

Fitness Industry Association NEWS

2024年（令和6年）11月15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/



フィットネス体力テストの活用事例と 指定管理事業への活用の可能性

FIAでは運動の大切さの理解を広める活動として、2023年8月よりFIA加盟企業に対して「全国カラダ年齢測定～フィットネス体力テスト～」のサービス提供を開始している。その後、約1年が経過した現在、各クラブではどのような活用の仕方をしているのか。

そこで今号では、事業委員会で実施されたヒアリング内容から、フィットネス体力テストを極めて有効に活用していただいている(株)グラン・スポール様における取り組みについてあらためて紹介させていただくとともに、フィットネス体力テストのポテンシャルを最大限に生かすべく、ミズノスポーツサービス(株)様が展望する公共運動施設における新たな可能性について紹介する。



(株)グラン・スポールの取り組み フィットネス体力テストの 活用事例

はじめに

現在、店舗における体力テストの実施においては、係る人員（人件費）や時間、スペースと実施の費用対効果という点で、各社捉え方は様々であり、まだまだ十分に活用されているとはいえない。そんな中、(株)グラン・スポール様においては、24時間ジム

やチョコザップのような低価格の施設のみ提供型のビジネスの対極にある、しっかりと対人サービスと運動指導を価値提供することで、それに見合った会費をいただくというビジネスモデルを展開されている。そして、その価値の具体策として、フィットネス体力テストを極めて有効に活用いただいている。

そこで、活用の実際とベネフィットについてお話しいただいた内容を以下にまとめてみた。ぜひ、会員の皆様方と共有することで、体力テストの活用促進に生かしていただければ幸いであ

る。

《出席者》

(株)グラン・スポール
専務取締役 佐々木 厚 氏
統括マネージャー 江澤 尚徳 氏

最大の目的は 体力年齢の可視化

弊社では、入会時に約2ヵ月間にわたって5回のオリエンテーションを実施しています。その際、入会者すべての方々に対して、まず「体組成測定」

及び「姿勢カルテ」の機会を設けており、さらにその次の段階としてFIAが推奨する「フィットネス体力テスト」を初回無料で実施しています。

体力テストの最大の目的は、体力年齢を可視化することにあると考えています。お客様には、ご自身の“現在地”を知っていただくことによって、身体づくりに対するモチベーションへと結びつけていただくと同時に、我々もお客様の現状を把握することによって、指導に生かすことができるという、双方にメリットがあるという点です。特にお客様にとっての可視化はLINEのアカウントを取得するだけで、スマホ一つでまかなえるところにあるということも大きな魅力ではないかと思っています。

ただ、高齢者の中には、スマホ上の扱い方がよくわからないという方も少なくありません。そういう不慣れなところは、トレーナーが補うことによって、トレーナーはもちろんほかのスタッフとの距離感も“グッ”と縮めていけるという点も大きなメリットであると感じています。共通の話題によってコミュニケーションの機会が増えるというわけです。すると、お客様のほうからフロントのスタッフに、「私の体力年齢、こうだったよ。若いだろう」などと打ち明けたくて、コミュニケーションをとってくるというケースもあつたりします。そういった意味では、我々にとって重要なコミュニケーションツールともなっている一方で、その逆の結果が出たときは、自虐的に打ち明ける方もいれば、黙して語らずという方もいらっしゃるのです。結果次第というところでは功罪併せ持っているといえるかもしれません。

オリエンテーションは、冒頭申し上げたように約2ヵ月の間に5回実施していきますが、体力テストは2回目のオリエンテーション時に行います。そして2ヵ月後の最後のオリエンテーシ

ョン（5回目）でもう一度受けていただきます。それによって、どれくらい数値が向上したか、あるいは現状維持だったかという結果を知っていただくというわけです。

このたびの導入は、従来のオリエンテーションとは差別化を図ることができるとともに、昨今では、無人ジムも台頭している中で、その差別化を図るという意味においても、この体力テストを実施することによる大きな手応えを感じているところです。

体力テストは、小学校、あるいは中学校時代に誰もが経験しています。初めて受けるわけではありません。おそらく高齢者の方にとっては、何十年もの時を経て、久しぶりに実施したという方がほとんどではないでしょうか。つまり、こういう機会がなければ、おそらく人生一度きりの体験で終わってしまうというものでもある。しかし、“二度目”を経験し、自身の体力年齢を知ることによって、悲喜こもごもの感想をもらされる方がたくさんいらっしゃいました。

一方、若い方で、自信満々に受けられても、今現在の体力は思っていたほどでもなかった、意外に体力年齢が高かったという方も少なくありませんでした。したがって、どの項目が十分ではなかったということをフィードバックさせていただきつつ、同時にプログラムの作成にも反映させていただいています。

体力テストの実施に際しては、特に高齢者の方の場合には、全身持久力を測定する“トレッドミル急歩”には少なからず時間がかかってしまうという実情なども鑑み、実際にはそれを省いたかたちで行っているケースもあるというのが現状です。

なお、通常の実施では、女性は時速6.5km、男性は時速7.0kmに設定してスタートしています。しかし、年齢の高い方の場合、最初のうちはそれでも

問題はないのですが、徐々に辛そうされてきます。したがって、女性は時速5.5km、男性は時速6.5kmに落とすなどの調整を図りつつ、この種目に関してはまだまだ検討の余地があるのではないかと考えているところです。

その他の握力、長座体前屈、上体起こし、反復横跳び、立ち幅跳びに関しては、年齢、あるいは男性・女性に関係なく、現状においてはスムーズに実施できていると思います。

目標は「体力テストはもう常識！」

体力テストの実施に際しては、初めてこれを導入した際には1ヵ月無料体験というイベント型の手法として取り入れました。なぜなら、初期の段階においてはやはり広く周知をさせていくことが大切であるからという理由によります。ただ、都度イベント型としてということになると、そこに求められるマンパワーはもちろん、必要な数の用具を揃えなければならないなどのことも考慮しておかなければなりません。したがって、弊社の基本的なスタンスとしては、入会希望者の方々に対してのみ、まず体力測定の無料体験会の予約を取らせていただくよう努めています。

なお、1回目の体力テストは無料で実施していますが、2ヵ月後の2回目に関しては、1,100円いただいています。まず入会希望者の方々には、初回のオリエンテーション時に体力テストを受けていただくようお願いしています。その際、「どうされますか？」という言い方でお尋ねすると、「時間が無いから」「いや、体力テストは…」という躊躇される方がどうしても増えてしまうので、入会時には、体力テストは必要なものというスタンスで臨んでいます。

