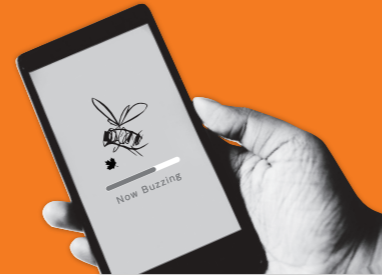


Buzz clipping

ユニフィット若手社員が
最新の「バズ」情報を
切り抜くコラム



Column 01

宜しくお願ひ致します！

5月から中途入社しました齊藤真理と申します。趣味は映画観賞です！休日、1日中映画を見て過ごすこともあり…。洋画や邦画、アニメなどいろいろなジャンルを浅く広く観ています。印象に残っている映画は「ワンダー 君は太陽」や「しあわせの隠れ場所」「マーラー世界一おバカな犬が教えてくれたこと」です。(べたですが…^^;)家族ものや動物ものには涙腺が緩くなりがちです…。あとは自然が好きで、景色を見に行ったりスノーボードや釣りをしたり、ドライブに行ったりすることが好きです。

前職では、北海道旭川市で発行している地方情報誌の発行に携わり、生活に関わるジャンルの広告作成や取材、撮影などをしていました。大学卒業まで東京の実家を出たことがなかったのですが、仕事で旭川市を訪れたことがきっかけでそのまま約3年前北海道で暮らしていました。稚内や釧路、留萌、美瑛、富良野、札幌、函館など北海道中を旅行してきました。おかげで、片道3〜4時間ほどのドライブなら日帰りで行ってしまいます…(笑)

人との繋がりを大切に、不動産広告を通じて新しい価値をつくり、関わる人を笑顔にできるような仕事をしたいと思っています。はじめはご迷惑おかけすることもあるかと思いますが、今までの経験を活かして、より一層精進してまいりますので、ご指導ご鞭撻のほど宜しくお願い致します。



「将来は乗馬に挑戦したいです！」

「実家で飼っているこづめです。」



Writer's Voice **マガジニシタグループ 齊藤真理**

東京出身のO型で、好きな食べ物は納豆・ビール。苦手なのは燻製された食べ物です。(香りが苦手…)小さいころから実家で犬を飼っていて、犬をこよなく愛しています。これから宜しくお願い致します！

Column 02

良き看板

こんにちは。2年目になりました、小野寺です。突然ですが私はお出かけの時に「良き看板」の写真を撮りためることが好きです。私的「良き看板」とは、何とも言えない絶妙な気の抜け具合を感じる看板を指します。



京都で見つけた看板

熱海で見つけたフラッグ

例えば左の写真は京都・祇園で見つけた看板です。周りがまさに祇園の素敵な街並みであるにも関わらず、出てきた看板が「ポウ」。3度見しました。後から調べたところバーのようです。いいですね。祇園で美味しいウイスキーでも飲めたら…。

右の写真は熱海で見つけたフラッグ？です。最近、熱海は若者受けするような綺麗でおしゃれなカフェが増えている中で、商店街わきの路地の一角で見つけました。元々、何かしらの遊技場だったのかもしれませんが、「ありがとう」「暴力追放」「ドーンと出します」という文言はあまりにも直接的過ぎてにっこりしてしまいます。カラフルな色使いもカワイイです。この他にも、餃子のイラストだけの看板(下北沢)や、「当店独特料理」と書かれた古い看板(新宿のアカシアという洋食屋さん)など、これは一体…?と思った看板を見つけてはにっこり撮影しています。もしかしたら、普段歩く道にも素敵な看板があるかも、と思うと歩くだけで楽しくなります。オススメです



Writer's Voice **マガジニシタグループ 小野寺華香**

歩くのも話すのも食べるのも早いと言われますが、看板を見つけ・撮影し・立ち去るのも早いです。朝布団から出るのだけが異常に遅いですが、これでバランスがとれていると思います。

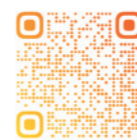
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

