

Fitness Industry Association

NEWS



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

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

現状から読み解く、フィットネス業界「7つの予想」

オミクロン株の感染が拡大していたが、コロナ禍がを通して各社とも様々なりソースを見直し、新たな経営方針などを打ち立て、踏み出しているのではないだろうか。

そこで、今回は、フィットネス業界の予想についてヒントをまとめた。フィットネス業界でも重要視されるのは現場で働く「人」であろう。採用活動などをするうえで、自社が求める人材の明確化にも役立てていただきたい。

市場規模拡大のカギはマーケティングと新人材

2006年度から業績に陰りが見え始めたフィットネス業界。

10年に入ってから回復基調を取り始めたが、11年3月の東日本大震災で再び業界はダメージを受ける。11年後半から再び回復基調となり、そこからぐんぐんと成長軌道に乗っていった。市場規模は14年、15年、16年、17年、18年とさらに伸び19年は4,939億円と市場最高値を記録している。参加率も4.4%となった。

フィットネス業界の市場規模はコロナ禍で一時的に縮小したが、中長期的には成長が期待できる。ただし、早期に業績を回復させ大きく成長していくためには、より顧客志向のマーケティングやオペレーションの標準化、人材育成などを徹底するとともにこれまでとは異なる事業モデルやスキームにも挑戦してイノベーションを起こすことが求められる。

事業モデルの転換、コンセプトの明確化、新たな集客手法の確立、客単価アップにつながるサービスの開発、AIなどのデジタルテクノロジーの活用といったことに果敢に取り組んでいかなければならない。そして、今以上に生産性を引き上げなければならない。

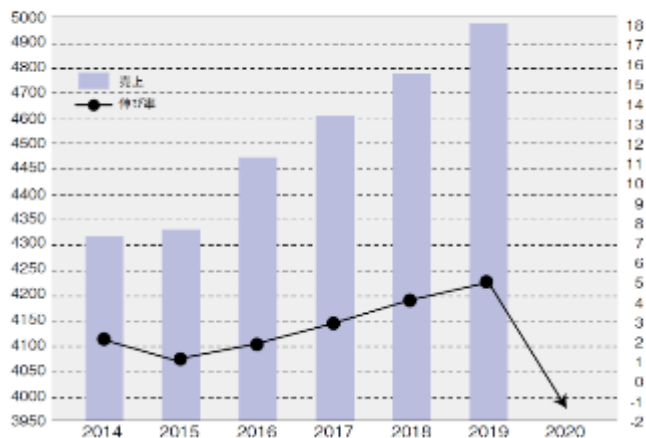
そういう意味では、これからこの業界に飛び込んでくる若い人材が活躍する可能性は非常に高い。そこでは健康・スポーツ分野を専門としてきていない人材も活躍できる可能性が広がっている。

フィットネス市場がぐんぐん伸びている今、健康の維持、増進に興味をもった人々がフィットネスに取り込み始めるようにするためのサービスはまだ開発の余地が十分に残っている。

だが、今後は優勝劣敗の構図がより鮮明になる。フィットネスクラブは不動産ビジネスであり、エリアマーケットでもあり、またピープルビジネスでもあるといったようにさまざまな複合的な事業特性をもつことを理解し、顧客視点から考え、市場創造、顧客創造を実現できる企業が生き残るはずだ。

このようなフィットネス業界を取り巻く状況の中、これから起こるだろう業界の変化と、それに伴い求められる人材の要件を予想した。

フィットネス市場規模の推移 (単位: 億円、%)



新型コロナウイルス禍の影響で、成長率はマイナスに

*『特定サービス産業動態統計月報』(経産省)のデータを基にフィットネスビジネス編集部が推定。

* 上記売上高にはスイミング単体施設のそれ(およそ600億円)は含まない。クラブ内のスクール会員(成人・子ども)は含む。若干ではあるがボクシングジムなどの売上高も含まれている。

* フィットネスクラブ業務に関わる「その他の収入」も含まれている。

会員数・延べ利用者数の推移

	会員数 (人)	参加率 (%)	延べ 利用者数 (万人)	1施設 あたり 利用者数 (人)	年間平均 利用回数 (回)
2014	4,193,706	3.30	30,951	70,745	73.8
2015	4,214,675	3.32	30,859	66,207	73.2
2016	4,243,793	3.34	31,998	64,695	75.4
2017	4,627,730	3.65	34,939	65,936	76.5
2018	5,136,780	4.07	39,091	67,190	76.1
2019	5,552,860	4.40	42,368	68,469	76.3
2020	4,253,491	3.38	27,137	41,343	63.8

