

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

「いのち輝くフィットネスへ
～日本の元気復活のために～」
各社の取り組み事例①

野村不動産ライフ&スポーツ株式会社

佐藤 智恵子氏



一般社団法人日本フィットネス産業協会(以下、FIA)では、2021年12月1日から「いのち輝くフィットネスへ～日本の元気復活のために～」キャンペーンを行っている。

各社では、どのような取り組みが行われているのだろうか。野村不動産ライフ&スポーツでは、グループ会社全体での顧客とのつながりを活かし、多くのお客さまにフィットネスの機会を提供した。

(3)グループ会社の連携関係性のあるお客さま

当社では、NCCという「野村不動産グループカスタマークラブ」があり、これは関係性が構築されているお客さまとのつながりです。いのち輝くキャンペーン(以下、キャンペーン)では、このNCCに加入しているお客さまにメールでご案内をお送りしました。内容としては、1回無料で施設をご利用いただけるクーポンを取得できるLINE@の登録につながるような説明文や、キャンペーンのLP(ランディングページ)をご覧いただけるような文面とし、まずキャンペーンを知っていただきました。

(4)オンラインレッスンをはじめとしたSNSの活用(新規獲得見込み客向け)

キャンペーン期間中は、オンラインレッスンを無料開放しておりました。オンラインレッスン後には、オンラインレッスンの参加者の方とキャスト(メガロスのスタッフ)とでキャンペーンのポーズをしたり、キャスト自身がキャンペーンのポーズをアレンジして自分で作ったり、お客さまと一緒に楽しみながら行うことができました。

———お客さまからはどのようなリアクションがありましたか？

地域営業において、お客さまからは「良いキャンペーンですね」と、キャンペーンそのものに対してお褒めのお言葉をいただきました。メガロスではこれまで地域営業をやっており地元の方と既に繋がりがありましたので、メガロスを応援したいという方が多くいらっしゃいました。

———貴社での取り組み内容をお聞かせいただけませんか？

取り組みのフィールドは、主に3つ挙げられます。

- (1)各店舗の地域営業
- (2)メガロスなどの店舗
- (3)グループ会社の連携
- (4)オンラインレッスンをはじめとしたSNSの活用

(1)各店舗の地域営業

各店舗の支配人が、地域営業をしていますので、その営業力を活かし、商店街や地元の小学校、その近隣のお店や住宅展示場、ショッピングモールなどにポスターやチラシを掲示していただけないかお声がけしたところ、多くの企業様のご協力いただきました。

(2)メガロスなどの店舗(既存の会員さま向け)

メガロスでは、約10万人の会員さまに向けてメールを送信しました。実際に、キャンペーンをきっかけとして来店される方は、他社を利用した経験のある方やフィットネスクラブが初めての方もおり、幅広い方々に来店していただきました。

また、ポスターを掲示していただくお話をする際に、企業の方や個人のお客さまとのコミュニケーションのきっかけにもなりました。

———キャンペーンを通して、困難だった点はありませんでしたでしょうか？

主に、キャンペーンの拡散と媒体活用です。キャンペーンの開始時期での拡散はやや難しかったように感じます。2022年1月はキャンペーンの開始時期と、店舗で入会を獲得したい時期が重なっていたので、何をどのように訴求するかという点に試行錯誤が必要でした。例えば、LPの運用で、バナーの置き位置を検討する際、自社の入会促進バナーをどこに置き、キャンペーンをどこに置くか、どのようにキャンペーンを広げていかなどが検討材料として挙がりました。最終的に、キャンペーンについては、2022年1月頃から当社公式SNSを活用しました。公式TwitterやInstagramで告知を投稿し、2022年2～3月にかけてじわじわと認知されていきました。

<メガロス公式アカウント>



Twitter



Instagram



メガロスオンライン

——では、改善点などはありますか？

各社とも色々な難しさを感じていたようです。例えば、店舗ごとの主導で展開してしまうとキャンペーンが広がりにくいと考えたため、弊社では本社主導で行いました。

そのなかでも、LINE@の活用は難しい点だと思います。LINE@は拡散性はありますが、顧客が見えにくかった点が課題だと感じました。使い方次第でもっとキャンペーンを促進できるのではないのでしょうか。

都道府県ごとに友達が何名かというメールが毎日通知されるので、その点はタイムリーな情報として活用できました。しかし、さらに詳細な情報があるとより来館促進しやすいのではないのでしょうか。例えば、どの店舗で何枚使われたか、どの市町村からいらしたのか、どのようにキャンペーンを知ったのか、どのように店舗を選んだかなどが挙げられます。今後、詳細な情報が得やすくなれば、地域営業の効果を測ることができたり、何が寄与してその人数になっているかを把握できたりします。

他にも、入会された方と本キャンペーンでいらした方とを照合する際に効率的な集計方法を模索することも挙げられます。

さらに、FIA様の方でも加盟会社との連携、行政へのアプローチ、賛助会員様へのご協力をお願いをしていただきました。

——キャンペーンを通して、よかった点はどのようなことがありますでしょうか？

業界団体であるFIA様を中心に業界全体を盛り上げようという動きは非常によかったと考えています。コロナ禍を経て



各社とも厳しい状況のなか、地域貢献や交流のきっかけとなり業界全体が一致団結できたのがよかったですね。

また、弊社としては、店舗で促進していた紹介会の一いつとして使いやすさがありました。

——このキャンペーンをきっかけに、今後どのように展開していきたいとお考えでしょうか？

引き続き、業界全体でフィットネスを盛り上げていきたいと考えています。池江さんも参加してくださり動画も素敵なものになっています。FIA様のLPもとても素敵ですし、「もしもディストピア!」の動画はTwitterでも大変人気でした。

他にも、例えばGo Toキャンペーンに合わせてできる機会があれば、さらにたくさんの方に参加していただけるのではないのでしょうか？季節的にも4月、5月は旅行シーズンであり、フィットネスクラブとしても入会を促進したい時期でもあるので、例えば旅行プランにヨガを組み合わせたリ、ジムでのストレッチを組み込んだりと、そういった動きを業界全体として打てると、またひとつ集客のチャンスができるのではないのでしょうか？

——ありがとうございました。



Board Meeting

理事会報告

FIAは2022年3月4日東京中央区(AP東京八重洲)にて第214回となる理事会を開催し、理事監事19名が出席した。

議事に先立ち会長より、本年6月総会より新任期となる次期役員について、選任のあり方については前期の議論を踏まえ、理事による協議の場を設けるべきとの見解が示され、4月にその機会を設定することとした。

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:株式会社ウェルカム

所在地:大阪市東淀川区

資本金:3,000万円

商材:家庭用医療機器・健康グッズ販売・企画・開発
健康美容サロン運営

2. 退会

<賛助会員>

会社名:ネオファースト生命保険株式会社

所在地:東京都品川区

入会年月日:2018年6月

商材:生命保険・医療保険

(2) 定時総会開催の件の件

事務局より第35回定時総会の開催と招集等につき説明し、協議の結果下記の通りに決定した。

① 第35回定時総会の開会及び招集について

以下により定款21条に定める定時総会を開催すること。その招集を行うこと。

日時 2022年6月17日(金)午後2時より

場所 AP東京八重洲(東京都中央区京橋1-10-7)

