

Fitness Industry Association NEWS

2025年（令和7年）10月15日

発行：一般社団法人 日本フィットネス産業協会
Tel.03-5207-6107 Fax.03-5207-6108
E-mail:info@fia.or.jp
https://fia.or.jp/



CONTENTS 目次

今月のトピックス

SPORTEC in 東京 FIAセミナー③

**FIAセミナー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～ 前編**

《パネリスト》

妹尾有信氏 (株)ティップネス 執行役員 経営マネジメント本部 副本部長 FIA事業責任者会議 議長

山中博樹氏 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

林政貴氏 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

《ファシリテーター》

松村剛氏 一般社団法人日本フィットネス産業協会事務局長..... 2

Information FIAからのお知らせ

①FIAマスターススイミング選手権大会

②Wellness Tokyo2025について(ご紹介).....11

FIA全国カラダ年齢測定 レポート②④ —フィットネス体力テスト—

実施件数が16,000件を突破!

体力テストのラインアプリの追加開発が完了しました!.....12

FCM検定コーナー

トピックス フィットネスクラブ・マネジメント技能検定

受検の役に立つ「過去問解答解説集」についてのご案内.....14

新規加盟企業紹介

正会員企業 株式会社フローバウエルネス.....19

第237回FIA理事会報告 20

Health&Fitness Association グローバルレポート

成功の秘訣 前編 26

ダイジェスト版 業界関連ニュースをイッキ読み 29

FIAセミナー総合型クラブの 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～

前編

2025年7月31日(木)、11:00～12:30 会場:東京ビッグサイト



《パネリスト》

妹尾有信氏 (株)ティップネス 執行役員 経営マネジメント本部 副本部長 FIA事業責任者会議 議長

山中博樹氏 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

林政貴氏 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

《ファシリテーター》

松村剛氏 一般社団法人日本フィットネス産業協会事務局長

コロナ禍後、全体としては店舗数、売り上げともに順調な伸びを見せているフィットネス業界。実際には二極化が進んでいて、特に総合型は苦戦を強いられている店舗も少なくない。

さまざまな業態の知見を取り込み、業界を横断して議論を重ねているFIAの事業責任者会議から、妹尾議長、山中副議長、林政貴副議長の3名にお越しいただき、業界の現状分析と今後に向けた課題をご紹介いただいた。今号と次号では、総合型の業容回復と持続的成長に向け、現場起点の課題と解決策を探り、業界全体のアクションへとつなげていきたい。

松村 皆さま、本日はご多忙の中、私どもフィットネス産業協会でご提供させていただき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。『FIAセミナー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～』と銘打ちまして、セミナーを進めていきたいと思ひます。よろしくお願ひいたします。

事業責任者会議は、昨年度からの取り組みです。私ども日本フィットネス産業協会は業界団体として、加盟企業各社様の事業の延伸並びに、フィットネス業界全体の発展に寄与する取り組みを進めておりますが、行き届いていない部分、今後取り組まなければならない課題等と常に対峙しています。特にフィットネス産業を構成しているのは、総合型の業態だけではございません。ただ、FIAの加盟企業の多くが、総合型の施設を中心としているということもございまして、コロナ禍以降の総合型業態における課題にあえてフォーカスして、お話しさせていただきたいと考えております。よろしくお願ひいたします。

本日ご登壇いただいております皆さまをご紹介させていただきます。この事業責任者会議というのは、議長、そして副議長2名を中心に、FIA加盟企業各社様からクラブ運営事業全般をマネジメントされている責任者レベルの方にお集まりいただいて、議論を進めております。本日は、その議長と副議長に代表してご登壇いただき、これまで会議に於いて議論してきたこと、そしてそこから抽出された課題やこれからの取り組みについて、会議を代表するかたちでお話しさせていただきたいと思ひます。

ご登壇いただいている皆様をご紹介させていただきます。FIA事業責任者会議議長であり、株式会社ティップネス執行役員、経営マネジメント本部副

部長、妹尾有信様です。続きまして、野村不動産ライフ&スポーツ株式会社営業一部長で、FIA事業責任者会議の副議長を務めていただいております、林政貴様です。そして、グンゼスポーツ株式会社執行役員店舗運営委員会委員長で、FIA事業責任者会議の副議長を務めていただいております、山中博樹様です。以上、3名の方にお話を伺いたいと思ひます。

まず最初に、簡単にFIAについてご紹介させていただきたいと思ひます。主な業務としては、国民の健康に関する取り組みの調査研究や、このような研修セミナーの提供、さまざまな情報の提供をさせていただいています。それに、国や自治体とフィットネス産業との橋渡しのためのコミュニケーションが重要な役割でございます。現在、正会員企業様が100社、賛助会企業様100社で構成されています。現在は偶然ぴったりの数字ですが、この8月、9月で、両者とも増える状況になっております。

正会員企業様で運営するフィットネスクラブ様が、受託施設も含めて4,279という施設数になっております。先ほども少し触れましたが、FIAフィットネス産業協会としての取り組みの一つが、各省庁、国への働きかけであり、具体的には経済産業省ヘルスケア産業課やスポーツ庁健康スポーツ課、厚生労働省、消費者庁への働きかけ等となります。

コロナ禍では、自粛要請がいち早くフィットネス業界には出されましたが、フィットネスはエッセンシャル社会的な機能であるということをご理解いただいて、休業要請の解除への働きかけを行いました。その過程でやはり政治への働きかけは必要だということになりまして、各方面の助言をいただきながら、スポーツ健康産業推進議員連盟という議員連盟を立ち上げていただくなどの活動を行っています。最近

では、パーソナルジム等での事故や契約上のトラブルが非常に多くなっているということで、消費者庁との取り組みも始まっています。もちろん、ほとんどのパーソナル指導のサービス提供が正しく安全に運営されているということは重々承知の上ですが、一部でトラブルが起きていますので、情報が正確に世に伝わるように調整することも我々のミッションだと思いますので、そのような活動にも対応しております。

また、スポーツやフィットネスに係るさまざまな団体等がございます。それらの団体とのコミュニケーションにも、必要に応じて取り組んでおります。特に最近では、日本スイミングクラブ協会様とは、部活動や授業の水泳の移行などについて、密にコミュニケーションを取らせていただいています。ざっとですが、私どもFIAというものがどのような取り組みをしているのかご説明させていただきました。それでは、本題に入らせていただきます。

山中副議長と グンゼスポーツについて

山中 皆さん、初めまして。グンゼスポーツの山中といいます。本日はよろしくお願ひいたします。私の紹介と会社の紹介をさせていただきます。私はグンゼスポーツ株式会社の店舗運営委員会という組織の委員長をしております。あまり聞き慣れない肩書きだと思いますが、グンゼスポーツは委員会制を取っております。簡単に言うと、トップダウン方式ではなく、自分たちで物事を考えて、決めて、実行していく。これを進めていく役割となります。今日はFIAの事業責任者会議の副議長ということで登壇させていただいているのですが、その会議に参加させていただいた時に議長は妹尾さんに決まりましたが、誰か副議長をする人はいませ



山中博樹氏 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

んか？ ということで、誰も手が挙がらない。そこで、「やります」と手を挙げたところ、いろいろあってここにいうという状況です。

弊社はグンゼスポーツ株式会社と申しまして、兵庫県尼崎市に本社があります。グンゼ株式会社の100%子会社です。肌着が一番有名な会社ですが、その中のライフクリエイティブ事業部にグンゼスポーツ株式会社があります。ライフクリエイティブ事業部としては、スポーツクラブの運営を国内で15店舗、カンボジアで3店舗展開しています。他には、ショッピングセンターやスーパー銭湯の運営なども行っている事業部でございます。グンゼスポーツの事業グループビジョンとしては、エッセンシャルサービスの提供で地域になくてはならない存在になること。これは、2030年に向けたグループビジョンなのですが、グンゼスポーツは全国にたくさん店舗を持っているわけではありませぬので、あくまで地域に対して、なくてはならない存在になるといったところを目指して事業を展開しております。

主な取り組みとしましては、各社さんと同じかと思いますが、ジュニアス

クールの拡大で、ここは裾野の拡大と在籍期間の延伸を主に注力してやっております。フィットネス事業につきましては、差異化していきます。特にプログラムで差異化していくということと、マシンジムは昨今の在籍事情にも合わせて、最適化を進めていっているという状況です。他には事業領域をどのように拡大していくかといったところで、教育機関や自治体との連携などを手がけ始めております。今日は皆さ

んと共に学びを深められればと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

林副議長と 野村不動産 ライフ&スポーツについて

林 初めまして、野村不動産ライフ&スポーツの林と申します。 よろしくお願いたします。本日はFIAの事業責任者会議のメンバーとしてお話をさせていただければと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

私は現在、メガロスを中心とした店舗のマネジメントを複数店担当しております。メガロスの中でもフルスペックの総合クラブを関東、そして東海エリアで見ているという状況でございます。私はこの会社に新卒で入りまして、もともとはスイミングのインストラクターをしておりました。そこから現場でチーフ、副支配人、支配人と現場を中心に担当し、現在は本社で店舗のマネジメントをしております。入社以来、営業部門一筋でありますので、いかにお客さま視点で、同時に現場と本社をつないでいくかということに取り組ん



林政貴氏 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

であります。

当社を簡単にご紹介させていただきます。当社は、スポーツクラブ「メガロス」を中心にフィットネス、キッズスクール、またイベント事業やプロテインコーヒーを主力商品とした物販事業、PPP含め運営受託、さらには法人向けのソリューションなど多様なサービスを展開している企業でございます。また『i Kids Star』という幼稚園をメガロス町田、メガロス武蔵小金井の施設内で2店舗オープンしている状況でございます。また現在は「Life &」をテーマに、街の健康インフラとして、街と人をつないで、お客さまの生活に寄り添って、新たな価値創出を目指しております。簡単ではございますが、本日はよろしくお願いいたします。

妹尾議長とティップネス、事業責任者会議について

妹尾 改めまして妹尾でございます。よろしくお願いいたします。私がフィットネス事業と関わるようになったのは、1985年博多駅にエグザス博多というジムスタ型のクラブがオープンしまして、そこで学生時代にアルバイト

をしたのがスタートでございます。85年で20歳でしたが、今年で私は60歳になりますので40年間この事業に携わってまいりました。なんの因果か、この度、事業責任者会議の議長という大役を仰せつかりまして、会議で話し合われているさまざまな内容を皆さまに披露することになりました。僥越ながら少しでもこの業界のためになればということで臨んでいる次第でございます。

ティップネスには2002年に転職しまして、初めはマシン販売事業部に配属になりました。皆さんのお店に営業にお邪魔したこともあるかもしれません。その後は、営業ライン、店舗、営業推進部に約14年ほどおりました。その後は新規事業企画、オンライン事業企画、FASTGYM24事業部を経て、昨年まではフィットネス事業本部を担当しておりました。

今年からキャリアで初めて管理部門を担当するという事で、若干戸惑っているのですが、これまでの経験を活かしながら、経営マネジメントにもなんとか領域を広げて、この業界のためになればと考えている次第でございます。

それでは会社の紹介もさせていただきます。

株式会社ティップネスは、1986年にサントリーの社内ベンチャーで設立され、87年に渋谷に1号店を開業しました。2001年に丸紅グループの株式会社レヴァンと合併して、今に至ります。合併直後は、今やリーディングカンパニーのルネサンスさんを抜いて第3位に浮上したとぬか喜びしておりましたけれども、いつの間にか順位は気にしなくなっております。笑

その後、大人のクラブだったティップネスがスクール事業を強化したり、2013年には24時間ジム業態のファストジム事業に乗り出したり、2014年には「ニッポンを元気に！健康に！」と標榜している日本テレビグループの傘下になり、現在はフィットネスのコアユーザーのみならず日本全国の方を健康にするということをミッションとして事業活動を行っている会社でございます。

最近の強化活動としては、スクール事業の強化として社内の人的リソースをぐっとスクールに振り向けたり、シニア向けの介護予防の事業として『ソナエルトレーニングクラブ』の展開を進めていることでしょうか。これは既存店の全店に導入して、やっと今期、千人規模の会員数を得ることができております。メガロスさんやグンゼさんと同様にはなりますが、OPENTIPNESSという地域さまざまな方々とつながってイベント活動を行い、認知を広めていくなど地域との連携強化を行ったり、行政との連携協定、それから地域のスポーツチームとの連携や支援などを行いながら、何とか地域の健康インフラとしての立ち位置を確立しようと励んでおります。最後になりますが、総合型の事業がなかなかコロナ前までに回復しない状況ではございますが、なんとか新規事業へのチャレンジをしようと、総合店だった埼玉県の草加店を閉鎖し、これまでの延床面積の3分の1、約230坪を使って、



