田村真二の「会員数と売上・利益を増やす週刊ウェブマガジン」　2025 年 11 月 25 日

Success! Weekly Letter

紹介入会を戦略的に増やすクラブの運営原則とは

今年一年を振り返るには少し早いですが、私は今年、「紹介入会」をテーマに業界誌の連載・セミナー・コンサルティングを重点的に行ってきました。理由は、**競争が激化する中で、低コストで入会を獲得し、「会員継続」「会員増」を実現する上で、紹介入会の促進こそが重要な鍵を握る**からです。

施設によって紹介入会の多いクラブと少ないクラブがありますが、その差を生むのは「顧客満足」のレベルと、紹介を促進する「仕組みと運用」です。紹介キャンペーンで一時的に紹介を増やすことは可能ですが、長期的に増やし続けるには、両者の質の向上が欠かせません。

では、その質の違いはどこで生まれるのか？

それは特別なイベントではなく、**日々の“当たり前の業務”をどれだけ高いレベルで安定再現できるか**にあります。見学・体験対応、入会手続き、オリエンテーション、クリンリネス、設備や機器類のメンテナンス、レッスンプログラムの質、日常の接客応対、オンライン上の体験、会員同伴体験の促進、休会や退会フォローなど、基本動作が高いレベルで揃っているクラブほど、会員の信頼が積み重なり、紹介が連鎖していきます。

また、**紹介入会はマニュアルではなく、“感謝の気持ち”から始まります。**私は紹介セミナーで「紹介くださった方に、心からお礼を伝えていますか？」と尋ねますが、手が上がる方は多くありません。紹介を増やすには、この姿勢が不可欠です。

新規会員の獲得は、現在どのクラブにとっても最も難しい業務の1つです。その大部分を、会員が自らの大切な人に向けて担ってくださっている。この事実そのものが、深い感謝を伝えるべき価値を持っています。

紹介入会の源泉は、「顧客満足」の高さと「顧客サービス」の質に尽きます。会員が「ここに入会してよかった」と感じられなければ紹介は生まれません。そして、会員が「このクラブを大切な人に勧めたい」と思えるかどうか。その答えは、日常の“顧客体験”にあります。

紹介入会は、特別な施策よりも、日々の小さな積み重ねによって生まれます。会員が「このクラブなら大切な人を安心して勧められる」と感じた時、紹介は自然に連鎖していきます。目の前の一人に誠実に向き合うことこそ、最大のマーケティングです。競合状況に左右されず、日常の顧客体験を磨き続けることが、来年以降の成長を左右します。

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！

Copyright©2025 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.

著者プロフィール　**田村 真二(Tamura Shinji)**

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。

お問合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問合せ先：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。

Copyright©2025 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.