットネスクラブやフットサルクラブ、リラクゼーションサロン、介護予防事業などの運営です。総売上高の約85%をフィットネス事業が占めており、従業員数は約410人、総店舗数75店舗、年商は約120億円弱となっています。私はここで全事業の責任者を務めています。

コロナ禍で、会員数は前年比で約30%減少しました。退会者を分析してみると、女性30~50代、0回利用者を含む低回数利用者や都心のオフィスワーカー、高齢者が多くなっています。当社の施設は駅に近いことを売りにしてきたこともあり非常に厳しい状況にありますが、ここから挽回をするために、現在、社長をトップに据え、各取締役がリーダーとなって6つの経営改善プロジェクトをつくり、コストダウンなどの取り組みを実行しています。

さらに株式会社経営共創基盤の富山和彦さんは「コロナ禍が収束したら2割の企業しか残らない」、アメリカのマーケターであるフィリップ・コトラーは「5年間同じことをやっていたら、5年後にはその会社はもうないだろう」と言っています。変わらないと生き残ることさえ難しい状況という意味だと思いますが、皆さんはコロナ禍で何を感じたでしょうか。

小宮:オンラインの活用やデジタル化の推進など、よい面もあったと思いますが、私自身が一番痛感したのは、いかにこの業界が、キャッシュフロー経営ができていなかったかということです。私のビジネススクールの仲間の中には飲食店のオーナーや経営者も多いのですが、彼らは日銭商売なので、運転資金のもち方が非常に慎重です。フィットネス業界は、毎月会費がお客さまの銀行口座から引き落とされ、会社に自動で入ってくるという、本来のサブスクとは異なる、いわゆる“サブスクもどき”な商売でやってきました。しかし今回、業界として初めて全店舗を休業することになって、売り上げが0のなか固定費はあがってくるという事態になり、どの企業もあつという間にキャッシュが枯渇し、資金繰りに苦労したのではないかと思います。ただ、特にこの業界の大手企業は、大企業系の子会社で、経営者も大体出向で来ていますよね。そのような経営者は、損益計算書(以下、PL)はよく見ても、キャッシュフローは重視しなかったりしますから、ある意味、非常に脆弱な経営基盤のもと、成り立っていたといえるでしょう。そのような意味では、勉強するよい機会が与えられたのではないかと思います。先ほど古屋さんの話にあった富山和彦さんは「良好な経営のポイントは、知の深化でキャッシュを生んで、それを探索に回していくこと。今ごろになってやっても遅い」と言っていました。私たちの業界のことを指しているように感じました。

家田:当社はもともと「ライフスタイルのなかに取り入れる」こと



家田昇悟氏

飯田:オレンジセオリー・ジャパン株式会社は今から5年ほど前に設立され、私は今年の6月まで約4年半、社長を務めていました。今は、取締役として店舗開発と、既存FC店のサポートや、新規のFC開発を担当しています。現在の経営状況としてはやはり厳しいところですが、そのなかでも店舗によってうまくいっているところ、そうでないところと差が出てきていることを感じています。今年はコロナ禍においてもすでに5軒、新店をオープンしました。今月も6店舗目が大宮にオープンし、国内14店舗になります。このスピード感を落とさずに今後も店舗展開を進めていきたいと考えています。

一本題に入る前に、まずコロナ禍がもたらした出来事について教えていただけますか？ 株式会社ファーストリテイリングの柳井正さんは「コロナのせいではない。悪いところはコロナ前から悪かった。いいところは残るし、悪いところはつぶれる」

をメッセージにヨガやピラティスを提供していたのですが、その価値を感じていないお客さまが今回のコロナ禍で退会されたように思います。残った、その価値を感じてくれている方は「こういふときだからこそ」と、リアルな店舗に行けない場合でも、オンラインで継続してくれています。これらのことから、当たり前前の価値提供をきちんと行い続けることの大切さを再認識しました。

戦略については、当社は社員を育成して、質の高い少人数レッスンやプライベートレッスンを提供することを他社との差別化ポイントとしていたのですが、コロナ禍をきっかけに、その部分をさらに強化しようと取り組んでいます。

大沢: コロナは、当社に対して半強制的に2つの変革を突き付けてきたと受け止めています。1つは経営体質の改善。より筋肉質な経営体質に変わらないといけないと感じています。ホリデスポーツを運営する株式会社東祥は、第2四半期で営業利益が黒字だと聞き、すばらしいと感じました。コロナに関係なく普段から利益体質の経営に取り組まれていた結果なのだと思います。もう1つは、お客さまにとって本当に必要な存在になることです。これまでそう在りたいと考えて運営してきましたが、もし本当にお客さまがそう感じていたのなら、こんなに多くの退会者が出ることもなく、営業再開後の戻りも早かったと思います。低回数利用者へのフォローなども含めて、抜本的にサービスを見直さなければならぬと感じました。

飯田: フィットネスというよりも、経営全般についていえることですが「援軍はこない」ということを実感しました。コロナ禍により、「誰かが助けてくれる」という考えは取り除き自己責任の必要性に迫られました。企業および一人ひとりが自立を求め



大沢 勇氏

られるようになったと思います。

さらに、コロナ禍はフィットネス業界の「定義」を変更することを求めたと思います。会員がかつての7割程度になってしまったなかで、今までと同じ「定義」で運営をしていたのでは、今後は経営が立ちゆかなくなるでしょう。希望的観測で「2月の状態に戻す」ことを経営目標にするのではなく、2月の状態には「戻らない」という前提で経営すべきです。

