

民間フィットネスクラブにおける会員定着 ～根幹収入である会費収入の確保に向けて～

スポーツクラブマネジメントコース
5006A324-0 古賀隆士

研究指導教員： 間野義之助教授

民間フィットネスクラブにおける根幹収入は会費収入である。会費収入を確保できるか否かが経営を左右する。会費収入確保のためには会員獲得と共に会員定着が必要である。多くの民間フィットネスクラブで会員獲得には力を入れているが、会員定着への取組みは不十分である。本稿では、会員定着に必要な事柄について取り上げ検証を試みる。

まず初めに、会員がフィットネスクラブに通い続けるために必要不可欠なこととして、目標達成によりモチベーションが維持できることの重要性について検証する(Ⅲ-1)。目標設定から成果のフィードバック、目標達成に至るまで、会員定着にとって目標達成がいかに重要かについて論じる。

次に、会員とスタッフ、会員同士のつながりの重要性について検証する(Ⅲ-2)。つながりの強さが会員定着にどのような影響を与えるか、つながりを強めるためにはどのような活動を行えばよいかについて論じる。

次に、ブランド意識・帰属意識の重要性について検証する(Ⅲ-3)。退会しにくい会員の属性、クラブへの貢献度が高い会員に報いることの重要性について論じる。

Ⅳ.では会員・見込み客に対して、どのようなアプローチが有効かを検証する。まず初めに、退会リスクの最も高いエクササイズに不慣れな新入会者へのアプローチ方法について検証する(Ⅳ-1)。初期対応の差が継続に大きな影響を及ぼすことや、カウンセリングの重要性について論じる。次に、来館数の少ない会員へのアプローチ方法について検証する(Ⅳ-2)。利用頻度の重要性、来館数が下がった時のために情報収集することの重要性について論じる。

次に、再入会率を上げるための活動について検証する

(Ⅳ-3)。退会は防ぎようのない退会も多く、必ず発生するものであること。退会者はクラブを嫌いになって辞める訳ではなく、重要な見込み客であることを論じる。

次に、セグメントを実施することの重要性と、どの層をターゲットとすべきかについて検証する(Ⅳ-4)。経済的価値の高い会員の属性、退会に関する各種数値について検証する。

V.では、会員定着施策を実際に実行するために必要な要素について論じる。まず、会員定着をクラブのミッション・ビジョンに取り入れることを推奨し、私がクラブの支配人になったら掲げたいミッション・ビジョンについて記載する(V-1)。

次に、会員定着に関して、全スタッフが結果を共有し、全スタッフの意識を高めていくことなくして、会員定着率向上は困難であることを論じる(V-2)。

次に、会員定着施策を現場で実際に実行し、成果を上げるためには、組織づくりが必要であるという観点から、役職ごとの役割分担と、各々に求められている職務について検証する(V-3)。

Ⅵ.ではまとめとして、会員定着施策は全て会員・スタッフのモチベーションを維持・向上することへ通じていると結論づける。会員定着施策には様々な要素があり、万能な施策はない。会員定着は、フィットネスクラブ経営の永遠のテーマであり、今後も業務を進める中で、本稿では取り上げられなかった施策について企画・実行していく必要性について述べている。

最後に、私のフィットネスクラブへ転職した動機、フィットネスクラブ経営への想いについて記載し、筆を置いている。