

Success! Weekly Letter

今週号のポイント



- 発想を変え、行動を変える
- RIZAP、「100分の1」価格でサービス提供
- なぜチョコザップは話題に上るのか？
- 注目を集めることの重要性

RIZAP、「100分の1」価格でサービス提供

by 田村真二

苦しいときはやってきます……。コロナ終息のそのときまで持ちこたえられない企業やビジネスモデルもたくさんあるかもしれません。でも、「悲劇のヒロイン」になって落ち込んだり、将来のことを不安がっているだけでは、何の役にも立ちません。

経営環境自体を自分でコントロールできることはありませんが、これからの時代には、「これまでのやり方をクリエイティブに転換すること」は、すべての企業に求められています。

コロナ禍によって、私たちは否が応でも発想の転換をし、これまでとは違ったやり方で再出発することを余儀なくされました。しかし、自分の手に負えない状況に追い込まれたり、何かを強いられたとき、それが思考や行動転換の絶好のチャンスになることがあります。

例えば、コロナ禍で宿泊客が激減した帝国ホテルは、「ホテル内サービスアパートメント」という新しい住まい方を提案する新規ビジネスをスタートさせて客数増と売上増を実現するとともに、数多のマスコミにも取り上げられたことで知名度を高めました。このように、急激な環境変化が「新しいビジネスに挑戦する」きっかけになることもあるのです。

RIZAP、「100分の1」価格でサービス提供

八方ふさがりになったときには、前進するために何をすべきかを集中的に考え、かつ果敢に行動することが何よりも重要です。

事例(次ページ参照)は RIZPA グループが本格展開に乗り出すコンビニエンス型ジム「chocozap」(チョコザップ)です。RIZAP といえば、「結果にコミット」をキーワードに2カ月・29.8 万円ですリムなボディーメイクを実現することをうたい、全国に店舗網を拡げました。その RIZAP が一転、一気に「100分の1」価格のサービス提供を開始。

チョコザップは1日5分のトレーニングを掲げ、ジムで着替えや靴の履き替えは不要。仕事帰りや買い物の合間などに気軽に取り組めるのが特徴です。月会費も 2,980 円(税込 3,278 円)と「この値段で使わないなんておかしいというレベルまで下げた」(同社瀬戸健社長)。ただ、「急激な低価格戦略が、特別な高価格サービスというブランド価値が毀損する可能性や、『苦しまぎれの大幅値下げなのか』など悪い評判につながるリスクもある」との指摘もあります(日経MJ2022年11月2日)。

RIZAP は過剰な M&A(合併・買収)投資を進めた結果、業績が悪化。21年3月期の連結決算はコスト削減や事業売却で3期ぶりの最終黒字(当期利益 19 億円)となり、22年3月期も黒字(同 37 億円)でしたが新たな成長戦略を模索していました。

24時間・365日いつでも使える新ジャンルのジム 24時間・365日 いつでも好きな時間に楽しくトレーニング！
こんなジム、ずっと待ってました！

24時間 使い放題
月額 **2,980円** (税込) (税込) **3,278円** (税込)
さらに! **入会金・事務手数料 0円** (税込) **11/15** まで

効果もすばやく実感! **chocozap** 専用キットを使えばリアルタイムに健康測定・健康習慣アドバイスももらえる!

chocozap 専用キット
体組成計、ヘルスウォッチ、エステ脱毛

1,000円OFF (税込) **11/15** まで

使い放題 エステ 脱毛

RIZAP が開発した **1日5分からのプログラム!**

1 目標設定! **2 継続できる!** **3 効果を実感!**

24時間 使い放題!
月額 **2,980円** (税込) (税込) **3,278円** (税込)

効果もすばやく実感! chocozap 専用キットをお届け! **11/15** まで

ご入金はコチラから!

入会も退会もスマホで完結
0120-945-643

来店での現金も各種手帳

最短翌月で解約OK!

全店舗利用可能!

1日5分、月会費2,980円のチョコザップは22年9月末時点で134店、25年度に2000店を目指すという

なぜチョコザップは話題に上がるのか？

同価格帯でジムサービスを提供する企業は複数あります。しかし、チョコザップほど話題にならないのは、なんといってもマーケティング投資額の違いです。RIZAPはチョコザップのブランディングと集客のために、積極的な広報、ネット広告、開店前にはチラシ(D3判大型サイズ中心)のポスティングや新聞折込みをはじめ、先月からTVCM(下:モデルは松平健さん)を放映するなど、ライバル各社とは桁違いのマーケティング投資を行っています。



RIZAPのように新規事業開始(や新商品発売)時に、人々の前に姿を現すという行為は、すべての企業や個人事業主が見習うべき重要なポイントです。つまり、あらゆる場所に繰り返し姿を見せ、注目を集める必要があるということです。

でも私自身は、チョコザップ事業が長期的に成功するかどうかは懐疑的です。瀬戸社長は「この値段で使わないなんておかしいというレベルまで下げた」と話していますが、例えば会員数世界No1のプラネットフィットネス(米)の月会費はわずか10ドル。おそらく日本でも、今後はさらに低価格でサービスを提供する起業家・企業が現れるでしょう。

つまり、チョコザップの価格は必ずしも強みではないということです。とは言っても、RIZAPはコロナ禍でダメージを受けたフィットネス業界で久しぶりに新たな話題を提供してくれたと思います。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。次号も魅力的な情報をお楽しみに!

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

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/AFP。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の経営・営業・店舗開発・人事等に携わり、07 年に同社を退社し独立。健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業に向けて、マーケティングをベースにしたコンサルティング手法で業績向上を支援している。「閉鎖寸前から売上高4倍超になったスポーツジム」「専門家から集客予想会員数 1,600 名と診断された立地で会員数5千名・年間営業利益2億円超のフィットネスクラブを開発」「会員数 800 名台から 2,200 名へと大幅増加したフィットネスクラブ」など、会員数拡大・客単価向上・継続月数増をかけた「儲かる事業構築の仕組み」導入コンサルティングで高収益企業が連続出中。全国各地からコンサルティング、講演、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。