

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																																																							
<p>I 市場概況</p> <p>(1)最近5年間の売上高時系列データ</p> <p>(2)施設数の推移</p> <p>(3)その他</p>	<p>▼ 平成15年春から業界は成長軌道に入り、年々成長してきたが、平成18年秋より下降、平成19年から3年連続のマイナス成長となり、平成21年の市場規模は4,087億円となった。</p> <p>▼ 既存店において40歳以上の中高年層の入会は増えているが、その増え幅を補えないほど、若年層、とりわけ若年女性層の入会が減ってきている。</p> <p>▼ 入会者減少～在籍者減少の外的要因は、①消費の選択肢の増加、②ライフスタイル・購買行動の変化、③業態の多様化～専門店の台頭、④競合から競争へのステージの変化が挙げられる。また、内的要因は、①ビジネスモデル構築力の弱さ、②価値強化力の弱さ、③価値伝達力の弱さ、④顧客創造力の弱さが挙げられる。</p> <p>▼ 現在大手4社の売上高シェアは相変わらず5割弱を占めているが、成長性や収益力、企業価値は下降している。</p> <p>▼ 既存店を数多く有する企業の業績低迷が著しい。売上高の伸びにかけりが出て久しい。</p> <p>▼ 中小・ベンチャー企業の中に元気なところが見られる。日経MJ発表のランキングでは、売上高伸び率の高い順に、ゲオフィットネス(62.3%増)、サーラスポーツ(29.1%増)、東急スポーツオアシス(26.3%増)、ユニチカ京都ファミリーセンター(25.4%増)、キッツウェルネス(20%増)、THINKフィットネス(18.5%増)、オージスポーツ(15.3%増)となっている。この他、エスタ(10.5%増)、ジェイアール東日本スポーツ(10.1%増)、ハイパーフィットネス(10.1%増)なども元気が良い。</p> <p>▼ 採算が合わないため閉鎖・撤退を余儀なくされつつある企業、クラブがでてきている。</p> <p>▼ 一時減少傾向にあったスクール生・法人会員が戻りつつある。</p> <p>▼ プロショップを除く付帯売上は微増傾向にある。</p> <p>▼ 平成18年、19年と2年続けて施設数は増えていたが、平成20年からそのペースが落ちてきている。平成21年12月末日時点の総施設数は3,388軒と推定される。</p> <p>▼ 「新規開業」数は平成20年、21年と急減している。各業態すべてで減少している。平成18年、19年と500軒ほどあった開業数が平成21年は152軒に止まっている。</p> <p>▼ 一般的なフィットネスクラブの新規設立軒数は前年の54軒から32軒へと41%減少した。</p> <p>▼ 女性専用小規模サーキットトレーニングジムやジム・スタジオ型施設、ヨガ(ホットヨガを含む)・ピラティス等の専門スタジオ型施設など新業態の出店の勢いが落ち着きを見せた。</p> <p>▼ 新規クラブの出店立地は、東京、埼玉、千葉、神奈川の首都圏と群馬、静岡などが多かった。</p> <p>▼ 前年まで建築費の上昇や物件の取り合いにより、ビジネススキーム的に成り立ちにくい物件に出店して業績の悪化を招いたことを反省し、事業成立可能性の高い物件以外は出店を控える企業が多くなった。不採算店に対し、減損会計を適用する企業もあった。</p> <p>▼ 指定管理者となって公共スポーツ施設の管理代行をする民間クラブの動きは落ち着いてきている。収益性は当初の期待ほど高くなく、また高くなると関係当局より次年度予算で削られる傾向がある。</p> <p>▼ 閉鎖撤退施設が、平成19年13軒、平成20年26軒、平成21年33軒と年々増加している。</p> <p>▼ 賃貸借契約満了により撤退するクラブが見られた。</p> <p>▼ 新規開業施設の初期の集客状況は物件自体を厳選したため、まずまずだった。</p> <p>▼ リノベーションしないクラブ、変化対応できないクラブの業績が落ちた。</p> <p>▼ 多くの企業で経営者の交代があった。</p>	<p>市場規模の推移 (単位:億円、%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上高</td> <td>4,019</td> <td>4,272</td> <td>4,220</td> <td>4,157</td> <td>4,087</td> </tr> <tr> <td>伸び率</td> <td>5.9</td> <td>6.3</td> <td>▲1.2</td> <td>▲1.5</td> <td>▲1.7</td> </tr> </tbody> </table> <p>*『特定サービス産業動態統計月報』(ともに経産省)のデータを基にフィットネスビジネス編集部が推定。 *上記売上高にはスイミング単体施設のそれ(およそ600億円)は含まない。クラブ内のスクール会員(成人・子ども)は含む。若干ではあるがボクシングジムなどの売上高も含まれている。 *フィットネスクラブ業務に関わる「その他の収入」が含まれている。</p> <p>施設数の推移 (単位:軒、%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>施設数</td> <td>2,049</td> <td>2,541</td> <td>3,040</td> <td>3,269</td> <td>3,388</td> </tr> <tr> <td>伸び率</td> <td>5.0</td> <td>24.0</td> <td>19.6</td> <td>7.5</td> <td>3.6</td> </tr> </tbody> </table> <p>*フィットネスビジネス編集部調べ。</p> <p>新規開業施設数の推移 (単位:軒)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>施設数</td> <td>106</td> <td>499</td> <td>512</td> <td>245</td> <td>152</td> </tr> </tbody> </table> <p>*継承施設、移転新設施設を除く。 *平成21年152軒の内訳は、小規模サーキットジム98軒、ジム・スタジオノ単一アイテム施設22軒、一般的なフィットネスクラブ32軒。 *平成20年245軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム156軒、ジム・スタジオノ単一アイテム施設35軒、一般的なフィットネスクラブ54軒。 *平成19年512軒の業態別内訳は、小規模サーキットジム391軒、ジム・スタジオノ単一アイテム施設48軒、一般的なフィットネスクラブ73軒。 *平成18年499軒の業態別内訳は、小規模サーキットトレーニングジム383軒、ジム・スタジオノ単一アイテム施設61軒、一般的なフィットネスクラブ55軒。 *平成17年106軒の業態別内訳は、小規模サーキットトレーニングジム34軒、ジム・スタジオノ単一アイテム施設18軒、一般的なフィットネスクラブ54軒。 *フィットネスビジネス編集部調べ。</p> <p>■2009年の新設クラブ 会社・ブランド別内訳</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>カーブス</td><td>91</td><td>(121)</td></tr> <tr><td>アルペン</td><td>6</td><td>(6)</td></tr> <tr><td>コナミスポーツ</td><td>5</td><td>(5)</td></tr> <tr><td>ジョイフィット</td><td>5</td><td>(7)</td></tr> <tr><td>ティップネス</td><td>4</td><td>(2)</td></tr> <tr><td>ルネサンス</td><td>3</td><td>(4)</td></tr> <tr><td>東祥(ホリデイススポーツクラブ)</td><td>3</td><td>(3)</td></tr> <tr><td>アクトス</td><td>3</td><td>(4)</td></tr> <tr><td>NAS</td><td>3</td><td>(2)</td></tr> </tbody> </table> <p>* ()内は昨年の軒数</p> <p>■2009年の新設クラブ 都道府県別内訳</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>都道府県</th> <th>軒数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>東京都</td><td>17(28)</td></tr> <tr><td>埼玉県</td><td>14(21)</td></tr> <tr><td>神奈川県</td><td>12(22)</td></tr> <tr><td>群馬県</td><td>7(一)</td></tr> <tr><td>静岡県</td><td>7(8)</td></tr> <tr><td>千葉県</td><td>7(8)</td></tr> <tr><td>京都市</td><td>5(一)</td></tr> <tr><td>長崎県</td><td>6(一)</td></tr> <tr><td>兵庫県</td><td>6(6)</td></tr> <tr><td>大阪府</td><td>5(13)</td></tr> <tr><td>愛知県</td><td>5(15)</td></tr> <tr><td>北海道</td><td>5(8)</td></tr> <tr><td>その他</td><td>19</td></tr> </tbody> </table> <p>* ()内は昨年の件数</p> <p>平成21年の主な業界あるいは再編関連ニュース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業停止した「リオスポーツクラブ」の施設を活用し、ベイシアが業界参入(2009.6.2 日経) ・ゲオディノス、ゲオ子会社から33クラブを譲渡(2009.8.28 日経) ・コナミ、構造改革の一環として施設を統廃合、19施設を閉鎖(2010.11.5 本誌編集部) <p>*注 コナミの2010年3月期における総閉鎖数は21施設。</p>		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	売上高	4,019	4,272	4,220	4,157	4,087	伸び率	5.9	6.3	▲1.2	▲1.5	▲1.7		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	施設数	2,049	2,541	3,040	3,269	3,388	伸び率	5.0	24.0	19.6	7.5	3.6		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	施設数	106	499	512	245	152	カーブス	91	(121)	アルペン	6	(6)	コナミスポーツ	5	(5)	ジョイフィット	5	(7)	ティップネス	4	(2)	ルネサンス	3	(4)	東祥(ホリデイススポーツクラブ)	3	(3)	アクトス	3	(4)	NAS	3	(2)	都道府県	軒数	東京都	17(28)	埼玉県	14(21)	神奈川県	12(22)	群馬県	7(一)	静岡県	7(8)	千葉県	7(8)	京都市	5(一)	長崎県	6(一)	兵庫県	6(6)	大阪府	5(13)	愛知県	5(15)	北海道	5(8)	その他	19
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																				
売上高	4,019	4,272	4,220	4,157	4,087																																																																																																				
伸び率	5.9	6.3	▲1.2	▲1.5	▲1.7																																																																																																				
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																				
施設数	2,049	2,541	3,040	3,269	3,388																																																																																																				
伸び率	5.0	24.0	19.6	7.5	3.6																																																																																																				
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																				
施設数	106	499	512	245	152																																																																																																				
カーブス	91	(121)																																																																																																							
アルペン	6	(6)																																																																																																							
コナミスポーツ	5	(5)																																																																																																							
ジョイフィット	5	(7)																																																																																																							
ティップネス	4	(2)																																																																																																							
ルネサンス	3	(4)																																																																																																							
東祥(ホリデイススポーツクラブ)	3	(3)																																																																																																							
アクトス	3	(4)																																																																																																							
NAS	3	(2)																																																																																																							
都道府県	軒数																																																																																																								
東京都	17(28)																																																																																																								
埼玉県	14(21)																																																																																																								
神奈川県	12(22)																																																																																																								
群馬県	7(一)																																																																																																								
静岡県	7(8)																																																																																																								
千葉県	7(8)																																																																																																								
京都市	5(一)																																																																																																								
長崎県	6(一)																																																																																																								
兵庫県	6(6)																																																																																																								
大阪府	5(13)																																																																																																								
愛知県	5(15)																																																																																																								
北海道	5(8)																																																																																																								
その他	19																																																																																																								

