



chocoZAP

chocoZAP Ads. 媒体資料

2024年2月

目次

1 .chocoZAP Ads.全体概要

2 .chocoZAP会員への広告

3 .会員数日本No.1 chocoZAPの集客手法を用いた広告

目次

1 .chocoZAP Ads.全体概要

2 .chocoZAP会員への広告

3 .会員数日本No1 chocoZAPの集客手法を用いた広告

chocoZAPから2つの広告メニューをリリース

chocoZAP会員への広告

会員数 **100** 万人
*2023年11月14日時点

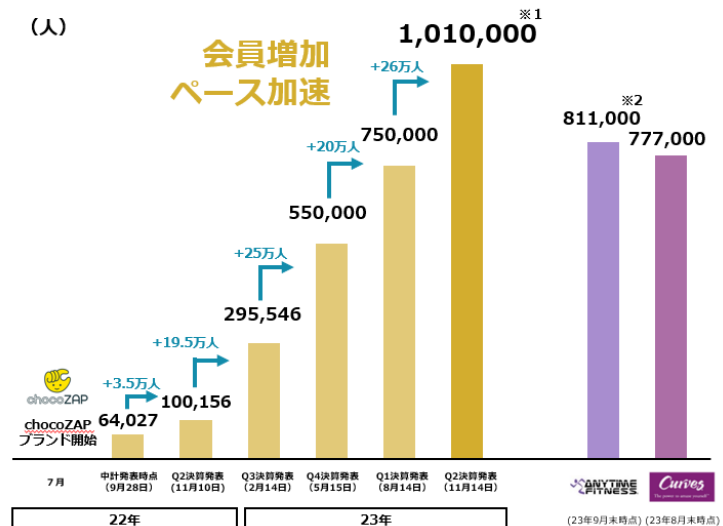
全国 **1150** 店舗
*2023年10月31日時点



100万人超の会員へアプローチ可能な広告メニューを提供
「健康志向」×ロイヤル化ポテンシャルがある「エントリーユーザー」

会員数日本No.1 chocoZAP の集客手法を用いた広告

chocoZAP会員数の推移



chocoZAP独自の集客ノウハウを用いた広告メニューを提供

目次

1 .chocoZAP Ads.全体概要

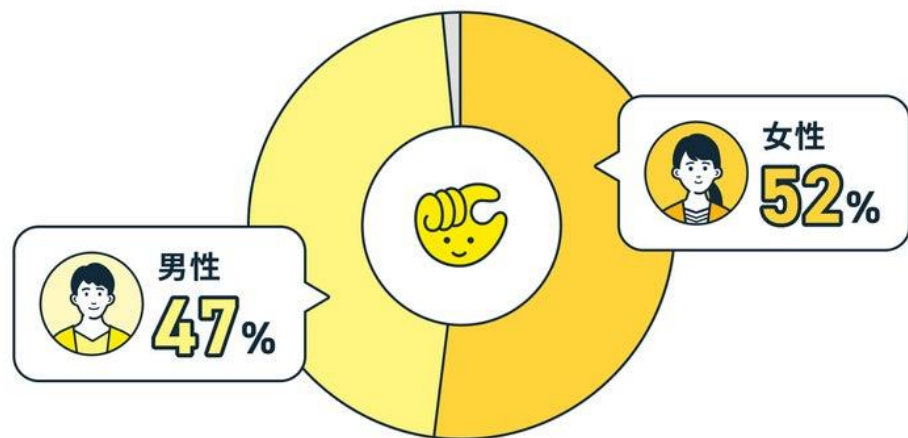
2 .chocoZAP会員への広告

3 .会員数日本No.1 chocoZAPの集客手法を用いた広告

男女比は均等、年代は20~40代がボリュームゾーンでありつつシニア層も在籍
