

## フィットネスクラブ

バブル経済の崩壊とともに、事業所数、1事業所当たりの会員数が減少、市場規模も縮小したが、平成14(2002)年初頭から再び個人会員が増加し始め、売上げも増加基調を保っている。

新規出店の意欲は各クラブとも積極的であるため、パート・アルバイトを中心とした新規雇用にも積極的である。

概して見通しは明るく、このような状況は今後2～3年続くのではないかとする意見が多数を占めている。

### 業界の概要

フィットネスクラブの定義は必ずしも明確ではなく、アスレチッククラブ、ヘルスクラブ、スポーツクラブ等を総称するのが一般的であるが、ここでは経済産業省「特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編」の調査対象の範囲、すなわち、(1)室内プール、トレーニングジム、スタジオなどの運動施設を有し、(2)インストラクター、トレーナーなどの指導員を配置し、(3)会員にスポーツ、体力向上などの個人指導を行う事業所(ただしスイミングスクールのみを除外)をもってフィットネスクラブとする。クラブは会員制によって運営され、会員には個人会員と法人会員がある。また、一部に会員外利用もみられる。

フィットネスクラブはわが国では、昭和39(1964)年の東京オリンピック後に広まったスイミングスクールから始まった。50年代後半には水泳とエアロビクスダンスなどが統合され、現在のフィットネスクラブの業務形態が確立した。以後、国民の所得、余暇時間、健康意識の向上を背景に、業界規模は拡大を続けた。特にバブル経済期には、企業における遊休不動産の活用や経営の多角化指向とあいまって、他産業からの新規参入が相次ぎ、市場規模も急速に拡大した。

その後、バブル経済の崩壊とともに、事業所数、1事業所当たりの会員数が減少、市場規模も縮小したが、平成14(2002)年初頭から再び個人会員数が増加し始め、売上げも増加基調を保っている。

全国の事業所数は14(2002)年は1,708で、10(1998)年に比べ10.3%増加した(経済産業省「平成14年 特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編」)。また、従業者数は56,918人で同11.1%増、年間売上高は3,259億円で同10.7%増と、堅調に推移している。

14(2002)年における大阪府内の事業所数は142、従業者数は5,324人(1事業所当たり37人)、フィットネスクラブ業務の年間売上高は327億円(同2億3千万円)で、全国に占めるシェアはそれぞれ8.3%、9.4%、10.0%である。いずれも東京都に次いで全国第2位であるが、実数は東京都の半数前後である。

### 会員数は増加

14(2002)年における個人会員数は、10(1998)年に比べて13.3%の増加となった。これは利用日時の限定による会費の引下げや、メニューの多様化等によって、退会者の割合が低下したためである。年代別で見ると、健康指向の高まりを背景に、中高年齢層の増加が顕著である。14(2002)年と10(1998)年を比較すると、男女とも50歳代で3割以上、60歳以

上では7割以上増加しており、これら中高年齢層が全体を押し上げ、個人会員数の増加に結びついている。

しかし、14(2002)年における個人会員の新規加入数(入会1年未満の会員数)は、10(1998)年に比べて3.3%減少している。とりわけ、顧客層の中心である30歳未満の会員数が男女とも減少しており、若年層の新規会員獲得には各クラブとも苦戦を強いられている。

また、法人会員については、企業において福利厚生費が抑制される中で、フィットネスクラブの利用率が高くないため見直しの対象になるとともに、福利厚生サービスそのものが専門企業に外注される傾向にあるため、法人会員数は減少基調にある。

#### 売上げも増加基調

当業界の売上高構成は14(2002)年で会費73.8%、利用料金4.1%、入会金1.7%、その他20.4%となっており、会費収入がほとんどを占めている。新規加入者数の減少や入会キャンペーン(入会金免除等)により入会金収入は減少しているものの、先に見たように個人会員数が堅調に推移しているほか、各クラブともその他の収入(整体やエステ、インストラクターによるマンツーマン指導等の有料サービス、関連用品・サービスの販売、地方や企業内フィットネスクラブへのノウハウの販売等)を積極的に伸ばしていることもあり、売上げは増加基調である。