コロナの影響でフィットネスクラブ離れが起きてしまった

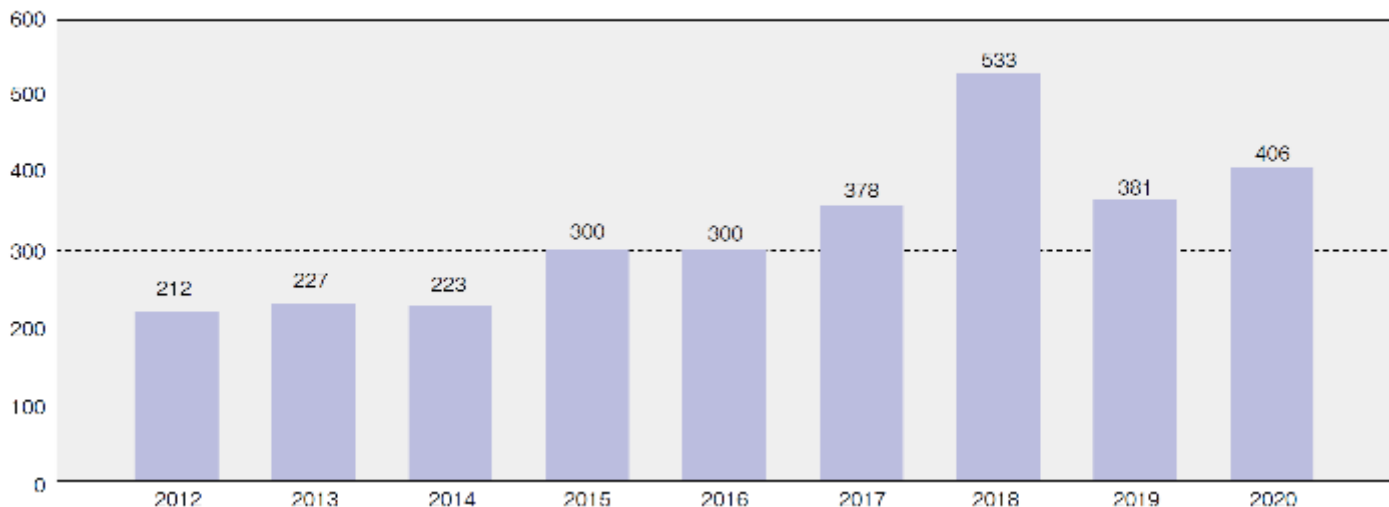
*『特定サービス産業動態統計月報』(経産省)のデータを基にフィットネス編集部が推定。参加率算出に用いた総人口は総務省統計局発表の各年10月の推定人口。

* 会員数には、フィットネスクラブに所属するスクール生も含む。

予想①

12年以降に増加傾向、フィットネスが日常生活の一部に

フィットネスクラブ新規開業施設数の推移 (単位: 軒)



* 継承施設、移転新設施設を除く

* 2020年406軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム11軒、ジム型314軒、スタジオ型28軒、ジム・スタジオ型32軒、総合型21軒

* 2019年381軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム66軒、ジム型224軒、スタジオ型51軒、ジム・スタジオ型23軒、総合型17軒

* 2018年533軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム91軒、ジム型301軒、スタジオ型77軒、ジム・スタジオ型32軒、総合型32軒

* 2017年378軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム106軒、ジム型197軒、スタジオ型38軒、ジム・スタジオ型23軒、総合型14軒

* 2016年300軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム112軒、ジム・スタジオ／単一アイテム施設181軒、一般的なフィットネスクラブ7軒

* 2015年300軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム130軒、ジム・スタジオ／単一アイテム施設161軒、一般的なフィットネスクラブ9軒

* 2014年223軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム153軒、ジム・スタジオ／単一アイテム施設56軒、一般的なフィットネスクラブ14軒

* 2013年227軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム144軒、ジム・スタジオ／単一アイテム施設53軒、一般的なフィットネスクラブ15軒

* 2012年212軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム156軒、ジム・スタジオ／単一アイテム施設36軒、一般的なフィットネスクラブ20軒

* フィットネスビジネス編集部調べ

フィットネス業界は、中長期的には大きく成長するだろう。業界内外のプレイヤーが各々に工夫と努力をすることによって、多くの生活者がそれぞれにフィットネスの価値を理解し、それを日常生活の中に組み入れようとするはずだ。今はまだフィットネスの必要性に目覚めていない生活者・勤労者もイノベティブな業態や商品・サービスが登場することでフィットネスをするようになる。

これまでの歴史を振り返ると、クラブのクオリティが次第に高まるなかで、経営環境の変化から一時的に調整局面を迎えることもあったが、ロングレンジでは確実に成長してきている。

海外に目を転じてみても、欧米の多くの先進国はほぼすべて右肩上がり成長してきている。変革期に対応できるイノベティブでベンチャー精神旺盛な人材が登場し次代を切り開いているのだ。日本も今、そういう人材の登場が待たれる。

予想②

“個客”ニーズを捉える、新業態・新サービスの誕生と発展

既存の総合クラブのマーケティングが効かなくなってきた。多様化する顧客のフィットネスニーズや購買行動に対応しきれていないからだ。これからは顧客本人も気づいていないような“個客”の真のニーズを捉えた業態・サービスの開発や運営手法の構築、成熟化時代に対応した集客手法への取り組みなどが求められる。

