

Fitness Industry Association



Fitness
Industry
Association
of Japan

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

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
https://www.fia.or.jp

Topics

トピックス

ポストコロナ期に於けるフィットネス産業 ～成長の鍵と経営の方向性～

株式会社ルネサンス

代表取締役社長執行役員 岡本 利治 氏

野村不動産ライフ&スポーツ株式会社

代表取締役社長 小林 利彦 氏

株式会社東急スポーツオアシス

代表取締役社長執行役員 栗辻 稔泰 氏

司会: (一社)日本フィットネス産業協会 吉田 正昭

※以下、敬称略

6月17日～19日にかけて名古屋で初めて開催されたSPORTEC。今回は、当該SPORTECで開催されたFIAマネジメントセミナーの模様を紹介する。コロナ禍になってから1年以上が経過し、各社では引き続き感染予防対策を講じつつも、新たな経営方針を基にさまざまな取り組みが始まっている。この1年、フィットネス業界の最前線で働かれてきたスタッフに向けて、各社長よりメッセージを頂戴しているため、ぜひそちらも併せて読んでいただきたい。

ら本社と連携をして標準化の推進をしていました。テニスクール、新店立ち上げ、営業継承のほか、不採算店の立て直し、閉店、受託事業などを経験させていただいたので、それらの経験が私の今のキャリアのベースになっています。3店舗の支配人を兼務していた時期もあり、そのようなことは私にしかしていなかったもので社内で目立ったのかもしれませんが。当時社長だった斎藤に「チェーンオペレーションをやっているなら、営業部長を経験して来い」と言われ、九州に戻って9店舗の営業部長をやりました。その後守備範囲が広がり、2007年には神奈川県から西側の約50クラブを統括する営業統括部長を担当しました。2008年に本社に呼ばれ、営業本部の副本部長を経て営業本部長としてスポーツクラブ事業を昨年まで担当してきました。昨年4月に新社長として高崎が就任しましたがその途端にコロナとなり、6月に営業を再開して新体制でやっていこうとした矢先に高崎が逝去いたしました。翌日の6月16日に社長を拝命いたしました。営業本部長の時から心掛けていたのは、弊社の「生きがい創造企業」という理念をどういう風に各クラブに浸透させるかということです。できるだけクラブに足を運んで、理念や何のためにこの仕事をしているのかといった話をしていくことを私のスタイルとしてここまでやってきました。

小林: 私、実は12年前に喉頭がんを患い、喉頭を4分の3取っておりまして、声が少しガラガラです。健康の大切さは身に染みてわかっています。そんな経験があるものですから、生きていく時間に対して貪欲なタイプです。社内でも「やっちゃえ」「やりきれ」とよく言っています。わが社のスタッフに対して「とにかく挑戦しよう、そして言った以上は覚悟を持ってやり

吉田: コロナによって業界の構造が変わってきました。昨年まではFIAでのセミナーは未来へ向けての挑戦とのことで進めてきたのですが、この1年間で環境が大きく変わってしまって、なかなか我々フィットネスとして本来やるべきことに制限がかかり、そのなかで耐えながらここまでなんとか来ているというのが実情だと思います。

今日はパネリストとして、現場で指揮を取っていくなかにおいて極めて重要なポジションを務められている3名の方にお越しいただきました。各社の状況をインプットして、皆さんから新たなご意見を頂戴しながら進めていければと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

——それではパネリストの方の自己紹介をお願いします。

岡本: 私は入社39年目で、すべてお話すると時間が足りませんのでダイジェスト的にお伝えします。弊社は1979年にテニスクールから事業を起し、1983年に福岡にテニスクールが出店された際にテニスクールのアルバイトとして採用していただきました。その後正社員になり、ヘッドコーチ、単体のテニスクールの支配人をやっておりました。ルネサンスがスポーツクラブの全国展開を始めた90年代に「北海道に行って来い」と言われ、そこで支配人として新店の立ち上げを行い、以降宮崎、京都、大阪で支配人として現場を経験しました。その頃はまだチェーンオペレーションの標準化ができていなかったもので、クラブの運営をしなが

きれ」としきりに話していて、徐々にそのような会社になってきたと思っています。とはいえ、この業界に来てまだ7年の新参者ですので、皆さんにいろいろ教えて頂きたいと思っています。それまでの25年間は、野村不動産におりました。プラウドというブランドのマンションをつくっている会社です。そのなかで大きく分けて、街づくり、投資家の資産運用、グループの経営企画の3つをやってきました。街づくりがやりたくて不動産会社に入社したのですが、街づくりと言っても結局箱(建物)を作るだけなんです。今フィットネス業界に来て、箱の中のオペレーションが大事だと実感しています。日々、街に住む方たちと近い距離でサービスを提供していく楽しさやハードとソフトの両面から街の健康インフラを考えることの価値を再認識しています。資産運用に関しては、1兆円の資産を預かって運用していました。ただ、運用している自分が1兆円を見たことがないので実感が湧きません。1兆円が0.1%のパフォーマンスを上げるだけで10億円儲かってしまう、そのようなビジネスをやっていました。これはこれでダイナミックなビジネスなのでわくわくはしますが、目の前にリアルなものがないので、儲かった、損をしたといった実感の乏しいビジネスです。我々フィットネス業界では1円単位のビジネスをやっているもので、当初はその差にびっくりしました。ただやはり目の前のリアルなお金にこそ価値があって、お客様との関係のなかでの1円、100円にはとても意味があると思っています。今はそのリアルなビジネスの意義、温もりみたいなものを感じて、毎日が充実しています。

3つ目が、経営企画です。経営企画部では、野村不動産グループのトップがいろんな判断を下す場面を近くで見してきました。2008年にリーマンショック、2011年には東日本大震災があり、今回のコロナと同じように世の中が凍りつきました。

そのような有事の際にトップがどういったジャッジをするのか、どうやってグループを動かしていくのかを見てきました。そこで知り得たものの考え方が、この1年間自分でいろいろ悩み、考える中でとても力になっています。今振り返ると、あの時の経験は有意義だったと思います。キャリアはこのような形で、スポーツクラブ業界での経験は何もありません。現場に立ったこともないし、マシンの名前も言えません。そんな素人ですが、よろしく願いいたします。

栗辻:平成元年に東急不動産に入社いたしました。当時はバブル時代で、サラリーマンらしくないサラリーマンになりたいと思い、元々スポーツはやっていたのですが、スポーツマンというよりかはビジネスマンとして成功したいなと思い、東急不動産に入りました。ただ、入社から4年後に関西の東急スポーツオアシスに出向していました。オアシスは関西が発祥で、すでに35年が経って現在35店舗ほどになっています。出向した時に初めて経験したことが、心斎橋のクラブエストという新しい業態をつくるプロジェクトでした。約5年の間に4店舗を経験し、約2年間は心斎橋や江坂の支配人を経験しました。まったくスポーツクラブを運営した経験がなかったのですが、とにかく面白いことをやりたく、施設内では好きなことをやって、部長などによく呼び出されて怒られていました。当時自分がめちゃくちゃにやっていたことをよく覚えているので、僕が社長になった今、みんなにも「めちゃくちゃにやっていいよ」という話をしてはいるのですが、みんな真面目でなかなかやらないのが現状です。

その後の5年は、関西で商業施設の開業や開発をやっていました。大阪の阿倍野に「あべのキューズモール」という大き

な商業施設があり、その開業や運営に携わり、初代の総支配人もやらせてもらいました。あべのキューズモールは年間来場者数が3,000万人という非常に大きな施設であり、そこで経験したテナント様やお客様との交わりが今に活きていると感じています。また、大阪城の横にある森ノ宮にも「もりのみやキューズモールBASE」という新しい商業施設をつくりました。そこはどちらかというとスポーツや健康分野が重要な施設だったので、当然東急スポーツオアシスも入っており、商業施設の上に300mのトラックをつくりました。

その後、東京に来たのが5年前くらいで、まず銀座に「東急プラザ銀座」をつくりました。今まで経験した商業施設はモール型だったのですが、東急プラザ銀座はラグジュアリー型の商業施設でした。オアシスでも若干高単価の施設があるので、そういった時にこの商業施設での経験が活きていると思っています。オアシスに来る前には東急不動産SCマネジメントという会社で2年間社長をやらせていただきました。昨年、古巣である東急スポーツオアシスに約25年ぶりに戻ってきてわくわくしていたのですが、就任した途端にコロナになり、就任してから1～2週間も経たないうちに緊急事態宣言になりました。

私のモットーは「スピードとチャレンジ」でして、どちらかというと守りが苦手です。何事も攻めることを信条にしていますが、この1年半でまともに営業していた時がないのでなかなか攻める機会がありませんでした。後ほど経営戦略の話させていただくときに詳しくお話しますが、コロナがどのように収束するかはわかりませんが、守ってばかりでは面白くないのでそろそろ攻めていきたいと思っています。

吉田:今まで歩んで来られたプロセスが随分違いますね。岡本社長は業界の流通をずっと知っておられて、仕事をずっと一緒にしていたのですが物凄くきっちりしておられます。相当会社の仕組みも作り直されています。小林社長と栗辻社長は街づくりなど不動産関連の、我々とはまったく違う業種を経験されていますので、これまでとは違う知恵をこの業界にもたらしてくださると思っています。私がFIAの理事になってから十数年ほど経ちますが、初めて来た時は第一創業者の皆さまが半分以上でした。理事会などでも反対意見を言える雰囲気はまったくありませんでした(笑)。この10年強で理事の入れ替わりが進み、異業種の知恵がFIAにも入りつつあります。これから先、もっと大きくシフトチェンジしていくことを今日の皆さんのお話から掴んでいただけたらと思っています。

——コロナが出始めてから、経営判断や大きな意思決定をする場面が多々あったかと思います。経営的な方向性を含めた、コロナ禍の状況と今後の方向性をお聞かせください。

岡本:過去にはリーマンショックや震災などはありませんでしたが、その際は短期間で決着していました。今回のように1年以上も、しかも全国的に影響が出る経験はこれまでしたことがなくいろんなジャッジが考えられました。特に、昨年3月の感染が広がり始めた頃、部分的にスタジオだけをクローズしたり、スクールを休業したりしました。当時はまだ緊急事態宣言が出ていませんでしたので、4月に入ってからこのまま営業を続けていいものかと迷っている時に緊急事態宣言が発令されました。業績的には当然厳しい状態になるのはわかっていたのですが、致し方ないということで休業に応じました。逆に、昨年6月に営業再開の目途が立った際は、時間的にも余裕ができたことから、FIAガイドラインに沿った感染予防対策は徹底的に実施できました。この際、「利益だけを追求するのか」という声があがる一方で、「こういう時こそ健康維持のために施設を営業すべきじゃないか」などの意見もありました。



