

Case Study Report

ストック総研「実践企業」インタビュー

長期的視点からも大躍進が期待される 健康ビジネスをストック分析

定年と寿命のギャップが生み出す今後20年続くビジネスチャンス！
この流れは、あなたのビジネスも避けては通れない！？

SAMPLE

プロフィール

「心身健康倶楽部」 パーソナルトレーナージャパン株式会社

枝光聖人(えだみつ・まさと) 代表取締役

NSCA 認定 パーソナルトレーナー

厚生労働省認定 ヘルスケアトレーナー

日本関節アプローチ協会認定

関節アプローチマスター

関節ストレッチマスター

人間科学学士

心身健康科学修士

日本救急蘇生協会認定



2000 年より本格的にパーソナルトレーナー活動を実施。活動当初は、プロボクサーやトライアスロン、マラソン、野球などプロ、アマの競技者を中心に指導していたが、2004 年より一般人の健康維持、向上やリハビリ的運動処方、ダイエット、趣味競技能力向上を中心に対象を変更し、活動を実施。

2007 年に医師と共同で生活習慣病改善プログラム「メディカルワークアウト」を開発し、スポーツクラブにて展開。この成果が認められ、『第二回 週末起業大賞』を受賞。

パーソナルトレーナーとしては、世界でも一番の信頼度を誇る、「NSCA-CPT(全米認定パーソナルトレーナー)」資格を独学で取得。その他、厚生労働省認定「ヘルスケアリーダー」、日本関節コンディショニング協会認定「関節マニュアルアプローチマスタートレーナー」などの資格保有者でもある。

大学にて人間科学学士取得、大学院にてこころ(脳)とからだの相関性について、深く研究し心身健康科学修士となるかたわら、自らの体も理論的に鍛え上げ、ボディビルダーの現役選手としても活動中であり、2010 年には神奈川ボディビル選手権において優勝し、49 歳の現在も大会に出場。

2013 年「パーソナルトレーナージャパン株式会社(心身健康倶楽部)」を設立。

2016 年その実績とノウハウをまとめてフランチャイズ募集を開始。大阪地区での展開など順調に業績を伸ばし、フィットネス業界のみならず公的機関からの介護支援業態の開発まで注目を集める存在となっている。

はじめに

枝光代表とは、友人経営者らの交流会を通じて、約1年前に出逢いました。

枝光代表は、パーソナルトレーナーという言葉がまだ日本に知られていない時代から、独自に取り組みを開始。米国での資格取得や大手スポーツクラブでの活躍を経て『心身健康倶楽部』設立、昨年フランチャイズ募集を開始しました。

私は会員として、この『心身健康倶楽部』に通っています。

経営者として健康の大切さは分かっているが、スポーツクラブに通い始めるもなかなか続かなかった私が、もう半年間以上継続的にトレーニングしており、生涯このまま止めることなく続けていくという気持ちになっています。

長期的視点でいつもキーワードとなる「少子高齢化」。
もう少し分析すると「長寿命化により定年後の人生設計が重要」になるというビジネスの潮流が見えてきます。

この流れは、フィットネス業界を含む健康関連産業のみならず、世の中のすべてのビジネスに関係していきます。

枝光代表と対談の中に、あなたの5年後のビジネスを急拡大させるかもしれないストックビジネス構築へのヒントを見つけてください。

フランチャイズビジネスの創成期の姿、経営者としての枝光代表の姿勢などは、あなたのビジネスに必ず参考になるはずです。

大竹啓裕

～付記～

経営者として健康であることは当然必要ではありますが、当インタビューの目的はトレーニングを推奨するわけでも、フランチャイズ加盟を斡旋するもでもありません。

～ ポイント ～

- ☐ 「マーケットの将来性」
- ☐ 「チューニングの余地」
- ☐ 「経営者の姿勢」

■ パーソナルトレーニングとの出逢い

大竹：こんにちは大竹啓裕です。

今回の実践企業インタビューは、「健康ビジネスをストック分析」と題して、『心身健康倶楽部』の枝光代表にお話を伺いたと思います。枝光さん、よろしくお願いします。

枝光：「注目企業訪問」では、お世話になりました。本日もよろしくお願いします。

大竹：こちらこそ、ありがとうございました。

では、早速ですが『心身健康倶楽部』について少しお話していただけますか？

枝光：はい。一言でいうと「中高年向けのパーソナルトレーニングジム」です。「人生は筋肉だ！」をスローガンに、週 1 回のトレーニングだけで健康な身体と心になれるように開発したメソッドを提供しています。

