

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

 フィットネスビジネスを支える人財セミナー
～人財定着のカギとなる評価制度と採用の方向性～

スポーツクラブNAS株式会社

人事部長 相原 雄介 氏

株式会社ティップネス

人事総務部長 藤井 一安 氏

株式会社フージャースウェルネス&スポーツ

取締役管理部長 長島 拓也 氏

司会: (一社)日本フィットネス産業協会 松村 剛

※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「フィットネスビジネスを支える人財セミナー」の様相を紹介する。

コロナ禍になってから一年以上が経過し、各社での評価制度や、人財採用・育成の方針が大きく変わりつつある。人事制度は経営方針とも大きく関わるため、ぜひ各社の動向を参考にしていきたい。

——各個人の方々と各社の自己紹介を、企業の現況を改めてお願いしたいと思います。

相原: スポーツクラブNASの相原です。2005年の3月に大学を卒業し、その年の9月に入社しています。2005年の4月まで水泳をしており、引退してから仕事を始めたことから入社時期は少しずれています。最初は店舗での勤務で、スイミングやジムやフロント業務に従事し、2008年の2月に新店舗の立ち上げで1回目の異動がありました。その後、約2年勤務した後、27歳の時に同店の支配人を拝命し、支配人を務めました。その後2011年から人事部に異動になり、マネージャー、現在は人事部長をさせていただいています。

会社の紹介ですが、本社は東京の丸の内にございます。従業員は約2,200名で、そのうち社員が530名、関東を中心として全国に73店舗を展開しています。男女管理職の比率としては、もう少しで女性比率が30%になるくらいのところまで来ており、女性の活躍も進んでいる会社です。コロナをきっかけに我々の『使命・あるべき姿・考え』を見直しました。使命としては、「カラダだけでなく、ココロも明るく元気に」、あるべき姿としては、「仕事を楽しんで成長を実感し、当社にかかわる人たちみんなが幸せになる」ことです。また、「やる気と情熱を持とう、自ら考え自ら行動しよう」などが当社の考えであります。これらのようにMISSION、VISION、WAYを定めてそれぞれ取り組んでいます。

主たるサービスの構成としては、どこの総合スポーツクラブも似ているかと思いますが、コロナ禍をきっかけに進めているのは、オンラインのライブレッスンと、eコマース(物販サイト)です。小中学校等の体育の授業の受託にも力を入れ

松村: ワクチンの接種が進み始め、我々フィットネス業界も今後はオフェンス型のビジネスアプローチに変えていかなければいけません。昨年度からのダメージ回復を目指す各社様においては、さまざまな新しい取り組みを進められていると思います。例えば、会費の値上げや新規事業への取り組み、配置転換や事務所の縮小など、さまざまな取り組みをされていると耳にします。そうしたなか、人材配置の見直しや今までの視点とは少し異なった人材の育成、採用を進められていることと思います。

新型コロナウイルスの感染防止を考え、本部機能ではテレワークや時差通勤といった新しい働き方なども進められています。ポストコロナでは、テレワークなども想定した人事、評価制度を構築していく必要があると思います。

また、生活様式が変わって、いろんな業態のフィットネスが出てきています。例えば、24時間ジムは店舗も増やして集客していたり、AIを使ったりリモート型のサービス提供など新しいビジネスモデルがどんどん生まれてきています。コロナ禍により健康に対する意識が高まっているので、ワクチンの普及後は、運動に対する消費者のニーズは高まるのが想定されます。今まで元気だった異業種が入ってくる可能性もあります。そういった状況に対応できる人事配置、人材育成や人事的アプローチは非常に重要になってくると想定されます。

本日はフィットネス業界のなかから3社より、人事担当のスペシャリストの方にお越しいただいております。

を進めています。また、企業とのパートナーシップを進めたいということで、これら4つを主な柱として進めています。

当社としては、大型の新規スポーツクラブの出店を毎年2～4店舗進めてきていましたが、コロナ禍によって今後大型の出店は難しくなると思いますが、本年7月には埼玉県東大宮に、来年春に札幌に、来年夏に埼玉県の鶴瀬に出店が決まっています。

藤井: 当社は日本テレビホールディングスということで、メディアの力を活かせるフィットネスクラブという点が特徴です。総合フィットネス型が60店舗、24時間ジムが110店舗です。新たなところで昨年8月にオンラインフィットネスの「トルチャ」というものが導入されました。コロナ禍の現況ですが、売上高でいうと昨年の43%減収となりました。そのなかでも成人会員が減少しました。今年度頑張っていこうと思っていたのですが、4月からの緊急事態宣言下の休業要請もあり厳しい状況で何とか2023年3月期に向けて頑張ろうというのが当社の現状でございます。

私は1993年にこの業界に新卒で入社しました。20代では本社勤務となり、営業企画やマーケティング部を経験しました。その後、神奈川の藤沢店の支配人として着任して、各方面に怒られながらも務めていました。その後、西東京の田無店の支配人、渋谷店のクロス店の支配人として勤務していました。本部では営業課長として5店舗の統括やブロックマネージャーの仕事をしたり、人事部部長をやっておりました。昨年本部のスリム化ということで人事部と総務部が一緒になったので現在は人事総部の部長として働いております。

長島: 相原さんも藤井さんもこの業界が長いベテランの方ですが、私はフィットネス業界には昨年の6月に着任したばかりです。なので、正直このなかでは一番フィットネス業界に関する知識がないと自覚しています。ただ、その前までの18年間は不動産系の会社でずっと人事を続けておりましたので、人事の仕事自体の経験はあります。

まず、我々のグループ会社であるフージャースホールディングスについてお話しさせていただきます。「フージャース」はアメリカのインディアナ州の州民の愛称です。弊社代表の廣岡がアメリカに行った際に、個々の広くて豊かな住環境に感銘を受け、日本の住まいを豊かにしたいという意味を込めて「フージャース」と付けました。グループ全体の企業ビジョンは「住のイノベーションカンパニーとして、全ての人の欲しかった暮らしを叶える」で、いわゆる住宅産業です。元々はフージャースコーポレーションというマンションの分譲会社からスタートし、そこからマンション管理や、不動産投資事業などがあり、我々のフージャースウェルネス&スポーツ(以下、HWS)は不動産サービス関連事業のなかにあります。フージャースグループ全体としては、「地方」「シニア」「富裕層」という3つのキーワードで会社の成長戦略を掲げています。そのなかでHWSは、スポーツ事業を開発事業、PFIや介護と連携させることで、グループシナジーを生み出そうという役割を担っています。

当社は2016年に株式会社スポーツアカデミーという企業がフージャースグループに入り、2018年3月に株式会社宮の森スポーツ、株式会社クリスタルスポーツクラブと合併してHWSになった経緯がございます。言ってしまうと旧社の寄せ集めなので、そこが会社の課題でもあります。全国で34店舗展開しており、北海道が多く、1番南ですと宮古島にも展開している

のが当社の特徴です。

この業界がコロナの影響を受けていることはご承知の通りで、昨年度の売上高は前年比74%と、非常に厳しい1年間を過ごしました。お子様は夏過ぎに戻ってきたのですがやはり成人が思ったより戻ってこなかったというのが実感としてあります。会社としては、withコロナ、あるいはポストコロナを見据えた下半身強化をしていく必要があります。そのためにコミュニケーションの強化や型作り、人材の育成に取り組んでいるのが今のHWSです。



セミナー中の様子
(左)相原雄介氏 (中)藤井一安氏 (右)長島拓也氏

——人事と言えば、評価や採用、育成などのミッションがありますが、これから「評価」と「採用・育成」の2つに分けてお話いただこうと思います。まずは「これからの人事評価制度と今後の課題」についてお願いいたします。

