

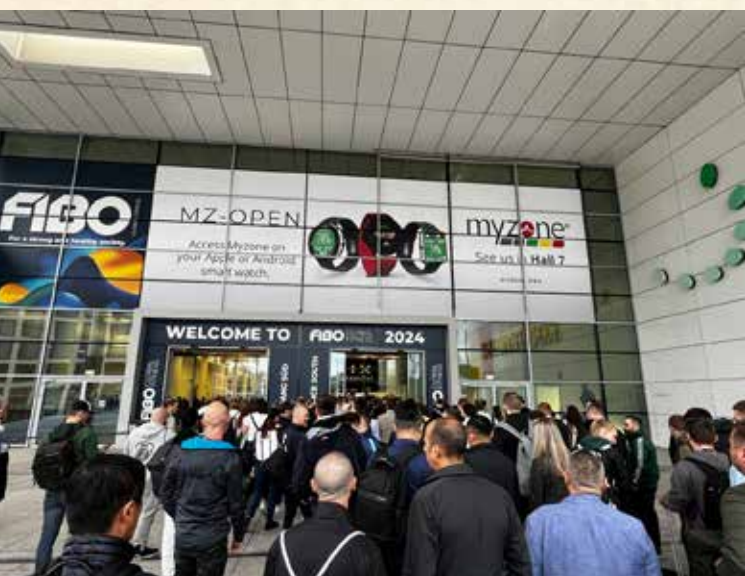
Fitness Industry Association NEWS

2024年（令和6年）6月13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/



フィットネス産業海外市場の今 ～世界最大のフィットネス展示会FIBOから見えてきたトレンド～



会場となったケルンメッセはビックサイトの約2.5倍の広さ
写真提供◎TSO International株式会社

世界最大のフィットネス&ボディビルのコンベンションであるFIBOが、ドイツのケルンにおいて今年も盛大に開催（4月11～14日）された。FIAでは、情報収集や世界各国の関係者とのコミュニケーションを図ってきた経験値から、この一大イベントの大きさのみならず、多様性について注視し続けてきた。

そこで今号では、今年のFIBOに参加された、SPORTECの代表であり、またスポーツ健康産業団体連合会の会長でもある佐々木剛氏にご登場いただき、貴重な情報を共有いただくと同時に、これからのフィットネス産業の発展のヒントを得たい。

（聞き手◎松村 剛／FIA事務局長）

インバウンドの需要増などもあり、多くのサービス産業がコロナ禍からの脱却、そして成長の軌道を描き始めている今日において、フィットネス産業全体としてはいまなお厳しい状況が続いている。一方、同じフィットネス産業に関するグローバルの状況に目を向けると、コロナ禍以降、スピード感をもった再編が進められているように見える。

アメリカに本部を置くフィットネス産業団体であるIHRSAは、今年度

から団体名をHEALTH & FITNESS ASSOCIATIONに変更し、業界団体としての役割や目指していく方向性、そしてステークホルダーに対する概念などを大きく見直し、コロナ禍以降の新たなフィットネス産業の発展性の軌道修正を図った。

また、フィットネスジム「Orangetheory」と、世界中に展開する「Anytime Fitness」の対等合併による業務提携によって、年間売上35億ドル、50以上の国と地域に約



佐々木 剛氏

（TSO International株式会社 代表取締役社長）

7,000店舗の規模の新たなビジネスモデルが出現するなど、画期的でスケール感のある変化も珍しくないようである。

日本のフィットネス産業においても、コロナ禍前から続く従来の取り組みを踏襲する流れでは、経営の好転を期待することは厳しいと考えられ、新たな市場の創造という方向に目を向けていく姿勢は、既に必須事項となっているのではないだろうか。

そうした状況の中で、世界最大のフィットネス&ボディビルのコンベンションであるFIBOが、ドイツのケルンにおいて今年も大きな規模で開催（4月11～14日）された。コロナ禍前においては、FIAもFIBOに積極的に足を運び、情報収集や世界各国の関係者とのコミュニケーションを図ってきた経験値から、この一大イベントの大きさのみならず、多様性について注視し続けてきた。

このコンベンションの特徴は、まず開催がドイツ、つまりヨーロッパであるということ。ヨーロッパはユーラシア大陸の西側の広大なエリアであるが、アジアとも陸続きである。ヨーロッパ、アジアの広大なフィットネス市場には、民族や文化の多様性を背景として、フィットネスというサービス提供においても多様性があり、FIBOはそれらが一堂に会する奇跡的なショーケースと位置付けられる。

今年開催されたFIBOの状況はどうだったのか。そこから見えてきたフィットネスの新しいトレンドはどのようなものか。そして、日本のフィットネス産業がそうしたトレンドから学べることはどのようなことか。さらには、実際にフィットネス事業に取り組みされている皆様の事業発展の種（シード）となるような原石はあったか。

そこで今号では、今年のFIBOに参加された、日本のフィットネス産業を牽引する重要な役割を担う



一般デーは展示会場全体が人で埋め尽くされ、老若男女のフィットネス愛好家がイベントの参加や購買、マシンを体験した

SPORTECの代表であり、またスポーツ健康産業団体連合会の会長でもある佐々木剛氏にご登場いただき、貴重な情報を共有いただくこととなった。佐々木氏のこれまでの経験値、立ち位置、そして視座をもって「見て・感じられた」貴重な情報から、これからのフィットネス産業の発展のヒントが得られれば幸いである。

アジア系の国々からの 出展が増加

——聞くとところによると、今年のFIBOはコロナ前の活況を取り戻していたようですが、実際に現地を訪れた佐々木さんの目からご覧になってみていかがでしたか？

佐々木 規模的にもまた来場者の数も、もう完全にコロナ前と変わらない状況に戻ってきていたという印象を受けました。そんな中で、コロナ以前と大きく異なっていると感じたのは、アジア系の来場者が相当数増えていたということです。あくまでも私の肌感覚ですが、来場者の約2割を占めていたのではないのでしょうか。ダイバシティ（多様性）という観点からいえば、国を越えて世界各国にフィットネスというサービス産業が根付き始めていることを実感したコンベンションでもありました。

——全体的な傾向として、これまでとの違いのようなものは感じられましたか？

佐々木 やはり盛り上がっていたのは、どのフロアでもコンペティション関連のイベントでした。また、例年以上に関心が高かったのではないかと感じたのがサプリメントの体験会です。コロナ禍を経て、免疫力や腸内環境の改善などに対する食品の有用性について、あらためて見直されるという傾向に拍車がかかっているのだろう、と思いました。一方、マシンのほうはというと、こちらのほうは“いつも通り”安定した存在感を示していたという印象です。——日本国内では中国、韓国、台湾のマシンが台頭しつつありますが、FIBOでもやはり同じような状況だったのでしょうか？

佐々木 これも私の肌感覚でいえば、約3割はアジア系の国々が出展されていると感じました。2019年のときは1割にも満たなかったアジア勢がたった5年間で、広大なブースを構えるに至り、約3割に増えていたというのは、ある意味、衝撃的でもあり、しかも製品のクオリティも高く、今後のマシン市場はアジア勢が中心になって展開されていくのではないかとこの予感さえ覚えたほどです。

——それはコストパフォーマンスの面でも？

佐々木 おそらく最初の入り口はコストになると思います。ただ、今後、そのコスト面がテクノロジーの進化というものに置き換わっていくと、やはりより良い製品を…という観点で選択する方々は増えてくるはず。したがって、最終的には中国、韓国、台湾もおそらく、その方向に倣っていく可能性は十分あるだけに、決してコスト面だけで突き進むことはないと考えます。特に韓国の場合は、スマートフォンやエンターテインメントに代表されるK- Power、K-POPが、すでに私たちの生活に

も身近になっている状況だけに、この分野においても確実に浮上してくるのではないのでしょうか。

——コロナ禍では、AIを活用した映像系のレッスンなどが急速に普及していましたが、FIBOでもその傾向は続いていましたか？

佐々木 AI系のマシンの数は、それほど増えているという印象はありませんでした。むしろ、従前のようなマニアが好むようなマシンのほうが増えていたような気がします。

——紆余曲折を経て、最終的に行きつ

くところはやはりアナログの世界…。

佐々木 そう思います。私は、トレーニングには2つの効果があると思っています。一つは、身体を鍛えることによって得られる実質的な身体に対する筋力アップや筋肥大などの効果。もう一つは、トレーニングを実施しているときの高揚感のようなものを得られるという効果。そう考えると、電子制御によるAIマシンよりも、一つ一つウエイトをかけていくアナログ感のほうが好まれるという傾向はやはり一定数あると思います。

