

Fitness Industry Association NEWS

2025年（令和7年）8月14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/



CONTENTS 目次

今月のトピックス

SPORTEC in 東京 FIAセミナー① 日本とアジアのフィットネス市場の“現在地” 《パネリスト》

ショーン・タン氏 Health & Fitness Association APACディレクター

吉田正昭 一般社団法人 日本フィットネス産業協会 専務理事

《ファシリテーター》

佐々木剛氏 SPORTEC事務局長 TSO International(株) 代表取締役社長..... 2

Information

①SPORTEC2025.....12

②スポーツ庁協力事故調査について.....13

FIA全国カラダ年齢測定 レポート② —フィットネス体力テスト—

フィットネスクラブでの運動習慣が体力の向上に確実に繋がっていることを
クラブ会員の皆様に積極的に伝えてください!.....14

FCM検定コーナー

トピックス.....15

Vol.4 公式テキスト・過去問集.....16

事例1:フィットネス事業者アンケート結果考察.....17

事業者がFCMに使える国の助成金11.....18

NEW MEMBERS 新規加盟企業紹介

賛助会員加盟企業

株式会社 AtoJ.....19

第236回FIA理事会報告.....20

Health&Fitness Association グローバルレポート

AIがビジネスを変革する5つの方法.....26

ダイジェスト版 業界関連ニュースをイッキ読み.....32

日本とアジアの フィットネス市場の“現在地”

2025 年7月30日(水)、11:00~12:30 会場:東京ビッグサイト東6ホール



《パネリスト》

ショーン・タン氏 Health & Fitness Association APACディレクター

吉田正昭 一般社団法人 日本フィットネス産業協会 専務理事

《ファシリテーター》

佐々木剛氏 SPORTEC事務局長 TSO International株式会社 代表取締役社長

コロナ禍では、非常に危ない業種の1つとされたフィットネス業界。当時の厚労省のウェブサイトでは、フィットネスクラブは『行ってはいけない場所』とされ、休業や縮小を余儀なくされた。そこで、FIAではガイドラインづくりや、危険というイメージの払拭に奔走したが、フィットネス業界全体としてはまだ以前のような成長曲線を描けていない状況だ。

他方、ここ数年で急成長を遂げているパーソナルトレーニングジムは、業界の市場を広げているものの、その品質を保証するためには消費者庁を巻き込んだルールづくりが急務であるといえるだろう。また、日本で成功をおさめ海外へ進出する企業もある。日本のジムのビジネスモデルは世界では珍しく、我々にとっては大いに勇気づけられる光明も見いだしつつあるところだ。

果たして、こうした状況を業界に精通する識者はどのようにとらえているのか。そこで、Health & Fitness Association APACディレクターのショーン・タン氏を招き、FIA専務理事の吉田正昭とともに、日本とアジアのフィットネス市場の“現在地”について、大いに語り合っていたいただいた。

司会 皆さま、お待たせいたしました。ただいまよりセミナーを開始いたします。Health & Fitness Association×一般社団法人日本フィットネス産業協会 コラボレーションセミナー『日本とアジアのフィットネス市場の“現在地”』、講師の方をご紹介します。

Health & Fitness Association APACディレクターであるショーン・タン氏と、一般社団法人日本フィットネス産業協会の専務理事である吉田正昭氏のお2人にご講演をいただきます。それでは、モデレーターのSPORTEC事務局長、そしてTSO International(株)代表取締役社長である佐々木剛さま、よろしくお願いいたします。

佐々木 本日よりよSPORTECが開幕いたしました。皆さんご存じの通り、HFAがアメリカでコンベンションを行っております。2019年までは毎年当時のIHRSAの代表の方々に日本にお越しいただき、アジアを中心とした市場環境を日本のインダストリーの方々に伝えたいと思っておりましたが、2020年にコロナ禍に入ってから交流がとだえ、セミナー開催が出来なかったという状況でした。しかし、ようやく2025年、HFAからショーン・タンさまにお越しいただくことができました。また日本を代表するフィットネスの組織である日本フィットネス産業協会の吉田専務理事にもご参加いただき、ぜひ日本の市場ならびにアジアの情報を皆さんにお伝えさせていただきますと思います。

日本のフィットネス業界も、当然、少子高齢化の影響は免れません。2050年には、日本人の人口が1億人を切るといわれています。このような状況下で、グローバルにいくのか、もしくはインバウンドに向けてフィットネスクラブを展開していくのか。他のすべての産業も、同じ状況になっております。

そういった状況下で、今はどのような市場が動いているのか。そして皆さん自身がどのような方向性でクラブを運営していくのか。ヒントが見つかる90分にしたいと思っておりますので、皆さま最後までお付き合いいただければ幸いです。

では、2名の方々をご紹介します。まずは日本フィットネス産業協会の吉田さまから自己紹介お願いできればと思います。

吉田 日本フィットネス産業協会の専務理事をしております、吉田でございます。この業界に入りましたのが1979年で、私より年上の方は少ないと思います。7月に誕生日を迎えまして69歳、来年70歳になるということ

を考えるとぞっとしますが、この業界にいますから、しっかり運動を続けながらがんばっていききたいと思います。

はじめに入社したのがピープルという会社で、今のコナミスポーツになります。当時はフィットネスクラブというより、スイミングスクールの多店舗展開を行っている時期でした。1年365日働けと言われるような多忙な状況で水泳のコーチから支配人、営業部長や人事部長など、厳しい時期にさまざまな役を経験させていただき、勉強に励むことや経験を生かすということを主眼に置いて取り組んでまいりました。

そして2003年にはコナミスポーツに入社し、それまでとは全く環境が異



吉田正昭 一般社団法人 日本フィットネス産業協会専務理事

なる会社で3年間を過ごし、最後は事業開発本部長専務執行役員を務めました。その後退社し、しばらく後にルネサンスに入社いたしました。社風が「人」で勝負する会社ですので、ここならやっていけるかなと。営業本部長を経て2011年から社長に就任し、2020年の3月に退任しております。

並行して日本フィットネス産業協会の会長を務めておりましたので、社長引退の後、よりフィットネス業界の中に入って、現在の課題を解決しようということで専務理事をしております。まだまだ課題は多いのですが、チャンスの多い業界でもありますので、しっかりサポートできるよう努めていきたいと思っています。よろしくお願いします。

佐々木 吉田さん、ありがとうございました。続きましてHealth & Fitness Associationからは、ショーン・タン氏にお越しいただいております。それでは自己紹介をお願いいたします。

タン 私はもともとシンガポールで弁護士としてキャリアを始めました。しかしビジネスに興味を持ち、次第にそちらへ移っていきました。最初は中国でプライベートエクイティ、つまり投資ファンドを扱ったり、インドネシアで石炭の採掘などを行っていました。その後はスポーツエージェンシーなどのコーディネーション業務から徐々にフィットネス業界に関わるようになり、ビッグボックスというフィットネスのチェーンビジネスのチェアマンを務めていたこともあります。そしてシンガポールのFIA、フィットネスアソシエーション協会のディレクター、またHFAのアジアのディレクターを務めております。弁護士から始めた仕事ですけれども、フィットネスのビジネスやオペレーションなどは自分自身でも経験して理解しております。現在は協会の理事を務めておりますので、いろ

いろと貢献できると思い、本日お話をさせていただきます。

アジアではFIAのような組織がない国が少なくありません。あるのは日本とオーストラリア、それからニュージーランドとシンガポールの4か国だけです。HFAのアジアパシフィックの活動としましては、アジアの国々で業界団体などを設立する仕事を行っています。各国の行政府や法律立法に産業としてアプローチをしながら、フィットネス産業としての声をそれぞれの国の市場や行政に反映させていく、非常に重要な役目を担っていると思います。現在はフィリピンとタイ、香港、そしてベトナムでフィットネス産業の組織を結成すべく、具体的なプロジェクトとして動いております。

コロナ禍後の 日本市場の現在

佐々木 では、日本の状況について触れていきたいと思っています。日本フィットネス産業協会の吉田専務理事からご

講演をいただきたいと思っています。

吉田 『日本のフィットネス業界の“現在地”』というテーマでお話をしたいと思います。このお話をいただいてから約2ヵ月間、久々に資料探しから読み取り、そして分析を行いました。日本国内と、フィットネス産業が発展しつつある他のアジアの国々について調べたところ、非常に有益な情報が整理できたと思います。日本においても、フィットネス市場のグロスの情報は目にする機会もあります。

フィットネス産業協会は現在、正会員企業100社、準会員企業100社の約200社で構成されており、加盟クラブの施設は4279施設となっております。コロナ禍当時、我々が一番感じたのが、ロビー活動を怠っていたのではなく、その機会自体が多くなかったということが影響したのか、コロナ禍に入り、まずこの業界自体が一番危ない業界の1つに入ってしまったということです。これはイメージの問題が多分にあり、いま改めて考えてみると、「コロナは



ショーン・タン氏 Health & Fitness Association APACディレクター

極めて怖い病気。死に直結する病気で、息をはぁはぁ吐きながら運動することは危険だ」というイメージだけで三密の最たるものとしての扱いを受け、一気に厳しい環境に落ちこんでしまった。当時の公的のウェブサイトにも、『行ってはいけない場所』にフィットネスクラブが入っていました。『三密だから危険』ということから否定しなければならず、大変厳しい状況でした。さらに、業界としては再開するためにガイドラインを作ることが求められました。感染学と医学両方からのエビデンスが盛り込まれている必要があり、1ヵ月でできるはずがないのですが、議連を設置していただき、さまざまな方々に協力を仰いでようやく完成し、なんとか再開までこぎつけました。しかし、フィットネス業界はまだ以前のような成長を描けていない状況です。

社会問題として、学校の水泳の授業がプールの老朽化や先生方の労務環境などで中止になるという発表がありました。日本の水難事故の低さは世界に誇れるものですが、他の国では日本のような水泳の授業は行われていないようです。例えばベトナムでは、川に落ちるとほぼ助からない。ですから、施設の老朽化や先生方の負担から水泳の授業を廃止にしようということではなく、もう一度日本で今まで行われてきたことを見つめ直しながら、必要なことはきちんと行っていくべきではないでしょうか。先日、参議院の東京選挙区で当選されました鈴木大地さんは、水泳連盟の会長を務めておられます。鈴木さんとも連携しながら、もう一度しっかり水泳の授業を行っていこうと話をしております。受け皿は民間が担う部分もあると思いますので、我々の業界が新たな市場を得るチャンスでもあります。

次に、業績の推移です。データでは、2020年の実績は7100億円の売り上げであったと報告されています。これ

でようやく2019年のコロナ禍前の数字を超えました。ただ、これは全体での話です。すべてにおいて右肩上がりになっているわけではないでしょう。

皆さんもご存じの通り、コロナ禍後にチョコザップさんなど新しいニーズの掘り起こしをされたジムや、ブラッシュアップして特化したジムが出てきました。これらの市場が大きく揺れ動いている中での数字です。2024年の結果として黒字で終えた企業は48.8%という報告があります。ほぼ前年並みが3.7%、減益が15.9%、赤字が3.7%。総合クラブは運営コストも多くかかりますので、増益になることは難しい状況かもしれません。各社、努力を重ねていますが、世の中の変化の影響でその努力を超えてしまうほどのコスト増に見舞われています。しかし、考え方を変えて、新しい市場などにリーチしていかなければ、厳しい環境はまだまだ続いてしまうのではないのでしょうか。

先ほど申し上げましたように、7100億円の売り上げの構成比において、大きな成長を示しているのが、24時間型のジムやパーソナルジム、そしてピラティスです。これらはWHOの指針も含めて、極めて高いニーズが維持されているので、今後も成長が続くといわれています。今は、女性に特化したジムスタジオの『ブティックジム』という構造が、企業としての成長過程に入っていると思われます。

エネルギーコストはこの2年ほどで急激に上昇しています。設備の更新もあります。新しい設備には省エネ機能がついているものの、先が見えない状況です。国を巻き込んで、いかにコスト上昇から我々が受ける影響を抑えることができるか。また、人件費が厳しいのは承知の上で、この業界は何より人が命だと思います。ですから、アルバイトさんの給与体系も人件費を10円、20円上げる仕組みは今の世の中

には合っていないのではと思います。少数精鋭で望むべきレベルを上げて、成果をあげれば単価も上げるということを組み込んだ賃金体系に変えていく。成果を出し、貢献した人には多くの賃金が与えられる構造に変えていく必要があります。従来のフィットネス業界の賃金構造のままで進めていくのであれば、おそらく働き手から選ばれなくなってしまうのではと、危機感を持っております。

総合クラブを含め、大企業の方で直営店を出されているところは数社だと思います。出すとしても、24型などコンパクト型の新店を出すのがメインになってきています。また自社で施設を持つのではなく、指定管理者制度やPFI事業など、受託事業の数が一気に伸びています。各社の決算報告を見ても、このウエイトはかなり高い。ただ、指定管理は契約の年数の関係があります。経営的に考えたときに、指定管理を取れたのでそこに人を配置したけれど次のコンペで負けてしまったとしたら、その場合の人材の活用をしっかりと考えておかないといけないと思います。ニーズは高いですから、リスクも織り込みながら、ここをしっかりと取りにしている会社は非常に多い。PFIは20年契約など契約がとても長いので、ある程度通常の事業と近い形になります。また地域を巻き込むことができるということの強みもあります。

皆さんご存じだと思いますが、パーソナルジムはかなりの勢いで増えています。フィットネスの市場の拡大として極めて重要で、我々も応援すべきことです。ただ一方で、去年、消費者庁さんから事故についての問い合わせならびに、我々に対してのお願いというご連絡を多々いただいております。クラブビジネスジャパンの古屋武範さんがアンケートを含めてデータを取ってくださっているので、最終的には事故をどのようにしてなくしていくか、消

費者庁とやりとりをしています。

しかし、現在の状態を見ていると、事故がなくなることは難しいのではないかと感じています。極端なことをいえば、パーソナルジムは誰でもできるんです。しっかり資格を持ち、それを明示しメンテナンスもきちんを行うなど専門的に運営されているジムが必要なんです。しかし、専門的な知識がないままにジムを開設して、自分の経験だけで教えているところが残念ながらあるようです。