妹尾有信氏 (株)ティップネス 執行役員 経営マネジメント本部 副本部長 FIA事業責任者会議 議長

MiiBA草加店を開業しました。『カフェ、癒し、ときどきジム』というちょっと面白いコンセプトで、24時間ジムながら、女性比率が55%ほどあるというユニークな業態として今後事業拡大を図っていきたいと考えております。

また、フィットネス業界の中でも『ピククルボール』が密かにブームになっていて、当社もご多分に漏れずスタートいたしました。東京タワー直下のピククルボールコートの運営や、ピククルボールのパドルをオリジナルで作って販売する事業も行っています。以上を持ちまして、ティップネスの事業紹介、それから私の自己紹介とさせていただきます。

引き続きまして、今回、私が議長を務めております事業責任者会議に関して少し触れさせていただきます。目的に関しては先ほど松村さんにお話していただきました。FIAの理事会という、業界の偉い方々、経営トップの方が集まっております。その方々は大企業から出向された方も多く、議論としては現場のお客さまから離れたところで行われていました。FIAとしてはなかなか総合業態の業績が上がらない中、現場に近い事業責任者レベルで課題を収集し解決策を導き出したり、FIAとして取り組むべき課題、アクションを顧客目線、現場目線にて答申するといったミッションを受け、この会議が招集されることになりました。

参加企業は18社で、そうそうたる18人のメンバーになります。今日お越しいただいておりますコナミスポーツ執行役員の上柿仁司さんにもご参加いただいて、これまで三回にわたって…事務局の打ち合わせも入ると延べ20時間以上になるでしょうか、総合業態の今後についていろいろと討議を重ねております。参加企業を分類すると、総合型一辺倒ではありません。横軸は本社所在地で3つに分類していま

②FIA事業責任者会議に関して

参加企業、委員 順不同

野村不動産ライフ&スポーツ	林 政貴	営業一部長
コナミスポーツ	上柿 仁司	執行役員施設事業本部長
アイレックススポーツ	大津 輝幸	取締役営業運営本部長
グンゼスポーツ	山中 博樹	執行役員店舗運営委員長
ニチカスクリエイト	桑原 祐一	業務開発部長
COSPAウエルネス	金森 修吾	フィットネス事業部長
ティップネス	妹尾 有信	執行役員フィットネス事業本部長
ルネサンス	野口 宏之	スポーツクラブ事業本部第一営業部長
オックスベストフィットネス	青木 洋介	フィットネス事業部長
石橋産業開発	石橋 和子	代表取締役
ベストパートナー	伊藤 裕久	常務執行役員
フィットイージー	守田 拓記	常務取締役営業統括本部長
セントラルスポーツ	増田 努	総務部長
ビッグツリー	福栄 和則	取締役営業企画開発部長
JR東日本スポーツ	西野 昌子	ジェクサー総合店事業部長
エイム	中川 始	取締役経営企画部長
スポーツクラブNAS	細田 和裕	取締役営業企画開発部長
リパティビル	五十嵐 敬一	マネージャー

参加企業分類

本社所在地	東京・千葉	総	プ	24	大阪・愛知	総	プ	24	地方都市	総	プ	24
多店舗	ルネサンス	○	○		コスバ	○		○	フィットイージー			○
	コナミスポーツ	○	○		グンゼスポーツ	○		○	ビッグツリー	○		○
	セントラルスポーツ	○	○	○	アイレックス	○	○	○	エイム	○		
	NAS	○	○						ベスパスポーツクラブ	○		
	ティップネス	○	○	○								
	メガロス	○	○									
	ジェクサー	○		○								
単独店舗	オックス	○										
	リパティビルクラブ	○							エルブ	○		
	フィットネスクラブ広尾	○										

総：総合型運営 プ：専門店運営 24：24時間型運営

討議希望テーマまとめ

FIAに望むこと（対行政）

フィットネス体力測定者の拡大、データ収集等を通してフィットネス利用者の健康寿命の延伸を確証、可視化し業界のプレゼンスを高める

医療・介護とならぶプレゼンスの獲得

会員であるメリット

入件費、エネルギーコストの上昇に伴う対策

FIAとして業界の持続的成長の実現のため、加盟企業に望む役割をどう示しているのか

フィットネス市場の拡大

サステナビリティ、エコフレンドリーな取組み

コロナ後のビジョンの提示、そのGAP

総合業態の参加率の低さ（ミドル、若年）

総合クラブの価値向上

人材不足、人材確保、採用の課題解決

DX化、AI活用による顧客継続促進策

人口減少時代における業界動向

労働生産性の向上とフィットネスユーザーへの提供価値向上の両立

建前費、キャパシティ投資の最適化

市場価値を高めるためのフィットネスクラブの今後の在り方、存在意義

経営課題

FIAに望むこと（加盟店共同での取り組み）

参加率向上に向け生活圏の参加を大きく促す「ドライパー」となる様な業界施策の共創

ナショナルフィットネス大会を設定しFIA加盟企業によるTVCMなどを活用した啓蒙活動

データの共有と分析を社会課題の解決につなげる

コロナ後の従業員エンゲージメント

各拠点での共同での地域連携事業

従来のプログラム以外の参加率を押し上げるキラーコンテンツの開発

業務の効率化、生産性向上

運営課題

す。縦は多店舗展開しているクラブ、そして単独店舗のクラブ。赤字は総合型クラブのみ運営されているクラブで、緑の字が24時間業態だけのクラブです。24時間業態のみを運営されているフィットイージーさんにもご参加いただいて、いろいろと議論を進めております。

前回第3回の会議では、総合業態が再生するために、我々のどのような強み、どのような機会を活かして戦略戦術を進めていけばいいかという議論を行いました。今日はその一部をご紹介します。FIAからの招集に合わせて、各メンバーに検討したい討議内容を収集しましたが、20種類

ほどが集まりました。加盟企業としてFIAと一緒に、総合業態もしくはフィットネス業界の発展のためにこのような活動に取り組んでいこうということで、現在討議を進めております。

最終的には今日のセミナーを経て、11月のFIAの理事会に答申するというスケジュールで動いております。今日のセミナーにご参加の皆さまからも意見を収集したいと思っておりますので、最後に少し時間を取っております。

もしかしたら、お金を払わせておきながら意見まで収集するのか、と思われるかもしれませんが、今はこのような状況でもありますから、ぜひ今日ご参加いただいた非常に意識の高い皆さまのご意見を最終答申に活かせればと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

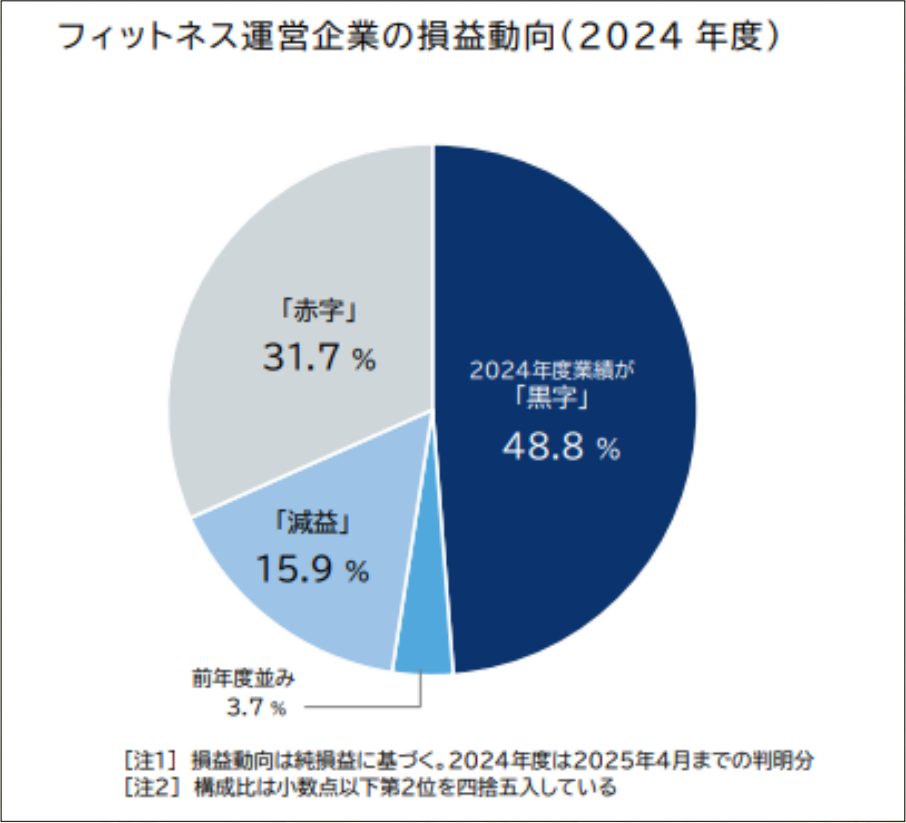
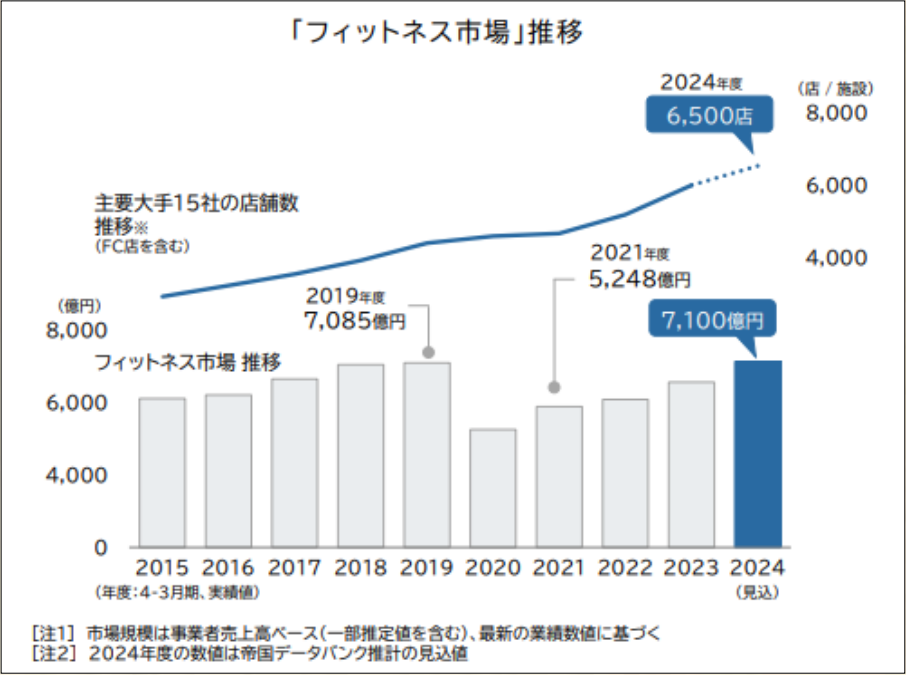
続きまして、山中さんから総合業態の現況についてお話をいただきます。よろしくお願いいたします。

総合業態の現況

山中 私からは業界動向ということで、振り返りとしてご説明させていただきます。

フィットネス業界の動向について、2024年度の売り上げが7100億で過去最高を更新しています。大手15社の店舗数の推移は、6500店舗となっています。店舗数は右肩上がりです。伸びていっています。コロナ禍は一時的に売上が凹んでいますが、順調に回復し、今は過去最高を更新しています。これはchocoZAPさんを中心とした低価格帯のジムの出店が加速していて、店舗数も増え、売上高も伸びていっているという状況です。

で、「結局儲かっているのか?」という話なのですが、損益ベースでは各社二極化が鮮明ということで、約半分が営業黒字、約半分が赤字もしくは減益、業績悪化しています。赤字の要因



としては、エネルギーコストが高騰しているとか、人件費の上昇とか、そういったところが赤字の要因になっているのではないのでしょうか。併せて低価格帯の24時間フィットネスジムの増加で業界全体の顧客の奪い合いが激しくなっていることや、各社さん行っていますが、値上げを繰り返していくことも難しく、売上高とコスト管理のバ

ランスが難しくなっている会社も多いと思われます。

総合型クラブというのは比較的施設規模が大きなのが多いですから、広いがゆえに販売価格も高くしないといけない。併せてコストも上がってきているので、なかなか厳しい状況です。

赤字の要因はコストが上がっているという話をしましたが、売上高は過去



最高で 7100億になっています。これは2019年と比べると15億の差しかありません。店舗数はコロナ禍から数えると2000店舗ぐらい増加しているわけなので、単純に計算すると、一店舗あたり75万ほどの数字になります。そんなはずはありませんよね。コスト上昇で赤字になっているということももちろんありますが、やはり売上が減っている、会員が減っているといったところが、総合型クラブの一番の課題ではないでしょうか。グンゼスポーツにおきましても、もちろん売上がなかなか戻っていないという現状もありますし、採算が合わない店舗は撤退しているという現状もありますので、出店店舗数と売上の拡大は比例していないということが業界の現状ではないでしょうか。