項 目		内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																																																																																												
II 需要動向	(1) 在籍・利用動向	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 会員数は平成15年から伸びはじめ、平成18年は約418万人と史上最高値を記録した。しかし、同年秋から既存店の入会者が減少し始め、3年続けて減少している。平成21年には400万人を割った。 ▼ 新店の初期集客もかつてのほどの勢いが見られなくなっている。 ▼ 総会員に占める中高年層の割合が年々高くなってきている。相対的に、若年層の割合は年々低くなってきている。 ▼ 会員数の減少は既述した内的要因・外的要因の他に、景気後退も起因している。 ▼ 全体の利用率は落ち着き始めている。 ▼ 退会率は低下傾向にある。 ▼ 男性の参加率が高まりつつある。 ▼ 大人のゴルフスクール、カルチャー、子どものスイミング、体操、空手、ダンスなどは生徒数、利用者数が伸びている。 ▼ 親子スイミングへの参加が増えている。 ▼ 法人需要が回復しつつある。 	<p>会員数・延べ利用者数の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>会員数(人)</td> <td>3,970,519</td> <td>4,178,690</td> <td>4,103,462</td> <td>4,009,082</td> <td>3,952,970</td> </tr> <tr> <td>参加率(%)</td> <td>3.10</td> <td>3.27</td> <td>3.21</td> <td>3.14</td> <td>3.10</td> </tr> <tr> <td>延べ利用者数(万人)</td> <td>23.823</td> <td>26.911</td> <td>27.945</td> <td>28.665</td> <td>27.631</td> </tr> <tr> <td>1施設あたり〃(人)</td> <td>116,267</td> <td>105,906</td> <td>91,923</td> <td>87,687</td> <td>81,556</td> </tr> <tr> <td>年間平均利用回数(回)</td> <td>60.0</td> <td>64.4</td> <td>68.1</td> <td>71.5</td> <td>69.9</td> </tr> </tbody> </table> <p>※『特定サービス産業動態統計月報』(ともに経産省)のデータを基にフィットネスビジネス編集部が推定。参加率算出に用いた総人口は総務省統計局発表の各年10月の推定人口。 * 会員数には、フィットネスクラブに所属するスクール生も含む。</p> <p>会員1人あたり年間消費額 (単位:円)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>消費額</td> <td>101,221</td> <td>102,233</td> <td>102,839</td> <td>103,690</td> <td>103,390</td> </tr> <tr> <td>伸び率</td> <td>0.7</td> <td>1.0</td> <td>0.5</td> <td>0.8</td> <td>▲0.3</td> </tr> </tbody> </table> <p>1施設あたりの月間平均売上高・会員数・客単価の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上高(千円)</td> <td>23,769</td> <td>25,029</td> <td>24,463</td> <td>24,200</td> <td>23,841</td> </tr> <tr> <td>会員数(人)</td> <td>3,016</td> <td>2,958</td> <td>2,819</td> <td>2,741</td> <td>2,808</td> </tr> <tr> <td>平均客単価(円)</td> <td>7,881</td> <td>8,461</td> <td>8,678</td> <td>8,829</td> <td>8,490</td> </tr> </tbody> </table> <p>※出典 『特定サービス産業動態統計月報』(経産省)。調査対象施設数は、平成17年875軒、平成18年950軒、平成19年984軒、平成20年1,013軒、平成21年1,019軒。法人・スクールを含んだ数値。</p> <p>フィットネスクラブ1施設・月あたりの平均売上高・平均会員数・平均客単価の四半期推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">2007年(平成19)</th> <th colspan="3">2008年(平成20)</th> <th colspan="3">2009年(平成21)</th> </tr> <tr> <th>売上高(千円)</th> <th>会員数(人)</th> <th>客単価(円)</th> <th>売上高(千円)</th> <th>会員数(人)</th> <th>客単価(円)</th> <th>売上高(千円)</th> <th>会員数(人)</th> <th>客単価(円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1~3月</td> <td>25,136</td> <td>2,938</td> <td>8,555</td> <td>24,479</td> <td>2,817</td> <td>8,690</td> <td>23,450</td> <td>2,702</td> <td>8,679</td> </tr> <tr> <td>4~6月</td> <td>25,073</td> <td>2,958</td> <td>8,476</td> <td>24,702</td> <td>2,861</td> <td>8,634</td> <td>23,357</td> <td>2,748</td> <td>8,500</td> </tr> <tr> <td>7~9月</td> <td>25,219</td> <td>2,957</td> <td>8,529</td> <td>24,786</td> <td>2,859</td> <td>8,669</td> <td>24,073</td> <td>2,842</td> <td>8,470</td> </tr> <tr> <td>10~12月</td> <td>24,460</td> <td>2,819</td> <td>8,676</td> <td>14,165</td> <td>2,740</td> <td>8,704</td> <td>23,928</td> <td>2,805</td> <td>7,530</td> </tr> </tbody> </table> <p>※売上高はクラブ・スクールの会費、利用料、プロショップ(直営)、ラウンジの各売り上げの合計。会員数は各クラブの個人会員とクラブ会員とスクール会員の合計。 * 出典 『特定サービス産業動態統計月報』(経産省)</p> <p>■1クラブあたりの売上高・会員数・客単価の月別推移</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>売上高/クラブ</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>会員数/クラブ</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>月間客単価/クラブ</p> </div> </div>		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	会員数(人)	3,970,519	4,178,690	4,103,462	4,009,082	3,952,970	参加率(%)	3.10	3.27	3.21	3.14	3.10	延べ利用者数(万人)	23.823	26.911	27.945	28.665	27.631	1施設あたり〃(人)	116,267	105,906	91,923	87,687	81,556	年間平均利用回数(回)	60.0	64.4	68.1	71.5	69.9		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	消費額	101,221	102,233	102,839	103,690	103,390	伸び率	0.7	1.0	0.5	0.8	▲0.3		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	売上高(千円)	23,769	25,029	24,463	24,200	23,841	会員数(人)	3,016	2,958	2,819	2,741	2,808	平均客単価(円)	7,881	8,461	8,678	8,829	8,490		2007年(平成19)			2008年(平成20)			2009年(平成21)			売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)	売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)	売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)	1~3月	25,136	2,938	8,555	24,479	2,817	8,690	23,450	2,702	8,679	4~6月	25,073	2,958	8,476	24,702	2,861	8,634	23,357	2,748	8,500	7~9月	25,219	2,957	8,529	24,786	2,859	8,669	24,073	2,842	8,470	10~12月	24,460	2,819	8,676	14,165	2,740	8,704	23,928	2,805	7,530	(2) 消費動向	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 平成8年より下降傾向にあった客単価は、平成13年から少しずつ上昇し、平成20年は最高値を記録したが、平成21年に8年振りに下降した。 ▼ 月会費単価は平成20年に一旦上昇したが、平成21年になり、再び下降した。 ▼ 総合クラブを中心に、「90分会員」や「月4会員」などを導入するクラブが増えた。 ▼ スタジオの利用率が高まっている。ジムではランニングマシンへの人気が高まっている。夜のプールの利用率が低下している。 ▼ マスタースイミングへの参加者が増えている。日本マスターズ水泳協会への登録者数は毎年1,000人ペースで増えている。特に40~50歳代の登録者が多い。 ▼ ランニング関連のプログラムやイベントへの参加者が増えている。 ▼ スタジオでのダンス・格闘技系プログラムも復活の兆しがある。特に、ZUMBAやベリーダンスなどのラテン系ダンスに人気が出ている。 ▼ グループエクササイズプログラムの参加者が増えている。特にヨガ、ピラティス・バレエなど筋コン・調整系のプログラムの人気は依然根強い。これらから派生したフュージョンプログラムも開発され、人気が出つつある。ホットヨガも一定の人気がある。 ▼ アリーナ付設の施設ではスポーツ種目——フットサル、バスケット、卓球、バドミントン、バレーなど——にも人気がある。 ▼ ペアストレッチ、パーソナルトレーニング、加圧トレーニング、ピラティス、デイスパやカルチャー系プログラム(例えば社交ダンス、ハワイアンフラダンス)、ホットヨガなど有料のプログラムを受ける人が多くなってきている。 ▼ サプリメント(機能性補助食品)やミネラルウォーターなどの飲食物を摂る人が増えている。 ▼ 中高年層の会員比率が高まっていることもあり、風呂・サウナは相変わらず人気アイテムとなっている。 ▼ マッサージ、エステティック、アロマなどリラクゼーション関連のサービス消費が増えつつある。特に女性の消費割合が高まっている。 ▼ 退会者は、時間的都合や引越しなどの環境の変化の他に「飽きた、面倒になった」「料金が高い」からクラブを辞めることが多くなった。 ▼ 退会者の多くは、クラブを辞めても、「(また)利用したい」と考えている。 ▼ 平成21年12月より需要回復の兆しが見える。 	
		平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																																																									
	会員数(人)	3,970,519	4,178,690	4,103,462	4,009,082	3,952,970																																																																																																																																									
参加率(%)	3.10	3.27	3.21	3.14	3.10																																																																																																																																										
延べ利用者数(万人)	23.823	26.911	27.945	28.665	27.631																																																																																																																																										
1施設あたり〃(人)	116,267	105,906	91,923	87,687	81,556																																																																																																																																										
年間平均利用回数(回)	60.0	64.4	68.1	71.5	69.9																																																																																																																																										
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																																																										
消費額	101,221	102,233	102,839	103,690	103,390																																																																																																																																										
伸び率	0.7	1.0	0.5	0.8	▲0.3																																																																																																																																										
	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																																																																																										
売上高(千円)	23,769	25,029	24,463	24,200	23,841																																																																																																																																										
会員数(人)	3,016	2,958	2,819	2,741	2,808																																																																																																																																										
平均客単価(円)	7,881	8,461	8,678	8,829	8,490																																																																																																																																										
	2007年(平成19)			2008年(平成20)			2009年(平成21)																																																																																																																																								
	売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)	売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)	売上高(千円)	会員数(人)	客単価(円)																																																																																																																																						
1~3月	25,136	2,938	8,555	24,479	2,817	8,690	23,450	2,702	8,679																																																																																																																																						
4~6月	25,073	2,958	8,476	24,702	2,861	8,634	23,357	2,748	8,500																																																																																																																																						
7~9月	25,219	2,957	8,529	24,786	2,859	8,669	24,073	2,842	8,470																																																																																																																																						
10~12月	24,460	2,819	8,676	14,165	2,740	8,704	23,928	2,805	7,530																																																																																																																																						
	(3) 業界に関わるニュー・レジャーや新たな余暇種目のトピックス	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 既述した通り、業態が多様化している。 ▼ ランニングやサイクリング、ヨガなどアウトドアスポーツを楽しむ生活者が増えている。ランステやアウトドアフィットネスクラブの利用者も増えてきている。 ▼ Wii Fit、エクササイズDVD、ケータイによるエクササイズ映像の配信・運動履歴管理など、自宅や通勤途中を利用してトレーニングする人が増えた。ただし、これらが必ずしもフィットネスクラブの競合商品になるとは限らない。 ▼ 通販なども含め、ネット利用者が増加している。 																																																																																																																																													

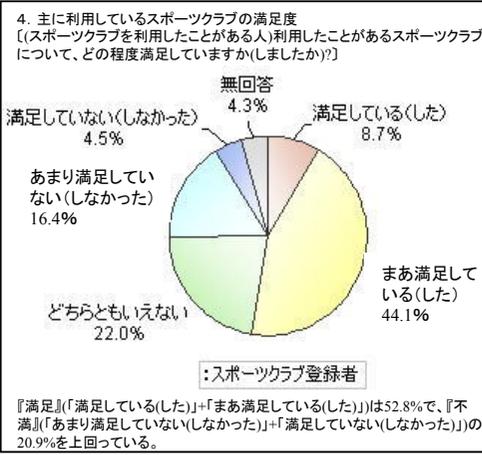
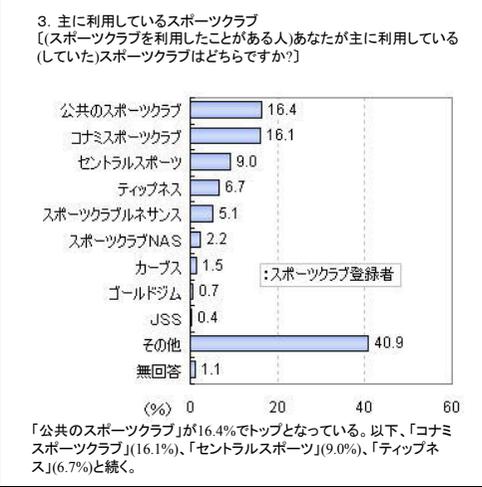
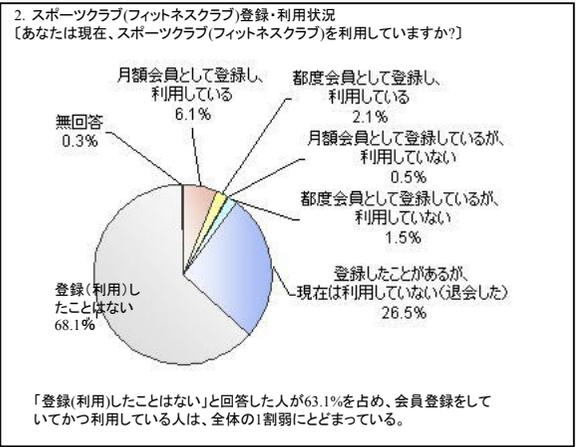
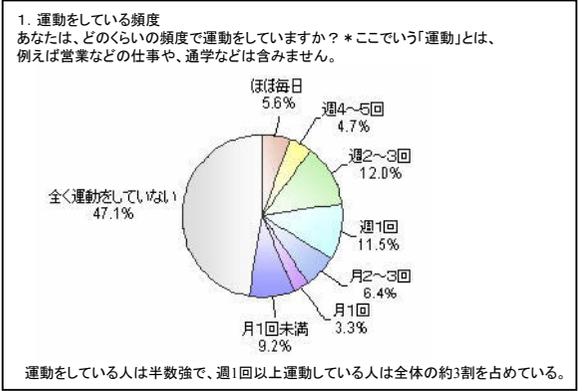
項目	
II 需要動向	(4)その他

- ▼ 年齢、性別を問わず低体力者、疲労者、ストレスを抱える人が増えている。
- ▼ 40～74歳では男性で2人に1人、女性で5人に1人がメタリックシンドローム(内臓脂肪症候群)が疑われるか、または予備軍に入っていると推定(厚生省調べ)されている。40歳以上はもちろん、20～30歳代でもダイエット・メタボ対策への関心は高くなっている。
- ▼ 男性はジムでパワーアップ、女性はいろいろな(好みの)アイテムでリフレッシュしたいと考える傾向が強い。
- ▼ 政令指定都市別に参加率(2002年)を見ると、高い都市は東京23区(5.86%)、千葉市(5.67%)、さいたま市(5.42%)、川崎市(5.09%)の順となっている。
- ▼ 何らかの運動をしている生活者は多いが、クラブ会員として登録し、かつ利用している人は少ない。
- ▼ 公共スポーツ施設を利用する生活者も多い。
- ▼ 民間クラブ利用者の過半が満足している。一方、1年未満で退会する利用者も半数いる。
- ▼ 欧米先進国の参加率と比べると日本の参加率は未だに低水準である。

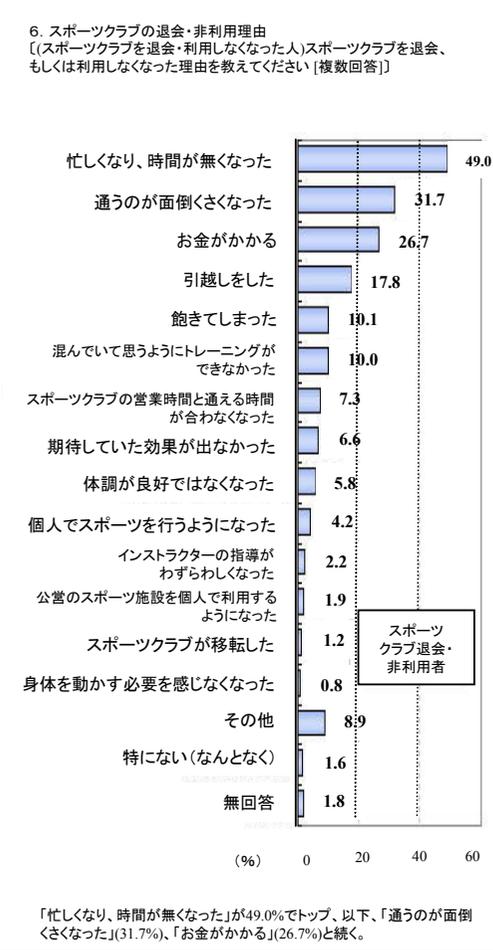
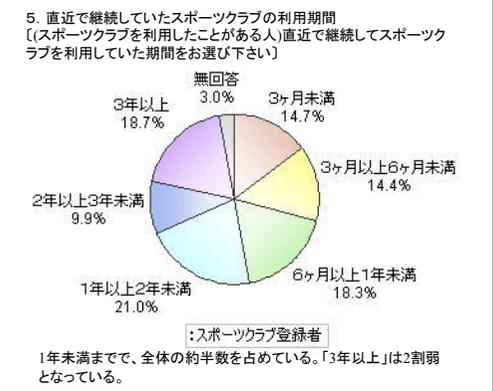
【調査対象】インターネットコミュニティ「MyVoice」のアンケートモニター
 【調査方法】インターネット調査(ネットリサーチ)
 【調査時期】2009年6月1日～6月5日 【回答者数】15,106名

