

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

Topics

トピックス

ポストコロナにおけるフィットネスの 新業態を考える ～総合型クラブが進める新業態企画と 顧客囲い込み戦略～

株式会社ティップネス

取締役執行役員 安藤 天志氏

JR東日本スポーツ株式会社

常務取締役 事業推進部門長 大沢 勇氏

株式会社東急スポーツオアシス

取締役 常務執行役員 向井 宏典氏

ファシリテーター

(一社)日本フィットネス産業協会 事務局長

松村 剛

※以下、敬称略

2021年12月1～3日にかけて東京ビッグサイトにてSPORTEC2021が行われた。セミナー会場では、2021年12月2日に各社の現状ならびに成長戦略など、いかにして顧客と寄り添い新規層を取り込んでいくかについて業界を代表する人物がパネルディスカッション形式で語った。

フィットネス業界は20年春に壊滅的打撃を受けたが、回復に向かい進化を続けている。その業務改善やチャレンジは、オンライン対応、既存店の閉鎖、新店舗の企画や出店、サービスの多様化、非接触対応など多岐にわたる。

松村: ワクチンの接種が進み、社会活動が徐々に進んできました。

日本フィットネス産業協会(以下、FIA)では、ガイドラインを1年1ヶ月ぶりに改訂し、より実態に即した内容に見直し内閣官房との合意を得ることができました。

一方で、オミクロン株が広がり始め、余談を許さない状況です。しかし、フィットネス産業は、ディフェンシブではなくオフェンシブにいかたいところです。ポストコロナと比べると、さらに進化したつもりで人々の生活習慣に合ったフィットネスを提供し、コロナ禍をチャンスとして成果を上げたいと考えているのではないのでしょうか。

具体的には、OMO(Online Merges with Offline: オンライン

とオフラインの融合)や、まったく新しい業態への挑戦、サービスの見直しなどがあるかと思います。

アメリカの市場動向を表すデータでは、新型コロナウイルス禍(以下、コロナ)が落ち着きを見せてから、ペロトンは株価が落ちてきていますが、プラネットフィットネスは株価を上げてきています。つまり、リアルに人が戻ってきているといえます。また、スポルという北米でワールドジムを展開している企業では、リニューアルと出店を加速させています。海外と日本では市場は異なりますが、グローバルではリアルに人が戻っている傾向があるのです。

本日は、業界をリードする企業の方々にお集まりいただきました。各社のこれまでの動向と、成長戦略についてお伺いいたします。

安藤: 私からは、現況、新たな施策、囲い込み戦略の3点についてお話しします。

まず現況について、皆さん同じような状況だと思いますが総合業態の営業日について(図1)、赤い部分は緊急事態宣言(以下、宣言)、黄色はまん延防止等重点措置(以下、まん防)の期間を表しています。

特徴的なのは、20年4～5月は完全休館にしていたことです。6月以降は営業を再開しましたが、年末にかけて冷え込んでいます。会員さまは、「一旦コロナが落ち着いて元の生活に戻っていきなろう」と思われたのか、夏秋の回復状況は良い雰囲気がありました。20年11月後半から年末にかけて感染者数が増え、会員さまは「やっぱりコロナは続いている」という恐怖を感じたのか、退会者数が上回りました。

背景としては、まん防と宣言が交互にあったため、コロナ

コロナ禍での主要な営業状況



◆図1 ティップネスの営業状況

は「ウィズ」であって「アフター」がないという雰囲気があったのだと思います。会員数は状況がよくなるかと思いましたがコロナがだらだら続くという雰囲気があり、入会も増えず休会・退会が増えるサイクルを生んだと見ています。

24時間営業は、'21年3月から時間制限せずに運営しました。

在籍者数について、総合業態では、20年1月期から21年10月期では約半減しました。途中、小さく上がっているところと下がっているところは、20年の4～5月の休館後の営業

再開で少し上がりましたが年末において下がっています。全体として20年3月に落ちたところから21年秋に上がりましたが概ねフラットな状態で進んでいます。

24時間業態の在籍者数は、総合業態よりはゆるやかな動きです。復活の兆候がありますが、休館明けの戻りが続くことを期待しましたが、若者はトレンドを捉え、動きが早いので、動き切ってしまったのか苦戦しています。

総合業態のカバーを24時間業態に期待しましたが、そこには至りませんでした。

キッズに関しては、総合業態や24時間業態よりも落ち込みはゆるやかで戻りは良いです。コロナ前に比べるとそれを上回る水準となっています。スクールなどの考え方においては保護者さまの会社の方が外出に厳しかったり、ご家庭内で外出を控えるなどのお話があったかと推察しますが「スクール」という性質が、戻り・入会増の理由になったと考えています。

とはいえ、近いところだと21年4～9月の退会が断続的に増えておりコロナ禍を警戒する世の中の雰囲気引張られ、上がりきらないところです。20年4～6月はそういったことはなく、ジグザグとしたグラフでした。

休会者の動きについて、20年3月に増えましたが、21年は急激に減りました。考え方として、「休会が減った＝復会した」ではなく、休会が減る要素としては①復会した②休会から退会した、の2点があると考えています。休会の動きには期待していましたが、復会に結びつかない現状で、お客さまにとっては、戻りたいけどきっかけがなかった

り、行かないことに慣れてしまったりという状況があるかと思います。24時間業態も同じような動きで、休会から退会につながる傾向が見られます。

まとめると、コロナ前からのダウントレンド、ビジネス上のシュリンクのスピードがコロナによって上がりました。さらにバジェット型ジムなどの台頭で顧客を持っていけていることが挙げられます。お客さまの関心の度合いが色々なところに広がっているのと、都心に店舗を構える強みをもったうえで出店に力を入れていましたが、閉店もしました。お客さまの数を減らしてしまい、かつ戻りが悪いということの背景には、「健康のための場所」という今までのイメージがクラスターの報道によって衛生的にどうなのかという場所にすり替わってしまったことがあります。宣言やまん防を挟んで、入会者数が以前ほど戻りません。