差別化と価値の再構築 『強み』

林 ここからは実際に総合型フィットネスクラブの今後の差別化と価値の再構築ということで、具体的にどのような議論を進めてきたのかをお伝えできればと思っています。最初に、総合型フィットネス業態のSWOT分析は各

社、各店が行われていると思いますが、今回は業界全体として、SWOTを一度整理してみました。

最初に強みの部分からご説明させていただきます。強みを人・モノ・金・情報の4つに分けて整理しております。まずは人の部分。やはりここを総合型としては強みとしなければいけないのではないのでしょうか。人、そして専門性、優れた教育システム。それから、スタッフとお客さまとのリレーション、お客さま同士のコミュニティなど、お客さま同士をただつなぐということではなく、スタッフとお客さまをつなぎ、そこからまた新たなお客さまへとつながっていく。このように、さまざまな顧客接点を持てるのではないのでしょうか。それがあからこそ、低退会率、高単価でLTVの延伸につながっていく。人からコミュニティ、そして長く通い続けていただくということは、非常に重要です。ターゲット層の幅が広く、多くのお客さまにご利用いただける環境も強みだと考えております。

次に、モノの部分です。一番のポイントとしましては、多種多様なコンテンツを提供しているということ。そして、コンテンツを作る開発力もそうです。単にコンテンツを提供するという

ことだけではなく、その前段として、どのようなものを提供していくのか、総合業態として各社取り組んでいると思います。また、オペレーションについても多彩なコンテンツがありますので、整理が必要になってきます。また、広い床がありますから、複合施設としてどのように提供していくのかということも、一つの強みでしょう。そしてブランド力、信用力、総合業態ですから地元とのつながりが非常に強い。ただジムがある、ということではなく、地元と一体となって、どのように信用力を上げていくかは、モノの部分で重要だと考えております。

さらにお金の部分です。人、コンテンツ、複合施設を踏まえると、どうしても会費の単価は高くなっています。その分、多彩な料金プランを提供しています。多様なコンテンツもございしますので、収益アイテムは豊富なのではないのでしょうか。また、坪当たりの賃料が安いということ。いろいろな考えはあると思うのですが、これについては総合的に記載しております。使えるお金の金額が非常に大きくなっているのが、お金の部分です。

最後は情報の部分です。これについては、たくさんのお客さまにご来場い

ただいておりますので、情報については我々フルスペック、総合業態としては大きな強みではないかと考えております。それが1年、2年ということではなく、長期にわたって蓄積されています。町と一体という部分では、さまざまな情報のノウハウが蓄積されているのではないのでしょうか。そこから指定管理やPPP、PFIへ展開していく。そして業界団体があるということは、大きな強みではないかと思えます。最後になりますが、今回、さまざまな会社さんから意見を出していただいたのですが、医療控除や認定制度などさまざまな制度がございますので、それらをより活用して何ができるのかということは、フルスペック総合モデルとしてチャレンジしている企業さんも多かったのだ、情報の部分ではつながりが出るのではないかと考えております。

コストや顧客ミックスの難しさ『弱み』

妹尾 続きまして、私の方から弱みについてご説明をさせていただきます。林さんからは強みについてご説明ありましたが、改めまして、総合業態の強みって何だろうと。当然のことながら、弱みもしっかりと押さえた上で、これからの機会や脅威にどのように対処していくのが、大事になってくると思えます。

強みと同様に、人、モノ(商品やサービス)、そしてお金(収益)、情報(テクノロジー)に分類して表現しております。コロナ禍前後を比較した弱みや、フィットネス業界の総合型対小型業態などのような比較で弱みをまとめておりますので、その辺りを意識しながらお聞きいただければと思います。

一つ目は、離職率が高いこと。コロナで緊急事態宣言が発せられた頃は、三密の温床だと世間の悪者にされて、

何だかフィットネス産業に従事すること自体が悪いことなんじゃないかと思うようになってしまっていた。我々総合型業態は追い込まれていましたね。そういうことから、まだ業績があまり芳しくない、なかなか回復しないということで、ボーナスもなかなかもらえないとか、決算賞与がないなど…業界全体のそれぞれの収入というものが減ってきたのではないかなと考えております。これは当然、離職率に直結しています。私どもの会社においても、社員数に関しては…むかし共に戦った仲間が、違うところで活躍している、という現象が起きています。少し位相が変わりますが、インストラクターの高齢化も弱みの一つと考えられます。インストラクターの皆さまには大変失礼かもしれませんが、この業界は40年以上の歴史がありますが、エアロビクスのインストラクターからスタートして昔バリバリ活躍されていた方が、まだ現在も我々の力になってくれている、そんな現実もございます。一方で、20代、30代の会員さまからは、「ひょっとすると私のお母さんよりもお歳が上かな?」と思われる方がレッスンを担当されているということもあります。会員さまからすると、それが安心感と映るのか、それとも、「もっと私と感性が合うようなインストラクターの方がいないのか?」とか…そんなことを思いながら、総合型クラブに来られているのかもしれませんが。若いインストラクターというと、プレコリオのプログラムが花盛りでございますので、若い自社の社員や、自社のリソースを使ってプレコリオプログラムを使ったレッスン展開がなされているのではと考えられます。業務委託インストラクターの高齢化は、業界の構造として大きな課題だと認識しております。

サービスや施設に関しては、先行き不透明なこの世の中で、総合業態のビジネスモデルというのは実は大きな弱

みではないかと考えられます。ご存知の通り、1000坪クラスのクラブを作ろうと思うと、初期投資は誰が負担するかによりますけれども、十億以上はかかっていたと思います。十億以上を投資したものを、おおよそ20年を節目に契約をして、十年前後で投資回収して、11年目からキャッシュを積み上げていく——このようなビジネスモデルには、今は思い切った投資はしづらいのではないのでしょうか。振り返ると、当時の意思決定者はすごかったな、素晴らしいなと、今は思えますね。ただ、今や24時間業態がだいたい1億円以下の初期投資で開業できて、参入障壁が下がり、さまざまな業態の方が参加しているということを考えると、我々の業態としては、実はこの辺は弱みで、このビジネスモデルでさらに店舗展開していくということは、なかなか難度が高いと考えられます。

コモディティ化した業界——以前、FIAの総会でセミナーをしてくださった丸亀製麺の取締役の南雲克明さんが、しきりに「差別化。同質化してはいけない」という話をされていましたが、我々総合型業態はこの40年の間に本当に同質化してしまったと思います。少しシックな赤色のブランドも、ちょっと明るめの赤いブランドも、それから青のブランドも、我々オレンジのブランドも——入口に入ってしまうと、どこもほぼ変わらないというような世界。これは消費者から見ると、安心感につながるのかもしれませんが、価格の低下、顧客ロイヤリティの低下、従業員のエンゲージメントの低下などを導く結果となり成長の難易度が高くなると考えられます。先ほど話をしたプレコリオプログラムの隆盛みたいなものは、当然同質化の一つの要素になっていると思います。これはクラブを効率的に経営していくためには当然必要な流れですけれども、一方で、同質化を助長しているといった課題もある

と考えております。

先ほどの話ではターゲットの幅広さが強みとあったのですが、同質化した総合業態でいくと、シニアが増えてターゲットが広がった事が起因して、マーケティングの焦点はちょっとぼやけてしまうという課題に直面していると思われます。年齢の高い方と若い方が共存する難しさは、我々は十分認識しているんじゃないかと思います。常連さんと新規入会者もそう。いろいろな課題があると思います。キッズ事業に皆さん力を入れていますから、プールのコースは土日になるとほとんど子供で占有される。そういう意味では、ターゲットが広いがゆえに、それぞれのお客さまに対して、きちんとサービスを提供できていないというジレンマがあるのではないのでしょうか。

コロナ後の在籍の目減り、水光熱費、人件費などコスト高騰の世の中で固定費を賄うべく、各社こぞって数度にわたり値上げを繰り返しましたが、直面したのは浮遊層の離脱による会員数の減少、そして一時的には単価が上がって収入が増えるものの、価格弾力性が非常に高いですから、その後徐々に入

会力が弱まり、なかなか在籍が伸びないということ、最終的にせっかくの単価増による売上げの伸長分を在籍の減で食ってしまう、ということもあったのではないのでしょうか。これはある意味、フィットネスは非必需財であり、弾力性が高いがゆえの弱みじゃないかと考えております。

さらに、基幹システムへの投資の遅れ。hacomonoさんのような非常に利便性の高いSaaS型の会員管理システムが登場していますが、総合型クラブにおいては古くから専用のパッケージソフトをそれぞれの運営マニュアルに沿ってカスタマイズしながら運用してきました。これは、初期投資が大きいがゆえに、なかなか変えられない。個人情報問題もありますし、運営オペレーションの変更などスイッチングコストもけっこうかかります。このあたりの遅れが周辺のDX化なども遅れさせているのではないのでしょうか。これはもう、一つの弱みだと考えています。

最後に、商圏の広さ。これは強みとも言えるかもしれませんが、いかがでしょうか。都心型のターミナル、それから地方ロードサイドでいきますと、

商圏は10kmを超えることもありますし、関東の首都圏のターミナル駅近店舗では3kmを優に超すような商圏のところもあるかと思います。なぜこれを弱みにしているかというと、やはり商圏が広がれば広いほどマーケティングコストがかかるんです。コロナ禍に各社さまざまなコストを削ってきた中で、本当は投資であるべき販促費を相当カットしたということがあります。そうすると、商圏が広いところではもともと設定されていた商圏に情報が届かないということが起きます。商圏が狭いクラブと比較すると、商圏が広いクラブの方が在籍の回復率が非常に遅いということを感じております。このことから、総合型業態の一つの弱みだと思っております。

さらには、新聞購読率が下がったとか。いい立地にはタワーマンションが建ち、ポスティングでも情報を届けるのが難しい。それを何とか SNS やウェブ広告で補填しようとするのですが、なかなか広い商圏では届きにくいということがあってはいないのでしょうか。以上が弱みの説明になります。

(次号に続く)

Weakness 弱み

離職率が高い

スタジオインストラクターの高齢化



現場指向が強くマネージャーが育ちにくい

スタジオインストラクターの教育機会の減少

専門性の低さ

大きいキャベックス投資

度重なる値上げによる浮遊層の離脱、入会減少



価格弾力性の高さ

サブスク型で不公平感の有る料金設定

固定費型ビジネス

コロナ後の財務状況の悪化

VUCAの時代にそぐわないビジネスモデル

サービス価値の可視化

立地依存の高さ



コモディティ化した業界



シニア増、キッズ増に伴う居心地の悪さ

施設稼働率の低さ

基幹システム投資の遅れ

利用率の高止まり



商圏の広さ



1 FIAマスタースイミング選手権大会

①2025秋季関西大会

FIAは9月23日(火・祝)2年ぶりとなる同大会を、京都アクアリーナ(西京極)において開催した。エントリーは199チーム、823名、個人1,232種目、リレー145種目であった。

同大会は前回(2023年)よりフェスティバルから競技会へ衣替えしたが、世界記録1レース日本記録6レースの成果とともに盛況のうちに終了した。

②2026春季関東大会

来春の関東大会は2026年3月14日(土)千葉県国際総合水泳場にて開催予定。会場の改修工事の関係で1日開催となっており、参加者数定員を設定する見込み。

近日、会員企業チームへの広報を行う予定。

※マスタース水泳大会への参加は、クラブ・インストラクター・会員の皆さますべてに多くのメリットをもたらす貴重な機会です。

1. 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。
2. 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。
3. 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。

2 Wellness Tokyo2025について(ご紹介)

FIAも参画するSPORTECの併行催事「ウェルネス東京2025」が開催されます。

会期:2025年11月26日(水)~28(金)

会場:東京ビッグサイト 東展示棟

Wellness Tokyo(WT)は、世界で急拡大するウェルネス産業にスポットを当てた、『食』と『コンディショニング』にフォーカスした心と体の健康づくりに関する日本最大級の展示会で、「SPORTEC for Conditioning」と「ウェルネスフードジャパン」の2展

から構成され、運動や睡眠によるコンディショニングケア、機能的食品として注目されるプロテインや健康系オイル製品など、健康に関するあらゆる製品・サービスが集まり、健康なライフスタイルを送るための最新情報や製品を体験できる商談見本市です。

フィットネスクラブの機能の一つ「コンディショニング」「リラクセーション」分野の情報収集にご活用ください。

<https://wellnesstokyo.com/>

実施件数が16,000件を突破!

体カテストのデータ分析を継続して進めています!

