


ONLINE FITNESS BUSINESS

パーソナルフィットネスをもっと身近にする事業

Gym Diary 事業計画 (公開用簡易版)

2024/09/28

studio **BABE**

TABLE OF CONTENTS

- 01 事業概要
- 02 市場分析
- 03 競合分析
- 04 Gym Diaryの特徴
- 05 サービスイメージ
- 06 ターゲット
- 07 マーケティング戦略
- 08 リスク管理
- 09 実行計画
- 10 成長戦略と目標

事業概要

Gym Diaryは、トレーナーとトレーニーをつなぐオンラインプラットフォームです。どこでも、いつでも、自分に合ったトレーニングを受けることができるサービスです。

事業の目的

フィットネス初心者から上級者まで、トレーナーとのマッチングを通じて、個別にカスタマイズされたトレーニングプランを提供し、理想のボディメイクをサポートします。

ミッション

フィットネスをもっと身近に、全ての人にパーソナライズされたトレーニングを提供するとともに、トレーナーに自由な働き方の選択肢を提供します。

CONTENTS 02 市場分析

- オンラインフィットネス市場は、近年大きく成長しており、特にCOVID-19後、リモートでのトレーニング需要が拡大。生活様式の変化と、技術革新によりこのトレンドはこれからもますます続くと予想します。
- 日本のみに着目してみた場合、2023年のフィットネスアプリの市場規模評価額は約16.6億米ドルで、2032年までに107億米ドルまで成長することが予測されています。

※onafide Research社の調査レポート「Global Online Fitness Market Outlook, 2028」参照

- さらに、世界のオンラインフィットネス市場では、2022年時点で165億7000万米ドルを記録、今後も年平均成長率28%という圧倒的な速さで成長を続け、2028年には650億米ドルを超えると予測されている。非常に将来性のある市場です。
check!

※Bonafide Research社の調査レポート「オンラインフィットネスの世界市場概要、2023-28年」参照

CONTENTS 03 競合分析

オンラインフィットネスサービスの種類は下記4種類に大別されます。
各サービスの特徴と、Gym Diaryの目指すポジションについて説明します。

01 機器販売&オンラインクラスセット販売

フィットネス機器の販売と、その製品を活用したオンラインクラスのサブスクリプション契約を合わせて提供する形のサービス

強み

専用に設計された機器を使用して、効果の高いフィットネス体験が可能

弱み

最初に高額な危機を購入しなければならないため、始める際の敷居が高い

主要サービス

- Peloton
- MIRROR FIT

02 フィットネス動画配信系サービス

フィットネス動画のオンデマンド配信や、ライブセッションを配信しているアプリ

強み

低価格かつ、時間と場所にとらわれずにワークアウトが可能

弱み

既にあるコンテンツをユーザーが選んで視聴する形のものも多く、個別最適化されていない。

主要サービス

- LEAN BODY
- SOELU

03 AIコーチング系サービス

AIが食事の内容やトレーニング内容について助言をしてくれるサービス

強み

低価格で専門的なアドバイスをもらうことが可能

弱み

AIによる指導のため、モチベーション維持等に関するサポートが課題。

主要サービス

- OWN.app
- FiNC

競合!

04 オンラインパーソナルトレーニング系

既存のジム等が多く提供している形態。オンラインでパーソナルトレーニングを受講できる

強み

オンラインで、専門家による1対1のパーソナルトレーニングが受講可能

弱み

専門家(人)による個別指導のため、他のサービスに比べて高額。

主要サービス

- Cloud gym
- Live Fit

以上の競合分析から、Gym Diaryでは個人間でのマッチングを行うため、他社サービスより低価格でパーソナルトレーニングを提供すること、マッチング者間でのチャット機能によるきめ細やかな指導が可能という点において差別化を図っていきます。

CONTENTS 04 Gym Diaryの特徴

Gym Diaryは下記5つの特徴で、競合他社との差別化を行います。
最大の差別化ポイントは、好きなトレーナーと1対1でのパーソナル契約が可能という点です。



トレーナーとユーザーの マッチング

- ユーザーはトレーニング目標やフィットネスレベルに基づいて、トレーナーを検索・選択。システムが推薦するトレーナーも表示。
- 例えば、ダイエット目的のユーザーには、ダイエットに特化したトレーナーが提案される。