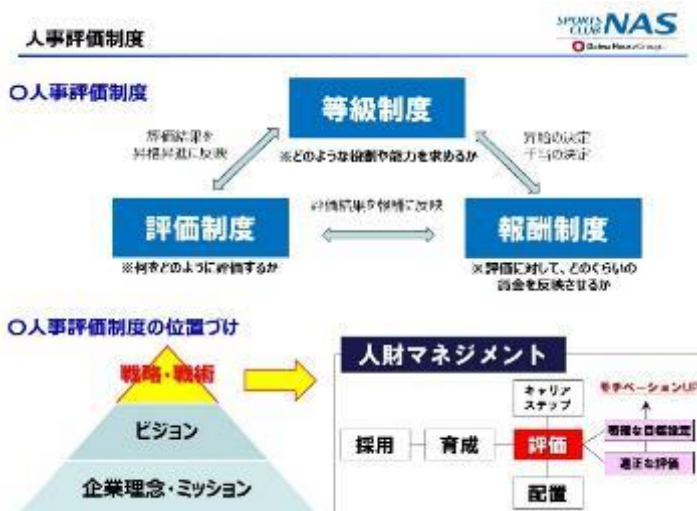
相原: これからの人事評価制度と今後の課題についてですが、現場は接客業でありテレワークに振り切るのは難しいと思っておりますので、今回は本社を題材にご紹介したいと思います。以前は東京の有明に本社がありましたが、オリンピックが開催されると通勤ができなくなるということかねてより本社移転の話は進んでおり、2019年10月から実際に2部署を対象として勤怠管理や社内システムや人事評価がうまくいかの検証を始めたことをスタートして、2020年1月から対象部署を増やして検証に取り組んでいました。2020年4月からはいわゆる管理部門と言われるところを除いてテレワークに移行し、本社は2020年7月から有明から東京に移りました。オフィスの規模は5分の1に縮小し、東京駅という立地で利便性を高めましたが、トータルコストは25%ほど削減できました。本社の座席数は、90席から25席+フリースペース6席程度とかなりコンパクトにして、そもそも事務所に来ても座れないのでテレワークをするしかない環境をつくりました。テレワークの実施率は、全体としては14.2%ですが、本社部門だけでは76.5%です。つまり、本社では全体の4分の1の社員だけが出勤して、それ以外はテレワークをしています。テレワークも自宅だけではなく、サテライトオフィスとして各店舗を活用して、店舗業務のサポートも行いながら全社で人件費の最適化を図っています。

テレワークをするなかでどのように人事評価をしていくのかについてですが、人事評価の位置づけとして、「企業理念・ミッション」「ビジョン」の1番上に「戦略・戦術」があります(図1)。このなかの「人財マネジメント」のなかに「評価」があり、「明確な目標設定」「適正な評価」でモチベーションアップにつなげています。上期と下期で目標を立て、毎年9月と3月にどうだった

かを評価する流れです。評価時には必ず面談しましょうと言っていますが、現場では徹底されていない課題があったりするのですが、1年間で4回上司と面談をすることになっています。本社ではテレワークがメインになっているため、これまで対面でやっていた面談もオンラインに変わってきています。

今後の課題の前に、そもそも何のために評価をするのか? という点についてですが、会社としては評価をして「あなたに求めていることはこれです」と本人に伝え、そこに向けて努力してもらうことで成長してもらうことが本来の目的なのですが、評価制度がおざなりになっていて、社員の教育につながっていない点があると感じています。実際に評価を受けた社員側からそういった意見が来たりもしていますので、改めて評価者教育を実施していこうと思っています。

◆図1

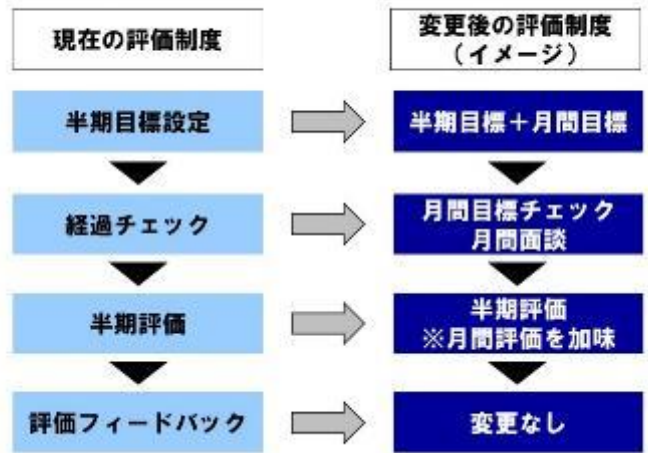


他社様がどのようにされているかはわかりませんが、当社は現状エクセルシートで評価をしてメール送信する古いやり方を取っているのですが、この方法ですと、Aさんが異動になった時に過去の評価が確認できない状況なので、評価クラウドシステムを導入したいと思っています。ただ、コロナ禍によって費用が掛けられず、2年くらい延びてしまっています。かなり安価なものも出始めているので、コロナ前からあった課題も解決していきたいと考えています。テレワークにおける人事評価の課題で言いますと、同一オフィス内であれば業務の進捗を見ながら適宜指示ができて評価もしやすかったのですが、テレワークに移行することによって業務の進捗や行動が見えない状況です。成果ばかりが目につくようになってきて、なかなか成果が出せない社員は仕事をしていないのではないかと思いやすくなってきてしまっているのですが、果たしてそれは本当なのか？が課題としてあります。このあたりをもう一度整備していく必要があると思っています。また、テレワークに順応できない社員の評価が下がる傾向にあるとも思っています。その反面、良い面もあると思っています。いわゆる太鼓持ちの方はどの会社にもいらっしやると思っていて、そういった方は目に見える環境で仕事をしていると比較的评价が高くなる傾向にあったと思うのですが、テレワークによって適正に評価できるチャンスだとも思っています。社員をテレワークに順応させるためにどういった教育をしていく必要があるのかについても最近深く考えています。テレワークに対応した評価イメージ(図2)としては、テレワークになるとコミュニケーションが密に取れなくなり、人間関係が希薄になりますので、半期の目標に加えて、月間でどのような取り組みをしていくのかについて目標を立て、その進捗の面談実施を考えています。半期の評価のなかに月間評価を加味し

ていくことで、評価の公平性も担保できると思います。ただ、現実的に面談にどこまで時間を掛けられるかや、本当に効果的なのかについてはまだまだ検証していく必要があります。上司と部下で密なコミュニケーションを取れるようにすることが、今後の評価制度をつくっていくうえでの課題になると考えています。

◆図2

テレワークに対応した評価イメージ



藤井: 評価の話をする前に、今後の事業の方向性についてお話しします。イメージ図(図3)で見ていただくと、総合型フィットネスクラブなどの施設型の既存事業から、新規事業としてヘルスケア領域に事業を拡大していかないと会社として大きく

なっていけないと思っています。ヘルスケアは2030年には市場規模で50兆円に上ると言われており、こちらに領域を広げていこうという大きなテーマを持っています。既存事業では大きな方針が2つあり、1つは「データの活用」がキーワードになってくると思います。私も支配人の経験があるのでわかりますが、現場でもお客様のいろいろな履歴を取ってはいるものの結局最後は感覚的な接客になってしまっていました。そこをお客様との接点や利用履歴をデータで管理していき、適切な案内ができるように、データマーケティングによってカスタマーサクセスへと導いていくようにしようと言っています。「カスタマーサクセス」という言葉はよく出てきていて言葉が先走りしている感じはありますが、お客様にはそれぞれのゴールがあります。ある店舗で検証していると、カスタマーサクセスに導いている1つの要因として、店舗の利用が「アクティブ」であることがわかってきています。アクティブと言ってもそのお客様によって頻度は違いますが、お客様をアクティブな状態にするためにどんな提案をしていくか？について現在詰めていっています。

また、コロナ禍であまり影響を受けなかったキッズ事業については、導入していない店舗にも導入したり、すでに導入している店舗については安全性を担保しながらいかに集客していくかがテーマです。ティップネスはこれまでシニアマーケティングはしてこず、若い人向けに展開して年齢にとらわれずに参加していただくスタンスだったのですが、今後は明らかに高齢者に向けたコンテンツ開発をしていき、シニアも狙っていこうとしているのが既存事業です。新規事業のヘルスケアというところと言うと、メディアの力を使って、いろんな業界と協業しながら進めていこうとしています。

