

Fitness Industry Association NEWS

2025年（令和7年）9月16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②

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跡を歩んでいくべきか～



《パネリスト》

望月美佐緒氏 株式会社ルネサンス 代表取締役社長

室田健志氏 コナミスポーツ株式会社 代表取締役社長

《ファシリテーター》

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 2

FIA全国カラダ年齢測定 レポート②③

ーフィットネス体力テストー

2025年(令和7年)度東京スポーツドック

～スポーツを通じた健康増進事業～.....15

FCM検定コーナー

1 トピックス フィットネスクラブ・マネジメント技能検定 16

2 アイレクススポーツライフ株式会社の成功事例 17

3 スポーツクラブNAS株式会社の成功事例 18

Health&Fitness Association グローバルレポート

データに基づいたパーソナライズされた

ウェルネスへのアプローチ 20

ダイジェスト版

業界関連ニュースをイッキ読み 22

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跡を歩んでいくべきか～

2025年8月1日(金)、11:00～12:30 会場:東京ビッグサイト



《パネリスト》

望月美佐緒氏 株式会社ルネサンス 代表取締役社長
室田健志氏 コナミスポーツ株式会社 代表取締役社長

《ファシリテーター》

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

人口減少によって、顧客だけでなく、フィットネス業界で働く人材の減少も危惧されているフィットネス業界。

望月社長はインストラクターから新規事業やヘルスケア事業全般を、また室田社長は営業と、現場出身の幅広い視点を活かし、自治体とのスポーツクラブのノウハウを活かしたさまざまな取り組みや、地元のスポーツチームを盛り上げて地域振興に貢献するなど、多様な事業を行うことで、両社は顧客と人材の獲得に成功している。

さらには、核となる総合スポーツクラブの位置づけを変えることで、さらなる市場拡大を図るなど、コロナ禍や人口減少などの影響を最小限にし、業界のさらなる成長につながるヒントについて、業界を牽引する最大手2社の社長に語り合っていた。

司会 本日はお忙しいところ、私どもFIAが提供いたしますセミナーに足をお運びいただきまして、ありがとうございます。これより、FIA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～』というタイトルで、90分間、皆さまにご参加いただきます。トップ企業のお2人にお話をお伺いいたしますので、よろしくお願いいたします。

それでは、ご登壇いただきます皆さまのご紹介をさせていただきます。コナミスポーツ株式会社代表取締役社長、そして私ども日本フィットネス産業協会副会長も務めていただいております室田健志さんです。そして、株式会社ルネサンス代表取締役社長執行役員を務めていらっしゃいます望月美佐緒さんです。さらに、このセミナーのファシリテーターを務めますのは、私ども日本フィットネス産業協会専務理事の吉田正昭でございます。それでは、よろしくお願いいたします。

吉田 改めまして、フィットネス産業協会の吉田でございます。本日は、望月社長と室田社長の業界大手のお2人をパネルディスカッションという形で、お招きさせていただきました。このお2人はさまざまな現場をしっかりと押さえてステップを上げて来られた方々で、お客さまに対しての視点もお持ちでいらっしゃいますから、皆さまの今後につながる貴重なお話を聞けるのではないかと思います。

では、望月社長から、ご自身のプロフィールも含めて会社の状況をお願いいたします。

ルネサンスと 望月社長のキャリア

望月 望月です。よろしくお願いいたします。

す。かつての上司だった吉田さんとかのような場に立てるということを、非常に嬉しく思っております。室田さんも私も現場からスタートしておりますので、そのようなこともお話しできればと思っております。

最初に、ルネサンスの現在とこれらについてお話しいたします。私は今年の4月に社長に着任したばかりで、昨年12月に社長就任を発表してから、目まぐるしくさまざまなことが変わっていると感じております。社長になるまでは見えなかった景色というものがあります。本日こちらに来ております会長の岡本（利治）や、吉田さんなど…社長を務めてこられた方々は、このような景色を見ながら経営されてこられたんだな、と感じているところでございます。

皆さんご存知の方も多いかもしれませんが、私はインストラクターやトレーナーからキャリアをスタートしています。20代の頃は、ルネサンスがあまり直営店を持っていなかったということもありまして、受託先のホテルニューオータニで、ルネサンスのトレー

ナーの仕事をスタートしました。ここでは非常にさまざまなことを学ぶことができました。その当時のニューオータニのフィットネスクラブは入会金が200万円、そして保証金が200万円だったので、あまり一般の方はいらっしゃらない。当社の株主でもある住友生命様がニューオータニ大阪のオーナーでした。当時の（住友生命の）千代会長（故人）や、サントリーの佐治会長など、そのような方々がニューオータニのクラブにはたくさんいらっしゃって、経営者の方々と接することができたことは、私の大きな財産になったと思っています。

30代に入ると、私は受託先のニューオータニから、ルネサンス直営店の1店舗目である幕張のお店に転勤になります。当時はエアロビクスブームが来ていました。その頃、ルネサンスは幕張店と水戸店しか直営店を持っていなかったのですが、水戸では、スタジオに入りきらない人が廊下にあふれてエアロビクスを行っているという状況。その様なブームを受けて、ルネサンスは新規出店やM&Aを加速させていき



望月美佐緒氏（株）ルネサンス代表取締役社長

ます。

私はスタジオのスーパーバイザーということで、スタジオの品質管理が主な業務でしたので、インストラクターの方にさまざまな働きかけをしていたのですが、実力がないと話を聞いてもらえないという現実と直面しました。集客ができていなければ、話も聞いてもらえない。「マニュアルがこうなっていますから…」と言っても、まともに相手にしてもらえず自分が実力をつけるしかないということを30代には感じました。IDEAやIHRSA（現在のHFA）のコンベンションなどにプレゼンターとして選ばれるようになり、徐々に実力を認めていただいたと思います。

ご覧いただいております上の写真はインターナショナル・アクアフィットネス・カンファレンスのプログラムの表紙で、プエルトリコの人に抱きかかえられているのが私です。この前年にコンベンションに出たときの写真ですね。そのときは200人以上の方々がプールに入られていて、私がプレゼンを終えた時にすごい歓声で迎えてくださって…。そのときの写真が、翌年のプログラムの表紙になったというのが経緯です。

40代前半は、スポーツクラブがどんどん拡大していくのですが、後半は、事業の成長が少しずつ緩やかになってしまふ、という時期を迎えます。ルネサンス自体は6期連続2桁成長しております、その成長ぶりを無酸素運動などと呼ばれることもありました。「無酸素運動というのは、20秒か30秒しか続かないんだけど…」とか裏では言いながら、気がつけば「（酸素の補給などせず）どんどん進め！」という状況でした。この時点で売上高ではトップ3くらいにはなっていたのでしょうか。私自身も、部長から役員になり、専門性だけではなく、さまざまな知識やスキルが求められるようになってき

たと思っています。

ただ、私たちが40代後半に差し掛かってくると、ボーダーレス化がどんどん進んでいきますし、既存モデルだけで成長していくのはなかなか難しいのではないかと、新しい運動コンテンツや、運動だけではないということで、シナプソロジーなど認知機能の低下予防のメソッドを開発していきます。現在もシナプソロジーのプログラムに関しては、およそ400カ所の施設で使っていただいています。主に介護施設やドラッグストアのような所です。そして個人としても2000名以上の方々が資格を取得してくださっています。

50代に入りますと、カーブスさんやエニタイムフィットネスさんなど小型のジムが増えてきて、プレーヤーとしてもさまざまな方々が出てこられている時代だと思います。私たちはスポーツクラブということを核として、B to Cビジネスや介護領域などへの進出を模索し始めます。当時、吉田さんが私の上司でした。私はスポーツクラブの商品開発が大好きで、自分が生涯かけてやりたい仕事だと思っていたのですが、あるとき、急にヘルスケア部門に異動になりました。私は、自分の人生は自分で決めたいと思っています。とはいえ、会社には人事異動があります。私自身を納得させられるように行動しようと、吉田さんに話を聞きに行きますと、大変分かりやすくご説明いただいたんです。これからの時代は、装置産業だけでなく、どちらかというソフトで稼いでいくということを模索しなくてははいけない。お前以外に誰がやるんだ、と。私も、それならばやってみよう！ と思え尽力しました。

岡本の前に、高崎（尚樹）という社長がおりました。社長になって2ヵ月ほどで亡くなってしまったのですが、50代は高崎の下で、B to BやB to C、そして新たに進出した介護事業について拡大していくことに取り組んでいま

した。それまでスポーツクラブの企画部門に携わっていた私にとっては、新規事業を進めるということはとても大変でした。社内なのに、アウェイにいたような気持ちで過ごしていましたね。しかし、このときの経験があったからこそ、今があるとも思っています。スポーツクラブの外に出たことが、大変貴重なできごとだったと思います。

そして、コロナ禍を迎えます。皆さん本当に大変でしたよね。しかし、コロナ禍によって私たちの事業はかなり進化したと思っています。コロナ禍の最中に高崎社長がお亡くなりになり、また住友生命さんや損保ジャパンさん、そしてアドバンテッジアドバイザーズさんなどに資本参加をお願いすることになった。そこからでしょうか、スポーツクラブの1本足打法から本気で外に出ることを考える、いいきっかけをいただいたのではないかと。会社全体もその方向性に舵を切れたということが、今につながっていると思っています。

そして今年の4月に社長に就任いたしました。ルネサンスは、企業理念である『生きがい創造企業』を非常に大事にしています。入社する学生さんたちも、この理念にひかれてという方が非常に多いですし、自分自身の生きがいをお客さまの生きがいにつなげる、ということにしっかり取り組んでいきたいと、今も変わらず考えております。

現在はスポーツクラブを中心に285施設を抱えております。コナミさんには及びませんが、自治体の事業についても展開をすることができて、事業数がどんどん増えてきております。成長の軌跡をご覧いただくと、私どもは21回のM&Aを行っております。M&Aのいいところは、優秀な人材が得られることではないでしょうか。現在、M&Aによって獲得した人材が役員や部長クラスになっています。多様な人材が集まり交わることで、今のルネサンスの強みが生み出されたと思ってお

ります。

私たちは長期ビジョンとして『人生100年時代を豊かにする健康ソリューションカンパニーの実現』を掲げています。そのためには、社会にあるさまざまな課題を解決する、ソリューションを持たなければいけないと思っています。B to Bの領域、企業や健康ケアの領域、BtoGの領域…つまり自治体さま向けの領域です。そして介護の領域、さらに、スポーツオアシスさんと一緒になったことによって、ホームフィットネスとして自宅で使えるコンテンツをお届けすることもできるようになりました。このような形で、スポーツクラブで培ったコンテンツを外に出し、それぞれが繋がりながら、健康ソリューションカンパニーになっていきたい。そのようなことを考えているところでございます。一旦、私の話はここまでにしたいと思います。ありがとうございました。

吉田 ありがとうございます。私の悪い話が出なくてひと安心です。続きまして、室田社長、お願いいたします。

コナミスポーツと 室田社長の経歴

室田 コナミスポーツの室田でございます。会社の経歴と私のプロフィールをお話しさせていただきます。この業界では、少し独特なプロフィールかもしれません。

私は大学までラグビーをしていました。1995年に保険会社に入社したのですが、ちょうど就職氷河期でした。私はスポーツ関係の業界に行きたくて多くの企業の入社試験を受けたのですが、当時は同級生の5人に1人は就職できないという時代でした。私はラグビー部でしたから、7月になると某長野県の山の上の方で1ヵ月ほど合宿をするのですが、なかなか就職が決まら

