



少人数制ピラティス
パーソナルトレーニングスタジオ

調査分析

1. 3C分析+M : 自社分析

①. スタジオの立地と外観

所在地

〒959-1237
新潟県燕市井土巻3-95 プラザ21 3F

周辺地図



30分圏内のエリア(車、時速40km)



周辺道路



店舗外装、看板



調査>>

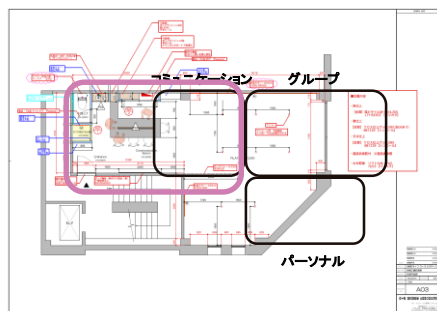
- ・県央の中心地。JR燕三条駅、高速三条ICがあり、道路も整備されている。駐車場完備。
- ・周辺にはショッピングモールや飲食店、ホテルなどがあり、地元の人にはなじみ深いエリア。
- ・燕市と三条市の境界に位置し、両市から車で30分以内にアクセス可能。通勤時間帯や週末の人通りが多い。
- ・5年後を目途に同エリアに大規模な開発計画あり。基幹病院、大学、ショッピングモール、及びそこで働く人たちの住居等の建設が始まっている。

分析>>

- ・3Fの為、看板が目立ちにくく、通りがかりの人への認知に繋がりにくい。1Fの共有スペースにも看板を設置し、歩行者に存在を知らせる、HPを整備する等の対策が必要。
- ・ビルの共有スペースが雑然としており、ターゲット層との一貫性に欠ける。大家さんに相談する。
- ・家賃が高い為(12万円)、商品単価と提供価値の両方を高めていく必要がある。

②. スタジオの内観と設備

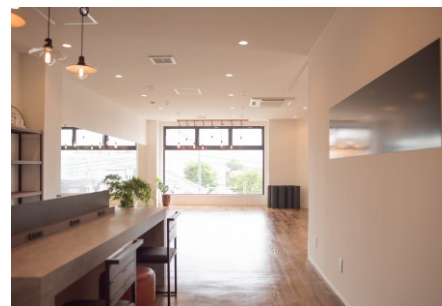
調査>>



1. 全体像

面積 20坪
3つのエリアを設けている

- ①. コミュニケーション エリア
- ②. グループトレーニング エリア
- ③. パーソナル エリア



2. コミュニケーション エリア

スタジオとお客様、又はお客様同士のコミュニケーションの為の場所。

トレーニングの為の
カウンセリング&フィードバックの他
ドリンクやPC充電サービスなどを提供。

会員同士のコミュニティづくりに繋がる様
心掛けている。

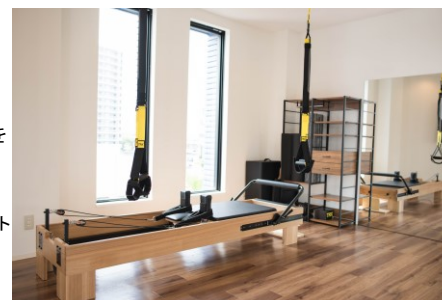


3. グループ エリア

グループトレーニングの為の場所。

定員10名の、少人数制グループトレーニングを
提供。

レッスン前後は1人1人にカウンセリング
&フィードバックを行い、目的達成へのサポート
を心掛けている。



4. パーソナル エリア

パーソナルトレーニングの為の場所。

1対1のパーソナルトレーニングを提供。

姿勢評価、動作評価、発達学、神経機能学等に
基づき、各人にとって、目的との一貫性と精度
の高いトレーニングを心掛けている。

分析>>

- + 開放的な窓からの眺めと内装で、気持ち上がる空間づくりを心掛けている。
- + 新潟県内には、精度の高いパーソナルトレーニングを提供できる技術力を持つ人材が少なく、効果を上げるという点で差別化し易い。
- + ピラティスリフォーマー（伝統的な専門器具）は、現在東京で流行中で、モデル御用達のトレーニングとして、メディア等で目にする機会が増えており、今後県央でも興味を持つ方が増える可能性が高い。
- + 現在県央でリフォーマーを導入している店舗はない為、差別化し易い。資格取得面、購入面でのハードルが高く、同規模の競合に真似される可能性が低い。

- L字の店舗構造の為、店舗の50%程しかトレーニングに使えない(■ のエリア)。その為、商品単価と回転率は上げる必要がある。 ■ エリアでも実施可能なダイエットサポートにも力を入れる。
- グループエリアと、パーソナルエリアの境界が曖昧(可動式スクリーン)。その為、クライアントの悩みによっては、グループクラスと時間帯を分ける等の配慮が必要。

③. スケジュール

調査>>

スケジュール表

	月		火		水		木		金	
	グループ	パーソナル 食事指導	グループ	パーソナル 食事指導	グループ	パーソナル 食事指導	グループ	パーソナル 食事指導	グループ	パーソナル 食事指導
8:00							朝ピラティス			
9:00							★			
10:00	アドバンス ★★				ベーシック ★			ベーシック ★		
11:00										
12:00										
13:00	ベーシック ★		ベーシック ★		アドバンス ★★			ベーシック ★		
14:00										
15:00			イージー ☆					イージー ☆		
16:00										
17:00										
18:00							アドバンス ★★			
19:00			アドバンス ★★				ベーシック ★			
20:00										

時間帯別にみる、利用者の傾向

時間帯	客層	ニーズ	利用サービス
6:30～8:00	出勤前の男性会社員 (40～50代)	腰痛やメタボの改善 ゴルフのパフォーマンス UP	ピラティス (プライベート)
8:00～10:00	出勤前のサービス業女性 (30～50代)	体型改善 肩凝腰痛の改善	ピラティス (グループ/プライベート)
10:00～12:00	主婦、シフトが休日の女性 (30～50代)	体型改善 肩凝腰痛の改善 趣味(運動)のパフォーマンス UP	ピラティス (グループ/プライベート) 栄養指導
13:00～15:00	主婦、子育て世代の女性 (30～70代)	体型改善 肩凝腰痛の改善 健康維持 産後の回復	ピラティス (グループ/プライベート) 栄養指導
15:00～18:00	主婦、パートタイマーの女性 (30～50代)	体型改善 肩凝腰痛の改善 趣味(運動)のパフォーマンス UP	ピラティス (プライベート) 栄養指導
18:00～20:00	仕事終わりの女性会社員 (20代～50代)	体型改善 肩凝腰痛の改善 ストレス解消	ピラティス (グループ)

