

Fitness Industry Association NEWS

2025年（令和7年）2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/



SPORTEC in 福岡 FIAセミナー①

「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！

2024年12月18日(水) 11:00~12:30 会場:マリンメッセ福岡

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、リハビリ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る。この状況をさらに加速させるためには、現状のフィットネスに加え、新たな事業領域の創造と確立及び付加価値の訴求による取り組みが求められるのだ。そこで、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筋を、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きたい。



《パネリスト》

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

吉田 皆様、こんにちは。日本フィットネス産業協会専務理事の吉田でございます。フィットネスクラブ各社においては、我々にとってまさに未曾有の

出来事であったコロナ禍という試練を経て、そのどん底から立ち上がり様々なアクションを起こすことにより、いままさにそれぞれの目標に向かって

邁進されていることと思います。そこで本日は、3社の経営トップの方々をお招きして、この難局を乗り越えてきた過程を振り返りつつ、マーケットの

動きに対して、いまどのような戦略をもって臨まれているのか、加えてフィットネス業界における明るい展望や話題についても提供していただければと思います。

普段、皆様が遠慮して聞きたいけど聞きにくいご質問、すなわちパネリストの方々にとってはあまり答えたくないような質問も今日は“ズバッ”とお聞きしていきたいと思っています。それではまず、ウォーミングアップとして、各社の現状や進捗等々踏まえて、それぞれのパネリストからお話しいただきたいと思います。まず、岡本さんからお願いします。

各社の現状と進捗

■ルネサンスの場合

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。本日はよろしくお願いいたします。まず、簡単に自己紹介させていただきます。



岡本 利治氏 (株)ルネサンス 代表取締役社長
FIA理事

私は生まれも育ちも、この福岡市で、1982年にルネサンスが東区千早にテニススクールを開業したときに入社いたしました。そこで約10年間、テニスコーチとして勤務し、その後、我々が総合スポーツクラブに進出したときに福岡を離れ、店舗支配人、エリアマネジャー、スポーツクラブ事業の営業部長、さらにスポーツクラブ全体を統括する本部長を経て、2020年6月に社長に就任し現在に至ります。

当社の紹介を簡単にさせていただきます。当社は1979年、『生きがい創造』という企業理念を掲げ、テニススクール事業から創業し、今年で45周年を迎えます。現在では、総合スポーツクラブを中心に、介護リハビリ施設、指定管理、またベトナムの事業に加え、2024年4月より、東急スポーツオアシスが子会社になったことで一挙に施設数が増え、全国で282施設を運営しております。また施設運営以外にも、法人企業様向けの健康経営をお手伝いする事業、自治体における地域の健康づくり事業、さらにホームフィットネスのオンライン販売の事業など、健康にかかわる分野のサービスを多岐にわたって展開している会社でございます。

それでは、これまでの直近の振り返りも含めて、当社が取り組んできた内容についてご紹介させていただきます。20年度から23年度までの当社の業績推移を振り返ってみると、まず20年度はコロナの真っ只中で大きな損失を出しました。続く21年度はそういった苦境にあっても、なんとか会社を存続しなければならないということを最優先に、投資や人の採用を抑えるなどして、様々な領域に大きな負荷をかけた経営をしてまいりました。ただ、それによって利益は確保できたものの、このままの経営では会社の持続的な成長はできないと判断し、22年度にはもう少し先を見据えた長期ビジョンを

掲げ、22～23年の2年間はその足場固めとしました。その期間に人への投資と設備の投資をしっかりと行いながら24年度からいよいよ本格的なスタートということでギアを上げていこうと。そして、そのときに掲げたビジョンが、『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』です。いわゆる、これは当社がスポーツクラブの会社から脱却し、健康課題を解決できる会社になろうという強い意思表示でもありました。

そこで、さっそくこのビジョンを達成するためのマイルストーンとして、27年度までを一つのゴールとした中期経営計画を策定しました。そして、そこで最高益を目指そうという目標を打ち出し、さらにその2年後、我々は50周年を迎えるので、そのときには新生ルネサンスとして真の健康ソリューションカンパニーになろう、といった目標を社員とともに共有し、いま推し進めているところでございます。

一方、我々は、この中期経営計画を実行していくために、2つの大きな方向性をつくりました。1つは、やはり主力事業である総合スポーツクラブの価値をしっかりと高めていくこと。ここには、介護リハビリ事業をはじめ、法人・自治体向けの事業など、スポーツクラブ周辺の事業も含まれます。そこで培った様々なノウハウをスポーツクラブの中に還流させていき、また新たなサービスを提供していくことで、スポーツクラブに通う層の幅を広げていきたいと考えています。

もう1つは、フィットネス業界の外枠にある事業です。ここにもしっかりと成長エンジンをつくっていきたいと思っています。例えば、医療、介護周辺の事業、さらに今回オアシスと一緒にになった際に当社の事業となったホームフィットネスも、今後しっかりと伸ばしていける領域であると感じています。

スポーツクラブ事業を拡大していくためには、やはり新店をつくっていくことが求められます。そこで、22年は3店舗、23年は4店舗を新しく出店しました。ただ、昨今では建築費が高騰してまいりましたので、新店をどんどんつくっていくというのはなかなか難しい環境になっています。そこで、M&Aや事業継承によって増やし続けていくという方向性も視野に入れ、他社さんが撤退されたクラブを我々がリノベーションするというかたちで店舗数を増やしています。例えば、2024年は新店がなかった代わりに、東京都墨田区のKSC wellness金町というスイミングの老舗クラブを親会社である三菱製紙株式会社の子会社の菱紙株式会社から営業譲渡し、ルネサンスとして4月に新規オープンいたしました。また、25年4月には、東札幌にこれも他社さんが撤退されたお店をリノベーションしてオープンする予定です。今後、スポーツクラブ事業のほうはしっかり伸ばしていきたいと思っています。

先ほど申しましたように、21年はかなり無理をした経営だったため、22～23年のスポーツクラブ事業では、「もう一度、ルネサンスファンをたくさんつくっていく」という原点に立ち返り、人への投資、すなわち採用も含めた教育体制の見直しなどにも支援を投じてまいりました。同時に、スポーツクラブ各店の施設のクオリティを上げていかなければならないと考え、時代に応じた環境整備にも取り組みました。例えば、トレーニングジムの24時間化であったり、いまトレンドとなっているフリーウエイトゾーンの拡張、さらに館内の内装、ロッカールームやお風呂、サウナといった総合クラブの強みであるアイテムに惜しみなくしっかりと投資することで、よりきれいで充実した施設を目指しました。

そして、2024年はその提供しているサービスの質をさらに上げていこうと、人への投資面では接客、接遇、そして指導力のレベルアップ、一方、設備の投資面では館内の美化の徹底を図り、提供するサービスと価格の価値とがきちんと折り合うよう、重点的な取り組みとして進めてまいりました。

また、ルネサンスファンをつくるということであれば、SNS、いわゆるデジタルを使ったコミュニティサイトも立ち上げ、お客様との接点も図っているところです。これからの時代はもうデジタルは避けて通れません。したがって、これをしっかりと活用して最終的に人が接点を持っているところにリソースが割けるよう努めているところでございます。

実は、こうした仕組みはすでに取り入れており、代表的なものとして、以前からご紹介しているソニーネットワークコミュニケーションズさんの開発に協力した「スマートスイミングレッスン」と「スマートテニスレッスン」という、スイミング及びテニススクール向けのスポーツICTソリューションが挙げられます。こうしたICTを活用することによって、最終的にはインストラクターやコーチの指導力も上がり、23年のオリコンの顧客満足度調査ではキッズスイミングスクール小学生のインストラクター部門で一位を獲得しています。

このように設備への投資から人への投資に努めた結果、在籍者数は23年から7%ほど増加し、入会・退会も改善傾向にあるというのがいまの状況でございます。

一方、新しいマーケットをつくっていくという中で、大きな取り組みの一つが自治体との連携事業です。現在、指定管理はおかげさまで88施設となりました。ちなみに、ここ福岡においては、2025年4月より、粕屋郡のか

すやドーム、春日市のいきいきプラザを受託することができました。福岡にはスポーツクラブの拠点を5店舗持っているの、ここと連携した新しい地域の健康づくり事業に臨んでいきたいと思っています。

また、各社さんも取り組んでいる学校水泳の受託は、24年には79校になり、年度末までには100校が見えてくるかな、といったところです。さらに25年度の受託もほぼ決まっているので、24年度の1.5倍ぐらいのボリュームにはなるのではないかと考えています。

加えて、もう一つ力を入れているのが、各自治体との連携協定です。自治体との連携強化を図ることは、新しいマーケットや顧客の創出には欠かせない大きな取り組みの一つ。現在、28自治体と何らかの協定を結んでいます。自治体とは防災協定をきっかけとした連携からスタートすることが多いのですが、最終的には健康づくりの包括協定を結ぶことができるようになるまで、しっかり強化を図っていければと思っています。

このほかにも、我々の施設がないエリアに対して、いかにしてサービスを提供できるかということにも取り組んでいます。これは2020年にスタートしたオンラインレッスンサービスで、現在までにその会員は6万人まで増えています。

これに関連して、最近では企業の健康経営を支援するオンラインサービス、「スマートAction」を新たに構築し、提供しています。これまでの支援といえば、スタッフが各企業に出向いて指導するというスタイルでしたが、これを使うことで、遠隔で働く従業員の方たちにもサービスが届けられるようになってきています。ここの利用企業をいま徐々に増やしているところでございます。

また我々は、医療周辺の事業として、

「元氣ジム」を代表とするリハビリ事業にも比較的早くから取り組んでまいりました。こちらもおかげさまで、直営35施設、フランチャイズ10施設にまで増やすことができております。本事業は、どちらかというとスポーツクラブの外側の事業として取り組んでまいりましたが、それではせっかくの知見がもたないということもあり、23年からスポーツクラブの中に訪問看護ステーションをつくり、そこを拠点としたデイサービスを実行して施設を増やしていこうとしているところで、す（これまでに2施設開設）。

これまでのスポーツクラブは、どちらかというと「元気な方をより元気にする場所」という観念でとらえられていましたが、これからはさらに幅を広げて、年代を問わず、健康課題を解決する一つのコンテンツとして、今後もしっかりと広げていきたいと考えています。

さらにもう1つ、今までスポーツクラブと縁がなかった方たちに対するサービスとして、20年に大阪国際がんセンターと連携しながら、がんの術後のリハビリテーション事業も推し進めています。当初は、大阪国際がんセンターの敷地内（ルネサンス運動支援センター）のみで実施していましたが、そこだけではなかなかご利用者がスケールしないので、がんの術後のリハビリ指導に特化した「がん専門運動指導士」という資格認定を大阪国際がんセンター様の監修でつくり、現在では全国に110名ほどの認定者を輩出し、60施設に配置が終わったところです。これを今後は、我々がいま運営している140施設全クラブに配置して、ルネサンス全体ががんの術後のリハビリのお手伝いができることを目指しています。

以上のように、これまで関わることのなかった方々とのご縁をつくり、健

康課題の解決がスポーツクラブの中でできるという方向性で、マーケットを広げていく。そういった取り組みをしております。

最後に、今期（2024年度）の着地予測は635億と見込んでおり、当初予測よりも5億ほどプラスになっています。一方で、利益は据え置いており、まだまだ投資をしなければならないものが残っているので、今期のうちに来期に備えた人、設備への投資をしっかりやりながら25年度に向けての準備をしている状況でございます。私からは以上になります。

吉田 ありがとうございます。コロナ禍を経てそこで止まるのではなく、むしろその試練を糧に、様々な施策を練りながらこの4年間で大きな進化、成長を遂げられているということがいまのお話からうかがえたのではないかと思います。それでは、続きまして、小林さん、お願いします。

■野村不動産

ライフ&スポーツの場合

小林 皆さん、こんにちは。小林と申します。本日はよろしくお願ひいたします。私、社会に出てからずっと不動産業界に身を置いており、元々街づくりに関わっていましたが、10年前から野村不動産グループのスポーツクラブを担当することになり、現在、メガロスというブランドで、関東圏を中心に45のスポーツクラブ、27のアフタースクール、2つのバイリンガル幼稚園を運営しております。

デベロッパー目線で申し上げると、この業界はいまとても注目されていて、その価値が非常に高いといえます。シニアやキッズコミュニティなどの施設を街づくりの基本機能として組み入れることが、自治体やデベロッパーから強く求められているのです。実は、こ

の会場には昨年（23年）もお邪魔しており、その際はコロナ禍にあってどういったことに取り組んだか、というテーマで、キッズ事業として2つの幼稚園を開園したことや、この事業の要となるのはやはり人だと思っていますので、そこに対してどこまで投資したかというようなお話をさせていただきました。そこで、今日は少し切り口を変えてお話をさせていただきたいと思っています。

現在、当社は「想う。つながる。変えていく。」——『Life&』という言葉キーワードに様々な事業に取り組んでいます。では、このキーワードを切り口として、総合型のフィットネスクラブは今後どういう道を進むべきか、その辺りの考えをお話したいと思っています。

現在の取り組みの前提として、従来型のフィットネスの会員は簡単には伸びないであろう、なかなかしんどいな……というのが本音です。原価も急騰



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

し、経営自体も厳しい。では、そういった状況の中でどうするのか。当社ではいま3つの基本観をもって取り組んでいます。まずは、お客様の様々なインサイトを見極めること。これが最重要であると思っているので、そのインサイトに対して素早くかつ幅広く対応していく。次に、我々総合型にとっての脅威は、価格戦略の異なる軽量化されたジムだと思いますが、そこのポジションの違いを明確にする。あとは、我々自身が持っているコンテンツを徹底的に最有効しようということです。

お客様のインサイトは、本当に様々だと思っています。したがって、この多様性に対してはスポーツクラブの枠を超えて、幅広くいろいろな対応をしていこうと取り組んでいます。

また、価格戦略の異なる業態とのポジション区分の再認識。例えば、最近、ライフサポートの提案といった考え方はどこのクラブも同じように打ち出していると思います。ただ軽量化されたジムとの違いという点でいえば、我々が会員に対して提供するのは「情緒価値」ではないか、と。それに対して、軽量化ジムは「機能」なのではないかと思えます。すなわち、会員の生活への関わりでいうと、我々のスタンスが深く濃くに対して、軽量化ジムは広く薄くだと思えます。また、企業成長の基本テーマは、我々はLTVであり、いかにして顧客単価を上げていくかであり、事業としての成長を狙うかです。一方、軽量化ジムは、会員数や、加盟店の数……のように、目指す方向性がおそらく違うのかな、と。したがって、我々は我々の道を迷わず走ればよいと思っています。だからこそ情緒あふれる生活提供をコンセプトにして成長していきたいと考えています。