目的 第35回定時総会開催のため

② 第35回定時総会の議案内容

議案

1. 審議承認事項

① 2021年度事業報告

② 決算報告

2. 報告事項

④ 2022年度事業計画 ⑤ 収支計画

3. 役員選任

各議案の具体的内容は第215回理事会(5月20日予定)にて審議決定すること。

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。

実施したい。

関係企業のご理解ご協力をお願いしたい。

<項目概要>

① FCM技能士の人数や資格取得、学習の実務上の成果について

② 企業、組織における人事・教育制度上の当検定の位置づけ及び課題について

③ 新卒、中途採用におけるFCM技能士有資格者の状況について

・アンケートの送付及びヒアリング依頼の具体的な依頼は、後日個別にご連絡させていただきたい。

8. JATIとの共同企画について(報告及び協力依頼)

① トレーナー指向の学生向けダブルライセンス取得促進を目的に、共同でパンフレット及びポスターの制作、送付。
* 従前同様に、賛同いただける企業のクラブロゴを掲載したくご協力願います。

② FIA正会員企業向けに、JATIトレーナー資格取得特別奨学生募集を行う。

* 昨年20名の申込みがあった。成果等のインタビュー記事を上記①のパンフに掲載したく、協力をお願いしたい。

=FIA広報PRプロジェクト委員会

事務局より、これまでの実績と3月末までの活用法について説明した。

① Lineクーポン実働状況

3月3日現在 友達申請件数約9,800件、使用件数約3,660件。

② キャンペーンは3月末を以て終了とする。

4月以降の使用可能キャンペーン素材について

※ 継続使用可のもの: タレントさんの無いポスター・バナー・ステッカー

1. 2021年度試験報告

(1) 2021年度試験「第11回試験」

・ 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33名、大阪会場受検者9名合計42名を対象に実施した。

受検者1名、面接官1名は濃厚接触者となり欠席。

・ 新型コロナウイルス感染拡大対策は、厚労省手引きに沿い万全の体制とした。

濃厚接触者での欠席受検者には受検料を返金する。

・ 「1級技能士」となる合格発表は、3月19日に予定。

2. 2022年度検定試験事業計画

1月理事会で承認となった2022年度検定事業計画を厚労省に認定申請し、2月25日付で正式な承認通知を受領した。

3. 公式テキストVOL.3版製作

・ 完成し、納品を開始した。

・ 販売促進用パンフを作成、今後各企業、各学校、行政機関、各団体へ送付し、販売促進を行う。

4. 技能士会活動

・ 来年度用の「FCM試験問題解答解説集」が完成した。公式テキストVOL.3と併せ発売を開始した。

6. 技能検定委員推薦の依頼

・ 2022年3月31日をもって技能検定委員15名が任期を満了する。現在の委員数は検定試験実施上、最小限の人数のため継続を中心に補充が必要となっている。後日、各社あて委員推薦依頼を行うのでご協力を得たい。

7. フィットネスクラブ・マネジメント技能検定の定着及び活用に関するアンケート実施について(依頼)

・ 当検定事業も2017年開始より5年目となり、今後の定着及び活用方法について、以下によりアンケートならびにヒアリングを

※終了予定のもの: ディストピア映像・池江さんディストピア
予告映像
いのち輝く歌詞入り映像・いのち輝く宣言文入り映像
ポスター(小木さん・池江さん掲載)・YouTubeいのち輝く
ホームページ
Lineクーポン
(事務局註: 4月以降も継続するコンテンツあり。8ページ記事参照)

=コロナ対策分野=

事務局より以下2件について説明し、活用の呼びかけを行った。

1. 事業場における労働者の健康保持増進計画助成金制度の フィットネスクラブ活用促進に関する広報

※業界支援につながる国の助成制度紹介(2月24日会員あて
配信)

この助成金は、独立行政法人労働者健康安全機構が実施するもので、令和3年度から「事業場における労働者の健康保持増進のための指針」の改正を踏まえて、事業者が継続的かつ計画的に心身両面にわたる積極的な健康保持増進対策を推進するために、「事業場における労働者の健康保持増進計画助成金」として開始されたものです。

改正に伴い現在の実態に即した取り組みの普及に注力しており、その原資としてスポーツクラブの活用も積極的に提案されています。

具体的な取り組みとして、事業者が労働者の健康増進にかかる取り組みを実施した場合において助成(1事業所あたり10万円)を行っております。

FIA会員の皆様に対し、このTHP指針と助成金の御案内をさせていただきます。

②【記入例】様式1(全7パターン共通フォーマット)-1

【記入例】様式2(全7パターン)-1

【記入例】様式3-2(全7パターン)-2

【記入例】様式5(全7パターン共通フォーマット)-1

2. サージカルFFP2レスピレーター「スポーツマスク」FIA会員企業 限定販売

賀詞交換会(1月)の際、賛助会員企業戸田建設様から配布いただいたサージカルマスクのFIA会員限定特別販売を実施することとなった。

(本企画のメリット)

●オミクロン株の拡大が続く中で、ウイルスを含んだ飛沫などエアロゾルの侵入を防ぐことができる「医療で使われるレベル」の高性能マスクを運動時の呼吸と身体パフォーマンスの向上を考え、素材と技術にこだわったマスクである本商品の活用で、FIA加盟クラブにおける感染拡大を抑止或いは軽減させることに繋げる。

●1万枚以上の受注を確保できた場合、各社は単価140円(税別)(配送料は別途)で購入したマスクを定価の210円(税別)にて販売することができる。

(※現在、需要が多く国内の一般市場では品切れ状態となっている)

=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

・「アーバンフィットネス推進事業」開催にFIAの協力を得たい。

(同趣旨の催事を「東京都オリパラ局(会場: 東京駅前KITTE)」

「東京商工会議所(会場: 東商会館)」が隣接2会場で開催。)

→マシンサプライヤー等会員企業の協力を得て機器貸し出しなどを支援することとした。

各社様におかれましては、この制度を新たなクラブにおける付帯事業や法人会員様向けのサービス提供にご活用いただければ幸いです。

【ご提案にあたっての留意点】

・今回ご案内させていただく内容は、添付の資料も含めて令和2年度に改正され、令和3年度に開始された内容です。今期分の申請は難しいと考えます。

この取り組みは来年度(令和4年度)も継続される予定であり、予算は使い切った段階で終わるため、新年度の対応に際してはスタートダッシュが求められることが予想されます。

よって来期に向けて取り組みを検討するにあたっては、今から情報収集と対応の検討が必要と想定し、あえて今期の案内を共有させていただいております。

・スポーツクラブを活用した労働者の運動意識向上の取り組みの勧めです。

労働者に対して実施する体力測定や運動に関する指導・相談にあたって、フィットネスクラブを事業場外資源として活用することを呼びかけていただくことで、この助成金制度を各社様のビジネスとしてお役立ていただけます。