わかりやすい事例として、高齢の女性がウエイトトレーニングのときに「ここが痛い」とトレーナーに訴えた。ところが、トレーナーは「痛いのは当たり前。我慢してください」と。そのトレーナーは、元プロレスラーだったのです。プロレスラーは、痛いのが当たり前なんですよ。結局、その高齢女性は圧迫骨折をしてしまった。そのようなトレーナーが一部混じっているから、パーソナルトレーニングジムは危険だといわれています。でも、私は本当はそうではないと思っています。きちんとお客様に寄り添い、個人の状況に応じてトレーニングを進めていける。本来、ジムとはそのようなところだと思います。ですから、お店を構えるときに資格を明示すること、契約の際には契約書の重要なポイントをしっかりお客さまに説明すること、お客さまの日々のコンディションなど状況を確認することなど、ルールを決めていかなければならない。市場を広げるためには重要なことなので、消費者庁さんを含めて、これから進めていきたいと考えています。

フィットネスの参加率は高まっています。日本では3～4%といわれていますが、実はこの数字に入っていないものもあるんです。例えば、法人会員の都度利用の方はカウントされていません。公共で都度利用で使われている方も、カウントされていないと思いま

す。フィットネスクラブに通っている人の参加率が、3.94%ですから、世界と比べると圧倒的に低い。グロスで見るとどうなっているのか、再計算をする必要があると思います。これは古屋さんに厳密に行っていただき、正しい環境と今の状況をつかんだ上で、日本の向かうべき方向性を決めていく必要があると思います。

少子高齢化の勢いは、ここ5～10年で驚くほど感じています。この業界で働いてくれる人が、どれだけ来てくれるか。業界としてしっかりしたものを確立しておかないと、5年後、10年後に他の業界に人がとられてしまいます。この業界は賃金だけではありません。賃金プラス自分のやりがい。私もスイミングコーチをしていました。プールに入って指導するのは、キツイのですが、子どもたちが返してくれる言葉など、普通の仕事では味わうことができないことを若いうちから経験できます。高齢者の方が運動して体調が良くなり、感謝の気持ちを表していただけ。それがやりがいだったり、自分たちのステータスであるということに、仕事の軸をもう一度置き直すことが、将来的にこの業界に人が来てくれる重要なポイントになると思っています。

そして、介護業界も厳しい状況だと聞いています。お世話型の介護は日本ではもう厳しくなってくるのではないのでしょうか。もう少しポジティブに、介護になる前の段階で止まるように。介護になってしまったとしても、それ以上進まないように。そのようなことを踏まえて、『ポジティブな介護事業』ということに取り組む時期であり、幸いにして日本では多くのノウハウがあります。この仕組みをしっかりとめて、中国や韓国など高齢化が進んでいる国々に輸出する企業が出てくることを期待しています。

我々の業界は、会員ならびに地域の

人々の健康づくりの成果が求められています。施設をつくって「さあどうぞ」、これではいけません。そこに通って、自分の成果を体感しながら、健康を作り上げていく。それをしっかりサポートできるスタッフがいる。こういった構造の中で健康状態を作っていかなければなりません。労働人口が減っていく中で、現在は定年が60歳や65歳ですが、5年後、10年後だと70歳や75歳にまでなってくるのではないのでしょうか。

年金も、働いていれば年金の受給も選択ができますから、受給を遅らせていけば、その間の年金の運用ができ、現在パンクしている年金制度が生き延びる可能性も出てくると思っています。

フィットネス業界は、単純に「店をつくってお客さまが勝手に来て運動しています」ということではなく、『ジムがあるから我々は健康でいられるんだ』と実感していただく。情報やサポートをしっかりと行ってくれるという安心感を持って通っていただけるように運営をしていかないと、これからのジムは単純な施設産業になり、生き残っていきません。そこから脱却して、人、ヒューマン的なところに変貌した会社がおそらく生き残っていくのではないのでしょうか。

そういう意味では、FIAは2年半前から、全国カラダ年齢測定のフィットネス体力テストをはじめました。当初は、各クラブの会員の方が測定し、結果を見て1年後に向けてトレーニングメニューを決めてスタッフがサポートして、1年後の測定のときには体力が上がっている、ジムに通って上がったという構図をベースにつくりました。しかし、決められた時間の中で人を配置するというのはなかなか難しいということもあり、動きは悪いです。ただ、現在も行っている企業があります。仙台の企業では、新規入会者の2回目の来店時に体力テストを行います。そこ

でアセスメントをかけて、トレーニングを定着させるということに取り組んでいます。2回目の体力測定で結果が出た方は、おそらく会員を辞めません。

一方で、健康保険組合連合会とこの取り組みをはじめました。健康保険組合連合会というのは、各企業の企業健保の上にある団体です。昨年から支部体験を始め、東京が最初だったのですが、日程が決まったら瞬間に予約で満席になりました。今年度は300人集めて大きな体育館で体力テストを行います。今では各都道府県にも広がってきています。大きな会社、例えばサンスターさんは今年から始まりますが、来年は全事業所で始めるということが決まっています。この仕事はフィットネス業界の各社が受け持つということになりますから、各社のビジネスとして、収益をしっかりと固めてくださいと提案しています。ビジネスチャンスがある中、まだ10数社しか手が挙がっていないのが現状です。今までの市場だけで勝負していても、おそらくコスト削減しかできないのではないかと思います。そうではなく、新しい市場で、なおかつ世の中から必要とされるようなこと。体力テストも、2回目まで通っていただいて、そこで成果が出れば、運動というものはい間違いなく続けられます。それも我々の使命だと思います。

先日は厚生労働省の会議でこの話をいたしました。とても盛り上がったんです。それで、「マイナンバーに入れることはできませんか？」と申し上げましたら、その瞬間に、皆さんのテンションが下がってしまって……誰も意見を言わなくなりました。もう一度トライするつもりですが、マイナンバーには保険が入っていますよね。でも、ポジティブな健康関連のものは入っていないんです。体力測定などをして、数字で見えること、良くなったポイント、何らかのインセンティブがあるような形にしていければいいので

はないかと思っています。各種団体ならびに議連と連携を取りながら、この事業がさらに発展できるように進めてまいりたいと考えております。以上が、私からの現状についてのご報告となります。

佐々木 ありがとうございます。今のお話にあったように、国とどう結びついていくのかというのは、いわゆる一つのゴール設定になってくるかと思っております。例えば美容産業は事故の話をよく耳にします。HIFUや脱毛器などで事故が起きるそうですが、その都度、国と連携して、どのように対応していくのかを業界として発信し、業界の再成長につなげるということをされています。フィットネス産業では、皆さんご存じの通り経産省が『健康経営』というものを推奨しております。健康を応援する企業の価値を高め、それら企業の株価を上げ、健康を応援する企業を増やしていこう、という方向性になっております。今後もFIAの活動は、そのような方向性になっていくのではないのでしょうか。

続きましてHFAからタンさん、お願いいたします。

世界の フィットネス産業の現在

タン HFAは最も古く、世界最大のアソシエーションになります。フィットネスを世界に対して実現していくことを念頭に、世界中で展開しております。

私が取締役を務めていたビッグボックスというジムは——私自身は2022年に退任しておりますけれども——、今もビジネスとしては携わっております。中国や台湾などの市場で展開しております。もともとは中国の国が運営している企業です。

現在は『レックス』という世界のフ

ィットネス企業のCEOなどが集まる勉強会のようなものを行っています。ヨーロッパでも最大規模のフィットネスの会社や、サウジアラビアの会社、上場企業で資本規模としては最大のフィットネスの企業など、10~15人くらいでCEO同士で学ぶということを行っています。全員が異なる国から集まりますので、それぞれの国内での競争相手ということにはなりません。費用は4000ユーロほどになりますが、学びをもとにビジネスを展開するというプログラムです。

私がCEOを担当している会社のビジネスの特徴をお話いたします。日本のみならず他の国でも、ジムに行くことさえないという人口が非常に多いです。シンガポールでは70~80%の市民は、ジムに行くことはありません。血圧などのデータやトレーニングセットアップなどさまざまなデータが自動的に集められ、行政や病院などにシェアされ、そこから健康推進や予防医学のためにジムを利用してもらう、というビジネスを行っています。

また、シンガポールではコーディングというものが非常に流行っていて、トレンドになっています。シェアハウスのような、高齢者住宅と若い人の住宅を組み合わせたようなもので、スポーツなどのプログラムが組み合わさっており、若い人と高齢者が同じところでプログラムを行うということを実施しております。

フィットネスは健康産業という定義の仕方をしていく必要がある、と考えています。アジアは世界の人口の60%を占める地域です。インド、中国、インドネシアは特に人口が多く、アメリカやヨーロッパと比べても、圧倒的に人口としては大きい。経済的には成長が緩やかになってきたとしても、ウェルネスという意味では、市場のポテンシャルが上がるということを意味していると思います。ウェルネスとい

う観点から市場を見ていくと、フィットネスはもちろんコアでありますけれど、加えて、スパや健康に関連するツーリズムなど、そういったものも全部含めていくと、市場規模としては非常に大きなものになります。世界中で900兆円ほどでしょうか。とてもポテンシャルの高い市場ということになります。ざっくりとした内訳としては、フィットネスが109ビリオン、スポーツアクティビティは、サッカーなどの屋外スポーツも含めて230ビリオンの規模があります。

また、マインドフルムーブメントというものがあります。マインドフルとは、意識的に動くということです。必ずしも筋トレというわけではありませんが、モータースキルのためにやるようなこともあります。これが29ビリオン。そして健康関係のグッズやアパレル、さらに自転車関連。このようなものも全て含めて、市場を構成してい

ます。セグメントごとに、フィットネス産業としてはどのようなパートナーと仕事をしていくかというところを見極めて対処していくということが、非常に重要になってくると思います。

続いて、地域ごとのウェルネス健康市場の経済的なデータを見ていきましょう。重要なことは、フィットネスと精神衛生です。精神的な問題になった方のリカバリーに関しても、フィットネスは大きな貢献ができます。高齢化も大きな問題ですが、この2点に関してパートナーシップの作り方を新しい形にして、フィットネス産業としてアプローチしていく必要があると考えています。そういう意味では、フィットネス産業は、例えばアジアとして市場が飽和しているとしても、非常に市場のポテンシャルがあると考えております。

ただし、関税の影響や、あらゆるモノの価格が上がってきているのは世界

の大きなトレンドです。どの製造業にもいえることですが、製造の拠点としては、アジアが世界で最大ですので、アメリカ市場に関して考えると、関税の影響というのは非常に大きなものがあります。利益水準が下がってきていますし、関税によってコストが転嫁されていくことによって、フィットネス産業としても最終的な値上げにつながっていくと考えています。

皆さんご存じのように、中国はアメリカの関税が高いので、中国の機械やアパレルメーカーとしてはもうアメリカ市場ではなく、日本など他の市場を探索が必要があるとして、SPORTECでも中国の展示が増えてくるのではないのでしょうか。フィットネス産業にとっては、購買価格などが非常に上がっていくという要素もあると思いますので、お気をつけになられる必要があると考えております。

HFAとしては、毎年、フィットネ



ス産業の世界市場について報告書を発行しており、2025年は10月に発行いたします。日本市場としては、ヨーロッパの企業にとっては非常に興味深い構造になっています。インドネシアやフィリピンなども興味深い市場として見られています。一昨年までのデータで少し古いのですが、日本やオーストラリアのメーカーの年ごとの成長率というのが非常に高く出ております。中国のフィットネス企業のデータになりますけれども、アジアパシフィックの市場では日本のコナミやライザップなど日本のいくつかのフィットネス企業は大成功を収められております。日本の企業が成功されたビジネスモデルやオペレーションを、他のアジアパシフィックの国々や世界の他の地域に持って行く、非常にいいタイミングなのではないでしょうか。

では、3つの国を中心にフィットネスの市場のお話をしましょう。まずは日本について。アジア以外の世界の方々が日本市場をどのように見ているか。日本市場は、とても興味深い市場だと世界は見えています。皆さんご存じの通り、よく知られているブランドですけれども、エニタイムフィットネスはフランチャイズとして非常に成功しています。日本のエニタイムフィットネスはドイツでもマスターフランチャイズですから、その運営のコアのところを、ドイツでも行っています。ドイツは非常に競争が激しい市場ですけれども、日本のファーストフィットネスが、ドイツ市場で地場のブランドと競争するという非常に面白い形になっています。

カーブスは女性専用のジムです。米国で始まってアジアに進出するまでは、アメリカで非常に成功していたのですが、市場の競争の激しさや、さまざまな問題があり、規模を縮小していった。ところが、対照的に、日本市場ではカーブスのブランドは成功しています。

そのため、今では日本のカーブスの法人が、世界市場の経営をしていくという形になっています。日本市場の特徴的な面白いところは、カーブスもチョコザップもそうなのですが、売り上げの大きな部分が健康食品の通販だということ。日本以外の世界市場では、ほとんど例を見ないビジネスモデルになっています。日本以外から見ると特殊というか、面白い市場、ビジネスモデルだと思うわけですが、4年で1700店舗ほどの規模になっていることは、成功しているビジネスということで、非常に興味を持って見られています。売り上げがフィットネスジムのみではなく、サプリメントや健康器具などの販売でも売り上げを上げています。ビジネスモデルとしては、世界的に見ると、新しい形であると認識されています。

続いて、オーストラリアの市場についてお話いたします。オーストラリアは、市場の特徴としては人口規模は非常に小さく、2700万人ほどにとどまりますが、ビジネスとしてフィットネスに関しては非常にインパクトがある、強いプレーヤーが多いというのが市場の特徴です。オーストラリアは健康やスポーツの活動が盛んで、国民的にフォーカスがあります。人口は少ないですが、フィットネス産業としてはブランドのキャラクターが立ったような、強いプレーヤーが多数出てきていて、そういう意味で非常に面白い国です。フィットネスの新しいコンセプトを見たいという場合は、アジアの場合は、オーストラリアに行かれると学ばれることも多いと思います。アメリカに行く必要はないと思います。オーストラリアで十分に面白い展開がされていると考えております。

次に、シンガポールについて。シンガポールも非常に興味深い、面白い市場になっています。世界的なフィットネスサプライヤーとしては、シンガポ

ールが入りやすいということで、シンガポールを入り口として、アジア地域全体に展開していくという形になっています。

では、10プラス1の市場のトレンドについてお話ししたいと思います。グローバルのトレンドであって、アジアだけのものではないのですが、1つ目はピラティスです。ピラティスの器具の取り扱いが日本でも非常に増えてきていると考えています。そして、2番目はウェルネスやリカバリー、アンチエイジング。加圧パンツや酸素カプセルなどですね。スリープポーズという寝るためのカプセルみたいなものから、アイスバス、サウナ、点滴など。

そして3番目は『パデル』と『ピックルボール』、これはスポーツです。ライフタイムというアメリカの大きなフィットネスチェーンがピックルボールに投資をしている企業で、専用のボールを作り、メーカーとしてもサプライしています。パデルについては、『バージンアクティブ』というバージングループの企業が、南アフリカとイギリスでパデルクラブを100以上展開しています。

