

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）オオタコウジ
愛知大学	経営学部	太田幸治ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）チャモチェルト	フリガナ）ワタナベケント	5	無
ちやもチェルト	渡邊堅斗		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）
指示棒、A3 の紙(1 枚)

研究テーマ（発表タイトル）
民間フィットネスクラブの退会者を減らすには。

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は、民間フィットネスクラブを退会する理由を明らかにし、顧客を維持するためのプランを策定することである。

近年、民間フィットネスクラブの市場は拡大しつつある。IHRSA 社のリサーチ(図 I)では、クラブ数・会員数ともに増加していることが伺える。一方で、フィットネス業界には課題も残されている。中路(2006)によると、「一般に月平均 4～5%の退会者が存在するといわれており、

1 年で約半数の会員が入れ替わるということになる」と言われている。このことから、退会者を減らすことができれば、よりフィットネスクラブの会員数の増加に貢献することができると考えたため、本研究を行う。本研究を行う意義は、企業が民間フィットネスクラブの退会者を減らす際のマーケティングの指針になるとする。

民間フィットネスの産業市場データ

年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
クラブ数（軒）	3574	3745	3945	4163	4375	4661
会員数（万人）	399	393	403	416	419	421
参加率（%）	3.17	3.07	3.16	3.2	3.3	3.3
売上高（億ドル）	41.42	40.95	41.24	42.4	43.16	43.81

▲ 図 I

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

民間フィットネスクラブに通い続けている人（継続者）を分析したところ、その要因は、フィットネスを楽しんでいるからであるということがわかった。そして、その楽しさは 2 種類ある。1 つ目は、**フィットネスをする過程が楽しい**ということである。これは、自分自身の体力に合った運動強度のノルマを設定できており、充実している状態を指す。2 つ目は、**運動効果を実感できたときに楽しい**ということである。これは、フィットネスを長い間継続して行うことによって、その人が理想とする身体や心になれることを指している。

3. 研究テーマの課題

なぜ退会者は民間フィットネスクラブに通い続けられないのか。ネットリサーチディムスドライブ HP によると、フィットネスクラブ退会者の退会理由は、「時間が合わなかった」、「飽きた・面倒になった」、「1 人では続かなかった」などの理由が挙げられる。しかし、これらの理由の根本的な部分は、**フィットネスの楽しさを実感していない**ことである。楽しさを感じない理由には、次のようなプロセスがあることがわかった。田中(2010)によると、まず退会者の特徴として、「明確な自己像がない」、「方法や課題に対して難しいと感じる」という 2 点があると述べられている。つまり、**自分自身の体力に合った運動強度のノルマが設定できていない**ため、フィットネスをする過程の楽しさを感じることができない。さらに、退会者は先ほどのフィットネスをする過程の楽しさを感じないという理由から、**フィットネスクラブに行く頻度が減り、運動効果を実感できたときの楽しさが感じられなくなる**。以上のことから、退会者はフィットネスクラブを退会しているということがわかった。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちは、民間フィットネスクラブの退会者を減らすために、運動効果を実感できたときの楽しさよりも、まずは**フィットネスをする過程の楽しさを退会者に伝える必要性がある**と考えた。そのため、以下でプランを策定する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

フィットネスクラブの退会者を減らすためのプランを策定する上で、注意することは 2 点ある。1 つ目は、フィットネスクラブに入会し、初めて利用する人に向けて行うべきである。これは、先ほど述べた明確な目標がない、目標に対しての方法や課題の設定が難しいと感じてしまうといった阻害要因を払拭するためである。2 つ目は、民間フィットネスクラブ側が会員自身の体力に合った運動強度のノルマを設定できるように、顧客をよく知るべきである。

6. 結果や今後の取り組み

退会者は、**フィットネスをする過程の楽しさや、運動効果を実感できたときの楽しさを感じることができない**ため、退会してしまう。これを解決するために、「**民間フィットネスクラブ側が契約時に顧客をよく知り、初回利用時からその人に合ったノルマを設定することでフィットネスをすること自体の楽しさを感じさせる**」プランを策定し、これを今回の発表の結論とする。

今後は、策定したプランに対する実現可能性を検討していく。

7. 参考文献

- ・厚生労働省(2014)、「第 2 章 健康をめぐる状況と意識」、『平成 26 年版厚生労働白書』、厚生労働省、43～131 ページ。
- ・築田誠、児嶋章仁、伊井みず穂、石野レイ子(2014)、「成人の健康づくりへの関心と運動習慣確立の関連要因の検討」、『関西医療大学紀要』、第 8 号、関西医療大学、27～33 ページ。
- ・中路恭平(2006)、「フィットネスクラブにおける会員の顧客満足と会員継続に関する縦断的事例分析」、

- 『体育・スポーツ経営学研究』、第 20 巻、第 1 号、日本体育・スポーツ経営学会、1～15 ページ。
- ・藤田智子(2005)、「青年期における男性の身体像に関する考察」、
『ジェンダー研究:お茶の水女子大学ジェンダー研究センター年報』、Vol.8、お茶の水女子大学ジェンダー研究センター、79～98 ページ。
 - ・水村(久埜)真由美、橋本万記子(2002)、「大学生のボディイメージと健康に関連する 意識・行動および知識にみられる性差」、
『ジェンダー研究:お茶の水女子大学ジェンダー研究センター年報』、Vol.5、お茶の水女子大学ジェンダー研究センター、89～98 ページ。
 - ・安田雅宏、原丈貴(2008)、「体型認識と運動習慣から評価した若年男女および女性隠れ肥満者の痩せ願望」、
『島根大学教育学部紀要』、第 42 巻、島根大学教育学部、107～111 ページ。
 - ・IHRSA 『GLOBAL REPORT』<<http://www.fitnessclub.jp/business/date/compare.html>>
(最終アクセス日 2017/4/27)
 - ・アサヒグループ食品株式会社<<http://www.asahi-gf.co.jp/company/newsrelease/2016/0201/>>
(最終アクセス 2017 年 11 月 11 日)
 - ・株式会社 PR TIMES<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000015946.html>>
(最終アクセス 2017 年 11 月 11 日)
 - ・株式会社マーシュ<https://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201209diet.html>
(最終アクセス 2017 年 11 月 11 日)
 - ・総務省 HP<http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/shokgyou/kou_h21.htm>
(最終アクセス 2017 年 11 月 12 日)

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