

## 格闘技ジムの会員獲得の方法の考察

### Consideration about method to get new members of martial arts gym

1K05A100

指導教員 主査 中村好男先生

佐藤 恵

副査 太田章先生

#### 【緒言】

近年日本では空前の格闘技ブームが巻き起こった。格闘技イベントの大晦日中継、人気選手の頻繁なメディア露出など主にテレビを通してその隆盛を作り上げた。しかし2006年の「K-1」と並び格闘技ブームの火付け役となった格闘技イベント「PRIDE」のフジテレビ地上波放送撤退を機に格闘技ブームは沈静化、現在安定期に入った。格闘技は勃興、始動の時期を過ぎ熟成、淘汰の時代に差し掛かったと言える。ここ数年、選手の副業やセカンドキャリアの場として格闘技ジムが多数設立されている。かつての格闘技ブームに後押しされて設立されたジムも多い。ブームが沈静化しファンや競技者の顕著な増加が見込めない現状で格闘技ジムが会員を獲得し安定運営をするためにどのような道を進めばいいか、その方法を模索したい。

#### 【目的】

筆者は3年前に格闘技ジムの会員となり、大会の優勝、ジム所属の選手としてのプロデビューなど様々な経験を経て格闘技の世界に深く関わることになった。そこでビジネスという観点からの格闘技としてジムの経営に興味を持つようになった。多くの場合格闘技ジムの経営者は格闘家である。彼らは経営に関しては非専門家であり会員の獲得に苦戦するジムも多い。本研究の目的は、一般的な大手のフィットネスジムとの比較から昨今増えつつある格闘技ジムの新規会員数増加のための方法を検討する。

#### 【研究方法】

(1)格闘技ジムと大手フィットネスジムとの営業時間、料金体系などを比較し違いを導き出す。

(2)都内にある格闘技ジム2件に協力してもらいアンケート用紙を設置し会員31名に回答してもらった。アンケート項目は性別、年齢、目的などである。これらの結果をリサーチ会社が行なった一般フィットネスジムの会員へのアンケートと比較し、グラフ等にして分析した。

(3)格闘技ジム経営者へのインタビューを行った。経営について質問し現場の声を参考にした。

#### 【結果】

一般フィットネスジムに比べ、格闘技ジムの営業時間は短く料金形体はシンプルであった。アンケートでは対象者の9割が男性であり平均年齢が若いことが判明した。またジムを選んだ理由、ジムを利用する目的、退会経験者の退会理由などの項目に格闘技ジム特有と思われる結果が顕著に見られた。また、ジムの利用頻度や対象者が現在のジムを知った経緯については一般フィットネスジムと比べて大きく変わりなかった。

#### 【考察】

健康増進を目的とする30～40代が多い一般フィットネスに比べ格闘技ジムの会員の多くは格闘技が好きな若者である。そういった従来の層をターゲットにしながらも、ブーム衰退後の愛好者の増加が見込めない現状では女性などの

新たな層を開拓せねばならない。そのためには安全性が高く誰もができる競技の推進が必要である。

それに伴いジムでは会員の住み分けを行わなくてはならない。目的別に会員が集うコースやプログラム作成を行うべきである。他にも年齢、性別などのカテゴリに分けるのも有効である。初心者クラスなどの設置は、そこを足がかりに本格的に格闘技を始めようという長期的プランに基づいて効果的である。そのためにはインストラクターの質の向上や数の増加が必要である。会員の様々なニーズに応えられる状況を作ることが会員の獲得、継続に重要なことである。