ジムに今まで一度も行ったことがない初心者ユーザーが半数を占める

chocoZAP

男女割合

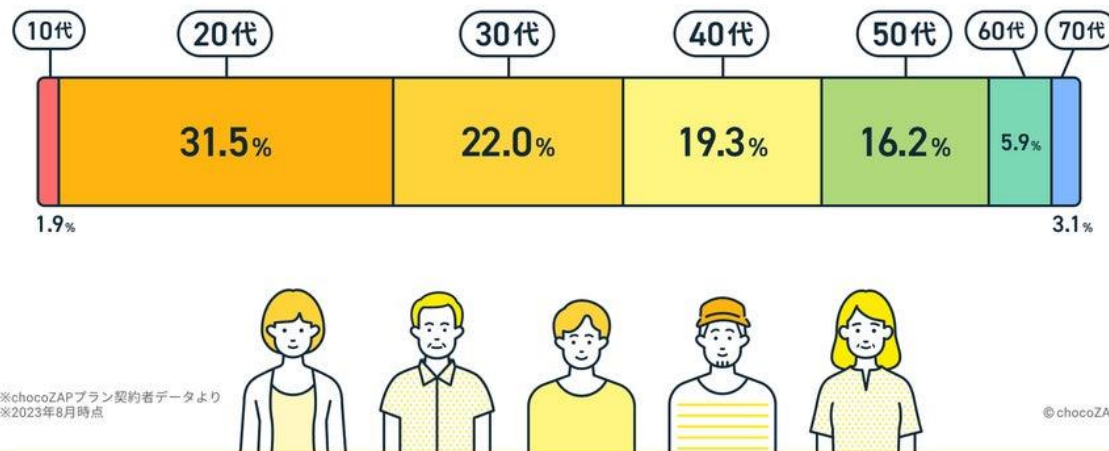


※chocoZAPプラン契約者データより ※2023年8月時点

©chocoZAP

chocoZAP

年代別割合



※chocoZAPプラン契約者データより
※2023年8月時点

©chocoZAP

運動以外の、周辺領域ニーズのエントリーユーザーも在籍
さらに複数サービス導入による満足度向上でアクティブ会員が多い（8割以上の会員が週1回以上来館）

〈運動〉

トレーニング



ゴルフ



〈美容〉

セルフエステ



セルフ ホワイトニング



セルフ脱毛



セルフネイル



〈ライフスタイル〉

マッサージチェア



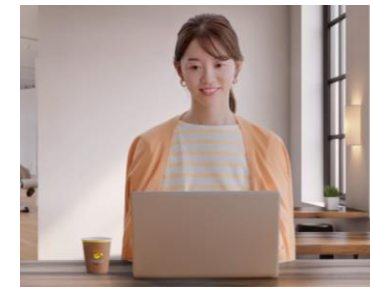
ちょこカフェ



デスクバイク



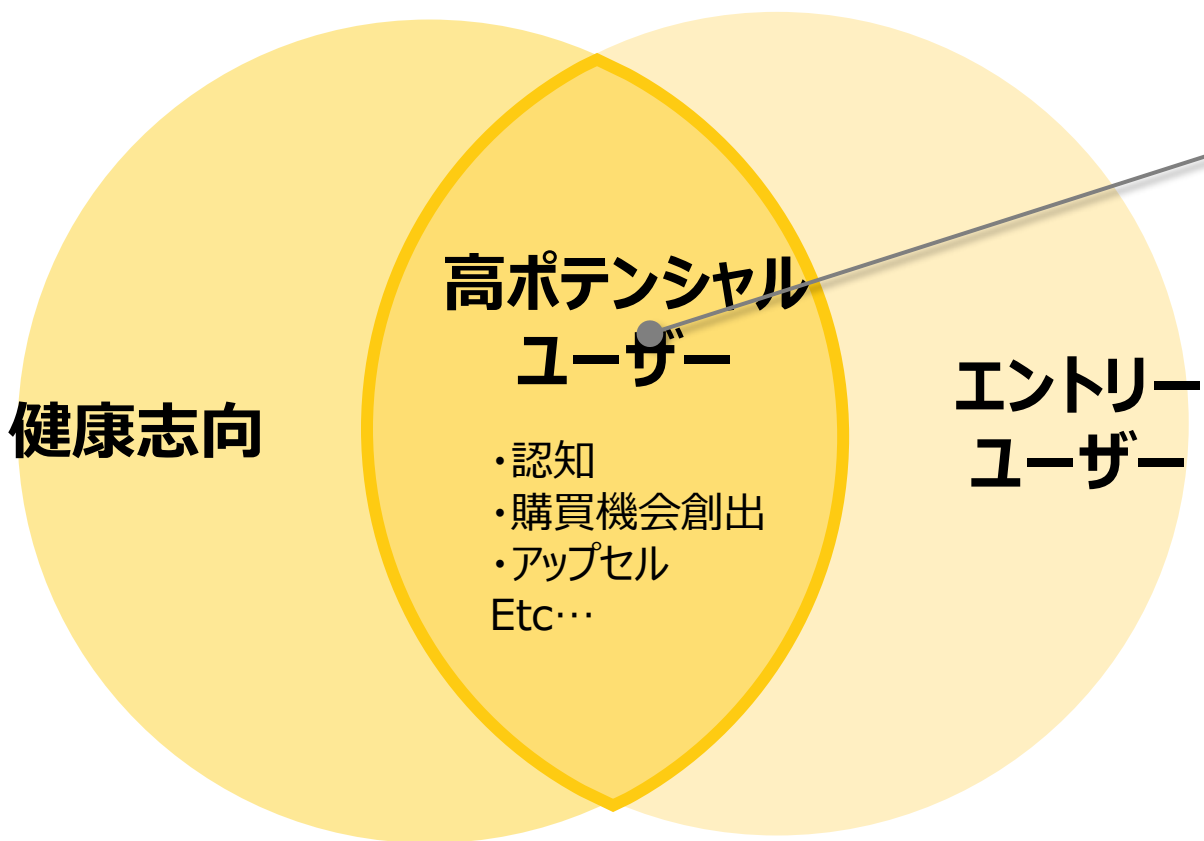
ワークスペース



「健康志向」×いままでジムに行ったことがない「エントリーユーザー」がメイン
購買機会創出/アップセルが望める“高ポテンシャルユーザー”へアプローチ可能

〈chocoZAP会員の特徴〉

〈購買機会創出/アップセルイメージ〉



***chocoZAP*会員への広告一覧**



chocoZAP店舗の
