

あなたのクラブは健康ですか？ クラブ診断Ⅰ（ハード編）

（株）プロフィットジャパン 菊賀 信雅

このところ、またCS〔顧客満足度：Customer Satisfaction〕について論議されるようになっていますが、もともとCSは90年代前半に経営課題として取り上げられ、着実に企業活動として根付いたものとなっています。

フィットネスクラブにおいては、退会防止の観点から、顧客（会員）との長期的な関係を築くための方法としてCRM（Customer Relationship Management）を構築するところが増えていきます。

直接、クラブに語りかけてくる顧客はほんの一部であり、ほとんどの顧客はこちらから問いかけない限り、多少は不満でも黙っています。また顧客満足度の高低をいくら調査しても、その結果が、改善策として具体化されない限り無意味です。そのためには調査ツール、解析手法などが緻密にデザインされている必要があります。

最新のCSI（顧客満足度調査：Customer Satisfaction Inventory）を行い、具体的に顧客が満足するためのシステムを詳細な顧客データベースを元に、商品やサービスの提供から保守サービス、問い合わせやクレームへの対応など、個々の顧客とのすべてのやり取りを一貫して管理することが、今求められています。そうしないと、あなたのクラブは機能不全を起こし、健康を害してしまいます。

以下に、CSIの調査におけるいくつかのアンケート項目を示します。あなたが、会員なら満足できる答えを記入できます。

下記の質問にお答えください。

はい＝1. いいえ＝2. どちらともいえない＝3.

1. エントランス（玄関）やフロントの清掃はいきとどいていると思いますか。 1 2 3
2. 故障している器具類がそのままになっているときがありますか。 1 2 3
3. ロッカールーム、室内等の臭いが気にかかることがありますか。 1 2 3
4. 洗面台やシャワーが少なく行列したりゆっくりにできないことがありますか。 1 2 3
5. 館内の温度、換気が不適当だと思うことがありますか。 1 2 3
6. プールの水が濁っているときがありますか。 1 2 3
7. トイレが時々汚れていることがありますか。 1 2 3
8. ロッカールームの洗面台やパウダールームが汚れていることがありますか。 1 2 3
9. トレーナーやフロント（従業員）のユニフォームはいつも清潔ですか。 1 2 3
10. 館内の装飾に明るさや活気が感じられないことがありますか。 1 2 3

1. エントランス（玄関）やフロントの清掃はいきとどいていると思いますか。

クラブにお伺いすると、玄関でそのクラブがきちんとしているかどうかはわかります。下駄箱が散らかっていたりスリッパが氾濫したり、靴入れの中が泥だらけ、会員が館内にいないのに、忘れ物の靴やスタッフの靴が何足もおきっぱなしになっている。フロントのカウンターに会員の受付や入会には関係のないものがいっぱい置いてある。フロントのバックヤードが丸見えで散らかっているのが一目でわかってしまう。玄関やフロントはクラブの顔です。顔が汚いという感じを受けません。

2. 故障している器具類がそのままになっているときがありますか。

確かに、トレッドミルやマシンは機械ですから壊れるものです。しかし、それが2週間以上もそのままになっていた、マシンジムの中に工具箱や使わない器具が放置されている。これは、決して会員から見ると気持ちのよいものではありません。また、たとえそのマシンが使えなくても代替のエクササイズを掲出するとか、プログラムの中にわざと違うマシンの使用を促すアドバイスをすることでコミュニケーションにつなげていきましょう。

3. ロッカールーム、室内等の臭いが気にかかることがありますか。

ロッカールームは、汗が床に落ちるのでどうしてもにおいが出やすいところです。あらかじめ防臭防カビの素材をつかうとか空気清浄機やオゾン発生器などの殺菌に気を配ることが大切です。もちろん普段から定期的に（1時間毎）点検をして清掃することも大切です。一番問題なのは、スタッフがずっと施設の中にいることで、その臭いに慣れてしまつて異臭がするに気がつかないことです。これは、クラブにとっては、相当なダメージです。このことだけで入会をやめる人もいます。