——日本の市場でもピラティスが伸びており、ヨガの人気も堅調のようです。冷静に考えるとすべてアナログ。しかも超アナログです（笑）。結局のところ、コロナ禍を経て、対面指導の必要性や重要性といったものもあらためて見直されたといえるのかもしれませんが。

佐々木 これまではジムの付加価値を上げるため、ただ単にマシンをたくさん並べておくということだけでも一定のビジネスは成り立ちました。しかし、「ビジネスを育てる」という観点からすると、それによるキャッシュポイントは決して大きくありません。そこに人が介在することによってこそ、より大きな付加価値が生まれてくる…。すなわち、トレーニングを楽しく実施することそのものが、その人にとってのエンターテインメントに昇華され、身体への効果を感じ、ひいては継続率を高めていくということではないのでしょうか。そのためにはアナログに勝るものはないということかもしれません。

FIBOの最大の見どころは ウィークエンドの ファンサービス

——FIBOに足を運ばれて、これを日本でも展開したら面白いかもしれないといったトピックはありましたか？

佐々木 “トレーニング周り”よりも、



各ホール、ブースでイベントを常時開催



チラシ・サンプル配りスタッフは存在せず、試食・試飲の手渡しもなかった

サウナに代表される“スパ周り”でしょうか。ジムやミーティングスペースにサウナを設置するといった提案や、究極系としてはサウナの中でミーティングができるというようなこだわりの提案もあったほどです。要は、「健康になるために、普段からその環境を整えることに意識を向けてみませんか？」という提案なのですが、日本では出合ったことのない面白い発想だと思いました。要は、テレワークルームのサウナバージョンといえるでしょうか。ただ、そういったものを置いたら面白いと思う一方で、汗をかいたら、そのあとどうするんだろう…とよけいなことまで考えてしまいました（笑）。このケースは特異的なものかもしれませんが、それにしてもよくこういった発想が生まれるものだという工夫製品を探し求めるのであれば、FIBOではなくむしろ健康博覧会などではないかと思えますね。

——FIBOは4日間にわたる開催で、前半の2日間はBtoB（ビジネスデー）、後半の2日間はBtoBも含めたBtoC（一般デー）だと思いますが、そういった観点からご覧になると、いかがでしたでしょうか？

佐々木 私の場合、どうしても主催者側の視点でとらえてしまうことをあらかじめお断りして申し上げます。おっしゃる通り、FIBOは、BtoB—、すなわちプロダクトを展示される製造業者の方々がディストリビューターの方々に向けて商談するために活用されているエリアと、BtoC—、すなわちイベントを通じて一般のフィットネスファンの皆さんとともにエンゲージメントを高めていこうというエリアとが合体した大規模展示会です。したがって、土日には後者のイベントが加わることによって非常に大きな盛り上がりを見せました。歩けないほどの人いきそれで、もう息苦しさを感じたほどです（笑）。ただし、その土日に限って



アジア系の国々からの出展も相当数増えていた

えば、イベントの煽りを受け、BtoBを主体とするエリアは閑散としている状態でした。

——明暗がくっきりと分かれていた、と。

佐々木 一方で、来場者の数からいえば、やはり土日のほうが圧倒的に多かったですね。これは、フィットネスやトレーニングを実践している方々がしっかり利益を得るための空間をつくれていたという裏返しでもあると思いました。いわゆる、ファンサービスのための空間であり、FIBOにおいては、そういった文化がすでに確立されているという証左でもあるといえるでしょう。

——まさにプラスの好循環ですね。

佐々木 この文化の熟成を感じることがができるのは、FIBOにおけるウィークエンドの最大の見どころといえるかもしれません。5～6万人の来場者がみんなタンクトップを着て闊歩しているのですからね（笑）。そして、こうしたコアな来場者の方々に、自分たちの製品を見ていただき、使っていただくことに対して資金と労力を惜しまない。その姿勢にネット系通販で流通すれば事足りるのではないか、という妥協は一切感じられませんでした。

いまこそ「フィットネスの定義」の再考を

——FIBOの視察を終えて、あらためて日本のフィットネス産業が成長していく上での、課題もしくは提言があればお聞かせください。

佐々木 日本のフィットネス参加率はおおよそ3.4～3.6%といわれて久しい状況です。しかし、日本のフィットネス産業はまだ本来のポテンシャルを發揮しきれていないのではないかと。例えば、美容院の数は全国に26万店舗以上あります。髪が伸びない人はいないから、そこには当然、髪を切って整える人材が求められます。そして、そういったマーケットを見据えて、さまざまなサービスの付加価値——ヘアケアだけでなく、スキンケアやマッサージ、さらにはネイルケアなども取り入れるなどしてさらに伸び続けている状況です。そう考えると、残りのフィットネス未参加率の96%についても、まだまだ開拓の余地は十分にあるのではないかと思います。賛否はありますが、ライザップグループが展開するチョコザップなどは、まさにその典型例といえるでしょう。そういった意

味で、フィットネスの定義が＝（イコール）トレーニング、もしくは身体づくりに集約されていることに課題があるのではないかと、と。したがって、その定義から脱却するという柔軟な思考に向けて努力していくことも求められるのではないかと思います。

——内に向かう集約から外に向けた展開へ、というわけですね。

佐々木 また、日本政府観光局の発表によると、4月の訪日外国人観光客数は、3,042,900 人となり、前年同月比では 56.1%増、コロナ以前の2019年同月比では 4.0%増となったとあります。すなわち、このインバウンド需要なども活用した工夫も考えられるのではないのでしょうか。日本のビジネスホテルや旅館には、ほぼジムは併設されていません。すると、もともと運動習慣のある訪日客は一体、どこでトレーニングをしているのだろうという疑問が湧いてきます。そこで、旅行者をターゲットとしたサービスを展開するというアイデアも売上の確保に期待できるのではないかと。一方で、フィットネスクラブの側からすれば、ロイヤルカスタマーという定義を重要視してい

るため、それによって従前の会員の方々との軋轢が生じかねないというリスクはできるだけ回避したい…。しかし、その足枷を外す努力をしなければ、現状維持以下のままで、残りの96%の開拓に向けたハードルは高いままとなってしまうのではないのでしょうか。

——そのためにも、従来の固定観念からの脱却が求められる、と。

佐々木 はい。だからこそ、頭を切り替えて、フィットネスの定義を、例えば“ボディメンテナンスを含めた身体づくり”という視点に立って考えてみれば、もう少し裾野が広がるのではないのでしょうか。そして、さまざまなサービスをつくっていくことを恐れず、果敢にチャレンジしていくことがフィットネス産業をさらに活性化していくのではないかと思います。一方、フィットネスクラブの場合、会員ビジネスなので、お客様に商品を売り込むというセールス力をあえて封印、もしくは制御しているという意識が働いていることは否めません。ところが、エステなどの世界では、美容部員は“施術”と“売る”がセットとなって、販売ノルマというものも課せられています。

そういった厳しい側面も、2兆円を超える市場を築き上げた一つの背景ではないのでしょうか。振り返って、フィットネスの場合は3000～4000億円という統計がありますが、その差はまさに販売力にける熱量の違いといえるかもしれません。

——最後に、FIBOの状況を踏まえて、今後、SPORTECにおいてはどのような方向性を示していられるのかお聞かせください。

佐々木 FIBOを参考にすると、それと同じような作り方になってしまいますし、FIBO自体、もう40年以上の歴史があり、確固たる文化として根付いています。したがって、我々はFIBOに追いつき追い越せではなく、まったく違うアプローチによってSPORTECを確立していきたいと思っています。そのためのキーワードとなるのが、繰り返し述べている「身体のメンテナンス」。この新しい試みが、SPORTECの、ひいてはフィットネスの、そして日本独自の新たな文化となる道へと導いてくれるのではないかと考えています。

出展社数:981社、来場者数: 129,668人





1 SPORTEC

FIAはSPORTECに特別協力団体として参画しています。本年度は東京・福岡での開催となります。

東京ビッグサイト 7月16日(火)ー18日(木)

