



JASDAQ

平成 27 年 2 月 12 日

各 位

会 社 名 SDエンターテインメント株式会社  
代 表 者 名 代表取締役社長 河野 正  
(JASDAQ コード 4650)  
問 合 せ 先 常 務 取 締 役 吉住 実  
電 話 番 号 011-241-3951  
U R L <http://www.sugai-dinos.jp/>

「SDフィットネス中期ビジョン  
～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～」  
策定に関するお知らせ

当社は、フィットネス事業における健康コーポレーション株式会社グループ（以下、「健康コーポレーショングループ」という。）とのシナジー強化策を明確に打ち出した中期成長戦略「SDフィットネス中期ビジョン ～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～」を策定し、本日開催の取締役会にて決議いたしましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 「SDフィットネス中期ビジョン ～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～」策定の背景  
当社は、平成 26 年 1 月 16 日付にて健康コーポレーショングループに入り、平成 26 年 5 月 23 日には、その後の方向性と成長戦略を、健康コーポレーションと共同で「健康コーポレーションとの戦略的事業資本提携」として策定しておりました。このたび、健康コーポレーショングループとのシナジー効果が一番期待でき、今後の市場成長も期待できる当社フィットネス事業において、「SDフィットネス中期ビジョン ～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～」を策定し、より具体的にグループシナジー強化策を打ち出し、中期成長戦略と達成目標を明確化いたしました。
2. 「SDフィットネス中期ビジョン ～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～」の概要
  - (1) 事業理念とポジショニング
    - ① SDフィットネス事業理念
    - ② SDフィットネスのポジショニング
  - (2) 本ビジョン策定の背景と達成目標
    - ① 本ビジョン策定の背景
      - a. フィットネス市場の成長ポテンシャル
      - b. 健康コーポレーショングループとのシナジー
    - ② 本ビジョンにおける業績コミット
  - (3) 実現に向けた具体的施策
    - ① 売上 100 億円達成に向けて
    - ② 売上目標達成に向けた具体的施策

- a. 主要K P I（入退会率）の改善
- b. 健康コーポレーション連携による新規会員獲得プロモーション強化
- c. 出店計画の最適化
- d. R I Z A Pとの連携による新たなプログラム開発
- e. プロテイン・サプリメントなどの物販強化

