

第1章: マクロ・市場環境分析

1. 市場規模とトレンド

1-1. パーソナルジム市場の規模、成長率、今後の予測

国内フィットネス市場はコロナ後に急回復し、2024年度に過去最高の約7,100億円規模に達すると予測されています^①。その中でパーソナルジム市場は約500億円（フィットネス全体の7%）規模と推定され、**2019年比で1.5倍以上**に拡大しています^{② ③}。感染症流行期を経て健康志向が高まり、免疫力向上や生活習慣病予防のために「日常的に運動する」層が増えたことが市場拡大の要因です^④。調査会社のレポートによれば、今後もフィットネス市場全体で年平均3~5%程度の堅調な成長が見込まれ、特にパーソナライズされたサービスへの需要拡大が期待されています^⑤。専門機関の予測では、2025年の国内フィットネス市場規模が7,000億円前後に達するとの見方もあり、パーソナルジム業界も成長産業として注目されています^⑥。

1-2. 市場の最新トレンド

- ・**ターゲット特化・女性専用ジムの台頭:** 利用者層の細分化が進み、特定ターゲットに絞ったジムが増加しています。例えば女性専用パーソナルジムの代表格「UNDEUX SUPERBODY」は42店舗で年商30億円を達成するなど、高単価×女性特化で効率的なビジネスモデルを確立しています^⑦。女性や初心者が安心して通えるよう、個室空間・託児サービスを備えたジムも登場し支持を集めています。
- ・**食事指導特化・短期集中型 vs 継続型:** RIZAPや24/7Workoutに代表される **短期集中ダイエット** 型（2~3ヶ月で成果を出す高額コース）と、月額定額で長期継続利用を促す **低価格継続型** ジムの二極化が進んでいます^⑧。前者は食事指導や厳密な管理で短期成果を重視し、後者は月2~3万円程度の手頃な料金で通いやすさを追求しています。実際、月額2.4万円~という破格の料金で全国334店舗まで急拡大した「かたぎり塾」のようなモデルも登場し（2025年中に500店舗を目標）^⑨、高価格帯との棲み分けが進んでいます。^⑧
- ・**オンライン・デジタル化の進展:** コロナ禍を機に **オンライン指導** やフィットネスアプリの普及が加速しました。Zoom等を使ったオンラインパーソナルトレーニングや、対面とリモートを組み合わせたハイブリッド型サービスが一般化しつつあります^⑩。自宅でできる動画配信レッスンや食事管理アプリ連携など、場所や時間の制約を減らす取り組みが広がっています。これにより、従来ジムに足を運ばなかった層にもリーチできるようになりました。
- ・**AI技術の活用:** 人工知能（AI）や最新テクノロジーを取り入れた **スマートジム** が登場しています。例えば女性専用AIジム「ファディー（FURDI）」はAI搭載マシンと人のトレーナーによるダブル指導で無人運営を実現し、2024年6月までに全国70店舗体制を計画しています^⑪。また米国発の「エクササイズコーチ」はAIが利用者の筋力データを分析し負荷を自動調整するマシンを導入し、20分間でも効率的なトレーニング成果を謳っています^⑫。このようにAIによるフォーム解析や個別最適化プログラムの提供が可能となり、**省人化とサービス品質向上**を両立する動きが進んでいます。
- ・**ウェルネス領域への拡大:** パーソナルジムは単なる筋力トレーニングの場から、整体・リハビリや医療的ケアと組み合わせた **トータルウェルネスサービス** へと領域を広げています。最近では「運動×整体」「運動×予防医療」といった複合的サポートを掲げるジムも増え、肩こり・腰痛改善や生活習慣病予防を目的に通う利用者也増加傾向です^⑬。実際、医師と連携して人間ドック結果を基にプログ

