

集客・入会・継続・紹介

スポーツ教室運営を  
楽しくする

心理学講座

集客力を加速する実践メソッド



講師：二田 紀子

株式会社CrosspoJAPAN

## ▶ なぜ心理学が必要不可欠なのか？

### 心で買う

お客様はドリルが欲しいのではない。ドリルで開けた穴が欲しい。

顧客の心の動きや変化をキャッチしなければ商品やサービスは届かない。

### 商品は同じ

指導者の数も教室も多く存在している中で何を武器にするのか。

指導は同じでも、どんな言葉でお客様は惹きつけられるのか？

### 選びやすさ

比較対象が多い業種でお客様がストレスなく比較可能である必要がある。

どんな時に入会しやすい状況であるか？俯瞰してみる力が必要。

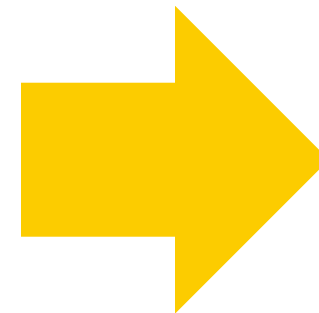


## スポーツ教室の現状と課題を理解する

2024年のフィットネス市場は2,480億円  
規模、競合ジムが乱立

情報はSNS/マップに分散、口コミが意思  
決定を左右

初回～3ヶ月の離脱率が高く、継続がボト  
ルネック





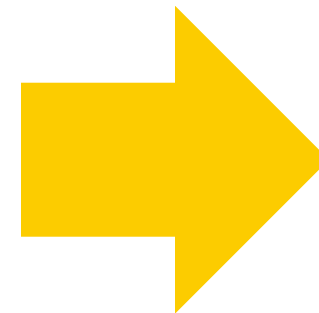
## スポーツ教室の現状と課題を理解する

### よくある失敗事例

2024年のフィットネス市場は2,480億円  
規模、競合ジムが乱立

情報はSNS/マップに分散、口コミが意思  
決定を左右

初回～3ヶ月の離脱率が高く、継続がボト  
ルネック

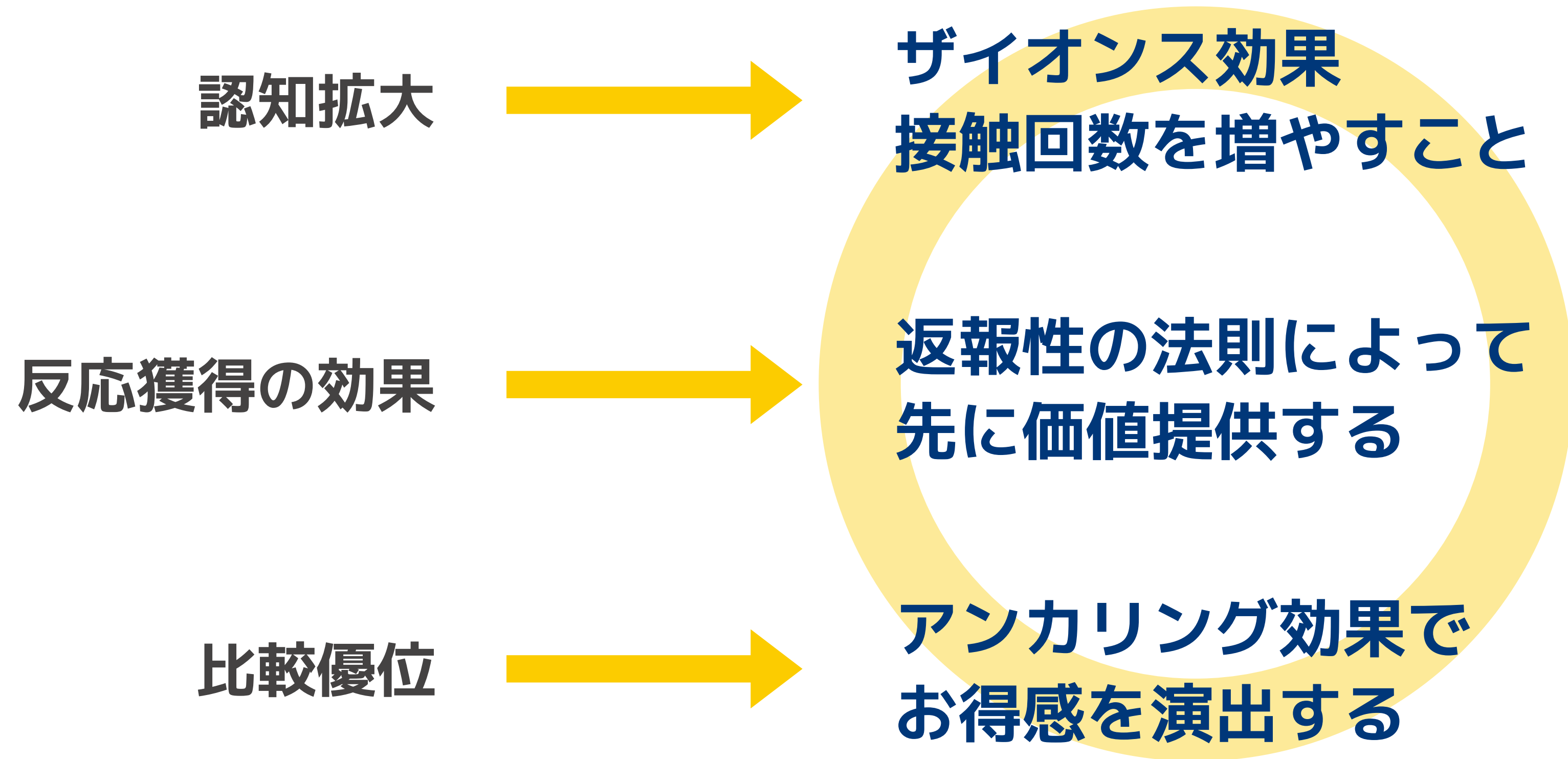


『生徒募集！』の自己都合コピー

資格・指導法だけで差別化しようとする

HPに高額投資するも、広告宣伝を怠る

## ▶ 心理学を用いることで解決できる事例





## 接触頻度と反応率を高める心理テクニック

### 課題

人は「信じない」から始まる



ザイオンス効果とは単純接触効果といい  
