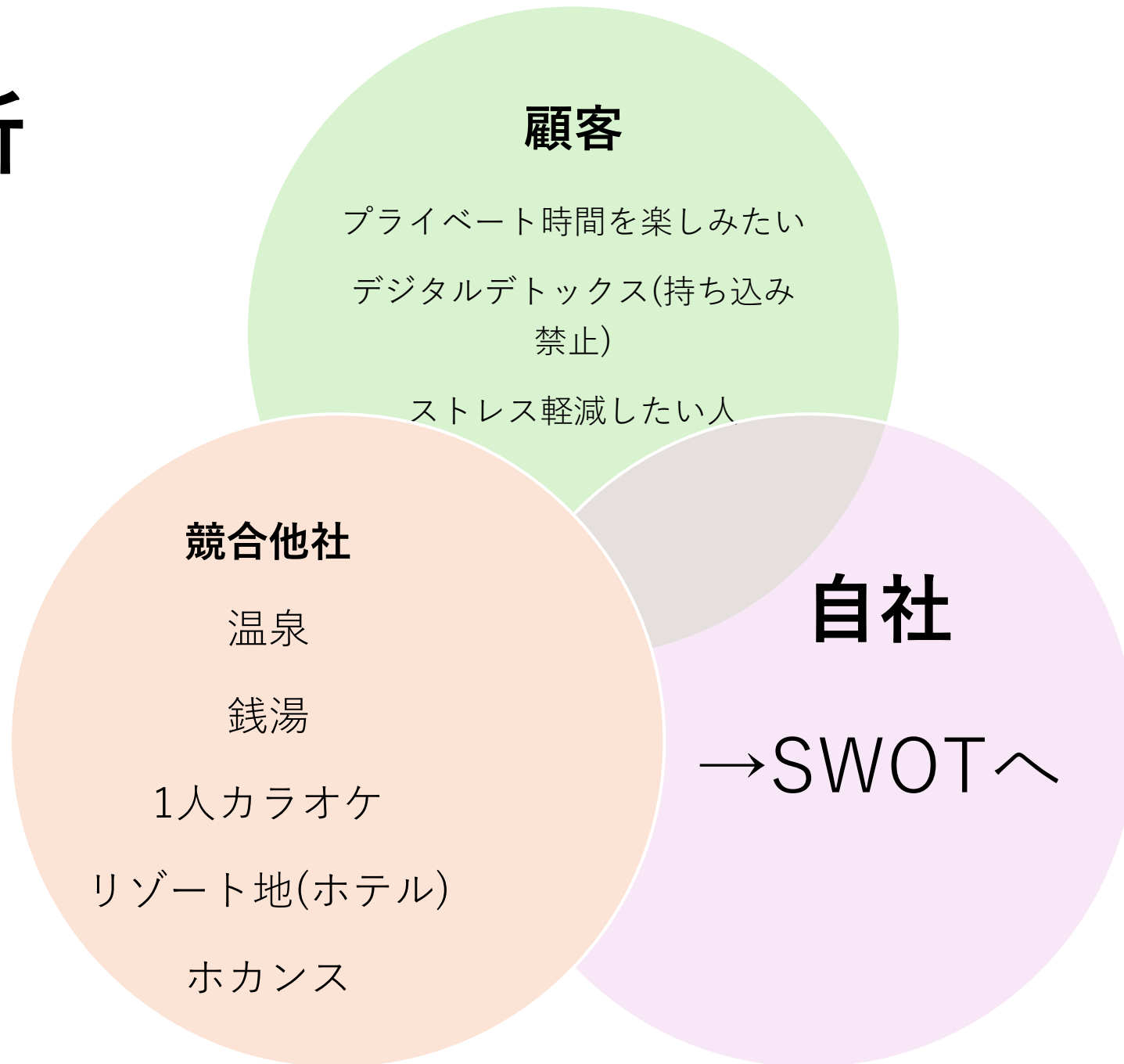


プライベートサウナ

長田杷奈・宮川結衣・徳永彩七

(202301767)・(202302009)・(202202108)