備品（トイレ紙・ウェットシート・ハンドソープ、ペーパータオル等）に
広告掲載

or

店頭にてテスターを設置し体験の場創出

chocoZAP店舗において、
試供品のサンプリングを実施
実際にサービスを体験してもらうことが可能
年齢/性別/etc.毎のレポート可能

chocoZAP店内のサイネージに広告掲載
マシン1つ1つにサイネージがついているため、
1対1の視聴環境で訴求可能

*パーソナルトレーニングジム「RIZAP」における、ゲストへのサンプリングも可能。金額は別途お見積り 10

アプリ配信*



全会員がアプリを所持
アプリバナーに広告枠を設置

DM配信



リーチユーザーに向けたDMを配信
年齢/性別などのデモグラでのターゲティングが可能

*アプリ配信は、24年4月頃にローンチ予定

chocoZAP EC
商品掲載



chocoZAP ECへの商品出品が可能

POP UP店舗



店舗の外装・内装をラッピングし、
POP UP店舗の実施が可能で
店舗内外の人へリーチ

花王様

[詳細はこちら](#)

- 目的： chocoZAP健康思考ユーザーへの商品トライアル、認知促進、送客
- 実施メニュー： 店舗サイネージ配信・アプリ配信と店舗での商品サンプリング(100万個)
- 効果：
①商品認知度向上
②サンプリング取得ユーザーの初回購入（ロイヤル化）
③近隣小売での購買促進

