



「フィットミー」は「健康をはかる企業」タニタがプロデュースする、女性専用30分フィットネスです。2004年にサーキットトレーニングを行う女性専用30分フィットネス「フィットミー」を開業。現在はフランチャイズ店も含め、店舗も全国に広がっています。

導入前、候補物件の商圈調査と顧客分析の手段は地道で気の遠くなるような方法しかありませんでした。紙の地図へシールを貼る物件管理に、役所まで足を運ぶ統計データ調査。しかし、小売・外食業界では出店前の立地調査や既存店のエリアマーケティングは当たり前と言われているので、「フィットミー」をFC展開する以上は、それを行なえるシステムが必要だと感じ、GIS導入を決定しました。

必要なのは多様な統計情報 分析機能の豊富さと低コストがTerraMap導入の決め手

数あるGISの中からタニタフィットミー様がTerraMapを選択した理由は、分析機能の豊富さと価格が安い点がポイントでした。フィットネスクラブは運営戦略として、店舗開発に顧客分析・販売促進と様々な分析を必要としているので、TerraMapが候補物件の立地調査、既存店の会員データのインポート、販促エリア分析の3用途をこなせる上に、ランニングコスト、更新費用含めた価格が安いという点は導入決定の大きな決め手となったのです。

出店前から出店後まで GISが出店・顧客分析・販促の大きな手助けに!

タニタフィットミー様はTerraMapを出店前・出店後と様々な用途で使われています。例えば候補物件の立地調査として、商圈内の女性人口を年齢別で集計しています。出店候補となる位置で、商圈を半径1.5km、3km、5kmと3種類の設定を行い、TerraMapに標準搭載されている国勢調査のデータを用いると、その集計結果が出てきます。5歳ごとに区切られた各年齢層の女性は、この地区にどれだけの人数が住んでいるのか?この結果と共に、あらかじめ決めた出店をするための規定人口数を見比べ、それに達していなければ、そこには出店しない決定をします。このように、ターゲットとなる顧客層の人口を把握することは、出店において大事な判断材料の一つとなります。更に、競合店を地図上に登録し、その近隣への出店も避けることも可能です。TerraMapを出店戦略として利用する一方、出店後の利用方法として、会員データのインポートによってシェアの低いエリアがどこにあるか発見することにも役立っています。この分析結果は販促を実施するエリアの決定に際して大きな判断基準となっています。

女性専用フィットネスは全国に1200~1500店舗あると言われています。この業界は昨年、女性の「何かのついでに、軽く体を動かしたい」というニーズに応えているため、勢いよく伸びています。そして、その広がるマーケットの中で勝ち残るためには、的確なエリアマーケティングが必要です。「TerraMapをフル活用して、フィットミーのシェアを上げていきたい。」タニタフィットミー様は今後の展望をこのように語っておられます。

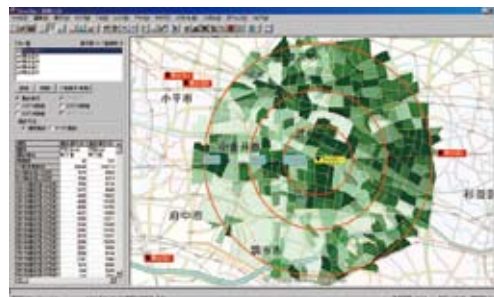
●TerraMap お問い合わせ
マップマーケティング株式会社
東京都渋谷区広尾1-3-15 岩崎ビル2F
TEL:03-5475-1841
URL:<http://www.mapmarketing.co.jp/>



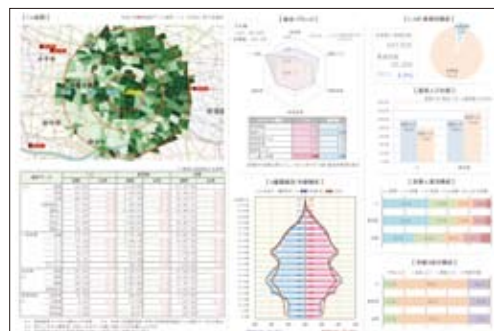
「フィットミー」は「健康をはかる企業」タニタがプロデュースする、女性専用30分フィットネスです。



女性の「何かのついでに、軽く体を動かしたい」というニーズに応える「フィットミー」。活気あるジム内の様子。



TerraMapの分析画像(女性の人口密度で色塗りしたケース)。出店戦略として利用するのはもちろん、出店後の会員分析にも活用可能。



ワンクリックレポート「TerraReport」。TerraMapはボタンひとつで、商圈情報をA4資料化します。お忙しいご担当者様も安心です。(※画像はサンプル)地図使用承認●昭文社第48G083号

お問合せに関しては、下記URLをご参照ください

株式会社タニタフィットミー ホームページ : URL: <http://www.fitsme.jp/>