「定義を変える」という観点から、フィットネスにかかわる我々は、これからは“健康”や“運動”だけではなく、もっと広い視点で“幸せ増産産業”と捉えるなど、抽象度を上げた「定義」に変えていくことで、取り組める選択肢も増えると思います。

—例えば洗剤も、かつては“白さ”を訴求していましたが、今



飯田 賢氏

は“除菌”などに変わっていますよね。フィットネスクラブも見せ方を変えていくことが必要かもしれません。

今は、まずは地道に足元から取り組むことも大事かもしれませんが、経営者だったら3~5年、あるいはもっと先を見て、そこからバックキャストして今やるべきことを考えることも大事ですよね。皆さんは3~5年後の自社や業界にどうなっていてほしいか、またどうしたいのか、教えてください。

小宮: デフレミング(枠組みの崩壊。分解と組織、個別最適化、個人化の3要素から成る)は確実に進むと思います。流通業界ではとっくに起きていて、今は金融業界がそうになっていますね。フィットネス業界は、40年ぐらい総合型クラブオンリーで戦ってきた歴史があります。競争優位どころか競争相手がなかったため、このビジネスモデルが中心となっていたわけですが、今は小規模業態も増え、サービスの個人化が進んでいます。そうなると、これからは総合型クラブを軸に経営戦略を

組んでいてもだめだと思います。当社も売上高の8割は総合型クラブが占めていますが、利益ではかなり下がります。ただ目の前に60人の支配人がいて、PL上8割の売り上げをもってグループに対して、「これからの戦略は総合型クラブ事業だけを軸に考えない」とは言いにくいですが、しかし、それを言えない経営者はだめだと思います。ただ、実際、お店はあるしお客さまもいらっしゃるわけですから、きちんと未来について説明し、スタッフがモチベーション高く利益を生んでいけるようにするのが経営者の役割だと思います。これからはデフレミングを前提に戦略を立てるべきですね。

もう1つ、競争相手がたくさん出てきた今は、ハイパー競争状態です。選択肢が少なかった時代は、とりあえず人々は自宅が一番近いクラブに入会しました。それが今では東京の隅にある私の自宅周辺にも、総合型クラブが1軒に24時間ジムが2軒、さらにヨガスタジオが3つぐらいあります。選択肢が増えたわけです。実際、アンケートをとってみても、総合型クラブのジムと24時間ジムの、総合型クラブのスタジオプログラムとヨガスタジオを比べていることがわかります。マーケティングサイエンスの教授であるバイロン・シャープ的の言うところの、まさしくメンタルアベイラビリティの世界なので、本当の勝負がこれから来ると思っています。器は大型でも、サービスは個別最適化、個人化のほうにもっていく、単価を上げていくことが必要でしょう。そういう意味で、総合型クラブはこれからスクラップ(&ビルド)が進んでいくと考えています

家田: 一般的に総合型に入るであろうデパートであったり大型スーパーで買い物をしてきたところから、ネット販売が主流の時代になりました。そのネットのなかでも、どんどんサービスが細分化されてきていますので、フィットネス業界においてもそうなることは自然な流れだと思います。当社としてそれはラッキーな状態であり、攻めるところであると思うので、総合型クラブのなかで行われていたプログラムを、自社でより高い価

値を付加して提供していきたいと考えています。そうすれば、マーケットも伸びて、よい方向にいくと考えていますが、同時にインストラクターの採用・育成も必要になりますから、ここは懸念点ではありません。

しかし、コロナ禍で人々の意識がより自分のライフスタイルに向き、そこにピラティスやヨガを取り入れたいという要望が高まるとともに、資格を取りたいという人たちも増えており、ゆくゆくほかの産業にいる人たちがこの業界に流れてくるのではないかと考えています。当社としてはそこに向かってとれるパイをひたすら広げていくことで、3~5年先には非常に明るい未来が待っているように思います。

大沢:私は希望も含めてですが、業界の未来は明るいと考えています。そう考える理由の1つ目は、感染症というものは歴史的に見ても必ず終息するときが来るからです。終息後にフィットネスに対する需要はまた緩やかに盛り上がっていくのではないかと考えています。

2つ目は、'19年度のフィットネス業界をデータで見ても、増税というマイナス要因があったにもかかわらず、4,950億円の売り上げを出し、店舗数も過去最高にまで増え、会員数も560万人と、とてもよい状況でした。決してこの業界の市場が縮小しているわけではないのです。やや楽観的かもしれませんがまたいつかその状況に戻るのではないかと考えています。

一方、会員数は元に戻るかというと、それは難しいように感じます。そのため、不足する売り上げを補うために既存周辺事業の強化や新規事業にチャレンジしています。

しかし、あくまでも優先順位は、コスト調整によって利益をしっかりとらせる経営体質に変革することが必要だと考えています。

飯田:施設装置産業からは完全に脱却していくでしょう。私はメガロスの創業メンバーとして店舗開発の担当役員を務め、23店舗つくりましたのでわかるのですが、今まではいい立地やデザイン性の高い施設ということだけでかなり集客できていたと思います。また、初期投資が抑えられれば、それだけサービスを安く提供できて、ブレイクイブンを下がりますから価格競争力もつきます。そういった意味でいかに「いい開発ができるか」が勝負でした。しかし今は、いい立地であれば必ずしも勝てるわけではありません。先ほどお伝えしたように定義も変わってきていますから、それに合わせられない企業は厳しくなると思いますし、反対に変えることができた企業はどんどん事業チャンスが広がると思います。将来的には我々の競争相手は東京ディズニーランドなどということになるかもしれません。人の働き方も変わっていくでしょう。

