

MARKET ANGLE in LIVING

FITNESS

M*Ai*L

WINTER  
2021

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

*With the changing times  
Evolve together What are your needs?*

# 時代の変化と 共に進化する ニーズとは？

少しずつ日常を取り戻しつつある昨今。  
コロナ渦を経て、  
より「ニッチな市場」が注目され始めている。  
フィットネスクラブや美容産業においても  
既存のターゲット以外の顧客獲得に  
向けた動きの活発化が目立つ。  
今回はそんな「新しい動き」を紹介する。

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**

2021年師走

今年の事は今年の内に！  
ラストパート!!!

**Unifit**

[www.unifit.co.jp](http://www.unifit.co.jp)

TAKE FREE

What are the needs of the nerdy female brothers Jim Nitch?

## オタク女性向け専門ジムニッチな層のニーズとは

くびれ専門、下半身専門等のターゲットペルソナにフォーカスしたフィットネスクラブが流行する中、オタク女性専門パーソナルジムが開業。一般的なフィットネスクラブとの違いや、実際の反響はいかに。

### ターゲットはオタク女性

2021年7月、池袋に業界初オタク女性向け専門ジム「clara」がオープンした。「オタク女性向け」というニッチな層に向けたパーソナルトレーニングジムで、池袋のアニメ・漫画等の女性向け作品の取り扱いが多いショップ等が集中している乙女ロード(サンシャイン60西側通り)という立地からコンセプトの明確さが伺える。「美しく、強く、健康的なおたくを目指そう」をコンセプトワードとし、オタク女性ならではのニーズを捉えている。



引用:「clara」公式ホームページより

例えば、長時間ゲームをするので全身の凝りがひどい、舞台遠征・ライブなどで1日2公演見ると集中できずに悔しい、コスプレイヤーとしてイベント日までにキャラに近づきたい、中には漫画家やイラストレーターといった日常的に運動がしにくい職種の女性が「clara」に通うケースも見られる。一般的なフィットネスクラブでも同様の悩みは解消できる。しかし、一般的なフィットネスクラブに通うこと自体に抵抗がある顧客や、トレーナーにオタクだと言いつらく、推しのため、コスプレのために体を鍛えたいと伝えられない顧客がいるのだ。「clara」では創業者をはじめ、トレーナー全員がオタクやコスプレイヤー・元同人作家であるため、自分の趣味を隠す必要がない。また、共通の話題で盛り上がることや、コスプレイヤーとしての身体づくりのいろはを教わることができ、中には推しのフィギュアを持参し、トレーニングに励む顧客もいるという。

### 実際の反響は？

注目度の高い「clara」であるが実際の反響はどうだろうか。2021年7月の開業から予約が殺到し、一時期は120名以上の予約待ちで新規受付を停止せざる負えないほどの反響があった。そして、開業から2ヵ月弱で2店舗目オープンに至る。驚くことに現在広告は一切せず、SNSやメディア露出のみでプロモーションは完結している。オタク女性というターゲット特性から、情報発信は主に自社のTwitterで行い、ツイートで拡散され認知が広まる。

これからの店舗拡大も視野に入れてオタク男性向けのジムや地方への事業拡大、漫画や声優とコラボした体のコンディショニング管理システム事業を検討しており、今後の更なる動きにも注目していきたい。

以上から未だ続くコロナ禍に打ち勝つには“徹底しすぎ”というレベルの感染症対策かもしれない。消毒や除菌だけではなく、最新技術の力も借りながら対策をどこまで尖らせていくのか。各フィットネスクラブの動きに今後も注目していきたい。



引用:「clara」公式ホームページより



writer's voice

マーケティング・プランニンググループ

中島 理絵

自分が体を鍛える本当の目的を共有することでモチベーションアップにもつながりそうですね!