ず…。今だから言えることですが、もう「（内定が）決まったところに入ろう」と入社を決めたのが、最初のキャリアのステップでした。

振り返ってみると、私の中では大きなできごとだったと思います。入社してからは1年間、生命保険の個人の営業を担当しました。飛び込みで、ピンポン！ です。ルネサンスさんのお膝元である墨田区の横網町公園周辺を担当エリアとして与えられて、1年間ずっと飛び込み営業をしていました。2年目は飯田橋の近辺でB to Bの法人営業を担当し、企業年金や経営者の保険などを売ってしていました。3年目からは自分でも営業をしながら、他の営業職の方のマネジメントを行う営業所長代理として横浜に転勤し、1年半ほど働いていました。そんな折、コンビニに並んでいた転職雑誌が目に入った。吉田さんが人事部長でいらっしゃった会社からの求人が出ていたんです。ピープルという社名は存じ上げなかったのですが、エグザスというブランドは、トレーニングをしていたので、いろいろなところで目にしておりました。

た。いいジムだという認識はありましたので、縁を感じて転職いたしました。それが1998年です。この業界に入ってから感じたのですが、営業やB to Bなどの仕事を経験された方があまりいらっしゃらなかったのが重宝されたというか、さまざまなところで経験を積ませていただきました。

98年はピープルがプレコリオのレズミルズというプログラムの総代理店になったときで、そのオープニングのセールススタッフを担当しました。当時はアメリカからダイエットのプログラム、バイオメトリクスというプログラムも購入し、その2つを業界の皆さんにライセンスアウトしていくことが私の仕事でした。東日本では私が行ったことがないスポーツクラブやスイミングスクールがないというほどに、旅芸人のように会社に戻らず、ずっと営業をしていました。

同時に、法人会員が利用される提携施設を他のスポーツクラブにお願いしたり、アクアクラブというピープルが開発したスイミングスクールのフリー出席制の仕組みを同業のスイミングス



室田健志氏 コナミスポーツ株式会社代表取締役社長

クールに導入していただいたり、2002年くらいにはピープルのマーケティングのやり方もご提供して、伴走型のコンサルティングのようなことをしてありました。このときの経験が私自身にとって大きなものでした。たくさんの方のスポーツクラブに営業に行くのですが、はじめは業界の知識を豊富に持ち合わせてはなかったのが、大先輩方のおっしゃっていることから学びながら業界の方に営業をさせていただいていました。自分の中で、キャリアとしてはとても有益だったと思います。

そして2004年、再びキャリアの転機を迎えます。この前年、当時の小泉首相のときに地方自治法が変わります。指定管理者制度が制定され、官から民へと、民間でやれることは民間に任せようということになります。このタイミングで受託事業部に移りました。先ほど望月さんもおっしゃっていましたが、最初の6～7年くらいはあまり家に帰っておらず、全国に営業に行くか、事業計画書を書いているときは会社におりましたけれど——あまり家には帰っていませんでしたね。今だから言えることです。

けれども、思い返せばとても面白かったし、楽しかった。B to Bというか、to Gだったのですが、自治体の行動原理を理解し、日本のパブリックビジネスの仕組みを作り上げていたのだと思いますが、自治体が政策で何を目指しているのかを理解した上で、自治体の方と一緒に事業をつくり上げてきたという自負が会社としてはあるわけです。とても有意義な10年間だったと思います。

2011年くらいからは、年10億近く事業規模が大きくなっていきました。一定の規模に達したタイミングで、企画開発部門だけでなく、オペレーションや運営の部署も含めてPPP事業の全体を見なさいと会社から指示を受け、3年ほどPPPの事業全体を担当しま

した。この3年間も大変有意義で、私の中では、PPP事業で過ごした10年はサラリーマンの青春のような時代だったなと思っております。2014年には業務開発本部というPPPの領域以外、コーポレート部門以外は全部やるという本部ができて、そこを担当することになりました。店舗の新規オープンやリニューアル、賃料交渉、施設管理、法人営業、プロショッパや、子供スクールの品質管理などのすべてを任されていたのですが、すべてにおいて何かしらの経験があったので、違和感なくすんなりマネジメントすることができた。やればやるほど深みはあるのですが、さまざまなことに軸足をずらしながら仕事をしてきたことが活かされたなと感じたのが2014年からの3年間くらいでした。話は前後しますが、2014年には経営ボードメンバーになり、そこから10年ほどは経営という観点も自分の中でできてきた時期でした。

2017年にはもう一度PPPの官民連携の部署に戻り、4～5年ほどを過ごしました。PFI法が1999年にできた法律で、指定管理者制度もはじまってから時間もたって、さまざまな課題も出てきていました。官民連携の事業について、改めて考える必要があるという時期でした。ただ案件を取ればいい、ただ運営すればいい、ということではない。この時期は、私自身は営業の仕事はほぼ担当せずに、オペレーションの仕事に取り組んでいました。細部まで話し合いを重ねて組織や業務の仕組みをつくり上げることができた時期でした。

その後はここにご覧いただいた通りさまざまなことをやらせていただいて、3年ほど前に当社の代表取締役役に就任し、昨年にはコナミグループの執行役員も務めております。私の場合、キャリアが伏線というか掛け算になりました。B to Bの領域を担当させてもら

ったのは、個人的にはとてもよかったなと思っていますので、当社のスタッフにもそのような経験をしてもらいたいなと思っています。

それでは、会社の歴史をお話しさせていただきます。当社は創業から50年ほど経っておりますが、現在も品川区青物横丁に本社があります。直営店は、ピラティスの専門スタジオなども含めてちょうど200店舗ほどで、受託施設は230か所ほど。ジャザサイズというフランチャイズの仕組みははじまってから40年ほどたちますが、今は60か所くらい店舗があります。全体で年5000万人近くの方に当社が管理する店舗や施設をご利用いただいておりますので、健康という切り口では、重い責任を背負った会社だと思っています。

業績について、駆け足になりますがお話しいたします。私は2023年3月期から社長になりましたけれども、トップラインはそれなりに戻りました。しかし、利益はもう少しガッと上がるイメージだったのですが、ウクライナの紛争があって、トップラインが引き上がっていた分がすべてエネルギーコストで飛んでしまった。難しいですね。2期前くらいからなんとか持ち直してきて、ようやく地盤ができてきたかなと思っています。今年以降は加速度的にトップラインも収益的にも伸ばしていきたいと手応えを感じているところです。私からは以上です。

社長としての姿勢と今後の事業の方向性

吉田 室田社長、ありがとうございます。では、お2人に質問させていただきます。望月社長と一緒に仕事した仲ですが、部下の話をとてもよく聞いて、ファーストコンタクトでは「ノー」と言わない人です。これは違うなと思って、しっかり話を聞いて、認めてから、自分の話をする。これってかなり

パワーが必要なんです。社長になると、自分の担当する部門だけではなく、全体を見なければいけない。たとえば担当する規模が10倍になったときに、社長はやり方を変えるのか？ それとも今のままいくのでしょうか。

望月 いきなり、核心を突く質問ですね。よく社内で話すことなのですが、ルネサンスは指名・報酬委員会があり、私もそこで選んでいただきました。社長の候補として選出されるというお話をいただいた時、もし社長になったとしたら？ ということ考えたんです。そうしたら、いろいろな方々の顔が浮かんできたんですね。同じ役員として長く一緒にがんばってきた方や、大変だった事業と一緒に乗り越えてきた仲間、そして社外ではありますが、ずっと支え続けてくださっている方々——。皆と力をあわせれば、社長という重い責任の中でも仕事を遂行していけるのではないかと思えたのです。そういう意味では、その方々の力をどれだけ借りられるかというのが、私のやり方かなと思っております。ですから、聞くところはしっかり聞いて、その方々が持っている能力をうまく融合させて、会社経営をできたらなと思っています。

吉田 ありがとうございます。では室田社長への質問は内容が多少変わるのですが、室田社長が当時入社された会社では、社長派と副社長派の2つがあって、どちらにつこうか？ と様子見をしている人もいたわけですね。私は人事でしたから、どちらにつくわけにもいかず…。私が見ていた限りでは、室田社長はニュートラルに他のことは気にせず、自分の仕事を全うしてきたのではないのでしょうか。

室田 いろいろなことがありましたね。入社して2日目くらいに、会社でケン

カをされている方がいて「あ、会社でケンカとかするんだ」と思ったのはすごく覚えています。もともと会社のことをよくわかっていないまま入社したということもありましたが、会社のほとんどの方が関西弁を話されていて。「私は大阪の会社に入ったんだな」と入ってから気づきました。カルチャーギャップ、かなりありました。そんな中で、私はニュートラルというよりは、好きなことをやりたいと、そのことだけを考えていました。それを容認していただいた企業なんです。ですから私は放牧されていたというか、好きに営業して、結果だけ出せばいいという。ただ、社会人のスタートが営業職でしたので、誰に言われるまでもなく、結果だけはしっかり出すということだけはブレていないと思います。それ以外は好きなようにやってきた社会人人生だったと思います。

吉田 今のお話からお分かりになると思いますが、皆さんも派閥には属さない方がいいと思います。ここにいらっしゃる方は、皆さん自由にされてきた方ばかりです。自分というポジションと、仕事を持っているんです。いや、むしろ持たないと——たとえば誰かの下でしか何もできないというのは、いいとは言えないかもしれません。お2人とも持ち味を生かして、社長にまでなられたのではないかと、思います。

では、次の質問です。社長として、これから取り組んでいきたいことについてお聞かせください。これは事業の詳細や社内でコンセンサスが取れているものというわけではなく、いまご自分が考えるこれから先の会社についてお聞かせいただけますでしょうか。望月社長、よろしいでしょうか。

望月 スポルテックの開会式のときに当社の名誉会長の斎藤（敏一）さんの表彰がありました——先日、アメリ

カのIHRSAで、グローバルアワードを受賞されました。業界に大変貢献されましたし、私も非常に尊敬している方です。その斎藤さんが今年のはじめに代表取締役を降りられた。吉田さんや岡本さんはもちろん尽力されたのですが、とはいえ、やはりルネサンスは斎藤さんがつくりあげてきた会社でもあります。その斎藤さんと最後にやる社長は私だな、と思っていたんです。どういう意味かという、私はこの会社の創業期からおりますから、会社の歴史、風土、そして大事にしてきたものを、肌で分かっているつもりです。そのいいところを残しながらも、会社を変えていく役割なんだと思っております。これからは誰か1人の優秀なリーダーが推進する会社ではなく、集団経営に変えていくことが求められますし、ある意味その方法しかないとも思っています。いま一緒にやっている取締役や役員の方々と、それはよく話をしています。

MM(Management Meeting)という毎週月曜日に開かれる会議があります。（現在は火曜日に開催）月曜日の朝になるとちょっと気持ちが重くなる（笑）。何故ならさまざまな課題が積み重なっていて、これは1人で解決できないという重要なテーマが多いからです。だからこそ仲間と力を合わせて解決していくという風土をつくり上げていくということが、一番大事なかなと思っております。健康ソリューションカンパニーへの道はまだ道半ばなんですよ。まだまだスポーツクラブが中心の会社です。2027年には、売り上げで1/4以上はスポーツクラブ以外事業で上げていくことを目指しておりますが、ここをどれだけ広げられるか。そのあたりに、しっかり取り組みたいと思っています。