とはいえ、それでもやはり中には

「自信がないから」「私はいいわ」とお断りされる方もいらっしゃいます。その場合は、もちろん無理強いをすることはありません。しかし、入会希望者にはほぼ義務化させていただいているというスタンスによって、約9割の方々に受けていただいています。そして、初回の体力測定を受けていただいた方には、2回目も受けていただくという旨をお伝えし、あらかじめご了承というかたちをとっています。

ただ、正直申し上げると、2回目の測定に関しては有料となるため伸び悩んでいるところで、1回目の3割程度に留まっています。これを5割になるところまで頑張っけて押し上げていきたいと思っています。

一方、外部から体験会を依頼された場合には、最初から予算の中に1,100円を組み込んでいただくという流れになるので、やはりそこは外部と内部とは考え方を区別しながら進めていきたいと思っています。

ただし、無料とはいいながら、FIAへの利用料が一名につき200円発生するので、実は初回の体力テストは弊社の持ち出しというかたちになります。では、そこまでしてどうして取り組むかといえば、我々は体力テストの意義を感じているからにはかなりません。コロナ禍を経て、苦しみぬいたクラブ運営において、救世主的な役割を果たしてくれるものと期待しているからです。加えて、冒頭で申し上げたように、現在の体力状況を可視化することによって、運動に対する適切な指導提案とお客様のモチベーションの向上、及び無人ジム等との差別化を目指しているからです。無人ジムにおいては、お客様はトレーナーとの一体感を味わうことはできません。

実は、ここ最近、無人ジムから我々のクラブに移られてくる方が少なくありません。つい先日も「無人ジムに通って、7kg痩せることができたけれど、

もうそれが限界でした。じゃ、その後、どうしようかと考えていたとき、このクラブの話聞き訪れてみました」と。そして、入会時の説明の際、「ここまでやってくれるんですか!？」と驚かれ、「入会します」という展開に至るケースがありました。同様のケースも増えつつあるところで、そういう意味においても、体力テストの実施は大きな差別化となっているのではないかと考えています。

いずれにしても、まずは初回から2回目にかけて、この体力テストが定着してくれば、その後、3ヵ月後、半年後も引き続き、トレーナーとのフィードバックの中で、定期的に体力測定をするのもう常識である、となるようなところまで普及に努めたいと思っています。

ミズノスポーツサービス(株)の

取り組み

フィットネス体力テストの 新たな活用を模索する

はじめに

FIA加盟の正会員企業においては、公共運動施設の指定管理業者として運営に携わる企業が少なくない。公共の運動施設は体育館やトレーニングジム、多目的運動施設、場合によっては陸上トラックなど体力テストを実施するにあたって有効なスペースがある。また一定の指導者・管理者が常駐していることもあり、フィットネス体力テストを実施しやすい環境が整っている。したがって、今後、そうした公共運動施設における体力テスト実施の可能性は高い。

しかし、その一方で、公共施設の管理運営を受託するにあたっての制限は少なくなく、前もってそうした規則等を十分に理解した上でなければ、受託企業としてのビジネス化は難しい。そ

こで、公共運動施設の受託をビジネスの核とされているミズノスポーツサービス(株)様にご登場いただき、今後どのようなかたちでこのフィットネス体力テストを生かしながら自主事業をされようと考えていらっしゃるのか、あるいは受託継続の強みとされようとしているかについて、その構想や今後浮上してくるであろう課題点についてお聞きした。こちら、ぜひ、会員の皆様方と情報を共有することで、体力テストの活用促進に生かしていただければ幸いである。

《出席者》

ミズノスポーツサービス(株)

代表取締役社長 薬師寺 洋彰 氏

同社取締役 中村 晃之 氏

ミズノ(株)

執行役員 尾崎 徹也 氏

スポーツを楽しむ場の 提供に邁進

まず、ミズノスポーツサービス株式会社について簡単にご紹介させていただきたいと思います。創業は1989年、ミズノ株式会社100%出資の会社でございます。売上高は、23年度において約75億。事業内容としては、スポーツ施設等の管理運営事業、各種スポーツ教室事業、健康関連商品の販売、運動プログラムの開発案内、そして会員サービス事業であり、社員数は564名、平均年齢は現在37歳。若干、年齢も上がりつつある状況ですけれども、30代をキープしているところです。

私どもが目指している事業ミッションは、「より良いスポーツ品とスポーツの振興を通じて社会に貢献する」。これは親会社であるミズノ株式会社の経営理念であり、私どももこれを踏襲しながら、親会社の方で開発する商品と同質のスポーツを楽しむ場を提供していくことを目指して取り組んでいま

す。

運営サービス事業については、主に指定管理事業、すなわち行政の方で管理されているスポーツ施設の運営委託を中心に、現在全国138の物件について展開をしています。なお、運営サービス事業全体としては179の契約数があり、そのうちの138が指定管理事業ですので、全体の77%を占めているということになります。

PFI事業は、公共施設の箱作りから運営管理まで一体となって、民間企業の資金や運営ノウハウなどを駆使しながら15年あるいは20年の長期にわたって運営するという事業ですが、こちらは全国でいま15物件展開しています。

また、運営受託事業は、行政あるいは民間企業様から運営の一部を受託して、例えばスポーツ教室などを運営する事業であり全国で13物件、そして自らスポーツ施設の開発投資を行って運営する直営事業については、全国で17物件展開をしているところです。なお、17物件のうちほとんどがフットサルコート、あるいはテニスコートで、トレーニングルームを持ち合わせている直営施設に関しては、現在のところ1件のみです。

施設の数、1つの契約の中に、陸上競技場であったり体育館であったり、あるいはプールであったりをそれぞれ1施設として数えた場合には、1,258の施設を管理運営していることとなります（業界トップクラスのスポーツ施設の管理運営施設数）。

スポーツ施設の運営管理は、世の中の流れの中で生じる様々な課題解決にも取り組むような側面も持ち合わせて運営していかなければならないと考えています。そうでなければ、利用されるお客様はもちろん、行政のニーズにも対応できないと考え、現在、「子どもたちの体力低下」「人生100年時代の到来」「新しい技術が連続誕生（サ

イバーボッチャ、AIカメラなど）」「ニュースポーツ需要の拡大（ピックルボール）」「アーバンスポーツの台頭」「パラスポーツへの関心増」という6つのカテゴリについて、あらゆる方々がスポーツを楽しめる施設の運営管理に努めているところです。

