

Fitness Industry Association NEWS

2023年（令和5年）8月17日

発行：一般社団法人 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://fia.or.jp/



FIA×SPORTECセミナー

8月2日(水)13:00~14:30

FIAトップセミナー Part1

アフターコロナ時代の フィットネス産業復活へのロードマップ

【パネリスト】

岡本 利治 氏 (株)ルネサンス 代表取締役社長執行役員

岡部 智洋 氏 (株)ティップネス 代表取締役社長

室田 健志 氏 コナミスポーツ(株) 代表取締役社長

【ファシリテーター】

(一社)日本フィットネス産業協会 専務理事 吉田 正昭



長かったコロナ禍のトンネルからようやく抜け出したものの、エネルギーコスト上昇、資材高、人件費高騰など、世界情勢不安定化から誘発される様々な空前の困難に対峙しているフィットネス産業——。コロナ禍以降スモールジムやパーソナルジム、その他バジェット業態等の増加傾向の中で、次なるフィットネス産業の復活に向けた総合業態を主軸とする企業が進むべき道を、日本のフィットネス産業を代表する三社の経営トップによるパネルディスカッション形式で見据える。

※FIA はSPORTEC(8月2~4日、東京会場:東京ビッグサイト 東1ホール)に特別協力団体として参画。4つの講座を提供した。今号で紹介するのは、その第一弾である。

吉田 こんにちは。フィットネス産業協会の吉田でございます。本日は、『アフターコロナ時代のフィットネス産業復活へのロードマップ』というテーマで、日本のフィットネス産業界を代表する3社の経営トップの方々から、現在の状況と今後の展望について、

様々な視点からお話をおうかがいしたいと思います。

皆様もご存じの通り、3社の方向性についてはそれぞれの会社の戦略等もあり、個社の特徴を生かしながら進められています。一方で、そこにはもちろん共通項もあるでしょう。そこで本ディ

スカッションでは、いま各社が進められている取り組みについて、フィットネス産業に関わる方々にとって参考になる情報についてお話したいと思っています。それでは各社及びご自身の紹介も含めて、簡単にお話ししたいと思います。まず、岡本社長から。

各社、冒頭の挨拶

岡本 皆さん、こんにちは。株式会社ルネサンスの岡本でございます。本日は多くの方々に参加いただき、本当にありがとうございます。本題にある通り、我々は想像もしていなかったコロナを経験し、これからアフターコロナに向かって、本格的に事業の再成長に向かって邁進しているところです。その過程の中で、まだ我々も手探り状態であるところは否めない部分もありますが、今日はこれまでの取り組みとこれからの方向性についてお話できればと思っております。

まず、会社の紹介を簡単にさせていただきます。弊社は1979年に『生きがい創造企業』として、“お客様に健康で快適なライフスタイルを提供する”という企業理念のもと、テニススクールから創業した会社でございます。現在はスポーツクラブ事業を中心に、介護リハビリ事業、自治体等のお仕事、法人様・健康組合の皆様への健康経営のご支援、さらにオンラインレッスンや海外にもベトナムに2店舗出店するなど、幅広い事業展開に取り組んでおります。施設数は現在のところ、受託も合わせて約220施設。このコロナ禍においても、なんとか新店もオープンすることができました。会社としては、引き続きスポーツクラブ事業の発展と、それに付随する周辺事業——我々の中ではヘルスケア事業といっておりますけれども、これらの事業をそれぞれスケールさせていく。そういったところの方向性について今日はお話しできればというふうに思っております。

次に、私の簡単な経歴等をご紹介します。入社は1982年。一方、会社の創業は1979年ですので、会社とほぼ同じくらいの歴史を歩んできていることになります。先ほどお話しした通り、当社はテニススクールから始まっていますので、私もテニスコー

チとして入社し、その後、スポーツクラブを全国展開するところから支配人を10年間ほど務めた後、エリアを統括する営業部長を約10年間、その後、本社に異動しスポーツクラブ事業全体を統括する本部長として、2011年からこれも約10年間携わってまいりました。

ところが、それまで業績はずっと右肩上がりでも推移していたところに、コロナという夢にも思っていなかったまさかの事態に陥り、加えて前社長が急死されるというアクシデントも重なって、2020年の6月に社長を拝命して、現在に至っているというところでございます。緊急事態宣言によって、4～5月には休業いたしましたけれども、ちょうどその直後のことでした。しかし、早いもので、社長就任から丸3年が経ちました。

この間、スポーツクラブ事業自体がもしこのまま長引けば、立ち行かなくなるという恐れもありましたので、第2の柱、第3の柱、これをいかに早く立ち上げるかということで、この3年間、いろいろと取り組んでまいりました。とはいえ、なかなかすぐに大きくスケールするわけではありませんので、ここをこれからどうやってスケールさせていくかということが、我々の今の喫緊の課題になっております。簡単ですが、当社の紹介と私の経歴のご紹介をさせていただきました。

吉田 ありがとうございます。では、続いて岡部社長、お願いします。

岡部 ティップネス岡部です。今日はティップネスのためにというよりは、“フォア・ザ・フィットネス”という思いをもってここにまいりました。よろしく申し上げます。まず私の自己紹介から。現在、57歳。1989年、日本テレビに入社し、スポーツ局で箱根駅伝、高校サッカー、辰吉丈一郎、タイ

ソンなどの中継を担当した後、2001年に巨人軍に出向し、長嶋監督の最後、原監督の最初というところで広報を担当しました。その後、スポーツ局でサッカー中継や箱根駅伝総合演出、編成部で東日本大震災対応、さらに社長室企画部で中期経営計画策定などを務め、14年、日本テレビがサントリーさんと丸紅さんからティップネスをM&Aしたときに、私は取締役として2年間出向。そして17年に再び日本テレビに戻り、編成部長、編成局長、さらに社長室長を務めた後、今年6年ぶりに戻ってきた6月1日、ティップネスの代表取締役社長に就任しました。

お気づきと思いますが、ここにいらっしゃる皆さんが、まさにコロナで大変なときに、私はテレビというところでコロナと戦っていました。皆さんは、非常にアゲインストが強い中、フィットネス事業の維持に歯を食いしばって努めてこられてきたわけですが、あらためてこの場を借りて、お礼を申し上げます。ありがとうございます。というわけで、ティップネスのことを私が語るには2年しかいなかったもので、そこは、日本テレビが得意とするVTRでご紹介したいと思います（以下、VTRのナレーションより）。

「時代の先端をかけるフィットネスクラブという意味を込めてネーミングされたティップネスは、まさにその名の通り、1980年代後半をトップスピードで駆け抜けました。ティップネスといえば、代名詞的店舗となった1号店ティップネス渋谷。渋谷のど真ん中にプールを備えたおしゃれな最先端クラブがマスコミの注目を浴び、各界のトレンドリーダーからも圧倒的に支持されました。エアロビクスが大人気だった当時、お客様やインストラクターにとって憧れの場所となり、渋谷はまさに聖地でした。そこで、アメリカで流行り始めたニューヨガをどこよりもいち早く導入。その後、業界全体に広

がる一大ブームの火付け役となりました。ティップネス初のオリジナルプログラムラッシュシリーズが登場したのもこの頃です。広告プロモーションでも積極的な攻めを展開。業界で初めてタレントを起用し、渡辺満里奈さんや佐藤江梨子さん、篠原涼子さんなど若い世代から幅広い層にアプローチする、クリエイティブで洗練されたメジャーなフィットネスブランドをアピールしました。2015年、ティップネスは日本テレビの子会社に。数多くのテレビ番組で活躍したティップネス初のキャラクター、ティップネス部長やジャイアンツ公式マスコットガールビーナスが講師を務める元気で笑顔あふれるキッズダンスレッスン、ジャイアンツビーナスダンススクールの導入、日本初上陸の障害物レース、スパルタンレースのサポート。お客様の健康のため家でも運動できるよう、新たなサービスオンラインフィットネストルチャを開始。

そして2021年、コロナ禍でのストレスフルな状況に立ち向かうため、積極的に体を動かし、健康な体と前向きな心を手に入れることを目的とした新たなプログラムMOVE BODYが登場。また、日テレの情報番組バゲットのバケットトレーニングクラブに、ティップネスのインストラクターがレギュラー出演。ご家庭でも気軽に体を動かせる運動をご紹介します。日テレ秋恒例のカラダウィークには、ティップネスインストラクターの宮崎紗衣が登場。ティップネスが提唱する運動方法や運動の楽しさを発信しました。常に時代の先端を走ってきたティップネス。今日から新たなステージへ。エンジョイ、スマイル、ハッピー、サンキュー。」

以上、ティップネスと紹介となります。今日はどうぞよろしくお願いします。

吉田 自社の専門性を生かされた素晴

らしいビデオだったと思います。続きまして、室田社長、お願いします。

室田 皆さん、こんにちは。まず、コナミグループの概要からご紹介をさせていただきます。コナミグループは年商約3100億円の企業グループで、4つの事業ポートフォリオを持っています。中軸となっているのは企業グループの中で約68%を占めるデジタルエンタテインメント事業。いわゆるゲーム事業であり、年商約2100億円となります。次に、コナミグループの祖業であるアミューズメント事業。いわゆるゲームセンター等のアミューズメントマシンの制作・製造・販売で、事業規模でいうとグループ全体の6.2%で年商約190億。3つ目がゲーミング&システム事業。ここは、北米やオーストラリア等で展開する、いわゆるカジノ事業で、スロットマシンやカジノマネジメントシステムの開発・製造・販売を担っており、年商で380億の事業規模です。

そして、4つ目が、私が代表を務めているスポーツ事業。前身は、皆様ご存じかもしれませんが、株式会社ビーブルで、創業50年（1973年設立）になります。昨年度の売上は454億円で、フィットネスクラブ、スイミングや体操などのスクール運営、及び公共のスポーツ施設の受託事業を柱に、グループ全体でいうと、約15%の事業規模を占めるかたちになっております。本社の事業所は品川区東品川で、京浜急行の青物横丁から5分ぐらいの場所にあります。私は、昨年の4月から代表取締役を務めております。

施設数は、2023年7月現在で、直営153施設。いわゆる総合型スポーツクラブが142施設、そして2年ほど前から出店し始めたピラティススタジオが11店舗です。また受託施設は225施設で、公共施設が223施設、民間が2施設になります。民間に関しては、

昔は企業フィットネスやマンション内のフィットネスクラブ等、手広くやっていた時期もありましたが、収益性の観点から事業規模を縮小し、現在は健康保険組合が所有しているスポーツ施設の2施設のみです。

さらに、ジャザサイズのフランチャイズが60施設。実は当社では、ピープル時代から数えてもうすぐ40年となりますが、アメリカのダンスフィットネスプログラムであるジャザサイズの日本総代理店として、国内の普及を推進しています。現在、個人のフランチャイジーが約1000人いますが、収益性が安定してきており、ご自身のお店を持ちたいというフランチャイジーの方が店舗を構えて出店されるというケースが増え続け、ここも一つの大きな柱になってきています。

次に、私の略歴についてお話しいたします。1995年に新卒で第一生命保険相互会社に入社。ちょうどバブルが弾けて、3〜4年経ったころの超就職氷河期という時代でした。元々、スポーツ関係の業界に進みたかったのですが、残念ながらそのときは縁がありませんでした。そして、98年10月、当社の前身になる株式会社ビーブルに中途で入社。ソフト事業本部/商品フランチャイズ事業部という部署でダイエットプログラムやプレコリオのプログラムを扱うビジネスを5年半ほど担当していました。