フィットネス体カテストの実施件数が16,000件を超えました。

各クラブでの実施もごさいますが、今年度に入って健康保険組合連合会の都道府県支部連合会での体験・説明会の実施も昨年度を上回る規模で実施されています。

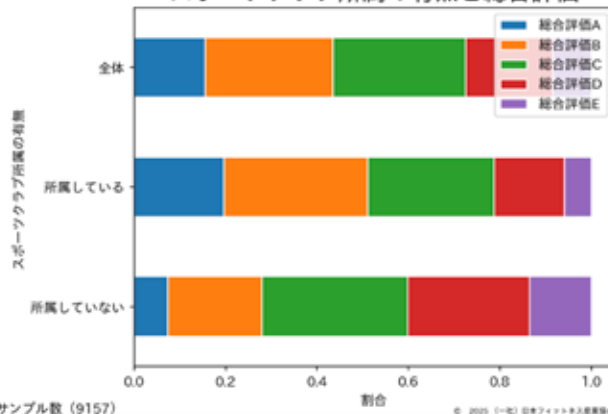
会員各社様に還元させていただく本取り組みにおけ

る重要は成果の一つが、分析データであると考えております。

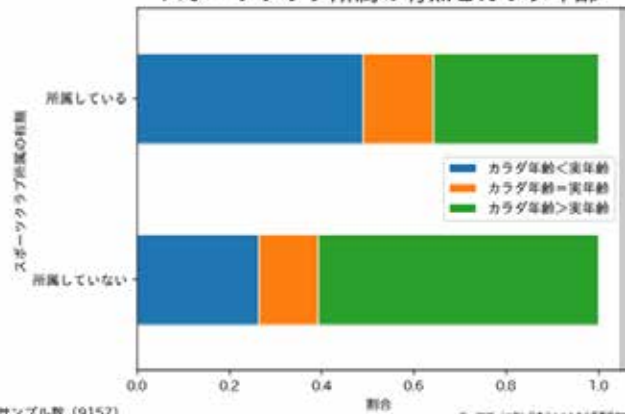
今回、分析データ件数が一定規模集まったことで、結果の信ぴょう性がさらに高まりました。

ここにフィットネスクラブ等での運動習慣が、体力評価や健康年齢において明確な優位性を示すデータをあらためて共有させていただきます。

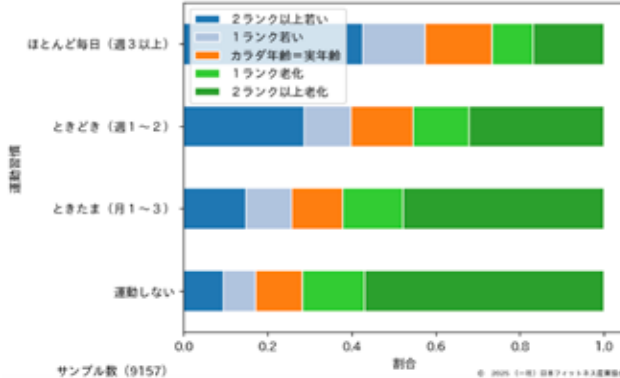
スポーツクラブ所属の有無と総合評価



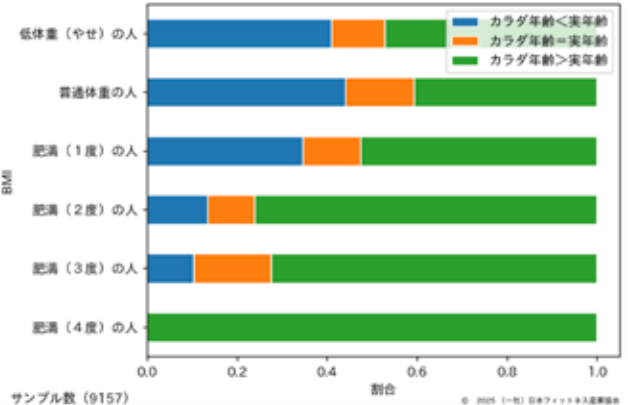
スポーツクラブ所属の有無とカラダ年齢



運動習慣とカラダ年齢 (1ランク=5歳幅)



BMIとカラダ年齢



体力テストのラインアプリの追加開発が完了しました！

この度、ラインアプリの追加開発が完了し、測定結果を踏まえた改善アドバイスがより詳細かつ丁寧な内容にグレードアップされました。

ご利用いただくお客様の満足度、以下にお示しするポイントにおいて、改善に向けた取り組みへの確度がさらに上がることが期待されます。

①ヘルスリテラシーの向上／なぜこの体力が必要かをわかりやすく説明

②継続的な運動実施と結果改善

改善のためのエクササイズ、実施方法、そして実施回数など具体的な提案が追加されました。さらに、提案表示される一部のエクササイズ解説動画のリンクに飛ぶことができます。

〔例〕

アドバイス画面詳細



今後、企業の健康経営サポート事業への取り組み強化などにご活用いただく際には、単に体力テストを実施して評価を提示するだけでなく、基本的な改善提案も可能にするこの追加開発は、きっと今まで以上にお

役立ていただけるものと考えています。

まだ、フィットネス体力テスト基本契約（無料）を締結いただいて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

2025年11月試験 申込み締め切りました!

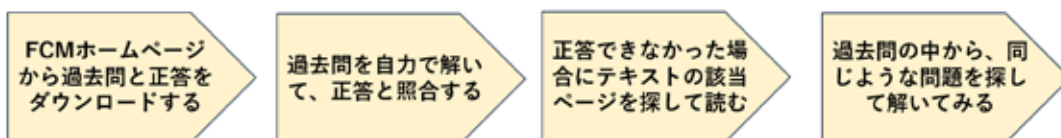
- ★試験:11月21日(金)22日(土)23日(日)全国47都道府県にて実施
 - ★試験方式:2025年よりCBT試験(テストセンターのPC操作で受検)実施
 - ★10月27日(月)、11時~12時半ZOOMにて、FCM2級試験直前セミナー開催!
 - *CBT試験のPC操作方法やQ&Aは、10月下旬にFCMホームページに掲載されます。
- 参加希望者は、fcm-test@fia.or.jp宛所属・氏名を10月20日までにお申し込みください

受検者の皆さん! 試験へあと1ヵ月強 本格的に学習しましょう!

本コーナーで、受検の役に立つ「過去問解答解説集」について、ご案内します。*今後受検を考えている方も、ぜひ参考にしてください。

今月は受検の役に立つ「過去問解答解説集」について、ご案内します。

テキストのみで受検学習する場合



*学習時間に余裕があり、一緒に学習する仲間がいる場合に可能な学習方法

テキストと過去問解答解説集で受検学習する場合



*学習時間に余裕あまりなく、1人で効率的にできる学習方法

ステップ1

テキストの章・節・キーワードと過去問の関連図

★どの分野・キーワードからどれくらい過去に出題されているかわかる

過去問解答解説集
令和Vol.2



2級過去問と公式テキスト章節の関連図

レベル	章節名	問題No.	キーワード(Vol.4テキスト)
Ba.	3章2節トレーニングの基礎	学科:12回(問16),14回(問26),16回(問16)	サルコペニア
Ba.	3章3節事故・障害予防、緊急時対応の基礎	学科:12回(問14),16回(問14),14回(問32)	一次救命処置,AED,心肺蘇生法
Int.	3章2節ジム運営業務	学科:14回(問43),16回(問38)	会員継続,RICE,75
Int.	3章3節スタジオ運営業務	実技:12回(問05),16回(問02,問08)	AED,CPR,スタジオプログラム編成,プレコリス,プログラム参加率
Int.	3章4節プール運営業務	学科:14回(問42)	セルフチェック
Int.	4章1節マーケティング	学科:14回(問28,問29),16回(問22,問23)	STP,MM,マーケティングプロセス,4P/4C
Int.	4章2節市場・商圏分析と店舗戦略	学科:12回(問03,問22),16回(問24) 実技:12回(問07),14回(問07)	商圏,立地タイプ
Int.	4章3節プロモーション	学科:12回(問24),14回(問06,問30,問31)	AISCEAS,消費者行動,新聞折込み,プロモーションプラン,ロイヤリティマーケティング
Int.	4章4節webマーケティング	学科:12回(問23),16回(問02) 実技:16回(問04)	API,SaaS,SNS,CPA
Int.	5章2節商品・サービス管理	学科:12回(問02,問19,問20,問21),14回(問02,問12,問13,問14),16回(問01,問20)	ISO9001-2015,NPS(ネットプロモータースコア),カスタマージャーニー,顧客満足,サービス・プロフィットチェーン,サービスブループリント,SERVQUAL,品質マネジメント

ステップ2

過去問例 2級実技計算問題例第14回問7

★解答には、知識だけでなく、実務的な着眼点や計算能力が問われる

問7 フィットネスクラブAの商圏と会員に関する以下の記述で、(ア)～(ウ)に当てはまる適切な数値を計算し解答欄に記入しなさい。数値は、(ア)(イ)は整数、(ウ)は四捨五入し小数点第一位まで記入しなさい。

フィットネスクラブAの支店長は、自店の会員データを分析した。対象商圏人口は半径4km圏内で42万人であった。半径1km, 2km, 3km, 4kmごとの商圏人口及びこのフィットネスクラブの会員参加率は下表の通りである。また、フィットネスクラブAの会員で4km以上の居住者が総会員数に占める構成比は20%である。

フィットネスクラブA店商圏情報

商圏半径	0m以上— 1km未満	1km以上— 2km未満	2km以上— 3km未満	3km以上— 4km未満
商圏人口(居住人口)	2万人	8万人	12万人	20万人
会員参加率(対商圏人口)	5.0%	0.5%	0.2%	0.1%

この分析から計算すると、総会員数は(ア)人である。半径3km以上に住む会員の数は(イ)人である。このフィットネスクラブの全会員のうち半径0km～1km未満に住んでいる会員数は全会員の(ウ)%を占めている。会員数の計算は居住人口で行うこととする。

ステップ3

解答解説例 2級実技計算問題例第14回問7

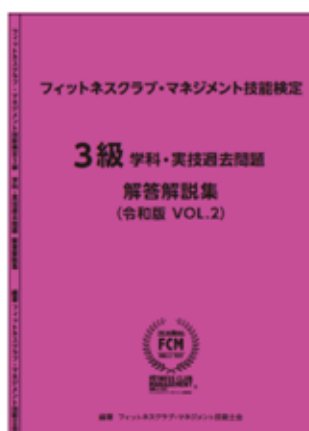
★解答の実務的な着眼点や計算方法がわかる

問7	(ア) 2,300 人 (イ) 660 人 (ウ) 43.5%	(ア) 2,300 人 4km 圏外の会員数が全体の 20%であることから、0～4 km の会員数は 80%を占めています。 商圏ごとの会員参加率は以下の通りです。 0～1km : 2 万人 × 5.0% = 1,000 人 1～2km : 8 万人 × 0.5% = 400 人 2～3km : 12 万人 × 0.2% = 240 人 3～4km : 20 万人 × 0.1% = 200 人 総会員数 = (1,000 + 400 + 240 + 200) ÷ 80% = 2,300 人 (イ) 660 人 半径 3km 以上に住む会員数 = (3km～4km) + (4km 圏外) より 会員 = 200 + (2,300 × 20%) = 660 人 (ウ) 43.5% 0～1km 未満の会員割合 = $1,000 \div 2,300 \times 100 = 43.5\%$ 【参照】公式テキスト Vol.4 インターメディアイト 第4章マーケティング 第2節市場・商圏分析と店舗戦略
----	--	---

ステップ1

過去問解答解説集の重要語句と過去問の関連図

★どの分野・キーワードからどれくらい過去に出題されているかわかる

過去問解答解説集
令和Vol.2

3級過去問ベーシックテキスト章節関連図

Vol.4テキスト章・節	3級過去問題No.	BaテキストVol.4索引キーワード (キーワードと過去問の内容は必ずしも一致していない)
フィットネス産業のトレンド	学科:14回(問54),16回(問2)	
1章1節フィットネス産業の現状	学科:12回(問3,問4,問25),14回(問17),16回(問26)	参加率
1章2節フィットネス産業の歴史		エンゲージメント, 小規模サークット, フィットネストrend
1章3節フィットネス産業の特徴	学科:14回(問22,問55),16回(問27) 実技:14回(問03,問05),16回(問03)	会員種別, カスタマージャーニー, 継続理由, 顧客の特性, 退会要因, 入会決定要因, ポジショニングマップ, マーケティング, 4C/4P
2章1節健康とは	学科:12回(問1,問21,問27),14回(問4),16回(問25)	医療費の推移, 栄養調査, SDGs, 非感染性疾患, NSD, 健康格差, 健康寿命, 健康状態の改善, 健康日本21, ライフコース, メタボリックシンドローム, ロコモティブシンドローム, 基礎代謝量, メッツ, 栄養素
2章2節健康施策の概要と動向	学科:16回(問1),12回(問26)	NSD, 健康格差, 健康寿命, 健康状態の改善, 健康日本21, ライフコース
2章3節生活習慣病とその予防	学科:14回(問27),16回(問21)	メタボリックシンドローム, ロコモティブシンドローム
2章4節運動休養	学科:12回(問22)	基礎代謝量, メッツ
2章5節栄養	学科:14回(問28),16回(問22)	栄養素
2章6節高齢者の健康づくり		イシューイング, 介護保険, フレイル

