

# チラシに頼らない 営業活動は(新規会員募集)

(株)プロフィットジャパン 菊賀 信雅

最近のフィットネスクラブでの、会員募集のチラシの反応が落ちているという話をよく聞きます。少し前[今年の春頃]までは、クラブによっても差がありますが、良いところでチラシの反応率は0.1~0.2%ぐらいの入会でした。[10,000枚で10~20人の入会]

しかしこのところは、0.03~0.05%ぐらいの[10,000枚で3~5人の入会]反応のところが多く、ややもすると、50,000枚折込んで、入会者が10人もいかなないところもあるようです。

これは、いろいろな理由が考えられますが、一番は経済状況が悪く、デフレとなり、給料が減ったため、今まで比較的金に余裕のあった人が、チラシのノベルティに反応したのが、今は生活に最低限必要なお金を除くとほとんど、余裕がないために、フィットネスに割けるお金がなくなったということでしょうか。

もちろんデフレはフィットネス業界でも例外ではなく、今までの会員価格が、月額8,000円~9,000円だったクラブも6,800円としたり、プレミアム会員募集として月会費の2000円以上のダンピングや、月会費1か月分無料や時間制限を設けたエグザサイト4,935円(90分利用。どの時間でも利用可能—6ヶ月継続)などの実質的な値下げが行われています。

かなり以前より私は、ももとの市民感覚とフィットネス施設の会員価格に開きがあると感じていました。以前、フィットネス産業協会での一般人へのアンケートで、フィットネスクラブに通い続けられるための価値感のある価格は以下のとおりでしたが、この感覚に近くなってきたと思います。

表1. 一般人の考えるフィットネスクラブの価値感 (日本フィットネス産業協会調べ2001年)

単位(円・月)	若年男性	若年女性	中年男性	中年女性	高年男性	高年女性	平均値金額
値ごろ価格	5,188	4,995	5,765	5,788	5,509	5,610	5,461円

表2. 昨年度と今年度の入会経路の比較  
(何をみて、入会したか)(Hクラブ)

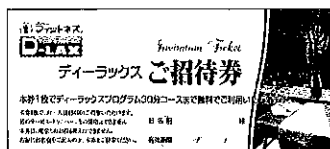
入会経路	20年度	21年度(途中)
チラシ	29%	21%
紹介	43%	35%
看板	24%	26%
地域冊子	2%	2%
その他	2%	16%
全体	100%	100%

表2は、入会の経路についてのデータです。入会につながる最も多い経路は、紹介です。これは、優秀なクラブであれば、この割合が高くなります。確かに、チラシからの入会の割合が、昨年度より、今年度の方が、少なくなっています。人数も、昨年度よりも同時期で30%ぐらい少なくなっています。紹介は相変わらず多いのですが、チラシよりも、看板の方が割合が高くなっています。

チラシの反応が悪いという時には、どのようにして、会員募集をしなければよいのでしょうか。

① 一つは、紹介を積極的にしたいと思わせる仕掛けをする。会員として入会して、その会員がこのクラブが良いと思ったら、お客様から、自然に他の人に紹介したいと思うものです。その時に、たとえばクラブの招待券を5枚ぐらい入会特典として渡しておけば、スムーズに知り合いの方に渡していただけるわけです。

② インフォメーションにも、力を入れる。看板は一つではなく、その施設の前を通るときに目をひくお知らせがど



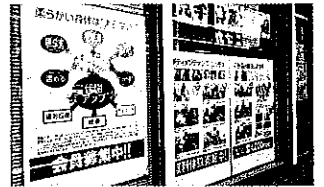
招待券の例

# 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

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>

れだけできるかというのも重要です。クラブで実施しているプログラムの内容や、会員の方の声、トレーニング情報や健康情報など、幅広い情報を定期的に(2週間に一度程度替える)貼り替えることで、興味を持った方の来館を促す。



HクラブのPR看板の例

### ③ 地域提携店を作る

クラブの周りにある別業態のお店との提携を図り、お互いのお客様が利用できるようにすることで、それぞれのお店のメリットにもなり、コンビニフィットネスの会員も割引料金で利用できる。また、会員の方のお店紹介や提携店を地図に落としてPRすることも有効。



Hクラブの提携店  
サンマルクの例

### ④ ボランティア活動としての健康教室、休館日等

の日にちを決めて、日頃よりお世話になっている地域の方々に、施設を無料開放して、健康教室等を催して、利用していただくイベントを行う。広告色は、一切出さず、健康教室をメインに打ち出すことで、地域のコミュニティ誌や回覧板等に入れて周知してもらうようにする。

また、公民館などで行われるイベントのときに、トレーナーを派遣して健康指導や体脂肪測定、体力測定を行い、カウンセリングをしてあげることで、身体に対する悩みや要望を聞いて、それを解消するための方法を書いた資料等を渡し、クラブへの来館を促す。



エアーマッサージ  
足のむくみが一回で  
取れる

ノビノビ  
ふくらはぎの疲れ  
が一回で取れる

腰の疲れが一回でとれ、  
ウエストが引き締まる

⑤ 地域のスーパーやショッピングモールのイベントホールを借りて、コンビニフィットネスの出前を行う。エアーマッサージやSTT、D-LAX、ノビノビ等、リラックスできて、効果がすぐに見えるもので、フィットネスの効果と具体的な内容が伝わるものを体験していただき、広くたくさんの人に知っていただく。

以上のように、チラシに頼らない営業活動を行うことで、地域に密着したクラブ作りができ、またボランティア活動を通して地域貢献できることも、企業としては非常に大切なことではないかと思います。

「コンビニフィットネス」は(株)プロフィットジャパンの登録商標です。