その後、2004年に受託事業本部に異動。現在はPPP事業本部という部署名になっていますが、ちょうど地方自治法が改正された頃です。この部署には都合10年ぐらいいましたが、6〜7年目までは、いわゆる新規物件を獲得する仕事をし、最後の約3年は、施設の運営も含めた事業全体の責任者を務めました。そして、14年に業務開発本部に異動し、店舗開発、拠点の閉鎖及びリニューアル、賃料交渉、さらに施設管理、法人営業、プロショッブ、

ジャザサイズ、大人プログラム、子どもスクールの品質の管理等を担当。17年には再びPPP事業本部に。この頃になると、公共のスポーツ施設もだいたい世の中に定着してきていましたので、地方の課題をどう解決するかというところに、全国の責任者とベクトルを合わせ、しっかり地に足を着けて取り組んだ5年間だったかなと思います。

さらに、21年には法人営業・ジャザサイズ事業担当に復帰し、その半年後の昨年4月に当社の代表取締役役に就任しました。私の中では、久しぶりにスポーツクラブ業界に戻ってきたという思いがあり、また皆さんと一緒にこの業界を盛り上げていきたいと心から思っています。ぜひ、これを機会によりしくお願いします。

各社の取り組み

吉田 今、我々は社会情勢、世界情勢含めて、極めて数多くのリスクを抱えながら生きています。特にウクライナ問題による石油の高騰、あるいは食品の価格高騰も含めて、非常に物価高ということによって大きな影響を受けています。また、業界全体を見渡すと、スモールジム並びにパーソナルジムというバジェット業態や新業態が増えてきている。

そういう意味では、業界全体としてのマスは広がっていますが、その一方で、総合型クラブは世間的に苦戦しているのではないかとわれています。私は、まったくそうとは思っていませんが、その辺りをどのようにとらえていращやるのか。コロナ禍から現在までの環境を踏まえつつ、各社の取り組みについてお聞きしたいと思います。最初に岡本社長、よろしくお願いします。

ルネサンスのロードマップ

岡本 まず、ここまでの振り返りとい

うことで、コロナ禍での業績の推移、これを簡単に共有させていただきます。20年度はコロナの影響をまともに受けたので、大きな赤字を計上しました。続く21年度は入会のほうが少し回復したことで、フィットネス会員の会費を値上げしたので、数字的にはなんとか利益を出すことができたといったところです。ただ、このときは23年度以降の反転攻勢を視野に入れつつ、本来、投資をかけなければいけない時期に、むしろかなりコストを抑えたことによって、現場には大きな負担をかけてしまいました。

22年度は入会は好調に推移し、在籍も予定通り伸びたこと、同時に新規出店も3店舗果たせたので、売上としては伸ばしております。そして、先ほど申し上げたように、21年度にかけられなかったコスト分、しっかり設備投資をして少なくとも21年度以上の利益を出していこうと計画していたのですが、皆さんもご存じの通り、社会環境の変化によりエネルギーコストが大幅に増加した影響を受けて、売上は過達しましたけども、残念ながら利益としては増収減益となりました。加えて、最終利益に関しては、経営を取り巻く環境の大きな変化、及び23年度以降の成長を見据えて、減損処理、繰延税金資産の会計処理、これを経営判断として実施しましたので、結果、赤字になっておりますが、事業全体としては回復基調にある22年でした。ただ、こうした状況というのはもうしばらく継続するかなというふうに思っています。したがって、従来と同じような考え方で取り組んでいてはなかなか収益が出せないということを想定しておりますので、今一度、既存のスポーツクラブのビジネスモデルを描き直すという着手している状況でございます。

売上高が、堅調に推移したのは、入会が堅調に推移したという理由によるものですが、特にフィットネスのほう

が伸びた要因としては、昨今24時間の小型ジムが台頭しておりますので、ここと比較したときに見劣りするのではダメだということで、まず既存のスポーツクラブで24時間化できるものはその体制に踏み切ったこと。加えて、筋力トレーニングを実施する人たちが、昨今のトレンドとなっている状況を踏まえ、そういった環境にもしっかり対応できるように、フリーウエイトゾーンを拡充したこと。これらを訴求したことで、特に30代から50代の男性入会者がここにマッチしたというふうに見ております。同時に、フィットネスにスクール的な要素を加えたフィットネススクールを全店舗で導入したり、オンラインレッスンの実施なども在籍数を増やした大きな要因になっています。また、総合スポーツクラブのハード的な強みというのは、やはりプールを持っていること、温浴施設やサウナ施設を持っていること。最近では特にサウナブームという背景もあり、またプールにおいては大人だけのスポーツクラブにジュニアのスイミングスクールを導入したりするなど、総合スポーツクラブならではの強みを最大限に生かししっかり訴求していくことで、入会のほうも好調に推移したというふうに思っております。業績的には、非常に厳しい期間でしたが、やはり入会に寄与するような、特にハードの設備投資については、22年度もしっかり投資をかけながら対応してきたということでございます。

ここからは、総合スポーツクラブの、特にフィットネス事業において、新たな価値をどうやって創出していくのかについてお話ししたいと思います。このコロナ禍において生活様式が大きく様変わりしたことで、顧客ニーズも変化してきました。そこで、そうした新しいニーズに対応する商品を考えなければならない、と。そこで当社としては、2つの方針で今、取り組みを進め

ているところです。1つは、お客様との接点。いわゆる顧客接点の見直しで、「もっと繋がる、いつでも繋がる」といった方針を打ち出しています。もう1つは、そもそものスポーツクラブの存在意義の見直し。これをもう1度考え直す。そこで、健康のソリューション拠点としての立ち位置の考え方の変更を打ち出しました。

まず、顧客接点の見直しのところからお話しします。このコロナ禍における、フィットネスにおいては、クラブの中で人を介したサービスの接点が非常に制限されてきました。その中で、デジタルを使った新しいサービスが格段に進歩したということで、逆にお客様にとっては必ずしもクラブに来館せずとも、ルネサンスとつながることができるようになりました。我々のサービスを届ける仕組みが、デジタルで可能になったということです。これから人とデジタルのタッチポイントをたくさんつくっていく。それによって、新しい価値をつくり、新規の入会、そして継続につなげていくという方向性を目指しています。

デジタルを活用して分かった最大の利点は、皆様も既にご存じの通り、様々なデータが蓄積されていくということ。今まではインナーのマーケティングは非常に難しかったのですが、どなたが、どういうサービスを、どのくらいの頻度で使ったか。そういった情報がデータとして蓄積して、それを分析できるような環境になってきました。したがって、特に初期の入会の方に対しては、継続されている方がよく使われているアイテムなどを先手、先手でご紹介していく。そういったオペレーションに変更をしたことで、初期の継続率、それから全体の継続率も少しずつ改善してきております。

我々スポーツクラブは様々なサービスを提供していますが、継続していただいている方というのは、やはりどこ

かに価値を感じていただいて、我々のクラブに残っていただいているということ。ただ、それがこれまではなかなかデータの的に分らなかった。ところが、デジタルの活用によって、ある程度データが積み上がってきて、どこをどうブラッシュアップしていけばいいかというのが正しく分析できるようになったことが、コロナ禍で得た大きな財産だというふうに思っております。

当社が業界発で導入したIoTを使ったスマートスイミングレッスンがあります。これは今までずっとジュニアスイミングスクールだけに使っていたのですが、今年からこれを成人の皆さん、特にマスターズの皆さんにも使っていただくようにしました。このように、デジタルとリアルを掛け合わせたサービスによってお客様のとのつながりをさらに増やしていく。そこに果敢にトライしていきたいと考えております。

次に、スポーツクラブの存在意義を見直すという点について。すなわち、健康ソリューションの拠点として進めていくという方向性についてですが、当社は、昨年長期ビジョンとして、「人生100年時代を豊かにする健康のソリューションカンパニーになる」を掲げました。この言葉の中には、様々なシーンで、様々なお客様に対して、生きがいつくりのお手伝いをする企業を目指していこうという我々の熱い思いが込められています。これまで弊社が事業を広げていった背景——介護リハビリ事業、地域健康事業、地域創生事業、健康経営事業には、祖業であったスポーツクラブ事業の様々なノウハウが生かされています。これらの4つの事業を、我々は総じてヘルスケア事業といっています。

各事業についてはもう10年近く取り組んできたことで、それぞれに専門性が高くなり、ノウハウも蓄積されました。一方で、これらの事業には



岡本 利治 氏 (株)ルネサンス代表取締役社長執行役員

必ずアライアンスを組む相手が必要であり、新しいパートナーを求めていくということは、この事業のスケールのためには絶対に必要。そしてそれとは別に、ここで得たノウハウや知見を今度は逆にスポーツクラブの中に戻して、ヘルスケア事業の対象者の健康への取り組みをここでやっていただく、と。このようにスポーツクラブのほうに、この知識やノウハウを還流させていくといった取り組みもいままさに進めようとしているところです。

具体的な事例として、今年オープンした横浜のルネサンス蒔田24に、介護リハビリの複合施設を併設してオープンしました。このリハビリ施設には、放課後等デイサービスである「元氣ジムJr. (ジュニア)」も入っており、

児童発達支援の対象者となるお子様を、既存のスポーツクラブのプールにおいてこのサービスを提供しています。以上のように、今まではなかなかスポーツクラブとは縁がなかった皆様方にも、スポーツクラブの中で、そういったサービスを提供させていただくという環境づくりも進めているところです。

それからまた、我々は大阪国際がんセンターと連携して、2019年6月、「がん専門運動指導士」の資格認定制度をつくりました。この資格をできるだけ多くの我々のクラブスタッフに取得してもらって、がんのサバイバーの方々の術後のリハビリを、スポーツクラブの中で行う——こういった取り組みもいま進めています。がんの術後の方には、思うようにリハビリができなくてお困りの方々が全国にたくさんいらっしゃると思います。そこで、できるだけ早いうちに、全国の我々のクラブに、この資格認定を持ったスタッフを常駐させることで、よりクラブの近くでがんのリハビリができるというような環境を作っていきたい、と。これも先ほど申し上げたように、今まで我々のスポーツクラブとは縁がなかった方々です。ので、こういったところでも我々の対象者を広げていきたいというふうに思っております。

さらにもう一つ。全国のクラブでは今、足元の自治体と連携した様々な事業を展開しています。代表的なものとして、介護予防の教室、お子様の運動支援など。特に最近は小学校の水泳の受託、学校のクラブ活動の支援など、去年だけで、1200くらいの案件を各クラブで行っています。このようにスポーツクラブを拠点として、各事業を独立させるのではなく、今まで我々が培ってきたノウハウをしっかりとクラブの中に還流させて、新たな顧客を取り込むというようなかたちで、スポーツクラブ事業の成長を計画したいというふうに思っております。

最後になりますが、これまでスポーツクラブというと、どうしても健康な方をより健康にする場所というイメージがありました。しかし、これから高齢化がますます進んでいくと、多様な健康課題を抱えた方が増えてくる。その方たちの健康課題を、スポーツクラブの中で対応できるようなことに取り組んでいけば、おそらくフィットネスの参加率はもっともっと上がってくると思いますし、地域でスポーツクラブは必要不可欠な存在になるのではないかとこのように考えています。

そして、その具現化のためには、我々の会社だけではダメで、業界全体がそういうかたちで対象者を広げていく必要があるのではないかと。特に2040年以降は65歳以上の方たちの比率が40%ぐらいに高まってきます。人生100年時代を豊かに過ごすためにも、業界の皆さんと一緒にそういった社会をつくっていききたいと思っております。

吉田 続きまして、岡部社長、お願いします。

ティップネスのロードマップ

岡部 実は、昨年、日本テレビホールディングスは、テレビ局としては極めて珍しい組織をつくりました。それは健康事業部です。そのときの執行役員を私は務めており、したがって、この1年間は健康事業部として、またフィットネス事業者として何ができるか、ずっと検討してきました。そして我々の結論としては、いまやれることはもう2つしかなくて、1つは今ある既存事業の成長。外部環境がこれだけ変わってしまった以上、それに適用するためどういうふうに成長していくかということ。もう1つはこれも当たり前ですけれども、新規事業です。既存の事業をどういうふうに育てていくのかというのは成長であり、新規事業の開