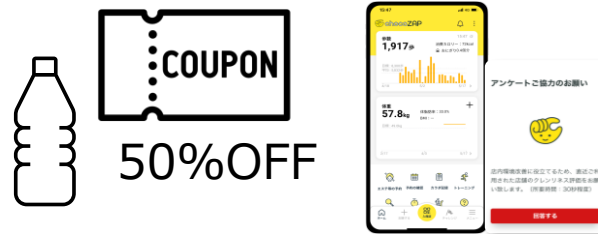


配信



- ・サンプリング商品を全店舗に展開
- ・アプリでのサンプリング告知
- ・都内10店舗でのサイネージ配信

効果測定



- 認知：
- ・視聴傾向
 - ・実施後アンケートを実施
 - ・サンプリング取得本数別での好意度比較
- 購買：
- ・クーポン利用数

レポートイング



- ・配信店舗/非配信店舗リフト調査
- ・ブランド、商品認知調査
- ・ブランド、商品好意度調査
- ・デモグラ別
- ・体重別等

- ・サンプリング受取のデモグラ別/ヘルスデータ別レポート
- ・クーポン利用のデモグラ別/ヘルスデータ別レポート
- ・アンケート結果（商品認知・好意度）

調査結果

✓ **ブランド(ヘルシア)の「トクホ飲料」の第一想起について**（質問:「特保（トクホ）飲料」と聞いて思い浮かぶ商品は何か。）

- ① サンプルング含めたキャンペーン全体への接触で17%向上
- ② 特にタブレット広告接触ユーザー平均は**21pt向上（28% → 49%）**

✓ **ブランド(ヘルシア)の購入意向について**（質問:あなたは今後、「ヘルシア」を購入したいと思うか。）

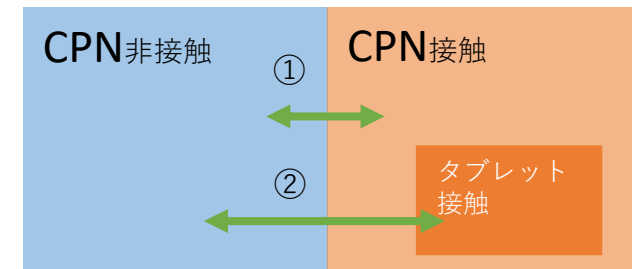
- ① サンプルング含めたキャンペーン全体への接触で22%向上
- ② 特にタブレット広告接触ユーザー平均は**25pt向上（30% → 55%）**

✓ **ブランド(ヘルシア)の好意度について**（質問:あなたは「ヘルシア」が好きですか。）

- ① サンプルング含めたキャンペーン全体への接触で37%向上
- ② 特にタブレット広告接触ユーザー平均は**46pt向上（18% → 64%）**

✓ 他項目においても、広告接触によるポジティブな向上がタブレット広告接触者に優位に見られた

比較対象



商品ラインアップサマリ (chocoZAP会員への広告一覧)

	備品広告	サンプリング	店舗サイネージ	アプリ配信	DM配信	chocoZAP EC 商品掲載	POP UP店舗
リーチ	<ul style="list-style-type: none"> • 全国約1,230店舗で可能 • 74万UU/月* • 延べリーチ数320万人/月* *2024/12時点 		<ul style="list-style-type: none"> • 都内中心に約100店舗 • 12.3万UU/月 • 延べリーチ数140万/月 *2023/12時点 	<ul style="list-style-type: none"> • 97万MAU *2024/01時点 	<ul style="list-style-type: none"> • DM送付許諾率62% *2024/01時点 	<ul style="list-style-type: none"> • chocoZAP EC流入者 	<ul style="list-style-type: none"> • 店舗内外
単価	<ul style="list-style-type: none"> • 1.0万円/1店舗・1アイテム・1か月～ 	<ul style="list-style-type: none"> • 30円/個～ 	<ul style="list-style-type: none"> • 5万円/1店舗・1か月～ (想定imp: 12,500の場合) 	<ul style="list-style-type: none"> • 60円/クリック～ 	<ul style="list-style-type: none"> • 15円/通 	<ul style="list-style-type: none"> • 別途商材によってお見積り 	<ul style="list-style-type: none"> • 300万円/1店舗・1か月
備考	<ul style="list-style-type: none"> • 100店舗・1か月～発注可能 	<ul style="list-style-type: none"> • 5万個～発注可能 • 什器は弊社支給。別途使用料をご請求 • ご案内POPは弊社制作。別途製作費をご請求 • 弊社指定の拠点までの配送料は広告主様負担 	<ul style="list-style-type: none"> • 10店舗・1か月～発注可能 • クリエイティブは広告主様支給。弊社制作の場合は別途お見積り 	<ul style="list-style-type: none"> • 1週間～発注可能 • クリエイティブは広告主様支給。弊社制作の場合は別途お見積り 	<ul style="list-style-type: none"> • 1万通～発注可能 • クリエイティブ/文章は広告主様支給。弊社制作の場合は別途お見積り • 形式は、HTML/テキスト、どちらも可能 	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • 2店舗～発注可能 • 施工費は実費でご請求 • クリエイティブは広告主様支給。弊社制作の場合は別途お見積り