以 上

# SDフィットネス中期ビジョン

## ～健康コーポレーショングループとのシナジー強化～

証券コード: **4650**

## 1. 事業理念とポジショニング

## 2. 本ビジョン策定の背景と達成目標

## 3. 実現に向けた具体的施策

**お客様からありがとうと言っていただけ  
クラブを目指し、信頼されるスタッフが  
清潔な施設・良質なサービス・望む成果を提供し、  
地域の笑顔と健康づくりに貢献します。**

## 「幸せなくらしは、ココロとカラダの健康から」

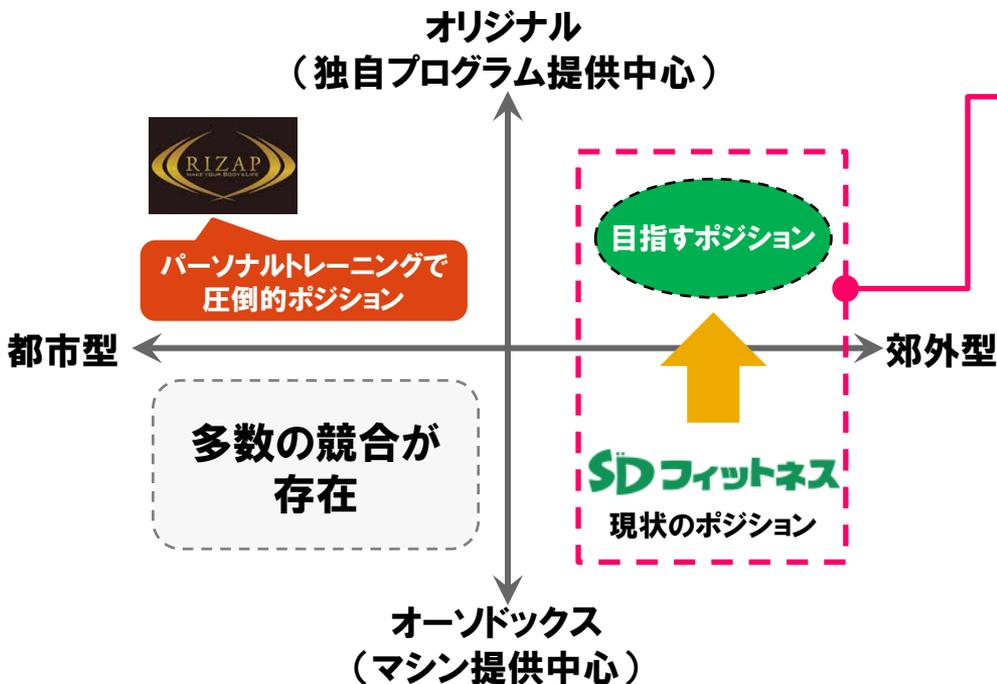
事業理念を実現するため、当社が長年培ってきた  
エンターテイメント事業の”楽しみ”要素を  
フィットネスクラブに取り入れ、敷居が高いと  
思われがちであったフィットネスクラブを  
よりいっそう身近なものにいたします