株式会社ルネサンス 岡本利治氏

ただ、スタッフやお客様の安全が1番大事なので、安全が担保できるところまでしっかり予防対策をやれたことが、6月以降しっかり営業できた要因だと思っています。

今はどのクラブでも当然やられていることですが、当時は感染予防対策に対する知見もなかったですし、マスク不足などもありました。国が出した方針や指針を分析したり、FIAのガイドラインの策定にも携わらせていただきながら、感染予防対策を最優先に営業を続けています。昨年6月に営業を再開した後は、全クラブに足を運んで感染予防対策がしっかりできているか確認することと、スタッフやお客様の声を聴くことができました。スタッフの声としてはどこも同じかと思いますが、3密を避ける意味でスタジオの定員を少なくしていることに対する声や、マスクを着けてくださらない方やロッカールームで会話される方に対するコントロールが非常に難しいとの声が多かったです。休会や退会をされる方も多かったので、クラブではその手続きに忙殺されました。今は少し落ち着いて、お客様も感染予防対策に対するリテラシーを守っていただい

ており、協力し合いながら営業を続けています。

また、コロナが長引くことを懸念して、どうしたらお客様に情報が届けられるかを考え、いち早くオンラインの開発に着手しました。本当に短期間でオンライン開発をしてくれたスタッフには感謝しています。当初はリスクヘッジ的な形でオンラインを開発したのですが、以前から力を入れていた法人や企業様、自治体様向けの事業としても展開しています。従業員や地域住民の健康の二次被害予防策としてオンラインを活用できるようになったので、取引先様からも感謝されている状況です。それと同時に新たなビジネスチャンスもあることを実感しました。

とは言え、スポーツクラブ事業に頼っている状況ですと、こういった感染が起こった際に非常に厳しくなるということを痛感しました。弊社の決算発表時に出している各部門の売上高では、スポーツクラブ事業が148億くらい減収しており、これが前年度赤字となった要因です。売上の構成比がスポーツクラブで92.5%となっており、ほぼスポーツクラブの売上に頼っていますので、将来このようなことがまた起こると、会社の存続がかなり厳しくなります。スポーツクラブ事業は当然復活させないといけないのですが、その事業の周辺でどうやってビジネスを広げていくかというところに、私どもは舵を切っています。

この考え方は2018年に中期経営計画を出した際に「スポーツと健康のソリューションカンパニーになる」と掲げて取り組んできていました。元々ヘルスケア事業には取り組んでいましたが、新規事業としてのヘルスケア事業はまだ経営の柱になっていません。

今年度の大きな重点項目として、まずはスポーツクラブの収益構造の改革です。コロナで減ってしまった会員数が一気に

に戻るとは思っていません。今の会員数のままでいかに損益分岐点を下げられるかに昨年からチャレンジしていますので、今年で成果を上げられればと思っています。特にフィットネスクラブは戻りが悪いということで、後ほど方針を説明します。スイミングスクール、テニススクールなどのスクール事業は戻りが早く、分析すると、コーチと会員様とのつながりが非常に強いことが継続につながっているという結果が出ています。こういった考え方をフィットネスに取り入れるべく、新しい商品の開発に取り組んでいます。

また、介護リハビリ事業については、自治体からちゃんと事業を続けてほしいと言われて続けられたもので、こちらは社会的意義もかなり大きいと思っています。

そしてその他の新しい事業、ヘルスケア事業は、これまでなぜ幹が太くならなかったかと言うと、明らかに人や経営資源の配分が足りなかったからだと思っています。日経新聞にも出ましたが、現在SOMPOケア様との間で新規事業創出型の留学制度に取り組んでおります。最終的には50名程度の社員に学びに行ってもらい、介護リハビリ事業のノウハウをしっかり吸収してこのビジネスを展開していく準備をしています。

小林: わが社の今の状況は、厳しいです。とは言うものの、ここ最近マーケットは底を打ったかなと思っています。在籍の数がじわじわ増えてきていると感じています。例えば、日比谷の店舗では、去年は都心でワーカーが激減したため、会員数もピーク時に比べて50%程減少しました。それがじわじわ戻ってきています。都心は変動幅が大きく、一気に回復を期待しています。また今月から会費を平均で800円値上げしました。これは一律800円ではなく平均値で、会員様によっては5,000円くらい上がっています。退会は想定を下回り、これで底なし



野村不動産ライフ&スポーツ株式会社 小林 利彦氏

沼は脱したと思っています。在籍数が底を打って、単価も上げて、いよいよここからいくぞってところが今です。

よく言われるようにコロナが原因ではなく、コロナは潜在的な課題の顕在化を速めただけだと思っています。当社の場合、利益率の低さ、会員数の変動の大きさ、首都圏の売上げ比率が高すぎるものが課題としてあります。特にコロナ初期の頃は、都心の店舗は軒並み苦戦しましたので、去年はともしんどかったです。今後、これらを一つ一つ治していこうと思っているのですが、まずは売上げの回復が必要でキーワードとして「デジタル」「館外」があります。デジタルはわが社だけではできないと思っているので、パートナーとしてリーンボディさんと組ませていただきました。彼らが持っている豊富なコンテンツと、我々の持っているライブ力をミックスしてやってきて、ようやく収益も黒字化してきました。同様に外部の知見と言えば、東京学芸大学と組んで地域の子どもたちにサービスを提供しています。どこのクラブもキッズスクール

は好調と思うのですが、さらに底上げする学芸大のブランド力を感じています。ちなみに今春スタートしたアフタースクールは大盛況です。

また、ルネサンスさんも仰っていましたが、法人営業は欠かせないと思っています。とても可能性のある領域だと思っています。ビジネスの世界では野村證券などのイメージもあり、「営業の野村」と言われており、営業には自信があります。この領域は一気に巻き返していきたいと生意気ながら考えています。

ただ、今後ビジネスを描いていくなかで大事にしていきたいものは何かというと、「人の力、館の力」に立ち返ろうかなと思っています。今の時代、「変化」や「トランスフォーメーション」などのワードがどこに行っても聞かれます。変わらなければいけないのはもちろんですが、根っこは「変わらない」ことをキーワードとして、メガロスは今進んでいます。

「人で勝負する」という点では、2つお話ししたいことがあります。まずはフィットネスジャーニーという商品です。簡単に言うと、新規入会者に対するグループフィットネスです。昨年の6月から始めていますが、このサービスに入った方と入らなかった方の定着率は10%違います。もっとこのサービスが充実すればさらに定着率も上がると思っています。料金設定は8回4,000円と安めです。これくらいの価格であれば、お客様も結構入ってきます。

新規入会者の70%くらいの方にこのサービスに参加いただいて、1年後に70~80%の定着率で回していければ安定した在籍モデルになると思っています。クラスは4つ作っていて、「Basic」「Wellness」「For Women」「Bodymake」になります。このなかで人気があるのが「For Women」です。3人一组でやるので、当然3人が仲良しになって辞めないですし、わが社のインストラクターもずっと付くのでわが社との関係性も強まります。これがまさに「人で勝負」のメイン商品だと思っています。2つ目が、今さら感はありますが、でもやっぱり「暗闇」です。スタッフが自分たちで「VOLT program」の商品開発を推進してきたの

ですが、今月オープンした店舗の新規会員の30%が「VOLT program」を入会理由に挙げていました。先ほど話した日比谷の店舗は尖がったコンセプトのため、そこに来る方々は最先端のプログラムを目当てに入会されますが、そこでも20%の方がこの商品を入会目的とされました。プログラムを他社からお借りすることも必要と思いますが、他にないものを自分たちで継続開発して、お客様に提供してみようと、チャレンジしています。また、どうせやるのなら、皆さまのような厳しいプロに見ていただいても成り立つものを作っていこうと、スタッフには言っています。現に某クラブにこのプログラムを買っていただき、他にも問い合わせがあります。外販を大きく展開していこうとは思っていないのですが、我々の「人で勝負」していくことの一つの試金石として捉えています。

あとは「館の力」ですね。総合型スポーツクラブの衰退論もあります、まだまだいくぞという気持ちです。総合型スポーツクラブが提供しているメニューはアマチュアではなくプロフェッショナルなわけで、自信を持って提供していけば、申し訳ないですがブティックスタジオ、パーソナルジムにも負けたいと思っています。逆に沢山の大きな館があることの価値は高く、人の力と館の力を掛け合わせてお客様に提供するかはいくらでもやりようがあります。館の力を信じて、仕掛けていこうと思っています。だからデジタルなどを用いて変わらなければいけないことはわかっていますが、メガロスとしては「人」と「館」の価値観を全面に出してやっていこうというのがいまの経営方針です。

栗辻: 私が就任してからはまともに営業ができていなかったのですが、東京と大阪、広島の全店舗を見て回りました。オアシスの店舗は25年前に私が居た時とそこまで変わってい

また、これまで価値提供よりも価格訴求重視で展開をしていたので、そこも違うのではないかと話をしたのが就任初期の頃でした。弊社の場合は、コロナの前から陰りがあったと思っていた、コロナ前の2年間に6店舗くらい出店しているのですが、基本的に成功している店がありませんでした。コロナ禍においては、3割くらいのお客様が退会されました。今は入会もあります、退会もあるのでまだ元通りには戻っていません。

フィットネスクラブの会員売り上げが減少した際に助けられたのが、ホームフィットネス事業です。テレビ通販やECの2つの販路でやっていたのですが、2020年度の売り上げが前年度の2倍に膨れ上がっています。ホームフィットネス事業は、2019年の営業利益と同じくらい営業利益を出していたので、コロナじゃなかったとすると倍くらいの売り上げになっていたと思いましたが、昨年は赤字だったのでホームフィットネスに助けられました。これがなかったらもっと赤字でした。この事業で勝算があったのが、テレビ通販とECです。ECは楽天などのサイトから弊社のサイトに流れてきて売れているパターンが多かったです。テレビ通販は、実際に我々がつくって直接売ったものが1番売れたのではなく、テレビ通販に商社機能として卸して、そのテレビ通販会社が売ったものが爆発的に売れました。1つの商品は40万個くらい売れました。ここに勝算があると思ったので、我々の手で作ったものを我々の手で売っていこうというのが今回の1つの軸としたいと思っています。

また、別の軸として「WEBGYM LIVE」をかなり前から着手しています。なかなかマネタイズができておらず、この6月からは新しいコンテンツを入れながら、ここの機能で商品も購入できる機能を後々入れていこうと思っています。正直このマネタイズは難しいと思っています、実際のダウンロード数は60万くらいあるのですが、ダウンロード数以上には儲かっていないのが実情です。コンテンツの多さだけでなく、コンテンツの面白

くないのですが、変わっていないことが駄目だと思う部分もあります。もちろん全部ではないのですが、端的に言うと汚い施設が散見されました。経歴でもお話しとおおり、商業施設を担当している時はお客様の目に触れるところを大事してきたつもりで、美観や清掃を非常に重視していました。テナント様と接するなかでもCS(カスタマーサティスファクション)を大事にしてい、「お客様への接遇を徹底的にやるべきだ」という持論を持っていましたので、店舗を見て回るなかでそういうところをチェックしました。



