

シニア層の健康志向の高まり、そして地域別人口に影響されているフィットネスクラブ ～初めての経済センサス-活動調査結果も踏まえて～



平成27年2月26日公表
経済解析室

産業活動分析URL：<http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/bunseki/index.html>

<本稿の分析目的>

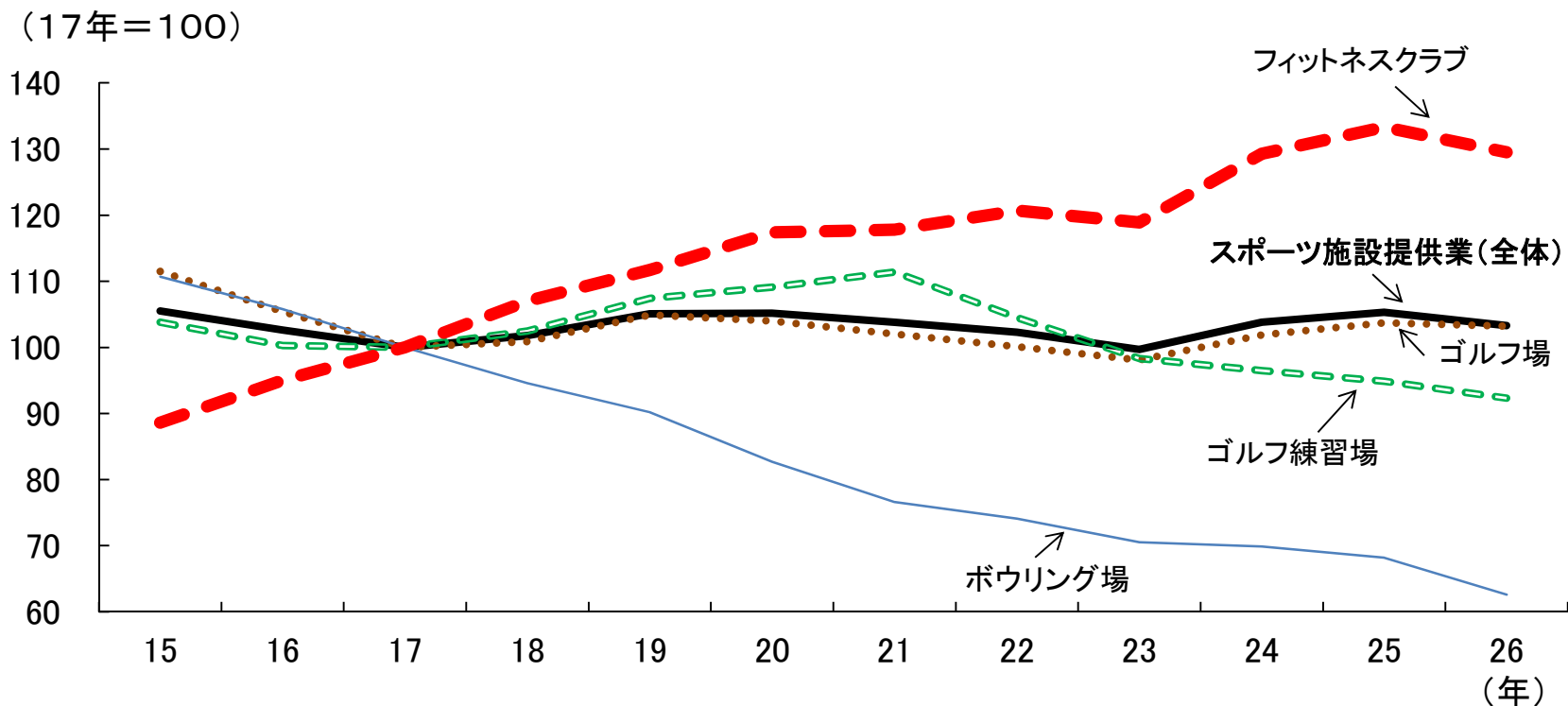
- 平成24年年間回顧の産業活動分析「シニア層の健康志向に支えられるフィットネスクラブ」では、フィットネスクラブの利用者数が増加傾向で推移していることや、シニア層のスポーツ志向、健康志向の高まりを背景に、当該年齢層のフィットネスクラブへの支出金額や会員に占める割合が上昇していること等を確認した(下記URL参照)。
URL :<http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/bunseki/pdf/h24/h4a1303j2.pdf>
- 今回の分析では、前回分析の際に用いたデータを26年まで延長して動向を見るとともに、フィットネスクラブと他業種との関係を見てみる。さらに、フィットネスクラブの供給構造を捉えるため、経済センサス-活動調査を用いて、都道府県別にみたフィットネスクラブと人口との関係を確認する。

- ※ 1. 本稿における年の表示は和暦であり、元号は特記しない限り原則として平成である。
2. 本稿では、60歳以上をシニア層と定義している。

第3次産業活動指数でみる「フィットネスクラブ」の動向 ～堅調な動き

- 「スポーツ施設提供業」の推移を見てみると、「スポーツ施設提供業」(全体)が横ばい傾向の中、内訳の一つである「フィットネスクラブ」は上昇傾向で推移。
- 「フィットネスクラブ」は、26年に3年ぶりに前年比▲2.9%のマイナスに転じたが、指数値は129.5(17年=100)と高い水準。

「スポーツ施設提供業」の推移



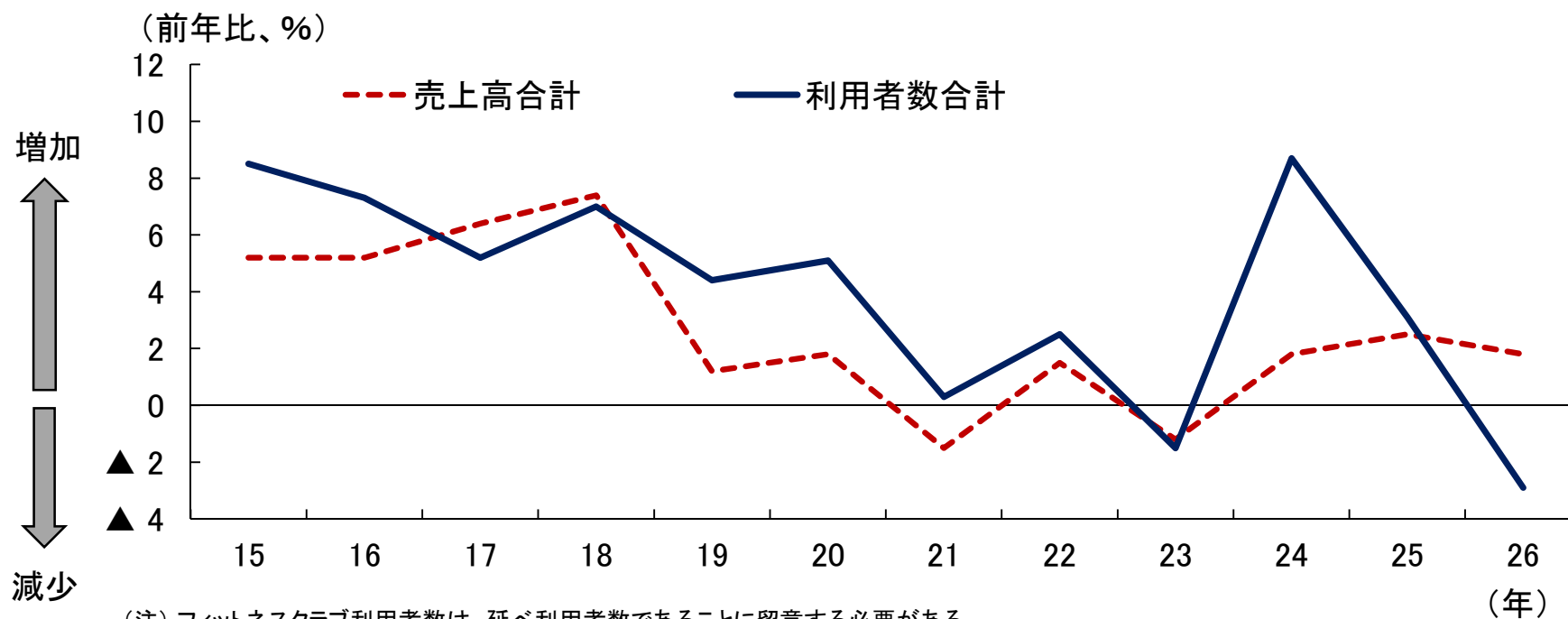
(注) 第3次産業活動指数の「スポーツ施設提供業」は、特定サービス産業動態統計の「ゴルフ場」、「ゴルフ練習場」、「ボウリング場」、「フィットネスクラブ」の利用者数に基づき作成されている。

資料: 経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

フィットネスクラブ利用者数及び売上高の動向 ～売上高の伸び率は3年連続プラス

- フィットネスクラブ利用者数(延べ利用者数)は、22年までは、縮小傾向にあったものの前年比プラスを続けていた。震災が発生した23年は前年比▲1.5%のマイナス、24年、25年は増加したが、26年は3年ぶりに同▲2.9%のマイナスに転じている。
- フィットネスクラブ売上高(前年比)の動向を見てみると、18年までは前年比プラス幅が拡大、19年、20年はプラス幅が縮小し、21年、23年はマイナスとなった。しかしながら、24年は前年比1.8%、25年は同2.5%、26年は同1.8%と3年連続の増加が続いている。

