

九州におけるフィットネスクラブの立地に関する研究

山崎 利夫*

Locational Process of Fitness Clubs in the Kyushu Area

Toshio YAMAZKI*

Abstract

Fitness Clubs enjoyed a boom in the 80s, especially in the late 80s, in Japan. In 1988, 224 new clubs had opened, the largest number in history. However, there was a long economic slowdown in the 90s. That affected fitness club business seriously. As small as 58 new clubs opened in 1994. As of December 1994, there was 1621 fitness clubs in Japan.

Each region of Japan has its own character. In this study, I focused on the fitness clubs in the Kyushu region, the south-most region of Japan, and examined the locational process of fitness clubs in this region. Currently, there are 113 fitness clubs in this region. From this study the following results were obtained:

- 1) The majority of fitness clubs were located in the more populated areas. More than two-third of the fitness clubs were located in the mid-sized or large cities.
- 2) In terms of population per resident in each prefecture, Nagasaki Prefecture was the smallest, approximately a third as small as Saga Prefecture.
- 3) There was a significant difference in the rate of major nationwide fitness club chains between small-sized and large-sized cities.
- 4) There was no significant difference in the trend of opening of new fitness clubs by the size of the cities.

Key words: *Fitness Club, Locational Process of Fitness Clubs, Kyushu Region, Nationwide Fitness Club Chain*

序 言

マーケティング目標を効果的に達成するには、市場分析の5Pが重要といわれる。5Pは、「何を(Product)、いくらで(Price)、どこで(Place)、いかにして(Promotion)、どうデータを処理するか(Processing)」からなる¹⁾。場所(Place)はどこで売ったりサービスを提供するかという「立地点」、それにどの場所や人々に売るかという「市場」がある。GIS (Geographic Information System

:地理情報システム)は、位置に規定された現象を表示・分析するのが得意であるから、マーケティングでは立地点と市場の2つの場所をGISで表示・分析することが可能である。具体的には、スーパーやコンビニ、それに最近急増している郊外の道路沿いの専門店といった小売商業施設が新しく店舗を計画する際に適当な立地点を探したり、既存店の立地傾向を分析するのにGISが重要な役割を果たす²⁾³⁾。

経済地理学の分野では、都市の立地、工業立

*鹿屋体育大学 National Institute of Fitness and Sports in Kanoya, Kagoshima, Japan.

地、商業立地などについて多くの研究が行われている。小売商業については、主に都市再開発や大規模小売店舗の出店による影響の評価、スーパーや百貨店の立地動向の分析などにその成果が応用されている⁴⁾。森川はスーパーや百貨店を各企業ごとに店舗網がどのような地域に広がっているかを検討している。ここでは、大型小売店(特にスーパー)の展開は一般企業の支店・営業所立地展開とは著しく異なっていることが報告されている⁵⁾。また、伊東や村上は大型小売店の全国的な店舗展開について考察し、都道府県別の立地動向、分布状況それに企業個別の立地パターンなど、店舗展開の実態を明らかにしている⁶⁾⁷⁾。そのほかにも、大都市圏における大型小売店の立地動向などの研究が数多く積み重ねられてきた⁸⁾⁹⁾。

体育・スポーツの分野についてみると、フィットネスクラブの全国的な傾向の分析や予測が行われているものの、簡単な分析や報告にとどまっているに過ぎない¹⁰⁾。黒田らは、全国の民間フィットネスクラブを立地特性で都市型、郊外型、それに住宅地接近型の3タイプに分け、立地特性からフィットネスクラブの特徴を明らかにしている¹¹⁾。広富は、スポーツ施設として群馬県内にある野球場を取りあげ、立地状況について報告し、望ましい立地条件と自然環境を考慮したスポーツ施設のあり方を検討している¹²⁾。また、田原らは、愛知県豊田市の市営体育館の特徴と利用者の居住分布の関係を検討し、複合型体育館は、標準型体育館よりも遠くから利用者を集めることが可能であることを明らかにしている¹³⁾。新名は公共の屋内プールを対象として水泳教室の応募者と一般利用者の居住分布を比較し、特定の施設がどれだけの範囲から集客できるか明らかにし、スポーツ施設の配置の適性基準を探っている¹⁴⁾。しかし、こうした研究では具体的な立地条件や施設の立地を規定する要因は明らかにされていない。