そして、我々は上記の中の「人生100年時代の到来」については、健康管理という点で特に重視しており、今後FIA様の“カラダ年齢測定”とリンクさせていただきながら、様々なプログラムの特性に合わせたかたちの展開を考えていきたいと思っています。

ファーストステップは直営店で

すでに我々が実施している従来型の体力測定については、行政の施設で実施している取り組みですので、当然、それぞれに仕様書がありそれに準じて行っています。したがって、行政区によっては、同じ体力測定であってもすべて同じ内容で実施しているというわけではありません。

例えば、福井県のパレア若狭という施設では、年に一度、今年度は11月に実施する予定です。実施期間は1週間。料金については、会員様は無料。なお会員特定ですので、ビジターの方の測定は不可となっています。種目は、握力、長座体前屈、全身反応、閉眼片脚立ちの4つ。これらが行政から依頼いただいている測定種目になります。

体力測定を実施する我々の目的としては、会員の皆様の施設利用促進にあります。上記の種目を受けることで自身の体力をご理解いただき、さらに前向きに体力増進に励んでいただくきっかけとなれば、と。一方、行政にとっては、もちろん健康づくり、健康寿命の延伸の一環としての取り組みということでご理解いただいております。それが行政管理の施設の中でできるという

ところが市民サービスに直結するというわけでは

以上を踏まえ、今後、自治体との連携をいままですにより発展的に推し進めていくのか、と。冒頭申し上げましたように、運営サービス事業の80%弱が行政からの指定管理事業であるというところを踏まえると、それが私たちがもっとも大きな課題であると認識しています。

とはいえ、カラダ年齢測定をいきなり自治体主導のイベントとして取り組んでいくにはまだ様々な障壁があると考えています。例えば、エビデンスの提示、すなわち確かな理論武装が必要になってくる。したがって、まずファーストステップとして、私たちが主催するかたちで、指定管理施設以外の直営店で実施させていただき、その実績をベースに、各自治体の方にご提案させていただくような機会づくりとして考えていくことができないかと検討しているところです。

また、自治体に対してそういった提案の準備をしていく一方で、カラダ年齢測定の数値に見合った、弊社オリジナルの健康プログラム「歩行能力・歩行タイプを測定する『motion DNA』」などを体験していただきながら、さらに次の測定に繋げていきたい、と。併せて、年間継続率の向上、すなわち運動を継続するためのモチベーションづくりというところであれば、私たちはスポーツ品メーカーでもあるので、健康づくりに即したスポーツ品を自社、他社問わず各イベント会場で贈呈する仕組みづくりなどについても今後、構築していくことができると考えています。

我々が運営する指定管理施設の中には、関西圏において展開する4つの高齢者施設も含まれます。こちらは老人ホームなどの介護を目的とした施設ではなく、健康寿命の延伸を目的とした比較的運動に前向きなアクティブシニ

アの方々を対象とした施設です。それらの施設においても、実年齢とカラダ年齢測定との差異を見ながら定期的な施設利用、あるいは近隣のフィットネスジムの利用促進などにも繋げていくことができないかと考えています。

ただその一方で、高齢者の方々でするので、反復横跳びや立ち幅跳び、あるいはステップ台などもその高さにもよると思いますが、そういった種目が安全性を担保する上で果たして適切かどうか……。そこについては検討が必要になってくるのではないかと考えているところです。

今後の展望と課題

今後の展開、方向性のイメージとしては、指定管理施設、高齢者向け施設を展開の「場」とし、そして「方法」としては、カラダ年齢測定の単発実施、もしくは弊社が持ち出す各種プログラムを掛け合わせた複合提案といった、数値に加えて、歩行能力（歩幅）、歩行タイプの測定を実施し、歩くための

下肢筋力の重要性についてあらためて知っていただく機会にもしたいと構想し、具体的に皆様のご意見、各社様の実態もお伺いしながら準備を進めていきたいと考えています。

なお、補足として非常にざっくりした話で恐縮ですが、現在、管理運営している179施設には、年間でのべ3,200万の方々を訪れていらっしゃると思います。ある意味、それだけ多くの人たちがターゲットになり得る、と。また、行政の施設というのはどちらかといえば概ね広く、またもともと体力測定をする機器がほぼ揃っている。つまり、カラダ体力年齢を測定することそのものに対するインフラ、あるいは送客したい数という“素地”はすでに十分に備わっているということです。

近隣の施設、いわゆる“かかりつけの体育施設”において体力測定を実施し、そして効果的なプログラムを提供するというのは、「人」と「施設」を結びつける“接着剤”として、これ以上のものではない恵まれた環境であるこ

とは間違いのないところでしょう。

一方で、これはもう皆さんにはいうまでもなく、理論武装の後にも難題が待ち受けています。一つは、体力測定によって得られた個々のデータをどういうふうに取り扱うかという非常にデリケートな問題。特に行政を介する事業においては、一人一人と契約を交わして、個々人のデータを誰がどういうふうに管理するかということに対しては、非常にネガティブな思考が働くものです。

また、本事業においてはもう一つ、行政の施設を我々が運営させていただく中で、民間の施設とは違ってマネタイズ化の流れをどう整えていくかという問題もあります。すなわち、実際にビジネスの中に組み込んでいこうとすると、越えていかなければならない様々なハードルがある、と。しかし、それらの問題を解決した先には、老若男女を問わず、非常に多くの人たちにとって有効な場所になり得るのではないかと。ぜひ、皆さま方のご意見、アドバイスをいただきたいと思っています。

まとめ 今後の展開方向性



「場」：指定管理施設、高齢者向け施設

「方法」：カラダ年齢測定単発、もしくはPGを掛け合わせた複合提案

①自主事業型（指定管理）

- ・利用モチベーションの向上に繋げる = 来館促進サービス
- ・コミュニケーション向上
- ・行政主体サービス

②高齢者施設で実施

高齢者への測定実施と数値可視化により、施設利用、フィットネスジムへの送客に繋げる取組み

③カラダ年齢測定 × motion DNA（ミズノ） / LaLaLa ほか

数値に加えて、歩行能力（歩幅）、歩行タイプの測定を実施し、歩く為の下肢筋力の重要性などを知って頂く機会にする取組み



1 SPORTEC in 福岡 FIAセミナー優待のご案内

昨年に続き、SPORTEC in 福岡が開催されます。FIAはセミナー2講座を企画協力していますが、加盟企業関係者は無料でお申込みいただけます。スタッフの皆様にお聞きいただく機会としてご活用ください。

会期:12月17日(火)~19日(木)

会場:マリンメッセ福岡

SPORTECサイト <https://sports-st.com/fukuoka/>

各セミナーは同サイト「セミナー」からの申し込みですが、**下記2つの対象セミナーについてはFIA会員優待専用申込書をご利用ください。**

専用申込書はFIAホームページの会員ページからダウンロードし、ご記入後SPORTEC事務局宛て送付してください。

■FIAセミナー①

12月18日(水)11:00~12:30

「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」

~フィットネス産業の大きな波が起きる!マーケットが動く!