株式会社東急スポーツオアシス 栗辻 稔泰氏

さや魅せ方が大切なので、ここは今後重要視していきます。また、7月からは健康従事者の方々とお客様とつながりをもつデジタルアプリを開発しています。いろんな方とのつながりをデジタル上でやっていく予定で、7月中旬には発表を予定しています。「WEBGYM LIVE」はコロナ後にダウンロード数は増えているのですが、まだまだです、こちらにも軸にしていきたいです。

また、BtoB、BtoGの分野では、在宅勤務やテレワークの推進に伴い、健康コンサルティングに関しているいろいろな企業から問い合わせがありました。コロナ前からデジタルをやっている1番良かったのは、BtoBの特定保健指導や法人営業をデジタルでできる要素を持っていたことです。デジタルで指導ができるということで問い合わせが非常にあって、法人様にも重宝していただきました。BtoGで言うと、長野県富士見町と連携して「みんなで健康223(ふじみ)プロジェクト」を開始しました。我々はオアシスだけでなく、自重トレーニングを中心とした運動ができるラクティブという施設を持っており、その施設と順天堂大学が連携したプログラムなどを富士見町にも提供する方向でやっています。

ただ、これら4つの事業は、横串で刺せていない状況です。各々が単独でやってきたのですが、これはやはり横串で刺して、同じようなシーンで皆様に提供していかなければならないと思っています。その際必要になってくるのがブランドデザインです。この表はピラミッドになっていますが、フィットネス人口は日本人口の4%くらいで、20数年前から1%しか増えていないのかと思いましたが、入れ替わり立ち替わりでこの層は増えていないと思っています。「非ジム運動実践層」はランニングなどはするけどジムには行かない人など、「楽チン運動実践層」はラクして痩せたい人などです。これらの層には、好調であるホームフィットネス事業を提供していきたいです。もう一つ下には「健康は気になるけど運動できない層」があります。数年前まで私もこの部類だったのですが、スポー

ツをしていた私でさえも、やる場面がなかったらなかなかできないです。本当は健康が気になっているけど運動できていない層はいっぱいいらっちゃって、この層に対してはデジタルでアプローチしつつホームフィットネスなども掛け合わせながら、最終的にはリアルにシフトしていただくことが一番良いと思っています。

また、企業ミッションでお話させていただくと、基本はフィットネスジムの運営会社で、他はそれに付随する事業という形でやっていましたが、6月に発表しましたが、「Well-being First!」を企業ミッションにしました。いつでもどこでもフィットネスができるということを根底にしていますので、一人ひとり生き方が異なる現代人に寄り添い、その人らしいウェルビーイング、すなわち「毎日人生も、健やかかつご機嫌に、動き、生きること」をサポートします。これまで弊社は価値訴求をなかなかできていなかったのですが、この「Well-being First!」を掲げることでこれから展開していきたいです。いろんなスポーツをスティックにやるだけでなく、オアシスに来て良かったなって思っていたようなウェルビーイングな毎日をサポートしたいという意味を込めました。

また、地域への貢献という意味では、街のウェルネスハブになりたいと思っています。元々はジムに来てくださいという待ちの姿勢でしたが、今後は我々が発信して、健康を担うような会社になっていきたいです。今までの出店戦略は、どちらかというと先に場所を決めてからその地域に合うようにコンセプトを決めていたのですが、これからは健康ハブになるということを軸にしながら出店戦略を考えていきたいと思っています。先ほど申し上げた4事業ができるのも、リアルなフィットネスがあるからだと思っています。既存施設についても、この経営戦略に沿った形で新たに方針を考えていく予定です。

岡本: 当社のスタッフだけでなく、ここにおられる皆さまも含めてこの業界に携わっている皆さまにこの1年のご苦勞に敬意を表するとともに、これから一緒に頑張っていきたいと思っています。我々の企業理念である「生きがい創造企業」は、スタッフも含めて一人ひとりの生きがい創りをやっていこうというのですが、これが少し揺らぎかけた1年でした。先ほども少し申し上げたように、会社は利益が出れば良いということではなく、従業員の感動満足度(EIS)が起点になって顧客感動満足(CIS)を高めて業績につなげてそれを還元していくという方針を持っているのですが、そのEISが崩れると会社自体が崩壊しかねないという状況が昨年の3月でした。そのため私も休業に入った時は、Zoomなどを使ってライブで従業員に労いの言葉を掛けながら語りかけていました。これは当社だけでなく、この業界の方すべてそうだと思います。また、本社・本部のサポート部門ではテレワークが主流になって働き方が変わってきたなかで、現場はこういう状況でも必ず行かなくてはならないのに本社はテレワークで良いよねと、働き方の考え方に溝ができてしまい、その溝をどうやって解消していくのがコロナ当初は課題でした。そのなかで昨年6月には本部の社員が現場に行きスタッフと一緒に全館消毒作業を行いました。また、それ以外の各管理部門や商品開発部がどういったことをやっているかを伝えていくことで、相互理解を深めました。

今後ワクチンが普及してコロナ禍が収束するのを願うばかりですが、今後もしばらくこの状況は続きそうなので、引き続き感染予防対策をしっかりやりながら進めていきたいと思っています。FIAからも我々のフィットネス事業は不要不急の事業ではなく社会から求められている事業だということを世の中にもっと理解していただく活動が始まるとも聞いていますので、今後緊急事態宣言が発令されても休業や時短をすることなく営業できるよう、皆さまと一緒に進めていきたいと思っています。



(一社)日本フィットネス産業協会 会長 吉田 正昭

吉田: 御三方から経営方針のお話を頂きました。従来の総合型フィットネスクラブから、この1年間でかなり戦略的にシフトチェンジされています。今がニューコンセプトを持った新しい施設に変更していく過程だと思っています。こういった情報もビジネスとして共有できるところはみんなで共有して良いものを使っていければと思っています。

——ここで少し視点を変えたいと思います。最初に感染が広がった時から第一線でお客さまと接してきたスタッフの存在がなかったら、この業界は今以上に厳しかったと思います。もちろん経営判断で厳しいことを言わないといけなくもあったかと思いますが、改めて現場に従事してきたスタッフの皆さまに対して、メッセージをいただけたらと思います。

小林: 昨年3月、多くのクラブは最初の2週間は休業し、その後は開けられたと思います。弊社は3月いっぱい休業して、結果3～5月までの3か月間休業しました。現場のスタッフにはかなり長い間休んでもらうことになり、お客様とも会えない時間が続き、寂しい思いをさせていただきました。3月に休業したことについて、社内外からいろいろな意見がありました。「大手が店を閉めてどうするんだ」とか「健康ビジネスに対しての誇りはないのか」などのご指摘もあり、そのご意見ももっともだとは思いますが、それでも私は判断を間違っていなかったと考えていて、3月時点ではコロナがどういうものなのかわかっていなくて、そんな不透明な中で営業するのは、お客様やスタッフに何かあったら取り返しがつかないという思いがあって閉める決断をしました。この休業3か月間を「鍛錬の時」と銘打って、一生懸命自己研鑽をしようということで社員をサポートしました。実務研修をいつも以上にやることはもちろんなのですが、それに加えビジネススクールや読書も推奨し補助金を出しました。もちろんこれだけでは足りません。現場との距離を近づけるために、アルバイトまで含めて全員と会話がしたくて現場に何度も行きました。そこでスタッフの悲鳴や意見を受け止めて、いかに舵取りするかを考えました。現場の様子を不安そうに覗いている私を見て、「現場のことは私たちに任せてください」と力強いことを言ってくれるスタッフもいました。また、わが社では昨年「グッドゲインプロジェクト」と銘打ち、スタッフ同士がお互いの良い所を見つけ合って褒め合うイベントをやっていました。これに対してスタッフから2万件以上のコメントがあり、みんながお互いに支え合っている様子は沢山の短編集のようでした。アイデアやコメントが本当に素敵で、朝から涙腺が緩むことが何度もあって、それを見て「この人たちのために何とかしなきゃいけない」という思いになり、一緒に仕事が出来て「ありがとう」という気持ちが強くなりました。本当にみんなのことが好きなんだって思わせてもらった1年です。よくビジネスをやっているう

で人はコストではなく財産だと言われますが、「言葉だけではなくて本当にその思いをカタチにできるのか？」と刃を突き付けられている感じでした。目の前の利益が欲しくて人件費を削ったら利益を出せるなって思ってしまったことも正直ありますが、ここは目の前の利益よりも将来の企業成長を目指そうと思い直せました。みんなの言葉が私の背中を押してくれたし私自身も将来の成長を見据えて判断できたことをすごく嬉しく思います。私がスタッフの皆さんに育ててもらったので、仲間たちに一言と言われたら、感謝の一言です。

栗辻: コロナがどういう状況かわからないなかで、皆さまいろんなことを考えながら進んでくれました。緊急事態宣言中の休業などで業績が悪くなるため、コスト削減や事業構造の変革などいろんなことをスタッフにお願いしましたし、コロナや業績悪化などいろんなことが重なってみんなが不安な状況でした。そんな中でもいろんなことに挑戦しようということで、事業構造を変革しながら新しいことにも挑戦してきました。矛盾していることもいっぱいあったと思うのですが、付いてきてくれたスタッフには感謝しかありません。

未来に明るいことがないとなかなかやっていけない部分もあるので、私は未来が見える形でブランディングすることを意識しています。コロナが収束したら新しい未来があるということをもみんなに共有しながらやっていました。今もお状況は良くないですが、これだけでは終わらないよというメッセージを投げかけながら、早くこの状況を打破して我々が求める未来像に近づきたいと思いながらいつも仕事に励んでいます。

吉田: 3名の社長の想いというのは、この業界の強みではな

いということで、2013年に『国民の健康寿命の延伸』を掲げ、昨年の3月に『健康・医療戦略』を閣議決定しました。「健康と社会のための新しい産業を創出する」というテーマも出ていますので、そこに対してどのようなことができるかが今後の1つのビジネスチャンスだと思っています。そういった社会のなかで、高齢化社会は対処する課題というよりは必ず起こることなので、私たちが対処しなければいけないのは人生100年時代のなかで健康で楽しく人生を全うする、健康長寿社会をつくっていくことだと思います。要は、高齢者の定義を今の65歳から85歳くらいまで引き上げることが必要で、そういうことをできるのが私たちだと思います。元気な高齢者をたくさんつくること、働く世代の運動習慣をもっとつけること、子どもたちの運動嫌いをなくすこと、この3つがターゲットだと思いますし、これができるのが総合クラブだと思います。3つの対象に対して、オンラインを融合しながら、それぞれのカスタマージャーニーのなかで、クラブに来なくても運動できる場を創出していく必要があります。5年後はこれがもっと進化していると思いますので、アウトドアでエンジョイしている時も各社のサービスを使っていたり、遠隔地にお住まいの方にもそういったサービスが届けられたりしている時代が来ているのではないかと思います。いずれにせよ、いろんな業態でフィットネスの参加率を上げていかなければこれらも実現しないわけですから、フィットネスもいろんな業態がありますがそれぞれがどんどん進化して、拡大させていきたいですね。先ほどの経営方針でもお話したように、スポーツクラブの箱の外でどれだけ事業を拡大していくかを考えて進めていこうと思っています。