どこでも・いつでも パーソナルトレーニング を受講可能

- スマートフォンやPCで、自宅や出張先など、時間や場所に縛られずにパーソナルトレーニングの受講が可能。



パーソナライズされた フィットネスプラン

- ユーザーの体力、目標、スケジュールに基づいてトレーナーが個別のプランを作成。フィードバックによってリアルタイムで調整可能。



フィットネスに関する オールインワンアプリ

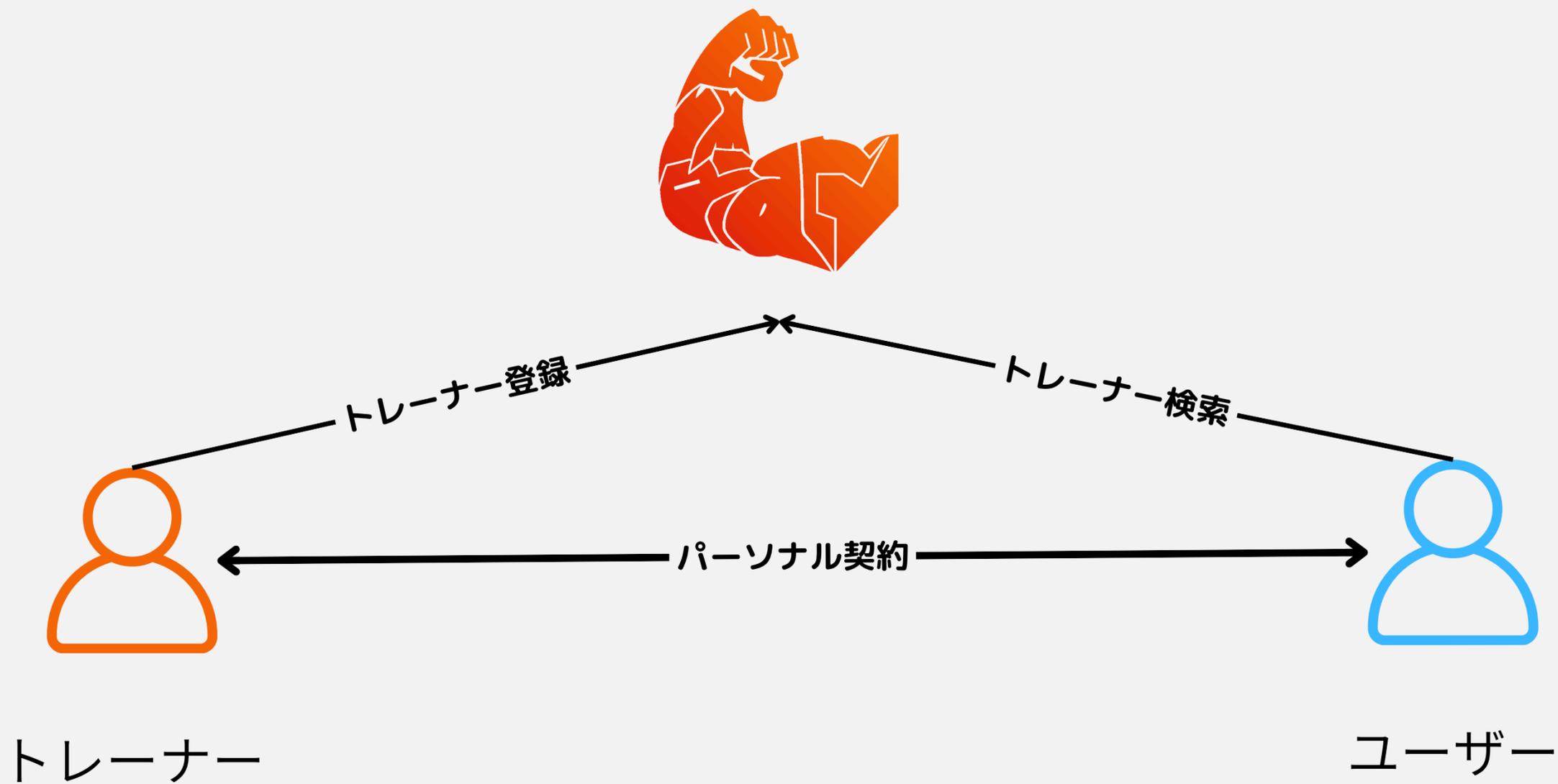
- 日々のトレーニングと食事・体重の記録・管理機能を搭載。ボディメイクに関することがアプリ1つで完結。