・参照資料の紹介。

①事業場における労働者の健康保持増進のための指針(PDF)

※次のURLから添付の説明資料をナレーション入りの動画(10分)でご確認可能

https://youtu.be/3_dj3oTW1v0

(2) (株)Nextone からのクラブにおける音楽使用料徴収 申し入れについて

JASRACとの楽曲分けによる使用料徴収について、前回理事会における以下2点の意見をJASRAC・Nextone双方へ伝達したことを報告した。①JASRACの見解も得たい。②元々すべてをJASRAC宛払っており、支払い側としては変更なく行きたい。

(3) 事業予定

① マスターズスイミング事業

※「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 363チーム1334名の参加を得て開催する。

入場時・退場時で更衣室を分ける、観覧席に飲食エリアを別設定するなど、感染拡大防止策を徹底し運営する。

※「FIAマスターズスイミングフェスティバル2022」

京都アクアリーナ、9月最終日曜(25日)。会場は使用可。

② クラブ会員対象の「FIAマスターズスイミング」・「FIA全国スポーツクラブ駅伝」

両事業については、公認記録が得られる(スイミング)、複数クラブが集う(駅伝)など、FIAならではの開催意義がある一方、他大会との日程・参加企業の広がり有無・収支性などの面からも検証を要するとの意見もあり、討議の結果今後協議することとした

=討議=

(1) 女性活躍検討会事例報告

前回理事会申し合わせの加盟企業に於ける取組事例を聞く機会として、セントラルスポーツ山崎雄雄理事並びにJR東日本スポーツ年永文明理事より出産・子育て支援

の仕組みなどについて発表頂いた。次年度計画として本件推進を検討する体制を組み、成果を加盟企業に共有することとした。理事企業事前調査資料を下記に掲載

(2) FIA各地域組織(支部)設置について

1. 報告: 213理事会にて支部制度は可能なところから設立することとされた。
2. 報告: 各支部の独自会費設定は今後の検討課題とし、当面FIAが必要費用を負担することとした。

(3) 進め方討議

- ① 支部の概要討議 (別添)
- ② 決定条項を規約条文化し、可能な地域より組織化。

理事会討議事前調査資料

女性活躍テーマに関する有志企業からのヒアリング事項

【現在の取組み方・取組み方針として示されたもの】

- * 男女雇用機会均等法に準じており女性に限って取り組んでいる特別なことはない。
- * ワーク・ライフ・バランスの実現「家庭生活との両立支援のため就労環境を整備」
- * 女性が個性と能力を職業生活において十分に発揮できる社会の実現をはかる
- * 仕事と家庭を両立できる雇用環境、女性が継続勤務しやすい風土の整備
- * 新卒採用、キャリア採用時の女性積極採用による女性社員比率の向上
- * 管理職(課長級以上)に占める女性の割合(25%)以上を目指す取り組み

考慮した配置検討・実施

- ・本人申出に基づく通称使用
- ・育休者・育休後復職者に対し、多様な働き方をしている先輩社員情報を定期的に配信

(3) その他の制度的支援

1. 育児／介護サポートコースの運用
 - ・コース在籍者短時間勤務の制度拡大(育児／介護サポート) ※育児⇒小学校3年生終了まで
 - ・育児予定社員(パパ・ママ)との育児面談
 - ・育児休業等からの復職後の勤務時間や働き方について面談実施
 - ・産休、育休中の従業員を人事部員がサポート
 - ・計画有休の取得
2. コース転換制度(勤務地限定社員⇄全国社員)の利用促進
3. ライフイベントの予定があるスタッフが気軽に相談できる相談窓口(育児経験者が担当)の設置
4. 女性活躍を踏まえた育成ビジョンの明確化
5. 両立支援制度の理解を図る冊子作成、社内イントラを活用した従業員へ制度の理解・浸透。
6. ワーク・ライフ・バランス実現に向けた計画有給取得支援提示・浸透。
7. 両立支援制度の理解を図る為、現管理職への研修機会を設け、毎年新任管理職へも研修。
8. 長く活躍している女性社員の働き方を社内イントラにて紹介
9. 新入社員研修及び等級別研修にてキャリアステップによる長期就労を促すメッセージの発信。
10. CC(チャイルドケア)社員制度を導入(2009年)、子育て期間に離脱せず継続的な仕事が可能に。子育て落ち着きに伴い正社員に区分を戻す社員も増加。

* 性別にこだわらない採用／昇格／昇進

* 目標設定

1. 両立支援制度の理解・浸透を図り育児休業復職後の継続勤務を促進する
2. 入社9年～11年目の女性社員の継続雇用割合を男性社員と同比率とする

その実現のための手法として示されたもの

(1) 育児中勤務に関する制度の拡充

- ・フレックス(コアなしフレックス)、選択勤務(短時間勤務)の導入
- ・養育休暇、看護休暇制度の設定
- ・産休前の説明会及び産休・育休中の社員との意見交換会の開催
- ・子育てとの両立支援(小学校2年までの子を持つ従業員の申出に基づくシフト上の配慮、保育所等への送迎を目的とするマイカー通勤の許可)
- ・柔軟な働き方ができる制度(始業・終業時刻の繰り上げ・繰り下げ、テレワーク、フレックスタイム制、時間単位で取得できる子供の看護休暇等)の導入検討
- ・女性育児中社員を短時間勤務からスムーズにフルタイム勤務状態となる支援策検討

(2) 妊娠中、産休、育休取得者等の支援制度

- ・復職前における管理者等による相談、面談の実施
- ・おかえりなさい雇用制度(再雇用)による支援
- ・相談窓口の設置
- ・育児休業からの復職時個別面談の実施と面談内容を

(4) 参考数値その他として示されたもの

- 女性管理職比率 24.4%(2017年度)
直近3年間の新卒入社男女比(男性60%、女性40%)
直近3年間の昇格者男女比(男性53%、女性47%)
2022年2月現在の管理職男女比(男性72%、女性28%)

「認定取得」

- ・えるぼし(3段階)認定取得【厚生労働省】
- ・大阪市女性活躍リーディングカンパニー(ランク2)認定取得【大阪市】

【課題と事項として示されたもの】

- ・女性の昇格昇進に対するこだわりが男性より低いように感じる。その結果女性管理職比率が高まってきていない。
- ・女性が働きやすい職場環境づくりに関する意見交換では、「女性特有の体調不良等への対応」「育児支援」「女性に配慮したシフト体制」等の指摘があった。
- ・全社員に対する子育て社員の割合増加に伴う配置の考え方(自宅からの距離・通勤時間、1事業所あたりの配置目安)
- ・要員効率化の中で、子育て社員についてシフト上配慮の在り方の再検討
- ・育児休業等から復帰後の現場のサポートについて
- ・管理職に占める女性の割合
- ・男性従業員の育児休業取得率
- ・仕事と家庭を両立できる雇用環境、女性が継続勤務しやすい風土の整備(女性社員離職率の低減)
- ・女性活躍を踏まえた育成ビジョンの明確化、研修体系の明確化
- ・女性社員のロールモデル設定
- ・女性社員の積極採用(女性社員比率の向上:40%目標)
- ・女性管理職候補の育成、積極登用(女性管理職比率の向上:20%目標)
- ・出産・子育て等を機に(あるいはそれ以前に)女性社員が