フィットネスクラブ利用者数及び売上高の伸び率の推移

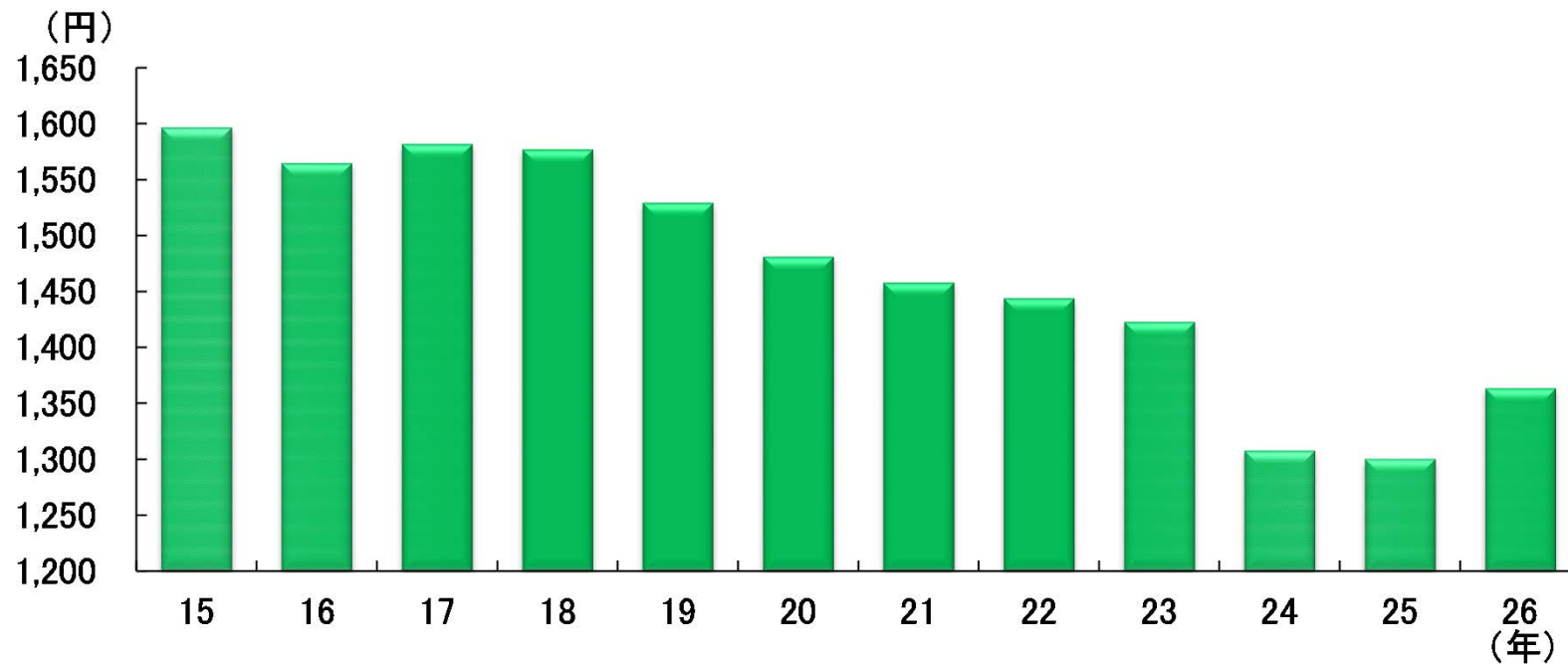


(注) フィットネスクラブ利用者数は、延べ利用者数であることに留意する必要がある。
資料: 経済産業省「特定サービス産業動態統計」から作成。

フィットネスクラブ利用者1人当たり売上高の動向 ～26年は9年ぶりに増加

- 利用者1人当たりの売上高の動向を見てみると、25年まではおおむね減少傾向で推移していた。
- 1人当たりの利用回数の増加、小規模で低価格のコンビニタイプの機能特化型施設(ジム・スタジオ型、サーキット型など)の増加、既存事業者による様々な料金メニュー(平日限定で低価格等)の提供といった流れの中で、特に24年は利用者数が売上高を大幅に上回って増加したことから、利用者1人当たりの売上高が大きく減少した。
- 25年もその傾向は変わらなかったが、26年は前年比4.8%と9年ぶりに増加に転じており、これまでの減少傾向に変化が生じている。

フィットネスクラブ利用者1人当たり売上高の推移



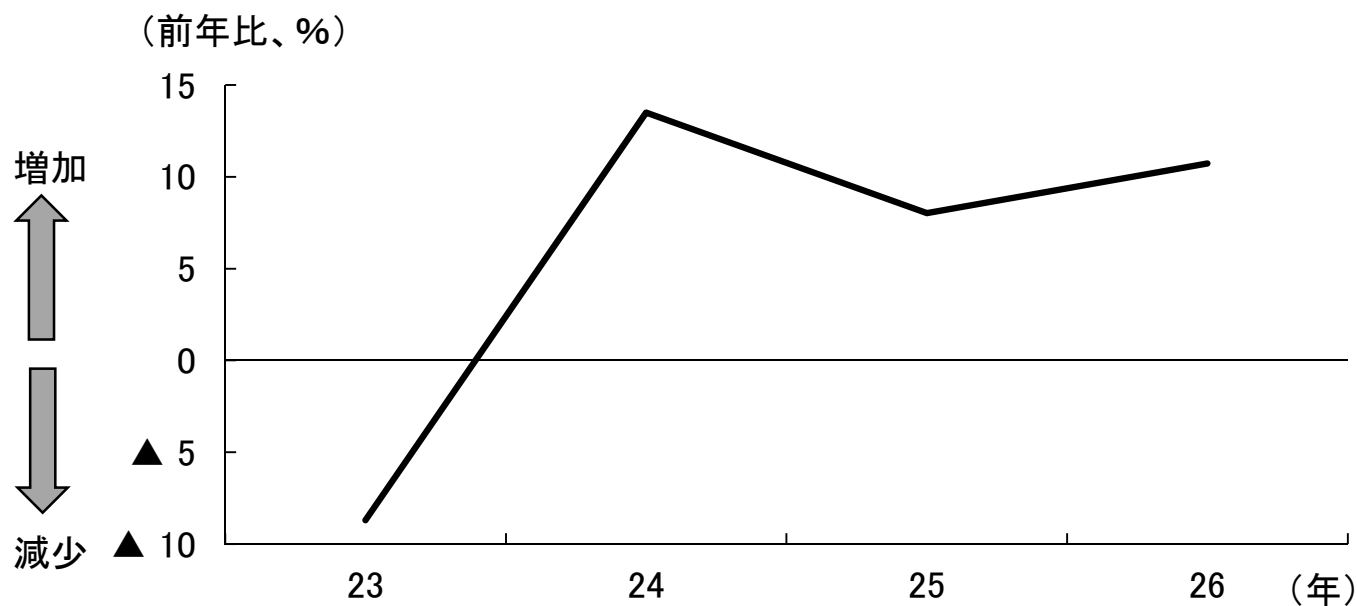
(注) フィットネスクラブ利用者数は、延べ利用者数であることに留意する必要がある。

資料: 経済産業省「特定サービス産業動態統計」から作成。

フィットネスクラブへの支出動向 ～3年連続プラス

- フィットネスクラブの需要側の動きを確認するため、総務省の家計調査(二人以上世帯)で、1世帯当たりの「スポーツクラブ使用料」に対する実質消費支出額(前年比)の動向を見てみると、震災が発生した23年は減少したが、24年以降は増加し続けている。

1世帯当たり「スポーツクラブ使用料」実質消費支出額の伸び率の推移(二人以上世帯)

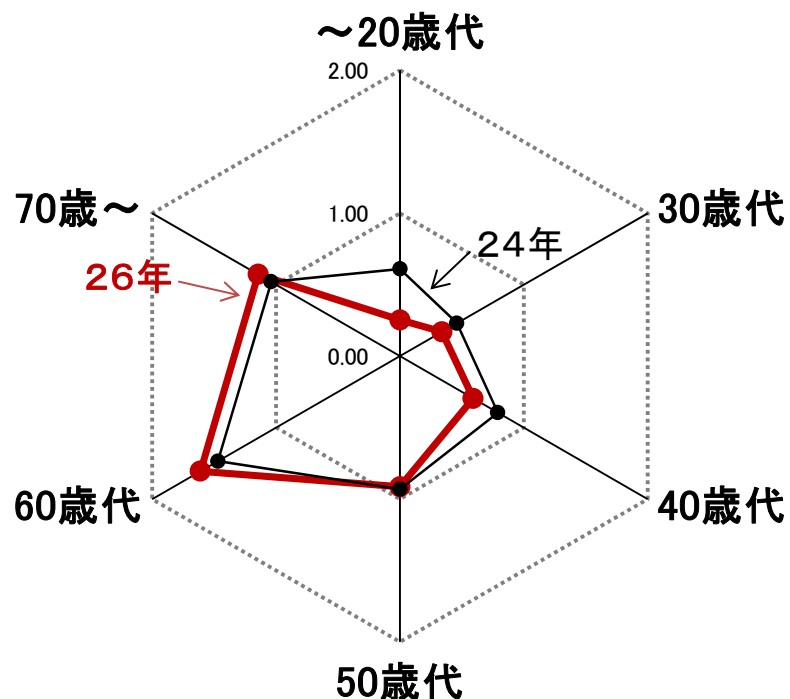


(注) 1. 消費者物価指数(22年=100、フィットネスクラブ使用料)で実質化。
2. 「スポーツクラブ使用料」の年次ベースでの公表は22年からのため、前年比のデータは23年以降しか存在しない。
資料: 総務省「家計調査」、「消費者物価指数」から作成。