柔軟な料金プラン

- 月額サブスクリプションプランや、単発のトレーニングセッションを提供。ライフスタイルや予算に合わせた柔軟な選択が可能。

CONTENTS 05 サービス全体イメージ



CONTENTS 06 ターゲット

Gym Diaryのターゲット層についての説明です。

01 リモートワーカー 25~45歳

在宅勤務をしており、通勤時間がなくなる分、自分の時間を自由に使える人々。運動不足や自宅での長時間座りっぱなしの生活を懸念している人が多い。

ニーズ

- 自宅でできる簡単なフィットネス習慣を確立したい
- デスクワークの合間に短時間でできる運動（例えば、ストレッチや軽いトレーニング）

Gym Diaryのメリット

自宅で気軽に参加できるスポットトレーニングセッション。トレーナーとのコミュニケーションもオンラインで行え、隙間時間を活用できる。

02 フィットネス初心者 18~35歳

これまでの運動経験が少なく、運動を始めたいが、何からスタートすればよいか分からない層。ジムに行くのは少しハードルが高いと感じているが、健康意識は持っている層。

ニーズ

- 初心者でも始めやすいトレーニングプログラム
- 専門的なアドバイスを受けながら、無理なく進められるサポート体制
- モチベーションを高めるための継続的なフィードバック

Gym Diaryのメリット

パーソナライズされたプランや優しいサポート、トレーナーとのフィードバックシステムを通じて、初心者でも安心してトレーニングを開始できる。

03 プロトレーナー 25~45歳

店舗型ジムで勤めているトレーナー。副業としてオンラインでさらに収入を得たいと考えるトレーナーも多い。

ニーズ

- 自分の空き時間を活用して効率的にトレーニングセッションを提供したい
- 専門知識やスキルを活かして、場所を選ばずに収入を増やしたい
- 安定した顧客とのマッチング

Gym Diaryのメリット

自分のスケジュールに合わせてセッションを設定できる柔軟性や、ユーザーとの効率的なマッチングが可能。

04 トレーニー 18~45歳

自分で日常的にトレーニングを行っていて、身につけたフィットネス知識を活かしてお小遣い稼ぎをしたい層。

ニーズ

- 身につけたフィットネス知識を活かして、副業を行いたい。
- 副業としての収入。

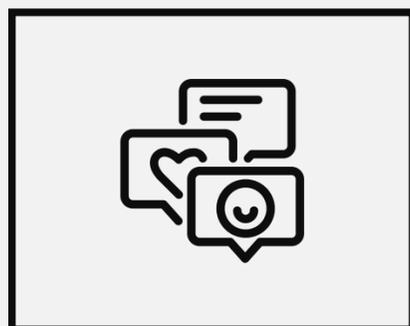
Gym Diaryのメリット

副業として、気軽に登録することが出来る。

CONTENTS 07 マーケティング戦略

Gym Diaryのマーケティング戦略は、以下の要素に基づいています。

01

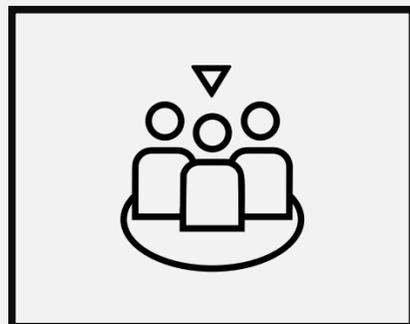


SNS広告

InstagramやTikTokでトレーニング風景や、成功事例（ビフォーアフター写真）を投稿し、視覚的な効果を狙う。一日のトレーニング内容や食事内容を、1クリックで各種SNSに投稿できるようにし、ユーザー主導の拡散効果を狙う。

new feature!!