※こちらはセミナー内容の前半部分を抜粋したものです。全文はフィットネスビジネス通巻第112号(1月25日発行)にてご覧いただけます。



Topics II

トピックス2

新型コロナウイルス感染症関連海外情報

アメリカのフィットネス産業団体であるIHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association) は、このほどオレゴン大学のコンサルティンググループ(OCG)による調査結果を発表し、フィットネスクラブがバーやレストランなどの他の場所とは同じリスクをもたらさないことを示しました。コロラドにおけるデータの分析では、フィットネスクラブの利用とCOVID-19症例の間に、統計的に有意な関連性を示していません。その内容を要約してご紹介します。

トレーニングジムはCOVID感染のリスクが低い

By: Jill Ryan, Executive Director

Colorado Department of Public Health & Environment

ジル・ライアン

エグゼクティブディレクターコロラド州公衆衛生環境局

新型コロナウイルス感染拡大の第二波に対応して、複数の州および管轄区域が、さらなる拡大防止のために複数の事業を再閉鎖するように動きました。

フィットネスクラブのリスクプロファイルが低いことを証明する既存のデータが存在するにもかかわらず、フィットネス施設は、閉鎖または、機能を制限した上での運営を義務付けられている業態の1つです。

IHRSAは最近、オレゴン大学のコンサルティンググループ(OCG)に囑託し、コロラドのデータを使用して、ヘルスクラブの利用とCOVID-19の症例との関連を調査するよう依頼しました。この要請に対してコロラド州の公衆衛生環境局(CDPHE)は、COVID-19の症例と感染設定の包括的なオンラインデータベースを提供しています。

「メディアからの(ジムの安全性に対する)反対意見と科学界の不確実性は、COVID-19パンデミック中のジムの安全性について、ジムに通う人、クラブ運営者、および為政者に曖昧さをもたらしている」とOCGのシニアマネージャーである Megan Evans (モーガン・エバンス) は述べています。

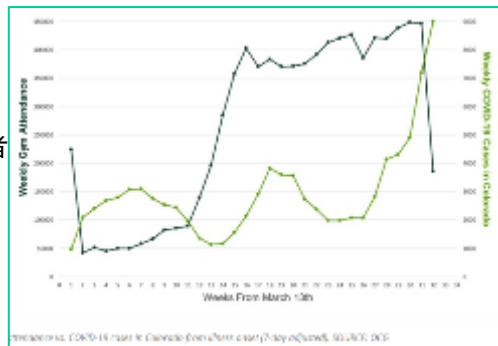
「では、実際にデータから何を学ぶことができるでしょうか？」
要するに、調査結果は明らかです。ヘルスクラブはバーやレストランのような他の場所と同じリスクをもたらさないのです。

この結果を決定するために、オレゴン大学の研究者は、観察法および統計分析法を使用して、ジムへの出席とコロラドCOVID-19症例データとの関係を調べました。

「まず、コロラドの自己申告による発生の記録(2人以上がCOVIDに感染したイベント)を見ると、ジムはこれまでリストに載っていませんが、バーやレストランは確かにリストに載っています」とOCG社長の Callum Kuo (カラム・クオー) は述べています。

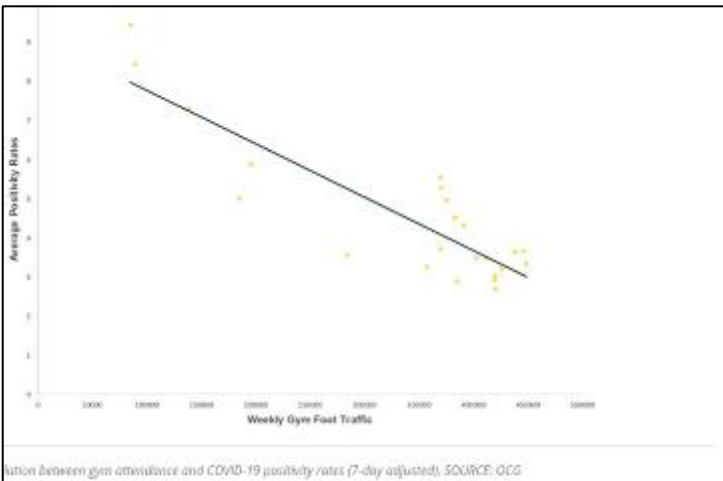
「さらに調査して、コロラドのジムについて得ている情報を比較したらどうなるでしょうか？」

毎週のジム利用データと翌週の陽性COVID-19率との相関関係を調べることにより、研究者はCOVID-19症例率とジム利用率の間に統計的に有意ではない相関関係があることを発見しました。



偶然ではありませんが、CDPHE (Colorado Department of Public Health & Environment) によって発表された最新の強制閉鎖からは、ヘルスセンターとフィットネスセンターが免除されました。

「私たちはステイクホルダーと話し合っていますが、ジムでは皆マスクを着用しているため、ここがリスクの高い設定の一つの環境であるとは感じていません。ジムではソーシャルディスタンスが確保され、機器を常に掃除(除菌)しています。したがって、私たちはジムの営業を許可することに満足しています」と述べました。(CDPHEのエグゼクティブディレクター、シル・ライアン)