次に、“館”、“人財・コンテンツ”といったリソースの最有効活用。そのため3つのことを考えています。まず

既存店のコンバージョン。持っている床からどういうふうになんたな価値創出を図るか。これはリニューアルではなく、用途を変えていくことが、我々の考え方です。顧客層の拡大、もしくは顧客単価増ということでは、例えば、キッズスクールの場合、皆さんの実績もおそらく平均単価は8000円くらいだと思いますが、これを床の用途を変えて、さきほど申し上げたアフタースクールや幼稚園にすると、単価が跳ね上がります。アフタースクールであれば8000円の床が3万円になり、幼稚園であれば10万円になる。こうしたことをキッズ事業以外でも展開していきたいと考えています。

次に、コンテンツの開発においては従来型のフィットネス事業にこだわらず、ライフエスコートサービスの概念で広く深く進めようと考えています。いわゆるコテコテのサポートです。当然皆さんも取り組んでおられるし、おそらくフィットネス事業の基本だと思えますが、これをあらためて徹底する、妥協なくやりきるということで臨んでいます。

例えば、24年10月6日、メガロスの35周年記念イベントとして、『20 km BLUE WALK～都会を、下町を、川を、海をひとまたぎ～』というイベントを開催し、1500人の方々にご参加いただきました。これは、スポーツクラブ主催のイベントですが、歩いて体を鍛えることが参加者の目的ではないと思います。ではなにが目的なのか。おそらく、「休日に家族や仲間と同じ時間を過ごす」ではないでしょうか。つまりスポーツクラブでなくてもいいわけです。

また、私もいまちょっとはまっているのですが、アメリカで人気沸騰のピックボールを輸入し、新たな客層を開拓するためのトレンド発信や、新たな需要創出のため、多様なプログラムメ

ニューの提供にも努めています。従来型の顧客に限らず、少し切り口を変えて新しいニーズや顧客層を掘り起こしていこうというわけです

リソースの活用に関しては、我々の中で築いてきたものを会員のみならず、外にも展開していこうと考えています。先ほど申し上げたアフタースクールや体育スクールもその対象であり、外部販売や受託を行っています。また、物販事業もプライベート商品を積極的に開発しており、その代表的な商品の一つがプロテインコーヒー。いま、非常に人気があって、国内はもとより最近では海外にも展開を始めました。

一方、テーマは変わりますが、我々は新店開設については建築費が合わないの、自ら開発する気はもうありません。リテナントやM&Aのご縁があれば、店舗の拡大を目指していきたいと思っています。ここでのキーワードは「脱スポーツクラブへの挑戦」。すなわち、従来取り組んでいた運営方法とは全く異なる手法をどう打ち出していくか。これに果敢に挑戦していきたいと思っています。

そして、今期のゴール——。我々がいま目指しているのは、とにかく運営改善を通じてLTVを向上させていくこと。したがって、会費の割引は引き続き抑えていきたいと思っています。その結果、いま顧客単価は1万2000円くらい、そして退会率も2%台で、会費値上げ後も退会率は下がっています。正直申し上げて大きな成長という勢いはないのですが、ある意味、安定軌道に入っているように思っています。今期については、これをベースに、今後の成長に向けての足固めという位置付けと考えています。私からは以上です。

吉田 ありがとうございます。小林さんところはコロナの中盤ぐらいから周辺事業を踏まえて、新たな取り組み

を積極的に展開されてきています。お話しの中にあつたプロテインコーヒーは、おそらくトップセールスではないかと思ひます。スポルテックの会場でも展示されているということですので、ぜひ一度お試しいただければと思ひます。それでは、続きまして中森さん、よろしくお願ひします。

■フィットイージーの場合

中森 皆さん、あらためまして、フィットイージーの中森と申します。本日はよろしくお願ひします。まず当社の取り組みについてお話しする前に、私の自己紹介を簡単にさせていただければと思ひます。1974年、岐阜に生まれました。今年50歳になります。私はこれまでフィットネス分野に関わつたことはなく、様々な事業を開発、イノベーションして全国にフランチャイズ展開することを得意分野として取り組んでまいりました。

では、その様々な事業とは何かとい

えば、質屋事業であつたり、その前はビデオレンタル事業などです。例えば、質屋の事業はというと、皆さんご存じかどうかわかりませんが、それは鎌倉時代から続く700年もの歴史のあるものです。ただ、私がイノベーションする以前の20年前を振り返ってみると、暖簾をくぐつて、「いらっしゃいます」「ありがとうございます」も言わないような質屋さんがほとんどでした。私は、この閉鎖的な風習を変えたいと考え、いま町には買い取り屋さんなどがたくさんあると思ひますが、その前身である1号店をつくりました。そういった中で、メルカリさんなどもそうですが、買い取り事業、リユース事業というのがいまでは新たな日本文化の一つになつたのではないかと思ひています。

そんな中、フィットイージーは2018年に創業いたしました。ただ、私は創業時にはまだ関わつておらず、創業者と私とは20年来の付き合いがある中で縁があり途中から合流しました。すると、すぐに本日、ファシリテーターを務めていただいている吉田さんからお声がけいただき、「新参者ですが……」とご挨拶をさせていただきました。4年前のことですが、ついこの間のように思ひ返されます。

そんな経験を積んでいく中で、我々の手でなんとか日本のフィットネスを……などと、大それたことを言うつもりはありません。一方で、私が俯瞰的にこの業界を見させていただいたときに、なにか変化できるいい機会ではないかというふうな感覚を覚えたことも確かです。私の中に元々あつたイノベーション魂の本能が呼び覚まされたというのでしょうか（笑）。そこで考えたのが、「楽しみながら健康になれる、楽しみながら目標達成できる、そんなフィットネスクラブが日本には必要。」でした。そこで、まさにアミューズ

メントパークのような、アミューズメントとフィットネスクラブをかけた『アミューズメントフィットネスクラブ』を提案しました。今年（2024年）、商標登録も通つたので、いよいよこの『アミューズメントフィットネスクラブ』を一つの文化として、大切に発信してまいりたいと考えております。

弊社のミッションは、「新たなフィットネス文化の創造で世界を変えていく」。その具現化のために、我々は新店舗をつくるのではなく、基本、居抜き物件でかっこよくリノベーションして、居心地の良さ、非日常空間というものにこだわりを持ちながら、このミッションを掲げて展開させていただいています。例えば、三重県の四日市市に1年前にオープンしたイオンモール四日市北店は、築150年の国定指定文化財のレンガ造りの紡績工場跡です。ここをリノベーションさせていただきました。やはりトレーニングはかっこいい場所を実施したいもの。すると、「フィットイージー イオンモール四日市北店でトレーニングしている私が好き」というような声をいただける会員様も少しずつ増えてきました。

現在、10月に先期が終わり、いま8期目に入ったところ。先期は42店舗ほどの出店をさせていただき、今期は60店舗ほどの出店を予定しています。

もう少し『アミューズメントフィットネスクラブ』について掘り下げてご説明できればと思ひます。先ほど、小林社長のほうから「脱フィットネス」というお話がありましたが、近い部分です。フィットイージーは、ただ単にトレーニングをする場所ではなくて、リラックスする場所、整えたい場所でありたいと思ひています。したがつて、「明日ゴルフコンペだ」「web会議がしたい」「元気になりた



中森 勇樹氏 フィットイージー(株)取締役副社長

い」「勉強に集中したい」「サッカーがしたい」など、フィットイージーへの入会動機は様々です。実際、高校生から「受験勉強するために入会しました」といった声をいただいたり、ビジネスマンからは「仕事をするためにこの空間が最適だから入会しました」という声もいただいています。

もちろんそこに貫かれているのは、軸足はしっかりとフィットネスに置いていることは言うまでもありません。決してまがいものではない。その証左として、マシンの充実やスタッフの教育も含めて、私たちは真摯にフィットネスと向き合うという信念のもと、FIAさんにも4年前に入会させていただきました。

当時、FIAの会長だった吉田さんから「24時間型としては初ですよ」とおっしゃっていただきましたが、私自身はやはり、腰を据えて日本のフィットネスに向き合いたいと思ったときに、やはりFIAさんに入会させていただくことで、国の動き、協会の動きをしっかりと勉強させていただきたいと考えていました。そういった点からも軸足はしっかりとフィットネスに置きつつ、コロナ明けのいまこそ、日本の健康、あるいは運動習慣というものにより一層寄与していくためには、このような発想による切り口もあっていいのではないかと考えています。すなわち、我々の役割は「生活のあらゆるシーンに必要とされる一第3の場所—サードプレイス」です。

こうして2018年の創業以来、約7年で22のアミューズメントコンテンツを導入してまいりました。チョコザップさんが非常に上手なプロモーションを展開されていることから、たまに「フィットイージーはチョコザップさんの真似をしているんじゃないの?」ということを言われることがあります。しかし、実際には弊社のほうが早く、

7年前からこういった様々な発想を提唱しつつ、しっかりとフィットネスに軸足を置いて展開をしてきています。今後も、この流れはしっかりと堅持し展開していきたいと思っております。

その結果、先月末（2024年11月末）時点で179店舗、会員様の方がいま14.8万人。ほぼ15万人というかたちで推移しているといった状況になっています。簡単ではございますが、私からは以上となります。

吉田 ありがとうございます。中森さんとは、いまのお話の中にもあった通り、2018年にスポルテックの会場で初めてお会いしました。そしてFIAの話をしたときに、半年くらいかけて決断していただいてご入会いただきました。そのとき私が中森さんに申し上げたのは、当時は「24ジム業態」をベースにされていたので、「今後24時間業態の模範となるような事業をぜひつくり上げてほしい」ということでした。そして、いまここでお話しいただいたような、まさに様々なアイテムを含めて、大きな市場をつくられているという状況でございます。

さて、それでは続きまして、今度は個別の質問をしていきたいと思えます。まず、岡本さんにお聞きしたいのは、先ほどちょっと触れられた東急スポーツオアシスさんとの合併についてです。冬のこの福岡のスポルテックの時期は決算開示前ということではなかなか言えないこともあると思いますが、可能な範囲で結構ですので、オアシスさんと統合する際に当初想定されていたプラン、あるいは統合後、それぞれの会社の強みを磨きつつ融合していく上での課題、そして統合によって発生している相乗効果、いわゆる早々に表れている成果なども踏まえつつお話ししていただければと思います。

各社の強化ポイント

■ルネサンスの場合

岡本 ご質問いただいた件に入る前に、少しだけオアシスと一緒にになった業績の推移をご説明させていただきます。上期の業績は売上高313億6700万ということで、当初よりもプラスで推移しているところでございます。大きく成長したのは、やはりここにオアシスの数字が入っているということです。一方で、ルネサンス単体としての業績も計画通り推移し、先に申し上げた通り、昨年度のスポートクラブ新店4店舗と4月にKSC金町を営業継承したことでスポーツクラブの会員数が前年より増加したことに加え、昨年（7月にフィットネス、10月にジュニアスクールを）値上げしたことにより会員単価が上昇したことによります。この売上を原資に人的、設備的投資を行ってきたというわけです。ここにオアシスの家庭用運動機器の通販事業であるホームフィットネス事業が当初計画を上回って推移したことが増収の要因となりました。

部門別の売上高についても全部門において増収を果たすことができました。またトータルの在籍者数は、ルネサンス単体でも昨年から7%増加し、そこにオアシスの会員が8万6000人ほどいましたので、これをプラスすると50万人を突破し過去最高の会員数をキープすることができました。

さて、ここからオアシスとの取り組みについてご説明しますが、その前にまず、どういう経緯で我々と一緒になったかというところについて少しお話しさせていただきます。

一昨年（2023年）、親会社の株式会社東急不動産のほうからこのお話いただきました。当時は、我々もまだコロナからの回復途上だったので、いきなり吸収合併というのはなかなか難し

い環境でした。そこで、まずは40%の資本参加というところからスタートし、我々から役員を3名ほど送ることによって、ルネサンスとのシナジーが出せるようなところを探索していこうと準備を進めてまいりました。そのとき、オアシスの企業文化が当社と近い企業であることを前提として、我々が想定していた当社とオアシスが一緒になったときのシナジーの1つは、まず立地。オアシスは当社が出店できていない首都圏と近畿圏の中心部にスポーツクラブを展開しているのに対して、我々のほうはというと、例えば大阪においては約5店舗展開していますが、大阪市の中心部である梅田、阿倍野、森之宮などにはお店はなく、空洞化という様相は否めませんでした。

翻って、東京に関しても山手線の内側にはルネサンスは1店舗のみ。一方、オアシスは新宿、恵比寿、聖路加、青山など都心の中心部に展開しています。したがって、一緒になることによって、面で大阪と東京を抑えることができる。すると、お客様の利便性が上がるのと同時に、法人会員の獲得、さらに大阪市、東京都との自治体のお仕事が非常にやりやすくなる。これをシナジーとして感じておりました。

もう一つは、先ほど申し上げたオアシスのホームフィットネス事業。これが約40億円売上があり、我々にはいままでなかった事業になり、新たなマーケットが創出できる、と。逆に、オアシスの各店舗は、どちらかというと大人専用のクラブが多く、そこに後付けで子どものスイミングスクール事業を導入しているタイミングでしたので、当社のノウハウを注入することで、さらに事業をスケールさせる伸びしろがあると期待しているところです。このように様々な点においてシナジーが見出すことができた結果、2024年3月末、オアシスの株式を追加取得し、完

全子会社化いたしました。

ここまでの取り組みとしては、個人、法人会員の相互利用が可能になり、双方の利用者が増えています。特にオアシスの法人会員は増加しています。また、現在、プールがあるオアシス施設25クラブに子どもスイミングスクールを新たに導入していますが、そこで段階的に当社の指導カリキュラムに変更し、当社が導入しているIoTを活用したスマートスイミングレッスンをオアシス店舗に順次導入していくことで、さらなる会員増を狙っていきます。また、B to Gの取り組みの一例として、ここ福岡市においてルネサンスと連携してオアシスのホームフィットネス事業で販売しているバランスボールを市の職員の方に執務中に使っていただき、「転倒災害予防実証実験」を行い好結果が出ているとの報告を受けています。

もう一つ、先ほどお話しした好調に推移しているホームフィットネス事業では、家庭用の運動機器のオリジナル開発、販売を行っており、フィットネスの会社が監修した家で使うフィットネス用品ということで、非常に信頼性があると高く評価されているようです。ちなみに、ツイストステッパーという商品が一番売れており、フィットネス機器の販売実績としては楽天の通販サイトで2年間ナンバーワンだそうです。さらにここに、ルネサンスの介護リハビリ事業のノウハウを活かし要介護・要支援の方たちの機能改善に使える新商品開発にも取り組んでいます。

今後のスケジュールとしては、25年1月より順次オアシス施設の看板がすべての施設でルネサンスに差し替わり、4月1日に完全合併の予定です。現在、両社で合併統合に向けてのプロジェクトを進めており、オペレーション統合、会員管理や会計管理のシステム統合、人事制度統合などなど、課題は沢山ありますが、なんとか全従業員