以上のように、立地に関する研究は、スーパーを中心とした小売商業の立地分析の研究がほとんどを占めている。スポーツ・体育施設については立地条件やサービス圏に関する研究はいくつか見られるが、いずれもが立地や分布の動向に関する

研究ではない。そこで、本研究では経済地理学的手法を用い、対象を九州地方に立地する民間フィットネスクラブとして、それらの立地の動向について明らかにすることを目的とした。

研究方法

1. 研究対象

本研究は地域を九州地方に絞り、そこに立地するフィットネスクラブを取りあげ、それらの立地する都市や県、開業年代、経営母体などに焦点を当てて立地動向の分析を試みた。ところで、同じ九州内でも県や地方(北九州対南九州など)によって相違が見られる。そこで、九州に位置する対照的な2県(鹿児島県と福岡県)を取りあげ、両県におけるフィットネスクラブの立地動向を比較・検討した。鹿児島県と福岡県を比較対象としたのは次の3つの理由からである。(1)県民の所得水準格差が最も大きい(1991年の1人当たり県民所得は福岡県2716千円、鹿児島県2228千円)、(2)政令指定都市の有無、(3)九州の県同士では距離が最も離れている。

2. 研究方法

(株)ハートフィールド・アソシエイツ発行の「全国フィットネスクラブ名鑑1995」¹⁵⁾と体力健康新聞の1994年12月号をもとに、1994年12月末現在における九州地方に立地するフィットネスクラブすべてに関するデータを収集した¹⁶⁾。収集データは、クラブ名、住所(県と区市町村名)、開業年、経営母体、立地する都市や県の人口などである。施設の構成や会員数が不明であったり、会員か若干名といった施設は調査対象から除外した。なお、人口に関するデータは、自治省行政局編の「平成6年度住民基本台帳人口要覧」から引用した¹⁷⁾。

次に、MacintoshのGIS(地理情報システム)ソフトであるMapGrafixを用いて九州の地図をコンピュータ上に作成し、その上に県の境界線、政令指定都市、県庁所在地の区域を描いた。さらに、その地図上に九州地方のフィットネスクラブの位置を落した。つぎに、県別、都市の人口規模別、開業の年代別、それに経営母体別で施設の立

地動向を分析・検討した。最後に、鹿児島県と福岡県の2県を取り上げて比較・検討した。

ところで、本研究では次の4つの条件のすべて備えた運動施設をフィットネスクラブとした¹⁶⁾。

- ①会員制の運営形態である。
- ②専任の指導者が常駐している。
- ③トレーニングジム、ダンススタジオ、屋内プールのうち2つ以上を備えている。
- ④営利目的である。

なお、ボディビルジムとボディビル主体のトレーニングセンター的な施設、クアハウスやクアハウスのようなもの、リゾート色の強いもの、それに痩身やメディカルの色彩の濃い施設は対象から外した。

3. 結果と考察

(1)人口規模別の立地動向

1994年12月末現在、九州地方にはフィットネスクラブが113施設存在する。政令指定都市の北九

州市と各県庁所在地7市にある施設数は71と全体の62.8%を占めている。施設数を都市規模別で見ると、50万人以上の都市で50(44.2%)、20万人以上では73(64.6%)あった。中規模以上の都市へのフィットネスクラブの集中ぶりがうかがえる。20万人未満の市も含めると市政を施行している地域が実に92.9%も占め、町か村に位置するクラブ数は8(7.1%)と極端に少なかった(表1、図1を参照)。

ところで、九州全体で人口20万人以上の都市について、1施設当たりの人口を計算すると6万9千

表1 都市規模別のフィットネスクラブの数

都市規模(人口)	表記	都市数	施設数	パーセント	累積%
政令指定都市	核	2	31	27.4	27.4
政令指定都市以外で50万人以上の市	大	2	19	16.8	44.2
20万人以上、50万人未満の市	中	5	23	20.4	64.6
20万人未満の市	小	23	32	28.3	92.9
町・村	他	7	8	7.1	100

