

Success! Marketing Letter

サクセス！マーケティング・レター



今月号の内容 Inside This Issue

フィットネス上場 11 社、決算に見る「明暗の分岐点」

「行かなければならないジム」からの発想の転換

ピラティス、ピククルボールは“本物の市場”になるか

今月の広告

運動だけでは伸びない時代のリカバリー市場戦略

最後の言葉

未顧客層マーケティングこそ、
更なる成長の起爆剤である



フィットネス上場 11 社、 決算に見る「明暗の分岐点」

読者の皆さま、こんにちは。月日が経つのは本当に早いものですね。つい先日、新しい年が始まったと思っていたら、2月も今週で終わり。週末にはいよいよ3月に入ります。この3月を「なんとなく迎える月」にせず、積極的に「仕掛ける月」にしていきましょう。

フィットネス上場 11 社の 2026 年3月期第3四半期(4月～12月累計)決算が出そろいました。11 社合計の売上高は 2,612.4 億円(前年同期比 5.2%増)、営業利益は 201.7 億円と前年同期比 53.5%増という結果でした。増収9社、増益8社と、全体としては回復・拡大基調が続いています。

実際、フィットネス市場全体はコロナ禍以降拡大しています。しかし、各社の中身を見ると「売上が伸びている企業」と「利益を伸ばしている企業」は必ずしも一致していません。

象徴的なのが RIZAP(chocoZAP 含む)です。売上は前年同期比▲9.5%と減収でしたが、営業利益は+44.8 億円と大幅改善し黒字転換しました。出店抑制や広告費削減など、徹底したコストコントロールが利益回復の要因です。一方で、会員数は前年より約 17%減少しています。「規模拡大」から「収益体質改善」に舵を切ったとも言えますが、会員数の大幅減少は深刻な問題です。

エニタイムフィットネス(FAST FITNESS JAPAN)は増収増益。国内会員数は 108.9 万人、1,235 店舗まで拡大し、1店舗当たり会員数も増加しています。既存店の強化と出店のバランスが取れた成長モデルが際立っています。

ルネサンスやティップネスは増収ながら減益。コスト増や先行投資の影響が利益を圧迫しています。LOIVE(ピラティス K・ロイブ)も増収減益で、競争

激化による広告宣伝費の増加が響いています。

これらの決算から読み取れるのは、「市場は伸びているが、競争は激化している」という事実です。店舗数増加、物価上昇、実質賃金の低下、人口構造の変化。外部環境は決して楽観できません。ところで、未上場の中小クラブやジムにとって重要なのは、売上規模以上に「利益構造」です。

- 会員数は適正か
- 1店舗当たりの会員数は最大化されているか
- 客単価は伸びているか
- 固定費はコントロールできているか

規模を追う経営か、利益を残す経営か。今、問われているのは“経営力の質”です。市場拡大という追い風の中で成果を出す企業と、そうでない企業の差は、戦略の精度と実行のスピードにあります。上場企業の決算は、単なるニュースではなく、自社経営を映す鏡と言えます。では、中小クラブやジムは今後どう動くべきでしょうか。

第1に、「会員数の質」を高めることです。単なる会員数ではなく、継続率・客単価・紹介発生率までを含めた“LTV 視点”での経営が不可欠です。とくに広告依存型から脱却し、紹介入会や既存会員からのアップセルを強化することは、資金効率の面でも大きな武器になります。

第2に、「価格と価値の再設計」です。物価上昇局面では、安さではなく“納得”が選ばれます。料金改定を恐れるのではなく、サービス内容の磨き込みとセットで戦略的に行うことが重要です。

規模で勝てないなら、“密度”で勝つ。地域密着・顧客密着こそ、クラブやジムの最大の強みです。上場企業の決算は中小企業にとっても「遠い世界の話」ではありません。上場企業でさえ厳しい環境変化にどう対応するかという本質は、規模に関係なく共通しています。この機会に、自社の経営構造を今一度点検してみたいかがでしょうか。