目次

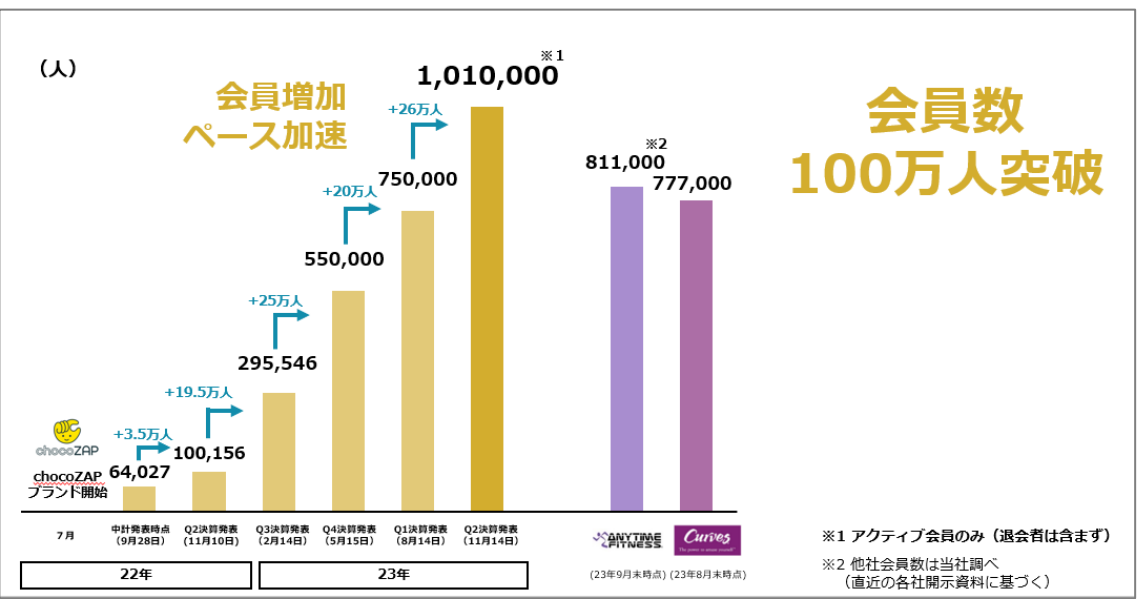
1 .chocoZAP Ads.全体概要

2 .chocoZAP会員への広告

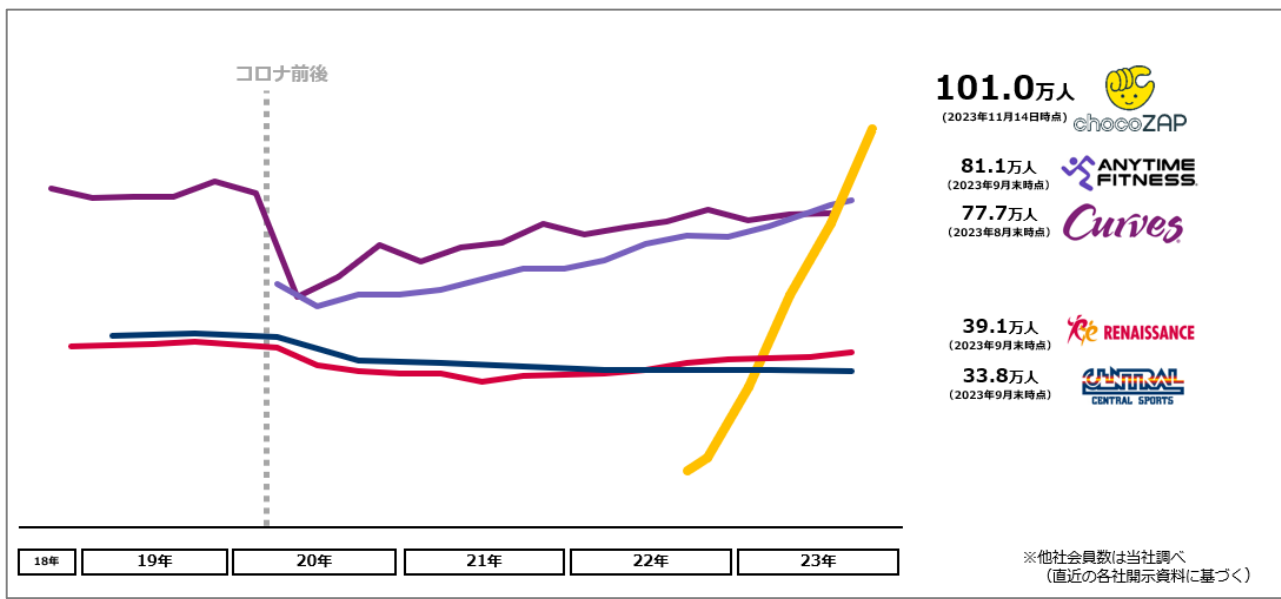
3 .会員数日本No.1 chocoZAPの集客手法を用いた広告

chocoZAPブランド開始から約1年で会員数100万人突破 フィットネス業界で会員数No.1へ急成長

〈chocoZAP会員数の推移〉



〈chocoZAP会員数の推移(他社比較)〉



日経トレンディ 2年連続受賞の快挙を達成

2023ヒット予測

第1位：**コンビニジム**

2023年ヒット予測ベスト10	
順位	製品などの名称
1	タイパ重視派の体づくり最適解 コンビニジム
2	家具と家電のハイブリッド ステルス家電
3	炭酸割りビール カスタムビール
4	“味変”魔法のスプーン&おわん エレキソルト
5	オールエンタメ超高層ビル 東急歌舞伎町タワー

2023ヒット商品

第2位：**chocoZAP**

2023年ヒット商品ベスト30	
順位	製品などの名称
1	ChatGPT
