

大手フィットネス、 店舗数 10 年で 2 倍に急増 6 千店舗を突破

フィットネス市場は 7100 億円、過去最高を更新へ
「chocoZAP」の存在感高まる

「フィットネスクラブ・スポーツジム」業界動向調査 (2024 年度)



本件照会先

飯島 大介（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343(直通)
情報統括部:tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/05/16

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2024 年度のフィットネス市場は 7100 億円前後に達し、過去最高を更新すると見込まれる。コロナ禍後の健康志向の高まりや SNS を活用したプロモーション活動、積極的な店舗展開が会員数増加に寄与した。特に低価格帯の「コンビニジム」業態が市場を押し上げた。損益ベースでは 48.8% が黒字を確保したものの、減益や赤字の企業も多く、二極化が鮮明となった。収益力低下の背景には建設費高騰や顧客獲得競争の激化がある。

株式会社帝国データバンクは、成長が続く「フィットネス業界」に注目し調査・分析を行った。

[注 1] スポーツジムや総合型フィットネスを含む「フィットネス」運営企業が対象

[注 2] 業績等のデータについては、帝国データバンクが保有する企業信用調査報告書(CCR)のほか、外部情報などを基に集計した。なお、店舗数などは一部推定値を含む

フィットネスクラブ市場、2024 年度は過去最高の 7100 億円へ

コロナ禍で需要が落ち込んだフィットネスクラブが好調だ。2024 年度における、スポーツジム等を含む「フィットネス市場」(事業者売上高ベース)は7100 億円前後で推移する見通しとなった。コロナ禍以降、客足鈍化の影響を最も受けた 2021 年度(5248 億円)から 3 割超の増収となるほか、これまで過去最高だった 2019 年度(7085 億円)を上回る規模に拡大するとみられる。

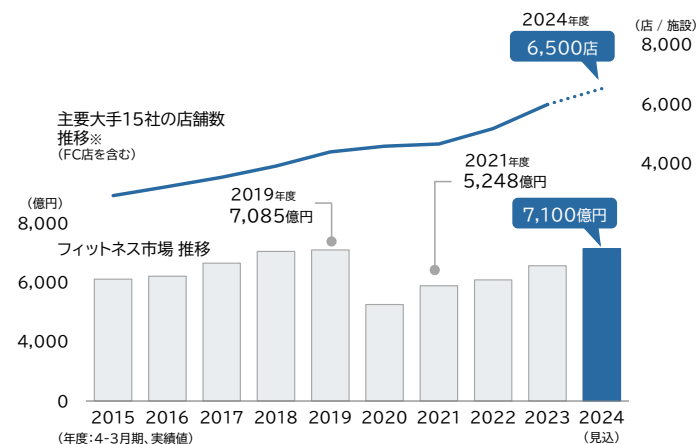
フィットネス事業を展開する主要な大手 15 社の店舗数推移をみると、2024 年度末時点では 6500 店前後に到達する見込みとなった。10 年前に比べると 3000 店超、2.3 倍の増加となったほか、コロナ禍の影響を受けた 2020 年度末時点(4387 店)以降から2000 店超の増加となった。特に、「chocoZAP」(運営:RIZAP、東京・新宿)を中心とした低価格帯の小規模ジムの出店増が大きく押し上げた。

2024 年度のフィットネス市場は、コロナ禍以降に高まった健康志向を取り込んだほか、多くの企業が SNS を活用したプロモーション活動を強化したこと、積極的な新規店舗の開設といった取り組みも奏功し、各社で会員数が増加した。特に「chocoZAP」に代表される、いわゆる「コンビニジム」業態の台頭が市場拡大に寄与した。フィットネス・スポーツジムの利用に対する敷居を低くしたエントリーモデルとして、初心者や女性会員の獲得に成功したほか、中～上級者へのステップアップに伴うフィットネス各社の利用増にもつながった。また、オンラインフィットネスや、ウェイトトレーニングなど特定の目的に特化した 24 時間ジム、女性専用ジムといった業態も好調だった。

こうした業界全体の追い風を背景に、損益ベースでも十分な収益を確保できた企業が多かった。2024 年度の損益が判明した約 80 社の動向をみると、48.8%が「黒字」となった。店舗運営に必要な電気代の高騰に加え、プール運営では水道代の上昇、トレーナー常駐型の店舗では人件費の増加が顕著だったものの、会員数の大幅な増加に伴う増収効果でコストアップ分を吸収し、増益となった企業が多くみられた。一方で、前年度から「減益」となった企業が 15.9%を占めたほか、「赤字」となった企業も 31.7%判明し、合計で 47.6%のフィットネス運営企業が「業績悪化」となるなど、二極化も鮮明となった。会員数の増加による増収があったものの、建設費の高騰で新規出店による投資負担や、トレーナー増加による人件費の増加、低価格のコンビニジムの台頭も重なって顧客獲得競争が激化し、収益力が低下したことも要因となった。

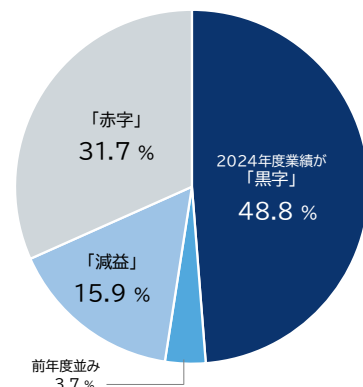
全国「フィットネス市場」推移(2015 年度以降)と業績動向

「フィットネス市場」推移



[注1] 市場規模は事業者売上高ベース(一部推定値を含む)、最新の業績数値に基づく
[注2] 2024年度の店舗数は帝国データバンク推計の見込値

フィットネス運営企業の損益動向(2024 年度)



[注1] 損益動向は純損益に基づく。2024年度は2025年4月までの判明分
[注2] 構成比は小数点以下第2位を四捨五入している

25 年度も市場拡大予想、価格戦略がカギに

2025 年度のフィットネス市場も、引き続き各社で新規店舗の開設に向けた動きが進んでおり、増収傾向で推移するとみられる。健康志向の高まりや、在宅勤務の普及に伴うフィットネス需要の拡大も背景に、各社では新規会員向けのキャンペーンや既存会員向けのフォローアップ活動を展開するなど、会員の維持と獲得に注力しており、会員数の増加を背景とした収益の拡大が期待できる。

一方で、足元ではフィットネスジムの稼働率上昇に伴い、各社では必要なトレーナー数を拡充する必要に迫られているほか、マシンメンテナンスなど固定費負担も増加するなど店舗運営コストは増加している。また、低価格帯の 24 時間フィットネスジムの増加により、業界全体で顧客の獲得競争が激化しているほか、物価上昇による消費者の節約志向の高まりで会費の値上げも難しく、有人・無人店舗を問わず売上高とコスト管理とのバランスが課題となっている。高品質なトレーニングプログラムの提供や、暗闇サイクリング、バイクエクササイズ、キックボクシングなど特化型フィットネスへの取り組み、特殊なトレーニング機器の導入など、価格戦略や差別化を優位に進める取り組みも求められる。