



Success! Weekly Letter

会員数を増やしたいなら、まず〇〇不足を疑う



フィットネスクラブやジムの経営者・支配人・マネージャーの方とお話すると、多くの方が「**会員数を増やしたい**」と言います。当然です。会員数が増えれば、客単価が同じなら売上も粗利も増えますし、将来への安心感も得られます。

しかし私は、会員数が伸び悩んでいるクラブやジムほど、本当の課題を見誤っているケースが多いと感じています。例えば、「入会者が足りない」「広告の反応が悪い」「競合が増えた」という声はよく耳にします。しかし、その一歩手前にある問題を見落としていないでしょうか。

私はまず、「見込み客不足」を疑います。会員数の増減は、「見込み客数×入会率－退会者数」の3要素で決まります。現在、多くのクラブやジムでは中高年会員の比率が高まり、以前に比べると退会率は低下傾向にあります。もちろん退会防止は重要ですが、より大きな課題は「入会者を増やすこと」ではないでしょうか。そして入会者を増やすためには、その前提となる「見込み客」を増やさなければなりません(ここは重要です)。

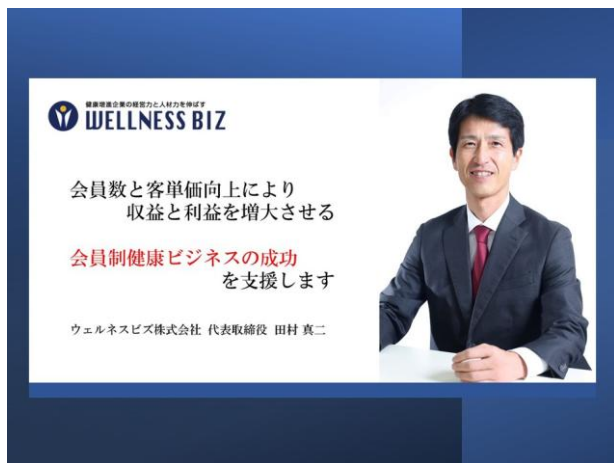
しかし近年、24 時間ジム、ピラティススタジオ、パーソナルジムなど競合は増え続け、Google 広告や Meta 広告、折込チラシ、ポスティングなどの集客コストも上昇しています。経営者や幹部の本音は、「見込み客は増やしたい。しかし広告費はこれ以上増やしたくない」ではないでしょうか。

さらに、潜在客や見込み客は複数の企業・施設の広告やウェブサイトと比較し、慎重に見学・体験・入会先を選ぶ時代です。つまり、見込み客獲得のハードルは年々高まっており、この第一関門を突破しなければ入会者は増えません。そこで考えたいのが「見込み客獲得方法」です。

「誰に」「何を」を明確にしたうえで、「どう伝えるか」(メディア活用)。大きく3つあります。1つ目は**広告**。即効性がありますがコストがかかるため、大企業や利益率の高い企業が有利です。2つ目は**広報PR**。広告よりも信頼性が高まりますが、外部メディアに頼るため実施が難しい面があります。3つ目は**会員や関係者からの紹介・クチコミ**。紹介・クチコミを継続的に生み出すことができれば、広告に依存せず見込み客を増やすことができます。

競争が激化する時代だからこそ「どうやって入会者を増やすか」の前に、「どうやって見込み客を増やすか」という視点が欠かせません。現在、会員数の伸び悩みを感じているなら、まずは見込み客獲得の仕組みを見直してみてください。そこに、次の成長のヒントが隠れているかもしれません。

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！



ウェルネスビズ株式会社代表取締役。会員制健康ビジネスコンサルタント。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の店舗実務・経営・営業・人事・店舗開発・新規事業開発等を経験後、2007 年に独立。19 年にわたり 100 社以上のフィットネス企業を支援。現場経験と経営支援経験および 30 年以上の会員経験を兼ねた数少ない専門コンサルタント。

【支援実績例】「会員数 800 名→2,200 名」「売上4倍超」「退会率改善6%台→1%台」「VIP 会員月額 10～20 万円超導入」等により、売上・利益増大企業が続出。FIA・SPORTEC をはじめ全国で講演・セミナーを多数実施。フィットネス業界経営情報誌『フィットネスビジネス』に最長連載中(110 号以上)。

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。