分析>>

- ・限界月上(現体制)は？ グループ:会員130名×月会費 8,000円 = 1,040,000円 / プライベート:会員32名×26,000円 = 832,000円 ▶ 合計:1,872,000円
- ・基礎体力のある状態にするには？ 損益分岐点比率60%を目指す。その為には、160万円/月の売上が必要(損益分岐点売上高:100万円) → スケジュール表の85%を埋める必要がある。

④. 売上の構成とこれまでの推移

調査>>

①開業からの売上推移 (単位: 円)

年度	売上高
H28. 12. 08～12. 31	105,516 円
H29. 01. 01～12. 31	1,145,099 円
H30. 01. 01～12. 31	4,814,194 円

②H30 年度／部門別売上高 (単位: 円)

部門名	H30. 1. 1～12. 31	月平均	構成比
トレーニング指導	4,242,423 円	353,535 円	88.12%
食事指導	315,536 円	26,294 円	6.55%
セミナー講師 出張指導	256,235 円	21,352 円	5.33%
合計	4,814,194 円	-	-

③H30 年度／トレーニング指導による売上高 (単位: 円)

トレーニング指導売上	H30. 1. 1～12. 31	月平均
売上高 (=粗利益)	4,242,423 円	353,500 円
会員数 (年度末時点)	60 人	-
のべ利用者数 (回)	2,000 人	160 人
平均単価/回	2,100 円	

④H30 年度／トレーニング指導におけるコース別売上、及び、客数内訳 (単位: 円)

コース名	H30. 1. 1～12. 31	月平均	構成比	男女比
売上高				
グループとトレーニング	2,248,485 円	187,373	53%	
パーソナルトレーニング	1,993,938 円	166,161	47%	
のべ利用者数 (回)				
グループトレーニング	1,520 人	126 人	76%	女性限定
パーソナルトレーニング	480 人	40 人	24%	男:女=1: 9

分析>>

- ・H29年度より、会員制を導入した事により、安定した売上を上げられるようになった。
- ・部門別売上高では、トレーニング指導部門が88.12%と主力商品になっている。
- ・トレーニング指導部門のコース別売上比が、パーソナル客数比24%、売上比47%であることから、パーソナルコースの強化は、新スタジオの基礎体構築にとっても有効な方針になると思われる。

【第二課題】調査資料

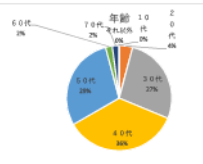
記入者 YELL CONDITIONINGS 吉田加奈子

1. 3C分析+M : 顧客分析

調査>>

移転前からの既存顧客

年齢	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
10代													0	0%
20代			1	2	1								2	4%
30代	2		2	3		2	1		1	1	3		13	27%
40代		1	3	3	2	3			3		1	1	17	35%
50代		1				1	3		3	2	2	2	14	29%
60代				1									1	2%
70代						1							1	2%
それ以外													0	0%
計	2	3	6	6	3	7	4	0	7	3	6	3	48	



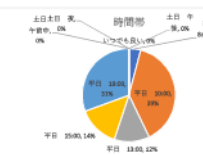
性別	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
男性				1									1	2%
女性	1	3	5	4	2	8	4	1	6	3	7	3	47	98%
計	1	3	5	5	2	8	4	1	6	3	7	3	48	



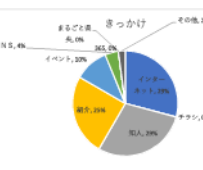
職業	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
会社員	1	1	2		1	3			5	1	6	1	21	43%
自営業		1	2	3		4	2	1	2	1	1	2	19	39%
フリーター													0	0%
学生													0	0%
主婦				1		1				1			3	6%
シフト			1	1			1				1		4	8%
その他		1			1								2	4%
計	1	3	5	5	2	8	3	1	7	3	8	3	48	



通いやすい時間	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
平日 8:00				1					1				2	4%
平日 10:00		1	4	3	2	4			1		4		19	39%
平日 13:00		1					2		1	1		1	6	12%
平日 15:00						1	3			2		1	7	14%
平日 19:00	1	1		1	1	2			4	1	3	1	15	31%
土日 午前中													0	0%
土日 午後													0	0%
土日 夜													0	0%
いつでも良い													0	0%



きっかけ	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
インターネット		1	1	1	3	2			4	1	1	1	14	29%
チラシ													0	0%
知人	1		3	2		1	1		1	1	4		14	29%
紹介		2	1	1		2	1		2	1	1	1	12	25%
イベント					1		1	1			1	1	5	10%
SNS						1							1	2%
365													0	0%
まるごと最良													0	0%
その他						1							1	2%
計	1	3	5	4	4	7	3	1	7	3	7	3	48	



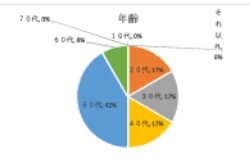
地域	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
三島	1			1		2	1	1	1	1			8	18%
新		2	3	2	3	2	2		4	1	4	3	25	56%
加茂													0	0%
長瀬											1		1	2%
長岡			1										1	2%
砂原	1									1	1		4	9%
豊					1	1				2			4	9%
白根						2							2	4%
その他													0	0%
計	1	3	4	3	5	7	3	1	6	3	6	4	48	



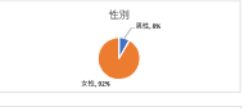
新規顧客 分析

移転後の新規顧客

年齢	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
10代													0	0%
20代							1	1					2	17%
30代							2						2	17%
40代							1	1					2	17%
50代							5						5	42%
60代							1						1	8%
70代													0	0%
それ以外													0	0%
計	0	0	0	0	0	0	10	2	0	0	0	0	12	



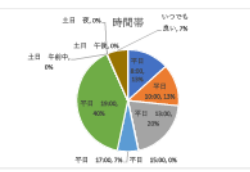
性別	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
男性								1					1	8%
女性							9	2					11	92%
計	0	0	0	0	0	0	10	2	0	0	0	0	12	



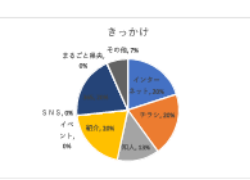
職業	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
会社員							6	1					7	58%
自営業							5						5	38%
フリーター													0	0%
学生													0	0%
主婦								1					1	8%
その他													0	0%
計	0	0	0	0	0	0	11	2	0	0	0	0	13	