退職する傾向にある。

・在職者の勤続年数が男性に比べて短い

Information

お知らせ

1. “いのち輝くフィットネスへ” キャンペーンについて

昨年の12月から取り組んで参りました、フィットネス復興キャンペーンである、“いのち輝くフィットネスへ”は、3月31日(木)をもって、一旦終了となりました。

加盟各社には、各社WEBサイトからキャンペーンサイトへの誘引やステッカー・ポスターの掲示、クラブでの様々なサービス提供にキャンペーンを活用するなどのご協力を賜り、誠にありがとうございました。

4ヶ月間の活動概要は、後日あらためて皆様にご報告させていただきます。

さて、本キャンペーンについては特に拡散させたキャンペーン動画に対する反響が、YouTubeにおける視聴回数やTwitterでのつぶやき回数などから、その大きさには一定の成果を確認できました。

また、キャンペーンのシンボルとなったロゴマークもフィットネスクラブ全体のシンボルとしての定着感もあるというお声もいただいております。

そこで、動画にご出演くださった小木博明氏のご理解もいただき、本キャンペーンを9月30日まで継続させていただくこととなりました。引き続きご利用ください。

- 4月1日より“いのち輝くフィットネス”キャンペーンサイトをリニューアルいたしました。FIAホームページよりご確認ください。改訂版キャンペーン動画も引き続き

- ②高校生であっても18歳以上であれば本人署名可
- ③提携クレジット会社により対応に違いがある
- ア 高校生の18才のみ親権者名申し込み・手続き時同居
- イ 高校生であっても18才以上なら本人署名可

3. FIAサイバーセキュリティ保険のご案内

会員企業での情報漏えい事故に備えた『FIA サイバーセキュリティ保険制度』は、会員の個人情報漏えいに備え、損害賠償、見舞金・社告等の費用を補償するFIAの団体補償制度です。

多くの会員情報を扱うクラブのデータ管理は重要ですが、適正なシステムであっても外部からの悪意ある侵入に対処せざるを得なかった事例が当業界でも報じられました。情報セキュリティ事故への対応がクラブに与えるダメージは深刻です。FIA加盟企業施設認証制度でも個人情報の適切な

管理を求めています。会員企業の皆様には是非当制度にご参加いただきますようお願いいたします。

保険の募集手続きは4月上旬の2週間で、正会員代表者・ご担当者様へご案内が郵送されています。補償規模と会員数によって保険料が決まります。加入ご検討をお願い申し上げます。ご質問等はお問合わせ先(0120-257-522)又はFIA事務局までご連絡ください。

ご覧いただけます。

- お使い頂けるポスターデータは、FIAホームページ～会員専用ページ～活動報告～いのち輝く各種ダウンロードに収納されています。
- Lineクーポン無料体験は終了します。
- ご出演いただいた池江璃花子選手につきましては、3月31日をもって契約が終了いたしました。WEBサイトや印刷物等に池江選手の動画や・像をご活用いただいている場合は削除いただきますよう、よろしくお願いいたします。
- いのち輝くキャンペーンステッカーは引き続き一枚50円にてご提供させていただきますので、ご利用下さいませよう、よろしくお願いいたします。

2. 「18才成人」に伴うクラブでの契約条項について

民法改正により4月1日から、成年年齢が20歳から18歳に変わりました。

これに伴うクラブの対応変化としては、従来親権者の同意が必要だった18・19才の入会等の契約行為が単独で可能になる点です。FIAがお聞きしたクラブでの対応例は次のようになっています。(数字は回答数)

- ※4月1日から同意不要(7) 当面同意必要(2)
 - ※会員規約を変更(1) 規約変更せず運用で対応(7)
- その他特記:

- ①18・19才は学生も多く、3親等内親族同意必要。いない場合は丁寧な説明を条件に本人署名可

4. 「東京都主催アーバンフィットネス in 丸の内 2022」に協力サポートしました

運動したくても、時間がないあなたへ！
運動したくても、場所がないあなたへ！
これは働き盛り世代の方々を対象とした体験型イベントです。



このようなキャッチフレーズで、東京都が主催するフィットネスイベントが東京丸の内のKITTEにおいて開催されました。東京商工会議所が共催し、FIAは協力団体として企画段階からサポートさせていただく機会をいただき、会場ではフィットネスクラブを疑似体験できるブースを提供しました。

このイベントにおいては、『いのち輝くフィットネスへ！』キャンペーンも積極的に露出して、足を運ばれた多くの方にフィットネスクラブ無料体験チケット取得のためのラインアプリをダウンロードしていただき、フィットネスクラブの利用促進に繋げるというFIAとしての目的もありました。

フィットネスジムの体験ブースでは専門のトレーナーの方3名がマシンの取り扱いを丁寧に説明いただきましたが、体験された方々の殆どがマシンに触れたことが初めてであることはもちろん、フィットネスクラブ利用体験も無い方でした。

今後、フィットネスクラブ体験の潜在顧客を対象としたB2Cの取り組みも、FIAとしては対応することも必要であるということを実感できたイベントでした。ご協力いただきました、ジョンソンヘルステックジャパン(株)様、(株)プロティアジャパン様、本場にありがとうございました。



5. FIAマスターズスイミング選手権大会2022

FIAマスターズスイミング選手権大会2022は去る3月12日(土)・13日(日)千葉県国際総合水泳場で開催されました。

363チーム1334名の参加を得て盛会のうちに競技を進行し、世界記録3日本記録32の成果と共に無事終了いたしました。

このたびは参加人数の少ない中、新型コロナウイルス感染拡大防止対策を万全に講じた運営をし、大きな問題もなく無事終えることができました。

また、両日ともにミズノ様提供のイベントを開催していたとき、盛況のうちに終えることが出来ました。



1日目イベント泳法披露
ミズノスイムコーチ
星 奈津美氏



2日目イベント解説者
ミズノスイムコーチ
佐野 秀匡氏



世界記録表彰後の
記念撮影
一番右 FIA吉田会長



2日目イベント披露者
田中 雅美氏(ミズノスイムアンバサダー)

運動部活動の地域移行におけるフィットネスクラブのビジネスチャンスについて

前号で、スポーツ庁が進める「中学校運動部活の地域移行」へのフィットネ事業者参入の可能性について簡単にご紹介しましたが、今号ではもう少し詳しくご報告します。

各社様におかれましては、いよいよポストコロナというフェーズを目前に、収益性回復に向けた新たな取り組みを強化されていることと思えます。

具体的には顧客単価向上とそこに関連する付帯収入源となるサービスの開発など、様々な戦略が想定されますが、帰属する自治体事業への原資の活用によるマネタイズ等も、極めて近い将来には想定できるかもしれません。