総合クラブ業態は、決して廃れることはないだろうが、工夫と努力を怠る総合クラブは、台頭する女性専用小規模サーキットジムや24時間営業のセルフ利用型ジム単体施設、各種目的志向の単体スタジオ、マイクロジム、ボディメイクジムなどの新業態に脅かされるだろう。

自らの商圏で生き残り成長していくためには、新業態や新サービスを開発することが必要になろう。不況期でも強いスクール系の商品・サービスも改めて見直されるだろう。アスレチック塾のような新しいスクール種目や学童サービスなどももっと開発されるはずだ。



予想③

地方・郊外への出店が加速

2020年新設クラブ数 ブランド別内訳 (単位: 軒)

エニタイムフィットネス	157 (83)
快活クラブ FIT24	17 (3)
アクトス Will_G	15 (23)
ホットヨガスタジオ LAVA	14 (8)
ホリデイススポーツクラブ	10 (3)

* () 内の数字は前年の実績 *フィットネスビジネス編集部調べ

2020年新設クラブ 都道府県別内訳 (単位: 軒)

東京都	53 (46)
神奈川県	38 (24)
大阪府	30 (24)
愛知県	29 (30)
千葉県	24 (22)
埼玉県	21 (19)
兵庫県	11 (16)
福岡県	10 (16)
その他	190 (190)

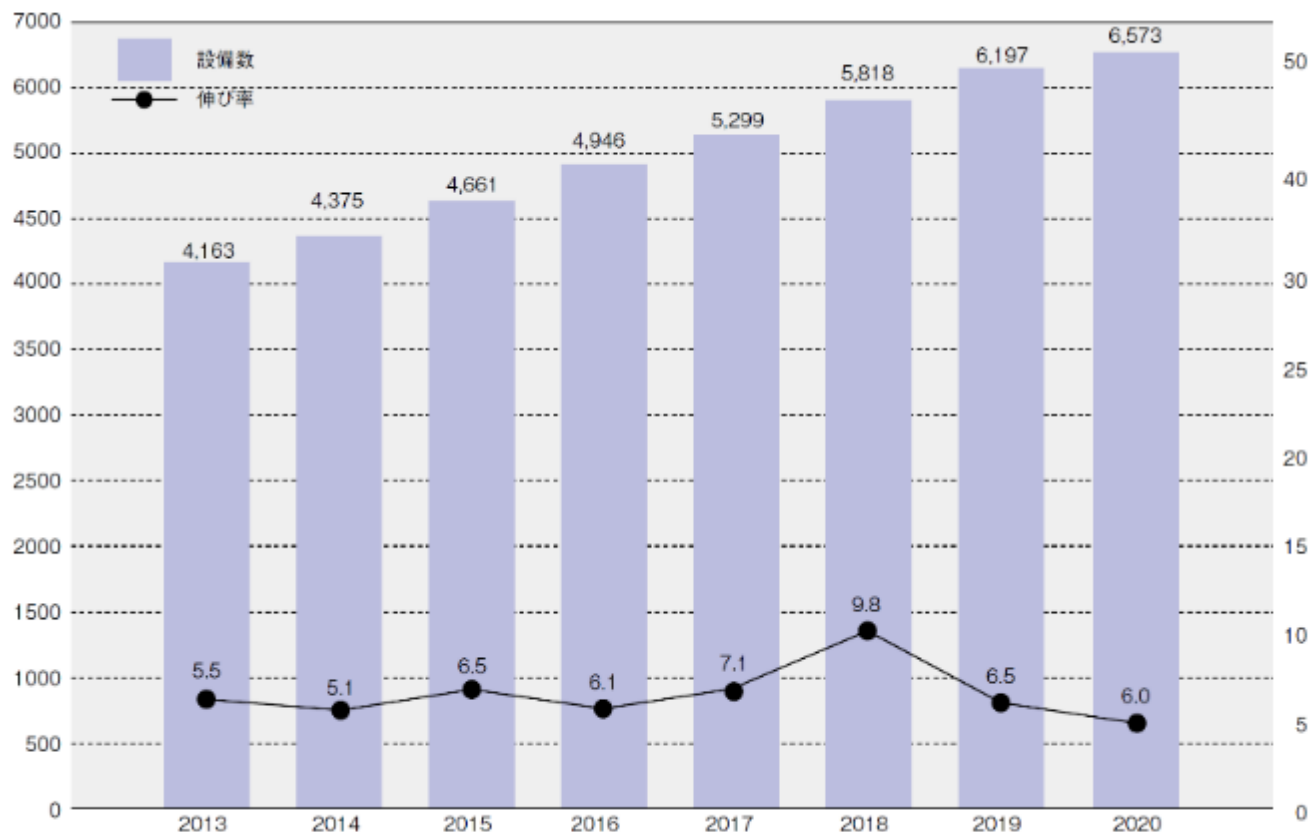
* () 内の数字は前年の実績 *フィットネスビジネス編集部調べ

これまでは数億円規模の初期投資が必要な総合クラブ業態が主流であった。この業態はマーケットパワーの弱い地方郊外では、コストを吸収することができないため出店が少なかった。