『デビッドロー』はイギリスのフィットネスグループで、2025年6月13日の新聞記事によると、デビッドローが10年目にしてはじめて、ビジネスとしてのパデルにおいて利益が出たと報じています。そして、ビジネスとして非常に利益水準が上がったとしています。今では166のコートがあり、投資も積極的に行っており、プレーヤーは1万8000人ほどにまで増え、著しい成長を見せております。

パデルとピックルボールに関しての秘密をお教えしましょう。なぜ米国とヨーロッパのフィットネス会社が投資をしているのか。皆さん、実際にプレーされるとわかるんですが、パデルとピックルボールは非常に簡単に始められるスポーツということが特徴

です。もう1つの大きな特徴としては、コミュニティがしやすいということです。フィットネス産業というものは、長期にわたってお客さまで続けていただくということが重要ですが、コミュニティの形成には大変苦労しています。パデルとピククルボールに関していえば、スポーツのルールやゲームの設計自体が、コミュニティを作っていくような効果があり、マーケティング的に面白いというか、使いやすい。アメリカやヨーロッパでは、ビジネスとして成長の可能性があるということで投資されています。

続いて4番目は、『GLP-1』です。話題になり始めたのは、コロナ禍前くらいからでしょうか。血糖値や減量に効果があるといわれている注射で投与する薬です。2型糖尿病患者などに処方されますが、フィットネス産業にとっては、非常に可能性があるものです。食欲がなくなる効果がある薬なので、糖尿病患者の方にはいい薬なのですが、筋肉量が下がってしまうという副作用があります。アメリカやヨーロッパでよく使われていますが、副作用に対しての補完的な役割をフィットネスが担えるとして、ビジネスとしても可能性があります。

5番目のトレンドとして、ストレングストレージ。これは筋トレになります。

6番目はマインドフルネス。これは仏教の瞑想ですね。フィットネスなど体を使うことによって、精神衛生も向上していきませんが、これはフィットネス産業としても重要な位置づけになります。マインドフルネスプラクティスというのは、グーグルで行われていたような意識や動きに対して言葉をつけてラベリングしていくようなことです。

7番目としては、健康やスポーツを目的とした観光です。ヨガや瞑想などが多いですね。8番目は、イギリスのバージングループなどの、コワーキン

グスペースの中にジムをつくるというビジネスモデル。これも非常に人気が出てきているビジネスモデルです。

9番目、フランチャイズビジネスもちろん人気がありますし、ずっと成長してきている分野でもあります。

そして10番目、多くの国の政府や行政が、フィットネスが医療費削減に効果があるということで政策として取り組み、公共投資なども増えているという傾向があります。

最後のプラス1として申し上げたいのが、非常に重要なトレンドで、『HYROX』というものです。HYROXは世界中のフィットネス産業の救世主になってきています。CROSSFITと比較して、HYROXのプログラムは8種類のファンクショナルエクササイズを組み合わせたサーキットレースです。特徴的なのは、まず走ることからはじめて、その間にブッシュなどが入ってくるという特徴のあるプログラムになります。8月に横浜で、HYROXのレースがあると聞いていますけれども、ぜひ見に行ってみてください。世界中で、HYROXというプログラムを目的にお客さまがジムに来て、ジムのチームで大会出場を目指し、コミュニティが形成されています。新しいビジネスモデルとして、サークル活動のような形で、フィットネスのビジネスとしての成功事例とされています。現在、80カ国で55万人の競技人口があります。観るスポーツとしても人気が高く、35万人といわれています。観客はお金を払ってチケットを買ってくださるので、両方おいしいというビジネスです。

私からは、以上になります。

佐々木 ありがとうございます。それではいくつか質問をしたいと思います。

会社を作ったら、当然エグジットを考えていくと思います。例えば、どこと組んでいくのか。または先ほどの

HYROXの話や、パデルとピククルボールなどのコンテンツをいかに入れるかというところが、今後は大事になってくると思います。シンガポールで会議に参加した際、ほとんどのジムが、「どのようなところを買うのか」「どのようなところが資金調達をするのか」「どのようなところと組んでいくのか」とストラテジーをつくっておられるのが、世界での特徴だという印象を受けました。皆さんから事前にご質問いただいていると思いますが、日本市場の今後は皆さんも考えられていると思います。どのようにして世界に行くのか。どのようなビジネスモデルならば、日本が勝てるのか。そのようなところにご興味があると思います。いかがでしょうか。

日本が世界で勝てる ビジネスモデルとは

タン 日本の企業が世界で活躍するポテンシャルは大きいと思っています。フィットネスに限らず、日本企業の特徴としては、TOYOTAさんのように、プロセスや段取りに対して非常に注力というか、効率よく回されるということが、日本企業の特徴だと思っていますから、そこが差別化のキーになってくると思っています。例えば、日本のブランド、企業として海外でフランチャイズを展開するという場合でも、プロセスオリエンテッドの発想と申しますか、フランチャイズ、フランチャイジーの方々に対しての教育プログラムとか、どのような形でオペレーションのノウハウを伝えていくかということが日本企業の強みでありますので、海外展開にあたって、そのあたりを活かしていけるのではと考えています。

先ほどチョコザップの話題でも出しましたが、健康器具やサプリを売ることは日本以外では見られないところですので、そのコンビネーションのビジネ

スモデルを教えるというのは、海外でビジネスとしてのメリットがある、と受け取られると思っています。

佐々木 ありがとうございます。日本発信のモデル、海外で非常に強いんですね。日本の外食産業もとても強い。海外からそれを味わいに来るというインバウンドが増えております。丸亀製麺や一風堂などが世界に出て戦える。ただ、皆さんおっしゃいますけど、どのような企業とパートナーを組むかが大事になってくると思います。独自でやっていくのはリスクもありますし、現地化するのも時間がかかります。日本だと、ゴールドジムが最も日本のビジネスモデルに合わせて発展ができたジムチェーンの1つだと思います。

私たちもこのような展示会を行っておりますけれど、現地化するために、どのようなパートナーを選ぶのかというのはとても重要な問題です。ぜひ皆さんも海外に出かけてみて、考えていただきたい。私たちSPORTECは、来年の6月にタイのバンコクのバイテックという会場で展示会を行う予定です。現地の財閥、サハグループと組んで展示会を開催していこうという流れになっています。皆さんも、そのような流れに乗っていただければと思います。

そして吉田さんへの質問ですけれど、日本で注目しているフィットネスチェーンについて一言いただきたいと思います。

注目すべき フィットネスチェーンは

吉田 各社の新しい取り組みは、開示されている情報では確認しましたが、先日、FIT-EASYさんが渋谷に旗艦店をつくられて、東京支社をそこに置かれました。エンターテインメント性を含めたジムで、さまざまな機能がフル

で詰まっているジムです。広さは1000坪くらいでしょうか。聞くとところによると、フランチャイズの商談が100社くらいウエイティングになっているというほどの人気です。一番大きなポイントとしては、AIを使ったトレーニングメニューと、進捗の管理ができる仕組みを採用していて、注目したいと思っています。渋谷駅前ですから、皆さんにも機会があれば見ていただきたいですね。

カーブスさんも非常に業績を伸ばしています。海外のカーブスのやり方を日本仕様に置き換えた仕組みづくりをされて、成功されていると思います。逆に日本から出すときには、現地の仕様に置き換えて出していけないと、失敗する可能性もあると思います。

佐々木 ありがとうございます。FIT-EASYさんのビジネスモデルは非常に面白いんですね。『ラプソード』を入れて球速を測定したり、ゴルフレンジを設置していたり。スポーツというエンターテインメントで、フィットネスのビジネスモデルを少し崩して展開されているけれど、中身はものすごくこだわっていて、一つひとつに専門的な製品を入れておられます。

カーブスさんの話もございましたけれど、先日、代表取締役の増本岳さんとお話させていただいたのですが、オペレーションが崩れた国は撤退するというので、もう一度世界を再構築していると聞いております。例えば、タイでは何店舗もあったカーブスをすべて閉店して、もう一度進出を検討するという形で進めているそうです。どのようなコンセプトをつくっていくのかということは、今後のビジネスモデルをつくる中で、金太郎飴みたいに全く同じものではなく、皆さんのクラブのどこに特徴があるのか、そしてもう1つワンポイントをつけられるか。これが今後の1つの考え方だと思っております。

ます。

最後に質疑応答をと考えておりましたが、時間が足りなくなっていました。セミナー後に名刺交換していただければと思います。また、タンさんはSPORTECにお越しいただきましたのは今回が初めてで、3日間お越しいただけますので、皆さん交流していただき、アジア進出のご相談などにもっていただけるかと思っています。

最後に、お二方にひと言ずつメッセージをいただけますでしょうか。まず、タンさんからお願いいたします。

タン 今日は世界市場に関して、皆さんとお話させていただく場をいただきまして、ありがとうございます。初めてのことでしたけれども、定期的にこのようなことができればいいなと望んでいます。さらには、日本の皆さまが世界市場に対してビジネスの進出や知恵をシェアするという形で、相互のコミュニケーションができるようになっていくといいなと望んでおります。

佐々木 ありがとうございます。では、吉田さんお願いします。

吉田 少子高齢化が進む中、我々の事業は本気で取り組まないと、もう持たない状況にあります。また、日本を引っ張る事業でもありますので、そのような視点で見ると、より大きな市場がこれから待っています。そこへの道筋を業界としてしっかりと発信できるよう、皆さんのお声もいただきながら、進めていきたいと思っています。よろしくお願ひしたいと思っています。

佐々木 本日はHFAからはショーン・タンさま、そしてFIAから吉田専務理事にお越しいただきました。ありがとうございます。皆さま、盛大な拍手をお贈りください。



1

SPORTEC2025

★SPORTEC2025は7月30日(水)～8月1日(金)東京ビッグサイトにて開催された。各日の来場数は30日13,986 31日14,454 1日13,940 となり、昨年同様多くの業界関係者が足を運ぶ催事として復活した感があった。

開会式に当たるテープカットには花房会長がFIAとして出席した他、手塚副会長(SPORTEC実行委員)、原田理事(SPORTEC実行委員長)、古屋理事(SPORTEC実行委員)も出席した。SPORTECは2026年海外進出としてバンコク(タイ)での開催を予定していることも発表された。

★FIAは初めての試みとして「会員専用ラウンジ」を設置、会員間交流や商談等に活用いただき、会期中約100人超の利用があった(右写真参照)。

★また、例年通りブースにFCMコーナーを設置、パネル掲示、動画放映、テキスト・過去問解説集最新版の展示を行った他、検定事務局スタッフが常駐してリーフレット配布、質問応対等を行った(右写真参照)。

セミナー

①B-1 7月30日(水) 11:00-12:30(90分)受講者数52
HFA(Health & Fitness Association/旧IHRSA)×FIAコラボレーションセミナー

日本とアジアのフィットネス市場の現在地

★Director, APAC HFA Sean Tan 氏

★FIA 専務理事 吉田 正昭

②G-5 7月30日(水) 15:00～16:30(90分)受講者数28
**FCM(フィットネスクラブ・マネジメント検定)セミナー
「フィットネス業界のBtoBへの第一歩、顧客(フィットネス事業者)を知ろう」**

★正会員の立場から

JR東日本スポーツ(株) 営業企画部担当部長

森 直広 氏

★賛助会員の立場から

(株)Sportip 代表取締役 CEO

高久 侑也 氏

★ファシリテーター FIA FCM事務局 荻沢 靖彦

③B-4 7月31日(木) 11:00-12:30(90分)受講者数73
総合型クラブの今後の差別化と価値の再構築について
～FIA事業責任者会議の議論から～

★(株)ティップネス 執行役員 フィットネス事業本部副本部長

FAI事業責任者会議議長 妹尾 有信 氏

★グンゼスポーツ(株) 執行役員店舗運営委員会委員長

FIA事業責任者会議副議長 山中 博樹 氏

★野村不動産ライフ&スポーツ(株) 営業一部長

FIA事業責任者会議副議長 林 政貴 氏

FIAラウンジ



FCM検定コーナー



★ファシリテーター

FIA事務局長 松村 剛

④B-7 8月1日(金) 11:00～12:30(90分)受講者数66
FIAトップセミナー

フィットネス産業の新たな時代を牽引するリーダーに聞く!

～これからのフィットネス産業はどのように成長の軌道を歩んでいくべきか～

★(株)ルネサンス 代表取締役社長 望月 美佐緒 氏

★コナミスポーツ(株) 代表取締役社長 室田 健志 氏

★ファシリテーター

FIA専務理事 吉田 正昭

HFA・理事会ミーティング

HFA(Health Fitness Association)(旧IHRSA)は米国本拠の業界団体で、FIAはパートナーシップ協定により各種情報を得てFIAニュースで翻訳を紹介している。数年のブランクを経て新たなアジア太平洋担当ディレクターシェーン・タン氏(シンガポール)が就任されたのを機に、理事会有志5名がミーティングを持ち、業界団体として、関連事業者・行政・立法への向き合いかなどについて意見交換を行った。

2 スポーツ庁協力事故調査について

スポーツ庁健康スポーツ課の要請により、クラブにおいて発生する障害事故の件数・内容などについて正会員企業へアンケートを依頼し16社からご協力を得た。集計の概要をご紹介します。

質問は、2022年から2024年の施設内における障害事案について、年間延べ利用者数・発生件数、種別、場所をお聞きました。
種別は予め5種別により設問したが、各社による回答項目はそのまま反映した。

2025年6-7月スポーツ庁要請「クラブでの事故調査」集計概要

		回答社数14
2022	利用者数(人)	発生件数(件)
	9,348万6千人	2,121

		回答社数14
2023	利用者数(人)	発生件数(件)
	9,561万2千人	2,201

		回答社数16
2024	利用者数(人)	発生件数(件)
	1億259万8千人	2,364

		回答社数14
2022	外傷・障害の種別	割合
	創傷	27.3%
	捻挫・関節	26.3%
	骨折・ひび	13.9%
	熱中症	1.8%
	心臓・脳など内系	19.3%
	貧血脱水※1	3.3%
	体調不良※3	2.4%
	怪我 ※3	5.6%
	計	100.0%

		回答社数14
2023	外傷・障害の種別	割合
	創傷	26.8%
	捻挫・関節	23.8%
	骨折・ひび	14.1%
	熱中症	2.1%
	心臓・脳など内系	20.5%
	貧血脱水※1	4.5%
	体調不良※3	2.3%
	怪我 ※3	5.9%
	計	100.0%

		回答社数16
2024	外傷・障害の種別	割合
	創傷	29.2%
	捻挫・関節	20.5%
	骨折・ひび	12.4%
	熱中症	2.2%
	心臓・脳など内系	16.5%
	貧血脱水※1	6.9%
	体調不良※3	2.4%
	怪我 ※3	4.6%
	その他 ※2	5.4%
	計	100.0%

		回答社数 12
2022	事故発生場所	割合
	ジム	15.3%
	スタジオ	16.2%
	プール	18.6%
	ロッカー更衣室	13.3%
	浴室シャワーサウナ	18.8%
	フロント	0.2%
	トイレ	0.1%
	通路・ラウンジ他	1.5%
	駐車場	0.1%
	その他	3.9%
	テニス	0.1%
	体育館	12.0%
	計	100.0%

		回答社数 12
2023	事故発生場所	割合
	ジム	17.4%
	スタジオ	17.9%
	プール	17.1%
	ロッカー更衣室	11.9%
	浴室シャワーサウナ	18.8%
	フロント	0.3%
	トイレ	0.1%
	通路・ラウンジ他	2.6%
	その他	1.9%
	テニス	0.6%
	体育館	11.3%
	計	100.0%

		回答社数 14
2024	事故発生場所	割合
	ジム	18.8%
	スタジオ	14.0%
	プール	16.8%
	ロッカー更衣室	12.4%
	浴室シャワーサウナ	21.4%
	フロント	0.6%
	トイレ	0.3%
	通路・ラウンジ他	2.6%
	バス・駐車場	0.3%
	その他	2.9%
	テニス	0.2%
	体育館	9.5%
	計	100.0%

※1:貧血脱水項を独自記載1社

※2:2024年のみ回答。細分集計しており「その他」でくくった旨付記あり。

※3:障害種別。体調不良・怪我の2択にて集計1社

フィットネスクラブでの運動習慣が 体力の向上に確実に繋がっていることを クラブ会員の皆様に積極的に伝えてください!