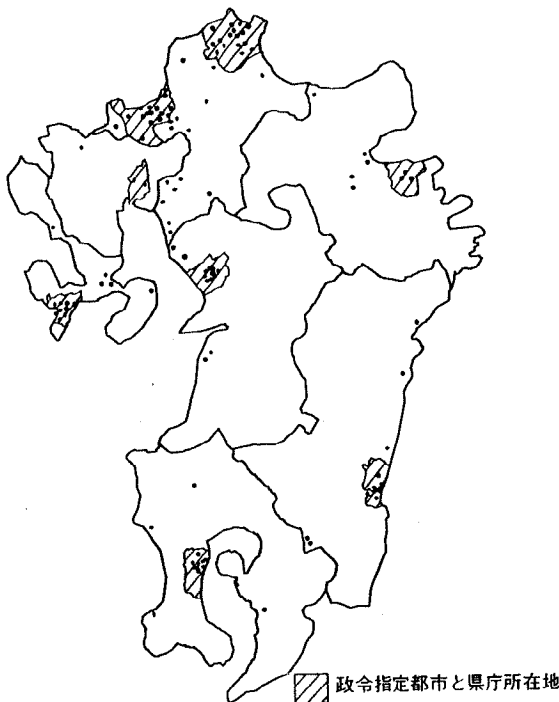


図1 九州におけるフィットネスクラブの立地状況

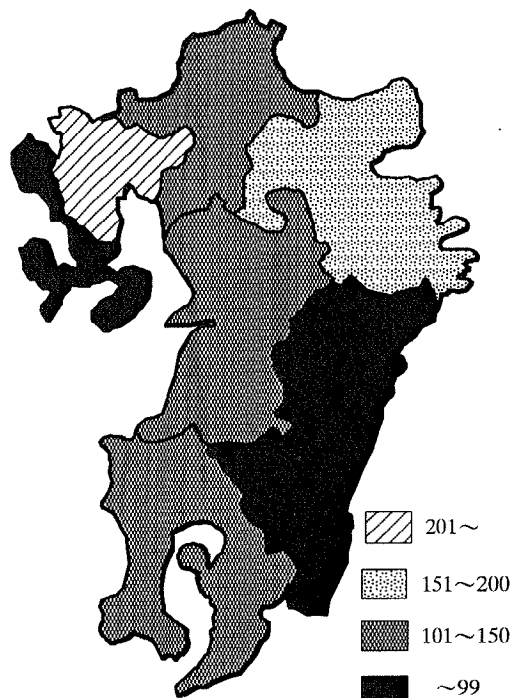


図2 フィットネスクラブ1施設当たりの県民人口(単位:千人)

人なのに対し、20万人以下の市町村では20万人と3倍弱の人口であった。このように九州のフィットネスクラブの多くは市部（特に中規模以上）に位置しており、これらの地域での競争状態が激しいことは明らかであろう。

(2) 県別の立地動向

県別に見たフィットネスクラブの施設数は、政令指定都市を2市抱える福岡県が47と圧倒的に多く、その次に長崎県(15)、熊本県(14)、宮崎県(13)、鹿児島県(13)が並び、大分県(8)、佐賀県(3)が続いている(表2を参照)。県同士の人口格差が大きいため、各県について1施設当たりの県民人口を表した(図2、表2を参照)。この数字は宮崎県と長崎県が共に10万人以下と小さく、福岡県、鹿児島県、熊本県、大分県、そして佐賀県と続いている。最小の宮崎県(94千人)と最大の佐賀県(294千人)とでは3倍以上の開きがみられた。宮崎と長崎の両県は、県庁所在地に施設が集中しており(宮崎市に7施設、長崎市に9施設)、他の市町村では施設が少ない。よって両県は1施設当り人口が少ないからといって、フィットネスクラブが相対的に多いとは必ずしも結論できない。

(3) 施設の開業年代

表3は立地する都市の人口規模別に見たフィットネスクラブの施設数の開業年代の割合を示している。こ

こでは、市町村を人口規模(50万人以上と50万人未満)で大きく区分した。九州にある人口50万人以上の都市は福岡市、北九州市、熊本市、それに鹿児島市の4市である。これらの都市では、90年代に入ると、施設の新規開業が大きく減少傾向に転じている。これは全国的な傾向と一致している。これに対し、50万人以下の地域ではほぼ横ばい傾向で、新規開業数は落ち込んでいない。カイ二乗検定を行った結果、有意水準5%で人口規模とクラブの開業年代の傾向には関連性が見られた。つまり、都市の規模とフィットネスクラブの開業年代の間には何らかの関連があることがわかった。

表4は、鹿児島県と福岡県における年代別の

表2 県別のフィットネスクラブの数

県名	人口(千人)	施設数	人口/施設	施設数対全国比
福岡県	4,849	47	103	2.5%
大分県	1,241	8	155	0.4%
佐賀県	882	3	294	0.2%
長崎県	1,410	15	94	0.8%
熊本県	1,859	14	133	0.8%
宮崎県	1,184	13	91	0.8%
鹿児島県	1,594	13	123	0.8%
九州全体	13,019	113	115	6.1%