# SDフィットネスのポジショニング

現状および目指すポジション

- 自社エンターテインメント事業、グループ会社RIZAPのノウハウを活かし、独自のポジション確立を目指す

## フィットネス市場におけるポジショニング



オリジナリティのある郊外型ジムとして  
独自のポジション確立を目指す

自社エンター  
テインメント事業の  
“楽しみ”要素

RIZAPで成功を  
収めている  
“パーソナライズ”  
要素

## 1. 事業理念とポジショニング

## 2. 本ビジョン策定の背景と達成目標

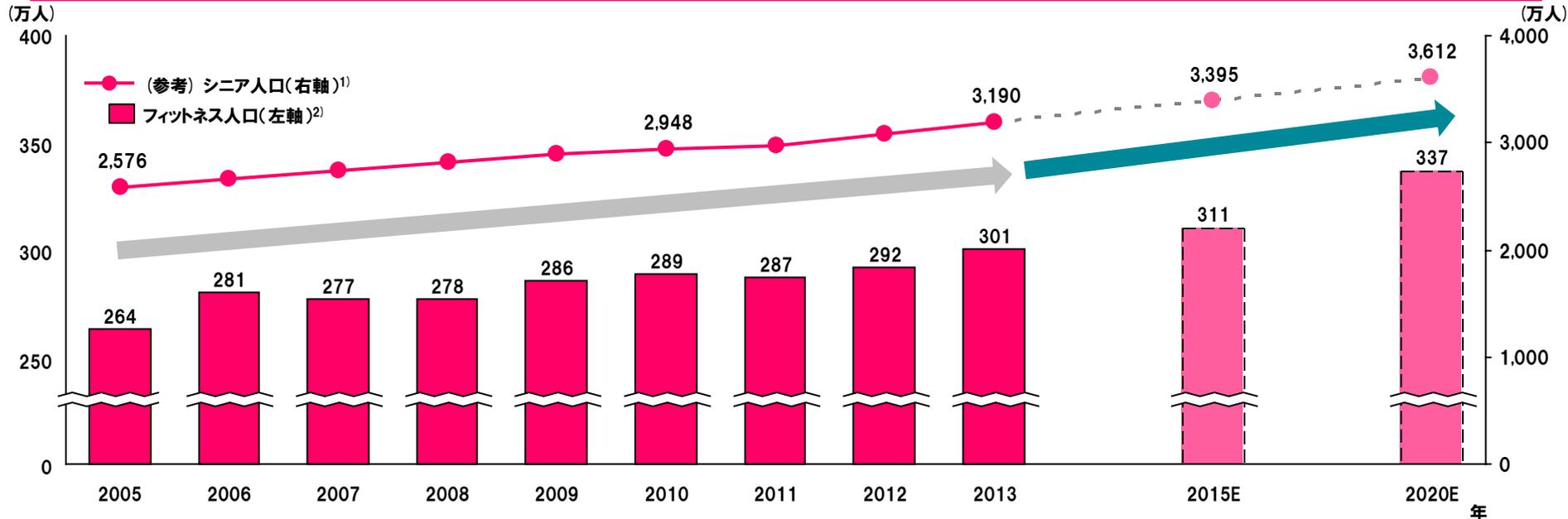
## 3. 実現に向けた具体的施策

# 本ビジョン策定の背景

フィットネス市場の成長ポテンシャル

- フィットネス市場は、シニア人口の増加に伴って、今後も引き続き拡大が見込まれる

## フィットネス人口の推移/見通し



1. 総務省「人口推計」、内閣府「H25 高齢社会白書」より65歳以上人口を引用  
2. 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」よりフィットネスクラブ会員数を引用、将来の見通しについては年平均成長率より当社推計