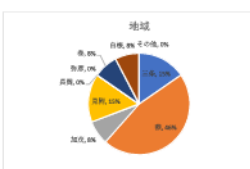
通いやすい時間	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
平日 8:00							2						2	15%
平日 10:00							2						2	15%
平日 13:00							2	1					3	23%
平日 15:00													0	0%
平日 17:00							1						1	7%
平日 19:00							6						6	40%
土日 午前中													0	0%
土日 午後													0	0%
土日 夜													0	0%
いつでも良い								1					1	7%



きっかけ	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
インターネット							2	1					3	23%
チラシ							3						3	23%
知人							2						2	15%
紹介							2	1					3	23%
イベント													0	0%
SNS													0	0%
365							3						3	23%
まるごと最良													0	0%
その他						1							1	7%
計	0	0	0	0	0	0	12	2	0	0	0	0	15	



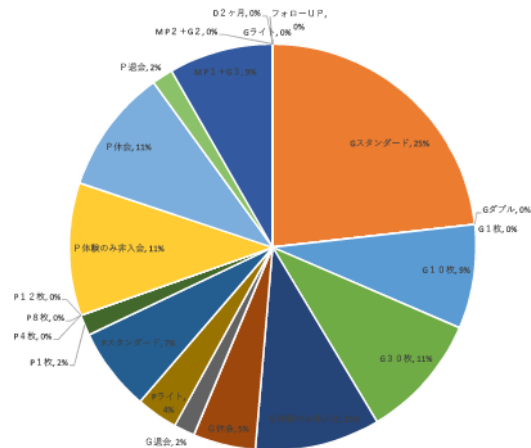
地域	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
三島							2						2	13%
新							6						6	40%
加茂													0	0%
長瀬							2	1					3	20%
長岡													0	0%
砂原													0	0%
豊							1						1	6%
白根								1					1	6%
その他													0	0%
計	0	0	0	0	0	0	11	2	0	0	0	0	13	



既存顧客 契約プラン / G:グループ、P:プライベート、M:G&Pミックス、PA:パーソナルトレーニング、D:ダイエットサポート

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合	
G	G体験①(1回)		2	3	3	2	3	3	1	1	6	1	7	2	34	
	G体験②(1ヶ月)		2	3	3	2	3	3		1	5	1	8	1	32	
	Gライト														0	0%
	Gスタンダード					1					2	1		3	11	25%
	Gダブル														0	0%
	G1枚														0	0%
	G10枚		1					2			1			1	5	9%
	G30枚			1				2	1			1			6	11%
	G体験のみ非入会			1				1	1		1			2	6	11%
	G体会			1		1								1	3	5%
G退会					1									1	2%	
P	P体験③(1回)			2	2	1	3	1	2		1	1	1	2	16	
	P体験④(1ヶ月)			1	2	1	3		2		1	1	1	2	14	
	Pライト		1				1								2	4%
	Pスタンダード					1		1			1				4	7%
	P1枚			1											1	2%
	P4枚														0	0%
	P8枚														0	0%
	P12枚														0	0%
	P体験のみ非入会			1		1			1			1	1	5	11%	
	P体会						2	1	1			1		1	6	11%
P退会												1	1	2		
M	M P1+G3			1	1				1		2				5	9%
	M P2+G2														0	0%
D	D1回														0	
	D2ヶ月														0	0%
	フォローUP														0	0%
計		6	15	11	11	15	14	10	3	20	7	19	17	152		

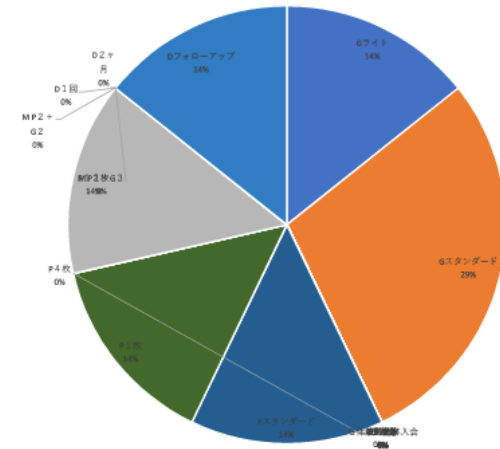
既存/契約プラン



ラン / G:グループ、P:プライベート、M:G&Pミックス、PA:パーソナルトレーニング、D:ダイエットサポート

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
(1回)							6	3					9	
(1ヶ月)							2	1					3	
リード							1						1	14%
							2						2	29%
													0	0%
													0	0%
													0	0%
													0	0%
非入会													0	0%
													0	0%
													0	0%
(1回)							6	2					8	
(1ヶ月)							4	1					5	
リード							1						1	14%
							1						1	14%
													0	0%
													0	0%
非入会							1						1	14%
													0	0%
													0	0%
i3													0	0%
i2													0	0%
													0	
													0	0%
アップ							1						1	14%
	0	0	0	0	0	0	25	7	0	0	0	0	32	

新規/契約プラン



分析>>

▼既存客について

スタジオから30分圏内に住む30～50代女性が多く、職業は会社員 43%、自営業又はそのご家族 39%。
最も多い来店理由は、ダイエット、ボディメイク、肩凝腰痛の改善。

来店経路は、web検索に次いで知人と紹介が多い。これまで知人や紹介を意識した集客を行って来なかった為、きちんと仕組化すれば、今後伸びる可能性があると思われる。

体験後の入会率: グループ89% / パーソナル89%

休会率: グループ5% / パーソナル11%

退会率: グループ2% / パーソナル2%

▼新スタジオについて(7月時点)