「スポーツクラブ使用料」の世帯主の年齢階級別特化係数～60歳代、70歳以上が高い

- どの年齢層で「スポーツクラブ使用料」に対する支出が多いのかを確認するため、世帯主の年齢階級別に26年の「スポーツクラブ使用料」の特化係数を算出してみると、世帯主が60歳代の世帯が1.61、70歳以上の世帯が1.14と他の年代と比べて高くなっている。この傾向は前回(24年)と同様である。
- 特化係数を24年と比較してみると、26年は20歳代以下、30歳代、40歳代、50歳代が低下する一方、60歳代、70歳以上が上昇している。

「スポーツクラブ使用料」の世帯主の年齢階級別特化係数(二人以上世帯)



(注)

$$\text{特化係数} = \frac{(\text{各年齢階級世帯の「スポーツクラブ使用料」支出金額}) / (\text{各年齢階級世帯の全消費支出金額})}{(\text{全世帯の「スポーツクラブ使用料」支出金額}) / (\text{全世帯の全消費支出額})}$$

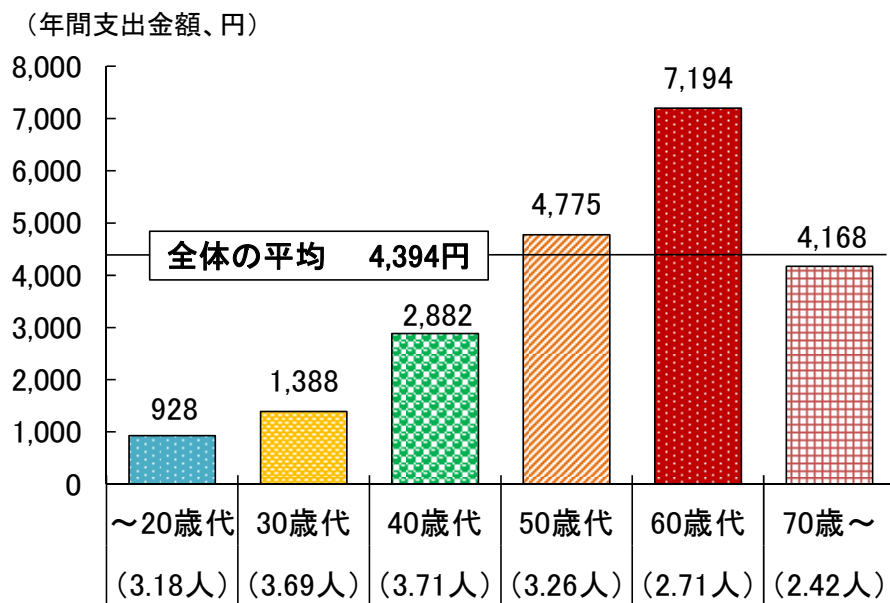
資料:総務省「家計調査」から作成。

世帯主の年齢階級別「スポーツクラブ使用料」支出金額 ～60歳代が最も多い

- 世帯主の年齢階級別に26年の「スポーツクラブ使用料」に対する1世帯当たりの年間支出金額を見てみると、世帯主が60歳代の世帯の支出金額が7,194円と最も多くなっている。
- また、1世帯1人当たりの年間支出金額をみても、世帯主が60歳代の世帯の支出金額が2,655円と最も多い。

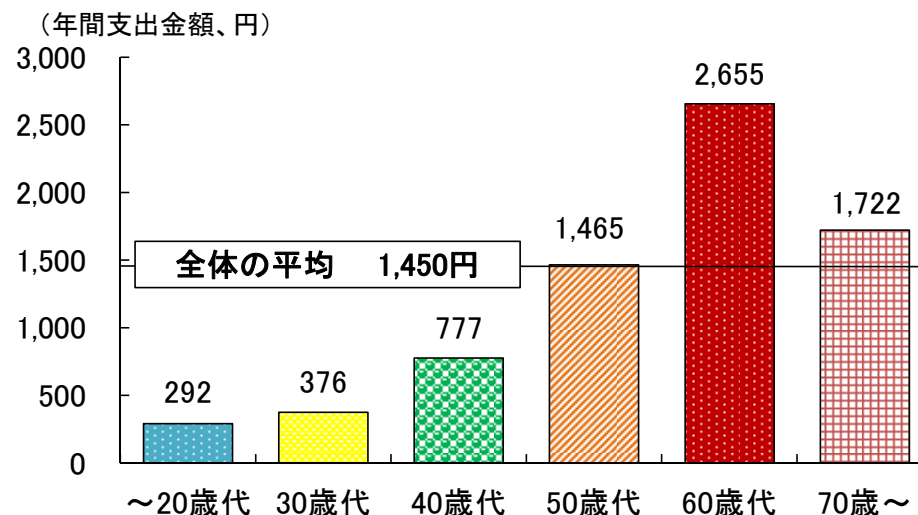
世帯主の年齢階級別「スポーツクラブ使用料」(二人以上世帯、26年)

①1世帯当たり支出金額



※()は世帯人員数

②1世帯1人当たり支出金額

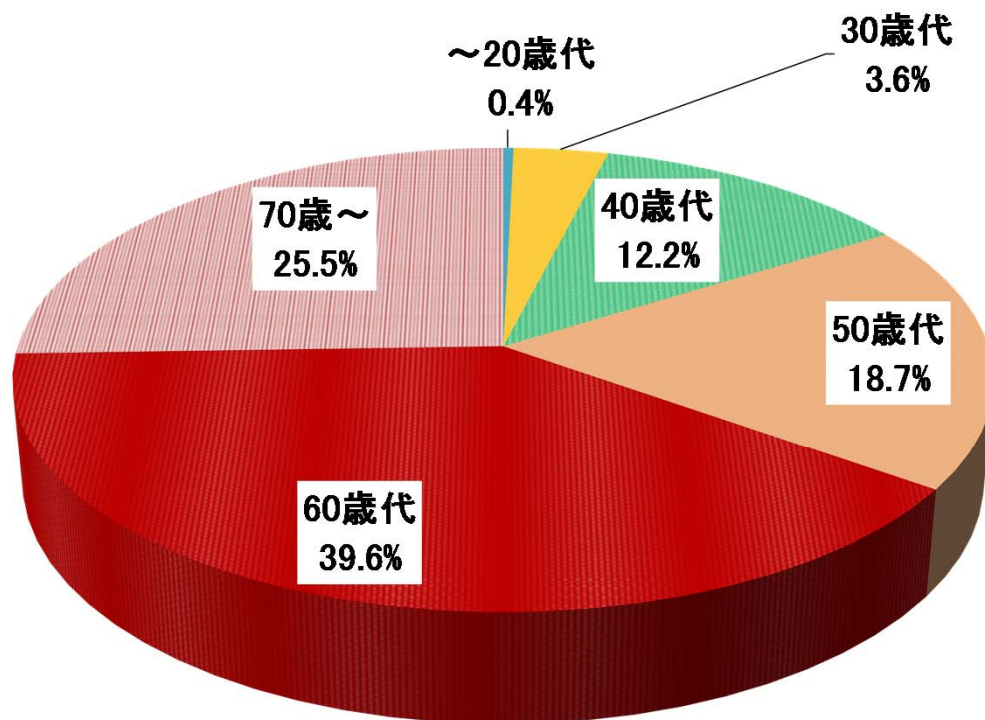


(注) 1. 必ずしも世帯主がスポーツクラブを使用しているとは限らないことに留意する必要がある。
 2. ②のグラフは各年齢階級世帯の1世帯当たりの年間支出金額を世帯人員数で除して算出。
 資料: 総務省「家計調査」から作成。

「スポーツクラブ使用料」支出金額全体に占める世帯主の年齢階級別シェア～60歳代が39.6%

- 「スポーツクラブ使用料」に対する支出金額全体に占めるシェアを算出してみると、26年も前回(24年)と同様に、世帯主が60歳代の世帯の支出金額シェアが最も大きくなっており、全体の39.6%を占めている。

「スポーツクラブ使用料」支出金額全体に占める世帯主の年齢階級別シェア(二人以上世帯、26年)



(参考)
世帯数分布(抽出率調整、1万分比)

| | |
|-------|-------|
| ～20歳代 | 183 |
| 30歳代 | 1,136 |
| 40歳代 | 1,854 |
| 50歳代 | 1,720 |
| 60歳代 | 2,420 |
| 70歳～ | 2,687 |