発は進化。この成長と進化という2点が、我々フィットネス事業者に与えられた使命であり、目指すべき道だと思っています。

進化に関しては、まだ取り組み始めたばかりなので、今日お話しすることは残念ながらございませんが、成長に関して、ティップネスが少しずつ行っていることについてご紹介したいと思います。キーワードは、「新たな体験価値の提供」。そして、あらためてになりますが、「コミュニケーションの強化」。コロナのこの4年間で、やはりコミュニケーションが薄れていったのは間違いなくと思います。同時に、新たなコミュニケーションが間違いなく生まれています。それに対して我々はセンサーを働かせてしっかり対応していくということが重要になってくると思います。

今、ティップネスは、6つの事業に取り組んでいます。フィットネス事業、キッズスクール事業、FASTGYM24、オンライン事業、そして、地域連携（B to G）、官民連携（B to B）です。

フィットネス事業においては、「シセイカルテ」という取り組みを6月から導入しました。これは、撮影し、わずか1分で姿勢の歪みを可視化・数値化できるというシステム。例えば正面から見たときに、左側と右側でどのくらいズレがあるかが、お客様には一目で分かる。そして、そのズレを数値化し、さらに同世代の平均値の中でどのくらいにランク付けされるかも判定できる。すなわち、ビジュアライズされた映像、かつ客観的なデータを見ることで、自分自身の改善点が明確に分かり、それに対しての運動提案ができるというわけです。さらに大事なのが、そこにコミュニケーションが生まれることによって、もしかしたらアルバイトの方で、まだコミュニケーションが不慣れな方でも、この「シセイカルテ」を活用すれば、お客様と比較的容

易に、特に若い世代のデジタルリテラシーの高い方はコミュニケーションがとれると期待しているところです。

次にキッズスクール事業。ティップネスでは、ソニーコミュニケーションズさんの商品とコラボし、「スタディスイム」という名称で提供しています。これは7台のカメラで撮影したものを、iPadの映像を見せることで、お子様が自分自身でどうしたらいいのかを考え学ぶことができる。すなわち、アクティブラーニングができるというもの。これが新たな体験価値になり、そのうえ、保護者の皆様、もしくはお子様とコーチでコミュニケーションも取りやすくなるというわけです。

3つ目、FASTGYM24。それまでずっと直営でやってまいりましたが、2022年4月、初めて横浜の緑区中山店にフランチャイズをつくりました。ティップネスは、1都3県の首都圏及び静岡、中京エリア、関西エリアに展開しており、全国に我々のサービスが提供できてないという弱点を抱えていましたが、今後は日本テレビのネットワーク局も使って、このフランチャイズ展開によって、日本全国にティップネスのメソッドが提供できるようにと今考えているところです。

4つ目のオンライン事業では、日本テレビホールディングスのグループ会社としてというところかというと、今後は「フィットネス×エンターテインメント」を打ち出していきたいと思っています。そこでその第一弾として、TRFのSAMさんにディスコとフィットネスを合わせた“ディスコネス”というプログラムを開発していただき、誰でもカッコよく踊れるエンターテインメント型コンテンツとして、オンラインフィットネスのtorcia（トルチャ）での提供を開始したところです。ワンパッケージ12本で1年間見放題。6月16日から配信をスタートしました。

5つ目の地域連携。5月1日に、テ

ィップネスは「再起動宣言」をしました。アフターコロナという中で、あらめてリブートとすると。これまでの我々はやはり会員ビジネスなので、会員様にだけ向いているところがありました。それをOPEN TIPNESSというカタチで、「人、街、健康、つながる、つづく」というコンセプトのもと、地域の方、非会員の方々にもティップネスメソッドを提供して、街に必要とされるウェルネスの拠点になるんだ、と。社会に、街に必要とされる存在意義があるということこそが運動継続のポイントだと思うので、遅まきながら、ティップネスもしっかり行政と肩を組んで、地域の活性化に貢献したいというふうに思っています。年間を通じて全店規模のイベントから個店ごとのオリジナル企画など立案・実施し、ファミリーフェスティバルという街のイベントに出店したり、ランニングイベントやプロギングなどにも取り組んでいます。

最後の官民連携。現在、免疫力向上に対する啓発活動の一環として、キリ

ンホールディングスさんをはじめとする数社の企業様とともに「げんきな免疫プロジェクト」に参画しています。免疫ケアの価値提供は、飲み物や食べ物によって…というのが従来の考え方でしたが、運動が体を守るという新しい体験価値を創出していきたい、と。実際、コロナで一番変わったことは、これからの検証が待たれるところでもあります。運動と免疫力とのかかわりが非常に高まったことではないでしょうか。免疫力を高めることは、我々が今このウイルスに対して戦っていくための1つの重要なツールになる。その中で、運動が体を守るということもイシュー化していったら、我々フィットネス業者にとって追い風になるような機運をつくっていききたいというふうに思っています。

昨年5月、日本テレビでは中期経営計画を出しました。テレビ局としては珍しく、3つの重点目標の中の1つに「ウェルネス経済圏の構築」を掲げています。テレビ局でそれを掲げているのは、おそらく世界で日本テレビだけ



岡部 智洋氏 (株)ティップネス代表取締役社長

ではないかと思えます。豊かなウェルネスライフを送りたいというのは生活者全員の願望だと思えます。それに対して我々は願望ソリューション事業になる。そのためには、外部企業との連携により、ウェルネスデータを蓄積し、生活者個々に寄り添った仕組みをつくっていく。すなわち、生活者と社会をデータで結び、より豊かな価値を提供していく。そこには間違いなくニーズがあるし、間違いなく社会的価値がある。そしてその目的遂行のためには、フィットネス事業者による協調こそが大事。ぜひ一緒にシェアを広げつつ、かつ互いに切磋琢磨しシェア争いをしていきたいと思います。ひいては、それが進化になっていくはず。そして共創——共に新しいものをつくっていきましょう。コロナで我々は動けなかった。日本中が動けなかった。いまアフターコロナで一番大事なキーワードは「動く＝MOVE」です。起動（リブート）、行動（アクション）、運動（フィットネス）、そして感動（エモーション）。そのうえで、私がやりたいことを今日発表します。「フィットネス参加率を3%から10%に!」。ぜひ皆さんと一緒にその数値を上げていきたいと思えます。そのうえで、エンジョイ、スマイル、ハッピー、サンキュー。フィットネスは間違いなく楽しい、そして豊かな世界です。ぜひ皆さん一緒に頑張りましょう。

吉田 次第に熱を帯びてまいりました。では、次に室田社長、お願いします。

コナミスポーツのロードマップ

室田 今、当社が考えているのは、全社戦略でいうと「多様な収益源を確立する」ということ。当社の祖業であるフィットネスクラブ、子ども向けのスイミングスクール、体操スクール。こ

我々の場合もやはりコロナの影響によってかなり落ち込みました。この1～2年で、だいぶ持ち直してきていますが、まだ回復途上といったところです。したがって、最終的な目標はコロナ禍前までの収益レベルに引き上げるということです。

一方、PPP事業、官民連携は、コロナ禍でも比較的堅調に底堅く推移しました。物件数、収益レベルともに、コロナ禍も含めて堅調に右肩上がりできています。ここに関しては、今後も新しい物件を堅実に積み重ねていき、全国の自治体、または、地域住民の方の社会課題の解決という目標を果たしていきたいと考えています。また、ジャザサイズは日本で39年間展開をしていますが、やはりコロナ禍で非常に大きなダメージを受けたことは否めません。しかし、今ではだいぶ元気が出てきました。個人フランチャイジーの方が投資をして出店されるケースは年間6～8店舗あります。非常に頭が下がる思いですけれども、全国にはこういった、フィットネスに情熱をもって取り組んでいる方がまだまだいらっしゃいます。我々は、フランチャイズの本部として、こういった方々の集客であったり、出店のサポートをきちんと徹底かつ確実に展開し、本部である当社もしっかりと収益レベルを向上させていきたいと考えています。加えて、新規事業としては、ピラティススタジオの出店を加速しているところで、それ以外にも毎年新規事業をローンチして、スケールしていくということを着実に進めていき、これらのポートフォリオを持って、足腰の強い事業構造にしていきたいと考えています。

この背景には、この10年くらいを振り返ると、地震や台風などの自然災害、そしてコロナ禍、さらにウクライナ紛争などの地政学リスクによって、どの事業も収益性が落ちてきています。これらは民間のプレイヤーがコントロ

ールできないリスクであり、何が起っても、どこかでカバーできるというポートフォリオをしっかりと、かつ早急につくり上げていきたいというのが大きな方向感です。

ここからは個別の事業戦略について、ご紹介させていただきます。まず、総合型スポーツクラブでは、時間と空間の使い方を変えていこうとしています。例えば、フィットネス店舗への子どもスイミングスクールの導入。もともと当社に対しては、「子どものスイミングスクールがメイン」というイメージがあるかもしれませんが、3年ほど前であれば、導入店舗は全店舗中の70%強くらいで、プールがある全店舗で実施していたわけではありませんでした。そこで、この数年は大人専用で運営していた店舗にも、子どものスイミングスクールを導入し、現在では92%ぐらいまで高まってきています。皆さんも実感されていると思いますが、子どものスクール事業は、コロナ禍でも非常に底堅いものがありました。したがって、ここに関しては、プールという大きな設備を抱えていますので、その有効活用という側面も多分にあります。

併せて、学校の水泳授業への対応にも3～4年前から注力しています。PPP事業においては、長年、学校の水泳の受託事業は実施してきましたが、いわゆる直営の部門でもここに力を入れ始めました。この取り組みなどはまさに自治体側のニーズと民間プレイヤーが提供するサービスとが合致している例ではないかと思えます。実際、振り返ってみると、ここ数年間に受託している校数も、どんどん増えてきており、現在全国で80校ぐらいの学校で水泳授業を行っています。店舗に来ていただきますので、副次的にもそこに来られた子どもたちが当社の民間のスイミングスクールとしてのサービスに触れていただくことで、スイミングス

クールに入会するというようなニーズも高まってきていると実感しており、いろんな意味での相乗効果が出てきていると思います。

次に、子ども向け事業の多角化。これだけ環境の変化が激しい時代であっても、施設自体は不動産的にもなかなか変えづらいという側面があります。とはいえ、それまで展開していたサービスをやむなく廃止した場合、その空いている遊休スペースをどうするか。そこで学習塾、学童保育、あるいは英会話教室などの事業者と協業して、新たな収益となるスペースに模様替えをするということにも力を入れています。いわゆる、不動産をどのように変えていくかという切り口での、効率化を図っていくという取り組みです。

今、当社のような総合型スポーツクラブ以外も世の中には小型のパーソナルジムがたくさんあります。当社も店舗内においては、当然パーソナルトレーニングのサービスを提供しているわけですが、ここに関しては、コロナ禍でも着実に利用者数、収益が伸びています。そこで当社の人事制度として、独自の社員区分を設け、スキルの高いインストラクターは、その社員区分に移行し、収入面などのインセンティブも考慮しモチベーションを高めています。こういった人への投資であったり、環境の整備というのは、これからもっともっと力を入れていきたいと思っています。

また、スタジオプログラムに関しては、現状、スタジオプログラムへの敷居が少し高くなっていると認識しています。そこで、入会されている方の属性であったり、何を欲しているのかというのをきちんと観察し、基本に立ち返って、適切なプログラムを配置することを心がけています。また直営部門では7年ぶりに大きなプレコリオのイベントを実施するなど、プラスαの取り組みもしっかり強化して、お客様を