と関係取引先の協力を得ながら、乗り切っていきたいと思います。

吉田 もう1点、追加でお聞きしたいのが、M&Aを繰り返されてきている中で、合併や買収、するほうとされるほうにおける人と人との交流は順調に進んでいるのですか？

岡本 そこが一番慎重に進めてきたところですね。元タルネサンスの『生きがい創造』という企業理念と、オアシスの『Well-being first』という企業理念が非常に近かったこともあり、また運営形態も似ていて比較的、親和性がありました。それでもやはり、その辺は慎重に行かなければならないということで、23年にはまずオアシスの本社を我々の本社の上に引っ越してきてもらい、できるだけスムーズな情報交換できるようにいたしました。今年から子会社になりましたので、スタッフはもう頻繁に行き交っており、徐々に交流は深まりつつあるところです。いずれにしても、ここのところは少し長い目で見て、1~2年をかけてソフトランディングしていきたいと思っています。

吉田 オアシスさんとの統合計画について、こういった場で岡本社長からお話しいただいたのはおそらく初めてのことはないでしょうか。我々業界にとっていまもっともホットニュースであり、貴重なお話しをいただきありがとうございました。では、続いて小林さん、お願いいたします。小林さんは野村不動産という大きな母体の中核でずっと仕事をされ、そこからフィットネス産業に転じられました。そして、いま周辺事業も含めてメガロスさんの強化に努めていらっしゃるわけですが、私はグループ戦略の中でのそういった活動ができるというのは、大きな強み

であると思っています。元々想定していた質問ではありませんが、その辺も含めて、直近の情報を詳しくお聞きすることは可能でしょうか。

■野村不動産

ライフ&スポーツの場合

小林 想定外の質問なので十分な用意はしていませんが……（笑）。多くの方にとって、不動産会社のグループ企業だから床が出しやすいのではないかという印象があると思いますが、まずそれはありません。グループの床は賃料が高くて、出店できる賃料耐性のあるスポーツクラブモデルはまだ持っていないのが正直なところ。ただ、グループの中にはワーカーとその家族の方々、そしてオフィスのテナントさんがいらっしゃるのですが、これが大体200万人強。また、当社の“プラウド”というマンションにお住まいの方が約30万人。これら300万人近くの方たちに対して、どういった健康サポートや生活サポートができるかというのがこれからの課題と思っています。また、グループの開発する街の中でのキーコンテンツとしては、いろいろとチャレンジできる環境はありますので、今後も引き続き取り組んでいこうと考えています。

その上で、先ほど申し上げた続きになりますが、我々がいま取り組む基本感が『Life&』です。いまこの業界は、もはや業務改革というレベルでは生き残れないのではないのでしょうか。ちょっと商品を変えたり、価格戦略が、あるいは営業戦略が……というレベルではない。そもそも事業の構造を変えていかなければ、我々は生き残れないのではないかと、と思っています。そこで、幅広く展開していこうと考える中の一つが、キッズビジネスです。現状で止まる気はなくて、まだまだ突き進んでいきたいと思っています。

そして、これまでのスポーツクラブの概念にとらわれないピボット型の事業展開をしていかなければならないと思っています。すでに保有するコンテンツや優位性を基礎票として、いかに新たな価値を乗せていくかが大切です。

今日はその構造変革の事例を二つお話しさせていただきます。一つが保育教育事業（アフタースクール）です。皆さんご存じの通り、社会背景として、共働き世代の増加によって、保育や預かりニーズはすごくある。一方で、我々のような総合型のクラブは、館が大きく、スクールノウハウもある。そこで、こういった持ち味を社会課題に合わせて取り組んでいっていたわけですが、まさにジャストフィットしたという感じです。現在、1000人強のお子様をお預かりしていますが、先ほど申し上げたように、1人当たりの単価で3万円を超えますので、非常に責任感が求められると同時に、事業としての醍醐味も大きいと思っています。

また、これも繰り返しになりますが、プロテインコーヒー。これ、本当に美味しいです。元々は、このプロテインコーヒーは、当社の会員の方たちに喜んでいただくために開発したものです。ただ、それがどんどん外部から評価をいただいて、例えば同業企業であるゴールドジムさんやティップネスさん、ジェクサーさんにもお買い上げいただいて、それぞれのクラブの会員の皆さまに販売いただいています。そして、フィットネスの枠にとどまらずさらに広がっていき、いまではオフィスのコーヒーサーバーとして全国で5万台に提供させていただき、あるいは企業や自治体の防災備蓄品として活用されるまでに至っています。商品価値の見せ方を変えることによって、思いもよらなかった販路がどんどん拡大できていく——。いま、このような発想に基づいて、様々なシーンで構造変革を推し

進めているところです。

フィットネス業界再成長の一つのアイデアとして、やはり他企業、あるいは様々な業種の方とのアライアンスが挙げられます。協業を通じて、巡り巡って自社リソースの再発見をすることがあります。すなわち、外から見ると、実はスポーツクラブのリソースってすごく評価が高いということです。ここは自信を持って臨まれるといいのではないのでしょうか。

そして、キッズ。私は、キッズはただ単にキッズに留まるとは思っておらず、キッズ＝ファミリーととらえています。キッズの後ろには当然、ファミリーが紐づいてきます。したがって、「世帯LTV」という発想で、様々なビジネスを仕掛けていくことが重要なのではないかと、と思っています。

少し話がずれてしまいますが、私が考える成長戦略の中で大事にしたいことが二つあります。一つはやはり人。事業が成長していく中においては、新しい人材を確保しなければなりません。いま当社の社員は660人ほどおりますが、最近ではキャリア採用を加速しています。スポーツクラブ業界に限らない他の業界からたくさんの方に来ていただくことによって、様々な価値観がいままさに混ざり合い、既存のメンバーにとってもとてもいい刺激になっています。すると、社内が活性化し、どんどん新しい事業を展開していくことが期待できる。それによって、事業の拡大と企業の成長ができるのではないかと、まさにD&I効果です。

もう一つが、アライアンスです。何事も一人でやるのは限界がある。でも、色々な方と組むことによって、事業の幅は広がるものです。これはもう痛感しており、この輪をどこまで広げて皆さんと共に取り組んでいけるかが大切だと思っています。同業だろうが、他業種だろうが、あるいは民間だろうが、

自治体だろうが関係ありません。外部パートナーと知恵を出し合い、地域や顧客の課題解決に挑みたいと考えています。その結果としての経済圏が生まれることで事業の領域が広がっていく。こうした二つの考え方をベースにいままさに邁進しているところです。

吉田 ありがとうございます。小林社長はいつも我々が想定できない決断をされる時があり、私がかつとも印象に残っているのが、コロナから脱却しかけたとき全社一丸となって取り組んだ結果、営業利益が出た。すると、小林社長は従業員にすべてボーナスで還元された、と。成果への対価を出し惜しみをしない。その姿勢や信念は、先ほど述べられた戦略というものとも合致しているのではないかと思います。また、人々の生活空間をあらゆる手法によって彩っていくというところでいくと、今後もっともっと事業領域の幅が広がってくるであろう新たな発想に期待したいと思います。

では続いて、中森さん、お願いします。フィットイージーさんは“24ジム”からスタートされましたが、いまからお話ししていただく内容というのは、その後の投資によってまさに進化・成長が目に見えてわかるような路線を歩まれてきています。先ほど、チョコザップさんとよく対比されるというお話がありましたが、私自身も周辺情報をいろいろと調べてみると、チョコザップさんのほうがフィットイージーさんをかかなり意識されているのではないかという感じがうかがえます。一方、中森さんのところは、信じた道をわき目も振らず迷わず突き進んでいるというふうに映ります。その結果、株価はこの半年ぐらいで2倍になっている。そのくらい成長の勢いが見える会社だと思います。その辺も含めてお話しただければと思います。

■フィットイージーの場合

中森 いま吉田さんからお話いただいた内容も含めてですが、まず当社の投資のスタンスというのは、コロナ前、コロナ期、コロナ後において、特に変えているところはありません。そんな中で、一つご説明させていただきたい重要なポイントは、当社の成長のベースにはフランチャイズのシステムがあるということです。私は、フランチャイズのシステムは素晴らしいものだと思っており、これまでの20年、その仕組みというものに関わり、様々な事業をフランチャイズによって展開してきました。もちろん直営店での展開もしていますが、一方で、いま当社の成長を支えているのはフランチャイズ加盟店のオーナー様が健康事業に興味を持たれて、社員のため、地域のために事業展開したい、と。昨年だけでも1年で5店舗を出店されたフランチャイズ加盟店さんが3法人いらっしゃいました。実は、いまも70店舗近い方々に出店をお待ちいただいているといった状況で、今後も本部と加盟店とともに、このフランチャイズの仕組みというものをより有効活用しながら展開していきたいと考えております。

そんな中で、繰り返しになりますけれども、『アミューズメントフィットネスクラブ』というかたちで、引き続きマシンスタジオだけでなく、会員様が求める多種多様なサービスを提供していきたい、と。そこでポイントとなるのはAIです。なるべく人の力に頼らない、つまり人の手による部分をいかに少なくしていくかというところにフォーカスしています。ここに関しては、ChatGPTを含めていま様々な素晴らしいものが世に出てきているので、それによって既存の流れから脱却していく変革の可能性を考えているところです。ポイントは、「AIを使った新たなフィットネス文化の提案」。この方針

をより鮮明にしその実効性についても加速していきたいと考えています。

当社では半年前から、大谷翔平選手がアンバサダー契約しているラプソード社と提携し、フィットベースボール、いわゆる野球のシミュレーターというものに取り組んでいます。ちょっとした野球ラボなのですが、「打つ」「投げる」のアナライザーデータが取れ、より競技のクオリティを上げていくというところにおいて非常にご好評をいただいています。

また、フィットイージーではいま男女の比率が7対3、多い店では6対4という割合で、女性の会員様が増えつつあります。そこで、最近の流行りが骨盤底筋を鍛えるビジリスやカラーゲルルームなども展開し、非常に喜んでいただいています。その際のポイントは、各種サービスを利用していただくとき、スタッフが関わらないというところで

会員様とはすべてLINEでつながっており、そこから予約ができる仕組みになっており、UI、UX、顧客管理システムもすべてフィットイージーでは内製化によって行っています。言い換えれば、会員様の利用のしやすさ、スタッフの運営管理のしやすさということを常にアップデートしながら、なるべく人の力に頼らない経営、頼らない運営ということに、これからもよりフォーカスしていきたいと考えています。

またLINEの中にはオピニオンボックスというチェックボックスがあり、24時間・365日、当社に対して意見、クレーム等があったらいつでも投稿できるという仕組みを構築しています。お送りいただいたものは、直営、加盟店問わず、24時間以内の改善を徹底しています。先月は1110件のオピニオン、問い合わせがありました。無人の時間帯もありますので、やはり常に

会員さんの声をお聞きするということに関しては、その重要性を十分に理解した上で様々なかたちの仕組みづくりを心がけています。

当社のキーワードに、「洗練された非日常空間を五感で楽しむ」があります。カラーコーディネーターの色彩理論に基づいたマシンのカラーリングやマットの配色、ライティング、床材・壁材・天井、棚などの備品に至るまで無機質でありながらも、冷たくない空間——ぜひ足を運んでみたくなる場所の空間プロデュースにこだわっています。

現在、180店舗ほどですので、まだまだこれから出店の余地はあると思っておりますし、総合クラブさん、24ジムさんの近くであっても、私たちが狙っている層とは違うと自負しておりますので、いい意味で共存共栄しながら、日本全国にフィットイージーの店舗網を広め、男女問わず、若い方からご高齢の方まで幅広い方々にご利用していただきたいと考えています。

軸足はしっかりとフィットネス市場に置きつつも、今後も新たなコンテンツを導入し続けてフィットネス市場以外への可能性というものにもアプローチしてまいりたいと思います。

吉田 ありがとうございます。私は、ホームページも定期的に拝見しているのですが、都度、その進化が本当によくわかると実感しています。ぜひ、皆さんもご覧になっていただければと思います。それでは、次に今後の成長の余地ということに関して、それぞれお三方が考えられていることがあればお聞きしたいと思います。まず岡本さん、いかがでしょうか。

今後の成長の余地

岡本 当初の成長戦略は、先ほどご説

明いたしました通り、長期ビジョン、そして中期経営計画の取り組みをいま粛々と行っているところですが、少し補足的なお話をさせていただきたいと思います。大きなテーマとしては、我々がスポーツクラブ事業の中で培ってきた45年のノウハウを生かしながらやってきた、いわゆるヘルスケア事業、すなわち、医療周辺事業、自治体との事業、法人・健康組合との事業、さらにPPP事業など、各事業の専門性がそれぞれ高くなっているの、ここをいかに連携させて、提供する価値と顧客の層を広げていくことができるか、と。ここが伸びしろではないかと思っています。

我々の介護事業の中には、リハビリ特化型デイサービスのほかに、訪問看護ステーション、脳卒中の方のリハビリ、さらに発達障害のお子様の放課後等デイサービスなどの事業にも取り組んでいます。特に放課後等デイサービスに関しては、一昨年（2022年）より、横浜市のルネサンス蒔田24のプールを使って実証実験的に行っているところ。これがパッケージになって、全国のプールがある施設でこういった事業を展開できるようになると、また対象者も変わってくると思います。

一方、脳卒中のリハビリの方は高齢者とは全く違う対象となるので、こういった方たちに向けても積極的にアプローチしていきたい。また、横浜市との連携で、いま心臓リハビリをスポーツクラブで実施できるようなかたちも進めているので、ここもまた年齢を問わず健康課題を持たれた方々がスポーツクラブでご自身の健康課題を解決していく、と。そういったところのタッチポイントを、今後もたくさんつくっていきたくと思っています。

逆に、これら4つの事業には必ず社外のパートナーが必要です。特に自治体さんの場合は、逆にリスクもあって、

ご存じのように、指定管理者制度は5年ごとに再入札していかなければならないため、公募で落ちてしまうと、その事業そのものがなくなってしまいます。そういう意味では、PFI事業のほうは15年という息の長い契約なので、ここはしっかり獲得していくこと、そしていかに多くのパートナーとの連携をつくっていくことができるか、ここが大きなポイントであると思っています。

一方、法人さんのほうも、これまでどちらかといえば、従業員の方々の健康経営のお手伝いがメインでしたが、ここ最近では、B to Bの先のB to C、すなわちメンバーシップを持たれている企業さんとアライアンスを組むことによって、我々の商品をまた違う顧客層の方々にも提供できるのではないかと、いうふうには思っているの、こういったところもまた我々の今後の伸びしろの一つではないかととらえています。このように、日本全体の健康課題の解決に向けて、アライアンスを組みながらかつ実行力を伴った会社に成長していきたいと、いままさに取り組んでいるところでございます。