消費が戻る順番として、会食の緩和や旅行などのレジャーが先で、クラブに戻るのはその後になってしまっていると考えています。

そこで、目に見えない健康の価値を訴求することが課題となってきます。

その対策として、以下を考えています。

- ・不採算店舗の撤退：総合店4店、24時間2店、計6店
- ・会員種別の組み直し：多様化に対応する、会費の値上げ、休会に期限をつけるなど
- ・キッズスクール注力：非常設も視野に入れる
- ・新業態：「torcia(トルチャ)」の展開

「torcia(トルチャ)」では、店舗に来られない方に向けて、WEBでレッスンが受けられるオンラインサービスを展開しています。グループ会社である日本テレビのメディア力で、オンラインフィットネスの良さを広げています。

日本テレビのメディア力という点では、タレントを起用した「からだWEEK」を行っています。業界全体にも寄与する働きだと思っています。

オンラインフィットネスについては、休館中は利用が促進されますが、店舗が営業し、スタジオのソーシャルディスタンスなどのガイドラインが緩和されてくると離れてしまいます。今はオンラインフィットネスの勝ち組がなく、その勝ち抜き方を考えていくつもりです。

また、総合業態のサブスクの考え方として、一部店舗においてジム・プールとスタジオを分けた会員種別をつくりました。スタジオを強みとして、分断した種別も視野に入れていきます。

また、健康増進系の保健商品との連携において、健康経営を意識した商品はアクセルを踏んでいきたいです。まだ商売を支える規模にはなっていませんが、SDGsやサステナビリティなども話題になっているため、会社のポリシーに沿ったサービスを展開していきます。

最後に、囲い込みについてです。弊社では、スタジオプログラムの刷新を行いました。久しぶりにいらしたお客さまに喜んでいただけるよう今後もまた新しいものを追加する予定です。

スタジオでは、先着順で並んでいただいていたところはweb予約を開始しています。スタジオ内のソーシャルディスタンス問題が残っており、強度や静的であるかなどの観点がありますが、どうしてもスタジオキャパシティいっぱいに入れられないことを理由に休会からの復会に引き続かない点があり、模索しています。

また、LINEを活用して見込み客の拡大を行っています。これまで「iTipNESS(アイティップネス)」で会員管理を行っていましたが、LINEでCRMのシステムを導入するようなイメージで、入会する前の見込み客に体験クーポンを取得していただく機能を活用して動作においてタッチポイントを増やしています(図2)。

具体的には、入会する前のプロモーションにおいて、体験クーポンを取得しているか、そのあと使っているか、使っていない方にはプッシュ通知がいくというようなフォローをしています。

弊社としてもこれらの施策の効果を楽しみにしています。参考にしていただければと思います。

◆図2

(例) LINEを使ったCRM

■これまでのWEBシステムから、生活者の使い慣れたLINEを使ったCRMへ



大沢: 当社では、中期経営ビジョン「Connect2025」が進行中で、21年度は、「生産性の向上」を軸に業績の回復を目指しています。コロナ禍の2年間で10店舗の出店をしましたが、これの店舗では「コストの最適化」を考慮した新たな店舗モデルの開発を行いました。またこのモデルの成功事例を既存店に展開することで店舗の生産性向上に取り組んでいます。22年度以降については新規店の成長による増収に加え、お客さまの体験価値(CX)向上をゴールとしたサービス改革に着手し、目標としては、現段階では売上160億、営業利益は7.5%として、利益の最大化を目指しています。

本日は、これまでの取り組みを具体的にご紹介します。

まず、生産性を上げるためには、分母(インプット)と分子(アウトプット)の取り組みが必要です。

分子(アウトプット)については全会員種別の会費を一律500円値上げしました。また、お客さまの利便性向上に向けて休館日の他店舗無料利用制度の導入や営業時間の拡大(対応可能な店舗は24時間化)、品質の見える化などを行っています。特に品質の見える化については、独自の社内認定制度を活用し、年1回のスタッフ査定によるランク評価を実施しています。さらに各業態のブランディング戦略の取組みをスタートし、ジェクサーではプログラム、スパ、高い専門性を持った人財、そしてデジタル化による高い利便性を軸に見直しを図っています。新規市場については、eスポーツ事業、eコマース事業に加え、今後は海外展開にも挑戦することを考えています。

分母(インプット)の面では、業務プロセスの標準化、デジタル化の推進、コンソリデーションを行うことで総労働時間数を

月20,000時間、既存店の費用では18年度比約10億円(売上連動費用含む)の削減ができました。スタッフは大変だったと思いますがしっかりとやり遂げてくれました。本当に感謝です。この取り組みにより、ジェクサーは筋肉質になったと思います。

成長戦略については4つあります。

1つめは、この2年に開業した10店舗の会員確保です。会員数が増えれば売上も当然大きく増加します。2つめは独自の社内認定制度で育てた専門正社員(Jトップチーム)を活用して、パーソナルトレーニングやスイミングスクールの収益増を目指します。3つめはカスタマーサクセスへの取組みを強化し会員定着を目指します。4つめはデザイン思考を取り入れたビジネスモデルへチャレンジすることで、店舗の競争力強化を目指します。

本日のテーマである新業態の企画については、弊社は成長戦略を実現するため積極的に取り組んできました。なぜかと言えば、新業態の開発は出店の機会を増やし、成長スピードを高めることができるためです。新規出店を考えた場合、家賃や面積といった諸条件に加え、競合店の存在があります。業態が多くあれば、その都度、競合店を意識したポジショニングを選択することができるからです。

21年12月にオープンするジェクサー新潟は、大手総合型クラブの居抜き物件でした。競合店と差別化のため2面だったスタジオを3面にしてバイク専用スタジオを新設したほか、ジムを24時間化したことに加え、「ジム&サウナスパ会員」をつくることで、周辺にある小型の24時間ジム



◆ジェクサー新潟



◆ジェクサー仙台

への対抗策も実施しました。

総合店の戦略では、総合力という強みを活かすべく、専門店の良いところを吸収し、専門店の集合体をつくるのが大切だと考えています。特にブランディング戦略の軸となる新規プログラムの開発力や優秀な人財の確保・育成は決して簡単ではありませんが、諦めずに挑戦し続けることで総合力が高くなります。