小林: 5年後はわかりません。先ほど申し上げたように、変化の時代と言いつつも、根っこのところは変わらないと思っています。あまりいろんなものに動かされてブレないほうが良いのかなと思っています。よく雑誌などで未来はどうなるか？という特集がされていま

いかと思います。大手になればなるほど、部下たちと顔を突き合わせて話をしたり、感謝を伝えたりすることはなかなか難しいですが、この業界はそれができる業界ではないかと思っています。この想いを受けて、最前線で働き続けてくれたスタッフたちも引き続きやりがいを持って仕事ができる環境があるのではないかと考えています。なかなか伝わる機会がないのでFIAニュースなどで伝えることを祈ります。

——これから先、フィットネスはコミュニティや新たな機能を使って進化・成長させていけばもっと強いものになる可能性を秘めていると思っています。5年後のフィットネス業界についてや、各社をどうしていこうと考えているかについてお聞かせください。現時点での私見でも、各社で政策が定まっているものでも構いません。

岡本: 5年後この業界がどうなっているかについては、正直具体的な想像が付きません。これから先の社会を悲観的に見るか、楽観的に見るかで違ってくるかと思いますが、そのなかでも変わらない社会の流れはあります。1つはデジタルトランスフォーメーション(DX)の推進、SDGsの推進で、これらは道半ばなので今後もきっと継続されているでしょう。また、日本の人口動態から見て、少子化と超高齢化社会、人口減少も間違いなく起こるでしょう。我々の事業に間違いなく影響するのが人口動態の部分で、2025年には1億2,000万人を切り、2060年には9,000万人を切ると言われています。そこから先はあまり変わらないかもしれませんが、2025年には3人に1人が65歳以上の高齢者となり、今のままだと医療や介護が必要な方が増えていきます。政府もこのままでは対応できな

すが、どれもこれもその通りだと思し、結局何を信じるかだと思います。ただそのなかでも、人々の便利さやラクさの価値観は確実に変わらと思っています。イメージとしては「クリック&ゴー」で、その文脈で何をしていくかはビジネスとして押さえておかなければいけないと思っています。逆説的なのですが、お客様の利便性が上がって、お客様とのタッチポイントが増えてお客様がクラブに来てくださった時に大事なものが、コンテンツ、人、サービスだと思っています。デジタルが求められるほど、結果求められるのはアナログの充実だと私はイメージしています。だからこそわが社はスタンスを変えず、あくまで人で勝負と思っています。たかが5年で人の価値観は大きく変わらないと思っています、それこそ人と人のコミュニケーションを大切に想うことは江戸時代も今も変わっていないと思います。

一方、事業サイドの目線から考えても、我々の判断次第なので、何とでもなるとしています。各社の方針は益々多様になって、今まで以上にそれぞれがそれぞれに通用する時代になるとしています。ビジネスチャンスがもっと広がる時代になって、そのチャンスを見つけたもの勝ちだと思います。ビジネスのターゲットをどこに置くか？を考えるときに、館内の会員は当然狙っていくと思いますが、その他に館外のお客様を狙うのか、もっと大きな日本そのものを狙うのか、何を狙ってもチャンスはあります。お客様を狙って商品を開発するだけでなく、お客様をデータとして第三者に売っていくビジネスもあります。今まで以上に何とでもビジネスをデザインできる時代になっていくと思います。5年後はどうかと言われるら何とでもありだと考えているので、未来がどうなるかよりも、「どうしたいか」を一生懸命考えていくことが大事だと思っています。

栗辻: 5年後どうなるかはわかりませんが、我々は「Well-being First!」を掲げましたので、先ほどの事業展開をそれに基づいてどうしていくかが大事だと思っています。高齢化の問題については、既にフィットネスクラブを利用している高齢

者が4%、要介護者が20%程度とすると、残りの76%の人々には我々がやっているラクティブの需要があると思っています。この自重トレーニング事業はこれから伸びていくと思っています。この事業の重要性を感じています。その一方で少子化という意味では子どもの運動離れが叫ばれていて、室内遊びが増えたり、空き地がなくなってきていて手軽に遊べるところが減っています。少子化によって、学校外の学習や仲間づくりが減少しているので、こういったところはスポーツクラブが担える部分があると思っています。キッズスクールはもちろんやっていますが、それだけではなく、身体が良くなる活動ができていない子どもたちを助けることが社会活動の一環だと思っています。そういうことを提供できる場を作りたいですし、我々が運営したり場を作るだけでなく、ウェルネスハブとして機能することで、いろんな業界の発展につながると思います。今チャレンジできることをやっていくことが5年後につながるとしています。

吉田:この1年間でフィットネスの在り方も大きく変わってきて5年後は運動する場所が広がっているはずなんです。パーソナルトレーニングを自分の家でやるなど、多くの方が運動する機会が増えてきます。海外に比べて圧倒的に運動施設が少ないと言われていますが、身近なところで自分のニーズに合った運動できる機会を提供することで、その人のライフスタイルが変わります。今後は75歳くらいまで働かないと日本の経済はもたないと言われていますが、そういう意味でも我々が健康インフラとして役割を果たしていけないと日本の経済はもたないと思います。各社がそれぞれ邁進していくことで、5年後にはかなり厚みのなるものになっているのではないかと

とする方、フォローを必要としない方、行きたくても行けない方がいらっしやと思っています。行きたくても行けない方はオンラインサービスで何とかカバーできると思います。クラブではフォローを必要とする方とそうでない方は混在しています。ここの考え方を変えて、フォローを必要とする方としない方を施設の特性で棲み分けしていきます。フォローを必要としない方は24時間ジムをご利用いただき、人を割かない代わりに環境をしっかり整備します。逆にフォローを必要とする方にはその時間にしっかり人をアテンドして、そこで価値を提供します。パーソナルトレーナーを除き、今までは無償で価値提供していることが多かったのですが、この考え方を改めて、指導者はしっかり価値を持っているわけなのでその価値に対してはしっかり対価をいただくと思っています。スクールは価値を提供して受講料をいただいておりますので、フィットネス事業でも商品として価値を提供できないかということで、一部クラブで実験を開始しています。これまでは入会して3カ月くらいの方を優先的にフォローしていた分その後は初めと同じように対応ができないことや、紙のカルテがないため利用者の運動履歴が追えないことが課題でしたが、スクールだとそれが可能ですので、新たな価値が提供できると思っています。これまではグループに合うものがなかったのですが、有料にはなりますが商品として開発しています。

スイミングに関してはソニーネットワークコミュニケーションズ様と連携して、進級テストをカメラで撮影してAIが1番最適な動画を作り、それにコーチがコメントを付けて親御さんにお渡ししたり、現場でそれを見ながらコーチが指導していくフローを作っています。可視化されたデータに対してコメントをしていかなければいけないということは、これまで以上にフィットネスに関する知識を持っていないといけません。テニスでも同様です。今までは泳ぎ方やテニスの技術を教えればよかったのですが、そこにしっかりフィットネスの知識を組み合わせる。そうすることで、人の価値が上がって、それに対して対価をいただけたと思っています。そういった考え方でスク

と思っています。本日お話がありましたように、東急スポーツオアシスさんには物販のことなどを我々も勉強させていただいて、今後一緒にできないかなどのお話もできるでしょうし、メガロスさんは最近光る縄跳びを発表されています。見た目や楽しさなど新しいニーズの掘り起こしを追求されています。ルネサンスさんは、テニス、水泳などでICTを駆使して技術チェックできる体制を整えられています。これまでは各社独自路線でやってきましたが、情報共有化ができる時代ですので、しっかりFIAとしても情報を共有してビジネスとして駆使できるようにしていきたいと思っています。フィットネスクラブだけではなく、個人のトレーナーにも広がっていくことで、5年後に我々が果たす役割が極めて大きくなっていると思います。

——今年度の決着についてどのようにお考えでしょうか。

岡本:当社は5月末で決算発表をしまして、今期の着地及び対外的な目標についてはすでに発表しています。今年度の目標は売上が380億で、営業利益が12億、経常利益が8億で最終利益が4億円です。この数字は2005年のレベルで、ここまでは何とか戻したいと思っています。これを実現されるための取り組みとして、フィットネスのところを何とかしたいということで、こういう状況だからこそ人との接点という価値をしっかりと商品化していこうと思っています。当社もフィットネススクールをもう少ししたらリリースします。メガロスさんと思惑は同じで人をしっかりとアテンドすることに重きを置いた取り組みです。これまで施設に来場いただいて、施設を好きなように利用していただくことが1つの売りだったのですが、そういう時代ではなくなっています。フィットネスの会員さまにはフォローを必要

ールを進化させることにも取り組んでいます。

小林:今期の見込みは、4、5月の緊急事態宣言下で入会が伸びなかったことを踏まえれば、正直厳しいというのが現状です。しかし会費の値上げもして、お客様の戻りも明らかに感じられるので、ここからどこまで戻るか次第で、会費水準の上昇が功を奏して、大きく業績回復するチャンスもあります。この場面では、業績回復の切り札と言えるものがなく一気に黒字化というのは難しいので、引き続き今期も綱渡りになるのだらうと思っています。

栗辻:今期の着地は若干黒字と見ていたのですが、会費の値上げをしたものの4、5月の休館があったのでその効果もなかなか感じられないこともあり、そこでとんとんだと思っています。EC事業に関してはチャレンジングなことをやっていて非常に大きい数字を目指していますので、そこが今からだと思っています。これがうまくいくかいかないかで、着地がうまくいくのか難くなるのかが決まるとしています。

吉田:昨年度は非常に厳しい決算を迎えましたが、今後再浮上していくにあたって、今年度は非常に重要な年だと思っています。FIAとしてもこの1年はクラスターなどに対してディフェンスすることで一杯一杯でしたが、今年度については「攻めに転じる」という方針を出します。そこで新たに広報プロジェクトを作って、我々の仕事の中身や意義をしっかりと発信していきます。こちらはアイレックススポーツライフの笠原社長をリーダーとしてやっていきます。これまでは業績が右肩上がりでしたので、困った時に国の力や自治体の力をそんなに必要性を感じず行動していなかったのですが、それは我々の反省点でもあり、この1年でしっかり巻き返しをして、我々の考え方が国や自治体につながっていききたいと思っています。その結果、各社が今年度のゴールを達成して少しでも黒字になれば、業界全体としても来年以降に期待が持てると思っています。

