

“団子より花”が 21世紀の 業界発展につながる

小田急電鉄株式会社
フィットネスクラブエキスパス
スーパーバイザー
遠藤一佳

国民の健康志向の強まりや労働時間の短縮推進等により業界への社会からの期待は今後大きくなるといわれています。しかし、私はこのままではフィットネスは国民には普及しないとかなり強い危機感を持っています。たしかにここ数年、業界は産業としてはかなり成熟したといえるのですが、依然参加人口は横這いのまま。定着率も向上したとはいえない。これはひとえに現場の力量不足、はつきりいえば人材が生み出しているサービスやプログラム、接客等の質が低いからです。この問題は現状路線の単純延長や微調整では対応できない程に悪化しています。なのに産業全般にこうした事情への認識が甘過ぎます。

私は、クラブ内官主義、健康づくりとは程遠いチャラチャラしたイメージ、安易に指導者を輩出する養成スクール、評論するだけの関係者、表面的過ぎるフィットネスの解釈、100%OFFが当たり前の販促活動、健康づくりの知識と社会性が希薄なインストラクターを業界7大悪として指摘しています。この7大悪が相乗効果となり業界を内側から崩壊させているのです。今こそ業界はこの7大悪を直視し、これらの根源が全て人材の問題にあることに気づくべきです。人の改革こそが今後の業界の最重要課題なのです。

わかりやすい例では昨今多くのクラブで参加層拡大を目的にスタジオプログラムの名称変更やマニュアル徹底が行なわれていますが、このような微調整では大きな効果は期待できません。真の対処としてはスタジオプログラムが有すイメージ変革への注力とプログラム担当者をジム等で目立たなくともお客様の草の根的な支持を得ている者へ変更することの2点が欠かせません。大切なのは従来の価値観や慣行等の土壌にのったり、それらを保護しながらもの考えるのではなくて、発想とその出所を根本的に変えることなのです。

業界には表向きには国民の健康づくりへの貢献・サービスこそがこの業界の真の役割であるとかいっておきながら、自らは煙草を吸っているような口先だけの人がたくさんいます。こういった「信念なき人達」が権限を持つたり、多数派であるうちは業界の将来は暗く寂しい。この姿勢の悪さは従来の業界の「花より団子」的な取り組みによく現れています。つまり、業界はこれまで国民の健康向上への貢献とか社会的認知促進といった信条（花）を捨てて、無謀な販促活動による会員数確保や中身軽視の結果重視による目先の収益（団子）を追いかけてきたわけです。しかし、花を捨てていては将来このつけを払わされることはあっても本心に欲しい団子は手に入らない。すなわち、「団子より花」の活動規範が21世紀の業界発展を可能にするのです。1997年からの3年間は人の改革、そしてそれを前提とする従来の業界通念の破壊と新しい理念、施設、料金、組織、採用方法等の創造に勇気と決断力をもって取り組むべく大変重要な時期であると認識しています。