今の段階から関連する情報を収集し、それをもとにした様々なビジネスモデルをイメージし、いざという時に遅れないようにスタートするための準備も大切かとお考えます。

■令和5年度からの実走に向けた取り組みの本格化

現在、スポーツ庁は中学校の運動部活動を学校単位から地域単位の取り組みへの移行する取り組みを本格化しています。

地域住民が主体になって世代、種目、楽しみ方の壁を越えてスポーツを楽しめる「総合型地域スポーツクラブ」をはじめ、その潜在的役割の担い手は複数想定されますが、地域の健康づくりのインフラとしての役割も担っている民間フィットネスクラブもその重要な担い手として、既に国からは大きく期待されています。

少子化と学校の働き方改革の加速化は、日本社会に於いて待ったなしで解決すべき課題であり、運動部活動の現場では、少子化により学校の生徒は減り、特にチームスポーツでは学校単位での練習や大会の参加がままならなくなっています。

スポーツ庁ではこのような課題解決に向けた具体的取り組みのスタートとして、まずは令和5年度から段階的に進めていく休日の運動部活動の地域への移行を着実に実施するとともに、地域におけ

るスポーツ環境を整備し、子どもたちがそれぞれに適した環境でスポーツに親しめる社会を構築するという目標を設定しました。

こうした運動部活動の地域における受け皿の整備方策などについて検討するため、有識者、スポーツ関係者、学校関係者、自治体関係者を委員とする「運動部活動の地域移行に関する検討会議」が設置され、FIAもその委員として参画しています。

将来的には、中学校・高校の部活動が地域移行する際の受け皿としての期待されているのです。

この検討会議は既に4回の委員会が招集されており、現段階では実走に向けてクリアしなければならない、言わば“課題の洗い出し”をメインに詰めている段階と理解しており、実際にフィットネスクラブがその担い手となった際のマネタイズの可能性については、残念ながら現段階では見通すには早い段階と理解しています。

以下に簡単ではありますが、クリアされるべき課題として共有されているポイントをいくつかご紹介させていただきます。

1. 運動部活動改革の目的・目標に関して

- 運動部活動に所属していない生徒も含め、中学生にとってふさわしいスポーツ環境。
- 地域スポーツの振興の観点からの期待されるべき効果。

2. 地域移行する前の運動部活動の在り方に関して

- 活動内容や活動時間等についての改善。
- 学校の働き方改革への対応と適切な指導体制の整備。
- > 運動部活動の指導や大会等の引率の体制
- > 部活動の指導を望まない教師が部活動に従事する必要のない体制の整備

3. 地域への移行の在り方に関して

- 地域や学校によって状況が異なる中、着実に運動部活動の地域移行を進めるための方策。
- 青少年にとってふさわしいスポーツ環境の実現。
- >地域スポーツ活動の参加者、活動内容・種目、活動時間等。
- 地域移行の達成時期の目標設定。

4. 運動部活動の地域での受け皿に関して

- 都市部と地方部では状況が異なることや生徒のニーズが多様であることを踏まえた組織・団体等のあり方。
- 受け皿となる組織・団体等の整備、拡充。
- >それらの組織・団体等が安定的、継続的に運営のあり方。
- 地域移行する際、移行後の各市町村の地域スポーツ担当部局、受皿となる組織・団体、そして学校等の連携方策。
- 受け皿となる組織・団体等への財政支援。

5. 指導者

- 指導者として望ましい人材と、その確保と育成。
- 種目に関する専門的な知識や教育者としてふさわしい資質の担保。

6. 施設

- 地域スポーツ活動を実施する場の確保。
- 施設を円滑に使用するための行政、各組織・団体、学校等(民間フィットネス施設も検討に入るか?)の調整・連携の在り方。
- 学校体育施設の有効活用の在り方。

* サービス業としての地域スポーツクラブの可能性を考える際に重要な「4つの関連論点」

1. 【資金循環】トップスポーツの成長産業化による、スポーツ資金循環の創出
2. 【活動場所】自治体とスポーツ産業とそれぞれの、施設運営・改修負担の緩和
3. 【指導者】プロフェッショナルとしての(専業・兼業)スポーツ指導者の確保
4. 【派生需要】リアルとデジタルが融合した「総合放課後サービス業」への発展が教職

この研究会には、フィットネス事業者からはコナミスポーツ(株)様が委員として参加されていると同時に、経済産業省からはFIAにも情報共有及び意見聴取も継続的に行われています。

IHRSA グローバルレポート

※IHRSAとのパートナーシップによりCBI誌より抜粋

知的障害者をフィットネスに取り込むには、コミュニティのサポートが鍵になる

“クラブとトレーナーが知的障害者により良いサービスを提供するための主な発見と提言”

最近、IHRSA財団は、米国運動評議会(ACE)と協力して、知的障害者(ID)をフィットネスの機会に含めることを推進しました。このプロジェクトの主要な部分は、知的障害者の視点を理解し、ジムやジムを利用したプログラムに関する経験について詳しく知るための調査でした。

この作業の資金は、米国疾病対策予防センター(CDC)が支援するスペシャルオリンピックスのインクルーシブ・ヘルス・

7. 大会

- 成果発表の場及び実力を競い合う場として、大会主催者、規模、参加資格、試合形式等についての在り方。
- 持続可能に不可欠な運営スタッフの確保。
- 既存の全国大会の在り方の見直し。

8. 会費

- 適正な額の会費を保障するための方策(財源確保)。
- 経済的に困窮する家庭の生徒への支援方策。

9. 保険

- 指導者や参加者が加入する保険。(補償内容や保険料等)
- 指導者や参加者に保険の加入への義務付けの是非。

10. 関連諸制度等の見直し

- 学習指導要領における部活動に係る規定や入学試験、教員採用における位置づけ等の見直し。

■経済産業が進める『地域×スポーツクラブ産業研究会』の問題意識と論点

運動部活動地域移行に対しては、経済産業省が地域におけるスポーツ活動の活性化を支えるサービス産業としてのスポーツ(フィットネスも含まれる)関連産業の活かし方、という切り口で具現化を検証しており、その大きな取り組みの一つに、運動部活動の地域移行も組み込まれています。

その検証機能として『地域×スポーツクラブ産業研究会』を立ち上げ、以下に示す大きな2つの問題意識の元に、論点を4つに絞って具現化を迫ろうとしています。

* 本研究会の議論の出発点となる2つの問題意識

1. 「サービス業としての地域スポーツクラブ」を核とした産業クラスターの可能性
2. ジュニア世代のスポーツ基盤である「学校部活動」の、持続可能性問題

イノベーション助成金から提供されたものです。調査から得られた5つの重要な結果は、IDを持つ人々がフィットネスに参加するためには、コミュニティのサポートが不可欠であることを示しています。