人財の活用では、「Jトップチーム」に認定されたスタッフが約100名になりました。このスタッフにもっと活躍してもらいたいと考えます。単にパーソナルトレーニングやレッスンを担当するだけでなく、会員定着プログラムの実施や次の「Jトップ」の育成なども期待しております。

サービスデザインの見直しですが、カスタマーサクセスに本気で取り組むとコストが掛かります。そこで、基本サービスとオプションの設計を見直し、デジタルを活用することで、お客さまにとって最適なサービスを提供したいと思います。

ジェクサーはこれまで後付け、継ぎ足しで対応してきたことで、サービス全体を俯瞰するとCXがあらゆる場面で上がっていないことに気づいたことから、今後はデザイン思考をベースに、ハード、ソフト、デジタル、ヒューマンリソースの4項目に対し、ブランド、仕組み、CX、意匠の4つの視点で見直し、提供する価値を高めた上で、コミュニケーションデザインを強化していくことで中期計画は達成できると考えています。

今後はユーザーフォーカスによる体験重視のジェクサーを目指すことで、お客さま一人ひとりの人生をもっと豊かにできると思います。

向井:弊社は今年、新しく掲げたミッションとして「Well-being First!(ウェルビーイングファースト)」があります。今までの「ジム運営会社」から「ウェルビーイング総合カンパニー」として、「だれもが、いつでも、よりよいココロとカラダへ」になれる方法を届けてまいります。

オアシスの利益は2018年度はフィットネスクラブ事業が約7割を占めていましたが、これからはホームフィットネス事業、デジタルヘルス事業、BtoB/BtoG事業の4事業で一層の成長をしたいと考えています。

各事業の取り組みについて、まずフィットネス事業では全国35店舗、そのうち24時間営業が23店舗、「LACTIVE(ラクティブ)」が8店舗あります。既存の店舗では売上げは20年対比80%となりました。会員数はコロナ前と比較して6割強となりますが21年上期には再入会やターゲットを絞ったキャンペーンを行い秋前には若干回復した状況です。キャンペーンとしてはジム、スタジオ、プール利用や回数制限を打ち出したキャンペーンを実施しました。

ホームフィットネス事業では'20年度は対前年で170%程伸びました。弊社全体売上げの20%はホームフィットネスとなっています。オリジナルのフィットネスグッズが売れており特にステッパーが売れています。家では有酸素運動がなかなかできないのでステッパーが好調だったと見ています。今後は引き続き自社ネット販売やTV、小売りへの卸販売、インフォーマーシャルを展開してまいります。その他にもNOZIAL(ノジアル)という除菌剤の販売を行っています。塩素やアルコールを含まないので、手指に優しくマシンレザーが痛みにくいという特徴があります。コストが安いのでお勧めです。

増えており、今後は積極的に営業を行い拡大していきたいと思っています。

また、親会社の東急不動産と組み、長野県富士見町で地域支援事業も行っています。弊社の「LACTIVE(ラクティブ)」で行っている「パワトレ」プログラムと健康アプリ、健康ポイント事業を使ったサービスです。

日本では2025年問題として団塊の世代である約800万人が後期高齢者となり健康寿命を延ばす取組が必至です。

弊社は「順天堂大学」と共同開発した自体重による筋トレ「パワトレ」プログラムを8店舗の「LACTIVE(ラクティブ)」で推進しています。マシンを使わないので体力差があっても調整できる上に、グループレッソンの楽しさもあります。スタッフは、お客様とのコミュニケーションも積極的にとっており、会員数もコロナ前と比較し大きな変化はありません。

他の企業との連携も進めています。大戸屋とのコラボでは、弊社の管理栄養士が監修した商品を大戸屋で提供したり、「美vid」という俳優やタレントの方々が弊社のパーソナルトレーナー養成を受け店舗で指導しております。私も月に1回は指



◆人気のステッパー

デジタル事業では、21年10月にリリースした「weltag」(ウェルタグ)があります。アプリを通して色々なジャンルの運動が楽しめます。現在、250名以上のパーソナルトレーナー、ヨガトレーナー、管理栄養士、メンタルトレーナーが登録しており、その内20%は外部のトレーナーです。元プロテニスプレイヤー吉富愛子さんもその一人で、11月に多摩川店でリアルでイベントを開催しました。今後ますます外部のトレーナーを確保していきます。

「weltag」を活用した事業では、BtoBだけでなく、BtoG等も含めてコンテンツを拡充させていきたいです。

また、今年度、経済産業省主催の「令和3年ヘルスケアサービス社会実装事業補助金」に、弊社のWEBGYMを活用した「オンライン部活動支援サービス」を申請し採択されました。部活動支援事業としてWEBGYMを活用し、学校の先生の「働き方改革」のサポートを進めていきます。

外部の指定管理、民間施設運営受託においてもノンアセット事業として推進しています。現在、公共施設10施設、民間施設8施設を受託しております。22年度は横浜市西区スポーツセンを新たに受託いたしました。民間施設受託も問合せ件数は

◆LACTIVE(ラクティブ)



導を受けています。

最後になりますが、「いのち輝くフィットネスへ」キャンペーンが始まりました。業界の我々こそ身近な人にフィットネスの素晴らしさを伝えていくことが大事だと思います。

私の尊敬する(株)ブラボーグループのJ・ボードマン氏の掲げる「フィットネスの伝道師であれ!」を実践し共に盛り上げていきたいと思っています。

日本のクラブ業界のトレンド2020年版 好評発売中!