接触回数が多ければ多いほど反応が高まる効果

返報性の法則とは、人は誰かに何かをしてもらったら  
お返しをしたくなる心理効果

この2つを活用  
することで

気になる存在から信頼へ

不審感が消えて  
入会へ



## 接触頻度と反応率の関係

接触頻度 = 認知(記憶に残る存在)

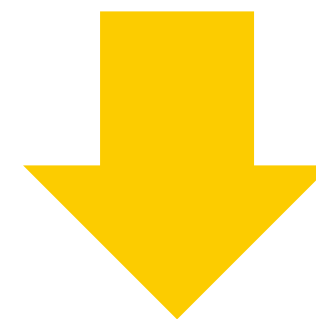
7回の接触 82%

5回の接触 75%

3回の接触 45%

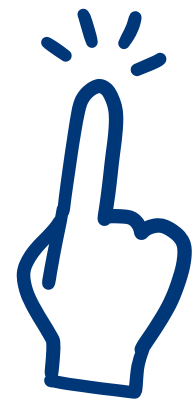
1回の接触 20%

情報過多の時代  
1日あたり5,000以上の広告



どんな価値提供ができるか  
「返報性の法則」

LINE登録率 5%アップ  
既読率 70%アップ



## 単純接触効果



週3回のSNS発信で「見慣れ感」を演出

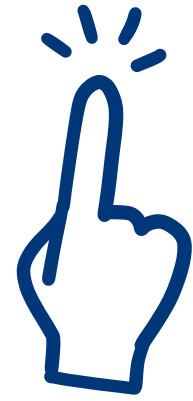


Instagramリール30秒でフォーム改善動画など



教室風景の定点動画で継続的接触(いつもの場所)





## 返報性の法則



先に価値提供→反応（登録・予約）を獲得



『初心者向け準備運動PDF』無料配布  
※運動神経チェックテスト



LINE登録 CTA付きでリード獲得



## 「みんなが選ぶ」安心感を演出する

---

バンドワゴン効果



## 「みんなが選ぶ」安心感を演出する

---

### バンドワゴン効果

「多くの人を選んでいるものを、自分も選びたくなる」  
心理現象のことです。  
“人気がある = 良いものだ”と感じる傾向です。



## NGとOK例の対比・7つの型で顧客の心を掴む

N G

O K

初心者歓迎！誰でも参加OK！

2~3人が写っているレッスン中の写真

予約をお待ちしております

「また来たい！」と言ってくれました  
(ストーリーズに掲載)