(注)1. 各年齢階級世帯の年間支出金額に世帯数分布(抽出率調整)を乗じたうえで算出。

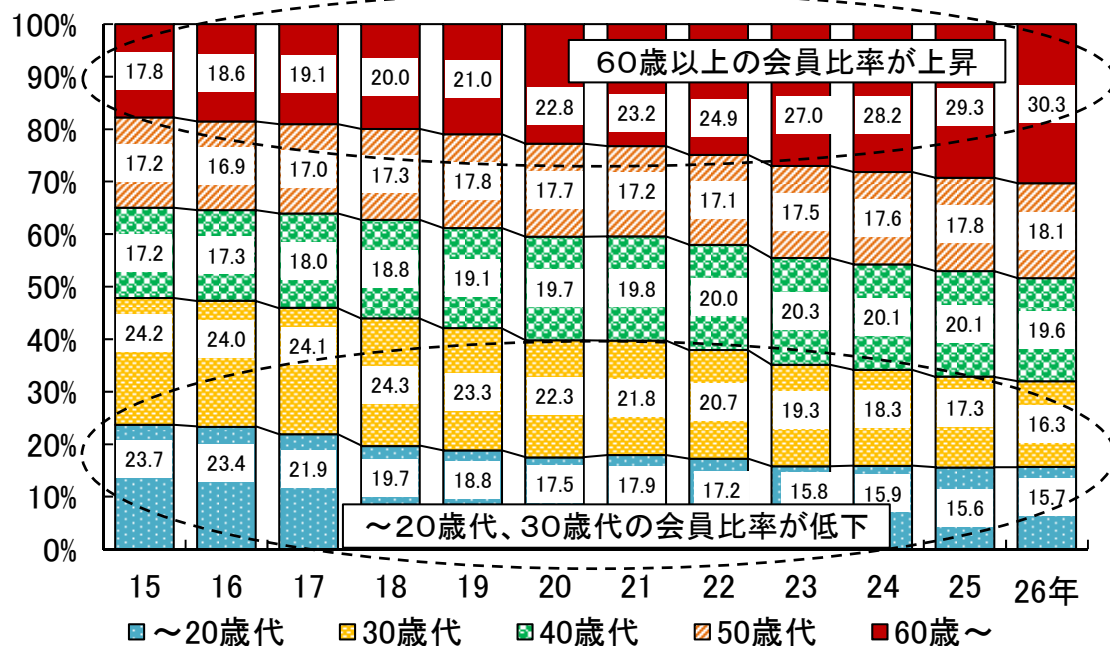
2. 世帯数分布(抽出率調整)は、各年齢階級区分に該当する世帯数の割合を調整集計世帯数を使って1万分比で表したものの。

資料:総務省「家計調査」から作成。

フィットネスクラブ会員の年齢別構成比の推移 ～シニア層の会員比率が年々上昇

- 会員の年齢別構成比の推移を見ても、全人口の年齢別構成比の変化幅以上に、20歳代以下、30歳代の会員比率が低下し、60歳以上が上昇している。この傾向は25年以降も続いている。
- 26年は60歳以上の会員比率が30.3%と最も高くなっている。
- シニア層の需要が高まる中で、フィットネスクラブでは介護予防の効果に着目したサービスが活発化している。リハビリとフィットネスの融合を目指した機能訓練施設の開設、コンビニエンスストアと連携した健康管理サービスの実施、スポーツクラブ型のデイサービス、自治体の介護予防事業の受託、医療機関と連携したサービス等、シニア層を意識した数多くの取組が実施されている。

フィットネスクラブ会員の年齢別構成比の推移



参考: 全人口とフィットネスクラブ会員の年齢構成比及び変化幅(17年→22年)

| | | 17年 | 22年 | (17年→22年 変化幅) |
|-------|-------------|-------|-------|---------------|
| ～20歳代 | 全人口 | 31.1% | 28.6% | (▲2.5%ポイント) |
| | フィットネスクラブ会員 | 21.9% | 17.2% | (▲4.7%ポイント) |
| 30歳代 | 全人口 | 14.5% | 14.2% | (▲0.3%ポイント) |
| | フィットネスクラブ会員 | 24.1% | 20.7% | (▲3.4%ポイント) |
| 60歳～ | 全人口 | 26.8% | 30.7% | (+3.9%ポイント) |
| | フィットネスクラブ会員 | 19.1% | 24.9% | (+5.9%ポイント) |

資料: 総務省「国勢調査」、各社IR資料から作成。

(注) 1. 大手フィットネスクラブのうち、IR資料で会員の年齢別構成比を公表している3社(セントラルスポーツ株式会社、株式会社ルネサンス、株式会社メガロス(21年～))について単純平均したもの。会員数を公表している企業が少ないため、構成比の単純平均であることに留意する必要がある。

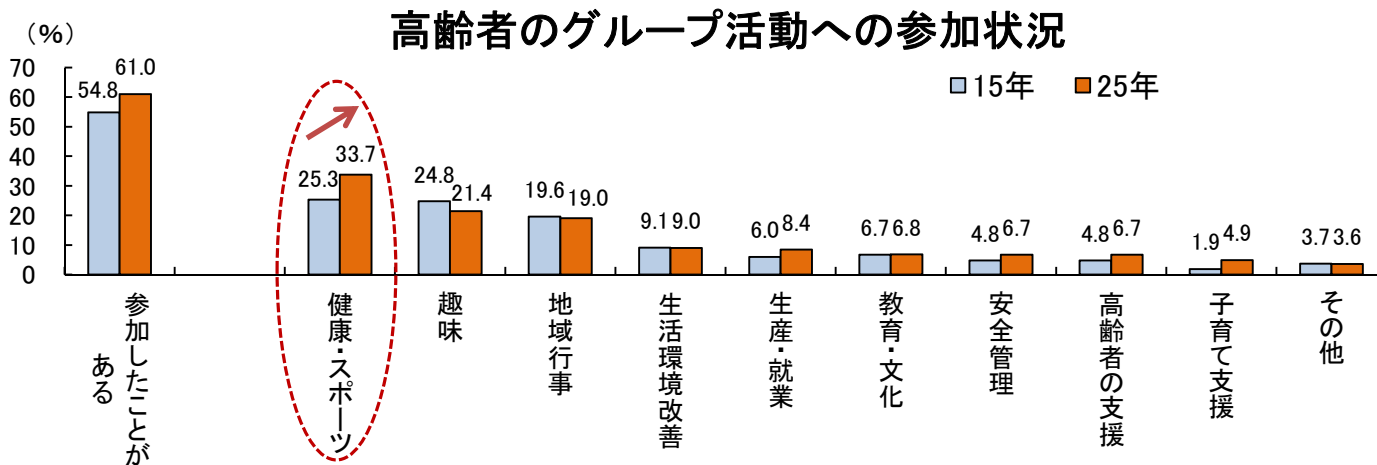
2. 各年3月末の数字。

資料: 各社IR資料から作成。

左記グラフは、元データの更新、公表が行われておらず、更新できなくなりました。ご承知おきください。(平成29年3月追記)

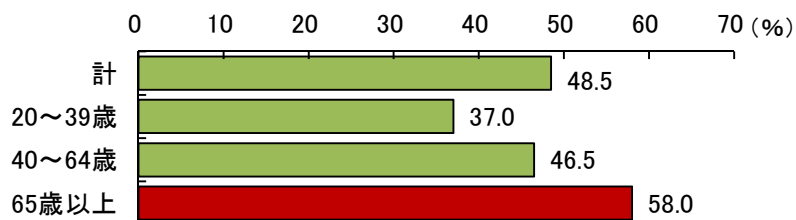
シニア層のスポーツ志向、健康志向の高まり①

- 内閣府の「平成26年版高齢社会白書」によれば、60歳以上の高齢者のうち約6割がグループ活動に参加しており、「健康・スポーツ」活動への参加は10年前と比較して8.4ポイント増加している。
- 厚生労働省の「平成26年版厚生労働白書」によれば、65歳以上の高齢者の健康意識は他の年代と比較して高く、健康のために「運動やスポーツをするようにしている」人も他の年代と比較して多い。また、年齢が高くなるにつれて、健康に対する出費に積極的という傾向が見受けられる。



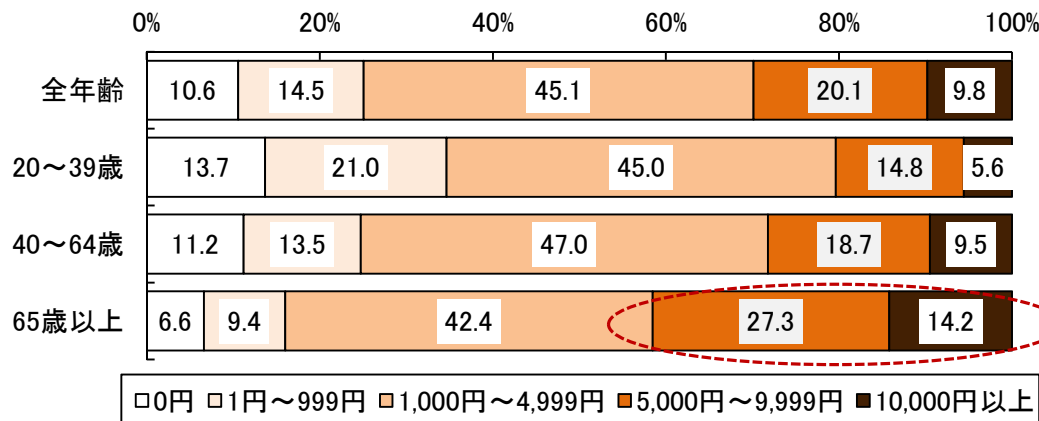
(注) 調査対象は全国の60歳以上の男女。資料: 内閣府「平成26年版高齢社会白書」から作成。