新規達成率: グループ200% / パーソナル200%

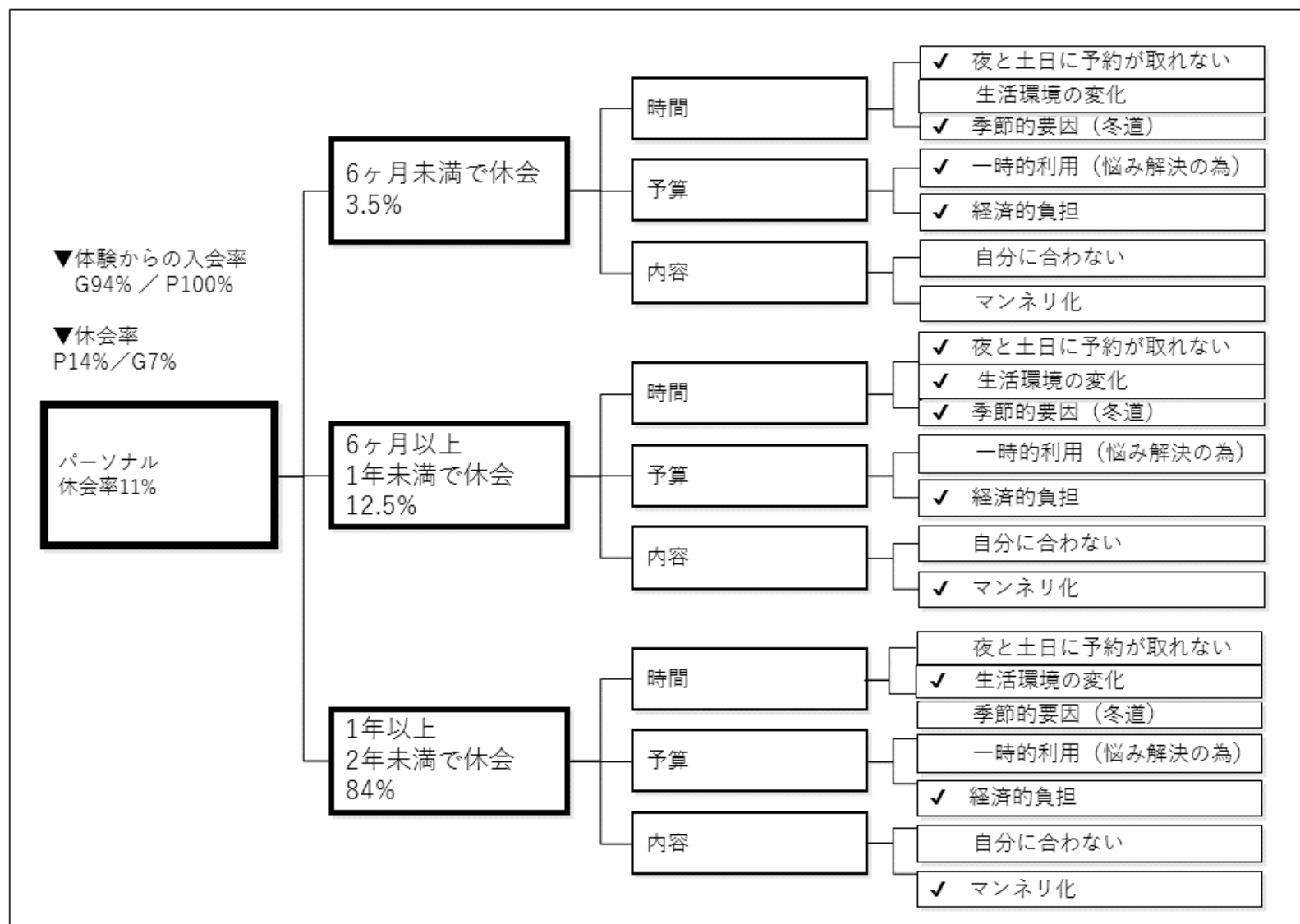
コース比率: グループ53% / パーソナル47%

月会費: グループ8,000円 / パーソナル2,6000円

<まとめ>

以上の事より、スタジオから30分圏内に住む、30～50代の体型維持や肩凝腰痛に悩む女性に対して、パーソナル体験に繋げるアプローチを行い、同時にパーソナルの休会率を下げる改善策を講じる事が、新スタジオの基礎体力構築に繋がるとと思われる。

パーソナルトレーニングの休会理由



パーソナルトレーニングの休会率を下げる為の対応策

①時間

- 昼に来店できる方をターゲットにする。
- 並行して、夜と土日に指導できる人材の育成。

②予算

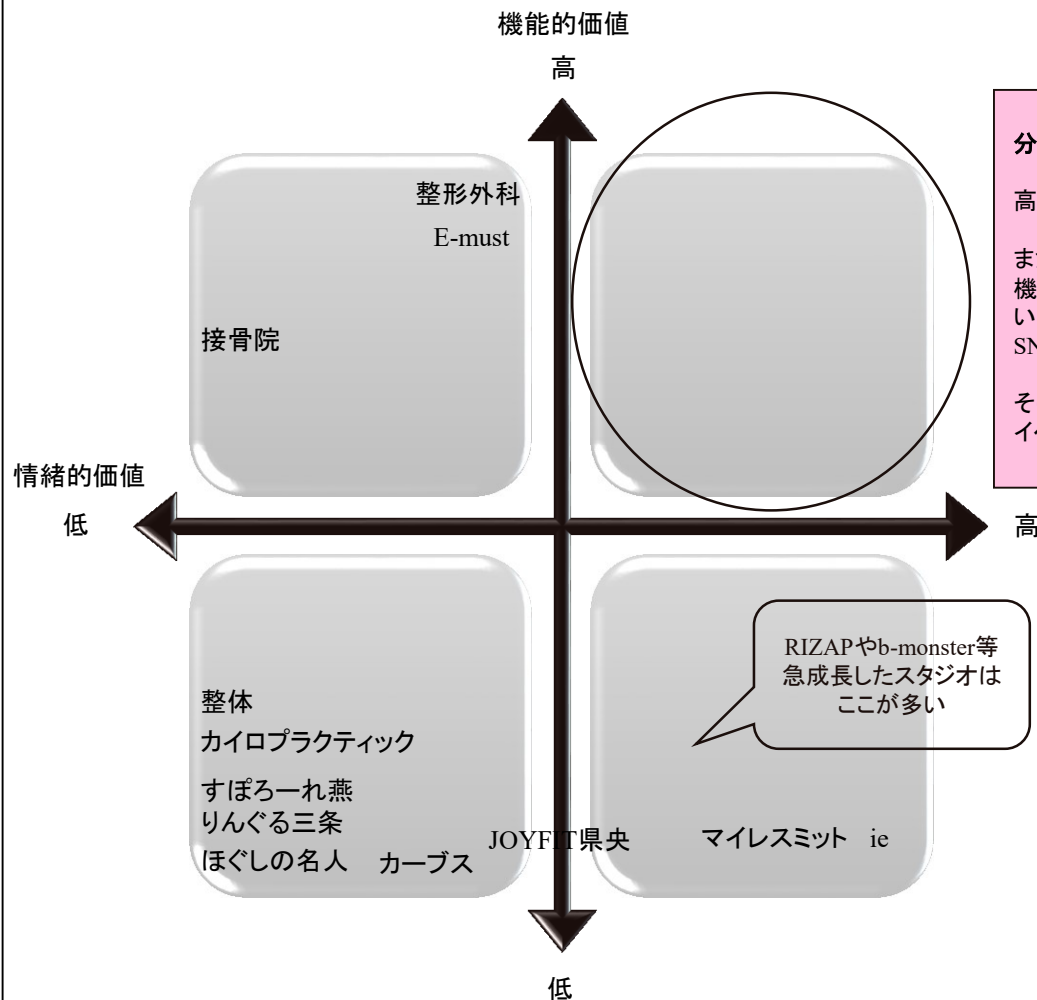
- 現場の感覚では、お客様がグループorパーソナルを決める要因は、悩みの重症度と月収。
- 一般的に、習い事等にかかるお金は、月収の5%程度と言われている為、パーソナルトレーニングを長く継続して頂く為には、50万以上の月収が必要になる。
- ミックスコースの新設(月会費1,3500円)
悩みが重くパーソナルを受けられた方が、会費がネックで継続できないようであれば、症状改善後にミックスコースへの移籍をご提案し、経済的な負担を減らしながらも身体を良い状態に維持できるようにする。
ミックスコースであれば、必要な月収は27万程度であり、継続が可能になる方が増えると思われる。