あなたならどうする？  
考えてみましょう



## NGとOK例の対比・7つの型で顧客の心を掴む

N G

初心者歓迎！誰でも参加OK！

2~3人が写っているレッスン中の写真

予約をお待ちしております

「また来たい！」と言ってくれました  
(ストーリーズに掲載)

O K

「地域で100名が通う人気教室！」

「体験者の93%が入会！」



## NGとOK例の対比・7つの型で顧客の心を掴む

N G

初心者歓迎！誰でも参加OK！

2~3人が写っているレッスン中の写真

予約をお待ちしております

「また来たい！」と言ってくれました  
(ストーリーズに掲載)

O K

「地域で100名が通う人気教室！」

「体験者の93%が入会！」

笑顔の集合写真（同じTシャツなど）



## NGとOK例の対比・7つの型で顧客の心を掴む

### NG

初心者歓迎！誰でも参加OK！

2~3人が写っているレッスン中の写真

予約をお待ちしております

「また来たい！」と言ってくれました  
(ストーリーズに掲載)

### OK

「地域で100名が通う人気教室！」

「体験者の93%が入会！」

笑顔の集合写真（同じTシャツなど）

「今月の新入会〇名」

「予約が埋まってきました」



## NGとOK例の対比・7つの型で顧客の心を掴む

### NG

初心者歓迎！誰でも参加OK！

2~3人が写っているレッスン中の写真

予約をお待ちしております

「また来たい！」と言ってくれました  
(ストーリーズに掲載)

### OK

「地域で100名が通う人気教室！」  
「体験者の93%が入会！」

笑顔の集合写真（同じTシャツなど）

「今月の新入会〇名」  
「予約が埋まってきました」

Google口コミや保護者のリアルな声を  
LPやLINEに掲載



## アンカリング効果

人は最初に提示された「数字」や「情報」に引っ張られて、  
その後の判断をしてしまう心理現象です。

「この靴は1万円ですが、今だけ5,000円です」と言われると、  
5,000円が“お得”に感じる。  
これがアンカリング効果です。

最初に聞いた「1万円」が“基準（アンカー）”になるため、  
実際の価値よりも「安く感じる」「得した」と錯覚するんです。

▶ 集客③ アンカリング効果 / 限定性の原理：価格印象と希少性で意思決定を後押し

知っていても使いこなせないのがコレ

Double Queen Guest Room  
Beachfront W/ Balcony

45 m<sup>2</sup> (484...

当サイトあと4部屋！

家族連れの旅行者に人気



45 m<sup>2</sup> (484 ft<sup>2</sup>)

定員：大人3名, 0～17歳のお子さま（追加料金なし）:1名

クイーンベッド 2台

眺望: ビーチ

電気ケトル

バスタブ

トイレタリー

室内映画

衛星テレビ/ケーブルテレビ

ワイヤレス インターネット

空気洗浄機

電気毛布

エアコン

大人3名 & 子ども1名 (0～17歳)

朝食利用可 (1名あたり ¥ 3,042)

キャンセルポリシー

今日予約して今日支払い

チェックした中で最安値です！

¥ 71,354

¥ 26,736

1泊の料金 (税込み)  
(1部屋 | 大人3名 + 子ども1名)

詳細を見る

予約手続きはたったの2分で完了します！

部屋数  
当サイトあと...

1

予約する

Double Queen Guest Room  
Beachfront W/ Balcony

45 m<sup>2</sup> (484...

朝食込み

大人3名 & 子ども1名 (0～17歳)

朝食込み

キャンセルポリシー

今日予約して今日支払い

¥ 71,354

¥ 41,783

1泊の料金 (税込み)  
(1部屋 | 大人3名 + 子ども1名)

詳細を見る

予約手続きはたったの2分で完了します！

部屋数  
当サイトあと...

1

予約する

Special Offer

プラン詳細を見る

スペシャルオファー

大人3名 & 子ども1名 (0～17歳)

朝食込み

夕食込み

キャンセルポリシー

今日予約して今日支払い

禁煙

¥ 71,354

¥ 49,170

1泊の料金 (税込み)  
(1部屋 | 大人3名 + 子ども1名)

詳細を見る

予約手続きはたったの2分で完了します！

部屋数  
当サイトあと4部...