健康のために「運動やスポーツをするようにしている」と回答した人の割合



(注) 健康に気をつけるよう意識していると回答した人のうち、「運動やスポーツをするようにしている」と回答した人の割合。資料: 厚生労働省「平成26年版厚生労働白書」から作成。

健康のために支出してもよい額

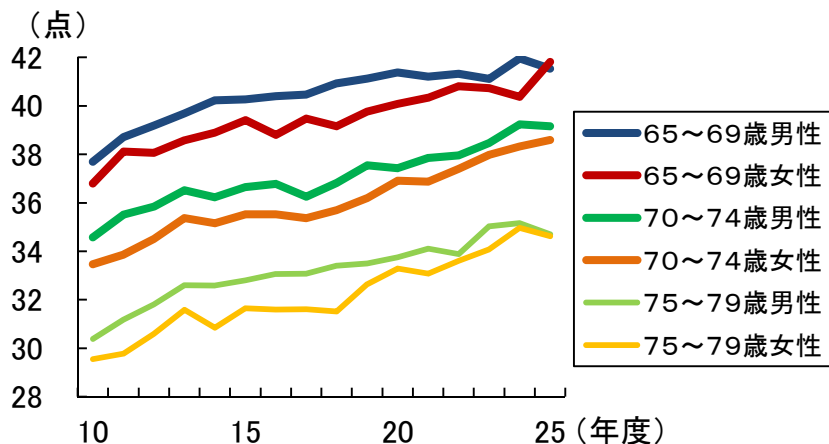


資料: 厚生労働省「平成26年版厚生労働白書」から作成。

シニア層のスポーツ志向、健康志向の高まり②

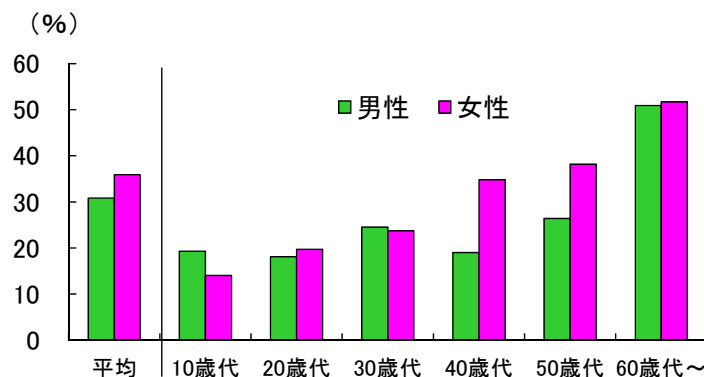
- 文部科学省の「2013年度体力・運動能力調査」の結果によれば、10年度(1998年度)から調査対象に含まれた65～69歳、70～74歳の女性の成績が、いずれも過去最高水準となっている。

体力・運動能力調査の合計点の推移(65歳～)



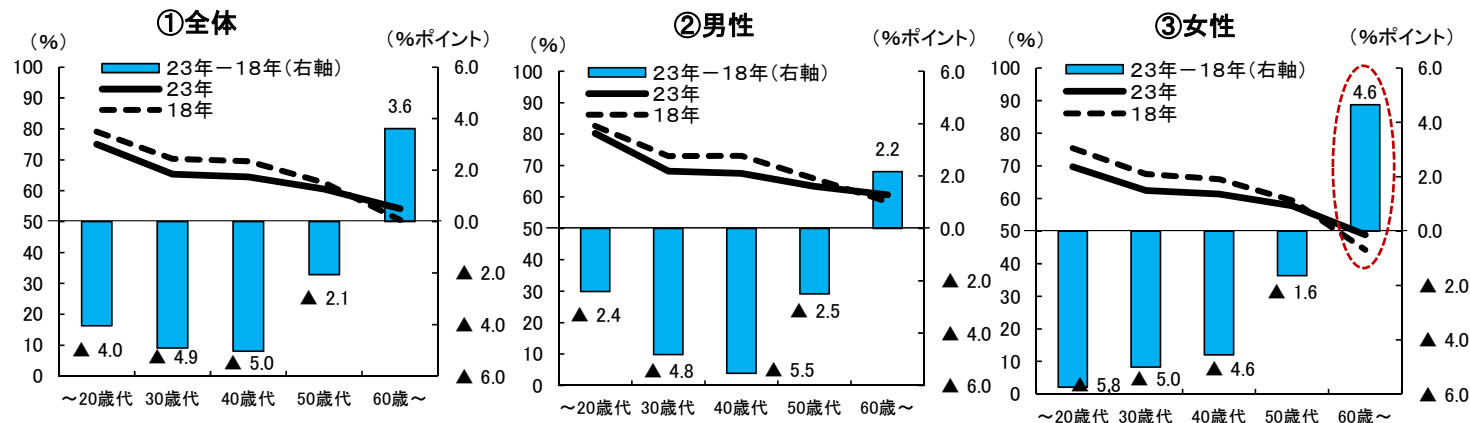
(注) 握力、上体起こし、長座体前屈、開眼片足立ち、10m障害物歩行、6分間歩行の6項目の合計点(60点満点)。
資料: 文部科学省「2013年度体力・運動能力調査」から作成。

参考: 男女別、年齢別 余暇活動の「健康志向」比率 (24年年間回顧より)



資料: 公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2012」から作成。

参考: 年齢階級別「スポーツ」の行動者率の変化(18年→23年、24年年間回顧より)

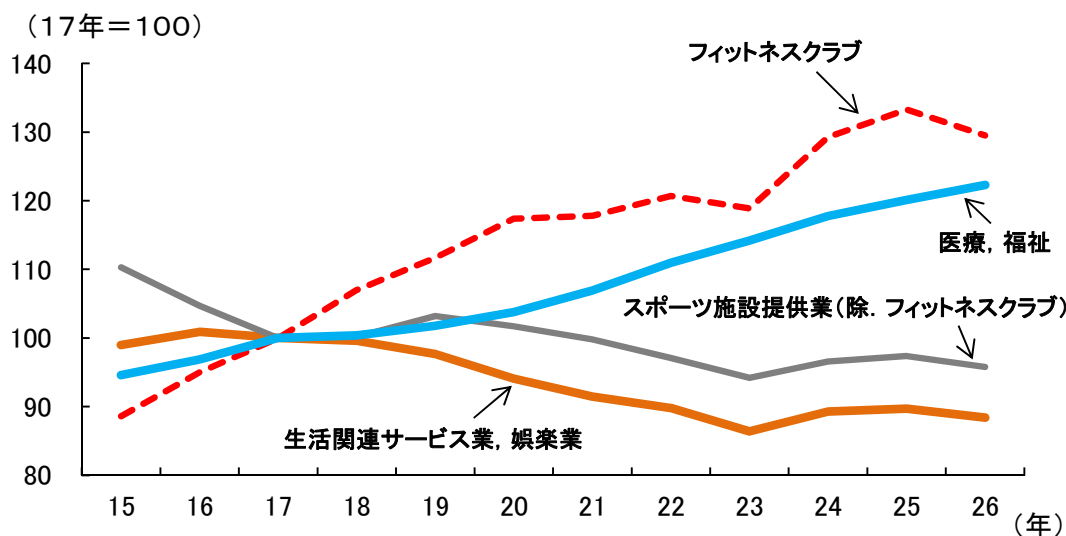


資料: 総務省「社会生活基本調査」から作成。

「生活関連サービス業、娯楽業」ではなく、「医療、福祉」との相関が強い「フィットネスクラブ」①

- 「フィットネスクラブ」は「生活関連サービス業、娯楽業」という位置付けから、「健康産業」として、「医療、福祉」に近い存在になっているとも言えるのではないかと思われる。
- 第3次産業活動指数(17年=100)で、「フィットネスクラブ」と「生活関連サービス業、娯楽業」の動向を比較してみると両者は全く異なる動きを示している。
- 「フィットネスクラブ」は、景気感応度が低く、緩やかな上昇を続ける「医療、福祉」に近い動きを示している。

