



Success! Weekly Letter

売上・利益が跳ね上がる！フィットネス経営成功の新常識



日本のフィットネス市場は過去最高水準に達していますが、出店を控える企業には実感が薄いかもしれません。そんな企業でも売上・利益を伸ばす方法があります。その1つが「高額商品の販売」です。新規顧客を獲得せずとも、既存会員を対象にでき、広告費をかけずに収益を高められる有効な戦略です。

高額商品とは、価格帯を上引き上げ、通常の月会費の2～10倍ほどに相当する会費の商品や、2～3カ月で数十万円規模のパーソナルサービスなどです。導入に尻込みする企業や人も多のですが、実際には多くのメリットがあります。

具体的には、利益額が大きくなる、広告費を抑えられる、少人数で売上目標を達成できる、クレームの少ない良質な顧客層が得られる、そしてスタッフの技術や知識が高まる—といった効果です。また、「高いからこそ成果を出そう」と努力する会員も少なくありません。さらに、“意外な目的”で購入する人もいたりします(これについては別の機会で紹介します)。

それでも販売に不安を思えるのは自然なことです。日本では「お金儲けは悪いこと」「高額商品売るのは強欲だ」という思い込みが未だに根強く残っていますから。

実際、私がコンサルティングの場で高額商品の販売を強く勧めても、多くの方は最初尻込みします。しかし、その後おそるおそる取り組んでみると—これまで関わったすべての企業で、高額商品の販売によって成果を上げてきました。スターバックスやUSJの事例が示すように、**価格が高くても「価値」と「売り方」が伴えば選ばれる**のです。

結論はシンプルです。価格を上げるなら価値も上げること。逆に「高すぎる」と感じるなら値下げも検討すべきです。自信のなさから安売りするのも、価値を高めずに値上げするのも危険です。顧客の声や第三者の視点を取り入れ、価格と価値のバランスを見極めてください。

「高額＝悪」ではなく「高額＝高価値」。日本人の金融資産は6月末時点で過去最高の2,238兆円もあり、お金がないわけではありません。魅力ある商品やサービスが不足している、または価値が伝わっていないだけです。

だからこそ、価格設定と商品づくりを見直し、自社と顧客の双方に豊かさをもたらす関係を築いていきましょう。小さな一歩が、やがて大きな成果へとつながります。

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。