フィットネス体カテストの活用が促進されている過程では、同時に運動実践と体力やQOLとの相関関係を示すデータが蓄積されています。

以前、体力年齢をフィットネスクラブで運動されている方の体力年齢とBMIの結果の優位性を示すデータをご紹介いたしました。

今回はさらにフィットネス体カテスト結果の総合評価に関して、クラブ利用者の優位性を示す分析結果を以下の通りご紹介させていただきます。

フィットネス体カテストの総合評価とは、6種目のテストの合計点に基づいてA～Eの5段階で評価され年齢別に相対評価されており、各年齢層における体力・運動能力のレベルを示します。

5段階評価は合計点の高い順に、A（非常に優れている）、B（優れている）、C（普通）、D（やや劣る）、E（劣る）の5段階で評価されます。

総合評価の活用については、個人の体力・運動能力のレベルを把握するだけでなく、体力向上のための取り組みの効果を総括する指標として、会員の方々に非常にわかりやすく示すことができると考えます。

当たり前ですが、フィットネスクラブ利用者にフォーカスした比較データは、なかなか見当たらないのが現状です。

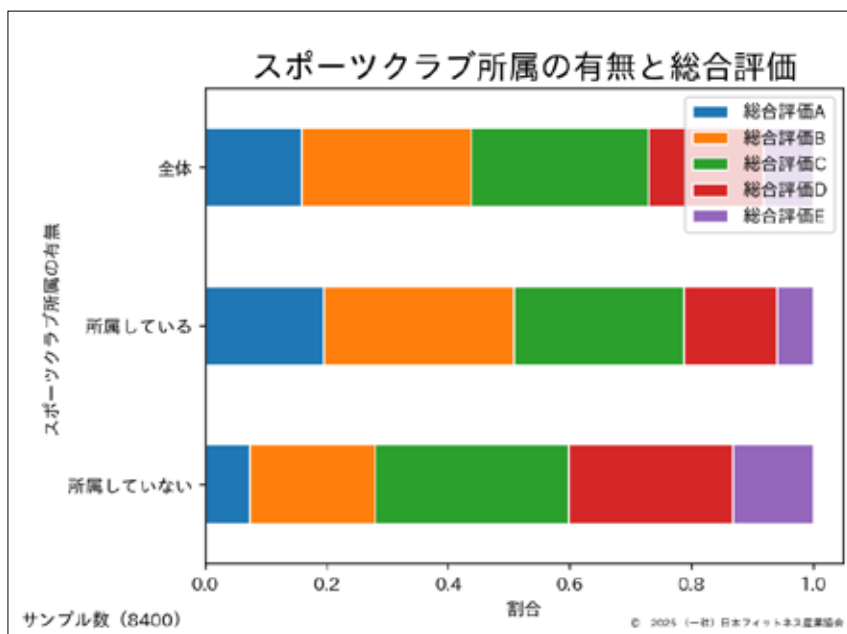
特に、フィットネス体カテストはス

ポーツ庁の新体カテストの評価指標が基準となっているので、その信憑性は極めて正確あるといえます。

ぜひとも、以前にお示した体力年齢とBMIの数値とフィットネスクラブ利用者の結果の相関関係と今回の総合評価の結果も併せて、ポップやWEBサイト、あるいはSNS等を活用して積極的に会員の皆様にご紹介してください。

会員の方々の継続や新規のお客様の獲得にきっとお役立ていただけるのではないのでしょうか。

尚、以下にご紹介したグラフデータがご入用の場合は、FIAまでご連絡いただきましたら対応させていただきますので、お気軽にお問い合わせください。



お問合せ先

(一社)日本フィットネス産業協会 メールアドレス:info@fia.or.jp

FCM 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

今秋からFCM技能検定試験方式が変わります!

申込み
8月20日
開始!

CBT試験方式開始!
希望する日時を選択できる!
近くで受検できる!
この機会に受検しよう!

★CBT方式とは

CBTとは「Computer Based Testing(コンピュータ ベースド テスティング)」の略称で、コンピュータを使った試験方式のことです。試験会場となるテストセンターのパソコンを使用し、受験者はコンピュータによって解答します。

テストセンターでは様々な試験が行われるため、予約は早いもの順です。注意!

CBT試験の特徴

CBT試験:メリット



受検日時:
受検日時は勤務時間等予定に
合わせて選択できる。

2025年11月21日(金)・22日(土)・23日(日)
の三日間から希望日時を選択

受検会場:移動距離・時間が短くなる



受検会場
全国47都道府県
テストセンター
(300会場)

VS

従来の試験:デメリット



固定スケジュール
(年1日、1回)

限られた場所
(全国12都市の会場)

国家資格であることに変わりはありません。

試験科目、試験レベル(1級、2級、3級)、試験時間、受検料は変わりません。

2

Vol.4 公式テキスト・過去問集

フィットネスクラブ・マネジメント公式テキストVol.4

初級～上級までレベルに応じて運動・健康・マネジメントに係わる幅広い実務的な知識が身につく!



過去問解答解説集

国家検定に出題された過去3年間(2021年～2024年)の全問について、問題文と正答及び解答の解説を掲載。



「(FCMテキスト)既に持っている」からこそ Vol.4 が必要になる5つの理由

Vol.4 は“補充版”ではありません。Vol.3 を土台に“フィットネス業界の急変”と“法律やDXの大幅改正”を反映した“最新テキスト”。以下は主な新コンテンツの一部。

1 多様化モデル

総合クラブから多様なサービスへの移行に対応



- パーソナルトレーニングジム運営 (Int. P32)
- Park-PFI/学校体育連携 (Int. P30)
- 出欠・進級・体験スクール管理 (Ba.P142)

2 デジタルマーケティング

デジタル戦略に焦点を当て効果的な施策を厳選



- 未顧客マーケティング(インター P133)
- NPS活用事例 (インター P160)
- サービス業新4P、24年版マーケティング定義 (Ad.P94、/P102)

3 健康ガイドライン

健康関連の法制度とガイドラインの更新



- 2023年改訂版に全面差し替え (Ba.P93)
- Int.テキストへ移管+最新認定基準追加 (P56)
- アドバンス新設 1章 (P61)

4 法務コンプライアンス

2024～25年の法改正への対応



- フリーランス保護法(2024.11施行)(Int.P189)
- 障害者雇用率引上げ(2024改正) (Ad.P159)
- LGBTQ/ハラスメント新指針 (アド P164～)

5 顧客対応

クレームから顧客ハラスメントへの対応の進化



- カスハラ「法律上の線引き」「スタッフ保護手順」「記録テンプレ」を新設 (Ba P183/Int P219)

3

事例1:フィットネス事業者アンケート結果考察

スポルテックFCMセミナー「フィットネス業界のBtoBへの第一歩顧客(フィットネス事業者)を知ろう」

(2025年7月30日@東京ビックサイト)の事前にアンケートを実施。

(調査期間:2025年7月1日～7月28日 調査方法:webアンケート 回答数:41)

結果、フィットネス事業者とサプライヤーの間でニーズ認識にずれがあることが明らかになりました。

フィットネス事業にとっての課題

1位 会員集客力

新しい会員を引きつけるための戦略



2位 新たな売上項目

収益を多様化するための新たな商品・サービス



3位 会員継続率

会員を維持するための効果的な方法

サプライヤーが有効と考える
フィットネス事業者のニーズ

1位 会員継続率

会員を維持するための効果的な方法



2位 会員一人当たりの売上

会員からの収益を最大化する戦略



3位 スタッフ一人当たりの生産性

スタッフの効率と成果を向上させる



この結果から、事業者は「新規顧客の獲得」を最優先としているのに対し、サプライヤーは「会員の継続(LTV向上)」を優先しているという認識のズレが浮き彫りになりました。また、事業者が外部サービス購入の決定ポイントとして「経営課題への貢献度」や「投資回収・コストパフォーマンス」を重視するのに対し、サプライヤーが自社の重視項目として「技術的提案力・課題解決力」や「担当者のスピード・専門性」を挙げる点にもズレが見られます。



フィットネス事業者

新規顧客の獲得
経営課題への貢献度
投資回収・コストパフォーマンス

VS

サプライヤー

会員の継続
技術的提案力・課題解決力
担当者のスピード・専門性



このギャップが、強固な関係が築けていない現状の背景にあると考えられます。

このズレを乗り越え、強固なパートナーシップを築くためには、以下のシンプルなサイクルを共同で実践することが大切です。そのためにはFCMを学習し、お互いの共通言語を持つことが重要です。



4

事業者がFCMに使える国の助成金

人材開発支援助成金は、事業主が雇用する労働者に対して、その職務に関連した専門的な知識や技能を習得させるための訓練を実施した場合に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部を助成する制度です。

現在、当業界にとっても人材確保は困難になっています。一方、人的サービスの主体者には、相応の知識とスキルが必要であり、教育・訓練は引き続き重要です。

また、確保した人材の成長は本人のキャリア形成につながり、企業の生産性向上の基盤になります。

そのために必要なコスト負担を軽減するために、FCM研修等本助成金を利用してはいかがでしょうか。



訓練経費

訓練プログラムに関連する費用を助成



賃金

訓練期間中の労働者の賃金の一部を補助



労働者

雇用保険に加入している従業員



事業主

訓練用保険n認定事業所単位

FCMの研修・訓練に使える助成金

主な項目	内容	解説
支給対象者	雇用保険被保険者	正社員他、雇用形態は問わない
訓練内容	10 時間以上の OFF-JTによる訓練	分割して合計OK、リモート（双方向）OK
対象費用	・訓練に要する経費 ・人件費	・テキスト代、過去問解説集、会場費等 ・時給計算で対象別助成される
対象訓練	職業訓練実施計画書を 労働基準監督署へ実施 1ヶ月より前に提出	作詞様式があり、作成手引き、見本がある
事業所内訓練 講師	講師資格には専門的な 技能が必須	FCM研修講師は、1級技能士が適用可

- ★ この申請は事業者が行うものです。中小企業（資本金5千万円以下
もしくは従業員100人以下）は助成率（助成される金額）が高い。
- ★ 対象となる経費及び人件費は一旦全て事業者が負担する。
- ★ 上記は、ポイントになる骨子です。詳細はコチラのQRコードで確認下さい。



株式会社 AtoJ

▶▶▶企業PR

株式会社AtoJは、オンライン紛争解決サービスを提供する、弁護士5名が創業した会社です。法務大臣による裁判外紛争解決事業の認証を取得し、独自のITシステムで双方が納得できる解決を提供しています(認証番号第176号)。

▶▶▶主要商品

月会費の未払いを解決する「OneNegotiation(ワンネゴ)」というサービスを提供しています。多店舗展開するフィットネス事業者が直面する未払い問題を、オンライン調停という切り口で解決しています。2025年7月時点で累計申立件数は8000件を突破。1件3分の申立てで平均解決率は50%を超え、自社督促後の管理業務の90%が削減されたとの喜びの声をいただいています。CSVアップロードやAPI接続にも対応しており、ワンクリックで1000件を超える一括申立ても可能です。電話対応による従業員の精神的負担を解消しつつ、顧客サービスに使える時間を捻出し、営業利益の改善も可能となるワンネゴで、フィットネス業界の長年のお悩みを改善していきます。

「未払いの回収」 お疲れではないですか？



収益改善型オンライン調停サービス

諦めていた未払いの

50% 超が解決

自社督促後の管理業務が

90%が削減

無料のWEB相談で
300件分
申立て手数料無料



裁判外紛争解決手続機関
法務大臣認証番号 No.176

株式会社AtoJ
(Access to Justice)

