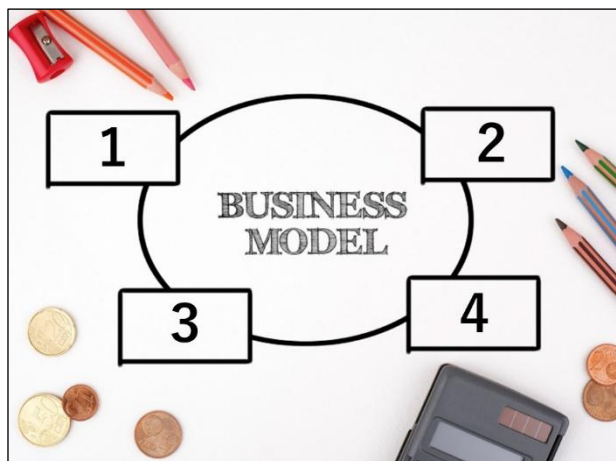




Success! Weekly Letter

なぜ同じ業態でも勝ち続ける企業と消える企業があるのか



なぜ同じような設備で、同じようなサービスを、同じような価格で提供しているにもかかわらず、成長し続ける企業と、伸び悩む企業の差が年々拡大しているのでしょうか。この差は、努力量の違いではありません。ビジネスモデルの設計レベルと実行力の違いです。競合が増え続ける中でも、継続的に会員数・売上・利益を伸ばしている企業には、明確な4つの共通点があります。

第1は、徹底的に“シンプル”なビジネスモデルです。例えば、カーブスは「女性・30分・健康」、エニタイムフィットネスは「24時間・価値訴求・安心」。いずれも“誰に何を提供するか”が極限まで絞り込まれています。総合クラブが「何でもある」ことで差別化しようとする中で、彼らは真逆です。削ぎ落とすことで強くなる。ここに本質があります。

第2は、会員数・売上・利益が増える“構造”を持っていることです。広告やキャンペーンだけに頼るのではなく、仕組みそのもので入会が生まれる状態、継続しやすく退会しにくい仕組みをつくっているのです。

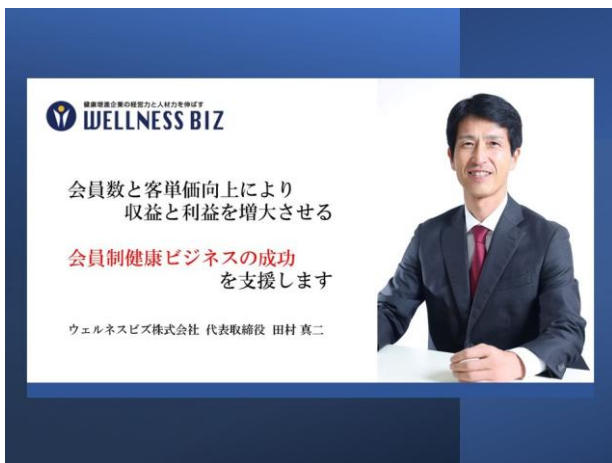
第3は、ブームではなく“習慣化”を設計していることです。流行る業態はいくらでもあります。しかし、その中で消えていく企業も多くあります。違いは、「習慣化」されるかどうか。カーブスは健康習慣、エニタイムは生活インフラ。生活に組み込まれた瞬間、競争から解放されるのです。

第4は、高速で展開できる“拡張性”です。どれほど優れたモデルでも、多店舗化できなければ市場は拡大しません。両社に共通するのは、省人化・標準化・オペレーションの単純化です。これは単なる効率化ではなく、多店舗化・FC展開化を前提とした成長スピードを規定する設計です。

ここで重要なのは、この4つは個別の要素ではないことです。シンプルだから再現でき、再現できるから拡張でき、拡張できるから市場を押さえられる。すべては1つの設計思想でつながっています。

一方で、多くの企業はここを誤解しています。弱みを改善し、ブームに乗り、設備を強化する。しかしそれは“部分最適”に過ぎません。構造が間違っていれば、何をやっても成果は積み上がらない。これが現実です。あなたのクラブは、誰に何を提供するのかを言い切れますか。会員が自然に増える構造になっていますか。習慣として定着していますか。そして、それを10店舗、100店舗、1000店舗へと拡げられますか。個店の差は、現場で生まれますが、企業の差はビジネスモデルの設計レベルと実行力で生まれる。それが、現実です。

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。