

Success! Weekly Letter

今週号のポイント



- 自身の経験からフィットネスアプリを開発
- ユーザー数3億人超、毎月1千万人増加
- UXを活用した複数の事業開発
- 多角化経営は優れた企業の重要戦略である

ユーザー数が3億人突破の 中国フィットネスアプリ「Keep」

by田村真二

7年前の2014年。中国の25歳の若者が、オンラインでフィットネスのトレーニングプログラムを提供する会社を設立しました。創業のきっかけは、自分がやせたいと思い運動を始めたものの、一人では続けることができなかつたからです。

そこで彼は友だちに呼びかけ、いろいろな運動の情報交換や進捗を確認し合うSNSを作りました。他のメンバーがどこをどれくらいのスピードで走っているかをスマホの画面上で見たり、励まし合ったりすることで、彼は20キロの減量に成功しました。

ユーザー数3億人超、毎月1千万人増加

自身の経験をもとに翌15年2月には、オンラインでフィットネスのトレーニングプログラムを提供するモバイルフィットネスコミュニティアプリ「Keep」のダウンロードサービスを開始。

すると、わずか105日間でユーザー数は100万人を超え、設立から3年弱の17年8月には1億人を突破。現在は約3億人のユーザーに、「AI×フィットネス」によるエクササイズセッションと指導を提供しています。



中国発のオンラインフィットネスアプリ「Keep」は、幅広い利用者向けの無料フィットネスコンテンツの配信を始め、AIでパーソナライズ化したフィットネスや栄養アドバイスサービスの提供で一躍人気を博しました。

Keepの強みの1つは、**アプリ上でSNS機能を提供している**ことです。これが中国人に大人気で、ユーザーは、お互いにフォローし合い、互いのワークアウトの進捗状況確認や写真・動画などをアップしています。

UXを活用した複数の事業開発

Keepの時価総額は2020年初めに10億ドル(1ドル110円換算で1100億円)を超え、中国のスポーツテック分野初のユニコーン企業となりました。さらに今年1月には、孫正義氏率いるソフトバンク・ビジョン・ファンドが主導する3億6000万ドル(同約396億円)の資金を調達。

アップル CEO のティム・クック氏も注目する中国最大のオンラインフィットネス「Keep」は、“デカコーン(時価総額1兆円)企業”への可能性をも秘めています。

Keep はこれらの資金を活用して、設立当初のオンラインフィットネスサービス提供中心から、フィットネススタジオ開設、フィットネスイベント開催、オンライン商品販売、運動と健康情報の提供、さらに SNS などを総動員し、フィットネスに関わるサービスをワンストップで提供しています。

Keep の主な収益源は、アプリのユーザー数3億人のなかから個別にカスタマイズされた有料サービスを受ける 1000 万人のユーザーからの会費、アプリ内広告収入、さらに UX(ユーザーエクスペリエンス)を活用した消費者向けの製品ラインも拡大しています。

Keep 創業者で CEO の Wang Ning(王寧/ワン・ニン)氏は、「Keep は単なるフィットネスアプリではなく、ライフスタイルブランドである」と語り、18 年には、北京のショッピングモールに実店舗のフィットネススタジオ「KeepLand」を開設しました(現在はコロナ禍等の影響を受け、大規模展開を見合わせています)。

一方で、フィットネスバイクやランニングマシンなど、自宅での使用を見込んだスマートフィットネス機器ブランド「KeepKit」は、20 年以降のホームフィットネスのブームにより、好調な伸びを見せています。特にフィットネスバイクは、20 年のショッピングイベント「ダブルイレブン(双 11)」では、アリババ系 EC モール「天猫(Tmall)」でカテゴリトップの売上高を記録しています。

さらに、健康食品やサプリメントをオンラインで販売する「KeepLite」事業など、同社は消費財事業の多角化を次々行っています。王氏の経営手腕を見ると、経営という荒波のなかを F1 レースのドライバーのように、アクセルとブレーキを上手く踏み分けて突き抜けています。素晴らしいですね！

事業経営とは、市場の変化と顧客の要求を見極め、これに合わせてスピーディーに会社をつくり変えることだとすれば、孫氏やクック氏が王氏に注目する理由もよくわかります。



スマートフィットネス機器ブランド keepkit



健康食品やサプリメントをオンラインで販売する KeepLite

多角化経営は優れた企業の重要戦略である

どんな業態(や業界)にも、衰退やコロナのような危機は必ずあります。永久に成長し続ける業態はありません。業態としての賞味期間があり、業態固有の季節変動もあります。

したがって、1つの業態だけで同じことを続けていたら、それらの影響を 100% 受けることとなります。成長著しい Keep できえ、コロナの影響でフィットネススタジオ KeepLand の一部閉鎖や多店舗展開を見合わせていることから明白です。

変化の激しい時代にこの危険を避けるためには、異なる市場を対象に2つ以上の事業でビジネスを行う。それを「多角化経営」と言い、中小零細企業でも、小規模な多角化経営を実行することで、顧客の創造と経営リスクを最小化することができます。コロナ下の今こそ、ぜひ、挑戦してみたいかがでしょうか。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！

著者プロフィール



田村真二 (Tamura Shinji)

ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

会員制健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケティングコンサルタント/FP。1962年東京都出身。法政大学卒。'85年ジャスコ株式会社(現イオン)に入社。販売担当を皮切りに、小売業・フィットネス事業などで経営全般・新規事業開発・店舗開発・店长・営業企画・マーケティング・人事・経理などの様々なマネジメントポストを歴任。'07年同社退社、会員制健康ビジネスに特化したコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増をかけた「かけ算式経営」の仕組み導入で高収益企業が多数続出中。全国各地からコンサルティング、講演、セミナー、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

Mail :info@wellness-biz.jp

URL :<https://www.wellness-biz.jp>

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。

●田村真二のオンライン個別コンサルティングのご案内

- ・会員制ビジネス(会員数・客単価・売上・利益アップなど)に関するご相談
 - ・新規事業、新商品開発に関するご相談
 - ・個人のキャリア・独立に関するご相談
- など、個別コンサルティングではZoom(ズーム)を使って田村と1対1で行っています。

初めての方「初回半額」、半年以上ご継続の方には「長期継続割引」特典があります。

お申込み・お問合せは今すぐこちらをクリック ⇒ [個別コンサルティング](#)