吉田 ありがとうございます。では、小林さん、お願いします。

小林 事業領域はどこでもいいと思います。各社さんがやりたいところに向かえばいいし、可能性はたくさんあると思っています。一方で、我々のような総合型に圧倒的に足りないのはやはりデジタルへの対応ではないでしょうか。中森さんのお話を伺っていて、すごく刺激を受けました。ただ、我々はそのこには徹しきれない。館も大きいし、スタッフ数も少なくない。まずは、いま持つリソースをいかに効率的に活用できるかを、もっと真剣に突き詰めるべきでしょう。デジタル投資のコスパ

には、憶病になりがちですが、そこを乗り越える勇気が必要と感じています。

あともう1つは、CRMの観点でのデジタル対応です。例えば、会員の中で誰が退会しそうとわかったらフォローができる。そういったAI的なものには、皆さんもいろいろとチャレンジされていると思います。こうした顧客の心情や行動、ニーズ、インサイト等をカバーする顧客マネジメント機能が整えば、ビジネスの伸びしろは、とても大きいですね。基本、フィットネス業界にはその周辺ビジネスの可能性がめちゃくちゃあるので、CRMのノウハウ、テクニカルなところが整ってくれば、周辺ビジネスとの連携によってまだまだいくらでも伸びる。そう断言できる業界だと私は思っています。

吉田 ありがとうございます。では、続けていて中森さん、お願いします。

中森 今日はFIAさんとのご縁でこういった場で、私もお話をさせていただく機会を得て、皆様方とお見知り置きいただくことができたことは本当にありがたいと思っています。今お二方のお話しお聞きして、弊社は弊社でやはり強みがありますし、総合クラブさんを含め、他クラブさん、皆様強みをお持ちになられていると思います。いまフィットイージーは、人口2~3万人のエリアで出店させていただくと、「我が町に初めて運動できる場所ができた」と。そしてその場所がただ運動するだけではなく、リラクゼーション、いわゆるO2ルームであったり、コワーキングスペースやエステであったり、あるいはサウナ、ゴルフ、野球といった、生活のあらゆるシーンに求められるサードプレイスのかたちになっていることに対し、「本当にこの場所がなかったら、いまの私はありません」とまで言ってもらえるようなお話もいた

だいています。

そういう意味でも、まだまだ私たちがやれることって、本当に可能性しかないと思っていますし、だからこそ軸足はしっかりとフィットネスに置きつつも、アミューズメントフィットネスクラブとして「楽しみながら健康になれる、楽しみながら目標達成できる」を突き進むことで、皆さんと一緒に日本の健康、社会の健康といったところに少しでも寄与できれば、というふうに考えております。

吉田 ありがとうございます。いままさにそれぞれの会社から成長の余地ということを踏まえてお話をいただきましたが、今後は各社ともにより一層の連携、アライアンスが求められるという切実な思いがよく伝わったのではないかと思います。実は、FIAのほうでも、スポルテック開催中に、THINKフィットネスの手塚社長を執行委員長として、業界の人たちが集まってざっくばらんな話をするという“夜のスポルテック”を設けて連携を深め合っているところですよ。例えば理学療法士さんの仕事のあり方を、我々がオーダーして望んでいるけどなかなか人が見つからない、相思相愛なのに繋がらない。そういった連携を、今後は業種を超えながら取り組んでいかなければ、日本のこの健康ということに対して、我々がしっかりリードしていくことはできないと思います。したがって、そこは業界としてもしっかりケアしていきたいと思っています。本来、業界で活躍できる人であるにもかかわらず、それがなかなかできていないという現状を打破し、フルで動けるようなかたちをつくっていくことも我々に課された使命であると思っています。

それでは最後に、本日登壇していただいた皆さんから、ここに来場してい

ただいた方々に対してエール、もしくはメッセージを一言ずついただければと思いますので、よろしくお願いします。

各社からのメッセージ

岡本 今日は皆さん、ご参加ありがとうございました。皆さんご存じのように、日本の人口動態はさらに少子高齢化が進み、おそらく2048年には1億人を切るのではないかというトレンドの中で、高齢化率は40%を超えてまいります。そのうち独居老人の方の比率は20%ぐらいになるということもいわれており、こういった状況は我々ではどうしようもない趨勢かと思えます。ただ、「人生100年時代」が叫ばれる中、健康寿命を延ばすということできると、自治体、企業さんとタイアップしながら健康の長寿、延伸に取り組んでいくことが我々の使命ではないでしょうか。

また、昨今では特に小学校の水泳に代表されるような学校体育が民間に移行されていくといったトレンドも間違いなく進んでいます。今後中学校、高校の部活の受託が進んでいったとき、一つの企業だけではどうしようもありません。やはり、業界全体で取り組んでいかなければカバーしきれないのではないかと考えています。だからこそ、FIAを中心に、フィットネス事業に携わっている皆さんと共に連携しながら、社会課題の解決にも貢献できるように取り組んでいきたいと思っています。今後ともよろしくお願いいたします。

吉田 ありがとうございます。では、小林さん、お願いします。

小林 皆さんお疲れ様です。繰り返しますが、やはり総合型の経営は、いまのままでは正直言って相当厳しい

と思います。おそらく、皆さんも、なかなかしんどいというのが本音ではないでしょうか。私たちも様々な再生と成長の絵を描いていますが、足元は決して楽ではない。これが現実です。でも、その中でもどこかに必ずヒントがあるはず。そしてそれはやはり現場にあると思っていて、私自身もできるだけ現場回りをしています。すると、現場のアルバイトの子が結構いいアイデアを持っていたりする。そこでヒントを自分なりに昇華してかたちにしていくことを繰り返す。これではないかなと思っています。先ほど申し上げたキッズや物販も、現場から出たアイデアに対して、我々なりに挑戦した結果、途中いろいろあったけれども、うまくいっている。そういう意味でも、マーケットの最前線に立つ現場の考えや思いを皆さんなりに汲み取って、かたちにしていく。これが一番シンプルな勝ち筋だと思っています。ぜひ、業

界一丸となって頑張っていければと思いますので、よろしく願いいたします。

吉田 ありがとうございます。では最後に、中森さん、お願いします。

中森 皆さん、今日はどうもありがとうございました。「仕事は人をつくる」とよく言われますが、先ほどお伝えした通り、私は質屋のリユースの事業、いわゆる金融の業界に20年ぐらいいました。そこでは人事、採用も含め、いろんなことを経験して、フランチャイズ加盟店さんも何百店舗もつくってきたわけですが、このいわゆる質屋、金融の業界というのは、まず対面したときには相手を疑うんですね。偽物を持ってきてないか、高く売りつけに来ていないか、あるいは泥棒ではないか、と。まず、ここを訪れる人と対峙するときには、ちょっと斜に構えて相手を疑うということ、いわゆる教育の段階から教えてきました。

そんな中でフィットネスに出合って、いま私が感じていることは、フィットネスの仕事とは、いわゆる運動だけではない、その先にある健康というものをベースに、それを目的に、そして一つの頂として、私たちは商いをさせていただいているということでした。そこで働く人というのは、私のあくまでも個人的な感想ですが、前向きで一生懸命で、コツコツと動ける方たちの集まりだな、と。ある業界と比較した場合の、あくまでも個人的な意見ですが、私はそのようにとらえています。そういった意味においては、“ブルーオーシャン”であり、視点を変えていけばまだまだやれることがいっぱいあるのではないかと考えています。もっとも日本にとって、世界にとって素晴らしい文化の発信ができるんじゃないかなと考えておりますので、何かそう

いった動きをまた皆さんと一緒にやっていくことができれば大変ありがたいと思っております。本日はどうもありがとうございました。

吉田 ありがとうございます。やはり、皆さんのお話を聞きすると、従来の市場だけでビジネスを維持していくのは、いまはもうあり得ない状況ではないかと感じます。コストの上昇というのはこれからもまだしばらく続く傾向にあります。だからこそ、新たな市場をどう創造していくかということ、やはり業界としてしっかり提示していかなければならない。我々の業界こそがやはり健康をリードしていきながら、世の中のためになるという位置づけをつくり上げなければならないと思います。そのためにも、互いに連携と協力は欠かせない命題といえるでしょう。

それではあらためて、岡本社長、小林社長、中森副社長、お三方に盛大な拍手をお贈りして終わりたいと思います。本日はありがとうございました。



〈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



1 新春の集い開催

FIAは恒例の新春の集い（賀詞交歓会）を1月28日（火）開催した。

第1部は、前スポーツ健康産業推進議員連盟事務局長として当業界をご支援いただいた前法務大臣、前衆議院議員牧原秀樹氏による講演を行い、120名の参加があった。

経済産業・厚生労働各副大臣を歴任された経験から、人口減少して行く我が国の行く末を見つめた時フィットネス業界は何を考へるべきかという視点でのお話をいただいた。講演の概要は3月号で紹介の予定。

第2部は立食形式での会員交流会とした。200名の参加がありフィットネス関係者の賀詞交換の場となった。

■花房会長挨拶

開式の挨拶で花房会長は「カラダ年齢測定参加者アンケートを分析したデータをもとに、定期的運動実施度合いとカラダ年齢が実年齢より若い度合いには明らかな相関が認められること、クラブ所属の有無でも、実施している人の方が若いことが明らかになっていること」などを解説した。そして「大切なことは測定を進めることで継続的運動の重要性を再認識してクラブ利用を続けてもらうこと」であると語った。

■経済産業省・橋本ヘルスケア産業課長ご挨拶



「健康経営への取り組みをぜひ進めていただきたい。カラダ年齢測定などのデータ可視化も国が進めているPHR（Personal Health Record）とも連携して行ける。PHRは大阪万博でも体験機会を準備している」

■厚生労働省・塚本健康課長ご挨拶



「第3次健康日本を昨年からは始めている。身体活動・歩数の増加などを掲げているが天候・季節に影響されない運動機会の場を運営されている皆さんに感謝すると共に、運動が面倒で続かない人々でも頑張れるものを共に造っていききたい」

■スポーツ庁・中村健康スポーツ課長ご挨拶



「今後の人口減少の中、人が基本となつて行き、その根幹はからだ。長生きだけでなく活動してゆくには健康であることが必要。そのための運動・スポーツは重要になっている。現在スポーツ基本計画の第4次へ向けた検討がされているが、目的を持った効果的なスポーツであることが重要とされている。そのためには自分のカラダの現状を客観的に知ることが大切だが、カラダ年齢測定が活用できると期待している」

■小林副会長により乾杯

昨年総会時以降の新規入会企業から4社をご紹介し一言ずつ挨拶をいただいた。（写真右から）

- ・(株)アライアンス 代表取締役 荒川様
- ・(株)クウゼン COOオフィス 澁谷様
- ・ダイキン工業(株) 環境医療機器部営業部長 明山様
- ・アートム(株) 代表取締役社長 高橋様



入会4社ご紹介

2 FIAマスターススイミング選手権大会2025春季関東大会

2月3日にエントリーを締切り、625チーム、2453人、個人3967種目、リレー351種目の参加状況となった。昨年実績を大きく上回りコロナからの復調が感じられる。マスタース大会が多数開催されるようになり分散化があ

るものと思われ、FIAならではの大会づくりが求められる。3月8日(土)・9日(日)、千葉県国際総合水泳場。募集から当日支援まで各クラブからのご支援に感謝申し上げます。

3 FIAホームページ刷新継続

FIAホームページは誰でも閲覧できるサイトで、会員クラブだけがアクセスできる情報ページを併せて設置しているが、一昨年よりリニューアルを進めている。

①企業ロゴ表示

1月よりトップページに正会員・賛助会員それぞれ、企業のロゴが並んで表示されている。加盟企業数は各約100社ずつの計200社だが、任意に提供いただいたロゴを時間差ランダムで表示している。

②クラブロゴ表示

「加盟クラブ施設検索」は所在地・クラブ名・企業名などから加盟4千超の正会員クラブを検索できる機能だが、検索結果にクラブロゴを表示できるようになっている。

複数のブランドに個別のロゴ表示も可能。

なお、現在、会員ご担当者がFIAの会員専用ページにログインしていただきロゴの登録が可能となっております。※①②ともに是非ご活用ください。

③賛助会員企業様へアンケート実施

FIAでは賛助会員様にご加盟いただいているメリットの拡張を図るためのホームページのリニューアルを検討しております。そのため賛助会員各社様で有意義であると思われる新たな機能や一方で、ご加盟いただいていることで既にご活用頂いている事例等についてお伺いしたくアンケートを実査させていただいております。ご回答のご協力のほど、お願い申し上げます。(回答期限2/14)

測定実績も11,000件を超え、データの分析も始まりました。

フィットネス体カテストの活用については、加盟企業各社店舗での測定のみならず、東京都などの自治体での取り組み、そして今年度からスタートした健康保険組合連合会都道府県支部主催の企業健保様向け体験会など、ニーズも徐々に広がっています。現在11,000件を超える方々に参加いただくに至っております。

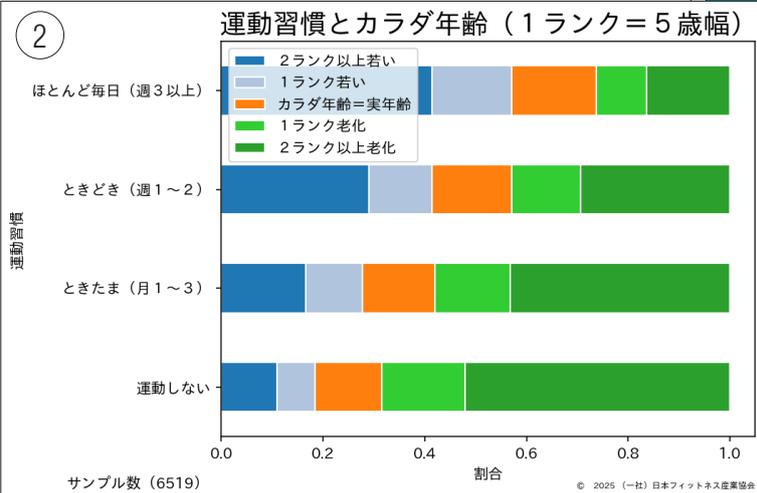
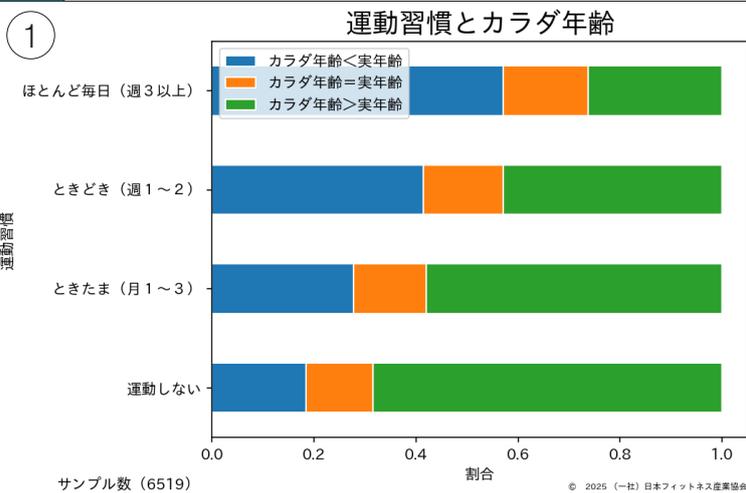
この件数の積み重ねによって、測定者のデータ分析の結果においてもデータの示す傾向についての信ぴょう性については、担保できる項目が今後増えていくことが想定されます。

