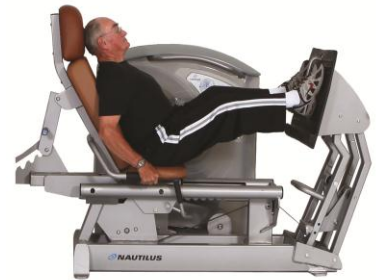


ノーチラスブランドができる1%の事

2014年2月24日

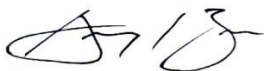
日本でのフィットネスクラブへの参加率は長年に渡り3%を維持し、先進国に遅れを取っていますが、この参加率を引き上げる解決策はあるのでしょうか？3%から4%に増加するだけで、日本人の健康や日本のフィットネス業界に多大な影響を与えるでしょう。実際に、この増加はクラブの収入を記録的に増やすことになるでしょう。

ノーチラスグループジャパン(NGJ)の相馬社長は次のように言っています。『フィットネスクラブの会員数の増加はフィットネス業界の成長の始まりです。会員数を増やす最も簡単な方法は、日本で最も増加している人口層である50歳以上の方と女性をターゲットにすることです。日本の平均年齢は45歳で、人口の23%以上は65歳以上です。見過ごされていますが、これは大規模で有益なマーケット層です。アメリカのスポーツ関連機関であるACSM(American College of Sports Medicine)は、高齢者のためのウェイトトレーニングとフィットネスプログラムが2014年のトレンドのトップ7に入ると認識しました。』相馬社長の情熱は、IHRSA パンパシフィック・コンベンションと2006年にアメリカで共同執筆した本の中で語られました。



SPORTEC 2013の取材で、彼はリポーターに次のように言いました。『5年前の不景気の際、アメリカのクラブはトレーニングとマーケティングを改良し、女性と50歳以上の年配層にアピールするようにしました。女性や年配層のニーズは若いトレーナーによって満たされるわけではない事に気づき、年配のトレーナーやプログラム、教育的な解決法を採用し、ターゲット層に求められている強く健康的な生活の質を満たすように改良しました。』

日本で役立つ可能性のある具体例を求められ、相馬社長はノーチラスのエイジングプログラムと4 for COREプログラムについて話しました。『年配の方や女性をターゲットにし、ノーチラスで実施された奥深い研究を証明したプログラムがいくつかあります。アーサー・ジョーンズの研究と知恵に元づいて生み出された最初のストレングスマシンと同様に、現代のノーチラスマシンやノーチラスプログラムも他に類を見ない程素晴らしいものです。アーサー・ジョーンズがノーチラスを発明したのが50歳近かった事を思えば、彼の主なビジョンには明らかに年配者と女性がいた事がわかります。このビジョンの実行は、日本のフィットネス業界の次の成長段階につながるでしょう。』

Gregory L. Zink
CEO, Nautilus Group Japan

<ノーチラスに関するお問い合わせ>
株式会社 THINK フィットネス
フィットネスプロダクツ事業部
東京都江東区南砂3-3-6
TEL: 03-3645-9801