

健康習慣クラブ ALIVE (アライブ)

「健康習慣」そのものを商品・サービスにした、日本仕様の小規模クラブ

株式会社フィットネスビズ 代表取締役社長 伊藤友紀氏



健康習慣そのものを商品・サービスに

必ずしもブティックスタジオとはいえないかもしれないが、日本の市場に対応したコンセプト的な小規模業態として着目したいのが、運営力に定評のある株式会社フィットネスビズが企画開発して、2016年9月に神奈川・平塚に1号店を出店した「健康習慣クラブALIVE (アライブ)」(以下、アライブ)である。JR平塚駅から徒歩1分の至便な立地にあり、その延床面積は42坪とコンパクトだ。

価格をX軸(縦)に、成果をY軸(横)にとり、現在の日本にある業態・サービスをこの座標上に配置していくと、ほぼ $Y=X$ の斜めの直線上か、あるいはその下部にプロットされるが、伊藤氏はなんとかこの斜めの直線の上部の空白地帯にプロットされる業態・サービス、つまりは成果が得られ、かつリーズナブルな価格で通えるクラブを企画開発できないかと考えていた。そして、思案の末にたどり着いたのが、アライブだった。

「このポジションにプロットされるコンセプト的な小規模業態が日本にはなかったから、市場ではフィットネス参加率が伸びず、プレイヤー間では価格競争が起り、収益性が漸減し、だれもが疲弊していくという構造となってしまった」(伊藤氏)

こうした状況を打開するカギは、継続して通うことができる価値を備えることにある。それには、「『健康習慣』を買っていただかなくてはいけない」(伊藤氏)。その観点から、伊藤氏は、慎重にビジネスモデルを模索していった。

少人数のスクール制で従来型モデルを脱す

アライブのビジネスモデルを、簡単に示すと次の通りとなる。立地は後背地に住宅地を抱える駅近。延床面積およそ50坪のテナントビルに入居。初期投資は、内装・設備もち込みでおよそ1,500万円。お客さまは月会費9,000円で、自分が決めた曜日・時間帯に週2回利用できる少

人数(定員最大10名)のスクール制を採る。プログラムは、ストレッチ(ストレッチマシンを使った静的・動的なストレッチ)→筋力トレーニング(下肢を中心に5種目・2セットをオールアウトするまで)→バランストレーニング(平衡感覚を養うトレーニング)→ケア(痛みの原因になる部位に絞って、ギアを使ってケア)の流れで行う計45分間の定型モノ。徐々に健康習慣をつけていくことをねらう。その目指すところは、(1)脱メタボ(2)脱ロコモ(3)脱痛み(4)アンチエイジング(5)認知症予防の5つである。損益分岐会員数は150名前後。およそ2年程度での投資回収を予定している。

「これまでに多くのジム・スタジオ型業態の運営を手がけてきましたが、利益をあげることはできても、お客さま一人ひとりに寄り添ってきちんとそれぞれが求める成果を上げ喜んでいただくことはできませんでした」

伊藤氏は、企業の利益とお客さまの成果を両立させるビジネスモデルを構築できないかとずっと考え続け、



ようやくこのモデルにたどり着いた。また、このモデルによって、日本の総合業態の課題である、以下の3点を解消しようとも考えた。

(1) 利用形態として、いつでも行けるのはいいが、足が遠のきがち。

月6回以上利用することが難しい。

(2) 成果が出にくい。お客さま一人ひとりに十分なケアができない。パート・アルバイトが多くなればなるほど成果の提供からは遠ざかってしまう。

(3) 対応できるニーズが少ない。「痩せる」「筋肉をつける」「楽しむ」のみに対応。「痛み」や「疾病」に対応ができない。

抵抗感なく受け入れられた オールアウトトレーニング

「お客さま一人ひとりに寄り添ってきちんとそれぞれが求める成果を上げ、喜んでいただくとなると、会員数や施設規模をダウンサイジングするしか方法は見あたりませんでした」