2	chocoZAP
3	THE FIRST SLAM DUNK
4	ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム
5	ビオレUV 瞬感ミストUV

会員数日本No1 *chocoZAP*の集客手法を用いた広告一覧

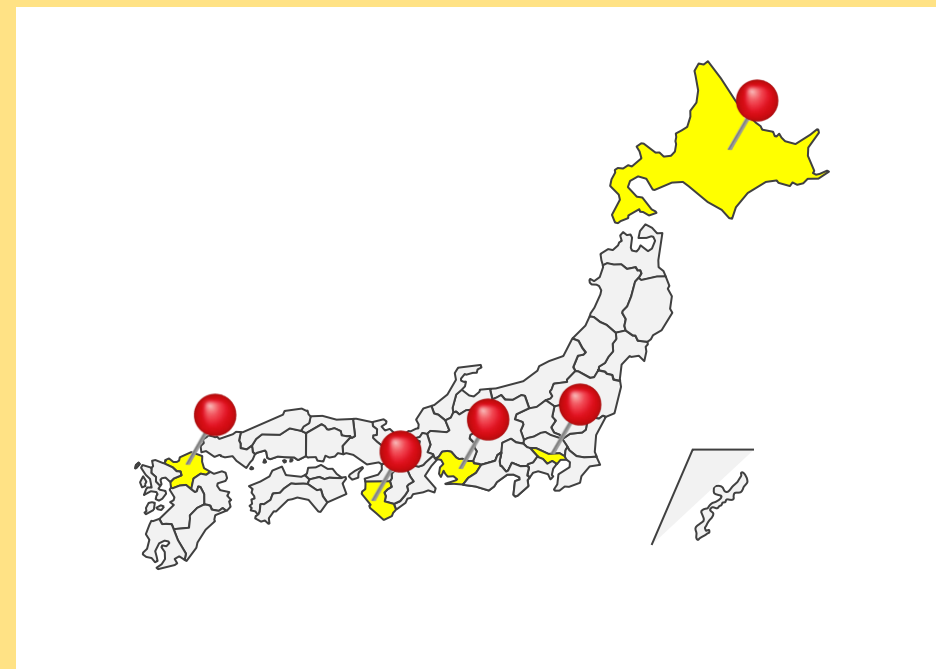
事業開始時から一貫して行っている徹底したテスト/KPI設計、及び
ポスティング/ハンディングを通した検証・集客をきっかけに急成長を実現

A/Bテストによる 勝ち筋サービス/クリエイティブ検証



👉 広告メニュー：集客コンサルティング

エリアを絞った広宣活動による 自社商圈における確実な集客



👉 広告メニュー：ポスティング/ハンディング

全てを一気通貫に御社の求める効果にコミットします

集客コンサルティング



プラン価格

1,000万円/月

コンサルプランに含む業務内容：

- ・ヒアリング
- ・課題分析
- ・調査
- ・プラン作成
- ・テスト設計/KPI設計
- ・キャンペーン制作物
- ・制作ディレクション
- ・実施後効果検証