大学グループによる追加の分析では、ヘルスクラブの利用とCOVID-19陽性率の間に負の相関関係があることがわかりま

■方法論について

OCGは、コロラド州の公衆衛生局のWebサイトで入手可能な観測データを調べることからこの調査を始めました。調査で展開された追加の統計手法は、次の3つのステップに要約できます。

1. コロラドフィットネスクラブの利用データは、ABC Fitness Solutions、MindBody、および24 HourFitnessより提供されました。利用データは、850万人近くのフィットネスクラブとスタジオの訪問に達しました。
2. フィットネスセンターの利用は、3月13日から10月15日までの間で、同じ期間のCOVID-19症例データとともに調査されました。
3. 採用されたCOVID-19の症例データは、報告日ではなく発症を反映するように選択され、その後、ウイルスに感染してから2~14日後に症状が現れるという米国疾病予防管理センターのガイダンスに基づいて、感染期間を考慮して一週間(7日)ずらしました。

「私たちはステイクホルダーと話し合っていますが、ジムでは利用者はマスクを着用しているため、ここがリスクの高い場であるとは感じていません。ジムはソーシャルディスタンスが確保され、設備も掃除しています。ですから、私たちはジムの継続を許容することに抵抗はありません。」

■追加の研究ニーズとデータに関する警告

ほとんどの研究がそうですが、さらなる調査と議論を必要とする発見には限界があります。

まずはじめに、分析されたデータは単一の州の結果を表していません。

理想的には、包括的なCOVID-19症例データがすべての州ですぐに利用できるのであれば、分析は全国的に実施できます。

第二に、サンプルサイズは32週間で構成されており、最近のCOVID症例の急増に伴い、外れ値データを失格にするためにさらに堅牢

した。負の相関は通常、逆の関係を意味します。ただし、ヘルスクラブの利用が陽性率を低下させているとは言えません。代わりに負の相関は、この負の相関を説明する可能性のある“変数”に関する議論を容易にするはずで

■重要なポイント

コロラドのデータに基づくと、ヘルスクラブの利用とCOVID-19の症例との間に相関関係はありません。レストランやバーのような他の公共スペースと比較して、フィットネス施設はリスクの低い環境です。ただし、ヘルスクラブやフィットネスクラブが実施している安全プロトコルと対策が、この結果に影響を与えている可能性はあります。

「相対リスクの評価に関しては、合理的かつ批判的である必要があります。そして、コロラドで見られる事例に基づく、ジムはバーやレストランと同じリスクカテゴリに属していません」とKuo氏は説明します。

「州は、ジムを取り急ぎで閉鎖した上で、他の州の反応を見て最終決定を下すのではなく、その前にデータをより綿密に調査する必要があると考えています。」

OCGの分析は、私たちがすでに知っていることをあらためて確認しています。ヘルスクラブはCOVID-19感染を推進はしていません。

最新の研究は、クラブ運営者がアクセスできる知識体系に追加され、そして為政者は事業の閉鎖を義務付ける際にそうした研究データをもとに熟考する必要があります。オレゴン大学の調査結果の詳細は、OCGのLinkedInページで入手できます。

なテストが必要です。

第三に、陽性のCOVID-19症例は、米国でのパンデミックの前にヘルスクラブの利用率が高かった3月12日より前のものは利用できません。

最後に、分析から省略された変数を説明するために、さらなる分析が必要です。ジムの質的要因は十分に考慮されておらず、ジムが感染の可能性が低いとはいえ、今後リスクの低い環境を確保するための研究に貢献する可能性があります。

(レポート)

Melissa Rodriguez
(メリッサ・ロドリゲス)

IHRSAのシニアリサーチマネージャーとしてヘルスクラブ消費者、クラブ運営、および国際市場向けの研究イニシアチブ関連を監督しています。



Information

お知らせ

1. FIA新春の集い

FIA恒例のFIA賀詞交歓会は、会員各位の交流と、正会員、賛助会員間の情報交換促進を目的として開催して参りましたが、本年度は新型コロナウイルス感染防止の観点から、開催形式を変更いたします。

FIAではかねて業界の懸案を政治方面へもアピールすることの討議がありましたが、昨年春先の営業自粛業種指定に始まる災禍の払拭に向け、ゴルフ・スイミング・テニス・ボウリングなどと共同で政治への支援要請を行う機会を得、スポーツ・健康産業推進議員連盟の発足に繋がりました。短期・中長期さまざまな業界活性化施策を要請してゆきますが、経緯と現況についてご説明するとともに、事業に携わる皆様の声をお聞きする機会としたいと思います。

日程：2021年1月22日(金)

時間：17:00～18:30

形式：Web開催(Zoom使用)

予定内容：

ご挨拶：スポーツ・健康産業推進議員連盟事務局長
経済産業前副大臣 衆議院議員 牧原秀樹氏
FIA関係行政(予定)経済産業省・厚生労働省
・スポーツ庁本年度新規加盟企業ご紹介
業界活性化施策概要説明など。

講演：東京大学理事 境田正樹氏(SPORTEC実行委員)