ところが、女性専用小規模サーキットジムやホットヨガスタジオ、コンパクトプール、ビギナー向けの中規模総合クラブなど低投資・低運営コスト・低料金の業態などが地方郊外に出店し、成立することがわかりはじめると、人口の少ないマーケットに相応の業態で出店を狙う企業が増え始めた。

全国レベルでみると、そうした小規模業態が出店する余地はまだある。クラブの参加率は所得水準と相関が高いがこれまで集客力が高かった首都圏・中京圏・近畿圏などのオフィス立地はコロナ禍で流動人口が減少しているため、今後はそうしたエリアのオフィスに勤務していたワーカーが住む郊外エリアへの出店が増えるだろう。また、今後は地方郊外においても相応の業態で出店する企業が増えていくだろう。商圈は間違いなく小商圈化していくのでそれに対応した業態が求められる。

施設数の推移 (単位: 軒、%)



*フィットネスビジネス編集部調べ

予想④

新しい技術やシステムの活用

今後、AIやロボティクスといった新しい技術やシステムを導入するクラブが増える。館内の監視システムやeラーニング、電子決済、アプリの活用、コミュニケーションを促すためのソーシャルメディアの活用、日常のフィットネスライフをサポートしたり、会員予備軍を見つけるためのデジタルマーケティング、オンラインショップの運営などの動きが活発化するだろう。

業界をまたいだコラボレーションも活発化する。生命保険会社や携帯キャリア、測定器具メーカー、眼鏡メーカーなどのタイアップなどが見られるようになるだろう。例えば、消費カロリーを通信機能付きの歩数計や歩数計機能のついた携帯電話に記録する。それをポイントに換えて管理し、累積したポイントと健康度に応じて生命保険料が安くなったり、クラブの運営するオンラインショップで商品が安く買えたり、またその運動履歴をもとにクラブのトレーナーからアドバイスをもらったりといったサービスが増えてくるだろう。

予想⑤

クラブ事業以外の市場機会の追求

クラブ事業以外の市場機会として、公共スポーツ施設の管理運営(指定管理)や特定健診・特定保健指導、地域支援事業・介護予防のアウトソース、あるいはネット通販事業や通信による健康カウンセリング事業、トレーナーと生活者、スポーツチームなどを結び付けるマッチングサービスなどがある。

予想⑥

プログラムも多様化傾向

プログラムも業態同様に“個客”のニーズに対応すべく、多様化していくだろう。コロナ禍の影響で30~40歳の女性層の一部が一時的に退会・休会しているが、ダンス、バレエなどのカルチャー系プログラムは、ゴルフ、スイム、ランニング、バイク、ボウリング、ボクシング、サーフィンなどのスポーツ系プログラムと並んで、今後需要が戻ると思われる。

グループエクササイズではインストラクターの指導力を幅広い分野に活かせる「プレコリオ」プログラムが増える傾向にある。相変わらずヨガは安定した人気を誇るが、一方でアクティブなプログラムへのニーズも高まっている。パーソナルトレーニングも「ライザップ」などの影響もあり認知が進み、市場が広がっている。エビデンスに基づいたファンクショナルなトレーニングもより求められるようになろう。

予想⑦

トレーナーや経営人材の育成

既述したトレンドを踏まえ、各社がサクセスフルな経営を実現していくためにキーとなるのは「人」だ。

とりわけ重要となるのは、トレーナーだ。専門的な知識と技術をもつトレーナーが必要となる。ということは企業側は彼ら彼女らが働きがいを感じる労働環境やビジネスモデルをつくれることが大切になる。また、これからの時代は、問題発見力を持ち、そこへのソリューションを顧客の立場で創造的に考えることができ自立、主体的に行動できる経営者タイプの社員が求められる。できれば、それがトレーナー出身だと、なおいい。

そういった人材が、変化に対応した仕組みをつくり、組織を巻き込んで高い成果を残す。さらに若年社員の鑑にもなって彼ら彼女らを育成していく。

ビジョンをもち、猛勉強を続けられるこうした人材を採用し、育成する取り組みが重要になるだろう。



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/~725>



- 〈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。

スポーツ庁が進める「中学校運動部活動の地域移行」へのフィットネス事業者参入の可能性について

教員の働き方改革への対応と青少年のスポーツ環境を向上させることを目的に国が進めようとしている大きな試みは、令和5年度には実走させたいというゴール目標をもって、検討がすすんでおり、FIAもその検討会議に召集されています。

もちろん、国がこの地域移行の実走における受け皿として、民間のフィットネス事業者への期待があるからに他ありません。

コロナ禍において大きなダメージを受け、これからの事業展開の転換に直面しているフィットネス業界にとって、大きなビジネスチャンスにもなり得る可能性を秘めているとも言えるでしょう。