02



アフィリエイト機能の実装とキャンペーン実施

自分の日々のトレーニング内容を、Gym Diary内から各種SNSに投稿出来る機能を実装。その投稿経由で登録した会員の課金が発生した際に、売上の数%を投稿したユーザーに還元する仕組みを構築し、会員による自主的な拡散を狙う。

CONTENTS 08 リスク管理

Gym Diaryのリスク管理計画は、以下のポイントに焦点を当てています。

01 トレーナーの品質低下リスク

トレーナー向けの教育コンテンツの充足や、トレーナー登録時に面接と技術試験を行うことで、トレーナーの品質を確保します。

02 トレーナー確保のリスク

キャリア成長支援プログラムを整備と、Gym Diary特有の管理ツールの充実で、トレーナーの離脱率を下げます。

03 競争激化

パーソナライズの強化、トレーナーとの連携強化を行い、他社との差別化を徹底します。

04 法規制リスク

法的専門家との相談を通じて、適切な法的手続きを実施し、法的リスクを最小限に抑えます。

これらのリスクを監視し、必要に応じて対策を講じることで、ビジネスの安定性と成長を確保します。

CONTENTS 09 実行計画

Gym Diaryの実行計画は、以下のステップに基づいています。

スケジュール	10月	11月	6月	7月	8月
01 システム開発	◆-----◆	Webアプリ・スマホアプリの開発			
02 Beta版リリース		◆-----◆	Beta版のリリースとサービス本稼働に向けて継続的にアップデートを行う		
03 サービス開始			◆ <u>本サービス開始</u>		
04 マーケティング戦略の実行		SNS広告キャンペーンの開始	◆-----◆		
05 販売データの分析と改善		売上データの定期的な分析: 毎月末 顧客フィードバックの収集と改善策の実行: 毎週	◆	◆	◆

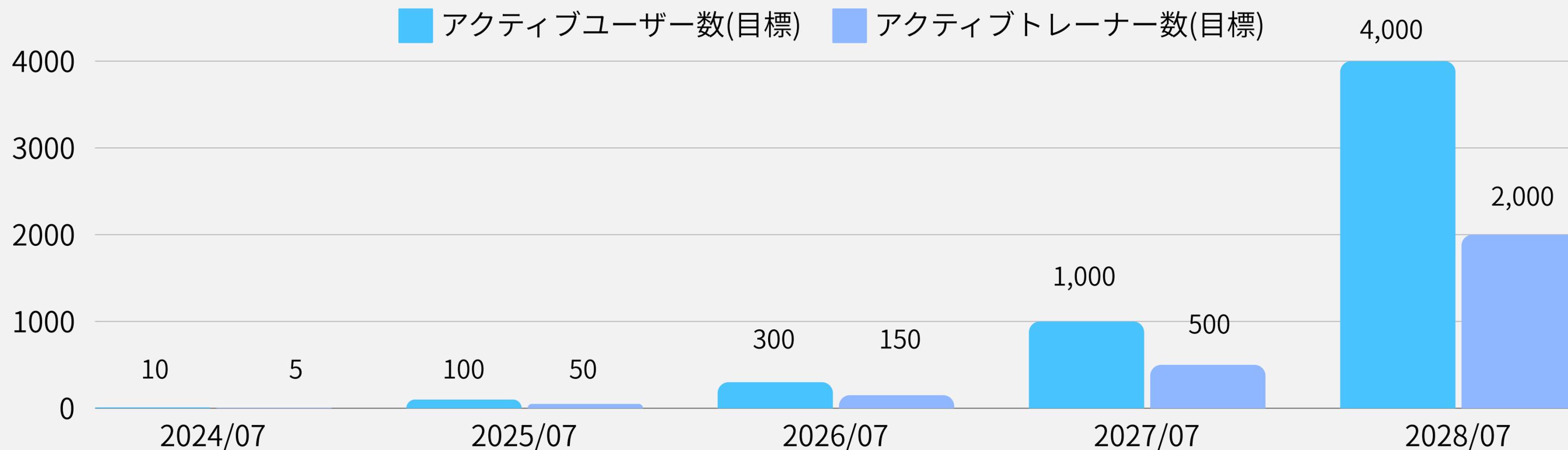
Grand Opening!