マリンメッセ福岡 12月17日(火)ー19日(木)

東京会場におけるFIA×SPORTECセミナー

エントリーはSPORTECホームページ「セミナー・イベント」からお願いします。

<https://sports-st.com/seminar>

(1) (A-2) フィットネスクラブのこれからの時代に対する提言 (90分) 7月16日(火) 13時00分~14時30分

ポストコロナのフィットネス業界においては、新たな業態の多様化が急速に進んでいます。これからの総合型クラブも含めたフィットネス業界がより多くの生活者に活用されるようになっていくためには、お客様の潜在的なニーズをより丁寧に掘り起こし、サービスとして現場にて提供されていくことが非常に重要ではないでしょうか。

そのためには多様な経験や専門性、価値観を取り込み、具現化するプロセスが今後重要であるとされています。企業の存続・発展のためには価値向上やイノベーションを生み出すことが重要であり、その原動力となるのは、女性の一層の活躍も含めたあらゆる人の活躍であるといえるでしょう。

このセミナーでは、これからのフィットネス業界における女性の活躍のあり方にスポットあてて、新たなフィットネスイノベーションの在り方を考えます。

パネリスト

- 望月 美佐緒氏 (株)ルネサンス 取締役副社長
- 本橋 恵美氏 一般社団法人 Educate Movement Institute 代表理事・株式会社 E.M.I. 代表取締役
- 井上トキ子氏 一般社団法人 日本ソーシャルキャピタル協会代表理事・株式会社アージュ代表取締役・『眠りと背骨と股関節』サロン共同オーナー

ファシリテーター

笠原 盛泰氏 アイレックススポーツライフ(株)代表取締役会長・(一社)日本フィットネス産業協会 理事

(2) (A-3) FIAトップセミナー(90分) フィットネス産業これからのための新たな経営戦略を考える 7月16日(火):15時00分~16時30分

FIA加盟企業の各社代表の方々にご登壇いただき、これからのフィットネス産業の発展にかかわる 課題発見や課題解決、あるいは新たな事業領域の創出などに関して様々な視点で掘り下げます。

業態の多様化が急速に拡大するウェルネス産業は、健康づくり、美容、レジャー、マインドフルネス、リカバリーなどあらゆる産業と繋がり、世界のキーワ

ードとなってポストコロナの成長産業となっています。フィットネスに加え新たな事業領域の創造、確立及び付加価値の訴求により成長に向かう各社の取り組みをご紹介しますセミナーです。

この波に乗り、日本のフィットネス産業が大きく次のステップに成長するための道をFIA加盟企業トップによるパネルディスカッション形式で示していくセミナーです。

パネリスト

- 岡部 智洋氏 (株)ティップネス 代表取締役社長
自社で積極的に開発するグループエクササイズプログラムの展開などによる総合型ビジネスモデルの強化、FAST GYM24の継続的展開、さらには企業の健康増進サポート事業の強化など、マスメディアグループ企業の強みも生かしながら多角的な発展を目指す企業の取り組みからの学び
- 小林 利彦氏 野村不動産ライフ&スポーツ(株) 代表取締役社長
やる気スイッチグループへの投資などで、キッズスクール事業の強化をはかることで新たな事業領域の創出、そしてフィットネス事業とのシナジーを育てていく取り組みからの学び。
- 山形 利一氏 (株)オクスベストフィットネス 代表取締役社長
フィットネスクラブの経営で蓄積されたノウハウやシステムを活かして運動部活動地域移管の取り組みに早期から参入して実績をあげられている取り組みからの学び。

ファシリテーター

松村 剛(一社)日本フィットネス産業協会 事務局長

(3) (A-9) FIAセミナー(90分) 支配人(現場責任者)が語るコロナダメージからの店舗業績回復について 7月18日(木):15時00分~16時30分

コロナ感染拡大は沈静化し、社会全体が回復基調にある中、まだまだコロナダメージが色濃く残るフィットネスクラブの現場で、ダメージを乗り越え店舗業績回復を実現した支配人(現場責任者)によるパネルディスカッション形式のセミナーです。

パネリスト

- 佐々木 大斗氏
アイレックススポーツライフ(株) アイレックススポーツクラブGRANDE 支配人
 - 中曽根 有起氏
(株)ルネサンス スポーツクラブ&スパルネサンス経堂 支配人
 - 登壇者調整中
- ファシリテーター
葦沢 靖彦 (一社)日本フィットネス産業協会 FCM事務局 統括マネージャー

2 FIAからの一斉配信メール受信について —FIAからのご連絡を受け取って頂いている皆様へ—

平素よりFIAの活動にご支援ご協力いただき誠にありがとうございます。
FIAから各社窓口ご担当者様などへ一斉配信する際の発信元アドレスは
一般連絡関係はinfo@fia.or.jp
FIAマスターズ連絡関係は masters@fia.or.jp

FCM検定関係は fcm-test@fia.or.jp
とございます。

いずれも受信可能なように設定頂けますようお願いいたします。ネットセキュリティによっては一斉配信メールとしてブロックされる場合があるようです。

フィットネス体カテスト実施事例紹介

去る6月10日(月)、福島県郡山のゴールドジム郡山福島店様において行われたフィットネス体カテストのレポートです。

測定に参加されたお客様は、福島県中小企業家同友会郡山支部の皆様。40歳から70歳までの男女19名の方々です。

ゴールドジム郡山福島店の経営者である、(株)シリアスフィットネス社長、岩佐英明氏がこの同友会にご参加されており、まずは面識のある地元中小企業経営者の皆様にフィットネス体カテストを受けていただくことで体力の状況を知り、その先の運動の必要性への気づきを持っていただくことを目的とされました。

●岩佐氏のコメント

参加された皆様は、運動習慣のある方とない方が混在しており、とにかく「ケガのないよう無理しないで実施しましょう」ということをしっかりと話してから測定しました。

特に立ち幅跳び、反復横跳びは何回もウォーミングアップをしてからの実施を心がけました。中にはトレッドミルを初めて使われる方もおり、慣れるまでのハンディがある点が少し気になりましたので、次回以降はそうした方への配慮も課題かと感じました。

私自身はずっと以前から体カテストの必要性やメリットについては理解しており、クラブを利用されるアスリートや、出張指導する高校の野球部の学生さんたちには、積極的に体カテストを実施していました。

今回は、対応した店舗のスタッフにとっても初めての経験だったので、測定前の予行演習もしっかりと行い、スムーズに対応できたことは今後に向けて大きな収穫でした。

測定に参加された方々も、「ぜひ時間を置いてまた測定を行いたい」というご意志を示していただき、そうしたことから体カテストが運動参加の動機付けになることに期待できると実感しました。

●参加者の感想

- ・学生時代を思い出し楽しかった。
- ・毎年測定したい。
- ・カラダの衰えと自分の体力年齢にショックを受けた…トレーニングしないと!
- ・みんなで測定して楽しかった。
- ・久しぶりに汗をかいた。

以上のように非常に好印象でした。



F C M 検 定 コ ー ナ ー

1

ニューストピックス

FCM検定とJATIの共同企画に伴う特別奨学生のご案内

2020年7月より開始したフィットネスクラブ・マネジメント (FCM) 技能士とJATI (日本トレーニング指導者協会) 認定のトレーニング指導者 (ATI) 資格とのダブルライセンス取得促進、2024年度のご案内です。

本ダブルライセンスについては、トレーニング指導もわかるマネージャー、またはマネジメントもわかるトレーナーの人材育成を目指しています。

そこで、従来、費用も時間もかかるATI (JATI認定トレーニング指導者) 資格取得について、FIA正会員企業従業員(原則技能士)様対象に、講座参加費及びその教材費 (約14万円相当) を免除した特別奨学生を今年度もFIA正会員企業の従業員を対象に募集いたします。

申込みご希望の企業につきましては、各参加者別に別紙

の申込書を記入いただき、FIA検定事務局まで送信願います。FIA検定事務局からJATI事務局に送付します。その後JATI事務局から各申込者にその後の手続きの連絡が行われます。