Board Meeting

理事会報告

FIAは2021年7月2日AP東京八重洲(東京京橋)で第210回となる理事会を開催、理事監事15名が出席した。

議事1 審議・決裁事項

(1) 会員退会の件

事務局より以下の退会申請があることが説明され審議の結果、いずれも承認された。

退 会

<正会員>

会 社 名: 株式会社 関電アメニックス

クラブ名: Kフィット中の島株式会社

所 在 地: 大阪市北区

理 由: 施設閉鎖のため

施 設 数: 1

入 会: 2014年12月

<賛助会員>

会 社 名: 株式会社社会保険研究所

所 在 地: 東京都千代田区

理 由: 業務経費見直しのため

入 会: 2007年5月

商 材: 出版・印刷・ホームページ等制作

会 社 名: 株式会社アムテック

所 在 地: 東京都渋谷区

理 由: 商材販売困難

入 会: 2019年12月

商 材: 医療病院用消毒除菌剤輸入販売

■委員長挨拶

- ・この一年、政府・行政にフィットネス産業の界認知を浸透させるという点では、進展があったが、フィットネスの必要性並びにフィットネスクラブの存在意義を広く世間一般に周知の必要性を確認。
- ・コロナ禍で各社の業績は大きく悪化。ワクチン接種が始まった今のタイミングこそ、フィットネス産業全体の復興業界に向けての強いアピールが必要であることが確認され、本プロジェクト委員会の最大のミッションであることが宣言された。

■本プロジェクトの今後の取り組みについての確認事項(ポイント)

- > 求められる成果
- ・フィットネス業界全体の活性と広く社会全体への認知の向上。
- ・FIAの業界団体としての存在価値の広く社会全体への周知。
- ・コロナ禍で負ったフィットネスクラブの風評の払拭。
- ・FIAへの新規入会(正会員、賛助会員共々)の促進。
- ・FIA加盟企業施設認証制度の周知並びに既存会員企業の申請促進活動への連動。
- > その他
- ・本事業活動に計上されている予算[2000万円(昨年度計上されたが執行されなかった業界課題対応活動費1000万円を含む)]の確認。
- ・SNS発信の新たな活用に関する検討も行うことの確認。

■討議の振り返り(委員からの質問や提案)

- ・FIAの情報発信ツールであるHPは誰向けに作られているのか?
- > FIAは業界団体であり、現在は既存会員及びフィットネス関連事業者全体を対象とした情報提供が主となっている。

(1) 2021年度役員・組織の件

役員選任及び2021年度FIAの業務推進体制について協議を行った。

役員(副会長)選任の件

会長より、田畑晃理事の会社都合による副会長職辞任に伴う後任に関して、小林利彦理事(野村不動産ライフ&スポーツ代表取締役社長)を推薦したい旨説明し討議を行った。出席者より賛意が述べられた後、決議を行い、異議申し立ては無く全会一致で承認された。よって、小林利彦理事は本理事会日をもって定款に基づき副会長(業務執行理事)に就任した。

組織体制

2021年度事業計画では検定事業・コロナ関連対応事業・渉外総務事業の3分野の他、新たに新設された「広報PRプロジェクト」及び、「新たな会員種別新設検討を主とした組織基盤拡充事業」を執行することとしており、どのような組織体制で進めるかを協議した。広報PR推進プロジェクトは予定通り新たな委員会を組織化して進めることとし、組織基盤拡充事業については、一旦事務局にて策定する試案をもって理事会審議を行うこととなった。

議事2 報告・協議・承認事項

=広報PRプロジェクト活動分野=

委員長及び事務局より、以下事項について説明すると共に、必要事項は協議を行った。

(1) FIA 広報PRプロジェクト委員会について

■7月1日(木)に開催された第1回委員会についての報告

委 員 長: アイレックススポーツライフ(株) 代表取締役社長
FIA副会長 笠原 盛泰氏

副委員長: (株)ティップネス 取締役執行役員 多昌 博志氏

(提案)現状は殆ど既存会員しか閲覧していない状況。そもそもエンドユーザー(市民)に向けた情報発信によってフィットネスの底上げを図るという事には配慮されていないことから、今回のプロジェクトではこの課題についても具体的に検討してみたい。

・FIAに加盟しない企業の理由は何か?

> メリット感の不足。

※本来であれば享受できるメリットについての訴求行動の不足。

※そもそものメリットアイテムの不足

・本プロジェクトの主たる目的のあらためての確認

・例) FIAの認知向上か、或いはフィットネスの必要性のマスへの周知を図ることによるフィットネス参加率の引き上げを図ることか?

> 両方実現できることが望ましい。

FIAの事業である以上、加盟企業へのメリット還元も求められる。

> フィットネス人口を増やすことでフィットネス産業全体の底上げを図るためには、FIAの利害関係者への利益還元への配慮よりも、一般マスへの運動(エクササイズ)参加の呼びかけと、フィットネスクラブ活用が有効であることの周知といった緩くて雑駁なわかりやすいメッセージを社会に刷り込んでいくことが大事ではないか。

※先行事例

トヨタ自動車は、自分たちの車を売るということではなく、免許を取る人口を増やす(免許を取ろう! というメッセージ)ことにポイントを絞った広報戦略によって最終的にはトヨタの販売台数増加につながるという成果を得た。

- > FIA関係者の直接的な利益ではなく、広くマスに対して運動参加を呼びかけることで結果として業界全体を盛り上げようという覚悟が求められる。
- > フィットネス業界全体の情報発信傾向は生真面であり半面固苦しい傾向が見受けられないか。
運動不足による健康課題やそれを裏付けるエビデンスの提示等に焦点を当てて訴求するのではなく、フィットネスクラブを実際に体験した人の成功体験、感動体験、メリットなどを発信していく方が、エンドユーザーにささるのではないか。〔例として出てきたカナダの心臓協会の動画〕

<https://youtu.be/pFDuzJBhgeq>

> その他委員からのコメント

- ・フィットネススクラブという館ではコミュニティが生まれるという高い社会的健康価値があることをアピール。
- ・フィットネス参加にまつわる“ちょっといい話し”を拡散していく。
- ・映像メディアによる情報発信力は極めて高い。何らかのアプローチが検討できないか。
- ＊広報映像の作成→全国のフィットネススクラブでのリリース→youtube等に拡散しマスに放出
- ★話題性の創造

■まとめ

- ・本プロジェクトの基礎とする理念
- > FIA利害関係者という枠組みを払い、“運動しよう！運動を楽しもう！”というメッセージを広く社会に打ち出すことで、フィットネス人口の母数を増やすために動いていく方向とする。
- > FIAという業界団体ではなく、フィットネス、ウェルビーイングを推進するという方向なら、行政からの補助が受けやすいかもしれない。スポーツ・健康産業推進議員連盟の力を求めることが有効。

・To do

- > 運動参加機運醸成につながるわかりやすい動画作成の検討

企業属性	人数	構成比
理事企業	46	70%
会員企業	12	18%
一般企業	3	4.5%
学校	5	7.5%
合計	66	100%

- ＊一般企業とは、FIA会員企業所属から一般企業へ移籍され継続して委嘱している人材。

2. 公式テキスト改訂VOL.3発刊準備開始

- ①感染症拡大に伴い、業界を取り巻く環境変化が加速した。この変化に対応した役立つ学びの書として、大幅な内容刷新を行うこととした。
- ②従来、理事企業を中心に執筆依頼をしたが、VOL.3は業界で実績のある各専門家の方にも依頼することとした。
- ③ベーシック200ページ、インターミディエイト250ページ、アドバンス240ページと、各レベルに相応しい内容として、従来一部重複していた部分を刷新する。
- ④発売は2月上旬とし、第1回編集会議7月16日予定。

執筆者構成

レベル	新規執筆者数	既存執筆者数
アドバンス	6人	5人
インターミディエイト	7人	10人
ベーシック	6人	11人

- ＊ベーシック、インターミディエイトの既存執筆者数の大半は、店舗運営の章の執筆を継続いただく理事企業関係者の人数

を進める。

- ＊実現したら、それを各社のHPに貼り付ける。(予算もありかからず現実的)
 - ＊動画の定期更新。1分くらいの動画を毎月あげていくことが必要。
初動に於いてはFIA加盟機関で一斉に公開掲載することで、話題性を高める。
コンテンツができた際の発信方法については、要検討。
 - ＊多昌副委員長から後日ラフな動画製作に関するザックリとしたドラフトを提案頂く予定。
- > SNSの活用については継続検討。

=検定事業分野=

委員長及び事務局より、以下事項について説明すると共に、必要事項は協議を行った。

1. 2021年度技能検定委員選任の件

理事企業はじめ、各企業及び関係者(大学)より、技能検定委員を推薦いただき、次のように委嘱した。

()内は兼務者数

担当	継続人数	新任人数	合計
執行担当	4	2	6
作問・採点担当	10	2	12
面接官担当	14	9	23
運営担当	25	13	38
合計	53(10)	26(3)	79(13)

- ＊新任の構成比が4割となるため、マニュアル等使用し、不手際のない運営に注力が必要。

3. 7月26日より今年度の受検申込み受付を開始します。

FCM検定HP参照の上、<https://fcm-test.jp/> 各社での受検促進をお願いしたい。

=渉外・総務分野=

事務局より、以下事項について説明すると共に、必要事項は協議を行った。

(1)「ホストタウン等を活用した住民の運動習慣形成を通じた大会への機運醸成」事業について

公募の結果、FIA加盟企業24社が調査フィールド事業者に選定され、モニター募集目標2455人を設定し、各社募集活動開始した結果、最終募集人数2,245人が参加することとなった。6月19日(延長募集分は7月1日)より9月半ばまでの利用開始。参加各社には2回のアンケート・モニターの施設利用回数確保などに協力頂くと共に、モニタリング終了後も新規入会へつながるよう期待する。
事業受注者(トーマツ)+FIAで受託事業所2-3か所を視察する予定。

(2)事業予定

①FIAマスターズスイミングフェスティバル2021

9月26日(日) 京都アクアリーナ

1. 日本水泳連盟・日本マスターズ水泳協会のガイドラインから作成したFIAマスターズ水泳ガイドラインに沿い、募集・運営することとなった。

要点: 先着定員制・付き添い(観客)無し・競技終了者は退館・事前2週間の健康記録提出・イベ

ントは参加型からデモ型へ。

2. 定員1,000名 開催出来ない場合を考慮し参加費は事後振り込み。
3. 募集要項公表:7月5日 募集期間:7月19日～8月9日
事務局より上記予定概要を説明し、本事業の募集開始承認を求めた。
現下の社会状況から会社としてイベント開催停止中で集客不可の企業も複数あったが開催に向けた募集開始を承認した。

②2021FIA全国スポーツクラブ駅伝大会

東京大会:会場(夢の島競技場)は確保済み。大会は雨天決行を前提に検討。

コロナ感染予防対応を前提とした大会規模を基にした事業性を検証。損益分岐と大会規模のバランスと、密の回避を想定したコース設定、求められるソーシャルディスタンスの確保を前提とした会場環境整備状況を検証すると、安全な環境設定は厳しい状況であることが確認された。