岡本 利治氏 (株)ルネサンス 代表取締役社長 FIA理事
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
FIA副会長

中森 勇樹氏 フィットイージャー(株) 取締役副社長

ファシリテーター:

吉田 正昭 (一社)日本フィットネス産業協会 専務理事

■FIAセミナー②

12月19日(木)10:30~12:00

「女性リーダーに聞く!これからのフィットネス業界の発展」

鈴木 有加里氏 (株)ルネサンス執行役員 執行役員
アクティブエイジング部 部長

本橋 恵美氏 (株)E.M.I. 代表取締役/
(一社)Educate Movement Institute 代表理事

森山 暎子氏 (株)スタディオパラディソ 代表取締役
一般社団法人 10分ランチフィットネス協会 代表理事

ファシリテーター:

佐々木 剛氏 TSO International(株) 代表取締役社長

2 FIAホームページが新しくなりました!

FIAでは皆さまにより快適にご利用いただけるよう、ウェブサイトをリニューアルいたしました。新サイトでは、TOPページのデザインを一新し、加盟クラブ検索では各クラブの情報がさらに見やすく表示されている他、管理画面にアクセスできる各社ご担当者様が独自情報を追記いただくことで備考欄にイベント案内なども表示できるようになっています。クラブの魅力を多くの方に伝えていただく機会に繋がることを期待しています。

また、各企業ロゴ・クラブブランドロゴも表示できるよう準備を進めており、改めてご案内する予定です。今後も引き続き、会員各社様の取り組みの延伸につながることを目指したWEBサイトの改善を進めてまいります。



3 FIAマスターススイミング選手権2025 春季関東大会

■開催日:2025年3月8日(土)・9日(日)

■場所:千葉県国際総合水泳場

11月11日よりFIAマスターススイミング選手権2025春季関東大会の募集要項をFIAホームページに公開いたしました。

エントリー開始は12/25~ですが、募集案内は公開しております。マスターススイマーの皆様へお声がけくださいますようお願いいたします。

https://fia.or.jp/kanto_2025/

また、選手個人の事前入力は既に可能となっています。

1. 選手個人からのエントリー入力(事前入力)は可能です。
2. チーム責任者からのエントリー(最終申請)は2024年12月25日より可能となります。

選手個人で事前入力いただいた内容につきましてはエントリー開始日(2024年12月25日)以降、チーム責任者による承認が必要となりますので、ご注意ください。

F

C

M

検

定

コ

ー

ナ

ー

FCMの詳細、
お試し問題等は
コチラ!



1

トピックス

●2024年度FCM技能検定試験(11月24日日曜日実施)に1,500以上が挑戦します!

1級学科試験、2級学科実技試験、3級学科実技試験ともに、10月4日に受検申込みを締切りしました。1級学科試験に30名以上、2級試験に270名以上、3級試験に1,200名以上の方が全国13会場で受検予定。

札幌会場169名、仙台会場111名、東京会場436名、横浜会場169名、金沢会場39名、名古屋会場172名、大阪会場198名、岡山会場15名、広島会場70名、松山会場9名、福岡会場78名、沖縄会場73名

スピーディーに変化する社会の中、自分らしく生活、仕事をするためのリスキング(生涯学習)です。健康・運動に係わる事業、仕事に従事する皆さん、ぜひFCMを活用してください。

●FCM技能士会に入会しませんか。

フィットネス業界の中で、同じような仕事をしている人と交流したい方。技能士会への入会をお勧めします。仕事が共通していて、知識基盤も共通している技能士同士の会話は、必ずご自身の糧になります。技能士会詳細はHPをご覧ください。

<https://fia.or.jp/fcm-entry/>

2

FCM公式テキスト紹介コーナー

FCM公式テキストには、みなさんの仕事に役立つことが、記載されています。以下、その一部抜粋して、要旨を紹介します(実際のテキストには事例、図やエビデンスとなる情報が多く記載されています)。

デジタルシフト(VOL.3インターミディエイトより)

フィットネス業界のプレーヤーが「デジタルシフト」を実現して、フィットネス参加者のさらなる創造と顧客生涯価値(Life Time Value:以下、LTV)の向上を目指す上でのキーポイントは何か。

(1)ビジョンの想像

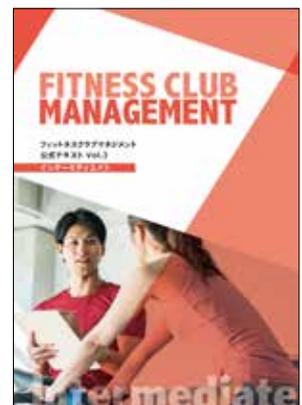
- カスタマーセントリック(顧客中心主義)の視点で、WHO,WHAT, HOWを明確にする。
- WHOとは顧客は誰か明確にすること。「運動にあまりなじみのない生活者」と捉えて、そのペルソナ像として、「トレーニングする環境が周りに無い、あったとしても気がつかない」「寄り添ってくれるトレーナーがいるといいと思っている」等あげてみる。
- WHATは顧客のインサイト(潜在的に内在している)に触れるベネフィット(便益)やそれを得るためのソリューション。
- HOWは、WHATのそれをどのように伝え、どのように提供し、どのようなフィードバックを受けて改善していくか。ビジョンを想像するとき、最も大切なのはカスタマーエクスペリエンス(顧客体験)があるかないかである。