FIAへの **申込書提出の締め切りは6月17日 (月)** となります。

既に各社ご担当者様にはご案内済ですので、詳細は各社ご担当者にお問い合わせ願います(定員がございます)。

なお、ご不明な点は遠慮なく事務局 蕪沢までお問い合わせ願います。

一般社団法人 日本フィットネス産業協会
検定事務局 蕪沢靖彦
Email :fcm-test@fia.or.jp

2

FCMライセンス取得者にインタビュー

なかた たくや
中田 拓也さん
株式会社イム
イムスカイシップ店
副支配人
FCM2級技能士、
JATI-ATI
(認定トレーニング指導者)



入社前は3年間スノーボードのインストラクター兼競技者として仕事をしていました。日々のトレーニングやコンディショニング等への探求が縁となって、当社に入社しました。

現在は、複合大型店舗の運営に副支配人として従事すると共に、健康プロフェッショナル (社内資格) として会員の皆様が好きで、健康的な日々を過ごしていただけるよう努めています。

FCM3級には入社2年目に受検し合格しました。それまで、自分自身では当たり前と思っていたことが、この仕事の基盤となる大切なことであると学びました。合格後は無意識に行っていたことを指導する立場でもあったので、他のスタッフに伝える上で学習したことが活かされています。

FCM2級は職責が上がることに応じて受検しました。3級に比べて一気に難易度が上がったように思いました。従来担当し

ていなかった業務に関する内容も多くありましたが、副支配人としての業務に直結しており、予算編成管理等多くの面で役立っています。また、支配人も2級技能士であり、2級の知識、技能をベースにコミュニケーションできるため円滑に仕事ができると感じています。

さらに健康プロフェッショナルとしてのレベル向上のため、JATIのATI (認定トレーニング指導者) 資格を取得しました。もともと勉強は苦手なのですが、学習の教材が充実しているため、なんとか最後までやりきることができました。トレーニングに関するエビデンス及び最新の研究結果を基にした内容のため、説得力があり、今後のお客様への指導にも自信を持って取り組みます。

FCM+ATIのダブルライセンスの資格者として、今後も業務に邁進していきたいと思っています。

3

FCM事例

フィットネスクラブ・マネジメント技能士会のご案内

技能士の皆さんが組織を超えてフィットネスクラブ・マネジメントの知識や経験技能を共有し、更なるスキルアップを目指す交流および情報交換の場となるよう、技能士会専用サイトを開設し、以下の8つのカテゴリーに分けて充実した情報を掲載してまいります。

1.技能士の現場実践活動紹介インタビュー

1級～3級技能士のインタビューをまとめたショート動画などを掲載。現場での取り組みや成功事例を共有することで、他の技能士の方々にも参考になる情報です。

2.現場の困りごとと取組み事例

技能士会会員からなるワーキンググループをテーマ毎に作り、現場の困りごとについて意見交換をし、手引きなど作成し共有します。

3.FCM教育ツールの紹介

FCM級別技能一覧、カテゴリー別チェックシート、確認テストを提供。確認テストは技能士会会員のみが利用でき、解答と公式テキスト掲載ページがわかります。施設内人材育成にご利用ください。以下はその例でお試してください。

1級例

営業戦略
「目標設定と必要資源管理。KGI、KSF、KPIマネジメント。」



2級例

人事・労務管理
「雇用者、業務委託者の勤怠管理」



3級例

イベント・企画運営
「イベントの目的、イベント損益管理の基本。」



その他5つのカテゴリー：4.FCM掲示板 5.技能士会会員ネットワーク 6.セミナー等の情報 7.技能士会活動への提案・アンケート 8.関連資料(ダウンロード)

FCM技能士会案内

サイト内の技能士会についてのショート動画及び各情報についてご覧ください。



技能士アンケートのご依頼

オンラインセミナーや現場の困りごとなどのテーマをお聞きしたく、以下のアンケートにご回答願います



2024年6月13日 日本フィットネス産業協会FCM事務局

賛助会員加盟企業

Associate member

美歯口ホワイトニング BIHAKU WHITENING



▶▶▶企業PR

美歯口(びはく)をはじめとした、オーラルケアをお届けする私たち。それは、人々の笑顔をふやしていく仕事だと、シャリオンは信じています。白く美しい歯は、心まで自信を生み出し、とびきりの笑顔をつくってくれる。

歯周病などの予防につながるオーラルケアは、人生に健康な笑顔をもたらしてくれる。だからこそ、誰もがもっと気軽に、毎日の暮らしの中でケアできるように、世界でいちばんの“笑顔のメーカー”としてこれまでにない製品やサービスづくりにチャレンジします。

もっとイキイキと、もっと健康的に、もっとその人らしく、笑顔でいられる日々のお手伝いを。私たちシャリオンは、笑顔を咲かせる会社です。

▶▶▶主要商品・サービス

当社は最先端の歯のオーラルケア製品サービスを企業(BUSINESS)また、顧客(CUSTOMER)へお届けする会社です。

日本国内を中心に最先端の歯のオーラルケア製品サービスを展開する会社です。また、私たちのサービスは国内にとどまることなく海外への展開も進めており、オーラルケア業界の“イノベーター(革新者)”として、ベンチャーならではの新しい発想で、画期的な製品サービスを創り出します。

当社の美歯口製品は、上質なライフスタイルを求める方々に向けて開発されました。一步先行くオーラルケアを体感できる製品ラインナップで、日常の口腔ケアをより快適で効果的なものにします。品質と安全性にこだわり、お客様のニーズに合わせたオーラルケアを提供しています。

また、美歯口ホワイトニングでは、従来の美容業界にはなかった安全性にこだわった成分配合の新サービスを展開しています。潜在的な顧客のニーズを取り込み、消費者が魅力的に感じる商品を提供することで、美しい笑顔を手に入れたい方々の期待に応えています。当社の美歯口ホワイトニング製品は、安心してご利用いただける高品質なオプションです。