室田 健志 氏 コナミスポーツ(株) 代表取締役社長

確実にグリップしていきたいと考えています。

最後に大人スクールです。ここも各社の取り組みと同じだと思いますが、当社においても、子どもに加え、今年の9月から大人の方々に対してもITを使ったスイミングスクールの展開を行います。そして付加価値の高いサービスを提供していきたい、と考えています。また、ゴルフ、テニスも根強いニーズがありますので、機会ロスのないように、お客様の希望する時間とインストラクターの時間をきちんとマッチするよう、基本に立ち返って丁寧に取り組んでいきたいと思っています。

当社のもう1つの柱のPPP事業は、一言でいうと、安定性、収益性、公益性の高い物件で事業を拡大していくことに尽きると 생각합니다。例えば、自然災害時に休館したとき、はたまた、エネルギーコストが上昇しているときの地政学リスクは自治体側、民間プレーヤー側どちらが負うのかという話になりますが、こういったリスク分担についてはもちろんすぐに解決する問題ではありませんが、時間をかけて自治

体側としっかりと協議できる土壤の物件でやっていく、ということが重要です。これが安定性です。そして、今は事業の勘所もだいたい積み重なって、全社的にもそれが浸透していますので、きちんと収益性が保てる物件を選んでいきたいと思っています。そのうえで、地域の課題をどう解決していくかという公益性を自治体側も持っている物件で臨んでいく。この3つの条件が揃っている物件で事業を拡大していくということを確実に浸透させています。

何が正解か、ということはないと思いますが、何かのヒントになればと思います。ご紹介させていただきました。当社からは以上です。

人事戦略について

吉田 アフターコロナ時代のフィットネス産業復活へのロードマップについて、様々な方向性をお示しいただきましたが、そういう中で、これからは人材の確保という課題については相当ケアしていかなければならないと思います。

今、飲食業界でいうと、時給がアルバイトの方でも1400~1500円といっても過言ではありません。では、フィットネスはどうかといえば、それに比べて、最低賃金からちょっと上がったところにあるというのが実態ではないでしょうか。この辺も従来の仕組みのまま賃上げに対応してしまうと、単純に利益の圧迫でしかないのが、今後は働く方全体が自身の発揮する成果（パフォーマンス）とその対価が一致するような仕組みを、どこかの会社が先鞭をつけることが必要ではないかと思っています。そういう中で、各社の人材確保、並びに人事の戦略についてお聞きしたいと思います。まず岡本社長からお願いします。

岡本 当社の人事戦略としましては、当然、採用と既存の従業員の定着が挙げられます。まず採用の方からお話しますと、最近、当社を希望される方のお話を聞くと、やはりSDGsとかESG投資、そういった社会課題の解決ができるようなことに取り組んでいるかどうかというのが会社が選ばれる大きなポイントになってきているようです。我々はプライム市場でもありますから、コーポレートガバナンスコードの中で取り組まなければならないことがあります。こういったところをきちっと整備していく。その中の一つとして、我々が選ばれるためには、やはり今いる従業員の方にも働き続けてもらえる会社にならなければなりません。

そういった意味において、我々は人事戦略として4つポイントを挙げています。1つ目は、社内における健康経営の実践と社員のエンゲージメント。そこで、今まさに実施中のFIAのカラダ年齢測定に関しても全従業員にやってもらうようにしています。2つ目が、一人一人のパフォーマンスの向上としての人材開発と組織開発。そして3つ

目が、持続的に成長できるような組織構築のためのD&Iの推進と人事制度などの、これに対応した組織開発。そして、4つ目は昨今の物価上昇への対応とこれからの価値創造。価値創造の源泉となる優秀な人材を採っていかねばいけませんので、給与水準の引き上げ。この4つを大きな中長期の人事戦略として掲げています。その中で、先日お知らせしました従業員の方の給料の引き上げ5%、加えて10月度からアルバイトスタッフの方の一律30円の賃上げというのは、この方針に沿って決定した事項でございます。今申し上げた方針に沿いながら従業員が働きやすく、健康で生き生きとできるような会社をつくっていく。人事戦略としては、そういったことを大きなポイントとして挙げております。

吉田 これまでは賃金を上げたいけど上げられないというのが実情でした。しかし、そんな中で、今回5%という業界としても高い水準に位置する賃上げに踏み切られたニュースは、ひいては業界全体に対する好印象として受け止められました。このように、我々の事の本質と賃金が見合うというかたちでの進め方は極めて重要であるというふうに思います。それでは次に、岡部社長、お願いします。

岡部 ティップネスにとっては、まさに人事戦略は非常に大きな課題であり、まずそこを解決しなければならないと思っています。この6月いっぱいには総合店4店舗、FG19店舗を閉店しました。当然、ここにお集まりの皆さんであればお分かりになると思いますが、その地域において、店をたたむというのは非常に辛いことです。それを断行したのは、残念ながら4年連続ティップネスが赤字という中で、人事戦略に対してきっちりと対価をつくることができなかったから。そこで、まずは収

益化・黒字化をする。さらに先ほど申し上げた企業としての「成長と進化」を果たしながら、社員に対して還元していく。フィットネス事業における人材はまさに、財産の財、“人財”だと思います。コミュニケーションビジネスでもあるので、そこに投下できなくなったら、基本的には衰退という方向に行ってしまう中で、ティップネスはこの4年間、本当に苦しんできました。だからこそ、これからの3年間、どういうふうに取り組んでいくかというのが、今経営の中では一番の課題です。したがって、人材の確保、採用と育成、そして評価というところをきっちり改革していきたいと思っています。

さらに、アルバイトの確保。世の中の賃金が上がっているという中で、アルバイトの方も良い人材がなかなか確保できなくなっています。これは業界全体でも考えなければいけないことかもしれないですし、もう1つは仕組み——例えばタイミーのような、隙間時間を使っただけのアルバイトというところではある程度の改革はできていますが、ただ、それはフィットネスという業種にはおそらく向いてない。フィットネスの場合は、一定以上のスキルが求められる中で、じゃ、どういうふうにアルバイトの方を雇用していくのか。ただ、これは「ピンチはチャンス」でもあると考えています。では、何がピンチでチャンスに変えられるかということ、例えば最近の飲食店に行くと、ほとんどオートマチックです。タブレットで発注して、場合によっては回転寿司みたいに普通に品物がそこに届いて食べる、と。誰とも会わずに、「いただきます」から「ご馳走様」まで完結できる仕組みになって、そこにはコミュニケーションは全くありません。おそらく、今後もこの傾向は進んでいくでしょう。一方で、フィットネスには、コミュニケーションは絶対条件なので、このコミュニケーションするというの

がアルバイトの中で体験できるということ逆手にとるのです。先ほど岡本社長もおっしゃっていましたが、今の20代前後の方というのはSDGsに対しても非常に意識も高いし、自己成長への投資の意識が高い。そういうところを業界全体でどうしたら提供できるかについて考えていかなければいけない、と。ティップネスはトップランナーではないので、あまり大きなことはいえませんが、私はそういうふう考えています。

吉田 続きまして、室田社長、お願いします。

室田 当社が考える人事戦略は、大きな方向感としては、各社と同じで、やはり、人は最優先の課題であると思っています。したがって、採用面に関しては、コロナ禍において中断してしまいましたが、新卒の採用を復活して2年目になります。そして痛感するのは、それまでの我々は、ややもすると選んでいるという立ち位置だったところから、今では完全に選ばれているという立場に逆転しているという気がしています。おそらく、就職を考えている方からすると、極論をいってしまうと、「フィットネスクラブ業界でなくても全然いい」という方がたくさんいらっしゃるのかな、と思います。そういった方々と対峙しているときに感じることは、やはり多様な選択肢というか、様々なキャリアパスが用意されているかどうかカギを握るのではないかと。要は、未来を担う若い人たちに対して、いろいろなフィールドが用意されているということもしっかりアピールできるようにしなければならないと思っています。

次に、給与水準。これはやはり大きな課題であると考えています。コロナ禍において、収益力がこの数年落ちており、いま復活の途上ですが、今年、

あるいは来年あたりには、少し反転をして、経済的な水準というものもしっかり引き上げて、やりがいと金銭的な対価という両輪で選ばれるような企業になっていきたいと考えています。この点については、一足飛びというわけにはいきませんが、しっかり手を打っていききたいと考えており、準備を進めています。

吉田 総合型クラブはコロナ禍において、運営費用が非常に重たい業種であり、極めて厳しい状況ではないかといわれてきました。だからこそ、これからますます総合型クラブの意義について今こそ、その底力、あるいは真骨頂というものを発揮していかなければならないと思います。そのためには、例えば、スポルテック会場のFIAのブースでは、フィットネス体力テストを行っていますが、これを起爆剤にするのも一つの方法ではないでしょうか。自分自身を知り、1年後、2年、さらに数年後の自分の体を想像しながらトレーニングをしていくという流れをつくることは各クラブ、あるいは各企業が契約されている法人会員、これは健康経営という観点でも極めて重要なテーマになります。そして自治体との連携にも大きな可能性を秘めています。今日も実は、東京都の議員の方が3名来られてフィットネス体力テストを受けられました。その結果、3名とも実年齢より若いという判定が出たようです。体力テストでは、「目指せ実年齢マイナス15歳」と謳っていますが、将来の日本考えると、2040年問題にも代表されるように、高齢化によって労働人口が減ってきますから、75歳でも普通に働けるような環境をつくらないといけません。したがって、自分自身の今を知り、しっかり運動を継続していくという、運動習慣と成果という二本立てで取り組んでいく必要があると思います。FIAで進めている体力テス



(一社)日本フィットネス産業協会 専務理事 吉田正昭

トには、そのような思いも込めています。そして、今まさに FIA加盟クラブの各企業全員で取り組んでいこうという段取りを進めているところです。ここも新しい市場。そういった意味で、総合型クラブには人が人をサポートするという特性がございますので、その辺をしっかり具現化することによって、総合クラブは“ダメ”ではなくて、世の中から絶対に必要な業種とされるのだと。AIでは全く太刀打ちできない、取って代わられることのないような業種にするというところに、ぜひ導いていただきたいと思います。

本日は、岡本社長、岡部社長、室田社長、本当にありがとうございました。皆さん、盛大な拍手をお願いいたします。それでは、これを持ちまして、「アフターコロナ時代のフィットネス産業復活へのロードマップのセミナー」を終了したいと思います。ありがとうございました。

賛助会員加盟企業

Associate member

一般社団法人 ALL FITNESS JAPAN

ALL FITNESS JAPAN



▶▶▶企業PR

“すべての人にフィットネスを”をテーマにフィットネス人口拡大や定着促進のための活動をしております。

フィットネスや健康に関する事業をされているみなさまに向けて以下の事業を行なっております。

【主な事業内容】

- ・イベントの企画・運営
- ・マーケティングのご支援・事業開発のご支援
- 「FIA全国カラダ年齢測定-フィットネス体力テスト-」の企画および運営事務局にも参画させていただいております。
- 既存リソースの強みを活かした新規事業開発が得意です。
- オフライン・オンラインいずれのサービスにも対応可能です。

【これまでの実績】

- ・日本初のタクシーサイネージでのストレッチ動画配信・医師サポート付きオンラインファスティングサービスの立ち上げ・健康に関する書籍のメソッドを実践・定着化させるためのオンラインプログラムの開発・運営など

▶▶▶主要商品・サービス

日本初のフィットネスチーム対抗運動会”FITNESS LEAGUE”を主催

FITNESS LEAGUEはクラブ運営者さまと会員さまが“同じチームとして”参加する新しいスタイルの運動会イベントです。コミュニケーションを深め、クラブ利用の継続率アップに繋げることを目的としています。

2022年より開始し、参加者満足度は100%を記録

2023年10月に第2弾を開催します。先着20組限定で参加チームを募集中です!

