



Success! Weekly Letter

会費を値上げしても救えない総合スポーツクラブの現実

会費を値上げしても救えない総合スポーツクラブの現実

- フィットネス市場の暗黙**
伸びる需要
24時間ジム、ピラティススタジオなど、専門スタジオが勢いよく成長。
24h
- 値上げだけでは限界がある**
会費の値上げは必要なケースもある。しかし、冷静に考えるべきことがある。
値上げだけで、本当に業績は改善するのか？
- 総合スポーツクラブの最大の課題：大きすぎる固定費構造**
広い施設、プール、スタジオ、浴室、サウナ、多数のスタッフ。これは魅力である一方、高コスト経営の象徴。会員数が減れば、重たい固定費が一気に経営を圧迫する。
「少なくとも会員を高単価で維持する」戦略だけでは限界がある。
- 大きな業態転換という選択肢：HV/LPモデルへ**
HV/LP (High Volume / Low Price) モデルへの転換。
会員数世界 No.1 Planet Fitness (米国)。
EoS FITNESS CHOOSE FITNESS
圧倒的に低価格と初心者でも入りやすい環境で大量集客し、利益を生み出しています。
日本でも24時間ジムの急成長を見る限り、この考え方はすでに市場に受け入れられている。
総合スポーツクラブでは無理か？
私は、一部施設では十分に可能だと考える。特に、業績不振で将来改善の見通しのない施設なら、閉鎖時に換装する価値はある。
- 中途半端な延命策は、むしろ危険**
簡単ではない。既存会員の反発もあるはず。しかし、もっと危険なのは「中途半端な延命策」。会費を少し値上げし、少しコストを削る。この程度で劇的に改善するほど、市場は甘くありません。
- 小売業の歴史が示す、明確な価値の時代**
「中途半端に何でもある、より明確な価値」が選ばれた。フィットネス業界も同じ道をたどっています。
- 生き残りの鍵は、業態を壊し、作り変えること**
総合スポーツクラブの生き残り策とは、今の業態のままを維持することではありません。自ら業態を壊し、作り変えることです。変化を恐れる施設から消えていく。そんな時代が、すでに始まっています。

ここで私が以前からご提案しているのが、“大胆な業態転換”です。その1つは、HV/LP (High Volume / Low Price)モデルへの転換です。会員数世界 No.1 の Planet Fitness (米国)は、その代表例です。圧倒的に低価格と初心者でも入りやすい環境で大量集客し、利益を生み出しています。EoS Fitness や Choose Fitness も、シンプルな運営と低価格かつ大量会員モデルで成立しています。

海外市場の HV/LP 業態の成長を見る限り、この考え方はすでに多くの国で受け入れられています。では、日本では無理でしょうか。確かに、ゼロからチャンレンジする企業は少ないかもしれませんが、しかし、業績不振で将来改善の見通しのない総合スポーツクラブなら挑戦する価値はあります。

もちろん簡単ではありません。既存会員の反発もあるはずですが、しかし、もっと危険なのは、“中途半端な延命策”です。会費を少し値上げし、少しコストを削る。この程度で劇的に改善するほど、市場は甘くありません。小売業でも同じです。総合スーパーが苦戦を続ける一方で、専門店やディスカウント業態が成長したのは、「中途半端に何でもある」より「明確な価値」が選ばれたからです。まさにフィットネス業界も同じ道をたどっています。

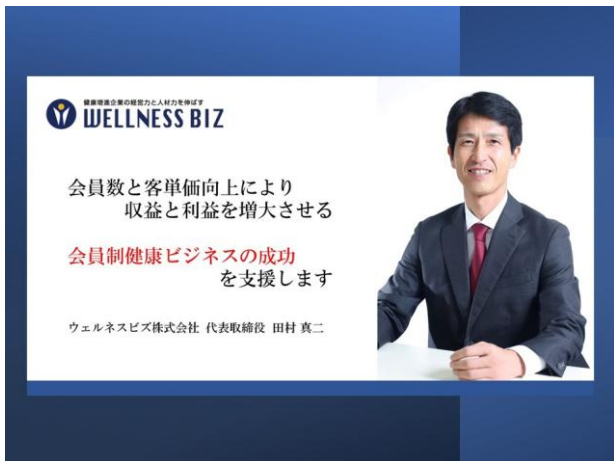
総合スポーツクラブの生き残り策とは、今の業態のままを維持することではありません。自ら業態を壊し、作り変えることです。変化を恐れる施設から消えていく。そんな時代が、すでに始まっています。

本日もお読みいただき、ありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！

コロナ禍以降、日本のフィットネス市場は 24 時間ジム、ピラティススタジオなどの専門スタジオは勢いよく成長を続けています。一方で、多くの総合スポーツクラブは苦戦しています。会員数がコロナ前に戻らない。人件費や光熱費、修繕費は上がり続ける…。結果として、低収益あるいは赤字に陥る施設も珍しくありません。

その対策として、会費値上げに踏み切る企業も増えていきます。もちろん値上げ自体が悪いわけではありません。むしろ適正な価格改定は必要です。しかし、ここで冷静に考えるべきことがあります。値上げだけで、本当に業績は改善するのでしょうか。

総合スポーツクラブの最大の課題は、大きすぎる固定費構造そのものです。広い施設。プール。ジム。スタジオ。浴室。サウナ。多数のスタッフ。これらは総合クラブの魅力である一方、“高コスト経営の象徴”でもあります。そのため会員数が減れば、その重たい固定費が一気に経営を圧迫します。つまり、「少なくなった会員を値上げで維持する」戦略だけでは限界があるのです。



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。