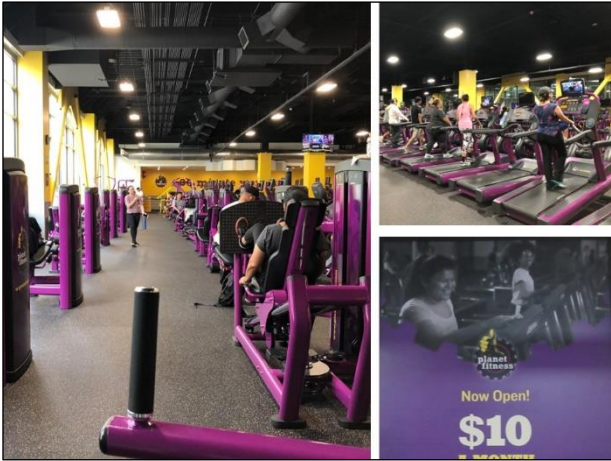




# Success! Weekly Letter

## 会員数世界 No.1 のスポーツジムの会員獲得戦略



これは、アメリカのあるスポーツジム会社の実話です。この会社は、1992年にスポーツジムを開業し、現在の会員数はなんと世界 No.1 です。

少し補足しますと、アメリカは世界で最もフィットネス会員数が多い国で、その数は7,000万人以上と日本の10倍以上に及びます。また、アメリカはフィットネスの企業間競争が非常に激しい国でもあります。このスポーツジムは、そのアメリカと世界において会員数 No.1 を達成し、今なおその会員数を増やし続けています。

このスポーツジムのように、フィットネス業界や理美容業界、小売業界、飲食業界などの店舗ビジネスでは、日本でも顧客獲得競争が激化しています。しかし、このスポーツジムが採用した戦略は、業界を問わず圧倒的な数の顧客を獲得しています。

例えば、理美容業界なら QB ハウス、小売業界ならユニクロ、飲食業界ならサイゼリヤが、同様の戦略で多くの顧客を引きつけています。このスポーツジムは、一体、何をしたのでしょ

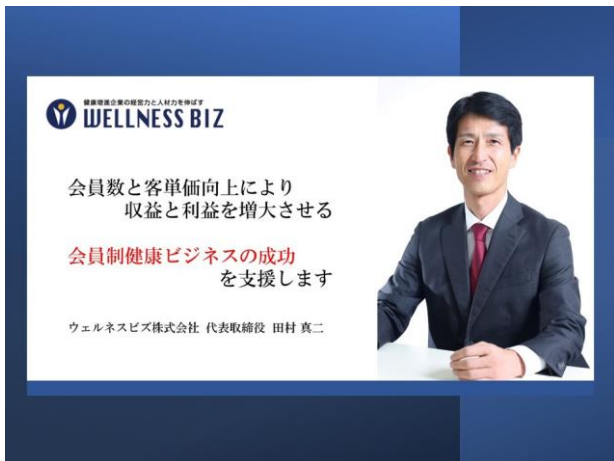
うか？

答えをお伝えする前に、このスポーツジムの創業者が、会員数を増やすうえでどのような問題意識を持ち、どのような解決策を考えたのかについてお伝えします。

「なぜこの町の8割以上の人々はジムに通わないのだろうか？」。1992年、アメリカでジムを創業したマイケル・グロンダール氏は、こう自問自答しました。彼は、その理由を「フィットネスに高いお金を払いたくない」「筋肉を見せつけるような人たちが苦手」という2点にあると考えました。そして1998年、彼はジムの運営方針を大幅に転換するとともに、**月会費を15ドルから業界最安値の「10ドル」に引き下げると、入会者と会員数が急増しました。**彼はフランチャイズ展開を通じて、全米および周辺国で急速に多店舗展開を進め、会員数はあっと言う間に世界トップへと成長しました。彼が創業したジム「プラネットフィットネス」が8月6日に発表した2024年6月30日時点の会員数は1,970万人、店舗数は2,617店舗に達しています。

1,000円カットで知られるQBハウス（現在は1,350円）、1998年にフリースを1,900円で発売したユニクロ、「ミラノ風ドリア」を300円（発売当初は480円）で販売するサイゼリヤなど、**圧倒的な低価格は多くの顧客を引きつけます。**このように、国民大衆が気軽に買える価格を、「ポピュラー・プライス」と表現します。プラネットフィットネスが会員数で世界 No.1 になれた最大の理由は、このポピュラー・プライスを**最初に**提供したことにあります。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

### お問い合わせ先

#### ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

### 免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。