1

予約する

アンカリングと  
限定性を探せ

## スポーツ教室に置き換えると...

通常入会金 ~~¥11,000~~

体験当日：¥0

体験当日にご入会いただいた方限定

今だけの特別価格  
無料！

🕒 限定性の具体例

📅 期間限定：体験後72時間以内のご入会で

👥 数量限定：日曜クラス 残り3枠

★ 先着限定：先着20名 入会金0円キャンペーン

🔔 キャンペーン終了まで残り2日！

入会金無料だけの表記  
になってませんか？

いつでもお得に  
なっていませんか？

だれでも入会できる  
人数になっていませんか？

## 体験会参加者へのアクション

### 体験→入会の導線

- 1 体験終了時：料金比較カードを手渡し
- 2 比較検討：Good/Better/Bestの3段階提示
- 3 即決促進：QR決済でスムーズに完結
- 4 完了SMS：即座に入会確認を送信

アンカリングを明確に示す

## 体験会参加者へのアクション

### 体験→入会の導線

- 1 体験終了時：料金比較カードを手渡し
- 2 比較検討：Good/Better/Bestの3段階提示
- 3 即決促進：QR決済でスムーズに完結
- 4 完了SMS：即座に入会確認を送信

アンカリングを明確に示す

選択肢は多過ぎないように注意

## 体験会参加者へのアクション

### 体験→入会の導線

- 1 体験終了時：料金比較カードを手渡し
- 2 比較検討：Good/Better/Bestの3段階提示
- 3 即決促進：QR決済でスムーズに完結
- 4 完了SMS：即座に入会確認を送信

アンカリングを明確に示す

選択肢は多過ぎないように注意

当日手続きができるように準備

## 体験会参加者へのアクション

### 体験→入会の導線

- 1 体験終了時：料金比較カードを手渡し
- 2 比較検討：Good/Better/Bestの3段階提示
- 3 即決促進：QR決済でスムーズに完結
- 4 完了SMS：即座に入会確認を送信

アンカリングを明確に示す

選択肢は多過ぎないように注意

当日手続きができるように準備

入会後の安心材料

## おまけ心理学①指導で活用できる

---



### 自己効力感の4つの源泉

自己効力感は「自分にもできる」という感覚  
これを生み出すには、以下の4つが必要



## おまけ心理学①指導で活用できる

---



### 自己効力感の4つの源泉

自己効力感は「自分にもできる」という感覚  
これを生み出すには、以下の4つが必要

達成体験

言語的説得

代理体験

生理的情緒的高揚

## おまけ心理学②人間関係で役に立つ

---



### パーソナリティ障害を理解する

物事の捉え方や行動が一風変わっていて  
社会生活を送ることが難しくなる

3つに分けられる

## おまけ心理学②人間関係で役に立つ

---



### パーソナリティ障害を理解する

A群パーソナリティ障害

妄想性パーソナリティ障害

スキゾイドパーソナリティ障害

統合失調型人格障害

## おまけ心理学②人間関係で役に立つ

---



### パーソナリティ障害を理解する

#### B群パーソナリティ障害

反社会性パーソナリティ障害

**境界性パーソナリティ障害**

演技性パーソナリティ障害

自己愛性パーソナリティ障害

## おまけ心理学②人間関係で役に立つ

---



### パーソナリティ障害を理解する

#### C群パーソナリティ障害

回避性パーソナリティ障害

依存性パーソナリティ障害

強迫性パーソナリティ障害

# 境界性パーソナリティ障害

思春期・成人期に起こることが多く  
圧倒的に若い女性に多い

感情の起伏が激しく、人に対する態度や行動が急転する

遺伝的要素の他に近年増えている理由は...

## 家庭内環境

(子供が邪魔者) (手をかけずにものを与える)  
(親の期待を押し付ける) (親が病んでいる)  
(子どもの逃げ場がない) (人間関係を築く機会の減少)

## おまけ心理学③自己分析で役に立つ

---



### 頭の良さはEQで計られる

EQとは  
情動指数

Emotional Intelligence Quotient

自分の感情を知り、現実的な自己を形成してそれを行動の指針とする能力。周囲の人の気持ちを感じ取って適切な行動をとる能力。