経営的な問題やコロナのようなパンデミックに直面すると、制度を変えようという制度論になりがちなのですが、各部署にアンケートを取って制度を変更するにも2、3年かかる可能性もありますし、幅広いところまでやり過ぎて掘り起こさなくて良いところまで掘り起こしてはまた埋めるということになってしまっはいけないと思っています。

今後の人事制度で目指すべきポイントとしては、「現場のサービスを今後どのように変化させるのか」「新しい事業領域にチャレンジするのか」「チャレンジするのであればどういった事業領域なのか」といった問いに対してきちんと答えを定義することから始めようとしています。今のお客様だけではなく、誰のどういった要望をどのように満たすのかをはっきりさせたうえでそれを実現していくにはどういった人財が必要で、そのような人財はうちの会社にいるのか？という議論をしています。もしそのような人財がいなかったら採用をしていきますし、もしいたとしたらそういった人々をどのように育成していくのかという議論になります。最終的に評価制度をどうしていくかについては、会社が求める人財を繋ぎ止めていくための評価制度という組み方にしていかないといけないと思っています。制度ありきではなく、どんな人たちに気持ちよく働いてもらって成果を出してもらいたいかを考えたうえで、制度を考えていっているのが当社の今の方向性です。

◆図3

1) これからの人事評価制度と今後の課題 (2-1)

【今後の事業の方向性イメージ】



◆既存事業の強化

- ・データマーケティングによるカスタマーサクセスの実現
- ・キッズスクール事業拡大とシニアマーケットへのチャレンジ

◆新規事業へのチャレンジ

- ・ヘルスケア領域での他業種とのアライアンス強化

長島: 人事評価制度と今後の課題についてお話しさせていただきます。当社は先ほど申し上げたとおり、3社が合併しているので、旧社の制度が至るところに残っており整っていないのが現状です。ただ、今回のコロナ禍によって制度を思い切って変えることができたと思っています。

評価制度は年2回実施していましたが、能力評価に関しては年1回、成果評価は年2回に変えています。また、評価シートは親会社のものをうまく取り入れながら、能力評価を重視する項目に変えました。従業員から不満の声も出た部分で給与制度の改定です。号棒ごとに給与が上がっていきなかつたので、課長職などはどうしても1回の上がり幅が大きかったのですが、今はそこまで上げられないということで、その比率を下げたりして柔軟性を持たせました。また、今年の3月に役職ごとの給与レンジを定めました。各役職の最低年収と最高年収(レンジ)を設け、これにより給与が上がった社員もいれば下がった社員もいました。

評価制度は能力と成果に分けており、能力は給与、成果はボーナスに反映しています。能力評価については、一般能力(ポータブルスキル)とフージャーが重視する心構えなどの項目を基に設定をしています。成果評価は期初に目標を立てて、期末に振り返りを行っています。能力評価については、メンバー層、リーダー層、管理職層によって異なります。メンバー層は実行、協調、吸収、発信など自分の身の回りのことをしっかりやる項目が多く、リーダー層になると垂範、育成など。管理職になると、問題解決、決断、組織づくりなどが能力評価項目になっています。評価項目を明確にすることで、その役割に何を求めているかを明確にしたのが評価シートを変えた大きなポイントです。会社としてはフージャーとしての心構えは全員が持ってほしいので、「圧倒的な顧客目線」という

——続いて、採用と育成にポイントを絞って、各社様の取り組み及び課題をお話いただきたいと思います。

相原: 採用の方向性については、アルバイト、キャリア採用、社員登用、新卒採用の4つに分けています。これまでのアルバイト採用については、プールやジムなどそれぞれで行っており、今後も採用は続けていきますがかなり人数を絞って行っています。というのも今後はフロント業務がかなり簡素化され、受付の無人化なども想定する必要があると考えているからです。ジムやスタジオのレッスンなど指導ができるスタッフの採用を優先的に行う予定にしています。またオールセクション働けるスタッフの採用も進めています。コロナ禍で退職者の一部補充は行っておりましたが、アルバイトスタッフについては昨年対比で約200名少なくなっています。キャリア採用については、なるべく費用をかけずに継続し、優秀な人材がいれば確保していきたいと思っていますが、本社機能ではなく営業スタッフなどを中心に考えていく予定です。これは先ほどご説明させていただいた、学校の体育授業の受託なども進めているため、そういった営業もできる社員の採用が必要であるとの考えているためです。

社員登用については非常に厳しい状況であり、なかなか積極的に実施できておらず、離職者の補充という意味合いが強くなっていると感じています。

新卒採用については、これまで年間20~30名の採用だったのですが、今年の4月に入社した社員は4名で、コロナ禍になってからの新卒採用はストップしている現状です。2022年4月入社採用については、外部での採用は今のところ予定しておらず、アルバイトをしている学生で当社への入社希望がある方を中心に採用を行っていく予定です。これは費用を掛けられないという意味合いもありますが、アルバイトをしていると当社のことをしっかりと理解したうえで入社してくれるので、入社後のミスマッチを防げたり、早期退職につながる可能性

顧客志向に加え、主体性、自主性、ポジティブ、品格という項目を定めて評価を決めています。

今後の課題(図4)としては、人事制度が統一しきれていない点です。一番重い課題が退職金制度で、給与レンジの適正化もまだ課題かと思っています。今回少し強引にレンジを決めましたが、各ポジションが本当にその年収帯で良いのかなどの吟味をしながら納得感のある給与レンジをつくっていきたいと思っています。また、スペシャリストのキャリア構築も課題です。我々は営業所を運営しているので、営業所のピラミッドに応じた給与体系をつくりがちなのですが、人材が多様化しているので、営業所が縦軸であるとするならば、フィットネスをマネジメントしていく横軸も必要だと思っています。縦軸は比較的マネジメントしやすいのですが、横のマネジメントや教育をしていく必要があると思っています。最後がアルバイトです。アルバイトの戦力化が重要課題だと思っています。こちらについてはまだそこまで踏み込めていないので、今後戦力化させられるような評価制度を構築することが課題です。

◆図4 今後に向けての課題

<p>人事制度の統一</p> <p>旧社の制度が統一しきれていない。One HWSに向けて各種制度を統一。(退職金、各種手当書類)</p>	<p>給与レンジの適正化</p> <p>今年の3月に改定実施。全体的なバランス調整は必要。年収の変動化を軸に適正化を推進。</p>
<p>スペシャリストのキャリア</p> <p>人材の多様化が進むことで、スペシャリスト職のキャリアを、構築することが必要。</p>	<p>アルバイトの評価制度</p> <p>アルバイトの育成・戦力化は、フィットネス業界の重要課題。教育・評価制度の構築を進める。</p>

も低いと感じています。現在、アルバイトをしている学生の採用に取り組み始めているので、夏頃までには終われると思っています。

また、当社はダイワハウスグループのためグループ共通の研修なども受けられるのですが、それらを含めても総支配人などの中間層の教育が空いてしまっています。これまでは集合型研修をしていかないと目の行き届く研修ができなかったのですが、現在は研修もオンラインが主流になっているのもう一度経営層になるまでの中間層の教育を見直していこうと思っています。また、レッスン系の社内認定を整備して、プログラムの内製化を進めようという方針もあるので、接客サービスやレッスンの社内認定を進めていくことが教育体系の課題と方針となっています。

新入社員の教育でいうと、半年間かけてフォローしていく体制だったのですが、コロナ禍で集合型では難しくなっており、同期意識や本社との人脈形成が弱まってしまっているところがあったのですが、今年は5月と7月にオンライン研修を行い、9月に集合研修を行っていく予定にしていますので、2020年度はほとんど教育研修ができなかったのですが、2021年度からは内容や方法を見直して、コロナ禍に合わせた教育研修をしている現状です。

OJTについては今後も継続していきますが、集合研修は少なくなり、オンライン研修が主流になってくると思います。対面でやった方が成果が出るものと、対面でなくても成果が出るものと分けて考えられるようになると思うのですが、全国津々浦々に行き渡った研修をしていくにはオンラインがメリットになると感じています。オンラインの方が業務の調整もしやすく、録画をしておけば内容を確認して事後の試験を受けるだけで済むなどのメリットもありますので、研修においてもオンライン活用は積極的にしていきます。