今後も皆様に共有させていただくに足る分析項目を随時精査し、可能なものから共有させていただきます。

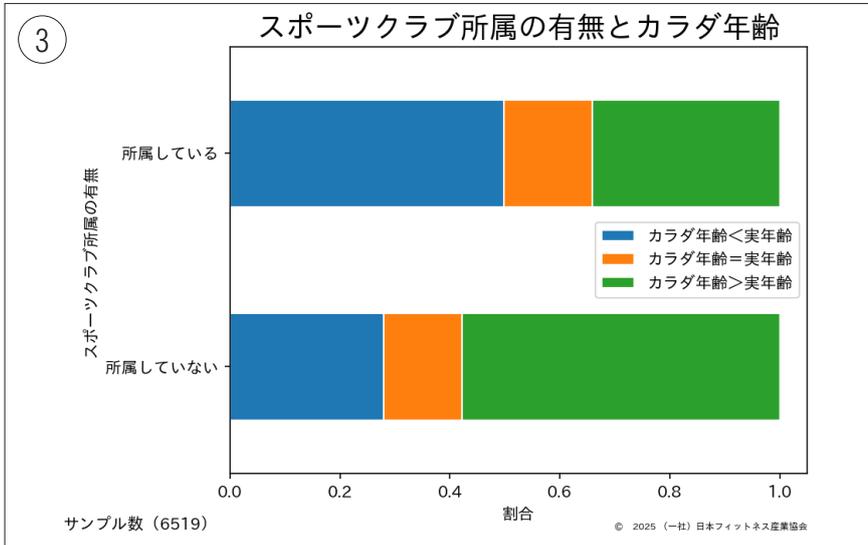
その第一弾として、先日東京にて開催されました「2025 FIA新春の集い」の場で、データ分析の一部をご紹介いたしましたので、あらためて皆様にご報告させていただきます。

■カラダ年齢と実年齢との相関関係についての分析

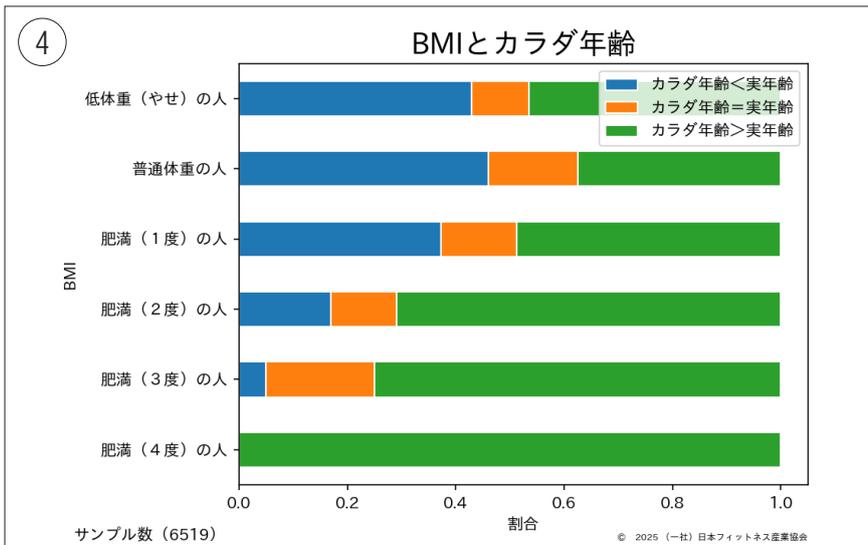
フィットネス体カテストの示す重要な測定結果の一つが、「カラダ年齢」です。実年齢と比較した体力年齢の状況を把握することができます。カラダ年齢の測定結果は、30歳～34歳のように5歳刻みで結果が出ます。実年齢がカラダ年齢の5歳幅以内に含まれる場合に、「カラダ年齢=実年齢」としています。



(所見)①と②は、それぞれ運動習慣(運動頻度)とカラダ年齢の相関を示していますが、②は①の相関関係について、カラダ年齢と実年齢の差異を5歳程度の差異がある人と、10歳程度以上の差異がある人に刻んで示しています。運動習慣(頻度)が高い層ほど、実年齢と比較したカラダ年齢の若さの幅が広く、同時に運動習慣が低いほど、カラダ年齢の低下率が高いことを示しています。



(所見) スポーツクラブに所属して日常的に運動を実践されている方々は、所属していない層と比べて相対的に実年齢より、カラダ年齢が若い結果となっています。



(所見) BMIとカラダ年齢のグラフは、「2025 FIA新春の集い」ではご紹介しておりませんが、運動により体重をコントロールすることの重要性を示すグラフとなっております。

なおサンプル数に関しては、6項目すべての測定を完了して有効なデータを入力されている方のため、全測定者(11,000件)との差異があります。

総論

今回お示した分析結果は、極めて基本的であり想定される結果ではありますが、こうしてあらためてフィットネス業界自らの調査分析から得たデータとして重要な結果であると考えます。

FIA加盟の各社様におかれましてはぜひとも積極的にこうしたデータをご活用ください。ご活用にあたっては、お気軽にFIAにご相談ください。フィットネスクラブを活用した運動の習慣化による健康成果を各方面に広げてまいりましょう。

F C M 検 定 コ ー ナ ー

FCMの詳細、
お試し問題等は
コチラ!



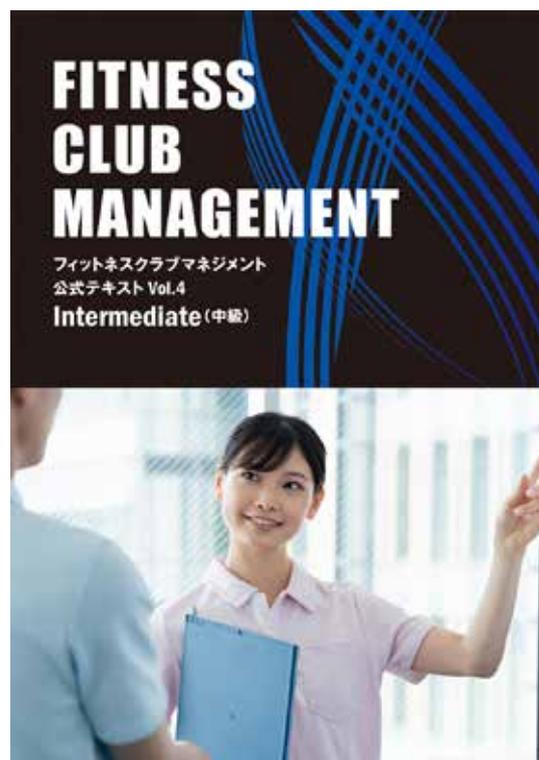
1

トピックス

1.2025年4月1日、 FCM公式テキスト最新版VOL.4を 一般販売開始!

(ベーシック、インターミディエイト、アドバンス)

今月号より、新執筆者へのインタビューを順次掲載します。今月は、パーソナルジム経営者の(株)Dr.トレーニング 山口元紀代表です。



フィットネスクラブ・マネジメント技能検定

2級 学科・実技過去問題

解答解説集
(令和版 VOL.2)



編者 フィットネスクラブ・マネジメント技能士会

2.FCM過去問解答解説集(1級、2級、3級) 最新版令和Vol.2を 公式テキストと同時発売決定!

2024年11月に実施されたフィットネスクラブ・マネジメント技能検定に出題された問題も、その解答解説を掲載しました。実技試験のみ合格した方、残り学科試験のみ合格すれば技能士(国家資格)獲得です。そのためにもぜひご活用下さい。

2025年4月1日にフィットネスクラブマネジメント公式テキストVol.4が発刊されます。
その新執筆者の方にインタビューしました。

Dr.トレーニング代表 山口元紀氏

プロフィール

株式会社Dr.トレーニング代表取締役。日本大学卒業後、米国テキサス工科大学大学院で修士号を取得し、米国プロチームでトレーナー経験を積む。アメリカで学んだことを基に独自の育成システムを確立し、医学的根拠に基づくメディカルパーソナルジムを多店舗展開中。日本の予防医学の発展に寄与している。



山口氏には、パーソナルジム事業について開発、運営に関して体系的に記述いただいております。インタビューでは、マネジメントについて、より具体的に興味深いお話をうかがうことができました。

——パーソナルジムを経営・運営するにあたり、特に必要なマネジメントスキルはなんですか？

山口氏:「人」が生命線の事業ですので、キャスト(スタッフ)のマネジメントがとても重要です。当社では、それをピープル(個人・組織)マネジメントと、ワーク(業務)マネジメントに分けています。当社では、ワーク(業務)も人が実行するものですので、人と関連してマネジメントしています。

ピープルマネジメントは、モチベーションや人間関係等のマネジメントを指していて、その難易度が高いと思います。一方、ワークマネジメントは、シンプルなものと考えます。

——ピープルマネジメントについて、内容を教えていただけますか。

山口氏:ピープルマネジメントは、セキュアベース(心理的安全基地)の視点で取組んでいます。求めているのは、民主化、自立分散です。そのためには、共通言語と共通認識が重要であり、当社では、毎月全社員と基礎研修及びミーティングを行っています。

そうすることで、例えば、「やる気がでない」という社員に対して、なぜモチベーションが持てないのか? 「給料」「人間関係」「個人のスキル不足」等セキュアベース分析ツールを使って、分析し、対話することができます。

その上で、会社としてできることを提案し、最終的には本人のセルフマネジメントにて、モチベーションの向上を図るようにしています。

——マネジメントは、その成果を可視化することが難しいと思うのですが、御社のピープルマネジメントでは、どのようにされていますか？

山口氏:退職率とES(従業員満足)で測っています。退職率は年間7%~12%を基準として取組んでいます。ES調査は半年に

1度、専門家に設計いただいたツールを使用して行っています。5段階評価であれば、5点ではなく、4点を少し上回る程度を基準と考えています。大切なのは、ES調査結果の各種差異分析とヒアリングです。

——次にワークマネジメントについて、内容をお話いただけますか。

山口氏:これは、日々の業務ですので、実行したのか、していないのかをマネジメントします。当社では、使用するツール・道具も含め、全社でワーク(業務)は統一しています。一切、オリジナルや個人の工夫はしません。

——改善や改廃が必要な場合はどうするのですか？

山口氏:マネージャーは定期的にミーティングし、ワークの見直しをします。マネージャーには複数店舗の店長から適宜情報が入ります。その上で、ワークの改善・見直しを行います。

——御社が力を注いでいる「人」に関するマネジメントについて、貴重なお話ありがとうございます。

については、執筆いただいたFCM公式テキストには、他の分野に関するマネジメントについて、レベル別、体系的に記載されています。御社の社員がFCMへ取組むことについてどのように思われますか？

山口氏:マネジメントの基礎を学ぶことは大切です。そしてフィットネス業界における、共通言語、共通認識を知ることは大変意義のあることです。その内容も従来の総合型フィットネスクラブ従事者だけが、対象となるものではないと思います。当社の社員にも、その意義を感じて学んで欲しいと思っています。

——最後に、FCMを学習し、受検される方へのメッセージをお願いします。

山口氏:FCMはマネジメントの基礎と捉えて、自分の仕事に役立てることが大切です。このテキストをそのきっかけにしてください。まずは、自分が興味を持った章や節、ワードだけでも気軽に学び始めることでも良いと思います。ステップアップする糧としていただきたいと思います。

——本日はご多用の中、大変にありがとうございました。

■取材後記

Dr.トレーニング恵比寿本店にお伺いして、お話をうかがいました。その直前まで、店舗内で月1回行われる全社員研修、ミーティングをライブ中継していました。近隣の店舗スタッフはライブ参加していて、その前向きで明るい表情や声が印象的でした。その後にお聞きしたピープルマネジメントの様子を垣間見る思いがしました。

3

事例 過去問解答解説集の内容一部紹介

2024年11月実施のFCM技能検定2級学科試験問題で、正答率が低かった問題から抜粋して3問紹介します。

問18 問題

「スポーツの実施状況等に関する世論調査」(文部科学省、2023年)に関する以下の記述で、(ア)～(ウ)に当てはまる適切な組合せを①～④から一つ選びなさい。

スポーツ実施率は、詳細に見るとスポーツの種目によって大きな差がある。近年堅調に伸びているのは、フィットネス産業とも親和性の高いウォーキング、(ア)、(イ)、ランニング、サイクリングなどの(ウ)スポーツである。

- ①(ア)水泳 (イ)体操 (ウ)個人
- ②(ア)水泳 (イ)エアロビクス (ウ)生涯
- ③(ア)筋力トレーニング (イ)エアロビクス (ウ)生涯
- ④(ア)筋力トレーニング (イ)体操 (ウ)個人

問18 解答解説 正答④

(ア)筋力トレーニング (イ)体操 (ウ)個人 近年堅調に伸びているのは、フィットネス産業とも親和性の高いウォーキング、ランニング、サイクリングなどの個人スポーツである。ウォーキングの最大のメリットは、時間や場所にこだわらず、誰でも手軽に始められること。これまでウォーキングは、中高年の楽しみというイメージが強かったが、近年は30代にも広く浸透し、多くが楽しんでいる。

【参照】公式テキスト VOL4 インターミディエイト 第1章 フィットネス産業概論 第5節 スポーツ産業とのかかわり

問20 問題

サービス・プロフィット・チェーンに関する以下の①～④の記述で、適切なものを一つ選びなさい。

- サービス・プロフィット・チェーンでは、
- ①顧客満足の起点は、価格に置かれている。
 - ②顧客満足の起点は、利便性に置かれている。
 - ③顧客満足の起点は、従業員満足に置かれている。
 - ④顧客満足の起点は、ブランドの認知度に置かれている。

問20 解答解説 正答③

- ①不適切
- ②不適切
- ③適切 従業員満足を起点とした考え方が、サービス・プロフィッ

ト・チェーンの特徴である。高い従業員満足がモチベーションや組織へのロイヤリティとなり、それが高いサービス品質へとつながっていく、との考え方である。

④不適切

【参照】公式テキスト VOL4 インターミディエイト 第5章 営業管理 第2節 商品・サービス管理

問46 問題

NPS(ネットプロモータースコア)に関する以下の記述で、(ア)に当てはまる適切なものを①～④から一つ選びなさい。

会員様に対しての以下の聞き取り調査の結果について、NPSにおける評価を計算すると(ア)%となる。

対象/クラブ会員様100名

質問/当クラブのことをご家族やご友人に薦める可能性はどのくらいありますか?

