田村真二の「会員数と売上・利益を増やす週刊ウェブマガジン」　2025 年 6 月 10 日号

Success! Weekly Letter

アメリカのフィットネス市場が成長している6つの理由



読者の皆さまも、どこかで見聞きしたことがあるかもしれません。**「川を上れ、海を渡れ」**という言葉です。「川を上れ」とは、歴史をさかのぼって考えるという意味。「海を渡れ」とは、海外の事例や経験を学び、活かすという意味です。フィットネス事業者にとって、この両方の視点は重要です。

2023 年末、フィットネス参加率が世界第1位(23.7%)となったアメリカのフィットネス市場からは、日本の事業者も多くを学べるはずです。そこで今号では、『フィットネスビジネス』最新号(No.138)に掲載された「成長するアメリカ市場、そこから日本の事業者が学べること」という記事から、**「アメリカのフィットネス市場が成長している6つの理由」**(要約版)をお伝えします。アメリカ市場の“今”が、明日の自社を変えるきっかけになるかもしれません。

1. アメリカ国民の強い個人主義的傾向:アメリカの生活者は自己成長や自己管理を重視し、健康も自己責任と捉える傾向がある。フィットネスは自己投資と考えられ、こうした意識が関心を高め、参加率を押し上げているのではないか。

2. ストレス社会化と医療費の上昇:政治や経済への不安からストレスが高まり、フィットネスやリカバリーへの関心が上昇。メンタルヘルスを含む健康管理に取り組む人が増加。高額な医療費も背景に、病気予防や健康維持を目的にジムやウェルネスに投資する人が増えている。

3. コロナ禍の影響と健康的なライフスタイルへの意識の高まり:コロナ禍をきっかけに、アメリカの生活者は免疫力向上や健康長寿への意識を高め、健康的な生活を求めるようになった。こうしたニーズの受け皿として、フィットネスクラブが注目された。

4. コミュニティとしてのフィットネスクラブの選好:個人主義でありながら孤立を恐れるアメリカ人にとって、コロナ禍で失われたつながりを補う場として、フィットネスクラブのコミュニティ的役割がより重視されるようになったのではないか。

5. デジタルの進展や SNS の利用、リモートワークの普及:ネットの普及で健康情報が手に入りやすくなり、健康的なライフスタイルへの関心が高まった。インフルエンサーの影響や、運動不足解消目的でのフィットネス実践も増えているのではないか。

6. フィットネス事業者側の創意工夫:フィットネス事業者が顧客に合ったサービスを整え、通いやすさ・認知・好感度を高めたことも参加者拡大に貢献。フィットネスを始めたい人が通える施設が増えた点は見逃せない。

記事では、**「具体的なフィットネス業態やサービス」**も写真付きで紹介しています。ぜひご覧下さい。
⇒ 『フィットネスビジネス』最新号(No.138)

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！

Copyright©2025 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.

著者プロフィール　**田村 真二(Tamura Shinji)**



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで 22 年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007 年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問合せ先:https://www.wellness-biz.jp/contact
会社URL　:https://www.wellness-biz.jp
TEL:03-4530-6263
FAX:03-3562-7822
〒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。

Copyright©2025 WELLNESS BIZ CO., LTD All Rights Reserved.