

フィットネスビズ

(ヘルス&フード企画株式会社)



代表取締役 遠藤 一佳氏

ジム・スタジオ型クラブ拡大と若手の人材育成に情熱を注ぐ

■ トレーナーから出発して 新会社の起業、独立へ

成功するジム・スタジオ型クラブの開発・経営を目指し、「営業支援と社員研修の両面から本物のフィットネスクラブをつくるためのノウハウを提供します」と謳う、新会社フィットネスビズが今年6月に誕生した。

新会社を率いるのは、㈱ワークアウトワールド・ジャパンの取締役営業本部長として「ワウディー」等を30店舗以上開業させてきた遠藤一佳氏。ジム・スタジオ・スパをアイテムとするワウディーは、お洒落な感覚のクラブとして20歳〜30歳代女性の支持を集め、爆発的なヒットクラブとなった。その開業から運営まで、ワークアウトワールドの増田秀俊社長の右腕として現場を仕切り、成長を支えてきたのが遠藤氏である。

フィットネス業界では折から、ジム・スタジオ型に代表されるプールレス業態に注目が集まっている。プールを設置しないことで、

- ① 物件の調達が可能になる
- ② ローコストで開業できる
- ③ スピーディな店舗展開が可能になる

など、多くのメリットがある。しかしながら開発を検討しつつも、プールがなくて本当に安定した集客ができるのか、という不安感を拭い去ることができずに、出店を躊躇している企業が多いのも事実だ。そうした不安に対して、圧倒的な集客力をみせつけ、業界にジム・スタジオ型の可能性を示したのが、ワ

ウディーであった。

遠藤氏は「若い人が多く集まり、コンパクトで活気のあるジム・スタジオ型クラブの雰囲気は個人的にも好き」と語る。そして、今は日本のクラブ数を多彩なバリエーションでもふやし、フィットネス参加率を高めるためにも、ジム・スタジオ型クラブ成功のノウハウを提供していきたい、としている。

43歳になったばかりの遠藤氏だが、青春時代は高校球児で、大学は日本大学体育学科を卒業、財団法人の「三菱養和会巣鴨スポーツセンター」でアルバイト中にフィットネスの素晴らしさに目覚め、ボディビルダーを目指すとともに同センターに就職したのがキャリアのはじまりだ。やがて民間企業でビジネスセンスを磨きたいと、小田急電鉄系の「エクスパス」(当時)に転進、さらに大手クラブのマネジメント業務に携わるべく「ルネサンス」に転職、そしてベンチャー企業で直接経営に



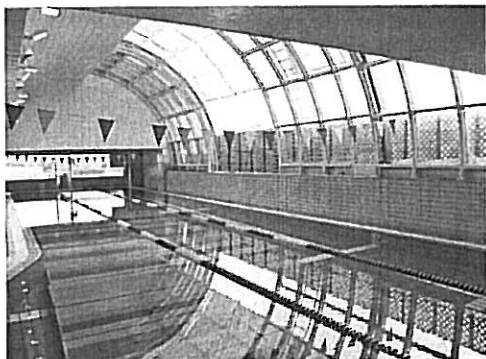
フィットネスビズの拠点となる「ルネサンス目黒店」

関わりたいとの考えから草創期のワウディーに参画した経歴を有する。

さまざまなタイプの企業・クラブに携わったキャリアをもつわけだが、今回の起業ではそれらの多彩な経験をすべて活かして、自前のクラブ開発はもちろん、他社へのノウハウ提供や人材支援に力を注ぐ。

■ 自社店舗を拠点に 新たなクラブ開発に挑む

目下のところ、フィットネスビズでは活動の拠点を「ルネサンス目黒」店におきながら、各種のビジネスを展開していく。遠藤氏がかつて勤めていた(株)ルネサンスと、互いにメリットのある緩やかな協力関係を構築するために、同店舗を経営していたヘルス&フード企画(株)を、ヘルス(フィットネス事業)部門とフード(レストラン事業)部門に会社分割し、前者の経営権を遠藤氏が7月に継承、ルネサ



目黒店は小規模だがプールも備える

ンスのフランチャイジーとして目黒店の経営にあたることとなったもの。したがって、フィットネスビズは会社の活動名で、正式な商号はヘルス&フード企画である。

目黒店の延床面積は駐車場スペースを除いて500坪程度と小柄ながらも、ジム・スタジオ・ブルの三種の神器を備える。遠藤氏が独立開業で志向していたジム・スタジオ型とは異なるが、「運営はどんなパターンでも対応できる」との考えから、継承することにした。現在の会員数は1900人。現状すでに混雑感があるため、会員数は微増を保ちつつ、パーソナルトレーニングなどの会費外収入をふやす手法で、利益の150%増を目指す方針である。

同施設がすでに開業からすでに15年を経ていることもあり、以後はその達成水準をいかに長く維持できるかが重要との考えだ。また、クラブの運営内容としては、目標設定の練り直しやサービスの数値評価の導入など、スタッフとの緊密なミーティングを重ねつつ、業務改善に取り組みはじめたところである。

今後、自社独自もしくは他社支援のケースを問わず、つくりあげていきたいクラブの業態は、ジム・スタジオ・スパといった従来のジム・スタジオ型クラブの基本アイテムに、温浴の充実、コミュニティ、手軽さなどを加えた、全世代が楽しめるブルレス業態だという。いま業界では若い女性のクラブ離れが心配されているなかで、ワウディーは若年女性層の集客力が抜きんでていた。そうしたノウ