吉田 ありがとうございます。では続いて室田社長をお願いします。

室田 プロセスは違いますが、ルネサンスさんと似ているところもあるなと思いながら拝聴しておりました。今回のスポルテックを見ていて、この業界、20年前や30年前とは業態が変化してきていると思います。当社は昔ながらのフィットネスクラブと子ども向けのスクール事業は祖業として大事にしておりますが、ピラティススタジオやパーソナルトレーニングジムを出店したり、フランチャイズでジャザサイズの事業も行っております。当社はスポーツ施設のオペレーターをやりたいという方が集まっております、そもそもこの業界はそのような方が多いと思いますが、その点に喜びを見出している方が多いので、そこはしっかり守っていききたいなと思っております。引き出しの横幅の広さで、さまざまな業態が増えてきていますから、お客さまのニーズに対応できるよう、軸足をたくさん持ちながら、社会の課題に对应している企業にしていきたいと考えております。

実際に、新入社員や中途採用の方で「いろんなことができそうだな」と感じて入社してくる方が増えてきていますし、現場で働いている方々にシンパシーを感じていただいていると思います。スポーツ施設のオペレーターであり続けたいなと思っておりますが、さまざまな業態を展開するなど横幅の広さは追求していきたいと思っております。当社についてはそのようなイメージを持ちながら日々経営しております。

吉田 ありがとうございます。いまお話しいただいたことも関連するのですが、ルネサンスさんはオアシスさんと一緒になって、屋台が大きくなりました。それぞれの会社の持ち味があると思うのですが、その持ち味をどのようにして最大限に活かすか。現場で働く方々

ががんばろうと思えるような会社になるために整理をされていると思います。大変な時期でしょうけれど、今の状況を含めて、どのようにお考えでしょうか。

望月 当社は健康ソリューションカンパニーである、ということについて本気で向き合っております。私たちはスポーツクラブを46年間運営しておりますから、それで培われたものはとてつもなく大きいと思います。これがコアであるということは先ほど室田さんもおっしゃいましたし間違いないと思うのですが、もったいないとも思うんです。

私がちょうどヘルスケア事業に携わっていたときに「運動が一番必要なのは、運動が好きじゃない方々だな」と思ったんです。なので、その方々に如何にすれば届くかを考え実行することが、とても大事だと思っております。そういった意味では、M & Aで今回オアシスと一緒にりましたが、オアシスには、ホームフィットネス事業があります。売上は50億円ほどの規模がありますので、これをどう伸ばしていくかということもそうですし、それ以外の介護の事業、B to BやB to Cの事業を合わせるとそちらでも50億円ほどになっていますが、これらはまだまだ伸びる可能性はあります。しかもこれらは掛け算にもなるんですよ。また、オンラインによる事業の広がりも感じています。北海道の網走に隣接しています小清水町という人口4000人ほどの町があります。ここで介護予防教室を行うということになりましたら、以前は札幌の店舗からインストラクターに行ってくださいとなると移動に5時間ほどかかってしまうので、とても現実的ではなかった。でも今は両国の本社からオンラインで行うことができます。このように、事業の広がりや可能性というのはまだまだあるのではない

か、と考えております。

吉田 ありがとうございます。室田社長にお伺いいたします。コナミスポーツ全体としては、エンターテインメント性から考えると、多種多様なことができる可能性があると思っております。フィットイージーさんが渋谷にノウハウをすべて詰め込んだ店をオープンされました。かなりエンターテインメント性を意識されていると感じたのですが、室田社長はどのようにお考えになっているのでしょうか。

室田 難しい質問ですね。コナミグループは、サッカーや野球などスポーツ系のIPがたくさんあります。

ブランディングという意味では、一般消費者の方にはゲームの分野もやはりスポーツという切り口でコナミというブランドをご覧いただいていると思いますので、ブランドを活かしながら事業も進めていけたら、その先に何かしらデジタル分野との融合などの文脈が出てくるのではないかと考えております。

成長戦略と地域との共生

吉田 ピープルがコナミに買収された際に『シナジー500』という言葉がありました。ピープルを買収してシナジー500億円を生み出すという意味だそうです。でも、当時私はこの意味が分からなくて…。要するに、フィットネスもゲームの中に取り込んでやっていこうという狙いがあったそうです。今、室田さんがコナミのボードメンバーにもなられたときに、ようやくそういうことができる時代が来るんじゃないかと、ぜひ実現してほしいなと思っております。

では、次の質問です。先ほども話題に出ましたが、現在の市場としては、フィットネスクラブをつくって「さあ、

来てください」という時代はもう終わっていますし、いい立地にいい店をつくれればお客さまがいらっしゃるという時代でもありませんよね。ということは、健康をこれから広げていくということに関して、我々のミッションは、本当に必要とされる産業に変わっていかないといけない、ということだと思います。きちんと成果をアウトプットしていかないと、成り立たない産業なのではないでしょうか。そういう意味では、施設だけの展開ということではなく、指定管理やPFIを含めた地域の取り組み、並びに地方創生などにも取り組んで、新しい市場に対してきちんと健康づくりを広めておられる会社だと思います。その辺りの現状に関して可能な範囲でお話してできることありましたら、望月社長からお願いしたいと思います。

望月 『箱を出す』ということがとても大事だと、私は10年ほど箱（＝スポーツクラブ）から出て、感じております。そして、そこに大きな可能性があるとも感じているところです。

具体的に言うと、『スポーツクラブという箱の中で積み上げたものを外に出す』という意味なのですが、自治体の事業に関しましては、コナミさんは本当に素晴らしいと思うんですよ。私たちもまだまだ追いついていないのですが、最近のPPPの受託事業で面白い事業をご紹介しますと、これまでのただの受託という形ではなくて…さきほど北海道の小清水町という例を出しましたが、こちらでは庁舎の建て替え事業を私たちがやらせていただいております。これは『フェーズフリー』という考え方を基に、常時であれば、スポーツクラブだったり、コインランドリーだったりする場所が、ひとたび災害が起これば、そこが避難所に変わったり、災害時に必要な貯蓄庫だったり、エコノミー症候群を予防でき

たり…災害時にソフトとハード、両方を提供できるんです。こんなふうに私たちがお役に立てるんだということを、防災協定など締結する自治体が増えていくことでも感じております。

介護予防の事業など多様なことをさせていただいておりますが、毎年150から200の自治体さまから、1000から1500ほどの教室を受託しております。小清水町では防災地方庁舎というものののですが、計画のところからずっと入らせていただいて、この庁舎の中にはスポーツクラブもありますし、ランドリーやカフェも設置されています。

もう1つは、鳥取県の伯耆町というところで、人口が1万人ほど。人口から見るとスポーツクラブの出店はなかなか難しい場所なのですが、社会福祉協議会の事務所の一部をスポーツクラブに変え社会福祉協議会の職員の方に運営していただいて、私たちは伯耆町に職員として人を派遣し、運営を支援していくという方法をとっていて、伯耆町では現在2店舗がそのような方法で運営されております。ここで再び小清水町に話が戻りますが、こちらでは事業の計画段階から入らせていただいております。現在も小清水町には自治体職員として人材を派遣していますが、他にも6カ所の自治体に地域活性化企業人という国の制度を使って人材を派遣し、自治体の職員として、健康づくりや町づくりと一緒にやるという方法をとっております。さらにサポートが必要な事業などを依頼される場合は、別途受託費等を自治体からいただいて運営をサポートしていくというやり方もしています。ただ、実際には1人、2人しか派遣しておりませんので、全てが派遣した人材だけで出来るわけはありません。小清水町からの介護予防事業などの受託は、両国のオンラインスタジオから実施するというのもやっております。

もう1つ、私どもの子会社にビーチタウンというものがあります。最近であれば、PFIの事業の中でもパークPFI、つまり公園の受託もありますので、インドアだけではなく、アウトドアにも力を注ぎながら、今までスポーツクラブで培ったノウハウを外に出していくことを進めているところでございます。

吉田 ありがとうございます。10年、20年前ではなかなか考えられなかったような展開になっていますよね。結局、市場があるからそこへいくということではなく、自分たちが探して見つけてつくらないと、ブルーオーシャンというものには出会えないのではないのでしょうか。加えて、健康づくりを地域に根差して取り組むことは、極めて大事だと思います。

望月社長、伯耆町や清水町との事業の展開につながった裏話などありましたらお聞かせ願えますか。

望月 はい。本当にネットワークというものは大変重要だなと思っております。「あの町長さんがこういうものを探してらっしゃる、こういう企業を探していらっしゃる」という話はもちろんあります。小清水の場合は、銀行さんが間に入ってくださって、「こういうことをやるんだったら、ルネサンスじゃないか」と繋いでくださいました。これはまた少し話が違つかもしれませんが、私どもは大阪の国際がんセンターの隣接施設にがんの方に特化した運動支援センターをつくっております。今、がんは2人に1人がなる病気ですが、リハビリって実は入院中しか認められていないということを、皆さんご存知でしょうか。そうすると、入院から退院までの期間がどんどん短くなる中で、開胸や開腹手術をすると、肩が上がらないまま退院しなければいけないということがあるそうです。そのこ



とをずっと気にかけてこられた総長や
病院長が、何かよい方法はないかと探
していって…筑波大学の先生
に相談された際、その先生がルネサ
ンスが、介護事業や認知機能低下予防と
なるシナプソロジーなどの開発をして
いることをよくご存知だったので、そ
ういうことをやるんだったら、ルネサ
ンス以外にないんじゃないですか」と
推してくださって、話がつながったと
いうわけです。介護の事業やB to Bの
法人のお客様、取引のある金融の方等、
いかにネットワークを築くかというの
はとても重要なだと実感いたしました。

吉田 ありがとうございます。身内の中
で固まりやすい業種でもあると思
いますので、いろいろなネットワークを
つくるといことは極めて大事なこ
となんです。

続きまして、室田社長、お願いいた
します。

室田 はい。このようなことは、官民

連携の領域のお話になると思うので
すが、当社は20数年前からでしょうか、
公共施設の管理運営というものに長
きにわたって取り組んでまいりました。
収益性と安定性と公益性、この3つの
バランスをうまく取ることが大切にな
ってくると思います。

収益性については、我々は民間のブ
レーヤーですから当然ビジネスとして
考えなければいけません。一定の収益
を得ることは絶対です。そのためには、
どのようなストラクチャーを組んでい
くかテクニカルなものが求められる。
ノウハウは必要だと思います。そして、
安定性。この10年くらいはご存知の
ように地震や台風などの災害が多く、
ボラティリティが高くなりましたよね。
紛争でエネルギーコストが一気に上
がり。リスクの濃淡に関して、役所
の方々とも協議をしながら、どっちが
リスクテイクするのかということにつ
いて協議をしっかりとっていくような時
代になっていると思います。どこまで
民間がリスクを取れるのかということ
はリレーション、すなわち自治体の方

と協議しながら、一定の収益性も保
っていくということが大事なのでは
ないでしょうか。そこをしっかりと
することが自治体にも、地域の住民の方
にもしわ寄せが来ないということにな
りますので、大変重要だと思っています。

最後に、公益性について。自治体な
んだから、当然、公益性を持っている
と皆さん考えると思うのですが、民間
に任せておけばいいとか、あまり積極
性がなく、財源もないという自治体も
中にはあります。こちらはビジネスで
はありますが、「どこに真実があるの
か」ということを当社の人間は意識し
てやっています。バレーボールSVリ
ーグの岡山シーガルズというチームが
あります。そこの練習拠点が体育館な
のですが、そこと連携協定を結びまし
て、当社が管理運営者としてサポート
をしたり、さまざまなイベントを行っ
たりしております。最近ではJリーグや
Bリーグなど地域のプロスポーツチ
ームが増えてきましたが、地域の住民の
方は、おらが町にこういうチームがあ
るんだという『シビックプライド』が

醸成される場面が日本でも増えてきています。そのようなチームの黒子になって応援するというのが、その地域にとって大変重要なことだなということを強く感じています。ですから、地域のチームと連携を図ることをとても意識しております。