大竹：もともとパーソナルトレーニングというのはプロスポーツ選手などが、トレーニングするためのコーチみたいな役割から生まれてきたものですね？

枝光：はい、日本でもだいぶ一般的な言葉になってきました。

世界で活躍しているスポーツ選手やオリンピックのメダリストなどには、必ずと言っていいほどパーソナルトレーナーがついています。

大竹：枝光さんがパーソナルトレーニングに関わることになるキッカケを少しお話していただけますか？

枝光：はい。もともと夢はプロ野球選手！というほど運動が大好きでしたので、普通にサラリーマンをしながら自身の身体を鍛えていました。そして 30 歳の時に好きが高じてパーソナルトレーナーとして週末起業をしました。

大竹：最初は副業だったんですね。

枝光：まだ、パーソナルトレーニングという言葉も日本では知られていない時代でした。まずは何かしらの資格が必要であろうと思って、世界でも一番の信頼度を誇る、「NSCA-CPT(全米認定パーソナルトレーナー)」資格を独学で取得して、サラリーマンをやりながらのスタートでした。

大竹：ほかには何か準備をされましたか？

枝光：トレーナーとして、自分が説得力のある身体として見本になるとようにボディビルを始めました。

大竹：確か優勝されたんですよね？

枝光：はい、目標にしていた 75kg 超級という階級で神奈川県チャンピオンになり、今でも続けています。

■ 転身

大竹：どのような形で副業として活動されていたんですか？

枝光：日本ではパイオニア的な存在だった有名パーソナルトレーニングジムに所属して、プロスポーツ選手の指導にあたっていました。

大竹：その後は？

枝光：プロ相手の世界ですからお互いに真剣ですし、結果も伴うのでやりがいもあったのですが、一般の人にこそパーソナルトレーニングが必要だと感じて転職をしました。

大竹：それが大手のスポーツクラブですね？

枝光：はい、全国にあるスポーツクラブチェーン本店のパーソナルトレーナー第1号になりました。

大竹：一般の方の反応はどうだったんですか？

枝光：予想通り喜んでもらえて好評をいただきました。

大竹：大手企業で安泰な立場を得たと思うんですが、独立を選ばれたわけですよね？

枝光：はい。大手企業ですから人材も資金面でも恵まれていて、最終的には全国でのサービス展開までいたって達成感もあったのですが、個人的にもっと人との関りを深めたいという気持ちが強くなり、もともと独立志向もあったので起業という道を選びました。

■ブルースリーになりたい

大竹：枝光さんに「私もブルースリーみたいになれますか？」と聞いたら「週1回1時間通えばなれます！」と答えが返ってきたのが、トレーニングを始めるきっかけでしたね。

枝光：そうでしたね。笑

大竹：でも、3ヶ月くらいたっても腹筋が割れてこないから「どうしてですか？」と聞いたら「脂肪の下に隠れています」と言われて、「上手いなあ」と思ったことをよく覚えています。

枝光：パーソナルトレーナーはフィットネス業界のホストと言われています。ただ単に筋力トレーニングなどの指導に詳しいだけでは続けられません。

大竹：ブルースリーみたいになれなくても、身体が変わっていくことを実感できたから、こうして続いていると思うのですが、その辺りをお話いただけますか？

枝光：全人口の30%の人が「運動は必要だ」と思っているといわれています。けれども実際にスポーツクラブに通うなどの運動をしているのは全人口の4%。すなわち必要だと思っていながらも26%の人は具体的な行動をしていません。

大竹：私もスポーツクラブに入会しては止め・・・を繰り返していました。

枝光：実はその4%の中にもお風呂会員と呼ばれる方々も含まれているのが現実です。

大竹：他には私を含めて会員が通い続けられている秘訣はありますか？

枝光：「約束」ですね。日本人、特に高齢者は約束を守ります。次回の予約という約束をするから雨でもちゃんと来る。継続的に来るから結果が出続ける。ここが他のスポーツクラブとの大きな違いでもあります。

大竹：なるほど、スポーツクラブとの比較が出たところで、もう少し詳しくパーソナルトレーニングジムとの違いを教えてくださいませんか？

■スポーツクラブとの違い

枝光：まず、サービス提供の対象が1対多と1対1という根本的な違いがあります。自ずと施設規模も設備もスポーツクラブの月1万円に対して、心身健康倶楽部は月3万円ですから価格も違ってきます。

