

# 【One's Gym池袋店 出店計画書 アジェンダ】

## 【1. 概要】

店舗名: One's Gym 池袋店

住所: 東京都豊島区池袋2-23-2 ビル de シャンテ 3F

事業目的:

One's Gym池袋店は、池袋エリアで「個別指導型フィットネスジムとしての圧倒的な価値」を提供し、業界内での新しいビジネスモデルを構築することを目指します。

具体的には以下の目的を掲げます:

1. 「脱ガリガリ専門」No.1のブランド確立
  - 男性の痩せ型特化型の体づくりサポートを通じ、池袋エリアで近隣で仕事をされている方に止まらず遠方(特に埼玉方面)からも通っていただけるジムにします。
  - 2026年3月までに月間売上300万円を目標とします。
2. 働きがいのある職場づくり
  - トレーナーにとって「ここで働けてよかった」と思える環境を提供します。
  - 独自の教育システムと成果主義の報酬制度で人材育成を行い、業界全体の価値向上に寄与します。
3. オンラインとオフラインの連携モデルの確立
  - オンラインプログラムのサポート拠点としても機能し、そこから定期的にジムに通っていただく導線も確立します。

## 【2. 店舗コンセプト】

### 商品特徴

1. 「脱ガリガリ専門」特化型のトレーニングプログラム
  - ダイエットジムがほとんどの中で痩せ型の男性を対象に、体重と筋肉量を増やし「標準体型～細マッチョ」を目指すプログラムを提供します。
  - 個人の体質・ライフスタイルに合わせたパーソナル指導を実施します。
2. 科学的根拠に基づくアプローチ
  - 食事指導や栄養管理を含む総合的なサポートを提供します。
  - トレーニングプログラムは、過去の成功事例データに基づき最適化しています。
3. オンラインプログラム連携
  - ジム会員へのオンラインプログラムへの参加で継続いただくパターンもあります。
  - 一方でオンラインプログラム参加者限定で特別割引を適用し、ジムに継続的に通っていただくこともあり集客の間口を広げています。

## 接客方針

1. 顧客第一のパーソナルサービス
  - 初回カウンセリングから丁寧なヒアリングを実施し、目標設定を共有。
  - トレーナー全員が過去に痩せ型体型に悩んでいた経験があり、そこから体を変えてコンテストに入賞経験があります。
  - 進捗に応じて適宜プログラムを調整する「カスタマイズ型指導」を徹底。
2. プロフェッショナルな接客
  - トレーナー全員が一流の知識とスキルを持ち、明るく親しみやすい雰囲気を提供します。
  - お客様の不安や疑問に素早く対応する「ホスピタリティ」を重視しています。24時間以内で毎日LINE返信サポートを行っております。
3. 顧客満足の向上
  - フィードバックを重視し、会員とのコミュニケーションを定期的に行います。また単なるトレーニング指導に止まらず人生を変えてもらうことを目的としているため「仕事」「プライベート」の相談なども積極的に聞いています。

## 空間設計

1. 大人な男性向けのシンプルでおしゃれな内装
  - 無駄を排除したモダンデザインを採用し、トレーニングに集中できる環境を提供します。
2. 効率的で高い収益性も見込める物件、レイアウト
  - 既存の新宿店とは違い2ブース作れるため受け入れ可能人数が2倍。一方で家賃は既存店の1.28倍であるため会員数が増えてくれば高い収益性が見込めます。
3. プライバシーを重視
  - パーテーションで区切られたプライベートスペースを確保します。

## 【3. 市場・競合分析】

### 池袋エリア市場

- 池袋は多様な年齢層が集まるエリアで、乗降者数も新宿駅、渋谷駅について3位。企業も多くターゲットであるビジネスマンが集まる地域であるため仕事帰りに通ってもらいやすい立地です。
- 埼玉エリアからの利用客も期待できます。過去にSNS集客を中心に個人トレーナーをやっていた際も最も需要が多かったのが池袋エリアであるため集客しやすいエリアではある。

## 【4. マーケティング戦略】

### 目的

池袋エリアで「脱ガリガリ」に特化した唯一無二のジムとして認知を広げる。  
特にSNSや口コミを活用し、新規顧客の獲得を目指す。

---

### 具体的施策

1. SNS活用
    - **Instagram**: Before/After投稿や成功事例を共有し、興味を喚起。
    - **TikTok**: 短尺動画で効果的なトレーニングや食事術を発信し、若年層をターゲットに。
    - **YouTube**: より濃い内容を発信しファン化を促進。
    - **KPI**: 月間フォロワー増加1,000人、DM経由の問い合わせ20件/月を目標。
  2. 口コミ促進
    - 新規会員にLINE公式アカウント登録を促し、体験プラン割引を提供。
    - 体験後にレビュー依頼を行い、Googleレビューを強化(詳細は後述)。
  3. 地域広告施策
    - 池袋駅周辺に絞ったSNS広告やポスティングを活用。
    - 地域のお店との連携などでチラシを置かせてもらう。
  4. オンラインプログラムとの連携
    - オンライン会員に対して池袋店での「特別体験トレーニング」を提案し、来店を促進。
    - オフライン会員にはオンラインプログラムの特典を提供し、クロスセルを実現。
- 

## 【5. リスク管理】

1. 集客力の不足
  - **リスク内容**: 現在、SNSでの集客に偏っているため集客の間口が狭くなってしまう可能性がある。
  - **対応策**: SNSは継続しつつも、ポスティングや地域にリーチさせるための広告戦略が必要になる。
2. 人材不足
  - **リスク内容**: トレーナーの確保が難しい場合、顧客対応力が低下。
  - **対応策**: フリーランス契約を活用し、多様な働き方を提案。またSNSやHP等でもトレーナーを募集する。
3. 経済状況の変化
  - **リスク内容**: 消費者の可処分所得が減少した場合、継続率が低下。
  - **対応策**: 柔軟な料金プラン(分割など)を導入し、低価格プランを提供。

## 【6. 長期展望】

### 都内多店舗展開

- 池袋店の成功を基盤に、渋谷や品川、横浜など需要の高いエリアへの展開を計画。
- 2026年までに都内3店舗体制を構築。

### 主要都市進出

- 都内展開が安定した後、大阪、福岡、名古屋への進出を検討。
- SNSを中心にサラリーマン地域に特化したマーケティング戦略を展開。

### オンライン事業強化

- オンラインプログラムのコンテンツ拡充（動画教材や個別サポート）。
- サプリメントやトレーナー育成事業などを展開予定