株式会社ユニフィットでは、持続可能な環境貢献・会社づくりを目指してSDGsに取り組んでいます。

- 3 持続可能な消費と生産
- 5 ジェンダー平等を實現しよう
- 8 働きがいも経済成長も
- 10 人や国の不平等をなくそう
- 12 つくる責任 つかう責任
- 14 海の豊かさを守ろう
- 15 陸の豊かさを守ろう

<MAIL>は食べられなくなったお米を使った紙素材kome-kamiを使用しており、素材の売上の一部がフードロス削減の活動に役立てられます。

Instagramも
随時更新中！



UNIFIT.OFFICIAL



MARKET ANGLE in LIVING FITNESS MAIL

UNIFIT 20th 2002-2022 2022年6月10日発行
発行元/株式会社 ユニフィット [マーケティンググループ×クリエイティブグループ]
〒160-0022 新宿区新宿5-13-9 太平洋不動産新宿ビル2F
TEL.03-5362-7451 (代表) FAX.03-5362-7452 編集/クリエイティブグループ

www.unifit.co.jp

MARKET ANGLE in LIVING

FITNESS MAIL

SUMMER 2022

マーケ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

What are the possibilities of the future market that will evolve in various ways?

多様に進化する これからの 市場の可能性とは？

フィットネス業界は大きな転換期を迎えている。
コロナ禍を経て、健全な生き方への風潮やエンターテインメント性への欲求など、人が求める多様なニーズに向けたフィットネスの変革は現在も進んでいる。変わりゆくフィットネス市場の今後の変化、そして可能性に目を向けてみる。

ユニフィット若手社員が最新「バズ」リ情報を切り抜くコラム

Buzz clipping

夏に入る前の心地いい気候でスカットリフレッシュ！

UNIFIT 20th 2002-2022

www.unifit.co.jp

TAKE FREE

The expanding wellness market in the world What is the current situation and future outlook for Japan?

世界で拡大するウェルネス市場。日本の現状とこれからの展望は？

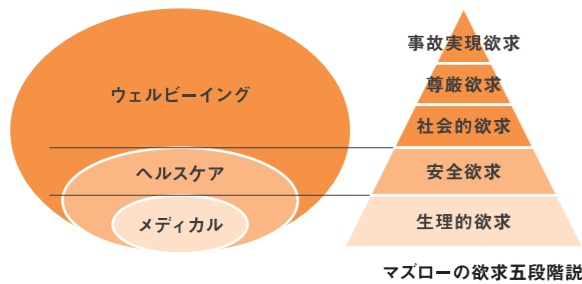
世界ではフィットネス市場からウェルネス市場が中心に。肉体、精神にプラスして社会・環境的健康を含んだビジネスにおいて日本でも徐々に変化する市場の動きに注目してみる。

世界規模1.5兆ドル以上の市場

身体・精神の健康のみならず、社会的・環境的健康を基盤に輝く生き方の最適化を行うウェルネス市場は、世界規模1.5兆規模と推定され、フィットネス関連企業にとっても新たな成長市場となっている。ウェルネスとはフィットネスのような肉体的な動きだけでなく、精神的、感情的な範囲を含んでおり、具体的には健康促進をはじめ、より良い栄養・食事、睡眠向上、マインドフルネスといった側面があるとされている。国外ではウェルネスツーリズムと呼ばれる心身の健康維持を目的として行われる観光業など、個人の欲求変化に対応した自分のありたい姿や心にスポットを当てる動きである。以前までの日本では海外と比べて“ウェルネス”への意識が薄く、ビジネスとしても浸透しづらい傾向があった。これは、他国と比べて精神的健康・暮らしの健康への意識や関心が薄いことが背景であったが、徐々に日本にもウェルネス市場が広がつつある。

などが参加し、各企業が無料体験クラスを企画してSNSなどで地域に情報共有することで、顧客にウェルネス体験を提供している。日本ではSPORTEC事務局が実行委員会として、2022年の6月ごろから参加企業を募る予定だ。