回答/「薦める可能性が非常に高い:10」から「薦める可能性が非常に低い:0」の中で、10から0の11段階で評価点をつけていただく。

NPS計算結果/推奨者の割合(%)-批判者の割合(%)

| NPS段階 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
|-------|----|----|----|----|----|----|---|---|---|---|---|
| 回答数 | 8 | 12 | 24 | 22 | 10 | 12 | 7 | 3 | 1 | 1 | 0 |

①-52 ②-14 ③52 ④14

問46 解答解説 正答②

8+12=20(推奨者:NPS段階10.9) 20÷100=20%
 10+12+7+3+1+1+0=34(批判者:NPS段階6~0) 34÷100=34%
 20-34=-14

【参照】公式テキスト VOL.4 インターミディエイト 第7章 顧客マネジメント 第1節 顧客管理

第233回 FIA理事会報告

FIAは1月28日第233回となる理事会を開催し理事監事20名が出席した。

議事

議事1 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、必要事項は協議した。

1. 一般事業

討議事項

1. 「女性スペースの安全・安心確保法案」対応について（増本理事説明）

自民党の片山さつき議員より、以下の案件についてFIAに見解を求めると共に、可能であれば共感を頂きたいという相談があり、会長、専務、増本理事（本件議連メンバー）が片山議員に面会した。

（要旨）

●法案提出を目指す議連

「すべての女性の安心・安全と女子スポーツの公平性等を守る議員連盟」

●議案要旨

公共施設管理者に女性トイレなどの安心・安全の確保策を求めるにあたり、公共施設のトイレや更衣室、浴室などの衣服を脱いで利用する女性専用スペースについて、施設管理者に対し、女性の安心・安全確保のため施設構造や設備に関わる対策、巡回、利用者の範囲の周知などの措置を講じるよう求めるもの。

●片山議員からの要望

関係する運動施設に於いても上記のような対応を徹底することを進めるにあたっての見解を聞きたいということ、および、できる限りの共感をいただきたい。

2. フィットネス体カテストについて

(1) フィットネス体カテストシステム利用状況

累計約 11,400 人の利用実績。

（ポイント）

・として特筆されるクラブにおける活用事例。

> グラン・スポール（仙台）。全入会者に対し、初期インストラクションの2回目に於いて体力測定の実施を徹底。

* ジム活用への定着（初期定着）促進

* 総合クラブの最大の強み（バジェットジムとの差別化）として最重要課題である対人サービスの実施（スタッフと顧客のコミュニケーション定着の起点）。

* 全トレーナースタッフの指導スキルの向上

> COSPA ウェルネス

店舗における有料サービス提供として継続的实施を推進

> スポーツオアシス

東急グループ企業の石勝エクステリア様 (<https://ishikatsuext.jp/company/>) に於いて健康経営の実践取り組みとして体力測定を開始。

* エイジフレンドリー助成金を活用。全国9拠点の250名が体力測定に参加予定（オアシスがいない拠点はルネサンスと協力のもと実施）

・東京都の主催する2024年度の健康・スポーツ関係イベント実施における体力測定実施

(体組成測定、血管年齢測定含む)が完了(計:9会場 LINE アプリ登録者1,322名)
 ※六本木スポーツドックイベント含む

| 実施日 | 主催者 | イベント名 | 会場 |
|------------------------------|-------------------|-------------------------|------------------------|
| 10月5日 (土曜日) | 調布市 | BRANCH調布フェス | BRANCH調布 |
| 10月13日 (日曜日) | 小平市・ 小平市スポーツ協会 | 市民スポーツまつり | 市民総合体育館 |
| 10月13日 (日曜日) | 武蔵村山市 | いきいきわくわくスポーツ教室 | 武蔵村山市総合体育館 |
| 10月14日 (月曜日・祝日) | 文京区 | Bunkyo Sports Park 2024 | 文京スポーツセンター 及び教育の森公園 |
| 10月14日 (月曜日・祝日) | あきる野市 | スポーツの日スポーツフェスティバル | 秋川体育館 |
| 11月23日、24日 (土曜日)(日曜日) | 都総務局 | ヒューマンライツ・フェスタ東京2024 | 国際フォーラム |
| 12月7日 (土曜日) | 羽村市 | はむらスポーツフェスティバル | S&Dスポーツ アリーナ羽村 |
| 2025年1月11日、12日 (土曜日)(日曜日) | 都産業労働局 | 東京eスポーツフェスタ2025 | 東京ビックサイト 南1・2ホール |

>東京都では来年度も発展的に体力テストの活用を促進する意向を確認した。
 ・健康保険組合連合会都道府県支部における体験会の実施がスタート

(2) アンケートのデータ集計の取り組み

測定時の実施者アンケートの解析の取り組みをスタート。データ分析花房会長。
 16～17ページ記事をご覧ください。

(3) 健康保険組合連合会との取り組みについて

●健康保険組合都道府県支部における加盟企業健保を対象とした体験会が順調にスタート

| | 実施店舗 | 連合会 | クラブブランド名 | 体験会 開催日程 | ステータス |
|----|------------------------|-----|-------------|-------------|-----------|
| 1 | スポーツクラブ メガロス日比谷シャンテ | 東京 | メガロス | 2024/11/28 | 実施終了 |
| 2 | ジェクサー・フィットネス&スパ上野 | 東京 | ジェクサー | 2024/11/29 | |
| 3 | ティップネス京橋 | 大阪 | ティップネス | 2024/12/10 | |
| 4 | フィットネスクラブ ティップネス天王寺 | 大阪 | ティップネス | 2024/12/13 | |
| 5 | スポーツクラブ メガロス日比谷シャンテ | 東京 | メガロス | 2024/12/23 | |
| 6 | グラン・スポール上杉店 | 宮城 | グラン・スポール | 2025/01/15 | |
| 7 | スポーツクラブ&スパルネサンス山形24 | 山形 | ルネサンス | 2025/01/20 | 実施 準備中 |
| 8 | フィットネスクラブ ティップネス五反田 | 東京 | ティップネス | 2025/02/28 | |
| 9 | スポーツクラブ&スパルネサンス稲毛24 | 千葉 | ルネサンス | 2025/03/03 | |
| 10 | BIGBOX高田馬場 西武フィットネスクラブ | 東京 | 西武フィットネスクラブ | 2025/03/12 | |
| 11 | フィットネスクラブ ティップネス京橋 | 大阪 | ティップネス | 2025/03/25 | |

※体験会実施時間: >事前準備1時間 >体験会、約150分 >撤収、30分

体験会実施対価: 一会場の実施につき28万円(税別)

早速、体験会に参加した複数の企業から来年度の健康経営の取り組みの一環としての具体的活用に関して問い合わせが入っている。

>問合せ企業例

- ・(株)ファーストリテイリング ・(株)三越伊勢丹ホールディングス
- ・サンスター財団 ・首都高速株式会社

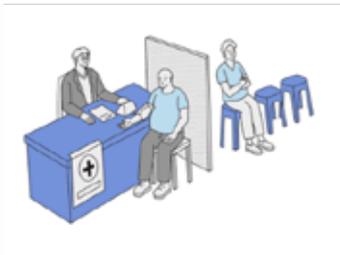
*こうした実績作りと実施後の取り組み企業との価値共有が大切であることから、健保連本部との連携を強化。

●健保連との連携した取り組みに参画するにあたっての事業化に関する可能性

★測定に加えた企業への出張や体力測定結果に応じた対策・改善提案で健康増進も含めサポート

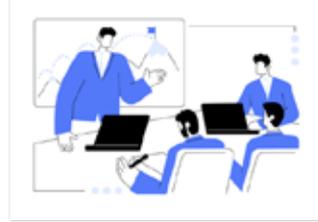
健保組合・企業への導入（実施主体は加盟企業各社）

健康診断と同様に
年に1回の体力測定の実施



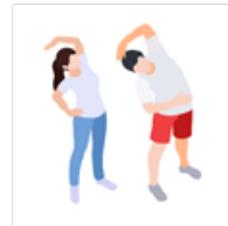
健診と同日または
別日程で測定会を実施

社員研修への導入



コミュニケーションの
活性化にも有効

社内イベントと同時開催



すでに予定している
運動会・ウォーキング大会との
同時開催など

●今後の発展的取り組みについて

- >健保連支部の体験会を経て企業のニーズに応えるためにも、各企業・自治体その他団体単位に対する結果分析の細分化（プログラム開発必要）、1年後を見据えて取り組む運動内容をパターン別に提示ができないか。それによって、いっそう健康度向上につなげることが可能。（ジム利用による運動サポート・日常生活での実践）
- >取り組んだ運動内容をデータとして保管できないか。よりの確な運動の取り組みの提供が可能となり、さらに詳細なデータ分析が可能。

(4) (公社) 日本テニス事業協会加盟企業における検討について

岡本理事のご尽力により、JTIA 加盟テニスクラブにおける体力測定活用について、同協会理事会に於いて前向きな検討が進められている。

> JTIA が考える活用におけるメリット

* JTIA として

テニス実践者の測定データの活用。日常的なテニス実践による体力を指標とした健康度の比較を行い、テニス競技の普及発展の一助とする。

* 加盟各クラブとして

- ・会員に対して、日常的にテニスを通して運動実践していることによる健康度の優位性を可視化。テニスの継続実施、定着、そして新規獲得につなげる。
- ・顧客間、顧客とスタッフのコミュニケーション深化のためのツールとして活用。

>尚、テニス事業者の実施優位性としては、テニスコートを利用することで、ステップ台やトレッドミルの準備が不要なため、実施のための投資の省略化が可能。

>今後の取り組み

希望する事業者を募ってテスト的な実施を検討。

（課題）現在、FIA 加盟企業に限定されている本事業活用に関する合理性の確認。

* テニス事業者への普及が進むことで、本事業の社会的認知が促進されるメリットも考慮。

(5) (公社) 日本テニス事業協会加盟企業における検討について

岡本理事のご尽力により、JTIA 加盟テニスクラブにおける体力測定活用について、同協会理事会に於いて前向きな検討が進められている。

> JTIA が考える活用におけるメリット

* JTIA として

テニス実践者の測定データの活用。日常的なテニス実践による体力を指標とした健康度の比較を行い、テニス競技の普及発展の一助とする。

* 加盟各クラブとして

- ・会員に対して、日常的にテニスを通して運動実践していることによる健康度の優位性を可視化。テニスの継続実施、定着、そして新規獲得につなげる。
 - ・顧客間、顧客とスタッフのコミュニケーション深化のためのツールとして活用。
- 尚、テニス事業者の実施優位性としては、テニスコートを利用することで、ステップ台やトレッドミルの準備が不要なため、実施のための投資の省略化が可能。

➢今後の取り組み

希望する事業者を募ってテスト的な実施を検討。

(課題) 現在、FIA 加盟企業に限定されている本事業活用に関する合理性の確認。

*テニス事業者への普及が進むことで、本事業の社会的認知が促進されるメリットも考慮。

3. 事業責任者会議について

第一回会議を2024年12月5日(木)15時—18時、AP東京八重洲にて開催した

冒頭の花房会長挨拶概要

1. 理事以上に、永く携わり現場を知り尽くした事業責任者の声を集めたいとの趣旨である。
2. 当業界は、コロナ禍迄は一定程度順調に上昇拡大したが、コロナで一気に悪者になり危機的状況に陥った。ここから回復すべく感染防止ガイドライン等とならび、それまであまりして来なかったロビー活動も行い、今日への道筋をつけた。
3. 未だコロナ前に戻っていない面もあるが、業界を活発化して行きたい。

会長挨拶 15:00 - 15:30 自己紹介 15:30 - 16:15

討議事項各提案者より説明 16:20 - 17:54

今後の進め方 **議長：ティップネス妹尾氏 副議長：グンゼ山中氏 メガロス林氏(両名立候補)**

以上のリーダーが確定したことを受け、初回会議で出された意見を整理が進められており、次回の会議への流れの検討が三者にて進められている。

次回会議日 3月6日(木)

4. アジア競技会 協力対応について

FIA 加盟クラブ施設で協力可能な店舗を紹介すべく関係地域にある会員企業へ利用の仕組みの概要説明と協力可能性についてアンケートを行った。

概ね協力可能との状況。一回当たり利用料は概ね3千円～5千円。クラブよりAINAGOC(組織委)宛て後日請求。クラブは大会側窓口となるサービスデスクとやり取りする。

各社からは意志疎通(言語)面の懸念、及び、タトゥーの扱い・利用規約遵守など、これまで築き上げたルールの中で出来るかとの意見が多い。

5. SPORTEC 福岡協力について

SPORTEC 福岡(会期:2024年12月17日(火)～19日(木))

来場者数 17日(火)1,362名 18日(水)2,695名 19日(木)1,876名 計5,933名

セミナー開催で協力

■ FIA セミナー①

12月18日(水)11:00～12:30 参加数40人

「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 フィットイージー(株)取締役副社長

ファシリテーター:吉田 正昭氏 (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 参加数22人

「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 株式会社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

6. FIA マスターズスイミング選手権大会春季関東大会について

2025年3月8日(土)・9日(日) 千葉県国際総合水泳場
12月25日よりエントリー開始。1月20日時点で537チーム、1,822名申込あり。
締め切りは2月3日23時59分

2. 検定事業

2025年度事業計画(厚生労働省提出)について以下の概要を事務局より説明し、審議の結果異議無く承認された。
2025年度は、CBT試験(コンピューターによる試験)により、運営コストを圧縮する。合せて試験日を期間中複数日から選択可能にし、47都道府県の主要都市テストセンターでの受検を可能にすることで、受検者数増加を計画する。
上記の点を踏まえて、2026年度の事業計画書及び収支予算書を厚生労働省に申請したい。

審議・決裁事項

事務局より新規入退会・後援名義使用許可申請について以下の通り説明し、審議の結果いずれも承認された。

議事2-1 会員入退会の件

正会員入会1件、賛助会員退会1件について審議を行い、承認された。

1. 入会

正会員

会社名 株式会社 アライアンス
所在地 東京都文京区
資本金 1,500万円
施設数 2
施設名 アトリエミロン・Medifit ステーション
※賛助会員から正会員へ切替え。

2. 退会

賛助会員

会社名 株式会社 プロティアジャパン
所在地 東京都港区
理由 会員として有益である点が見受けられず
入会 2018年2月
営業内容 パワープレート・サプリメント化粧品等

以上新規付議

また、1月15日締切の事前審議 ENECHANGE (株)賛助会員入会承認が報告された。

返信数 14 承認数 14

1. 入会

会社名：ENECHANGE 株式会社 所在地：東京都中央区 資本金：4,700万円
営業内容：電気自動車向け充電サービスのトータルソリューション提供。

議事2-2 後援名義使用許可申請の件

事務局より以下2件の後援名義使用許可申請があることが説明され、いずれも承認された。

1. レジャー&スポーツジャパン 2025

主催 TSO International 株式会社

催事名 レジャー&スポーツジャパン 2025
 会 期 2025年2月20日(木)・21日(金)
 会 場 沖縄コンベンションセンター 展示棟
 趣旨目的 全国からバイヤーを呼び、現地のレジャー・スポーツ事業者との商談を成立させる BtoB 商談展示会を開催し、リゾート開発が盛んな沖縄のレジャー・スポーツ業界の発展に寄与することを目的とする。
 名義使用対象 展示会告知チラシ・ポスター・ホームページ・報告書
 他の後援協力団体 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構、公益財団法人沖縄県産業振興公社、沖縄県、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー、一般社団法人宜野湾観光協会、宜野湾市、公益財団法人沖縄県スポーツ協会
 出展企業 80社(予定)
 出展製品 トレーニング機器、スポーツ用品、マリンスポーツアクティビティ、スポーツイベント支援、ビーチ支援、スパ・サウナ設備、等
 主な来場者 沖縄県を中心とするフィットネスクラブ、インストラクター、スポーツ施設、スポーツチーム、自治体、ホテル・リゾート施設、テーマパーク・レジャー・アウトドア施設、デベロッパー 他
 来場者数 3,000名(予定)
 ※開催日程が迫っており会長に於いて事前承認したことを説明し、了承された。

2. ダイエット&ビューティーフェア 2025

1. 主 催 インフォーママーケットジャパン株式会社
 2. 運 営 同上
 3. 催事名 Diet & Beauty Fair 2025
 4. 期 間 2025年9月16日(火)～9月18日(木)
 5. 会 場 東京ビッグサイト 西ホール
 6. 内 容 毎年開催のヘルス&ビューティー分野の総合展。
- ※ヘルスケア産業課後援(2007年～)・F I A後援(2009年～)例年後援。

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!