しかし少し懸念される点は、現時点においてはこの社会実装を支えるための大前提である財源については、まだ明確に示されていない点です。

一方では、経済産業省もスポーツ産業振興を本格的に推し進めることを目的に、省内にスポーツ産業室が設置され、「DXを核としたスポーツ産業の成長産業化」や、「地域スポーツクラブの成長戦略」等に取り組みに着手しています。この「地域スポーツクラブの成長戦略」では、まさに中学校運動部活動の地域移行への対応が明確に位置付けられており、スポーツ庁との連携が前提とされています。

この経済産業省が目指す「地域スポーツクラブの成長戦略」においては、会費収入、施設の指定管理、業務委託、パーソナルトレーニングやケア、生涯学習サービス運営、スポーツベッティング、トップスポーツクラブからの資金・人材の還流等の財源確保を前提とした議論が進められているようです。

参考までに、経済産業省が設置している「地域×スポーツクラブ産業研究会」における検討において、今後求められる地域スポーツクラブを軸にした新しい社会システム像に向けた提言を以下のようなイメージをもって示しています。

【図表1】サービス業としての地域スポーツクラブを可能にする社会システム



(経済産業省「地域×スポーツクラブ産業研究会の第1次提言」より抜粋)

民間事業者であるフィットネス産業を代表するFIAとしては、この財源がどのように担保されていくのかについても着目しながら、今後、必要に応じて会員の皆様に情報の共有を図らせていただきます。

Information

お知らせ

1. フィットネスクラブ施設内におけるNHK受信契約について

クラブ内に設置されたテレビのNHK受信契約についてお問い合わせがありました。

クラブに於けるNHKとの「受信契約」「契約台数算出基準」「複数契約における割引」に関する確認事項について2008年の広報ですが、改めてご案内いたします。

(1)契約は「各店個別」・「本社一括」の2通りあり、各社判断によります。

(2)契約に至るプロセスはNHKではおおむね以下により行います。

事業所におけるTV設置状況調査(実査がある場合と図面申告のみの場合がある)

契約数判定基準による契約台数算出



地上契約(地上波のみ受信するTV)×台数×単価

衛星契約(衛星放送受信可能なTV)×台数×単価

(3)契約数判定基準 (事務所・ロビーなど通常の設置形態以外のフィットネスエリアなどに適用する基準)

①フロア・エリアごと画面1方向に付き1台契約。

②1つのエリアの1方向でも、通路によってブロック分けされている場合は1ブロックごとに1台契約。

③柱まわりやカーブ沿いなどに並ぶ場合は個別判断。

(4)料金の割引制度

①2契約目(2台目)以降は半額(平成21年2月から。)

(1台目は正規価格です。)

②衛星契約の単価は総契約台数により減額あり。

10～49台・50～99台・100台以上の3分類。

※契約に関するご相談は一旦FIAへご連絡ください。NHK 首都圏局 中央営業センターと連絡いたします。

2. 運動用N95基準マスク共同購買ご案内

多くの酸素が必要な運動時に「マスクを装着していても酸素が取れることを考えた」医療最高グレード(N95同等)のフィンランド製スポーツマスクのFIA会員限定特別販売のご案内で、先ず1万枚を目途とするロット調査を実施しています。(賛助会員戸田建設様提案)

●1万枚以上の受注が集まった場合・・・

メリット1) 小売価格210円(税別)を単価140円(税別)/送料別にてご購入いただけます。

メリット2) スタッフの方の感染予防対応
効果を上げることができます。

メリット3) お客様への販売も可能です。
その際は、定価の210円(税別)にて販売していただけます。感染予防に敏感なお客様に是非お勧めください。

メリット4) 現在、一般ルートでは購入が困難な商品となっています。



IHRSA GLOBAL REPORT フィットネス業界ラウンドアップ

※IHRSAのレポートで紹介された記事の一部をダイジェストします。

■運動不足と重度のCOVIDの関連性

CDC(米国疾病管理予防センター)は、重度のCOVID-19のリスクを高める病状として、運動不足を公式リストに追加しました

フィットネス業界にとって静かな勝利です。

CDCが、重度のCOVID-19の危険因子として“運動不足”を正式にリストアップしました。

この記述は、ヘルスクラブ、ジム、スタジオはヘルスケアのソリューションの一部であり、ヘルスケアにの連続性にもっと取り入れられるべきであるという現在進行中の議論に大きな力を与えてくれます。

運動不足が重度のCOVID-19の危険因子であることは、以前から研究により指摘されていました。そして今、CDCは公式に、運動不足を重症COVID-19のリスクを高める医学的条件のリストに組み込み込んだのです。

