



第3章：競合分析

1. 競合の特定

1-1. 直接競合（商圈内の他パーソナルジム）

本店（尻手駅周辺） - JR尻手駅近辺では、小規模な個人経営パーソナルジムが直接競合になります。例えば、「オダギリジム」（尻手駅徒歩3分）は大会出場歴のあるトレーナーが在籍し、「川崎・鶴見エリア最安値」を掲げ50分¥6,000の都度払い制を採用しています¹。また「Fitパーソナルジム川崎」（尻手駅・川崎駅から各徒歩5分）も完全個室2部屋の隠れ家ジムで、初心者や女性歓迎を打ち出し、LINEでの24時間食事指導など手厚いサポートが特徴です²³。このほかJR川崎駅周辺まで含めると、大手フランチャイズ系も存在します。例えば「Apple GYM川崎店」（駅徒歩5分）や「24/7ワークアウト川崎店」（徒歩7分）など全国展開のパーソナルジムも射程圏内です⁴⁵。

上板橋店エリア（東京都板橋区） - 東武東上線・上板橋駅周辺も近年パーソナルジムが増えています。「グッドライフジム上板橋店」（駅徒歩1分）は月額定額で“通い放題”的セミパーソナルトレーニングを売りにしており、他ジムで継続できなかった人でも通いやすい仕組みを整えています⁶⁷。「かたぎり塾 上板橋店」（駅徒歩3分）は業界大手チェーンで、低価格&継続重視のコンセプトと無料体験を打ち出し、継続期間の縛りなく1ヶ月から始められるプランが特徴です⁸⁹。他にも「GO FLEX」（酸素カプセル付き）、「WAPLE」（女性専用・完全個室）、「WELL-FIT上板橋」（1回¥4,500～）など、価格帯やターゲットが異なる複数のパーソナルジムが乱立しています¹⁰¹¹。駅前にはFASTGYM24やchocoZAPといった無人ジムもあり、パーソナルジムと価格帯・サービス内容で競合しています¹²¹³。

柏店エリア（千葉県柏市） - 柏市は繁華街ということもあり大手パーソナルジムの激戦区です。駅徒歩圏内には、「ライザップ柏店」（結果にコミットする高価格帯）や「24/7ワークアウト柏店」（3食食べるダイエットを特徴とし2ヶ月16回≈13万円）¹⁴、「BEYOND柏店」（選抜されたトレーナーと洗練された内装¹⁵）などがお店しています。また女性特化型の「アウトライン柏店」（生涯アフターサポート付き女性専用、産後ママ向け設備あり）¹⁶や「リボーンマイセルフ柏店」（トレーナー含め女性のみ、10年以上の実績）¹⁷も存在し、女性客の取り込みを図っています。加えて柏には「UNDEUX SUPERBODY LIFE」（月額制の女性専用ジム）や「ASPI柏店」（全トレーナーが米国資格保持で採用率0.15%の高品質指導）¹⁸、「Rat柏店」（“遊ぶように痩せる”がコンセプトの楽しさ重視ジム）¹⁹、「IMPETUS柏店」（理学療法士が在籍し整体×トレーニングを提案）など特色あるジムがひしめいています²⁰²¹。料金面でも、例えばRatは50分×8回で約12万円¹⁹と高級路線なのに対し、IMPETUSは50分×8回¥64,000（税込）と中価格帯²²になるなど、幅広い選択肢があります。

大阪天六店エリア（大阪市北区） - 大阪・天神橋筋六丁目駅（天六）周辺も個人経営から新興チェーンまで多様な競合が存在します。例えば「かたぎり塾 天六店」（駅徒歩2分）は香り付き完全個室・無料体験ありで、1ヶ月単位から通える“継続しやすさ”が売りです⁸²³。対して「THE PERSONAL GYM天六店」（駅徒歩1分）は高級感ある空間と毎日のチャット指導などサービス充実のプレミアム路線を採っています²⁴。また「レクサーパーソナルジム天六」（駅徒歩1分）はコンディショニング重視で姿勢改善など「不調の根本改善」を掲げるジム、「MY BODY LABO シンデレラは努力するジム天六店」（駅徒歩1分）は遺伝子検査を活用した指導とYouTube企画で話題になった実績を特徴としています²⁵²⁶。その他にも「ファーストクラストレーナーズ梅田天六店」（複数店舗展開の出張型ジム）や「ジムフィールド天六」（遊ぶように鍛えるコンセプトのスタジオ）などがあり、天六エリアのパーソナルジム市場は多彩です²⁷²⁸。