この調査は、スペシャルオリンピックスのプログラムや関連団体、そしてヘルスメッセンジャーと共有され、彼らのソーシャルメディアチャンネルで共有されました。合計306名の方がアンケートに答えてくださいました。回答者の多くは18歳から49歳で、家族と同居しており、COVID-19の流行以前から体を動かしており、自分の健康状態は良好かそれ以上だと考えている人たちでした。約半数がCOVID-19以前からジムを利用しており、半数が最近ジムを利用していないと回答しています。

調査から得られた5つの主要な結果

1. ジムに通う人の多くは定期的に通っている。ジムを利用していると回答した人のうち、74%が週に2回以上通い、2~3回が51.3%、4回以上が22.7%という結果でした。
2. 個人的な健康やフィットネスが、両グループの主要な動機となっているようだ。ジムに行ったことがある人の半数以上が、「より健康になるため」「より健康になるため」に通い始めたかと回答しています。
また、「減量」「スポーツやレースのためのトレーニング」「楽しむため」も上位5つの理由の中に含まれている。
ジムに通う動機は、ジムに通っていないグループでも同様で、上位3つは「健康になる」「体重を減らす」「健康になる」でした。
友人と過ごす、人と会うなど、より社会的な側面はあまり大きな動機にはなっていない。
3. ジム利用者と非利用者の最大の違いは、ジムに通うための障壁であった。ジム利用者の場合、障壁の上位5つのうち3つは、コスト、時間、交通手段などのロジスティクス

に関連するものであった。非利用者では、「ソーシャルサポート」「自己効力感」「自信」に関する障壁が最も顕著であった。ジムを利用していない人の半数以上が、「一緒に行く人がいないこと」を最大の障壁と回答しています。

- これらの障壁があるにもかかわらず、ジムに通っている回答者のほとんどが、それでも続けたいと答えている。障壁によってやめたいと答えた回答者は、わずか25%でした。圧倒的に多くの回答者が、ジムはフィットネスの目標達成に役立っていると感じており、ジムでのエクササイズを楽しんでいることがわかりました。
- ジムで最も気に入っていることは何かという質問に対して、回答者は、設備やアメニティ、社会的・地域的環境、インストラクターのサポートに関する選択肢を選びました。

=クラブへの提言=

これらの結果から、定期的にジムを利用するIDを持つ人々は、健康とフィットネスの向上に最も関心があり、ジムでの様々な設備、アメニティ、クラスを楽しんでいることが示唆されました。また、健康への関心が高いことから、フィットネスセンターでは、このグループに対して、栄養カウンセリングやマインドボディなど、よりホリスティックな健康オプションの提供を検討することができるかもしれません。

また、クラブは、ジムでのソーシャルな機会の提供や、少人数グループトレーニング、グループエクササイズ、パーソナルトレーニング、他のスタッフによるサポートなど、インストラクターによるサポートの機会を増やすことも検討するとよいでしょう。

IDをお持ちの方もそうでない方も、フロントデスクでのフレンドリーな対応や施設内のスタッフとの積極的な交流は、コミュニティとソーシャルサポートの感覚を築くのに大いに役立つことでしょう。

コミュニティとソーシャルサポートは、現在ジムを利用していない人々にとって特に重要である。最終的な目標は、多様性を主流にすることです。つまり、特別または個別のプログラムを通じて特定のグループのみに対応するのではなく、あらゆる能力の人々が可能な限り主流の施設に溶け込むことです。

しかし、フィットネスセンターにまだ慣れていない人や自己効力感が低い人には、特にターゲットを絞った教育、サポート、プログラム、クラスが効果的です。



(筆者)

Alexandra Black Larcom

(アレキサンドラ・ブラック・ラーコム)

Alexandra Black Larcom, MPH, RD, LDNは、IHRSAのヘルスプロモーション&ヘルスポリシー担当シニアマネージャーです。IHRSAのクラブが地域社会で効果的な健康プログラムを提供するためのリソースやプロジェクトに取り組み、運動を促進する政策が優れたアイデアであることを議員に説得する日々を過ごしています。オフィス以外では、ジムやチャールズリバーでランニングをしたり、秋にはテレビの前でフロリダ・ゲーターズを応援しているアレックスを見かけることが多いでしょう。

Information 2

お知らせ

ワクワクイベント割

～フィットネスクラブに於ける活用について補足～

先日、経済産業省の実施する『イベントワクワク割』をフィットネスクラブ利用促進、特に新規顧客獲得キャンペーンとしての活用についてご案内させていただきました。最近ニュースにおいて、本イベントの開催の方向性について報道されたこともあり、FIA加盟企業様からのお問い合わせを複数いただいております。

ここで、特にお問い合わせが多かった点について、簡単に補足させていただきます。

- ①本イベントはあくまでも、スポーツ参加型のイベントという枠組みを活用してフィットネスを体験していただき、その体験を新規入会獲得に繋げていただくというご提案です。
- ②対象はあくまでも一回参加で完結するイベントであり、例えば一つのイベントが複数日(複数回)にまたがる様子は認められません。
しかしながら、フィットネスクラブを一回利用しただけでは、入会の決意に繋がるメリットや快適性への体感には難しいという課題をクリアすることを前提に、FIAにて一つのケースが、先日の提案のベースとなっています。
- ③本イベントは、チケット購入者が一度に購入できるチケットの枚数が”5枚まで”となっています。このルールに沿って、フィットネスクラブの多様な魅力を満遍なく連続的に体験いただくことに誘導する、五つのそれぞれ完結したイベントを用意し、お手頃な価格で購入いただくことを促進できるような流れを一つの企画事例としてご提案しました。



経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

<https://wakuwari.go.jp/>

- ④したがって、各社様でこのキャンペーンへのご参加を検討されるにあたっては、1回で完結するイベントであっても、何回であっても、さらには価格設定も全く自由に設定していただいても結構です。
- ⑤イベントの価格設定については、自由です。チケット本体とともに、当該係る登録イベント関連するサービスまたはグッズをセットにして販売の場合(例:記念Tシャツ等)も給付対象チケットとなります。特典には、イベント実施日以降イベントに関連する物品・サービスを購入できる電子クーポン、イベント参加者が検査証明を得るために必要なキップ等も含まれます。
ただし、イベントに関連する サービスまたは物品等の特典を含むチケットの場合、「特典の価格がチケットの通常価格の2分1を超えないこと」が条件となっています。

【FIAお問い合わせ先】

担当: 松村

TEL:03-5207-6107

e-mail: info@fia.or.jp

フィットネスクラブ・マネジメント(FCM)技能検定について

第1回～2021年度、5年間の累積数

対象級	受検者数	技能士数
1級	555名	83名
2級	1,713名	792名
3級	7,638名	3,827名
合計	9,906名	4,702名

受検者数は当日の欠席者を除く人数

- ・FIA正会員企業において、6社が100名以上の技能士を輩出しています。
- ・正社員に占める技能士数が、6割を超える企業が、5社あります。
- ・15社以上の企業が、人事・教育制度とFCMを連動させて取組んでいます。