③内容

- 悩みの改善が目的のお客様の場合、目的が叶うと休会する傾向がある。
毎回のセッションを通じて、「悩みを改善したいから続ける」から、「楽しいから続ける」に動機付が変わるように工夫する。
- 移転前のパーソナルトレーニングは、マットのみを用いたものであったが、新スタジオでは、ピラティスリフォーマーやTRX、ウェイトなどの設備が整いトレーニングのバリエーションが大幅増えた。
段階的にこれらを使っていく事でマンネリを予防する。

I. 3C分析+M : 競合分析

調査>>



分析>>

高機能価値、高情緒価値を目指す事で、他との差別化ができる。

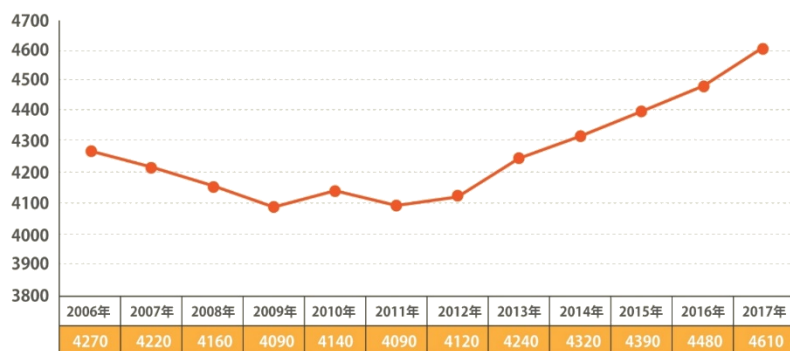
また、RIZAPやb-monsterなど、急成長したスタジオは、高情緒&低機能に分類される事が多い。機能的価値(技術力)は体験してみないと分からない為、体験者を増やす為には、情緒的価値を、HPやSNSを使って、来店前の見込み客に届ける必要があると思われる。

その為に、おしゃれな内装や、流行の設備を使ったトレーニングイベント風景等をHPやSNSで発信する。

I. 3C分析+M : マクロ環境分析

①.市場全体の動向

フィットネスクラブの市場規模(単位:億円)



(出典:日本生産性本部余暇創研「レジャー白書」各年版)