性別	男性	女性	合計	年代	10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
度数	6,949	8,157	15,106	度数	206	2,218	5,499	4,419	2,764	15,106
%	46%	54%	100%	%	1%	15%	36%	29%	18%	100%

【実施期間】マイボイスコム株式会社



図表・参考資料



項目	内容
III 経営動向	(1) 収支状況
	(2) 設備投資動向
(3) 経営上の問題点と対策の方向	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 平成20年に一旦上昇した客単価が同21年に再び下降した。フィットネス部門の会員数が落ちているため、同期して売上高も減少している。 ▼ 利益も下降傾向にあるが、一部企業で水道光熱費や販促費をはじめとしたコストマネジメントの成果から、収益を回復させてきているところもある。 ▼ 中高年層のフィットネス需要、こどもを中心とした各種スクールへの需要は根強く、これが収益を支えている。 ▼ 定着促進策・退会防止策の効果から退会率が低下してきていることが利益面に好影響を与えている。 ▼ 息切れ感から閉鎖・撤退を考える企業、クラブが出てきている。 ▼ 平成20年までは新規クラブは大型化の傾向が伺えたが、同21年以降は、機能を圧縮した中型化の傾向が伺えた。 ▼ リノベーションする動きも伺えたが、契約期限までわずかなクラブや競合店の低いエリアのクラブは投資を控える動きも伺えた。 ▼ 全体的には設備投資は抑え気味に推移した。 ▼ カーディオ(心肺持久系)エリア、特にランニングマシンの拡充が進んでいる。 ▼ キネシスやパワープレートなど、ファンクショナルトレーニング用のマシンを導入するクラブが増えている。 ▼ マッサージチェアなどのリラクゼーション系マシンを追加導入するクラブも見られる。 ▼ マッサージルーム、エステティックルームなどを付設するクラブが増えている。 ▼ 専門サービスなどをアウトソーシングする動きも見られるようになってきた。 ▼ プロショップを縮小または廃止するクラブが出てきている。それに伴い、バックヤード業務を削減する動きが見られる。 ▼ グループエクササイズを行う場所が複数化、大型化している。スタジオにホットヨガ設備を導入するクラブも増えている。 ▼ パーソナルTVやデジタルポスターなど、AV機器を採り入れるクラブが増えている。 ▼ 地デジ対応を図る動きが見られる。 ▼ 天然温泉や準天然温泉を導入するクラブが見られる。 ▼ 「水」に気を使うクラブが増えている。(プールのろ過や軟水の使用、水の販売など) ▼ プールの昇温や夏場のプールの温度上昇に効果的なヒートポンプチャラーや、シャワー等給湯部分の効率向上に効果的なエコキュート、電気とお湯を同時につくるジェネライト、さらにはエネルギーを本社で一括管理するTGグリーンモニターなどを採用するクラブが増えてきている。 ▼ エスコ事業者を活用し、設備投資を抑えてコスト削減を実現する企業も増えている。 ▼ IT関連の投資が多く見られる。自社HPの作成またはリメイク、Webからの入会(予約)受付、個人の運動履歴管理、携帯電話の活用などである。 ▼ ほとんどのクラブがAEDを設置し、救命救急の習得を強化するようになった。 ▼ フロントのセキュリティを強化、効率化を図るクラブが増えている。 ▼ 中古マシンや再リースしたマシンを使ったり、あるいは既存店をリノベーションした際不要となったマシンを他店に移設して使ったりして、新規の設備投資を抑える傾向が見られる。 ▼ FMS(Functional Movement Screen)など、バランスや動きの質をチェックするシステムを導入するクラブが増えている。体成分測定器などの測定器は、導入が一巡した感がある。 ▼ 財務基盤の立て直し、利益の回復が急務となっている。 ▼ 将来の成長に備え、新規出店と既存店のリノベーション、撤退、運営体制の再構築を財務バランスを考慮しながら進め、企業インフラを整えることが求められている。 ▼ 既存店の新規入会者の獲得が大きな課題となっている。より精緻なマーケティングが求められてきている。 ▼ 若年層のライフスタイル・購買行動の変化に対応した新しいプロモーション策や利用形態(料金システムなどを含む)が模索されている。 ▼ クラブ毎にターゲット、コンセプト、ポジショニングを見直し、リ・マーケティングして集客力をつけ、収益性を安定化させる動きが見られる。 ▼ オリエンテーション・カウンセリングを充実させ、初期定着化を図り、会員の満足度も高めて紹介入会者の獲得や物品・サービスの販売に繋げていく手法がとられるようになってきている。 ▼ コストマネジメントが重要なテーマとなっている。運営コストの効率化を図り、損益分岐点(BEP)を下げるため、エリアを絞って効率的に販促を進めたり、バックヤード業務や時間帯別シフト人員を細かく見直すことに取り組んでいる。 ▼ 施設の老朽化や施設管理コストの上昇など施設絡みの問題を抱える企業が多く見られる。 ▼ スタッフトレーナー・インストラクターの採用や育成などに対する問題意識が高くなってきている。 ▼ 建築費や水道光熱費が再び高くなりつつある。対策として新規物件を厳選したり、エネルギー効率を高めるシステムを導入する動きが見られる。 ▼ 中小規模の業態を開発する動きが顕著になってきた。 ▼ 不振店への減損会計適用や撤退を図る動きが見られる。

図表・参考資料

クラブ経営者(39社)による業績評価の推移

* 出典『フィットネス産業基礎データ資料2003』、『同2005』、『同2007』(共にFIA)

表5 主要プレイヤーの業績推移

会社名	H17('05)年度	H18('06)年度	H19('07)年度	H20('08)年度	H21('09)年度		
コナミスポーツ	売上高(億円)	812.09	885	865	900	858	
	経常利益(億円)	▲171	75	53	▲83	▲19	
	店舗数(ヶ所)	276(67)	312(104)	332(110)	345(117)	327(116)	
	会員数	個人	96	99	97.8	91.6	-
	(万人) スクール	-	-	-	-	-	
	(決算期3月)	正社員数(人)	-	-	-	-	-
セントラルスポーツ	売上高(億円)	425.32	444.70	457.58	471.86	466.08	
	経常利益(億円)	28.69	28.27	11.52	8.79	13.72	
	店舗数(ヶ所)	157(53)	151(51)	161(55)	155(44)	154(43)	
	会員数	個人	28.7	29	-	-	27
	(万人) スクール	11.6	12	-	-	12	
	(決算期3月)	正社員数(人)	973	1,008	1,059	-	-
ルネサンス	売上高(億円)	287.83	313.44	329.06	355.62	364.19	
	経常利益(億円)	24.69	13.31	6.26	7.28	7.54	
	店舗数(ヶ所)	81(5)	90(6)	95(7)	107(8)	103(7)	
	会員数	個人	16.7	17.4	17.5	20.6	21.8
	(万人) スクール	9.7	10.9	11.5	12.3	12.6	
	(決算期3月)	正社員数(人)	424	536	521	-	-
ティップネス	売上高(億円)	262.52	306.19	321.45	318.42	313.90	
	経常利益(億円)	18.00	24.00	-	-	-	
	店舗数(ヶ所)	45	50	56	59	63(3)	
	会員数	個人	17.3	20.3	21.9	23.3	22.5
	(万人) スクール	-	-	-	-	-	
	(決算期12月)	正社員数(人)	N/A	N/A	-	-	-
メガロス	売上高(億円)	119.92	126.89	128.23	135.93	136.94	
	経常利益(億円)	7.98	8.66	10.04	6.27	4.19	
	店舗数(ヶ所)	17	18	19	23	23	
	会員数	個人	8.4	8.5	8.8	9.4	9.2
	(万人) スクール	3	3	3.2	3.6	3.6	
	(決算期12月)	正社員数(人)	-	-	-	-	-

* 表中店舗数の項の括弧内は運営受託店舗数

* コナミは健康サービス事業としてのセグメント情報で経常利益の項目は営業利益、米国会計基準を採用しているため、有形固定資産の前倒し償却費用等が営業費用となり、営業利益に反映されている(H17年度・H20年度)。

上場3社の既存店の会員数・売上高の推移

○セントラルスポーツ				○ルネサンス				○メガロス			
対07年3月末(08年3月末)		対08年3月末(09年3月末)		対07年3月末(08年3月末)		対08年3月末(09年3月末)		対07年3月末(08年3月末)		対08年3月末(09年3月末)	
会員数	フィットネス ▲5.7%	スクール 1.4%	▲5.1%	期末会員数 ▲2.6%	▲0.5%	▲3.0%	会員数	フィットネス ▲1.8%	▲3.0%	▲0.3%	
売上高	▲4.5%	▲3.5%	▲3.1%	売上高 ▲0.3%	▲3.1%	▲0.9%	売上高	▲0.8%	▲0.3%	▲4.4%	

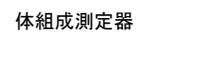
		内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																															
III 経営動向 (つづき)	(4)その他	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 会員マナーの良化を課題と考えるクラブが多くなっている。 ▼ 都心部のクラブを中心に盗難対策や情報漏洩対策、セキュリティ対策が強化されている。 ▼ タオルやプライベートロッカーのレンタル、パーソナルトレーニングなど、会費外収入(付帯収入)を高めようとする動きがうかがえる。 ▼ 大手企業を中心に積極的にスクラップ&ビルドが進められている。 	<p>上場3社の月会費単価の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>対07年3月末 (08年3月末)</th> <th>対08年3月末 (09年3月末)</th> <th>対09年3月末 (10年3月末)</th> <th colspan="2"></th> <th>対07年3月末 (08年3月末)</th> <th>対08年3月末 (09年3月末)</th> <th>対09年3月末 (10年3月末)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>セントラルスポーツ</td> <td>フィットネス スクール</td> <td>0.9%</td> <td>2.7%</td> <td>0.2%</td> <td>ルネサンス</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>▲3.9%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>1.1%</td> <td>2.2%</td> <td>0.0%</td> <td>メガロス</td> <td>▲0.4%</td> <td>▲1.7%</td> <td></td> <td>0.5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>近年の開業タイプ別施設数 (単位:軒)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成16年</th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新規開業</td> <td>61</td> <td>106</td> <td>499</td> <td>512</td> <td>245</td> <td>152</td> </tr> <tr> <td>移転新設後の開業</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>8</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>業態転換</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>継承後の再開業</td> <td>8</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> <p>*フィットネスビジネス編集部調べ。PFI、公共施設の運営受託物件は除外している。</p> <p>閉鎖撤退施設数</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>平成15年</th> <th>平成16年</th> <th>平成17年</th> <th>平成18年</th> <th>平成19年</th> <th>平成20年</th> <th>平成21年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>14</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>7</td> <td>13</td> <td>26</td> <td>33</td> </tr> </tbody> </table> <p>*フィットネスビジネス編集部調べ。</p>			対07年3月末 (08年3月末)	対08年3月末 (09年3月末)	対09年3月末 (10年3月末)			対07年3月末 (08年3月末)	対08年3月末 (09年3月末)	対09年3月末 (10年3月末)	セントラルスポーツ	フィットネス スクール	0.9%	2.7%	0.2%	ルネサンス	—	—	—	▲3.9%			1.1%	2.2%	0.0%	メガロス	▲0.4%	▲1.7%		0.5%		平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	新規開業	61	106	499	512	245	152	移転新設後の開業	1	5	8	1	2	2	業態転換	1	0	—	—	—	—	継承後の再開業	8	3	9	5	3	10	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	14	12	8	7	13	26	33
		対07年3月末 (08年3月末)	対08年3月末 (09年3月末)	対09年3月末 (10年3月末)			対07年3月末 (08年3月末)	対08年3月末 (09年3月末)	対09年3月末 (10年3月末)																																																																									
セントラルスポーツ	フィットネス スクール	0.9%	2.7%	0.2%	ルネサンス	—	—	—	▲3.9%																																																																									
		1.1%	2.2%	0.0%	メガロス	▲0.4%	▲1.7%		0.5%																																																																									
	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																												
新規開業	61	106	499	512	245	152																																																																												
移転新設後の開業	1	5	8	1	2	2																																																																												
業態転換	1	0	—	—	—	—																																																																												
継承後の再開業	8	3	9	5	3	10																																																																												
平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年																																																																												
14	12	8	7	13	26	33																																																																												