5年間の実績として

- ・受検者は平均して約3,000名で、各種技能検定の中で上位6番目程度。
- ・技能士数(学科・実技試験合格者)は4,702名となり、国家資格者として国に登録されています。
- ・学生で3級技能士資格を有する者が約3,000名になりました。
- ・当業界での就業してくる学生(大学生・専門学校生)は当技能検定を学び、技能士である確率が高まっています。



なぜ、フィットネスクラブ・マネジメントを学び、技能検定を受検するのか？

技能検定試験を受ける意味？

- ・学ぶ必要性は判っても、残念ながら試験(目標)がないと、学習が続かない。
- ・何をどこまで学ぶ必要があるのか、その基準が判る。

マネジメントとは？

- ・マネジメントとは管理職や管理部門の業務だと誤解している人が少なくない。
- ・マネジメントの語源は、manege(馬の手綱さばき)、manege to~(難しいことをなんとかする)ということです。タスク、タイム、リスク、さらにはセルフ、顧客、チーム等、なんとかしたい(適正化)難しいことは多い。

難しいことの一例として仕事(タスク)、このマネジメントとは？

- ①やらなければ成らない業務はどんどん増える。自然には消えない。
- ②期待に応えると、より高品質な結果が要求される。
- ③上司の確認待ち、関連部署との連携不足で終了が遅れ、溜まる。

マネジメントのコツ(FCMはここに繋がる知識等をレベル別、体系的に学べる！)

- ①付加価値、顧客価値志向で業務選択
- ②期待のコントロール(基準を知る)
- ③業務プロセスを見直す(まず標準と比較し、現状を疑う)



New Clubs

出店情報

4月のオープンクラブ

エニタイムフィットネス吹田朝日が丘

所在地:大阪府吹田市朝日が丘町1986外 2F

エニタイムフィットネス学園南

所在地:兵庫県神戸市垂水

エニタイムフィットネス京都下鳥羽

所在地:京都府京都市伏見区下鳥羽平塚町133 2F

エニタイムフィットネス松江西津田

所在地:島根県松江市西津田6-2-15

エニタイムフィットネス糸満

所在地:沖縄県糸満市兼城400 1F

ゴールドジム佐世保長崎

●FIA正会員

所在地:長崎県佐世保市大塔町6-1 エレナ大塔2F

ゴールドジム若松福岡

●FIA正会員

所在地:福岡県北九州市若松区二島1-3-1

イオン若松店2F

FOUND

所在地:岡山県岡山市北区本町8-3

レガロホテル岡山2F

ワールドプラスジム三原

所在地:広島県三原市宮浦5-28-11

FIT365ラピタ出雲

所在地:島根県出雲市今市町87 ラピタ本店3F

メガロス日吉

●FIA正会員

所在地:神奈川県横浜市港北区箕輪町2-707-15

LEALEA×AURA SPA24あざみ野

所在地:神奈川県横浜市青葉区あざみ野1-9-15

快活クラブFiT24八潮

所在地:埼玉県八潮市緑町4-23-2

Blue Fitness 24東雲

所在地:東京都 江東区東雲1-9-17

東雲キャナルコート3街区104

ココロベース枚方長尾

所在地:大阪府枚方市長尾元町5-8-1 NSビル2F

GYM valor PLAY PARK

所在地:京都府京都市中京区下丸屋町407-2

ルート河原町ビル1F

RADIANT WOMAN'S STUDIO

所在地:静岡県熱海市中央町18-10

Issue

記事

ベネッセ、ヨガやピラティスのレッスン、消費者との接点拡大

ベネッセホールディングス(HD)は、オンラインでヨガやピラティスなどのレッスンを受講できるサービスを2022年4月中旬に始める。子会社が発行する生活情報誌「サンキュ！」ブランドで提供する。雑誌などのメディア以外でも顧客との接点をつくっていく。

ベネッセコーポレーションが発行する「サンキュ！」は、生活情報誌として紙の雑誌を展開するほか、同ブランドでウェブのニュースサイトなどを展開。運用するSNSの公式アカウントなども含めると、月間延べ約2000万人との接点を持つ。

2021年11月に「サンキュ！」のウェブ利用者のうち子どもを持つ女性436人にインターネット調査を実施したところ、「ここ数年で体調不良を感じている」と回答した人は65%。その中でも「疲れやすい・疲れが取れない」「イライラしやすい、気持ち落ち込みやすい」という悩みがある人が多かった。

そこで同社は新サービス「サンキュ！フィット&ケア」を開発。ストレッチやマッサージ、ヨガ、ピラティスなどのレッスンをオンラインで配信する。レッスンは整体師やヨガインストラクターなどのプロ講師が担当。1日1レッスン(30分)をリアルタイムで配信する。リアルタイム以外でも見られるレッスン動画も用意する。動画は最短で1回5分。24時間視聴できるようにする。

事前に医師が監修した「からだタイプ診断」を受けると、自分の体に合うレッスンを薦めてもらえる機能も用意する。

価格は月8回の場合月額2980円、回数に制限がない「受け放題プラン」は月額3980円。ベネッセHDは新サービスの提供で消費者との接点を増やす。

(2022/03/30 日経MJ流通新聞)

筋トレ・リハビリ、VRで、富永ペインクリニック、開発協力

痛み治療を手がける富永ペインクリニック(松山市)が、2022年3月には仮想現実(VR)を使ったフィットネス機器開発に協力。オンライン診療や動画投稿アプリを使ったPRにも力を入れる。新コ禍で対面サービスが制限されるなかで新たな戦略に打って出る。

クリニックの勤務医が代表を務める健康関連商品開発・販売のDr. 健康クラブ(松山市)を通じ、筋トレやリハビリができるVRゴーグルを4月から本格販売する。同社が人工知能(AI)開発のディースピリット(松山市)と組んで進めてきた製品開発に富永ペインクリニックはデータ提供などで協力した。市販のVRゴーグルに独自のソフトウェアを組み込んだ。

VRゴーグルは、独自の映像技術で視覚的な錯覚効果を持たせているのが特徴だ。例えば、重さ1kgのダンベルを5kgだと錯覚させると脳が出す筋肉への指令も変わるため、筋トレの効果が高まるという。患者に自信を持たせることもできるといい、現在特許を出願している。ダンベルを持って肘関節を曲げる「アームカール」やスクワットなど6種類の運動に対応し、軽いダンベルで高齢者のけがのリスクを抑えながら全身を鍛えられる。1人でも効果的な筋トレができる工夫もしている。富永ペインクリニックが蓄積したリハビリなどのデータや指導員の知見を生かし、映像で正しい動作の軌道を映し出す。動作の指示は画面上に映し出されるため、指導員がいなくても正しいトレーニングができる。