また、それと同様に画一的な「マニュアルトレーニング」と、各人に適合させた「パーソナライズされたオリジナルメニューでのトレーニング」という違いもあります。

そうするとトレーナーに求められる能力や資質も違ってくるので、非常に近い業界ではありますが、全く別のビジネスといったほうが良いかもしれません。

大竹：確かにしつつスポーツクラブと比較をしてしまいましたが、通っている実感としても別物だと思ったほうが良いかもしれませんね。パーソナルトレーナーはホスト的な要素も必要なようですし。

枝光：はい。ホストは半分冗談ですが、パーソナルトレーナーには「運動知識」「医学的知識」「運動技術」「心理学」「接客能力」が求められます。

大竹：スポーツクラブのトレーナーには必要ない？

枝光：もちろん大手スポーツクラブには様々な研修もありますし、全く必要ないということではありませんが、所謂マニュアルトレーニングなので、知らなくても教えられますし、務まります。

大竹：パーソナルトレーナーにはどうして必要なのか？を説明してください。

枝光：私はよく「医者ではないので治すことはできないが、治療に行くべきかトレーニングをすべきか？」という線引きについては判断できなくてはいけない。」と勉強中のパーソナルトレーナーに話をします。

これには、ある程度の医学的な知識が必要になります。

また、相手が「どうゆう心的状態なのか？」「何をもとめているのか？」によってもトレーニングが変わってきます。この辺りは心理学と接客能力の領域です。

大竹：1対1で深く関り、相手に合ったトレーニングを提供して、結果を出すのに必要なスキルなんですね。

枝光：結果というところでは、大手スポーツクラブでも入会時にカルテを作成して、目標などを確認しますが、パーソナルトレーナーはより深く相手のニーズを把握していきます。

大竹：例えばどんな感じですか？

枝光：漠然と「身体の動きを良くしたい！」というようなことではなく、「階段をスムーズに昇りたい」なのか？「ゴルフの飛距離を伸ばしたい」なのか？「足腰の痛みを解消したい」なのか？などを把握して、相手に合ったオリジナルのトレーニングメニューを提供するようなイメージです。

■心身健康倶楽部の特徴

大竹：スポーツクラブとの違いはわかりましたが、もう少し詳しく特徴を説明してください。

枝光：心身健康倶楽部のパーソナルトレーニングには5つの秘密があります。

大竹：ご説明してくださいますか？

枝光：その秘密は・・・

1. 筋力トレーニングは週1回60分以上やらないでください！
2. 腰と膝が痛い方こそスクワットトレーニングする！
3. 高齢者ほど高負荷の筋力トレーニングが必要！
4. ダイエットは食事をしっかり食べないと成功しない！
5. トレーニングに必要なのは心！

の5つです。

私はボディビルディングをやっていますが、週1回しかトレーニングしません。もちろん毎日ジムにいったってトレーニングをするわけですが、1カ所の筋肉を週1回ずつ鍛えるという意味での週1回です。

でも、皆さんは筋肉粒々になる必要はありませんから、健康を保つという目的だけならば、身体全体を週1回60分のトレーニングで充分という考え方です。

また、膝や腰が痛くてお医者さんに行っても薬をくれるだけで、筋肉を増やしてはくれませんし、「運動は控えめに」といわれてしまえば筋力が低下してさらに痛みが悪化する可能性さえもあります。

もちろん、日常生活を送れない方は無理をしないで入院するなり治療に専念することは言うまでもありません。

けれども、寝たり立ったり座ったり、階段を上ったり、モノを持ったりという日常生活ができているということは、自分の体重を支えて動かすことができるという証拠です。

パーソナルトレーナーのような専門家に相談は必要ですが、日常生活が送れるならばスクワットで筋力アップしつつ、歩き方や座り方の改善をするだけで健康につながると思っています。

そして、年齢が進むと筋力が低下しますが、高齢者でも体重が10kgというヒトはいません。最低でも30kgはあります。この体を動かすということは充分に高負荷です。体重に見合ったトレーニングが必要であり、そうしないと筋力がなくなり骨も弱くなり現状維持さえも出来るのが現実です。