2020年、フィットネス業界はどう変わったのか?
ここから、さらにどう変わるのか?
クラブ業界の現状とトレンドがデータで解き明かされる。
例年ご好評いただいているデータ集です。

株式会社クラブビジネスジャパン

〒150-0045 東京都渋谷区神泉町20-25 神泉QSビル8F

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

Mail fb.customer@fitnessclub.jp

<https://business.fitnessclub.jp/articles/-/25>



- 〈主な内容〉
- I. 市場概要
 - II. 需要動向
 - III. 経営動向
 - IV. 事業環境の変化
 - V. 経営戦略
 - VI. 今後の展望

- 装丁 A4版 / CD-R仕様
- 定価 16,500円 (税・送料込み)

※2018年版を含む過去5年分は、
当社HPより、無料でダウンロードすることができます。

Board Meeting

理事会報告

FIAは2022年1月28日AP東京八重洲(東京京橋)で第213回となる理事会を開催、理事監事20名が出席した。

議事1 審議・決裁事項

(1)会員入退会の件

事務局より以下の入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。

1. 入会

<賛助会員>

会社名:株式会社リンク

所在地:東京都港区

資本金:1000万円

商材:クラウドホスティング・セキュリティ
プラットフォーム・店舗の継続課金支援サービス

会社名:レクスコジャパン 株式会社

所在地:東京都三鷹市

資本金:500万円

商材:業務用フィットネス機器販売

会社名:株式会社 マクニカ

所在地:横浜市北区

資本金:111億9426万円

商材:ネットワーク、サイバーセキュリティ、
AI/IOTトータルサービス

1月5日付メール先行審議した以下の入退会も本理事会承認案件とする。

1. 入会

<正会員>

会社名:株式会社エヌ・シー・ピー

所在地:岡山市北区

スポーツ施設事業・FC事業・指定管理事業・システム開発
事業、施設数 6店舗

<賛助会員>

会社名:株式会社ジムガレージ

所在地:東京都世田谷区

営業内容:フィットネス機器・用品卸販売・クラブ・ジム向け
開業・経営サポート

2. 退会

<賛助会員>

会社名:株式会社ライズエージェンシー

所在地:東京都港区

商材:ウエア・タオル類レンタル

(2)後援名義申請の件

事務局より以下の後援名義使用許可申請があることが説明され審議の結果承認された。

1. ダイエット&ビューティーフェア2022・スパ&ウェルネス
ジャパン2022

主催:インフォーママーケティングジャパン株式会社

運営:インフォーママーケティングジャパン株式会社
催事名:ダイエット&ビューティーフェア2022スパ&ウェル
ネスジャパン2022

期間:2022年9月26日(月)~28日(水)

会場:東京ビッグサイト 西ホール

内容:毎年開催のヘルス&ビューティー分野の総合展。

※ヘルスケア産業課後援行事。(2007年~)

2009年 FIA後援開始。

FIAは同催事の核となる「エステティック」「スパ」両業界
団体(6団体)並びにヘルスケア産業課と、「美・癒・健3分
野情報交換会」に参加。

議事2 報告・協議・承認事項

=検定試験事業分野=

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

1. 2021年度試験状況

(1)試験結果報告(11月14日実施分)

・第10回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験結果(2級
学科、実技、3級学科実技試験)を1月20日に行ったことを報告
し、了承された。

1級学科試験を含む全体状況を以下のとおり報告した。

受検級別(人)

級	申請 者数	受検 者数	合格 者数	合格 率	過去累積 合格率	累積比
1級	95	86	25	26.3%	23%	114%
2級	374	354	195	52.1%	45%	115%
3級	2,329	2,147	1,074	46.1%	52%	89%
合計	2,798	2,587	1,294	46.3%	52%	89%

- ・1, 2級は資格認知度向上、学習の定着による向上している。
- ・3級については、社会人80%、大学生60%、専門学校生45%となっており、試験レベルは順当と判断できる。専門学校生は合格者と不合格者の2極化がみられ、合格者は当事業に取組む姿勢、技能を有すると思われる。

(2)試験問題誤り報告

- ・第10回試験にて発生した試験問題誤りの再発防止策として、作問及び査問に関する手引きを改訂及び作成し、その運用マニュアルを整備して厚労省へ提出した。厚労省よりこれをもって本件完了との連絡を受領した。

(3)第11回試験進捗(報告)

- ・第11回フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験(1級実技)を2月13日(日)に東京会場受検者34名、大阪会場受検者9名合計43名を対象に実施する。今回の特徴は実技試験のみ再受検の方が18名と多い点。
- ・1月20日、21日にて試験官(23名)の研修をZOOMにて開催し、受検者提出の事前課題論文の審査を進めている。
- ・新型コロナ感染拡大対策については、厚労省の手引きに沿い万全の体制で実施する。

2. 厚労省定期立入検査結果の講評(指摘事項)への対処。
講評項目

- ①当協会が発行委任されている2級、3級合格証書の印刷物作成業務委託契約について、連番発行の必要性から個人情報(氏名、生年月日)を提供しているが、その業務についての契約書上の明確な表記及び別途、個人情報秘密保持覚書を締結するよう指摘があった、受託者と同契約を締結し、複写を厚生労働省へ提出したことを報告、了承された。

- ②令和2年度の修正事業計画書の検査時提示漏れについて指摘あり、提示済。
- ③試験業務会計とFIA一般会計との共通経費按分について、理事会の承認を得、議事録を提出するよう指摘があった。本日承認を得、後日議事録の当該部分について厚生労働省へ提出する。
- ④試験業務に従事する役職員について、職業能力開発促進法に基づき、試験事業に関して、みなし公務員に準じる旨服務規程を整備し、その周知を定期的に行うよう指摘があった。「指定試験機関役職員服務規程」制定を本日承認いただくとともに、役員各位の遵守を求める。
- ⑤合格証書の再発行日付について発行日と区別するよう指摘があり、今後再発行に際して注意する旨報告した。

3. 2020年度検定試験事業計画

事業計画書並びに収支計画書に基づいて年度計画を説明し、審議の結果原案の通り提出することを承認した。

- 4. 「指定試験機関役職員服務規程」を説明し、意義無く承認された。今後毎年の理事選任総会後の理事会にて周知徹底することとした。

5. 公式テキストVOL.3版製作

- ①現在、最終校正段階であり、表紙デザインも決定した。計画通り2月中旬に発刊の見込み。
- ②販売促進用のパンフを作成しており、2月中には各学校、企業へ配布する。