III 経営動向 (つづき) 図表・参考資料

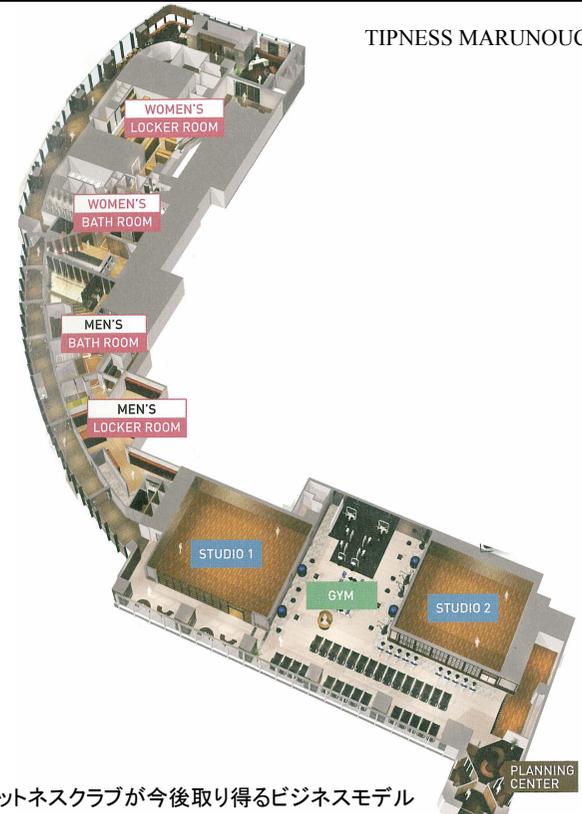
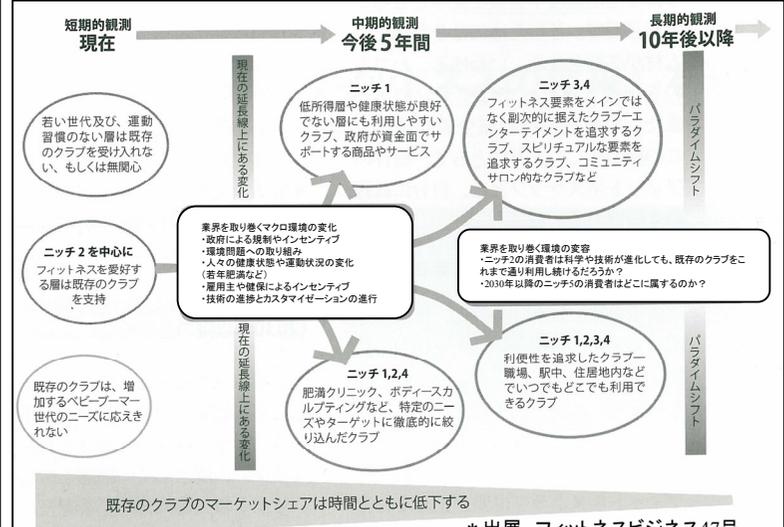
■フィットネスクラブ売上ランキング
 (日経MJ「第27回サービス業総合調査」スポーツ施設部門「レジャー白書2009」の資料をフィットネスビジネス編集部が改編)

総合スポーツ施設	1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位	売上高	順位
1 コナミススポーツ&ライフ	49,515	1	54,068	1 ^②	57,486	1 ^④	66,682	1	76,484	1	78,026	1	81,209	1	88,459	1	86,544	1	89,965	1
2 セントラルスポーツ	31,111	2	31,313	2	32,626	2	32,881	2	35,341	2	38,723	2	41,732	2	43,615	2	44,924	2	46,442	2
3 ルネサンス	12,959	3 ^①	15,461	3	18,617	3	20,995	3	23,603	3	26,164	3	28,782	3	31,344	3	32,906	3	35,562 ^⑥	3
4 ティップネス	12,260	5	12,256	4 ^③	17,343	4	19,946	4	20,759	4	21,560	4	25,148	4	30,619	4	32,145	4	31,842	4
5 オージー・スポーツ(コスハ)	4,682	11	4,718	10	4,715	8	6,404	8	7,833	8	7,686	8	9,391	7	12,050	6	12,043	6	13,889	5
6 メガロス	2,915	17	3,069	14	4,526	11	7,373	7	8,440	7	9,674	6	11,993	5	12,689	5	12,823	5	13,593	6
7 東急スポーツオアシス	9,343	7	9,243	6	9,360	6	7,834	6	8,455	6	8,971	7	9,106	8	10,107	8	10,692	7	13,500	7
8 日本体育施設運営(NAS)	12,607	4	11,966	5	11,074	5	10,732	5	10,432	5	10,455	5	10,279	6	10,632	7	10,585	8	10,707	8
9 東洋(ホリデイスポーツクラブ)			408	64	679	52	977	37	1,890	20	2,755	19	4,369	13	6,341	11	7,552	10	8,153	9
10 アクトス							3,985	13	4,924	10	5,527	10	6,552	10	7,067	9	8,188	9	8,133	10
上位10社売上高合計(その年度の順位)	157,924		164,191		166,524		182,757		201,248		213,471		230,877		253,400		258,402		271,786	
上位10社シェア	52.82%		44.98%		45.62%		51.05%		54.69%		56.18%		57.43%		59.34%		61.23%		65.33%	
11 ジェイエスエス	7,058	8	6,502	8	6,169	7	5,033	9			6,685	9	6,685	9	6,818	10	7,071	11	7,091	11
12 THINKフィットネス(ゴールドジム)					921	40	1,350	30	2,088	18	2,846	18	3,607	17	4,415	15	5,230	13	6,198	12
13 ザ・ビッグスポーツ	4,350	12	4,416	12	4,597	10	4,733	11	4,977	9	4,995	11	4,728	12	5,619	13	5,710	12	5,692	13
14 JR東日本スポーツ(ジェクサー)	1,375	31	1,412	27	1,464	29	1,653	25	2,445	17	2,607	20	3,840	16	4,870	14	5,100	14	5,615	14
15 明治スポーツプラザ	1,107	37	1,186	31	1,225	31	1,219	30	1,230	25 ^⑤	3,280	14	3,586	18	4,006	19	4,488	16	5,353	15
16 キッツウエルネス					2,680	13	3,170	14	3,645	12	3,780	13	4,000	15	4,300	16	4,300	17	5,160	16
17 グンゼスポーツ	2,024	22	2,082	19	2,644	15	3,165	15	3,158	13	3,159	17	3,565	19	4,189	17	4,287	18	4,575	17
18 カーブスジャパン												2,052		2,305		4,824	15	3,996	18	
19 文教センター(アスリエ)					2,040	20	2,705	18	3,086	14	3,266	15	4,206	14	4,086	18	3,830	19	3,833	19
20 コバン												2,204		2,689		2,938	20	3,394	20	
フィットネスクラブ合計	299,000		365,000		365,000		358,000		368,000		380,000		402,000		427,000		422,000		416,000	

①スポーツクラブトリムを合併 ②2001年4月1日～2002年3月31日までの12ヶ月換算 ③レヴァンを合併 ④コナミオリンピックスポーツクラブ・コナミススポーツプラザを合併 ⑤明治アクアを子会社化 ⑥リーヴスポーツを合併

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料
<p>IV 事業環境の変化</p> <p>(1) 新業態(市場)の登場とそれへの対応</p> <p>(2) 技術環境の変化</p> <p>(3) レジャー・観光業界が注目すべき政策・法律動向のポイント、公的規制や税制上の問題点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ この2~3年間に見られた様々な業態・価格帯のクラブ(女性専用サーキットスタジオ・ホットヨガスタジオ・ジム/スタジオ型クラブなど)の新規出店はなくなったわけではないが落ちつきを見せてきている。 ▼ 従来の自社の顧客層とは違う層のベネフィットに対応するため、また競合の強みを薄めるため、特定のニッチ層に対応した機能を取り込む総合クラブが見られる。 ▼ 「子ども」、「フィットネス初心者」、「高齢者」、「スポーツ」、「シェイプアップ」に特化した業態、プログラムが見られる。 ▼ トレーナー・インストラクターらが独立起業し、パーソナルスタジオ、パーソナルジムを新設する動きが見られる。 <ul style="list-style-type: none"> ▼ 来館者を増やしたり、見学者の入会獲得率を高めたり、既存会員の運動継続を促すために、FMSなどの新しい測定システムやカウンセリング、CRM、ソーシャルメディアなどを活用するクラブが増えている。 ▼ サーキットトレーニングマシン、フリーモーション系ケーブルマシン、パワープレート、パワーラックなどを導入するクラブが増えている。 ▼ ユビキタス型の運動管理システムが少しずつ普及してきている。 ▼ 心肺持久力系マシンエリアへのTVモニター設置が標準化されつつある。1台1台にモニターを設置するクラブが増えている。TVモニターを使い様々な演出ができるようになってきている。 ▼ デジタルポスターを導入するクラブが増えてきている。 ▼ ショートレッスン、グループエクササイズプログラムの映像配信を手がけるクラブがでてきている。 ▼ トレーニングマシンは、毎年バージョンアップされたり、新しい製品が開発されたりしている。マシンにTVモニターをつけたり、ゲーム性を採り入れたり、データをトラッキングできるようにしたり、マシンそのもののデザインを工夫したり、個人のi-Podが使えたり、マシンが身体の動きに合わせてようにアジャストされたりといったことなどである。 ▼ カーディオ系マシンは省エネ対応が進んでいる。 ▼ 個人情報保護対策として、システム整備やスタッフ教育など情報面のセキュリティ強化が図られている。 ▼ 備品等の電子購入システムを採り入れ、間接費削減を目指すクラブが出てきている。ホームページやモバイルサイトを見直し、拡充する企業が増えている。 <ul style="list-style-type: none"> ▼ 平成15年6月13日公布の「地方自治法の一部を改正する法律」で「指定管理者」制度が設けられ、「公の施設」の管理運営(一定の要件を設けての経営)が民間市場に開放されることになった。 ▼ 営業上重要な関係法規として消費者契約法、個人情報保護法がある。 ▼ 平成18年4月に介護制度が改正され、マシンを伴わずとも、また資格を持った指導者がいなくとも「運動器の機能向上」にあたれることになった。また報酬体系が下方に見直された。 ▼ 平成19年各自治体で安全・衛生を目的としたプール取締条例が施行された。 ▼ 平成20年4月からの医療制度改革により、医療保険者に特定健診と特定保健指導が義務付けられることになり、各社それへの対応を図っている。例えば、健康運動指導士の育成や病院・福利厚生施設との結びつきの強化、法人へのセールス等である。 ▼ 平成20年4月から会計制度が改正され、内部統制、四半期報告制度、在外子会社の会計処理、リース取引会計などへの適切な対応を迫られた。 ▼ プロショップなどでの特典提供のためのポイント制を廃止する企業が出てきている。 ▼ 平成21年4月施行の省エネ法改正に備え、省エネ対策を図る企業が増えている。CO2排出削減への自主的な取り組みも見られた。 ▼ 平成22年度より、資産除去債務に関する会計基準が適用されるため、今期第1回半期に過年度分を計上する企業がある。 ▼ 平成23年度7月24日の完全地デジ化に向けて対応を急いでいる。 ▼ 平成23年度よりJASRACに対して音楽著作権における演奏権使用料の支払いが義務化される予定である。 	<p style="text-align: center;">図 表 ・ 参 考 資 料</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>サーキットトレーニングマシン</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>パーソナルTV</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>体組成測定器</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>パーソナルTV</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>フリーモーション</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>パワーラック</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>M3バイク</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>ホットスタジオ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>パワープレート</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>姿勢測定器</p> </div> </div>

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料
IV 事業環境の変化 (つづき)	<p>(4) 新たな商品開発や企業・業界の連携などの取り組み、その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ ランニングがブームになってきている。自転車やトレイルラン、トライアスロンなども人気が出てきている。 ▼ 子ども向けの野外キャンプなどのイベントが活発化してきている。 ▼ コラボレーション(協働)を活用する企業が目立ち始めている。 ▼ サーキットライン、ホットスタジオ、加圧トレーニングを導入するクラブが増えている。 ▼ アンカーアイテムを持つことにより、差別化しようというクラブが増えてきている。多いパターンとしては①ジムの大型化、②ウォーキング専用プールの設置、③露天風呂や天然温泉の導入(※温泉水を輸送するクラブもある)、④アリーナスタジオの付設がある。 ▼ ストレスフリー化——フリーチョイスロッカー、自動券売機の設置など——が図られている。 ▼ 高齢化の進行とともに中高年層の利用が進む一方、若年層対策が模索されている。 ▼ 生活習慣病・メタボリック症候群対策などのプログラムが開発～提供されるようになってきている。ティップネスとオージースポーツのように協働してメタボ対策にあたる動きも出てきている。 ▼ 小規模デイサービス事業、地域支援事業などの介護予防事業に乗り出す企業が増えてきている。 ▼ 民間企業が指定管理者制度により受託した公共施設との間の競合・競争を不安視する企業がある。指定管理施設の収益性が悪いために積極的に展開しない企業も出てきている。 	<p>コラボレーション例</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・病院・医師との連携 ・福利厚生代行企業との提携 ・プログラム開発者とのクラブ向け新プログラム開発 ・メーカー・サプライヤーとの製品・施設共同開発 ・スペシャリスト(大学教授・空間プロデューサーら)との協働 ・自治体・地域コミュニティなどとの企画推進・相乗り(例: マラソン大会) ・同業他社との共同企画・イベント開催(例: 共同で野外キャンプ) </div>