ステップ2・3

過去問例 3級学科第16回問1

次の問 1～問 20 について、それぞれの文章を読んで、正しいものまたは適切なものには○を、誤っているものまたは不適切なものには×を選び、マークシート欄の該当場所を塗りつぶしなさい。

- 問 1 超高齢化が進むわが国においては、平均寿命を延ばすよりも健康寿命を延ばし健康で過ごすことのできる期間を長く保つことが、個人ならびに国家としての最重要課題の一つとなってきた。

第16回

解答解説例 3級学科第16回問1

No	解答	解説
問 1	○	超高齢化社会が進むわが国において、一人ひとりが心豊かに生き活きと過ごせるようにしていくことは、単に長寿であるだけでなく、いかに健康で過ごすことのできる期間を長く保つことができるか、すなわち「健康寿命の延伸」と、それによる健康長寿社会の実現が、個人ならびに国家としての最重要課題の1つとなってきた。 【参照】公式テキストVOL4 ペーシック 第2章 健康施策の概要と動向 P44

ステップ4

公式テキスト重要語句の索引一部

索引 (同じ語句が複数回記載されているので、代表的なページを表示しています。)



【あ行】		クレームへの対応.....180
アクアエクササイズ.....139	安全衛生管理体制.....225	クレジットカード.....118
安全管理者.....226	一次救命処置.....106	敬語.....168
イシューイング.....80	イベントの企画.....149	継続理由.....37
医療費の推移.....50	売上金管理.....115	経費・諸管理.....120
エアロビクス理論.....130	エアロビクス理論.....130	健康格差.....57
AED.....106	栄養素.....71	健康寿命.....57
栄養素.....71	栄養調査.....53	健康状態の改善.....62
SDGs.....46	SDS.....228	健康診断.....228
NSD.....57	塩素ガス.....228	健康日本21.....56
エンゲージメント.....27,30	屋外広告物落下事故.....217	顧客心理.....174
【か行】		顧客接点.....173
会員構成.....35		顧客の特性.....35
		顧客満足.....172
		個人情報保護.....114
		5S活動.....212
		5W1H.....149
		固定費.....152
		言葉づかい.....168
		コンセント火災.....217
		【き行】

ステップ4

公式テキスト該当語句掲載ページの一部

2節

健康施策の概要と動向

健康寿命

この節では、国民の人口変化や医療費等の現状、そして国民健康・栄養調査の結果から、日本の社会課題としての健康について知識を得ること。そして、「健康日本21」を通じた政策についての理解を深めることで、フィットネス産業が、健康産業として発展するための一助となることを目的とする。

1.健康日本21

「国民の健康づくり対策」

今までは、我が国の健康を取り巻く現状について、各データを示しながら確認してきたが、ここでは、国が推進する健康日本21の取り組みを通じて、「国民の健康づくり対策」の現状について見ていきたい。

(1) 国民の健康づくり対策の動向

我が国においては健康増進にかかわる取り組みとして、「国民健康づくり対策」が昭和53(1978)年から数次にわたって展開されてきている。ここでは、その変遷について確認する。

①第1次国民健康づくり対策

1978年より、健康づくりは、国民一人ひとりが「自分の健康は自分で守る」という自觉を持つことが基本であり、行政としてはこれを支援するため、国民の多様な健康ニーズに

対応しつつ、地域に密着した保健サービスを提供する体制を整備していく必要があるとの観点から、①生涯を通じる健康づくりの推進、②健康づくりの基盤整備、③健康づくりの普及啓発の3点を柱として取り組みを推進した。

②第2次国民健康づくり対策《アクティブ80ヘルスプラン》

1988年から第1次の対策を始めとするこれまでの施策を拡充するとともに、運動習慣の普及に重点を置き、栄養・運動・休養の全ての面で均衡のとれた健康的な生活習慣の確立を目指すこととし、取り組みを推進した。

③第3次国民健康づくり対策《21世紀における国民健康づくり運動(健康日本21)》

2000年からは、壮年期死亡の減少、健康寿命の延伸および生活の質の向上を実現することを目的とし、生活習慣病やその原因となる生活習慣等の国民の保健医療対策上重要となる課題について、10年後を目途とした目標等を設定し、国や地方公共団体等の行政だけでなく、関係団体等の積極的な参加および協力を得ながら、「一次予防」の観点を重視した情報提供等を行う取り組みを推進した。

④第4次国民健康づくり対策《健康日本21(第二次)》

2013年から少子高齢化や疾病構造の変化が進む中で、生活習慣および社会環境の改善を



購入はこちらから


<https://fia.or.jp/text/>

次の発行は2028年の予定、
2025年～2027年はこの本!

試験勉強だけではなく、
日頃の仕事や研修に使えます!

NEW MEMBERS 新規加盟企業紹介

正会員企業

Regular member

株式会社プロバウエルネス フィットネスジムVace1 (広島県広島市)

▶▶▶ご挨拶

この度、正会員になりました株式会社プロバウエルネスです。

会社設立7年目を迎え、広島市を中心にフィットネスジムVace1というブランドで5店舗展開しています。

内1店舗は女性限定の24時間ジムです。

近年のフィットネスへの意識は、「手軽さ」「効率性」「パーソナライズ」を重視する傾向が強まっていますが、Vace1はフィットネスが特別なものではなく、日常生活の一部として捉えられるようなお店づくりを行っています。

ライフスタイルに合わせていつでも好きな時間にトレーニングでき、最新鋭のマシンを揃えることで、短時間でも効果的に体を鍛えたいというニーズに応えています。

また、パーソナルトレーニングも提供しており、個々の目標に合わせた効率的なメニューで、最短での成果をサポートします。

女性に人気のマシンピラティスも展開しており、幅広い年齢層にご利用いただいています。

今後も地域のみなさまに必要とされ、ウェルネス企業として愛されるお店づくりに努めてまいります。

(株式会社プロバウエルネス執行役員COO
七條 憲二)



【企業概要】

本社 ● 〒731-0141 広島県広島市安佐南区相田1-1-33

TEL ● 050-3625-6526 / FAX ● 082-831-3066

URL ● <https://www.provanet.co.jp/business/fitness/>

【店舗概要】

フィットネスジムVace1大町店・フィットネスジムVace1高陽店

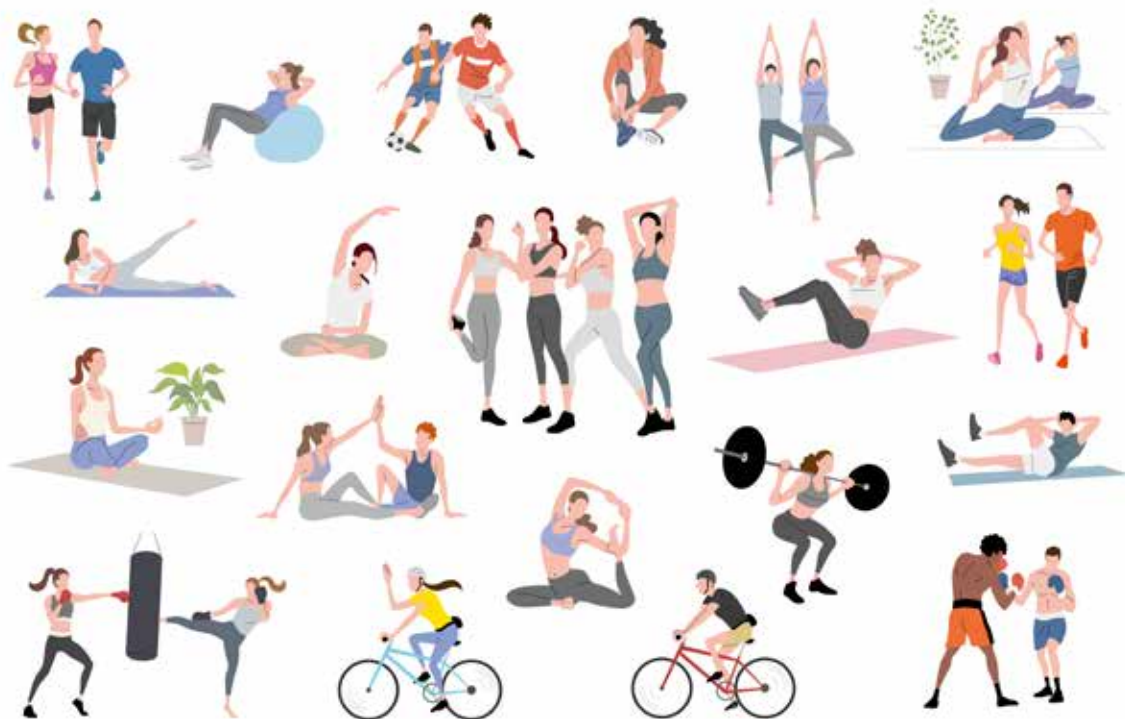
フィットネスジムVace1_24h府中店・フィットネスジムVace1_24h舟入店

フィットネスジムVace1_24h祇園店 for Women

URL ● <https://vace1.com/>

【施設内容】

(フィットネスジムVace1大町店) マシニング・スタジオ・HOTスタジオ・カラーゲンマシン・テラボラー



第237回 FIA理事会報告

FIAは9月19日(金)第237回となるFIA理事会を開催し、理事監事19名が出席した。

審議・決裁事項

議事1-1 会員入会の件

下記の各入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、事前審議した正会員1件、賛助会員入会1件は承認となったことが報告された。

1. 入会

正会員

- 会社名 クオリティクラブ 株式会社
所在地 福岡県久留米市
資本金 1,000 万円
施設数 1
クラブ名 エスタマイフィットネス SAGA

賛助会員

- 会社名 株式会社 エースロジジャパン
所在地 東京都東大和市
資本金 100 万円
営業内容 フィットネス器具販売・メンテナンス・搬入組立設置。
- 会社名 シン・エナジー 株式会社
所在地 神戸市中央区
資本金 9 億 9512 万円
営業内容 再生可能エネルギー開発・新電力運営及び支援。

以上新規付議

入会事前審議結果報告

8月8日配信 8月19日締切の(株)プロローバウエルネス(正会員)・(株)グリスタ(賛助会員)入会が承認された。

返信数 11 承認数 11

1. 正会員

- 会社名 株式会社 プロローバウエルネス
所在地 広島市南安佐区
資本金 1 千万円
施設数 5
クラブ名 フィットネスジム VACE 1

2. 賛助会員

- 会社名 株式会社 グリスタ
所在地 東京都中央区
資本金 3,599 万円
営業内容 遺伝子分析サービス

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し、必要事項は協議した。

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

(動向) 今年度の東京都測定イベント・健保連支部体験会は、それぞれ本格的に実施が開始され8月、9月の件数が伸びているが、各クラブにおける活用実数が伸びていない。(敬称略) グラン・スポール、フィットタ、グンゼスポーツ、JR 東日本スポーツ、野村不動産ライフ＆スポーツ、ルネサンス等のクラブにおいては毎月何らかの様式で測定が行われている。

(2) 健康保険組合連合会との取り組みについて

【今年度の実施予定／対応クラブについて】

実施予定日	連合会	会場	会場確定要因	売り上げ見込み(円)
8月18日(月)	広島	ルネサンス広島東千田	※候補施設の立地から支部側からの最終要望	296,900
8月27日(水)	富山	アピアスポーツクラブ	※富山県連合会からの要請	285,920
9月3日(水)	富山	アピアスポーツクラブ	※富山県連合会からの要請	307,880
9月8日(月)	熊本	ルネサンス熊本学園大通	※当該クラブのみが事前申請	300,000
10月7日(火)	神奈川	ティップネス横浜	※支部連合会希望スケジュール・立地との照会の結果	300,000
10月10日(金)	福岡	ルネサンス小倉	※支部連合会希望スケジュール・立地との照会の結果	300,000
10月30日(木)	神奈川	NAS平塚	※支部連合会希望スケジュール・立地との照会の結果	300,000
11月10日(月)	長野	ルネサンス松本	※当該クラブのみが事前申請	300,000
12月15日(月)	福岡	ルネサンス福岡大橋	※支部連合会希望スケジュール・立地との照会の結果	300,000
12月17日(金)	東京	東京体育館	※1日に400名を対象とする大型会場のため	1,100,000
12月	神奈川	ルネサンス武蔵小杉	※支部連合会希望スケジュール・立地との照会の結果	300,000
				4,090,700

○東京支部連合会がさらに3会場での実施を希望しており、現在調整中

【健保連関係取り組みに於けるFIAにおいて見込まれる収益】

①初期費用(事前調整費・利用契約料等)	2,700,000円(内780,000円AFJ様受託費)
②各支部体験会実施費用(各会場事前調整・説明会実施等)	1,265,000円(9月12日現在の予測)
合計	3,965,000円