(2)(株)Nextone からの申し入れについて

クラブにおける音楽使用料徴収業務について、JASRACとは別の著作権管理団体(株)Nextoneより新規に開始したい旨打診あり。

- ・著作権管理団体は課金管理開始前に、業界意見聴取が義務付けられており、これに基づく打診。
- ・JASRACの独占状態を否とする判決を得て管理楽曲の範囲分けが行われた由。
- ・音楽使用料範囲の総量(総額)は不変で、JASRAC管理分、Nextone管理分に分割されそれぞれと許諾契約(使用料支払い契約)を結ぶ形となる。
- ・FIAとして態度表明の要あり。

事務局より回答案骨子を説明の上協議を行った所以下のように集約した。

FIA加盟クラブはJASRACに対し音楽使用料のすべてを支払っており、数百万円を投じて管理団体との音楽使用面積・使用料算出共有システムを構築した。重ねての投資は困難。以降も同様としたいのでJ・N社間で調整頂きたい。

(3)事業予定

- ①FIAマスターズスイミング選手権大会 (協力依頼)
 - ・3月12日(土)・13日(日) 千葉県国際総合水泳場 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。
 - 要点: 競技終了者は退館・事前2週間の健康記録提出・イベントはデモ型開催予定。選手以外は責任者ID(1チームに1枚)のみ発行で、無観客開催予定。
 - ・12月13日募集要項公表し、募集期間1月11日～2月8日

*コロナ禍により厳しい業況とは思いますが、人材力強化策の一助として購入を推進いただきたく、よろしく願います。

6. 技能士会活動

- ・来年度用の「FCM試験問題解答解説集」は1月中旬に最終原稿が完成し、編纂を進めている。3月上旬に発売開始見込み。

=FIA広報PRプロジェクト委員会=

事務局より、理事会に継いで開催するキャンペーン報告・説明会において前半2か月の集約と3月末までの後半2か月の活用法について説明し、その資料は全会員に向け送付公開することを説明して了承を得た。

=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)東京都・東京商工会議所事業協力依頼

- ・3月15日(火)・16日(水)17時～21時に市民向けスポーツ(フィットネス)啓発行事として行う「アーバンフィットネス推進事業」開催に加盟クラブ・企業からの協力を得たい、との要請。
- ・同じ催事を「東京都オリパラ局」「東京商工会議所」が隣接する2会場で開催予定であり、両者より協力依頼がある。
- ・FIAとして受け、可能な協力を行いたい。具体的にはフィットネス機器指導員の派遣について、HFJ事務局と調整することとした。

②2023年3月の同大会は

2023年3月11日(土)・12日(日)で会場は確定した。

=コロナ対策分野=

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. ガイドライン改訂取り組みについて(近況)

- ①12月1日付第9版を公開。内閣官房からの湿度目標数値、並びに運動時の不織布マスク着用推奨に関する追記要請に関して交渉を重ねた結果、回避するに至った。この成果獲得の大きな要因としては、内閣官房との折衝の窓口となる経済産業省ヘルスケア産業課の、フィットネス施設の現況への理解と協力による精緻な仲介によって実現した。
- ②第9版改訂版について、ジムエリアに於ける除菌対応に関する一部表記の修正に関してガイドライン検討委員会に諮った。
- (内容)
除菌済のタオルもしくは、使い捨てふき取りおペーパー利用のいずれかを選択できることの理解を促進することを目的としたガイドライン記載の変更について。
- (結論)
昨今のオミクロン株拡大状況を鑑み、上記①で回避できたことが蒸し返される結果になりかねないと判断し、この変更に係る交渉の投げかけ時期を見送ることとなった。現況が沈静化に向かい次第、あらためて対応検討することで検討委員会の見解が集約された。

2. 感染拡大に伴う主要自治体のフィットネス産業への対応に関する業界対応について

- ①各自治体のコロナウイルス感染予防対応措置に於ける要請区分に関し、フィットネスクラブの大型商業施設区分から運動施設区分への移管を求める要望書を提出した。

本対応の狙いは、今後感染状況の更なる拡大によって現行の“まん延防止等緊急措置”から“緊急事態宣言”に引き上げられる可能性を見据えた善後策として極めて重要な対策となる。

> 東京都は既に前回の営業時間短縮解除を求める要請交渉に於いて理解を得て、既に運動施設区分に移管されている

> 大阪府・・・大阪府知事あてに要望書提出(書面が届けられたことを確認済)

> 愛知県・・・笠原副会長より1月19日副知事へ提出済。(フィットネスは大丈夫の由)

> 石川県・・・山崎理事より、石川県企画課長に要望書の提出済

> 栃木県・・・(株)ビックソリー社長に要望書を提案し受理された。可能であれば早い段階で栃木県に対し、しかるべきルートで提出を提案。

> その他／都道府県知事にパイプを持つ理事もしくは関係者が存在し、対応の可能性がある場合は、FIAにて要望書の雛形を共有可能。

②FIAニュース等を介して、各自治体から要請されている業種別ガイドラインの遵守徹底をあらためて会員に呼びかける。

議事3 討議

(1)女性活躍検討会の進めかたについて

会長より今後の検討課題への取り組み姿勢について説明を行った。

目指す成果・成果物の設定、継続的検討を維持する手法などについて、理事会にて1～2件ずつ事例紹介を重ねたうえで次年度計画として形成することとした。

(2)FIA各地域組織(支部)設置について

資料

1月28日開催の「新春のつどい」にて12月～1月の前半2か月の概要報告と、3月末迄後半2か月の活用法について説明を行った。

現在までに取り組まれている各社での事例を紹介し、今後の取り組みへの参考にしていただくと共に、FIA事務局としての今後の取り組みに対する方向性も示しました。

詳細は、当日使用した資料をFIAホームページ会員専用ページに掲載していますのでご確認ください。

(<https://fia.or.jp/download/>)

Lineクーポン(無料利用券)を各クラブに於ける新規入会促進のツールとして活用頂くようご検討ください。



2. 令和4年度賀詞交歓会を開催しました

去る1月28日(金)、東京八重洲にて『令和4年FIA賀詞交換会』を開催しました。

オミクロン株による新型コロナウイルス感染症の急速な拡大の中、一時は中止も検討しましたが、飲食提供の中止、ワクチン接種証明もしくは陰性証明をご提示いただくという新たな対策で感染予防の強化を図っての実施とし、120名の方々にご参加いただきました。