【企業概要】

会社名 ● 株式会社シャリオン

代表者 ● 角田哲平

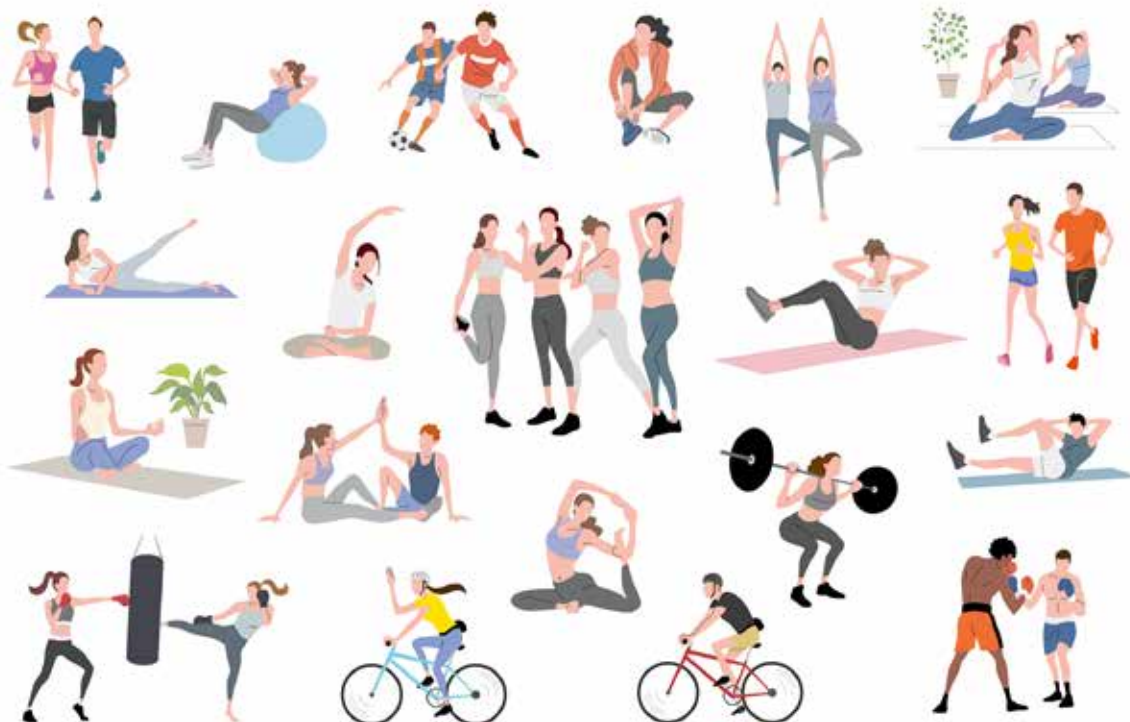
所在地 ● 〒106-0041

東京都港区麻布台1-11-9

BPRプレイス神谷町4F

連絡先 ● TEL:03-6453-7565 Fax:03-6435-2027

URL ● <https://charion.co.jp/>



第228回 FIA理事会議事録

FIAは5月24日(金)第228回となる理事会を開催し、理事監事19名が出席した。

審議・決裁事項

議事1-1 会員入会の件

4月に先行審議した賛助会員入会1件並びに正会員退会1件は承認を得たことが報告された。新たな入退会の申請及び処理について審議を行い、いずれも了承された。

1. 入会

賛助会員

1. 会社名 ベストセクション 株式会社
所在地 埼玉県所沢市
資本金 1,000万円
営業内容 保険代理店、医療・疾病分野情報提供等

2. 退会

1. 正会員

1. 会社名 株式会社 オークウェルネスサービス
所在地 京都市中京区
施設数 1
入会 2005年2月

2. 賛助会員

1. 会社名 ヘルスコンサルティング 株式会社 HEALTH CONSULTING INC
所在地 東京都江戸川区
入会 2002年5月
営業内容 健康・フィットネス人材バンク、労働者派遣業、ノルディックウォーク、健康教室等
2. 会社名 株式会社 明治 スポーツマーケティング部
所在地 東京都中央区
入会 1998年4月
営業内容 菓子・乳製品・食品・一般用医薬品等
3. 会社名 ヤマハ発動機 株式会社 プール管理部
所在地 静岡県湖西市
入会 2006年7月
営業内容 FRPプール製造販売
4. 会社名 株式会社 トゴール研究所
所在地 東京都中央区
入会 2003年12月
営業内容 人工温泉スパシステムの販売

以上新規付議

先行審議による入退会承認の報告。返信数 15 承認数 15

1.入会

賛助会員

株式会社 シャリオン（東京都港区）資本金 1,000万円
歯のホワイトニングマシン販売、オーラルケア商品販売。

2.退会

正会員

アシックス・スポーツコンプレックス 株式会社（東京都江東区）
施設数 2（東京・大阪）営業終了

議事1-2 後援名義使用許可申請

申請のあった賛助会員入会1件につき審議を行い承認された。

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33回大会
会期 2024年7月6日(土)・7日(日)
会場 東洋大学赤羽台キャンパス
内容 テーマ

「スポーツビジネスにおけるソーシャルマーケティング」

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1-3 第37回定時総会議案書審議

事務局より総会議案書案の説明があり、協議の結果総会への付議を承認した。

協議により示された意見。

- * 事業計画では国の政策等の広報周知というだけでなく、業界の要請を発信して行く姿勢も必要。
- * 体力テスト事業は、当初投資への懸念も示されているが、店舗での常時待機形式から出向測定への形態転換を構築する方向とし、これを内容的にも量的にも現実化するものとして健康保険組合連合会との連携事業があり、事業成立を期す。
- * 事業計画・収支計画とともに、それを実現するための組織や体制、加盟企業の役割などを協議する必要もある。事務局に、というだけでは限界もあり、そのテコ入れのための事業収益も必要。
- * 前年実績と予算計画の間にある現実度・実現策も確認する必要がある。
→今年度予算は前例踏襲型でなく、集中すべき事業に絞りつつ赤字を出さない方針で作成している。
- * 決算書。参考収支報告書における予算実績差異額表示のプラスマイナス表示が通常と逆転していることについては説明が必要。

議事2 報告・協議・承認事項

事務局より事業分野の状況並びに今後の予定について説明を行い、必要事項は協議・承認した。

1.一般事業

(1)フィットネス体力テスト進捗状況

- システム利用状況報告(5月20日現在)
5月累計 294件 ●全体累計 5,640件

【今後の発展的事業促進について】

- 利用促進向上に向けての具体的な取り組み(開発)

以下の開発によって、現状の課題を大きく改善し、実施の可能性を大幅に拡張する。

①65歳以上の測定促進に向けた取り組み

▶65歳以上を対象としたスポーツ庁体力テストに対応したLINEアプリの新たな開発

これによって、高齢者向けの測定の安全性が確保されるとともに、スポーツ庁の示す評価も提示され、正確かつ信頼性の高い測定評価とその後の運動指導が実現されることで高齢者の測定受け入れ幅が拡大される。

(参考)65歳以上の測定種目について

反復横跳び／立ち幅飛び／急歩 → 開眼片足立ち／10m障害歩行／6分間歩行

※高齢者のけがの恐れのある種目が置き換わる。

②急歩の代替え測定項目の開発

▶全身持久力測定の急歩に代わる測定項目の開発並びにLINEアプリ上へのシステム反映

昨年の測定実施の大きなボトルネックとなっていたトレッドミル急歩が(仮称)漸増ステップテストに代替えできるようになることで、体力テスト実施のための環境選択肢が大幅に広がると同時に、施設外(出張対応等)での実施におけるフットワークも大幅に軽減されるとともに、測定に要する全体の時間を短縮することが可能となる。さらには係る人員の合理化にも貢献する。

(補足)●漸増ステップテスト(仮称)は既存のSTEP台(20cm～25cm)があれば実施可能と想定。

●定位置でのステップの昇降運動であり測定基準指標は時間であるため、限られたスペースとストップウォッチがあればすぐに実施可能。

●測定時間についてはまだ開発中であるが、現時点で想定されるこの種目の測定期間は最長で8分が仮置きされており、トレッドミル急歩より5分前後短縮される。

③測定種目のみでの評価を可能とする開発

▶現状では6種目すべての実施が前提となっているが、この追加開発によってその時の測定者の新身体的状態で測定不可能な種目であっても、測定した種目に応じた測定評価が可能となるため、安全性を確保したうえでの参加促進を図ることが可能となる。

④健康チェックシートのシステムへの組み込み

▶既存の体力テスト前の安全確保のために欠かせない測定前問診がLINEアプリの最初の手続きに追加されることで、時間と人員の合理化が図られる共に、安全性の担保と社会的に信頼性を向上させる。

●体力テスト実施の必要性と有効性の掘り起こし(ニーズの拡大)

①健康保険組合連合会加盟からの全国の被保険者(潜在2900万人)を対象としたフィットネス体力テスト実施に向けた本格的な要請への対応

▶今年度の健保連支部での実施をもって、来年度には被保険者への健康診断と併せた体力テストの実施に向けた予算確保に駒が進む予定。

▶現時点ですでに今年度の早い段階での支部での実施に関して要請を受けている都道府県は、東京都、大阪府、静岡県であるが今後増えていく予定。

②厚生労働省『エイジフレンドリー補助金』活用提案等を軸とした企業フィットネス事業への活用による収益事業創出の可能性が拡大

③東京都においては昨年よりも規模を拡張し、都民の運動参加率向上の機会創出としてフィットネス体力テストの活用が確定。最終的にはFIA加盟クラブへの測定実施が誘因される。

上記の測定実施のハードルを下げることで新たに生まれる市場ニーズを理解の上、そこに各社の事業戦略によってビジネスバリューをさらに拡張することで、新たな事業創出並びに差別化を図り成長戦略につなげていくことを積極的に提案する。

(2)施設内重篤事故対応策に関する会員企業ヒアリングについて

クラブでの人身重篤事故情報提供を受け、正会員企業に於ける対応策・従業員訓練等についてのヒアリングを行うべく行っている準備について原案が説明された。回答用紙提出ではなく、Webアンケートシステムを使用する。

協議の結果、原案にある事故の詳細事例報告はクラブとして難しく、発生した件数や事故防止対策を問う内容に改訂することとした。

(3)総会付帯イベントについて

総会の付帯イベントとして、健保連様による講演並びに会員交流パーティーを開催する。正会員には総会招集ご案内に予告。全会員へのご案内5月20日配信。

2.検定事業

1 2023年度検定事業収支報告(総会議案内容)を説明。

2 2024年度技能検定委員更新

任期終了者13名について、任期更新手続きのご案内を行い8名継続更新し、4名は交代し新任のご推薦を頂いた。また、任期途中退職した方4名あり。

3 受検促進

- ① 三幸学園のリゾーと&スポーツ専門学校10校の学校責任者及びFCM担当教員掌握、5月21日以降6月7日までに面談及び各校職員会議参加。
- ② 技能士会強化について、6月1日より新しいホームページサイト開設。全技能士(専門学校生除く)への技能士会参加案内メールを同日発信予定。
- ③ 理事企業及び正会員13社の人事担当役員、人事部長との面談実施し、施設責任者へのFCM2級取得促進及び公式テキストVOL.3の活用、店舗配置についてご説明した。引き続き関連資料送付し、提案予定。

4 JATIとの共同企画

- ① FCMとJATI公認トレーニング指導者資格のWライセンス取得促進のための、ポスター及びリーフレット作成。5月中にJATI認定校200校及びFIA正会員企業へ送付予定。
- ② FCMとJATI公認トレーニング指導者資格のWライセンス取得促進のため、JATI資格取得費用免除の特別奨学生募集を5月25日FIA正会員企業へ送信予定。

Health & Fitness Association グローバルレポート

ここに紹介するトピックスは、
HFAとFIAの提携によりHFA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!