【2024年度体験会を経た企業健保における体力テスト実施に関する進捗】

#	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	9月17日にグンゼスポーツ様受託にて実施が確定。 来年度以降はチケット配布型(各事業所)も含めて継続実施希望。 体力測定+5分程度のアセスメント 9/17の開催。80名。
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
3	三越伊勢丹健康保健組合	実施決定	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・先方担当者による社内説明会を実施。
4	甜菜製糖	次年度以降の実施検討	3/28にお打ち合わせ実施。対応企業を募ってルネサンス様が企画提案。来年度以降の実施ということで今年度の交渉は着地。継続対応案件。
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	対応企業に移行	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がまずは体力測定ではなく、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	対応企業に移行	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	交渉完了	来年度以降ファミリーデーイベントとしての実施を検討。
9	山形銀行健康保険組合	対応企業に移行	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	セキュリティに関する質問があり、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	FIAにて対応中	千葉の体験会に参加し、自社の健康経営として2026年度からの導入を検討。まずはFIAにて検討過程をエスコート

(補足)

- サンスター財団様受託／グンゼスポーツ様 ※受託費用 349,200 円
- 首都高速道路健康保険組合様受託／野村不動産ライフ＆スポーツ（株）様
※受託費用、人数等未確定のため調整中
- （株）岩田屋三越様（福岡）／ルネサンス様※受託費用、人数等未確定のため調整中

(健保連支部体験会から参加した企業健保での活用への流れ)

★最終的には FIA 加盟正会員企業が継続的な企画・提案・実施を担う

- ① FIA にて体力テストの活用を希望する企業（健保）からの要請を受けて企画提案を実施
※最初の段階から受託を希望する企業の指名があった場合は、それを優先。



- ②システム利用契約締結を完了した該当地域の正会員企業全社に受託の呼びかけ



- ③受託申請のあったすべての正会員企業を対象に公正に最終調整を経て確定



- ④実施に向けて、実施企業（健保）・受託正会員企業・FIA（サポート）間で最終調整



- ⑤実施後は、FIA から受託企業に完全移管されて継続的かつ発展的に実施

(3) 東京都との今年度の取り組みについて

●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

以下の測定会には FIA も全会場に参加。各企業の実施担当者とのコミュニケーションを図り、今後の継続的取り組みに関して提案。

★継続的活用を検討する企業については、正会員企業に移管を行う。

	日付	測定会実施企業	測定監督官協力企業
1	7月8日(火)-9日(水)	株式会社INPEX	スポーツクラブNAS (株)
2	8月12日(火)-13日(水)	日本電子株式会社	西武レクリエーション (株)
3	8月25日(月)-26日(火)	ケイアイスター不動産株式会社	(株) ルネサンス
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	スポーツクラブNAS (株)
5	10月2日(木)-3日(金)	やまびこ株式会社	西武レクリエーション (株)
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	(株) ティップネス
7	10月8日(水)-9日(木)	横河電機株式会社	野村不動産L&S (株)
8	10月15日(水)-16日(木)	アクサ生命保険株式会社	JR東日本スポーツ (株)
9	10月27日(月)-28日(火)	日本航空株式会社	JR東日本スポーツ (株)
10	10月29日(水)-30日(木)	エームサービス株式会社	(株) THINK フィットネス

○各実施会場毎に2名の監督官のご協力
○受託費用 8万 (税別)

●東京都の要請により、体力テストアプリに於いて測定結果に基づいた健康アドバイス（具体的な運動実施の提案）をさらに詳細な内容への追加の開発を行った。

- ・追加開発費用負担＞東京都
- ・開発内容の著作権の帰属＞東京都立大学（健康アドバイス追加の監修を担当）
- ・FIA の関りと追加サービスの利用について
＞健康アドバイスを受けた運動実践提案を担当。
＞追加開発されたサービスをそのまま FIA における提供サービスとしても活用可

協議・意見：

- ①2回目以降の測定者が出ていますので、運動継続者は効果があったことを示すデータがあると良い。→収集データではその傾向があるので提供のしかたを検討。
- ②東京都や健保連が FIA からの説明で動いているなら、他の自治体等へも働きかけを強化したら良いのでは？。→それぞれ長年の取り組みやご縁の成果でありそのような機会を模索して行く。

2. 事業責任者会議について

- ①本会議での議論の状況を中間総括して、SPORTEC セミナー B-4 で報告した。
満員の申し込みを受けて、参加者からの質問も活発に寄せられ、有意義なセミナーとなった。
- ②9月5日（金）第4回会議開催
11月理事会への実施報告に向けたとりまとめ案の方向性を確認した。
※ FIA の取り組みに関する提言を含むので、今後の FIA 事業計画にも活かされたい。
11月理事会で正副委員長3氏による報告を行って頂くこととした。

3. FIA マスターズスイミング選手権大会について

（1）FIA マスターズスイミング選手権 2025 秋季関西大会

- * 9月23日（火・祝）京都アクアリーナ
- * エントリー締切。199チーム、823名の参加となった。（前回2023年比微増のほぼ同規模）（2024は開催せず）
- * 前々日迄札幌でマスターズ水泳協会の「日本マスターズ選手権」が開催されており、
実行委員企業並びに実行委員・関係者にはマスターズ協会備品資機材の移動等で大きく依存する。
- * 課題：参加823名中加盟企業チームからは321名（他一般から502名）39%であった。
加盟企業宛に会員継続をはじめとするマスターズ参加の意義や効果を5回にわたり説明したが効果があったとは言い難い。一方100名規模の競技役員や理事企業を中心とする実行委員企業の人的負担は増加している。関東大会はともかく、
関西大会については次回以降に向けた基本的ニーズ調査も視野に検討したい。
- 協議：事業として収支がとれていないなら再考もあるのではないかな。
→収支均衡の状況。

（2）FIA マスターズスイミング選手権 2026 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。実行委員企業・理事企業には参加募集並びに運営支援への協力をあらためて要請したい。

- （補足）FIA主催のマスターズスイミング選手権大会は、実施環境のコンディションが良い、質の高いマスターズ大会としての評価も高く、多くの世界記録、日本記録、大会新記録が多く記録される大会である。
是非とも加盟各クラブの新たな事業創出や会員獲得・継続に活用されたい。

4. SPORTEC2025（東京）について

- * 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名 31日14,454名 1日13,940名となり、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つた。
- 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。
- 開会式のなかで、HFAが創設したJ.HolsingerAWARD 第一回受賞者である斎藤敏一氏への伝達式も行われた。
- * 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人超の利用があつた。但し、会員に呼び掛け賛助会員を中心に参加頂いたパンフレット設置は配布実績に繋がらなかつた。
- * FCMコーナーは例年通りブースに設置、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。約50件の応接があつた。

セミナー

- ①B-1 7月30日（水）11:00～12:30（90分）受講者数52名
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 正昭氏

- ② G-5 7月30日(水) 15:00～16:30(90分) 受講者数28名
 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: 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事務局 韭沢 靖彦

- ③ B-4 7月31日(木) 11:00～12:30(90分) 受講者数73名
 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

- ④ B-7 8月1日(金) 11:00～12:30(90分) 受講者数66名
 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・立法への向き合い方などについて意見交換を行った。

5. 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。集計概要をFIAニュース8月号で紹介した。

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
- ・受検申請途中報告(人数、受検地域、新規企業、団体)
- ①受検申込期間(8月20日～10月11日)の半分経過時点の報告。全403人。
- ②従来と比較して新地域(従来試験会場のあった12以外の地域)の申請数が各級申込者数の32～38%を占める。
 CBT試験導入による変化と見られる。
- 2025年度厚生労働大臣検定事業所表彰推薦の報告
- 2023年度より、厚生労働省の依頼により、技能検定優良事業所の推薦を行っており、今年度の推薦事業所を報告した。これから厚労省にて、受検数・技能士の活用状況・企業の関与度合い等が審査される。

●検定受検手数料（受検料）改訂申請について

CBT 導入に伴い、共通経費は大きく減少するため、検定試験全体のコストは減少している。ただし、受検者個別に CBT 使用料が発生する関係で 従来、専門学校生、学生向けに、2 級以上に比較して低価格であった 3 級の受検料は今回の計算により、値上げが必要。また、1 級実技試験は、別日に面接試験を実施する必要性から、諸物価高騰に伴う最低限の値上げは必要。上記を説明し、協議の結果、厚労省に改定申請を行うことが了承された。

3. 討議

FIA 会員増強、検定普及、HFA 連携、等前回理事会で出された課題事項に対する次の工程を協議。

発言・意見

- *委員会・プロジェクトを設置し年度内をめどに検討したい。
- *従来設置されていた委員会が機能していない。FIA の進む道の大枠・事業・加盟増強、などを分掌して各理事もそれぞれ役割を担うべき。
- *理事会等も参加者全員が発言する機会を持つべき。
- *何か有意義な活動をやりたいとしても、このメンバーで良いのか、事務局機能が弱い、などの要素が課題となり進まない状態が続いている。
- *出向者による事務局補強なども話は出ても実現が難しい。
- *総論を討議する委員会の形成は合意。
- *業界の状況も変化があるので、フリーランス・小規模ジム型などの今入っていない皆さんを巻き込むように希望する。
- *委員として、笠原理事・望月理事・吉田（康志）理事・古屋理事に、花房会長・吉田専務が加わり 6 名の体制でスタートすることとした。
- *11 月理事会には事業責任者会議の報告もあり、それも材料としてスタートすることとした。



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！

成功の秘訣 前編

米国労働統計局によると、小規模ビジネスの20%は1年以内に倒産し、
5年存続するのはわずか約50%だという。

一方で、単に生き残るだけでも繁栄とは言えない。持続可能な収益を上げているスタジオはわずか10%という現実。
では、このトレンドに逆らうには何が必要なのか？ 業界で名を馳せている2人の起業家に話を聞いた。
今回は、一人目の成功事例について紹介しよう。

筆者 | ジュリー・キング(2025年9月21日) | 翻訳 | 松村 剛

二人の成功した起業家

どんな業界でも、起業家は不利な状況に置かれます。米国労働統計局によると、小規模ビジネスの20%は1年以内に倒産し、5年存続するのはわずか約50%です。

単に生き残るだけでは繁栄とは言えません。特にブティックフィットネス業界では、この傾向が顕著です。ブティックフィットネスコンサルティング会社のStudio Growによると、持続可能な収益を上げているスタジオはわずか10%です。

では、このトレンドに逆らうには何が必要なのでしょう？ HFBは、共通点はほとんどないものの、業界で名を馳せている2人の起業家に話を聞きました。

Physique 57の共同創設者兼CEOであるジェニファー・マーナヴィは、2006年にニューヨークに最初の店舗をオープンし、モダンなブティックコンセプトの先駆者となりました。また、



バレエのトレーニングから生まれたコンセプトに独自の工夫を加えることで、バーエクササイズを普及させました。

マーナヴィは今年初め、HFAポッドキャスト「Shorts With Liz Clark」に出演し、この記事で引用されている彼女の発言の一部を掲載しています。一方、業界にはまだ比較的新しいチャイナ・ウィルマンは、2019年に開業したグリット・シティ・ウェルネスの創設者兼CEOです。ウィルマンは、ウェルネス、フィットネス、ホリステ

ックなど、様々なコンセプトを一つに統合した、より包括的なサービス提案の最前線に立っています。

ウィルマンは州レベルと連邦レベルの両方で業界の支援活動に積極的に取り組んでおり、6月にはHFAの理事会にも参加しました。

この二人の成功した起業家は、時代も場所も異なり、お互いにアメリカの反対側（マーナヴィはニューヨーク市、ウィルマンはワシントン州タコマ）にも住んでいますが、驚くほどの共通点

があります。

それぞれのブランドの価値提案は異なりますが、どちらも深い情熱、創造的な問題解決能力、そして何よりも意思決定と戦略的な展望に裏付けられた揺るぎないビジョンによって支えられています。注目すべきは、二人ともヘルス&フィットネス業界に参入する前は、業界外で輝かしいキャリアを積んでいたことです。

成功例1

ジェニファー・マーナヴィ： 金融からフィットネスへ Physique 57



●ビジョン

ウォール街のエグゼクティブとして働いていたマーナヴィは、20年前、現代的なブティックフィットネススタジオ業界の立ち上げに貢献しました。そのきっかけは、ニューヨーク市にある彼女のお気に入りのエクササイズスタジオ、ロッセ・パーク・メソッド・スタジオが35年間営業した後、2005

年に閉店したことでした。

マーナヴィは、同スタジオのトップインストラクターであるタニヤ・ベッカーと提携し、Physique 57を共同設立しました。二人は、元バレリーナのロッセ・パークが1959年にバレエの筋力トレーニングテクニックを用いて考案したロッセ・パーク・メソッドの要素に、最新のダンス、筋力トレーニング、ヨガの動きを組み合わせた、現代的なバレエワークアウトを開発しました。