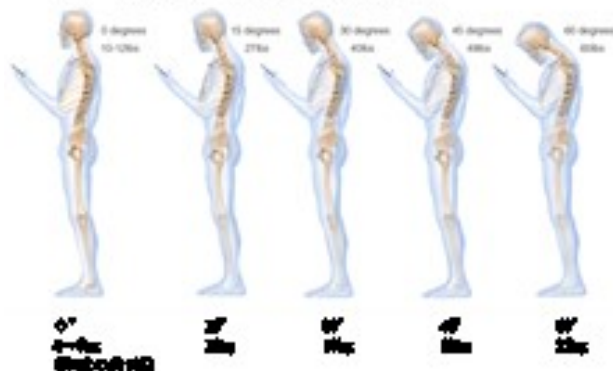
分析>>

市場規模は、右肩上がりに拡大している。

全国的には、ホットヨガ、24時間ジム、女性専用ジム、ボディメイク専門ジムなどの小規模ジムの店舗数が増えており、総合型スポーツクラブのシェアを奪っている。

②.現在～未来の人の身体

【肩の位置が首に近くなり、首に負担が集中する】



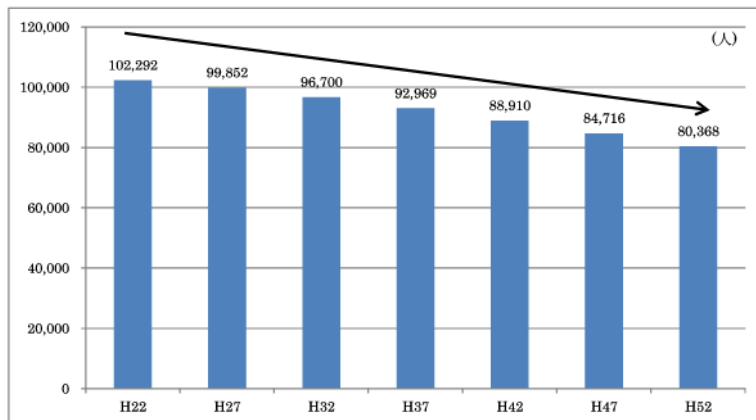
分析>>

PCやスマートフォンの普及により、フォワードヘッド(頭部前方変異)の人が非常に増えている。加工性運動連鎖により、全身の骨格が歪み、肩凝腰痛の発生機序となる。

PC、スマートフォンの利用時間の増加と、運動時間の減少は今後も続くと思われる。肩凝腰痛改善や、ボディメイク、筋力維持に対するニーズは増々高まる事が予想される。

③.燕市、三条市の将来人口推移

(図7) 閉鎖人口により推計した三条市の将来人口

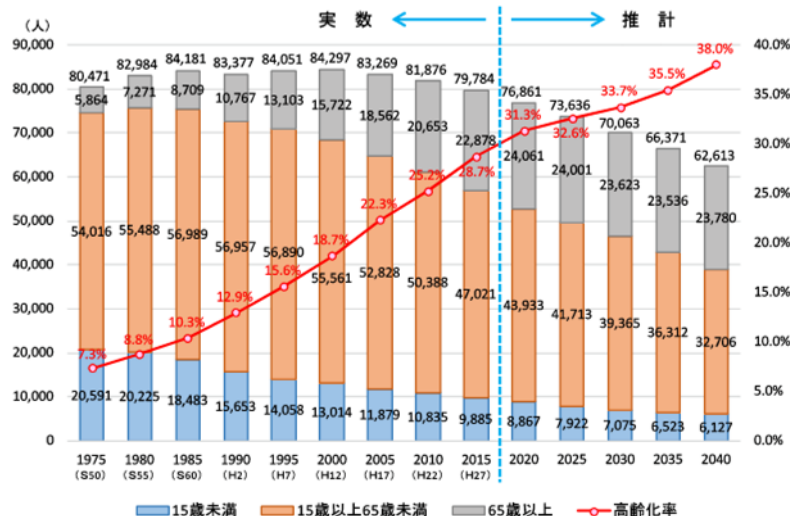


資料：平成 22 年国勢調査（総務省）

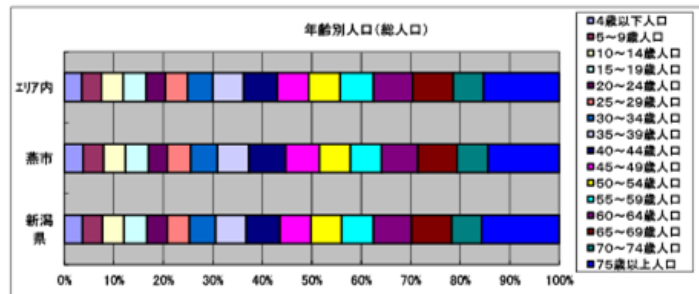
日本の地域別将来推計人口（平成 25 年 3 月推計）（国立社会保障・人口問題研究所）

分析>>

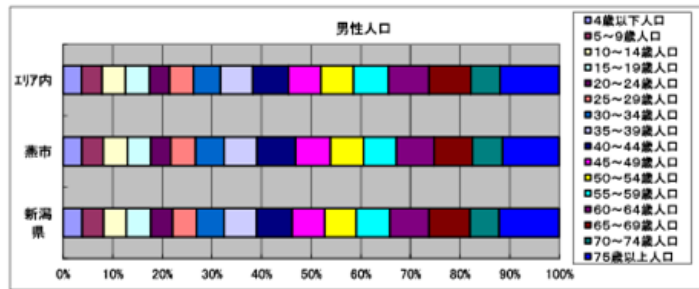
両市ともに、この先20年間で約20%の人口減少が予測されている。
20年の間に、燕三条以外でも売上を上げられるような仕組み作りが必要になると思われる。



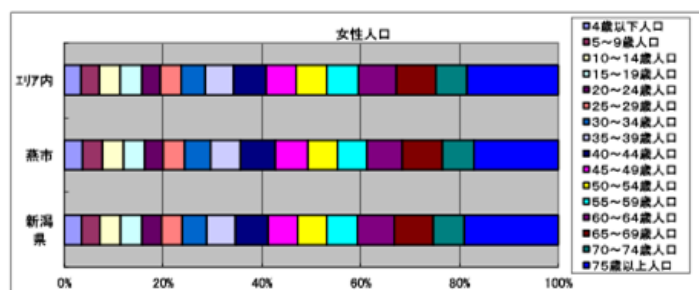
④.スタジオ30分圏内の人口構成



データ名	1次E7	2次E7	3次E7	燕市	新潟県
総人口	117,030	234,135	384,449	79,784	2,304,284
年齢別人口(総人口)					
4歳以下人口	4,422	8,394	13,586	2,972	83,834
5～9歳人口	4,803	9,441	15,099	3,327	92,118
10～14歳人口	5,147	10,483	17,046	3,586	99,995
15～19歳人口	5,250	10,770	17,783	3,616	106,885
20～24歳人口	4,456	9,067	14,850	3,061	84,792
25～29歳人口	5,548	10,566	17,199	3,750	103,813
30～34歳人口	6,342	12,184	19,787	4,314	119,785
35～39歳人口	7,538	14,523	23,478	5,072	141,874
40～44歳人口	8,604	16,472	26,394	5,910	157,930
45～49歳人口	7,840	15,045	24,193	5,433	143,488
50～54歳人口	7,408	14,736	24,401	5,011	140,646
55～59歳人口	7,278	15,508	26,064	5,008	148,933
60～64歳人口	8,368	18,082	30,177	5,846	175,327
65～69歳人口	9,216	19,105	31,558	6,289	186,205
70～74歳人口	7,341	14,354	23,412	4,996	139,553
75歳以上人口	17,100	34,884	58,688	11,391	359,327

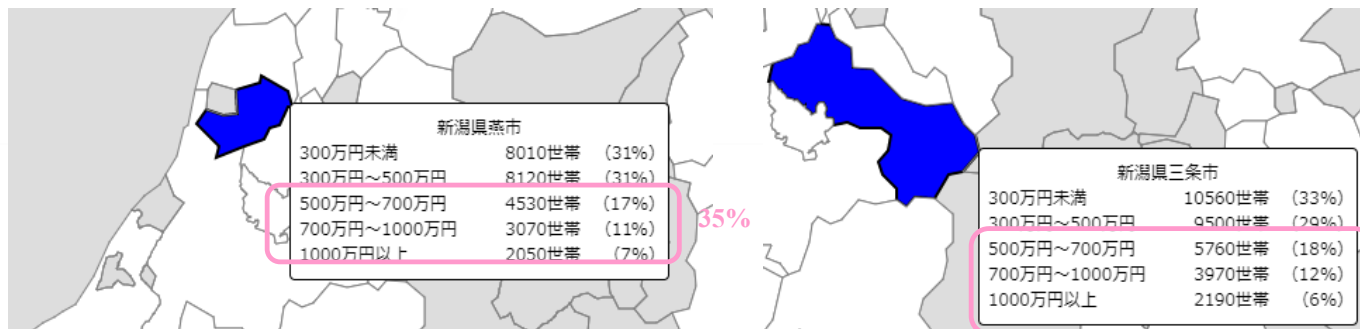


データ名	1次E7	2次E7	3次E7	燕市	新潟県
男性総人口	56,886	113,626	186,173	38,770	1,115,413
年齢別人口(男性人口)					
4歳以下人口	2,244	4,269	6,895	1,468	42,926
5～9歳人口	2,399	4,802	7,689	1,673	47,347
10～14歳人口	2,668	5,414	8,738	1,846	51,193
15～19歳人口	2,637	5,485	9,022	1,849	54,734
20～24歳人口	2,270	4,587	7,493	1,560	48,746
25～29歳人口	2,877	5,477	8,909	1,923	53,342
30～34歳人口	3,200	6,234	10,166	2,192	61,358
35～39歳人口	3,836	7,403	12,062	2,604	72,646
40～44歳人口	4,380	8,364	13,375	2,992	80,098
45～49歳人口	4,022	7,589	12,176	2,733	72,753
50～54歳人口	3,714	7,349	12,151	2,546	70,738
55～59歳人口	3,738	7,884	13,216	2,586	74,962
60～64歳人口	4,104	8,996	15,110	2,915	87,116
65～69歳人口	4,469	9,375	15,612	2,990	92,154
70～74歳人口	3,388	6,746	10,983	2,366	65,339
75歳以上人口	6,720	13,353	22,161	4,406	134,136



