



# 月刊 部口新聞

2013年6月 第77号

編集・発行 Unit

## HFJ に行ってきました

一般の方や特定の競技種目に関わっている方にはあまり馴染みのない展示会ではありますが、  
Health and Fitness Japan に行ってきました。  
名前の通り、トレーニング関連やフィットネス関連の企業が集まる今年で22回目の展示会です。

### 来場者数

主催者発表によると3日間の総来場者数は約15,000人だったようです。

11月にも SPORTEC という同じような展示会があり、そこからは昨年ですが、約31,000人とほぼ倍の来場者数があったようです。

残念ながら以前と比較しても出展企業数や会場の広さなど、だいぶ縮小されてきている感じは否めないとはいえませんでした。

### 全体的な傾向

以前からそうだったのですが、トレーニングというよりも、スタジオプログラムや器具や用具、会員管理システムなど、フィットネスクラブなどの各種施設運営関連で、ほぼ8割方占められていました。

コアとかファンクショナルといった最近の流行のキーワードになるような商品も多く見受けられました。もちろんトレッドミルやウエイトマシンなどでも新しいコンセプトに基づいたものも多かったのですが、いかに施設運営の金銭的負担を減らし、利用者に目新しいものを提供してゆくかという視点のものがほとんどでした。

### トレーニング流行

実はこれらの言葉はトレーニング関連では以前から

あったのですが、フィットネス関連では数年前まで聞くことのなかった言葉です。

流行になるような内容ではないのですが、施設利用者飽きさせずに、いかに継続してもらえるかということを考えたときには、施設や機材のハード面を変更するよりも、フィットネスプログラムを変更することの方が費用的にはるかに負担は小さくなります。

で流行のキーワードをプログラムに取り入れることは顧客の繋ぎ止めに必要ありません。本質をきちんと伝えるというのをしなくてはいけません。本質をきちんと伝えるというのをしなくてはいけません。本質をきちんと伝えるというのをしなくてはいけません。

### 日本人の特徴

流行のものほどうしても表面だけのものになってしまいがちです。もちろんそれを追いかけることで満足する人たち

がいても良いと思います。運動競技においては決して良いものではないはずですが、

競技を指導する場合に根本的な方向性をどのように考え、それに必要な肉付けをしてゆくことをしなければなりません。

もちろん指導をする私たちも表面だけのものではなく、内面的なものもしっかりと理解し、伝えてゆくことをしてゆかなければならないと強く実感した展示会でした。

### 今後の健康・運動・スポーツ関連の展示会

- ★ダイエット&ビューティーフェア  
2013年9月9日(月)～11日(水)  
SPORTEC2013
- 2013年12月5日(木)～7日(土)  
健康博覧会
- 2014年3月12日(水)～14日(金)  
HFJ2014
- 2014年6月17日(火)～19日(木)

### Unit 代表 澤野 博 (さわの ひろし)

日本体育大学卒。社会人経験を経て欧州へ留学。乳酸を中心としてトレーニングを幅広く学ぶ。帰国後、部員となって競技者を支えるという意味で「Unit」を設立。競技種目、競技レベルを問わずトレーニング指導を中心に活動。医療系国家資格の臨床検査技師の資格を持つ異色のフィジカルコーチ。NSCA CSCS、JADA DCOなども保有。  
ご意見、ご要望、仕事依頼、お問い合わせは下記まで。  
0422-34-5055(Fax 兼用)、090-1999-2845 または sawano@team-unit.com