

プライベートサウナ 分析

202301890 金子采可

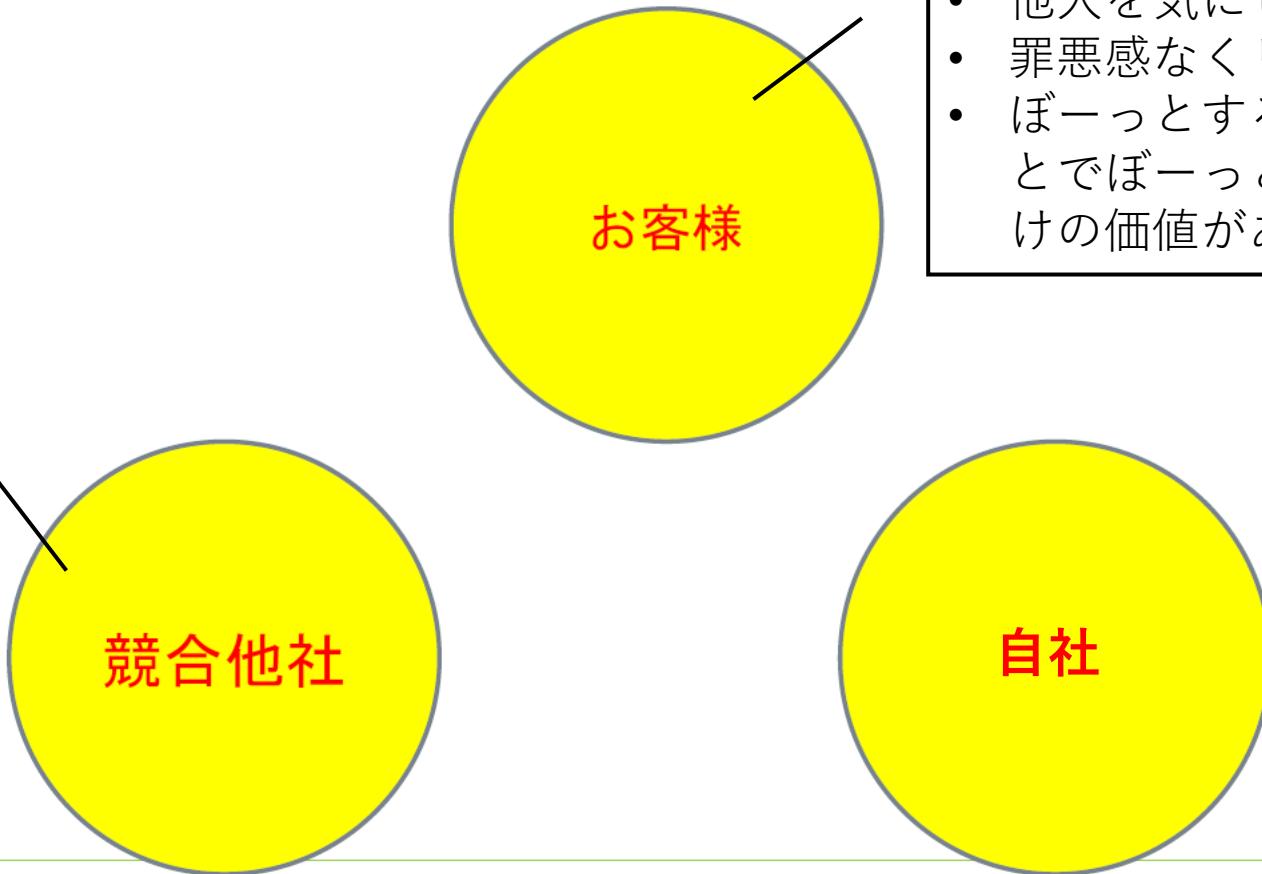
202301986 杉崎桃香

202302278 白井羽瑠



練習：(3C)

