

マーケティングの出番ですか？

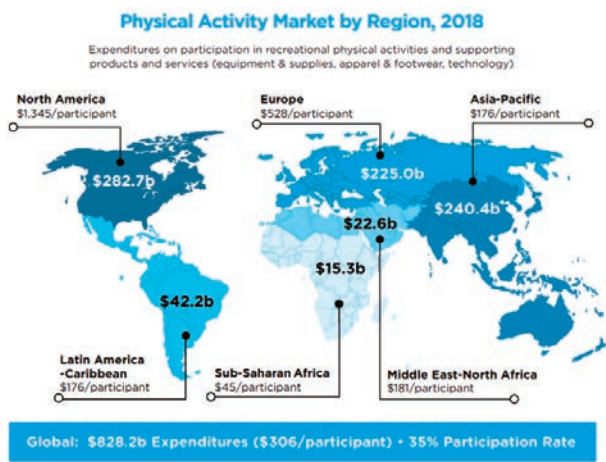
第81回 コロナ禍の追い風を受ける コネクティッド・ホームフィットネス市場

Aya Kubosumi ノマドマーケター

今回は、コロナ禍で加速するコネクティッド・ホームフィットネス機器（インターネットに接続された家庭用フィットネス機器）の市場、製品サービスをご紹介します。

●世界を牽引する北米フィットネス市場

コロナ前のデータですが、2018年の身体的活動への参加や関連製品・サービスの支出の総額は、北米が2827億ドル（約29兆3,123億円）、参加者一人当たりの支出額は1345ドル（約14万円）と全地域で支出総額、1人当たりの支出額ともに最も高くなっています。中国や日本を含むアジア・パシフィック全体の一人当たりの支出額176ドルと比較すると、北米の一人当たりの支出額は8倍弱、第2位のヨーロッパの528ドルと比較してもおよそ2.5倍の金額で、身体的活動に対して突出したアクティブさを示しています。



データ：Global Wellness Institute より引用

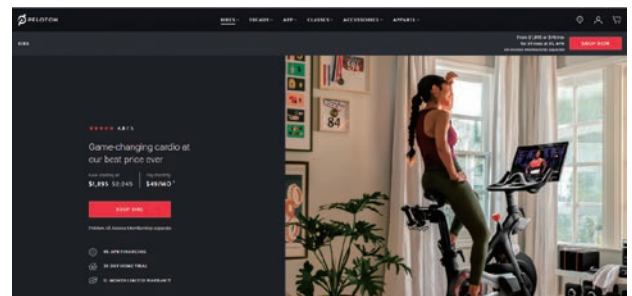
ちなみに、パンデミック前後における米国の運動器具利用の実態について、米国の主要ジムの会員に尋ねた調査結果によれば、ストリーミング、ネット接続された機器、無料のアプリ、トレーナー、有料アプリの利用が大幅に増加、53.6%の会員が自分のジムのルーティーンに、これらを合わせて利用していると回答しています。

●ホームエクササイズマシンの イノベーター：ペロトンバイク

今のアメリカのホームエクササイズマシン市場をホットにした立役者は、ペロトン（Peloton）社のペロトンバイクであると言っても過言ではありません。現在、顧客の経験、顧客ロイヤリティ、ブランド力の指標の一つであるネットプロモータースコアで94というトップレ

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

ベルのスコアを獲得し、インスタグラムではフォロワーが131.9万人という熱狂的なファンを持つホームフィットネス企業に成長しています。ペロトンのマシンを持っていると、「すごい、いいね！」と言われるブランドになっており、熱狂的なアップルユーザーを生んだスティーブ・ジョブズ時代のアップルのホームエクササイズマシン版がペロトンと言われるほどです。確かに、タブレット端末が接続されたバイクのフィットネス機器は1,895ドル（約19.5万円）と決して安い金額ではありません。そして、マシンに加え、契約世帯で家族メンバーがアクセスできるオンラインのレーニングサービスが月々39ドルかかります。利用者は、専門トレーナーのオンラインクラスを受講したり、オンデマンドのレーニングやエクササイズのコンテンツを見ながら室内でトレーニングに励みます。インスタグラムのフォロワーが131.9万人という数字にも表れていますが、トレーニングを提供するのはカリスマ化したインストラクターたちで、彼らが提供するオンラインのライブクラスは数千人におよび、参加者がリアルタイムに集いお互い刺激合っています。

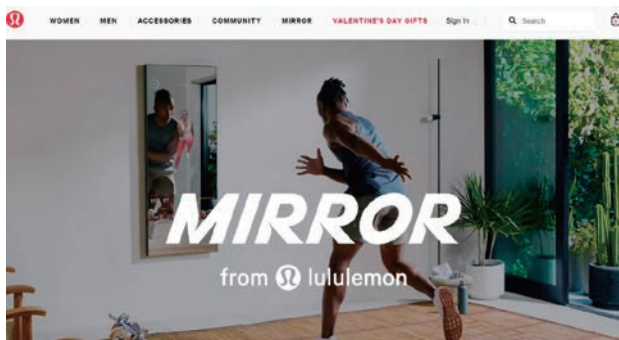


画像：Pelotonサイトよりスクリーンショットを引用

●第4のスクリーン、ファッションブルな鏡型フィットネス機器：ミラー

2つ目にご紹介するのは、鏡型のフィットネススクリーン、ミラー（Mirror）です。鏡には自分の姿とともに、トレーナーの姿が映し出され、エクササイズやワークアウトをトレーナーと共に行うことができます。心拍数計測機器なども含まれており、心拍数の変化やワークアウト時間などのデータを見ながらトレーニングでき、また、データをもとにトレーナーからアドバイスも得られます。価格は1495ドル、トレーナーからエクササイズを受けられるサブスクリプションは月額39ドルで、アップルのMacBook Proより少し高価格です。

