

## 筋トレブームが来る？

4カ月前からフィットネスジムに通っている。

きっかけは、自宅から徒歩1分の場所に24時間営業のフィットネスジムが開業したことだ。時間を選ばず通えるため、怠惰な私にも運動が継続できている。

最近、このような「24時間ジム」を街で頻繁に見かけるようになった。先駆けとなったのは米国発の「エニタイム・フィットネス」で、2010年に日本第1号店をオープンしている。2年後の2012年には「ジョイフィット24」が開業し、いずれも急速に店舗網を拡大中である。そのビジネスモデルは、マシントレーニングに特化した24時間営業の小規模店舗を、FC方式により多店舗展開するというものだ。

利用してみて感じるのは、とにかく使い勝手が良いこと。例えば

- ・時間を気にせず利用できる
- ・通いやすい場所にあり、自宅からTシャツ・短パンで気軽に出かけられる
- ・プールやスタジオを併設する総合フィットネスクラブに比べ、会費が安い
- ・利用者の回転率が高く、混雑しない

などである。こうしたメリットを生かし、これまでフィットネスジムに通う時間を確保できずにいた層を取り込むことに成功している。利用者には初めてフィットネスジムを利用する人も多いようだ。

かくいう私も、徒歩10分圏内に総合フィットネスクラブが3つもあるという恵まれた環境に住みながら、どれかに通ってみようという気は起こらなかった。金曜が定休日だったり土日は早くに閉店したりといった営業時間が働きながら通うにはネックで、また月額1万円前後という会費も高く感じられたためだ。

24時間ジムの成功は、従来のフィットネスクラブが取りこぼしていた私のような利用者層のニーズを、巧みに掘り起こした結果と言えよう。

フィットネスクラブの国内市場規模は、2006年の4,270億円を境にいったん縮小するも、2012年から再び拡大に転じ、2016年には過去最高の4,480億円となった（日本生産性本部「レジャー白書2017」）。24時間ジムの登場・増加時期は市場の回復期とちょうど重なっており、今後も市場が成長する原動力の一つになると考えられる。

こうしたなか、新興企業のみならず既存のフィットネスクラブ大手も、24時間ジムに相次いで参入している。我が家の近所でも、24時間ジムの進出に対抗して、既存のフィットネスクラブが24時間営業にリニューアルした。

肥満体型の有名人を見事な筋肉質に変貌させる、個別指導ジム「ライザップ」のCMが話題を呼ぶなど、このところ筋トレへの関心が高まっている。24時間ジムの隆盛により、ジョギング・ランニングに続き「これから筋トレブームがくるのでは？」と感じるこの頃である。

(K.H)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。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。