

MARKET ANGLE in LIVING

# FITNESS MAIL

SPRING  
2023

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

*new needs & after corona of  
What are industry trends?*

## 新たなニーズ& アフターコロナでの 業界動向とは？

年々その影響が薄れ始めているコロナ禍での日常。  
そんな中、生活者の健康志向は常に高まり続けている。  
コロナ禍中で注目された「睡眠」への試み、  
そして2023年のフィットネス需要に起こっている  
状況をアフターコロナを見据えつつ  
分析していく。

ユニフィット社員が最新「バス」リ情報を切り抜くコラム

**Buzz clipping**

まだまだ寒い  
この時期ですが、確実に  
春は近づいています！

**UNIFIT**

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

TAKE FREE

Attention now! How to improve the quality of your sleep?

## 今注目!の睡眠の質をアップさせるには?

ただでさえストレスが溜まりやすい現代人。  
コロナ禍以降さらに、  
日常の生活リズムの激変から睡眠の質の悪さという問題が増えたようだ。  
本文では今注目される睡眠の質改善のための業界の試みを探ってみる。

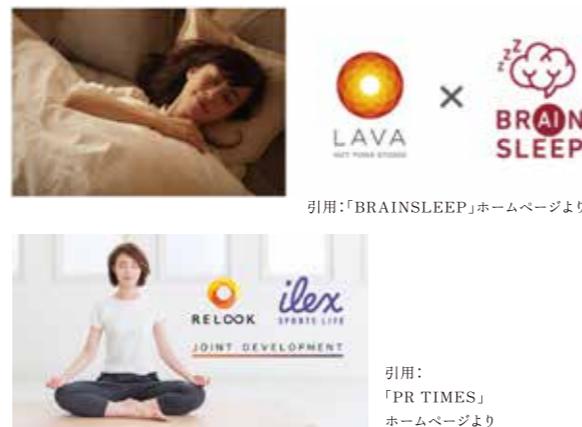
### 睡眠の質を意識する生活者が増加

2020年以降、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛やテレワークの推進などにより、生活者のライフスタイルが一変。在宅勤務などによる生活リズムの乱れから、生活者の健康志向を背景に日常生活におけるストレス緩和や質の高い睡眠へのニーズが高まっている。「寝ても疲れが取れない」「眠りが浅い」など多くの生活者が睡眠の質に不満を感じているようだ。その証拠に睡眠に関する投資額は年々増加傾向にあり、ここの良い睡眠をサポートするためのマーケットも活気を帯びている。コロナ禍以降、睡眠の質を高める機能性表示食品をはじめ、食の分野でも「深い眠り」や「すっきりした目覚め」など快眠を訴求する提案が増加。話題になった「ヤクルト1000」もそのひとつで、品切れで入手できない事態になったことは記憶に新しい。快眠を意識した商品は、増加傾向にあり、図1のように届け出数が2018年度が42件に対し、2021年は148件と約3.5倍に増えている。いかに睡眠を重視する生活者が増えたのかが伺える。



### 睡眠の質にこだわったプログラムなどが登場

現代人は長時間のPC作業、寝る前の携帯、運動不足、様々なストレスで昼間だけではなく夜も交感神経が優位であるために、脳が休まらず、深い睡眠が得られない状態が続いてしまう。そのため、フィットネスクラブやパーソナルジムでは専門機関とタイアップして、様々なプログラムを提供している。例えば疲労回復専用ジム ZERO GYMの「オンラインのパーソナルトレーニング」「睡眠fitness」では医学博士との共同調査を行ったり、ヨガスタジオLAVAではブレインスリープ、プログラム開発を新たに、「至福の睡眠ヨガ」というプログラムを提供している。少し前になるが、「瞑想プログラム」を、本格瞑想・マインドフルネスアプリ『Relook』と『アイレックススポーツ』が共同開発したりと、様々な取り組みがなされている。とかくストレスが溜まりやすい現代人。ストレスを軽減するニーズに合わせ今後益々、様々なプログラムや試みが提案されるだろう。



writer's voice  
アカウント・プランニンググループ **山本 美香**  
疲れやストレスがたまりやすい環境におかれている皆様!まずは自分と向き合ってみてはいかがですか??  
今後生活者のニーズに応じてますます進化するプログラムに注目です。

