

コロナ禍で自社事業を再構築 スポーツ教育ビジネスを海外に広げる



PRESIDENT OF SPORTS COMMUNITY

PUBLISHED: 2022.3.1.

「事業を見つめ直す時間がつくれたところで、再構築するチャンスをもった」。小学生を中心に器械体操教室を全国各地に展開するスポーツコミュニティ株式会社の中村伸人社長はこのコロナ禍で得たことを語る。事業理念に「スポーツを通じた人間教育」を掲げ2002年に設立。以来順調に会員数を伸ばしつづけ現在2万3000人超。19年には台湾にも進出した。

その矢先、新型コロナウイルス感染症が世界的に広がり同社も20年3月から5月まで休業せざるをえなかった。地域のスポーツ施設や学校に場所を借りて運営するモデルゆえ、緊急事態宣言があげた後でも思うような練習はできなかったという。「対面のコンタクトがあるフィジカルワークは大変難しい状況だった。小学生にもこんなに運動をさせてよいのかと戸惑いがあつた」と振り返る。

その一方で、感染第一波の数カ月後に第二波が来て、通常通りの練習はできないだろうと見越し、コロナ禍でも耐性のある事業に作り変える準備を進めた。それがオンラインレッスンへの移行だ。「オンラインレッスンをフィジカルレッスンと同じ価値のものとしてとらえてもらう。どうすればオンラインレッスンのバリューをあげられるかを半年間会社としてフルベットして用意しよう」と。

注 力したのはいかに画面越しに子どもたちの集中力を切らさないか。インスタクターと子どものコミュニケーションではお互いの「間」が大切

だが、画面越しでは対面と同じ程度の間を適切なタイミングでこめるのは難しい。そこでインスタクターは体を動かさず、優秀なインスタクターの教材を使用し、ファシリテートすることに徹した。子どもたちの指示を切らすことなく体の動かし方一つひとつについて「ここは肘を伸ばして」「力を入れて」などとチャットすることに専念。見ている子どもたち全員が取り残されないように満足度を高めようという試みは、保護者からも好反応だった。

ただビジネスとして提供するサービスとしては、視聴デバイスや通信速度の制約などを差し引いても改善点があるという。そんな課題をかかえつつも、オンラインと対面でできること、やらなければならないことの線引きがよりはつきりみえた。「今までの自分たちのサービスはこれでいいのかと何回も何回も確認する時間が取れた。『トランポリンはこの高さでいいのか』『跳び箱はあの形でなければいけないのか』とか、今までの常識は固定概念だった。全てのものに疑問がついてきて一個ずつ変えている」。

その気づきは台湾事業で感じたこととも通底する。日本と同じ練習メニューで展開したところ、かなり苦戦した。台湾では体育の授業に跳び箱や鉄棒がカリキュラムとして組み込まれていないことで体操自体にそれほどなじみがないことに起因したが、「日本の常識を世界にもっていったらダメという気づきをもたらした」。そのなかでもとくに現地の幼稚園ではトランポリンの反応が顕著によかったことで、日本国内でも

[●REC]

スポーツコミュニティ株式会社 代表取締役

中村 伸人 Nobuto Nakamura

1974年生まれ、神奈川県出身。学生時代体操競技で全国大会などにも出場。大学院修了後、スポーツ専門学校の教員となり、学生募集をする広報担当として入社当時200人だった学生数を3年間で1200人に増やした経験を持つ。2002年、スポーツコミュニティ株式会社設立。体操教室で全国展開を続ける。
<https://sports-community.co.jp/>

2022.2.21.

PRESIDENT OF SPORTS COMMUNITY

PRESIDENT OF SPORTS COMMUNITY

Community Contribution

- 地域貢献 -

全国14支社を有する同社だが、自分たちで施設を持たないため、地元地域住民の協力が不可欠。その地域の名前を冠し「地域名+体操クラブ」のような名称で展開する。中村社長は「自分たち（の企業名）が表に出るのではなく、地域の人たちに活動を支援してもらえたいことを目指すスタイル」という。支社ごとに春夏秋冬にあわせて会員の親子らが参加できるイベントも企画し、横のつながりをつくるきっかけづくりもしている。

国 内展開はあと2、3年で終え、次は海外で結果を出すことを目指す。今後、日本の人口減がほぼ自明とされているなかで、東南アジア圏など人口が増えている国、地域に事業を広げている。まず台湾での実績を足掛かりに中国市場にトライする。中村社長によると、日本は学校の教師が部活動の指導をするため、スポーツを通じて人間的に成長しようという土壌が形成されているが、台湾、中国にはそのような意識は希薄で、日本では当然のように思われる、挨拶をする、物を大事に使う文化もみられないという。その空白地を日本で培ったスポーツ教育ビジネスの蓄積がいかせるこみ。

業をまわせるように、いやでも変わらざるをえない」。注力し始めたデジタル事業では、紙ベースの行政サービスのなかでスポーツ事業に関する煩雑な事務処理をデジタル技術で解決できることに気づき事業化。来年度早々にブレイクリースする見込みだ。

「事業体としては2年間遠回りをした感じはあるが、2年間無駄ではなかったと思えるのは、もつとよいサービスができるのではと今検証してみよう、疑ってみようと思えたこと」。デジタルという新たな武器を携え、自社の核事業を広げていく。

会

社設立から今年で20年を迎えた。当時から目指してきた「スポーツを通じて人間教育」の理念はコロナ禍を経ても揺らいでいない。「古臭いといわれるのかもしいけれど、教育には芯がないといけない。社員もそれに共感して入ってくれている」。インストラクターは自らのスポーツ経験を通じて、競技の結果だけではなく、いかにスポーツが人としての成長を促すかを知っている。子どもの成長とともに社員も育つ「共育」をさらに深めていく。