



Success! Weekly Letter

あなたの会社は大丈夫？「まさか」に備えるフィットネス経営



災害への備えが被害を最小限にするように、経営も平時の準備によって競争激化へのダメージを小さくできます。私は、少なくとも次の4つを今すぐ準備・強化しておく必要があると考えます。

第1に、**会員を維持する**。初期定着取組み、利用頻度が低下した会員へのフォロー、成果のフィードバック、感じの良い挨拶やコミュニケーション、設備の維持管理、WOW(ワオ)体験の提供、会員が得られる価値の向上に日々努める。

第2に、「近い」「安い」以外**の入会理由をつくる**。「近い」「安い」だけではなく、「このジムだから入りたい」と思われる専門性や独自の魅力を磨く。

第3に、**客単価を高める商品を持つ**。パーソナル、少人数制プログラム、コンディショニング、物販など、月会費以外の収益源を育てる。

第4に、**数字の異変を早期発見する**。見込み客数、入会率、退会率、紹介入会率、客単価、コストなどを毎月確認し、小さな変化の段階で手を打つ。

経営における防災とは、競合が来ないことを願うことではありません。競合が来ても揺らがない経営構造を、競合が来る前につくっておくことです。

もし半年後、強力な競合が自店のすぐ近くに出店すると分かったら、あなたは今日から何を始めますか？ぜひ、この機会に考えてみてください。

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！

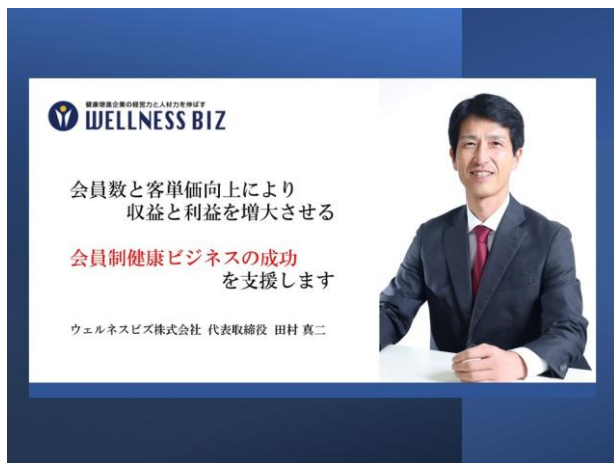
今年の夏は、熊本県での大地震、そして千葉県での豪雨など、大きな災害が相次ぎました。私が住む千葉県でも、多くの車が水没し、道路上で動けなくなっている光景を至る所で目にしました。

このような災害は、本当にいつ起こるか分かりません。だからこそ重要なのが、「起きてからどうするか」ではなく、「起きる前に何をしておくか」です。

実は、これはフィットネス経営も同じです。現在、フィットネス業界では、24時間ジムやピラティススタジオなどの出店が全国各地で相次ぎ、競争は激化の一途をたどっています。

昨日まで競合がいなかった地域に、突然、競合のジムやスタジオが相次ぎ出店する。結果、新規入会者が減り、会員の退会が増える…。

こうした「まさか」や「またか」は、どのクラブやジムにも起こり得ます。問題は、競合が出店することではありません。**競合が出店したときに、自社にどれだけの「備え」があるか**です。



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。