3C分析



SWOT分析

S

- ・プライベート時間の確保
- ・清潔感
- ・自由度が高い(作法関係なし)
- ・初心者におすすめ
- ・恋人といける
- ・家族でも行ける

O

- ・サウナブーム
- ・健康意識が高まっている
- ・趣味にお金をかける人が増えた
- ・密を避けたい

W

- ・店舗数が少ない
- ・価格が高い
- ・調整の難易度高い(ロウリュ)
- ・時間制
- ・スペースの制限
- ・主要人数少ない
- ・回転率が低い

T

- ・エネルギーコストの上昇
- ・健康リスクの過剰報道
- ・プライベートの時間が確保できない

マーケティング課題

- S × O

→ 恋人と行ける × 趣味にお金をかける人が増えた

【解決方法】

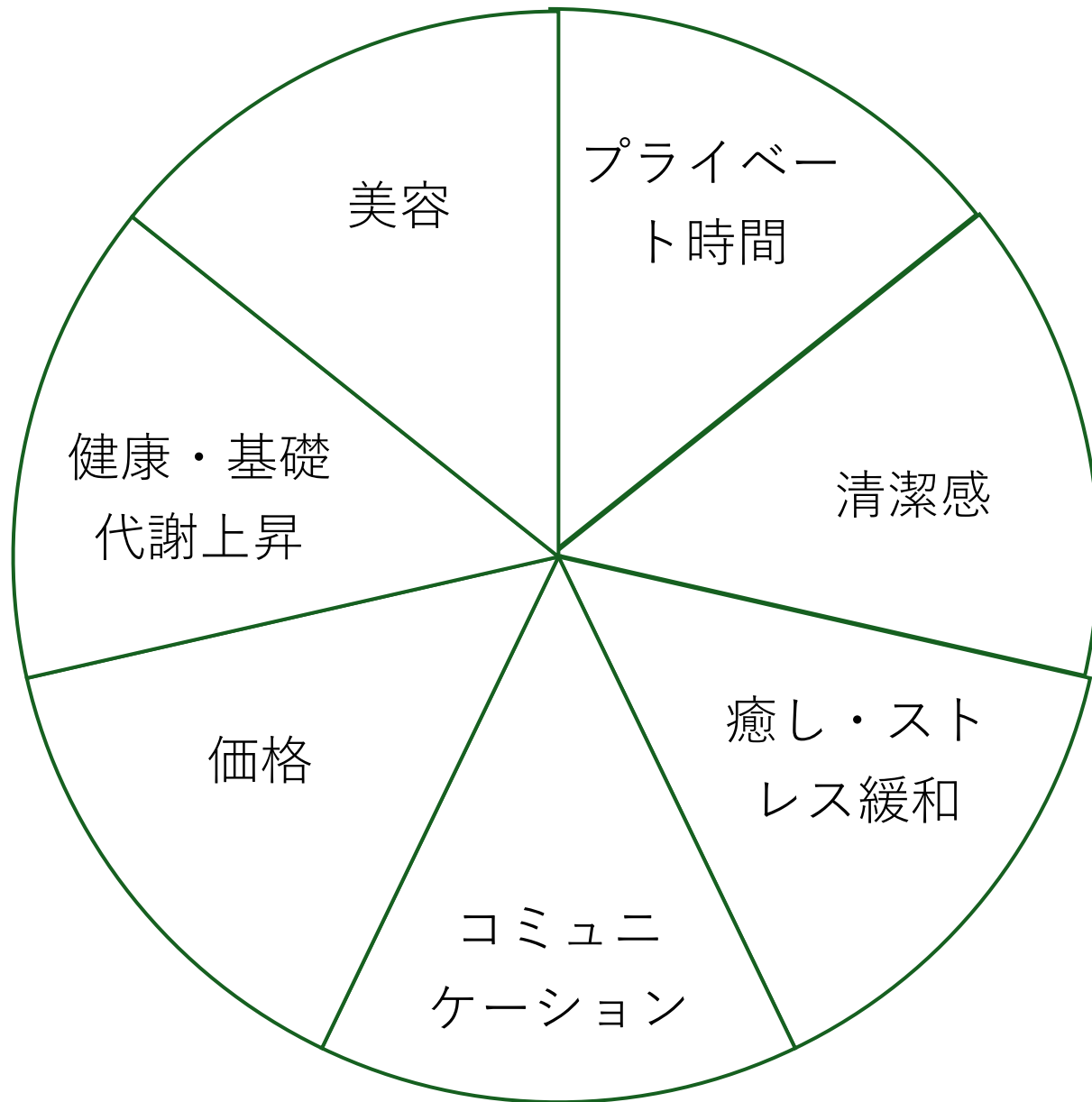
→ サウナ好き同士がマッチングできる

- W × T

→ 回転数が低い・価格が高い × エネルギーコストの上昇

【解決方法】

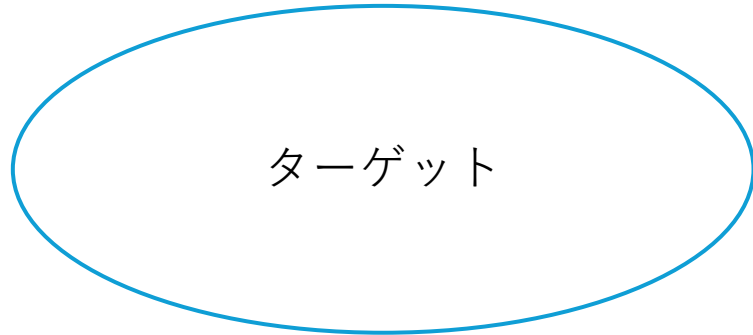
→ 回転サウナ(サウナ・水風呂の利用時間を区切ってシェア)



STP

- S
 - └プライベート時間
 - └癒し
 - └コミュニケーション
- T
 - └20～30代のサウナ好きの独り身男女
- P
 - └出会いが欲しい・ほしくない
 - └時間とお金に余裕がある・余裕がない

ポジショニング



出会いが欲しい

お金と時間に余裕がある

お金と時間に余裕がない

出会いが欲しくない