

フィットネスクラブ (13年4月調査)

11年以降新規加入会員数が大幅に落ち込んでおり、在籍会員数も減少してきた。現状は季節要因もあってほぼ下げ止まり、底ばい状態にある。売上高は、会費単価が依然低下気味で、減少基調を脱していない。利益は、企業間、事業所間で格差がみられるものの、全体として低調である。雇用は、正社員からアルバイト等への置換えが進み、設備投資は抑制されている。今後は、季節的に上向きとなるものの、急速な立ち直りが期待できる材料はない。

業界の概要 フィットネスクラブはアスレチッククラブ、ヘルスクラブ、スポーツクラブ等の総称とされる場合もあるが、ここでは経済産業省の定義にしたがって、(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とする(スイミングスクールのみを除外、経済産業省「特定サービス産業実態調査」)。会員には個人会員と法人会員があり、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成立した。以後、国民の所得、余暇時間、健康意識の向上を背景に、業界規模は大幅に拡大した。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、他産業分野からの新規参入が大幅に増加した。しかし、バブル経済の崩壊とともに、事業所の新設が年々落ち込むとともに、市場規模も縮小し、1事業所当たりの会員数も減少した。

全国の事業所数は平成元年から7年にかけてほぼ倍増したが、10年は1,548か所で、7年に比べて7.4%減少した(経済産業省、前掲調査)。これに対して、10年の従業者数は51,250人で同6.2%増、年間売上高は2,944億68百万円で同3.4%増と、年平均1~2%の微増となった。

10年における大阪府内の事業所数は123か所、従業者数は4,757人(1事業所当たり39人)、年間売上高は283億18百万円(同2億30百万円)で、対全国比はそれぞれ7.9%、9.3%、9.6%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。

会員数は底ばい状態 10年における個人会員の新規加入数は、7年に比べて42.7%の大幅増となった。その間事業所数が減少したことを勘案すると、1事業所当たりの増加率は50%を超えた。このような大幅増は、当時の緩やかな景気拡大に加えて、業績不振に直面した各クラブが、入会費の割引や免除、利用日時の限定による会費の引下げ、施設の全面リニューアル等の対応策を実施し、それが効を奏した面が大きかった。

しかし、11年以降新規加入者数は大幅に減少した。クラブによっては13年4月の調査時点で、10年に比べて30~40%減少した、あるいはこの3年間は毎年10%ずつ減ったという。

一方、退会者の動きについては、1年で個人会員の半数以上が入れ替わるというクラブも珍しくなく、異動が激しいものの、退会者割合は傾向的に低下してきている。しかし、新規加入者数が大幅に減少しているため、在籍会員数も減少が続き、現員が10年に比べて20%減少したクラブもある。

13年1~2月における全国の1事業所当たり会員数は前年同期比0.8%減で(経済産業省「特定サービス産業動態統計」)、この冬は寒さが厳しかったこともあって、新規加入

の動きは悪かった。現状は季節要因もあってほぼ下げ止まり、在籍会員数は底ばい状態にある。郊外立地のクラブに比べて都心立地のクラブの動きが悪い。

このような新規加入者数の減少は、会費引下げ等の効果が薄れたことに加えて、個人消費も低調に推移し、若年層を中心に消費のファッション化が進む中で、携帯電話をはじめとする新規競合商品に押されているといった要因も考えられる。一方で、中高年層では健康指向が高まりつつある。その結果、会員の構成は、30歳未満層が減少し、中高年齢者、とりわけ50歳以上の増加が目立っている。ここ3～4年で会員の平均年齢が10歳上がったとするクラブや、昼間の利用者は60、70歳代が中心とするクラブもある。

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。

会員確保を模索 これに対して、各クラブとも新規募集に努力しているが、効果的な募集方法を見出せないでいる。募集方法としては、新聞チラシ、街頭でのティッシュ配布、地域ミニコミ誌や企業PR誌への広告掲載などが行われている。しかし、これらは費用対効果が問題で、クラブによっては新規加入者1人当たりの募集費用が1万円にもなるという。結局は在籍会員の口コミが最も効果的だが、新聞チラシ等を中止した場合の影響を危惧し、やむなく続けている面もある。

