

MARKET ANGLE in LIVING

FITNESS MAIL

SUMMER 2020

マーケッターが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

We should comeback even in hard times.

こんなときこそ 逆転勝ちがある！

コロナウイルスに怯える全世界。
フィットネス業界もその被害を受けている。
しかし、この状況だからこそ、
自分たちにできる対策や
新しいフィットネスのあり方を考えて
可能性を広げられるチャンスができた。
本号ではWithコロナで生まれた傾向と
それに対する施策を考えていく。

ユニフィット社員が最新「バズ」リ情報を切り抜くコラム

Buzz clipping

まずはご安全に。
先の読みづらい世の中ですが、
どの世代も健康は第一！

Unifit

www.unifit.co.jp

TAKE FREE



Growing demand with corona and comprehensive type of attention.

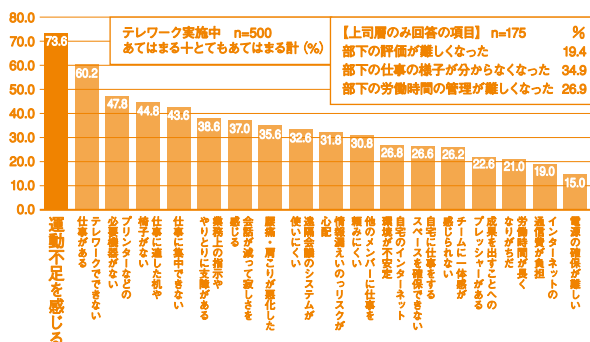
Withコロナで増す需要と注目の総合型

全世界に大打撃を与えている新型コロナウイルス。特にフィットネスクラブの被害は大きく、日本に限定すれば尚更だ。しかしこのご時世だからこそ各業界ピンチをチャンスに変えようと必死に動いていることは間違いない。本文ではフィットネスクラブにとってのチャンスは何か、そこから見込まれる市場の流れを考察していく。

Withコロナにて増す需要

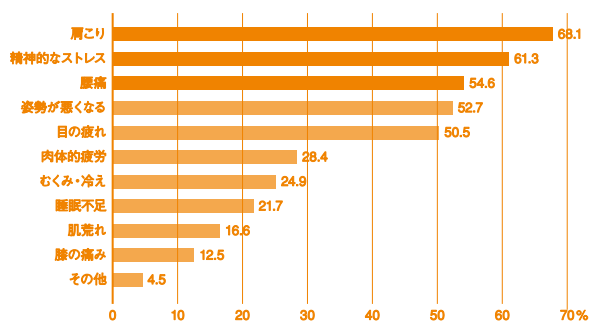
現在、業界全体で大打撃を受けているフィットネスクラブだが、このご時世においてチャンスと成りうる要素はあるのだろうか。答えは「Yes」だ。4月の緊急事態宣言発令後、テレワークを導入する企業が増加。そんな中パーソル総合研究所が実施したアンケートにおいて「テレワークの課題」を問うと結果はグラフ1のようになった。

グラフ1 テレワークにおける課題について



なんと仕事における実務的な課題が数多くある中で最も割合が高かったのは「運動不足を感じる」で73.6%だった。

グラフ2 テレワークによってどんな不調を感じていますか? (n=313)



さらに同アンケート内の「テレワークによってどんな不調を感じていますか」という問いでは「肩こり」=68.1%、「精神的なストレス」=61.3%、「腰痛」=54.6% (グラフ2参照) と既に身体的に不調を感じている人も一定数いることがわかった。すなわちテレワーク

増加で健康不安による健康投資需要、健康悪化による健康回復需要が増加すると見込まれ、ここにフィットネスクラブが介入するチャンスがありそうだ。

総合型フィットネスの付加価値

ではこの健康需要が増加すると注目を浴びるのはどんなフィットネスクラブか。1つ考えられるのは総合型だ。総合型といえば、強みとして施設の充実性がある。トレーニングマシンやスペースだけでなくサウナ付きの浴室、プール、エステサロンなどが完備されているケースが多い。そしてこれらが付加価値に成りうる。例えばプールの場合、精神的なストレスや腰痛や膝の痛みに効果的、エステサロンの場合、精神的なストレスや肉体的疲労に効果的と言われている。(両例とも専門家の意見だが諸説あり) これらは自主的にする運動や小型店舗では体験できず、健康に対する不安が大きい人や既に身体的に不調が現れている人にとっては魅力的な要素だ。とはいえ実際、付加価値になるこれらの施設は「ダイエット」「美容」とその他のニーズに対しても同様に付加価値となりうる。しかし近年、そんな様々なニーズに対応できるからこそ広告における訴求内容をうまくまとめるのが困難というのが課題の1つであり、明確に1つのニーズに絞った特化型の方が活況な流れであった。しかし今回の一件で世間のニーズにまとまりが出てくれば訴求内容も絞り込め、付加価値として提案しやすくなるだろう。この提案が上手く行けば、近年の小型店舗活況の流れを覆す挽回策となるかもしれない



writer's voice

マーケティング・プランニンググループ

大山恭平 Oyamada Ryosuke

テレワークが増加し、20代前半ながら腰痛を感じました。こういう悩みはまだ縁がないと思っていましたが…今後、若年層の悩みとしてもあがるようになるかも。