CDCは、「身体活動をほとんどしない人、あるいは全く運動をしない人は、身体活動をしている人よりもCOVID-19で重症化する可能性が高い」と指摘しています。

身体を動かすこと(または定期的に運動すること)は、健康であるために重要です。”身体活動と健康に関するリソース、身体活動の推奨、そしてより活動的になる方法、さらには活動に適したコミュニティの作り方などは、CDCの身体不活動課題解決に関する検討セクションに含まれています。

■ボストンのスポーツジムでは、ワクチン接種の義務化によって会員が戻ってくることを期待しています

地域のワクチン接種義務化に従って、ジムが安全であるというストーリーを押し進めることは、パンデミックを乗り切る上で最善の方法です。

あるヘルスクラブのオーナーは最近、Boston 25 News のゴールデンタイムのインタビューを受け、このメッセージを広めることに成功しました。

ボストンのジム、レストラン、屋内施設に対するワクチン接種の義務付けは1月15日に始まり、周辺の多くの町もこれに追随しています。

ボストンとブルックリンに拠点を持つIHRSAプレミアム会員、HealthWorks Groupのオーナー、マーク・ハリントン氏は、ワクチン接種の義務化を冷静に受け止め、会員がより安心してクラブに戻ってこられることを願っています。

ハリントン氏は、“Boston 25 News”の取材に次のように語っています。

「私は、これがきっかけとなって、お客さんを取り戻したいと切望しているこのダウントウン地区に於いて、お客さんが増えることに拍車がかかるを期待しています。

“我々は、我々の会員基盤から圧倒的に多くの肯定的な反応を得ました。我々は数千の電子メールを受け取っており、それらの電子メールを見ると、否定的な電子メールはごく少数はです。”と述べました。



Source: HealthWork

■ 科学者たちは、減量はCOVIDから保護するために不可欠であることを認めました。

肥満の人は、重症のCOVID-19で入院する確率がそうでない人よりも113%も高いのです。肥満医学の専門家であり、ワイルコーネル医科大学の臨床医学准教授で主席内分泌学者であるレカー・クマール医学博士は、肥満はCOVID-19の大きな脅威であると訴えました。“呼吸器系が損なわれた状態でスタートし、それが呼吸器系の病気であれば、すでに不利な状況にあります。”とクマール氏は警鐘を発します。

さらに憂慮すべきは、ノースカロライナ大学ギリングス校グローバル公衆衛生学部栄養学科の著名な教授であるバリー・ポップキン氏によると、“成人の肥満を20%未満に抑えられている国は、世界には存在しない”ということだそうです。

CNNは、肥満がどのようにCOVID-19のリスクを高めるかという問題について、Wiley Online Libraryや米国疾病対策予防センター、Lancetなどから情報を収集し、COVID-19のリスク軽減には減量が非常に有益であることを証明する多数の研究を詳細に取り上げました。

“減量は、あらゆる体重レベルに対してプラスに働きます”とポップキン氏は指摘します。

“わずかな体重の増加が、健康面に影響を与えるのです。”

マイページをリッチにして採用につなげよう

採用 ≠ 登録

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
せっきく登録するなら「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」「何ができるか」
「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

激動の時代だからこそ、本物の力を身につけ、自信を持って、
生き抜くために学び続けよう！

フィットネスクラブマネジメント公式テキストVOL.3 完成！！



Basic Intermediate Advance

ベーシック インターミディエイト アドバンス

今回の改訂ポイント

- 1 アドバンス、インターミディエイト、ベーシックの各レベルについて、重要なマネジメントに関する項目をより丁寧に、業界を取り巻く変化を踏まえて加筆、訂正し、拡充しています。
- 2 各レベルのマネジメントに共通な知識・技能については、ベーシックに集約し、「健康づくり」「運動・トレーニング・栄養」の章はベーシックのみに掲載しています。
- 3 内容のレベル別拡充のために、新たにプロフェッショナルな方13名に執筆陣に加わっていただいています。
- 4 内容の正確性を高めるために、可能な限り出典を明示しています。
- 5 注目を集めている当業界に関連するICTの利活用についての記載を拡充しています。

業界のスタンダードとなるフィットネスクラブマネジメントの教科書として、多くの方に手に取っていただき、人々のフィットネス、健康で活力溢れる社会の実現へ力強く事業推進していただけることを信じています。

編著 一般社団法人 日本フィットネス産業協会

フィットネスクラブマネジメント 公式テキスト ▶ 各**3,500円**(税別)

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験 問題解答解説集 新版完成！！

公式テキストと同時発売！受検される方には必携の過去問集



試験問題解答解説集は、フィットネスクラブ・マネジメント技能検定試験に出題された試験問題(3年分)の解答を、1級技能士有志が1問ずつ解説しました。
受検者には必携となるものです。

1級+2級の1冊(1級受検者向け)

3,500円(税別)

2級の1冊及び3級の1冊

各2,500円(税別)