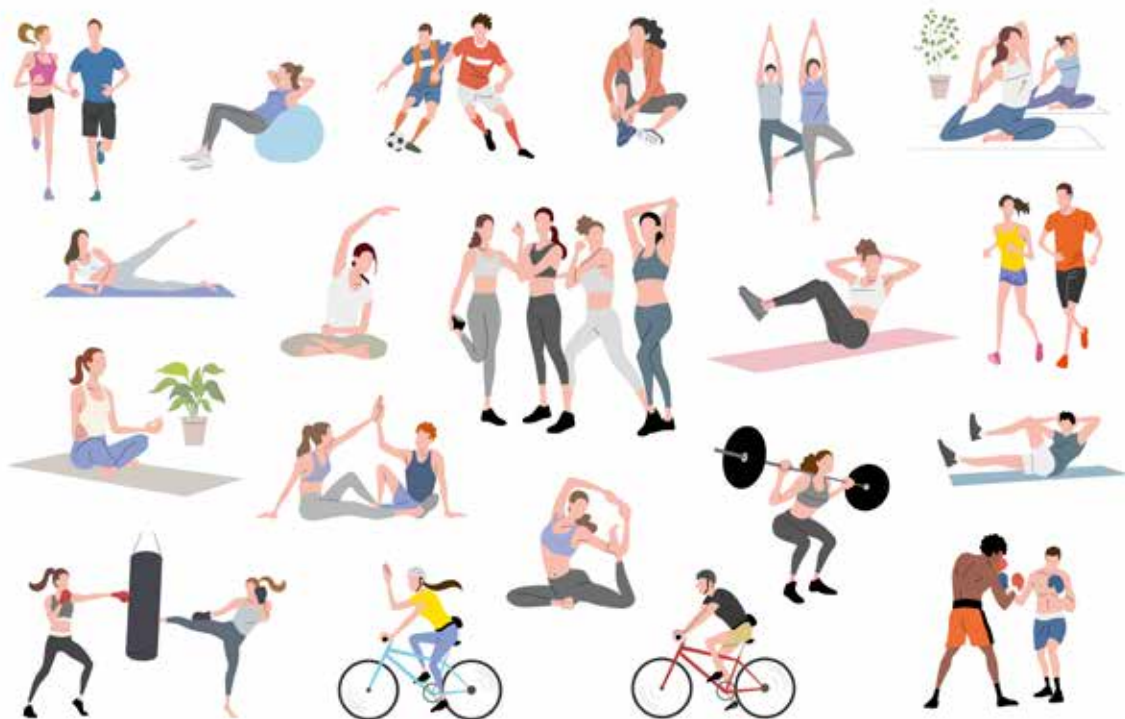
まずはワンネゴで検索
<https://service.1nego.jp/lp/>



【企業概要】

会社名 ● 株式会社AtoJ (エートウージェイ)
 代表者 ● 代表取締役CEO 森理俊、代表取締役COO 富田信雄
 所在地 ● 〒530-0017 大阪府大阪市北区角田町8-47阪急グランドビル26階
 担当者名 ● マーケティング 桃谷 修司

連絡先
 TEL ● 06-4980-0453
 e-mail ● info@atoj.jp
 URL ● <https://service.1nego.jp/lp/>



第236回 FIA理事会報告

FIAは7月11日(金)、第236回となるFIA理事会を開催し、理事監事17名が出席した。

審議・決裁事項

議事1-1 会員入会の件

下記の各退会申請について審議し、それぞれ異議無く承認された。
また、事前審議した賛助会員入会1件は承認となったことが報告された。

1. 退会

賛助会員

- | | |
|--------|-----------------|
| 1. 会社名 | 株式会社 プライシングスタジオ |
| 所在地 | 東京都港区 |
| 入 会 | 2024 年 4 月 |
| 営業内容 | 価格設定コンサルタント |

6月に事前審議した(株) AtoJ の賛助会員入会が承認されたことが報告された。

返信数 11 承認数 11

1. 入会

- | | |
|------|-----------|
| 会社名 | 株式会社 AtoJ |
| 所在地 | 大阪市北区 |
| 資本金 | 1 億円 |
| 事業内容 | 会費等債権回収業務 |

議事1-2 後援名義使用許可承認の件

会長より後援名義申請について、例年承認している会期の迫る申請であり会長において事前承認を行った旨説明を行い、異議なく了承された。

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34回大会 |
| 会 期 | 2025 年 7 月 11 日 (金) ~ 13 日 (日) |
| 会 場 | びわこ成蹊スポーツ大学 |
| 内 容 | テーマ
「学会創立 35 周年 Next35years のスポーツ産業と学術研究イノベーション」
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。例年後援。 |

議案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. フィットネス体力テストについて

1. フィットネス体力テストシステム利用状況

14,400 人を超えた

グラン・スポークラブ様(仙台)に於いては、継続的に新規入会者へのフィットネス体力テストが実施され、今年度に入

り徹底されている。

(2) 健康保険組合連合会との取り組みについて

①今年度の都道府県支部体験会の実施スケジュールの確定状況（7月4日現在）

実施予定日	連合会	会場
8月18日(月)	広島	スポーツクラブ&スパ ルネサンス広島東千田
8月27日(水)	富山	アピアスポーツクラブ
9月3日(水)	富山	アピアスポーツクラブ
9月8日(月)	熊本	ルネサンス熊本学園大通
10月7日(火)	神奈川	ティップネス横浜
10月10日(金)	福岡	ルネサンス小倉
10月30日(木)	神奈川	NAS平塚
11月10日(月)	長野	ルネサンス松本
12月15日(月)	福岡	ルネサンス福岡大橋
12月17日(金)	東京	東京体育館
調整中	神奈川	(店舗未定)川崎部会

〔課題〕

- ・実施希望があった自治体に施設を有する企業への受託意向のヒヤリングを実施しているが、まだ手を挙げていただく企業が限定的。

②体験会を受けて寄せられた各企業健保からの活用問合せ・商談状況

No	健保名	ステータス	備考
1	サンスター財団	契約完了 測定実施企業募集中	今年度は実施形式は出張(10月・大阪開催)、来年度以降はチケット配布型(各事業所) 体力測定+5分程度のアセスメント 9/17の開催希望。80名。 応募:ティップネス/COSPAウエルネス/グンゼスポーツ(抽選を実施、グンゼに確定)
2	首都高速道路 健康保険組合	契約完了 測定実施企業募集中	10/22開催で最終調整中。体側測定と一人当たり5分間の改善提案希望 対応企業の募集完了。調整中(7月8日締切) 応募:ルネサンス/トピーレック/メガロス/ティップネス (トピーレックは今回辞退のためメガロスへ依頼)
3	三越伊勢丹健 康保健組合	見積もり確認中	全国の事業所の自主企画の健康イベントのメニューとして体力測定紹介が決定。 3月中に社内通達・説明会を実施していただいた。事業所からの連絡待ち。4/7本部へフ ォロー連絡済み。 福岡の事業所より30名の出張希望の連絡あり、ルネサンスのみ受け入れ意向。 1月21日、22日の2日間での実施決定(各日15名・合計30名) 8月6日打ち合わせ完了。 参加規約の修正等事務手続き対応を依頼
4	甜菜製糖	先方からの連絡待ち	3/28にお打合せ実施。6月から9月の中旬での実施を検討 集会所があるので出張で1回50名程度 拠点は土別・帯広・美穂路 健保での健康施策はこれまで実施していなかったが 今年度から実施をしたいのでオプ ションの提案も希望。ルネサンスで実施 提案書を作成して先方に提示。今年度は事業 所の理解を得られず、実施見送り。
5	東京薬業健康保険組合	商談完了	システムのみ利用の要望あり。6/19に打ち合わせ実施、先方にて検討中
6	ミサワホーム 健康保険組合	企業へ連携済み 先方からの メール返答待ち	ルネサンスで対応中。 チケット制を想定し、10万円予算を予算として検討していた。 体力測定ではなく、健康プログラムの実施となった。
7	大阪府電気工業 健康保険組合	企業にて対応中	法人契約のある、ルネサンスに実施相談あり。商談実施後見積もりを提出済みで回答待 ち。
8	ファーストリテーリング	先方からの連絡待ち	山口県の本部にてファミリーデーイベントの際に実施を検討
9	山形銀行 健康保険組合	企業へ連携済み	メイン担当ではないが、話を聞いてみたいとお問い合わせあり。 ルネサンス様と法人契約があるため、連携済み。進捗確認中。
10	NTT健康保健組合	FIAにて対応中	セキュリティに関しての質問があり、回答済み。先方にて検討中。
11	イオンリテール 健康保険組合	要進捗確認	千葉の体験会に参加し、自社の健康経営としての導入に興味がある様子。 イオンスポーツクラブには連携済み。松村さんよりリマインド済み(6/16)

③東京都との今年度の取り組みについて

今年度の取り組みは以下の通り進めることが確定し、7月8日をスタートに10月までの期間での予定されている。

〔今年度の取り組みの要旨〕

●イベント名称：東京スポーツドック：令和7年度スポーツを通じた健康増進事業

（イベント概要）

東京都が実施を呼びかけて応募があった在京の民間企業10社に於いて、フィットネス体力テストを核とした運動参加を促進することを目的とした測定イベントを実施。

（実施内容）

- ・フィットネス体力テスト・血管年齢測定 ・体組成測定
- ・健康運動指導士による測定結果を基にしたアドバイス ・アンケート

（FIAとしてのサポート）

- ＞フィットネス体力テストのシステム提供
- ＞測定会が効果的かつ安全に運営されるよう、その監督を担う人員の派遣

	日付	測定会実施企業
1	7月8日(火)-9日(水)	株式会社INPEX
2	8月12日(火)-13日(水)	日本電子株式会社
3	8月25日(月)-26日(火)	ケイアイスター不動産株式会社
4	8月27日(水)-28日(木)	太陽誘電モバイルテクノロジー株式会社
5	10月2日(木)-3日(金)	やまびこ株式会社
6	10月6日(月)-7日(火)	日清食品ホールディングス株式会社
7	10月8日(水)-9日(木)	横河電機株式会社
8	10月15日(水)-16日(木)	アクサ生命保険株式会社
9	10月27日(月)-28日(火)	日本航空株式会社
10	10月29日(水)-30日(木)	エームサービス株式会社

- 東京都からの要請により、既存のアプリ上に新たに“測定結果に基づいたより詳細なアドバイスと改善提案”を付加することとなり、このアプリ開発業務と改善提案を受けたエクササイズの提案を行うこととなった。
測定を受けた方々の運動実施への動機づけを高めることを目的とした開発となる。

2. 事業責任者会議について

第3回会議を6月6日（金）開催。

本会議での議論の状況を中間総括して、SPORTEC セミナー B-4 で報告。

主に総合型クラブの今後の差別化と価値の再構築をテーマに据えるにあたって、本会議においては現況での総合型業態の強みや課題を整理するためのSWOT分析を実施。複数の委員から寄せられた見解の集約を行った。

最終的には正副議長により整理される予定。

3. FIA マスターズスイミング選手権大会について

4月28日実行委員会を開催し、各大会準備について協議した。

（1）秋季関西大会

9月23日（火・祝）、京都アクアリーナにて開催。

*出場者による事前申し込み入力6月13日より実施中。

チーム責任者による正式エントリー手続き中（7月2日～8月5日締切）

*前々日まで札幌で日本マスターズ水泳選手権大会が開催されており、

主要役員、借用資材等の移動に各社委員並びに日本マスターズ水泳協会の助力を得る。

*参加数確保のための施策

①理事企業以外からの参加を促進する

6月27日会員宛配信PRを行った（下記）

「FIA マスターズスイミング選手権 2025 秋季関西大会」へのご参加のお願い

日頃よりFIAの活動にご理解とご協力を賜り、誠にありがとうございます。いよいよ**7月2日（水）9:00より「FIAマ**

スターズスイミング選手権 2025 秋季関西大会」のエントリー受付がスタートします！本大会は、施設・企業・インストラクター・会員の皆さますべてにとって、多くのメリットをもたらす貴重な機会です。ぜひこの機会にご参加をご検討くださいますよう、以下の内容をご確認ください。

■大会参加のメリット

▶▶▶運動の“目標”を提案

競技会に参加するという明確な目標が、会員の運動習慣を強化し、クラブへの定着率を高めます。

▶▶▶つながりと一体感を育む

競技会参加に向けたチーム練習や取り組みを通じて、会員同士・会員とスタッフのコミュニケーションが活性化し、クラブへの帰属意識が向上します。

▶▶▶クラブの魅力発信・ブランディングにも貢献

出場者の活躍を SNS や館内で発信することで、新規入会者の関心を引き、クラブの魅力を効果的にアピールできます。

大会概要

- ・大会名：FIA マスターズスイミング選手権 2025 秋季関西大会
- ・日 程：2025 年 9 月 23 日（火・祝）
- ・会 場：京都アクアリーナ（京都府京都市右京区西京極徳大寺団子田町 64 番地）
- ・対 象：2025 年度に（一社）日本マスターズ水泳協会へのチーム・個人登録を完了している 18 歳以上の健康な男女
- ・詳細案内：<https://fia.or.jp/kansai-2025/>

募集要項（PDF 版）および館内掲示用 POP を再度ご案内いたします。

POP は貴施設用にカスタマイズいただけます。ぜひ掲示や案内にご活用ください。一人でも多くの会員様に「挑戦の場」「感動の体験」をご提供いただくことが、施設・企業の未来への大きな一歩となります。ぜひこの機会に、貴企業としての参加をご検討くださいますようお願い申し上げます。

②募集開始後の状況（7 日（月）実行委員企業への連絡要旨）

7 月 2 日の参加募集開始 5 日が経過した 7 日時点のエントリー状況は、61 チーム・304 名。昨年同時期（41 チーム・116 名）を大きく上回っているが、非会員企業チームからのエントリーが目立っており、今後の動向次第では会場の収容数等を踏まえ、人数の上限設定の可能性もある。実行委員企業・会員企業企業の皆様には、早めのエントリー周知をご社内や関係者の方々へお勧めいただきたい。304 名内訳：加盟企業 38%、非加盟 62%

（2）春季関東大会

2026 年 3 月 14 日（土）千葉県国際総合水泳場にて開催予定。

1 日開催となったことによる参加者数制限について、先着順・FIA 加盟限定などの手法について事務局にて協議の結果、加盟クラブを 1 か月先行受付し、その後オープン化して 1,200 名の必要数確保に万全を期することとした。

4. SPORTEC2025（東京）について

7 月 30 日（水）～8 月 1 日（金）東京ビッグサイト

（1）セミナー開催の協力

①7 月 3 1 日（木） 11：00-12：30（90 分）

総合型クラブの今後の差別化と価値の再構築について～ FIA 事業責任者会議の議論から～

- ・（株）ティップネス 執行役員 フィットネス事業本部副本部長 FAI 事業責任者会議議長 妹尾 有信氏
- ・グンゼスポーツ（株）執行役員店舗運営委員会委員長 FIA 事業責任者会議副議長 山中 博樹氏
- ・野村不動産ライフ＆スポーツ（株）営業一部長 FIA 事業責任者会議副議長 林 政貴氏
- ・ファシリテーター FIA 事務局長 松村剛

②8 月 1 日（金） 11：00～12：30（90 分）

FIA トップセミナー

フィットネス産業の新たな時代を牽引するリーダーに聞く！

～これからのフィットネス産業はどのように成長の軌道を歩んでいくべきか～

- ・(株) ルネサンス 代表取締役社長 望月 美佐緒氏
- ・コナミスポーツ (株) 代表取締役社長 室田 健志氏
- (ファシリテーター) FIA 専務理事 吉田 正昭

③7月30日(水) 11:00～12:30(90分)