ラムを提供するジムや、理学療法士など有資格者が姿勢改善を指導するケースも出てきており、**フィットネスと医療の融合**が進行しています。

1-3. 異業種からの参入動向

フィットネス業界の成長可能性に着目し、**異業種企業による参入**が相次いでいます。例えば**外食産業**のモンテローザ（居酒屋チェーン運営）は、自社初の24時間フィットネスジム「モンテローザフィットネス24」を桜木町に開業しました¹⁴。また**インターネットカフェ**大手の快活CLUBは既存店舗網と会員管理ノウハウを活かし、「ソフトクリームが食べられるジム」というユニークなサービスでジム事業に乗り出しています¹⁵。この背景には、無人店舗や会員管理のDX化により**小規模ジムでも採算が取れるビジネスモデル**が確立し、参入障壁が下がったことがあります¹⁶。さらに、スポーツクラブ業界では近年、日本テレビや三越伊勢丹、野村不動産など**大手異業種によるM&A**事例もみられ¹⁷、大型資本の流入で業界再編や新業態創出が進んでいます。IT企業もまたフィットネスアプリ開発やオンライン指導プラットフォームで市場に参入しており、「**運動×〇〇（他業種サービス）**」の融合による新たな価値提案が活発化しています¹⁸。

2. マクロ環境 (PEST分析)

2-1. 政治・法規制 (Politics)

政府は国民の健康増進を重要政策に掲げており、**スポーツによる健康寿命の延伸**を推進しています。スポーツ庁によれば、適度な運動の継続は生活習慣病の予防や医療費抑制に資するため、国全体で運動習慣の普及を図っています¹⁹。厚生労働省も「健康増進施設認定制度」を通じて一定基準を満たすフィットネスクラブを認定し、企業の従業員向け運動プログラム支援などを促進中です。また、「健康経営優良法人認定制度」により企業が社員の健康投資（ジム補助等）に取り組む動きを後押ししており、**行政・企業一体で国民の運動促進**が図られています。

一方、パーソナルジム業界に関わる**広告規制や消費者保護**の強化も進んでいます。景品表示法（不当表示防止法）により「必ず痩せる」といった誇大広告は禁止され、近年では期間限定割引を恒常的に続ける不当表示に対し行政指導が実施されました。実際、全国270以上の店舗を展開する大手パーソナルジム「かたぎり塾」の運営会社は、割引キャンペーンの表示が景表法違反の疑いありとして消費者庁から指摘を受け、再発防止策を盛り込んだ改善計画を初めて提出しています²⁰。2024年施行の改正景表法では、事業者が自主的に改善計画を提出すれば行政処分を猶予できる「確約手続き制度」が設けられ、業界全体で適正表示への取り組みが求められています。

また**契約トラブルへの対策**も課題です。パーソナルジムの高額コースを巡り中途解約・返金トラブルが各地の消費生活センターに多数寄せられており、東京では実際に紛争案件が調停により解決された例があります^{21 22}。フィットネスクラブ契約は特定商取引法上のクーリングオフ対象外（店舗契約の場合）であるため、解約時の条件を巡る消費者被害が発生しやすいのが現状です²³。東京都は「パーソナルトレーニングは新しいサービスで法規制や業界自主規制が不十分」と指摘しており、広告内容と実際のサービスの相違、解約拒否など様々な問題が顕在化していると報告しています²⁴。今後、業界団体によるガイドライン策定や契約書面の標準化など、法規制面での整備が進む可能性があります。

2-2. 経済 (Economy)

日本経済全体では緩やかな回復基調にあり、近年は歴史的な賃上げも実現しています。2023～2024年の春闘では大企業で平均5%超の賃上げ率となり、30年ぶりの高水準に達しました²⁵。これは国の物価高対策や企業業績回復によるもので、働く世代の**可処分所得は増加傾向**にあります。ただし物価上昇も続いており、家計の節約志向も依然根強い状況です。

そうした中で注目されるのが、消費者の **自己投資志向** の高まりです。コロナ後に「自分の健康や成長への投資」を重視する意識が強くなり、フィットネスや学び、趣味など **経験・体験型消費** が重視されるようになりました²⁶。フィットネスジムはその代表例で、「モノよりコト」にお金をかける風潮の追い風を受け、個人がジム会費やパーソナルトレーニング費用を「将来への投資」と捉えるケースが増えています。特に20～40代の働き盛り世代は健康管理も自己啓発の一環と考える人が増加し、コロナ禍で実感した健康の価値を背景に **ジム利用への支出を優先する傾向** がみられます²⁷。

