

Title	フィットネス事業におけるニーズから需要への転換
Sub Title	
Author	岡橋伸浩(Okahashi, Nobuhiro) 田中滋
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1988
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1988年度経営学 第589号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001988-0589

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名	岡橋伸浩	主査	田中滋
	(藤沢薬品工業株式会社)	副査	矢作恒雄
所属ゼミナール	田中滋研		高木晴夫

フィットネス事業におけるニーズから需要への転換

1980年代になってフィットネス・スポーツクラブが激増するにともない、当初健康増進のための施設は顧客ニーズの多様化によってサービスや設備の見直しが強く求められている。フィットネス事業は従来、提案型事業であったためにオープンしてからはじめて集客の成功、不成功がわかる場合が多い。しかしオープンした後では集客が思わしくないといって容易に施設コンセプトを変えることもできない。

施設計画段階から、顧客ニーズを的確に捉えた集客力のある施設コンセプトをつくる方法はないだろうか。そこで本論文では集客力のある顧客ニーズ反映型施設をつくるに際し、顧客ニーズをいかにして把握し、それを施設コンセプトに取り込めるかについて研究した。

はじめにフィットネス事業の現状と特質について述べたあと、調査対象となった広島市民のアンケート結果をもとにして集客力のある施設コンセプト作成を試みた。そのプロセスとして、フィットネスサービスを細分化したニーズ項目に対する顧客選好の強さを数値化し、順位づけた。その数値は、顧客の各項目についての満足度と入会可能性から導かれた選好の強さを集客誘因度として捉えたものである。同時に各項目に施設設立側からみた戦略的意味づけをした。

最後にこれらの手段を使って、顧客ニーズ反映型フィットネスクラブの施設コンセプト作成を二種類のモデルケースについて示唆した。この研究から追加的に、施設コンセプトはターゲットごとに大きく変化すべきであることが確認できた。