

1、カーブスは米国発祥のフィットネス

世界60カ国に進出。10000店舗。会員数400万人世界最大のフィットネスチェーンクラブ。
日本のカーブスは「カーブスジャパン」を2005年設立。現在1300店舗
会員数50万人で業界第2位。「セントラル」「ティップネス」を抜き第1位の「コナミ」に接近中。

2、高齢化社会といわれ久しい日本、必要とされる健康産業

医療費の増大が大きな社会問題に。健康志向の高まりの中で安価に利用できるフィットネスクラブの出現。

カーブスの月額利用料金5900円、K社は月額利用料金13000円。業界での競争力が高い。
同じ効果がえられ通常60分間が短時間30分間のフィットネス・メソッド。

3、低料金システムを実現した「カーブス」のビジネスモデル

通常、プールやお風呂、などの設備が大きな設備投資を生み、利用料の低減を阻んでいます。
カーブスでは1・5等立地の住宅地で近隣のスーパーなどの2階、「40坪から50坪のスペース」を選んで出店しています。
女性の40歳、50歳、60歳をターゲットしているので買い物ついでに利用ができます。
ノーミラー、ノーシャワー、ノープール、さらにノーバスのため設備投資額はK社の10分の1以下にすぎません。

4、実験3店舗で「高収益モデル」を作る。

日本の女性に合うきめ細やかなサービス・設備がなければ繰り返し継続して利用していただけません。
そのためにも日本での実験店が必要でしかも「高収益モデル」が確立して初めて、フランチャイジー募集ができるのです。
フランチャイジーのオーナーには本部と共存共栄にむけて真摯に努力し日々経営に向かう経営者を選択されています。
モデルができるといっきに市場に低価格で参入し、口コミで会員を獲得してきました。

5、「女性の時代」に特化したビジネス

女性の時代といわれて久しいですがフィットネス業界は老若、男女混合でした。
ミラーがあるため特に中高年女性は「太りすぎ」など本人がとくに気になるのです。
そこでノーミラーです。そして近所のためノーメイクのまま帰宅できるのです。
近年の女性の社会進出に伴い、体力増強は多くの女性の要望でもあるのです。