他には、ルネサンスさんも行っておられると思うのですが、千葉県市川市と連携協定を結びまして、学校の水泳授業を担当させていただいています。これは社会の課題だと思うのです。施設の老朽化という話もありますが、屋外プールで水泳の授業をすること自体が命の危険があるという、今年からステージが変わってきたかなとも思います。そういう意味でも、「民間の屋内プールで」という流れは加速してきています。そのような社会の課題も我々が持っているリソースで解決できるのではないのでしょうか。これも公益性だと思っています。

また、JSPOの準加盟団体である日本ドッジボール協会と連携協定を結んでおりまして、数年前から当社が管理する公共施設で、代表選手にさまざまなイベントなどにご協力いただいております。今年も27施設でイベントを予定しています。お子さまは必ずドッジボールをやりますよね。我々の世代も必ずドッジボールをやりました。お子さまから高齢者の方までドッジボールというのは馴染みが深いと思います。イベントを行うと、お子さまだけではなく、保護者の世代にも喜んでいただける。地域の方のコミュニティをつくる一助になっているのではと感じております。

石川県かほく市では長期にわたって指定管理をさせていただいているのですが、去年の4月、PFI事業でもう一つ新たに大きな体育館ができました。当社も参画しておりまして、SVリーグのPFUブルーキャッツのホームアリーナになっております。日本代表の

選手にもお越しいただいて、能登半島地震のチャリティーイベントを開催しましたところ、地域住民の方に喜んでいただきました。このような切り口がパブリックビジネスには大事なと感じております。

ビジネスという土台ありきですが、先日カムチャツカで地震がありましたけれど、当社が関わっております函館の公共施設は避難所になりましたし、九十九里あたりの施設はすぐに閉館いたしました。能登半島地震が起こったときは、かほく市のジョイアクロスという施設のスタッフがすぐ自治体と連携して、「風呂を開放していいですか？」と行動してくれた。当時は断水などもあって水がととても必要とされていました。そんな動きを全国のスタッフが取れるようになっていきます。

当社は多くの体育館を管理しており、大規模災害時には多い時で30~40か所で避難所対応をした経験があります。ノウハウというか、どのような立ち位置で、どのように避難所を設置し対応すべきか、経験をかなり積んでおりますから、自治体の方からご質問をいただくこともあります。「ペットを連れの方はどうしましょう」「では第2アリーナへ」とか、「支援物資はここに置いた方がいいですよ」とか。我々が貢献できる切り口というのは、すごく重要な場面があります。公の施設で、民間で培ったノウハウを…と考える方もおられるかもしれませんが、全くも全く、別の仕事です。公共の仕事は地道に自治体の方や地域住民の方と向き合って、どのようなファシリティを使って、どのような切り口で我々が貢献できるかということを考えなければいけません。遠回りのようで、実は我々の業界が生きる近道というか、光があるのではないかと感じております。

吉田 ありがとうございます。指定管理などの契約というのは、以前は必ず

要綱がありまして、「この通りにできるところで」「やらせていただいている」という感じでスタートした事業も、なかなか変わってきておりまして、安かろう悪かろうだと、なかなか次の契約をしないという状況もあるようです。自主事業なども組み込んでいかないとなかなか収益を出せない。そこでコナミスポーツさんはイニシアチブをとって、今までみたいに手を挙げて「やらせてください」ではなく、先ほどお話しいただいた防災の観点なども含めていろいろなインプットをされているのではないのでしょうか。その辺り、どのような状況になっているのかお聞かせください。

室田 やはりコロナの影響はすごく大きかったです。当時ほとんどの体育館はコロナワクチンの接種会場になりました。民間のプレーヤーからすると、休館時の収益はどうするんだとかいう話も当然あるんですけど、経験を積んでくると、協定にあらかじめ落としこんでおくといったのかなと思いました。20~25年もやっていると、我々なりの知見も、自治体の経験やお互いの理解も積み重なってきています。やはり官民の対話が大変重要だと思いますね。

フィットネス産業の 今後と市場拡大

吉田 ありがとうございます。あと質問が2つあります。市場として業界の24年度の売り上げの実績数値が7100億円というデータが出ております。ようやく2019年のコロナ前を超えたという状況ですね。構成を見ていくと、なかなか苦勞されている会社と、エニタイムフィットネスさんやフィットイージーさん、新たに出てきたチョコザップさんなどの店舗数の増加があり、そのあたりに成長グラフの上の方がか

たよっている要素もあります。総合クラブを含めて、いまお2人からお話しただいたことに取り組んでいくと、もう一度市場の巻き返しをはかれると私は考えております。その辺に関して、日本のジムやパーソナルジムが増えていく中での市場を勘案して、会社として今後こうしていこうということがあれば、ヒントを含めてお話しいただければと思います。

望月 皆さん、どれくらいスポーツされていますか？ ここに来られている方は、「週一は必ずやっています」という方が多いと思います。私は今そんなにできてなくて…。たとえば自分の周りでスポーツクラブに入会されて、月に1回か2回しか使わなかったら、やめていかれる方が多いですよ。それって、ジムを『運動する場』にしているからじゃないかな、と思っているんです。どういうことかということ、**“運動も”**できる場に変えていきたいんです。

運動だけでなく、たとえば、会社でいろんなことがあって、今日は疲れたなあと思った日に、もうサウナ入ってマッサージして帰る、ということもいだろうし、ストレッチだけ軽くやって体ほぐして帰りますとか。今日はワークスペースの場所を変えて、あそこでワークして、会社のことを切り離して、最後にシャワーだけ浴びて帰ろう、とか。そんなふうにもいろいろな使い方ができるのが、総合型のスポーツクラブの良さだと思っているんです。お客さんに聞くと、そんな使い方をしている方ってたくさんいらっしゃるんですよ。だけど、両国には本社と共にスポーツクラブもあるので、私がレッスンを担当していた時から通って下さっているお客さまと会うこともあるのですが、「ごめんなさい、先生。今日は私、お風呂だけなの」って、ものすごく申し訳なさそうに言われることが

あるんです。「それはすごい良い使い方をされていると思いますよ」ということを、もっと周知していかないと、お客さまは増えないんじゃないかと思うんです。

総合型スポーツクラブは、本当の意味のウェルネスを提供できる場所に変えていきたいと考えております。そういう意味では、運動が出来る『ウェルネス施設』というような位置づけに変えていくことが、たくさんの方に来ていただけることになるのではないのでしょうか。ですから、ジムに来て、運動しない日があってもいいんです。サウナだけとか、マッサージだけとか、でもトータルで8回とか10回使ってもらえれば、月会費もそんなに高くないんじゃないかなって、そんなふうに感じているところです。

吉田 ありがとうございます。続いて室田社長お願いします。

室田 はい。まず総合型という切り口でいくと、私はこの業界に入ってから、ずっと自分の会社のいろいろな施設でトレーニングしてきました。最近だと公共の施設にも行きますし、パーソナルのジムでトレーニングすることもあります。総合型の自社の店にもよく行って日々トレーニングしておりますけれど、捨てたものではないなと思っています。

一店舗一店舗、それぞれを詳しく見れば賃料がどうだとか、エネルギーコストがかかりすぎているとか、収益が合う・合わないという話はもちろん経営としてはあるけれど、目の前に映る風景というのは——、やるべきことをやれば、お客さまは戻ってきてくださっているんですよ。価値と価格のバランスというのはあるとは思いますが。望月社長がおっしゃったように、お風呂だけという使い方なんて、私は「何が悪いの？」と思います。お客さまに

は、機嫌よく気持ちよくスポーツクラブを使ってもらえれば、すごくいいと思います。

我々が、「顧客のインサイトはどうなっているのか？」というところから愚直に取り組んでいけば、お客さまは戻ってきてくださるというのは、おそらくこの業界の方ならわかってくださるのではないのでしょうか。しっかり地に足をつけてやれば、総合型というものだってこれからも続いていくんじゃないかなと思います。

いわゆるバジェットの業態やPPPの領域など顧客の選択肢がすごく増えてきているので、そこは我々プレーヤーがしっかりアジャストしていかないといけないと思います。選択肢が増えれば増えるほど、お客さまにとってはいいのではないのでしょうか。そういう意味では、自分たちの型におさまるのではなく、いろいろなことをどんどん取り入れていくと、活性化していくのでは、と思います。今回のスポルテックでも、いろいろなプレーヤーが、いろいろな国から入ってきているので、すごくいいなと思いますね。

吉田 ありがとうございます。いまお話しただいたことが次の質問とも関係してくるのですが、私は今セントラルスポーツさんに通わせていただいているのですが、隣にチョコザップさんができたんです。さらに6月に、チョコザップさんの隣にフィット365さんができて、いま3つが並んでいる状態です。チョコザップさんのお客さまはどうなるのかなと思っておりましたが、そんなに変わりなく来られています。それでいて、365さんにもそれなりに来られている。セントラルはどうかというと、セントラルをやめて他の2つに来られているお客さまというのは、そんなにいないようなんです。

さきほど望月社長がおっしゃったように、使い方が自分のライフスタイル

にはまりさえすれば、施設の数がある程度増えたとしても、自分のスタイルにあったところに行かれると思います。そのポイントになるのが、人ではないかと思います。手厚くするわけではなく、コミュニケーションがあって、そこに来ることがお客さまにとって楽しみであるとか。働く方には、そういうことがやりがいにつながると思うんですよね。労働環境の観点としては、今はまだ厳しいという話で済んでいます。5年、10年後になると、いよいよ労働人口が減って、我々の業界に人が回ってくるかということを心配しております。

採用について、人材をどのように確保して育てていくかという話をお聞かせいただけますでしょうか。

望月 はい。私はずっと考えていることなのですが…私たちの場合、アルバイトの方をパートナースタッフと呼んでいるのですが、パートナースタッフや業務委託の方など、社員とは違う働き方があります。ライフスタイルもそれぞれで変わることがありますし、いろいろなやり方・関わり方、雇用形態でネサンスに、もしくはスポーツクラブに関わってくれる方々がいて、その方々が働きやすい環境をどのようにつくっていくかが重要だと思っています。特に女性の場合、実は優秀な方がまだまだ働けていないという状態があります。

「この一回のレッスンで」とか「この時間だけ」という方々が、もっと力を出していただければ…社員の制度を整えていくことももちろんですが、そのような方々がやりがいと働きやすさを持って働き続けられる環境づくりが重要だと考えております。ヘルスケアスタッフという業務委託のスタッフの方々に全国で登録していただいているのですが、その方々の力を借りることによって各地域の事業が広がります。

ですから、そのような方々がもっと働きやすいように環境を整備していきたいですね。

これについては女性だけではなく、シニアにも同じことがいえると思います。いろいろな働きやすい雇用の仕組みをつくるのが、事業の活性化につながっていくのではないのでしょうか。

吉田 ありがとうございます。では、室田社長お願いいたします。

室田 人の問題は、どの産業も避けられません。我々の業界はサービス業ですが、人そのものが商品になっている、稀有な業界だと思うんですよね。ここまで人のクオリティーがサービスの品質を左右する業界は、多くはないと思います。ですから、人にフォーカスを当て続けなきゃいけない。そんな宿命を背負った産業だと思います。

いろいろな会社がこの産業の中にもあって、立ち位置もそれぞれあると思いますが、吉田さんがおっしゃるように、5年後、10年後にどれぐらいの人数を採用できるのか。そこに対して、今の事業をどのように調整していくべきかということは、各社で課題はあると思いますから、そこはシビアにやっていないといけないと思います。私の肌感としては、例えば新卒採用の場面では、当社は学生から選ばれる立場だと感じています。今は多くの大学で、『健康デザイン学部』など『健康〇〇学部』といものが設置されています。以前は体育大の学生やスポーツ系の専門学校の方の応募が多かったのですが、新卒採用では体育専科の大学だけではなく、そのような学部からもたくさんのご応募をいただいております。