ご来賓の方々にも予定通りご来場いただき、ポストコロナの日本の発展に於けるフィットネス産業の重要性の確認、そして期待について積極的なメッセージをいただきました。

お越しいただきましたご来賓の方々には以下の通りです。

・スポーツ健康産業推進議員連盟事務局長、衆議院議員

牧原秀樹様

・経済産業省ヘルスケア産業課課長

稲邑拓馬様

①全国地域別加盟企業表

②愛知県内企業別クラブ数表

③組織規約案

笠原副会長より趣旨及び提案内容について説明し、討議を行った。

説明:行政等への申し入れ、陳情を行う機会が増えたが、民間個社や個人ルートより、業界として団体として活動した方が良く、各地域実情に応じた企業連合として、県単位での支部を組織することとしたい。将来的にはFIA組織拡大にもつながる事業内容としては、政策提言活動、調査研究活動、会員交流事業、本部支援事業等が考えられる。地域企業にて理事会(役員会)を軸に組織体を形成する。説明を受けて討議に入り、FIAや既存地域協会との関連、個別会計の有無、地域に企業代表者が存するか否か、等について意見があった。今後検討を継続する一方、先ず可能な地域での活動事例を積むこととした。

Information

お知らせ

1. “いのち輝くフィットネスへ” キャンペーンの報告会を開催しました



FIA副会長 笠原盛泰氏

・スポーツ庁健康スポーツ課課長

小沼宏治様

牧原秀樹衆議院議員からは、スポーツ・健康産業推進議員連盟の活動を通して、フィットネスがエッセンシャルな役割を担う重要な産業であることをしっかりと訴えていただくこと。

経済産業省の稲邑課長様からは、フィットネス業界のガイドラインの実効性とその成果としてフィットネス業界からは大きな感染拡大が起きていないことの経済的な重要性や、今後ポストコロナの経済を活性していく上で欠かせないDXの活用と、その流れがフィットネス産業にも活かされていくことへの期待について。

そしてスポーツ庁の小沼課長様からは、ポストコロナの日本の健全発展を支えるためにはスポーツの活性が非常に重要な役割を担い、その具体的な取り組みとして地域スポーツ活動の活性化を推進していくこと。さらにその中でも中学校教育に於ける部活動の地域移管についてはすでに実走に向けた取り組みがされており、民間のフィットネス事業者の理解と協力を強く求められました。

ご来賓の皆様からのお言葉をいただいた後には、定例の名刺交換並びに情報交換の時間を取らせていただき、正会員様並びに賛助会員企業様の間で活発な情報の交換がされました。

コロナ禍であり、ご参加いただいたすべての会員企業様がそれぞれに厳しい状況にある中だからこそ、業績回復に向けた既存事業、そして新規事業への取り組みについての情報共有や意見交換は極めて貴重でした。



3. FIAマスターズスイミング選手権大会2022

3月12日(土)・13日(日)千葉県国際総合水泳場
エントリー締め切りを2月4(金)から8日(火)に延長しました。

会場となる千葉国際水泳場の臨時休館に伴い、一部の大会で開催中止が発生しており、それらの大会に出られなかった方々にもエントリーしていただけるようにという目的での措置となります。

FIAマスターズスイミング選手権大会関係者の皆様におかれましては、一人でも多くの方にご参加いただけるよう、お声がけいただけますようお願いいたします。

感染予防対策を徹底した上で、楽しくも活気ある大会となるよう準備を進めます。

参加申し込みは約1337名(2/8am現在)。中止となった他大会申込者の受け皿を担ったが従来規模との比では約7割となっている
2週間の検温記録など感染症対策に万全を期して運営する。

4. 【中小企業庁 適正取引講習会】eラーニングのご案内

経済産業省(中小企業庁)よりの広報です。

■『適正取引講習会 eラーニング』について

昨今の中小企業・小規模事業者等の皆様を取り巻く取引環境においては、原油価格や原材料費の高騰、昨年10月の最低賃金の引き上げ等の影響により厳しい状況が続いており、親事業者に対する「価格転嫁」の重要性、必要性が極めて

大きなものとなっています。

『下請法』、『価格交渉』を各業種に対応した『下請ガイドライン』について学んでいただくことで、皆様のお取引における適正化の実現に向けて、少しでもお役に立つことができればと思っております。

是非「適正取引講習会eラーニング」をご活用ください。登録&利用無料。

<https://tekitorisupport.study.go.jp/rpv/>

各プログラムのすべての動画を視聴して頂き、確認テストを終了して頂きますと中小企業庁認定の「修了証」を発行しています。



5. 大阪維新の会本部訪問の報告

去る2月4日(金)、FIAは大阪維新の会本部を訪ね、幹事長の横山英幸氏と政調会長の岡崎ふとし氏に面会しました。当日はFIA事務局と共に、FIA理事/(株)オージススポーツ代表取締役社長・加藤浩嗣氏とFIA理事/グンゼスポーツ(株)代表取締役社長・西村仁宏氏にもご帯同いただきました。

大阪府政においては大阪維新の会が大きな影響力を持つことから、フィットネス産業の重要な市場である大阪並びに近隣の自治体に対し、フィットネス産業についての正しい理解を求めることは極めて重要です。

FIAとして、フィットネス産業全体並びに各社に於ける現状と課題、そしてフィットネス産業が国の健康づくりのインフラを担うエッセンシャルな産業であることを説明し、その説明を受けて加藤理事、西村理事より、関西リーディング企業の代表者として、コロナ禍における現場の実態と、事業の社会貢献性に対する理解を深めていただきました。

大阪維新の会の横山氏と岡崎氏からは、積極的なご質問や感想をいただき、最終的には今後の大阪府政に止まらず国政に於いても日本維新の会も巻き込み、維新の会全体としての政策提言策定において、ポストコロナに於ける健康づくりのための運動機会を守ること、そして育てていくことを盛り込むことを検討したい、という心強いメッセージをいただきました。