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料
<p>V 経営戦略</p> <p>(1) 出店戦略</p> <p>(2) 集客及び新規顧客開拓策、特に不況下における新規顧客・需要開発の注目される取り組み例、トピックなど</p> <p>(3) 話題の施設・サービス</p> <p>(4) 「2020年」に向けての需要予測や業界・企業の取り組みなど</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 相当に出店条件のよい物件でないと、新規に出店しなくなっている。 ▼ 競争の少ないエリア(例. 周辺人口10万人・地方郊外・ロードサイド立地)への出店が増えている。 ▼ 移転新設物件の中には、旧店をスクラップせずに残し、スクール専門業態として活用するところもある。 ▼ 財務バランスの悪化や出店立地のパワー不足などから新規出店のための開発業務を控える企業もある。中には出店予定物件をキャンセルする企業もあった。 <ul style="list-style-type: none"> ▼ 集客戦略としては、既存店のリノベーションや新会員種別の導入が基本的な策となっている。 ▼ 入会初月～12ヶ月間の月会費をサービスまたは大幅に割引くクラブが出てきている。ただし、半年以上あるいは1年間に在籍することなどの条件がつけられている。 ▼ 小規模サーキットトレーニングジムや単体スタジオに新規顧客が流れることを防ぐため、クラブ内に同様の施設を付帯したり、新業態として単体スタジオやジム・スタジオ型クラブの展開を検討するクラブが出始めている。 ▼ 集客戦略としては、見学者への「測定・カウンセリング・評価」と「体験利用」および「会員紹介」が主流である。体験利用は1回だけでなく、数回または一定期間に設定するところが増えている。 ▼ 新店のオープニングでは、早期入会者への月会費割引キオファーやオープン直前期間の「見学会」「体験会」の実施により、効果をあげるクラブが増えている。Webにより1,000～2,000名の開業前集客を実現するクラブも多数見られるようになってきている。 ▼ グループでの同時入会にメリットを提供したり、「ペア会員」「トリオ会員」といった会員種別を設け、1人単価を正会員より低く設定する動きが見られる。 ▼ GISなどを活用し、効率的な販促をするようになってきている。 ▼ Webによる集客が年々重視されてきている。 ▼ 多様な方法で見込み客(リード)を集め、リスト化して、「接点」を多くとりきめ細かくアプローチするようになってきている。 ▼ 館内セールスなど「接点」を見直す動きが顕著に見られるようになってきている。 ▼ 「アンダー30」などの若年層向け会員種別や「ランニング会員」「90分会員」「月4会員」などを導入するクラブが増えている。 <ul style="list-style-type: none"> ▼ 「ドゥ・スポーツラザ上里」地方郊外・ロードサイド立地のコンパクトな大人専用クラブ(延床面積780坪)。 ▼ 「セントラルウェルネスクラブ我孫子」総合クラブ業態として、効率性を追求して開発した新規店(延床面積960坪)。 ▼ 「TIPNESS MARUNOUCHI STYLE」成果と利便性に着目した都市型のスタイリッシュなクラブ。プールレスタイプ(延床面積600坪)。 ▼ 「ジェクサー・フィットネススタジオ武蔵小金井」女性専用スタジオ。「HOT YOGA」や「リラクソヨガ」などを提供するコンパクトなスタジオ。 ▼ 「Nadi KITAYAMA OUTDOOR FITNESS CLUB」京都の自然を活かすべく開発されたアウトドアフィットネスクラブ。 ▼ 「スパ&フィットネス ルネサンス・アリオ札幌」温浴施設をフィットネスクラブにコンバージョンした施設。 <ul style="list-style-type: none"> ▼ レスミルズ社(NZ)がニールセン社に委託して、「フィットネスの将来」白書をまとめ刊行した。同白書の中では、今後認識すべきニッチとして、次の5つの顧客層をあげている。ニッチ1:運動には興味がない層、ニッチ2:フィットネスは楽しいと感じる層、ニッチ3:エンターテインメントとしての運動が好きな層、ニッチ4:単なる身体運動以上の何かが欲しい層、ニッチ5:現在の人間活動を超えた何かを求める層。 ▼ 優れた経営者らは、現在の業態・サービスを深耕するとともに、未来の業態・サービスの開発にも取り組む必要があることを感じている。 	<p>図表・参考資料</p>  <p>◆フィットネスクラブが今後取り得るビジネスモデル</p>  <p>短期的観測 現在</p> <p>中期的観測 今後5年間</p> <p>長期的観測 10年後以降</p> <p>現在の延長線上にある変化</p> <p>現在の延長線上にある変化</p> <p>パラダイムシフト</p> <p>パラダイムシフト</p> <p>既存のクラブのマーケットシェアは時間とともに低下する</p> <p>* 出展、フィットネスビジネス47号</p>

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																																																																																																				
<p>V 経営戦略 (つづき)</p> <p>(5)いわゆる「リバイバル」市場 (有経験者需要の掘り起こし)に関する業界の動き</p> <p>(6)価格面への対応</p> <p>(7)会員定着策</p> <p>(8)2007年問題 (団塊世代定年)への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ ハード・ソフトのリノベーションを機にプロモーションを強化し、好集客を実現しようとしている。 ▼ 退会者にメールアドレスの登録の許諾をもらい、定期的に情報を配信したり、DMを発送している(例、「カムバックキャンペーン」など)。 ▼ 「料金が安い」クラブを求める生活者は依然多い。 ▼ オープニングキャンペーン価格として月会費を先行入会者に限って割引くクラブが目立つ。 ▼ 「アンダー29」など若年層を料金的に優遇する会員種別を導入するクラブが増えている。 ▼ 「月4会員」など利用回数を制限する代わりに若干価格を安くした会員種別を導入し、良好な成果をあげているクラブがある。 ▼ 利用率の高まりに起因する混雑やコスト増を抑えるために月間利用回数を制限したり、1日のうち2回目以降の利用を有料化するクラブがでてきている。 ▼ オプションサービスを拡充し、客単価を高めるクラブがある。 ▼ 月会費単価の推移は、郊外型クラブがレギュラー・デイトタイムの両会員種別ともに値上げしているのに対し、都市型クラブはレギュラー会員のそれを落とし、デイトタイム会員のそれを上げている。 ▼ 基本的な策——初期定着活動、クレンリネスの徹底、混雑緩和、挨拶励行、お名前を呼ぶことなど——の徹底に努めている。 ▼ FMSやカウンセリング、トレーニングスケジュールの提供など、入会前あるいは入会直後、身体の状態や希望をチェックし、モチベーションをもってフィットネスに取り組めるような複数のサポートが提供されるつつある。 ▼ 新規入会者に対する複数回のオリエンテーションの受講率などを管理指標(KPI)にするなどして入会当初からの接点を増やすことで定着促進を図ろうとしている。特に入会後の1ヶ月間、あるいは利用回数までのサポートを厚くするクラブが増えている。初期定着プログラムを仕掛けるクラブも増えている。 ▼ 運動の「効果」を感じてもらえるように指導力を高めている。また顧客のニーズを満たす提案力を一人ひとりのインストラクターが身につけられるように教育にも力を入れてきている。 ▼ ジムの活性化をテーマにサポートを強化するクラブが増えてきつつある。 ▼ クラブインクラブやイベントプログラム、各種スポーツ大会の開催・参加に取り組むクラブが再び増えてきている。 ▼ 定着率は少しずつ向上している。特に1,000坪未満の施設で顕著である。入会率の低下や、会員の高齢化も一因である。 ▼ 40歳以上、なかでも60歳以上の会員構成比が増えている。 ▼ 温浴施設、マッサージ・エステ、カルチャー、スクール、アリーナなど、付帯アイテム・サービスを拡充する動きがある。こうしたアイテム・サービスの導入に伴い、客単価の向上を図るクラブが見られる。 ▼ 生活習慣病あるいはメタボリック症候群の予防・改善プログラム、パーソナルトレーニング、ペアストレッチなどを導入するクラブが見られる。 ▼ 中高年インストラクター・フロントスタッフを雇用する動きが見られる。 ▼ “ふうふの日”(夫婦合わせて100歳以上で1日無料体験可能)や、“ノルディックウォークプログラム”などを実施し、中高年の集客に結びつけているクラブがある。 ▼ シニア層だけが参加できるサークルを組織しているクラブがある。 	<p>立地別にみる月会費の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">郊外型</th> <th colspan="2">都市型</th> </tr> <tr> <th>05年</th> <th>07年</th> <th>05年</th> <th>07年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>レギュラー会員</td> <td>8,632</td> <td>8,814</td> <td>9,952</td> <td>9,863</td> </tr> <tr> <td>デイトタイム会員</td> <td>6,708</td> <td>6,941</td> <td>7,033</td> <td>7,629</td> </tr> </tbody> </table> <p>店舗面積別にみる月会費の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">～500坪</th> <th colspan="2">～1,000坪未満</th> <th colspan="2">1,000坪以上</th> </tr> <tr> <th>05年</th> <th>07年</th> <th>05年</th> <th>07年</th> <th>05年</th> <th>07年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>レギュラー会員</td> <td>8,458</td> <td>7,930</td> <td>9,857</td> <td>9,481</td> <td>9,336</td> <td>10,170</td> </tr> <tr> <td>デイトタイム会員</td> <td>6,369</td> <td>6,696</td> <td>7,087</td> <td>7,191</td> <td>6,938</td> <td>7,543</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 出典 『フィットネス産業基礎データ資料2005』、『同2007』(共にFIA)</p> <p>クラブ会員の性別・年齢別構成比(単位:%)</p> <p><参考>'08資料 (N=27)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> <th>70歳以上</th> <th>男女比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>8.6</td> <td>9.8</td> <td>9.8</td> <td>9.9</td> <td>7.3</td> <td>3.3</td> <td>48.7</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>8.3</td> <td>8.5</td> <td>9.3</td> <td>11.1</td> <td>9.8</td> <td>4.4</td> <td>51.3</td> </tr> </tbody> </table> <p><参考>'04資料</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> <th>70歳以上</th> <th>男女比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>8.6</td> <td>10.6</td> <td>9.3</td> <td>8.2</td> <td>6.9</td> <td>2.3</td> <td>44.6</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>10.8</td> <td>11.4</td> <td>10.2</td> <td>11.6</td> <td>8.7</td> <td>2.9</td> <td>55.4</td> </tr> </tbody> </table> <p><参考>'01資料</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> <th>70歳以上</th> <th>男女比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>10.7</td> <td>12.1</td> <td>7.6</td> <td>6</td> <td>4.5</td> <td>1.1</td> <td>42.0</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>16.4</td> <td>13.2</td> <td>9.6</td> <td>10.2</td> <td>6.9</td> <td>1.7</td> <td>58.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>入退会率の推移</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>04年</th> <th>08年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>月間平均入会率</td> <td>3.79</td> <td>3.10</td> </tr> <tr> <td>月間平均退会率</td> <td>3.29</td> <td>2.97</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 回答各社1店舗あたりのクラブ会員を対象にした平均値 * 出典 『フィットネス産業基礎データ資料2004』、『同2008』(共にFIA)</p> <p>* 出典 『フィットネス産業基礎データ資料2005』、『同2007』(共にFIA)</p> <p>性別・年代別の月間平均退会率 (単位:%)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> <th>70歳～</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>9.8</td> <td>7.5</td> <td>5.4</td> <td>4.5</td> <td>3.9</td> <td>2.9</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>11.3</td> <td>7.9</td> <td>5.7</td> <td>5.3</td> <td>4</td> <td>2.6</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 出典 『フィットネス産業基礎データ資料2001』(FIA)。全体平均5.9%</p>		郊外型		都市型		05年	07年	05年	07年	レギュラー会員	8,632	8,814	9,952	9,863	デイトタイム会員	6,708	6,941	7,033	7,629		～500坪		～1,000坪未満		1,000坪以上		05年	07年	05年	07年	05年	07年	レギュラー会員	8,458	7,930	9,857	9,481	9,336	10,170	デイトタイム会員	6,369	6,696	7,087	7,191	6,938	7,543		～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比	男性	8.6	9.8	9.8	9.9	7.3	3.3	48.7	女性	8.3	8.5	9.3	11.1	9.8	4.4	51.3		～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比	男性	8.6	10.6	9.3	8.2	6.9	2.3	44.6	女性	10.8	11.4	10.2	11.6	8.7	2.9	55.4		～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比	男性	10.7	12.1	7.6	6	4.5	1.1	42.0	女性	16.4	13.2	9.6	10.2	6.9	1.7	58.0		04年	08年	月間平均入会率	3.79	3.10	月間平均退会率	3.29	2.97		～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	男性	9.8	7.5	5.4	4.5	3.9	2.9	女性	11.3	7.9	5.7	5.3	4	2.6
	郊外型			都市型																																																																																																																																																		
	05年	07年	05年	07年																																																																																																																																																		
レギュラー会員	8,632	8,814	9,952	9,863																																																																																																																																																		
デイトタイム会員	6,708	6,941	7,033	7,629																																																																																																																																																		
	～500坪		～1,000坪未満		1,000坪以上																																																																																																																																																	
	05年	07年	05年	07年	05年	07年																																																																																																																																																
レギュラー会員	8,458	7,930	9,857	9,481	9,336	10,170																																																																																																																																																
デイトタイム会員	6,369	6,696	7,087	7,191	6,938	7,543																																																																																																																																																
	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比																																																																																																																																															
男性	8.6	9.8	9.8	9.9	7.3	3.3	48.7																																																																																																																																															
女性	8.3	8.5	9.3	11.1	9.8	4.4	51.3																																																																																																																																															
	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比																																																																																																																																															
男性	8.6	10.6	9.3	8.2	6.9	2.3	44.6																																																																																																																																															
女性	10.8	11.4	10.2	11.6	8.7	2.9	55.4																																																																																																																																															
	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男女比																																																																																																																																															
男性	10.7	12.1	7.6	6	4.5	1.1	42.0																																																																																																																																															
女性	16.4	13.2	9.6	10.2	6.9	1.7	58.0																																																																																																																																															
	04年	08年																																																																																																																																																				
月間平均入会率	3.79	3.10																																																																																																																																																				
月間平均退会率	3.29	2.97																																																																																																																																																				
	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～																																																																																																																																																
男性	9.8	7.5	5.4	4.5	3.9	2.9																																																																																																																																																
女性	11.3	7.9	5.7	5.3	4	2.6																																																																																																																																																