話が少し戻りますが、業務の横幅を広げておくと、求人に応募してくださる方の幅も広がると思うんです。『スポーツトレーナーになりたい』ということだけではなく「スポーツで地

域の課題を解決したい」という方が増えている。そのようなことを学校で学んでいる方が多いということなのですが、業務の幅を広げることで、そのような方々にも就職先として選んでいただけると感じております。

ですから、働く側がどのようなことを考えてらっしゃるのかということにアンテナを張って、それを踏まえて我々がどのように変化していくのかということ意識すべきかなと考えております。

吉田 ありがとうございます。現在、この業界でも介護や転勤で貴重な戦力がやむを得ず退職される状況が実際に起きています。例えば、家族の転勤についていけないといけないという状況になったが、その地域には自分が働く会社のジムがない。しかし、他社のジムがあるといった際に、人事部長同士で「こんな人材がそちらに行くのですが、いかがですか？」という話ができれば…ということ、先日のFIAの執行理事会の場で室田社長にお話いただきました。このような話ができるのは、FIAの価値ですよね。このようなことを実行していく段階にきていると思います。

せっかくキャリアがあるのに環境のために辞めざるを得ないということは、手段で解決できる場合もあります。お2人の話からすると、まだまだ可能性がある業界だなと思います。室田社長は家に帰れない時代があったとか、望月社長も然り、私たちの頃は1年365日働けと言われていた時代で、私は入ってすぐ辞めたいと思いました。しかし、指導をしていた子どものひと言でこの仕事を続ける決意をしたんです。この仕事でしか味わえないやりがいがあると、私は思うんです。ですから、間口を広げて、この業界にトライしようという人が増えるよう、業界全体で力を合わせてやっていかないと

けない。そのために「こんなことでいいか」というアイディアなどがありましたら、FIA事務局長の松村にご連絡いただけますようお願いいたします。

では、最後にお1人ずつ、エールも含めてメッセージをいただけますでしょうか。

望月 今日はどうもありがとうございました。室田社長もおっしゃっていましたが、フィットネス業界は今後まだまだ伸びる業界だと思っています。ただ、その発想が業界の中だけに偏らないことが大事だと思います。先日、エスコンフィールド北海道に行ってきました。施設の企画から実行を主導された方にご案内いただいたのですが、その方のお嬢さんは以前私たちのスポーツクラブに通ってくださっていて「スポーツクラブって本当にいいよね。子どもの成長を目の前でみることが出来る。こんな場所は他にない」とおっしゃってくださったんです。ただ、最初はとても入りにくいと。エスコンフィールドは野球に興味がない方でも行きやすいんですね。シート

のチケットを買わなくても中に入ることが出来ます。こんな発想が大事なのではないでしょうか。スポーツクラブは「見学に行く」という意思を持った人しか中に入れない。しかも予約が必要だったりしますよね。でも、入ってみて「自分の思っていたところとは少し違うなと感じても、勧誘されたらどうしよう」とかいろいろ考えて、結局行かないという方もたくさんいらっしゃるんじゃないかなと思っています。そういう意味で、もっと開かれたクラブになることが重要だと改めて感じているところです。

いつでもさらっと入ることができ、気軽に試せるクラブをどのようにつくっていくか。ハードの問題だけではなく、どのように使ってもらいかなどもしっかり考えて取り組む必要があります。自分たちの業種の人たちはもちろん、他の業種の方々と組むことによって、別の顧客に来ていただけるのでは…と。いろいろな方の力を借りることによって、さらにフィットネス業界が活性化できるのではないのでしょうか。ぜひ皆さんと一緒に、そのような取り組みができれば嬉しく思います。本日はありがとうございました。

吉田 では、室田社長お願いいたします。

室田 私も望月さんに共感する部分があります。私はこの業界が好きでずっとやっているのですが、人に何かをして感謝されるのが大好きという方が集まっている業界だと思います。ですから私自身も仕事をしていてとても気持ちがいいですし、そういう思いは顧客・クライアントにきちんと届いてきたのではないのでしょうか。ただ、望月さんもおっしゃっていましたが、自分たちの常識や枠にとらわれていると、その延長線上には間違いなく未来はないと思います。少し軸をずらして

みるとか、視点を変えてみるとか。「あの地域では何か一緒にできるネタがないかな」と外部と関連づけて考えてみると、ヒントが見つかるのではないかと思います。

ルネサンスさんや当社のような会社ではなかなかタッチできないような、地域ごとの学校の事情があったりします。しかし、その地元のスポーツクラブだったら、学校の部活動などに対してきめ細かく関われる、という場合もありますよね。いろいろな会社の、それぞれの立ち位置や考え方がある。多様性があるということは、とてもいいと思います。何がいま社会で起こっているのかアンテナを張っていると、ビジネスチャンスも転がっていると思います。そこにこの業界の生きる道があるのではないのでしょうか。

最後に私が言いたいのは、あまり自分たちを悪くとらえすぎないしてほしいですね。この業界には総合型のクラブもあれば公共施設もあるし、小型のジムもあります。日本のフィットネスの参加率は、とくに10%を超えていると私は思っています。自分たちのやってきたことに自信を持って、前向きに考えてほしい。「こういうことができるんじゃないの」と考えていけば広がりもありますし、その先に向かっていければいいなと思っています。これは特に私がお伝えしたかったことです。

吉田 ありがとうございました。今回のファシリテーターをお受けする際、クリエイティブなファシリテートはやめよう、ヒューマン的に、血の通った、泥臭い進行にしようと思っていました。本日はお2人から本質の部分や生の心の声も含めてお聞きできて、本当に有意義な時間だったと思います。

改めましてお2人に盛大な拍手をお送りください。皆さま、お忙しい中、ご参加いただきましてありがとうございました。



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

2025年(令和7年)度東京スポーツドック ～スポーツを通じた健康増進事業～

フィットネス体カテストの活用については、FIA加盟クラブ様における事業の延伸を第一義としての活用を基本としていますが、結果としてその目的に帰結する取り組みとして自治体や健康保険組合連合会様での活用も積極的に推し進めています。

そうした中でも東京都様におかれては、いち早く2023年度から主催される複数のスポーツ振興、健康増進関連行事において、その中心にフィットネス体カテスト測定会を据えていただいています。それが『東京スポーツドック～スポーツを通じた健康増進事業～』です。

このイベントは毎年、少しずつ実施対象を変えながら、幅広い層の生活者へのアプローチを試みられており、FIAが全面的に協力させていただいています。

今年度は特に“在京企業にて働く方々への運動促進の提案”をテーマに、大手企業10社2,000名の参加を目標に測定会を実施しています。

すでに4社でのスポーツドックが実施され、800名近い方々が体力測定の実施とその結果を基にした健康アドバイスを受けられました。

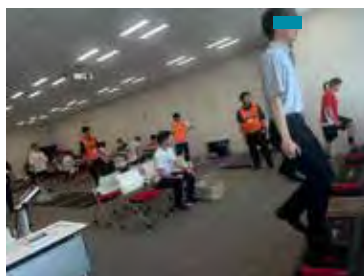
FIAは計画段階から全面的にサポート参画しており、実際の現場においてはFIA加盟企業で普段から積極的に体カテストを活用いただいている企業から試験監督官を派遣いただいて、安全かつ効果的な測定会の管理を担っていただいています。

【今年度の東京スポーツドック体力測定会実施対象企業】

東京スポーツドック2025 体力測定会実施企業	
1	株式会社INPEX
2	日本電子株式会社
3	ケイアイスター不動産株式会社
4	太陽誘電モバイルテクノロジー株式会社
5	やまびこ株式会社
6	日清食品ホールディングス株式会社
7	横河電機株式会社
8	アクサ生命保険株式会社
9	日本航空株式会社
10	エームサービス株式会社



体力測定、体組成測定、血管年齢測定それぞれの結果をもとに、熟練した健康運動指導士が的確な運動実践を中心とした健康アドバイスを実施



忙しい方々であることを前提に、一人でも多くの方にご参加いただくために、測定参加に適したシューズの確認のうえ、服装に関してはなるべく許容範囲を広げてご参加いただいています。

今日までに実施いただいた企業各社の関係部署のご担当者様の反応としては、総じて好評です。

今までのように単に私生活における運動を呼び掛ける活動や、ウォーキングイベントの実施のような単発の運動機会の提供ではなく、こうした行動変容につながる機会の提供を今後も検討していきたいという声もお聞きしています。

FIAではこのような取り組みに積極的に関わり、その先に加加盟企業様の独自事業にバトンタッチしていくことを常に目指しています。

まだ、フィットネス体カテスト基本契約（無料）を締結いただけていない正会員企業様におかれましてはご参画をお待ちしています。

利用申し込み方法

以下よりフォームより利用開始の申請をお願いいたします。



<https://forms.office.com/r/T8YZf3DMw1>
施策詳細・マニュアル等はFIAHP ログイン環境内に格納しています。
<https://fia.or.jp/public/25104/>



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

フィットネスクラブ・マネジメント技能検定

★試験日:2025年11月21日(金)22日(土)23日(日)から日時選択可

受検申請方法:WEB申込み **申込み締切り:10月11日(土)**

★受検会場:全国47都道府県内テストセンターを選択可

★受検料(課税なし)

3級学科・実技合計:11,600円、2級学科・実技合計:16,000円

1級学科:8,900円

★試験方式:2025年よりCBT試験(テストセンターのPC操作で受検)

2017年度(第1回)からの2024年度までのFCM累積数

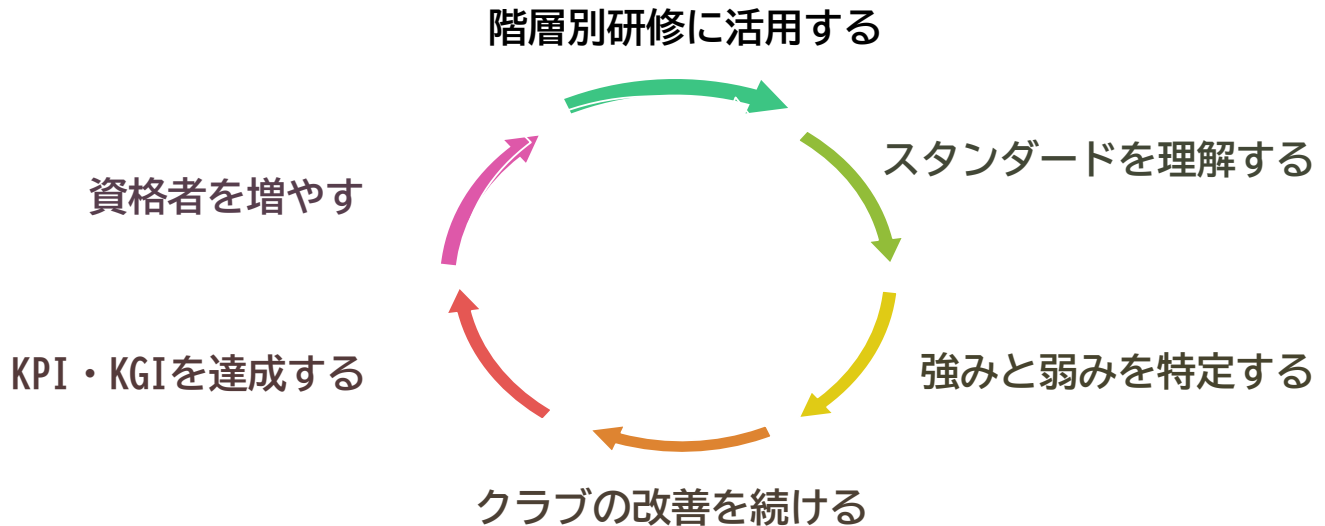
対象級	受検者数	技能士数	合格率
1 級	758名	121名	16%
2 級	2,500名	1,073名	43%
3 級	12,495名	6,353名	51% (80%)
合計	15,753名	7,547名	48%

・社会人の3級合格率は、80%です!

