

時間価値重視ニーズ

有効な時間を提供するコンビニジム&クラウド家事代行サービス

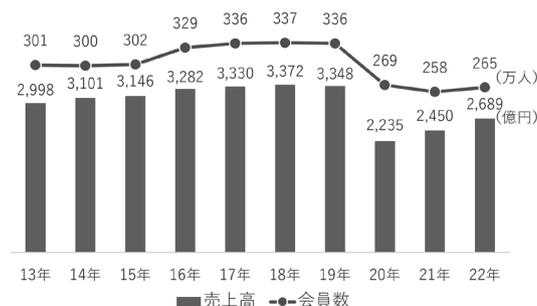
数年前から「時短」をうたう商品・サービスが目立ってきたが、それに加え最近では、過ごす時間の価値を充実させるサービスも注目されている。

本稿では、隙間時間を利用して運動する場所を提供する「コンビニジム」、掃除、料理などの「家事代行サービス」の事例を取り上げ、体験者の感想も交えてその魅力や将来性について考察する。

1. コンビニジム「chocoZAP」

経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」によると、2022年のフィットネスクラブ市場は売上高が前年比9.7%増の2,689億円、会員数は同2.9%増の265万人で、コロナ禍による落ち込みが続いているものの、少しずつコロナ前の数字に近づきつつある。

■図表1 フィットネスクラブ売上高・会員数の推移



出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査データ」より作成

但しコロナ前までは特にシニア世代を中心とした健康意識の高まりから、フィットネスクラブ業界は堅調に推移していた。

そんな中、昨年最大手のRIZAP株式会社がこれまでの高級路線から一転、手ごろな価格で体づくりを励める新サービス「chocoZAP」(ちょこざっぷ)を開始。既に首都圏を中心に341店舗(23年2月末現在)という圧倒的スピードで展開中である。

chocoZAPが生まれた背景には、政府が提唱する「人生100年時代」がある。寝たきり状態を予防し、健康寿命を伸ばすためには、毎日の運動が必要不可欠との観点から、運動を継続できない要因である心理的、物理的、金銭的ハードルのすべてを解消し、誰もが運動を継続しやすく、効果を実感できるサービスとしてchocoZAPを立ち上げた。

主な特徴は次の通り。

①コンセプト・ターゲット

「1日5分の運動で健康になれる」をコンセプトとして、自宅でも、ジムでも、日常生活の中でも、1日5分簡単な運動を続けるだけで、健康的で理想の体が手に入れられる、RIZAP独自開発の「健康習慣プログラム」が受けられる。主要ターゲットは現在運動習慣のない人やダイエットしたい人。

②料金・営業時間・利用方法

会員制ジムの料金相場が月額5,000円～10,000円程度という中、会費は月額2,980円(税込3,278円、初期費用として入会金3,000円+事務手数料2,000円)という低価格を実現。24時間使い放題、全店で利用可となっている。スタッフやトレーナーは常駐しておらず、無人運営。店舗への出入りには、会員用にアプリから発行されるQRコードが必要となる。

③設備・環境

筋トレ初心者でも扱いやすい筋トレマシンや有酸素運動系マシンはあるが、ダンベルやバーベルといった筋トレ中上級者向けの設備はない。また、個室でセルフエステ・セルフ脱毛を行うことも可能(要予約・一部店舗不可)である。

そのほか洗面台、オープンロッカー、更衣室はあるが、シャワールームや鍵付きロッカーはなく、着替えや靴の履き替えはしなくてもよい。長時間の利用を想定していない、必要最低限の設備といえる。

■ chocoZAP 室内例とセルフエステ・脱毛機器



出典：chocoZAP HP・リリース

④アプリの機能

chocoZAP 公式サイトから入会を済ませると、アプリをダウンロードできる。アプリには専用のQRコードを使用した入退室、セルフエステ・セルフ脱毛の予約、トレーニングの記録・管理、各店舗の混雑状況の把握、トレーニング動画・RIZAP LIVEの視聴などの機能がある。

⑤その他サービス

入会時にスターターキットとして「体組成計」と「ヘルスウォッチ」を無料提供している。これらにより日々の健康数値を記録し、ライフログデータを蓄積することで、AIを搭載したアプリがパーソナルトレーナーの代わりに、健康目標の達成をサポートする。

弊社社員（女性・20代）が実際に入会后4か月間通った感想・評価は以下の通りである。

〈良い点〉

- ・ 入会時背中を押したのは月額2,980円（入金ゼロキャンペーン時に入会）というコスパの高さ
- ・ 店舗数が多いため、平日の通勤帰りでも休日の自宅近くでも利用可
- ・ 着替えなどの持ち物が最低限で済む（汗拭きタ