以上の情報を基に協議の結果、東京大会は開催しないこととした。また、大阪大会は万博記念公園競技場が年度一杯工事休止であり、代替会場手配も困難であることから、今年度は計画しないこととした。

(3)情報共有

①「外部からのランサムウェア攻撃被害注意喚起(政府広報)」及び会員各位へのお願い事項

事務局より下記広報について説明し、実施することとした。
加盟スポーツクラブの会員管理サーバーにランサムウェア攻撃被害が発生。経済産業省より、このような事故発生時は速やかな共有・報告の要請を受けた。また、経産省のサイバーセキュリティ対策情報配布についても依頼有り。
これを受けFIAでは宛て、注意喚起・情報提供及び事故発生時のFIAへの通告依頼を行うと共に、FIAサイバーセキュリティ保険

の呼びかけを行うこととした。

会員あて広報内容FIAからのお知らせP11参照

②「24ジムに於ける事故発生について」会員広報

6月24日会員あて情報共有配信した、24時間ジムでのバーベル落下によって発生した事故について意見交換がされた。

事故はTV報道によって明らかにされたが、報道の扱われ方によっては24時間無人型施設に対する危険視が広がる恐れもある。少なくともFIA加盟クラブに於いては、フリーウエイトや各種マシンの安全設備・機能の再確認を実行すると共に、利用者への安全上のルール遵守の啓発強化を、今一度を図ることが求められることが確認された。

③スポーツ庁からの依頼について

事務局より6月29日(火)に行った面談を報告し、事務局が参加し情報を共有することとした。

(依頼概要)

スポーツ庁では、令和5年度からの休日の部活動の段階的な地域移行を契機として、地域におけるスポーツ環境を改善し、子供たちがスポーツに親しめる環境を整備していくことが重要であると考え、令和5年度からの民間事業者や地域で指導が可能な非学校関係者の移行を着実に実施するための受け皿整備方策等について検討する有識者検討会議を設置することとなり、FIAに対してもフィットネス事業者を代表してその検討会への参加を要請された。今後以下課題について議論・検討が予定されている。

- ・地域における受け皿(総合型地域スポーツクラブ、スポーツ少年団、民間スポーツクラブ、フィットネスジム等)の整備、連携方策について
- ・地域部活動(地域移行未実施の学校部活動も含む)の活動時間等の在り方について

- ・指導者の質・量の確保方策について
- ・施設の確保方策について
- ・安全管理・保険について
- ・大会の在り方について

<進行> FIA事務局長 松村 剛

セミナーB-6 18日(金)15:00-17:00 受講者24名

FIAマネジメントセミナー

「ポストコロナ期に於けるフィットネス産業～成長の鍵と経営の方向性」

<パネラー>

小林 利彦氏 野村不動産ライフ&スポーツ(株)

代表取締役社長

岡本 利治氏 (株)ルネサンス 代表取締役社長

栗辻 稔泰氏 (株)東急スポーツオアシス 代表取締役社長

<ファシリテーター>吉田 正昭氏 FIA会長

②感染予防未来パビリオン「FIAフィットネスクラブ」出展について

FIA加盟企業4社より1名づつが、実際のフィットネスクラブ運営を想定したスタッフとして説明業務等の業務にあたった。

>1日約100名程度の来場者があった。

>展示会全体では3日間で17,000名の来場があった。

③健康運動指導士及び健康運動実践指導者資格継続認定講習手続きについて

(公財)健康・体力づくり事業財団の健康運動指導士・実戦指導者資格保有者の資格継続講習認定講座は今回8講座が認定された。受講証明書8通。

佐々木監事より11月9-11日にインテックス大阪にて

(4)SPORTEC名古屋開催の報告

事務局より催事概要及び開設した「FIAクラブ」について報告を行った。

6月17日(木)～19日(土) ポートメッセなごや

①FIA提供セミナー

セミナーB-3 17日(木)15:00-16:30 受講者16名

「健康インフラ産業としてのフィットネスが目指すロードマップとは」

<パネラー>

丸山 晴生氏 経済産業省 ヘルスケア産業課課長補佐

樋口 毅氏 (株)ルネサンス 健康経営推進部次長

斎藤 光氏 (株)カーブスジャパン 常務執行役員兼戦略企画部長

<進行> FIA事務局長 松村 剛

セミナーB-5 18日(金)13:00-14:30 受講者10名

「フィットネスビジネスを支える人材育成セミナー」

～人材定着のカギとなる評価制度と採用の方向性～

<パネラー>

相原 雄介氏 スポーツクラブNAS(株) 人事部長

藤井 一安氏 (株)ティップネス 人事総務部長

長島 拓也氏 (株)フージャースウェルネス&スポーツ 取締役管理部長

「Sports & Wellness Week」を開催すること及び東京に於けるSPORTECが12月1-3日に開催することが紹介された。

=コロナ対応分野=

クラブに於ける感染者の利用、感染者数増によるクラスター認定の傾向などについて
意見交換を行った。

※無自覚・無症状の感染者(陽性者)の施設来場は止めようがないが、5-6月以降加盟クラブに於いても感染者の発生が確認されている。
いずれのケースに於いても、ガイドライン遵守での運営が認められたことから、施設休止などは求められることはなかった。

Information

お知らせ

1. 総会開催

FIAは2021年6月15日第24回定時総会をAP東京八重洲(東京京橋)にて開催した。

出席29社・委任状59社、計88社。

2020年度事業報告及び決算監査報告、2021年度事業計画及び収支計画、並びに理事選任の3議案を議決承認した。

(新任理事紹介)

年永文明氏 JR東日本スポーツ株式会社 常務取締役
事業・決算報告及び事業計画・収支予算はFIAホームページで公開。

(URL: https://www.fia.or.jp/whats_fia/report)

2. 2021年度執行理事紹介

7月2日開催の210回理事会において、定款に基づく業務執行理事(役員)を以下のように選任した。

会長(代表理事)吉田正昭 留任 (株)ルネサンス顧問

副会長(業務執行理事)笠原盛泰 留任

アイレックススポーツライフ(株)代表取締役社長

扱う会員管理システムサーバーが外部からのランサムウェア攻撃を受けました。発覚から約3カ月を経て会員情報の外部露出は確認されていない模様です。経済産業省が公表しているサーバーセキュリティ情報をお届けいたします。また同省他、国のサイバーセキュリティ部門相談も可能とのことですので、事故が発生した場合や被害が疑われる際は速やかにFIAへご一報ください。関係機関への報告が求められる場合もあります。また、FIAではサーバーセキュリティ(会員情報漏洩賠償責任)保険を団体保険として2006年から運用しています。ご活用下さい。

サイバーセキュリティに関する経済産業省ニュースリリース
(<https://www.meti.go.jp/press/2020/12/20201218008/20201218008.html>)

フィットネス産業海外情報

この度、アメリカのニュース専門放送局であるCNBCがフィットネス産業のトレンドにフューチャーしたニュースをリリースしました。ワクチン接種が進むアメリカでは、コロナ禍でホームフィットネスに流れていたフィットネスユーザーがリアル店舗に徐々に回帰する傾向があるということです。詳しくは、以下ご確認ください。



DETAIL

Americans are heading back to gyms as interest in at-home workouts wanes, Jefferies says

PUBLISHED FRI, JUN 18 2021 11:21 AM EDT
UPDATED FRI, JUN 18 2021 12:40 PM EDT

副会長(業務執行理事) 小林利彦 新任

野村不動産ライフ&スポーツ(株)代表取締役社長
専務理事(業務執行理事) 杖崎洋 留任 FIA事務局

FIA役員ホームページ

(https://www.fia.or.jp/whats_fia/officer/)

FIA定款ホームページ

(https://www.fia.or.jp/whats_fia/association/)

3. FIA主催イベントについて

①FIAマスタースイミングフェスティバルの開催決定

募集案内が公開されていますが、FIA加盟クラブ限定の大会となります。(理事会報告P9参照)

●参加者数: 上限1,000名

●エントリー受付期間: 7月19日(月)~8月9日(月)

※(FIA会員限定大会 エントリー数が上限1,000名に達したときは締め切ります)

募集案内URL: <https://www.fia.or.jp/act/event/>

●感染症対策のため、大会前2週間の健康記録義務・競技終了者の退出などのルールについては、(一社)日本マスタースイミング協会のガイドラインに沿った運営を行います。

②2021FIA全国スポーツクラブ駅伝の開催中止について

本年度2大会(東京・大阪)はいずれも開催いたしません。

※開催中止の理由等については、理事会報告P10にて詳細をご確認ください。

4. サイバーセキュリティに関する注意喚起・お知らせ

情報共有「外部からのランサムウェア攻撃被害注意喚起(政府広報)」及び会員各位へのお願い事項
(理事会報告P10参照)

某加盟企業の、会員10万件以上・従業員数百件のデータを

■アメリカ人は自宅でのトレーニングへの関心が薄れ、ジムに戻りつつある。

全米でコロナ規制が緩和されるにつれ、ジムに戻る人が増えていることが新たな調査で明らかになった。

先月の時点で、全国のジムの利用者数は2020年1月の水準の83%に戻っており、2019年の同時期と比べてもわずか6%の減少にとどまっていることがジェフリーズ社の調べでわかった。

一方で、家庭用フィットネス機器への関心は、2020年4月にピークを迎え、それ以降は減速して過去最高のバンドミック・ローを記録しているとジェフリーズは述べている。

全国的にコロナ規制が緩和され、ワクチン接種が行き渡り、フィットネスセンターがマスク着用規定を取り消す中、より多くの人がジムに戻っていることが新しい調査で明らかになった。

ジェフリーズ社は、Planet Fitnessや24 Hour Fitnessなどのフィットネスチェーン店への来店を追跡し、ジムやPelotonなどのデジタルフィットネスプログラムのオンライン検索をモニターしている。

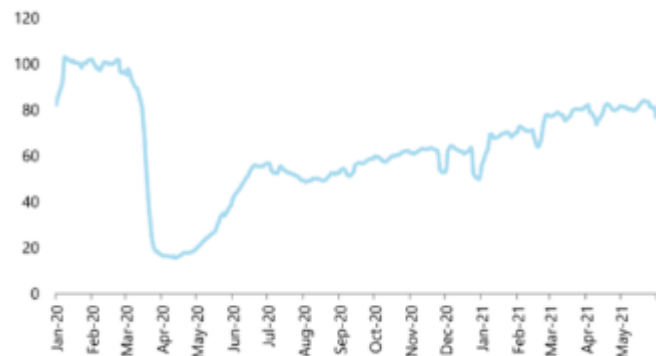
健康危機の際、多くのアメリカ人が自宅で汗を流したいと思って後者に投資したが、その需要は薄れつつあるようだ。ジェフリーズ社の調べによると、「**gyms near me**」のオンライン検索は、4月に比べて5月に加速し、2020年1月に遡って過去最高の水準に戻っている。「**gyms near me**」検索結果は、**多くの人が健康的な生活を心がける**新年の始まりによく見られる傾向だという。

