

Success! Weekly Letter

今週号のポイント



- フィットネス新需要が生まれている
- 新しい生活様式におけるスポーツの在り方
- フィットネスは本当に不要不急？
- 課題は需要の創造

コロナ下で創るフィットネス新需要

by田村真二

「今年に入り近所のフィットネスクラブに入会し、週5回のペースで通い、ようやく2キロほど痩せることができました」。先週、サクセス読者で知人の男性会社員の方からこんなメールを頂きました。

テレワークの広がりや外出自粛など、感染対策による活動制限や運動不足の長期化による影響が顕在化し、自ら行動を変えたということですね。じつは、この方に限らず、新型コロナウイルス禍でフィットネスの新たな需要が生まれています。

フィットネス実店舗はコロナ禍でダメージを受けていますが、新たに生まれた人々のニーズや欲求に先手を打って対応することで、危機をチャンスに変え、成功を手にすることができるでしょう。本日はこのことについて事例とともにお伝えします。

新たに運動を始める人たち

●中小企業経営者 40代男性。

コロナ禍で会食が激減したことで時間(とお金)に余裕ができ、この機会にしっかり体づくりをする目的で、フィットネスクラブで提供している30万円超のダイエットプログラム(ジムでの運動+全体の

パーソナルトレーニング)に申し込んだ。

●大学に通う20歳の女性。

リモート授業により、自宅に引きこもっていることが多く、もともとゲームなどが好きだったため、筋力低下、運動不足、情緒不安などを心配した母親に連れられて(広告内容に興味を持った)ジムを訪問しカウンセリングを受講。「親にも親戚にも友達にもデブとバカにされているから本当は悔しいし、強くなりたい」と、カウンセリング中涙を流す。担当トレーナーは、「まずはマイナスをゼロの状態に行くまでが目標の、基礎体力を身につけるトレーニングから始めましょう。私に任せてください」と4カ月コースのパーソナルトレーニング(70万円)を勧める。現在、学校の授業代わりにトレーナーの指導の下運動を実践中。

●運動不足解消のためジムに入会した60代女性。

運動不足で自宅の階段の上り下りがつらくなり、ちょっと歩くだけですぐ疲れるようになった。「歩く力を維持して健康を取り戻したい」と広告で目にしたジムの無料体験会参加後に入会した。

今挙げた3人は、クライアント先(複数)が経営するジムに最近入会された方々です。コロナ禍で外出自粛が求められる中、ダイエット・体力向上・健康維持を目的に運動を始める人が増えています。

**感染症対策による活動制限・
運動不足の長期化による影響**

- ウイルス感染への不安
- ストレス蓄積
- 体重増加 生活習慣病の発症・悪化
- 体力の低下
- 腰痛・肩こり・疲労
- 体調不良

〈子供〉

- 発育・発達不足

〈高齢者〉

- 転倒による寝たきり
- フレイル ロコモ

運動の効果

- ➔ **自己免疫力の向上** 感染に対する抵抗力
- ➔ **ストレス解消** メンタルヘルスの改善
- ➔ **体重コントロール** 生活習慣病の予防・改善
- ➔ **体力の維持・向上** 筋力の維持・向上
- ➔ **血流の促進** 腰痛・肩こりの改善
冷え性・便秘の解消 良好な睡眠

〈子供〉

- ➔ **発育期の健全な成長**

〈高齢者〉

- ➔ **筋量・筋力の維持 転倒防止**
- ➔ **認知症予防**
- ➔ **食欲増進**

コロナ禍の運動の注意点

- **感染症予防** 三つの密を避ける 手洗いの徹底など
- **熱中症対策** 水分補給 適度な休憩 屋内での運動
- **適度な運動** 運動を再開するときは、いつもより軽めから 運動強度や運動量は徐々に増やす

『新しい生活様式』として中長期に渡り新型コロナウイルス感染症対策と向き合う中で、身体的及び精神的な健康を維持する上では、体を動かしたり、スポーツを行うことが必要です(スポーツ庁)。

民間の調査によると、外出自粛等によって以下のような生活習慣の変化や体への影響が報告されています。

- 1) 1日当たりの歩数が減少
- 2) 体重が増加
- 3) 休校中に運動不足や生活のリズムが乱れ、自宅学習の集中力が続かないことの訴え
- 4) テレワークによる「肩こり・腰痛」「目の疲れ」等の不調の訴えが増加
- 5) 座位時間が長くなることにより、血流の悪化や血栓ができるリスクが上昇 など

「自分にも当てはまる」と思った人も少なくないのではないのでしょうか。とはいえ、「運動するためにフィットネスクラブやスポーツジムに入会しよう」と思い、実際に行動(入会)する人はおそらくそれほど多くはないでしょう。

実際、私の知る範囲ではありますが、フィットネス各社の今年1月の新春入会キャンペーンの新規入会者数は、前年実績を下回ったところが大半でした(がいかがでしょうか?)。

おそらく多くの人が運動の必要性は感じているものの、「今すぐ」や「今日から」始めなくてはならないとまでは考えてはいない。つまり、潜在客は多いものの顕在化にはいたっていない状況にあるのではないかと私は考えています。