●設立

Physique 57は、2006年2月、ニューヨーク市マンハッタン57番街にあるアートギャラリー併設のビルの8階に誕生しました。ワークアウトは57分間でした。

「当時は、今のようなブティックスタジオもバレエも存在していませんでした。誰も私のやっていることを理解してくれませんでした」とマーナヴィは回想します。しかし、「前例のないものを作っていたとはいえ、絶対に成功すると100%確信していました」

彼女の言う通りでした。コンセプトは瞬く間に広がり、女優のサラ・ジェシカ・パーカーやスーパーモデルのクリスティ・ターリントンといったセレブリティを含む人々が、ミッドタウンの小さなスペースに押し寄せたのです。「マーケティングはほとんど行っておらず、看板もありませんでした。セレ

ブリティに来てもらえたのは本当に幸運でした」とマーナヴィは言います。

「まさに草の根的な活動で、自然発生的に私たちのスタジオを見つけてくれたんです。」

マーナヴィはニューヨーク市内にさらに店舗をオープンしました。

2006年5月にロングアイランドのブリッジハンプトンに2店舗目、2007年にマンハッタン南部のソーホーに3店舗目。その後、2010年にカリフォルニアに渡りビバリーヒルズに4店舗目をオープンし、その後ニューヨークに戻って2011年にはマンハッタンのアップパーウエストサイドに5店舗目をオープンしました。

収益は各店舗で200万ドルでしたが、ブリッジハンプトンは通年ではなく夏季のみの営業でした。

●課題への創造的な解決策

2010年代初頭、ブティックフィットネスの爆発的な成長により、競争が激化しました。

「突然、ニューヨークでは数ヶ月ごとに新しいスタジオがオープンするようになりました」とマーナヴィは言います。

「あらゆるトレンドを追うのではなく、Physique 57の強みをさらに強化し、毎日お客様の信頼と関心を獲得していくという姿勢を大切にしました」

マーナヴィは、強力なチーム、強固な基盤、そして機敏性を維持する能力

“異なる時代、異なるビジョンを持つ2人のスタジオ起業家に会い、それぞれ成功の秘訣を掴みました。”

こそが、会社の回復力の鍵だと考えています。「これまででは決して考えられなかったような革新を強いられたが、私たちは生き残っただけでなく、以前よりも強くなって復活することができました」と彼女は言います。

2009年、Physique 57はワークアウトDVDの提供を開始しました。テクノロジーの進化に伴い、2012年にはオンデマンド・プラットフォームを追加しました。パンデミックが発生し、ニューヨーク市のスタジオが1年間閉鎖された際には、デジタルサービスが重要な役割を果たしました。

パンデミック期について、マアナヴィは「ほとんどの賃貸契約を解除し、事実上ゼロから再構築するという難しい決断を下しました」と語ります。「フィットネス事業の運営について、これまで知っていたと思っていたすべてを文字通り捨て去り、クラスの提供方法からコミュニティとのつながり方まで、あらゆる側面を根本から見直しました」

現在、このストリーミングサービスは100カ国以上で加入者を抱えています。マアナヴィによれば、ストリーミングサービスは同社の収益の30%、利益の50%を占めていると言います。

●差別化要因と成長戦略

Physique 57の成功の鍵は、チームメンバーによるホスピタリティの重視です。「私たちは、人々が自信と快適さを感じられる温かい環境を作りたいのです」とマアナヴィは言います。

「お客様が来るときよりも帰るときに気分が良くなるようにすることが私たちの仕事です。すべてのスタジオオーナーは、来てくれるすべての人に感謝するべきです」

ホスピタリティはスタジオのチームにも浸透しています。Physique 57のトレーナーは平均7年間ブランドに在籍し、10年、12年と活躍するトレーナーも数多くいます。

「従業員は最も貴重な資産です。お客様と同じように従業員を大切にしてください」とマアナヴィは次のように勧めます。「チームが大切にされ、尊重されていると感じれば、そのエネルギーはお客様体験に直接反映されます」

彼女は、人間同士の交流はテクノロジーよりも重要だと言います。

「AIを活用してバックオフィス業務を自動化しましょう」と彼女は言います。「そして、節約した時間をクライアントに還元してください。クライアントの目を見て耳を傾けること以上に、影響を与える良い機会はありません」

Physique 57は2019年にフランチャイズ展開を開始しました。

現在、ニューヨーク市に3つの直営スタジオ、ニューヨークとニュージャージー州に3つのライセンススタジオ、ドバイ、ムンバイ、バンコクに7つのライセンススタジオを展開しています。マアナヴィによると、同社はニューヨーク市にさらに多くのスタジオを開設し、アジアと中東を中心に国際展開を続ける計画です。

利益率はパンデミック以前よりも高

くなっていますが、マアナヴィが多くのスタジオを閉鎖したため、総収益は減少しています。

現在、彼女はパンデミック以前のスタジオの運営を一切行いません。

●ブランドだけでなく、ムーブメントを立ち上げる

Physique 57は、新しいクラス形式、デジタルサービス、指導技術など、独自のメソッドを常に進化させることで、革新性と一貫性のバランスを取り、繁栄を続けています。

「ビジネス面では、経営手法、テクノロジー、そしてマーケティング戦略を常に改善しています」と彼女は言います。

「実際、長く携わるほど、時代のニーズに応え、常に新鮮さを保つことが難しくなります。私たちは現状に甘んじることなく、常にオープンマインドで、積極的に耳を傾けています」

フィットネス業界全体についてはどうでしょうか？

マアナヴィは、ヘルスケア事業の継続性の中に大きなチャンスがあると考えています。

「私たちはヘルスケア企業であり、お客様が切望している信頼と関係を築きながら、人々の健康を維持することができます。このニーズに応えられれば、業界は10倍の成長を遂げることができます」

(次号へ続く)

業界関連ニュースをイッキ読み!

2025年9月の報道記事より

ミズノが国内直営店を倍増 3年後に50店、女性や家族層取り込み

ミズノは、国内の直営店を今後2～3年で50店舗まで増やすと発表した。9月中に東京都内で4店舗をオープンし、25店舗から倍増させる。大都市圏を中心に outlets し、顧客との接点拡大を急ぐ。強みとしている若年層やインバウンド（訪日外国人）に加えて、女性や家族層も一段と取り込みたい考え。

直営店「ミズノショップ」を5日に池袋、9日に台場、12日に高輪、19日に渋谷で開店する。新店舗はスニーカーを中心とした品ぞろえが特徴で、一部のショップではランニングなどの競技スポーツ用品やジュニア向けの商品も並べる。2026年3月末までの売上高は4店舗の合計で約6億円をめざす。

大阪・心斎橋の店舗ではインバウンド客の比率が9割を超えているという。ミズノは「ファッション性なども打ち出して、これまでなじみの少なかった女性やファミリー層にも楽しんでもらえる店舗づくりを進めていく」と説明している。

（2025年9月2日／日本経済新聞）

暗闇ボクシングジム「b-monster」 4年ぶり新店舗

パーソナルジム運営のワールドフィット（東京・渋谷）は2日、10月に東京都立川市で開業する暗闇ボクシングジム「b-monster（ビーモンスター）」の店舗を公開した。同ジムの新店舗開業は4年ぶり。ワールドフィットは2024年に事業譲受したb-monsterの業績を立て直し、店舗拡大に乗り出した。

b-monsterは、照明を落としたスタジオで音楽に合わせてボクシングの動きをトレーニングするジム。ブランドを立ち上げたb-monster社は24年2月、国内事業をワールドフィットへ譲渡した。現在は東京に5店舗、名古屋と大阪に1店舗ずつ展開している。

新型コロナウイルス禍を経て会員が減り、同社が事業継承した時点では複数の店舗が赤字経営だったという。初心者向けプログラムの新設などで会員を1600人増やしたことが奏功し、25年に入って全店舗が黒字化した。

会費は月1万8150円からで、30～50代の利用が多い。ダンスや格闘技の経験を持つインストラクターが所属し、洋楽やアニメソング、バブル期のディスコ音楽など各自が得意とするジャンルの曲に合わせてレッスンをを行う。

ワールドフィットb-monster事業部の竹内峻己部長は「昨今は24時間ジムや格安ジムなどフィットネスの幅が広がっているが、エンターテインメント性の高さがb-monsterの強み」と話す。

10月1日に開業する立川店は約50人を収容するレッスンスタジオを備え、既に入会の申し込みがあるという。同社は今後も店舗を増やしていく考えで、まずは名古屋と大阪で複数店舗の展開を目指す。

（2025年9月2日／日本経済新聞）

電源や有線の通信回線が不要な 可搬式監視カメラ

工事現場向けシステム開発のシーティーエスは災害や事故などの緊急時を含め、場所を選ばず設置できる遠隔監視カメラを発売する。太陽光パネルや携帯電話で使うLTE通信により、電源や有線の通信回線がない環境でも設置できる。災害監視や不法投棄対策、観光発信など幅広い用途での需要を見込む。

新製品「どこでもカメラStation」は電源や通信回線の工事が不要で、監視カメラが必要な場所に自由に設置できる。付属バッテリーで、日照がなくても7日間連続で稼働を可能にしている。遠隔地からカメラを通して監視でき、クラウド録画にも対応する。

同社は自治体や行政機関向けに、河川監視カメラなどを提供してきた。販路を広げる中で、災害や事故が発生した場所の様子を、離れた場所から監視したいという自治体

業界関連ニュースをイッキ読み!

などからの需要を受けて開発に乗り出した。

(2025年9月2日／日本経済新聞)

リロクラブ、健康支援アプリ

リロクラブ（東京・新宿）はスポーツクラブ向けに健康支援アプリの提供を始める。人工知能（AI）がスポーツクラブの会員に合わせた食事や運動を助言するなどして健康意識を高め、施設への来店につなげる。2026年3月までに利用会員数1万人を目指す。アプリではAIコーチが食事や運動、睡眠のログから健康に関するアドバイスを提供する。

(2025年9月9日／日本経済新聞)

部活や水泳授業 民間が受託 リーフラス、指導員2000人が稼働 ルネサンス、自社プール使い指導

フィットネスクラブ各社が、小中学校から部活動や水泳授業の受託を進めている。スポーツ教室運営のリーフラス（東京・渋谷）は、3年後をめどに部活動の受託事業を売り上げの半分まで伸ばす計画だ。ルネサンスは水泳授業の受託が133校と2024年度比で5割増えた。各社は教員の働き方見直し需要を捉え、新たな収益源を開拓する。

毎年50校ペース

「政令指定都市の公立中学校は全て手掛けることを目指す」。リーフラスの伊藤清隆社長はこう話す。同社は347の学校で1990の部活動を受託している。うち93%が公立だ。小学校が過半数を占め、新型コロナウイルス禍が収束したところから毎年約50校のペースで受託数を増やしている。

同社は約2150人の部活動指導員を抱え、各学校に出向いて指導している。バスケットボールやバドミントン指導の引き合いが多い。体調不良などで指導員に急な欠員が出た場合は、近隣にある同社のスポーツ教室から社員を派遣する。

従来は、学校の近隣に住む競技経験者などを契約社員として採用してきた。今後はスポーツ経験者の大学生や、副業として部活動指導をする会社員の登用を進める考えだ。全国に支店を持つ企業と連携し、平日の夕方に数時

間、部活動指導ができる社会人を募集する。銀行や保険会社、旅行会社などを想定し、既に検討が進んでいる企業もあるという。

東京商工リサーチの24年時点の調査によると、リーフラスは民間企業の中で部活動受託校数が最も多い。同社の24年12月期は、売上高103億円のうち3割にあたる約30億円が部活動支援事業だった。3～4年後にはこの比率を5～6割まで高める目標だ。

フィットネスクラブ大手も部活動の受託事業に関心を向けている。コナミスポーツは24年度、試験的に中学校3校の部活動を受託した。水泳、ダンス、卓球など6種目を手掛けた。

ルネサンスは現在10の部活動の運営を受託している。指導は自社のインストラクターや各競技の専門知識を持つ業務委託者が学校に出向くほか、プールなど店舗の設備を生徒が使う場合もある。

水泳授業も民間委託が進む。ルネサンスが受託する水泳授業は公立小学校を中心に133校と、24年度比で5割増えた。児童が同社のプールでコーチから指導を受ける場合と、店舗の水泳コーチが学校に出向いて指導する場合がある。

「スイミングスクールの認知度向上につながる」。同社地域健康推進部こども未来共創チームの吉成太紀課長代理は、水泳授業を手掛けるメリットに子どものいる家庭への宣伝効果を挙げる。授業でルネサンスのプールを使ったことをきっかけに、体験教室に申し込む子どももいるという。

同社は全店舗の約半数にあたる59店舗で水泳授業を受託している。1店舗につき3校の授業受け入れを目標に掲げる。

かさむ改修費用

フィットネスクラブが授業を受託する場合、休館日に児童を受け入れるのが一般的だ。「遊休時間帯のプール稼働率を上げることができ、施設の生産性が高まる」。コナミスポーツ地域スポーツ事業部の酒井裕史部長は、メリットをこう語る。同社は24年度に128校から受託し、21年度から5倍以上に増やした。

学校のプールは老朽化が進み、「改修には億単位のコストがかかる」（酒井氏）。改修費用の捻出よりも民間委託

業界関連ニュースをイッキ読み!