ジェフリーズ社は、特に「Crunch Fitness」と「Blink Fitness」の検索数が、全国展開しているジムチェーンの中で、これま

で最も強い回復を見せていると指摘している。

フィットネスセンターへの人の流れは、今年を通して着実に改善しています。ジェフリーズ社によると、先月の時点で、全国のジムのトラフィックは2020年1月の水準の83%に戻っており、2019年の同時期に比べてわずか6%の減少にとどまっている。

Nationwide Fitness Center Traffic



Source: Jefferies, Safegraph

【全国のフィットネスセンター利用状況推移】

ジョージア州、フロリダ州、テキサス州では、北東部や西海岸の多くの州と比較して、コロナ規制が緩和されているため、ジムへの来客数が最も多いようだジェフリーズは指摘している。

しかし、高級フィットネスチェーンのEquinoxは、このグループの中で最大の遅れをとっており、顧客が都心から郊外に移動したことが影響しているのではないかと付け加えている。Equinox社

2020年4月にピークを迎え、その後は過去最高の流行の低さまで落ち込んでいます。

ジェフリーズ社のアナリスト、ランディ・コニック氏は、「人々は、豊富なデジタルコンセプトと伝統的なジムでのリアル経験を活用するハイブリッドなアプローチを採用すると考えています。「このモデルを支持するジムは、今後数年間で勝者となるでしょう」とも述べている。

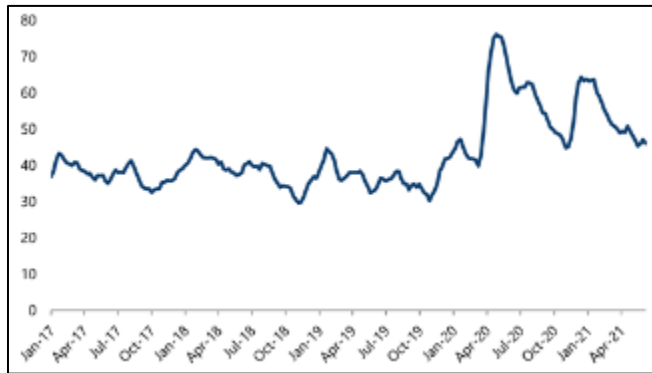
サイクルメーカーのPeloton社やローイングマシンメーカーのHydrow社などの企業は、昨年、家庭用ワークアウト用品を求める消費者から大きな利益を得ましたが、この勢いを維持する方法を模索している。

例えば、Pelotonは米国外にも進出し、新しいインストラクターの採用やピラティスなどの新しいコンテンツを登用し続けている。ペロトンの株価は、今年に入ってから28%以上下落しているが、プラネット・フィットネスの株価は同時期に約4%下落にとどまっている。

(翻訳: 松村 剛)

の店舗の多くは、ニューヨーク市周辺にある。

一方では、より多くの人々が家を出てジムに戻るようになったため、家庭用フィットネス機器やデジタルフィットネスプレーヤーの検索は緩やかになっています。ジェフリーズ社では、エクササイズボール、ダンベル、ヨガマット、縄跳び、マッサージガン、ウェイト、フォームローラー、エクササイズバイクなどの検索状況を調べており、今年の1月以降、これらへの関心が急落しているという。



【家庭用フィットネス機器への関心度推移】

また、Orangetheory Fitnessのようなジムチェーンのウェブサイトを訪れるインターネットユーザーは増えており、会員権の再予約や店舗のマスクポリシーの確認などを目的としているようだが、「Tonal(ホームジム)」や「NordicTrack(リモート双方向パーソナルトレーニング)」などのデジタルワークアウトプラットフォームへのアクセスは減少しています。ジェフリーズ社によると、家庭用フィットネス機器への関心は

～FIAより重要なお知らせ～

新型コロナウイルス感染拡大防止のための緊急事態宣言の再発出について

皆様に於かれましては平素より当協会の運営に対しご理解とお力添えを賜り、誠にありがとうございます。この度、政府より7月11日(日)に期限を迎える東京都のまん延防止等重点措置について、4度目となる緊急事態宣言に切り替えるとともに、沖縄県に出されている宣言も、延長する方針が示されました。

また、大阪府、埼玉県、千葉県、神奈川県などに於いては引き続きまん延防止等重点措置の適用が継続されることも示されています。

東京都及び沖縄県におけるフィットネス関連施設への対応は以下の通りとなっております。

- 1,000㎡以上の施設に対しては営業時間短縮(5時～20時)を要請(法第24条第9項)
- 1,000㎡以下の施設に対しては、営業時間短縮(5時～20時)の協力を依頼

今日、新型コロナワクチン接種が進んでいる一方、変異ウイルスの拡大等によって特に東京都では感染の再拡大に突入したという見解が示されています。フィットネス施設に於いても、明確な場所(スタジオやジム、或いはロッカールーム等)が特定されてはおりませんが、感染者発生が確認されています。FIA加盟企業クラブにおかれましては、浴室とプールを除くすべてのエリアに於けるマスク着用、ロッカールームや浴室等のマスク未着用の状況が生じるエリアを重点とした会話の禁止など、感染予防対応ガイドライン遵守徹底の上、各社責任のもと営業体制を決定いただき、引き続き“地域の健康づくりのインフラ”として施設・指導の提供を継続していただきますようお願い申し上げます。

Member's Board

会員掲示板

アイレクス・トライアスロンスクール

愛知県内に25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)は、2021年7月1日より、「アイレクス・トライアスロンスクール」を豊橋市に新たに開校いたします。

現在、東三河エリアのアイレクス店舗、アイレクススポーツクラブGRANDE+24(豊川市)、アイレクスNEO豊川(豊川市)、アイレクススポーツクラブ田原+24(田原市)の3店舗で実施しておりますが、今回、トライアスロンの魅力を地域に広めるとともに、受講者の利便性をより高めるため、アイレクススポーツクラブ豊橋ミラまち+24(豊橋市)にクラスを新設いたします。さらに、豊橋校2クラス(スイム・ラン)の新設に加え、田原校2クラス(スイム・ラン)、豊川校(GRANDE)1クラス(スイム)も増設し、これまでの3クラスから8クラスにすることで、同スクールの拡充を図ります。

同スクール指導者には、国内のトライアスロン大会でタイトルを数多く獲得し、世界のトップアスリートからも称賛されつづけている、アイアンマントライアスリート谷新吾選手を校長に迎えています。多くの方にトライアスロンの楽しさを知っていただき、プロ直伝の効果的なトレーニングで大会出場&完走を目指す同スクールでは、トライアスロンを通じて自己チャレンジと生涯スポーツの楽しさを提供いたします。

アイレクススポーツクラブは、地域に開かれたクラブとして、より安全な施設運営※を目指し、地域を支援することで地域に貢献してまいります。

なお、当社は『2021トライアスロン伊良湖大会(9月12日開催予定)』の協賛スポンサーにもなっております。

※当社では、新型コロナウイルス感染症対策専門会議の指針に基づいて当社が独自に策定した「ストップウイルス新ガイドライン」に則り、感染予防を徹底しています。



〈アイレクス・トライアスロンスクール 監修・指導〉
校長/谷 新吾(たにしんご)
トライアスロン選手/アイアンマントライアスリート
1967年7月6日熊本県生まれ



【主な戦績】

2019年アイアンマンハワイ世界選手権年代別(50~54歳) 15位

2020年アイアンマンニュージーランド年代別(50~54歳)優勝他、伊良湖トライアスロンAタイプ優勝9回、宮古島・皆生(かいけ)など優勝多数

◎「アイレクス・トライアスロンスクール」戦績例

2016年7月開催第36回全日本トライアスロン皆生大会にて、鳥取県知事杯・クラブ対抗の部では2年連続チャンピオン

〈スクールセッション〉

○スイム/レース本番は海や川を泳ぐので、普段の練習から波や潮の流れを想定し、コースロープを外しての長距離スイムやウェットスーツを着用して練習します。

○バイク/競技時間が最も長いバイクは「楽に・速く・長く」を目指して練習します。

コースは平地、ヒルクライム、周回など季節や気候により多彩に設定。実戦練習としてデュアスロンやタイムトライアルも行っています。

○ラン/省エネで走り切るために軸がぶれないバランスの良い走り方を練習します。

秋・冬はゆっくり長く走れる持久力トレーニングとフォーム修正のペーストレーニング。春・夏はスピード強化とレースシミュレーションにインターバル練習を行います。

◆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式会社 担当:熊谷 貴志

Tel 0533-80-7807 Fax 0533-80-7808

kumagai.t@ilex-sports.co.jp

会員掲示板活用のお勧め

FIA NEWSの“会員掲示板”のスペースは、会員の皆様が情報発信の場としてご活用いただけるスペースです。販売促進や新規出店のご案内、人材募集の告知等様々な情報発信をしていただけます。もちろん **会員企業様は無料でご活用いただけます。**

正会員様、賛助会員様共々ご利用いただけますので、お気軽に事務局までお問合せください。

【問い合わせ先】

(一社)日本フィットネス産業協会

e-mail: info@fia.or.jp

件名に“会員掲示板情報掲載について”とお書き添えください。

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定について

2021年度試験申込みが、7月26日から始まります！ 試験は年1回です！

★試験日:2021年11月14日(日)

受付申込期間:2021年7月26日～9月17日

★受検資格

3級 16歳以上

2級 実務経験3年以上 or 実務経験2年+3級技能士

1級 実務経験6年以上 or 2級技能士



★受検料(非課税)

3級 学科・実技同時:10,000円、学科のみ:5,000円、実技のみ:5,000円

2級 学科・実技同時:15,000円、学科のみ:7,500円、実技のみ:7,500円

1級 学科 9,000円、

★受検申請方法:団体申込み(学校・企業)、個人WEB申込み

FCMのホームページから <https://fcm-test.jp/flow/>

★試験開催地(全国10都市で同時開催)

札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、岡山、広島、福岡、沖縄

欧州を中心に職業能力の整備と連動した資格制度設定は世界的潮流

- ・ 職業能力評定基準と資格制度が連動し、学校教育を含む公的職業資格枠組制度(NQF:National Qualifications Framework)を多くの国が導入または検討しており、その数は126ヶ国となる。
- ・ アジア・パシフィック(APEC)では、7ヶ国(オーストラリア、シンガポール、マレーシア、ニュージーランド、タイ、フィリピン、香港特別自治区)が導入している
- ・ 最も先行して定着している英国では、英国全土の産業を25に分類し、それぞれに産業技能協会を設け、各産業代表団体と協同し、職務の内容と資格を設定しており、英国産業全体の90%をカバーしている。

今は余裕がないので、そのうち受検しようと思っている方、年々「フィットネスクラブマネジメントの能力」の価値は向上します。試験は年1回です。見逃すと1年以上遅れます。今年、今から間に合います！