- ・ マッサージ店
- ・ 個室じゃないサウナ
- ・ 錢湯
- ・ 温泉(旅館)
- ・ ネットカフェ



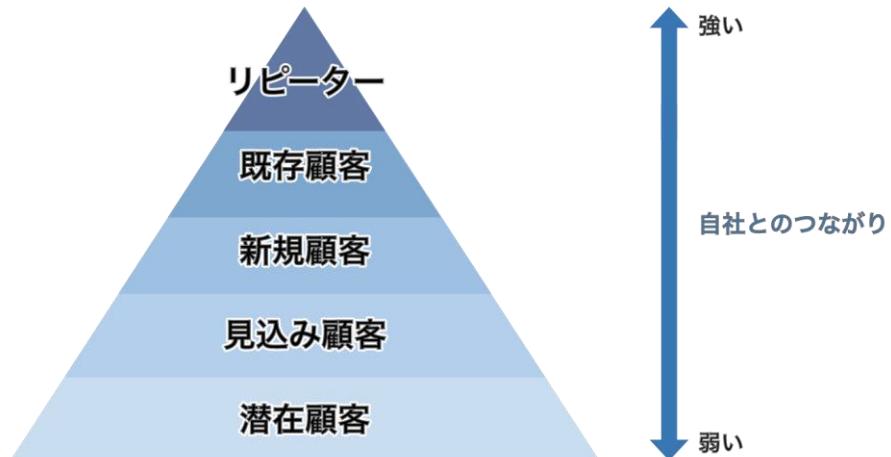
練習：(SWOT分析)

内部環境	外部環境
<p>Strength (強み)</p> <ul style="list-style-type: none">• 密を避けられる• 自由• リラックス• 集中できる	<p>Opportunity (機会)</p> <ul style="list-style-type: none">• メディアの影響• コロナ（密回避）• サウナ関連商品
<p>Weakness (弱み)</p> <ul style="list-style-type: none">• 料金が高い• 制限時間がある• 広告が少ない	<p>Threat (脅威)</p> <ul style="list-style-type: none">• 飽き<ul style="list-style-type: none">↳ リピ率高いから飽きない？• 温泉• その他娯楽

ももか

課題

- ・料金に見合ったサービスの提供
(弱み:料金 ✗ 機会:関連商品の充実)
- ・低価格化▶リピーター増加
(弱み:料金 ✗ 機会:潜在顧客の増加)

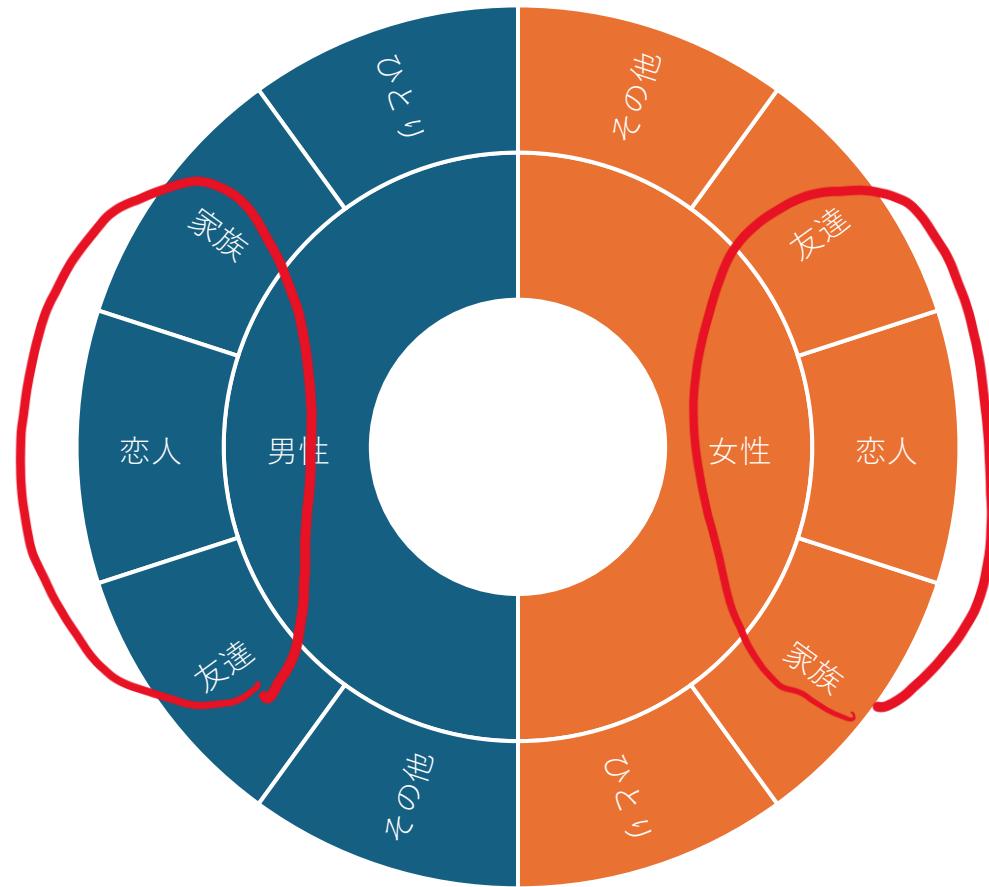


解決案

- ・アメニティの充実
アロマ選ぶ、風量光量調節、スピーカー貸出など)
→プライベート空間充実
- ・一部屋を2~3人用広さに
→何人で入っても同じ料金
- ・休憩スペースの充実