確かに運動は「不急」かもしれませんが、「不要」ではありません。アスリートでなければ、今日運動をしないからといって心身に問題が起きることはないでしょう。しかし、健康二次被害の観点からも、一般の人にも運動の必要性は高まっています。

健康維持は『7つの習慣』の著者、スティーブ・R・コヴィー博士のいう効果的な自己管理の目的である「第二領域」(緊急ではないが、重要な事柄)に当てはまります。この領域には、人間関係づくり、準備や計画、勉強や自己啓発などとともに健康維持が含まれます。誰もがこうした活動の大切さを理解してはいますが、それらは緊急ではないこ

とから、いつまでたってもなかなか手がつけれないままです。

しかしながら、先ほど紹介した20歳の大学生や自宅の階段の上り下りがつらくなった60代女性のように、放っておけば「緊急問題」に発展することがあります。中長期化するコロナ禍の影響で同じような問題を抱えている人は、案外多くいるのではないのでしょうか(これはチャンスですよ!)

広告代理店からオンラインフィットネス業へ

高級エステサロンやジムの広報活動を請け負う仕事をしていたダニエル・ペイトンさん(米フロリダ州マイアミ在住)。ロックダウンでサロンやジムが閉鎖され、外部の関係者は真っ先に削減の対象となり、ダニエルさんは顧客を一気に失いました。

プロのトレーナーがネット上で無料レッスンを提供している様子を多く見かけ、「みんなも生活費を稼がなくてはいけないのに、無料なんておかしい」と感じたそうです。そこで、コロナで仕事なくなったことをきっかけに自らオンラインフィットネス事業を立ち上げ、すでに約750人の有料会員を獲得しました。コロナ前に顧客だったエステやジムの大半はまだ閉まったまま。ダニエルさんは言います。「約1年前、顧客の事業再開を待つ決断をしなくて本当によかったと思っています」。

30泊36万円～、初回予約分は即完売!

フィットネス業界以上にコロナ禍の影響を受けているのがホテル・旅館業界です。例えば、帝国ホテルの2020年4～12月期の連結決算は、最終損益が86億円の赤字(前年同期は30億円の黒字)でした。売上高は前年同期比62%減の166億円。政府による緊急事態宣言の再発令も影響し、足元の客室稼働率は1割前後まで落ち込んでいます。

そこで帝国ホテルが危機を打開すべく新たな収益源として打ち出した施策が、ホテル内に長期滞在することができる「サービスアパートメント」です。

タワー館の3フロア、99室をサービスアパートメントとして運用し、約30平方メートルの客室では

税・サービス料込み30泊36万円。約50平方メートルの客室(同60万円)も用意しました。平日のテレワーク需要など見込み、最短5泊から利用することができるようにしました。2月1日から、まずは利用日が3月15日から7月15日までの予約を受け付けましたが、電話予約が殺到し「想定をはるかに上回る反響の大きさだった」(同社担当者)とのこと。初日のうちに全ての予約分が完売しました。

課題は「新需要を創造すること」

ダニエルさんのオンラインフィットネス事業も帝国ホテルのサービスアパートメント事業も、コロナ禍で窮地に追い込まれた中で新たな需要を掘り起こしました。似たようなケースは他にもあると思いますが、既存企業の大多数が現状維持に留まる、あるいは同業他社と同じ(ような)ことをやり続けているのではないのでしょうか。

私はよくクライアントの皆さまに言います。「同業他社(国内)の動向を調べるのはいいですが、真似をするのではなく、違うことをしましょう」と。

「違う」と言うのは、「目立つ」ことができるからです。今は同業他社だけではなくあらゆる業界にライバルがいますから、「目立つ」はそれだけで差別化・独自化につながりメリットになるのです。

そのことを理解した上で、潜在客や見込み客の潜在的な悩みや問題を見つける。すでに顕在化しているけれども、まだ解決されていない悩みや問題に注目する。その上で解決策を考え、広告を練った上で市場に出して反応を見てみる。こうしたことが大切なのではないかと思います。

健康関連のニーズやウォンツは無くなることはありませんし、コロナ禍で生活環境や行動が一変しているわけですから、今はフィットネス新需要を創造する絶好のタイミングにあるでしょう。そうした需要をいかに創り出すことができるかが、サービス提供者側に今求められています。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに!

(今号のご感想をぜひメールでお寄せください)

著者プロフィール



田村真二 (Tamura Shinji)

ウェルネスビズ株式会社 代表取締役

会員制健康ビジネス専門の経営コンサルタント/マーケティングコンサルタント/FP。1962年東京都出身。法政大学卒。'85年ジャスコ株式会社(現イオン)に入社。販売担当を皮切りに、小売業・フィットネス事業などで経営全般・新規事業開発・店舗開発・店长・営業企画・マーケティング・人事・経理などの様々なマネジメントポストを歴任。'07年同社退社、会員制健康ビジネスに特化したコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増をかけた「かけ算式経営」の仕組み導入で高収益企業が多数続出中。全国各地からコンサルティング、講演、セミナー、執筆等の依頼が絶えない。

出版・編集・お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

TEL:03-4530-6263

FAX:03-3562-7822

Mail :info@wellness-biz.jp

URL :<https://www.wellness-biz.jp>

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。