お気軽にお問い合わせください。

開催日時:2023年10月7日(土)午後

開催場所:ゴールドジム東陽町スーパーアリーナ

詳細:<https://allfitnessjapan.com/fitnessleague2023/>

【会社概要】

一般社団法人 ALL FITNESS JAPAN

代表者 ● 雨宮 友

e-mail ● info@allfitnessjapan.com

UR ● <https://allfitnessjapan.com>

公式インスタグラム ● https://www.instagram.com/all_fitness_japan/

賛助会員加盟企業

Associate member

アドフィット株式会社



広告配信でフィットネスクラブに
〈会費外収益〉をつくる。



はじめまして、アドフィット株式会社の豎山と申します。私どもアドフィットは、〈フィットネスクラブ専門〉の広告サイネージを展開する企業です。フィットネスクラブにデジタルサイネージを導入し広告を配信。その収益の一部をクラブさまに還元することで会費外の収益軸をつくり、経営の安定化や躍進に繋げる事業を展開しております。

コロナがようやく収束してきた現在、会員さまの複会が好調なクラブさまにはさらなる躍進を、そして複会が緩やかで苦戦なさっていらっしゃるクラブさまには新しい収益軸をご提供すべく邁進して参ります。フィットネス業界の大きな発展・躍進をお手伝いしたい。その決意を込めて推進して参ります。どうか今後とも、よろしくお願い申し上げます。

私どもアドフィットのデジタルサイネージ導入をご検討されるクラブさまがおられましたら、ぜひご連絡ください。

【会社概要】

アドフィット株式会社

所在地 ● 〒812-0063

福岡県福岡市東区箱崎7-3-10-402

担当者名 ● 豎山龍一

連絡先 ●

右のQRコードより問い合わせフォームにてご連絡ください。

<https://www.adfit.co.jp>



第223回 FIA理事会議事録

FIAは7月14日(金)第223回となる理事会を開催し、理事監事18名が出席した。

審議・決裁事項

議事1-1 会員入退会の件

事務局より賛助会員退会2件の申請につき説明があり審議の結果いずれも承認された。

退会

- 賛助会員 1.株式会社 マックスヒルズ (大阪市中央区) 広告・企画制作
2.有限会社 アクアトリート (横浜市港北区) 二酸化塩素を主とした消毒殺菌剤

議事1-2 本年度予算一部組替え承認について

事務局より本年度予算計画のうち支出の部の一部について組替えを行うことにつき承認を得たい旨説明があり、審議の結果承認された。

支出の部

	現行収支計画	組替え収支計画
(1)事業支出	予算額	予算額
業界課題対応費	0	100,000
(2)一般管理費		
事務局旅費	630,000	530,000

理由: 業界課題対応活動は本年度体力測定事業を想定したため、当項目での費用は計上していなかった。年度事業が始動し、自治体連携事業などにおける連絡調整・対応費等、体力測定とは区分して処理すべき費用の発生が見込まれ、その場合は別に予算計上すべきとの会計事務所意見を受けたため。 ※収支総額は変更せず科目間調整のみ。

議事1-3 後援名義申請の件

事務局より後援名義使用許可申請について説明があり、次いで期日の迫った催事の為許可したので承認を求める旨会長より補足がなされ、審議の結果異議無く承認された。

1.日本スポーツ産業学会

- 主 催 日本スポーツ産業学会
催事名 日本スポーツ産業学会第32回大会
会 期 2023年7月22日(土)・23日(日)
会 場 山梨学院大学

内容 テーマ

「地方におけるスポーツエンジン～アウトドアスポーツの可能性～」

スポーツ産業を多面的・学際的に研究し、産官学の共同によるスポーツの普及、振興を目的とした学会。

議事2 報告・協議事項

事務局より各事業の状況と今後の予定について報告を行い、必要事項は協議を行った。

報告・協議事項

1. 一般事業

(1) フィットネス体力テスト進捗状況

●説明会後の正会員企業からの参加状況

＞(株)シリアスフィットネス・(社)黎明会メディカル&フィットネスアクオ・服部産業(株)
スポーツクラブ・グラッセ山王橋・(株)トピーレック

●システムセキュリティ確保に向けた取り組みについて

＞脆弱性診断の結果を受けた対応について

●利用契約書の修正について。

＞システム利用料の金額表記の修正〔200円(非課税)→200円(消費税込み)〕

今後システム利用契約の締結に向けて準備を進める。

●東京都との取り組みについて進捗報告

現段階で、9月から来年3月末までの間で13の東京都として出展予定のイベントスケジュールが提示されており、各出展規模に応じて体力測定の実施、もしくは体力テストに関するインフォメーションとアンケート実施を検討中。

＞測定実施者に対するフィットネスクラブでの測定クーポンの配布

＞アンケート回答者に対するフィットネスクラブでの測定クーポンの配布を予定

＞測定に対応したクラブに対して最終的にどのように測定料金が還元されるかについて、東京都との折衝が開始された。

※高齢者や加齢に伴う障害を持った対象者への測定項目や注意点について意見交換があり、体力測定事業委員会の検討部会にて調整中である旨報告された。

(2) 各分野進行状況報告

SPORTEC

(1) 東京 東京ビッグサイト東1～3ホール 8月2日(水)～4日(金)

①FIA提供セミナー4講座

FIA会員価格割引申込制度あり。

②FIAブース

SPORTEC事務局協力

体力測定事業PRコーナー:体力測定体験。測定機材のPR。

実行委員企業より測定員応援。測定機材=FIA備品+賛助会員企業レンタル

検定事業PRコーナー:パネル展示 + テキスト・パンフ類展示

(2) 福岡 マリンメッセ福岡 12月13日(水)～14日(木)

マスターズ大会

FIA マスターズスイミング選手権2023秋季関西大会

開催日:9月24日(日) 京都アクアリーナ

*エントリー受付期間 7月3日～8月7日まで。

*FIA加盟クラブチーム以外も参加できる「オープン大会」となっている。

13日現在64チーム中約6割がオープン。

2. 検定事業

1. 2023年度FCM検定受験促進について

1) FCM技能検定の価値訴求

- ① 技能検定はレベル別に体系化したマネジメントの「知識+スキル」取得度を検定する事を明文化し、経営者、人事教育担当者、学校教員等にFCM取得意義について訴求する。(参照資料知識とスキル)
- ② 合格者のインタビューを通じて、学習及び取得が仕事上どのように役立つか訴求する。(参照資料FIAニュース)

2) FCMに関する認知度向上、受験促進策について

- ① FIA、FCMホームページを拡充し、FCM紹介リーフレットと連動して認知、感心を高める。
*紹介動画、インタビュー、学習解説動画、チャレンジ試験問題、技能士会等コンテンツ
- ② FCMリーフレット及びポスターを作成し、公式テキストチラシと合わせて、各企業、地域公共スポーツ財団、及び各省庁(スポーツ庁、厚生労働省、地方創生、経済産業省等)の運動、健康取組み事例紹介地方自治体向け発信。(参照資料三つ折りパンフ)
- ③ 大学、専門学校の教員向け、学生向けのFCMセミナーの実施、セミナー用資料提供実施。
*日本大学、リゾート&スポーツ全国10校、東洋学園大、東海学園大、環太平洋大、大原学園関西7校 等)
- ④ スポルテック2023にて、現役支配人で1級技能士によるセミナー開催。全国カラダ年齢測定FIAブースにて、FCMの魅力を来場者に訴求する。

2 受験料改訂について

・1級実技試験の受験料を、現在19,000円から2024年度より、22,000円に改定する方針。

理由

- 1級実技試験は、1年に1度、1級学科試験合格者を対象に、東京、大阪会場にて実施。
この試験のみ、面接官による口頭試問のため、会場費及び面接官日当宿泊交通費が特別に費用としてかかる。当初は理事企業の会議室等をお借りして実施することを前提に受験料を設定したが、経済環境の変化及び受験者数の一定増に伴い、構造的に赤字となっている。
- 他の試験(1級学科、2級、3級)については、受験料改定は見送る。

理由

- 現状は、受験者数が、2900名程度で損益分岐点を超える。各種費用の値上げは見込まれるが、現状は未だ受験者獲得のための各種施策が十分に実行されているとは言えない状況であると判断しており、受験料値上げによる受験控え者を増やすよりも、現状の受験料にて受験者増加に努めることとし、受験料改定は見送る。

討議

1. LGBT経産省トイレ判決を受け、当業界の姿勢について討議を行った。

- *FIAとして推奨する基本姿勢をホームページ等で表明することとした。
- *文案について意見交換し、執行理事会にて成案とすることを合意した。

2. インボイス制度開始に伴うインストラクター対応について意見交換を行った。

- *FIAとして対応の方向性を提示することは妥当でない旨を合意した。
- *経過措置期間も設定されており、現時点では現状通りであるが、将来的には負担増となり会費に反映せざるを得ないとの見解が多かった。

3. パーソナルトレーナー(以下PT)による事故について意見交換を行った。

- *消費者庁・経済産業省等からPTに起因する事故等について消費者からの提起に基づきリリースが予定され、本日専務理事が消費者庁と面談を行っていることが報告された。
 - *FIAは施設認証制度により施設やスタッフの質・安全の担保を公表していることを説明した。
 - *FIAとしてPTの基準を示すことの是非等も含めて討議し、少なくともクラブ業界としての姿勢を表明する方向性とした。
- 事務局註:その後、9月理事会で消費者庁担当者との意見交換を行うこととなった。

ここに紹介するトピックスは、
IHRSAとFIAの提携によりIHRSAがリリースしたレポートの一部を要約して紹介する、
海外フィットネス関連情報です！

ウェイトを持ち上げるべきか、 持ち上げないべきか

インストラクターやパーソナル・トレーナーとして、クライアントに制約を与えるだけでなく、
彼ら自身の状況をより知ることは重要です。Conti Fitness & Wellness, LLCのCEOであり、
IHRSA2022のスピーカーでもあるChristine Conti氏が、関節炎を取り上げ、
フィットネス・プロフェッショナルのための方向性を示します。

著者 | Christine ContiMay (クリスティーヌ・コンティメイ)

翻訳 | FIA松村 剛

関節炎の神話に対処する

関節炎は一般的な病気であり、多くの
フィットネス・プロフェッショナル
は、自分たちがどのように手助けでき
るのかについて、十分な教育を受けて
いません。フィットネスの専門家とし
て、関節炎や慢性疾患の専門家コース
に登録することによって自分自身を正
しく教育し、どのように関節炎の人々
に対しても最高のサービスを提供でき
るかを学ぶことはとても重要です。

神話を否定する

関節炎による様々なフォームの徴候
と症状の進行と戦うための最も効果的
な運動について、非常に多くの誤った
情報が出回っているようです。しばし
ば、関節炎に苦しんでいる人々は、関
節へのさらなる損傷を引き起こし、激
しい再燃をもたらすので、ウェイトは
持ち上げるべきではないと言われてき
ました。

また、関節炎を患っているクライ
アントが筋力の弱さ、バランスの問題、
および柔軟性の欠如に苦しむ状況にあ
る場合、ウェイトトレーニングを取り
入れることが危険であると思えるかも
しれません。実際、関節痛があるとき
にウェイトトレーニングをすることは、
悪しきアイデアに聞こえるかもしれま
せんが、実際には関節炎の痛みを管理
し、和らげ、軽減するための非常に重
要な方法なのです。

事実を知ること

突き詰めると、関節炎について私が
強調したい3つの主要な要因がありま
す：

1. 関節炎は米国に大きな影響を与えている。
2. 関節炎の改善には運動が重要である。
3. ウェイトを挙上すること（ウェイトトレーニング）は関節炎の症状を大幅に改善する。