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																					
<p>V 経営戦略 (つづき)</p> <p>(9) 高齢化市場への取り組み</p> <p>(10) 障害者・高齢者などを意識したバリアフリー対応</p> <p>(11) 雇用について</p> <p>(12) 業界におけるサービス生産性向上やサービス人材育成への関心・取組み例等</p> <p>(13) 環境・安全対応について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 介護予防事業(介護予防に対応できるトレーナーの養成を含む)への取り組みは沈静化しつつある。 ▼ アクティブシニア層を意識し、ジョーパやパワープレートなどを導入するクラブが増えた。 ▼ 温浴施設(天然温泉・露天風呂など)、リクライニングチェアなどリラクゼーション設備を充実させるクラブが増えている。 ▼ 福利厚生サービス会社と提携し、多様なサービスを提供しようとしている。 ▼ ツアー・イベントの実施、サークル活動の組織化等に力を入れる会社が増えてきている。 ▼ 会員のマスターズ大会出場をサポートするクラブが増えてきている。 ▼ (社)日本フィットネス産業協会が中心となり、例年「敬老の日」前後の期間に60歳以上の利用者への施設無料開放を実施し、高齢者への「フィットネス」の啓発に努めている。 ▼ 高齢者獲得は、経営的メリット——顧客生涯価値(LTV)が高い——がある。 ▼ 高齢者の利用に配慮した施設づくりがなされるようになってきた。 ▼ 障害者らに対して「施設開放日」を設けるクラブもある。 ▼ 優秀な人材が不足している。 ▼ パーソナルトレーナー(PFT)の求人が増加している。とはいえ、PFT1人あたりの収入はまだ低い。 ▼ 正社員を減らし、パート・アルバイトを増やす傾向が伺える。指導員はこの数年間は減少傾向にある。 ▼ ESの低さが問題視されている。 ▼ インストラクターの賃金他待遇を成果主義型に見直す動きがある。 ▼ 業界内で雇用の流動化が起こりつつある。 ▼ 優れた技術・知識を持つフリーのインストラクター・パーソナルトレーナーに育成機会(ユニバーシティ機能)や職務拡充(エージェント機能)を提供し、満足度を高めようとする企業が増えてきつつある。 ▼ トレーナーを技術・知識等によりランク分けしたり、また、サービススタッフを接遇力によりランク分けしたりしている。トレーナー、サービススタッフともに、ランクに応じた研修制度を整備している。 ▼ 優れた本社幹部やマネジャーが不足してきているため、その予備軍の(中途)採用、社内育成に力を入れる企業が増えてきている。 ▼ 一部のプログラムを自社で開発せずにアウトソースまたはコラボレーションにより開発する企業がある。 ▼ プレコリオプログラムを導入し、社員・アルバイトのレッスン品質を効率的に高めることに取り組んでいる。(プレコリオプログラムは顧客にも安心感がある) ▼ ITとAVを活用し、多分野で省力化を実現する傾向が見られる。 ▼ セールス研修を実施し、見学者入会獲得率を高めようとしている。 ▼ 入会初期の初期対応に注力することで、退会率を抑えようとしている。 ▼ 様々なアプローチでCO2の排出量の削減、水道光熱費の削減に努めている。ヒートポンプチャラーやエコキュート、ガスヒートポンプ、ジェネライトの設置や井戸掘削、節電システムの採用など。 ▼ レジオネラ菌対策に積極的に取り組んでいる。 ▼ スクール用バスを走らせることをやめるクラブが出てきている。 	<p>フィットネスクラブの雇用形態別スタッフ数の推移</p> <table border="1" data-bbox="1323 231 1953 483"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">正社員</th> <th colspan="2">パート・アルバイト</th> <th colspan="2">指導員</th> </tr> <tr> <th>総数</th> <th>1施設</th> <th>総数</th> <th>1施設</th> <th>総数</th> <th>1施設</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2002年</td> <td>5,215</td> <td>6.5</td> <td>20,375</td> <td>25.4</td> <td>20,066</td> <td>25.0</td> </tr> <tr> <td>2003年</td> <td>5,535</td> <td>6.7</td> <td>20,743</td> <td>25.1</td> <td>22,216</td> <td>26.9</td> </tr> <tr> <td>2004年</td> <td>5,970</td> <td>7.1</td> <td>22,981</td> <td>27.4</td> <td>23,862</td> <td>28.4</td> </tr> <tr> <td>2005年</td> <td>6,359</td> <td>7.3</td> <td>24,525</td> <td>28.0</td> <td>26,043</td> <td>29.8</td> </tr> <tr> <td>2006年</td> <td>7,159</td> <td>7.5</td> <td>26,833</td> <td>28.2</td> <td>31,101</td> <td>32.7</td> </tr> <tr> <td>2007年</td> <td>7,410</td> <td>7.5</td> <td>28,864</td> <td>29.3</td> <td>32,381</td> <td>31.6</td> </tr> <tr> <td>2008年</td> <td>7,009</td> <td>6.9</td> <td>29,006</td> <td>28.6</td> <td>30,101</td> <td>29.7</td> </tr> <tr> <td>2009年</td> <td>7,208</td> <td>7.1</td> <td>29,880</td> <td>29.3</td> <td>30,753</td> <td>30.2</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 出典：『特定サービス産業動態統計月報』(経産省)</p> <p>プレコリオプログラムの代表例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コナミススポーツ&ライフ (レスミルズジャパン) ボディパンプ／ボディコンバット／ボディステップ／ボディアタック／ボディヒーリング／ボディバイク／ボディジャム／ボディバイブ ・プライムエデュケーション (ラディカルフィットネス) ファイドウ／パワーフィット／オキシジェノ／エクストリーム55／トップライド／キーマックスメガダンス／メガラティーン ・ベストフィットネスシステム グループパワー／グループライド／グループステップ／グループセンチジャーグループキック／グループグルーヴグループアクティブ ・トライフィットネス powered by adidas (リアルインターナショナル) 全11シリーズ ・リトモス (カリテス) リトモス 		正社員		パート・アルバイト		指導員		総数	1施設	総数	1施設	総数	1施設	2002年	5,215	6.5	20,375	25.4	20,066	25.0	2003年	5,535	6.7	20,743	25.1	22,216	26.9	2004年	5,970	7.1	22,981	27.4	23,862	28.4	2005年	6,359	7.3	24,525	28.0	26,043	29.8	2006年	7,159	7.5	26,833	28.2	31,101	32.7	2007年	7,410	7.5	28,864	29.3	32,381	31.6	2008年	7,009	6.9	29,006	28.6	30,101	29.7	2009年	7,208	7.1	29,880	29.3	30,753	30.2
	正社員			パート・アルバイト		指導員																																																																	
	総数	1施設	総数	1施設	総数	1施設																																																																	
2002年	5,215	6.5	20,375	25.4	20,066	25.0																																																																	
2003年	5,535	6.7	20,743	25.1	22,216	26.9																																																																	
2004年	5,970	7.1	22,981	27.4	23,862	28.4																																																																	
2005年	6,359	7.3	24,525	28.0	26,043	29.8																																																																	
2006年	7,159	7.5	26,833	28.2	31,101	32.7																																																																	
2007年	7,410	7.5	28,864	29.3	32,381	31.6																																																																	
2008年	7,009	6.9	29,006	28.6	30,101	29.7																																																																	
2009年	7,208	7.1	29,880	29.3	30,753	30.2																																																																	

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																				
<p>V 経営戦略 (つづき)</p>	<p>(14) 地域コミュニティ対応について</p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ 自クラブで行う一部プログラムを周辺地域の非会員にも有料・無料で提供する機会をつくるクラブが増えてきている。 ▼ インストラクターが公的施設へ外向き、健康セミナー等を行ったり、クラブ経営企業が地域の公的フィットネス施設の運営を受託するケースが見られる。 ▼ 商店街のリーダーとなって活躍する中で、「フィットネス」や「クラブ」を地域の人々に認知して貰おうと努めている。 ▼ 街やクラブのイベント時に、施設を無料開放したり、レッスンのデモンストレーションをしたり、無料体力測定を提供したりするクラブもある。 ▼ 地域商店とのバーター契約によりメンバーへのサービス(特典)の充実を図るクラブが多くなっている。 <p>(15) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ ルネサンス佐世保散弾銃乱射事件(2007年12月14日)を受けて、セキュリティ対策を見直し強化する企業が増えた。 ▼ 事業者は「新入会員の減少」「施設管理コストの上昇」「施設の老朽化」を問題(課題)視するようになってきている。 ▼ 地域への直接的な営業活動やホームページ等を通じてフィットネスの啓発やフィットネスクラブの認知を高めようとしている企業が増えてきている。 ▼ 経営者らの多くは「営業日時等の見直し」といった手段的なものよりも、本質的なもの——「スタッフのサービス意識の向上」、「インストラクターのより高い専門性」——に対して問題意識を強く持ち、初期待着への取り組みや従業員教育に注力してきている。 ▼ 生活習慣病またはメタボリック症候群予防・ダイエットなどのニーズに対応した食事あるいはサプリメント付のプログラムを開発(提携)・販売するクラブが増えてきている。 ▼ フリーマガジンを刊行する出版社が増えている。(インストラクター・トレーナー向け『NEXT』、会員・利用者向け『LIVE』など) ▼ 会報をWebマガジン化するクラブが増えている。 	<p>◆今後高まる消費者ニーズや業界への要請についての考え(特典順)上位5項目</p> <table border="1"> <tr><td>1. スタッフのサービス意識の向上が求められる</td></tr> <tr><td>2. インストラクター・指導者のより他階専門性が求められる</td></tr> <tr><td>3. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる</td></tr> <tr><td>4. 健康体操など無理をしない運動が求められる</td></tr> <tr><td>5. 新しいフィットネスプログラムの開発が求められる</td></tr> </table> <p>◆特に業界が応えていくべき重要なこと(複数回答:重要な順に3つまで、回答の多い順)上位5項目</p> <table border="1"> <tr><td>1. 健康チェック(体力診断)やカウンセリング等のニーズが高まる</td></tr> <tr><td>2. スタッフのサービス意識の向上が求められる</td></tr> <tr><td>3. インストラクター・指導者のより高い専門性が求められる</td></tr> <tr><td>4. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる</td></tr> <tr><td>5. オペレーションなどソフト面・システム面の充実が求められる</td></tr> </table> <p>◆各種経営課題の認識(得点順)上位5項目</p> <table border="1"> <tr><td>1. 新入会員の減少</td></tr> <tr><td>2. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇</td></tr> <tr><td>3. 施設の老朽化</td></tr> <tr><td>4. 水道光熱費の上昇</td></tr> <tr><td>5. 従業員教育</td></tr> </table> <p>◆改善や見直しをすべき優先順位の高い経営上の課題 (複数回答:優先度の高い順に3つまで、回答の多い順)上位5項目</p> <table border="1"> <tr><td>1. 従業員教育</td></tr> <tr><td>2. 新入会員の減少</td></tr> <tr><td>3. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇</td></tr> <tr><td>4. 施設の老朽化</td></tr> <tr><td>5. 退会者の増加</td></tr> </table> <p style="text-align: right;">* 出典 『フィットネス産業基礎データ2008』(FIA)</p>	1. スタッフのサービス意識の向上が求められる	2. インストラクター・指導者のより他階専門性が求められる	3. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる	4. 健康体操など無理をしない運動が求められる	5. 新しいフィットネスプログラムの開発が求められる	1. 健康チェック(体力診断)やカウンセリング等のニーズが高まる	2. スタッフのサービス意識の向上が求められる	3. インストラクター・指導者のより高い専門性が求められる	4. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる	5. オペレーションなどソフト面・システム面の充実が求められる	1. 新入会員の減少	2. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇	3. 施設の老朽化	4. 水道光熱費の上昇	5. 従業員教育	1. 従業員教育	2. 新入会員の減少	3. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇	4. 施設の老朽化	5. 退会者の増加
1. スタッフのサービス意識の向上が求められる																						
2. インストラクター・指導者のより他階専門性が求められる																						
3. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる																						
4. 健康体操など無理をしない運動が求められる																						
5. 新しいフィットネスプログラムの開発が求められる																						
1. 健康チェック(体力診断)やカウンセリング等のニーズが高まる																						
2. スタッフのサービス意識の向上が求められる																						
3. インストラクター・指導者のより高い専門性が求められる																						
4. クラブ内でのコミュニケーションがより求められるようになる																						
5. オペレーションなどソフト面・システム面の充実が求められる																						
1. 新入会員の減少																						
2. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇																						
3. 施設の老朽化																						
4. 水道光熱費の上昇																						
5. 従業員教育																						
1. 従業員教育																						
2. 新入会員の減少																						
3. メンテナンス・修繕や清掃など施設管理コストの上昇																						
4. 施設の老朽化																						
5. 退会者の増加																						