また、ダイエットですが食べないと、まずなくなるのが筋肉です。若いうちは失った筋肉を取り戻すことができますが、年齢が進むと取り戻せません。

ですから、筋肉を失うことなく、食べながら筋力アップをして高代謝の身体を作り上げることが中高年のダイエット成功の秘訣です。

最後にトレーニングに向かうには健康な心が大切であるということです。

大竹：この秘密を体験すると・・・。

枝光：90 歳なのにテニスを始めたり、80 歳なのに海外旅行に行ったり、血圧が下がったり、ダイエットが成功したり、腰痛が解消したりという結果に繋がったりします。

大竹：他にもありますか？

枝光：ビジネスという意味では、在庫がないので「利益率が高い」、マイクロジムゆえ「低予算での開業」「兼務による人件費抑制が可能」などがあります。

今、フィットネス業界で流行っている 24 時間オープンの無人スポーツクラブなどは初期投資だけで 4,000 千万円の資金が必要だといわれています。

フランチャイズ展開をするうえでは、「高利益率」「低予算」「人件費抑制」などと合わせて、3 ヶ月間の研修で心身健康トレーナーになれるカリキュラムが特徴といえるかもしれません。

大竹：よくわかりました。

■パーソナルトレーニングの価値

大竹：先程、スポーツクラブの月 1 万円に対して、心身健康倶楽部は月 3 万円というお話がありました。私は毎週 1 回で 3 万円の価値を実感しているから継続しているわけですが、割高に感じる方も多いと思うので説明していただけますか？

枝光：マッサージと同価格帯、10 分 1,000 円というのがひとつの基準ですが、月 3 万円と聞くと高いと感じる方が多いことも理解しています。

けれども、実はマッサージ、サプリメント、医者通い、疲れて温泉、ストレス発散でカラオケ・・・まで含めると、広義の健康のために月に3万円以上使っている人が多いのが事実です。

大竹：確かにそうですね。そして、ほぼどれもが対処療法的でマイナスからゼロに戻ったらやめちゃう。

枝光：はい、そこに使っている分野のお金をこちらにチェンジしてもらおうというのが、心身健康倶楽部の考えですから、そんなに高くないと思っていますし、大竹さんもはじめ皆さん納得して通ってくださっていると思っています。

大竹：実際に今まで行っていたマッサージ店には行かなくなりました。マイナスからゼロにとどまらずプラスの状態までもって行って、そこで維持をさせることができるわけだから、他の治療などにお金が掛からなくなって、より一層の健康が手に入ると考えれば3万円の価値はあると私も実感しています。

枝光：そうおっしゃってくださる方は多いですね。

大竹：実際に使っているお金の支払先をかえるだけなんですよね。

枝光：はい、ブランドチェンジみたいなものですね。

大竹：だから月3万円は高くないと。

枝光：東京の新宿区四谷、大田区馬込という現在の出店地域柄、富裕層向けのビジネスと思われがちですが、お客様の大多数が会社勤めをされている方です。ですから、決して月3万円は出せない金額ではないという結論は、実地で検証されたということを前提に、今後のビジネス展開を考えています。

■お客様像

大竹：以前お話を聞いたとき、思ったよりも女性客の比率が高く感じたのですが・・・。

枝光：現在 65%が女性、残り 35%が男性という比率で、下は 20 代から上は 90 代までの方に通っていただいています。

大竹：この数字の背景を説明していただけますか？

枝光：男性はもともと人に何かを習うこと自体が好きではありません。教わったらあとは自分でやるみたいな傾向があります。これはプロスポーツ選手の世界でも変わりません。

女性はお稽古事のように人にもものを習うことに抵抗はありませんし、先生のもとで継続してしっかり学んでいきたいと思っているようです。

大竹：その違いがこの比率に落ち着いてくるんですね。

枝光：はい。

大竹：顧客の職業は経営者が多いとか傾向はありますか？

枝光：いいえ、もちろん会社経営者や地元(四谷)の商店主の方もいらっしゃいますが、多くの方は中間層といわれる普通に会社勤めをされている方が中心です。

大竹：スポーツクラブと変わらない顧客層ですね。

■競合するビジネス

大竹：芸能人を使ったテレビ CM でダイエットを大々的に展開している企業がありますが、こちらは競合だと思われますか？

枝光：いいえ、あちらは2ヶ月で40万円という価格帯ですし、対象年齢的にも競合ではありません。

大竹：あの会社は、従来のスポーツクラブの顧客層とも違う新たな市場を開拓した感がありますね。

枝光：おっしゃるとおりです。ダイエットというのは季節を問わず1年中ニーズのある分野ですが、あちらの会社は20代~40代をターゲットに糖質制限、すなわち食べないで痩せることを推奨しています。

大竹：枝光さんは「食べるダイエット」ですからね！

枝光：はい、若いうちは一度筋肉が落ちても復活させることが可能ですが、年齢が進むと難しくなるので、食事制限などで筋力を落とすことなく増強していくアプローチが必要になります。