あやか

Segmentation

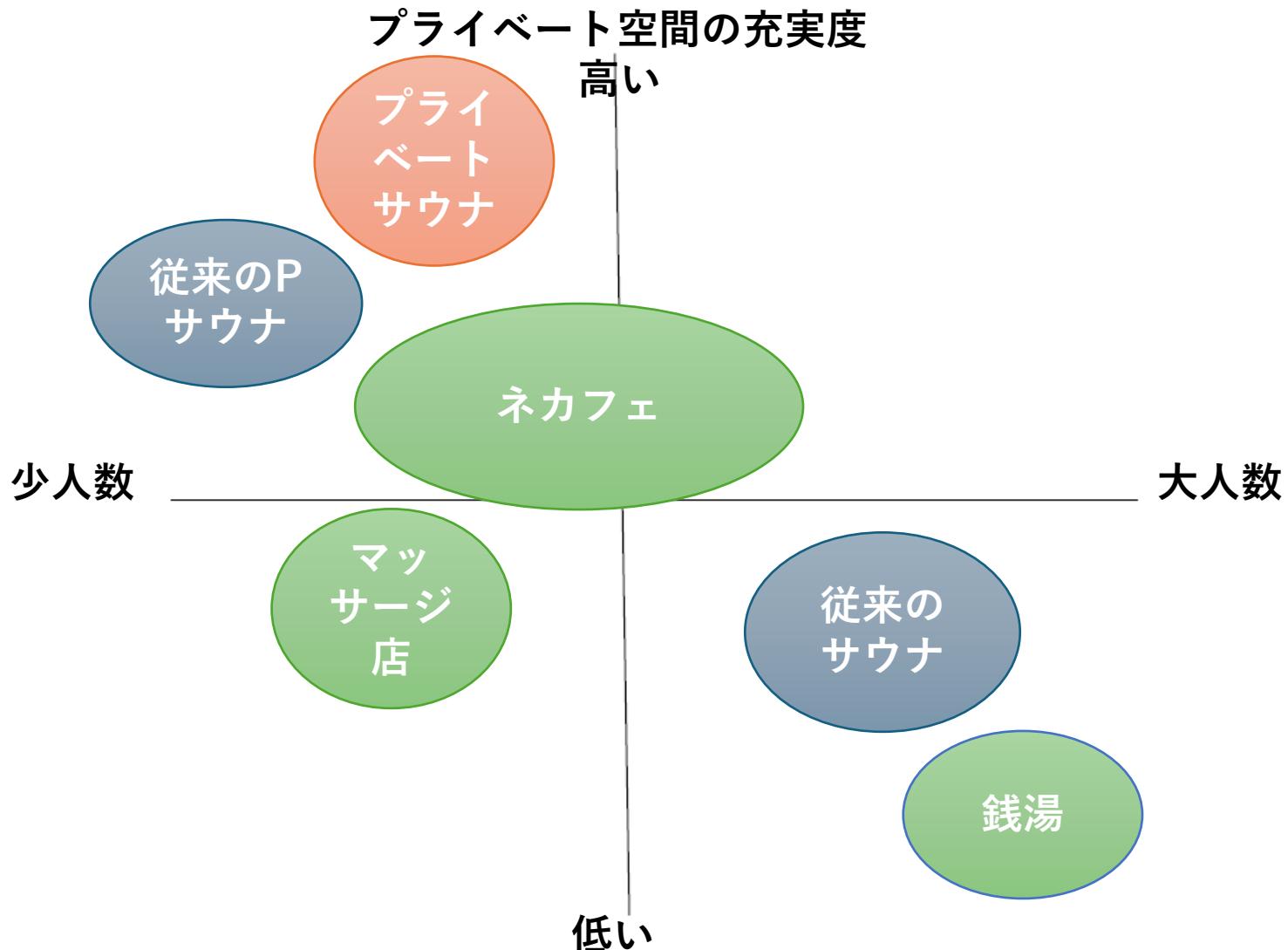


Target Customer

- 身内複数人
(家族、カップル、
友達 など)



練習: (Positioning)



はる