また、ヨガやアウトドアフィットネスが行える「BEACHTOWN 日比谷公園」というクラブが日比谷公園内に6月1日にオープン。自然と調和しながらスポーツを楽しむことができ、健康のためだけではなく、その先にある心の調整というようなマインドフルネスな意識を感じることが出来る。その他にも、より良い栄養・食事といった側面で栄養バランスが考えられたサブスクリプション型の食配サービスや、睡眠向上に特化した快眠促進ヨガ、小学生向けのマインドフルネス動画プログラムなど、新事業が次々と展開され始めていることから今後さらに様々なウェルネス事業が拡大していくのではないだろうか。



▲ウェルネス市場の構造図 参考:D4DR

日本のウェルネス市場

まず、2017年にフランスで発足した国際スポーツ&ウェルネスウィークエンドは第6回目となる今年、日本でも初開催が決定した。これは世界140ヶ国規模でフィットネスクラブやヨガスタジオ



writer's voice
マーケティング・プランニンググループ
中島 理絵
“ウェルネス”を意識することで、みんなで精神的に豊かになっていきたいですね！

Demonstration of e-sports x fitness with the tailwind of Corona-ka

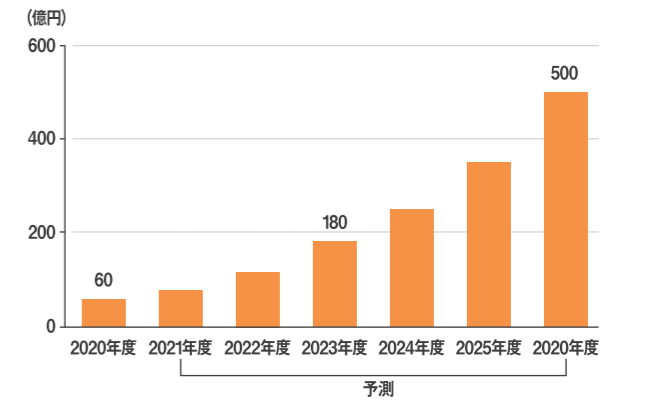
コロナ禍を追い風に、eスポーツ×フィットネスの実証

昨今、めざましい発展を遂げ注目を浴びている「eスポーツ」。この高まりへのムーブメントに、リアルを融合させたフィットネス市場の参入について迫る。

ゲーム文化の顕在化

新型コロナウイルスの流行をきっかけに、自宅で楽しめるオンラインフィットネスサービスがブームとなった。しかし、課題として挙げられたのがモチベーション維持の難しさである。そこで運営は、FITRISをオンライン上で競い合うeスポーツイベントとして開催。オンライン上のスタジアムに集客し、ネット配信をするといった、従来のフィットネスゲームよりも競技要素が強いものとなっている。また、リアルでのフィジカルとバーチャルでのゲーム性をリンクさせることで、フィットネス×eスポーツを実証した。仕事と家庭を両立させる多忙な中年世代でも自宅でスマホ片手に手軽に参加でき、全国各地の人とオンライン上で対戦することで繋がりが生まれる。そして、自宅でのフィットネスゲームを超えたeスポーツならではの面白い取り組みで、フィットネスを継続する動機づけに繋がった。

業界はまだまだ成長期であり、発展の余地がある。フィットネス市場においても、ファッションや音楽、エンターテインメントなどをミックスした企業間コラボや革新的商品開発に火をつけており、多様性に合わせたフィットネスの変革は、今後も必要になってくるだろう。



引用: <http://search01.jmar.co.jp/mdbds/>

その中でも、今後ますます新たなサービスや需要が増え、世界的に注目を浴びるeスポーツへのフィットネスの参入へ注目していきたい。



引用: fitrisホームページより

フィットネスの多様化

KADOKAWA Game Linkageによると、国内のeスポーツ市場は、2023年には180億円規模に拡大する見通しだ。しかし、世界で見ると日本はまだ市場規模が小さく、国内のeスポーツ



writer's voice
アカウント・プランニンググループ
半夏美咲季
「リアル」から「デジタル」へ移行しているフィットネス市場。従来の概念に囚われないコンテンツの動向に、今後も注目していきたいです！