を選ぶ学校が増えてきた。

「水の危険性を理解するためにも水泳授業は重要だ」。フィットネスクラブを運営するティップネス（東京・千代田）スクール事業企画部の浦野裕副部長はこう話す。現在23校の水泳授業を手掛け、26年度新たに9校から受託する。

設備も絞ってコストを抑えた低価格ジムが利用者数を伸ばすなか、「総合型」は会員獲得が課題だ。各社は、教育需要の取り込みで新たな収入源の開拓を目指す。

（2025年9月10日／日本経済新聞）

「DBS」中間案 性犯罪歴の確認対象明記 防犯カメラ設置は「有効」

こども家庭庁の有識者検討会は、子どもと接する仕事に就く人の性犯罪歴を雇用主側が確認する「日本版DBS」の運用指針の策定に向けた中間案を大筋で了承した。制度の対象となる業種や対応策などを明確化した。

国の認定を受けて性犯罪歴の確認や子どもの安全確保を行う民間事業者として、学習塾やスポーツクラブに加え、子ども食堂や芸能事務所などを明記した。面談室など子どもと1対1になる場所への防犯カメラ設置を「有効」とする安全確保の具体案も示した。制度は2026年12月25日から開始する予定。

昨年成立した「こども性暴力防止法」では、学校や認可保育所などに性犯罪歴の確認や安全確保措置を義務付け。行政による監督の仕組みがない民間事業者の参加は任意だが、国の認定を受ければ同様の対応が必要になる。義務の対象となる施設で働く人は約280万人、民間事業者で働く人は約120万人と推計される。

中間案では、子どもに知識や技芸を対面で教えるなど一定の要件を満たした事業者を認定の対象とする。教員や保育士は一律で性犯罪歴の確認対象となり、事務職員や送迎バスの運転手、実習生なども現場の判断で確認の対象になり得る。

現職者の性犯罪歴を確認できた場合は子どもと接する業務から原則除外し、まずは配置転換を検討。新規採用者なら内定取り消しを検討する。

性犯罪歴がなくても、子どもや保護者から被害申告があれば、加害が疑われる人を自宅待機や別の業務に当たらせるなど一時的に業務から外す。

調査の結果、性加害や重大な不適切行為が認められた場合は配置転換などを行う。不適切行為は「私用スマートフォンで児童の写真を撮影・管理する」などを例示した。

被害の有無を判断する際は当事者の聞き取りをした上で、第三者の証言や防犯カメラの記録など客観的な証拠を集めるよう慎重な対応を求めた。

（2025年9月13日／日本経済新聞）

Zoomで中継 高齢者施設対抗のゲーム大会

高齢者向け施設でテレビゲームの活用が進んでいる。学研ホールディングスは施設対抗のボウリングゲーム大会を開催し、競り合いの緊張感が利用者から好評。直感的に操作できるゲームは高齢者も参加しやすい。退屈しのぎにとどまらず、利用者間の交流や健康増進のためのツールにもなりつつある。

入居者から選手を選び、交代で投球する。「Zoom」で施設同士をつなぎ、互いの試合経過を追いながら競技する。

参加者は「人と対戦しているとコンピューターを相手にするよりも張り合いがある」と語る。無口だと思っていた人と観戦後にしゃべって仲良くなるなど、交流のきっかけにもなっている。施設スタッフは「スポーツのテレビゲームはシビアな緊張感を手軽に楽しみやすい」とみる。

ゲームをする高齢者は増えつつあり、総務省調査では、65歳以上の10.7%がスマートフォンや家庭用ゲーム機でゲームを楽しんでいる。65～69歳では約20%に達する。主に60歳以上が参加する「全国健康福祉祭（ねんりんピック）」では24年、ゲームの腕前を競うeスポーツが初めて正式種目になった。

健康増進ツールとしてのゲームを位置づけようとする試みもある。介護現場などで、直感的に操作できるソフトウェアでは、画面の飛行機に合わせて体を傾けたり、声を出して動物の群れを捕まえたりといったミニゲームを通じ、運動や発声のトレーニングができる。

業界関連ニュースをイッキ読み!

このソフトを導入した有料老人ホームでは、入居者に週数回の頻度で1カ月使ってもらったところ、足腰や口の動きの機能を示す数値に改善がみられた。まだ初期的な研究にとどまるものの、身体機能の向上や維持に活用できる可能性がみえた。

今後はゲームにより多く親しんだ世代が高齢者になっていく。様々な面から高齢者の生活の質を支えるツールとして、ゲームの活用は広がりそうだ。

(2025年9月13日／日経MJ)

次期スポーツ庁長官、河合純一氏が抱負 「重いハンマー受け取った」

10月1日付でスポーツ庁長官に就くことが決まった日本パラリンピック委員会（JPC）委員長の河合純一氏（50）が都内で記者会見し、「バトンというより重たいハンマーを受け取った気持ち。しっかり取り組みたい」と抱負を語った。

河合氏が今月末でJPC委員長を退任し、後任に車いすラグビー元日本代表の三阪洋行氏（44）が就くことも正式に決まった。

一方、任期満了により今月末で長官を退任する室伏広治氏（50）について、東京科学大学は、10月1日付でスポーツサイエンス担当の副学長と、「グローバルスポーツサイエンスセンター」（仮称）の準備室長に就任すると発表した。

スポーツ庁長官は競泳の鈴木大地氏、陸上ハンマー投げの室伏氏と2代続けて五輪金メダリストが務め、全盲の元パラ競泳選手である河合氏は初のパラリンピアンオブザトップ。6大会連続で出場し、金5個を含む21個のメダルを獲得した。会見では「私がこうした役職に就くこと自体が大きな時代の変化」と語った。

少子化により気軽にスポーツが楽しめる環境が失われつつある中、喫緊のテーマはスポーツへの入り口となる学校部活動の「地域移行」。河合氏は母校の中学校での水泳部指導経験に加えて、教育総合センターに勤めたこともある。実情をよく知るだけに、教師の負担軽減のためにも手腕発揮が期待される。

障害者はいまだに地域のスポーツクラブや施設を利用

しにくく、スポーツへの入り口にさえたどりつけない現実もある。欧米では利用者を障害の有無で区別せず、同じ指導者が健常者も障害者も教える。そうしたソフト面のバリアフリー化推進も必要だ。

競技力向上の点では、健常者と障害者のスポーツ団体同士の連携や統合が進めば、障害者が健常者とともに頂点を目指す光景が生まれる。「スポーツの価値を高めるために必要なら検討する」（河合氏）。多様性に注目が集まる中、共生の理想像をスポーツの現場から発信する役割が求められる。

(2025年9月20・23日／日本経済新聞)

秀英予備校 幼児クラス新設 学童拠点も拡充、高校生まで一貫体制

秀英予備校は幼児教育や学童保育のサービスを拡大する。小学生向けの学童保育サービス「秀英KIDS」に就学前の幼児を対象としたクラスを9月に新設した。秀英KIDSを展開する地域も広げる。主力事業の中学生向け学習塾より低い年齢層を取り込み、幼児期から高校までの教育ニーズに一貫して対応する。

静岡市・札幌市の予備校校舎の一角を利用し、幼稚園の年長にあたる5～6歳向けのクラスを新たに設けた。授業は週1回65分、読み書き、数字の数え方などを教える他、自分の気持ちを表現する時間も設ける。

入学金は1万1000円、月額料金は1万8700円とした。現在は静岡、札幌合わせて20人程度の幼児が通う。2026年からは年中にあたる4～5歳のクラスも開設予定。

同社は事業化の背景を「子どもが小さいうちに学習する習慣を付けさせたい親が増えている」と説明する。

秀英予備校は主力の中学生以外に小学生向けの学習塾、高校生の予備校も運営。社長は「小学生から学習塾に入ると、そのまま高校3年生まで予備校に通ってくれるケースも多い。幼児教育を強化し、小学生を確保していきたい」と話す。

経済産業省の特定サービス産業動態統計調査によると、学習塾の受講生数は21年の1470万人をピークに頭打ち感が出ている。各世帯の子ども1人にかかる教育費は増えている半面、少子化の進展もあり学習塾の需要が大き

業界関連ニュースをイッキ読み!

く拡大する可能性は低い。一方、秀英KIDSの生徒数は25年6月時点で250人と21年6月のおよそ2倍に増えた。学童保育事業の売り上げ規模が全体に占める割合は低いが、年々伸びている。

秀英予備校は地方を基盤に成長を目指す。地方では小規模経営の学習塾が主な競合相手となる。需要が頭打ちの学習塾に比べ、幼児教育や学童保育は共働き世帯の増加に伴って市場拡大が見込める。小規模経営では手が回りにくい幼児教育を強化し、生徒を呼び込むねらいだ。

(2025年9月27日／日本経済新聞)

部活が続けられない? 用具高騰や地域展開 コスト上昇、体験格差も

子どもの部活動にかかるお金に悩む保護者が目立つようになった。スポーツ用具などに加え、試合・発表会や合宿へのバス代など遠征費が増加。担い手を学校から地域に移す動きに伴い、費用負担が増えるのではと危ぶむ声も聞かれる。状況を放置すれば、家計の経済力の差が子の「体験格差」に直結しかねないとの指摘も出る。

「入学直後に、部活でこんなにお金がかかるとは思わなかった」。40代女性は話す。高校で野球部に入った長男(16)のグローブは5万円以上。他にもユニホームや公式戦用の帽子などで10万円ほどかかった。遠征費は別途かかるという。「家計には負担だが息子を応援したい。他の出費を削るしかない」

総務省の消費者物価指数をみると、野球用グローブ、テニスラケット、水着、競技用靴は足元で2020年に比べ軒並み約13～24%上昇。全体を示す「総合」より総じて高い。遠征などで必要な貸し切りバス代やスポーツ施設費も日銀の企業向けサービス価格指数では20～30%高。文化系でも吹奏楽部などで使われる楽器では価格高騰が目立つ品目が多い。

家計が負担する実額は、活動内容や学校が個別に用意している支援制度などで変わるが、費用増の影響は広がっている。

九州の高校で運動部の顧問をする教員は「経済的な理由で入部をためらったり、退部する生徒もいる。費用を抑

えようとしているが、物価高で部費から購入できる用具も減っている」と明かす。

さらに追い打ちをかけかねないのが、今後広がっていくとみられる公立中学校などの部活の「地域展開」だ。地域展開に協力する有力な主体の一つとされるスポーツクラブの費用は一般に部活よりも高いとされる。笹川スポーツ財団が今年、中学生の保護者向けに実施した調査によると、年間費用は学校の運動部が平均約5万1000円なのに対し、スポーツクラブは同15万6000円と3倍ほどの違いがある。

調査に関わった早稲田大学スポーツ科学学術院の中澤篤史教授は「平均値であるため比較は慎重に行う必要があるが、一般的に部活では、ほぼ無料の指導費、施設費、交通費などがスポーツクラブでは必要。費用負担が膨らむことは間違いない」と分析する。

負担が増えていくのを放置すれば、「子どもたちの体験格差に直結してしまう」といった声も上がる。まずは実質賃金が安定的にプラスで推移することが重要だが、子どもが部活に参加する期間は限られるだけに、収入の増加が追いつかないうちに貴重な体験の機会を失ってしまうケースもあり得る。

こうした事態を減らす手立てはあるのか。ヒントはある。例えば部活に詳しい日本総合研究所の蝦名氏は「従来の部活の枠組みを見直し、地域のボランティアらも含めて、現状より『ライト』な活動を幅広く提供すべきだ」と訴える。ある特定の部活に絞って長期間参加し続けるのではなく、短期間に色々なスポーツや文化活動を体験できるようにする。現状ほど専門的な用具をそろえなくていい活動も準備する。選択肢を広げ、多様なメンバーが参加できる場を想定する。

早大の中澤氏は「現状の部活システムを大きく変えなくても対応できる可能性はある」と強調。「部活参加は自由であると本質的に保証し、米国のような『シーズン制』を導入してはどうか」と提案する。参加するかはその子の意思に委ねることが大前提。そのうえで春は野球、夏はフットボールなど、季節ごとに活動を変えていく。部員減少で成り立たない競技や活動も一定の参加者を確保できるかもしれないという見立てだ。

(2025年9月29日／日本経済新聞)