グループトレーニングが仲間を作り、 定着率を高める

Tribal (トライバル) 「部族または種族」という言葉は、今日、グループ、政党、
または部族に対する強い忠誠心を意味する。

今回は、トライバルな観点から「グループトレーニングが仲間を作り、定着率を高める」ということについて考えてみよう。

翻訳 | 松村 剛

共通の目標とコミュニティ意識に基づいた環境を作ることで、メンバーの関心と意欲を維持できます。

Jon Feld(ジョン・フェルド)

2025年2月1日

トライバルとは

Tribal (トライバル) 「部族または種族」という言葉はラテン語のtribusに由来し、長い歴史があります。聖書のテキスト、古代ローマの投票区分の定義、16世紀以降は血統や人種などの概念の説明に使われてきました。

今日、この言葉はグループ、政党、または部族に対する強い忠誠心を意味します。トレーニングの観点から見ると、「部族」には2つの異なる一方で関連する意味があります。

WARRIORインストラクターアカデ

ミーのオーナーであるエレン・デ・ワードによると、トライバルグループトレーニングは標準的なグループトレーニングとは異なります。

「グループが強い忠誠心に基づいた部族のような性質を帯びると、家族のように、歴史、言語、文化を共有しながら独自のアイデンティティを形成しま

す」

標準的なグループトレーニングでは、メンバーが孤立することが多いと彼女は付け加えます。

「しかし、トライバルなグループトレーニング体験では、メンバーは自分が極めて重要であると感じます。メンバーは他のメンバーと意味のある形で



つながっていると感じます」

「メンバーはプログラムに対して誇りとオーナーシップを持ち、プログラムが成功することを望んでいます」

「メンバーは帰属しており、それを知っています」

Orangetheory の最高執行責任者 J.J. Creegan (J.J.クリーガン) 氏も同意し、「強い帰属意識と共通の目的を育む環境です」と述べています。

つまり、常に一緒にトレーニングし、ある程度の内部競争を伴いながらコミュニティの目標を目指すグループ、つまり部族グループは、メンバーとトレーナーが入れ替わる可能性のある標準的なグループトレーニングクラスよりもはるかに強い絆を生み出します。

データに基づく グループ特典

トライバルトレーニングの仲間意識

は、データに裏付けられた精神的、感情的側面での大きなメリットをもたらします。

「グループ クラスで共有するメンバーと一緒にトレーニングすると、楽しく、同じ思考を持つ人々と交流しながらトレーニングを行うことにより、グループおよび個人のフィットネス目標を達成できます」と、パキスタンを拠点とする Tri Fit チェーンの CEO、アハム・アザム (Ahmar Azam) 氏は言います。

「その結果、脳は幸福感や感情的な健康に密接に関連する化学物質、ドーパミン、オキシトシン、セロトニン、エンドルフィンを放出します」

クリーガン氏は次のようにも語っています。

「トライバル、つまり私たちがコミュニティベースのワークアウトと呼ぶものに参加すると、さまざまなユニークなメリットが得られます。研究による

と、グループでワークアウトするとモチベーションが高まり、責任感が増し、感情的なサポートが得られるそうです。グループ内で同じような目標に向かって自分を奮い立たせることの感情的なメリットを軽視することはできません。オレンジセオリーのクラスでは、認定コーチの励ましと他の会員の友情によってこれらのメリットが増幅されます。その結果、体力が向上し、精神的回復力が高まり、周囲の人々とのつながりが深まります」

さらに深く掘り下げると、グループトレーニングの社会的側面と定着へのメリットは長い間定量化されており、データによって裏付けられていることがわかります。

「私たちの調査結果が示しているのは、ワークアウトに関しては、私たちは本当に社会的な動物だということです」と、レスミルズの研究責任者であるブライス・ヘイスティングス氏は語りま



す。「グループ効果を最大化すると、私たちが「グループ性」と呼んでいるレベルが高まります。そして、グループ性のレベルが高ければ高いほど、人の楽しみ、満足度、努力が増すことがわかります」

レスミルズ (Les Mills) の調査では、グループ性の要因も会員継続に影響を与える要因として挙げられています。彼らのデータによると、グループエクササイズをする人はジムのみの会員よりも会員を解約する可能性が26% 低いことが示されています。

ヘイスティングス氏の指摘に対して、デ・ワード氏 (de Werd) は 1984 年にまで遡る調査を参照し、「そのような感情はグループ性と呼ばれる概念を反映しています。グループ性とは、集団のメンバーがグループに属し、仲間のメンバーに頼っていると認識する度合、およびメンバーが相互作用して社会構造を形成する度合いです」と述べています。

(「グループ: 相互作用とパフォーマンス」、Prentice-Hall、1984 年、「構造化されたエクササイズ環境におけるグループ性と遵守」、グループダイナミクス: 理論、研究、および実践、2010 年)。

「(真のグループ) の参加者は、高強度の運動に取り組むための内発的動機がより強く感じられた」と、国立医学図書館の 2016 年の記事「フィットネスクラス中の集団意識は、奮闘努力、楽しみ、感情的価値に関して、記憶された認識を肯定的に予測する: (集中的な長期調査)」と著者は指摘しています。

実際、クラブに参加する最大の理由は、他の会員と交流する機会と定義さ

れる“社交”であると、研究者のショーン・マレンとダイアン・ホエリーは 2010 年の国際スポーツおよび運動心理学ジャーナルの記事「年齢、性別、フィットネスクラブの会員: 最初の関与と継続的な参加に関連する要因」で述べています。

2017 年の Perspectives on Psychological Science の記事「作業グループとチームの有効性を高める」によると、グループ設定は、集団としてのアイデンティティ、共通の目的意識、グループ構造、メンバー間の相互依存を伴う場合に、より本物らしく感じられるそうです。トライバルグループの環境をこれ以上完璧に表現できるものがあるでしょうか？

最も重要なのは、デ・ワード (de Werd) 氏が言うように、「トライバルは定着率を高め、メンバーがチームを失望させたり、あるいは楽しみを逃したりしたくないときに、信じられないほど“粘り強く”なります。

また、トライバルは FOMO (取り残されることへの恐怖) を生み出すことで他の人を引き付け、帰属したいという生来の欲求に訴え、「自分よりも大きな何か」の一部であると感じさせ、誰も匿名ではない究極の説明責任を提供します」

ウェルビーイングの要素

パンデミック後、より多くのメンバーが生活のバランスを取り、病気を避けるようにしています。トライバルトレーニングは、この総合的なアプローチとシームレスに連携しています。

「人々が長く、幸せで、痛みのない、充実した人生を送りたいと望んでいる

ことはわかっています」とデ・ワード氏は言います。「人々は笑い、愛し、つながりを感じ、もっとエネルギーを持ちたいのです。良いトレーニングをすることは、そのほんの一部にすぎません。一般的なウェルビーイングとは、単なる身体的なウェルビーイングを超えて、“生活の質”を重視します。ウェルビーイングを中心としたトライバルカルチャーを作ることが、最高の動機です。そしてウェルビーイングを優先することが、プログラムのスーパーパワーなのです」

むしろ、トライバルフィットネスは、全体的なライフスタイルに影響を及ぼします。

「ウェルビーイングとは、単に身体的なフィットネスを意味するだけではありません」とアザム氏は言います。

「精神的なウェルビーイング、健康的な食習慣、その他すべての健康的なライフスタイルの要素がウェルビーイングの概念には含まれます。フィットネスの目標を達成しながら楽しむことも意味します。そして、同じ考えを持つ友人と一緒にいる場合、自分のトライバル (仲間) を作るか、(既存の) トライバルに参加するかのどちらかです」

実際、クリーガン氏は次のように述べています。

「“健康”が、人々がコミュニティベースのフィットネスを続ける理由の中心です。メンバーが身体的にも精神的にもサポートされていると感じると、彼らは継続して参加し、自分自身に挑戦し、他の人とつながる可能性が高くなります。健康に焦点を当てたクラスでは、人々は単なる“運動”以上のものを見つけます。彼らは元気を取り戻

し、つながり、より大きな何かの一部であると感じられる場所を見つけるのです。健康へのこの共通の焦点は、メンバーがお互いにモチベーションを高め、継続軌道に乗ることができる強力なコミュニティを自然に構築します」

トライバルの構成要素

トライバルを作ることにに関して、アザム氏は「楽しさ、メンバー同士の交流、帰属意識、フィットネス目標の達成から始まります。これは私たちのハッシュタグ #Putting Fun Back In Fitness に表れています。運営者が独自の秘訣を作り上げていくには、この4つの要素を最優先にする必要があります」と述べています。

フィットネス コミュニティの構築には一貫性と意図が必要です、とクリーガン氏は言います。

「オレンジセオリーでは、メンバーがコーチとメンバー同士の両方からサポートされていると感じられる、歓迎的で包括的な環境を作ることに重点を置いています」と説明します。

「Dri Tri (注釈) のような当社の代表的なイベントでは、さまざまな分野のメンバーが集まり、グループでチャレンジし、進歩を祝います。慈善募金活動から地元のイベントまで、コミュニティの活性化も、この帰属意識を育む上で大きな役割を果たします。メンバーは、フィットネス目標だけでなく、メンバー同士や周囲のコミュニティとのつながりを感じます」

コーチはオレンジセオリーのアプローチの中心であり、人々を結びつけながら個人の進歩を祝う方法でメンバーと関わっているとクリーガン氏は強調

します。

コミュニティの構築を目指す他の運営者にとって、本物のつながりに焦点を当て、認識共有の機会を作り、メンバーが自分の成果とグループ全体の成功の両方を確認し、そして祝うことができる。そうしたパフォーマンス追跡などのツールを提供することが重要です。

グループ構築の要点に関して、デ・ワード氏はいくつかの重要な戦術を提案しています。

- 特定の色、フォント、ロゴなどでプログラムをブランド化する。
- グループトレーニング環境以外での思い出や体験を作り出す（チームハイキングやディナーなど）。
- プライベートFacebookグループを活用する。
- 独自のマーケティング資料を作成し、笑顔でトレーニングしているチームの実際の写真を使用する（ストック画像ではない）。
- メンバーが着用するチームのグッズやアパレルを作る。

ループを閉じる (※Loop→輪)

さて、ポイントは？

トライバルフィットネスは、その性質上、自ら構築していく環境を提供します。

「強力で熱心なコミュニティは、メンバーの継続と熱意に大きく影響します。人々が共通の目標を持つ他の人とのつながりを感じると、サポートと説明責任の肯定的なフィードバックループが生まれます」と クリーガン (Creegan) 氏は言います。

「コーチや仲間のメンバーが、いつも

の午前5時のワークアウトでどの位置にいたのか尋ねに来ることは、他の人があなたの進歩を心から気にかけていることを示しており、これ以上のものではありません。この帰属意識は、“仲間”そして“共有された経験”の両方から励まされると感じるため、メンバーが一貫して戻ってくる動機となることがよくあります。最終的に、強力なコミュニティはフィットネスを単なる“ルーチン”から“意味のあるライフスタイルへの取り組み”に変えることができるのです。」

この記事は、Club Business International の 2025 年 1 月/2 月号に掲載されました。

(注) Dri Tri: オレンジセオリーフィットネスがメンバーに提供する目標達成型イベントプログラム
<https://www.orangetheory.com/en-us/articles/how-to-train-fordritri>

業界関連ニュースをイッキ読み!

