

フィットネスクラブにおける長期継続会員の特性に関する研究 Characteristics of Fitness Club Members of Long-Term Continuation

1K10C096-2 小笠原 知也

指導教員 主査 松岡 宏高 先生 副査 間野 義之 先生

【目的】

今日のフィットネスクラブ（以下、クラブ）業界は、従来のスタジオ、ジム、プールを完備した総合施設の成功モデルから、女性限定や、パーソナルトレーニング専門など、消費者のライフスタイルに合わせ、機能を絞った多様なモデルへシフトする時代を迎えている。月間平均入会率と退会率が、共に 3%前後である日本のフィットネスクラブ業界が利益を伸ばしていくためには、長い間クラブへ足繁く通い、利益をもたらす上位顧客と関係を強めていく必要がある。しかし、現在日本のフィットネスクラブに関して、会員歴 2 年以上の顧客へ焦点を当てた研究はほとんど見つからず、存在していても 15 年以上前のものであり、今日の多様化したクラブ業態の参考にはならないと考えられる。

そこで本研究では、フィットネスクラブの退会者を対象に、会員継続期間の短かった退会者と、会員継続期間の長かった退会者を比較することで、長期継続会員の特性を明らかにすることを目的とする。

【方法】

2013 年 3 月 28 日（木）、29 日（金）に社団法人日本フィットネス産業協会が、株式会社マクロミルのモニタ会員に対し、フィットネスクラブに関するインターネット調査を行った。調査対象は、20-30 代男女、40-50 代男女、60 代以上男女のフィットネスクラブ退会者各 103 名、計 618 名である。

質問項目には、基本的属性（性別、年齢）、自身の健康スポーツへの関心、入会期間、クラブに対する（多様な価格設定、指導者、プログラム、社会的効果、心理的効果）認知、退会者の意識と退会後の代替活動についての項目を設定した。退会者の意識と退会後の代替活動に関しては自由記述形式で回答を求め、似たような意味合いの回答を同一の回答グループとして割り振り、数量化して測定した。

【結果】

まず、フィットネスクラブ入会期間が、2 年未満だった者（47.6%, n=294）を「短期継続会員」、2 年以上だった者（52.4%, n=324）を「長期継続会員」とした。次にこの両者の間で、フィットネスクラブの活動やサービスに関する認知の違いを確認した。利用形態、指導者、プログラム、活動の社会的効果、そして活動の心理的効

果という 5 項目に関する認知において、両者の間で統計的有意差が見られ、すべての項目において長期継続会員の方が「よく知っている」という回答者の割合が高いことが確認された。入会当初の目的については、短期継続者の約 4 割が「ダイエット・体型維持のため」と回答し、最も多くの割合を占めた。長期継続者は、「筋力・体力の維持・向上」を入会当初の目的としていた者が約 3 割を占めた。クラブ退会理由については、両者に共通して「時間がない・忙しかった」と回答した者が約 3 割と、最も多くの割合を占めた。それに次ぐ長期継続会員の退会理由は、「転居・転勤のため（19.4%）」、「ライフスタイルが変化するため（12.7%）」という結果となった。最後に、クラブ退会後の代替活動については、両者ともに回答者の約 3 割が、「自宅・自宅周辺での運動（施設利用なし）」と回答した。また、代替活動に関して、「特になし」と回答した者が、短期継続会員 49.7%、長期継続会員 38.3%にまでのぼる結果となった。

【考察】

本研究の結果から、フィットネスクラブの長期継続会員の特性を次のように考察する。

約 6 割のクラブ入会の目的が、自分の健康維持・増進や筋力・体力、スポーツ・運動技能の向上であり、クラブで達成しようとする目的意識は高いと考えられる。そのため得られるサービス、クラブ活動の効果については、9 割以上の会員が情報を得て理解をしている。単なる情報・効果の提供に留まらず、その質を高めていく必要がある。

また、クラブ退会理由において、約 4 割の者が、結婚や転居、病気や怪我、クラブの倒産といった、身の周りの社会的状況が変化し、継続したい意思があっても退会を選択せざるを得ないことが明らかになった。しかし、実際の退会後の代替活動の現状は、3 割以上が施設を利用しない自宅での運動であり、他の 4 割近くが特に何も行わないという選択で終わってしまっている。長期継続会員の中でも、約 4 割の者が一度退会すると運動を行わないとなると、顧客の社会的環境をクラブ側がコントロールすることは困難と言わざるを得ない。しかしその中で、いかにクラブを継続してもらえるように、顧客と強固な関係性を築いていけるかが重要になるだろう。