一方、地域社会で責任ある一員であるためには、可能な範囲での協力を行うこともやむを得ない側面もあります。

7日の自治体の公表を受けすでに20時までの営業をホームページで案内されている大手・中堅クラブもございます。

加盟各社には厳しい状況での事業運営となりますが、一都三県の全生活者に対して20時以降の外出自粛が呼びかけられている点、フィットネスのみならず、人が集まるとされる広範囲な施設・店舗・催事に対する依頼である点、などを考慮し、会員や広く世論の理解を得られるよう、以下をご参考に各社にてご判断頂けますようお願い申し上げます。

①営業時間短縮

強制力を伴わない「事業者への働きかけ」であることに鑑み、20時までを基本として地元自治体の方針に基づいた各社ご判断による時間設定も検討可能と考えます。

②県をまたいだ移動自粛要請がある場合

1. 元自治体の要請に従う(会員であっても県境越え来館を見合わせて頂く)ことを基本にご判断ください。

(GL7ページカコミ参照)

2. なお、同一地域他クラブ同士の相互受け入れなどが協議可能であればお進め下さい。別にご案内の「地方創生臨時交付金活用」に向けての下地作りに繋がります。

③クラブイベントの可否

GL7ページ②準拠であれば、クラブ閉鎖以外の状況では必ずしも中止判断とはなりません、人流の阻止が目的となることから、社会環境を考慮し短所要請期間にあつては各自自治体の方針に沿ってご判断下さい。

④スクールの扱い

学校休業の措置が発せられた場合はスクールを休止する。(GL7ページ①)学校休業は行われないとされて

参加方法:Web参加(Zoomによる視聴) FIA加盟会員企業に限ります。当初予定の会場参加は行いません。参加費は不要ですが申し込みが必要です。
※緊急事態宣言を受け開催方法を変更し、Web参加のみとなっています。

2. FIA加盟施設認証手続きをお進めください

FIA加盟クラブでガイドライン順守・安全配慮・企業コンプライアンスなど、所定事項が確認できる企業に対し、FIA加盟施設認証を行い、認定証掲出やステッカー貼付により社会に対し安全・安心のクラブであることをアピールする制度です。FIAホームページ(<https://www.fia.or.jp/public/19357/>)に説明と手続き書類がありますのでご覧ください。

●登録料: 5万円(企業単位初回のみ)

ステッカー: 220円(施設単位・1枚以上必須)

認定証書: 220円(施設単位・任意・額付も選択可)

3. 緊急事態宣言発出を受けた対応について

令和3年1月7日、緊急事態宣言が発出され、各自治体の取り組みが発表されました。

昨年のような営業休止要請はなかったものの、自治体により首長による営業時間短縮要請の対象になっています。この要請は今回、協力の呼びかけ・働きかけ、という表現であり判断に迷う所です。当業界は健康インフラとして「不要な出掛け先ではない」というアピールを続けて参りました。千葉県公文のように「健康維持のための運動も(不要不急の外出に)該当しません」と明示する例もあります。

いますが、各自治体の方針に沿ってご判断ください。

また、営業継続の場面においてもまだ課題はあると考えています。

今後の営業継続に向けて以下の2点を再度認識し、行動を起こすことでより万全な状況に向かいたいと思います。何卒宜しくお願いいたします。

①ロッカールーム、お風呂、サウナでのリスクが依然高いことへの対処。

*各社ロッカールームはマスク着用、お風呂、サウナは会話を控えるもしくは会話禁止等の表示は行われています。しかし実態は会員からのクレーム、自らの施設利用の実態を見ても一部比較的大きな声で話す人が存在するのが現実です。

その方達は自分の会話で飛沫が飛び万一自分が感染していた場合多くの方に迷惑がかかることを理解していない人達です。

例えば、施設内表示(ロッカー・お風呂・サウナ)で「会話することによりマスクをしていない場合飛沫が飛び周りの方に迷惑がかかるケースに繋がります。よって会話はお控えください!」という表示があれば大声で話す人は減少すると考えます。

各社表現等は工夫して頂き是非対応をお願いしたいと思います。

②スタッフの体調管理

スタッフの感染も目立ちます。自らの行動、体調を踏まえ始業時の体調チェックの徹底をお願いします。

スタッフもある意味命をかけて日々の指導、サービスの提供を行って来ています。会員、スタッフを守る為にも嚴重な体調チェックをお願いします。

フィットネスは地域の健康づくりの十分なインフラとしてその役割を止めることは、健康社会に於ける重大な損失となります。FIA加盟各社様に於かれましては、今だからこそ感染拡大を防止するためのガイドライン遵守をより強化して施設の運営継続にあたっていただきますよう、重ねてお願い申し上げます。
FIAといたしましても、フィットネス施設が国の健康施策を支える重要な役割であることを関係方面に対し、引き続き強く求めてまいります。

4. ミズノ水着素材マスクの販売が再開されました。

一時販売を中止しておりましたミズノ製水着素材マウスカバー(運動時推奨)の販売が再開されました。

詳細案内はFIA-HP(<https://www.fia.or.jp/public/oshirase/19798/>)をご確認ください。



定しておりました「フィットネス・スポーツ業界 合同リクルートフェア2022」をオンラインにて開催することといたしました(企業さまと学生さまをオンラインにてつなぎ、交流していただきます)。出展企業さまの社員インタビューや人事担当さまのお声のほか、フィットネス業界の歴史などを掲載し、毎回学生さまよりご好評いただいている『リクルートマガジン』についてもデジタルブックにて配布予定です。

今年で第6回目を迎え、初のオンライン開催となる『リクルートフェア』。ご興味のある企業さまは、ぜひお問い合わせください。

【開催日程】

2月25日(木)