ヘルスクラブのエネルギー効率と環境安全性に関する 34のベストプラクティス

エネルギー価格が世界的に上昇する中、ジムが効率的かつ環境に配慮した運営を行うことは、
これまで以上に重要になっています。

本レポートは、公認安全衛生実務者でありOSHCR登録コンサルタントのポール・ハケット氏と、
コーディアック・リアルティの不動産管理ディレクター、マイク・メスマー氏が寄稿しています。

レポート | HFAの専門家数名によるチーム | 翻訳 | 松村 剛

世界中でエネルギーコストが上昇しています。一方では良いニュースもあります。エネルギー費用を削減する最も簡単な方法は、使用量を管理することです。

これらのベストプラクティスは、大きな変化を目指す場合でも、ちょっとした微調整をする場合でも、エネルギー節約を改善し、より環境に優しい運転をするための選択肢を与えてくれます。

これらのガイドラインを大きく5つのパートに分けました：

(1)基本を忘れない

(2)使用量の少ない時間帯は電源設定を下げる

(3)可能な限り機器をアップグレードする

(4)室内空気品質とHVACシステム

(5)その他のグリーンビジネスの実践

エネルギー効率と 環境安全性に関する ベストプラクティス

基本を忘れない

- 十分な換気を行いつつ、ドアや窓を閉めておく。
- 蛇口の水漏れなどの不具合はできるだけ早く発見し、修理する。
- ドアクローザーが正常に機能していることを確認する。

- サーモスタットが正しくプログラムされていることを確認する。
- 施設の防風対策に努める。
- 追加の省エネルギー対策を特定するために、年1回の第三者監査を検討する。

使用量の少ない時間帯は

電源設定を下げる

- エネルギー・リベート（払戻金）および奨励プログラムを探す。地



方自治体または国省エネルギー改善のためのレポートやプログラムを提供している場合がある。低使用時間帯には電源設定を下げよう。

8. 使用していないときは、照明や不要な機器の電源を切る。冷蔵庫、暖房器具、エアコンなどの電化製品は、建物が閉まっても電源を入れる必要があるものがあるので注意しよう。
9. 施設が閉鎖されているときは、無人の空調設定をプログラムする。
10. 使用頻度の低いエリアには、人感センサーライトの設置を検討する。
11. 有酸素運動器具の管理。使用しないとき、および閉館時間中は器具の電源を切る。
12. プールホールおよびスパエリアでは、湿度管理と併せてプールカバーを使用する。カバーがかかって湿度が低下しているときは、気温を下げる。
13. プールにおいては空気と水の温度を華氏2度/摂氏1度下げる。

可能な限り機器をアップグレードする

14. 照明をLEDにアップグレードする。
15. 建物の断熱材をチェックし、既存の断熱材が不十分な場合は、壁や屋根の断熱材をアップグレード。断熱材については、建物の火災負荷と不釣り合いに増加させないようにする。

16. 窓やドアのガラスを二重ガラスや三重ガラスに変更することを検討する。

17. ポンプやモーターを改修する際には、同時に可変速へのアップグレードも検討する。
18. 可能であれば、蓄電池付きの太陽光発電パネル（PV）を設置、または太陽熱温水とPVを併用しよう。
19. HVAC（空調設備設置基準）基準を損なうことなく、暖房、換気、プール水からの熱回収を検討しよう。
20. 基準値が適切な場合には、空気熱源ヒートポンプの設置を検討しよう。
21. 暖房、照明、換気を制御するために、建物エネルギー管理システム（BEMS）を使用しよう。
22. 水量に適した暖房方法、および地域のオプション（温水ヒートポンプ、ガスなど）を検討する。
23. 水素燃料の検討（熱電併給装置は、近い将来水素燃料供給が可能になります。この技術は高価だが、特にヨーロッパでは水素燃料供給への移行を検討している地域もあることから、将来的には価格が下がる可能性がある。

室内空気品質とHVACシステム

24. 国内および地域で認められている

すべての環境ガイドライン（例えば、米国環境保護庁（EPA）のリースールズなど）に従おう。

25. 四半期に一度、すべての機器の予防保守サービスを実施する。
26. 施設内およびその周辺の屋外の両方で、すべての地域および国の禁煙法を遵守する。業務用車両およびその他の関連スペースの方針も検討する。地域または国の規制がない場合は、禁煙の職場方針を実施しよう。
27. 全国的に認められたHVAC基準に従って、システムをプログラムする。
28. HVACの空気交換を管理し、施設全体に新鮮な空気を増やすようにする。
29. 適切な新鮮空気を確保するために、二酸化炭素レベルの測定を考慮しよう。

その他のグリーンビジネスの実践

30. 事業活動が環境に与える主な影響に配慮しよう。
31. 関連資材のリサイクルプログラムを開発。地域の規制を検討し、会員や消費者を対象にプログラムを推進しよう。
32. 環境にやさしい清掃用品の購入を検討しよう。
33. 屋外造園エリアがある場合は、より少ない水で、より少ない農薬と肥料を使用するようにシステムとプロセスの変更を検討しよう。
34. シャワーヘッドを評価し、必要に応じて低流量シャワーヘッドを設置し、水の使用量を減らすようにしよう。



ISSUE

フィットネス関連

ニュース

好調チョコザップ
「町のサブスク」へ
カラオケやMROも

RIZAP (ライザップ)
グループが2022年に始め
た、低価格ジム「choco
ZAP (チョコザップ)」の
店舗が急拡大している。事業
開始からわずか約1年半で店
舗数は全国44都道府県で13
33店(2月14日現在)に達
した。将来的には国内で、大
手コンビニエンスストア並み

の1万店舗以上の展開を目指
すという。

「様々なモノを販売するコン
ビニはあるが、様々なサービ
スを提供するコンビニはない。
様々なサービスを手軽に
楽しめる、町のサブスクのよ
うな存在を目指す」

チョコザップの狙いについ
て、RIZAPグループの瀬
戸健社長はこう強調する。

**サブスクビジネスは
サービス拡充が肝**

「町のサブスク」を目指すチ
ョコザップが、顧客拡大のた
めに推進するのがサービスの
多角化だ。トレーニングマシ
ンの他に、セルフエステやセ
ルフ脱毛、セルフホワイトニ
ング、セルフネイルといった
美容サービス、さらにはワー
クススペースやシミュレーショ
ンゴルフを備えた店舗もあ
る。これらがすべて毎月29
80円(税抜き)のサブスク
リプション(定額課金)型
で、追加料金なしで利用でき
る。

サブスクリプションビジネ
スは、顧客拡大のため多くの
人の関心を集めるサービス拡

充が肝となる。瀬戸社長は
「ちょっと特別だったことを
追加で金銭的な負担がかかる
ことなく使いたい放題で使っ
ていけるようにしたい。非日
常的なことを日常にしてい
く新しいライフスタイルの提案
をしたい」と話す。

そのためチョコザップで
は、現在展開するトレーニン
グマシンや美容系のサービス
に加えて、例えばコインラン
ドリーやカラオケといったサ

ービスも検討している様子
だ。一部店舗では、チョコザ
ップ会員なら無料で指定の医
療機関にて脳のMRI(磁気
共鳴画像装置)検査を受けら
れるサービスのテストも実施
している。

店舗拡大とサービスの多角
化が寄与し、チョコザップの
会員数も急増している。2月
14日現在の会員数は112万
4000人と、フィットネッ
ジムの会員数で国内ナンバー