結局は能動的に働けるスタッフをどのように育成していくかが大事だと思いますので、そういった項目を1つ前のテーマ

であった評価制度にいかにか落とし込んでいけるかが課題だと思っています。

藤井: 当社の人材分布のデータ(図5)です。当社は人物や面接重視で採用しているので、採用時に適正検査(SPI検査)は実施していないのですが、26~28歳頃には某研修企業の適正検査を受けてもらっています。社員が700名弱いるなかで、データが300名弱集まっているなかでの一部抜粋なのですが、ヘルスケア経済圏をつくるために新規事業を展開しようと思った時に、そういったことをできる人が社内にいるのかを可視化したものになります。能力適正と性格的適正で、企画開発に適正がある人が赤い枠の中にいる人たちです。

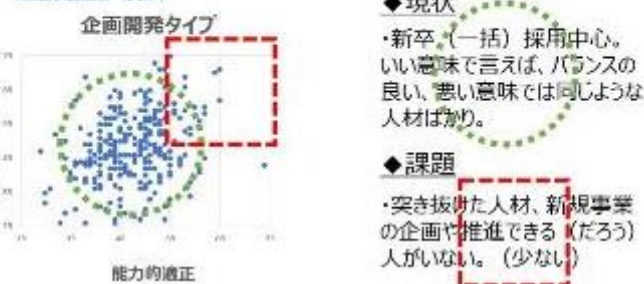
今までは新卒の一括採用を中心にやってきているので、良い意味でいくとバランスの良い、ティップネスらしい人が採

◆図5

2) これからの人材採用と育成に関する方向性 (3-1)

【当社の人材分布】

※禁止や賞状を一部除く



どういった仕事をしてもらうかが課題になっています。役職勇退は再雇用ではないためそれなりの給与を支払っているため、若い方からすると自分たちより給与をもらっているのにあんな仕事しかしていないのかということにならないようにすることが課題です。清掃やキッズバスの運転手などのアイデアは出てきても、給与と見合わないことが多いです。今進めているのは店舗のファシリティ関係の仕事で、設備トラブル時に専門会社に来てもらったりするところを、特殊対応が必要でない設備面に関してはできる限り社内でも対応できるように進めています。また、会費の請求関係がコロナ禍でかなり複雑化したので、元々会費システムに強い方などを請求センターに3名ほど集めて、そういったことを専門的にやれるチームを昨年の9月から運営しています。また、シニアアドバイザーと言って、勇退までに成果を発揮してきた人は横串でいろんな店舗の課題を解決していく役割を担ってもらったりして、これらも機能し始めています。

最後に、社員のエンゲージメントという言葉が出てきていますが、コロナ禍で本部担当者なども店舗巡回に行きにくくなっており、店舗社員の声を聴ける機会が少なくなったり、現場社員が孤独を感じてしまったりしています。そこで、当社では月1回、「直近1か月の体調はどうですか?」「職場の人間関係は良好ですか?」などの簡単な設問をメール送信して回答してもらうというシステムを導入しました。そのコメント欄にたくさんのコメントが寄せられ、そのコメントを見ていると、会社の方針などを支配人や施設長に説明しても若手の従業員にうまく伝わっていないことがわかってきています。そこで社長メッセージを撮影して、いつでも社員が直接見れるようにする取り組みなども始めています。社長自体も今までは現場の人たちと飲みに行ったりする機会をつくれていましたが、今はできないので、社長座談会といって昼間の時間帯などにZoomなどを使ってざっくばらんに話せる機会を設けています。「社長の生の声が聴けて良かった」「自分たち

ているのがわかっています。反面、同じようなタイプの人たちばかりだということがデータとして出てきてしまっています。課題は新規事業向きの突き抜けた人の採用で、新しい領域でやっていこうと思ったら、店舗での接客などには不向きかもしれないけど企画力などがある人を探っていくといけないというのが課題としてあります。

今後の人材採用で言うと、今までは8割程度を新卒採用、残り2割を中途採用や社内登用を活用してきましたが、今後は新卒採用の比率を2~3割に下げていき、既存事業である店舗の戦力についてはアルバイトで優秀な方々が多いので、どんどんアルバイトから引き上げていって、その比率を上げていくことが会社としての方針です。

育成面で言うと、本部と店舗のローテーションは今もやっており、20代の社員がオンライン事業部などの本社機能に入ったりしています。店舗でうまく育った人を本部に引っ張ってこることが効率的かと思ったらそうではないのが現状です。専門人材はなかなか育たないので、当社では日本テレビグループ内で若手の出向を始めています。その根底にあるのは、「他流試合をしないと育たない」という当社社長の考えがあり、どんどん違う人たちと仕事をして磨かれて、それをまた社内に還元していく循環をつくる取り組み始めたところです。

また、当社には「役職勇退制度」というのがあります(部長職の場合、55歳で後進に道を譲る制度)。この制度は世の中一般には多くありますが、フィットネス業界であるところは数が少なく、数年前に他社と集まった時にこの制度があったのは当社だけでした。

当社は等級に応じて年齢幅を決めているので、53~55歳になったら支配人や課長は後進に道を譲ってもらっています。この制度の対象者が毎年増えていて、そういった方々に次に

の意見を直接届けられて良かった」などの感想が寄せられ、高評価をいただいています。

長島: NASさんは新卒を止めているとのことでしたが、当社は新卒を採用しています。今年は9名、来年も8名程度採用しようと思っています。HWSでは新卒に入った社員にこれくらいを目安で成長してほしいという成長目標を定めています。3年経ったら、スイミングやフィットネスで担当業務のリーダーとして働いてもらい、30歳過ぎくらいからその部門を任せたい、あるいはフィットネススペシャリストとして活躍してほしいという、3年、10年単位で成長目標を掲げています。

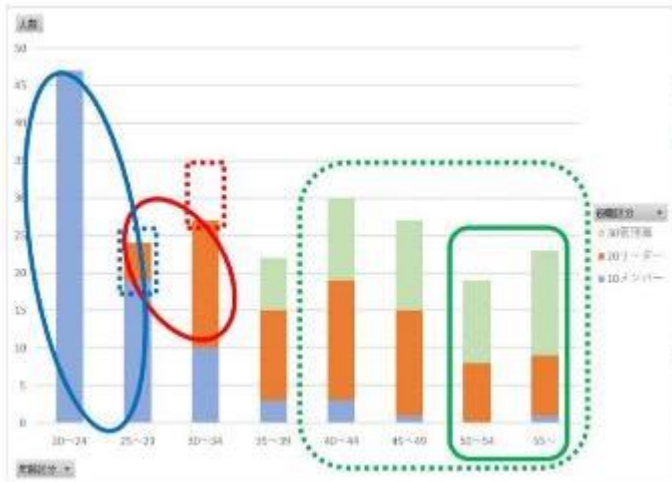
年齢構成から見るHWSの課題(P6、図6)は、ブルーがメンバー層、オレンジがリーダー層、薄いグリーンが管理職層です。ここからお伝えしたいことが大きく3点あります。当社は40代以上の比率が45%と非常に高いです。40・50代がずっと留まり続けると若手世代が上がっていけないので、この40代以上の雇用ポストを創出することが我々の1つ目の課題です。2つ目は、先ほども申し上げたとおり、会社としては10年経ったら管理職になってほしいのですが、現状としては30代前半の管理職がいないので、ここも課題です。最後は、3年経った20代後半は本来であればオレンジ(リーダー層)に染まっていほしい層なのですが、現実にはまだメンバー層が多いので、こちらも課題です。

1つ目の課題を解決する方法として、我々はティップネスさんほど規模も大きくないので社外に雇用機会を求めました。グループ内にフージャースケアデザインという会社があります。ここは主にシニア向けのマンションを開発・運営している会社なのですが、ここが管理する物件のなかにコンシェルジュチームがあり、パート・アルバイトを入れると30名程のチームになります。そのチームの支配人になってもらう出向人事を今年の春から始めました。フィットネスの営業所と似たようなチーム作りが求められるので、非常に親和性が高いです。