※詳細決まり次第、弊社HPにて紹介いたします。

【問い合わせ先】

株式会社クラブビジネスジャパン

Tel. 03-5459-2841 Fax. 03-3770-8744

Mail. info@fitnessclub.jp



Member's Board

会員掲示板

クラブビジネスジャパン
緊急事態宣言を受け「リクルートフェア2022」
オンラインでの開催に変更

クラブビジネスジャパン株式会社では、緊急事態宣言が1月8日に再び出されたことに伴い、今年も東京・大阪にて開催を予

Member's Board

会員掲示板

(株)アースアンドウォーターより施設運営の
コスト削減「節水装置」のご紹介

新型コロナ禍 応援宣言

全国スポーツクラブ様 導入実績NO.1
業界唯一のワンストップサービスを実現



お客様満足度

97.2

総回答9,158件

当社お客様アンケートの集計結果

節水で一挙両得！

- ①水道光熱費の削減
- ②CSR(SDGs)に貢献

節水無料診断実施中

節水による
CO2排出削減活動証明書 発行中

省エネ対象受賞のロングセラー節水装置

アースアンドウォーター

Earth & Water

〒101-0047 東京都千代田区内神田3-18-3 S Dビル3F
TEL 03-5298-1355 FAX 03-5298-1356



フィットネスクラブ・マネジメント技能検定について

2020年SORTECにて、12月4日FCM検定セミナーが開催されました。

パネラーのお二人



川口 優子氏
(株式会社cocoraise代表取締役
役であり、元アイレクススポーツ
ライフ(株)人財開発部長)



石川 純子氏
(東急スポーツシステム株式会社
菅里本部 人事担当マネージャー)

内容: フィットネスクラブ・マネジメント技能検定ガスターとして3年が経過しました。FIAは業界各社の人財のマネジメント力の向上を目的に当検定事業に取組みを進めています。そこで、先行して取組まれている企業の人事・教育担当の方にパネラーとして、お話しいただきました。(以下Kが川口氏、Iが石川氏)

「フィットネスクラブ・マネジメント技能検定」取組みのきっかけについて

- K: 当社代表より、業界をよくする取り組みだと概要の説明を受け、社内精鋭部隊が当事者意識を持って取り組んだ事により、社員も興味を持ったこと。
- I: インストラクター職を志望しての入社者が大半であり、経験を積んで店舗運営を任される際にマネジメントの学ぶ機会が少なかつたため。学びのいい機会になると思ったため。
- ・就職メンターゲットとなるスポーツ関係の学校・専門学校で本検定3級が必須としている。

受検・FCM資格への会社支援について

- K: 受検必須者は全社員・PTリーダーも可能。全員初回受検費用(テキスト含)を会社補助、2回目から自己負担、1級合格者には毎月手当あり(社内外研修講師資格付与)
- I: 受検必須者(監督職クラス:店舗副支配人レベル)は初回受検費用(テキスト含)を会社補助

人事制度上でのFCM活用の仕組み

- K: 昇格条件として位置づけ ex) 1等級→3級 2等級→2級 3等級→1級
1級取得者は専門学校の授業への貢献もしている。
- I: 監督職クラス(店舗副支配人クラス)昇進後、FCM検定の受検必須。今後は、昇進条件のひとつとして2級を合格していることの必須を検討。

人材育成上でのFCM活用内容について

- K: 社内研修にテキストを活用する、採用時の基準の一つとする(3級取得者)。
- I: 管理職クラス(店舗チーフクラス)昇進時の研修材料として参考にしている。

FCM取り組みの結果、良かったところ

- K: どうしても社内テキストだと抜け漏れが出たり、視野が狭くなりがちだが、特に2級1級のテキストにおいてはビジネススクールでエッセンスを学ぶ必要がないほど、業界人として必要な知識が組み込まれており、効率が良い学習が可能。
- I: 現場勤務の場合、目の前のことを進めていくことが主となりやすいが、合格必須としたことかテキストを用いて【店舗マネジメント】を学ぶきっかけづくりになっていること。
- ・受検したことで、新たに学ぶ意欲が出ている社員がいること(本検定の1級を目指すなど)。

FCM活用推進上の今後の課題について

- K: 2級の合格率(暗記学習になりがち)社内研修の充実が必要。
- I: フィットネスクラブ事業現場に携わっていない従業員への意識向上の促進。

2020年第8回フィットネスクラブ・マネジメント1級学科試験合格者が発表されました。

2020年11月22日(日)に実施された技能検定1級学科試験の結果、12月22日に以下のとおり、合格者が発表されました。今回の試験では、受検者のレベルが高く多くの方が、2021年2月14日実施の実技試験受検資格を得ました。学科試験と実技試験の両方に合格された方は晴れて1級技能士となります。