データ名	1次E7	2次E7	3次E7	燕市	新潟県
女性総人口	80,184	120,508	198,277	41,014	1,188,851
年齢別人口(女性人口)					
4歳以下人口	2,177	4,124	6,691	1,504	40,908
5～9歳人口	2,405	4,639	7,410	1,654	44,789
10～14歳人口	2,478	5,069	8,307	1,740	48,802
15～19歳人口	2,813	5,285	8,761	1,767	52,151
20～24歳人口	2,186	4,480	7,357	1,501	46,046
25～29歳人口	2,671	5,090	8,290	1,827	50,471
30～34歳人口	3,142	5,950	9,621	2,122	58,427
35～39歳人口	3,702	7,120	11,416	2,468	69,228
40～44歳人口	4,224	8,108	13,019	2,918	77,832
45～49歳人口	3,818	7,456	12,017	2,700	70,715
50～54歳人口	3,694	7,387	12,251	2,465	69,908
55～59歳人口	3,541	7,624	12,849	2,422	73,971
60～64歳人口	4,264	9,086	15,088	2,831	88,211
65～69歳人口	4,747	9,730	15,945	3,309	94,051
70～74歳人口	3,952	7,607	12,429	2,630	74,214
75歳以上人口	10,380	21,531	36,528	6,995	225,191

>
 から30分圏内に住む、
 女性の人口は71,173人。
 市の年収500万円以上の世帯、日本人のジム利用率
 ので
 になり得る女性
 (代女性月収50万円以上)
 を7,000人程度になるので
 思われる。
 必要な
 トレーニング会員数は27
 、このうちの約0.4%の方
 について頂ければ、達成が可
 る。



II. SWOT分析

好影響

悪影響

内部環境

1. 県央中心部。燕三条両市から30分以内にアクセス可。駐車場有
2. 開放的な窓からの眺めと内装
3. 少人数、個別指導で精度の高いトレーニングを提供できる
4. 食事指導により、3～10kgの減量と健診数値の改善ができる
5. ピラティスリフォーマー(伝統的な器具)を導入。県内3台のみ。
6. 会員制の為、売上が安定しやすい
7. Webについて、知人、紹介の割合が多い

1. 3階の為、看板や店舗の存在に気づかれにくい
2. ビルの共有スペースが雑然。ターゲット層との一貫性に欠ける
3. 家賃が高い
4. 店舗の50%程度しかトレーニングに使えない
5. グループエリアとパーソナルエリアの境界が曖昧(可動スクリーン)
6. 時間売りのサービスしかない
7. 人材育成に時間と費用がかかる

外部環境

1. 5年後を目途に、同エリアに大規模な開発計画有。(基幹病院、大学、ショッピングモール、ホテル、マンション等)
2. 隣の産業振興センターは、経営者層の利用が多い
3. 休日や通勤時間帯の人通りが多い
4. 2年後にアメリカ大手ピラティスチェーンが日本参入予定。ピラティスの認知度UPの可能性有。
5. 高機能価値、高情緒価値で差別化できつつある
6. 市場規模は右肩上がり。体型の崩れや、肩凝腰痛改善に対するニーズは今後も高まる

1. パーソナルトレーニングの継続には、50万程度の月収が必要
2. 県央地域は今後20年で20%の人口減

■現状の商品・サービス

1. グループトレーニング 8,000円/月
2. パーソナルトレーニング 26,000円/月
3. ミックス 13,500円/月
4. 食事指導(減量、健診数値の改善) 120,000円/2ヶ月

■現状のターゲット

スタジオから30分圏内在住の、30～60代男女。
身体が資本だが、近ごろ疲れやすくなり、仕事での
肩凝腰痛に悩まされている。
人に会う機会が多い為、洋服やスーツは素敵に着こなせる
体型でいたいと思っている。月収は50万以上。

■あるべき姿

■貴社のポリシー・夢が実現したイメージ

顧客、従業員、私自身も共に健康で、
仕事に打込み、余暇を楽しめる状態。

月売上 5～700,000円 → 1,600,000円

■特に解決すべき課題

SWOT分析を踏まえ、今すぐ解決したい問題点3点をあげてください。

1. 認知度が低い。
2. 技術力は、体験してみないと伝わらない
3. パーソナルトレーニングの休会率が11%

■具体的な改善策・解決の方法

あなたが考える左記3つの課題はどうしたら改善されると思いますか。

1. 知人、紹介から来店に繋げる仕組みを作る(紹介カード 招待状)ロコミして頂きやすいよう、モニタリングを実施。またフィードバック時にご本人から感想や質問を話して頂く。
2. 効果の宣伝だけでなく、気分上がる内装や設備を使ったトレーニング風景を、HPやSNSで発信し「やってみたい」に繋げる。また、おしゃれに対する感度の高い方をターゲットとする。
3. 経営者の方やそのご家族をメインターゲットとする。ミックスコースを新設する。「悩み改善の為にやる」から「楽しいからやる」へ動機付けが変わる様工夫をする

■取組むテーマ

パーソナルトレーニングの会員数増と休
会率の改善による、新スタジオの基礎体
力構築の為の仕組み作り

【第二課題】事業方針と狙い①

記入者

YELL CONDITIONINGS 吉田加奈子

テーマ

パーソナルトレーニングの会員数増と休会率の改善による、新スタジオの基礎体力構築の為の仕組み作り

内的環境

1. 県央中心部。燕三条両市から30分以内にアクセス可。駐車場有
2. 開放的な意からの眺めと内装
3. 少人数、個別指導で精度の高いトレーニングを提供できる
4. 食事指導により、3～10kgの減量と健診数値の改善ができる
5. ピラティスリフォーマー(伝統的な器具)を導入。県内3台のみ。
6. 会員制の為、売上が安定しやすい
7. Webについて、知人、紹介の割合が多い
1. 3階の為、看板や店舗の存在に気づかれにくい
2. ビルの共有スペースが雑然。ターゲット層との一貫性に欠ける
3. 家賃が高い
4. 店舗の50%程度しかトレーニングに使えない
5. グループエリアとパーソナルエリアの境界が曖昧(可動スクリーン)
6. 時間売りのサービスしかない
7. 人材育成に時間と費用がかかる