HFA (旧 IHRSA) /FIA コラボセミナー

- ・HFA アジア太平洋地区ディレクター シェーン・タン氏
- ・FIA 専務理事 吉田 正昭

④7月30日(水) 15:00～16:30(90分)

FCM 検定プロモーション FCM (フィットネスクラブ・マネジメント検定) セミナー

「フィットネス業界のBtoBへの第一歩、顧客(フィットネス事業者)を知ろう」

フィットネス業界サプライヤーの皆様はFCMを認知いただき、フィットネス事業者の顕在ニーズ、インサイト(潜在ニーズ)を捉えたビジネスを推進するきっかけづくり。

*正会員の立場から : J R 東日本スポーツ (株) 営業企画部担当部長 森 直広氏

*賛助会員の立場から : (株) Sportip 代表取締役 CEO 高久 侑也氏

*ファシリテーター FIA FCM 検定事務局 統括マネージャー 韭沢 靖彦

(2) FIA ブース設置

- * FCM 検定プロモーション *入会問い合わせ等対応
- * FIA 会員専用ラウンジ設置 会員企業の交流・商談に活用

(3) HFA とのコラボ・協調について

FIA は HFA (旧 IHRSA) とパートナーシップ協定を締結している(年4千ドル)。

SPORTEC で HFA 関連セミナー等がある際は、来日するアジア太平洋地域ディレクターや講師を囲む場を持ってきた。

前ディレクター(J.holsinger氏)急逝により数年の空白が生じたがシェーン・タン氏の就任により交流を復活する。

*タン氏・理事会ミーティング 7月31日(木) 15:30 - 17:00 FIA ブース内会員ラウンジ(予定)

*懇親 同 17:30 ~

2. 検定事業

● 2025 年度フィットネスクラブ・マネジメント技能検定施策進捗報告

1 受検者増加施策について

1) 既存受検者獲得

- ①他の専門学校、大学へFCM 担当教員向け学生向け専用チラシを送付済み、各個別フォロー及び授業担当講師交流会にて合格率向上に関する情報交換実施。
(普及担当mg)
- ②各企業へ2025 年度版 A4 三つ折りリーフレット送付し、FCM 活用成功事例案内及び CBT 試験活用による受検しやすさをアピール(7 月中スタート)

2) 新規受検開拓

- ①全国の未受験 85 校の専門学校に学生向け専用チラシと合わせて、FCM ご案内文を送付済み。
新規 4 校より導入の相談連絡あり。面談(リモート含み)進行中(普及担当mg)
- ②フィットネス事業サプライヤーへのFCM 啓発のため、SPORTEC でのセミナー実施計画
事前アンケート依頼、告知開始。また、賛助会員等サプライヤー向け専用チラシを作成配布し、FCM 認知及び受検啓発を継続的に実施予定。(7 月スタート)
- ③全国未受検の正会員企業及びフィットネスクラブ事業者へ三つ折りリーフレットを送付し、CBT 導入で受験しやすくなった点をアピールして、受検啓発フォロー予定。(7 月スタート)

2 試験実施準備

1) CBT 試験実施

- ①受検申請案内 7 月 1 日 FCM ホームページ開示
- ②団体申し込み用マニュアル整備し案内(7 月中旬) 申込み開始 8 月 20 日スタート。
- ③受検申請→受理→受検会場予約→受検メール→受検→結果通知→合格証発行というフローに基づくシステムカスタマズ、操作手順を CBT-S 社と整備中(8 月上旬完了見込み)

2) 技能検定委員会

- ① 2025 年度技能検定委員 50 名体制整備済み。
- ② CBT 試験対応の試験問題作成中

3 厚生労働省対応

- ・ 2024 年度事業報告書提出済み（FIA 総会終了後、6 月 25 日）

4 業界内人材マッチングの仕組みについて

- ・ 4 月度執行理事会にて、FIA 加盟企業の課題でもあり、加盟促進の魅力にもなる業界内での人材マッチングの仕組みを持つことについて合意。その具体化について FCM 人事部長クラス連絡会協議概要を報告。
- ・ 対象を業界内ではなく FIA 内とし、法的制約等勘案しながら準備を進める。

3 討議

会員拡大に向けた討議

討議概要：HFA 連携、検定普及、FIA 会員増強に関し意見交換

（1）HFA Tan 氏と FIA 理事会のミーティングについて

①先方からテーマ 2 点提示あり。

- * 日本のマーケット情報をヒアリングして HFA 本部へ報告したい。
- * HFA 視点では FIA は 1 加盟社だが、団体同士の包括的連携関係を確立したい。

② Tan 氏のプロフィール

→元々弁護士事務所だったが、シンガポールでジム運営企業と FIA のような業界団体活動を行っている。

（2）FIA の活動について

- * HFA は組織と人が変わり、ロビー活動が盛んになっている。 例が PHIT 法（健康投額を引いた所得に課税する、という考え方）への動き。このような活動は 1 企業ではなく、業界団体ならではの活動として意義がある。このような内容にフォーカスしてどうか？
- * 公共性を前面にした活動をアピールすることで FIA の存在意義もアップする。会員そのような団体に所属していることのメリットを感じる。
- * HFA が持っている会員集めや組織維持のノウハウ・成功事例を学ぶ。
- * （SPORTEC には）海外企業や団体から日本のフィットネス界に関する質問が多い。
FIA の存在を海外へアピールすることも必要ではないか。

（3）FIA のありかたについて

- * 会員種多様化などを図ることについては、やはり「施設を持っている・運営している」を維持すべき。
- * 加盟メリットは何かではなく、加盟していること自体が信用につながるようなものであるべき。
- * 会費算出制度を店舗数ではなく売り上げ比例にするのも 1 案。

（4）FCM のありかたについて

- * FCM 資格のステータスを上げる。
保有者はセミナー受講費が割引になる。 人事資格要件に FCM を取り入れる。
FCM 保有者だからできる○○。
- * 加盟企業が保有者いることでよい面があるというものを提示すべき。
- * 施設認証に FCM が絡められないのか？→制度設計当初提起されたが見送られた。

FIA の意義と絡めて。

- * 会員社であれば学習機会がある、会員サイトに学習のアーカイブがある、などは出来るのではないか。



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！

AIがビジネスを変革する5つの方法

AIは、業界の技術成長を牽引する原動力。

今号では、AIが運営者の目標達成をどのようにサポートしているかについて、さまざまな事例をご紹介します。

筆者 | Jon Feld (ジョン・フィールド) July 25, 2025

翻訳 | 松村 剛

新たに ハイパーパーソナライズ された 会員ジェーニーへようこそ

例えば、ある会員（そう、ここではジェーンとしましょう！）がフィットネスクラブに足を踏み入れたと想像してみてください。

つい最近までは、この訪問は文字通り他の顧客と同様、キーカードをスキャンし、トレッドミルに乗り、標準的なルーティンを行うだけの、ともすれば単なる形式的な行為だったかもしれません。

AIを体験に組み込むことで、ジェーンの体験は一変します。彼女のルーテ

ィンはもはやルーティンではありません。今や、彼女のために特別に作成された一連の推奨ルートが提供されるのです。

その変革はクラブの玄関口から早速始まります。

AI搭載の顔認識技術やモバイル認証を活用し、ジェーンはスムーズにクラブに入場できます。これは、EGYM（イージム）の北米地区ジェネラルマネージャーであるダナ・ミルキーが「フロントデスクでの摩擦を軽減する」と表現する仕組みです。

「AIは、すべてのインタラクションをスマートでよりパーソナライズされたものにすることで、会員体験のあらゆるステップをパーソナライズすること

に活用できます」とミルキーは言います。

しかし、これはまだ始まりに過ぎません。スマートエントリー技術は、パーソナライズされた挨拶を表示したり、VIPやリスクの高い会員が来店した際にスタッフに通知したりすることも可能です。これは、ALTAテクノロジーの責任者で毎年開催されるフィットネス・テクノロジー・サミットの主催者であるアル・ノシルヴァニが指摘する点です。

ジェーンがクラブ内を移動する際に、彼女のアプリがスマートフォンに通知を送信し、パーソナライズされたルートを提案するかもしれません。

例えば、彼女の最近の活動と目標に



基づいて、「ジェーンが「おそらく楽しむだろう」ヨガクラス」が空いていることを知らされます。または、ノシルヴァニが説明する通り、彼女専用の「ダイナミックなワークアウト推奨」を複数受け取るかもしれません。

「その後、接続されたエクササイズ機器は、ジェーンのフィットネス目標とレベルに合わせるため、設定を決定し、抵抗を調整し、ペースを決定する、または難易度をリアルタイムで変更できます」とミルキー氏は説明します。これにより、推測や“本当に正しいのか不安だ”というような不確定な要素が排除され、毎回完璧なワークアウトが保証されます。

環境自体も適応可能で、AIは「メンバーのプロファイルや過去の行動に基づいて、照明、音楽、または機器の設

定を調整できます」とノシルヴァニは言います。

ミルキーが補足します。

「AIは、かつては汎用的で無機質になりがちなジム訪問を、会員と共に進化するダイナミックで超パーソナライズされたフィットネス体験に変革します」

こうしてジェーンはより積極的にフィットネスに参加し、モチベーションを高く保ち、フィットネス目標への進捗が速くなります。彼女は会員として継続する可能性が格段に高まります。

新しい世界

人工知能は地球上のほぼすべての産業を変革しており、フィットネス業界も例外ではありません。

実際、フィットネス業界は先駆的な存在です。人工知能が主流になるずっと前から、フィットネス業界はスマートウェアラブル、機器のメンテナンスのための機械学習、人材不足に対応した自動化されたコミュニケーションを既に採用していました。

これらの早期の統合が、現在のAIを活用したパーソナライゼーション、エンゲージメント、優れたオペレーション効率の基盤を築きました。

そして、これはまだ始まりに過ぎません。ノシルヴァニが「AIは何に役立つか？」と尋ねられた際、こう答えたように

「それは、すべてに」と。

NFTやインターネット・オブ・エブリシングのような、他の技術トレンドが消えていったのに対し、AIは一過

性の流行ではありません。問題は、AIがクラブの運営を変革するかどうかではなく、**リーダーがどのように最も効果的に活用し、次に備えるべきか**、それが最も重要です。

以下は、多くのフィットネス専門家とオペレーターがAIをエンゲージメント、リテンション、オペレーション効率化に活用している5つの方法です。

①先を見通した 積極的メンバーリテンション

数十年間、メンバーリテンション（退会防止）は受動的な数値ゲーム的行動であり、なぜ会員が離脱したのかを事後分析するものでした。

AIはこれを根本から変革し、会員継続を先を見通した積極的で予測可能な科学へと転換します。

クラブは未来を予測するツールを手に入れ、少なくとも最も可能性の高い未来のシナリオを把握し、会員が離脱を考える前に先手を打つことができます。

この機能の核心は高度な行動分析にあります。AIプラットフォームは、会員のエンゲージメントレベルを示す多様なデータポイントを監視します。

機械学習は過去の解約データを分析し、現在の会員のうち高リスクな層を予測します。場合によっては、不満を

口にする数週間前から予測可能です」とノシルヴァニ氏は説明します。

ミルキー氏はさらに、AIが「訪問頻度、クラス出席率、アプリ利用状況、エンゲージメントパターンを分析し、早期の離反兆候を示す会員を特定する」と付け加えます。

忙しいスタッフが見逃しがちな、ワークアウトの強度低下やセッション時間の短縮といった微妙な変化も検出できます。これは理論上の話ではなく、実際に実践されています。

「現在、AIを活用してブランドとのインタラクション、立地、検索履歴、その他の第三者要因に基づいて高リスク会員を特定する複数のソリューションのパイロットテストを実施しています」と、Burn Boot Camp（バーン・ブートキャンプ）のテクノロジー部門副社長であるジェイソン・ブリーゼーは述べています。

その目的は、「リスクの高い会員とより頻繁にエンゲージメントを図り、離反率を低減すること」だと彼は説明します。

会員が高リスクと判定されると、自動化されたインテリジェントな介入措置がトリガーされるのです。

「例えば『10日間ご来店がありません』といったハイパーパーソナライズされたメッセージです」とノシルヴァニ氏は説明します。

「無料のパーソナルトレーニングセッションの自動オファーや、新しいクラスを試すよう促すメッセージも可能です」

高価値会員の場合、ミルキーはAIがスタッフにアラートを送信し、適切なタイミングで電話連絡や対面での確認を促すこともできると付け加えます。

「AIは会員維持を受動的で反応的なプロセスから、データ駆動型の先を見通した積極的な戦略へと変革し、忠誠心と生涯価値を向上させます。これは完全なパラダイムシフトです」と述べています。

②AIハイブリッドコーチと トレーナー

AIに関する一般的な懸念の一つは、それが人間の労働者を置き換える可能性があることです。

しかし、フィットネス業界では、最も効果的なモデルは置き換えではなく、パートナーシップに基づくものとして浮上しています。

コーチングの未来は、人間とAIのハイブリッドです。

AIはデータ分析、一貫性、大規模なパーソナライゼーションにおいて優れていますが、限界もあります。

「AIは感情的な関与において効果的ではありません」とノシルヴァニ氏は説明

“ AIは、顧客維持を受動的プロセスから、先を見通す積極的プロセスでデータ主導の戦略へと変革し、ロイヤルティと生涯価値を向上させています。これは完全なパラダイムシフトです。 ”

します。

「ライブインストラクターが提供する微妙な人間関係が欠如しています。モチベーション、共感、コミュニティは人間の強みであり、アルゴリズムはその強みを持ちません」

まさにハイブリッドモデルが成功する理由はここにあります。AIはプログラム設計やデータ追跡の複雑で時間のかかるタスクを処理する究極のアシスタントとして機能します。

「AIは進捗データに基づいてパーソナライズされたワークアウトプランを自動的に作成し更新できます」とミルキーは言います。

「これにより、トレーナーはプログラミングに費やす時間を減らし、コーチングに集中できるようになります」

結論は明確です：AIに科学を任せ、人間がコーチングの芸術を磨き上げるべきです。

③プログラミングと

パフォーマンスの再定義

AIは、会員一人ひとりの個性に合わせたダイナミックで進化し続けるフィットネスプログラム提供の時代を築きつつあります。この進化は、プログラムの初期設計からセッション中のリアルタイムフィードバックまで、トレーニングのあらゆる側面に影響を及ぼしています。

すべては包括的なデータ収集から始まります。

「AIは、入力フォーム、評価、ウェアラブルデータ（心拍数、VO2 max、歩数など）を活用して、個々に合ったトレーニングプランを作成します」と

ノシルヴァニは説明します。

例えばEGYMのフィットネスハブは、これらのデータを組み合わせて会員の真の生物学的年齢を算出します。これはミルキーが「モチベーションを提供し、進歩の明確な出発点となる」と説明する基礎的なフィットネス指標です。