New Clubs

出店情報

3月のオープンクラブ

エニタイムフィットネス六本木

所在地: 東京都港区六本木3-16-33

青葉六本木ビルディング2F

エニタイムフィットネス小平

所在地: 東京都小平市美園町1-4-8 美園町ビル 1F

エニタイムフィットネスつくば松代

所在地: 茨城県つくば市松代1-7-10 1F

エニタイムフィットネスひたち野うしく

所在地: 茨城県牛久市田宮2-28-1 1F

エニタイムフィットネス名城公園

所在地: 愛知県名古屋市中区上名古屋1-1-8

エニタイムフィットネス大垣バイパス

所在地: 岐阜県大垣市楽田町2-79 1F

エニタイムフィットネス岡山今

所在地: 岡山県岡山市北区今2-1-25 2F

エニタイムフィットネス岡山益野

所在地: 岡山県岡山市東区益野町15-1 1F-2F

エニタイムフィットネスひろしま西風新都

所在地: 広島県広島市安佐南区大塚西6-12-1

A.CITYプラザ 2F

エニタイムフィットネス下関長府

所在地: 山口県下関市長府才川1-42-30

アクロスプラザ下関長府

エニタイムフィットネス長崎長与

所在地: 長崎県西彼杵郡長与町吉無田郷2019-6

ウエルタウン長与

Dr.トレーニング六本木

所在地: 東京都港区六本木6-1-2 富士プラザビル3F

FIT & SMILE

所在地: 大阪府茨木市元町 8-3-2 2F

PERSONAL TRAINING STUDIO U武蔵新城

所在地: 神奈川県川崎市中原区上新城1-2-35

Nハウス102

かたぎり塾武蔵新田

所在地: 東京都大田区矢口1-16-23 和ようビル2F

ファディー西新駅前

所在地: 福岡県福岡市早良区西新4-8-42

西新PLACE 2F

NAS Vit ParkS札幌

●FIA会員

所在地: 北海道札幌市中央区北4条東7

Issue

記事

ペロトン、CEO交代 従業員2割削減

ペロトン・インタラクティブは8日、共同創業者のジョン・フォーリー最高経営責任者(CEO)が会長に就き、後任に音楽配信大手スポティファイ元最高財務責任者(CFO)のバリー・マッカーシー氏を迎えると発表した。新体制で従業員の2割に当たる2800人を削減し、コスト削減を進めて経営の立て直しを図る。

ペロトンは新型コロナウイルス危機で伸びた家庭用フィットネスバイクの需要が減速し、株価が低迷している。物言う株主のブラックウェルズ・キャピタルが経営陣の刷新と企業売却を求め、米アマゾン・ドット・コムやナイキが同社の買収を検討していると報じられている。

8日発表した2021年10～12月期決算はフィットネス機器の売上が前年同期から8%減少し、最終損益は4億ドル(約500億円)の赤字(前年同期は6300万ドルの黒字)となった。物流部門を中心に従業員を2割削減し、年間8億ドルのコスト削減につなげる。米オハイオ州で23年に完成予定だった新工場の建設計画も取りやめる。人員削減と事業縮小に伴い約2億1000万ドルのリストラ費用を計上する。

(2022/02/09 日本経済新聞電子版)

アシックス、Zwiftとパートナーシップを締結

アシックスは、Zwiftと、オンライン上でのより魅力的なランニング体験の創出を目指し、パートナーシップを締結した。

Zwiftは、オンライン上でレースやトレーニングができるサービスを展開しており、同社が提供するサイクリング・ランニングトレーニングアプリ「Zwift」は、世界で多くのランナーや、トライアスリート、サイクリストに使用されている。

Zwiftは、フィットネス機器と連携することで、ランニングやサイクリングの動きをアプリ内のアバターと連動させ、バーチャル空間で世界中のユーザーや身近な知人と交流しながらレースやトレーニングに参加することができる。

取り組みの第1弾として、2022年6月にZwiftのワークアウトメニューに、アシックス独自のランニングトレーニングプログラムを追加する。参加者は、自身のアバターがアシックスの契約アスリートのアバターと一緒にトレーニングできるほか、同社の最新シューズを着用できる。

そのほかにも、魅力的なランニング体験を実現するため、イベント開催、新製品の 新製品の発売にあわせ、アバターが着用するデジタルシューズやウェアの展開、契約アスリートとの交流、アプリASICS Runkeeper(アシックス ランキーパー)との連携などを検討している。

同社は、将来ありたい姿を表す長期ビジョン「VISION2030」で「デジタル」を中核テーマとして掲げている。

(2022/02/10 日本経済新聞電子版)

日立、シニアの「社会参加」を促し介護予防を支援する新事業を立ち上げ

株式会社日立製作所は、一般社団法人日本老年学的評価研究機構(以下、JAGES機構)との共同研究のもと、シニアの社会参加行動を測定し、データに基づく介護リスクの予測や介護予防のための行動介入を支援する新たな事業を立ち上げる。本事業の中核ツールとして、シニアの社会参加を促進するスマートフォンアプリ「社会参加のすゝめ」を2022年春にリリースし、一般向けに無償公開する。外出・行動状況の測定・見える化や、そのデータに基づいた健康アドバイス、JAGES機構の先行研究に基づくコンテンツ配信などを提供する。

