

スポーツを通じて礼儀やルールを伝え、 人間形成と社会貢献につなげる



スポーツコミュニティ株式会社

代表取締役 なかむらのぶと 中村 伸人

1974年神奈川県生まれ。学生時代より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る。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。体操教室を全国で展開、国内2万人以上の会員数を誇り、台湾への進出も果たす。

Purpose 1 >>> スポーツを通じた人間教育

公共の体育館などを活用し、固定施設を持たずに体操教室を開催するというユニークなスタイルで、全国展開をしているスポーツコミュニティ代表取締役の中村伸人。幼い頃から体操に打ち込んできた中村が、このビジネスに踏み出したのは大学時代、高校時代の恩師から、母校で小学生に体操を教えてほしいという依頼だった。指導内容や料金、事故の対応まですべて自分の責任という形だったが、好評で生徒を増やすことができ、「毎日違う場所に教えに行けば、仕事になるのでは」と手応えを感じた。

人に体操を教えるということに興味を持った中村は、スポーツ専門学校に就職。生徒募集も担当し、学校訪問などの従来型の募集活動を改め、高校で出張講座を行うなどの独自の企画を展開。約200人だった生徒数を6倍以上に増やした。この成功で自信を付けた中村は、大学時代に思いついたビジネスモデルの実現を目指して起業に踏み切った。

だが、子供向けの体操教室は、幼稚園などで既存の企業が入り込んでおり、

【事業内容】スクール運営、イベント企画・運営

【創立】2002年

【従業員数】300人

【URL】<https://sports-community.co.jp/>

営業から経営、生徒の指導まですべて自分一人の責任で行っていた中村は、「早く結果を出さなくては」と焦りを覚えたという。特徴を出そうと悩んだ中村は、ある日公園にトランポリンを持ち込み、無料で体験会を開いた。「子供たちに声をかけたら、あつという間に100人以上が並んだ。子供たちの笑顔を見て、これで勝負ができると確信した」と振り返る。トランポリンを使った指導を突破口にした体操教室は人気となり、瞬間に広がっていった。

中村は「どんなに文明が発達して価値観が変わっても子供にスポーツを指導する事は、未来永劫なくならない」と強調する。ただ日本では、学校の部活動など、スポーツはボランティアで教わるものという認識が根強いと指摘し、「プロの指導者が行うスポーツビジネスにパラダイムシフトをしたい」といい、「スポー

ツを通じて、礼儀やルール、他者への思いやりなどを伝えることは、人間形成にもつながり、スポーツビジネスでの社会貢献になると思う」と力を込める。

Purpose 2 >>> 常識を疑う

希望に燃えて、全国展開に踏み出した中村だったが、新型コロナウイルスの感染拡大という大きな危機に見舞われた。「第一波で、スポーツクラブなどが休業するのに合わせて、約3カ月は休業を余儀なくされました」と振り返る。

逆境を乗り越える方法を模索した中村は、まずオンライン指導に取り組んだ。「対面で行っていたものをそのままオンラインに切り替えても、会員が辞めてしまう。いかにオンラインの充実度を上げていくかに全力を挙げました」という。

狭い室内で、カメラの前で指導するため、講師は、手本を見せるのではなく、生徒が倒立している姿勢をスクリーンショットで見ながら、フィードバックするなどオンライン上でファシリテートすることに専念した。「非常に評判良くて、違うサービスの提供ができると確認できた」といい、実際コロナ禍でも徐々に回復し、最終的には過去最高の会員数





を記録するまでになった。
さまざまな試行錯誤をしてきた中村は「コロナ禍で、今までの常識的な形って本当なのかと疑い始めた」と述懐する。「例えば跳び箱の形って、昔から全く変わっていないけど、あの形である必要があるのか。支柱の上に一段目のクッションだけがあればいい。女性の指導者も多いので、普通の跳び箱は重くて運ぶのが大変ですが、その形なら軽くて便利なのではと考えた」と新たな跳び箱の開発に取り組んでいる。

さらに、体操教室で使用する体育館などの施設の予約申請などの業務が、いまだに書面での申請などアナログで行われていることに気付き、デジタル化するシステムを開発、スポーツ庁に採択された。「施設管理の予算が少ないところも多いので、受益者負担のよきな形でシステムを利用できるように提案したら全国から引き合いがきた」と明かす。「今までフィジカルワークの一本足打法だったが、デジタルなどにも配分して、リスク分散を図って、どんなことが起きても全部の打撃を受けないようにしたい」と手応えを感じている。

Purpose 3

海外進出

中村は体操教室の全国展開と並行して、海外進出にも乗り出していった。コロナ禍が始まる半年ほど前に、台湾で現地法人を設立。日本のサービスを中国語に翻訳して、それがどれぐらい通じるかデータを取ろうとしていた。

コロナ禍で思うように進まなかったが、先行事例の調査などを行ったところ、新たな気づきがあったという。「日本では体育の授業があって、跳び箱が飛べない、鉄棒で逆上が

りができないなどの課題があつて、それをできるようにするために体操教室に入れようとなる。台湾では、学校体育で跳び箱とかマット運動とか鉄棒をほぼやっていないので、体操ができないという機会を学校で与えてもらえないことが分かった」と語る。

そこでさまざまな仮説を立てて、なぜ通じないかを検証するために、現地で体操教室を展開している企業をM&Aすることを決断した。「そのサービスを分析して、それにスポーツコミュニティのサービスも入れて、台湾用にアレンジしたものを、現地の施設で同時に展開して、子供たちの反応などのデータを取っていきたい」という。

そんな中で、スポーツコミュニティが当初から得意としてきたトランポリンの反応が良かった。「トランポリンを一つのメニューとしていれていたのだけど、すごく好評だったので、一つの種目みたいな形で切り離していくことも検討しています」と語る。

元々、台湾で教育文化や指導員の育成などを行って、そこである程度成功したところで、中国へ進出する予定だったが、調査を続ける中で、台湾での展開と同時に中国進出も展開することに方針を変えた。

「台湾のナンバーワンの体操教室が中国に進出して、そのままのサービスが通用するというデータが取れたのと、台湾の指導者が、『真面目』などの印象があつて、中国で評判がよいということが分かった」と解説する。「台湾を中国に行くための人材バンクとして、指導員を育成しながら、中国に行くという方向性が見えた」と手応えをつかんだ。

キーワード

日本のマーケットだけに頼らない

中村は、企業を持続可能にしていくためのキーワードとして、「日本のマーケットだけに頼るのは危ない時代」だという。

少子高齢化が進む日本だが、教育分野の売り上げは意外と下がっていないといい、「教育業界は日本に全ベットしているところが圧倒的に多い。特にスポーツ業界は、日本の子供たちにしか目を向けてない」と指摘する。

「これからの100年を生き残る道を日本だけで探すのは危ない。台湾での経験から、同じサービスでも文化が違うと通用しないことが分かった。ユニクロも中国に進出した当初は失敗だったけど、現地に浸透するのに時間をかけて成功した」と語り、「私たちも全国展開が終わってからは遅いと考えて、できるだけ早く種まきをしないと次世代には勝てない」と前を向いている。