また経済環境として、低金利で銀行融資が受けやすいことやフランチャイズモデルの確立により、パーソナルジムの **開業コストが比較的安く** 抑えられることも市場拡大につながっています²⁸（初期投資数百万円で開業可能なケースもあり）。個人事業主にとっても顧客単価の高いパーソナルトレーニングは魅力的なビジネスモデルであり、開業希望者の増加が競争を活発化させています²⁹。景気動向としては、2023年以降のインバウンド需要回復や株高もあり都市部を中心に消費マインドは上向いていますが、一方でエネルギー価格高騰や円安に伴う物価上昇が可処分所得を圧迫するリスクもあります。パーソナルジム各社にとっては、顧客に「支出に見合う価値」を実感させ継続利用してもらうことが、経済環境の変化に左右されない安定経営のポイントとなるでしょう。

2-3. 社会 (Society)

健康・フィットネスへの意識変化: 社会全体で健康志向が定着し、「運動は生活の一部」「健康維持も自己責任で行う」という価値観が広がっています。かつてフィットネスジムは一部愛好者のものという印象でしたが、今や20～30代女性を中心に「将来のための健康投資」としてジム通いを始める人が増えました²⁷。ダイエットや筋肉増強といった目的だけでなく、「肩こり腰痛の改善」「体力づくり」「ストレス発散」など **心身の健康管理** のために運動する人が増加傾向です³⁰。特にコロナ禍を経験したことで、健康維持や免疫力強化への関心がかつてなく高まり、運動習慣を持つ人の割合が回復・増加しています⁴。

ライフスタイルの多様化: 働き方改革やテレワーク普及により、人々の生活パターンが変化しました。通勤時間が減り余暇が増えた層はその時間をジム通いや自宅トレーニングに充てるようになり、一方で在宅勤務で運動不足になった層も **意識的にフィットネスを取り入れる** ようになっています。若年層を中心に「短時間で効率よく運動したい」というニーズも強く、実際1回30分程度で完結するジムや、仕事の合間に通える職場近くの小型ジムが支持を集めています³¹。また、**余暇の過ごし方** に運動を組み込む人も増え、週末にヨガスタジオに通ったりランニングサークルで交流したりと、コミュニティ活動としてのフィットネスも広がっています³²。さらには「筋トレ旅行」や「ウェルネスリトリート」のように、旅行先でフィットネス体験をするサービスも登場し人気です³³。こうした多様化するライフスタイルに合わせ、パーソナルジム側も深夜早朝の受入れや託児サービス、夫婦・友人同士で受けられるセミパーソナルプランなど柔軟な対応が求められています。

人口動態（高齢化等）: 日本は超高齢社会を迎えています。シニア層のフィットネス参加率はむしろ高まっています。運動習慣者の割合を見ると、70歳以上では男性42.7%、女性35.9%が定期的な運動を実践しており、全世代で最も高水準です³⁴。シニア向けプログラム（健康体操や軽負荷トレーニング）のニーズは大きく、各社とも高齢者でも通いやすい指導メニューやバリアフリー設備を用意し始めています。一方、20～40代の働き盛り層は運動習慣保持者の割合が低く³⁵、この層への働きかけが業界の課題です。今後も高齢人口が増える一方、若年人口は減少するため、**シニア市場の開拓** がフィットネス産業の鍵を握ると考えられます³⁶。実際、大手フィットネスクラブ各社はシニア会員向けの特別プランやリハビリ専門フロアの設置を進めており、パーソナルジムでもシニア専門のトレーナー配置や自治体介護予防事業との連携などが見られます。

また、日本では「運動嫌い」「体育会系でない人」でも取り組みやすいライトなフィットネスが受け入れられてきています。例えば **ウォーキングや軽い体操** は全世代で最も実践率が高く手軽な習慣として定着しています³⁷。こうした背景から、過度にストイックなイメージではない **“楽しめるフィットネス”** の提供も社会的なトレンドです³⁸。異業種参入の快活CLUBによる「ゆるいジム」コンセプト³⁹ もその一例で、楽しさ

や居心地の良さを打ち出すことで運動初心者層の参加ハードルを下げています。総じて、社会の健康意識向上と多様なライフスタイルに合わせ、パーソナルジムには**誰もが長く続けられる工夫**が求められていると言えます。

2-4. 技術 (Technology)