4. 洗面台やシャワーが少なく行列したりゆっくりにできないことがありますか。

スタジオやプールのレッスンを終わったあと、一度にたくさんの会員がロッ

コンビニフィットネス 経営学

パーソナルトレーナー養成講座16

コンビニフィットネスのお問い合わせは（株）プロフィットジャパン
☎ 03(5688)5959 ホームページ <http://www.profitjapan.co.jp>

カールームに押し寄せ、パウダールームやシャワーが足りなくなることがあります。確かに、使いたい時間はみんな同じですから、仕方ない部分もありますが、クラブ側からの事前情報で、あらかじめ込み合う時間帯を銀行の窓口のように掲出するとか、レッスンの後にすぐにシャワールームに直行せずクールダウンを励行して十分余裕を持って安静に復帰することの重要性を話してあげてください。

5. 館内の温度、換気が不適当だと思うことがありますか。

冬場にロッカーや浴室が寒い、スタジオがいつも曇るなど、意外とフィットネスクラブの空調はデリケートです。この分野を常に気を配ることで、快適空間を提供するクラブが実現できます。暑いときは涼しく、寒いときは暖かく余裕を持った空調管理が必要です。

6. プールの水が濁っているときがありますか。

プールの水はクラブによってずいぶん違います。「うちのクラブのプールの水は飲めるほどきれいなんです」といって実際に飲んで見せた支配人にお会いしたことがあります。実際に飲むかどうかは別として、やはり25m先までは見えることが必要でしょう。確かに子供のスクールが多いと透明度が一時的に極端に落ちますが、常にろ過機を点検し、きれいに保つ努力が必要です。

7. トイレが時々汚れていることがありますか。

トイレを見ればクラブの施設管理の程度がわかります。多くのクラブ経営者はクラブ巡回に行ったときにまず、トイレを見ると思います。一番汚れやすいところだからこそ、常にきれいに保つ。自分に置き換えても、駅のトイレよりは、ホテルのトイレに入りたいたいのねえ。あなたのクラブは駅のトイレ、それともホテルのトイレ？

8. ロッカールームの洗面台やパウダールームが汚れていることがありますか。

自分がクラブの一員でマイクラブだと会員が思っていれば、自然に洗面台が汚れていけば拭いてくれます。次の方が気持ちよく使ってもらえるように啓蒙（会員教育）することも、ある意味クラブサービスです。自分の家のように大切に使うためには、スタッフがまずそのような態度で施設管理にのぞまなければなりません。「スタッフが通った後に汚れなし」というのはどこかのクラブの標語ですが常に心がけていけば実行できます。

9. トレーナーやフロント（従業員）のユニフォームはいつも清潔ですか。

トレーナーやフロントは毎日のように着ているユニフォームでももちろん毎日洗濯しているでしょう。臭いがするなどというのは論外として、毎日洗濯していても少しずつ黄ばみや色落ちはあります。要は会員が見て清潔だと思うかどうかです。ポロシャツの周りに汚れの首輪が付着して洗濯しても取れない、ジャージに塩素が付着して色落ちしてはげている、会員が見てどう思うかです。清潔だと思ってもらえる身なりなら多少古くても十分OKです。

10. 館内の装飾に明るさや活気が感じられないことがありますか。

館内が一年中同じ装いで、棚や掲示物、装飾品に埃がかぶっている。一見してここは流行ってないなとわかるようでは、会員は集まりません。会員はクラブへ楽しみを求めてやってきます。季節感あふれる装い、一見して楽しく見えるイベントのお知らせ（立体ポスターなど）や結果報告の写真（一部は額に入れてクラブの歴史として残していく）やポスター、はじけるスタッフの挨拶、癒しを感じる植栽やソファとちょっとした山野草を置くだけでも雰囲気は十分変わります。自分がお客様になって考えたときに素敵だなんて思えるかどうかです。

* * *

という具合に、会員の側から見るとずいぶん違ってきます。会員の目線でも常にサービスを提供することが不可欠です。次回以降で、ホスピタリティ、スタッフ資質・ソフト、マネージメントについても、CSの立場から考えて見ます。