しかし、AIの真の力は適応能力にあります。伝統的なプログラムは、トレーニングの欠席や睡眠不足には対応できませんが、AIは可能です。

ノシルヴァニはこれを「継続的な適応」と呼び、これは、急速に上達している会員のトレーニング強度を自動的に上げたり、逆に必要に応じて下げたりするシステムです。

これがEGYMのGenius AIの概念で、80億件を超えるトレーニングデータから超関連性の高い推奨事項を提供します。

ミルキーによると、「これは単にパーソナライズされたものではなく、会員のパフォーマンスとそれを導くテクノロジーとの継続的な対話によるものです」。

このインテリジェンスはワークアウト自体にも浸透しています。

AI搭載のカメラとセンサーがリアルタイムでフォームの修正を提供し、怪我のリスクを軽減します。画面に表示される心拍数ゾーンや努力スコアといったパフォーマンス指標を画面上でリアルタイムに表示することで、エンゲージメントを高めるゲーミフィケーション体験を生み出します。

重要なのは、これらの進歩はどれも人間の指導に取って代わるものではなく、むしろ強化するものであるという点です。

「AI主導のクラスは構造と一貫性において優れており、特にオフピーク時間帯に有効です」とノシルヴァニ氏は述べますが、「ライブコーチの感情的なつながりには及ばない」と指摘します。

最も成功したアプローチは、AIが技術的なプログラミングと追跡を担当し、ライブコーチがモチベーションとインタラクションに焦点を当てる「ハイブリッドモデル」だと彼は主張します。

ミルキーは、次のように言及しています。

「最終的に、リアルタイムのAIフィードバックはワークアウトをスマートで応答性の高いセッションに変え、進歩を加速し、エンゲージメントを高めます」

④業務の効率

会員はパーソナライズされたワークアウトやエンゲージメントを通してAIの直接的なメリットを実感する一方で、オペレーションサイドに於いては業務効率化の目に見えないエンジンとなりつつあり、様々なバックオフィス業務を自動化することで、スタッフはより生産性の高い会員対応に集中できるようになります。

AIの本質は、摩擦をなくし、反復作業を自動化することです。

「これがAIの未来への鍵です」とブリージェル氏は言います。

「既存のジムツールに生成型AIを組み込むことで、実行性において価値の低いタスクを削減しています。例えば、AIソリューションをソーシャルメディアやSEO対策に統合することで、レビューへの返信、ソーシャルメディア

投稿、ビジネスプロフィール管理を自動生成し、SEO活動を常に最適な状態に保つことができます」

この自動化はクラブ全体に広がっています。AIはクラスの予約、順番待ちリストの管理、出席記録などを管理しています。繁忙期を予測し、熟考されたスタッフスケジュールを作成することで、人員過剰と人員不足の両方の課題を削減できます。

さらに、予知保全による設備管理も可能です。センサーが振動や使用状況のデータを分析し、必要な場合にのみメンテナンスをスケジュールすることで、コストを削減し、ダウンタイムを防止します。

しかし、この広範な自動化は、従業員を置き換えるものではなく、従業員の能力向上を目的としています。

「AIは、複雑な業務を合理化されたシンプルなものに変えます」とミルキーは言います。

「AIは効率性を高め、会員体験を向上させ、クラブの迅速な対応を可能にします」

⑤データベースを ビジネスインテリジェンスハブに 変える

クラブやスタジオ運営者は長年、会員のチェックイン、クラス出席状況、購入履歴など、膨大なデータを収集してきましたが、その多くはサイロ化されており、十分に活用されていませんでした。

AIはこの状況を変え、生のデータを収益と成長を促進する戦略的なビジネスインテリジェンスへと変換していま

す。

AIの活用により、クラブは直感に基づく意思決定からデータに基づく意思決定へと移行しています。会員のセグメンテーション、ターゲットマーケティング、そして正確な収益予測は、リアルタイムのインサイトによって実現されています。

ブリーズル9は、Burn Boot Camp（バーンブートキャンプ）のBurn Intelligenceプラットフォームが大規模なデータセットをどのように活用可能にするかについて次のように述べています。

「ジムにアクションを提案し、ビジネスを積極的に管理できるようにします」

この変革の中核を成すのはリアルタイム分析です。マネージャーはもはや月次レポートを待つ必要はありません。

「AIによって、リアルタイムの稼働率追跡、エンゲージメントヒートマップ作成、そして解約予測ダッシュボードが可能になります」

ノシルヴァニは言います。

「これにより、クラブは即座に行動を起こすことができ、成果の低いクラスのスケジュール変更や、成功したキャンペーンを活かすためのリソースの再配分が可能になります」

その結果、会員満足度の向上、会員維持率の向上、運営の円滑化、そしてより迅速な意思決定が可能になります。「AIを活用したインサイトは、データからよりスマートな戦略を導き出し、それを即座に提供します」とミルキー氏はまとめています。

インテリジェントクラブの 未来

AIはすでに変革をもたらしていますが、企業はまだその可能性の表面をかすめたに過ぎません。

次のイノベーションの波は、単にパーソナライズされるだけでなく、真に予測的で包括的であり、会員の健康増進のあらゆる側面にシームレスに統合されたフィットネス体験を生み出すことを約束します。

ミルキーは、ウェアラブルデバイスなしでフォームを評価できる「動作分析のためのコンピュータービジョン」と、会員の身体の仮想モデルを使用して動作をシミュレーションすることで最適化するフィットネスのための「デジタルツイン」を挙げています。

ノシルヴァニは、会話に合わせて適応する生成型AIコーチ、さらには消費者の表情を読み取り、気分に合わせて照明や音楽を調整する「感情AI」を構想しています。

この未来の基盤となるのは、生体認証との緊密な統合です。

「私たちは、AIがワークアウト、ウェアラブル、そして栄養に関するデータを集約する、統合されたウェルネスプロフィールを構築しています」とノシルヴァニは言います。

長期的には、AIはハイパーパーソナライゼーション能力によって、誰も置き去りにしない新しいフィットネス業界の基盤としての原動力となる可能性があります。

ノシルヴァニは、ハイパーパーソナライゼーションが標準となり、フィットネスクラブが包括的なウェルネスハ

ブへと進化すると予測しています。

BeekeeperAI（ビーキーパーAI社）の最高製品責任者であるキース・デ・ヴォスは、「AIツールは操作が複雑なシステムであるべきではなく、AIの誕生時に約束された、キーボードを使わずに重要な業務を遂行するための自由度を高めるという目標を達成すべきだ」と主張しています。

「最前線で働く人々には複雑なAIツールは必要ありません。必要なのは、迅速な対応、接続の維持、そして仕事への復帰を支援するAIです」とデ・ヴォスは言います。

フィットネスにおけるAIの未来は、より多くのデータやテクノロジーではなく、数字の背後にある人間にあるとミルキーは言います。

「AIは人間に取って代わるものではなく、人間に力を与えるものです」とミルキーは主張します。「よりスマートで、より人間味あふれる体験を創造することが目的です。より良いサービスを提供するためにAIを導入するクラブこそが、未来をリードするクラブとなるでしょう」

インテリジェンスの拡張: フランチャイズの 世界におけるAI

高度なテクノロジーをフランチャイズシステム全体に導入するには、一貫性と地域ごとの柔軟性のバランスを取るという、独自の課題が伴います。Burn Boot Campのテクノロジー担当副社長であるジェーソン・ブリーズルにとって、その解決策は分散型のAIと集中型のAIです。

Burn Boot Camp（バーンブートキャンプ）の戦略は、Snowflakeと呼ばれるクラウドデータテクノロジーを基盤とするBurn Intelligence（バーンインテリジェンス）プラットフォームを中心に展開されています。

「これは私たちの中枢神経系です」と彼は説明します。

「コーポレート部門はトレンドを分析し、フランチャイズ加盟店に実用的なインサイトを提供します。加盟店は、地域ごとに変更を加えることができます。私たちは、あらゆるレベルでデータをより実践可能なものにしていきます。」

AIは地域ごとのワークフローも強化します。統合されたCRM（顧客関係管理）ツールは、ジムのスタッフがトレンドを把握し、会員の行動に迅速に対応するのに役立ちます。また、AIが生成するコンテンツ（ソーシャル投稿、SEOアップデート、レビューへの返信など）は、フランチャイズ加盟店の時間を節約し、一貫したオンラインプレゼンスを維持します。

「AIは、大企業のスケールと地域密着型ビジネスの俊敏性を兼ね備えています」とブリーズルは指摘します。

「それがインテリジェントフランチャイズの力です」

数字で見るAI

98億ドル：2024年のフィットネス・ウェルネス市場におけるAIの価値。2034年には461億ドルにまで増加すると予測されており、今後10年間の年平均成長率（CAGR）は16.8%となる見込みです（InsightAce Analytic、

「フィットネス・ウェルネス市場における世界のAI」、2025年5月）。

49%：AIベースのフィットネスまたはウェルネスアプリを毎日使用している消費者の割合。週1回使用している人は30%にも上ります（ABC Fitness、2025年夏季ウェルネスウォッチレポート）。

38%と33%：AIが健康目標達成をサポートしてくれると強く同意するミレニアル世代とZ世代の割合（それぞれ）。AIについて同様の考えを持つベビーブーマー世代はわずか12%です（ABC Fitness、2025年夏季ウェルネスウォッチレポート）。

78%：現在AIを活用して個別のワークアウトプランを作成しているパーソナルトレーナーの割合（CreatePT、2025年6月）。

25%：オンタリオ州ホークスベリーのFitLife Gymが、2024年にAIベースの解約予測システムを導入した後、わずか6ヶ月で会員離脱率が減少した割合（Toronto Digital）。

25%~50%：AIを活用した予測メンテナンスを導入しているクラブのメンテナンスコスト削減率（IOT World）。

55%：プライバシーとデータ保護を懸念する消費者の割合（うち37%はテクノロジーへの過度な依存に慎重）。（ABC Fitness、2025年夏季ウェルネスウォッチレポート）。

業界関連ニュースをイッキ読み!

2025年5月の報道記事より

転換期迎える中学部活動 機会均等の保持、課題

「部活動の地域展開」という言葉を耳にしているだろうか？

公立中学校の休日部活動を、学校管理の管轄外とし自治体で担う政策。今年5月の有識者会議にて「2031年度までに原則すべての学校で休日の部活動の地域展開を完了。平日も、段階的移行を目指す」とした最終取りまとめ案が決定した。

部活動の地域展開は文部科学省の管轄で、運動部はスポーツ庁が、文化部は文化庁が施行を担う。背景にあるのは、一つは「少子化」。地方の学校では部員不足により、野球やサッカーなどの団体競技の大会出場が困難になりつつある。

もう一つの大きな背景は、教員の働き方改革。従来の部活動は、顧問教員たちの善意や無償労働に支えられてきた側面が大きい。

それらの問題点を改善するため、学校主導の部活動を欧州型地域スポーツクラブへ展開するのは合理的な流れではある。特に昨今はダンスやスケートボードなど、中学校体育連盟には存在しない競技を望む児童も多い。地域展開は多様なニーズに応え、世代を超え地元の人々と交流できるというメリットもある。

ただ、いざどのように実現するかとなると、手法は各自治体に完全に一任。「格差が広がる」と指摘する専門家の声も多い。長く教員として部活動の現場に立ち、現在は一般社団法人フューチャースポーツコンサルティング代表理事として、複数の自治体を支援する安藤美穂氏が解説する。「自治体によって状況は千差万別。神戸市や静岡県掛川市のように市がクラブ活動の受け皿を用意するケースもあれば、横浜市や大阪市のように部活動指導員を活用し部活として継続するパターンもある。ただ財政的余裕がある自治体はまだ良いが、地域によっては人員や施設が不足し、費用が受益者負担になってしまう。私立と公立の格差が広が

る懸念もある。機会均等の保持と、部活動が担ってきた教育的意義の継承が課題になる」

自治体の施設を使う場合、家から遠くなる可能性も高い。現に中学進学を控えた子を持つ神戸市の保護者は「クラブ活動の拠点まで通うのは難しい」と困惑した。

もちろん移行期に種々の問題が表面化するのは世の常。安藤氏も「20年後に、地域展開は正解だったと思えるように今取り組んでいる」と笑う。競技力のみならず、スポーツが担う社会的役割の見地からも、大きな転換期に差し掛かっている。

(2025年7月2日／日経グローバルEye)

鳥取市、 水泳授業を民間プール施設に委託 猛暑や老朽化で

鳥取市の深沢義彦市長は、市内の学校水泳授業を試験的に民間の屋内プール施設に委託すると発表した。学校のプールが老朽化しているのに加え、猛暑に伴う熱中症を避けるためだと説明した。2025年度は3校で導入して課題を検証する。

今回の事業は小学校2校と幼小中一体型の義務教育学校1校を対象とする。いずれも屋内の民間3施設に協力してもらう。水泳授業は通常6～7月だが、今回の事業は8月下旬から12月までに実施。

民間屋内プール施設は室温や水温を調節でき、季節や天候に左右されず利用できる利点がある。実技指導は民間スイミングスクールのインストラクターが行い、教職員は補助や監視にあたる。授業は合計4～5回とし、1回あたり60分程度を想定する。施設への移動は施設所有のバスか、貸し切りバスを使う。

学校プール施設は全国的にも老朽化が進む。鳥取市でも水泳授業を行うプール施設のあり方をめぐり検討を進めてきた。今回の事業を検証した上で、学校プール施設のあ

業界関連ニュースをイッキ読み!