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																																																																																																																																																																																																																																									
VI 人事戦略	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 「モデル賃金(年収)」は、20歳242万円、30歳361万円、40歳518万円、50歳670万円である。 ▼ 店舗の責任者(支配人、マネージャーなど)の平均年収は516万円である。 ▼ 2007年度のベースアップを含む昇給額の平均値は社員全体で5,391円、管理職層で7,178円、一般社員層で4,205円である。 ▼ 一般社員の初任給は、大卒平均で18.7万円、高卒平均で16.1万円である。 ▼ 一般事務・フロントのパート・アルバイト(P・A)の平均時給は、900円前後、プール・スイミング系のP・Aの平均時給は976円、スタジオのP・Aの平均時給は1,200～2,900円程度である。 ▼ スタジオ系のフリーインストラクターの1時間あたりの平均フィーは、4,500円前後である。 	<p>◆職位別賃金実態(全体合計)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">【合計全体】</th> <th colspan="3">在職者の年齢</th> <th rowspan="3">在職者の平均 在職年数</th> <th rowspan="3">賃金月額 の平均</th> <th rowspan="3">賃金月額 の最大格差</th> <th rowspan="3">年間収入総 額の平均</th> <th rowspan="3">年間収入総 額の最大格 差</th> </tr> <tr> <th>最年少</th> <th>平均</th> <th>最年長</th> </tr> <tr> <th>単位:歳</th> <th>単位:歳</th> <th>単位:歳</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>部長クラス (部長、副部長次長など)</td> <td>40.8(12)</td> <td>44.9(16)</td> <td>49.8(12)</td> <td>11.7(15)</td> <td>450(15)</td> <td>45(10)</td> <td>6,982(14)</td> <td>446(10)</td> </tr> <tr> <td>課長クラス (課長、課長代理など)</td> <td>34.4(11)</td> <td>39.2(10)</td> <td>43.6(11)</td> <td>9.1(10)</td> <td>369(10)</td> <td>51(10)</td> <td>5,357(10)</td> <td>714(10)</td> </tr> <tr> <td>店舗の責任者 (支配人、マネージャーなど)</td> <td>33.7(22)</td> <td>37.8(23)</td> <td>43.2(23)</td> <td>10.1(21)</td> <td>341(21)</td> <td>80(17)</td> <td>5,164(21)</td> <td>918(17)</td> </tr> <tr> <td>店舗のグループリーダー クラス(チーフなど)</td> <td>28.6(19)</td> <td>33.2(19)</td> <td>40.0(20)</td> <td>8.2(18)</td> <td>261(18)</td> <td>72(16)</td> <td>4,065(18)</td> <td>928(15)</td> </tr> <tr> <td>一般社員</td> <td>22.1(23)</td> <td>28.0(23)</td> <td>38.9(24)</td> <td>5.4(21)</td> <td>202(22)</td> <td>90(20)</td> <td>3,063(22)</td> <td>1,002(20)</td> </tr> </tbody> </table> <p>※数値は回答各社の平均値、()は回答社数</p> <p>◆昇給額の平均値</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体</td> <td>5,391</td> <td>(26)</td> <td>3,169</td> <td>(9)</td> <td>6,637</td> <td>(15)</td> <td>6,081</td> <td>(2)</td> </tr> <tr> <td>管理職層</td> <td>7,178</td> <td>(26)</td> <td>3,540</td> <td>(8)</td> <td>9,769</td> <td>(13)</td> <td>4,883</td> <td>(2)</td> </tr> <tr> <td>一般社員層</td> <td>4,205</td> <td>(26)</td> <td>2,419</td> <td>(8)</td> <td>5,348</td> <td>(13)</td> <td>36,918</td> <td>(2)</td> </tr> </tbody> </table> <p>※単位:千円</p> <p>◆初任給の平均値</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">【全体合計】</th> <th colspan="2">【正社員29人以下】</th> <th colspan="2">【正社員30～99人以下】</th> <th colspan="2">【正社員100人以下】</th> </tr> <tr> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> <th>平均値</th> <th>(N)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">一般社員</td> <td>大学卒</td> <td>186,700</td> <td>(28)</td> <td>184,670</td> <td>(10)</td> <td>183,327</td> <td>(15)</td> <td>210,333</td> <td>(3)</td> </tr> <tr> <td>短大・専門学校卒</td> <td>169,818</td> <td>(26)</td> <td>158,900</td> <td>(8)</td> <td>170,137</td> <td>(15)</td> <td>197,333</td> <td>(3)</td> </tr> <tr> <td>高等学校卒</td> <td>160,688</td> <td>(17)</td> <td>156,125</td> <td>(8)</td> <td>160,213</td> <td>(8)</td> <td>201,000</td> <td>(1)</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">地域(エリア) 社員</td> <td>大学卒</td> <td>184,963</td> <td>(4)</td> <td>140,000</td> <td>(1)</td> <td>180,900</td> <td>(1)</td> <td>209,475</td> <td>(2)</td> </tr> <tr> <td>短大・専門学校卒</td> <td>185,717</td> <td>(3)</td> <td>---</td> <td>--</td> <td>166,500</td> <td>(1)</td> <td>195,325</td> <td>(2)</td> </tr> <tr> <td>高等学校卒</td> <td>184,975</td> <td>(2)</td> <td>---</td> <td>--</td> <td>---</td> <td>--</td> <td>184,975</td> <td>(2)</td> </tr> </tbody> </table> <p>※単位:千円</p> <p>◆職種別にみる時給の平均値(全体合計)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">【全体合計】</th> <th colspan="3">パート・アルバイト</th> <th colspan="3">フリーインストラクター</th> </tr> <tr> <th>最高値</th> <th>平均値</th> <th>最低値</th> <th>最高値</th> <th>平均値</th> <th>最低値</th> </tr> <tr> <th>単位:円/h</th> <th>単位:円/h</th> <th>単位:円/h</th> <th>単位:円/h</th> <th>単位:円/h</th> <th>単位:円/h</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>一般事務</td> <td>971.8(11)</td> <td>912.1(12)</td> <td>863.3(12)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>フロント</td> <td>978.5(27)</td> <td>854.2(25)</td> <td>786.7(27)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="10">指導者</td> <td>ブルー・スイミング系</td> <td>1791.6(22)</td> <td>1361.1(20)</td> <td>1050.0(22)</td> <td>4900.0(5)</td> <td>3740.0(5)</td> <td>2880.0(5)</td> </tr> <tr> <td>ブルーファン系</td> <td>2185.0(8)</td> <td>1596.6(9)</td> <td>1100.0(9)</td> <td>5880.0(8)</td> <td>4771.1(7)</td> <td>3677.5(8)</td> </tr> <tr> <td>マシジム</td> <td>1084.8(23)</td> <td>975.5(21)</td> <td>875.7(23)</td> <td>4000.0(1)</td> <td>3500.0(1)</td> <td>3000.0(1)</td> </tr> <tr> <td>スタジオエアロ系</td> <td>3430.0(5)</td> <td>2912.8(4)</td> <td>1691.7(6)</td> <td>6313.0(23)</td> <td>4516.3(22)</td> <td>3246.5(23)</td> </tr> <tr> <td>スタジオダンス系</td> <td>2716.7(3)</td> <td>2050.3(3)</td> <td>1450.0(4)</td> <td>6074.5(22)</td> <td>4538.2(21)</td> <td>3480.0(22)</td> </tr> <tr> <td>スタジオフレコリオ系</td> <td>2075.0(2)</td> <td>1217.0(3)</td> <td>933.3(3)</td> <td>5643.3(12)</td> <td>4482.1(11)</td> <td>3403.3(12)</td> </tr> <tr> <td>スタジオリラクゼーション系</td> <td>3287.5(4)</td> <td>2330.2(5)</td> <td>1960(5)</td> <td>5940.0(15)</td> <td>4599.8(15)</td> <td>3423.3(15)</td> </tr> <tr> <td>スタジオカルチャー系</td> <td>2716.7(3)</td> <td>2050.3(3)</td> <td>1450.0(4)</td> <td>6222.5(16)</td> <td>4953.1(15)</td> <td>3848.1(16)</td> </tr> <tr> <td>スタジオその他</td> <td>2262.5(4)</td> <td>2050.3(3)</td> <td>1450.0(4)</td> <td>7611.1(9)</td> <td>4488.8(8)</td> <td>2924.4(9)</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>1400.0(1)</td> <td>1300.0(1)</td> <td>975.0(2)</td> <td>5866.7(3)</td> <td>4733.3(3)</td> <td>3766.7(3)</td> </tr> <tr> <td>その他業務</td> <td>1173.3(3)</td> <td>938(3)</td> <td>816.7(3)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>※数値は回答各社の平均値、()は回答社数</p> <p style="text-align: center;">* 出典:『フィットネスクラブの人事制度に関する調査研究』(FIA) * 2009年2～③月、FIA加盟大手・中堅36社のクラブ経営者へのアンケート</p>	【合計全体】	在職者の年齢			在職者の平均 在職年数	賃金月額 の平均	賃金月額 の最大格差	年間収入総 額の平均	年間収入総 額の最大格 差	最年少	平均	最年長	単位:歳	単位:歳	単位:歳	部長クラス (部長、副部長次長など)	40.8(12)	44.9(16)	49.8(12)	11.7(15)	450(15)	45(10)	6,982(14)	446(10)	課長クラス (課長、課長代理など)	34.4(11)	39.2(10)	43.6(11)	9.1(10)	369(10)	51(10)	5,357(10)	714(10)	店舗の責任者 (支配人、マネージャーなど)	33.7(22)	37.8(23)	43.2(23)	10.1(21)	341(21)	80(17)	5,164(21)	918(17)	店舗のグループリーダー クラス(チーフなど)	28.6(19)	33.2(19)	40.0(20)	8.2(18)	261(18)	72(16)	4,065(18)	928(15)	一般社員	22.1(23)	28.0(23)	38.9(24)	5.4(21)	202(22)	90(20)	3,063(22)	1,002(20)		平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	全体	5,391	(26)	3,169	(9)	6,637	(15)	6,081	(2)	管理職層	7,178	(26)	3,540	(8)	9,769	(13)	4,883	(2)	一般社員層	4,205	(26)	2,419	(8)	5,348	(13)	36,918	(2)			【全体合計】		【正社員29人以下】		【正社員30～99人以下】		【正社員100人以下】		平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	一般社員	大学卒	186,700	(28)	184,670	(10)	183,327	(15)	210,333	(3)	短大・専門学校卒	169,818	(26)	158,900	(8)	170,137	(15)	197,333	(3)	高等学校卒	160,688	(17)	156,125	(8)	160,213	(8)	201,000	(1)	地域(エリア) 社員	大学卒	184,963	(4)	140,000	(1)	180,900	(1)	209,475	(2)	短大・専門学校卒	185,717	(3)	---	--	166,500	(1)	195,325	(2)	高等学校卒	184,975	(2)	---	--	---	--	184,975	(2)	【全体合計】	パート・アルバイト			フリーインストラクター			最高値	平均値	最低値	最高値	平均値	最低値	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	一般事務	971.8(11)	912.1(12)	863.3(12)				フロント	978.5(27)	854.2(25)	786.7(27)				指導者	ブルー・スイミング系	1791.6(22)	1361.1(20)	1050.0(22)	4900.0(5)	3740.0(5)	2880.0(5)	ブルーファン系	2185.0(8)	1596.6(9)	1100.0(9)	5880.0(8)	4771.1(7)	3677.5(8)	マシジム	1084.8(23)	975.5(21)	875.7(23)	4000.0(1)	3500.0(1)	3000.0(1)	スタジオエアロ系	3430.0(5)	2912.8(4)	1691.7(6)	6313.0(23)	4516.3(22)	3246.5(23)	スタジオダンス系	2716.7(3)	2050.3(3)	1450.0(4)	6074.5(22)	4538.2(21)	3480.0(22)	スタジオフレコリオ系	2075.0(2)	1217.0(3)	933.3(3)	5643.3(12)	4482.1(11)	3403.3(12)	スタジオリラクゼーション系	3287.5(4)	2330.2(5)	1960(5)	5940.0(15)	4599.8(15)	3423.3(15)	スタジオカルチャー系	2716.7(3)	2050.3(3)	1450.0(4)	6222.5(16)	4953.1(15)	3848.1(16)	スタジオその他	2262.5(4)	2050.3(3)	1450.0(4)	7611.1(9)	4488.8(8)	2924.4(9)	その他	1400.0(1)	1300.0(1)	975.0(2)	5866.7(3)	4733.3(3)	3766.7(3)	その他業務	1173.3(3)	938(3)	816.7(3)			
【合計全体】	在職者の年齢			在職者の平均 在職年数	賃金月額 の平均	賃金月額 の最大格差						年間収入総 額の平均	年間収入総 額の最大格 差																																																																																																																																																																																																																																																																														
	最年少	平均												最年長																																																																																																																																																																																																																																																																													
	単位:歳	単位:歳	単位:歳																																																																																																																																																																																																																																																																																								
部長クラス (部長、副部長次長など)	40.8(12)	44.9(16)	49.8(12)	11.7(15)	450(15)	45(10)	6,982(14)	446(10)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
課長クラス (課長、課長代理など)	34.4(11)	39.2(10)	43.6(11)	9.1(10)	369(10)	51(10)	5,357(10)	714(10)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
店舗の責任者 (支配人、マネージャーなど)	33.7(22)	37.8(23)	43.2(23)	10.1(21)	341(21)	80(17)	5,164(21)	918(17)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
店舗のグループリーダー クラス(チーフなど)	28.6(19)	33.2(19)	40.0(20)	8.2(18)	261(18)	72(16)	4,065(18)	928(15)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
一般社員	22.1(23)	28.0(23)	38.9(24)	5.4(21)	202(22)	90(20)	3,063(22)	1,002(20)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
全体	5,391	(26)	3,169	(9)	6,637	(15)	6,081	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
管理職層	7,178	(26)	3,540	(8)	9,769	(13)	4,883	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
一般社員層	4,205	(26)	2,419	(8)	5,348	(13)	36,918	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
		【全体合計】		【正社員29人以下】		【正社員30～99人以下】		【正社員100人以下】																																																																																																																																																																																																																																																																																			
		平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)	平均値	(N)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
一般社員	大学卒	186,700	(28)	184,670	(10)	183,327	(15)	210,333	(3)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	短大・専門学校卒	169,818	(26)	158,900	(8)	170,137	(15)	197,333	(3)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	高等学校卒	160,688	(17)	156,125	(8)	160,213	(8)	201,000	(1)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
地域(エリア) 社員	大学卒	184,963	(4)	140,000	(1)	180,900	(1)	209,475	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	短大・専門学校卒	185,717	(3)	---	--	166,500	(1)	195,325	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	高等学校卒	184,975	(2)	---	--	---	--	184,975	(2)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
【全体合計】	パート・アルバイト			フリーインストラクター																																																																																																																																																																																																																																																																																							
	最高値	平均値	最低値	最高値	平均値	最低値																																																																																																																																																																																																																																																																																					
	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h	単位:円/h																																																																																																																																																																																																																																																																																					
一般事務	971.8(11)	912.1(12)	863.3(12)																																																																																																																																																																																																																																																																																								
フロント	978.5(27)	854.2(25)	786.7(27)																																																																																																																																																																																																																																																																																								
指導者	ブルー・スイミング系	1791.6(22)	1361.1(20)	1050.0(22)	4900.0(5)	3740.0(5)	2880.0(5)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	ブルーファン系	2185.0(8)	1596.6(9)	1100.0(9)	5880.0(8)	4771.1(7)	3677.5(8)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	マシジム	1084.8(23)	975.5(21)	875.7(23)	4000.0(1)	3500.0(1)	3000.0(1)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオエアロ系	3430.0(5)	2912.8(4)	1691.7(6)	6313.0(23)	4516.3(22)	3246.5(23)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオダンス系	2716.7(3)	2050.3(3)	1450.0(4)	6074.5(22)	4538.2(21)	3480.0(22)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオフレコリオ系	2075.0(2)	1217.0(3)	933.3(3)	5643.3(12)	4482.1(11)	3403.3(12)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオリラクゼーション系	3287.5(4)	2330.2(5)	1960(5)	5940.0(15)	4599.8(15)	3423.3(15)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオカルチャー系	2716.7(3)	2050.3(3)	1450.0(4)	6222.5(16)	4953.1(15)	3848.1(16)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	スタジオその他	2262.5(4)	2050.3(3)	1450.0(4)	7611.1(9)	4488.8(8)	2924.4(9)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
	その他	1400.0(1)	1300.0(1)	975.0(2)	5866.7(3)	4733.3(3)	3766.7(3)																																																																																																																																																																																																																																																																																				
その他業務	1173.3(3)	938(3)	816.7(3)																																																																																																																																																																																																																																																																																								

