



Success! Weekly Letter

「31,500 施設時代」の衝撃。勝ち残るジムは何が違うのか



国内フィットネス関連施設数は、ついに「31,500 施設」に達しました。コンビニ(約 5 万 7,000 店)の半数強に達し、スーパーマーケット(約 2 万 3,000 店)や郵便局(約 2 万 4,000 局)を大きく上回り、今や街の至るところで見かける存在になっています。

健康志向の高まりに加え、DX や AI の活用、運営の標準化を武器に、小規模・小商圈・ローコストで出店できる専門業態が全国へ一気に拡大。その結果、会員獲得競争は過去最高レベルに達しています。事実、私の自宅周辺でもここ数年で 24 時間ジムが次々にオープンしましたが、今後さらに新たな店舗がオープンするかもしれません。

近隣に新たなジムがオープンすることは、利用者にとって選択肢が増えるメリットがあります。しかし、既存の経営者や店舗責任者の多くは、「また競争ができるのか」「入会が減ってしまう」「退会が増えてしまう」と危機感を募らせ、思考停止に陥ったり価格競争に巻き込まれてしまいがちです。その結果、会員数や売上が減少し、利益率の低下を招くことになります。

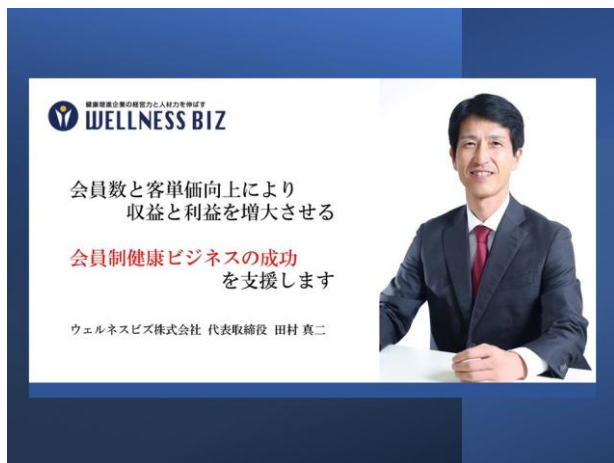
一方で、競合の出店を「市場活性化の好機」と捉え、設備やサービス、プロモーションなどを積極的に見直すことで、会員数を維持・拡大しているジムも一部にあります。両者を分ける決定的な違いは何か。それは、現状維持に甘んじるか、問題解決のために「正しい問い」を立てられるかです。後者は問題解決に向けて次のような問いを立てます。

- 市場の変化を活かす—競合の出店を、自社の成長にどう活かせるか。
- 既存会員のエンゲージメント—会員満足度を高め、より高い価値を提供するために何ができるか。
- 新規顧客の開拓—潜在顧客を動かすために、従来とは異なるどんなアプローチが有効か。
- 外部とのアライアンス—多様なパートナーと協業し、ビジネスを拡大するにはどうすればよいか。

これらは非常に強力な問いです。競合の出店時に限らず、組織の習慣にできれば、ビジネスの持続的成長や組織力強化に直結します。さらに一歩進んで、自分たちで「より効果的な問い」を作り出し、ピンチをチャンスへと転換させてください。

31,500 施設時代という激戦時代を勝ち残る企業は、「競争」ではなく「顧客」と向き合っています。競争に勝つこと自体を目的にするのではなく、既存会員と未顧客への解像度を上げ、自社ならではの顧客価値を磨き続ける。この積み重ねこそが、市場拡大の波に乗る企業と、不毛な価格競争に埋没する企業との「命運を分ける差」となるのです。

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！



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。