

健康志向の高まりで市場が拡大するフィットネスクラブ

～ヨガやピラティスのスタジオを設置するクラブが増加～

2006年 8月23日(水)

B R I C s 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

～要 旨～

フィットネスクラブ業界は、エアロビクスのブームを契機として1980年代に急速な発展を遂げた。とくにバブル景気に入ってから成長はめざましく、大都市を中心に施設の新設が相次いだ。また、施設の大型化、高級化が進むなかでクラブ会員も増加していった。

しかしバブル崩壊後は、高額料金の施設を中心に会員の退会が相次ぐようになり、市場は急速に縮小していった。経済産業省の特定サービス産業実態調査報告によると、業界全体の売上高は、1995年の3590.8億円から98年には2944.7億円へと、3年間で18.0%も減少した。施設の過剰感が強まるなかで、新規出店の伸びが鈍化する一方、経営不振により市場から閉鎖・撤退するクラブが相次いだ。会員の減少に伴いフィットネスクラブ間の競争は激化し、各クラブは、料金の引き下げや施設面でのサービスの強化を図ることで会員数の確保に努めるようになった。

施設面でのサービスの充実については、利用客の多様なニーズに対応したり、他施設との差別化を図ることを目的として様々な付帯施設を設置するクラブが増えるようになった。プールのみなど付帯施設の少ないクラブでは、会員の退会により業績が悪化する傾向にあり、付帯施設の充実是指導員の充実や低価格化とともに会員を確保するうえで重要な手段のひとつとなっている。最近では、人気の高いヨガやピラティスなどのスタジオを設置するフィットネスクラブが増えている。

こうした供給側の工夫と、最近の景気回復、健康志向の高まりが複合的に重なって、現在、フィットネスクラブの市場は再び拡大してきている。

特定サービス産業実態調査によれば、フィットネスクラブの利用者数は大幅に増加しており、年間延べ利用者は2002年の1億7165万人から、2005年には2億1891万人へと27.5%も増加した。幅広い年齢層で利用が増加しているのが最近の特徴だ。

また、2005年の業界全体の売上高は3856.7億円に達し、前回調査の2002年(3259.2億円)に比べて18.3%も増加した。

国民の健康志向の強まりや、シニア層の参加などによって、今後も、フィットネスクラブの市場は拡大していくとみられるが、新規出店が相次ぐことで業者間の競争は激化することが予想される。業容やプログラムの拡大による指導員の不足なども経営上の課題となてこよう。