



Success! Weekly Letter

総合クラブ生き残りのための3つの経営転換



「総合クラブの時代は終わった」。そんな声を耳にすることがあります。しかし、私はそうは思いません。終わりつつあるのは、「従来通りの経営」です。

競争の増加、人口減少、人件費や光熱費の高騰といった環境変化の中、過去の成功体験に頼り続ければ衰退は避けられません。一方、総合クラブならではの強みを磨き、挑戦を続ける企業には、まだ大きな成長余地があります。

第1の転換は、「顧客層の拡大」です。近年、小規模専門業態はターゲットを絞って店舗数を増やし、未顧客層の開拓や他クラブからの移行を促すことで会員数を伸ばしてきました。

一方、かつて幅広い層に支持されていた総合クラブの多くは、「従来通り」の経営を続けた結果、ヘビーユーザー層中心の会員構成となっています。しかし、参加率が10%に届かない日本では、未顧客層を開拓する余地は十分あります。例えば、私がコンサルティングでよく行うのは、総会員数の10%規模を見込める「特定のターゲット層」向けの

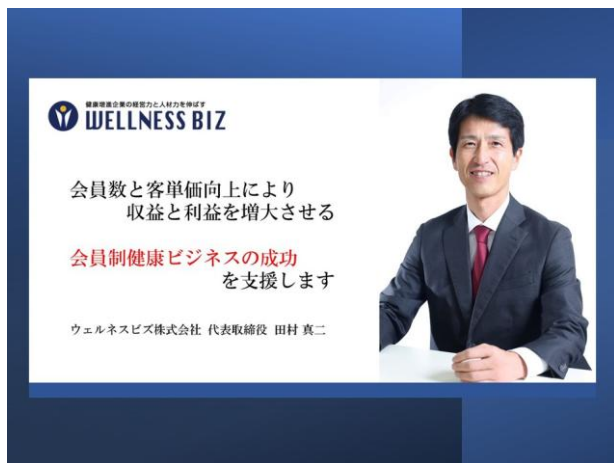
商品・サービスを複数開発し、市場へ投入することです。競争激化時代に会員数を増やす要諦は、まさにこの「客層を広げる」ことにあります。

第2の転換は、「高コスト常態化を逆手にとる経営」です。コストの上昇が続く中、コスト削減だけの経営には自ずと限界があります。重要なのは、高コストに見合う総合クラブならではの「新たな価値」を生み出すことです。例えば、月額2～10万円程度の「中高単価サービスの開発」。セルフ利用では解決できない健康課題に対応する専門チームを組織し、高付加価値サービスを提供することで、コスト高を相殺する新たな収益の柱を築きます。

第3の転換は、「人によるサービスとAI・デジタル活用による生産性向上」です。AI時代だからこそ、「人にしかできない価値」は高まります。運動指導や会員との信頼関係づくりは、まさに人の役割です。一方、文章作成、会員分析、予約管理、プログラム作成などはAIを活用し、人が会員対応に集中できる環境を今まで以上に整えるべきです。

総合クラブには、小規模専門業態には真似できない「複合的な強み」があります。従来通りの経営を続ければ厳しい時代ですが、「顧客層の拡大」「価値創出」「生産性向上」の3つの転換を実行できれば、競争増加や人口減少下でも、持続的な会員数拡大は可能です。変化に翻弄されるのではなく、自ら変化を創り出す。その経営判断こそが、次の時代を勝ち抜く決定打となるでしょう。

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。