確かな実績からプランニング→制作→実施までを伴走

特徴①

サービスリリースから1年で国内会員数no1となった
ノウハウをもとにプランニング伴走

特徴②

大量のA/Bテスト実施実績に基づいた
テスト、KPI設計、クリエイティブ制作

chocoZAP 急成長の要因



急成長
要因



コンビニ型店舗の高速大量出店



膨大なデータ分析による科学的マーケティング



顧客の声を反映するサービスの民主化



「リアル」×「DX」の融合



DX部門の大幅内製化による開発速度の向上



チラシによる検証 (500種類以上)





chocoZAP店舗の周辺にてポスティング/ハンディングを実施
実績のあるchocoZAPチラシとの同時配布

配布品質

弊社独自のマニュアル作成
高品質のサービスを提供



配布数実績

豊富な配布実績による
更品質水準サービス

累計
1.5億枚
以上の配布実績

受取率

chocoZAPの500種類以上の
クリエイティブテストの結果、受取率が
高いチラシとの
同時配布が可能



集客実績

集客実績に
裏付けられた確かな効果

フィットネス業界
会員数
No.1

商品ラインナップサマリ (chocoZAPの集客手法を用いた広告一覧)

	集客コンサルティング	ポスティング	ハンディング
リーチ	—	<ul style="list-style-type: none"> •全国約1,150店舗の半径1.2kmで実施可能 •上限：1.5万部/店・月 	<ul style="list-style-type: none"> •全国約1,150店舗の最寄り駅で実施可能 •上限：120h/駅・月 (4h/回×3人/回×10日間/月)
単価	•1,000万円/月	•4.5円/部(上記は都内B3の場合の価格例、他は別途ご案内)	•2,000円/h
備考		<ul style="list-style-type: none"> •5,000部/店～発注可能 •配送料は広告主様負担 	<ul style="list-style-type: none"> •10h/店～発注可能 •配送料は広告主様負担

〈chocoZAP Adsアプローチ範囲〉

chocoZAP会員への広告

会員数日本No.1 chocoZAP
の集客手法を用いた広告



集客コンサルティング 

備品広告 

サンプリング 

店舗サイネージ 

POP UP店舗 

アプリ配信 

DM配信 

chocoZAP EC
商品掲載 

ポスティング 

ハンディング 

Appendix

- ・誰もが自己実現ができる
- ・ゆるく楽しく、毎日続く運動習慣

「結果にコミット」をコンセプトに、RIZAPグループはユーザーひとりひとりの自己実現をサポートしてきました。

全国に1,150*店舗あるコンビニジムを起点に、リアル店舗とデジタルの両接点でユーザーにアプローチ

健康と美容のプラットフォームとしてよりよい自分に出会うためのお手伝いをしています。

*2023年10月31日時点

利用モーメントとしては、帰宅途中や帰宅後の18:00~21:00が一番多く
仕事終わり~帰宅のモーメントを捉えることが可能

chocoZAP

利用頻度



※第4回NPS及び満足度調査より ※集計期間：2023年6月20日~6月25日 ※回答：42,476人（対象：6/20時点の全有料会員574,505人）

©chocoZAP

chocoZAP

みんなの利用シーンTOP3

仕事後の帰宅途中

25.5%



帰宅後

25.9%



買い物・外出のついで

15.4%



※chocoZAPご利用 アンケートより ※集計期間：2023年5月22日~5月31日

©chocoZAP

美容や健康への意識が高いユーザーが集まっており、マシンについているサインージでの訴求は平均4.8分と、長尺の訴求が可能



みんなの利用目的TOP3

美容

- 1  セルフエステ
- 2  セルフ脱毛
- 3  スタイルアップ

基礎体力向上

- 1  筋力向上
- 2  基礎体力
- 3  体力維持

※第4回NPS及び満足度調査より ※集計期間：2023年6月20日～6月25日 ※回答：42,476人（対象：6/20時点の全有料会員574,505人）

© chocoZAP



運動にかける時間



※chocoZAP店舗利用データより ※店舗平均値 ※2023年8月8日時点

© chocoZAP