受検申請数	学科試験合格者数	学科試験合格率
96名	49名	51%

New Clubs

出店情報

1月のオープンクラブ

ルネサンスさつき台24 ●FIA会員
所在地:神奈川県川崎市麻生区五カ田1-20-1

アイレクス・ライト+24岡崎戸崎 ●FIA会員
所在地:愛知県岡崎市戸崎字屋敷3-2 岡崎ビル1F

ジェクサー・ジム フラット イオンモール柏 ●FIA会員
所在地:千葉県柏市豊町2-5-25

URBAN FIT24南堀江
所在地:大阪府大阪市西区南堀江2-6-19

快活クラブ FIT24武蔵境
所在地:東京都武蔵野市境1-2-3 1F

ミラフィットネス茅ヶ崎円蔵
所在地:神奈川県茅ヶ崎市円蔵1348-1

FIT365佐野
所在地:栃木県佐野市富岡町1426
FIT365貝塚
所在地:大阪府貝塚市石才217 DCMダイキ貝塚2F

エニタイムフィットネスアクロスプラザ古川南
所在地:宮城県大崎市古川穂波7-2-15
アクロスプラザ古川南敷地内 1-2F

エニタイムフィットネス町田
所在地:東京都町田市原町田6-13-21 アミックスビル3F

エニタイムフィットネス秋川
所在地:東京都あきる野市秋川4-14-3 1F
エニタイムフィットネスライフガーデン綱島
所在地:神奈川県横浜市港北区樽町3-2-28 2F

エニタイムフィットネス鴻巣
所在地:埼玉県鴻巣市東1-1-30 1F

エニタイムフィットネス四街道
所在地:千葉県四街道市和良比269-13 1F

エニタイムフィットネス西三国
所在地:大阪府大阪市淀川区西三国4-8-19
三国ビルディング2F

エニタイムフィットネス苜田
所在地:福岡県京都郡苜田町殿川町1-61 1-2F

エニタイムフィットネスイオンタウン黒崎
所在地:福岡県北九州市八幡西区西曲里町3-1 1F

エニタイムフィットネス北谷
所在地:沖縄県中頭郡北谷町字伊平520 1F

Issue

記事

国際医療福祉大、ヘルスケアで産学連携、ソフトバンクGやオムロンなどと

国際医療福祉大学・高邦会グループは、ヘルスケア領域に特化したオープンイノベーション事業を始める。第1弾としてソフトバンクグループ、オムロン、日本ユニシス、シミックホールディングスと連携事業を始める。同グループの医療人材や臨床情報を活用し国内で新たな健康・医療事業を創出する。

IHWグループは学校法人、医療法人など全国に約60施設を持つ。1,000人以上の医師が在籍し、東京から福岡、神奈川、栃木など幅広い地域をカバーし、膨大な医療データを抱える。特に今春、千葉県成田市の成田国際空港近くに開院した成田病院はアジアを代表するハブ病院として最先端医療設備や研修施設を取り入れている。新型コロナウイルスの患者も積極的に受け入れている。

まず血圧などを計測するスマートフォン用のアプリの臨床研究や次世代の医療規格を活用したデータ事業、フィットネスで医療データを使う事業などを大手企業と始める。医療情報のAI開発などを進めるスタートアップ企業とも連携し、新規事業立ち上げを促す。

(2020.12.1 日本経済)

健康ポイント集め特典 千葉県、12月から飲食店など

千葉県は12月から、各市町村の実施する健康ポイント事業に参加した人が飲食店などで特典を受けられる取り組みを始めた。県内全域で取り組むことで事業を実施する市町村を拡大し、より多くの県民に健康づくりに励んでもらう狙いだ。

市町村が実施する事業に参加して一定のポイントのため、市町村に申請すると「ち〜バリュ〜カード」がもらえる。カードを飲食や物販など事業に協賛する店舗で提示すると、料金の割引などの特典が受けられる。協賛店舗は随時受け付けており、県によるとすでに約400店から申請があったという。

(2020.12.9 日本経済)

ソフトバンク、骨格推定技術とAIを駆使したスポーツコーチングプラットフォームの商用化に向け実証実験を開始

ソフトバンク株式会社は、5G時代にふさわしいスポーツコーチングプラットフォームの商用化に向けて、骨格推定技術とAIを用いた実証実験を2020年11月に開始した。AIコーチングのロジック構築は、国立大学法人鹿屋体育大学が協力する。

今回の実証実験では、骨格推定技術を活用した専用アプリ「コーチングAIカメラ」の利用や、映像解析AI「AIコーチング」によるアドバイスが、スポーツ技術向上に寄与できるのかを検証する。「コーチングAIカメラ」には、利用者とプロ選手のフォームのマッチ度がスコア化される「プロ真似カメラ」と、利用者と上手な選手の骨格の動きを比較できる「くらべるカメラ」の2つの機能がある。「プロ真似カメラ」で比較ができるプロ選手は、福岡ソフトバンクホークスの選手などを予定している。「AIコーチング」は、バッティングフォームの映像をAIが解析し改善のためのアドバイスを行う。

(2020.12.10 日本経済)

ヘルスケア、コロナで存在感、時計型端末や遠隔ジム台頭

米国は例年ならばサンクスギビング(感謝祭)の時期で、実家で過ごす旅行者で空港が混雑する所です。しかし今年は新型コロナウイルスの影響もあり、静かな年末になりそうだ。米国の第1波や第2波の時期は小売業が大きな影響を受け、倒産や店舗縮小が相次いだ。そしてネットでの生鮮食品の販売網が急激に整備された。第3波の現在、注目を浴びているのがフィットネスやヘルスケア。ワクチンの開発のめどがたちつつあるが、実際に行き渡るまでには時間がかかるため、健康維持の面で引き続き需要が見込まれる。