#### 新規出店は積極的

当業界は装置型産業の側面も有しており、このため、施設・設備の充実が必須であり、継続的に部分改装が行われている。しかし、既存店舗での新規会員獲得は容易ではなく、新規出店によって新規会員獲得を図るとするクラブが多い。

新規出店には、プール、ジム、スタジオの3施設を備えた標準的なクラブで6~8億円の初期投資を要するといわれている。ニーズの多様化に対応するために施設は徐々に大型化しているが、その一方で商圈を小さく絞り込んだ小型店舗の開発を積極的に進めているクラブもあり、クラブの戦略によってその規模はまちまちである。しかしいずれにせよ新規出店には各クラブとも積極的であり、当面はこの積極姿勢が続くとみられる。

また、バブル経済崩壊後に見られた、大手企業を中心とした大規模な営業譲渡・合併・売却等の動きは沈静化したものの、中堅クラスのクラブでは引き続き活発に行われている。

#### 新規雇用も積極的

当業界の14(2002)年の費用構成は、人件費が最大で全体の30.5%を占めており、これをいかに抑制するかが経営のポイントであるともいわれる。従業員の構成は、正社員が全体の19.3%にすぎず、残りはパート・アルバイト、臨時雇用者によって占められている。

これまでは、正社員からパート・アルバイトへの置き換えとともに従業員数の削減が進んできた。しかし、新規出店が積極的に行われている現在、これ以上の従業員数の削減はできず、パート・アルバイトを中心とした新規雇用には積極的なクラブが多い。

#### 利益は低調

会員数ならびに売上高は増加傾向にあるものの、新規出店や新規会員勧誘にかかるコストは従前にもまして増加傾向にあり、利益も全体としては低調とするクラブが多かった。そのため、建設コストの低減や、顧客単価引上げのための商品開発等を積極的に行っているクラブもあり、利益の確保に注力している。

## 今後の見通し

先述の通り、健康指向の高まりを受けて会員数ならびに売上高は増加傾向にあり、見通しは明るく、このような状況は今後2～3年続くのではないかとする意見が多数を占めた。

当業界では増加する中高年齢層の会員のニーズに如何に応えるか、その一方で若年層の新規加入者数を如何に増やしそれを維持するかが当面の課題である。多様化するニーズに応え得るための施設・設備、商品開発力、従業員資質等の向上が他のクラブとの差別化の鍵であるとの声が多く聞かれた。

(担当：研究員 田中宏昌)

## フィットネスクラブの市場規模(平成14年)

	事業所数 (か所)	年間売上高 (百万円)	従業者数 (人)	指導員数 (人)	年間延利用者数 (人)
大阪府	142	32,711	5,324	3,734	18,537,727
全国	1,708	325,919	56,918	41,494	171,649,619
大阪府 / 全国	8.3%	10.0%	9.4%	9.0%	10.8%

資料：経済産業省『平成14年 特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編』。

## 男女別年代別個人会員数(全国)

	男性	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60歳以上
平成10年	1,252,365	394,749	217,501	235,630	175,853	138,116	90,156
平成14年	1,422,579	374,889	223,358	276,697	205,178	180,797	161,660
伸び率(%)	13.6%	-5.0%	2.7%	17.4%	16.7%	30.9%	79.3%
	女性	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60歳以上
平成10年	1,654,904	430,388	370,364	280,021	238,895	207,775	127,461
平成14年	1,869,904	377,329	342,597	325,609	275,907	301,079	247,383
伸び率(%)	13.0%	-12.3%	-7.5%	16.3%	15.5%	44.9%	94.1%

資料：通商産業省『平成10年 特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編』。

経済産業省『平成14年 特定サービス産業実態調査報告書 フィットネスクラブ編』。