(2)課題の抽出と戦略の立案

- ビジョンと現状のギャップを課題化して、戦略を立て、社内に宣言することが大切。従業員は目的、価値を共有することで、モチベーションを持って取り組むことができる。

(3)ステップの明確化

- ロードマップを描き、まずどこから取組むかが大事である。





- 「3ステップで実現するデジタルフォーメーション」(日経BP社刊)に記載の日本企業に最適なデジタル戦略に以下の点が記載されている。
- 第3ステップのデジタルフォーメーションは従来のやり方を抜本的に変えるので、すぐに達成できるものではありません。一方、第1ステップのデジタル・パッチは、例えばジムやフロントのスタッフがタブレットを持つところから初めても大きな効果が期待できます。
- 次に第2ステップとして、デジタル・インテグレーションは、今のビジネスモデルや仕組みの中でできる限りのデジタル化を進めることによって最大限の効率化を図っていくフェーズです。もうすることがないと言ったレベルまで進めることです。

(4) 組織・システムの構築

- システムに関しては、最前線でのサービス提供に精通したリーダー人財が現場最前線の人財の使い勝手まで配慮して決めることが大切になる。システム云々の前に、何を実現したいのか、それぞれの人財はどんな役割を果たせば良いのか、タスク管理はどうするのかといったことを決めてから、システム構築していくのがよい。

(5) 実行とフィードバックの絶えざる繰返し

- ビジョンを想像から組織・システム構築まで整えたとしても、最前線のスタッフがシステムを活用してデータ・ファクト(事実)を集め、仮説を立てて実行し、その取り組みをチェックして修正していくことが、もっとも大事といえる。セブンアイ・ホールディングス名誉顧問の鈴木俊文氏は「仮説を立て、その結果を検証するために分析することしかデータの意味は無い。もっとも大切なのは仮説を発想すること」と述べている。

3

事例紹介コーナー

デジタルシフトの事例紹介(スポルテック2024FIA主催セミナー「現場支配人が語るコロナからの業績回復」より一部抜粋)

バネラーのスポーツクラブ&スパルネサンス経営 中曽根支配人のコメントより一部抜粋

社員数を減らしたり、人的なリソースも効率化する中で、ここの肝はやはり貴重な見込み客の機会ロスをしないということだと思います。例えば、当クラブにおいて多くある問い合わせに、「祝日の今日はやっているのか?」「プールっていま何レーン使えるのか?」「ゴルフレンジは何時から使えるのか?」があります。

皆さんも「あるある」だと思いますが、そういう問い合わせに対しては、まずホームページ上にQ&A的なものをしっかりと見やすく、かつ最低限のクリックで辿り着けるようなところに位置付けておく。一方で、ITリテラシーの低い方の問い合わせに対しては懇切丁寧に対応するのはもちろん大事なのですが、例えば通話中で回線がすべて埋まっていたとき、貴重な見学のご予約のお電話が取れなかったら、それはそれで大きな機会ロスとなってしまいます。

とはいえ、だからといってコールセンターを設置するというには一足飛びにはいきません。そこで、クラブでできる工夫としては、よくある問い合わせをしっかりとめ、あとはITリテラシーの低い方でも、自身もスマホを見ながら、丁寧かつ根気強くお客様にお伝える、と。こうした問い合わせを減らす情報整理とお客様教育によって、煩雑な作業の負担を減らすための整備を進めているところです。

中曽根支配人のコメントを上記で紹介したテキスト記載項目に当てはめてみると――。

(1) ビジョンの想像

「人的なリソースも効率化する中で、ここの肝はやはり貴重な見込み客の機会ロスをしない」

(2) 課題の抽出と戦略の立案

「ITリテラシーの低い方の問い合わせに対しては懇切丁寧に対応するのはもちろん大事なのですが、例えば通話中で回線がすべて埋まっていたとき、貴重な見学のご予約のお電話が取れなかったら、それはそれで大きな機会ロスとなってしまいます」

(3) ステップの明確化

「とはいえ、だからといってコールセンターを設置するというには一足飛びにはいきません。そういう問い合わせに対しては、まずホームページ上にQ&A的なものをしっかりと見やすく、かつ最低限のクリックで辿り着けるようなところに位置付けておく。クラブでできる工夫としては、よくある問い合わせをしっかりとめ、あとはITリテラシーの低い方でも、自身もスマホを見ながら、丁寧、かつ根気強くお客様にお伝える」

(4) 組織・システムの構築、及び(5) 実行とフィードバック

「HP等のメインフレームシステムは本社にて構築している。店舗内では、部門(フロント、ジム、スイミング、テニス)横断型のITスマールチームを立ち上げて、デジタルシフトを実行推進し、フィードバック情報を集めて、改善を続けている」

同店舗では、上記の他デジタルシフトの事例として、以下のことにも取り組んでいます。

・SSL(スイミングスクール、テニススクールのスマートレッスン)

*レッスン時の自動動画撮影再生にて、自身でプレーをチェック、映像にてコーチのアドバイスを受ける

・各種予約システム(スタジオレッスン、スイミング振り替え等)

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!

気分が良くなる要素

リカバリー機器とサービスを取り巻く環境は拡大し続けている。
健康への注目が高まり、人々が体と心へのさらなるサポートを求める中、今まさにリカバリーこそが、
補助的な収入源として機能し、離職によるサービス低下の損失を補い、
会員の満足度と維持率を高めるのに役立つのだ。
将来競争力を維持するための気分が良くなる重要な要素について解説する。

筆者 | Julie King (ジュリー・キング) October 23, 2024 | 翻訳 | 松村 剛

リカバリーに注目!

リカバリー（身体状況の回復という意味）がどこにでもあるように感じるなら、それは正解です。

健康への注目が高まり、人々が体と心へのさらなるサポートを求める中、“リカバリー”はまさに救世主として注目されています。そして、それはジム、会員、業界にとって良いニュースです。

リカバリー機器とそのサービスは、フィットネス施設を、人々が便利にセルフケアを取り入れることができる、より総合的な言わば“安息の地”へと変えています。

圧縮、パーカッション、クライオセラピー、赤色光療法、マッサージ、コントラスト療法、スパサービスなどが最前線にあり、革新的なサービスが長

く続きます。

消費者の期待が高まる中、高級フィットネスセンターやスタジオは、会員体験を向上させ、忠誠心を高めるためにリカバリーに関するオプションを追加しています。

しかし、彼らだけではありません。伝統的に飾り気のないアプローチで知られるHVLP施設（ハイボリューム・ロープライス／低価格で大規模なフィットネスジムの指す）も、このゲームに参加しています。

「今日の競争の激しい環境では、会員が包括的なウェルネス体験を求めるようになり、リカバリーの選択肢は贅品から必需品へと変化しました」と、JK WellnessのCEOであるプリン・スカボロー氏は言います。

