



Success! Weekly Letter

市場は拡大しているのに、なぜ利益が出ない会社があるのか



株式会社クラブビジネスジャパン発行『日本のフィットネスクラブ業界のトレンド 2026 年版』によると、2025 (令和 7) 年の日本のフィットネス市場は小型ジム・スタジオ等の施設拡大に伴い売上が 40% 近く伸び、施設数・参加数ともに拡大を続けています。一方で、成人の参加率はまだ米国と比較して低く (3分の1未満の水準)、健康意識の高まりや高齢化、企業の健康経営推進などを背景に、今後も成長余地は十分にあります。

ところが、市場全体や会社の売上が伸びているにもかかわらず、利益が減る企業があります。なぜでしょうか。その理由は、**市場成長と企業成長・利益は別物**だからです。

実際、直近の上場企業の決算を見ても、売上は伸びているのに利益が減少している企業があります。同様のケースは中小企業にも見られます。売上は伸びているとはいえ人件費、設備費、広告宣伝費等のコスト上昇によって利益が圧迫されているのです。さらに、業態の多様化・店舗増加によって競争環境は一段と激化しています。

つまり、これから問われるのは“売上を伸ばす力”だけではなく、“利益を残す経営力”です。市場の変化に対応していかなければ、市場平均を上回る成長はできません。また、社員一人ひとりの持つ技術と組織力の水準が低ければ利益は出ません。

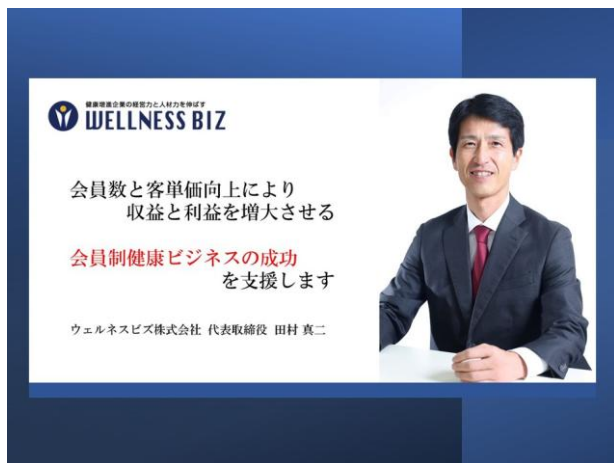
私は、多くの企業が「会員数を増やすこと」ばかりに目を向けていることに問題があると考えています。確かに会員数を増やすことは重要です。しかし、売上高は経営戦略 (市場開拓) の、利益は技術 (マネジメント) の、それぞれの質の高さに正比例し、それらを伸ばすには「**会員数×客単価×組織力**」向上の3要素が不可欠です。

市場拡大という追い風は、すべての企業を成長させるわけではありません。追い風を売上や利益に変えられる企業と、現状維持を続けて疲弊する企業。その差は戦略と実行にあります。

日本のフィットネス市場は想像以上に拡大しています。しかし、従来のフィットネス市場はそこまで大きく変わっていません。フィットネス業界を従来のクラブ業界だけで捉える時代は終わりました。

もし、「自社はこれから何を優先すべきか」「利益体質に転換するには何を变えるべきか」を考えた方は、ぜひ FGJ (フィットネス・グロース・ジャーニー) 説明会にご参加ください。市場の変化をチャンスに変える経営戦略について、具体的にお伝えします。

本日もお読みいただき、ありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



ウェルネスビズ株式会社代表取締役。会員制健康ビジネスコンサルタント。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の店舗実務・経営・営業・人事・店舗開発・新規事業開発等を経験後、2007 年に独立。19 年にわたり 100 社以上のフィットネス企業を支援。現場経験と経営支援経験および 30 年以上の会員経験を兼ねた数少ない専門コンサルタント。

【支援実績例】「会員数 800 名→2,200 名」「売上4倍超」「退会率改善6%台→1%台」「VIP 会員月額 10～20 万円超導入」等により、売上・利益増大企業が続出。FIA・SPORTEC をはじめ全国で講演・セミナーを多数実施。フィットネス業界経営情報誌『フィットネスビジネス』に最長連載中(110 号以上)。

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。