事実1：関節炎は米国に大きな影響を与えている。

米国疾病予防管理センターによると。

1. 米国では成人の4人に1人が関節炎を患っている。
2. 米国の成人の4人に1人が関節炎を患っており、しかも激しい関節痛を訴えている。
3. 米国では成人の10人に1人が関節炎のために身体活動を制限している。
4. 米国では、3035億ドルが、医療支出および失われた賃金に毎年費やされている。

事実2：関節炎の改善には運動が重要である。

メイヨークリニックによると、関節炎を持つ人々は、以下の目的のために運動する必要があります：

1. 関節の周りの筋肉を強化する。
2. 骨の強さを維持する。
3. 一日を乗り切るためのエネルギーを向上させる。
4. 睡眠の質を高める。
5. 体重をコントロールする。
6. バランス力の向上。
7. 生活の質を高め、自立を促す。

事実3：ウエイトトレーニングは関節炎の症状を大幅に改善する

具体的には、ウエイトトレーニングには以下のような効果が期待できます：

1. 関節の痛みやこわばりを和らげる。
2. 負荷をかけることで骨の強度を高める。
3. 代謝の向上。
4. 体幹の強化。
5. 柔軟性の向上。
6. 日常動作を再現することができる。

ウエイトトレーニングというと、発達しすぎた体格の人たちが、3トンのバーベルを持ち上げるためにうなり声をあげながら奮闘しているようなイメージを思い浮かべるかもしれませんが、それは真実とは乖離しています。

ウエイトトレーニングは、関節炎

を患っている人々の長寿と自立を促進する機能的なエクササイズです。

握力を使ってスプーンの缶を開けたり、車のドアの鍵を開けたり、コンロから鍋を持ち上げたり、あるいは一日中座位であった状況から立位をとったりと、ウエイトトレーニングを安全かつ効果的に取り入れることで、関節の安定性が向上します。

さらには、軽いウエイトを取り入れることで安定筋が強化されるため、転倒のリスクも減ります。

関節炎のためのウェイトリフティングのベストプラクティス

ウエイトトレーニングは関節炎の痛みを軽減し、トレーニング成果を向上させることが証明されている介入です。

安全にトレーニングするためのヒントは以下の通りです：

セラバンドやチューブといった抵抗器具を試す：

ウエイトを持つ必要性をなくし、指、手、および手首の負担を軽減することができます。

ウェイトマシンを利用する：

ウェイトマシンを利用することで安定性が増し、抵抗をコントロールする

ことができるため、怪我を防ぐことができる。

軽いウエイトから始める：

軽いウエイトを使い、ゆっくりとコントロールされた動きで、少ない回数で行う。軽いウエイトは可動域と柔軟性を高めるのに役立ちます。

さらに、運動を始める前であっても、関節や筋肉をほぐすためにトレーニング周辺部を温めることは、硬くなった関節の痛みを和らげるのに効果的です。

可動域の評価と改善を目的とした動きも、重量を加える前に、ゆっくりと少しずつ荷重していきます。

バイセプスカールを行う際は手首や肘の関節を酷使しないよう、小さな缶や水筒のようなウエイトから始め、ゆっくりとした基本的な動きで行います。

関節は不快を感じるかもしれませんが痛くはないはずです。また、運動後に関節を氷で冷やすと、腫れや不快感を軽減できます。

生活の質を向上させ、関節炎の症状を軽減するための安全で効果的なエクササイズといえば、ウエイトトレーニングは素晴らしい選択肢です。

とはいえ、メディカル・フィットネスや高度な資格を持つフィットネスの専門家に依頼する前に、医師の正式な許可を得ることも重要です。

筆者紹介

クリスティン・コンティメイ(M.Ed.)は、国際的に認定されたフィットネス教育者、講演者、ベストセラー作家、コンサルタントであり、コンティ・フィットネス&ウェルネスLLCのCEOです。フィットネス業界20年のベテランであり、関節炎フィットネススペシャリストコース、慢性疾患フィットネススペシャリストコース等を執筆し、摂食障害フィットネススペシャリストコースと整形外科フィットネススペシャリストコースも共同執筆しました。The Two Fit Craziest & A Microphone Podcastの共同ホストを務め、TFC Productions, LLCのCOOを務めています。



ISSUE

フィットネス関連

ニュース

「Aさんが通うのは、コナミススポーツが60歳以上を対象に運営している「OyZ（オイズ）運動スクール」だ。「足腰強化コース」と「脳活性化コース」があり、理学療法士やフィットネストレーナーが監修した高齢者でも無理なくできる運動メニューを1回60分こなす。初期費用は6600円で、週1回なら月会費が6050円から。全国50カ所以上のコナミススポーツクラブで実施している。

シニア層が健康で充実した生活を送れるようにすることを支援するサービスは増えている。介護事業を手がけるSOMPOケアは2022年3月、様々なニーズに応じてオーダーメイドでサービスを提供する「いきガイド」を始めた。高齢者が日々の生活で困っていることや楽しみにしていること、やってみようことなどの相談に応じ、プランを作成したり、外出にスタッフが付き添ったりする。

たとえば東京都内に住む70代の男性Bさんの場合、「クラスグループのコンサート

に行きたい」という要望に応じてスタッフがチケットを手配し、コンサートに付き添った。いきガイドの基本料金は30分3300円で、このほかに交通費やチケットなど外出時の実費が必要。Bさんのケースでは合計5万5000円ほどの費用がかかったという。

高齢期に体力が低下したり、重い病気になったりした際に受けられる生活支援としては公的介護保険サービスがある。原則として65歳以上の人が、要介護や要支援の認定

を受けた場合に介護サービスを受けられる。在宅介護では要介護度に応じて1カ月当たりの支給限度額が決まっており、その範囲内で必要なサービスを利用する。費用は所得などに応じて1〜3割の自己負担で済む。

ただ、介護保険で利用できる範囲は限定的だ。たとえば調理や洗濯といった生活支援をする訪問介護では、要介護・要支援の認定を受けた本人のための洗濯などは保険でカバーするが、同居家族の分は対象外になる。介護保険は

最低限の生活支援を目的とするため、高齢者の生活の質（QOL）を高めるには十分な面がある。

そこで選択肢になるのが、介護保険外で生活支援サービスを利用することだ。費用は全額自己負担になるが、要支援・要介護の認定を受けている人だけでなく、自立した生活を送っている人でも利用できる。いきガイドのサービスを提供する専門拠点、SOMPOケアいきガイド世田谷（東京・世田谷）の片岡陽シニアリーダーは「介護は

高齢者向け生活支援サービスのイメージ



(注) SOMPOケア「いきガイド」の例

介護保険サービスと生活支援サービスの違い

	介護保険サービス	生活支援サービス
対象者	要支援・要介護認定が必要	認定がなくても利用可能
目的	最低限の生活支援	生活の質を高める支援
費用	自己負担は1〜3割	全額自己負担

生活支援サービスを提供する企業の例

運営会社 「サービス名」	サービス例	料金
コナミススポーツ 「OyZ運動スクール」	理学療法士などが監修した運動メニュー	初期費用6600円。 月会費6050円から
ニチイ学館 「ニチイライフ」	家事代行や外出付き添い	週1回以上利用で 1時間当たり 2860〜3960円
東急イーライフデザイン 「ホームクレール」	介護予防体操や絵手紙講座	月会費550円、 1クラス当たり 1000〜3000円
ワタミ 「ワタミの宅食」	惣菜や弁当の配食を週1日から利用可能	1食600円程度

高齢者、趣味や運動も支援生活に彩り、全額自己負担

千葉県に住む男性Aさん（70）は1年ほど前から、自宅近くのフィットネスクラブで高齢者専門の運動プログラムに通い始めた。「まだまだ元気なつもりだが、足腰の衰えを自覚する機会が増えた。健康寿命をできるだけ延ばすためにも、定期的にきちんと運動した方がいいと考えたと話す。

必要としないが、体力や健康などに不安があるという高齢者のニーズも強い」と話す。

介護保険外のシニア向けサービスとして代表的なのが家事の支援だ。「ワタミの宅食」は顧客の中心が70代で、一人暮らしや夫婦だけの世帯が多い。日替わりで総菜や弁当を届けるサービスは週1日から利用可能で、1食当たり600円程度だ。

ニチイ学館の「ニチイライフ（シニアお手伝いサービス）」は重い物の持ち運びや高いところの掃除など、高齢者が負担に感じがちなものも含め様々な家事を代行する。週1回以上利用の定期プランなら、地域によって1回1時間当たり2860～3960円で利用できる。同社では別途、外出の付き添いなどをする「ニチイライフ（高齢者・障がい者ケアサービス）」も同じ料金で提供している。

趣味を楽しんだり、教養を深めたりしたい人向けのサービスもある。東急不動産グループでシニア向け住宅などを手がける東急イーライフデザ

イン（東京・渋谷）は東京都内と横浜市内でカルチャースクールを開設している。絵手紙やフラワーアレンジメントなどの講座があり、必要な費用は月会費550円と1クラス当たり1000～3000円だ。SOMPOケアのいきガイド世田谷でも、施設内で1回500～数千円程度の様々な教室などを開いている。

いずれのサービスも料金は通常、時間に応じて決まる。利用する際は事前の確認と複数の事業者の比較が大切だ。住んでいる自治体によっては自治体自身や社会福祉協議会などが安い料金で類似サービスを提供している場合もあるので確認しておこう。

（2023年7月1日/日経）

不動産、子育て層に照準 野村不、保育施設を運営

三井不は マンションに学童

不動産各社が子育てしやすい「育住」接近型のマンションやエリア開発を進める。野

村不動産ホールディングス（HD）は保育施設の運営を始める。三井不動産はマンション内で学童保育サービスを提供する。子育て中の共働き世帯を取り込み、不動産価値の向上につなげる。

野村不動産HD子会社の野村不動産ライフ＆スポーツ（東京・中野）はやる気スイッチグループEDと組み、2024年4月に自社が運営するフィットネスジム「メガロス町田」（東京都町田市）内に定員114人の保育施設を開く。店舗を改修し、床面積の1割弱を保育室や子ども用のトイレなどに充てる。

小田急小田原線とJR横浜線の町田駅から徒歩10分以内の場所にある。東京都心や横浜方面に通勤する共働き世帯にとって、帰宅時に子どもを迎えに行きやすい。町田駅周辺エリアには野村不の分譲マンションもある。

三井不動産傘下の三井不動産レジデンシャルは明光ネットワークジャパンと組み、25年5月に竣工予定のマンション「パークシティ高田馬場」

（東京・新宿）の共用スペースで居住者専用の学童サービスを提供する。平日の午後1時から午後7時に定員約20人で児童を受け入れる。

マンションの建物内でサービスを展開するためセキュリティが確保でき、親の送り迎えなしに子どもが帰宅できるメリットがある。料金も明光ネットワークジャパンが外部で提供するサービスよりも抑える。

明光ネットワークジャパンにとっては相場より安い賃料で、一定の所得水準があるマンション購入世帯を囲い込める利点がある。三井不動産レジデンシャルは今後、他の新築マンションにも同様のサービスを導入することを検討する。

共働き層にとって子どもを送迎する負担は重い。住まい選びで、近くに育児サービスや教育関連施設があることを重視する人は多い。

リクルートが22年に首都圏の新築分譲マンションを契約した人を対象に実施した調査によると、子育て世帯の49%

が購入時に重視した項目として「教育環境」を挙げる。「住戸の設備・仕様」（44%）や「地縁のあるエリア」（29%）に比べて高い。

不動産各社は居住マンション内や、近隣に子育て施設があれば、共働き世帯を呼び込め、不動産価値向上につながると関連サービスの導入に力を入れる。大和ハウス工業も三軒葉駅（千葉市）近くで25年に竣工予定の分譲マンションで、共用スペースにキッズルームを設ける予定だ。