# 本ビジョン策定の背景

健康CPグループとのシナジー

- 市場拡大を健康CPグループシナジーを活かして捉え、フィットネス事業の大幅な拡大を目指すべく、本ビジョンを策定



SDフィットネス

豊富な  
マーケティングノウハウ

顧客データに裏付けられた  
トレーニングノウハウ

効率的な広告印刷物製作



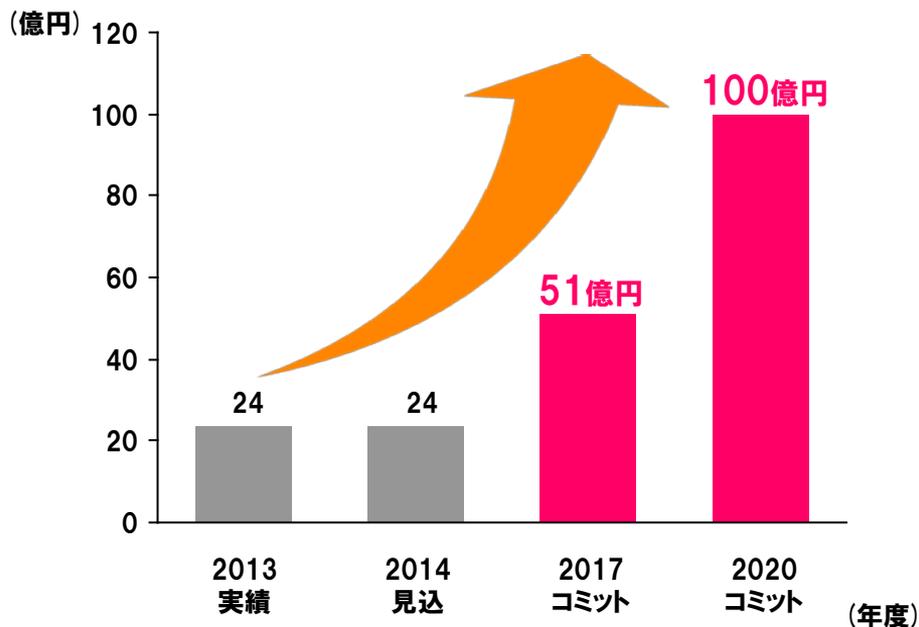
AAD

健康CPグループとの連携を、これまで以上に加速

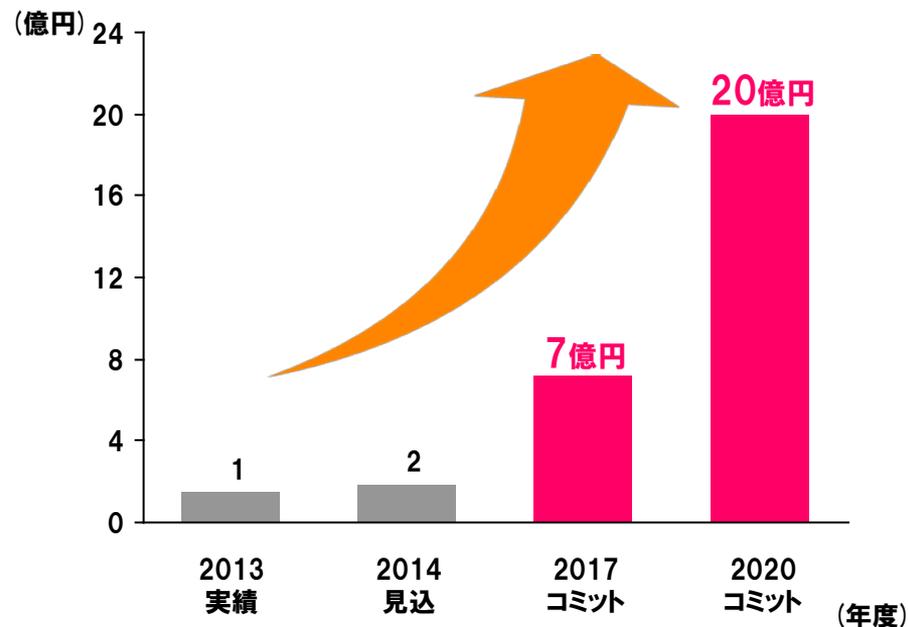
# 本ビジョンにおける業績コミット

- 2020年度に、売上100億円・営業利益20億円達成をコミット

## 売上



## 営業利益



1. 事業理念とポジショニング

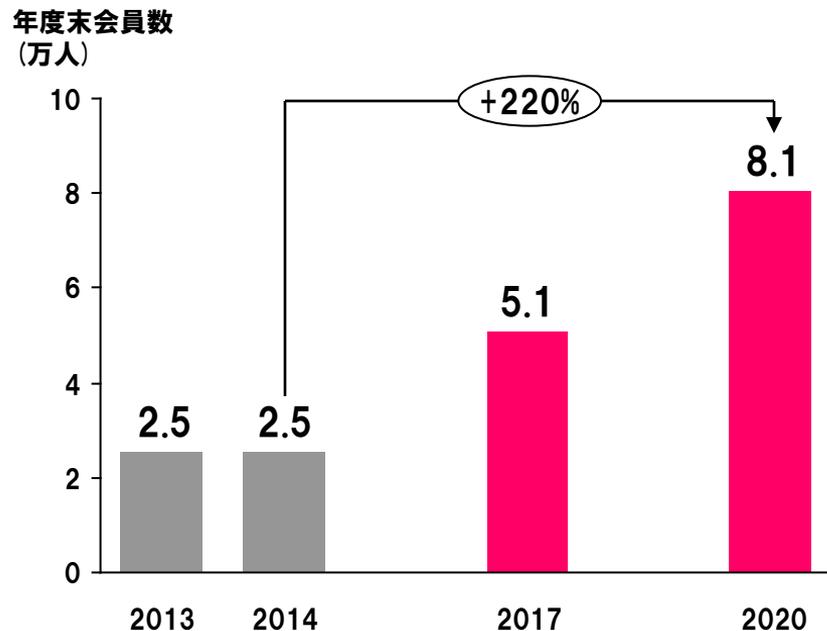
2. 本ビジョン策定の背景と達成目標

3. 実現に向けた具体的施策

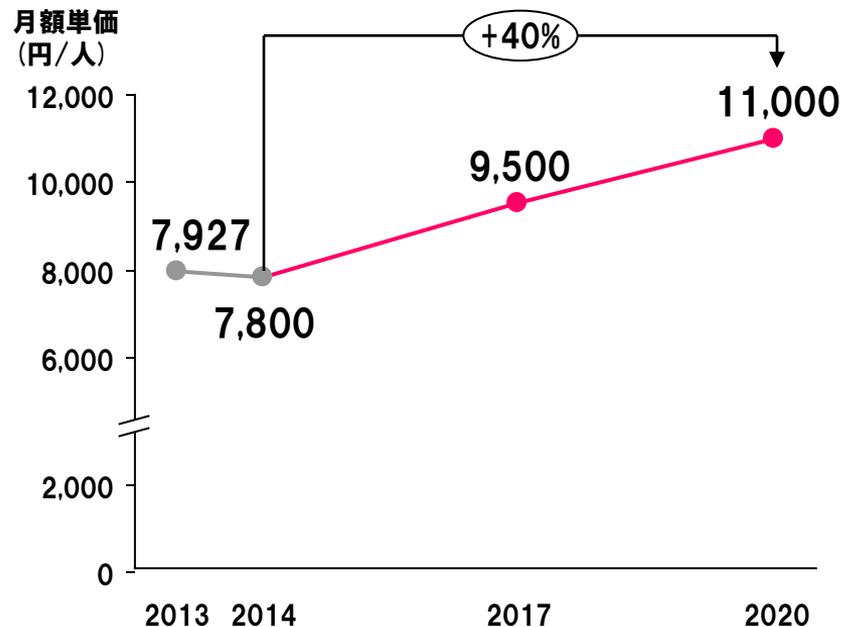
# 売上100億円達成に向けて

- 2020年までに、会員数220%UP、客単価40%UPを目指す

## 会員数推移コミット



## 顧客単価推移コミット



# 売上目標達成に向けた具体的施策

- 売上目標達成に向けて、健康CPのグループとのシナジーを活かし、以下のアクションを実行

目的

具体的なアクション

KPIターゲット

現状

2017  
年度末

2020  
年度末