「フィットネスクラブ」、「スポーツ施設提供業(除. フィットネスクラブ)」と「生活関連サービス業、娯楽業」、「医療、福祉」の推移及び関係

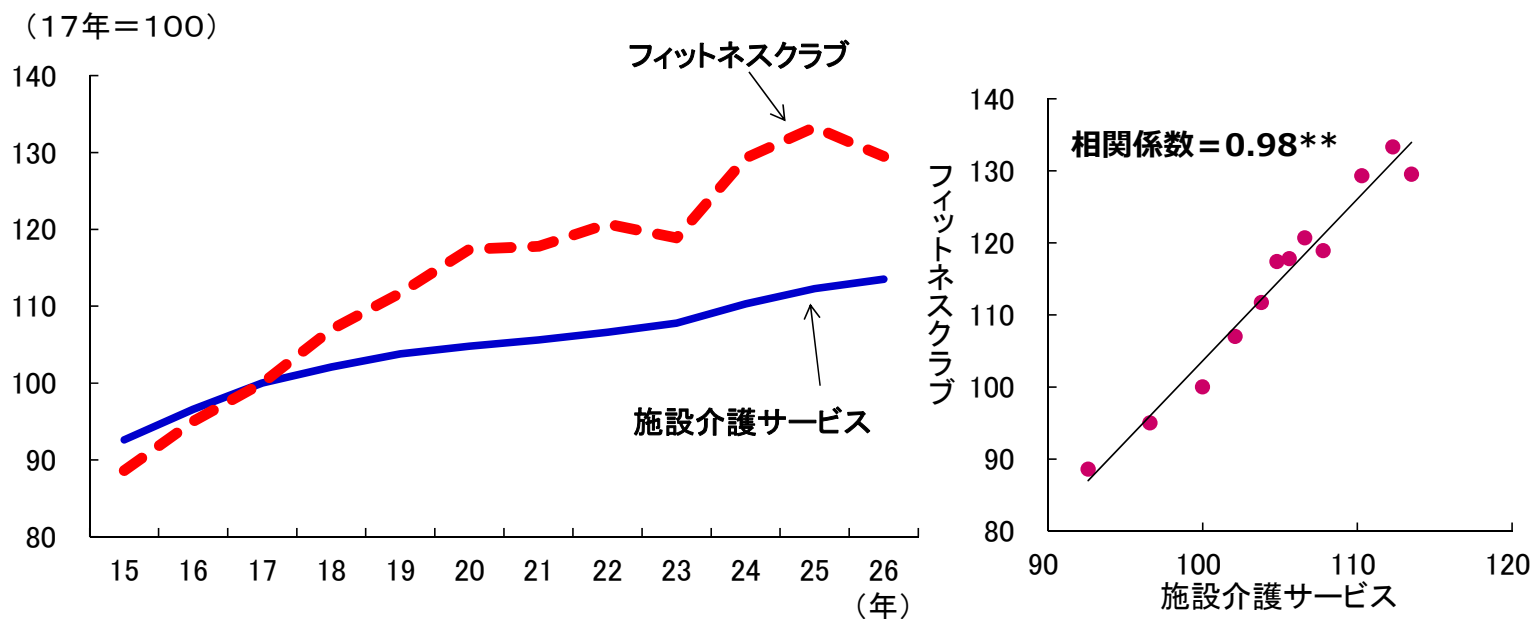


| 業種名 | | 相関係数 |
|-----------------------------|---------------|---------|
| フィットネスクラブ | 生活関連サービス業、娯楽業 | ▲0.86** |
| | 医療、福祉 | 0.94** |
| スポーツ施設提供業 (除. フィットネスクラブ) | 生活関連サービス業、娯楽業 | 0.79** |
| | 医療、福祉 | ▲0.84** |

- (注) 1. 「スポーツ施設提供業(除. フィットネスクラブ)」は、ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場を加重平均して作成。
 2. 相関係数の「**」は有意水準1%で有意であることを示す。
 資料: 経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

「生活関連サービス業、娯楽業」ではなく、「医療、福祉」との相関が強い「フィットネスクラブ」②

「フィットネスクラブ」と「施設介護サービス」の推移及び相関関係



(注) 1. 第3次産業活動指数の「フィットネスクラブ」は特定サービス産業動態統計の「フィットネスクラブ利用者数」、「施設介護サービス」は厚生労働省の介護給付費実態調査の「施設介護サービス受給者数」に基づき作成されている。

2. 相関係数の「**」は有意水準1%で有意であることを示す。

資料: 経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

都道府県別にみたフィットネスクラブ事業所数、利用者数、売上金額

- 24年経済センサス-活動調査によれば、全国のフィットネスクラブの事業所数は3,760、利用者数(延べ利用者数)は2億177万人、売上金額は3,754億9,100万円である。
- それぞれの項目について、上位5都道府県を見てみると、全ての項目で「東京都」が最も多くなっている。
- 「東京都」は、全国のフィットネスクラブの事業所数の13%、利用者数の22%、売上金額の28%を占めている。

フィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額(全国、上位5都道府県)

| 事業所数 | | |
|------|------|-------|
| 全 国 | | 3,760 |
| 1 | 東京都 | 489 |
| 2 | 神奈川県 | 282 |
| 3 | 愛知県 | 273 |
| 4 | 大阪府 | 247 |
| 5 | 埼玉県 | 222 |

| 利用者数(万人) | | |
|----------|------|--------|
| 全 国 | | 20,177 |
| 1 | 東京都 | 4,508 |
| 2 | 神奈川県 | 2,282 |
| 3 | 大阪府 | 1,853 |
| 4 | 埼玉県 | 1,413 |
| 5 | 千葉県 | 1,192 |

| 売上金額(百万円) | | |
|-----------|------|---------|
| 全 国 | | 375,491 |
| 1 | 東京都 | 103,642 |
| 2 | 神奈川県 | 45,200 |
| 3 | 愛知県 | 28,606 |
| 4 | 大阪府 | 27,855 |
| 5 | 埼玉県 | 23,517 |

(注) 1. 事業所数は24年2月1日現在の数値。利用者数は23年1～12月までの1年間の延べ利用者数。売上金額は23年1～12月までの1年間の数値。

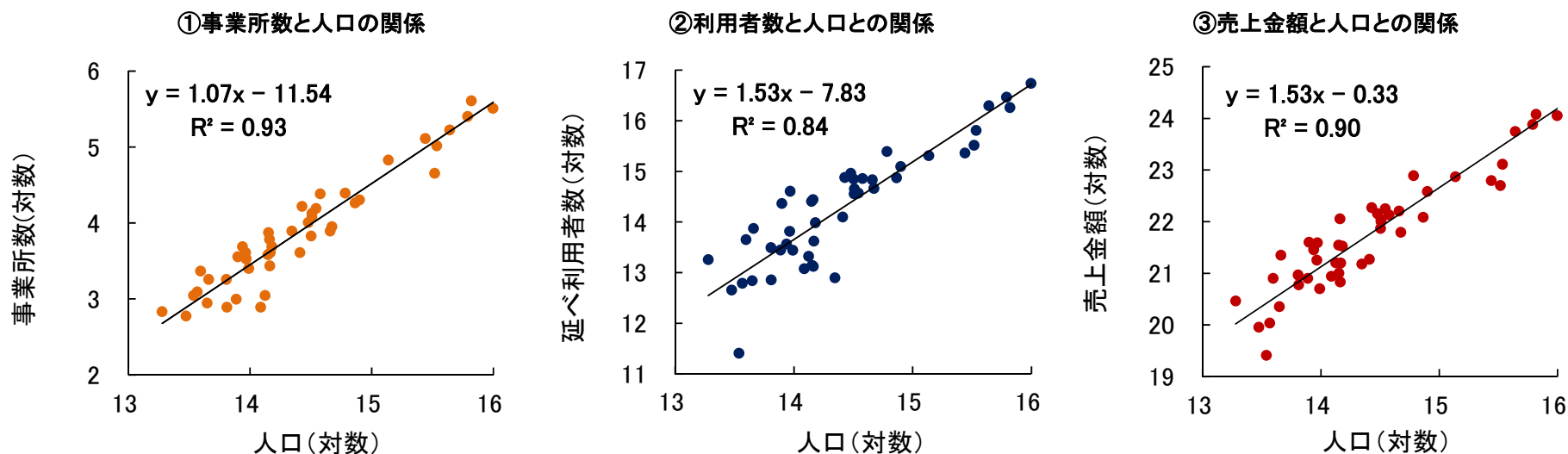
2. 事業所数は産業横断的集計結果、利用者数と売上金額は産業別集計結果の数値を使用。

資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」から作成。

都道府県別にみたフィットネスクラブ事業所数、利用者数、売上金額と人口の関係

- 都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額と人口との間には正の相関関係が見られる。
- 人口の多い地域は、フィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額も多くなっている。
- 人口を説明変数、フィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額を被説明変数として関数を推計してみると、人口が1%増加(減少)すると、フィットネスクラブの事業所は1.07%増加(減少)、利用者数は1.53%増加(減少)、売上金額は1.53%増加(減少)するという結果が得られる。