り方に関する基本方針をまとめる予定だ。深沢市長は4日の記者会見で「2026年度以降は事業拡大を検討する」とも述べた。

(2025年7月4日／日本経済新聞)

短大内に「学研教室」 収益折半、学生がバイト

学研ホールディングスは2026年4月、有明教育芸術短期大学(東京・江東)のキャンパス内に学習塾を開校する。主に空き教室などを無償で借り受け、同短大内に集団学習塾「学研教室」と個別学習塾「学研CAIスクール」の2教室を開く。同短大の学生をアルバイト講師として雇う。塾の収益は同社と短大で折半する予定。同社が短大や大学に自社の学習塾を開設するのは初めてで、全国的にも珍しい。

短大は空き教室などを無償で貸し出し、水道光熱費も負担する。遊休施設を活用して、塾の収益の半分を受け取る予定だ。同短大は保育士資格や幼稚園、小学校の教員免許が取得できる「子ども教育学科」を開設している。

(2025年7月11日／日本経済新聞)

万博スタッフ「閉幕後」争奪 USJ100人以上雇用 パソナ、転職・就業後押し

大阪・関西万博の開催期間があと3カ月になり、会場で働くスタッフを閉幕後に獲得しようとする動きが早くも出てきた。ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)を運営するユー・エス・ジェイは100人以上採用する。パソナは転職・就業を支援するイベントを開く。外国語や接客のスキルが高い人材供給源として企業は注目する。

ユー・エス・ジェイはハローワークと連携し、8月から10月にかけて採用説明会を開く。フルタイムで働く「レギュラークルー」として雇用し、時給は1280円以上を予定する。アトラクション「運営」など5部門に配属する。

万博では時給2000円前後でスタッフを募集する動きが目立った。USJが提示する時給とは開きがあるものの「直接的な報酬以外に社員食堂の充実や社内イベントの開催な

どを通じてUSJで働く魅力を高めていく」ことで人材獲得は可能だと説明する。

USJでは2000人超のレギュラークルーとそれ以外のアルバイト・パートの「クルー」約1万人が働く。クルーの多くは関西圏の学生で、卒業前には離職も増える。関西圏以外の出身者や外国人、シニアといった人材の獲得にも力を入れ、組織の多様性を持たせ人手不足への対応を急ぐ。

パソナは11日、万博スタッフの転職・就業支援フェアを9月14～15日に大阪市内で開催すると発表した。採用を希望する100社を集め、2000～3000人の来場を目指す。出展企業は関西圏の百貨店やホテルなどのほか、事務職のニーズも想定する。

万博会場で働く有期雇用者には、外国語を話せ訪日客の案内を経験したスタッフも少なくない。中尾慎太郎社長は「関西圏の接客業が人材枯渇状態な中で、これだけの優秀な人材が大阪に集まっているのはチャンスだ。採れるだけ採りたい企業は多い」と指摘する。

(2025年7月12日／日本経済新聞)

トレーニング中に41歳が心肺停止、 AEDで命を救ったジムの5人を表彰

神奈川消防署は、フィットネスクラブ内でトレーニング中に心肺が停止した男性に救命措置を施したとして、横浜市神奈川区の「ジェクサー・フィットネス&スパ24横浜」に勤務する5人に感謝状を贈った。

5人は5月、ランニングマシンを使っていた男性(41)が倒れていると知らされ、現場に駆け付けた。男性は心肺停止の状態倒地れており、5人は連携して心臓マッサージを行ったほか自動体外式除細動器(AED)を使って応急処置を施した。引き継いだ救急隊により搬送されている最中に男性は自発呼吸を取り戻し、退院した。

同クラブでは定期的に心肺蘇生などの研修を行っており、「研修のおかげで落ち着いて対処できた」と振り返る。城田消防署長は「知識があっても、実際に行動して対応することはハードルが上がる。今後も健康と安心を提供してほしい」と冷静な行動をたたえた。

(2025年7月14日／Yahooニュース)

業界関連ニュースをイッキ読み!

街の隙間に2万台 業務用マッサージチェア、没入空間に

マッサージチェアの活躍の場が広がっている。温浴施設だけでなく、コインランドリーや映画館、カーディーラーなど。さらには「無人マッサージ店」も登場。導入されているチェアの多くは、累計出荷2万台の業務用トップブランド「あんま王」。一度は経営破綻した企業が生み出した、王者の強さの理由をときほぐしてみた。

東京・神田駅前の飲食店が並ぶ間に真っ白で大型のマッサージチェアが2台、ガラスドアの向こうに並ぶ路面店がある。店名は「無人マッサージ屋ちょこま」。無人で24時間営業、しかもマッサージチェアだけの店。調べると、都内の駅周辺を中心に10店舗展開している。

1号店の開業は2023年。代表自身もマッサージチェア愛好家で「もっと気軽に使えるように自分で店を作っちゃいました」と笑う。料金は10分で300円。1店舗で月25万円ほどの売り上げがあり、全店で黒字を達成している。

東京都調布市のコインランドリー「LAUNDRY CIEL BLEU」。一角に置かれたマッサージチェアは時間を15分単位で選べる。この時間設定が絶妙で、例えば乾燥に必要な時間は約30分なので、2回連続でマッサージを使えばほぼ同時に終わる。両方ともコイン投入式なもの相性がいい。

「スペースの有効活用ができ、お客さんもくつろげるので一石二鳥」と運営会社社長。滞在時間が延び、人がいることで防犯にもつながっている。

「あんま王」は他にも映画館、カーディーラー、住宅展示場、企業の休憩所など様々な場面に進出している。

製造会社によれば、従来は汚れや傷を目立たせないために黒一色だったが、その固定観念を破る白色を投入すると、空港ラウンジやショッピングモールなど景観を重視する施設からの引き合いが増えた。中年男性中心だった利用者も女性や若年層に拡大。今では白モデルの出荷比率が7割を占める。

業務用は不特定多数が高い頻度で使うため、家庭用とは比べものにならない耐久性が求められる。同機は家庭用

一般品の2.5倍という2500時間の耐久テストを実施。1万時間以上故障せずに稼働した機体もある。

買い切りなら約58万円。レンタルで利用料を店舗と販売会社がシェアするなど、様々な導入パターンがある。

(2025年7月21日／日経MJ)

タイミー、日体大と連携協定 部活の指導者と自治体をマッチング

タイミーは日本体育大学と相互連携協定を結んだ。同名のスポットワーク(隙間バイト)仲介アプリにおいて、日体大が養成した部活動の指導者と、指導者を求める地域をつなぐ仕組みを構築する。日体大の学生が学業とアルバイトを両立しやすい環境も整える。

日体大は運営する「NITTAIクラブ」で、学生や地域住民を対象に、部活動指導に必要な専門知識や指導法を学べる指導者の養成プログラムを提供している。同クラブで養成した指導者がタイミー上で学校側の「お気に入りリスト」に入ると、自治体のスポーツ財団などによる求人に応募できる。

2026年3月までに一部の地域で実証を始め、他の地域への展開も目指す。地域の部活動への参加を促し、指導者不足に悩む学校を支援する。

日体大の学生に配慮し、働きやすい時間のバイトや大学周辺の求人を提供する仕組みも整える。同大の学生は約6割が運動部に所属しており、学業や部活動とアルバイトの両立が課題となっている。1日単位の雇用契約でシフトの制約を受けないスポットワークを活用してもらう。

(2025年7月22日／日本経済新聞)

講師を務めて感じた、 多様な競技に触れる大切さ 五十嵐亮太(元メジャーリーガー)

スポーツを通じた子供の成長を支援するため日本サッカー協会(JFA)とユニクロが立ち上げたイベント「JFAユニクロマルチスポーツキッズ」で講師を務める機会があった。小学1〜3年生の約400人の子供が参加。野球、サッカー、陸

業界関連ニュースをイッキ読み!

上、ラグビーの4競技を1日で体験できるプログラムだった。

各地で野球教室に参加している私にとっても、複数のスポーツを一度に体験できるイベントに参加するのは初めての経験だった。私はソフトバンク会長の王貞治さんと一緒にボールの投げ方やバットの振り方を指導した。参加者の中にはボールを握ったことのない子供もいたが、遊び心をくすぐるようなメニューを取り入れながら野球の楽しさを伝えることを意識した。

他の競技に関しても一見全く違う動きのように見えるが、野球のプレーでも生かせる要素が多くあると感じた。

例えば、陸上では直線的な動きの中で体の使い方をより細かく追究しており、体幹の使い方など野球選手にとって必要な要素が詰まっていると再認識した。サッカーは前後左右の動きが多く、アジリティー（敏しょう性）の高さが重視される点が野球の守備と共通している。ラグビーでは相手が捕りやすいようにボールを投げる能力や、広い視野を持ってプレーする力が養われる。

一つのスポーツだけに取り組んでいると、どうしても動きや考え方に偏りが出やすくなってしまう。子供のうちに複数のスポーツに取り組むことは将来の選択肢や可能性を広げることにつながる。様々な競技に触れ、普段と異なる刺激を身体や脳に与えることは、子供の成長にとっても重要だ。

王さんは学生時代に水泳や陸上、卓球など様々なスポーツに取り組んでいたそうだ。かく言う私も中学時代には野球と並行してバドミントン部に在籍していた。腕を振ったり左右に動いたり野球と似た動きが多く、トレーニングのために始めたのがきっかけだ。

思いのほか上達し、顧問からは「素質がある。野球をやめてバドミントンを続けてみないか」と誘われたこともあった。野球が好きだったので結果的にやめてしまったのだが、肘の高さやリリースの感覚など、バドミントンを通じて身についたものも多かったように思う。

私の幼少期に比べ、今の子供たちには選択肢が多い。様々な競技に取り組み、自分が夢中になれるものを見つけたい。

一方、近年は多くの公園でボール遊びが禁止されるなど、子供たちがスポーツに触れる機会自体が減っている。スポーツ界の未来のためにも、こうしたイベントが継続的に

開催されることには大きな意義がある。

(2025年7月23日／日本経済新聞)

高知県、特典付き健康アプリ 働き盛りの男性引き込む 事業所での活用促進 独自歩数競争など開催

高知県が県民に運動を促し、健康意識を高めるスマホアプリ事業を強化している。運動すれば特典が付与されるインセンティブで一定の成果は出ているものの、男性の健康寿命は全国的に短い。高知でも人口減少が急速に進み、働き盛り世代の健康維持は必須で県は事業所での活用を働きかける。

県は2010年、住み慣れた地域で健やかに暮らし続けることを目指し「日本一の健康長寿県構想」を策定し、保健、医療、福祉の各分野で施策を展開する。中でも特徴的なのが16年に冊子の形で始めた「高知家健康パスポート」事業。21年からアプリとなり、ダウンロード数は約6万6000にのぼる。

スーパーや飲食店、入浴施設などで提示するだけで料金割引などの特典がある。運動や健康診断の受診などでためたポイントで商品が当たるキャンペーンに応募できる。4つのランクがあり、上級者では県立運動施設が一定期間無料になったり、高知龍馬マラソンに無料で参加できたりする。

アプリ効果もあり、10年間で健康寿命は男性が2.5年、女性が3.2年伸びた。ただ男性は課題が多く、16年の国民健康・栄養調査では1日の平均歩数や体格指数(BMI)はワースト1位だった。壮年期(40～64歳)の死亡率も平均より高い。そこで県が目指したのが職場と連携した取り組みだ。

24年、3人1組の職場対抗のイベントを実施した。歩数・体重と血圧の記録、などでポイントが与えられ、最高10万円分の商品券を争った。1カ月間に約2700人が参加し、BMIが25以上の人のうち、4.1%がBMI減少という成果が出た。

健康パスポート事業の担当者は「職場で利用してもらうことで、健康への意識が働き盛りの男性に届きやすくなる。

業界関連ニュースをイッキ読み!

より良い生活習慣の定着に向けて企業への働きかけを強めていきたい」としている。

(2025年7月25日／日本経済新聞)

涼しいジムで走る効用 鏑木毅(プロトレイルランナー)

年々暑さが厳しく、酷暑の期間が長くなってくるとランナーの悩みは夏場の練習のしかたにあるだろう。以前なら早朝や日没後のランニングを勧めたが、それもままならない危険な暑さになっている。

高温の中を我慢して走っても、トレーニング成果はなかなか得られない。熱中症から臓器の機能障害につながるリスクさえある。

そこで私が勧めるのは、冷房が効いたスポーツジムでランニングマシンを活用することだ。地面と違って足元が動くマシンの感覚に違和感を覚え、敬遠する人は多い。だが、傾斜を2〜3度つけるだけで感覚のずれはだいぶ緩和できる。

傾斜を10度以上に設定すれば、上り坂を走る対策の練習になる。平坦地ではあまり使わない筋肉を存分に動かして鍛えられる。心肺機能の向上にも寄与し、マラソンの終盤の粘りにつながる。

スポーツジムでは自転車型トレーニングマシンも走力アップに有効で、先ほどの上り傾斜の練習以上に筋肉の使用幅を広げることが期待できる。水泳もお勧めで心肺機能を高めながら脚の筋疲労を緩和させられる。

異常に暑い夏を経て、走りやすい秋以降に新鮮な気持ちで屋外のランニングに取り組める精神的なメリットは大きい。

(2025年7月25日／日本経済新聞)

運動中の補給に「和」じわり ようかん・餅… 低脂質+手軽さ人気 井村屋など、売り上げ好調

和菓子や和食を取り入れたスポーツ向け補給食が増えている。運動時に欠かせない糖質を効率的に補給できる点

に注目し、手を汚さず簡単に食べられるようかんや餅が人気。玄米を使ったシリアルバーも登場。プロ選手でも広まり、スポーツの分野で新境地を開く。

「レース前の補給食としてどら焼きやみたらし団子、ようかんを好む選手は多い」(自転車ロードレースチーム、宇都宮ブリツェンの広瀬ゼネラルマネージャー談)

持久力が必要な競技では即効性のエネルギー源となる糖質の摂取が欠かせない。バターなど多用する洋菓子に比べ脂質が少な、糖質を効率的にとれる和菓子は補給にうってつけだ。

★ 食品開発のUNDERWATER(東京・台東):高品質のあんこをパウチ詰めした「飲むあんこ theANko」。固形物が喉を通りにくいレース中でも補給しやすい。

★ 「あずきバー」の井村屋グループ:2012年に発売の「スポーツようかん」。アスリートを想定し塩分やマグネシウムのほか、パラチノースを配合することでエネルギーの持続が見込める、指でパッケージから押し出して食べるため手を汚さずにすむ。

★ トライアスロン大会運営や専門誌発行のセロトーレ(東京・目黒):腹持ちの良い餅に着目し、クルミ入り餅にパラチノースなどを配合した「Enemoti(エネモチ)」を展開。年10万本以上を販売する。

★ 食品開発のジャパンエナジーフード(横浜市):血糖値の上昇がゆるやかな玄米と、必須アミノ酸などの栄養を豊富に含む味噌を使ったシリアルバー「飛脚めし」を開発。社長が試合の合間に甘くない補給食を食べたいと考えたのが開発のきっかけで、味噌汁や玄米といった食事だけで長距離を走ったとされる江戸時代の飛脚をヒントに開発を進め、24年秋から本格的に発売した。「栄養補給に加えて味噌のうまみによる疲労軽減効果も見込める」と社長。

エネルギージェルやスポーツドリンクは、とりすぎると胃腸が荒れやすく、適度に咀嚼することで唾液の分泌が促され、胃の粘膜保護につながる。

(2025年7月29日／日本経済新聞)