2025年1月の報道記事より

国民スポーツ大会改革「力を合わせ」 日本スポ協会会長

日本スポーツ協会の遠藤利明会長は新年仕事始めの6日、協会職員にあいさつし、有識者会議を設置して改革案の検討を進めている国民スポーツ大会について「多様な意見があるが、3月までには方向性を取りまとめ、次なる新しい大会に向けて力を合わせて進んでいこう」と訓示した。

公立中学校の部活動を地域のスポーツ団体に委ねる「地域移行」の重要性も強調。「これからのスポーツ界の基盤をつくる大きな要素になる。スポーツ協会や総合型地域スポーツクラブがリーダーシップを取らなければいけない」と語った。

日本オリンピック委員会(JOC)の三屋裕子副会長も都内で職員に年頭あいさつを行い「スポーツの価値をどう守り、つくり、伝えていくのかを常に考えながら、仕事に励んでいただきたい」と呼びかけた。〔共同〕

(2025年1月6日/日本経済新聞)

カーブス、全国店舗でフードドライブ 福祉施設に寄付へ

フィットネスジムの運営するカーブスジャパン(東京・港)は15日から2月15日まで、余った食料品を集めて福祉施設などに寄付する「フードドライブ」を催す。全国に1978店ある女性向けジム「カーブス」で、84万3000人の女性会員らに働きかける。集まった食料品は各地の児童養護施設、母子生活支援施設などに寄付する。

寄付できるのは缶詰やレトルト食品、コメ、乾麺、調味料などの常温保存できる未開封の食品で、賞味期限が5月1日以降のもの。会員以外の近隣住民らも参加できる。カーブスはフードドライブが一般的ではなかった2007年から全国規模で実施している。これまでに17回実施して累計208万人が参加。累計2882トンの食品を集めて寄付した。

(2025年1月8日/日本経済新聞)

アイロンワークスのサイバー訓練システム、 SB系が販売

企業のセキュリティ対策システムを手掛けるアイロンワークス(東京・港)は、ソフトバンク子会社と販売代理店契約を結んだ。サイバー攻撃に備えた訓練システムを企業に売り込む。2025年内に足元の3倍となる1500社の導入を目指す。

販売するのは、従業員向けにサイバー攻撃の訓練を自動化するシステムだ。従業員が入力した情報や会社のURLを読みこむと、人工知能(AI)が最新の脅威を基に解析し、最適な教育プログラムを作成する。訓練では従業員の情報に基づき、メールなどを通じたサイバー攻撃を疑

似的にしかけることができる。

アイロンワークスは寺田代表がイスラエルで築いた人脈をもとに21年に創業した。現地の国防軍出身のホワイトハッカーらを多く抱えている。

(2025年1月8日/日本経済新聞)

80歳も筋トレ 生涯現役貫く 人生100年時代 筋肉増やす「貯筋」で備え

2050年代、のんびり暮らす老後のイメージは過去のものとなる。定年の延長・撤廃が加速、生涯現役を貫くには体が資本。健康的日常生活のための健康寿命を延ばすためにも筋肉量の維持が欠かせない。老いても若きもジムで汗を流す「筋トレJAPAN」の夜明けは近い。

笹川スポーツ財団の調査によると、年1回以上筋トレをする人は1640万人(推計)と過去20年で倍増。

働くシニアは戦力

24年12月に国が発表した22年の健康寿命は男性が72.57歳、女性が75.45歳だった。三菱総合研究所が19年に発表した「未来社会構想2050」は、技術革新によって50年に健康寿命は80歳まで延びる可能性があるとする。

生産年齢人口(15~64歳)の減少が続くなか、働くシニア層は貴重な存在となる。70歳以上まで働ける企業の割合は23年に40%を超え、13年比で20ポイント超も高まった。

シニアの雇用拡大は、企業側も課題は多い。シニア従業員の疲労やけがは、生産性の低下や人手不足を招くだけでなく、医療費の負担増にもつながりかねない。

従業員の健康を企業の財産と捉える「健康経営」の重要性が高まる。筋トレや食生活の改善を支援するほか、採用の呼び水とする企業も目立つ。

健康経営広がる

クボタは24年、福利厚生の一環としてグローバル技術研究所(堺市)に、「年齢を重ねても健康に働ける環境をつくりたい」として「チョコザップ」を開設した。

運送会社の名正運輸(愛知県飛島村)は「筋トレ人材」を対象にジム会費やサプリメント代を補助する制度を約3年前に導入した。運転手不足のなか、筋トレと仕事を両立したい人材を獲得する狙い。応募者はこれまで約100人に達した。

筋トレが切り開く未来に希望を見いだすのは国も同じ。厚労省は24年、健康づくりのための運動に関する指針を約10年ぶりに改訂。高齢者を含む成人に運動目標を示し、週2~3日の筋トレを推奨した。運動習慣がない人の筋力は加齢とともに年1%ずつ衰え、70歳になると30歳時点から40%ダウンする。

筋肉は老化防止に関係する生理活性物質を分泌するため、年齢を問わず筋トレを続けることが「健康長寿に直結し医療経済効果も見込め

業界関連ニュースをイッキ読み!

る」という。

人の一生は、重荷を負って遠き道をゆくがごとし。急ぐべからず——。健康オタクとされ、当時では異例の数えで75歳という長寿を全うした徳川家康の遺訓は、未来の働く人たちの共感を得るかもしれない。人生100年時代を見据えたと貯金だけでは心もとない。ダンベルという「重荷」を負って得られる「健康貯筋」が国を救う。

(2025年1月13日/日本経済新聞)

「快活CLUB」に不正アクセス 会員情報流出の可能性

AOKIホールディングスは21日、「快活CLUB(クラブ)」「Fit24」などを展開する快活フロンティア(横浜市)の会員情報などが流出した可能性があると発表した。会員アカウントを管理するシステムに不正アクセスの形跡が確認された。流出したデータの総件数は調査中としている。

快活クラブの会員と仮会員の氏名や性別、住所、電話番号、生年月日などが漏洩した可能性がある。運転免許証など身分証明書に関連する情報やクレジットカード情報、電子メールアドレスは不正アクセスを受けたサーバーでは管理しておらず、流出の恐れはないという。

AOKI HDは対策本部の設置や警察への相談などを進めている。同社は「今回の事態を重く受け止め、セキュリティ体制の改善やネットワークに対する監視体制の強化など、再発防止に全力で取り組む」としている。

(2025年1月21日/日本経済新聞)

聴覚障害者スポーツの祭典 デフリンピック、日本初開催

聴覚に障害があるアスリートの国際総合スポーツ大会「デフリンピック」が第1回から100年を超えて節目となる第25回夏季大会として11月に東京などで開催される。100年以上の歴史を持つデフスポーツの祭典が日本で開かれるのは初めて。日本の選手たちは地元での晴れ舞台を心待ちにしている。

パラリンピックの第1回は1960年(前身大会の始まりは48年)。これに対し第1回夏季デフリンピックがパリで開かれたのは1924年と、パラより歴史は古い。五輪・パラと同様に、4年に1度の夏季大会と冬季大会が2年おきに開かれている。

期間:11月15日～26日

参加国選手数 70～80の国・地域から約3000人

開催経費 130億円

競技数 陸上、ボウリング、ゴルフなど21

競技会場 東京都、静岡県(自転車)、福島県(サッカー)

課題はパラに比べて低い認知度。日本財団の調査では、パラリンピックを知っている人が97.9%に上ったのに対し、デフリンピックは16.3%にとどまった。

だが、競技運営を担当する東京都スポーツ文化事業団によると、昨年11月の1年前記念イベント開催を機に認知度も上がり、ボランティアには、応募枠3000人を大幅に上回る申し込みが来ている。協賛企業も

14社まで増えた。

東京大会は11月15日から12日間。70～80カ国・地域からの約3000人の選手が21競技で表彰台を争う。規模はパラより小さいものの、身体的な能力は健常者に近い。競技のほとんどは五輪と同じで、デフ特有のオリエンテーリングとボウリングも実施される。参加資格は、補聴器を外した状態での聴力損失が55デシベルを超えていること。静かな場所で、話し相手の会話が聞こえにくいレベル以上の障害がある人だ。

競技ルールは基本的に五輪と同じだが、競技中は補聴器を外さないといけない。テニスの代表に内定した菰方里菜(同志社大)は普段は補聴器を装着し、健常者の試合に出ている。「外すと相手の打つ音が聞こえず、何のボールが来るかわからない」とデフスポーツ特有の難しさを語る。

大会では、陸上や競泳のスタート合図は音ではなく、スタート位置に置いたランプを光らせる。また、サッカーの主審は旗を振って判定を伝えるといった、目に見える形で情報を伝える工夫がされている。

(2025年1月22日/日本経済新聞)

青山商事とミズノ、靴丸ごと収納リュック 仕事後ジムに

青山商事とミズノは23日、靴1足を丸ごと入れられる専用ポケット付きのリュックを発表した。仕事後にジムに寄って帰るなどの利用を想定している。新社会人の世代から、仕事にもプライベートにも使えるリュックが欲しいとの声が寄せられたことを受けて開発した。

「洋服の青山」主要店舗180店と公式オンラインストアで販売。商品名は「SPLIT-STRAP(スプリットストラップ)デイバッグ」で、1万5290円。容量は約25リットルで、色は黒のみ。肩部分のパットを2重にして密着感を高めたり、圧力を分散させたりするミズノの技術も採用した。

(2025年1月23日/日本経済新聞)

eスポーツ後進国ニッポン、 市場規模は米国の6分の1

世界中で市場規模の急拡大が続くeスポーツで、日本が後れを取っている。古いスポーツ観や過去の規制が足かせとなり、高いゲーム人気を生かし切れないうま。欧米や中韓に大きく水をあけられる。先行する国々はスポーツ界との急接近でさらに成長を見込む。日本の対策が遅れば国際競争から取り残される可能性がある。

2024年7月、サウジアラビアで初開催された「eスポーツワールドカップ(W杯)」では2カ月間の大会に100チーム超、1500人の選手が参加し、格闘ゲーム「ストリートファイター6」など21競技を行い、来場者は200万人以上に達した。初代王者となった地元チームには優勝賞金約10億4000万円が贈られた。

米国では、賞金1億円超の大会が相次いで開かれ、18年には高校の公式スポーツにも指定。調査会社によると、23年の同国の市場規模は約1400億円に上った。

eスポーツを成長産業とらむ韓国は政府がプロリーグの設立をい

業界関連ニュースをイッキ読み!

早く支援。中国は2003年に国家体育总局がeスポーツを正式競技に選定し、普及に力を入れる。両国とも、今や米国に次ぐ市場規模を誇る。サウジアラビアもW杯の開催に公的資金を注入したほか、特区を設けて企業を誘致するなどして30年までに6兆円を投資する計画だ。

一方、2024年の日本の市場規模は194億5400万円(日本eスポーツ連合推計)。この5年で3倍以上に伸びたものの、米国の6分の1。海外では年収1億円以上のプレーヤーもいるが、昨年日本で最も稼いだのはガチくん(32)の約4700万円。国内の盛り上がりは一部にとどまる。

日本はソニー・任天堂などを抱える世界有数のゲーム大国。地の利がありながら、eスポーツで出遅れた一因が古いスポーツ観だ。「本来のスポーツとは娯楽や遊び全般を指すが、日本では競技の意味合いが強い」と早稲田大学スポーツ科学学術院の高橋義雄教授。「ゲームは遊び」というイメージもあり、eスポーツの所管省庁が決まらぬ「司令塔不在」が続いてきた。

世界の状況はさらに変化し、伝統的なスポーツ界からのアプローチが相次ぐ。国際サッカー連盟(FIFA)は昨年コナミデジタルエンタテインメントと同社のサッカーゲームeFootballを使った国際大会を開催した。国際オリンピック委員会(IOC)も今年、eスポーツの世界大会を初めてサウジアラビアで開き、12年契約で定期的に大会を開催する予定。将来的な五輪種目入りすら取り沙汰される。

eスポーツが正式競技となった23年の杭州アジア大会(中国)では国の支援の差が浮き彫りとなり、日本は全7種目で表彰台を逃した。昨年のW杯でも優勝者は出ていない。26年の愛知・名古屋アジア大会でも実施が決まっていることもあり、国内のスポーツ界や官庁もようやく重い腰を上げ、昨年JOCがJeSU(日本eスポーツ連合)を準加盟団体に承認した。スポーツ庁は選手を支援する手法の開発などに予算要求で1億円を盛り込み、「新たなファンを増やす点で国内のスポーツ振興につながる」(競技スポーツ課)と期待する。

体格や筋力の差が問われる従来の競技と異なり、年齢や性別、障害の有無問わず取り組めるのが魅力。国民スポーツ大会では19年から文化プログラムに採用。健康増進や地域活性化のためにイベントを開く自治体も増えている。

eスポーツを産業として発展させるためには、伝統的なスポーツの知見も取り入れて問題を解決していく必要がある。

(2025年1月26日/日本経済新聞)

活用広がる「スポーツテック」 高齢者の介護予防に期待

アスリートの体調管理などで蓄積したスポーツ科学の知見と、IT(情報技術)を組み合わせたスポーツテックが、介護予防に役立てる地方自治体、睡眠の質を改善し、生産性向上などに結びつけようという企業など多様な分野に活用され始めている。

睡眠や練習での疲労度という選手の実感と、脈拍や体温、体重、睡

眠時間のデータを収集し総合的に分析し、けがの兆候をつかんでの早めの対策、体調のピークを試合に合わせる、等に活用される。

日本では、2019年のラグビーワールドカップ(W杯)の選手強化を機にスタートアップ企業、ユーフォリア(東京・千代田)のアプリ「ワンタップスポーツ」を活用した。アプリで体調に関連するデータなどをもとに、トレーニング方法や課題解決方法を示す。

一般にも応用できることから、介護予防などへの利用が進みつつある。富山市は24年秋から65~74歳の住民を対象に、「ワンタップスポーツ」を利用した「いきいきシニアライフ! プログラム」を開始。要介護リスクが高まる75歳より前に、自立的に運動し、活動的な暮らしの習慣を身につけてもらう。

毎週体操教室に通う3カ月間と教室終了後の3カ月間、タブレット端末に体調を入力。専門家の助言を得る。市では「市民が運動を続けたいと思える内容にしていきたい」と話す。

(2025年1月26日/日本経済新聞)

自転車こぎ運動 ARで複数人参加なら抑うつさらに軽減

実際の画像や映像にデジタル情報を組み合わせる拡張現実(AR)を使って、複数の人と一緒に自転車運動をすると、抑うつ気分が減り、社会的相互作用や共感性に関わるホルモン濃度が増加することが、群馬大学と宇都宮大学の研究で明らかになった。

調査は健康な大学生14人(男性8人、女性6人)を対象に、「運動なし」「1人での自転車運動」「AR内での自転車運動」の3つの条件で、それぞれ1週間の間隔をあげ、本人がかなり楽あるいは楽と感じる低い強度で行った。

「AR内での自転車運動」は、参加者のアバターが他の10人のアバターと一緒にAR内で10分間の自転車運動を行う。「1人での自転車運動」は参加者の目の前に裏返したタブレットを設置し10分間の自転車運動、「運動なし」は10分間椅子に座る。

3つの条件で実施の前後に、気分状態を評価する質問票で、「抑うつ~落ち込み」や「怒り~敵意」などの7つの尺度とネガティブな気分状態を総合的に表す「TMD得点」から、参加者の気分を評価した。

その結果、「AR内での自転車運動」でのみ、「抑うつ~落ち込み」のスコアが実施前に比べて実施後は有意に減少し、「怒り~敵意」スコアと「TMD得点」は減少傾向が見られた。ホルモン濃度は「AR内での自転車運動」で有意に増加し、「1人での自転車運動」でも増加傾向が見られ、「運動なし」では変化がなかった。なお自転車の平均速度は「AR内での自転車運動」のほうが「1人での自転車運動」よりも速かったが、自転車の速度とホルモン濃度とは関係がなかった。

以上のことから、AR技術を使って1人の運動を複数の人で行う運動に変えることは、心理的なメリットが大きい可能性があるとしている。

(2025年1月30日/日本経済新聞)