Mika Yamamoto

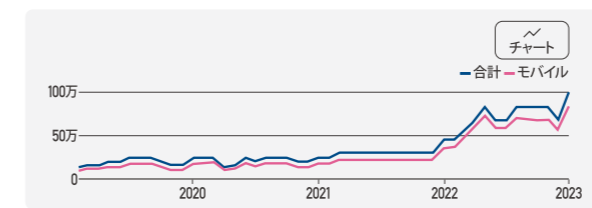
Could it be a breakthrough year for the industry? Industry trends seen from searches

## 業界にとって飛躍の年に成りうるか。検索数から見る業界動向

2023年フィットネス業界にとっては飛躍の年に成りうるかもしれない。  
新型コロナウイルスの感染拡大以降、健康志向は常に高まり続けている。  
その傾向は留まることなく2023年のスタート時も2022年を上回る需要の兆しが検索数から見られた。  
本文ではそんな2023年のフィットネス業界の可能性を深掘ってみたい。

### 業界自体は落ち込んでいなかった

コロナ禍に突入しフィットネス業界は落ち込んだ、という見解をした人は多いだろう。しかしその見解もGoogleの検索数を見ていくと疑問が生まれる。確かに新型コロナウイルス感染拡大化が本格的にスタートした2020年、フィットネスジムの店舗を運営している業界は大きなダメージを受けたことは周知の事実だ。しかし図①・図②を見る限り、「フィットネス」「ジム」といった検索ワードが落ち込んでいる様子は見られない。すなわちリアルなフィットネスジムに行くことは憚られたものの、逆に健康需要の高まりもあり、業界自体の需要は横ばいであったことがコロナ禍開始当初の実態だとこの図から見て取れる。

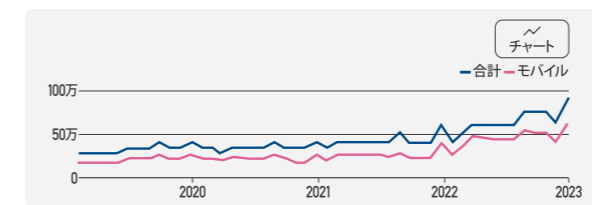


### 飛躍の年に成りうるか

そして新型コロナウイルスの影響は未だ続くも、年々その影響は薄れ始めている。一方で健康需要・運動需要などの業界需要の高まりは留まることを見せていないのが図①・図②から見て取れる。特に2022年はその動きが顕著だ。例えば「ジム」(図①)というワード検索数を見ても、2020年は月間で20万回程度、2021年は月間で30万回程度だった検索が2022年度になって、序盤は40~50万回、中盤以降は70~80万回の検索がされた年となった。そして2023年の1月は約100万回の検索がされており、2023年は更なるフィットネス業界における需要が高まる兆しを見せている。そしてこれは別の検索ワードを見ても同様の傾向だ(図②)。よって、2023年になりようやくマスクを外すことが解禁させれば、この検索数は更に伸びていくかもしれない。

### 業界は成長もパーソナル化は避けられないか

ただしここ2~3年でフィットネスの在り方も大きく変わったことは間違えない。オフラインであったものはオンラインで可能になった側面もあり、個人で健康習慣を身に着けた人も少なくない。また集団でトレーニング・運動することに魅力を感じている人も仲間内数人と小さなレンタルスペースのジムに通うなどして対応している。フィットネス需要は高まり続けてはいるものの、アフターコロナのフィットネスの在り方には更に注目していきたい。



writer's voice  
マーケティングプランニンググループ **大山 恭平**  
最近はこの記事のように客観的な数字ばかりを仕事柄見ているため、より定性的な調査を最近はしてみたいですね。

Kyohei Oyama