大竹：筋力アップでカロリーを燃焼しやすい身体を作って脂肪を燃やすということですね。

枝光：はい、年齢が進んだら食べながら筋肉を増強しなくちゃダメなんです。

大竹：駅前やショッピングセンターなどの近くに女性専用のサーキットトレーニングという小規模ジムもありますが、どのようにお考えですか？

枝光：価格的に月6千円前後で安いという感覚をお持ちかもしれませんが、サプリメントの定期購入などを薦められて、実際には月1~2万円の支払いをしている方が多いようです。

大竹：トレーニングの効果はどうですか？

枝光：もちろん、一定の効果はありますが、一人々々に個別に対応しているわけではないので、限界もあると言わざるをえません。

大竹：どちらも競合のようで競合ではないということですね。

枝光：むしろ「パーソナルトレーニング」や「マイクロジム」という概念を普及してくれている、一緒に健康を推進する広い意味での同業といった感覚です。

あと、両店とも全国でのビジネスをほぼ同価格で展開していますので、心身健康倶楽部も現在の価格帯のままで展開できるという確信にもつながっています。

■ビジネスモデル

大竹：もう少し詳しく心身健康倶楽部のビジネスモデルについて説明していただけますか？

枝光：はい、経営の安定という観点からも含めて、収益の柱が3つあるモデルとなっています。

1つ目はお話したパーソナルトレーニング収益、2つ目はパーソナルトレーナーを養成することで得られる収益、3つ目は公的機関からの介護予防に関する委託事業からの収益です。

大竹：トレーニング収益は、ざっくり1人当月3万円×人数ですね？

枝光：はい。大体30人弱の顧客を維持、すなわち月90万円の売上があれば、現在想定している規模のジム運営が、この収益だけで可能になります。

あとは来店できないお客様に向けて訪問型からのトレーニング収益もあります。

大竹：パーソナルトレーナー養成からはどのような収益があがりますか？

枝光：まず心身健康倶楽部のパーソナルトレーナーには2種類あります。「心身健康トレーナー」と「ホームトレーナー」です。

心身健康トレーナーになるには「月1回×約10ヶ月間の長期コース」と「3カ月の短期コース」の実技と講義受講が必要になり、どちらも価格は45万円になります。

※長期コースは働きながらゆっくりと学べるコース、短期コースはフランチャイズ店長などが集中して短期に学ぶコース。

これは本部と学校機能をもつフランチャイズ加盟店が担当します。

ホームトレーナーには「入門コース」があり 3 時間の講座で料金 8,000 円です。

「基礎コース」は 6 時間の講座を 2 日間、「応用コース」はさらに 6 時間の講座を 2 日間、実技と講義受講が必要になり、基礎コース 29,800 円、応用コース 49,800 円です。

そして、これらのコースの講師になれるカリキュラムとして「講師養成講座」があり 6 時間の講座を 20 回（約 5 ヶ月間）実技と講座を受講することが必要になります。

役割としては、ご家庭でできるホームトレーナーは「基礎コース」、介護予防教室などの指導員は「応用コース」、これらのトレーナーの育成ができるようになるには「講師養成コース」が必要になります。

さらに、私が主宰している「一般社団法人 全日本心身健康協会」は、地元地域でこのホームトレーナーの講座を普及いただける方を増やして行きたいと考えていて、開催者の支援も行っております。

大竹：後程、詳しくお話したいと思いますが、私は「ホームトレーナー」という制度に非常に可能性を感じています。

枝光：ありがとうございます。

3 つ目は、医療介護費の削減を目指す行政からの入札案件で、介護予防事業の受託という収益があります。行政区の人口規模にもよりますが、1 教室が週 1 回×3 か月で 70 万円～90 万円くらいの売上が見込めます。

また、この介護予防事業に参加した方が心身健康倶楽部のお客様になってくれることも多く、パーソナルトレーニングの集客の入り口にもなっています。

大竹：公的職業訓練がキッカケで生徒が増えたパソコンスクールと同じですね。

■ホームトレーナーの大きな可能性

大竹：約 20 年前からフランチャイズ展開をした個別指導塾のトップ 2 社だけで全国約 3,000 を超える教室があります。

心身健康倶楽部のビジネスモデルは、長期的視点からみても、この勢いに匹敵する大きな流れになると思っています。

枝光：ありがとうございます。オリンピックイヤーの 2020 年には 300 カ所のジム開設を目指しています。

大竹：まだ、フランチャイズ募集を開始したばかりですから、これから色々な課題が出てくるとかもしれませんが、枝光さんの「想い」と「経営姿勢」があれば数字はついてくると思います。

