



Success! Weekly Letter

経営力に大きな差がつく時代の2つの重要ポイント



コロナ禍以降、同じ業界に属しながらも、成長する企業と衰退する企業の差が一層顕著になっています。急成長や安定成長を続ける企業がある一方で、急激に衰退する企業も少なくありません。

例えば、自動車業界では、急成長している新興企業がある一方で、かつて業界上位にあった企業が苦境に立たされるケースが見られます。このような現象は、自動車業界に限らず、他の業界でも珍しくありません。

フィットネス業界でも、「えっ、あの会社が？」と驚かされることがあります。最近では、人気のマシンメーカーが突然解散を発表したり、24時間ジムを運営する複数の企業が相次いで閉鎖や事業譲渡を模索したりしています。一方で、毎年二桁成長を続ける24時間ジム運営企業も存在します。

一般的に「業界ごとの優劣」が論じられがちですが、実際には「業界全体」よりも「業界内部での優劣」のほうがはるかに大きく、その差は年々広がっています。

同じ市場環境にありながら、経営力やビジネスモデルの違いによって、企業の明暗がはっきり分かれる時代になっています。「同じ業界に属しているように見えても、実際にはまったく異なるビジネスが存在している」というのが現状です。

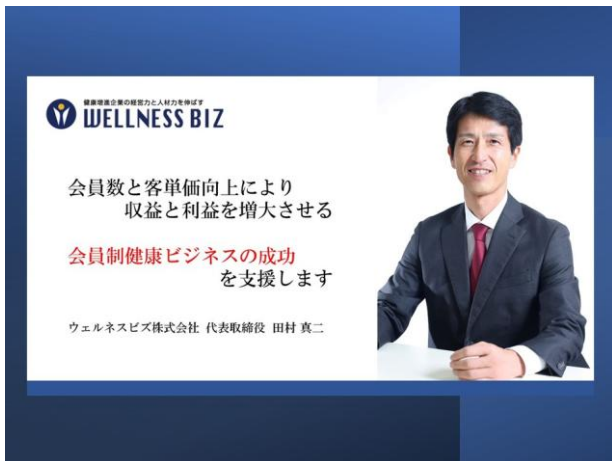
その根本的な違いには、大きく二つの要因があります。一つ目は、「**ビジネスや市場を自ら創り出しているかどうか**」。二つ目は、「**テクノロジーをどれだけ活用できているか**」です。

フィットネス業界での、この違いは顕著です。ブームに乗じて先行企業の成功モデルを模倣するだけの企業には、市場を創り出す力はありません。ブームが去れば、多くは消え去り、最終的に残るのは実力のある「本物」だけです。

また、テクノロジーの進化が加速する現在、従来のやり方に固執する企業は、苦戦するだけでなく、市場からの撤退を余儀なくされる可能性さえあります。

変化の激しい時代において、こうした大きな変化をチャンスにできるかどうかは、他社の後追いではなく、ビジネスの主体者になれるかどうかにかかっています。さらに言えば、「独自性」と「先進性」を備えているかどうか、企業の未来を左右するのです。今こそ、模倣ではなく、自ら市場を創り出す側に立つこと。加えて、効果的かつ効率的にテクノロジーを活用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。