都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額と人口との関係



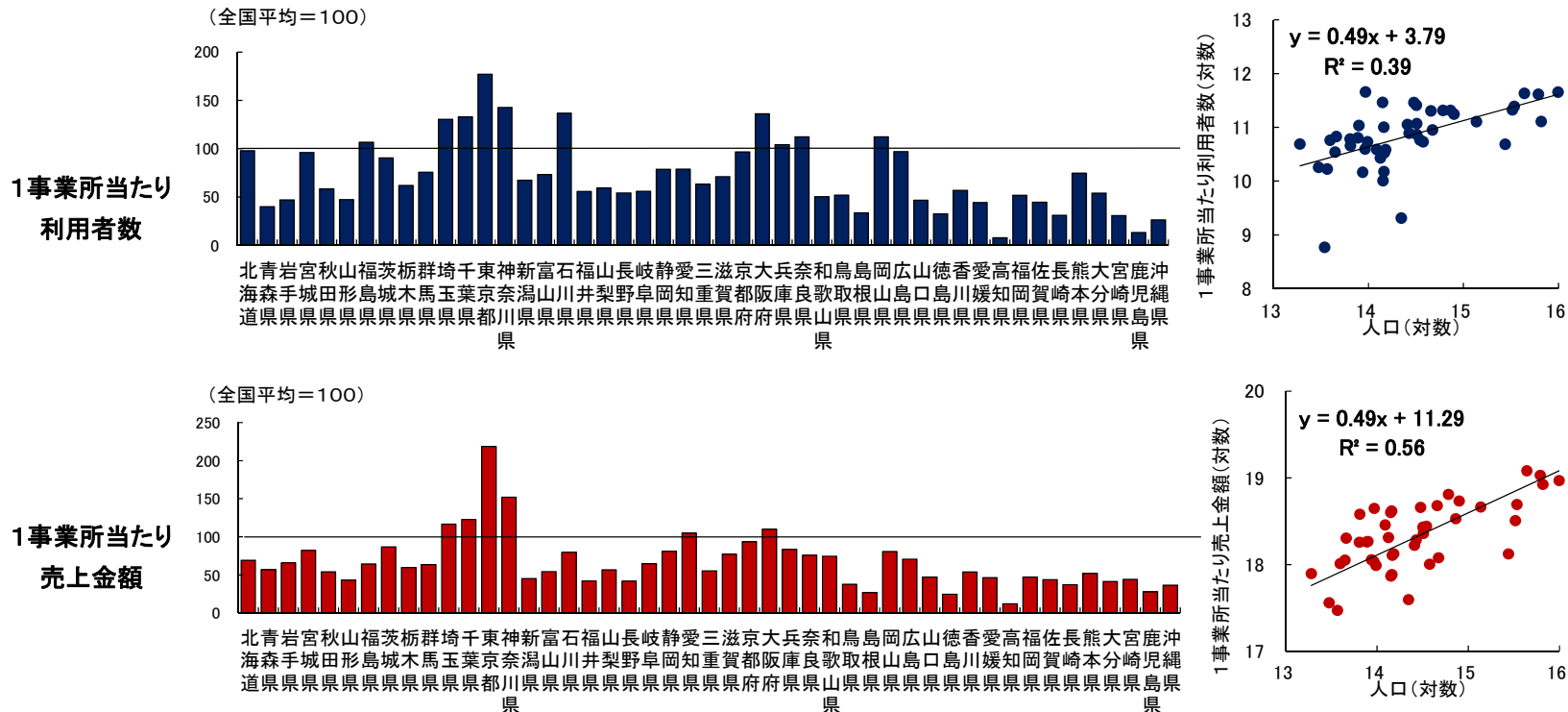
- (注) 1. 事業所数は24年2月1日現在の数値。利用者数は23年1～12月までの1年間の延べ利用者数。売上金額は23年1～12月までの1年間の数値。
人口は23年10月1日現在の推計値。
2. 事業所数は産業横断的集計結果、利用者数と売上金額は産業別集計結果の数値を使用。
3. 数値は全て対数化。
4. 47都道府県の数値をプロットして作成。

資料: 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」、総務省「人口推計」から作成。

都道府県別にみたフィットネスクラブの1事業所当たりの利用者数、1事業所当たりの売上金額、利用者1人当たり売上金額と人口の関係

- 1事業所当たりで見ても、フィットネスクラブの利用者数、売上金額と人口との間には正の相関関係がある。人口の集積地域では、フィットネスクラブの事業規模が大きくなっている。
- 人口を説明変数、フィットネスクラブの1事業所当たり利用者数、1事業所当たり売上金額を被説明変数として関数を推計してみると、人口が1%増加(減少)すると、フィットネスクラブの1事業所当たり利用者数は0.49%増加(減少)、1事業所当たり売上金額は0.49%増加(減少)するという結果が得られる。

都道府県別にみたフィットネスクラブの1事業所当たり利用者数、1事業所当たり売上金額と人口の関係

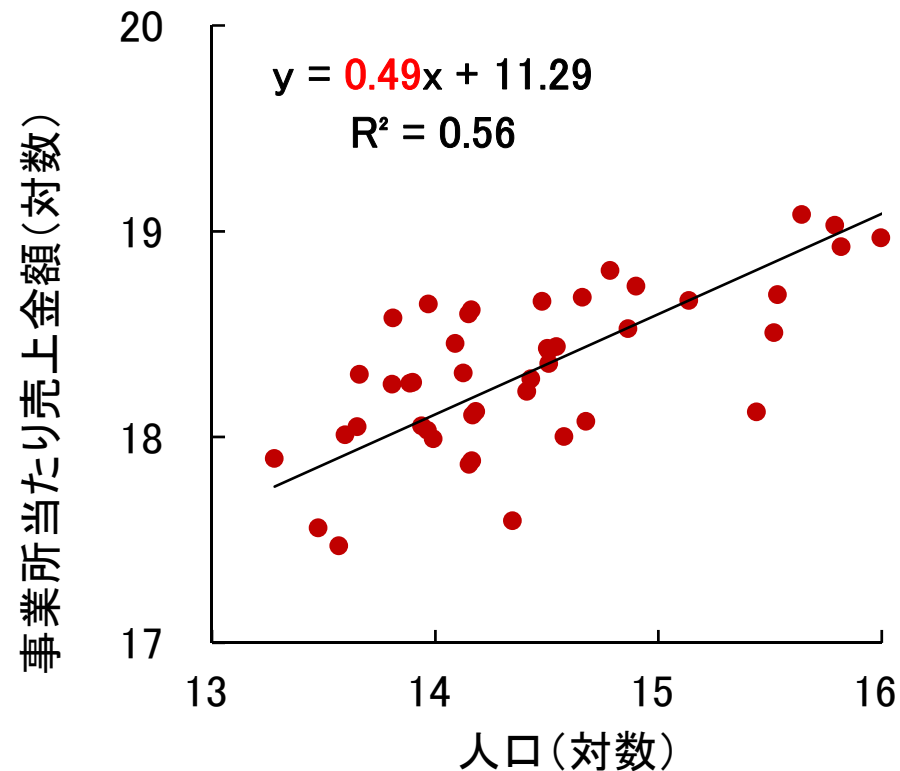


(注) 1. 事業所数は24年2月1日現在の数値。利用者数は23年1～12月までの1年間の延べ利用者数。売上金額は23年1～12月までの1年間の数値。人口は23年10月1日現在の推計値。
 2. すべて産業別集計結果の数値を使用。
 3. 左のグラフは、数値を指数化(全国平均=100)
 4. 右のグラフは、数値を対数化。
 5. 右のグラフは、47都道府県の数値をプロットして作成。
 資料：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」、総務省「人口推計」から作成。

都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、1事業所当たりの売上金額と人口の関係①

- 売上金額は、1事業所当たりの売上金額に事業所数を乗じたものである。それぞれの変数が人口に正の相関を見せることから、売上金額の地域ごとの違いに人口が影響していることは明らかである。しかし、その場合、人口が事業規模を通じて売上金額に影響を及ぼす道筋と、事業所の数自体を通じて売上金額に影響を及ぼす道筋を考えなければならない。
- 今回、都道府県別にみた1事業所当たりの売上金額を被説明変数とした推計式の人口の係数は0.49となっている。

