



Success! Weekly Letter

フィットネス市場、24 時間ジムの“次の勝者”は誰か



先週、テレビ局の制作会社から、「フィットネス業界のあるデータ」について問い合わせがありました。マスコミやメディアからの相談は時々ありますが、今回は少し興味深いものでした。テーマは“夜型の芸能人に密着する”という企画。その中で、「夜中にジムで筋トレをする人が増えている」ことを番組で紹介したいという趣旨でした。

ナレーションで「〇年前に比べ、24 時間営業のジムがおよそ〇倍に」というデータを引用したいとのこと。当社がまとめたデータによれば、**国内の 24 時間ジムは 2019 年 3 月時点の約 1,200 店舗から 2025 年 3 月には約 5,500 店舗へとわずか 6 年で約 4.6 倍に増加しています。**

急成長の背景には、少数スタッフや無人で 24 時間営業できるビジネスモデル、さらに異業種からのフランチャイズ参入や新規参入が容易な点が挙げられます。しかし、この急成長が示すのは「拡大の終わりの始まり」でもあります。現在、24 時間ジム市場はすでに飽和状態に近づき、出店余地の少ない“レッドオーシャン”へと変化しています。

今では「どの企業が残るか」という適者生存のフェーズに入りつつあります。そのため今後の課題は、「まだフィットネスに通っていない層」をどう動かすか。ここに次の成長の鍵があります。

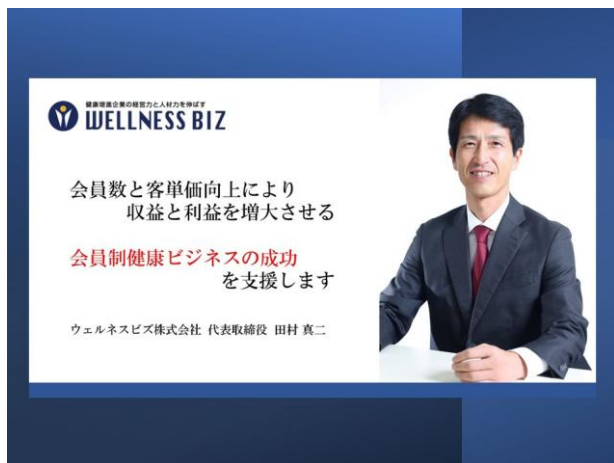
たとえば、「運動習慣のない中高年層」「健康意識はあるが時間・費用・場所がネックになっている層」「ジムに興味はあるが“ハードル”を感じている初心者層」など。こうした未顧客・非顧客層こそ、潜在市場の大部分を占めています。

テレビが取り上げる“夜型の筋トレ文化”は、確かに 1 つの社会現象です。しかし、業界関係者が真に注目すべきは、“まだ動いていない層”のほうかもしれません。24 時間ジム市場が飽和しつつある今、「運動をしていない人をどう動かすか」——。この問いへの取り組みこそが、次の勝者を決め、将来の業界の中心的テーマになるでしょう。

業界内外を見渡せば、成長し続ける企業は、ブームや流行に流されず、自社ならではの強みと価値観で未来を見据えています。その確かな視点と実績の積み重ねが、5 年後・10 年後の業績を決定づけるとともに、競合との差を決定的なものとするのです。

24 時間ジム市場の先にある成長の鍵は、「まだ動いていない人をどう動かすか」。その答えを探し続ける企業だけが、新たな市場を創り出し、未来の主役をつかむでしょう。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。
それでは次号をお楽しみに！



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

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

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。