1-2. 間接競合（パーソナル以外のフィットネス施設やサービス）

各店舗の商圈には、総合スポーツクラブや24時間ジムなどパーソナル以外の施設も多数存在し、間接的に競

合します。総合フィットネスクラブではプールやスタジオプログラムも備えた大手クラブ（例：柏の「セントラルウェルネスクラブ24」や「メガロス柏」²⁹）があり、「安価な月会費で設備が充実している」という点でパーソナルジムと差別化しています。また24時間ジムとしては、「エニタイムフィットネス」や「FASTGYM24」「JOYFIT24」などが各エリアに展開しており（戻手駅周辺にエニタイム2店舗、上板橋駅前にFASTGYM24等）³⁰¹²、**低価格（月¥7,000前後）で好きな時に通える気軽さを武器にしています**¹³。さらにヨガ・ピラティススタジオ（例：「LAVA」「カルド」等ホットヨガチェーン）や、女性向けの**サー****キットジム**（例：「Curves」）もターゲット層によっては競合となります。最近では自宅ができるオンラインフィットネスサービスの台頭も無視できません。オンデマンド配信型の「LEAN BODY」やライブレッスンの「SOELU」などに加え、**オンライン完結のパーソナルトレーニング指導サービス**も増えています。例えば「Plez（プレズ）」は専属トレーナーによる食事・運動指導をオンライン提供し、「パーソナルジムの80%オフの料金」で利用できることを売りにしています³¹。このように多様な間接競合が存在し、「ジムに通わず自己流やオンラインで済ませたい」という層を取り込んでいる状況です。

2. 競合の戦略分析

2-1. 提供価値（コンセプト・ターゲット・強み）

競合各社はそれぞれ明確なコンセプトとターゲット設定で差別化を図っています。例えば、地域密着型の個人ジムは「**価格の手頃さ**」を強みとしています。戻手のオダギリジムは高額な入会金や短期集中コースではなく1回ごとの明朗料金で初心者でも通いやすいイメージを打ち出し、「高額なパーソナル=続かない」という不安を払拭しています¹。一方、大手チェーン系では「**確実な成果**」を前面に出す戦略が顕著です。ライザップは「結果にコミット」というスローガン通り、トレーナーがメンタル面までフルサポートし短期間での劇的変化を約束する代わりに高額の料金設定としています³²。24/7ワークアウトは「3食しっかり食べて痩せる」という健康的なダイエットを掲げ、無理なく続けられる方法でリバウンドしない身体作りを提供すると強調しています¹⁴。また**ターゲット層の明確化**も各社の戦略です。女性専用ジム（アウトライン、リボーンマイセルフ等）は「女性トレーナー在籍」「産後ケアOK」「遺伝子検査によるオーダーメイド」など女性が安心して結果を出せる環境を訴求し¹⁶¹⁷、30~40代の美容・健康志向の女性を取り込んでいます。逆に筋肉大会出場者が集うようなジムでは、ボディメイク大会出場を目指す男性など上級者層をターゲットに専門性の高さを売りにしています。近年は“**初心者歓迎**”を掲げるジムも増えており、Shape Fit Gym自身も「初心者が日本一来やすいジム」というコンセプトで初心者市場の取り込みを図っています³³。このように各競合は「**低価格で通いやすい**」「**徹底サポートで結果保証**」「**女性特化**」「**初心者特化**」「**楽しさ・エンタメ性重視**」など明確な提供価値を示し、自社の強みに合致する顧客層を狙っています。

2-2. サービス内容（プログラム内容・料金体系・営業時間・設備）

サービス面でも競合各社は多様な戦略を取っています。**プログラム内容**では、基本的に筋力トレーニング+食事指導が中心ですが、各社オプションや工夫があります。例えばFitパーソナルジムではヒップアップ専門のストレッチプログラムを組み込むなど、「美尻・美脚」ニーズにも応える独自メニューを提供しています³⁴。MY BODY LABOでは入会時に遺伝子検査を行い、科学的根拠に基づいた個別プログラム設計を行う点が差別化ポイントです²⁵。料金体系も幅があります。**短期集中コース制**（例：ライザップの2ヶ月16回コース¥327,800³²）や**都度払い制**（例：オダギリジムの1回50分¥6,000¹）、**月額定額制**（例：グッドライフジムの月¥34,800通い放題⁷）など、顧客の支払い方の嗜好に合わせたモデルが存在します。特に月額制・通い放題は「**継続率向上**」を掲げる新興チェーンで採用が増えており、グッドライフジムは圧倒的コスパ（他社月8回¥58,000に対し月無制限¥34,800）を打ち出しています³⁵³⁶。営業時間も、競合の一部パーソナルジムは**深夜帯まで対応**しています。Fitパーソナルジム川崎は8:00~23:00営業で仕事前後でも通いやすく設定し、予約の最終受付は21:00としています³⁷。逆に24時間ジムはスタッフ無人ながら年中無休24時間開放し、忙しい社会人のニーズを取り込んでいます³⁰。設備面では、完全個室で人目を気にせずトレーニングできる環境を整えるのがパーソナルジム共通の強みですが、中には高級感を演出するため内装にこだわったり（THE PERSONAL GYMは洗練された空間づくりを強調²⁴）、キッズスペースを設置して子連れOKとするなど付加価値をつけるジムもあります¹⁶。無料レンタルやプロテイン提供もほとんどの競合が実施しており、ウェア・シューズ・タオルからアミノ酸ドリンクまで完備し「手ぶらで通える」利便性を訴求する例も見ら