そう考え、伊藤氏は会員数の上限を300名、施設規模を50坪程度までに抑え、少人数のスクール制を採ることで、スタッフが一人ひとりのお客さまに寄り添ってサポートできる環境をつくった。「健康づくりの習慣化を目的にしているが、そのキーポイントは、曜日・時間を固定した少人数でのスクール制にあった」と、伊藤氏は語っている。

現在、開業から半年以上が経過しているが、すでに損益分岐会員数を越えるお客さまが在籍している。

「下肢を中心に（ストレングストレーニング）5種目・2セットをオールアウトするまで」というプログラムは、シニア世代のお客さまにはどうなのだろうか？ このあたりのことを問うと、伊藤氏は「自分たちが思っていた以上に、マーケット

からは抵抗感なく受け入れられました」と答える。「実際に運営してみて、この少人数でのスクール制が、健康づくりの習慣化に大いに寄与することがわかった」と、同氏は自信を深めている。

参加しているお客さまも、これまで既存のフィットネスクラブに通ってはみたものの、なかなか継続することができなかったという人なので、この点からも、お客さま自身やその家族はもちろん、地域社会や業界などにも広く貢献していることがわかる。

関係づくりや健康リテラシーの 向上も実現目指す

伊藤氏はアライブを企画開発する際に、顧客が健康づくりを習慣化するのに、「成果の提供」とともに、トレーナーと一緒にトレーニングする仲間との「関係性づくり」や「健康リテラシーの向上」も大切なポイントになるのではないかと考えていた。

そこで、「関係づくり」については、月末の休館日に健康関連のセミナーやイベントを実施したり、毎回のクラス提供時に名前を呼んで頻りにコミュニケーションしたりすることで、その実現を目指した。

また、健康リテラシーの向上については、毎回のクラス提供時に「1分間セミナー」を行ったり、ブログやYouTubeでコンテンツを配信するなどのことも行っている。

結果、定着率も紹介率も高く、在籍会員数は、出店とともに右肩上がりで推移し、キャパシティに達して維持されている状態だ。

成長には人材育成がカギ 今後は社員の独立も支援

今回、出店立地として選んだ平塚駅周辺には、すでに多数のフィット

ネスクラブやスタジオなどがあったが、そうした環境のなかでも、早期に損益分岐会員数を越え、在籍会員数を安定化させることができていることから、伊藤氏は「今後、どんな（競合環境の激しい）立地に出店しても成立させることができるでしょう」と語っている。

強いて課題を挙げるとすると、現在チラシを中心にプロモーションを仕かけているが、会員獲得単価がやや割高であるため、今は、セールス力にさらに磨きをかけることに取り組んでいるところだ。ただこの部分についても、同社のこれまでの実績をみるに早晩パッケージ化された集客ノウハウを構築することだろう。

スケーリングも見据えていて、すでに業務受託による2号店もオープン間近で、来年1月には同じく業務委託により3号店がオープンする予定だ。さらに、直営の2号店、3号店の出店も現在、検討しているところである。伊藤氏は今後、従業員が独立してこのアライブを運営することも歓迎したいと考えている。

こうした業態・サービスがスケーリングできる条件として、伊藤氏は次の5項目を挙げている。(1)顧客から見て、(一般的なフィットネスクラブとの)違いがわかること(2)提供するサービスを絞り込むこと(3)そのサービスが繰り返す必要になるものであること(4)顧客が望むだろう成果を出すこと(5)人材やプログラム、マネジメントなどソフトな資源が拡充していく仕組みがあること。

とりわけ、この5項目のなかで大事になるのが(5)で、「この部分をさらに具体的にいうと、①トレーナーとしてのクオリティ、②マーケティング、③マネジメントとなる」（伊藤氏）。