2

アイレックススポーツライフ株式会社の成功事例

FCM活用サイクルを回し、会社最高業績達成



FCM活用の具体的内容:

支配人・副支配人クラスを対象とした研修に、FCMのテーマ別内容を取り入れて実施。

目的:

支配人・副支配人がクラブ全体に関する知識、理解を深め、生産性・業績の向上を図ること。

研修内容の特徴:

フィットネスビジネスにおけるスタンダード(基準となる知識・スキル)が学べる点。

FCM学習・活用による効果:

基準となる知識の理解を深めることで、自社および各クラブの特色、強み、弱みを正しく認識できる。

強みを活かすことで、環境の変化や競争の激化にも対応できるクラブづくりが可能になる。

KPI・KGI達成への貢献:

全店舗で実施される週次会議(全社員)において、支配人・副支配人がファシリテーターとしてKPI進捗確認と対策協議を進行する役割を担う。

FCMで培われた知識・スキルがあることで、標準と比較して店舗の強みと弱みが見える。(複眼視点)
ゴール(目標)に向かって、強みを活かすにはどう進めば、何をすれば良いか

仮説=対策が週次会議で立てられる。

仮説=対策の有効性を測るKPIの設定し、その進捗によって、週次会議で対策の修正を行う。



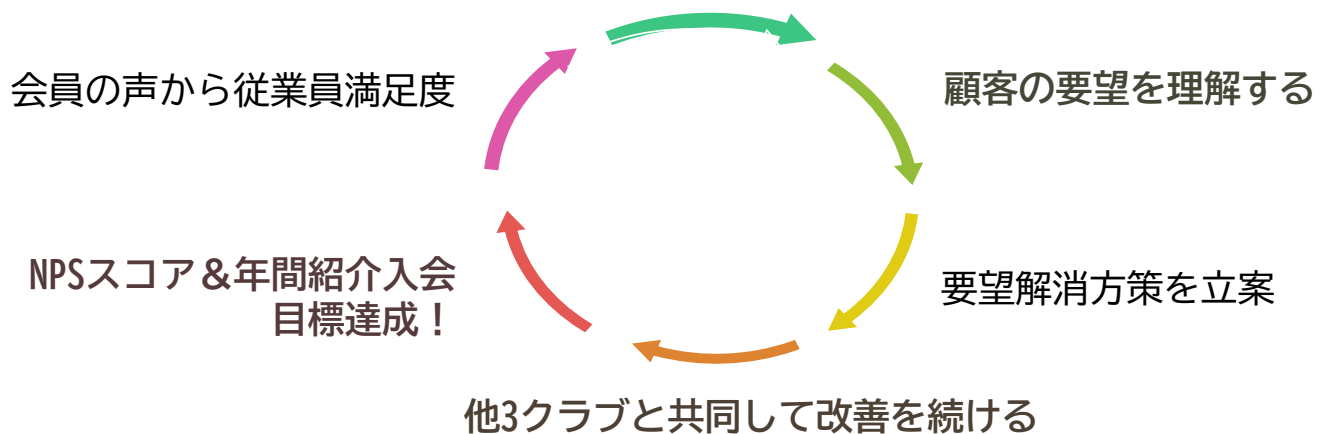
ポイントは有効な仮説=対策が立てられること。

3

スポーツクラブNAS株式会社の成功事例

FCM活用し、会員満足度、従業員満足度、店舗業績、同時目標達成!

新社長方針顧客満足実現へNPS実施



FCM活用の具体的内容:

顧客満足度を測定するために、FCMで学習したNPS(ネットプロモータースコア)をLineアプリで10日間近隣4店舗と共同で実施

目的:

会員の要望を知り、NPSスコア向上させて、会員継続、会員紹介入会者で在籍目標達成に繋げる。

FCMの活用ポイント

顧客満足度測定及びその結果を業績に結びつける仮説＝対策を立てる

結果:

2,525件の回答。半分以上の会員がジムのサポート体制に満足していないことが判明した。

ジムサポート体制充実度調査

ジムのサポート体制をアンケートから分析し数値化

半分以上のお客様が満足していないことが判明



NPSはスコアと共にコメントも集まる仕掛け、「スタッフが誰だか判らない」「清掃や消毒に忙しそうで声も掛けられない」……

半年後のNPS再調査に向かって、推奨者(9点以上)中立者(7、8点)批判者(0点～6点)に分けてコメントを集約

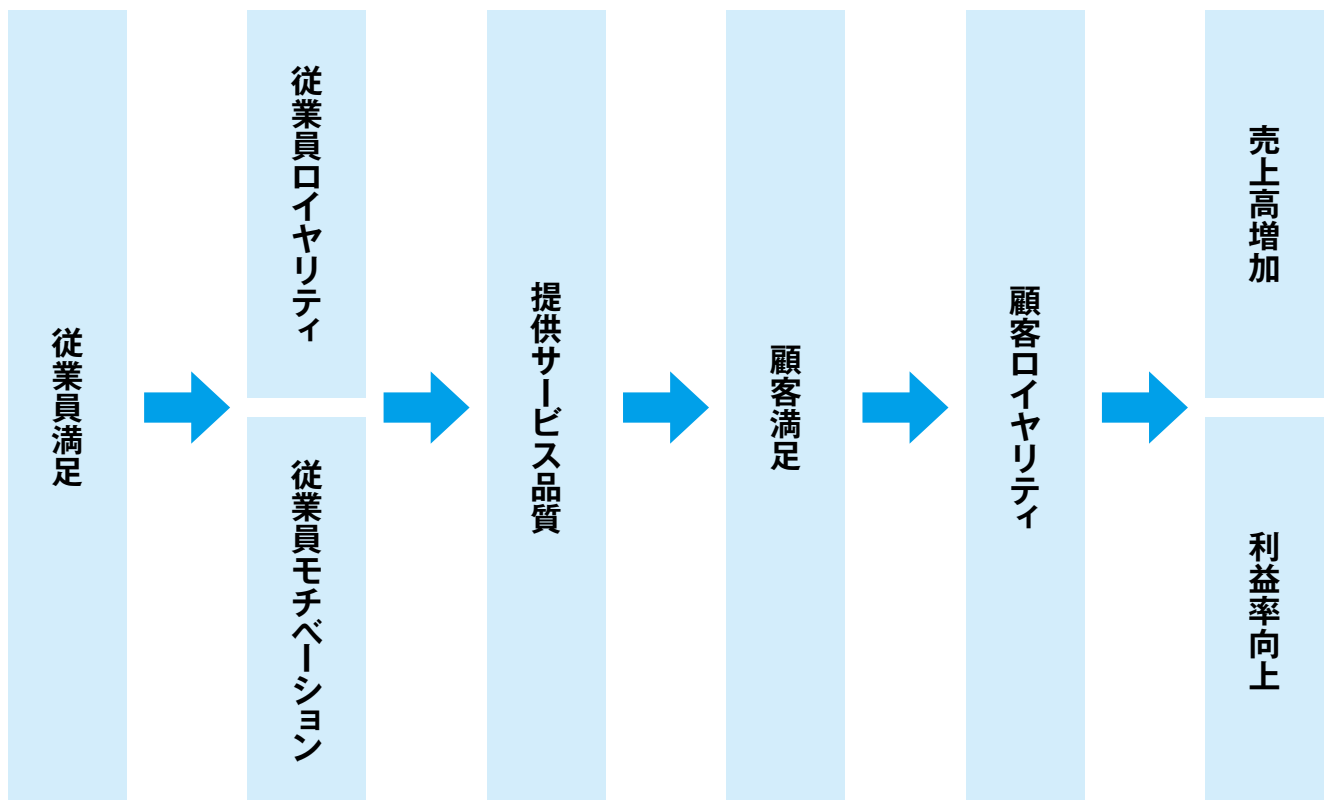
スタッフが判る服装に変更、清掃・消毒の完全ローテ組込み、スタジオプログラム含め、質問相談にその場で対応(安易に他部署に回さない。)



1年後、NPSスコアは推奨者が増え全体11ポイント改善

コメントの集約に苦勞したが、「スタッフが親切になった」等変化を喜ばれている声がとても多く、従業員満足度も向上!

上記内容は、FCMで学習するサービス・プロフィットチェーンの事例です。



FCMテキストには仮説を立てるときに有効な上記のような知識が満載です!

テキスト詳細HP

https://fia.or.jp/fcm_textbook/text_intermediate/

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！

データに基づいたパーソナライズされた ウェルネスへのアプローチ

ウェルネス経済は2025年までに7兆ドル規模に達すると予測されている。
これを受けて、ジムやヘルスクラブは、会員の身体的な健康状態だけでなく、
人生の目標、情熱、病歴にも応えられるよう、変化を遂げている。
そして、その変化の中心にあるのはデータに基づくカスタマイズだ。
パーソナライズされた新たなウェルネスへのアプローチを紐解いてみよう。

筆者 | Jon Feld(ジョン・フェルド) | 翻訳 | 松村 剛

ウェルネスと予防医療が融合

近年、ヘルス&ウェルネス業界は目覚ましい変革を遂げてきました。かつてはフィットネスと外見のみに焦点を当てていましたが、今では個人の健康をより広範かつ総合的に捉えるようになっています。

人々は、エクササイズが身体だけでなく、長期的な健康、精神的明晰さ、そして病気の予防にも有益であることにますます気づき始めています。

こうした認識の高まりは、個人がジム、トレーナー、そしてウェルネスサービスと関わる方法を変えつつあり、パーソナライゼーション、データ主導型サポート、そして予防医療への需要を高めています。

テクノジムのプレス&メディアディレクターであるエンリコ・マナレシ氏は、「私たちは最近、『ヘルスネス』という新しいコンセプトを立ち上げま

した。これは、ウェルネスと予防が融合するものです。人々はもはや美観だけを追い求めているのではなく、生活の質と健康的な長寿に投資しています。そして、今日のAIベースのデジタルテクノロジーは、精密なトレーニングプログラムを処方することを可能にしました」と述べています。

グローバル・ウェルネス・インスティテュートのレポートによると、メン

タルヘルス、パーソナライズされたフィットネス、慢性疾患の早期介入に重点を置いたサービスへの需要の高まりにより、ウェルネス経済は2025年までに7兆ドル規模に達すると予測されています。これを受けて、ジムやヘルスクラブは、会員の身体的な健康状態だけでなく、人生の目標、情熱、病歴にも応えられるよう、変化を遂げています。



テクノロジーとデータが フィットネスを変革する

運営者は、デジタルエコシステムとAIを活用し、会員体験のあらゆる側面（アセスメントからパーソナライズされたプログラム、進捗状況の追跡まで）をカスタマイズするケースが増えています。

これらのシステムは、身体と認知の指標に基づいて、会員一人ひとりに合わせて進化する超カスタマイズされたプランを作成します。これにより、同じ期間内に成果が30%向上し、会員継続率と満足度も向上します。

クラブにとって、パーソナライゼーションはもはや贅沢ではなく、エッセンシャル（不可欠）な要素です。テクノジムのデータによると、このデータ活用モデルを採用しているクラブでは、新規会員が最大30%増加し、継続率が20%向上、さらには二次消費額が100%増加するケースもあります。