ヒューリックも東京都と横浜市で学習塾や体操教室など複数の子ども向け施設を収容するビルを25年に開く予定だ。子育てに費用を惜しまない層を取り込もうとする不動産会社の動きは今後も広がりそう。

（2023年7月5日/日経）

部活外部委託、都内でも 墨田区の中学や都立学校 体験の場拡大ノ 教員負担減

東京都内で公立中学校の休

日の部活動を地域や外部に委託する動きが始まっている。墨田区が剣道やフットサルなどで休日の合同部活動を導入したほか、都立学校でも部活動の地域移行が試験的に始まった。教員の働き方改革につなげるとともに、生徒が多様な部活を体験できるようにする。

「姿勢を正して黙想」。5月下旬の土曜日、墨田区の墨田中学校で剣道部の地域移行体験会が開かれた。初心者から経験者まで区内の中学生が参加。習熟度別のグループに分かれ、墨田区剣道連盟が指導した。「なぜ剣道では左足から座るのか？ 全部意味がある」。初心者には座学から始め、剣道の座り方など基礎から指導した。

墨田区は運動部2部、文化部1部で先行的に地域移行を始めた。5月には剣道部のほかフットサル部でも体験会を開き、6月から本格的に合同部活動として始めた。指導は全国優勝した経験もあるフットサルチーム、フウガドールすみだの選手らが担当。墨田

区の山本亨区長は「生徒たちは初対面の他校の生徒とも会話しながらチームを組んでいた。練習に前向きに取り組み姿が印象的だった」と語る。

文化部でも区内の団体を活用して移行を進める。6月に体験会を開き、7月から本格始動する英語部は、区内にある米レイクランド大学ジャパンキャンパスと連携。同大学の学生や講師と月2回英語を使って交流する。区内の公立中学校10校には英語部がなく、入部者は約40人になった。山本氏は「体験の場を提供することで自身の可能性を広げる場になってほしい」と意義を語る。

部活動の地域移行をめぐって、国は教員の働き方改革や少子化対策として公立中学校の休日の部活動の担い手を外部指導員などに任せる方針を打ち出した。少子化が進む中でも参加者が確保でき、持続可能な部活動の実施を目指す。2023年度から3年間は「改革推進期間」と位置づけ、地域移行による働き方改革を促している。

都も6月、中高一貫教育校などの都立学校で地域移行を試験的に始めた。卓球部や硬式テニス部などで実施する。民間事業者や地域スポーツ団体からの派遣者などが指導にあたる。

地域移行で課題となるのが講師の確保だ。大会の引率や生活指導など必要となるため、苦慮している自治体も多い。渋谷区は区内の中学生が参加できる合同部活動としてデジタルクリエイティブ部などを設置した。23年度は区の社員がプログラミングを教えるなど、区にゆかりのある企業や団体と連携する。

東京都の調査によると公立中学校の22年10月時点の教員の残業時間は45時間以上が半数を占めており、小学校や高校の教員よりも多い。休日出勤を減らし、負担の軽減を図る。

(2023年7月8日/日経)

都、散策マップで運動促進

メタボと予備群

比率上昇で対策

50自治体

511コース掲載

生活習慣病につながるメタボリックシンドローム（メタボ）とその予備群が2021年度の特定健診受診者に占める比率は、関東・山梨の8都県すべてで08年度比で上昇した。各自治体はウォーキングマップをまとめたサイトやスマートフォン向けの歩数アプリを作ったり、フィットネスクラブの利用料を助成したりして、住民の健康作りを後押ししている。

メタボとメタボ予備群を合わせた割合の上昇幅が、関東・山梨で最も小さかったの

メタボとその予備群の比率は関東・山梨の全都県で上昇した			
	08年度	21年度	上昇幅
東京都	26.6%	27.4%	0.8
茨城県	28.8	30.7	1.8
神奈川県	26.3	28.5	2.3
埼玉県	27.1	29.8	2.7
千葉県	27.1	30.1	3.1
栃木県	27.2	30.5	3.4
山梨県	24.5	28.0	3.4
群馬県	26.5	30.2	3.6

(注) 上昇幅は小数点第2以下で四捨五入
(出所) 厚生労働省「特定健康診査・特定保健指導の実施状況」

は東京都だった。都は13年に策定した「東京都健康推進プラン21（第二次）」に沿って健康的な生活習慣づくりの推進に取り組んでおり、普及啓発パンフレットを作成し食生活の改善や日常的な運動を呼びかけている。

都内の各区市町村が健康づくりの視点から作成したウォーキングコースを掲載するサイト「トーキョーウォーキングマップ」を16年から運営。7月時点で50自治体の511コースを掲載している。

消費カロリーの目安やコース上のおすすめスポットを紹介、所要時間や鉄道路線、散歩目的に応じてウォーキングコースを検索できる。

都は24～35年度の計画策定に着手した。データを活用し健康改善を促す「データヘルス計画」に基づく保険事業に取り組み自治体に交付金を交付する方向で議論する。

一方、車社会で県民が運動不足になりがちな群馬県は21年6月、スマホに1日の歩数などの生活習慣を分かりやすく表示して改善を促す県公式

アプリ「G-WALK+（ジーウォークプラス）」をリリースした。18歳以上の県内在住・在勤者などが対象で、利用者は約4万6000人に達している。

少ない歩数や高い喫煙率、野菜摂取量の少なさなど、県民特有の生活習慣の改善に焦点を当ててアプリを設計している。歩数や食生活の記録、クイズへの回答などに応じてもらえるポイントをためれば、健康関連商品などが当たる抽選に申し込める。

県によると、利用者の3割で1日の歩数が平均2000歩ほど増える効果が得られているという。企業や団体単位で登録し対抗戦に参加することも可能で、現在は約80チームが登録している。県の担当者は「アプリは無料で利用できるもので、従業員の健康対策として中小企業などにも積極的に使ってもらいたい」（健康長寿社会づくり推進課）と話している。

栃木県那須塩原市は09年度から、市民がフィットネスクラブなどで健康づくりをする



東京都は都内のウォーキングコースをまとめた（東京都台東区）



群馬県はスマホ向けの健康作りアプリ「G-WALK+」を導入した



栃木県那須塩原市は専門家の運動指導を市民が受けやすくしている

秋田の

新県立体育館整備、 官民連携の

3手法導入検討

契約し、整備や運営に民間事業者のノウハウ、柔軟な発想を生かす手法だ。

負担付き寄付は民間事業者が整備する施設の全てか、一部を現物で自治体に寄付する代わりに優先利用権を得られる仕組み。自治体は整備費を抑えられ、事業者はホーム施設を確保できたり税負担を軽減できたりする。ネーミングライツでは自治体は命名権収入を整備運営の財源にでき、事業者は知名度向上などにつながる。

委員会は今後、体育館が対応できるスポーツ競技を絞り込むほか、使用料も検討す

秋田県は13日、新たに整備する県立体育館の基本計画案を話し合う委員会で、活用を検討するPPP（官民連携）の手法について明らかにした。PFI（民間資金を活用した社会資本整備）、スタジアム整備などで普及している「負担付き寄付」、ネーミングライツ（命名権）の3手法をいずれも導入する方向で計画している。

PFIは自治体が施設に求める水準を示したうえで設計から施工、運営までを担う特別目的会社（SPC）と一括



老朽化が進む秋田県立体育館（秋田市）

る。県は委員会の話し合いをもとに8月中をメドに基本計画案をまとめ、9月議会に報告する。

新県立体育館は秋田市中心部の八橋（やばせ）運動公園内で建て替える案を軸に検討しており、2028年秋の開館を目指す。

（2023年7月13日/日経）

ルネサンス、

子どもの運動教室

24年3月までに30店展開

フィットネス大手のルネサンスはジム内で開く子ども向けの運動教室「KIDS FIT（キッズフィット）」の本格展開を始めた。7店で試験導入していたが7月に14店に拡大。2024年3月までに約30店に広げる。新型コロナウイルス禍で子どもが思い切り運動できる環境が限られていたことから需要が拡大。収束後も需要が見込めるとして導入店を増やす。

23年6月上旬、東京都江東区で開かれたキッズフィットを訪れると、小学1〜3年生

の男女5人が体を動かしていた。高く跳びはねる運動をしたり、高低差のあるブロックの上を歩くゲームなどをした。全ての運動が終わると、コーチが「きょうはどんなことを頑張れた?」「前回よりできたところは?」と尋ね、子どもたちが手を挙げて発表していた。達成感や成長を実感させ、自己肯定感の向上を促す狙いだという。

参加した都内の小学2年の女児（7）は「ボールを思い切り投げられて楽しかった」と振り返った。幼稚園教諭の母親（43）は「通い始めてから、もともと得意じゃなかった運動を楽しいと言うようになった。将来何に興味を持っても対応できるように、体の基本的な動かし方を学べる運動をやらせてあげたい」と話した。

キッズフィットは4〜12歳が対象の運動教室。ルネサンスのジム内で1回1時間の教室が月4回開かれる。片足跳びや四つんばい歩き、ボールを使った遊びなど全身を動かす運動を6種目ほどこなす。8〜15人の子どもに対し、コーチは2人で、全体の指揮と積極的な声かけと役割を分担している。

基礎的な運動能力を高める



高低差のあるブロックの上を歩くゲームで汗を流す子どもたち



運動中に子どもたちに声をかけるコーチ

ほか、やる気を引き出す「コーチング」を通じて自信や自発性を育むことを重視する。料金は月額6820〜8800円で店舗により異なる。22年9月から試験的に都内や名古屋市内の7店で導入していたが、7月に入り、岐阜県や大阪府内などの7店にも広げ、14店体制とし、本格展開を始めた。今後とも出店を増やし、24年3月までに約30店に広げる。

キッズフィットを始めた背景にあるのは、コロナ禍でも子どもの運動意欲が旺盛だったことだ。小学校での体育ではマスクを着用したり、

「密」を避けるための制限がかけられたりして、思い切り運動することが難しかった。このため、子どもだけでなく、子どもの運動能力の低下を心配する親からの需要も高かった。同社の水泳教室では、コロナ禍で遠ざかった会員の回復が大人より子どもの方が早かった。

ただ、同社はコロナ禍による会員離れなどで21年3月期の連結最終損益が87億円の赤字となり、業績が厳しいためすぐには大規模展開できない事情があった。そこで、まずは試験的に始めることにした。

指導方法は社員が発育に関する研究を学びながらマニュアルを作成し、ロールプレイングを繰り返して改善してきた。コーチングをより重視するため、運動プログラムはスポーツ施設のコンサルティンクのものを採用した。

保護者からは「以前より諦めなくなった」「自信がついて積極的に取り組み始めた」など、単に運動の機会が得られたというだけではない評価

の声があがった。コロナ禍の収束後も需要は根強いと判断し、本格展開を決めた。

キッズフィットを担当する同社の池上裕士さんは「子どもの運動能力の低下を防ぐだけでなく、何でもやってみよう」と意欲的な子どもたちを育てる一助になりたい」と話している。

(2023年7月16日/日経MJ)

夏休み、 子どもの熱中症に注意 大人よりリスク、 水分補給を

全国の多くの小中学校で夏休みが始まる。子どもたちが屋外で遊んだり、長時間にわたって部活動やクラブ活動に取り組んだりする機会も増えるだろう。気をつけたいのは熱中症だ。国立成育医療研究センターの植松悟子副院長に子どもの熱中症の予防や対策について寄稿してもらった。