会員数  
増加

1

主要KPI(入退会率)の改善

トークスクリプト/ツールの整備による、  
入会促進/退会抑止  
・ RIZAPなど健康CPグループ内の  
ベストプラクティスのヨコ展開

入会率

58% → 70% → 70%

2

健康CP連携による  
プロモーション強化

健康CPのマーケティングノウハウを活用し  
見学顧客数を増加

退会率

3.6% → 3.0% → 3.0%

3

出店計画の最適化

既存店舗の勝ちパターンを分析し、  
既存店の改革/新規出店を実施

店舗当たり  
見学顧客数

1,300 → 1,800 → 1,800

4

RIZAP連携による  
新プログラム開発

RIZAPノウハウを活用した高付加価値  
プログラムの開発

店舗数

15 → 21 → 28

5

プロテイン・サプリメント  
などの物販強化

オリジナル商品の開発に加え、  
販売ツールを整備

プログラム  
単価

7,600 → 8,700 → 10,100

顧客単価  
増加

物販比率

3% → 8% → 8%

# ① 主要KPI(入退会率)の改善

## ● 入退会率などの主要KPIを抜本的に向上

### ① 主要KPIの改善

- 入会率を70%に改善！
  - ✓ SDフィットネスの独自性をわかりやすく伝えるツール・トークスクリプトの作成
  - ✓ スタッフモチベーション向上施策の導入
- 退会率を3%以下で維持！
  - ✓ 主要ターゲットである中高年層が求める設備・プログラムの整備