また、在籍会員を確保しておくための方策も講じている。施設・設備面では、高齢者の利用増加に伴う温浴施設の設置やバリアフリー化、送迎バスなど、サービス面では、営業時間の延長、コースメニューやレッスン内容の多様化（プールでの低負荷運動、ダイエット、体力作り、リラクゼーション）などを進めることによって、利用者にとっての利便性を高めるとともに、ニーズの多様化に対応しようとしている。

売上高も減少基調 当業界の売上高構成は、会費77.6%、利用料金6.1%、入会金3.2%、その他13.1%となっており、会費収入がほとんどを占めている（平成10年）。このため、会員数が減少し、会費単価も依然低下気味であるうえ、新規加入者数の減少や入会キャンペーンに伴う入会金収入の減少によって、売上高は減少基調を脱していない。全国統計をみても、13年1～2月の1事業所当たり売上高は前年同期比3.6%減となっている。

このような売上げの低迷に対して、先述の会員の確保対策のほかに、その他の収入を積極的に伸ばそうとしているクラブが少なくない。具体的には、従来からの食堂や売店のほかに、（1）会員への有料サービス（整体、インストラクターによるマンツーマン指導など）、（2）関連用品・サービスの販売（健康・スポーツ用品、旅行・レジャーサービスなど、インターネット通販を行っている例もある）、（3）空きスペースの利用（カルチャー教室など）、（4）ノウハウの販売（地方や企業内フィットネスクラブへ）などが取り組まれており、売上げに対するそれらの寄与が増しつつある。

利益は低調 このように会員数の動きが冴えないことから、利益も全体としては低調である。事業間あるいは企業間で格差が生じているため、現状は赤字とするクラブが少なくない一方で、黒字のクラブもある。しかし、黒字としているクラブでも、費用を切り詰めることによって利益を確保している面が強い。

雇用はアルバイト利用が進む 当業界の費用構成は、人件費が全体の3分の1を占めて最大で、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4分の1にすぎず、残りはパート・アルバイト、臨時・日雇によって占められている。

これまで会員数が減少してきたのに応じて、従業員数も削減されると同時に、正社員からパート・アルバイトへの置換えが進んでいる。パート・アルバイトでは学生や主婦に代わって、勤務時間の制約が少ないフリーターが増加している。

さらに、会員募集の重点を人手のかかるスイミングスクールよりフィットネス部門に置いたり、受付事務や指導メニュー作成にパソコンを利用するなどして、人手を節約している。今後も、自動発券機の導入やビデオによる指導などによって、機械化が進められる方向にある。

設備投資は抑制 他方で、当業界は利用者が施設・設備を利用する装置型産業の側面も有している。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、改装費用を入会金で賄うという面があるため、新規加入が落ち込んでいる現状では、いきおい設備投資が抑えられることになる。アスレチックマシンにしても、機能や性能の変化が少ないこともあり、償却年数を超えて使用される場合が少なくない。

新規出店には、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、全体として出店意欲は低調である。それよりも、不振クラブの営業譲渡・委託、企業間の提携・合併・売却などが進みつつあり、当業界は再編期を迎えている。その中にあっても上位企業では、既存クラブの利幅が薄いため、営業が軌道に乗れば当面は高い収益性が見込める新規クラブの出店を継続的に進めている例がみられる。

今後の見通し 新規加入者数は7月が山、12月が谷となるパターンがみられるため、4月の調査時点以降は増加が期待される。とはいえ、前年水準との比較では、長期的にはともかく、短期的には持ち直しを期待できる有力な材料はみられない。企業間、あるいは同じ企業内でもクラブ間の格差は今後も広がる見込みで、利益確保のためには一層のコスト抑制策と他のクラブとの差別化が必要とされる。

(小 島)