でも、私が大きなスケールを感じているのは「ホームトレーナー」なんですが、少し説明してもらえますか？

枝光：ホームトレーナーは、ビジネスではなく自分の親をパーソナルトレーニングするための資格です。

現場では、息子や娘にマッサージをして欲しいという高齢者の言葉を実際に耳にします。

当の息子や娘といっても中高年になりますが、親が介護状態になることを望む人はいません。これは自分が介護をしたいとかしたくないとかという次元の話ではなく、親が幸せに生きて幸せに亡くなっていくことを望む心の現れです。

そんなことを考えて生まれたのがホームトレーナーという制度です。

大竹：素晴らしいですね。では、ここから少し解説をしていきます。

冒頭の例でいうならば、生徒が通って勉強するのが学習塾です。
これは心身健康倶楽部にトレーニングを受けに来ることと一緒にです。

けれども、心身健康倶楽部には「教える技術を学びに来る仕組み」があります。

これは、学習塾がお父さんお母さんに対して、「子供の勉強を見るためのスキル」を教えるビジネスを始めたと考えていただければ、このビジネスの構図がお分かりになると思います。

※あくまでもこれは例なので、塾がそのようなモデルで収益が上がると考えているわけではありません。

長期的視点でもよくとりあげる「超高齢化」が進む中で、このホームトレーナーの技術を学びに来るであろう人の数はものすごい勢いで増えることが予想されます。

私が実際に通っている経験上、昼間の時間帯はジムには空き時間があると思います。これはアイドルタイムといって、私の運営する貸し会議室でいうならば空き部屋、すなわちお金を生んでいない時間です。

このアイドルタイムを有効活用して、ホームトレーナー養成の講習を実施することで一石何丁にもなる気がしています。

また、親への感謝をあらわす機会提供、もう少し違った視点でいうならば、親の介護という恐怖ともいえる根源的に回避したい欲求、更にその遠ざけたい事象の発生を遅らせることができるようになる対処欲求ともいうべきものを満たすという意味でも、ホームトレーナーには需要があると思えます。

■恐怖と希望

大竹：恐怖という言葉が出たので「恐怖と希望」というお話をします。

この話をするときによく例に出すのは「ハゲ(予防)薬」です。

枝光：ハゲ薬ですか！？笑

大竹：はい、女性には分かりづらいかもしれませんが許してください。

「禿げるのではないか！？」という恐怖からハゲ薬を使い始めます。その後、ちょっとした変化を感じられれば恐怖の状態から「希望」が生まれ、その希望を持てる限り継続します。

恐怖の視点でいうとハゲが進行してしまうのでは？という「やめられない恐怖」から継続します。

そして、いつか希望が破れて「諦観(諦め)」するときに来て継続しなくなります。

枝光：笑

大竹：この年になると急逝する友人もいたり、色々な病気の話を知ったりして不安になります。これは恐怖とっていいと思いますが、これが心身健康倶楽部に通い始めた大きな理由ではないかと自分では感じています。

そして、通い始めるとこの調子でトレーニングを続けられずずっと働けるという希望が出てくると同時に、再び止めると元に戻るところかもっと老化が進んでしまうという恐怖を感じます。

私は半年通ったときに「これを続けるだけで10年は現役が伸びる」と実感したんです。そして枝光さんを私の健康面のパートナーでありメンターだと思えたんです。

これが、ヒトの根源的な欲求に近いところに心身健康倶楽部が価値を提供していると、私は分析しています。

■チューニングとマーケティング

大竹：先程、価格の話がでましたが、チューニングとマーケティングの話をしてください。

毎月 3 万円、私は納得感をもって支払っていますが、これは 3 ヶ月くらい継続して、体感して得られた結論です。

枝光：1 ヶ月でやめていたら分からなかった？

大竹：はい、その通りです。

私を含めて多くの顧客が納得して支払いをしている事実から、客それぞれに感じている価値観は違うかもしれませんが、月 3 万円の価値があることは間違いありません。

ただ、問題は体感して 3 ヶ月経つまでその価値が分からなかったということです。

枝光：そこに課題があると？

大竹：はい、これからもチューニングは必要ですが、既に 3 万円の価値はあると言い切ってよいと思います。あとはその価値を伝えるマーケティングが必要なのではと感じます。