Gym Diaryの実行計画では、システム開発、Beta版リリース、本サービス開始、マーケティング戦略の実行、そして販売データのモニタリングと改善を段階的に実行しています。

studio **BABE**

CONTENTS 10 成長戦略と目標

2028年07月には月2,000万円の売上を目標に、アクティブユーザーと、トレーナーを獲得する。
1ユーザーあたりの平均支払額は5,000円/月として計算。

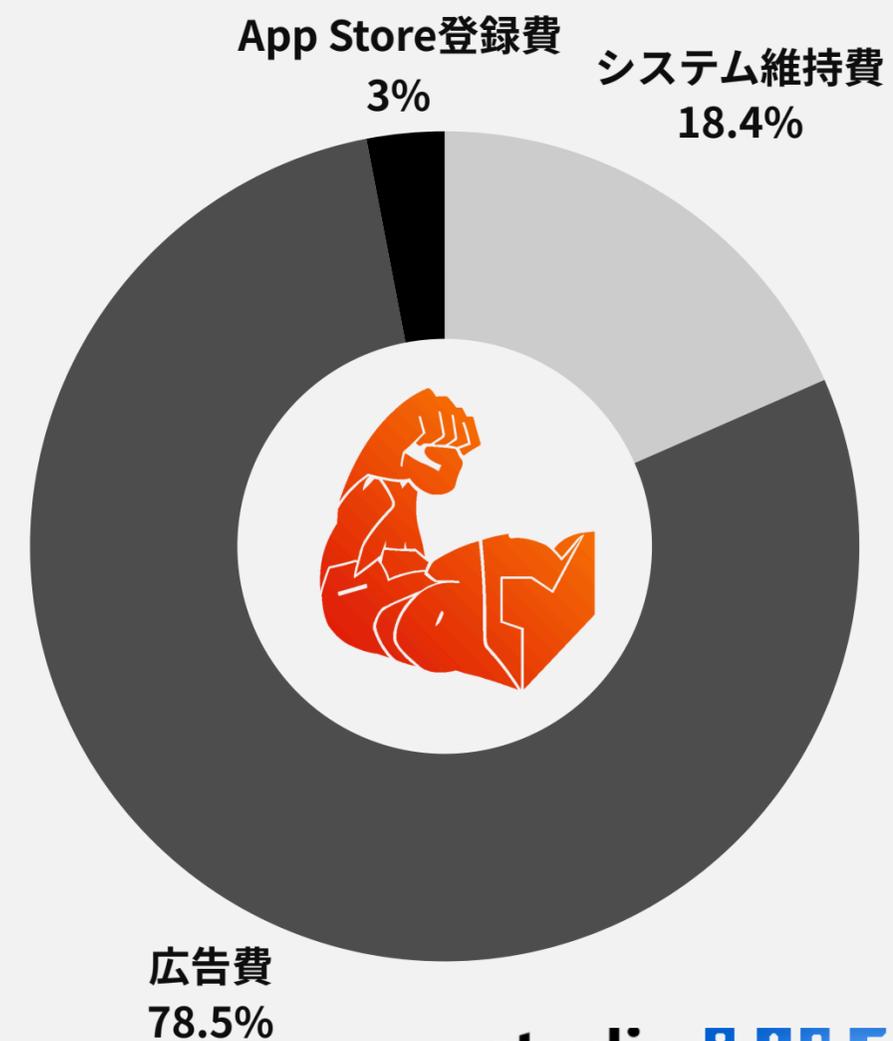


SUPPLEMENTARY DOCUMENTS 追加情報と補足資料

補足資料01

費用構成 年間費用: $(7,040円 + 30,000円) \times 12ヶ月 + 13,860円 = 380,900円$

システム維持費	¥7,040/月
広告費	¥30,000/月
App Storeアプリ公開費用	¥13,860/年 ※年99米ドル (1ドル=140円で計算)



Thank you

プレゼンテーションをご覧いただき、誠にありがとうございます。

Gym Diaryの事業計画にお時間を割いていただき、心から感謝申し上げます。

今後もGym Diaryのビジネスにご興味をお持ちいただけると幸いです。

ご質問やご意見、より詳細な内容が知りたい等のご要望がございましたら、いつでもお気軽にお問い合わせください。

studio **BABE**

✉ yoshioka@studio-babe.jp

🌐 <https://studio-babe.jp>

studio **BABE**
