

「チョコザップ」

1 課題 Problem

- ジムは高くて続けにくい(費用の問題)
- 人目が気になって行きづらい(心理的ハードル)
- 通う時間が取りにくい(時間・利便性の問題)

4 解決策 Solution

- 無人運営+入退館はスマホアプリで完結(人件費削減・手軽さ)
- 24時間稼働(時間的ハードルを下げる)
- マシン中心+セルフ脱毛・セルフエステなどの付加価値(複合ニーズを掴む)

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

「コンビニ感覚で通える、低価格で24時間使えるフィットネスー人目を気にせず手軽に運動を始めたいあなたへ」

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- RIZAPのブランド・広告ノウハウ(信頼と顧客獲得力)
- 早期出店でのロケーション確保(実店舗の立地優位)
- 複合サービス(ジム+美容)のパッケージ化ノウハウ

2 顧客セグメント Customer Segments

- ジム初心者(20~40代、仕事が忙しく短時間で済ませたい)
- 主婦や高齢者(運動を始めたいが人目が気になる人)
- 都市で仕事をする単身者(近所でパッと寄れる場所を求める)

8 主要指標 Key Metrics

- アクティブ会員数
- 継続率、
- 月間利用回数
- 平均収益(ARPU)
- CAC
- LTV

5 チャンネル Channels

- SNS(Instagram / TikTok)で「手軽さ」を見せる動画広告
- 店舗の“視認性”=街中の出店で通行者に自然にアプローチ
- RIZAPの既存顧客チャンネル・ブランド信用

7 コスト構造 Cost Structure

- 固定:店舗家賃、機器のリースor購入費、アプリ開発費の償却
- 変動:電気・保守、広告費、決済手数料

6 収益の流れ Revenue Streams

- 月額定額(サブスクリプション)が主要な収益源
- 物販(プロテイン等)やオプションサービスでアップセル
- 企業向け福利厚生プランの導入も可能