枝光：価値が分かったうえでジムにお客様がいらっしゃる？

大竹：そうです！そうすると来店される見込み客も当然増えますし、私のように 3 ヶ月掛からずに価値が感じやすくなり、退会率も下がる。

枝光：今現在、1 年後の継続率が 8 割を超えています。

大竹：チューニングと連動していけば、もっと上がるかもしれません。

私はチューニングにおいて、国内最大手のコンビニチェーンが一番の企業だと思っています。

米国から取り入れたビジネスモデルをチューニングし続けて、最後には米国本社を買収してしまいました。

枝光：「チューニングが全て！」ですね。

大竹：その通りです。笑

■高い継続率の秘密

大竹：チューニングとマーケティングによりもっと継続率が上がるといいましたが、現状の仕組みや背景などを聞かせてください。

枝光：今現在、1年後の継続率が8割を超えています。
これには、冒頭でお話した「約束」という感覚をもつ予約の仕組みが大きく貢献していると思います。日本人は勤勉で本当にヒトとの約束を守ります。

大竹：他にはありますか？

枝光：あとはパーソナルトレーニングゆえに、「個人的な関係」が生まれるので、面と向かって断りづらい、止めづらいということも正直あると思っています。

大竹：確かにそれはありますね。笑

枝光：単に「身体の筋肉がどうしたいか？」ということだけでなく、日常生活や趣味などで実現したいことをヒアリングしたり、かなり個人的な事柄や価値観まで突っ込んでいかないと、結果に繋がり最終的に満足いただけるようなトレーニングプログラムを組むことはできません。

大竹：確かにかなり深い個人的な関係ですね。となると必然的にやめづらくなる。

枝光：はい。

大竹：ストックビジネスの継続率を上げる大事な要素としてサービスの提供者から「相手のパートナーになる」というのがありますが、まさにその立ち位置を確保しているわけですね。

枝光：心身健康トレーナーは確かに健康のパートナーですね。

大竹：私は、継続率に大きな影響を及ぼすもうひとつの視点として「健康のプライオリティがあがる」という考え方をしています。

これは長寿命化により定年や仕事を引退してから後の人生が長くなったゆえに、起こってくる現象です。

戦前は定年後にほどなく亡くなってしまうので、現役を引退してからの健康状態を気にかける必要はありませんでした。

でも、これからは 65 歳で定年を迎えて平均寿命が 100 歳の時代が 30 年後にやってくる。その時は 90 歳まで健康寿命が延びるので 25 年という年月を健康で過ごす必要があります。

そして、年齢が進むとともに、残された年数が少なくなるので、1 年々々より以上に健康に気をつかうことになります。

これは、継続的にトレーニングをすることにもつながると思っています。

■フランチャイズ展開創成期

大竹：昨年からフランチャイズ募集を開始されたわけですが、状況は如何ですか？

枝光：まず本部機能として直営店が四谷と馬込に 2 店舗。ジムのみならず訪問トレーニングの拠点でもあります。

四谷はトレーナー養成のための教育機関としての機能も有しています。

あとは行政からの介護予防事業が昨年は千葉県 6 カ所、埼玉県 1 カ所などで実績があり、本年は新宿区でも 10 カ所で実施していきます。

大竹：まだ、ゼロ次募集なんですよ？

枝光：はい、トレーニングや集客などのノウハウは蓄積されていますが、まだフランチャイズ本部としての実績はない状況です。

リスクはありますが、将来的な可能性は確かにあると感じています。

このような状況で一緒にやっていこうと思ってくれる同志を求めている感覚で、まず大阪地区でトレーナー養成機関も兼ねたジムのオープンが決まりました。

大竹：いまや生活インフラとなり、メーカー各社が取り扱ってもらいたい商品を持って日参しているコンビニチェーンも、最初は問屋に個店向けの少量配送を無碍に断られた歴史があります。
全国に展開する学習塾チェーンやパソコンスクールなども同じだと思います。

枝光：スポーツクラブ市場だけで 4 千億円市場といわれていて、外食のラーメン市場と同じ規模といわれています。

大竹：ラーメン市場と一緒にですか？何か縁を感じますね。
私自身、フランチャイズのラーメンチェーンを全国 300 店舗まで広げましたが、フランチャイズ展開をしはじめた創成期にこうして間近で発展を体感できること嬉しいですし、非常に楽しみでもあります。

枝光：オリンピックイヤーの 2020 年に 300 カ所のジム開設という目標に向けて頑張っています。

大竹：このインタビューレポートをご覧になっている皆さんに、この価値を感じてもらいたいと思います。

目の前で全国規模のフランチャイズチェーンが発展していく様子を見る機会は、そうそうないと思います。

しかも、枝光さんはオープンな姿勢でビジネスに取り組んでいます。

筋力トレーニングとかフランチャイズ加盟を推奨しているのではありません。

このインタビューから日本で生きる限りは避けられない課題、そして顕在化してくる大きな市場、そんなビジネスチャンスに経験から裏付けられたアプローチ手法を、あなたの事業の将来を考える際のヒントに活かして欲しいと思います。