出向先からも好評をいただいているので、こちらは継続予定です。2つ目は、リーダー層から管理職になるべき人たちの育成です。現在、「運営力の向上」に注力しており、「次世代管理職マネジメント研修」といって営業本部長自らがここを担っています。横串組織をつくってそこで型づくりをして営業所に横展開するという取り組みも行っています。

最後は、若手層の育成で、ここでは接客力の向上が課題です。先ほどもあったようにオンライン研修が主になりますが、地域別のブロックに分けて実地研修も取り入れることで、早くリーダー層に上げていきたいと思っています。

◆図6 年齢構成から見るHWSの課題



今回私たちが5月は東京の店舗を休業していましたが、営業を再開したあとに退会したお客様は圧倒的に少なかったです。今来ていただいているお客様は心も身体も健康になりたいというお客様が残ってくださっていると思うので、我々ももっと努力していきますが、ぜひ皆さんと一緒に業界全体を盛り上げて日本中に健康を届け続けていきたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

<質疑応答>

株式会社THINKフィットネス・南氏

——各社アルバイトからの採用を強化されているとのこととで確かに当社でもアルバイトから社員になった方は即戦力になっているので良い方法だと思いました。ただ現状では、アルバイトからの採用数がそこまで多くないので、具体的なアプローチがあれば教えていただきたいです。

相原: 今回アルバイトの社員登用を強化した背景としては、アルバイトの方から「新卒採用はないのでしょうか?」という声が上がってきて、そのルートでの採用を強化したいという考えからきています。

これまでの新卒採用は、どちらかというと業界関係者ではない人を入れて、フィットネスに参加していない残り96%をいかに集客していくかという戦略をとっていた時期もありました。自分で考えながら行動できるスタッフを見つけた時には、店舗の総支配人や他の社員からいろいろな話をし、当社に興味を持ってもらう取り組みは少しずつ進めています。

藤井: ティップネスの場合は新卒採用というよりも、アルバイトのフリーの方から中途採用で社員になる場合の話をする。社内登用は創業当時からスタンダードで、アルバイトから社員になることは仕組みとしてあります。支配人などがフリーの方に「社員になるつもりはないか?」という話をきちんとして

また、今年の春に「専門性チェックシート」というものをつくりました。項目ごとに評価内容を言語化して4点満点で評価をし、できている部分とできていない部分を可視化して、注力すべき部分を明確化することに役立っています。

全社員的に取り組んでいるのが、コミュニケーションです。オンラインやりリモートでの仕事となると、直接会って仕事をすることが減っているのを、それを埋め合わせるために上司と部下がきちんとコミュニケーションを取る1on1ミーティングを全社的に徹底させています。例えば、部長であれば、末端のメンバー層は数が多いのでなかなか難しいですが、少なくともマネージャーとは隔週に1回は1on1ミーティングをやるようにしてもらっています。私も今部長職を担わせていただいておりますが、課長とは隔週に1回ミーティングをして、メンバー層とは月に1回実施しています。コミュニケーションを徹底させることが今当社で力を入れていることです。

今回コロナ禍を1年半くらい経験して参りましたが、良かった点もあると思っています。1つは「コスト意識の飛躍的向上」です。コロナ前はコストに対して適当になっていたと強く感じています。コスト意識が向上したことは会社にとって大きなプラスでした。2つ目は「リモートワークの環境整備」です。当社はTeamsを導入していますが、ちょっとしたことで10分繋げて打合せをする環境が整備できたことも良かったです。最後は「人から仕組みへの業務改革」です。今までは5人でできる仕事を6人でやっていたり、個人個人でやっていたら回っていた仕事がいっぱいあったのですが、5人でやる仕事を3人でやらなければいけない状況になると人頼みでは仕事が回らないので、仕組みの業務改革をしているのは大きなメリットだと思います。

本人の意思があれば、社員になるためにはこういうスキルが必要だという話を1~3年の計画を立て、早ければ1年ほどで面接を受ける方もいます。このように、社員からアルバイトの方に投げかける仕組みができています。放っておいても自ら手を挙げて入社される方もいますが、やはり社員が口説いて店舗で育てていく環境ができており、毎年新卒採用20~30名のうち5名ほどが社内登用で入社しており、定番化しています。

長島: 私たちHWSもアルバイトの社員登用は実績としてはもちろんあります。ただ制度としては確立できていません。現場で2~3年働いてくれた方で、本人の意思もあり周りも推薦したい方を社員に登用していく実績はあります。私はこの会社で働いてまだ1年ですが、この1年間だけでも2名が中途の登用採用で、1名が契約社員で入社して1年後に正社員になった実績があります。当社の場合は総合社員とエリア社員の2つがありまして、転勤可、転勤不可によって違うのですが、アルバイトの場合はどうしても転勤不可の方が傾向としては多く、人事異動できる人が限られてしまうので、本当にこのままこの方法をやり続けるべきかという課題もあります。

株式会社フジケングループホールディングス・釘谷氏

——コロナにより、各社コスト面が大変厳しい状況だと思えますが、弊社の場合は外部に使っている教育費用が削減になりました。コロナ前後で予算や経費に変更はあったか、また、経費面で工夫されたことがあればお聞かせください。

相原: 教育費用については外部資格の取得費用については変更せずにやっています。外部にお願いして研修をもらう機会は減って、逆に社内ですべてのスタッフを育成していく機会が増えました。オンラインができてきて、その場でなくても録画が見られるので、うまく活用しながら教育し続けて

きました。費用は抑えつつも教育の質は上げていこうという意識でやっていました。

藤井:コストについては全社的な活動としてコスト管理プロジェクトが立ち上がりました。教育費で言いますと、外部にお願いしていたリーダーシップ研修等は2泊3日の宿泊研修だったこともあり中止になり、この2年間できていません。ただ、新入社員については特に1年目はきちんと教育、フォローしていかないといけないので、オンラインなどを使いながらモチベーションアップやエンゲージメントにつながる研修をやっています。総額でいくと、教育コストは削減の優先順位は低いです、縮小しているのが現状です。

長島:HWSでもコストは当然下げています。限られたコストで何ができるかですが、例えば新入社員研修は今まではみんなで集まって学ぶ形の研修が中心だったのですが、それができない今では、営業現場でお兄さんお姉さんの立場の先輩社員が直接教育しています。なので、その先輩社員を教育するための研修をオンラインで新たに設けたりしています。また、部長研修の場合、人数も限られるので、テレビ東京の某番組を流して皆で見たりしています。この方法はほとんどコストがかからないので、工夫次第でいくらでもできることはあると思います。今教育に力を入れるべきかについてはしっかり考えられたうえで組み立てられるのが良いと思っています。

松村:あっという間の90分間でした。皆さま、とてもヒントとなるお話をいただき、本当にありがとうございました。

Information

お知らせ

1. FIAマスタースイミングフェスティバル
まもなく締め切ります。

来る9月26日(日)京都アクアリーナで開催予定のFIAマスタースイミングフェスティバルは8月9日(月)に募集締め切りとなります。受付定員に達していませんのでまだ間に合います。チーム番号登録済でエントリー手続きが未完のチームは送信漏れの無いようお願い申し上げます。

(https://www.fia.or.jp/act/event/masters_fes_2021/)

今大会はコロナ禍での開催となりますが、業界団体主催のイベントとして感染予防対策に於いては万全の態勢で臨みますので、加盟各社さまにおかれましては最後の募集活動へのご協力をお願いいたします。

2. FIA加盟企業施設認証

7月現在加盟102社中55%の企業、約3240の施設が認証を受けています。

- ※「認証ステッカー」を入口等へ貼ってください。
 - ※FIAホームページの加盟施設検索一覧に、認証マークを掲示してください。
- FIA加盟施設認証は商標登録されています。