より迅速で効果的な成果は、会員と企業の双方にとってより強いロイヤリティと長期的な成功をもたらします。

この進化の基盤となるのはデータです。新しいTechnogym Checkupのような高度なツールは、筋力や柔軟性から認知能力まで、あらゆる要素を評価します。これらの知見は、Technogymの「プレジジョントレーニング」の基盤となります。このトレーニングでは、自宅、ジム、外出先など状況や場所を問わず、ユーザーの進捗状況と

利用可能な機器に基づいてプログラムが自動的に調整されます。

積極的かつ パーソナライズされた 健康への進化

これは、予防を日常の健康に統合するという、より広範なトレンドを反映しています。健康とウェルネスを融合させたヘルスネスは、フィットネスの枠を超え、運動、行動、ライフスタイルを通じた病気の予防に焦点を当てています。究極の目標は、今の健康増進だけでなく、将来にわたって健康的な生活を継続することです。

「病気の発症を事前に予測し、予防する能力は、この10年間で最も劇的な変化です」とマナレシ氏は付け加えます。「パーソナライズされたウェルネスは、より良い結果をもたらすだけでなく、ヘルスケアの未来を再構築するものです。」

フィットネスへの意識が高まるにつれ、フィットネスは従来のルーチンの枠を超え、その範囲を拡大しています。会員は包括的な健康とウェルネスのソリューションを求めています。この変化は、パフォーマンスと長期的な健康の両方をサポートする、パーソナライズされた結果重視の体験への需要を高めています。

こうした期待に応えるため、ウェルネス専門家はテクノロジーとデータに着目しているのです。

ハイパー パーソナライゼーション への転換

「目標設定から追跡、プログラムの調整まで、会員のジャーニー全体を通してシームレスでパーソナライズされた体験を提供することが目標です」とマナレシ氏は説明します。

変化の中心にあるのは、データに基づくカスタマイズです。

例えば、AIを活用したアセスメントでは、身体的要因と認知的要因の両方を評価できるようになりました。これにより、自宅、ジム、旅行先など、ユーザーの進捗状況や環境に合わせて進化する、真にパーソナライズされたプログラムが可能になります。各セッションが最適化され、長期的な成功に向けて持続可能なものとなります。

マナレシ氏は、プロアクティブなウェルネスに未来を見出しています。

「真の力はパーソナライゼーションと適応性にあります」と彼は強調します。

「私たちは、健康問題に単に対処するのではなく、予測し予防する能力こそが現代における最大のヘルスケアの進歩となる可能性があるという、新たな時代に入りつつあります」

インテリジェントなシステムとデータを活用することで、健康とウェルネスは超パーソナライズされた予防へと進化し、今日の生活を向上させると同時に、将来の長寿を促進します。

“

ヘルスクラブにとって、
パーソナライズはもはや贅沢ではなく、不可欠な要素です。

”

業界関連ニュースをイッキ読み!

2025年8月の報道記事より

企業のソフトボール部、市と協定

包装機械の静甲は日本女子ソフトボールリーグに所属する同社のソフトボール部が静岡市と連携協定を結んだと発表した。地域貢献の一環として、スポーツを通じて市民の健康づくりに貢献する。

静甲のソフトボール部には選手20人が所属し、2022年に全日本実業団大会で優勝した。今後、市内の小中学校に訪問して授業をしたり、健康増進を目的とするイベントに参加したりして、子どもの運動能力向上を目指す。

同社のソフトボール部は小中学生を対象にソフトボール教室を開催してきた。25年4月にはボールの投げ方を教えるプログラムを始めた。自治体と連携協定を結んだのは初めてで、同部の斎藤敏典部長は「地域貢献のため活発に活動していきたい」と話した。

(2025年8月6日／日本経済新聞)

中学部活指導、学生が一役 教員負担減へ担い手多様に オンラインで離島にも

公立中学校の生徒のスポーツ活動を地域で担う国の改革が進められる中、大学生が指導役を務める動きが目立ち始めた。体育会所属の学生らが参加し、指導者不足の課題と向き合う。ICT(情報通信技術)を使い離島の学校に指導を始めた大学もあり、人材の地域格差の緩和も期待されている。

立命館大のバドミントン部は大阪府茨木市と連携し、中学生に部員が競技を教える取り組みを始める。大学の体育館に中学生を集め、約30人の部員による教室を月1回程度開催。バドミントンの基本動作や戦術を指南する。

「技術面だけでなく、自身の経験を生かし生徒の人間的な

成長を後押ししたい」。同大の久保田高德さん(21)は力を込める。市教育委員会の森山聡指導主事も「年齢が近い大学生とのふれあいを新たな成長の機会にしてほしい」と期待する。

教室は試験運用として、2026年3月まで実施する予定。市が成果と課題を検証し、本格導入を目指す考えだ。

福岡大は23年から、福岡市の公立中学6校で大学生によるスポーツ指導を開始。24年からは県と連携した事業で、サッカーや剣道などを教える。

こうした担い手の移管は「部活動の地域展開」と呼ばれる。放課後や休日の指導で生じる教員の負担軽減につなげるため国が改革の議論を始めた。少子化が進む中でも、多様な活動を存続できるよう地域ぐるみで受け皿づくりを進める狙いもある。

スポーツ庁と文化庁の有識者会議は5月、26～31年度を「改革実行期間」と位置づけ、全学校でまず休日の部活動の担い手を地域に移し、平日も段階的に移行する方針を示した。23～25年度は「改革推進期間」としてモデル事業を実施してきた。

移行が各地で円滑に広がるかどうかは未知数だ。スポーツ庁が24年5月に実施した調査では、回答した約1460の自治体が「課題として認識すること」(上位4つを回答)で最も多かったのが、「指導者の量の確保」(72%)だった。特に小規模自治体で割合が高い傾向がみられた。

指導者やスポーツクラブの有無は、地域により差がある。過疎地などの生徒は部活動の選択肢が限られがちだ。課題を少しでも解消するため、ICTを生かし、人材が不足する地域の子どもの遠隔で指導する試みも出てきた。

東京学芸大の松山講師(スポーツ科学)は今秋、ビデオ会議サービス「Zoom」で中継し、同大陸上部の学生らが部活動の指導にあたる取り組みを始める。まずは試験的に来年2月まで、山間部の公立中学校を対象に実施する。

業界関連ニュースをイッキ読み!

中学への導入に先立ち、東京・八丈島の都立高校生や広島県三次市在住の県立高生、特別支援学校生らにやり投げや走り幅跳びなどを実演する指導をしている。競技者の体の動きを追尾する人工知能(AI)も使い、映像を確認しながら上達のコツを伝えるという。「今までの経験を生かし、積極的に地域展開に関わりたい」と松山講師は意気込む。

指導には参加者のけがや事故、保護者とのトラブルといったリスクも伴う。関西大の神谷拓教授(スポーツ教育学)は「教育委員会による仲介や、指導役となる大学生に事故への対応方法を事前に学んでもらう研修を実施するなど、安心して参加できる仕組みをつくるべきだ」としている。

(2025年8月11日/日本経済新聞)

無人ジム「ライフフィット」、直営店4倍の80店に融資で15億円調達

スタートアップのFiT(フィット、京都市)は運営する無人フィットネスジム「LifeFit(ライフフィット)」の直営店舗を2025年末までに80店と、24年末から4倍に増やす。出店費用に充てるため京都銀行などから融資枠を含めて15億円を借入れた。新株発行による資金調達に依存しない成長モデルを目指す。

フランチャイズチェーン(FC)も24年末の70店強から25年末には170店まで増やし、直営店と合わせて店舗数は250店になる。

ライフフィットは入会金が不要で、月額料金は約3000円とほかの一般的なフィットネスジムと比べると割安。店舗は原則無人で、会員はフィットネス器具を24時間いつでも自由に使える。アプリによる入会システムなどを自社開発し、コストを抑えている。

22年に第1号店を京都市にオープンして以来、急速に拡大してきた。直営店は1店舗当たりの設備投資として数千万円ほど必要になる。フィットはスタートアップながらベンチ

ャーキャピタル(VC)からの資金調達は最小限に抑え、より資金調達コストが低いとされる銀行借入れでまかなってきた。調達額の内訳は累計で株式等による資金調達が約5億円なのに対し、金融機関からの借入れは約25億円に達する。

段階的にフィットへの融資を増やしてきたのが、地元の京都銀行。フィットの加藤代表は「先例がないなかでも、当社のようなスタートアップに融資していただいたことでスピーディーに出店できている」と振り返る。今後も基本的には借入れによる資金調達で店舗数を拡大したい考えだ。30年までに1000店舗体制を目指す。

新株発行の場合は投資家が株式を保有することで、起業家の株式持ち分比率が少なくなることから、スタートアップにとっては長期的な資金調達コストが大きいとされる。ただ投資家は株主としてスタートアップの企業価値を高めるという目標は共通しており、起業家の「右腕」として経営を支援してくれる存在でもある。

フィットの創業初期に出資したVCファンド「THE SEED(ザシード)」の宮城氏は「株式を保有する分、資金だけではなく会社の成長につながる価値をいかに提供するかも重視している」と話す。フィットの加藤代表はザシードに「毎週のように連絡している」と言い、金融機関の担当者の紹介などを依頼している。新株発行と借入れのバランスが重要と言えそうだ。

(2025年8月13日/日本経済新聞)

ゴルフ会員権15年ぶり高値300万円迫る 個人人気・法人接待回復

ゴルフ会員権の値上がりが鮮明で、関東圏の平均価格は15年ぶりの高値を更新した。新型コロナ禍を契機にプレーを増やした個人が高額の会員権に買い替える動きが出ている。法人が接待費をゴルフに回す動きも相場を押し上げる。

業界関連ニュースをイッキ読み!

会員権の取引業界では、会員権が普及した60年代後半から73年ごろ、85～90年ごろのバブル期に次ぐ「第3次ゴルフブーム」になるとの期待もある。「投資目的が多かったバブル期と異なり、純粋なゴルフ好きが増えており、ブームは続くともっている」(東京都のゴルフ場関係者)

関東ゴルフ会員権取引業協同組合がまとめた7月の会員権平均価格(主要150コース)は、前月比0.8%高の292万8000円と2カ月連続で上昇し15年ぶりの高値となっている。

24年の全国のゴルフ場の入場者総数は8793万人と、コロナ前の19年(8656万人)を上回った。国内のゴルフ場数は約2200カ所で、20年以降大きな変動がない。

ゴルフ場は会員の予約が非会員よりも優先される。資金に余裕のある中高年層を中心とした個人が予約の確保やよりよいプレー環境を求め、会員権を複数保有したり、予算を上げて購入したりしている。

国内上場企業の好業績で法人の接待需要が堅調との一面もある。

(2025年8月17日／日本経済新聞)

保険と防犯カメラでカスハラ対策 損保ジャパンとUSEN系

損害保険ジャパンとU-NEXT HOLDINGS子会社のUSENカメラソリューションズは、顧客による迷惑行為「カスタマーハラスメント(カスハラ)」対策に取り組む。USEN社の防犯カメラを導入する企業に対し、カスハラ対応でかかる弁護士費用など最大140万円を補償するサービスを販売する。

カスハラを抑止するために防犯カメラを導入する中小企業が増えている。録画した映像記録はカスハラの証拠になり、従業員を不当なクレームから守ることができる。これまでは従業員が金品を盗む万引き対策で防犯カメラを利用する企業が多かった。

カメラ導入企業に対して、損保ジャパンのカスハラ相談

窓口を提供することで、カスハラの事後対応も支援する。弁護士費用のほか、顧客の物を壊した際に企業が負う賠償責任の費用を補償するサービスも付ける。損保ジャパンのサービスを利用するにはカメラ本体とは別に月1000円程度かかる。

(2025年8月18日／日本経済新聞)

日本テレビが初の直営ジム AI搭載マシン導入 多店舗展開も

日本テレビホールディングス(HD)傘下の日本テレビ放送網が9月、フィットネスジム「WELL HACK GYM(ウェルハックジム)」(神奈川県藤沢市)を開業する。同社直営のジムは初めて。1年で1000人の会員登録を目指す。日テレ傘下のティップネスを運営主体としたウェルハックジムの多店舗展開も視野に入れる。

約1000戸が集まる住宅地「Fujisawaサスティナブル・スマートタウン」内の商業施設に9月1日オープンする。24時間営業。登録料5500円と月会費7920円で好きな時間に利用できる。

フィットネスマシンエリアは、ドイツメーカーによる機器「milon(ミロン)」シリーズを設置。筋力アップや有酸素運動を目的としたマシンが12台。AIを搭載しており利用者が機器にカードをかざすと、利用履歴や筋力の変化を記録する。

日テレHDウェルネス事業部の渡辺部長は「トレーニングではなく、リカバリーやコンディショニング、ジムでのコミュニティづくりに重点を置いた新しいコンセプトのジム」と語る。筋肉量の増加を目的とした従来型ジムと異なり、体を動かすことによる肩こりや腰痛の改善、リラックス効果を提供する。

ストレッチやピラティスの機器、追加料金で使える水素カプセルも用意。体を鍛えるだけでなく、ジムで「ととのう」体験を求める層にも応える。

業界関連ニュースをイッキ読み!