高齢者を中心に対面レッスンを避けたいとの声も多く、メディカルフィットネス施設などでの導入を見込む。価格は38万円(税別)で1台で10人の運動データを記録できる。まずは年間10台の販売を目指す。機器1台で運動できる強みを生かして、指導員などの人材が少ない地方での利用拡大も目指す。

(2022/03/31 日本経済新聞)

自分の泳ぎその場で確認 ソニーがコナミに映像システム

ソニーグループ傘下のソニーネットワークコミュニケーションズは29日、コナミスポーツが運営する水泳教室に映像システムを提供すると発表した。プール内にカメラを配置し、生徒がその場で泳ぎを確認したり家族が自宅などから上達ぶりを確認できたりする。人工知能(AI)による画像認識や自動編集機能を活用。2022年度内に同社の100店舗に導入する。

ソニーネットの「スマートスイミングレッスンシステム」では屋内プールに、高温多湿の環境に対応したカメラを複数設置する。水中にも防水対応のカメラを設置。生徒は泳いだ直後にプールサイドに置いたタブレットなどで、自分の泳ぎを確認できる。言葉だけでなく、実際の映像を見ることで上達が早くなるという。

生徒の家族には、クラウド経由で進級レッスンの様子が見られるサービスを提供する。泳いでいる映像の中から、AIが自動編集した動画を、生徒ごとに用意する。プールでは水面の反射で輪郭がぼやけるため、AIによる認識が難しい。生徒本人が泳ぐコース以外は映像にぼかしを入れるなど、プライバシーにも配慮した。

4月から東京都品川区のコナミスポーツクラブ本店に導入し、23年3月までに100店舗に広げる。まずは子供向けのレッスンで活用し、機能や対象者の拡充も検討する。コナミスポーツによると、生徒や家族向けの映像サービスは需要が高いものの、特に映像編集に手間がかかるのが課題だったという。同社は「自動編集ができるのが便利。映像を活用することで、指導品質の向上にもつながる」としている。

ソニーネットは既にルネサンスが運営する水泳教室でも同様の映像サービスを導入している。同社の津山史生法人サービス事業部長は「現場でも使いやすい平易なサービスを中心に、様々なサービスのDX(デジタルトランスフォーメーション)に貢献したい」としている。

(2022/03/29 日本経済新聞電子版)

ネクサス、温浴とジムの複合施設、桐生に開業

アミューズメント事業などを手掛けるNEXUS(ネクサス、群馬県高崎市)は温浴施設とフィットネスの複合施設を同県桐生市にオープンした。同業態は3店舗目。貸し切り個室や個室サウナなどを設け感染対策に配慮した。コロナ禍での健康意識の高まりに対応する。

「天然温泉ゆらぶ・スポレッシュ桐生店」は2020年5月に閉館した日帰り温泉施設を事業継承し、改修した。フィットネスは24時間営業で、月額3000円の温浴オプションを付ければ温浴も利用し放題となる。

温浴施設の売りは3部屋ある個室サウナ。また、サンゴ由来の鉱物「サンゴライト」を使用した「サンゴライト化粧水風呂」も目玉とする。群馬大学発スタートアップが開発し、肌の保湿能力を高めるとされる。星野正史社長はオープニング式典で「温浴施設とフィットネスを複合させた施設は、中心事業として今後も伸ばしていきたい」と意気込みを語った。

(2022/04/02 日本経済新聞)

GMOペパボ、習い事のオンライン集金サービス

GMOインターネット傘下で電子商取引(EC)サイトの構築支援を手がけるGMOペパボは4日、習い事の教室の出欠連絡や月謝の集金をオンラインで管理するサービスを始めたと発表した。受講者へのメールの一斉送信や、月謝のクレジットカード決済に対応する。従来は手渡しが多かった集金業務をデジタル化することで利便性を高める。

習い事の教室やスポーツのチームなどの運営業務を管理するクラウドサービス「GMOレンシュ」を提供する。パソコンやスマートフォンから利用できる。受講者に送るメールを一括で送信したり、対話アプリ「LINE(ライン)」のトーク上に通知を送ったりする。

月謝の集金もオンライン上で完結させる。受講者全員に一括で請求するほか、月謝とは別に教材代などがかかった受講者に対して個別に請求することもできる。請求を受けた受講者はクレジットカード決済などの決済方法を選択し、スマホやパソコンから支払う。1教室あたり月額4378円の基本料金と、決済手段や金額に応じた手数料がかかる。

オンラインで一括して管理できるようにすることで、運営業務にかかる負担を軽減する。GMOペパボは同サービスで2022年内に1000件の契約獲得を目指すとしている。

ジェーシービー(JCB)の20年9月の調査によれば、英会話教室やスポーツクラブなどの会費におけるクレジットカード決済の利用率は約41%と、「スーパーマーケット(約71%)」などに比べてキャッシュレス化は進んでいない。GMOペパボの佐藤健太郎社長は「月謝を払うとき、子どもに現金を持たせることを心配する親は多い。習い事におけるキャッシュレス化の流れは加速するとみている」と話す。

(2022/04/04 日本経済新聞電子版)

ユニマット系、リハビリ施設拡大

ユニマットグループで介護事業を手掛ける「ユニマット リタイアメント・コミュニティ」は介護保険の枠組みで提供されるデイサービスと保険外のリハビリサービスを一体的に提供できるリハビリ施設の拠点を拡大する。国内では珍しい業態で、現在は2店舗を展開。2025年までに全国20店舗以上に拡大する。高齢化で重要性が高まる高齢者の自立支援に対応する。

施設の名称は「ウェルビスタ ケアスタジオ」。19年に東京都中野区に初出店し、5月に東京都世田谷区に3号店を開業する。機能訓練型介護保険サービスと、保険外のリハビリサービスを同時に提供できる点が特徴で、国内では珍しいという。

施設内は明るく開放的で、従来の介護施設のイメージを払拭しカフェとフィットネスが融合したような空間を提供する。カフェでは同じ目標をもつ利用者同士の交流などに活用してもらい、モチベーションの向上などにつなげる。

同社はテレビやスポーツが身近な1950年代生まれの高齢者を「イマドキシニア」と位置付け、利用拡大を目指したプロジェクトに力を入れている。同施設もその一環だ。

リハビリの専門知識をもったスタッフが利用者のニーズを聞き取り、身体評価などを考慮して、最適な目標とプログラムを設計する。例えば、介護保険サービス内では、天井からつり下げられた赤いロープやマシンを使った運動などが用意されている。

保険内外のサービスを両方提供できる施設を開業した狙いは、十分な質と量のリハビリが受けられない「リハビリ難民」の受け皿になることだ。例えば、介護が必要になる主な原因の2位である脳血管疾患(脳卒中)。入院中にリハビリを受けられる期間と、退院後の外来リハビリを受けられる期間・回数に上限が設けられている。保険内のサービスだけでは時間と回数に限界がある。保険外サービスは1回60分9240円。

(2022/04/08 日経MJ流通新聞)