

- ① 市場・顧客
  - チョコザップ
    - 運動初心者・無関心層
    - 「着替え不要」に惹かれる層
    - エステ・脱毛・洗濯目的のユーザー
  - エニタイム
    - 自律的に運動できる人
    - 中〜上級者（トレーニー）
    - 移動・出張が多いビジネス層



- ② 競合
  - チョコザップ
    - 「何もしない」自宅時間
    - ウォーキング・宅トレ（YouTube）
    - カーブス（女性・シニア層）
  - エニタイム
    - 総合フィットネスクラブ
    - 市営・公営の体育館ジム
    - チョコザップ（ライト層の流出）



- ③ 自社
  - チョコザップ
    - コンビニジム（圧倒的手軽さ）
    - 複合サービス（エステ等）で差別化
    - RIZAPのマーケティング力
  - エニタイム
    - 24時間ジムのパイオニア
    - 世界共通の相互利用システム
    - マシン特化による低価格・高品質