日テレHDのウェルネス事業は、ティップネスが手掛けるフィットネスクラブが主な収益源。28年3月期には事業売上高を25年3月期比で5割増の400億円まで伸ばす目標を掲げる。日本テレビ放送網によるジム新ブランドで、事業拡大へのはずみをつける。

(2025年8月19日／日本経済新聞)

日本陸連、人権ポリシー策定へ 誹謗中傷・迷惑撮影など根絶めざす

日本陸上競技連盟が暴力やハラスメント、SNSでの誹謗(ひぼう)中傷、迷惑撮影などの根絶へむけて独自に人権ポリシーや行動規範を定めることが分かった。国内の競技団体としてはまだ数少ない試みとなる。

9月開幕の世界陸上東京大会を前に、世界陸連の考え方をベースに策定。選手や指導者だけでなく、ボランティアや保護者なども含めた陸上に関わるすべての人を対象に、期待される行動基準や目指すべき姿を明確化する。日本オリンピック委員会(JOC)や日本スポーツ協会任せにせず、競技団体レベルで取り組むことで陸上界全体への浸透を図る。

日本陸連は「世界陸上をきっかけに、スポーツを通して社会にもしっかりとメッセージを伝えていく必要がある」としている。

(2025年8月19日／日本経済新聞)

学校での活動や 登下校中のけがや病気を補償 災害共済給付

工作中的のけがは、労災保険から補償が受けられるが、児童や生徒にも授業中や休み時間、部活動・修学旅行、さらに登下校中や寮生活など「学校や園の管理下」(以下、学校)で起きた災害に、日本スポーツ振興センターによる「災害共済給付」の補償がある。

対象となる災害で多いのはけがだが、熱中症や給食による食中毒、障害、死亡なども補償される。学童保育帰りのけがや、修学旅行中に体調を崩して病気で受診した場合も対象となる。

給付金は、医療費が5000円(3割負担で1500円)以上の場合に請求できる。給付額は、実際に支払った負担額と医療費の1割分の付加支給額との合計額。つまり、支払った医療費よりも多い給付金が受け取れる。

例えば、医療費で5000円かかり、窓口で3割の1500円を支払った場合は、自己負担した1500円に医療費の1割分の付加支給金500円が上乗せされ、合計2000円が受け取れる。

ただし、この給付と多くの自治体で実施している「18歳までの医療費助成制度」は、併せては利用できないこともあるので、学校・自治体に確認する必要がある。

2024年度の災害共済給付(負傷・疾病)の発生率は、小学校4.47%、中学校7.49%、高校5.89%。制度の加入率は高く、小・中学校で99.7%、高校でも97.9%に達している。

1年間の掛け金と保護者負担の割合は、保育園350円・幼稚園270円(保護者負担は6～9割)、小・中学校920円(同4～6割)、全日制高校2150円(同6～9割)となっており、保護者負担分以外は学校等が負担する(保護者負担分を自治体が負担するところもある)。

(2025年8月22日／日本経済新聞)

フリーランス法 「サービス業に警鐘」

フリーランス法の順守に関し、企業はどんな点に留意すべきか。早稲田大学の中里准教授(経済法)は、「下請法に関する摘発は製造業が中心だった。フリーランス法は『サービス産業への警鐘』ととれる」と指摘する。サービス産業では労働集約型で、中核業務をフリーランスに委託する企業があるためだ。

業界関連ニュースをイッキ読み!

特に「以前と同じ条件で」などと取引条件を明示しないケースは要注意。弁護士は「運送やリラクセーション、スポーツ、文化・芸能関係などの業界で問題がある企業が散見される」と指摘する。これまで公取委が社名を公表した3社はいずれも業界大手だが、公取委の担当者は「規模だけで見ているわけではない」と強調する。勧告を検討する際の判断基準として「行為の悪質性や被害を受けているフリーランスがどの程度いるか」を挙げる。

もし勧告を受け、社名が公表されると、その企業の評判が著しく落ちる恐れがある。取引の現場担当者が十分に法的な義務を果たしているか、これまで以上に丁寧な確認が必要になる。

(2025年8月25日／日本経済新聞)

カスハラ通報でセコム警備員駆けつけ 企業向けアプリ開発、録音も

セコムは従業員が顧客によるカスタマーハラスメント(カスハラ)を受けた際に、録音や通報ができるアプリを開発した。上司へ録音内容や位置情報を即座に共有でき、必要があればセコムの警備員が駆けつける。10月から実証実験をし、2026年7月の正式発売を目指す。

アプリは「iPhone」と腕時計型端末「Apple Watch」に対応する。トラブル発生時は、まず従業員がアプリを通じて上司に通報し、社内で対処する。上司の不在時や緊急時は、従業員自らセコムへ対応を求めることもできる。セコムの警備員は必要に応じて警察へ通報する。

顧客訪問時など安全確認が難しい場合にも対応でき、従業員の安心につなげる。録音データはクラウド上で管理し、客観的にトラブルを確認できる。被害を受けた従業員が何度も事情聴取を受ける必要がなく、2次被害も防ぐ。契約は1アカウントあたり約1500円を予定。26年度には企業にカスハラ防止措置を義務付ける改正労働施策総合推進法などが施行されるため、需要は大きいと判断した。

(2025年8月27日／日本経済新聞)

スポ庁長官、河合氏で調整 競泳のパラ金メダリスト

9月末に任期満了となる室伏スポーツ庁長官の後任は、日本パラリンピック委員会(JPC)委員長の河合純一氏(50)になる見込み。河合氏は全盲で、競泳男子視覚障害クラスの金メダリスト。1992年バルセロナ大会から6大会連続で出場し、5個の金を含む21個のメダルを獲得した。21年の東京パラでは日本選手団団長を務めた。スポーツ庁長官はこれまで鈴木大地氏、現長官の室伏広治氏と五輪金メダリストが続いていた。

(2025年8月30日／日本経済新聞)

スポーツ塾、元選手が特化型指導 プロの技伝授

野球の打撃や守備、ラグビーのキックなど、専門のスキルに特化して指導する「スポーツ塾」が増えている。子どもの育成の高度化で需要が高まり、プロなどで活躍した元選手のセカンドキャリアの場にもなっている。費用がかさみ、家庭の経済状況に左右される格差を生む問題もはらむが、スポーツビジネスの新たな形として注目を集める。

愛知県一宮市の屋内練習場でプロ野球千葉ロッテの育成選手として2023年までプレーした速水将大氏のレッスンを受ける中学生3人は90分間、マシン打撃やトスバッティングなどもっぱら打撃練習で汗を流した。野球スクール「かっ飛BASE! BALL Academy」。

23年に開業した同スクールは、オリックスで204本塁打を放ったT—岡田氏ら、元プロがコーチ役に名を連ねる打撃専門の野球塾。素振りもひたすらバットを振るのではなく、全力で振り切れる回数を勧めるなど、現役時代から打撃を武器とした指導者が一人ひとり特色のあるコーチングを心がける。週2回、8回つづりのチケットでは、1回当たり5500円でレッスンを受けられる。

中学2年の渡辺湊さんは打撃向上のため週1回通う。父

業界関連ニュースをイッキ読み!

親は「プロ経験者ならではの深い指導でやる気も高くなっている」と実感する。

元西武ライオンズで守備の名手永江恭平氏は、24年7月に内野守備特化のスクールを開いた。小5～中3が対象で内野守備に必要なトレーニングやバランス感覚などを学び、ゴロの捕球などの実践も行う。個性に合わせた細かな指導の評判が広がり、受講生は当初の10人程度から約60人に増えた。

特化型スクールが増える背景には、子どものスポーツ現場での競争激化がある。動作の測定機器の普及など、テクノロジーの進化もあって子どもの育成はより高度で専門的になった。「一芸」を磨いてチームでのレギュラー争いを勝ち抜こうと、特定の技術を高める指導への需要が高まっている。

スポーツ産業に詳しい神奈川大学の大竹弘和教授は「需要が増えれば元プロ選手がスキルを発揮できるセカンドキャリアの場にもなる」と話す。教員の負担軽減のため国は部活動の地域移行を進めており、民間の担い手として今後も広がる可能性がある。

球種の習得や球速向上をうたうピッチングスクールなど、競技人口の多い野球での開校が目立つが、バレーボールのサーブ専門など競技は多岐にわたる。特定のポジションに絞ったケースもあり「ストライカー・フットボールアカデミー」は主にサッカーでフォワードを務める小学生を対象に指導する。

サッカーJ3でのプレー経験がある友沢剛気氏が代表を務め、受講生は利き足と逆でもシュートを打てるように両足の筋肉を強化。シュートまでの体の使い方や、ボールを足に当てるポイントなど、得点を決めるためのすべを学ぶ。

ラグビーの社会人チームでプレーした君島良夫氏が16年に立ち上げたのが、キックを専門に教える「Japan Elite Kicking (JEK)」だ。キックを得意とする12人のコーチを派遣する出張型の塾として、出張費別で1時間3万円で受講できる。

「ラグビーのキックは試合の勝敗を左右するにもかかわら

ず、日本には専門で教えるコーチがいなかった」と君島氏。ボールを蹴る角度や下半身の使い方などのノウハウが学べ、年300～400回程度の依頼があるという。小学生から年3回ほど受講する中2の父親は「小学生のころからキックが武器になった」と話す。

裾野を広げる専門塾だが、1時間当たりのレッスン料は数千円が主流で、1万円を超えるものもある。スポーツ庁の調査では、地域の有志らによる運営も多い「総合型地域スポーツクラブ」の平均会費は24年度で月1494円。こうしたクラブや部活動に比べると費用は高額で、経済的余裕がない家庭には厳しい出費だ。

「子どものスポーツ格差」の共著がある筑波大の清水紀宏教授は「特化型のスクールは人口が多い都市でしかかなり立ちにくく、地域間格差が生まれる可能性もある」と指摘。競技力向上が進む一方、夢のプロ選手への道も家庭環境次第、という格差が生まれかねない懸念もある。

(2025年8月30日／日本経済新聞)