※フィットネスクラブが存在しない離島の人口は差し引いた。

表3 都市規模別のフィットネスクラブの開業年代

	～84年	85～89年	90～94年
50万人未満	6	28	29
50万人以上	11	26	13

$$\chi^2 = 6.27 \text{ (df=2, } P < 0.05)$$

表4 2県におけるフィットネスクラブの開業年代

	～84年	85～89年	90～94年
福岡県 (n=47)	8	27	12
鹿児島県 (n=13)	2	5	6

$$\chi^2 = 1.78 \text{ (df=2, n.s.)}$$

表5 県別のフィットネスクラブの経営母体

県名	2大都市圏企業	それ以外	f ₁ -比率
福岡県	8	39	17.0%
大分県	2	6	25.0%
佐賀県	0	3	0.0%
長崎県	3	12	20.0%
熊本県	4	10	28.6%
宮崎県	1	12	7.7%
鹿児島県	1	12	7.7%
九州全体	19	94	16.8%

フィットネスクラブの新規開業数を示したものである。共に1980年代後半までは増加傾向であった。ところが、福岡県は90年代は一転して減少傾向を

見せている。逆に鹿児島県はわずかながらも増加している。鹿児島県は福岡県のように全国的な傾向を反映していない。だが、開業年代についてカイ二乗検定を行なった結果、両県の間には有意差は見られなかった。

(4)経営母体

表5と図3は経営母体別で各県のフィットネスクラブの数を表わしたものである。ここでは、東京・千葉・神奈川のいずれかもしくは大阪に本社のある総合スポーツ施設の運営企業が2大都市圏企業を、その他は地元資本の企業を意味する。2大都市圏企業の割合は、九州全体でみると16.8%と全国における割合(16.2%)とほとんど変わらない。県別では熊本県が最高で28.6%、最低は佐賀県の0%と県による差が大きい。九州を地方別で見ると、南九州地方(鹿児島県、宮崎県)は7.7%と2大都市圏企業の割合が低い結果になった。これらの地方は大都市圏からの距離がより遠く、地元志向が強い土地柄で所得水準の低いことが相まって、2大都市圏の企業は出店を躊躇しているものと思われる。表6は鹿児島県と福岡県における経営母体別のクラブの数を示したものである。鹿児島県は2大都市圏企業の割合が福岡県の約半分である。しかし、カイ二乗検定の結果、両県に有意差が認められなかった。

表7は都市の規模別(人口20万人以上と20万人未満)でみた経営母体別の施設数を示している。カイ二乗検定を行った結果、5%水準で有意差がみられた。つまり、規模の大きい都市の方が2大都市圏企業の割合が高いといえる。

3. ま と め

本研究で分析・検討した結果、次のことが明らかになった。

- (1)九州地方に立地するフィットネスクラブは、全体の約3分の2が人口20万人以上の都市に、市政を敷いている地域に全体の9割以上が集中している。よって、1施設当たりの人口も都市の規模によって大きな差が見られた。
- (2)同じ九州でも県によって1施設当たりの人口に

表6 2県のフィットネスクラブの経営母体比率

県名	2大都市圏企業	地元企業	2大都市圏企業比率
福岡県	8	38	17.0%
鹿児島県	1	12	7.7%

$\chi^2=0.54$ (df=1, n.s.)

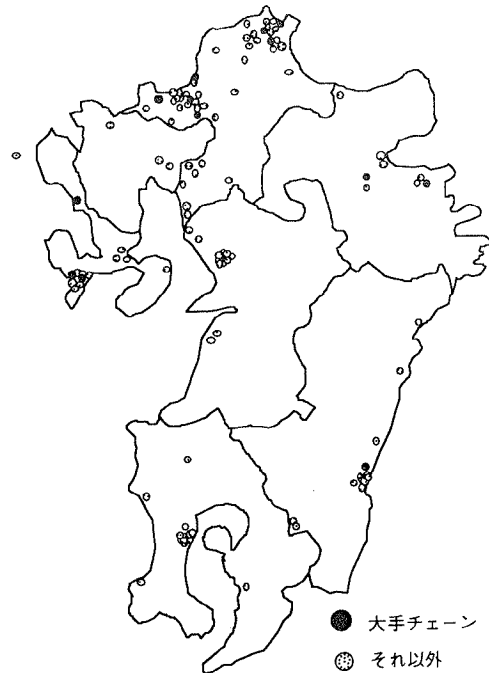


図3 経営母体別のフィットネスクラブの分布

表7 都市規模で見た九州のフィットネスクラブの経営母体

	2大都市圏企業	地元企業
20万人以上都市	16	57
20万人未満都市	3	37

$\chi^2=3.86$ (df=1, $P < 0.05$)