同社が1月に一部地域で出していた広告



チョコザップの拡大戦略は功を奏すか。利用者を飽かさず、なおかつ安定的な経営をもたらす運営が不可欠だ

ワンに躍り出た。瀬戸社長は
「やはり運動はきつい、面倒
くさいもの。チョコザップは
行って楽しくなるような場所
にするため、入り口として
様々なサービスを用意してい
る。大量出店と様々なサービ
スの提供が会員数増加にもつ
ながったのではないかと話
す。

会員数が想定以上に増えて
いるチョコザップ事業は、
RIZAPグループ全体の業

績改善に寄与し始めている。

RIZAPは2月14日、24年3月期の通期連結業績の予想を上方修正した。当初は24年3月期の連結最終損益を90億円の赤字と予想していたところ、チョコザップ事業が期初の予想以上に好調に推移したことなどから、従来予想から21億円プラスの69億円の赤字の見直しとした。

瀬戸社長は「（先行投資で）赤字にしたのはチョコザップだったが、黒字にするのもチョコザップだ」と笑みをこぼす。

町のサブスク定着するか

RIZAPグループ全体の救世主になりつつあるチョコザップ事業。とはいえ、チョコザップ事業の持続的な成長には課題も浮かび上がる。

1つは、無人店舗は性善説が前提で成り立っていることだ。チョコザップは店舗を無人化営業することでコスト削減を図っている。事故防止や早期対応のため、人工知能（AI）機能が付いている監視カメラを複数設置し、遠隔監視センターでモニタリング

をしているという。ただし、利用時のルールは店舗や利用者向けのアプリケーションに記載されているものの、SNSではホワイトニングを予約したらその時間に別の客が無断使用していた、マシンが汚れていた、故障していたといった声も上がる。

こうした課題から、店舗の一部清掃をしてもらう代わりに月額料金の割引が受けられる「フレンドリー会員」制度のテスト運用や、スタッフの巡回など独自の対策を進める。

もう1つは、サービス拡大と運営費増大のジレンマだ。顧客を飽きさせないように来店する動機を増やす必要がある。だが、サービスを拡充するたびにコストが増加する構造だ。効率化のためには定期的なサービス見直しが求められる。

チョコザップは店舗の急拡大を推し進めている。26年3月期の店舗数の目標は現在の倍以上の2800店を目指している。

過去には、業態は異なるが

店舗の急拡大により現場のオペレーションが追いつかなくなり経営危機に陥った企業もある。牛丼店「東京チカラめし」などを展開するSANKO MARKETING FOODSや、ヘアカット専門店「QBハウス」を運営するキュービーネットホールディングスなどだ。

一方、カラオケ店「まねきねこ」を直営で運営するコシダカホールディングスは、9年から出店コストを抑えて店舗数を急拡大し、業界大手にのし上がった。新型コロナウイルス禍で苦しんだカラオケ

業界だが、同社は大幅な赤字を出しながらも出店を拡大し、23年8月期にカラオケ事業で前期比44・6%増の過去最高の売上高を達成した。新しいサービスの創造を経営方針に掲げ、カラオケ以外のサービスの充実も図っている。

チョコザップの店舗数は1000店を超え、スケールメリットにより新サービスのコストや新規出店コストを抑えられる。チョコザップの店舗数急拡大は吉と出るか凶と出るか。ネット上ではサブス

ク疲れも見られる。町のサブスクを定着させるためには、利用者を飽きさせず、なおかつ安定的な経営をもたらす運営が欠かせない。

（2024年5月2日/日経）

部活指導支援、札幌市に要望

北海道経済同友会は2日、札幌市に対してスポーツ振興と指導者の支援に関する要望書を提出した。学校の部活動にかかわる教員の長時間労働や指導者の確保、費用負担などの課題について、着実な支援を求めた。クラウドファンディングやふるさと納税を活用し、資金調達方法の多様化を図ることも要請した。

同友会の安田光春代表幹事と丸谷智保代表幹事が秋元克広市長に要望書を渡した。安田代表幹事は「（子どもが）部活で上手になりたいとの希望をかなえるにはアスリート経験者の指導が極めて重要」と述べた。秋元市長は「市にも競技経験者を部活に派遣する事業があるが（事例数が）

限られる。資金確保策の提言もしっかり受け止めさせてもらおう」と応じた。

（2024年5月3日/日経）

朝イチ動画視聴、10〜20代に広がる 体操やタイパ推し活

我が家のテレビは朝、YouTubeに占拠されている。高校生の子どもが体形や姿勢を気にして、ストレッチや体操の動画をテレビにつなげて視聴するからだ。毎日欠かさず学校までの決まった時間に、決まったコンテンツを30分。1年前までは地上波のニュース番組を流していた。我が家は特別なのかと思っていたが、そうでもなさそうだ。

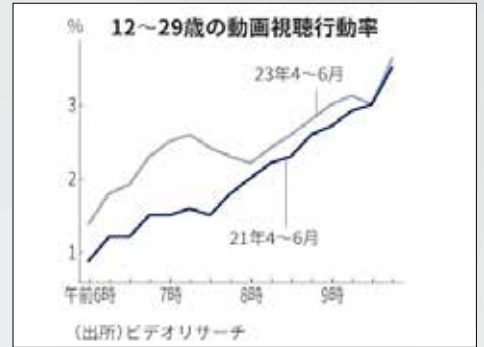
ビデオリサーチが12〜29歳の自宅でのインターネット動画視聴行動を調べたところ、朝6時ごろから8時ごろの時間帯の利用は2023年に2・6%と、21年（1・6%）を上回った。とりわけこの時間帯に動画の視聴が大きく増えている。

何を視聴しているのか。使

い方はユニークだ。「朝の出
発までにアニメ1日1本を習
慣化している」「1話40分
海外ドラマを時計がわりに流
して、その間に身支度をす
る」。夜は友達との通話が中
心で「朝は前日のスポーツの
試合結果をチェックする」。

なかには「推し」の動画を
目覚まし代わりに使っている
人もいる。寝る前のならだ
ら視聴はタイムパフォーマンス
の敵。時間が限られる朝だか
らこそ、無理なくサクッと視
聴をやめられる。デジタルネ
ーティブ世代は在宅時間が延
びた新型コロナウイルス禍
に、自分にとっての賢い使い
方を生み出し習慣化してい
る。

同社の別の調査では、ネッ
トに接続できるコネクテッド
コマでの動画視聴時間は19年
からの5年間で5倍以上伸び
た。若者だけでなく「中高
年、高齢者も昼間などにテレ
ビにつないで動画をみるよう
になった」（同社）。確かに
「推し」の韓流ドラマ動画を
テレビで見るといって同世代の
話を聞く。



コネクテッドTVの普及に
伴うリモコンの進化で動画を
見やすくなった。最新のリモ
コンにはユーチューブ、アマ
ゾンプライム、ネットフリッ
クスなど10を超える動画配信
サービスのダイレクトボタン
が目立つように配置されてい
る。ボタンを押すだけで地上
波から動画に切り替えられる
ため、「高齢者も操作に慣れ
てきた」という。

これほどメディアとの付き
合い方が複雑化してくると、
よく話題にのぼる「個人視聴
率」や「世帯視聴率」だけで
は生活者の実態を捉えきれな
い。昨年ネットであまり良い
評判を聞かなかった、フジテ
レビの恋愛ドラマ「真夏のシ

ンデレラ」は23年の見逃し配
信再生回数ランキングで5位
だった。「実はみられてい
た」番組は他にもある。

ビデオリサーチはコネクテ
ッドTVやパソコン、モバイ
ル端末での自宅内における動
画配信プラットフォームの視
聴測定データの提供を25年10
月から正式に始める。動画と
テレビ視聴率をクロスさせて
生活者のリアルが見えてく
る。

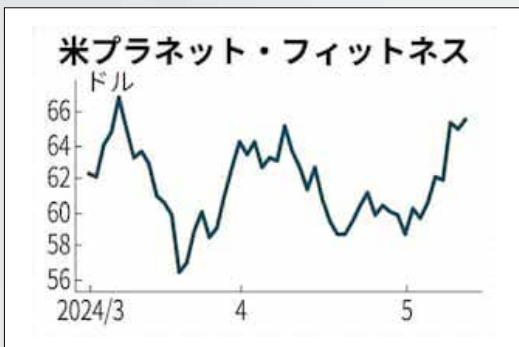
この60年余り、テレビゲー
ム機やレコーダー、チューナ
ー搭載パソコンの登場など視
聴環境が変化するたびに新し
い測定方法を導入し、メディ
アの真の価値を追求してきた。
視聴率の長い歴史のなか
でも「今回はエポックメイキ
ングな節目になる」と橋本和
彦執行役員CRO。可処分時
間の奪い合いはますます激し
くなりそうだ。