フィットネス業界では急速な **技術革新** がサービス提供に取り入れられています。

- ・**トレーニング機器の進化:** 従来はフリーウエイトや定番マシン中心でしたが、近年はIoTやAIを搭載した **スマートマシン** が登場しました。前述のエクササイズコーチのように利用者の筋力データから自動で負荷調整を行う機器や、フォームをセンサーで検知してリアルタイムにフィードバックするミラー型デバイス（例: 米国の「Tonal」「Tempo」）などが開発されています⁴⁰。EMSスーツ（電気刺激で筋収縮を促すスーツ）による効率トレーニングも注目されており、日本でも一部ジムが導入を開始しています。機器の進化により、短時間で効果を出すプログラムや、自宅でもハイテク機器を使った本格トレーニングが可能になりつつあります。
- ・**予約・顧客管理システムの普及:** 現在ほとんどのジムが **デジタル会員管理システム** を導入しています。スマートフォンのアプリで予約・キャンセルができたり、入退館をスマートロックやQRコードで管理したりと、従来スタッフが対応していた業務の多くがIT化されています¹⁶。特に24時間ジムや無人店舗では監視カメラ連動の入室システムやオンライン決済、チャットボットによる問い合わせ対応まで整備され、**少人数でも店舗運営が可能** になりました¹⁶。パーソナルジムでも、トレーナーのシフト管理や顧客カルテの共有をクラウド上で行うなどDX化が進展しています。これにより中小規模のジムでも効率的な運営が可能となり、異業種からの参入障壁を下げの一因ともなっています⁴¹。
- ・**ウェアラブルデバイスの活用:** スマートウォッチやフィットネストラッカー等の **ウェアラブル端末** の普及もフィットネス体験を変えています。多くのユーザーが心拍数や歩数、消費カロリーなどを常時計測しており、パーソナルジムでもそれらデータをトレーニング指導に活かすケースが増えました。例えばアップルウォッチ連携アプリで顧客の運動量データを把握し、次回来店時のメニュー調整に役立てたり、血圧・睡眠などのヘルスケアデータと連動させて総合的な健康管理サービスを提供する試みもあります。さらにはGPS機能で屋外ランニングの経路や速度を分析し、クラウド上でトレーナーが指導アドバイスを行う **オンラインコーチング** も登場しています⁴⁰。こうしたウェアラブル×コーチングの融合は、リアルとオンラインの垣根を超えた新しい指導形態として発展しています。
- ・**オンライン指導技術:** 前述の通り、オンラインフィットネス市場はコロナ禍で爆発的に拡大しました。Zoom等を活用したライブレッスンだけでなく、AIチャットボットによる食事アドバイス、専用アプリでの動画配信やフォームチェック機能など **オンライン指導の高度化** が進んでいます¹⁰。一例として、利用者が撮影したトレーニング動画をAIが解析しフォームの乱れを指摘するサービスや、チャットで日々の食事写真を送ると栄養士からフィードバックが受けられるアプリなどがあります。さらにメタバース空間でアバターを使ってトレーナーと仮想ジムでトレーニングするといった試みも生まれ、技術の進歩が **新たなフィットネス体験** を創出しています⁴²⁴³。

このように、テクノロジーの活用はパーソナルジムのサービス品質と運営効率を大きく向上させています。予約・決済の自動化により顧客の利便性が増し、データ分析に基づくトレーニング最適化で満足度向上にもつながります。加えて、人材不足が懸念される中で無人システムやAIを取り入れることは労働力不足の補完策にもなっています⁴⁴。もっとも、「人」が提供するきめ細かな動機づけや臨機応変な対応も依然重要であり、テクノロジーと人的サービスの **ハイブリッド運用** が今後の主流となるでしょう。業界展示会では最新のウェアラブルやVRフィットネス機器が注目を集めており、パーソナルジム経営者も常に技術トレンドをウォッチして差別化に活かすことが求められています。

34 35 37 日本におけるフィットネスの関心度とトレーニング実施率：年代別動向と海外比較 | 働く身体をアップデート。ランチタイムで読む健康戦略
https://note.com/kgraph_/n/ne21e3085bde1

36 フィットネスクラブの進化は続く カギ握るシニア層
https://frontier-eyes.online/fitness_club/

42 2025年、フィットネスはこう変わる | Ayako | 海外市場・消費者 ...
<https://note.com/ayakohomma/n/n7c83db377146>

43 【2025年】知っておくべき最新フィットネストrendを完全網羅！
<https://wellsb.jp/column/article/fitness-trend-2025/>