今後、この取り組みに賛同する企業や自治体などを幅広く募り、「社会参加のすゝめ」という新たなプラットフォームを通じて連携することで、アプリを通じた介護予防効果をシニアに還元できるサービスなど、シニアの社会参加を促進するより良い仕組みの開発と社会実装を加速し、「人生100年時代」における健康長寿社会の実現に向けたエコシステムの構築に取り組む。

(2022/02/15 日本経済新聞電子版)

首都圏、増える「ネオサウナ」 異業種も集客に一汗

首都圏各地で従来とは違う形でサウナを提供し、人を呼び込もうとする動きが広がっている。全くの異業種が参入し、需要拡大へ「一汗」かいている事例もあり、バリエーションも豊かだ。こうした「ネオサウナ」が昨今のサウナブームに一層火をつけそうだ。

千葉県鋸南町で2021年11月、部屋にサウナを備えた南国風ホテル「amane(アマネ)」が開業した。サウナは東京湾の海を水平線まで見渡せる客室の庭に配置した。4人用のバレル(たる)型で、サウナ大国のエストニアから輸入。電気で熱を発生させるため事故の危険性も少なく、熱せられた石に水をかけ蒸気を出すロウリュでアロマの香りを楽しめるのも魅力だ。

客室には、くつろげるソファやテーブルなども完備。入った後には専用の水風呂で体を冷やし、水平線を見ながらボトルワインや色とりどりの洋食を楽しめる。担当者は「ブームが続き、想像以上に予約が多い。コロナが収束すればかなりの需要が期待できる」と話す。近隣の系列ホテルにも、カフェを併設した屋外型サウナ施設を22年中に開設するという。

サウナは近年、健康面や美容面での効果に注目が集まり利用者が増加。サウナに通う「サ活」という言葉もできるなどブームになっている。多くの需要が見込めることから、まったくの異業種から参入する例も出てきた。

キャンピングカーなどのシェアリング事業を手掛けるカースティはサウナ付きのバンのシェアリングサービスを21年11月から始めた。後部座席にまきストーブを搭載し、サウナに改造したバンを「サウナカー」として24時間2万5000円から貸し出している。

内装はヒノキ張り、水風呂用のドラム缶やサウナストーンも用意する。同社はサウナカーのほかに「テントサウナ」付きのキャンピングカーの貸し出しも手掛けており、こちらも人気だ。

アミューズメント事業などを手掛けるNEXUSは2月、会員制の完全個室フィットネス・サウナ施設「マジェスティ」を東京都港区にオープンした。ビジネスホテルを1棟まるごと改装した同施設は、人気の高い筋トレとサウナのセットを「お一人様」でも楽しめるとして注目を集めている。サウナはロウリュサウナと女性専用のミストサウナの2種類を用意。フィットネス室には最新型のサーキットマシンを導入した。同伴者も1人まで同室利用できる。友人や家族の利用はもちろん、個人経営のパーソナルトレーナーが顧客を呼び込むといったビジネス目的での利用も見込んでいる。

(2022/02/16 日本経済新聞電子版)

ティップネス、24時間営業・年中無休のトレーニングジム「FASTGYM24 中山」を出店

ティップネスは、24時間営業・年中無休のトレーニングジム『FASTGYM24(ファストジム トウエンティフォー)』の新規店舗として2022年4月25日、神奈川県横浜市に『FASTGYM24 中山』を出店する。

『FASTGYM24』は、同社が14年より展開を開始した、マシンジムをメインとする24時間営業・年中無休のトレーニングジムだ。フィットネスの提供形態が多様化する中、リーズナブルな月会費と「いつでも好きなときに好きなだけ利用できる」という手軽さが支持を得て、22年2月現在の店舗数は110店舗を数える。これまで『FASTGYM24』は、同社のメインブランドである総合型フィットネスクラブ『ティップネス』が店舗網をもつ関東と中京地区に、直営での出店してきたが、中山店は、初のフランチャイズ店となる。今後は、フランチャイズ店による出店エリア拡大も視野に入れている。

『FASTGYM24 中山』施設概要

- ・住所: 神奈川県横浜市緑区寺山町68-1 ファインクレスト中山2階
- ・アクセス: JR横浜線・横浜市営地下鉄グリーンライン中山駅南口徒歩1分
- ・営業開始日: 2022年4月25日(月) 予定
- ・施設面積: 81.1坪(268.22m²)
- ・施設構成: マシンジム(カーディオエリア/ウェイトエリア/フリーウェイトエリア/ストレッチエリア)、更衣室(男女別)、シャワールーム(男女別)トイレ(男女別・共用)、鍵付き無料ロッカー、有料プライベートロッカー
- ・運営: 東和エンタープライズ株式会社(東和J'sグループ <https://www.towa-js.co.jp/>)

(2022/02/17 日本経済新聞電子版)