(左から加藤浩嗣理事/西村仁宏理事/FIA松村/大阪維新の会幹事長横山英幸氏/大阪維新の会政調会長岡崎ふとし氏)

海外フィットネス情報

今回は、IHRSAが紹介したイギリスのLeisure Opportunitiesが紹介したトピックスをご紹介します。

ワクチンは、運動している人の方が効果的

By Tom Walker 06 Jan 2022



(このトピックスのポイント)

- ★活動的な人は、非活動的な人に比べて、50%高いレベルの抗体を獲得する可能性があります。
- ★これはグラスゴー・カレドニアン大学の研究によるものです。
- ★週5日30分の活動により、感染症で倒れたり死亡したりするリスクが37%減少することも明らかになりました。
- ★この研究結果は、パンデミックへの対応に重要な示唆を与えています。

“活動的な人は、運動不足の人に比べて、ワクチンを接種した後高いレベルの抗体を獲得する可能性が50%高い。”

この発見は、グラスゴー・カレドニアン大学の研究によるもので、人々に運動習慣を促進させることで、ワクチン接種キャンペーンの効果を大幅に向上させることができることを示唆しています。

さらにこの研究では、30分/週5日の活動で、感染症で倒れたり死亡したりするリスクが37%減少することも明らかになりました。

この研究の著者の一人であるSebastien Chastin(セバスチャン・シャスティン)教授によれば、この研究結果は、今後のパンデミック対策に重要な影響を与える可能性があるとのこと。

世界経済フォーラムに寄稿したシャスティン教授は、次のように述べています。

「私たちは、健康的な食事や禁煙と並んで、身体活動が慢性疾患を予防する最も効果的な方法の一つであることをすでに知っています。2008年の調査では、運動不足が毎年500万人以上の早期死亡の原因になっていることが明らかになっています。そして今、私たちが行ったエビデンスの系統的レビューにより、定期的な身体活動は人間の免疫システムを強化し、感染症で倒れたり死亡したりするリスクを3分の1以下に抑え、結果として予防接種キャンペーンの効果を著しく高めることが明らかになりました。」

に阻止する働きがあります。

これは、パンデミックへの対応に重要な意味を持ちます。」

この研究のために、シャスティン教授と彼のチームはCOVID-19の死因として多い肺炎などの感染症で倒れたり死亡するリスクに対する身体活動の効果、免疫系の働き、そしてワクチン接種の成果に関する利用可能な全てのエビデンスを集め、検討しました。

「我々は、定期的な身体活動が人間の免疫系を強化することを示す信頼できる証拠が見つかりました」とシャスティン教授は付け加えます。

「科学的根拠のゴールドスタンダードである“35の独立した無作為化比較試験”によって、定期的な運動は免疫グロブリンIgA(*下に解説)の抗体レベルを上昇させるという結果が得られました。」

「この抗体は、ウイルスや細菌が侵入する可能性のある肺などの粘膜を覆っているのです。」

「また、定期的な運動は、免疫系にウイルスなどからの攻撃を警告し、その反応を制御する役割を担うCD4+ T細胞の数を増加させます」。

「最後に、私たちが調査した無作為化比較試験において、ワクチンは、身体活動プログラムの後に投与された場合、より効果的であるようです。活動的な人は、そうでない人に比べて、ワクチン接種後の抗体価が高くなる可能性が50%高いのです。」

* 免疫グロブリンIgA

体内では2番目に多い免疫グロブリンで、鼻汁、涙腺、唾液、消化管、膣など、全身の粘膜に存在しています。IgAは、粘膜の表面で病原体やウイルスと結合し、病原体やウイルスが持っている毒素を無効化して感染しないよう

Leisure Opportunities

イギリスのヘルスフィットネスも含むレジャー産業に関するB2B向け情報提供、求人情報機関誌

(翻訳: 松村 剛)

マイページをリッチにして採用につなげよう

採用担当者はここを見ている

“この人と会ってみたい”と感じてもらえるページ作り
せつかく登録するなら「自分」を知ってもらって採用力をUP

写真を掲載しよう

顔写真を載せることで、アナタの雰囲気を伝えることができます。
FitnessJobならではの全身写真。活動中の写真を掲載することでアナタの良さが伝わります。

PC版では下記の項目の入力できます!!

- 職歴・職務経歴
- 個人スキル
- 希望条件

希望自己PRに記入は忘れずにしよう
「何をやってきたか」「何ができたか」
「応募先では今後どうしていきたいか」の
3点を盛り込み読ませる内容にしましょう。

FitnessJob登録!

「好き」を仕事に
「スキル」を身につけて
生活を充実させよう

フィットネス業界専門の転職・就職・資格取得サイト

Fitness+Job

フィットネスクラブ・マネジメント(FCM)技能検定について

試験結果報告(2021年11月14日実施分)

級	受検者数	合格者数	合格率	国が担保する技能士の技能
1級 (学科)	86	25	29%	「経営」の視点をもってクラブ全体の運営統括ができる。
2級	354	195	55%	支配人を補佐し、担当部門の企画・改善や品質管理を行いながら、確実なオペレーションを実現できる。
3級	2,147	1,074	50%	顧客目線で基本的・日常的な運営実務ができる。

受検者数は当日の欠席者を除く人数

おめでとうございます！
新たに2級技能士が195名！ 3級技能士が1,074名誕生しました！



技能検定は、一定の水準以上の知識・技術を有する者に対して資格を付与することによって、有資格者の提供する業務の質を担保する必要があるものとして、国が与える国家資格の1つです。名称独占の国家資格であり、有資格者以外はその名称を用いて業務を行うことが認められていない資格。名称独占国家資格には、他例として、中小企業診断士、行政書士、保育士、介護福祉士などあります。

第1回からの2021年度までの累積数(1級技能士数は2021年度までの推定)

対象級	受検者数	技能士数	合格率
1級	555名	87名 (推定)	16%
2級	1,713名	792名	46%
3級	7,638名	3,827名	50%
合計	9,906名	4,706名	48%