さらに、景気が低迷する中、リカバリーは補助的な収入源として機能し、

離職によるサービス低下の損失を補い、会員の満足度と維持率を高めるのに役立ちます。

「リカバリーに関するサービス提供は、ウェルネスの総合的なレシピの重要な部分として今後も存在し続けるでしょう」と、中西部に18カ所の拠点を持つフランチャイズモデルであるFitness PremierのCEOであるジェーソン・マーコビッツ氏は言います。「リカバリーは、将来競争力を維持するための重要な要素です」

ベーシックモデルの変革

リカバリーが主流になるにつれ、ヘルスクラブは、気分を良くする方法を探すことに虜となっている顧客に資本を投下することを認識しています。

HVLPの分野では、Planet Fitness

がリカバリーを早期に採用し、2005年に hidro マッサージチェアを上位の“ブラックカードメンバーシップ”に追加しました。これにより、アップグレードした人ごとに会費が月額10ドル増加しました。現在、同社は“リラックススペース ウェルネスポッド”や“サイクロンラウンジチェア”、そして赤色光療法も提供しています。

最近では、他のHVLPブランドもこれに追随しています。Chuze Fitnessは、WellnessSpace Brandsの“hidro マッサージラウンジ”、“ウェルネスポッド”、“サイクロンラウンジチェア”、“パーカッション”、“コンプレッション”、赤色光療法、赤外線サウナを含むリカバリースタジオを立ち上げました。

最近100番目のジムをオープンしたEoS Fitnessでは、会員はパーカッション、コンプレッション、サイクロンラウンジチェアなどのアメニティを利用できます。

カナダのブリティッシュコロンビア州に17の拠点を持つFitness Worldは、2021年に hidro マッサージラウンジでリカバリーを開始し、その後、ヒューマンタッチマッサージチェア、サイクロンラウンジ、NormatecコンプレッションブーツやHypervolパーカッションデバイスなどのHyperice製品を追加しました。

「リカバリーツールは、フィットネス



(コールドプランジプール)

とウェルネスに対する当社の360度アプローチの重要な要素です」と、Fitness Worldの社長兼CEOであり、Health & Fitness Associationの会長であるクリス・スミス氏は述べています。「当社は、会員に最高のものを提供するために、常に新しい製品を導入しています」

体験を豊かに

多目的クラブや高級施設は、ますます精通化する消費者を満足させるために、リカバリーサービス提供に投資を続けています。

Fitness Premier は、Relax & Restoreスイートで、コールドプランジ、サウナ、塩浴、赤色光療法、hidro マッサージラウンジ、ヒューマンタッチマッサージチェア、クライオセ

ラピーチェア、圧縮、パーカッションなど、包括的なメニューを提供しています。

「私たちは、さまざまな方法ですべてのクライアントのニーズに応える包括的なサービス提供を求めています」とマーコビッツ氏は言います。

「私たちは、クライアントが身体的にも精神的にも気分が良くなるように、世界クラスのオプションを提供することが極めて重要だと考えています」

シンシナティススポーツクラブは、この秋に新しい回復ゾーンをオープンします。このゾーンには、男女共用のサウナと3つのコールドプランジプールがあります。これらは、サウナ、スチームルーム、パーカッション、クライオラウンジチェアなどの既存の回復オプションを補完するものです。

「プロや大学のスポーツチームとリカ

“

リカバリープロダクト

(マッサージ機器やコンプレッションマシンなどの身体機能回復のためのフィットネス機器)は、あらゆるタイプのフィットネスセンターで収益、維持を促進します。

”

バリー設備を比較したところ、温熱療法と冷却療法が最も人気がありました」と、シンシナティスポーツクラブのゼネラルマネージャーであるマルコ・フィオリニ氏は説明します。

「さらに、データによると、人々はこれらの設備を自宅に置いているため、キャンパス内に便利に設置することで会員の体験が向上します」

シカゴ地域の10店舗の高級フィットネスフォーミュラクラブ (FFC) では、2022年に最初のリカバリーセンターがオープンしました。現在、ジムではマッサージチェア、クライオラウンジ、圧縮、パーカッション、赤色光療法、振動ツールを提供しています。

「私たちは会員にさらなる価値を提供する方法を模索し続けており、これらの製品は心身のストレス解消に対して高まるニーズに答えています」と、FFC の地域運営およびフィットネス担当ディレクターであるジョン・バラグリア氏は言います。

フィットネススタジオもリカバリーの価値を認識しています。2023年にフロリダ州フォートマイヤーズにオープンしたソウルボディスタジオは、エクササイズとリカバリーを組み合わせた施設として、圧迫療法、赤色光療法、パルス電磁場療法、赤外線サウナと塩療法を提供しています。

メリットの収穫

明らかに、リカバリーツールとサービスは、あらゆる価格帯のフィットネスセンターにとって大きな勝利となる可能性があります。

「ヘルスクラブが体験として提供できるものに関して、その基準がより高い

レベルにリセットされました」と、マッサージ、ストレッチ、圧縮、無重力を組み合わせたNovo XT Oneオールインワンチェアを製造しているHuman Touch のビジネス開発担当副社長 デイブ・コーリー氏は指摘します。

「クラブは、5年前にはなかった製品を追加しています」

フィットネス施設にとってリカバリーサービスがもたらす多くのメリットの中には、次の4つの領域があります。

1. 「気分が良くなる」メリット

運動は身体に負担をかけることがあります。特に、高齢者人口が増加し、ジェネレーションZがセルフケアを優先するにつれて、身体的にも精神的にも気分が良くなる新しい方法を試す人が増えています。

「会員は、回復エリアがクラブで一番好きな場所だと言っています」とバラグリア氏は言います。

「彼らは、そこに行った後は満足しているのです」

Wellness Space Brands は、Relax Space Wellness Pod で「気分が良くなる」オプションを追加しました。ユーザーは、カスタムの香りオプション付きの暖房付きシートに座りながら、頭上の大型スクリーンでリラクゼーション、マインドフルネス、健康的な生活に関するコンテンツにアクセスできます。

「これは、メンタルウェルネスの休憩を取るためのユニークで便利な方法です」と Wellness Space Brands の社長、ケビン・コーンウェイ氏は言います。