項 目	内 容	図 表 ・ 参 考 資 料																																																																															
VII 今後の展望	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 上場企業を含めた業界各社の経営者の短期的な売上高見通しは依然厳しいものとなっている。 ▼ フィットネス市場は中長期的には成長していくだろう。 ▼ 立地や資源に適した複数のビジネスモデルが確立され、それを成り立たせられる方程式をとることができた企業だけが生き残れることだろう。 ▼ 強い企業、弱い企業の格差が拡がり、二極化が進むだろう。まだ大きなM&Aが起こる可能性はある。(現在の大手企業が今後もリーダーであり続けるとは限らない) ▼ 月会費単価は長期的には下がるだろう。ただし、客単価は上がるだろう。 ▼ プロフェッショナルな人材がより求められるようになるだろう。お客さまの求める「フィットネス」を提供できる人材とその人材をマネジメントできるリーダーがいる企業が成長できるだろう。 ▼ 経験価値の高いクラブづくりや、クラブ入会へのハードルを低くし、長く通い続けてもらえるようなCS経営が志向されるだろう。 ▼ PFIIによるフィットネス施設事業参入や指定管理者制度による公共施設の運営受託事業は落ち着きを見せるだろう。 ▼ デイサービス事業には異業種から多数の参入があるだろう。 ▼ 医療保険者へのアプローチは徐々に活発化していくだろう。メタバ対策市場が本格的に活性化し始めるのは数年後だろう。 ▼ 産・官・学が共同で地域における新たな健康サービスの仕組みづくりを構築する動きが活発化してくるだろう。 ▼ ホームフィットネスビジネスやヘルスケアビジネスなど、施設経営以外のフィットネス関連ビジネスが活発化してくるだろう。Wii FitやエクササイズDVD、ダイエットサポートなど、フィットネスクラブの機能を代替する商品・サービスももっと出てくるだろう。アップル社やグーグル社が直接、間接にフィットネス業界に関わりを持つようになるだろう。 ▼ 民間フィットネスクラブ経営企業は主に「(社)日本フィットネス産業協会」(略称FIA)で活動している。 ▼ 主に下記の業界関連団体がある。 <ul style="list-style-type: none"> (社)日本フィットネス産業協会(経済産業省所管) (03-5207-6107) (財)日本健康スポーツ連盟(厚生労働省・文部科学省共管) (03-5256-1861) (社)日本フィットネス協会(厚生労働省所管) (03-3818-6939) (社)日本スイミングクラブ協会(文部科学省所管) (03-5261-8961) (財)日本スポーツクラブ協会(文部科学省所管) (03-3715-5841) (社)日本エアロビク連盟(文部科学省所管) (03-3719-0401) (社)スポーツ産業団体連合会(経済産業省所管) (03-5276-0141) 	<p>注目業態・今後伸びる方向性や特徴</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">対象</td> <td>お客様1名ではなく、その方につながる家族・友人をも取り込むサービス。 女性専用クラブ(スタジオ、ジム、可能であればプール)。料金としては、施設・サービスにふさわしいものであれば、単価は高めでもよい。 ファミリーで通えるクラブ(大規模、郊外型、家族人数での料金、テニス・アリーナ他も付帯)。</td> </tr> <tr> <td>プログラム</td> <td>スクール制。個別サポート。 スタジオプログラムのみの施設運営。現在、スタジオのニーズが高いため、初期コストを抑えた開発も可能。</td> </tr> <tr> <td>フィットネス機能</td> <td>専門性に特化した商品の提供。 医療費の増大、自己負担額の増加により、疾病予防サービスへのニーズが高まる。医療保険との連携。 パーソナルを中心としたレッスン、特定保健指導、加圧トレーニング。 リハビリ運動や専門性(1000~2000円/15分)。 メディカルフィットネス。 リラクゼーション。</td> </tr> <tr> <td>エリア</td> <td>低価格で利用でき、地域のコミュニケーションの場(コミュニティ)としての位置づけとなる施設業態。 地方分権の地場でやっていく小規模施設が理想。</td> </tr> <tr> <td>参考異業種</td> <td>待機児童の受入。子ども教育。カウンセラー。衣食住の本物の安全が得られるもの。 低価格でハード面やソフト面もしっかりしているスポーツクラブやコストがかかかっていない外食産業(低料金で色々食べられる)。ハード面はできるだけ抑える。 携帯電話業界の競争環境、戦略、料金体系。 インターネットビジネス、ディスカウントショップ、ETC高送料1000円による観光地、スタンド、カー用品。このように国の制度が変われば産業も動く(フィットネス業界も国の働きかけによっては勝ち組になる)。</td> </tr> </table> <p>顧客満足度の高いフィットネスクラブ・スポーツジムランキング</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>2008年度</th> <th>2009年度</th> <th>2010年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1位</td> <td>メガロス (75.33)</td> <td>メガロス (71.60)</td> <td>メガロス (72.5)</td> </tr> <tr> <td>2位</td> <td>ジョイフィット (75.14)</td> <td>ティップネス (71.36)</td> <td>東急スポーツオアシス (70.08)</td> </tr> <tr> <td>3位</td> <td>ワウディー (73.72)</td> <td>コナミスポーツ (69.42)</td> <td>ティップネス (69.59)</td> </tr> <tr> <td>4位</td> <td>コ・ス・パ (73.3)</td> <td>東急スポーツオアシス (68.99)</td> <td>スポーツクラブNAS (69.17)</td> </tr> <tr> <td>5位</td> <td>アクトス (72.97)</td> <td>セントラルスポーツ (68.51)</td> <td>ルネサンス (69.15)</td> </tr> <tr> <td>6位</td> <td>ルネサンス (71.07)</td> <td>ルネサンス (67.72)</td> <td>アクトス (68.98)</td> </tr> </tbody> </table> <p>* オリコンDD社調べ。インターネット調査。括弧内は得点。</p> <p>大手4社の2008年3月期業績と2009年3月期業績と、2010年3月期の業績予測</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">2009年3月期</th> <th colspan="2">2010年3月期</th> <th colspan="2">2011年3月期(予想)</th> </tr> <tr> <th>売上高(億円)</th> <th>経常利益(億円)</th> <th>売上高(億円)</th> <th>経常利益(億円)</th> <th>売上高(億円)</th> <th>経常利益(億円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>コナミ</td> <td>899.65(4.0)</td> <td>▲82.7</td> <td>857.65(▲4.7)</td> <td>▲19.22(-)</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>セントラルスポーツ</td> <td>471.86(3.1)</td> <td>8.79(▲23.7)</td> <td>466.08(▲1.2)</td> <td>13.72(56.1)</td> <td>477.30(2.4)</td> <td>15.30(11.5)</td> </tr> <tr> <td>ルネサンス</td> <td>355.62(8.1)</td> <td>7.28(16.3)</td> <td>364.19(2.4)</td> <td>7.54(3.5)</td> <td>380.00(4.3)</td> <td>10.00(32.6)</td> </tr> <tr> <td>メガロス</td> <td>135.93(6.0)</td> <td>6.27(▲37.6)</td> <td>136.94(0.7)</td> <td>4.19(▲33.1)</td> <td>141.5(3.3)</td> <td>4.00(▲4.7)</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 括弧内は対前年比(%)。コナミの項の経常利益は営業利益。コナミは米国会計基準を採用しているため、有形固定資産の前倒し償却費用等が営業費用となり、営業利益に反映されている。</p>	対象	お客様1名ではなく、その方につながる家族・友人をも取り込むサービス。 女性専用クラブ(スタジオ、ジム、可能であればプール)。料金としては、施設・サービスにふさわしいものであれば、単価は高めでもよい。 ファミリーで通えるクラブ(大規模、郊外型、家族人数での料金、テニス・アリーナ他も付帯)。	プログラム	スクール制。個別サポート。 スタジオプログラムのみの施設運営。現在、スタジオのニーズが高いため、初期コストを抑えた開発も可能。	フィットネス機能	専門性に特化した商品の提供。 医療費の増大、自己負担額の増加により、疾病予防サービスへのニーズが高まる。医療保険との連携。 パーソナルを中心としたレッスン、特定保健指導、加圧トレーニング。 リハビリ運動や専門性(1000~2000円/15分)。 メディカルフィットネス。 リラクゼーション。	エリア	低価格で利用でき、地域のコミュニケーションの場(コミュニティ)としての位置づけとなる施設業態。 地方分権の地場でやっていく小規模施設が理想。	参考異業種	待機児童の受入。子ども教育。カウンセラー。衣食住の本物の安全が得られるもの。 低価格でハード面やソフト面もしっかりしているスポーツクラブやコストがかかかっていない外食産業(低料金で色々食べられる)。ハード面はできるだけ抑える。 携帯電話業界の競争環境、戦略、料金体系。 インターネットビジネス、ディスカウントショップ、ETC高送料1000円による観光地、スタンド、カー用品。このように国の制度が変われば産業も動く(フィットネス業界も国の働きかけによっては勝ち組になる)。		2008年度	2009年度	2010年度	1位	メガロス (75.33)	メガロス (71.60)	メガロス (72.5)	2位	ジョイフィット (75.14)	ティップネス (71.36)	東急スポーツオアシス (70.08)	3位	ワウディー (73.72)	コナミスポーツ (69.42)	ティップネス (69.59)	4位	コ・ス・パ (73.3)	東急スポーツオアシス (68.99)	スポーツクラブNAS (69.17)	5位	アクトス (72.97)	セントラルスポーツ (68.51)	ルネサンス (69.15)	6位	ルネサンス (71.07)	ルネサンス (67.72)	アクトス (68.98)		2009年3月期		2010年3月期		2011年3月期(予想)		売上高(億円)	経常利益(億円)	売上高(億円)	経常利益(億円)	売上高(億円)	経常利益(億円)	コナミ	899.65(4.0)	▲82.7	857.65(▲4.7)	▲19.22(-)	—	—	セントラルスポーツ	471.86(3.1)	8.79(▲23.7)	466.08(▲1.2)	13.72(56.1)	477.30(2.4)	15.30(11.5)	ルネサンス	355.62(8.1)	7.28(16.3)	364.19(2.4)	7.54(3.5)	380.00(4.3)	10.00(32.6)	メガロス	135.93(6.0)	6.27(▲37.6)	136.94(0.7)	4.19(▲33.1)	141.5(3.3)	4.00(▲4.7)
対象	お客様1名ではなく、その方につながる家族・友人をも取り込むサービス。 女性専用クラブ(スタジオ、ジム、可能であればプール)。料金としては、施設・サービスにふさわしいものであれば、単価は高めでもよい。 ファミリーで通えるクラブ(大規模、郊外型、家族人数での料金、テニス・アリーナ他も付帯)。																																																																																
プログラム	スクール制。個別サポート。 スタジオプログラムのみの施設運営。現在、スタジオのニーズが高いため、初期コストを抑えた開発も可能。																																																																																
フィットネス機能	専門性に特化した商品の提供。 医療費の増大、自己負担額の増加により、疾病予防サービスへのニーズが高まる。医療保険との連携。 パーソナルを中心としたレッスン、特定保健指導、加圧トレーニング。 リハビリ運動や専門性(1000~2000円/15分)。 メディカルフィットネス。 リラクゼーション。																																																																																
エリア	低価格で利用でき、地域のコミュニケーションの場(コミュニティ)としての位置づけとなる施設業態。 地方分権の地場でやっていく小規模施設が理想。																																																																																
参考異業種	待機児童の受入。子ども教育。カウンセラー。衣食住の本物の安全が得られるもの。 低価格でハード面やソフト面もしっかりしているスポーツクラブやコストがかかかっていない外食産業(低料金で色々食べられる)。ハード面はできるだけ抑える。 携帯電話業界の競争環境、戦略、料金体系。 インターネットビジネス、ディスカウントショップ、ETC高送料1000円による観光地、スタンド、カー用品。このように国の制度が変われば産業も動く(フィットネス業界も国の働きかけによっては勝ち組になる)。																																																																																
	2008年度	2009年度	2010年度																																																																														
1位	メガロス (75.33)	メガロス (71.60)	メガロス (72.5)																																																																														
2位	ジョイフィット (75.14)	ティップネス (71.36)	東急スポーツオアシス (70.08)																																																																														
3位	ワウディー (73.72)	コナミスポーツ (69.42)	ティップネス (69.59)																																																																														
4位	コ・ス・パ (73.3)	東急スポーツオアシス (68.99)	スポーツクラブNAS (69.17)																																																																														
5位	アクトス (72.97)	セントラルスポーツ (68.51)	ルネサンス (69.15)																																																																														
6位	ルネサンス (71.07)	ルネサンス (67.72)	アクトス (68.98)																																																																														
	2009年3月期		2010年3月期		2011年3月期(予想)																																																																												
	売上高(億円)	経常利益(億円)	売上高(億円)	経常利益(億円)	売上高(億円)	経常利益(億円)																																																																											
コナミ	899.65(4.0)	▲82.7	857.65(▲4.7)	▲19.22(-)	—	—																																																																											
セントラルスポーツ	471.86(3.1)	8.79(▲23.7)	466.08(▲1.2)	13.72(56.1)	477.30(2.4)	15.30(11.5)																																																																											
ルネサンス	355.62(8.1)	7.28(16.3)	364.19(2.4)	7.54(3.5)	380.00(4.3)	10.00(32.6)																																																																											
メガロス	135.93(6.0)	6.27(▲37.6)	136.94(0.7)	4.19(▲33.1)	141.5(3.3)	4.00(▲4.7)																																																																											
VIII 事業団体と組織上の問題																																																																																	
IX 業界誌・参考資料・関連サイト	<p>『フィットネスビジネス』『月刊NEXT』『クラブマネジメント』 『特定サービス産業実態調査報告書』『特定サービス産業動態統計月報』 『FIAフィットネス産業基礎データ資料』 『FIAフィットネスクラブにおける人事制度に関する調査研究』 フィットネスオンライン http://www.fitnessclub.jp/ フィットネスジョブ http://fitnessjob.jp マイボイスコム http://www.myvoice.co.jp オリコンランキングニュース http://beauty.oricon.co.jp/rank/fitness.html</p>																																																																																