れます³⁷。総じて、サービス内容では「顧客の継続ハードルを如何に下げるか」「顧客ごとの目的に如何に寄り添うか」を軸に各社工夫を凝らしています。

2-3. マーケティング（集客施策・SNS・広告・キャンペーン・口コミ評判）

パーソナルジム業界ではウェブマーケティングが重要であり、各競合ともオンライン集客に力を入れています。具体的には、公式サイトの他にポータルサイトや比較サイトへの掲載、SNS発信、口コミサイトでの評価管理などを総合的に行ってています。大手ではテレビCMや交通広告を行うケースもあります（ライザップは知名度向上に大規模CM投下を行ってきました）が、最近はSNS活用が顕著です。Shape Fit Gymの代表はフィットネス系インフルエンサーで総フォロワー数200万人超という発信力を持ち³⁸、同様にBEYONDなど他社もInstagramで洗練されたビフォーアフター写真を発信し集客に繋げています。地域密着型の小規模ジムもInstagramやブログで情報発信を行い、例えばオダギリジムは「口コミ高評価！」とInstagramプロフィールで訴求して信頼感を与えています³⁹。またWeb広告では、検索連動型広告や地域ターゲティング広告を出稿している競合も多く、「〇〇駅 パーソナルジム」で検索すると上位に広告表示される事例もあります。さらに、多くの競合が初回無料カウンセリングや体験トレーニングのキャンペーンを常時展開しています⁴⁰。入会ハードルを下げるため、「今なら入会金無料」「〇月〇日まで体験0円」など期間限定キャンペーンを打ち出すのはShape Fit Gym含め業界共通の手法です⁴¹⁴²。グッドライフジム上板橋店では初回体験¥3,000→無料、入会金¥30,000→¥20,000 OFFなど複数の割引を期間限定で打ち出し、新規顧客を誘引しています⁴³。口コミ・評判も無視できない要素で、GoogleマップやSNS上のレビューで高評価を得ることが次の集客に繋がります。多くのジムが「お客様の声」をサイトに掲載し信頼性アピールに努めていますが、実際のGoogleレビューなどで☆が高いジム（例：エニタイム尻手店の☆4.2以上⁴⁴）は「設備が清潔」「スタッフが親切」等の評判が広まりやすく、間接的にパーソナルジムへの流入阻害要因にもなっています。ユニークな例ではMY BODY LABOがYouTube企画と連動し知名度を上げたケースがあり、参加者の劇的ビフォーアフター動画が話題を呼び集客につながりました²⁶。総じて、競合各社はウェブ上での露出拡大と信赖醸成に力を注ぎ、SNSや口コミを通じて「ここなら成果が出そう」「通ってみたい」と感じてもらう戦略を展開しています。

2-4. 推定される経営状況（店舗数・トレーナー数・顧客稼働状況）

競合各社の経営規模を見ると、チェーン展開か単店舗かで大きな差があります。大手チェーンでは例としてライザップは全国に100店舗以上、24/7ワークアウトも90店舗以上を展開し急成長しました⁴⁵。最近ではBEYONDがフランチャイズ展開で2025年時点155店舗まで拡大しており⁴⁶⁴⁷、店舗数では業界最多クラスとなっています。一方、個人経営ジムは1店舗のみでトレーナーも数名（オーナートレーナーと数人のスタッフ）というケースが一般的です。Shape Fit Gymは現在4店舗展開ですが、同規模の地域チェーンは他にもあり、例えば前述のかたぎり塾は業界店舗数No.1を謳い直営・FC合わせ多数の支店を持っています⁴⁸。店舗数が多いチェーンは在籍トレーナーも当然多く、ライザップは社員・契約トレーナー含め数百名規模、グッドライフジムも全店合計で研修を受けたトレーナーを多数抱えています⁴⁹⁵⁰。対して個人ジムではマンツーマン指導の特性上、各時間帯で1~2名のトレーナーが対応するため在籍数も少数です。