事業方針の基本的な狙い

1. 知人、紹介から来店に繋げる仕組み作り
紹介カード、招待状を取入れる。
口コミして頂きやすいよう、モニタリングを実施。またフィードバック時にご本人から感想や質問を話して頂く。
2. 「やってみたい」と思って頂ける仕組み作り
技術力は体験してみないと伝わらない為、技術的な効果の宣伝だけでなく、気分の上がる内装や設備を使ったトレーニング風景を、HPやSNSで発信し「やってみたい」に繋げる。また、おしゃれに対する感度の高い方をターゲットとする。
3. パーソナルトレーニング休会率を改善する仕組み作り
現在の休会率は11%。継続して頂く為には50万円以上の月収が必要となる為、経営者の方やそのご家族をメインターゲットとする。また、重症度でパーソナルを選択された方には、症状の改善後にミックスコースをご提案し、経済的な負担を減らしながらも身体を良い状態に保ち継続して頂けるようにする。親スタジオ移転後は、リフォーマーやTRX、ウェイトなど、設備面でも充実。「悩み改善の為に」から、「楽しいからする」へ動機付けの変更を促す。

外的環境

1. 5年後を目途に、同エリアで大規模な開発計画有。
(基幹病院、大学、ショッピングモール、ホテル、マンション等)
2. 隣の産業振興センターは、経営者層の利用が多い
3. 休日や通勤時間帯の人通りが多い
4. 2年後にアメリカ大手ピラティスチェーンが日本参入予定。
ピラティスの認知度UPの可能性有。
5. 高機能価値、高情緒価値で差別化できつつある
6. 市場規模は右肩上がり。
体型の崩れや、肩凝腰痛改善に対するニーズは今後も高まる
1. パーソナルトレーニングの継続には、50万程度の月収が必要
2. 県央地域は今後20年で20%の人口減

成果目標・経営成果

- ①. 2019年 12月末 月商 100万円 (損益分岐売上の達成)
- ②. 2020年 12月末 月商 130万円 (途中目標)
- ③. 2021年 12月末 月商 160万円 (損益分岐点比率60%の達成)

基本戦略 方向性

C

仕事に打込み余暇を楽しめるカラダづくりを通じて
燕三条地域の地場産業を下支えする

T

スタジオから30分圏内在住の、30～60代男女。
身体が資本だが、近ごろ疲れやすくなり、仕事での
肩凝腰痛に悩まされている。
人に会う機会が多い為、洋服やスーツは素敵に着こなせる
体型でいたいと思っている。月収は50万以上。

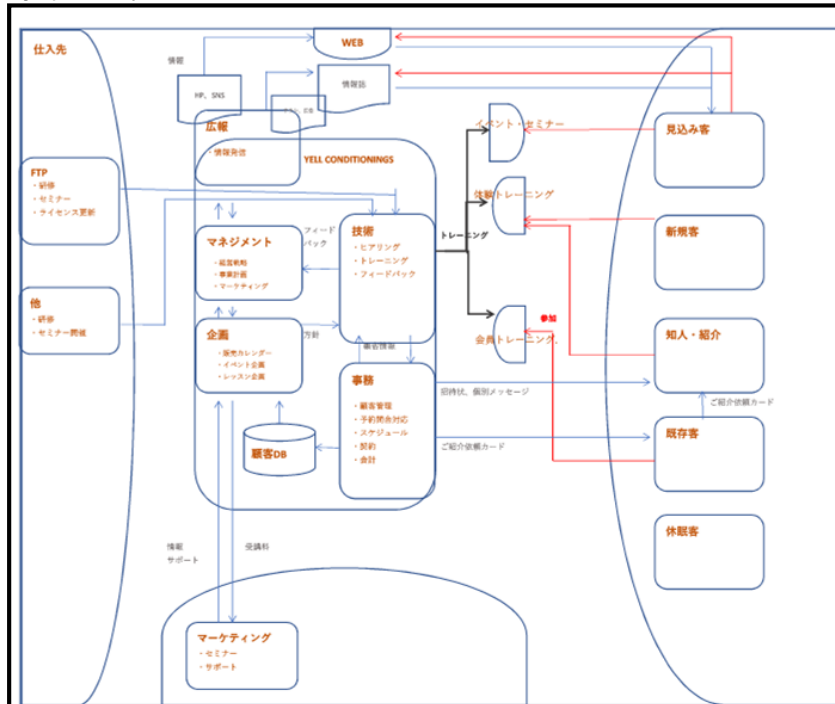
マッチングさせる為の戦略

- ◆誰に？
Tの方に
- ◆どんな経営資源を使って？
しっかり効果が出て、しかも楽しいパーソナルトレーニングを、
県央の中心地で、洗練された内装の中ご提供する。
- ◆どうやって認知して頂く？
まずは、知人やご紹介、口コミによって。
加えて、「やってみたい」と思って頂けるような情報発信を、web、SNS等を通じて定期的に行う。
- ◆どうやって収益化する？
会員制によって。また、休会率を下げる事で。
- ◆どうやって差別化する？
技術力とお洒落さが両方備えたスタジオは、県央地域にまだない。
地域を牽引する方に会員になって頂く事で、実績を積み、差別化する。

テーマ

パーソナルトレーニングの会員数増と休会率の改善による
新スタジオの基礎体力構築の為の仕組み作り

事業の基本システム



事業の背景

1. 知人、紹介から来店に繋げる仕組み作り
2. 「やってみたい」と思ってもらえる仕組み作り
3. パーソナルトレーニング休会率を改善する仕組み作り

コンセプト

仕事に打込み余暇を楽しめるカラダづくりを通じて
燕三条地域の地場産業を下支えする

ターゲット

スタジオから30分圏内在住の、30～60代男女。
身体が資本だが、近ごろ疲れやすくなり、仕事での
肩凝腰痛に悩まされている。
人に会う機会が多い為、洋服やスーツは素敵に
着こなせる体型でいたいと思っている。
月収は50万以上。

記入者

YELL CONDITIONINGS 吉田加奈子

成果目標・経営成果

- ①. 2019年 12月末 月商 100万円 (損益分岐売上上の達成)
- ②. 2020年 12月末 月商 130万円 (途中目標)
- ③. 2021年 12月末 月商 160万円 (損益分岐点比率60%の達成)

サブシステム

マネジメント

- ・経営戦略、戦術の策定
- ・財務管理
- ・KGI、KPIの設定、週1の検証打合せ

企画

- ・販売カレンダー作成
- ・それに伴う、キャンペーン、イベント、レッスン等の企画

広報

- ・対外宣伝活動

事務

- ・顧客情報の入力、管理
- ・予約、問い合わせ対応、管理
- ・小口現金の入出金管理
- ・会員契約手続き

技術

- ・トレーニングプログラムの考案
- ・ヒアリング、トレーニング指導、フィードバック

組織概要 収支概要 その他

計2名(私、スタッフ1名)