米アップルは、各種サービスをひとまとめにした「アップルワン」のプレミアムプランで、アップルウォッチと連動するフィットネス動画サービスを米国で年内に提供すると発表しているほか、米アマゾン・ドット・コムはヘイローバンドというデバイスを発売し、加速度、温度、心拍、音声といったユーザーのデータを取得・解析し、健康状態を把握できるようにしている。米グーグルの親会社である米アルファベットも腕時計型端末の米フィットビットを買収してこの分野に力を入れる。

GAFAと呼ばれる4社のうち、3社がヘルスケア分野のウェアラブルデバイスに力を入れており、このことは、将来のテクノロジービジネスにとって重要な分野であることを示唆している。

こうした動きは米国だけではない。中国でもアリババ関連のアリヘルス、平安保険関連の平安好医生、テンセント関連のウィードクターといった企業がヘルスケア事業を進めている。

(2020.12.10 日経産業)

フィットネス機器の米ペロトン、同業のプリコーを買収

フィットネス機器の米ペロトン・インタラクティブは21日、同業のプリコーを買収すると発表した。買収額は4億2000万ドル(約435億円)。新型コロナウイルスの感染拡大下で自宅でのトレーニングに人気が高まるなか、生産能力を向上させて消費者の需要を取り込む。

買収は21年の初めにも完了する見通しで、同年中にも米国国内でフィットネス用バイクなどの生産を始める。事業拡大による収益増への期待が高まり、ペロトンの株式は22日の米株式市場で一時15%超上昇した。

(2020.12.23 日本経済)

ティップネス、来春オープン
「フィットネスクラブ ティップネス駒沢大学」入会受付を開始

関東・関西・中京地区を中心に61店舗の総合フィットネスクラブを運営する株式会社ティップネスは、2021年3月29日に駒沢大学駅前にオープンする「フィットネスクラブ ティップネス駒沢大学」の入会受付を、12月25日(金)より開始した。

「フィットネスクラブ ティップネス駒沢大学」は、日々の生活の中で誰もが気軽に利用できる「街のフィットネスクラブ」をコンセプトに、駒沢大学駅から徒歩1分という駅チカにオープンする。本格的な北欧式サウナを備えた、ティップネス史上最大級となるスパ施設や、最新マシンを取りそろえた24時間営業のジムエリア、人気の低酸素トレーニング専用ルームなど日常生活を豊かにするバラエティに富んだ施設と最新鋭のサービスで、コロナ禍の安心・安全に十分配慮しながら地域の人々の健康をサポートする。

(2020.12.25 日本経済)

民間学童ビジネスに脚光 5,000億円市場に新規参入も

待機児童から待機学童へ。働く女性にとっての課題が変わりつつある。保育園に入れない待機児童の問題はあと1年ほどで解消する道筋が見えてきたが、小学校に入学した子供を預かってくれる学童が不足している。いわゆる「小1の壁」問題だ。2020年の学童利用者は127万人で、2027年には158万人まで増える見込み。不足分を埋めるのが、企業が運営する民間学童だ。公的学童より費用は高いが、午後10時まで預かってくれたり、習い事への送迎や夕食の提供までしてくれたりする民間学童へのニーズは高い。新型コロナウイルス感染拡大も民間学童に注目が集まる一因となっており、5,000億円と見込まれる市場への新規参入も増えている。

(2020.12.20 日本経済)

日替わりシェフが料理、秩父の交流施設で試み、
高齢者の健康維持に一役

埼玉県秩父市の住民交流施設「秩父市花の木交流センター」で、毎週日替わりの料理人が食事を提供する「日替わりシェフ食堂」の試みが始まった。隣接する高齢者向け住居「ゆいま〜る花の木」を運営するコミュニティネットが企画。高齢者が不特定の人々と食事を通じて交流することで、徐々に心身が耗弱する「フレイル」の予防につながると期待する。

同センターが料理人を募って調理場を貸し出し、原則毎週月曜日の昼食時に20食限定でランチを提供してもらう。食堂は誰でも利用できる。

(2020.12.11 日本経済)

ミラーフィット、鏡とディスプレイ一体の機器
—自宅オンラインジム フィットネス動画配信

フィットネス関連スタートアップのミラーフィットは鏡とディスプレイが一体になった機器を使ったオンラインフィットネス事業を始める。試験的に機器を提供し、2021年春にサービスを正式に開始する。身長ほどの大きさの姿見に、動画のコーチの姿と鏡の自分の姿を同時に映しながらフィットネスに取り組める。年内に100台を納入する。

開発した機器は140~180cmほどの高さで、鏡に映像が再生できる。通信を使ってフィットネス動画をオンデマンド方式で配信する。コンテンツは全国の有名トレーナーと共同で制作した。すでに200本用意しており、毎月30~40本ずつ増やし、500~1,000本の動画が常時見られる状態をめざす。ライブ配信もまず週に1、2回始める。

個人やホテルなどの法人向けの利用を見込む。開発した機器は電源を切っている状態なら通常の鏡として利用でき、日本の狭い住環境でも使いやすいと判断した。価格は14万9,800円で、別途動画コンテンツを利用するために月額5,980円がかかる。故障に備えた保険も三井住友海上火災保険と検討する。

ミラーフィットの黄皓社長はパーソナルトレーニングのジムを経営していたが、新型コロナウイルスの感染拡大で一時期休業になったことを受け、機器の投入でオンラインフィットネス事業に注力する。米国で自転車型トレーニングマシンを使ったオンラインフィットネスが流行するなど世界的に新サービスの登場が相次いでいる。

(2020.12.28 日本経済)