New Clubs

出店情報

7月のオープンクラブ

エニタイムフィットネス静岡呉服町

所在地: 静岡県静岡市葵区呉服町1-30札の辻クロス 2F

エニタイムフィットネス長岡京友岡

所在地: 京都府長岡京市花山3-48-2 1-2F

エニタイムフィットネス四条大宮

所在地: 京都府京都市中京区四条通

大宮西入錦大宮町130メゾンドール四条大宮 B1

エニタイムフィットネス石垣島

所在地: 沖縄県石垣市真栄里291-3 1F

Clara

所在地: 東京都豊島区南池袋1-14-2

リフュージュ・アイ・ノース301

UNDEUX SUPERBODY町田

所在地: 東京都町田市原町田6-13-21

町田アミックスビル4F

eviGym銀座3rd

所在地: 東京都 中央区銀座3-12-7 原町ビル5F

フィジットコンディショニング網走

所在地: 北海道網走市駒場北5-83-6

Curvesイオン南越谷

●FIA会員

所在地: 埼玉県 越谷市南越谷1-2876-1

快活クラブFit24八戸沼館

所在地: 青森県八戸市沼館4-1-39

ルネサンスイオンタウン吉川美南

●FIA会員

所在地: 埼玉県 吉川市美南3-25-1

FIT-EASY清水

所在地: 静岡県静岡市清水区梅田町10-17

Issue

記事

福岡県で緊急事態宣言延長、スポーツクラブは再開

福岡県などに発令されている新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言が、6月20日まで延長されることになった。県は引き続き大型商業施設への土曜・日曜の休業や酒類を提供する飲食店への休業を要請することにしており、事業者は対応を進めている。一方、土日休業の対象から外れる大型スポーツクラブでは、営業を再開する店が出てくる。

大型スポーツクラブは1日以降、土日休業の対象外となる。大手のルネサンスは県内の商業施設に入居する1店舗で、土日の営業を再開する。

床面積が1千平方メートル超の百貨店やショッピングセンターなどの大型商業施設は生活必需品を除き、土日休業が求められる。岩田屋三越(福岡市)は食品と化粧品、衣類など一部売り場を除き休業する。午後7時までの営業時間は同8時までに戻す。ただある百貨店関係者は「6月からは中元商戦が始まる。休業は正直厳しい」と打ち明ける。

一方、福岡市の大型商業施設、キャナルシティ博多は「生活必需品の線引きが難しい」として、引き続きテナントごとに判断を委ねる。

県内の飲食店では宣言延長に伴い、時短営業を継続する企業が多い。豚骨ラーメン店「一風堂」を展開する力の源ホールディングスは、午後8時までの時短営業を続ける。担当者によると現在の客数はコロナ前の3～4割減程度だが、過去2回の宣言時よりも多く「地方のショッピングセンターの店などで客が戻ってきている」という。

(2021.6.1日本経済)

浅間総合病院(長野県佐久市)

——肥満改善、オンライン指導(医療介護最前線)

長野県佐久市の佐久市立国保浅間総合病院が、肥満や脂肪肝の改善に向けてオンラインで患者に助言する「佐久リモートプロジェクト」を始めた。食事内容などを助言するほか24時間連続で血糖値を測定できる装置を装着した患者のデータを医師が確認し、指導に生かす日本初の試みだ。肥満症で糖尿病ではない人を募集し、30人が参加している。参加者は毎日、起床時に体重を測り、食べた物を写真に撮って記録する。血糖値は1カ月のうち2週間、連続で計測する。

外来受付時間の制約があり、仕事をしていると通院できない人も多い。コロナの影響もあり、オンライン化の重要性はさらに高まっている。このプロジェクトでは患者が浅間総合病院を訪れるのは初診時と3カ月後の2回で済む。

オンライン化の実現に重要な役割を担っているのが、米アボットの持続血糖測定器だ。測定器に付いた小さな細い針を上腕部に貼りつけると、針が皮膚に刺さる。2週間張り続けて、血糖値の変化を記録する。細く短い針を皮膚に刺し続けることで、痛みを感じずに連続計測が可能になる。

日本ではインスリン療法をしている患者に保険適用されているが、今回は初めて、糖尿病ではない人のデータを計測する試験的な調査になる。肥満改善に力を注ぐのは、肥満の先にはドミノ倒しのように脂肪肝、糖尿病、肝硬変といった病気が控えているためだ。

次の一手として準備しているのが地元企業との連携だ。メタボ健診を受けた結果、必要な社員に減量に取り組んでもらう。こうした取り組みを通じて「長野県全体にこのメソッドを広げる」(尾形氏)ことを目指している。

(2021.6.3 日本産業新聞)

BB秋田など健康づくりで連携。

秋田県のプロスポーツクラブが地元企業や自治体と連携して高齢者の健康づくりを支援する。秋田は65歳以上の高齢者の比率が全国で最も高い。医療や介護を予防し社会保障費の削減にもつなげる。

連携するのはサッカーJ2のブラウブリッツ秋田(BB秋田、秋田市)、医療システム開発のアルファシステム(秋田市)、医療関連のセルスペクト(盛岡市)、BB秋田のホームタウンである秋田県にかほ市。「にかほ市健幸(健康幸せ)プロジェクト」推進へ協定を結んだ。

BB秋田のトレーナーや管理栄養士らが出張し、にかほ市民を対象に体操教室などを開く。栄養指導も実施する。

(2021.6.11日経MJ)

福岡市、AIで介護プラン作成支援

福岡市は介護サービススタートアップのウェルモ(東京・千代田)と組み、介護保険で「要支援」認定を受けた高齢者の介護計画(ケアプラン)作成を支援する。人工知能(AI)を使って将来の健康状態を予測し、介護予防に効果的なケアプランを提案するシステムを開発する。

市は同意を得た約6000人分の病歴や健康診断などのデータをウェルモに提供。同社はデータを活用し、利用者の身体の状態を入力すると、将来の予測や最適なケア内容を提案するシステムを2022年度中に開発する。ケアマネジャー(介護支援専門員)が介護予防や介護の重度化防止に効果的なケアプランを作成することに使う。

(2021.6.11日経MJ)

サービス版EC支援で成長 MOSH、利用1年で4倍

MOSHが、サービス業向けの電子商取引(EC)支援で成長している。コロナ禍でオンラインサービスの需要が伸びるなか、予約から決済、サイト構築まで支援することで、サービス提供者のニーズをつかんだ。物販のEC構築支援で業績を伸ばす企業が出てくるなか、サービス版で成長を目指す。

MOSHを利用する事業者はまず管理画面で、自らの提供するサービスにあったタイプを選ぶ。具体的には、「クラス・イベント開催」(主に1対多数型)、「プライベート予約」(1対1型)、「サブスク」(サブスクリプション、月謝型)、「オンライン開催」、「見積もりコンテンツ販売」(デジタルコンテンツ販売)の5つだ。それぞれの特性に合わせて予約や申し込み管理ができるような仕組みになっている。あわせて、消費者に見せるページに写真を載せたり、サービス紹介したり、値段を入れたりすることでECサービスを提供できるようになる。

MOSHの篠和弥CEOは「予約、月謝、回数券など、サービス業特有のワークフローにあったサイトを簡単に作れる」と自社の強みを説明する。初期費用・月額利用料金はとっておらず、売り上げの8%がMOSHの収入となる。現在は事業者を増やすために3.6%にしている。利用事業者数は今年5月に3万を突破。前年同月と比べると約4倍と急成長を遂げている。

利用事業者の約半分がパーソナルトレーナーや、ヨガインストラクターなどのフィットネス分野だ。個人事業主などの利用もできるため様々な細分化されたサービスが提供されている。今後は、利用事業者に対する送客支援などの仕組みを整え、MOSHを利用するメリットをさらに提示できるようにすることを目指す。

(2021.6.17 日本経済)

SOMPO、介護分野でルネサンスから出向社員を受け入れ

SOMPOホールディングス(HD)は介護事業子会社でスポーツクラブ運営のルネサンスから出向した社員の受け入れを始める。まず最大で50人を受け入れ、介護施設での運動プログラムづくりなどに携わってもらい、新事業の創出につなげる。ルネサンス側は社外留学制度を活用する。新型コロナウイルスの影響で業種を超えた社員の出向が増える中、事業創出に生かす取り組みが広がってきた。

出向中は同社が運営する介護施設で働き、運動プログラムづくりなどに携わってもらう。両社は2020年12月から介護事業などで業務提携をしており、認知機能低下予防や身体機能の改善などで新事業の開発を進めている。ルネサンスの社員に実際の介護現場で高齢者と接してもらい、新事業の開発に生かす。ルネサンスはスポーツジムでシニア向けプログラムを運営するほか、リハビリに特化したデイサービスも運営している。有料老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅など様々な介護サービスを手掛けるSOMPOへの出向で介護ノウハウを学び、出向後の事業開発などに生かしてもらう。同社の社外留学制度は新型コロナ流行以前から設けられている制度で、これまでも自治体などに社員が出向し、健康事業の開発などに関わってきた。

新型コロナ感染拡大による営業自粛などが響き、スポーツクラブの業績は厳しい。ルネサンスの21年3月期の連結決算は、最終損益が87億円の赤字(前の期は13億円の黒字)で売上高は33%減の302億円だった。新型コロナの影響で新規会員の獲得数は減少し、21年3月末の会員数は前年同月比18%減の約33万人となっている。需要がある程度回復するまでの間、出向などで人件費を抑制する狙いもある。

(2021.6.15日本経済)

ソフトバンク、ブラジル発のフィットネス企業に追加出資

ブラジル発のフィットネス企業のジムパスは29日、ソフトバンクグループ(SBG)などから2億2000万ドル(約243億円)の出資を受けたと発表した。SBGは2019年にも出資しており、ジムパスの企業価値は22億ドルを超えたという。

ジムパスはフィットネスクラブを横断的に利用できる会員権を販売しており、世界で5万以上の施設と契約。利用者数は5月に400万人を超えた。新型コロナウイルスの感染拡大を受け、自宅で可能なオンラインのトレーニングプログラムなども提供している。企業の福利厚生としての利用も増えているという。

(2021.6.30日本経済)

江崎グリコ、全国一斉「ロカボ」実態調査の結果を発表

江崎グリコ株式会社は、全国の20~60代4700名を対象に初めて「全国一斉『ロカボ(R)』実態調査」を実施。「ロカボ(R)」とは、当社も加盟する一般社団法人食・楽・健康協会が提唱する、「おいしく楽しく適正糖質」を摂る食生活のこと。

■コロナ禍の影響で健康への不安や悩みは増加。主な悩みは「運動不足」「ストレス」「肥満・メタボ」。

・健康に関する不安や悩みを抱えている割合はコロナ拡大前(2020年2月以前)よりも10.3ポイント増加。

・不安・悩みの第1位は「運動不足」で、コロナ拡大前より6.2ポイント上昇。2位以下は、「ストレス」、「肥満・メタボ」と続く。→ストレスなく、日々の食生活から生活習慣予防に取り組めるロカボの潜在需要を感じさせる結果に。

(2021.6.30日本経済)