



Success! Weekly Letter

変化の時代に問う「10年後も変わらない経営軸」



変化が激しい時代において、経営者が注目すべきは「何がかわるか」ではなく、「**10年後も変わらない顧客の欲求やニーズ**」です。

先日、YouTube である対談番組を視聴していた際、ゲストの男性が次のように語っていました。「変化の激しい今の時代において、10年先の未来がどうかわるかを正確に予測することは、AI をもってしても不可能でしょう。」

この言葉を聞いて、私はある有名なエピソードを思い出しました。それは、アマゾン創業者のジェフ・ベゾスが過去のインタビューで語った話です。すでにご存じの方も多いでしょう。ベゾスは、次のような質問を頻繁に受けると言います。

「これからの10年で、何がかわりますか？」

彼は、「実は私は、その質問よりも、こちらのほうが重要だと考えています。『**これからの10年で、変わらないものは何ですか？**』」。なぜ、ベゾスは「変わるもの」よりも「変わらないもの」に注目したのか。

ベゾスは、「時間が経っても変わらないものは、ビジネス戦略の“柱”になりやすいからです」と答えていました。この視点は、企業規模を問わず、戦略を考えるうえで欠かせません。世界有数のテクノロジー企業であるアマゾンは、革新的な技術やサービスを次々と生み出してきましたが、ベゾスが最優先してきたのは、最新テクノロジーそのものではありません。彼が一貫してきたのは、「顧客が何を望み、何を求め続けるのか」という変わらない欲求やニーズでした。

例えば、EC で商品を購入する顧客は、「同じ商品なら、より安く、できるだけ早く手に入れたい」と考えます。これは10年前も、そして10年後も変わらないでしょう。アマゾンは、この普遍的な顧客ニーズを戦略の基盤に据え、その実現手段として物流システムやテクノロジーを進化させてきました。つまり、**変化する手段よりも、変わらない顧客の欲求やニーズを優先してきた**ということです。

この考え方は、フィットネス事業にもそのまま当てはまります。業態の流行や最新マシン、AI 活用、SNS 集客などは確かに重要ですが、あくまで「手段」に過ぎません。一方で、「成果を実感したい」「安心して長く通いたい」「信頼できる場所で健康を守りたい」といった会員の根元的な欲求やニーズは、今後10年で大きく変わることはないでしょう。変化の激しい時代だからこそ、「**変わらないもの**」を見極めることが、**長く選ばれ続けるフィットネス事業をつくるための、最も確かな出発点**なのです。

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。