

新業態フィットネスクラブの事業計画

スポーツクラブマネジメントコース
5006A349-7 山口正史

研究指導教員： 間野義之助教授

1969年に株式会社セントラルスポーツクラブがフィットネスクラブとして東京 神田に登場してから既に38年が経過した。今日では一般的な施設業態となっている所謂“PGS型”と言われる“プール”、“スタジオ”、“ジム”を備えた施設業態でのフィットネスクラブ事業所数は、2,000箇所程にまで増加してきた。そうした中、2002年以降からフィットネス業界の市場規模は徐々に成長軌道となり、2005年の時点では遂に4,000億円を超える規模にまで成熟してきている。¹⁾ 国民運動としての健康日本21や医療保険制度改革等の社会情勢変化が国を挙げて進む中、国民の健康に対する意識や身体活動への取り組みは今後ますます高まることが期待されている。しかしながら、今日の日本におけるフィットネスクラブへの参加率は欧米に比べるとはるかに低い。2005年には過去最高の3.10%の参加率を達成したものの、依然として低迷している参加率を如何に今後拡大していくことが出来るのか、これからの市場成長の鍵であるし、国民の運動習慣向上における機会創出の手段となる。そこで身体活動の需要を新たに喚起し、フィットネス市場をさらに成長させることを目的として、従来型の業態とは異なる新たなジム単独の業態フォーマットによる事業化を計画する。業態コンセプトは「誰もが毎日気軽に安全に楽しく続けられる健康づくりの為に30分間ウォーキングエクササイズ専用ジム」とする。ターゲットは今現在、身体活動として運動習慣が無い方は勿論のこと、これまで一旦はフィットネスクラブへ入会したものの、様々な事情から運動習慣を続けることができなくなり止む無く退会するに至った方や入会を検討しても、諸般の理由から入会を躊躇してきた未経験者を新たな対象顧客とする。彼らの入会しない理由と退会に至った理由を分析することで、各々のバリアを排除し、新たな顧客による新たな市場を創造していくことに挑戦する。既存のフィット

ネスクラブ内での調査によると、これまでフィットネスクラブへ全く入会したことの無い者の3大理由は回答の多い順から「料金が高い」、「忙しくて通えない」、「近くに無い」である。また同じく回答の多い順に、「忙しく通えない」、「転宅する」・「病気または怪我である」という理由がフィットネスクラブを退会する方の3大理由である。このような入会阻害要因や退会要因を解消あるいは緩和することにより利用者の利便性を高めるサービスを物理的に提供するとともに、本来運動習慣が無い方の行動変容を促す社会的アプローチとしてウォーキング運動に特化した新規業態の事業化による新たな市場開拓を目指す。事業化においては、小規模出店による投資コストの低減と余分なサービスを省くことで経営効率の見直しを図る。1回当たりの平均的な利用時間も従来の2時間程度の1/4とする30分間程度とすることにより、短時間で利便性が高い運動環境を提供することに経営資源やサービスを集中していく。これにより会費負担額の低料金化を実現するとともに入会者を増やし、運動習慣の継続が可能で退会しにくいビジネスモデルの構築の実現を目指したい。特にこれまでフィットネス業界各社でも会員獲得に対して会員継続(リテンション)については、具体的なノウハウも無く暗黙知による取り組みでしかなかった。しかしながら、行動科学的な見地から運動を習慣化させる継続支援サービスを体系立てて提供することが可能となるような形式知として技術化することにも挑戦する。

対外的には従前のマーケットにひしめき合う競合他社のフィットネスクラブとは全く別のブルーオーシャン市場を創造することで、顧客争奪による消耗戦を回避しながら安定成長と収益率の改善を図る。⁴⁾ 提供するサービスにおいて株式会社カーブスジャパンなどに代表されるサーキットトレーニング主体の所謂コンビニ型フィッ

トネスクラブの新規参入会社との差異化を図ることで、より魅力的な新規市場を果敢に開拓することに挑戦していく。事業化については2009年3月創業を目標にスケジューリングして準備を進めていく。そして将来には日本のフィットネスクラブ参加率を向上させ、国民の運動実施率の向上に寄与することを通じて社会貢献に取り組んでいきたい。そして、スポーツの振興と人々の健康増進や運動習慣を世の中に広げていく「ポピュレーションアプローチ」の一翼を担えるように事業の拡大を長期的に目指していく。

■参考文献・図書

- 1) 堀義人、他：MBAビジネスプラン，ダイヤモンド社，1998
- 2) フィットネスビジネス編集部：日本のクラブ業界のトレンド2004，(株)クラブビジネスジャパン，pp1－2，2004
- 3) 川西正志、他：スポーツ白書，SSF笹川スポーツ財団，2006，pp65－66
- 4) ケン・ブランチャード、他：ザ・ビジョン，ダイヤモンド社，2004，pp101
- 5) W・チャン・キム、他：ブルー・オーシャン戦略，ランダムハウス講談社，2005
- 6) 近藤みちよ：月刊レジャー産業 478号，総合ユニコム，pp44－46，2006
- 7) 厚生科学審議会：健康日本21中間評価「今後の生活習慣病対策の推進について」「健康づくりのための運動指針2006」「健康づくりのための運動基準2006」，厚生労働省，2006
- 8) 海老原修、他：スポーツ白書，SSF笹川スポーツ財団，2006，pp26－32
- 9) 堀義人、他：MBAビジネスプラン，1998，pp152－164
- 10) ベスH・マーカス、他：身体活動運動支援，大修館書店，2006，pp186－196