施設が小さくなればなるほど、当然のことながら施設力には頼れなくなり、人材力やプログラム力が求められる。伊藤氏も「小型になればなるほど、お客さまから痛みに対する要望が増すので、トレーナーには機能解剖学や栄養学などに精通することが求められる」と語っている。さらに同氏は、「当社の従業員は、トレーナー力、マーケティング力、マネジメント力の3つに関しては、相

応の仕組みで継続して実力を高めてきているので、会社を離れアライブで独立起業することになったとしてもきちんと経営・運営していけると思います」と、社員に太鼓判を押す。同社には遠藤一佳氏が学長を務めるFBL大学と併せて、実践的な知識・技術を学ぶオンライン学習の仕組みもあり、その教育システムはフィットネス業界では最高水準にある。ただ、アライブでの将来的な成長

を見据えると、長期的に優れた人材を何人も育成していくことが必要になる。

とくに、「痩せたい」という要望に答えるより、「痛みをなくしたい」という要望に答えることは難易度が数段高い。そのため、右手に専門性、左手にマネジメントを備えた「フィットネストレーナー経営者」の育成については、今後も手を抜くことなく積極的に進めていく計画だ。

女性専用 30分フィットネス「カロリロ」

運動の可視化と健康科学大学で正しい“健康痩せ”を実現

カロリロジャパン 代表／一般社団法人日本肥満予防健康協会 理事長 宮崎健爾氏



一般社団法人日本肥満予防健康協会がプロデュースする、女性専用30分フィットネス「カロリロ」は、そのほかの同様の施設とは異なり、心拍数と脂肪燃焼状況の可視化により、“健康痩せ”を楽しく手軽に実現する施設だ。セミナーやパーソナルトレーニングに加え、豊富な知識と経験をもつ肥満学専門スタッフにより、個別カウンセリングによる運動指導・食事指導を提供し、「個人の本来あるべき姿」を実現する美と健康の総合女性専用フィットネスといえる。

「カロリロ」とは、「カロリーリストラクション (Calorie restriction)」と「スローフード (Slow food)」からなる造語。成人女性の健康長寿には、運動だけでなく食事もたいへん重要な要素であるという考えに基づいてつけられた。

成果の“見える化”でやる気を引き出す

カロリロの特徴であり、ほかの女性専用小型フィットネスと大きく異なる点は、①モニターで運動中の成

果が見える、②楽しい演出、③無料の健康教室を開講していることである。次より、詳細に解説していこう。

①モニターで運動中の成果が見える

スタジオ前面のモニターに脈拍数、消費カロリー数、運動時間、脂肪燃焼状況を表示。お客さまの体型・体質や目的はそれぞれであるため、本来は個々に合わせた目標設定とトレーニング内容にすることが重要であるが、一般的な女性専用クラブでは、どの方にも同一のサービスを提供している。「カロリロ」では、ブレスレット型センサーをそれぞれの方が装着することで、個人に合わせた効果的な脂肪燃焼の運動ができるようになっている。モニターには24名分まで表示することができる。

お客さまは来館すると、まずカロリロオリジナルシステムのブレスレット型センサーを腕に装着。センサーは毎回無料でレンタルされ、利用者ごとに機器番号を登録することで、モニターに表示される仕組みだ。センサーはセイコーエプソン株式会社による日本製だが一般流通品ではない。同商品含め、システム全体が

IoT技術を導入したカロリロオリジナル仕様となっている。

センサーにはLEDライトと振動を利用した高精度な脈拍センサーと加速度センサーが搭載されており、前者にて身体の状態を、後者にて身体の動きを計測することで、エクササイズ状況やカロリー収支を算出する。個人ごとに、またトレーニングの目的によって最適な心拍ゾーンは異なるが、「カロリロ」のシステムでは、自分の目的にあった運動強度を心拍ゾーンに置き換えて設定することができるようになっている。それを把握することで、より効率的なトレーニングが可能となるのだ。

②楽しい演出

システムには、年齢・最大心拍数から効果的な脂肪燃焼ゾーンが設定