■ドリームプラン

大竹：先日登壇された「ドリームプラン・プレゼンテーション」について聞かせてください。

枝光：優勝はできませんでしたが、1,500 人の前で「人生は筋肉だ！」と、生き生きと生きるには筋肉が最も重要な物質であることを国民に広く伝えたい思いをプレゼンしてきました。

大竹：どんな反応があるんですか？

枝光：北海道から沖縄まで、「地元で心身健康倶楽部が欲しい」「ホームトレーナーになって自分の親をマッサージしてあげたい」など多くの共感を得ることが出来ました。

大竹：提供しているものが本質的ですから、全国変わらないニーズがあるんですね。そしてホームトレーナーはやはり反響が大きいですね。

注目企業訪問でのトークセッションの際にエンジョイ先生が「学校法人」というヒントをくれました。

これは、投資家目線で心身健康倶楽部の事業を見た場合に、学校法人という立ち位置があると企業価値が全く違ってくるという意味であると思っています。

枝光：プレゼンテーションでも話をしましたが、「こころ、からだ、環境を統合的に評価しプログラミングして運動指導を実施するスペシャリスト」と心身健康トレーナーの役割を定義して、進化型のパーソナルトレーナーとして全国で養成をしていきたいと思っています。

大竹：筋力トレーニングをしたいヒトが通い心身健康トレーナーが活躍するジム機能だけではなく、ホームトレーナーが継続して学べる活動拠点としての心身健康倶楽部という存在に大きな可能性を感じています。

今まで、そんなフランチャイズビジネスは無かったと思います。

枝光：ありがとうございます。

大竹：こちらこそ本日はありがとうございました。



■お知らせ

ストック総研では、今回「心身健康倶楽部」にお邪魔した注目企業訪問をはじめとして、ストック思考を学ぶための環境をご用意しています。

詳しくはホームページをご覧ください。

<http://otaketakahiro.com/>

～実践企業インタビュー～

「健康ビジネスをストック分析」

2017 年 4 月 20 日 発行

監 修：大竹 啓裕

構成編集：富山 晃（ストック総研 公認コンサルタント）

発 行：ストック総研 株式会社

※複製・販売・オークションなどへの出品を禁止します。

©2015-2016 Stock Business Research Institute, Ltd. ALL Rights Reserved

■枝光代表からの対談後に頂戴したメッセージ

今回は、とても気づきのある機会をいただきまして、誠にありがとうございました。

私自身としては、一流企業でサラリーマンをしながら週末起業でパーソナルトレーナーをしていれば収入的には安定（1,500万円／年収）していました。

しかし、自分の収入は下がっても世の中にこの「心身健康トレーニング」を伝えたい、いや伝えることが使命であり、生きがいであると感じ現在に至ります。

筋肉は医学的にはまだまだ解明されていないことも多くあり、無限の可能性が存在します。

筋肉細胞から発生する様々な関連物質が、ガンを抑制することを研究する大学を作りたいということも夢のヒトツです。

そもそも学校教育に筋力トレーニングをカリキュラムとして導入したいなど、エンジョイ先生からご提案いただいた夢に繋がることにも向かっていきたいと思っています。

どうぞこれらも色々とアドバイスをいただけたら幸いです。

心身健康倶楽部 代表
枝光聖人

対談を終えて

私の経営メンターはエンジョイ先生、健康のメンターは枝光さん。

エンジョイ先生に仕事のことで相談するのと同じように、これからの人生、身体のことでは枝光さんに相談していくことになるだろうと思います。

筋肉と脳の関係、筋肉量の低下が老化と直結すると知り、実際に体験して実感している私は、親のことが気になって仕方がありません。

歳を重ねてからの恐怖は、「死ではなく自分の子供に迷惑を掛けてしまう恐怖」だと聞いたことがあります。

母に確かめたことはないですが、親としての自分の立場で考えると間違っていないと感じます。

私は、これから迎える超高齢化社会の中で、「ホームトレーナー」が予想もしない市場を創造するに違いないと期待しながら、枝光さんの「心身健康倶楽部」が、日本のみならず世界に広がる可能性を秘めていると確信しています。

ストックビジネスアカデミー 主宰
大竹啓裕