◇

子どもは大人と比べて熱中症になりやすいと言われている。その理由として(1)基

礎代謝が高いため、熱を生みやすく体温が上がりがやすい

(2) 汗をかく量が少なく、

体温調整機能の働きが弱い

(3) 筋肉が少なく脂肪が多いため、大人と比較して体重当たりの体表面積が広く気温の影響を受けやすい——ことなどが挙げられる。

子どもは身長が低いいため、地面やアスファルトの照り返しの影響を受けやすい。屋外では大人が感じる暑さよりも、さらに高温の環境にいると考えていい。

子どもの中で最も熱中症になりやすいのは乳幼児だ。典型的な症状があるわけではないが、ぐったりしている、食欲がないなどの異変があれば熱中症の疑いがある。

乳幼児が体調不良を訴えることは難しいが、世話をする大人が周囲にいることで、軽症のうちに涼しい場所への移動や水分摂取により回復していることも多いのではないかと。

一方、熱中症の疑いで受診する子どもの平均年齢は9〜10歳くらいだ。倦怠(けんた

熱中症を防ぐための活動に関する目安

暑さ指数	日常生活(日本生気象学会の指針)	運動(日本スポーツ協会の指針)
危険 (31以上)	外出はなるべく避け、涼しい室内に移動する	特別の場合以外は運動を中止する。特に子どもは中止すべき
厳重警戒 (28以上31未満)	外出時は炎天下を避け、室内では室温の上昇に注意する	激しい運動や持久走など体温が上昇しやすい運動は避ける。10〜20分おきに休憩をとり水分・塩分を補給する
警戒 (25以上28未満)	運動や激しい作業の場合は定期的に十分休憩を取り入れる	積極的に休憩をとり適宜、水分・塩分を補給する。激しい運動では、30分くらいおきに休憩をとる

(注)環境省熱中症予防サイトにに基づき作成

子どもの熱中症の予防と対処

 水分補給	一度に大量の水を飲むよりこまめな補給を。脱水症の予防にもなる
 外出時の服装	ゆったりとして通気性の良い服が適している。帽子をかぶるのも効果がある
 体調不良のときは注意	風邪が治った直後などのほか、暑さに体が慣れていないときになりやすい
 症状が軽度の場合	涼しいところに移動して寝かせ、少しずつ水分を取って休ませる
 医療機関の受診	応急措置で改善しない場合は受診を。意識障害や全身のけいれんの症状があれば救急車を呼ぶ

(注)植松さんの寄稿に基づく

防の大きな柱となる。

まず外出や運動に適した環境かどうか確認することが大事だ。環境省は「熱中症予防情報サイト」で、湿度や気温などの指標に基づく暑さ指数を公表している。全国各地の暑さ指数を調べることができる。

暑さ指数が31以上の場合、日本生気象学会の指針では、なるべく外出を避け涼しい室

内に移動する目安となる。日本スポーツ協会の指針は運動を原則禁止としており、参考にしてほしい。

運動では、こまめに休みをとることが重要になる。同じ時間、練習するのであれば、短時間でも休みをとったほうが熱中症になりにくい。体育館などの室内でも熱中症のリスクがある。

水分補給は、本人が「喉が

「渇いた」と感じたときには、既にかなりの水分が失われていると考えたほうがいい。一度に大量の水を飲むよりも、こまめに補給することを勧めたい。

乳児であればミルク、麦茶などでも、子ども用イオン飲料でもよい。小学生以上では、汗をかくことや運動をすることも多く、塩分が含まれるイオン飲料が推奨されている。十分に水分を摂ることは、脱水症の予防にもなる。

部活動やクラブ活動の指導者は休憩や水分補給の機会を、例えば15〜20分ごとなどこまめに確保し、子どもの体調管理に目配りしてほしい。

外出時の服装も気をつけた点だ。熱を吸収しやすい黒色などは避け、白色など明るい色を着用するのが望ましい。また、ゆったりとして通気性の良い服が適しており、重ね着はしないよう心がけてほしい。帽子をかぶるのも効果がある。

熱中症は、体調が優れない場合に、よりなりやすくなる。風邪が治った直後など

には注意が必要だ。また寝不足、食事を抜いたりするのも影響し、暑さに体が慣れていないときにもなりやすい。

暑さに慣れるまで、小学生は1〜2週間程度、中学生は4日程度かかるとされる。屋外でのイベントに参加する予定があれば、少しずつ体を慣らしておくことが大切である。

熱中症の症状は軽度なものから重度なものまである。軽度であれば、涼しいところに移動して寝かせ、少しずつ水分を取って休ませる。わきの下や首など太い血管のあるところを冷やしたり、冷たいタオルで体を拭いたりするのも有効だ。

こうした応急措置で多くの場合は回復する。症状が改善しない場合や悪化する場合には医療機関を受診してほしい。救急車を呼ぶ目安となるのは、意識障害や全身のけいれんの症状だ。特に意識がもうろうとしているなど少しでも意識状態がおかしければ、早い受診が必要となる。

熱中症は、ときに多臓器不

全などによって命の危険性もある。子どもたちが楽しい夏休みを過ごせるよう十分に対策を取って熱中症を予防してほしい。

(2023年7月18日/日経)

減りゆく学校プール 進む外部施設利用 製造大手

「ヤマハ発動機」撤退へ

学校向けプール製造の最大手「ヤマハ発動機」(本社・静岡県)が、プールの開発・製造から撤退すると発表した。民間利用が進むなど学校が自前の施設を必要としなくなり、需要が減りつつあることが背景にある。撤退で新設の動きがさらに鈍化する可能性もあり、専門家は子どもの水泳教育への影響を懸念する。

ヤマハ発動機はプール事業の営業活動を来年3月末で終了する。設置工事も2027年度末までで終える予定だ。納入済みのプールの保守点検は継続する。

撤退について担当者は「少

子化で学校の統廃合も進んでいるうえ、水泳授業を民間の施設で行う学校も増えてきている。今後需要が伸びる要因がないと見込んだ」と話す。

同社はボートの船体製造の実績をいかし、軽量かつ高強度のFRP(繊維強化プラスチック)製のプールを1974年に製品化した。2022年末の累計で学校やレジャー施設向けの「スクールプール」(20メートル以上)を6581基納入。同年の国内シェアはFRP製で94・3%、金属製なども含めた全体でも約50%を占めた。

小中高校などのプールは近年、大きく減っている。スポーツ庁の「体育・スポーツ施設調査」によると、ピークの1990年は屋内と屋外の合計で3万1281カ所あったのに対し、直近の2021年は2万4864カ所。小中学校の数に対する割合も90年の75%から、近年は70%程度前後に低下。この中には、老朽化などで使っていない施設が計上されている可能性もある。背景には、そもそも学校

にプールを備える必要がないことがある。文部科学省によると、小中学校や高校に必要な施設を定めた省令には水泳場についての規定はない。学習指導要領では小学校と中学1、2年生で水泳の実技指導が必修とされているが、自校のプールで授業しなければならぬ決まりはない。

「適切な水泳場の確保が困難な場合」は座学のみでもよいとされている。学校では校外の施設を借りて水泳の授業をする動きが相次ぐ。14日、東京都葛飾区の民間スポーツ施設で、区立鎌倉小学校の6年生約40人が水泳の授業を実施した。子供たちは施設のインストラクターから指導を受けながら、熱心にクロールの手の動かし方などを確認していた。担任はプールサイドで見守った。同区では昨年度から、区立小中学校73校のうち12校が民間施設で授業を実施する。今年度は24校に広げた。区教育委員会の担当者は「民間の屋内プールであれば天候に左右されずに計画的な水泳の事業ができる」と話

す。

区教委の試算では、学校に屋外プールを設置するには建設費に約2億2千万円、光熱水費などの運営経費が1校につき年間234万円ほどかかる。一方、民間施設を使用する場合は、実施回数にもよるが1校で年間550万〜770万円程度（移動のためのバス代も含む）という。埼玉県志木市は20年度に小学校で民間施設を利用し始め、22年度には全8校に広げた。担当者は「長期的に見れば新設よりも費用を抑えられる」と話す。一方、学校に自前のプールがないことで子どもに影響が出た例もある。

北海道函館市では今年度、市立小学校全39校での水泳の授業が中止になった。プールのない20校の児童はプールのある学校に行き、授業をする計画だったが、バスの運転手が確保できず、児童の移動ができなくなったという。市教委がプールのある学校に意向を確認したところ、「教育格差が生じかねず、事業を見合わせる」と回答したため、全

校での中止を決め、座学で対応した。

(2023年7月21日/朝日新聞)

北海道国立大学機構

健康データ管理アプリ

開発

新興第1号に

エイチスリー

小樽商科大学など北海道内3国立大を運営する北海道国立大学機構（北海道帯広市）は、機構発スタートアップ第1号にヘルスケア事業を手掛けるエイチスリー（札幌市）を認定した。医師が指示した運動療法を基に、スポーツジムが個人の運動プログラムを作成。エイチスリーは個人の健康データを管理するアプリケーションを開発し、各事業者に利用を促す。

エイチスリーは4月に設立。北海道で介護事業を手掛けるさくらコミュニケーションビス（さくらCS、札幌市）が国立大学機構と2022年度から進めてきた共同研究の成果を事業化した。社長にはさくらCSの中元秀昭代表が

就き、大学機構に属する小樽商科大学と北見工業大学の教員も取締役に加わった。

エイチスリーはジムの法人顧客を対象に、従業員の健康増進につなげたいというニーズをくみ取る。23年度中に主に中高年層を対象に身体測定を進め、データを病気予測に活用する。

エイチスリーはオカモトホールディングス（帯広市）傘下でスポーツジム「JOYFIT」を運営するオカモト（同）と連携。早ければ24年度にも北見工大と共同で専用アプリの開発に着手し、歩数や脈拍といったデータを集約する。

中元社長は「高齢化社会にあり、不健康な人が増え続ければ社会保険制度が崩壊する恐れもある」と述べ、事業により健康寿命の延伸を目指したいとしている。

(2023年7月25日/日経)

「スポーツで

社会課題解決」新会社

山形県新庄市に「スポーツの力で社会課題の解決を目指す」とする新会社リンクスが誕生した。8月にクラウドファンディングで1000万円を目標に資金を集め、10月に幅広い年齢層を対象としたスポーツ塾を開設する。2024年度には総合型地域スポーツクラブの設立も計画している。

社会人のサッカークラブなどを主宰していた今田康平さんと栗田伸一さんが今春出会い、スポーツを通して住民の体力向上や健康寿命増進、コミュニティの活性化を目指したい、と意気投合した。同市などで地域課題解決型ビジネスの創出に取り組む山形県の「JOYFIT（よりあい）プロジェクト」や新庄商工会議所の支援も受けて、7月に会社を設立した。

スポーツ塾は市内の空き店舗をリノベーションして活用する。子どもには遊びと運動を合わせたメニュー、大人には体幹トレーニングの場などを提供する。スポーツクラブは会員に様々な競技に親しむ機会を提供するほか、将来的には高校などの部活動の地域

移行の受け皿も目指す。初年度に200〜300人の会員獲得を目標にする。

(2023年7月26日/日経)

ルネサンスが賃上げ

平均5%、

アルバイトも対象

フィットネスクラブ大手のルネサンスは26日、7月からベースアップ（ベア）と昇格・昇任による昇給を合わせた平均5%の賃上げをすると発表した。足元の物価上昇に対応して従業員の生活を支え、現場の士気向上につなげたい考えた。

対象は社員約1500人。賃上げ5%のうちベアの割合は2・23%という。10月からはスポーツクラブで働くアルバイトスタッフの時給を全国一律で30円増やす。アルバイトの対象は約4000人に上る。賃上げに伴うコスト増は業績に織り込み済みという。

ルネサンスは光熱費などのコスト上昇を反映し、7月に会員価格を値上げしている。

(2023年7月27日/日経)