3. FIA広報PRプロジェクト委員会活動報告

今年度事業計画に沿って設置した同委員会では、業界としての社会への訴え手法や、FIAホームページの機能見直しを協議しています。社会への訴えについては、作成するフィットネスキャンペーン動画(60秒程度)を加盟クラブホームページに掲載することからスタートする方向の協議が行われています。

4. 業界ガイドライン検討委員会

FIAのコロナガイドラインについて、状況の変化に応じた見直し等を協議しています。ガイドライン自体の変更(改版)は、経産省・内閣官房の承認手続きに時間を要しますが、原稿基準の大幅な改編はなく、加盟クラブにおいては「ワクチン接種済みの有無にかかわらず、マスク着用徹底の方向性は継続する」ことをお願いいたします。

5. FIA会員名簿の変更、訂正のお知らせ

先般FIA会員名簿を皆様にお配りいたしました、内容の変更、修正があります。以下の通りお知らせいたします。

<訂正箇所>
(賛助会員)

P50. 蔵王産業(株)
本社所在地:誤) 〒152-0022
東京都目黒区柿の木坂1丁目5番1号
↓
正) 〒135-0001
東京都江東区毛利1-19-5

P64. (有)ヒロテック
住所:誤) 東京都葛飾区新小岩4-19-8

↓
正) 東京都葛飾区東新小岩4-19-8

P72. (株)両備システム
会社名:誤) 両備システム → 正) 両備システムズ

<変更箇所>

(正会員)
P11. エルススポーツ(株)
窓口責任者名:旧) 仲上 卓 → 新) 横山 敦
窓口責任者メアド:旧) nakagami@ls-sports.jp
↓
新) yokoyama@ls-sports.jp

P15. (株)関西テレビライフ
代表者名:旧) 山崎 学 → 新) 古市 忠嗣

P28. (公財)東京YWCA
代表者名:旧) 川戸 れい子 → 新) 栗林 和子

IHRSA Global Report

運動は心の健康と幸福に重要な役割を果たす

この記事は、FIAとパートナーシップを築いている米国のフィットネス産業団体IHRSAから提供された情報をFIA会員の皆様に共有しています。



筆者: アレクサンドラ・ブラック・ラー
コム (MPH, RD, LDN)
IHRSAの健康促進・健康政策
部門シニア・マネージャー

身体活動や運動が精神的な健康に役立つことを示す最新の証拠があります。2021年6月、ジョン・W・ブリック財団は、過去30年間に実施された研究の概要をまとめた「Move Your Mental Health Report」を発表しました。この記事では、レポートの主な調査結果を概説し、このデータがフィットネス業界の専門家にとってどのような意味を持つのかを説明します。

世界が新型コロナウイルス感染症の大流行から徐々に脱却しつつある中、コロナ禍の18ヶ月間が肉体的・精神的な健康に与えた長期的な影響は、まだ明らかになっていません。メンタルヘルス(精神的健康)の専門家の中には、今回のコロナ禍の影響で近い将来、メンタルヘルスの問題が「津波」のように押し寄せてくるのではないかと危惧する人もいます。メンタルヘルスを改善し対処するための戦略への投資は、かつてないほど先見の明があると言えるでしょう。

身体活動やエクササイズが心の健康に役立つことを示す

運動と心の健康

この調査ではいくつかのタイプの身体活動と、うつ病/一般的な不安/気分/一般的なメンタルヘルス/生活の質/ストレス/さらには幸福感等との間に、統計的に有意かつ有益な関連性があることがわかりました。

全体的に最も強い関連性があったのは、うつ病でした。報告書に引用され、Journal of the American Medical Associationに掲載された39件の試験を含む調査では、無治療とプラセボそしてアクティブコントロール群と比較して、運動がうつ病の症状の軽減と関連していることがわかりました。また、追加の研究では、運動の効果は心理療法や抗うつ薬と同等であることもわかりました。

不安に対しても運動が有効であることが示唆されています。この研究の※1:メタアナリシス(メタ解析)においては、運動は不安の治療に効果的であることが示されています。運動は不安診断または他のストレス関連障害のある人、“臨床的に高められた不安を有する人”の不安症状を改善しました。体を動かすことでセッション後すぐに不安が解消されることを示唆するエビデンスも増えています。それによると運動は長期的な解決策になるだけでなく、不安を抱える人にとっては即時的な対処法にもなる可能性があるのです。

※1:複数の研究結果を収集・統合・比較し、統計学的に解析すること。

さて、これまでのエビデンスによると、うつ病および不安症に対する効果的な運動療法には、有酸素運動とレジスタンストレーニングの両方が含まれ、毎週30~45分のセッションを4~5

回以上は昔からあります。

2021年6月、ジョン・W・ブリック財団は、過去30年間に実施された1,000件以上の研究をまとめた「Move Your Mental Health Report」を発表しました。

この研究では、1990年から2020年の間に発表されたあらゆる種類の身体活動、エクササイズ、または活動に関する研究と、あらゆるメンタルヘルスに関する結果を含む、広い範囲の研究が行われました。

結果は圧倒的にポジティブなものでした。調査対象となった1,158件の研究のうち、89%が身体活動やエクササイズ、そして心の健康との間に統計的に有意な“正”の関連性を見出しました。心の健康に優位性の高い運動の種類としては、以下のトップ3が挙げられました。

- 一般的な身体活動(あらゆる動きを含む幅広いカテゴリー)
- 心肺機能系(エアロビック)エクササイズ
- ヨガ



また、無作為化比較試験(RCT)結果のみを対象とした場合、87%が身体活動または運動と精神的健康との間に統計的に有意な“正”の関連性を認めました。

回行うことが挙げられています。さらには、その運動は訓練を受けたフィットネス専門家が監督し、参加者の楽しさ/コミュニティ/文化等への配慮がなされ、最大限の※2:アドヒアランスが得られているべきであるとされています。また不安症の人は、ヨガ、太極拳、気功など、より意識的な運動を週に1~2回行うと効果的だとされています。

※2:患者が治療方針の決定に同意し、積極的に治療を受けること



運動と精神疾患

運動が精神疾患を治すことはできませんが、全体的な健康に重要な効果をもたらすことはできます。

例えば、本報告書では、有酸素運動が統合失調症患者の精神症状を軽減し、認知機能を向上させることを示唆する証拠を紹介しています。39の試験を含む研究では、身体活動への介入が、うつ病の症状と統合失調症の症状低下

に有意な効果があることがわかりました。また、介入は精神疾患を持つ人々の生活の質を改善した。

さらには、19件の研究のメタアナリシス(メタ解析)では、うつ病の症状に対して、無治療や通常の治療と比較して、ヨガの方が優れていることが指摘されています。

- ・うつ病
- ・心的外傷後ストレス
- ・統合失調症
- ・不安
- ・アルコール依存症、および
- ・双極性障害

今回の分析では、ヨガの頻度が高いほど、症状の軽減度が高いという関連性が指摘されています。

双極性障害や統合失調症などの重篤な精神疾患については、エビデンスが少ないのが現状です。

しかし、身体活動は、幻覚や混乱した思考などのポジティブな症状よりも、引きこもりや無気力などのネガティブな症状の抑制に有益であることが研究で示唆されています。

また、重い精神疾患を持つ人が身体活動を行うことで得られるもう一つの利点は、それらの疾患に伴って疾患リスクが高まり、寿命を縮める可能性のある“心血管疾患”の予防と管理に役立つということです。



主な推奨事項

本報告書によると、メンタルヘルスに対する運動や身体活動の効果は、以下の場合に最も明らかになります。

- ①運動強度が中等度から強度であること。
- ②週に数回の実践。
- ③有酸素運動とレジスタンストレーニングを組み合わせる行うこと。
- ④ヨガ、太極拳、気功などのマインドフルネスに基づいた活動を行うこと。

ただし、「多ければ良い」というわけではないことを覚えておきましょう。エビデンスによれば、U字型の曲線を描き、週に3~5回の中程度の運動を行うことで効果がピークに達します。

また、世界および米国の身体活動ガイドラインの推奨事項に沿って、心肺機能を高めるトレーニングとレジスタンス運動などの筋力強化運動を組み合わせることは、どちらか一方のみの場合よりも有益であることが実証されています。