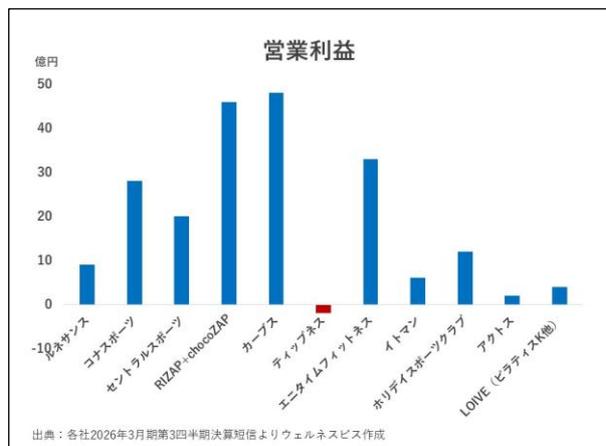
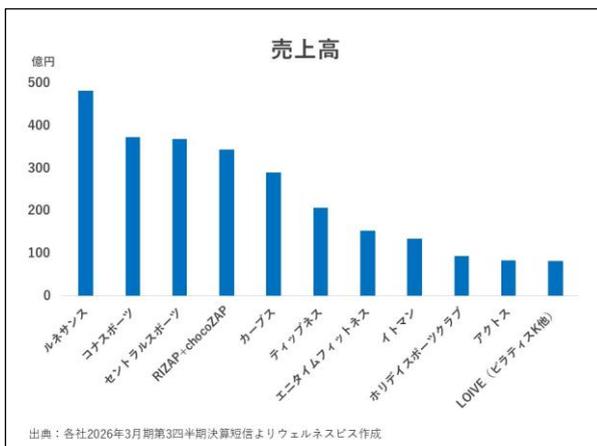
■フィットネス上場11社 2026年3月期第3四半期 (25年4月1日～25年12月31日累計) 業績一覧 (売上高順)

単位：億円・%、▲はマイナス/ーは非公開

企業・ブランド名	売上高	前期比	営業利益 (セグメント利益)	前期比	純利益	前期比
ルネサンス	481.9	+1.3	8.9	▲46.0	5.2	▲26.8
コナミグループ (※) コナミスポーツクラブ	372.5	+2.3	27.5	+46.4	—	—
セントラルスポーツ	367.7	+5.3	19.8	+50.9	10.5	▲17.4
RIZAPグループ (※) RIZAP+chocoZAP事業合計	343.6	▲9.5	46.2	+3,399.2	—	—
カーブスHD * 決算期の違いにより25年3月～25年11月累計	290.2	+6.3	47.7	+9.7	32.5	+15.0
日本テレビHD (※) ティップネス	206.9	+4.2	▲1.8	—	—	—
Fast Fitness Japan エニタイムフィットネス	153.9	+15.8	30.0	+35.2	19.5	+32.8
ナガセ (※) イトマンスイミングスクール (※) イトマンスポーツスクエア	134.9	+76.7	5.9	+18.7	—	—
東祥 (※) ホリデイスーツクラブ	93.9	▲0.3	11.7	+379.5	—	—
バローHD (※) アクトス	84.4	+8.5	1.5	黒字転換	—	—
LOIVE (旧LIFE CREATE) ピラティスKほか	82.5	+33.9	4.3	▲51.0	2.2	▲63.1

出典：各社IR資料よりウェルネスビズ（株）作成 (※)はグループ・HD企業のうち「スポーツクラブ事業」などのセグメント実績

11 社合計の売上高は 2,612.4 億円(前年同期比 5.2%増/増収9社、減収2社)。営業利益は 201.7 億円(前年同期比 53.5%、同差+70.3 億円)となりました(増益8社、減益3社)。各社の決算内容からは、フィットネス業界全体の市場規模が拡大を続ける中で、店舗数の増加による競争激化、実質賃金の低下(物価上昇>賃金上昇)、少子高齢化による人口構造の変化、といった環境要因の変化が一段と鮮明になっています。経営力の質と実行力がこれまで以上に問われる時代に入ったと言えるでしょう。





田村真二 (Tamura Shinji)

会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007 年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先	免責事項
<p data-bbox="194 846 576 887">ウェルネスビズ株式会社</p> <p data-bbox="188 920 467 954">TEL : 03-4530-6263</p> <p data-bbox="188 969 472 1003">FAX : 03-3562-7822</p> <p data-bbox="188 1019 553 1052">Mail : info@wellness-biz.jp</p> <p data-bbox="188 1068 654 1102">URL : https://www.wellness-biz.jp</p> <p data-bbox="188 1117 351 1151">〒104-0061</p> <p data-bbox="188 1167 541 1200">東京都中央区銀座1-3-3</p> <p data-bbox="188 1216 469 1249">G1ビル7階 1180号</p>	<p data-bbox="815 875 1436 1149">このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。</p>