2022年度には
1級技能士100名
2級技能士1,000名
3級技能士5,000名

その一人になろう！

- ・1級受検者は主にベテラン支配人クラス以上の方が中心。
1級技能士は、フィットネス業界の可能性を切り開く、力ある仲間ができます。
- ・2級受検者は店舗のマネージャー、支配人の方が中心。
2級技能士は、現場のリーダーとして、必須の能力となっています。
- ・3級受検者は現場新人スタッフ及び学生が中心。
これから入社してくる新人にとっては、当たり前前の技能になってゆきます。

まずは、公式テキスト、過去問を開いてみよう！そこから、始まります！

New Clubs

出店情報

2月のオープンクラブ

エニタイムフィットネス篠崎

所在地: 東京都江戸川区篠崎町2-6-5篠崎
サングリーンビル 2F

エニタイムフィットネス中浦和

所在地: 埼玉県さいたま市南区鹿手袋2-11-21 1F

エニタイムフィットネスかすみがうら

所在地: 茨城県 かすみがうら市下稲吉2654-1
千代田ショッピングセンター 1F

エニタイムフィットネストリアーダ宗像

所在地: 福岡県宗像市光岡278-1

エニタイムフィットネス宮崎古城

所在地: 宮崎県宮崎市古城町岡ノ原16-2

エニタイムフィットネス牧志

所在地: 沖縄県那覇市安里2-1-1 2F

マジェスティ御成門クラブ

所在地: 東京都港区西新橋3-23-16

RDC BASE神田小川町

所在地: 東京都 千代田区神田小川町2-4-6
OUTDOOR PLAZA 4F

URBAN FIT24野田阪神

所在地: 大阪府 大阪市福島区海老江5-2-7

カロリートレードジャパン 新潟西区

所在地: 新潟県新潟市西区五十嵐一の町6684-1
角蔵ビル2F

Issue

記事

NTT PARAVITA、成果報酬型ダイエットプログラム「ねむりのジム」を提供開始

ねむりのDXカンパニーNo.1をめざすNTT PARAVITA株式会社は、睡眠に着目した成果報酬型ダイエットプログラム「ねむりのジム」を、2022年1月5日に提供開始する。

睡眠と代謝リックシンドロームには、相関がある。睡眠不足は肥満に繋がり、脂肪や糖の分解・代謝に大きな影響を与える成長ホルモンは、睡眠時に最も分泌されると言われている。

つまり、質の良い睡眠をとることで、肥満のリスクを抑えつつ成長ホルモンの分泌を促進し脂肪の分解を促進、結果として痩せる期待が高まるということが分かる。

そこで、同社は、睡眠に着目したダイエットプログラム「ねむりのジム」を提供開始した。

専用のアプリと睡眠センサーを使い、毎日の睡眠時間と、睡眠の質をあげるための日中の活動量(歩数)を記録。それぞれに日々の目標を設定し、目標達成の度合いに応じたギフトを自宅にお届けするというプログラムで、一人あたり3ヶ月間で実施する。

‘08年度から開始された40歳以上を対象とする特定健診、いわゆる「メタボ健診」では、特定健診の結果「積極的支援」「動機付け支援」と判定された者に対して、保険者は特定保健指導(3ヶ月以上の医師や保健師、管理栄養士による面談や継続的なコミュニケーション)を実施することとされている。

その中で、「積極的支援」該当者を対象とし、保健指導による腹囲・体重の改善状況によって評価を可能とする「モデル実施」が導入された。「モデル実施」は、3ヶ月以上の介入期間で対象者の腹囲が2cm以上、体重が2kg以上改善されれば特定保健指導を実施したとみなされる、従来の特定保健指導よりも成果を重視した制度だ。

「ねむりのジム」は、そのモデル実施として、従業員の健康増進を図りたい企業様や保険組合様向けに提供する特定保健指導プログラムだ。健康保険組合連合会の調査によると、特定保健指導対象者に対して実際に指導を受けた人の割合(利用率)は25%に満たず、さらに「積極的支援」該当者のうち保健指導を最後まで受けた割合(実施率)は23%と、さらに低い数値となっている。

「ねむりのジム」は、このような低い利用率・実施率を解消することをめざしたプログラムだ。

(2022/01/05 日本経済新聞電子版)

強い店舗は「すること」を提案、リアル役割深掘り

リアル店舗の価値とは何か、再考のときがやってきた。コロナ下でネット通販の利用はさらに増え、新たな時代では「モノ」に加えて「すること」「感じること」の提供が求められている。

ルルレモンの2021年1月期の売上高は44億ドル(約5,000億円)ほどだが、時価総額はH&Mを上回る。‘98年創業のヨガウェアブランドで伸縮性の高い機能性素材が強み。その強さは、ウェアを売るだけでなくヨガやフィットネスなどの「すること」を提案していることにある。「エデュケーター」と呼ばれる店員は、フィットネス愛好家でヨガやフィットネスに関する情報も教えてくれる。

ルルレモンはヨガイベントなどを通じて、コミュニティをつくって成長してきた。ヨガのインストラクターとして登録した人に割引するなどし、口コミで広がっていった。「体験型ブランド」とも呼ばれる由縁だ。現在、日本では無料で参加できるオンライン講座を開催。コロナ禍でオンラインシフトしたが、新しい層にフィットネスを届けるチャンスにつながっている。

ユニテッドアローズも「モノ」を売るために、まず「すること」から入る。ビンテージのサーフボードや黒いウエツスーツが並ぶ「カリフォルニア ジェネラルストア」の店内では、約10人の参加者がインストラクターの指導のもとヨガをしていた。ユニテッドアローズは同店を‘21年に買収した。ウエルネス領域への進出を模索するなか、モノを売るだけではなく体験する場として生かせると9月に新装開業。同店が以前開いていたヨガ教室やサーフィン教室の募集を始めた。

買収はユニテッドアローズのヨガウェアの新ブランドの立ち上げとも重なり、教室を開く店内で新商品を展開する。「なかなかモノが売れない中、教室を通じて店を知ってもらったり、リピーターになってもらうことを期待している」(清水氏)。

(2022/01/08 日本経済新聞)