(翻訳:松村 剛)

友岡和彦氏による「FITNESS CAMP」がアウトドア版になって新登場！

～認定コーチ養成講座2期生募集中～

日本を代表するトレーナーの一人、友岡和彦さんが開発した「FITNESS CAMP」が、アウトドア版トレーニングとして新登場。7月に初めて実施した「アウトドアグループトレーニング FITNESS CAMP認定コーチ養成講座」の好評に伴い、2期生募集中！

講座は、世界最先端のトレーニング理論を駆使して、45分間で効果的にモビリティとスタビリティを高めるもの。

●対象者
トレーナー資格保持者

●資格を活かせる場所
公園や駐車場、スタジオ、体育館、部活動など。

●開催
2021年10月11日(月)@東京
以降、11月、1月、3月に予定。



【フィットネスクラブ様限定モニター募集のご案内】 波に乗ろう！ 海を遊ぼう！ SUP×サーフィン！

アウトドアスポーツイベント第3弾は、SUP(スタンドアップパドルボード)での、サーフィン体験です。

本来は、8~10月までの3か月間(3回)開催のプログラムですが、フィットネスクラブ運営スタッフ向けのモニター催行では、ギュッと1回に濃縮しました！

海を遊ぶSUPで、サーフィンの基礎を学んだ後は、材木座のカフェランチ。2022年の夏に向け、“会員の皆さんの笑顔”を感じるtwo-nagualオリジナル、fareastさんの特別マリンプログラムに是非トライください。

期日：2021年8月28日(土) 雨天決行

集合：Fareast(鎌倉市材木座6-22-6)

鎌倉駅より徒歩20分。バスのアクセスあり)

スケジュール：9:00集合(着替え後、目の前のビーチでSUP×サーフィン体験)

11:30 アクティビティ終了

12:00 ランチ(~流れ解散)

講師：柳澤利彦さん(Fareastオーナー 元プロウインドサーファー)

詳細はこちら▶



【本件に関するお問合せ】

暮らしとスポーツが“つながる”「two-nagual」事務局
株式会社クラブビジネスジャパン

☎03-5459-2841 two-nagual@fitnessclub.jp

詳細はこちら▶



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日から始まりました！ 試験は年1回です！

★試験日：2021年11月14日(日)

申請受付期間：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 8,900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/>

ただし、団体申込みの場合(企業が一括して受検料支払う場合)は、企業の担当者に企業申込みコード聞いて下さい。(申請入力に必要です)

FCM試験申込みが便利になりました！

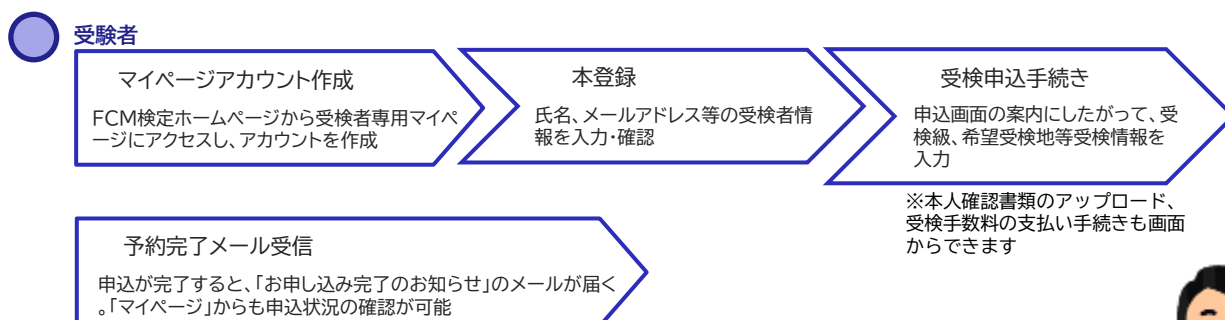
便利 受検料の支払いをクレジットカード、コンビニでもOK！



その1 昨年までは、銀行振込みでしたが、インターネット(パソコン・スマートフォン)から受検申込み操作で、クレジットカード決済、コンビニ決済ができます。銀行やATMに行かなくて済みます。

その2 振込手数料がかかりません。

■ 受検申込 全体の流れ



- ・受験者自身がIDとPWを管理し、「マイページ」から申込状況や結果を確認することができる。
- ・申込時にメール受信が必要。受信制限等を解除してください



New Clubs

出店情報

8月のオープンクラブ

エニタイムフィットネス中目黒

所在地: 東京都目黒区上目黒3-8-5
中目黒サンライズビル2F

エニタイムフィットネス寒川

所在地: 神奈川県高座郡寒川町倉見1089 1-2F

エニタイムフィットネス辰巳台

所在地: 千葉県市原市辰巳台東1-1-1 1F

エニタイムフィットネス日立鮎川

所在地: 茨城県日立市鮎川2-9 1-2F

エニタイムフィットネス瀬戸

所在地: 愛知県瀬戸市幡野町341-1 1-2F

エニタイムフィットネス津島

所在地: 愛知県津島市愛宕町9-4-2 1F

エニタイムフィットネス下関椋野

所在地: 山口県下関市椋野町3-11-6

エニタイムフィットネス直方

所在地: 福岡県直方市大字下新入522-2 1F

FIT-EASY倉敷児島

所在地: 岡山県倉敷市児島下の町2-1593-23

Vace1_24h祇園 for Women

所在地: 広島県広島市安佐南区祇園3-15-2

Vace1_24h府中

所在地: 広島県安芸郡府中町大須4-2-19

KNOCK OUT GYM調布

所在地: 東京都調布市小島町1-35-3 濱乃家ビル2F

REAL WORKOUT三鷹

所在地: 東京都武蔵野市中町1-24-2
ブルームヌーベル武蔵野1F

Issue

記事

東急がDX新組織 グループ統一のアプリ開発も検討

東急は1日、グループ横断でのデジタルトランスフォーメーション(DX)に取り組む新組織を設立したと発表した。これまでは鉄道やスーパーなど事業分野ごとにアプリが異なるなど、連携が不十分だった。新組織に外部から集めたソフトウェア人材などを集中させ、アプリ開発やサービス展開につなげる。新組織は「アーバンハックス」と名付け、東急グループが展開する鉄道やスーパー、商業施設などさまざまな事業分野にまたがったデジタル技術の活用を進める。まずは10月をめどに10人程度のソフトウェア人材などを外部から採用し、今後の取り組みについて検討を始める。将来的には50人程度を外部から採用し、アプリなどデジタルサービスの開発につなげる。東急グループは鉄道事業のほか、沿線のスーパーやフィットネスクラブなど様々なサービスを展開する。これまでは各サービスで別々にアプリを展開し、連携が十分でなかった。各サービスを統一して使えるデジタルサービスを開発するなどして、利便性を向上する考え。

(2021.07.01 日本経済)

SBG、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。

(2021.07.05 日経MJ)

大阪ガス子会社、認知症対策の運動プログラム

大阪ガス子会社でフィットネス施設を運営するオージースポーツは、認知症対策の運動プログラムを、大阪大学と開発した。頭を使いながらの運動や人の動きを検出するモーションセンサーを使ったゲームを組み合わせ、認知機能の維持や改善につなげる。8月にまず自社の7店舗で導入する。関西圏の自治体や介護施設向けの事業展開も検討する。プログラムの期間は2カ月。受講の前後に阪大発のアイ・ブレインサイエンスの開発した認知機能評価を受ける。実証試験では参加者の69%でスコアが改善したという。

(2021.07.08 日本経済)

コナミHDゲームとジム「巣ごもり後」見極め

コナミホールディングス株の上値が重い。新型コロナウイルスを受け2020年3月に2461円まで落ち込んだ株価は、その後順調に回復し、21年2月には7560円の高値を付けた。「巣ごもり」消費によるゲーム市場の拡大が評価された形だが、次の成長ストーリーが見えにくく、足元は6000~7000円の値動きになっている。