顧客の入り具合について公開情報は限られますが、各社の動向から推察は可能です。新規出店が相次いでいるチェーンは需要旺盛と考えられ、予約が取りにくく人気店も出てきています。実際、かたぎり塾では「ご希望の日程が埋まってしまう前に…早めの体験予約を」と謳うなど、予約枠が埋まるケースを示唆しています⁵¹。グッドライフジム上板橋店も「申込多数の場合は入会数を制限する可能性あり」と明記しており⁵²、一定の会員数に達する店舗もあるようです。繁盛店ではピーク時間帯の稼働率が高く、逆に集客苦戦の店舗はキャンペーンを長期化する傾向があります。総じて、大手チェーンは資本力を背景に出店攻勢を続けており経営は拡大基調にあります。一方、個人ジムは地道な経営ながら固定ファンを掴み黒字運営している例も多く、口コミ高評価で地域ナンバーワンになっているジムも存在します³⁹。パーソナルジム市場全体はなお成長トレンドにあり、各競合とも顧客確保にしのぎを削りつつも、市場拡大の恩恵を受けていると推定されます。

- 1 39 パーソナルトレーニング オダギリジム【公式ホームページ】
<https://odagirigym.com/>
- 2 3 34 37 Fitパーソナルジム川崎 | あなたに1番Fitするジム|川崎駅|尻手駅のパーソナルトレーニングジム|一人では頑張れない方のためのFitパーソナルジム川崎|
<https://fit-personalgy.com/>
- 4 【月額9900円】パーソナルトレーニングのアップルジム川崎店
<https://apple-gym.jp/shop/kawasaki/>
- 5 川崎駅のパーソナルジムならMIYAZAKI GYM川崎店
<https://miyazaki-gym.jp/shop/kawasaki/>
- 6 7 35 36 49 50 コンセプト | グッドライフジム
<https://goodlifegym.jp/our-concept/>
- 8 9 23 24 25 26 【最新】天六のおすすめパーソナルジム4選！料金が安いジムや駅チカなのはどこ？ | ZERO BODY
<https://zerobody.jp/articles/65744/>
- 10 パーソナルジムGO FLEX【ゴーフレックス】
<https://go-flex.jp/>
- 11 WELL-FIT上板橋店 - 通えるパーソナルジム。
<https://well-fit-gym.com/kamiitabashi/>
- 12 ファストジム24上板橋店
<https://fastgym24.tipness.co.jp/shop/SHP306/>
- 13 【2025年】上板橋のおすすめパーソナルジム5選！料金が安いジムや ...
<https://zerobody.jp/articles/38867/>
- 14 15 16 17 18 19 22 32 40 【2025最新】パーソナルジム柏おすすめ10選！人気ジムの料金プランを簡単比較！ | パーソナルジム比較ナビ
<https://pas0na.com/chiba/kashiwa/>
- 20 21 パーソナルジム IMPETUS 柏店 | 米国資格保有者・理学療法士が提供 ...
<https://impetus-personal.com/>
- 27 梅田天六店（大阪市北区） - ファーストクラストレーナーズ
<https://www.firstclasstrainers.net/tenroku/>
- 28 天神橋筋六丁目のジム17選 フィットネスからヨガ・ピラティスまで ...
<https://getfit.jp/fitness/g-tenjinbashi>
- 29 セントラルウェルネスクラブ24 柏
<https://www.central.co.jp/club/kashiwa/>
- 30 鶴見尻手店 | 24時間営業のフィットネスジム
<https://www.anytimefitness.co.jp/tsurumisitte/>
- 31 【体験レビュー】Plez（プレズ）安いオンラインダイエットは痩せ ...
<https://yu-mattyo.com/plez-online-diet-experience-review/>
- 33 38 41 初心者が日本一来やすいジム | SHAPE FIT GYM -シェイプフィットジム-
<https://shape-fit-gym.com/>
- 42 43 52 上板橋でパーソナルジムを探すならグッドライフジム | 定額通り放題
<https://goodlifegym.jp/kamiitabashi/>

④⁴⁴ エニタイムフィットネス 鶴見尻手店・スポーツクラブ - Yahoo!マップ

https://map.yahoo.co.jp/v3/place/iWj5UBH8h_l

⑤⁴⁵ パーソナルジム「24/7 Workout」が新たに始動！質の高い ...

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000023.000038977.html>

⑥⁴⁶ ⑦⁴⁷ 【150店舗オープンを達成！】パーソナルジム「BEYOND Life Style ...

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000041.000081179.html>

⑧⁴⁸ ⑨⁵¹ 天六店 | パーソナルトレーニング・完全個室パーソナルジムならかたぎり塾

<https://katagirijuku.jp/gyms/tennroku>