好成績店・RIZAP事例のヨコ展開で  
KPI向上を目指す

## ② 健康CP連携による新規会員獲得プロモーション強化

- 主要KPIを改善後は、グループシナジーを活用した新規会員獲得プロモーションを本格化

### ② 新規会員獲得プロモーション

- 健康CPグループのシナジーを最大限発揮し、新規獲得を強化



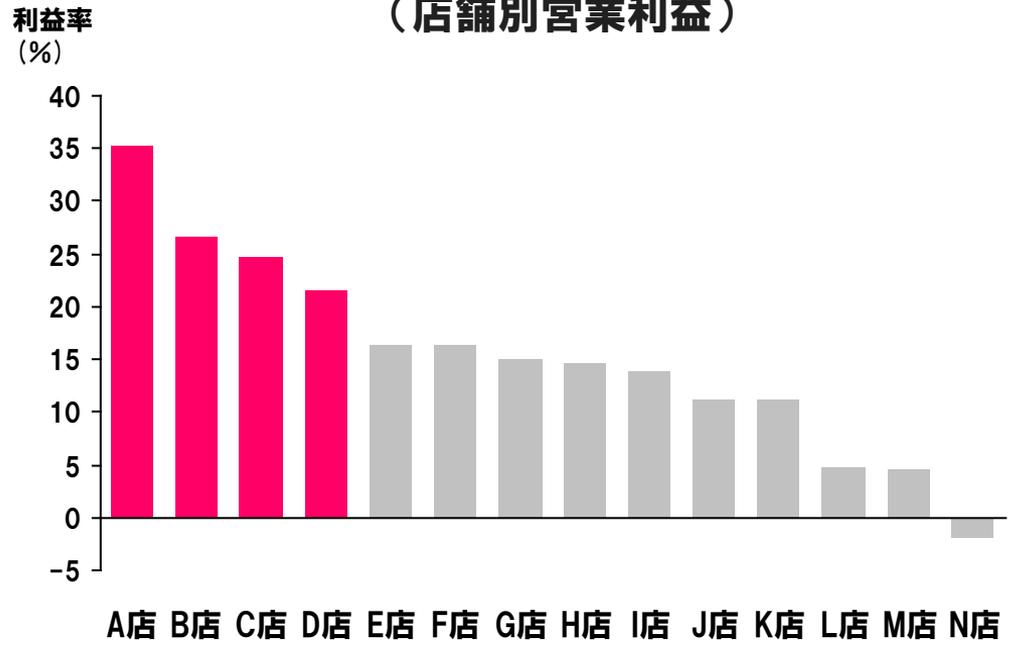
現状の折込チラシやWEB動画プロモの進化や別媒体での販促を実施

### 3 出店計画の最適化

● 店舗勝ちパターン分析により、売上・利益が最大化できる出店を実現

店舗間で利益率に大きな差異

(店舗別営業利益)



勝ちパターンを明確化し  
計画通りの出店を実施

- 地域の人口構成
- 面積
- 設備
- スタッフ構成
- 提供プログラム

## 4 RIZAPとの連携による新たなプログラム開発

- 具体的には、RIZAPとの連携を更に強化し、高付加価値を提供できるプログラムを開発・展開する

### RIZAPの強み(例)

パーソナルトレーニングの  
圧倒的ノウハウ

管理栄養士による栄養指導  
ノウハウ

健康管理アプリ、栄養士  
コールセンターなどのインフラ



### SDフィットネスの強み(例)

グループ向けプログラム  
ノウハウ

競合が少ない郊外型の既存店舗

中高年層を中心とした顧客基盤

両社の強みを融合し、RIZAPのボディメイクノウハウを少人数グループ向け、シニア向けなどにリメイクし、郊外のSDフィットネス店舗で展開

# 5 プロテイン・サプリメントなどの物販強化

- RIZAPにおける自社オリジナル商品開発のノウハウを活用し「glovy (グローヴィ)」ブランドの開発・拡充を強化



RIZAPで培ってきた商品開発・物販販売のノウハウ

- 商品企画力
- ブランディング
- ゲストへの提案力
- 製造業者ネットワーク

etc..



RIZAPノウハウを活用し自社顧客基盤にあわせた開発・販促を実施  
 ・特に、運動初心者、シニアが利用しやすい商品に特化



# 免責事項

本資料は、当社および当社グループの企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。

**SDエンターテイメント株式会社**

(東証 JASDAQ 証券コード4650)

<http://www.sugai-dinos.jp/company/>