オル・シートのみ持参)

〈気になる点〉

- ・ 自動販売機やウォーターサーバーがない
- ・ マシンの説明がほぼ英語でリスクあり
- ・ 利用者のマナーが悪いと衛生面で不安
- ・ 鍵付きロッカーがないため防犯面に難あり
- ・ 無人運営のためトラブル対処ができない

事業開始から1年で会員数は6万人を突破し、順調な滑り出しをみせているが、RIZAPでは今後についても出店攻勢をさらに強め、26年3月期には現在の約6倍となる2,000店体制を目標としている。

これまでのフィットネスクラブと異なり、chocoZAPでは運動初心者ターゲットとしているため、競合はあまりしないものの、この層に対して“予防運動”の重要性をどれだけ啓蒙できるかが勝負のカギとなってくるだろう。

また、現在のサービスだけでの拡大は限界も考えられ、ローコスト運営による課題に取り組みつつ、今後は現在でも一部店舗にゴルフ練習ブースを設けているように新サービスを試行しながらの拡大も必要となるのではないかと。

2. クラウド家事代行サービス「CaSy」

共働き世帯や高齢者世帯の増加などを背景に、年々利用者を増やしてきた家事代行サービス。

参入障壁が比較的低いため、異業種からを含めた市場参入も盛んだが、そんな中であって2022年2月、東京証券取引所グロース市場への上場を果たしたのが株式会社CaSyである。

「CaSy」はパソコンやスマホで登録、予約すれば、システム上でキャストと呼ばれるスタッフが手配されるクラウド型の家事代行サービスで、決済も含めて実際のサービス以外をすべてオンラインで行う。

サービス内容は次の3つがある。

①お掃除代行

水廻りの掃除、リビングなどの部屋の掃除・片付け、廊下や玄関の掃除、衣類の洗濯・片付けなど自宅内の基本的な清掃・整頓。

②お料理代行

食事、食事の作り置き・食材カット等のごしらせ、調理後の後片付け、記念日やホームパーティ用の料理など。有料オプションで買い物も頼める。

③ハウスクリーニング

ガスレンジフードの分解洗浄、エアコンの分解洗浄、浴室の専門清掃（エプロン内部・浴室換気扇含む）など普段なかなか掃除できない箇所の清掃。

CaSy の特徴・強みは、第一に料金プランが業界最安値水準にある点である。例えばお掃除代行で1週間1回の定期プランの場合1時間2,560円（税込以下同じ）で、スポットでも2,900円となっている。その理由はそれまで常識だった「コーディネーター」と呼ばれるお客様のヒアリングを行い、スタッフとのマッチングを行う営業担当者を置かず、web等を利用した予約システムや自動化を導入してコストを省いた点にある。マッチングはこれまでに蓄積された豊富なお客様の申込みデータや取引データ、評価データなどを活用することでお客様満足度の高さを担保できるという。

■図表2 CaSyのビジネスモデル概念図



出典：CaSy HP

次に、スタッフの質が高い点である。厳しい審査があるのはもちろんのこと、スタッフのモチベーション向上に注力しており、例えばスタッフから出た意見を積極的に採用し、月間 MVP 賞を制定したり、ランクによってエプロンの色が変わる制度、お客様からの指名制度をつくるなど、教育・評価、エンゲージメント向上のための制度・仕組みを構築している。

また、予約はwebからだけでなく、スマホアプリからも可能なので24時間対応となっている。キャンセルや変更の手続きにも対応している。

14年の事業開始以来、徐々に会員数を伸ばし、22年末現在の会員登録者数は約15万人。スポット利用が中心だが、20代後半以降の単身者の需要が全体の約40%を占めている。また登録スタッフも1万2千人を数える。

しかしながら業界全体に共通する課題も多い。まず手軽さの一方で、お客様の自宅にあがらせていただくので、お客様、スタッフの双方にとって不安の解消が課題となる。そこでCaSyでは双方が登録する際、本人確認資料の提出を義務付け、細かいチェックを実施。さらに21年にはスタッフ専用アプリに「110番通報ボタン」を導入するなど安全管理を徹底している。

スタッフ不足も大きな課題である。CaSyでは常にスタッフの労働環境の改善に注力しており、新規採用は登録スタッフからの紹介が多いという。

また日本には昔から「家事は自分でするもの」という意識が根深く残るため、家事の負担を軽減するためには、「人に頼るのは恥ずかしくないこと」という意識改革を起こしていく必要がある。

近年は家事代行サービスに限らず、webで急な予約にも対応するサービスが拡大。労働集約的なサービスの間にも時間価値を重視する動きが浸透しつつあるようだ。