ミラーはコンシューマー向けだけではなく、B2B向けのプロダクトとしても、ホテルや小規模ジム、アパートメントのフィットネスジムなどにも展開されて



画像：Mirror サイトよりスクリーンショットを引用

います。そして、将来的にはこのミラーが、テレビ、パソコン、スマホに続く第4のスクリーンとして家庭内に入り、ファッションや美容、そして遠隔医療といった領域もカバーし、コンテンツをバーティカルに展開していくことが構想されています。ミラー自体が、スマートフォンやタブレットのようにプラットフォーム化し、さまざまなアプリやサービスのディベロパーを受け入れいくという着想は、非常に興味深いものがあります。

●コネクティッド・ホームフィットネス機器の興隆からみるトレンド

都市部のブティック型ジムの利用者は、都市部に仕事もしくは生活圏を持つ人々でした。パンデミックでリモートワークとなり、オフィスへの通勤が必要なくなり、とりわけ結婚して家庭を持つ都市部在住のミレニアル世

代が郊外へ移住し始めました。郊外の広い一軒家のライフスタイルをスタートした彼らの生活圏には、都市型ブティックジムは存在しません。この欠けたフィットネス機能を自分の生活動線に組み込むために、こうしたコネクティッド・ホームフィットネス機器が購入されています。これがブームを加速させている背景の一つです。このようにもともと家庭内の生活空間になかった様々な機能が、自宅を中心に生活を営む時間が増えることにより、家庭の時空間に組み込まれつつあり、それが新たなトレンドやライフスタイルを生んでいます。

家庭内の時空間に切り離されて機能化されていたものが、家庭内の日常の時空間にマッチするように統合されていく現象は今後もしばらく続くと考えられます。

当コラムのより詳細なオリジナル版は、<https://www.mo4ma.org> でご覧頂けます。



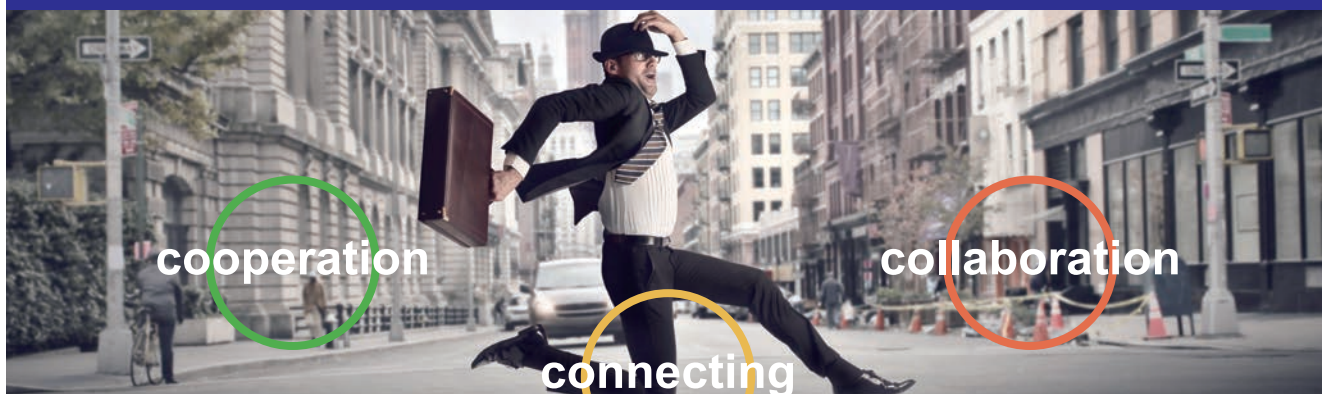
Aya Kubosumi (ノマドマーケター)

コニカミノルタ、大阪ガスで行動観察やユーザーリサーチに携わったのち、GOB Incubation Partnersを創業。夫の転職に伴い、東京から家族とともにNYに移住。ノマドマーケターとして、NYの人々、ものごと、を日々観察、体験したことを素材に、日本の商品開発に携わる皆さまと共有したいインサイトを綴ります。

独創的な新製品／サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

mo4ma

thership 4 marketers



mothership4marketers は、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ (Connecting)、共同 (Cooperation)、協力 (Collaboration) することで新製品／サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



mo4ma
<https://www.mo4ma.org/>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町 2 丁目 50 番 13 号 3F・ピーク 4F 号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org
ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-10-9 原宿筆友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12103-04701