(編集委員 大岩佐和子)

(2024年5月4日/日経)

プラネット・フィットネス 低価格ジム 健康志向で拡大期待

格安フィットネスジムを展
開する米プラネット・フィッ
トネスの株価が堅調だ。13日
に65ドル台と4月末比で10%
上昇した。買いのきっかけ
は、9日に発表した月額会費
の値上げだ。米国などで健康
志向が高まるなか、手軽に通
えるジムの需要は中長期的に
拡大するとの期待がある。



同社はフランチャイズを軸
に各地で店舗を増やす。新型
コロナウイルス禍で高まった
健康意識を支えに市場規模は

拡大しており、収益環境は良
好だ。2024年1~3月期
のEPS(1株当たり利益)
は前年同期比で4割以上増え
た。

株価は年初から3月までは
低調だった。23年に値上げの
検討を表明したにもかかわらず、
その後、割引キャンペーンを
打ち出したことなどが嫌
気された。今月9日に、月10
ドルの月会費を15ドルに値上
げし、月約25ドルのプレミア
会員への移行も促すと発表し
たことが再評価につながった
格好だ。

市場の評価も上向いてい
る。米グーゲンハイム証券は
「値上げやマーケティング、
新しい成長モデルの効果で、
数年間にわたって収益改善が
続く」とみる。QUICK・
ファクトセットによると市場
の目標株価は76ドルと上昇余
地も大きい。

懸念点は長引くインフレに
よる、消費者の節約志向の高
まりだ。値上げでも新規会員
を減らさない取り組みを打ち
出し、稼ぐ力を高められるか
が課題となる。

(2024年5月15日/日経)

性の多様性、米企業悩む 格安ジム、

更衣室巡り解約殺到 ビール会社は過去に 不買運動



米プラネット・フィットネスは更衣室の利用制度をめぐって文化戦争に巻き込まれているロイター

【ニューヨーク・吉田圭織】格安フィットネスジムを展開する米プラネット・フィットネスで、心と体の性が一致しないトランスジェンダーによる更衣室の利用ルールを嫌って解約が広がっている。同社は通期の業績予想の下方修正を

迫られた。

解約が相次ぐきっかけは、3月に同社の女性更衣室でトランスジェンダーのジム会員がひげをそっている写真がSNS（交流サイト）に上がったことだ。解約に加え、複数店舗に対して爆破予告まで届いた。

9日の24年1〜3月期決算発表で臨時最高経営責任者（CEO）のクレイグ・ベンソン氏は「3月初めは好調だったが、（更衣室の）制度を巡ってSNSで炎上してから3月後半には新規会員の登録と会員解約に影響が出た」と述べた。

会員解約はなお続いているとし、24年12月期通期予想を引き下げた。

同社のジムでは性の自認に合わせて使用する更衣室を決められる。10年以上この制度は導入されているほか、YMCA（キリスト教青年会）などほかのジムでも同様の制度があるという。

性の多様性を巡る対立が米国の企業経営を揺るがす事例は相次ぐ。23年にはトランス

ジェンダーの俳優を広告に起用したことを受け、ビール大手アンハイザー・ブッシュ（AB）の主力ビール「バドライト」の不買運動が起きた。20年以上維持していた米国売り上げトップの座を失った。

(2024年5月21日/日経)

心不全患者、 前屈時息切れなら 死亡リスク数倍 順天堂大

順天堂大学の中出泰輔大学院生や末永祐哉准教授らは、心不全患者のうち前屈時に息切れする人はその後、死亡するリスクが高いことを明らかにした。こうした症状を早期に見つけて重点的な治療にしなければ患者の生存率を高められる可能性がある。

心不全は血液を全身に送る心臓の機能が落ちる病気で、日本人の死因の上位を占める。高齢化に伴い今後患者が増える懸念されている。

研究チームは心不全で入院後、回復して退院した国内の

高齢患者1243人を調べた。靴ひもを結ぶ時の前屈姿勢をしばらく取ると息切れする患者は31人と全体の約2%いた。

こうした患者は心不全の症状が重いほか、退院から2年以内に死亡するリスクが息切れしない人の2・1倍だった。

た。同じ条件で別の時期に入院した患者225人についても調べたところ、同様の症状がある患者は約4%で、こちらでは死亡リスクは4・2倍だった。

症状の起きる詳しい仕組みは不明だが、前屈すると心臓の内圧が上がって肺などで血



心不全患者のうち前屈姿勢をしばらく取った時に息切れする人は死亡リスクが高いと分かった=順天堂大学の中出泰輔大学院生提供

液の流れが滞ることがあり、息切れにつながる可能性があるという。一般に血液の流れが滞ると心不全による死亡が起きやすくなると思われる。

患者に前屈してもらい30秒ほど待つだけで症状の有無を見分けられ、短時間でコストをかけずに実施できる。中出大学院生は「高リスクの患者さんを日常の診療で早期に見つけるのに役立ててもらえれば」と話す。研究成果をまとめた論文が欧州の医学誌に掲載された。

(2024年5月27日/日経)

**部活時間上限、
思惑にズレ
教員は歓迎、
練習したい生徒は反発…
茨城県教委、
「平日2時間」
「週2日以上休養」**

公立中高の部活動時間に2023年度から「上限」を設けた茨城県教育委員会の方針が、学校現場に波紋を広げている。「適切な休養を確保する」との名目で、働き方改革

を進めたい教員側は歓迎。ただ、もっと練習に打ち込みたい生徒や保護者らが反発し、思惑は平行線をたどっている。

県教委が設定した部活動時間の上限は、平日2時間。休日は中学校3時間、高校4時間。いずれも週2日以上以上の休養日が必要で、22年12月に公表した。教員の長時間労働抑制と生徒の心身の健康を守るためとして、約3カ月後の23年4月の運用開始を目指した。

国の指針は平日2時間「程度」としており、より踏み込んだ形だ。スポーツ庁の担当者は「知る限りでは、茨城県のルールが最も厳格ではないか」と話す。県の担当者は「学校生活は部活が全てではない。心も体も良い状態で多くの経験を積み、進学や就職につなげてほしい」と説明する。

公表後、保護者や競技団体が一斉に反対し、一部で見直しを求める署名活動も起きた。「なぜ今変えるのかと戸惑った」。県立高野球部に所

属する男子生徒(17)は当時を振り返る。部のミーティングで突然顧問から県の方針が伝えられ「自分たちにできることをしよう」と署名に加わった。

県内の野球強豪校の多くは私立で、上限は適用されない。母親(47)も「同じ甲子園を目指して頑張っているのに、練習時間が減るのはあまりにも不利だ」とこぼす。

教員側の受け止めは違う。県の方針を「ありがたい」と話したのは、公立中で吹奏楽部顧問を2年間務めた経験がある女性教諭(31)。専門は国語で音楽指導の知識はないが、自身も吹奏楽部だった経験を買われ、校長から顧問を命じられた。

「やるからには生徒のために」と一生懸命頑張ったが時間が足りない。本業の授業の準備で休みをつぶす日々複雑な思いを抱えた。「もっと練習をしたい生徒や保護者の希望を聞いていたら、教員の負担はどんどん大きくなる」と吐露した。

最終的に、県教委は23年6

月、上限を超えられる特例措置を高校にのみ設けた。部活ごとに年間計画を県教委に提出し、指導体制や休養日数を外部の有識者が審査。23年度は16校23部に許可し、24年度も申請を求める。

関西大の神谷拓教授(スポーツ教育学)は「教員の働き方改革と生徒が安全に部活動を行うことは、教育環境を整えるという意味で同じはず。子どもの権利と大人の権利をてんびんにかけて議論になっている」と指摘する。

部活運営の在り方には、どの自治体も悩みを抱えているという。「教員数を増やしたり、部活指導員を雇ったりするなど、国が予算をかけて環境整備するべきだ」とした。

(2024年5月28日/日経)