また、運動とは異なり、多くのリカ

バリー製品には、Hyperice マッサージガンで筋肉の緊張をほぐしたり、コンプレッションブーツで痛みを軽減したりするなど、即時の満足感という利点があります。

「リカバリーは多くの人にとって究極の逃避であり、100万ドルの気分で帰りたいのです」とコーリー氏は付け加えます。

2. ゴールとなる体験を生み出す

独立したリカバリーセンターがオープンしたことで、人々はこれまで以上に多くの選択肢を持つようになりました。

「リカバリーサービスを提供しなければ、人々は他の場所に行ってしまいます」とコーリー氏は指摘します。

幅広いリカバリーサービスを提供することで、ジムを予防医療の貴重なワンストップセンターとして位置付けることができます。

「この業界ではプティッククライオセンターやコントラストスタジオが急増していますが、会員はこれらのサービスが会員権に含まれることに興奮しています」とフィオリニ氏は言います。

「これは当社の価値提案に加わりませ

スミス氏も同意します。「当社の幅広い回復ツールは、高価値で低コストのモデルにおける重要な差別化の要因となっています。会員は、フィットネスワールドの会費に価値を見出しています。競合他社は、料金が高くてもサービスが少ないこともあります」

スカボロー氏は、リカバリーサービスの幅広い魅力を指摘します。

「強化されたリカバリーサービスは、見込み会員と既存会員の両方に響く明

確な価値提案を提供し、販売に不可欠なものとなっています」

3. 維持率の向上

当然のことながら、人々が気分が良くなりその価値を認識すれば、よりロイヤルカスタマーになる傾向があります。

「施設を出るときに気分が良ければ、また来たいと思うでしょう」とコーリー氏は認めます。

「さらに、リカバリーサービスは、これまでヘルスクラブに参加したことのない幅広い層にアピールできます」

フィットネスプレミアでは、まさにそのような体験をしてきました。「会員が入会して滞在するのは、“リラックス&リストアスイート”を利用するためだけです」とマルコウィッツ氏は言います。

ジムの常連客は、フィットネス以外の体験ができる機会を高く評価しています。

「リカバリーサービスは、包括的な健康への取り組みを示すことで、会員維持にプラスの影響を与え、会員の満足度向上につながります」と、Hyperice のマーケティング担当副社長、ステフ・スミス氏は言います。

使いやすく、結果をもたらす製品は、ジムと会員に利益をもたらしています。「人々はホリスティックな健康の大幅な改善に気づいています」と、スカボロー氏は言います。「また、クラブでは会員の満足度と継続性が明らかに向上しており、ウェルネスソリューションが長期的なエンゲージメントと忠誠心にどれほど貢献しているかを示しています」



4. 収益源

上位のメンバーシップレベルの一部として含まれているか、パッケージとして販売されているか、または独立したサービスとして購入されているかにかかわらず、リカバリーは収益を補うために収益化できます。

「見込み客が来るたびにクラブ入会レベルを50%引き上げるチャンスがあれば、それはホームランです」とコーリー氏は言います。

フィットネスワールドでは、会員の約半数がリカバリーサービスを含む上位の会員資格を選択します。フィットネスプレミアでは、約20%です。

「ウェルネススペースは今日のフィットネス業界になくはならないものであり、リカバリーサービスは最終的な財務結果を押し上げることができま

す」とコナウェイ氏は付け加えます。

機会の拡大

リカバリー機器とサービスを取り巻く環境は拡大し続けています。

「総合的なウェルネスソリューションを求める会員が増える中、ヘルスクラブはリカバリーサービスオプションを

優先し続ける必要があります」とクリス・スミス氏は言います。

「急速に拡大するこの分野には常に成長の余地があり、当社はさまざまなニーズに応えるために常に革新を続けています。」

メーカーはジムやスタジオに装備する新たな方法を模索しています。「当社のR&Dチームは、4つの新しいウェルネスおよびリカバリーコンセプトに取り組んでいます」とコーンウェイ氏は指摘します。「当社はリカバリーの将来に強気です」

JK Wellnessは、総合的なウェルネスエコシステムに貢献する、よりパーソナライズされた効果的なリカバリー体験を生み出しています。

「最先端のリカバリー機器を統合することで、クラブはより多様な顧客を引き付け、顧客ロイヤリティを高めることができ、急速に進化するこの業界で競争力と関連性を維持できます」とスカボロー氏は言います。

業界関連ニュースをイッキ読み!

10月～11月上旬の報道記事より

ルネサンスと災害協定 野田市 帰宅困難者受け入れで

千葉県野田市は、フィットネス大手のルネサンスと災害時の運動施設の利活用に関する協定を締結した。同社は東武野田線野田市駅近くでスポーツクラブを運営しており、帰宅困難者の受け入れ先として活用する。

ルネサンスは災害発生時、クラブの温浴施設を開放して地域住民に利用してもらうほか、市内の避難所を巡回して運動不足解消のためのアドバイスや支援も担う。クラブの駐車場も車中避難のための場所として提供する。

野田市駅は一日平均約8700人が乗り降りするが、同社などによると駅周辺には災害時に利用できる宿泊施設や公共施設がなかった。

事務局註:3.11震災後、業界として同様の受け入れが模索されたが「既存会員の権利との整合」が課題とされ協同行動に至らなかった。

(2024年10月5日/日本経済新聞)

ドーピングの「偽陽性」、 遺伝子研究で対処法探る 年内にも着手へ

遺伝的な体質が原因にもかかわらずドーピングと疑われてしまうケースに対処する手段を探る研究を、日本スポーツ振興センター(JSC)国立スポーツ科学センターが年内にも始めることが6日までに分かった。アスリートらから採取した血液を分析し特定のホルモンの量と遺伝子の関連を調べるような研究を想定する。

センター長は「アスリートを守る方法につながるのであれば取り組む価値がある」と話している。

研究では、禁止薬物などを摂取していないにもかかわらず血液や尿からドーピングを疑われる物質が検出される「偽陽性」への対処法を探る方針。アスリートの遺伝子を解析し、生まれつきの遺伝的な特徴が理由だと証明できれば疑惑を晴らすのに役立つとみられる。

同センターでは、遺伝子と競技の成績やけがのリスクとの関連を調べるため、各競技団体の強化指定選手2千人以上から血液などを収集したものの、研究成果を不適切に扱うと差別や選別につながるという懸念から分析を停止している。

新研究では、集めた試料の活用を検討。アスリート以外の人にも広く協力を求める可能性がある。

(2024年10月7日/日本経済新聞)

