



Success! Weekly Letter

競争が激化するフィットネス業界、その勝者と敗者の違い

競争時代における経営戦略～3C主義のアプローチ



今月上旬、セブン&アイ・ホールディングスがイトーヨーカ堂などのスーパー事業について、年内にも売却手続きを開始すると発表しました。以前からうわさされていたものの、同社の祖業であるイトーヨーカ堂もついに売却されることに…。

同様の事例は至る所で見られます。例えば、ショッピングモール内の専門店が撤退し、数カ月後には新しい専門店がオープンする。国道沿いの古くからあるラーメン店が閉店し、同じ場所に大手ラーメンチェーン店が出店する…。**ビジネス界が激しい生存競争の場である**ことは間違いありません。

フィットネス業界では、2010年代半ばまでに開業した多くの24時間ジムが、開業時や開業から数カ月で損益分岐点を超える会員数に達していました。しかし現在、存続の危機にあるジムも少なくありません。既に閉店や他企業に買収されたケースも複数もあります。現在、業界は競争にさらされており、今なお成長している24時間ジムは「ナンバー1の場所」を獲得した勝者ですが、将来もそれが保証されているわけではありません。

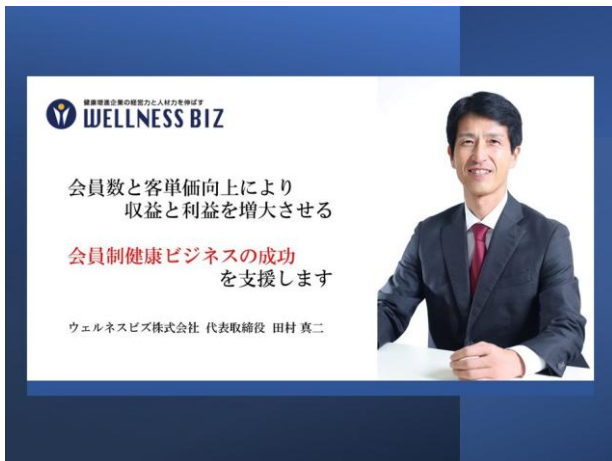
24時間ジムは全国で5,000店舗を超える規模に成長し、未だ出店の勢いは衰えていません。スタジオやプールなどがある総合クラブなどに比べ、低コストで出店・運営が可能で、スタッフも少人数で済むため、異業種からの参入が相次いでいます。フランチャイズで参入する企業やスタートアップも続々と登場しており、24時間ジム以外の既存事業者にとっても大きな脅威です。

先週木曜、東京渋谷で「フィットネス施設:プライシング実践講座」の講師を務めた際、参加者から「当社の総合クラブの2km圏内に、2023年だけで24時間ジムが11店舗も出店しました」という話を伺いました。このように、突然の競争環境の変化に直面する事例も少なくありません。

アメリカでは2000年代初頭、日本でも2010年代半ばからこの傾向が見られましたが、2020年代に入り、コロナ禍で既存のフィットネス事業者の多くが経営危機に陥る中、chocoZAPなどの新しい24時間ジムが急速に増加。**フィットネス業界は勝敗を分ける激しい「競争時代」に突入しています。**

既存事業者の多くは従来の手法を続けて厳しい経営状況にある中、一部の企業は変化(Change)に即応し、新たな挑戦(Challenge)を重ねて競争(Competition)に打ち勝ち、成長を遂げています。**業界が激変するこの時代、柔軟な戦略と迅速な行動で競争優位を確立し、自社独自のポジションを確保することが求められています。**

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。