ハウを活かしつつ、温浴施設などの充実によって若年層に加えて退会率の低い中高年会員をつかもうとの考えだ。ブルがないことによる集客力への影響は、従来ワウディーで3000人以上のクラブを多数つくってきた経験から、まったく心配はしていない。

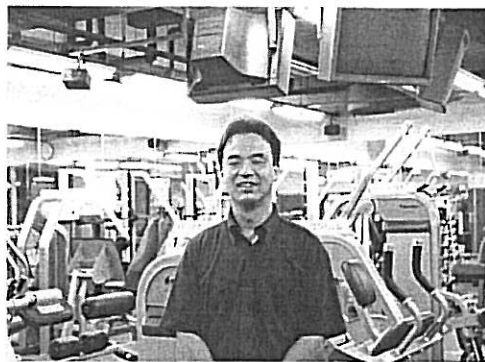
「お客さまはプールに来るのではなく、クラブというコミュニティに来るのです」と自信をもって断言する。規模もやや小さいほうが、会員同士のコミュニティ意識はむしろ高い。

また、集客においてはワウディー時代から、チラシなどでの告知の工夫により地域の潜在顧客からの問合せを得て、そこからセールスに結びつけていく独自の手法を身につけてきた。これにより開業セールス開始後、2か月でスピーディに損益分岐会員数を確保するのが、同氏の考える標準的な集客速度である。

フィットネスビズではこれらのノウハウを活かして、中長期的に自社直営で5店舗程度の展開を目指すほか、現在すでに1000坪以上の大規模ブルレスクラブの計画をはじめ、開業コンサルティングなど、数社からの依頼案件が進行中だ。

■ フィットネス業界人のあり方に もの申す姿勢を貫く

クラブ開発のほかに、遠藤氏が考えているもう一つの事業の柱は、人材教育支援である。同氏は10年以上前から業界人のあり方に対して、経営者層からトレーナー・インストラクターに至るまで、直截な表現で問題意識をぶ



人材育成を通して業界に貢献したいという遠藤氏

つけてきた。同氏にとつて、たとえばタバコを吸う経営者やスタッフは論外であり、自らフィットネスをしない者も同様である。フィットネス産業に携わる以上は、自らお客に提唱するライフスタイルを実践すべきである、との見解からだ。そして、そうした問題提起を折にふれて業界誌に投稿してきた。「エクスパス」に勤務していた当時には、次のような文章を書いて、会社から始末書を書かされたこともある。

いわく「業界は『優秀な人材』高コスト」という、あまりにもいい加減でやる気を失うような理由を正当化することで人材育成を怠ってきた」「経営者と支配人クラスの権力者が3M（無知、無能、無責任）で、国民の健康管理の支援こそが業界の本分との信念がない」など過激な文章を連ね、管理職に「本社や親会社からの天下り同然の者」「現場経験のまったくない者」「現場管理能力ゼロの者」が多い現

状を憂い、支配人を野球の監督にたとえて「誰が野球経験のない者を監督になどするものか」と批判した。また、指導スタッフについてもサービスマインドやビジネス意識、教養や専門知識の不足などを厳しく指摘し、自らの要求水準と比較して「現インストラクターの7割は失格とならうがなんの問題もなからう」と断言した（出典『フィットネスコレクション』97年6月号）。

■ ライフワークとして人材育成に本気で取り組む

しかし、いま遠藤氏は業界の人材難を批判しているだけではない。自ら「業界の将来の人材のための捨て石となる」覚悟で、自社のホームページ（<http://www.fitness-biz.net>）や、「熱いハートとクールなスキル」を伝えることを標榜するメールマガジン「マネジメント大学」を通じて、若い業界人の自己啓発に役立つ知識やノウハウを公開している。

また、ブログ「チャンスは掴もう！」や「フィットネスお悩み相談室」でも若手へのメッセージを発信している。かねてより遠藤氏はフィットネスの現場で、「このままで将来は大丈夫だろうか、いま何を勉強すればいいのだろうか」と戸惑う若者たちの姿に接し、心を悩ませてきた。

そしてフィットネス業界のキャリアパスとして、現場スタッフ→ビジネススマン→経営者といった流れを最も現実的なビジョンと想定。「現場感覚に基づく経営者脳」をもった人材が

いま業界に最も求められている、との判断に基づき、自身がトレーナーからマネジメント職へ、そしてクラブ経営者へと成長してきたなかでの経験を迷える若手スタッフに伝えていくことを、自らに課せられたミッションと考えている。これらの人材教育活動はボランティアに近い状態で行なっているのだが、業界貢献のライフワークとして今後も積極的に取り組んでいく考えである。

「志あるところに、道は開かれる」を座右の銘とする遠藤氏が、新会社フィットネスビズ設立にあたり掲げた理念は、「同じ志、情熱をもった仲間と、高いプロ意識と誇りをもって事業に取り組み、ともに成長する」であった。同氏が、ビジネス上の成功よりも前に、その基盤にある人間的側面を重視していることがわかる。

ジム・スタジオ型を中心に、クラブ開発や経営、そしてコンサルティングなどの事業活動を進めていく同氏であるが、最大の関心事は人間の成長にあるようだ。そして個人の成長こそがよりよい会社、そして業界の未来をつくるという信念を抱いている。ともあれ、従来は業界人としてのあり方を批判しつつ自らの成長を目指してきた遠藤一佳氏だが、今後は経営者としての言行一致が求められる。これから自社クラブの開設と運営、その成功モデルが経営思想の表現とみなされるようになるだろう。もちろん、遠藤氏自身も進んでその役割を引き受けるつもりだ。

（乙部宏樹）