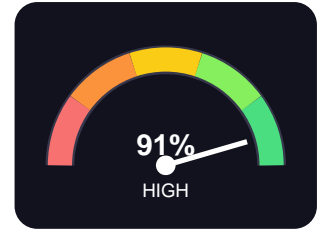




Market Verdict - 実現可能性分析

分析日期: 2026-06-08 21:36:07 UTC

実現可能性スコア 91% 高



月次収益内訳:



月次コスト内訳:



MARKET VERDICT — 実現可能性分析

アイデア: Yoga studio

場所: 大阪市, 大阪府

モード: ハイブリッド

入力データ

予算: ¥7,000,000

平均客単価: ¥2,500

1日あたり顧客数: 25

粗利率: 70%

月次賃料: ¥350,000

月次人件費: ¥320,000

月次その他費用: ¥70,000

実現可能性スコア: 91 / 100 (高)

月次収益: ¥1,312,500 - ¥2,250,000

月次利益: ¥178,750 - ¥835,000

損益分岐点: 9 - 40ヶ月

市場シグナル

場所: Osaka, Osaka Prefecture, Japan

競合: 2 (スコア 90/100) 以内 3000メートル

概要

高い事業可能性。競合他社数=2社。GDP/人 ~¥5202000。利益~¥178750~¥835000/月。損益分岐点~9-40か月 (假定が成

リスク要因

- 賤料が基準売上と比べ高い (18.7%)。
- ハイブリッド運営は複雑さを加えます；プロセスと人材が現実的か確認してください。

実行計画

1. 絞り込んだターゲット顧客と明確な差別化戦略を定義する。
2. 10~20人の顧客との対話で仮定を検証する：価格、想定数量、粗利率。
3. 需要テストを実施：ポップアップ、マーケットブース、または先行販売キャンペーンで実際の支払い意欲を証する。
4. 候補地リストを作成し賃料対収益比率を計算する；賃料は基準収益の10%以下を目標とする。
5. 1~2マイル半径内の競合密度を測定し、既存の選択肢がカバーしていないニッチを選ぶ。
6. MVPを立ち上げる：繰り返し需要をテストする最小の提供物を出し、その後測定結果に基づいて毎週改善する。

カスタムプラン

1. 競合比較で差別化の軸を確定する

理由： 大阪市・大阪府で競合が2社と少なめの一方、提供価値が類似すると差別化で苦戦します。さらに利益が立する前提があるため、ハイブリッド運営の複雑さを吸収できるよう、対面とオンラインそれぞれで“ばれる理由”を明確化する必要があります。

最初のステップ： 競合2社のサービス内容と価格帯を棚卸しし、クラス設計（強度・時間・初心者導線）と導（体験→入会）を比較表に整理する。

2. ハイブリッド運用の実行手順を標準化する

理由： ハイブリッド運営はプロセスと人材の現実的な運用が成否を分けます。損益分岐点までの期間は前提条に依存しているため、オペレーションの無駄やトラブルによる稼働ロスを減らすことが重要です。

最初のステップ： ハイブリッド運営の運用フロー（予約、当日受付、配信準備、撮影/音声チェック、遅延時対応、返金・振替の運用）を1枚の手順書に落とし、担当者別の役割を決める。

3. 賃料負担を吸収する稼働率設計を行う

理由： 賃料比率が高いと、会員数や稼働率のブレが利益に直結します。大阪市で可能性が高い（高い事業可能）からこそ、稼働率をコントロールする設計でブレを抑え、利益への成立確率を上げる必要があります。

最初のステップ： 賃料が基準売上より高い状況（18.7%）を踏まえ、固定費を吸収するための“稼働設計”を（時間帯別の最大定員、オンライン比率、回数券/サブスクの枠設計、キャンセル時の埋めしルール）。

4. 配信品質の最低基準を定義して品質ブレを防ぐ

理由： ハイブリッドは“配信品質”が体験価値に直結します。複雑さが増えるリスクに対し、品質のばらつきをえることで継続率を高め、損益分岐点までの前提（安定した稼働）を成立させやすくします。

最初のステップ： オンライン/対面で参加者の満足度が揺れないよう、撮影・音声・映像の最低品質条件を定め、簡易機材のテストとリハーサルを実施してチェックリスト化する。

5. 体験から継続までの導線を標準化する

理由： 大阪市で市場の受容性が高い前提がある一方、競合が2社いるため、体験から継続に至る導線が弱いと利が伸びにくくなります。ハイブリッドの複雑さを考慮し、判断を標準化して提供スピードと納得感を上げるのが重要です。

最初のステップ： 初心者向けの体験導線を一本化し、体験→初回→継続の3ステップでヒアリング項目と次回提（クラス選び、オンライン移行の提案）をテンプレート化する。

6. 週次で採算の原因を特定して改善を回す

理由： 高い事業可能性（スコア91）でも、前提が崩れると損益分岐点が遅れます。賃料が高いリスクをえるため、早期に“どのクラス・どのチャンネルが未達か”を特定し、改善の打ち手を素早く回す仕組みが必

です。

最初のステップ: 採算管理を毎週回し、クラス別の稼働率・参加率・離脱要因（対面/オンライン別）を可視して、価格や枠の調整判断ルールを設定する。

ヒューリスティックスコア + 公開データシグナル。財務アドバイスではありません。

Verify at <https://jp.marketverdict.app/verify/019ea929-d230-7ef2-8292-b32876eab107>