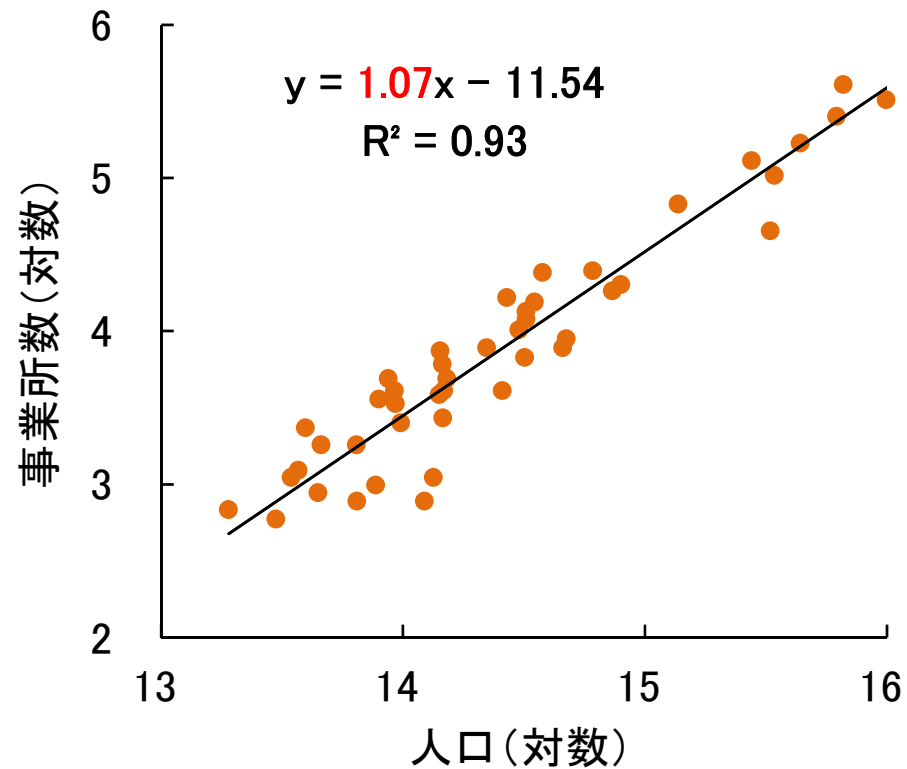
再掲：都道府県別にみたフィットネスクラブ1事業所当たり売上金額と人口の関係



都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、1事業所当たりの売上金額と人口の関係②

- 一方、都道府県別にみた事業所数を被説明変数とした推計式の人口の係数は1.07となっている。

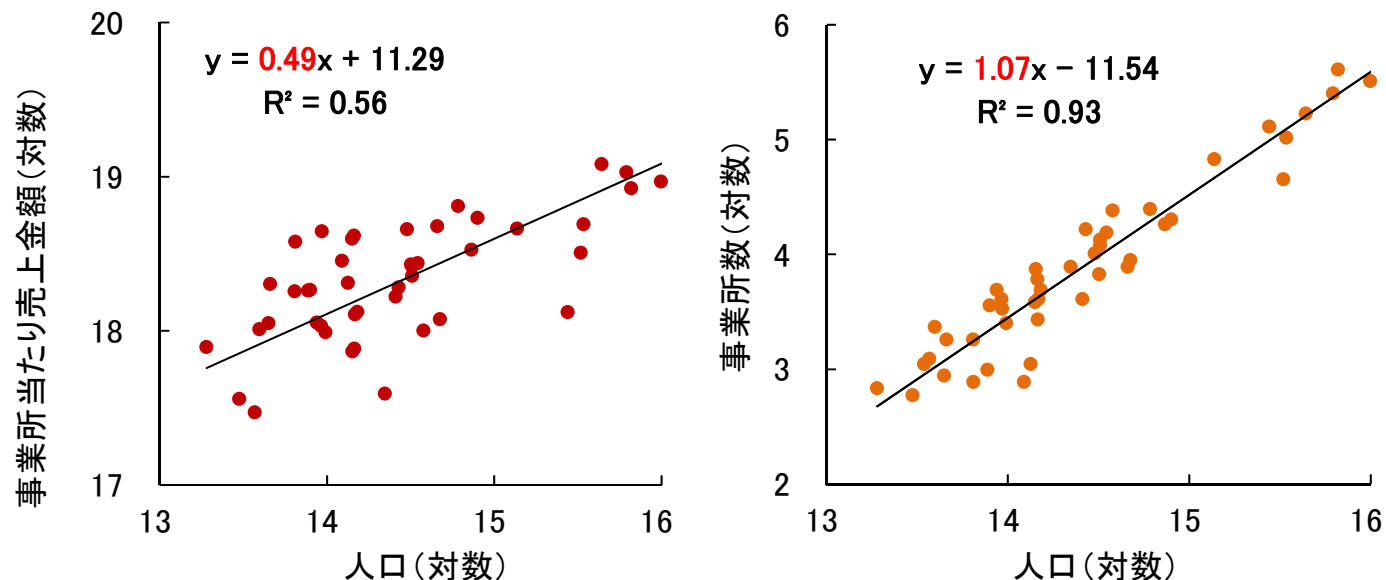
再掲：都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数と人口の関係



都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、1事業所当たりの売上金額と人口の関係③

- 1事業所当たりの売上金額を被説明変数とした推計式の人口の係数が0.49となった一方、事業所数を被説明変数とした推計式の人口の係数が1.07となったことは、人口が事業規模を通じて売上金額に及ぼす影響よりも、事業所数を通じて売上金額に及ぼす影響の方が大きいことを示していると考えられる。
- フィットネスクラブでは、事業規模のより大きい施設に集客してサービスを提供するよりも、人口に応じて事業所数を増加させてサービスを提供する方が、売上金額増加に強く作用することが推察される。

再掲：都道府県別にみたフィットネスクラブの事業所数、1事業所当たり売上金額と人口の関係

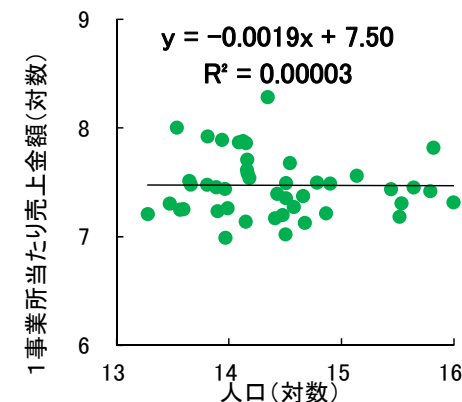
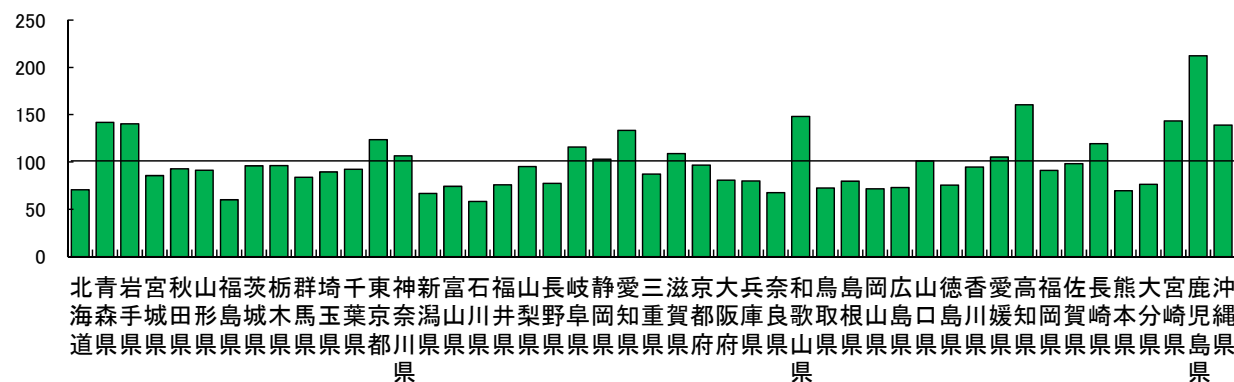


都道府県別にみたフィットネスクラブ利用者1人当たり売上金額と人口の関係

- フィットネスクラブ利用者1人当たり売上金額を全国平均=100として都道府県別に比較してみると、鹿児島県、高知県、和歌山県、宮崎県、青森県、岩手県等が全国平均より高くなっている。これら都道府県は、フィットネスクラブの事業所数が少ない地域でもある。
- 利用者1人当たり売上金額と人口との間に有意な相関関係は見られない。

都道府県別にみたフィットネスクラブの利用者1人当たり売上金額と人口の関係

(全国平均=100)



- (注) 1. 利用者数は23年1～12月までの1年間の延べ利用者数。売上金額は23年1～12月までの1年間の数値。
 2. 産業別集計結果の数値を使用。
 3. 左のグラフは、数値を指数化(全国平均=100)
 4. 右のグラフは、数値を対数化。
 5. 右のグラフは、47都道府県の数値をプロットして作成。

資料: 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査」から作成。

まとめ①

- 特定サービス産業動態統計のフィットネスクラブ利用者数(延べ利用者数)に基づき作成されている第3次産業活動指数(17年=100)の「フィットネスクラブ」は、15年以降、上昇傾向で推移している。26年は3年ぶりにマイナスに転じたが、スポーツ施設提供業の他の内訳業種と比較すると依然として高い水準にある。
- フィットネスクラブの売上高は、24年以降、3年連続で増加している。利用者一人当たり売上高は、25年までは減少傾向が続いていたが、26年は9年ぶりに増加に転じており、これまでの傾向に変化が生じている。
- 総務省の家計調査(二人以上世帯)から、「スポーツクラブ使用料」の世帯主の年齢階級別の特化係数を算出すると、世帯主が60歳代の世帯が1.61、70歳以上の世帯が1.14と他の年代と比べて高くなっている。この傾向は前回(24年)と同様である。
- 「スポーツクラブ使用料」に対する1世帯当たりの年間支出額は、世帯主が60歳代の世帯が7,194円と最も多く、「スポーツクラブ使用料」に対する支出額全体に占めるシェアも39.6%と最も大きい。この傾向は前回(24年)と同様である。
- フィットネスクラブでは、会員に占めるシニア層の割合が全人口の年齢別構成比の変化幅以上に上昇している。この傾向は25年以降も続いている。26年は60歳以上の会員比率が30.3%と年齢別で最も高くなっており、フィットネスクラブでは介護予防の効果に着目したサービス等、シニア層を意識した数多くの取組が実施されている。

まとめ②

- シニア層のスポーツ志向、健康志向は引き続き高まりを見せている。運動するシニア層の増加によって、実際に60～74歳の女性を中心に体力・運動能力も上昇している。
- このような流れの中で、「フィットネスクラブ」は「生活関連サービス業、娯楽業」という位置付けから、「健康産業」として、「医療、福祉」に近い存在になっているとも言えるのではないかとと思われる。
- 第3次産業活動指数(17年=100)で、「フィットネスクラブ」と「生活関連サービス業、娯楽業」の動向を比較してみると両者は全く異なる動きを示している。「フィットネスクラブ」は、景気感応度が低く、緩やかな上昇を続ける「医療、福祉」、「施設介護サービス」に近い動きを示している。
- 人口の多い地域は、フィットネスクラブの事業所数、利用者数、売上金額も多くなっている。しかしながら、人口と客単価との間に明瞭な関係は無く、フィットネスクラブの売上金額増は人口の集積に伴う利用者数の増加によるものと考えられる。
- フィットネスクラブは、その地域の人口に応じた事業所数を供給側が配置することで売上金額が増える構造にあることが推察される。
- 「日本再興戦略」改定2014(26年6月24日)では、「健康産業の活性化と質の高いヘルスケアサービスの提供」が政策の柱として掲げられている。フィットネスクラブが健康産業としてどのように成長していくのか、今後の動向が注目される。