大きな開きがあった。だが、この数字が高い県は県庁所在地に施設が集中しており、県全体でみた相対的な施設数が多いとは言えない。

- (3)2大都市圏に本社を置く運営の大手企業の施設の割合は、九州全体で見ると全国平均とほとんど差はないが、九州では県によってバラツキが大きい。特に南九州地方での低さが目立つ。

(4)(3)でみた割合を都市規模別で見ると、規模の大きい都市のほうが大都市圏の企業の施設の割合が高かった。

(5)九州でも対照的な2県（鹿児島県と福岡県）を比較したところ、福岡県は全国的な傾向を強く反映して、90年代の新規施設開設のペースは低下しているのに対し、鹿児島県は逆にペースがわずかながら上昇していた。また、鹿児島県は2大都市圏の企業の施設の割合は福岡県の約半分と少なかった。

以上のように、同じ九州地方といっても、県、都市の規模、地方によってフィットネスクラブの立地動向が大きく異なっていることがわかった。今後は、同じ九州地方について、施設が立地している地域の特徴（人口密度、地価、住民の所得水準・職業等）と施設の種類・料金帯・経営状態などの関連を調べるなど、フィットネスクラブの立地条件や立地を規定する要因をさらに具体的かつ定量的に明らかにしていく必要がある。

参考・引用文献

- 1) 高阪宏行：行政とビジネスのための地理情報システム、古今書院、1994.
- 2) 高阪宏行：マーケティングと地理情報科学、GIS 一理論と応用、Vol.3, No. 2, pp45・52, 1995.
- 3) 貞広幸雄：GISを用いたチェーン型商業施設の立地傾向分析、GIS 一理論と応用、Vol. 2, No. 1, pp.109-116, 1994.
- 4) 荒井良雄：大都市圏における小売商業の立地動向と大規模小売店の役割、東京大学教養学部人文科学紀要、第7号、1981.
- 5) 森川洋：都市システムとの関連からみた大型小売店の立地展開、経済地理学年報、Vol. 39, No. 2, 1993.
- 6) 伊東理：大都市における小売商業の分布と地域構造、地理学評論、Vol. 55, No. 9, pp. 614-633, 1982.
- 7) 村上研二：スーパーストアの立地動向、地理、Vol. 24, No. 10, pp. 21-30, 1974.
- 8) 香川勝俊：小都市における大型店立地の地域商業への影響、人文地理、Vol. 39, No. 3, 1986.
- 9) 根田克彦：大規模小売店の立地を契機とする周辺商業地の変化、東北地理、Vol. 41, No. 3, 1989.
- 10) Sports Business：地方市場の実態とポテンシャル、Vol. 12：No. 12, p p. 12-17, 1993.
- 11) 黒田次郎、田村浩志、金必勝：民間スポーツ施設に関する調査研究、日本体育学会第46会大会号、p424, 1995.
- 12) 広富隆史：野球場施設に立地状況に関する研究、日本体育学会第45会大会号A, p368, 1994.
- 13) 田原淳子、守能信次、永松昌樹：市営体育館の経営立地条件と住民のスポーツ移動に関する研究、スポーツ産業学研究、vol. 3, No. 1, pp. 1-7, 1993.
- 14) 新名謙二：公営プールのサービス圏に関する研究、東京大学教養学部体育学紀要、第28号、pp. 53-56, 1994.
- 15) 月刊フィットネスジャーナル：全国フィットネスクラブ名鑑1995、ハートフィールド・アソシエイツ、1995.
- 16) 体力健康新聞、平成6年のアスレ・ヘルスクラブの新設一覧、体力健康社、1994年12月号.
- 17) 自治省編：平成6年度住民基本台帳人口要覧、自治省行政局、1994.
- 18) Sports Business：通産省特定サービス産業実態調査速報、Vol. 13, No. 1, pp. 20-23, 1994.