大和証券の鈴木アナリストは「強みのスポーツゲームの先行きにかかっており、スポーツゲームは安定して稼ぎやすい」と話す。この強みは、実際のコナミ決算にも反映されている。一方で、スポーツクラブの運営や公共スポーツ施設の管理運営などを手がけるスポーツ事業は不調だ。ゴールドマン・サックス証券の宗像陽アナリストは「固定費削減が進むが、回復ペースは不透明」と懸念を示す。コロナ禍で明暗分かれたゲームとスポーツ。スポーツ事業では、複合的な施設より、ヨガやボクシングなどテーマを絞った施設の人気が高く、こうした消費者志向への対応が1つのカギとなりそうだ。好調のゲームも懸念がないわけではない。既存タイトルを活用し継続的にゲームで稼げる戦略を示すこと。スポーツ事業の構造改革を進めること。この2つが実を結べば、株価は上値を試す展開になりそうだ。

(2021.07.11 日経ヴェリタス)

オンラインジムで「専属チーム」、東急スポーツオアシス、複数の専門トレーナーが指導

東急不動産の子会社でスポーツジムの運営する東急スポーツオアシスは、オンライントレーニングの新サービス「ウェルタッグ」を始める。運動指導をするパーソナルトレーナーのほか、管理栄養士や臨床心理士など複数のスタッフを選んで、自分の専属チームを作れるのが最大の特徴だ。1回30分のセッションを月4回受けられる「プレミアムコース」の価格は月額1万5400円。過去のトレーニングの状況や現状、目標などを細かく相談し、どのような食事やトレーニングが適切か、アドバイスを受けることができる。また、セッション終了後に、担当トレーナーがトレーニングの状況などを「健康カルテ」に記す機能もある。カルテをチームのトレーナー全員が共有することで、状況を細かく把握しながら指導できるようになる。トレーナーにはセッション時以外にメッセージなどでいつでも相談できる。写真や動画を共有をすることで、自分のトレーニングの様子や食事内容などを撮影し、アドバイスをもらうことも可能だ。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、スポーツジムの利用を控える人は多い。東急スポーツオアシスが運営するスポーツジムでは2020年4月から21年3月末までの退会者は前年比約1.4倍になったという。そんな中、自宅などで受けるオンラインのトレーニングサービスは注目を集めており、フィットネス業界以外からの参入も増加している。ただ課題もある。オンライントレーニングサービスは自宅で利用する人が多く、「スポーツジムの利用に比べ、習慣化が難しい」(東急スポーツオアシスの担当者)とされるためだ。ウェルタッグではトレーナーと緊密にコミュニケーションを取ることで課題解決をめざしており、顧客満足度を高めたい考え。

(2021.07.14 日経MJ)

30日間宿泊、結果にコミット、京王プラザホテル、ライザップでトレーニング

京王プラザホテルはRIZAP(ライザップ)と組んで、ホテル宿泊とトレーニングをセットにした30日間の滞在プランを8月から販売する。滞在中はライザップの店でトレーナーから指導を受けられるほか、ホテルのレストランでは体質改善の食事メニューが選べる。宿泊客は東京・新宿の京王プラザホテルに宿泊しながら1キロメートルほど離れたライザップ新宿店に週2回通う。滞在期間中は計8回のパーソナルトレーニングの指導を受けられる。専属のトレーナーが目標達成のため手助けする。滞在終了後にトレーニングを継続する際には入会金を免除する。滞在期間中は8回のトレーニング以外にもライザップ新宿店のトレーニング設備を予約制で使用できる。ホテルの部屋では無料でヨガマットを貸し出しており、ライザップが配信する動画を見ながらトレーニングやストレッチができる。プランはホテル内のビュッフェレストラン「グラスコート」での食事4回とレストラン「樹林」での朝食4回がセットになっている。ビュッフェでは、ローストビーフやチーズ、サラダなど高たんぱく・低糖質のメニューを選べる。プランの価格は「デラックスルーム」の宿泊で1人あたり49万8000円。「クラブルーム プレミアグラン」に宿泊する場合はクラブラウンジが利用でき、85万8000円となる。

同社の担当者は今回の連携について「外出を控えて運動不足も気になるなかで、ホテル滞在中と食事を楽しみながら目指す結果にコミットしてもらいたい」と語る。一方、ホテル業界もコロナで大きな打撃を受けている。訪日外国人客(インバウンド)需要が激減し、国内の観光やビジネス利用が冷え込む。客室稼働率も低水準が続く。京王プラザホテルはシェアオフィスのサービスなど新たなホテル需要の掘り起こしを進める。

(2021.07.26 日経MJ)

ティップネス、東京ドームスポーツと提携しオンラインフィットネス「トルチャ」のサービスを提供

首都圏・関西・東海地区を中心に60店舗の総合フィットネスクラブを展開する株式会社ティップネス(本部:東京都港区、代表取締役社長:酒巻 和也)は、株式会社東京ドームスポーツ(本社:東京都文京区、代表取締役社長:柴田 馨)と提携し、8月1日より、「フィットネスクラブ東京ドーム」の会員、および「TDポイント」の会員に向けて、オンラインフィットネス『トルチャ』を提供します。この1年余りで急成長を遂げている国内のオンラインフィットネス市場。オンラインフィットネスはその手軽さから、コロナ禍の収束後も、健康を手に入れるための選択肢の一つとして、一定の地位を確立すると言われていました。ティップネスが昨年より展開を開始したオンラインフィットネス『トルチャ』は、多彩なプログラムと現場経験豊富なインストラクターによる質の高いレッスンという、総合フィットネスクラブならではのコンテンツ力を活かし、順調に会員数を伸ばしてきましたが、今後はさらに様々な協業により、より多くの方々がより手軽にオンラインフィットネスを楽しむことのできる環境を整えていきます。そのひとつとして今回は、株式会社東京ドームスポーツと提携し、同社の運営する「フィットネスクラブ東京ドーム」の会員に向けて、手ごろな価格でご利用可能なオプションサービスとして、また「TDポイント」の会員に向けては2か月間無料という特典付きで、『トルチャ』を提供します。フィットネスクラブの同業である「フィットネスクラブ東京ドーム」との協業は、企業としての垣根を越えて、オンラインとオフライン両面からの健康サポートを実現します。

(2021.07.27 日本経済)

令和なコトバ「個室ジム」1人で走れる貸し切りジム

今回取り上げるのは「個室ジム」です。いわゆる「ソロ活」の一環。定員1人のスポーツジムのことですが、新型コロナウイルス禍以前から人気だったといいます。

「個室ジム」はその名の通り、小さな閉じられたスペースで運動する、定員1人のジムのことを言う。新型コロナの感染拡大以降、ソロキャンプをはじめ、ソロ焼き肉、ソロサウナなど、感染の心配が少ないソロ系のアクティビティー(活動)が「ソロ活」と呼ばれて注目を集めているが、こちらもその一つ。このネーミングのパターンでいうと、「ソロジム」みたいなものらしい。ただしこの個室ジム、実はコロナ以前から人気を呼んでいたのがポイント。2019年7月から「個室ジム」のサービス名で、個室ジムのサービスを提供している東急スポーツオアシスの広報担当者はこう話す。「みんなで一緒に運動することでモチベーションが上がるお客様がいる一方で、必死で運動しているところを人に見られたくないというお客様も少なくなかった。そんな声に応えて、1人で集中して運動できる個室ジムを一昨年、一部店舗でスタートしたのが始まりです」。その後のコロナ禍で、人とのディスタンスを気にする必要がないことや、マスクをしなくても運動できることもメリットに。ますます人気を集めるようになったという。スポーツクラブでバイトする知人によると、シェイプするためにスポーツクラブに通うはずなのに、「入会はまだ少しシェイプしてから」と考えている人が意外に多いとか。たしかにメイクを汗でドロドロにしながら、ぜい肉を揺らしてへろへろになって運動しているところを人に見せるのは気が引ける。そこで、ノーメイク、ノーマスクOKの個室ジム。すっかり出無精になったあなたに、おすすめです。

(2021.07.29 日本経済)