「運動週1日以上」、国目標の半分 健康維持へ習慣改善課題

スポーツ庁は2023年度の体力・運動能力調査の結果を公表した。30～40代女性の体力は過去25年間で最低水準。週1日以上運動する割合も3～4割と低く、運動習慣の改善が課題。調査は握力や上体起こしなどの項目の結果を点数化し、20～79歳は6～7項目(60点満点)を調べる。

1998年度以降での比較。

男性:30代後半で過去最高となるなど、20代以上で比較的高い。女性:50代後半以降は高いが、30代後半と40代後半で過去2番目に低い。

背景には30～40代女性の運動頻度の低さがあるとみられる。運動の実施状況「週1日以上」の女性は30代=約3割、40=約4割で、第3期スポーツ基本計画(2022～26年度)で掲げる「成人の週1回以上のスポーツ実施率70%」の半数程度にとどまる。(30～40代男性の実施率は約5割。)スポーツ庁は「スポーツしやすい機会の創出や意識の醸成を進め、健康増進につなげたい。」

(2024年10月14日/日本経済新聞)

脱・競技一筋のスポーツ教室 体を自在に操る力の鍛錬で 子どもの伸び代養う

子どものスポーツ教室で、身体を自在に操る「コーディネーション能力」に着目した育成プログラムが広がる。フィジカルトレーニングに取り組むことで競技一筋では伸ばしにくい俊敏性・体幹の強さ・柔軟性などを磨く。運動神経が発達しやすい幼少期に、将来を見据えた「伸び代」を養いたいという保護者の支持を集める。

東京都江東区のフットサルコートでは2時間の練習のうち半分程度はボールを使わず、身体操作能力を上げるメニューにあてる。なぜサッカーで必要な動きなのか、という説明も欠かさない。サッカーだけをしても、例えばスピードにつながる正しい姿勢や動作は身につけにくく、高い水準で競技を続けるためにも、幼少期から様々

業界関連ニュースをイッキ読み!

な身体操作を身につけさせたい保護者は多い。

近年は小学生の時期は特に運動能力が発達しやすい「ゴールデンエイジ」というスポーツ科学の考え方が広まり、柔軟な身のこなしを養うコーディネーションに着目した子ども向けのスポーツ塾が増えている。

(2024年10月19日/日本経済新聞)

引退スポーツ選手のセカンドキャリア イオンモール、 採用で地域交流、イメージ向上

イオンモールは引退したプロやアマチュア選手の採用を始める。所属チームや出身地など地縁のある地域のショッピングセンター(SC)を管轄する部署でスポーツ体験会や地域企業と連携した物産展などイベントを企画・誘致する業務を担当する。

対象はスポーツを3年以上本業とした大卒者、実業団やクラブチームの所属選手などで、初年度は数人程度で順次増やす見通し。給与体系は年収500万~750万円と中途採用の社員とほぼ同等。モールは体験型サービスの充実で滞在時間を延ばす戦略をとっている。

(2024年10月21日/日本経済新聞)

日本上陸した フィットネスサブスクのシステム

世界中のフィットネスジムやヨガ・ピラティススタジオ、スパなどが利用できるサブスクリプションサービス「ClassPass(クラスパス)」が9月19日から30カ国目の日本でのサービス提供を開始した。クラスパスは同社が提携するパートナー企業のフィットネスジムやスタジオ、ネイルサロンなどが展開するクラス(レッスン)を体験することができるサブスクリプションサービス。パートナー企業は世界に6万6000以上で、ユーザーは500万件ものクラスから参加したいものを選べる。

日本では都内を中心に、ピラティスやヨガ、ボクシング、暗闇サイクリング、サウナ、鍼灸(しんきゅう)・整骨、ヘッドスパなど200店舗以上がパートナーとして参加。

ユーザーは6種類のクレジット(サービス予約に必要なポイントのようなもの)プランから選択して有料会員となる。クラス内容や場所、人気度、時間帯などで必要クレジット数も異なる。会員のサービス継続率は約9割という。

パートナー(事業者)の3つのメリット。

1.顧客獲得のコストを抑えられる。

ユーザーがクラスパスでの利用後に自社サービス(会員)に乗り

換えても、クラスパスへの費用支払いはなく、クラスパスを自社サービスの入り口にできる。

2.店舗のアイドルタイムを有効活用できる。

アイドルタイムをクラスパスに登録することでその時間にクラスパス顧客を受け入れられる。

3.単発顧客ヘリーチしやすい。

旅行中もワークアウトしたい訪日外国人は多いが、日本には、一度きりの利用や旅行中のみ使用できるジムなどが少ない。

ユーザーの2つのメリット。

1.1つのアカウントで様々な企業のレッスンを受講できる。

お試しキャンペーン1回で決めるのは難しくてもクラスパスなら個々のクラブに登録せずに様々なレッスンを体験可能。同じクラスの繰り返し受講・他社と比較・本入会せず体験を続ける、など。

2.友人と一緒に体験できる。

様々なレッスン受講で飽きない。友人と合わせて受講・共有するなど。

同社では個人プラン展開後、法人プランも開始予定。グローバルでは2000社以上に、福利厚生サービスとして提供している。

[日経クロストレンド 2024年10月9日の記事再構成]

(2024年10月28日/日本経済新聞)

部活の地域移行

千葉県の自治体での部活動の担い手を学校から民間に移す取り組み。

柏市では市の指導者育成スキーム(救急処置や栄養学などを学ぶ第1段階・競技別の指導法を身につける第2段階)の修了者を市公認の指導者とし、修了者が所属する団体を「地域クラブ」として認定、部活動の移行先とする。地域のスポーツ関係者有志でつくる民間団体一般社団法人「柏スポーツ文化推進協会(KSCA)」が生徒と指導者の募集などの事務を市に代わって担う体制を構築して円滑な移行が進み、市立の全21中学校、16競技で土日の運動部の活動を移行した。

生徒たちは土日も平日と同じように各部で活動する。KSCAが派遣する指導者が監督するが、指導者は生徒15人あたり1人と定めた。野球など部員不足の学校でも合同で練習試合が可能になるなどの効果も発揮されている。市立中学校の運動部所属生徒の約6割が参加(10月現在)している。

生徒は年会費5000円と月謝2000円。KSCAは指導者に時給1600円を支払う。生活保護世帯などは市が補助。参加費徴収に不満の声もあるが、KSCAの代表は「持続可能なクラブ活動のために受益者負担は必須」と話す。

(2024年11月1日/日本経済新聞)