

値札の 経済学

低価格コンビニジム広がる

低価格帯のフィットネスクラブが勢力を広げている。RIZAPグループが月3千円台の「chocoZAP」(ちよこざっぷ)の展開に本腰を入れ始めるなど、競争が激化。利用者1人あたりの売上高は低下傾向だ。テレワークで運動不足を感じる人が増え、低価格ジムが「タイパ(タイムパフォーマンス)」重視派を取り込んでいる。

「運動不足を感じて9月から始めた」。東京都新宿区のちよこざっぷの店舗。金曜の午前中にトレーニングしていた30代の女性は話す。この日はフィットネスバイクなど数種類のマシンで運動した。「エステや脱毛もできて月3千円台は安い。通っていた脱毛サロンは1回1万円以上したのでお得に感じる」。

RIZAPグループの新業態「ちよこざっぷ」は月額3,278円。「なんとなくでも払える価格」(同社)にした。入退会からトレーニングメニューの提案まですべてアプリ上でできる。無人運営で人件



フィットネージャーではトランポリンを使ったトレーニングで楽しみながら体力づくりを目指す

費を削減。店舗網拡大を前提にトレーニングマシンをまとめて調達し設備費も抑える。

初期投資や維持費がかかるプールやスタジオを備えた「総合フィットネスクラブ」の利用者の主流は月1万〜1万5千円前後。トレーニングマシンに特化した24時間ジムは月7千円前後といわれる。

ちよこざっぷは、鍵付きロッカーやシャワールームといった設備を省き、その分をセルフエステや脱毛マシンに投資を削減。店舗網拡大を前提にトレーニングマシンをまとめて調達し設備費も抑える。

初期投資や維持費がかかるプールやスタジオを備えた「総合フィットネスクラブ」の利用者の主流は月1万〜1万5千円前後。トレーニングマシンに特化した24時間ジムは月7千円前後といわれる。

ちよこざっぷは、鍵付きロッカーやシャワールームといった設備を省き、その分をセルフエステや脱毛マシンに投資を削減。店舗網拡大を前提にトレーニングマシンをまとめて調達し設備費も抑える。

知っていました!?

運動しない理由、「忙しい」4割

国際ヘルス・ラケット&スポーツクラブ協会(IHRSA)によると、日本のフィットネス参加率は3%(2018年)にとどまる。米国(19%)や英国(15%)と比べても低い水準だ。スポーツ庁が21年に実施した調査によると運動頻度が増やせない、もしくは減った理由として最も多かったのは「仕事や家事が忙しいから」で40%、「面倒くさいから」が27%だった。

スクラブの述べ利用者1人あたりの売上高は20年前より2割下がっている。

スポーツクラブを運営するアクトス(岐阜県多治見市)も月3千円台の「アクトスWILLIG」を全国に133店舗展開している。「価格の安さから20〜40歳代の利用者が多い」(同社)という。

低価格帯ジムが勢力を広げる中、付加価値で差別化を図るコンセプト型ジムも増えている。全国に113店舗を展開するフィットネージャー(岐阜市)は22年から本格的に「アミューズメント型フィットネス」を打ち出した。月額7,150円で当初は通常の24時間型ジムとして展開していた。

「運動を義務にせず、楽しみながら体力づくりしてもらえれば」(ブランド戦略部の北川律之氏)と、トランポリンを使ったバーチャルトレーニングや体幹を鍛えるドライバシミュレーターなど店ごとに異なるマシンをそろえる。

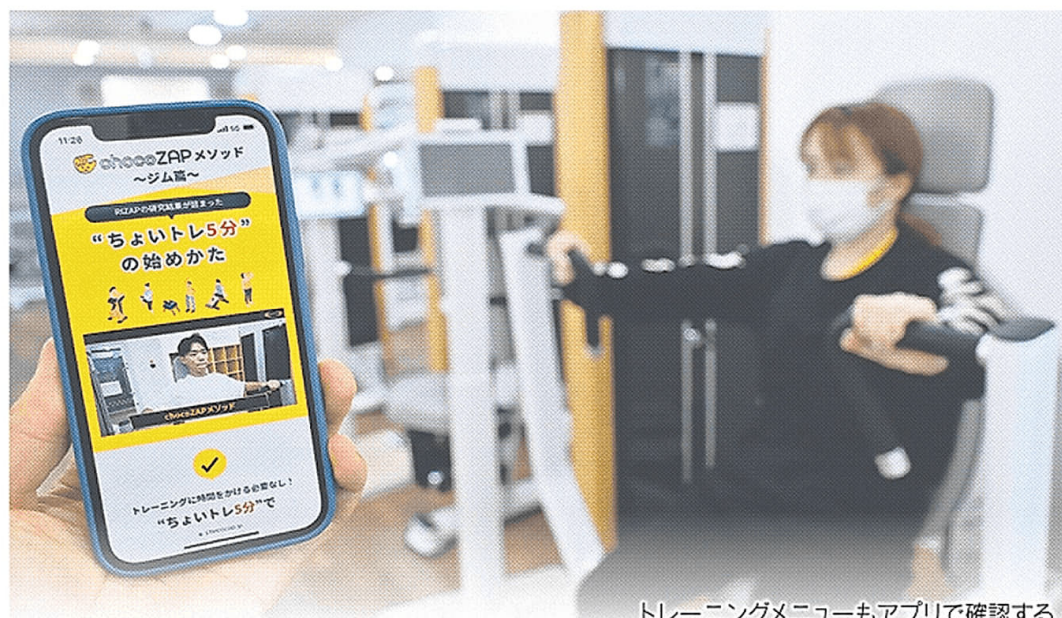
オンライン型拡大で拍車 30年まで年17%成長予測

低価格化に拍車をかけるのはオンラインフィットネスだ。コロナ禍の緊急事態宣言でフィットネスクラブが一時閉鎖を余儀なくされ、自宅できる運動に注目が集まった。調査会社のグローバルインフォメーションは世界のフィットネスアプリ市場は2030年まで年平均17%成長すると予測する。

内容は動画を見て自分で鍛えるものからトレーナーとリアルタイムでつながるまで様々。料金は月に数百円など、安いものもある。

メリットは多そうだが、関係者からは「パソコンやタブレット端末は画面が小さすぎ、トレーナーと生徒は動きが互いによく見えない。複雑な動きを教えるのは難しく、単純な動きばかりで飽きる」との声もある。今後、市場に定着するか注目だ。

月3000円台、未経験層を開拓



トレーニングメニューもアプリで確認する(東京都新宿区のchocoZAP西新宿)

