

重要キーワード：デジタルとコネクテッド・フィットネス分野の「冷え込み」

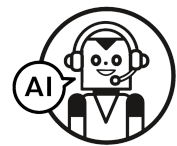
パンデミック中に急成長して、近年数十億ドル（約1,300億円）を調達した後、積極的な消費者マーケットに焦点を当ててきた主要な「コネクテッド・フィットネス」の企業であるPeloton、Tonal、Hydrow、iFIT、Zwift、Tempo、Beachbodyなどはコストカットと人員削減を余儀なくされています。

これは、「コネクテッド・フィットネス」と「デジタル」が衰退していることを意味しているわけではありません。むしろ消費者がニューノーマルの中で、どちらか一つを選択しようとしているのではなく、**デジタルとフィジカルなフィットネスの組み合わせを活用**していることを意味しており、**実際、多くのクラブやスタジオではその両方を提供しています。**

「コネクテッド・フィットネス」企業は、軌道修正を目指して  
次のような新しい戦術戦略を試みています。

- DTC (Direct-to-Consumer /消費者への直接販売) から、小売業者やAmazon による大量流通への変化
- レンタルプログラムでは、ハードウェアの販売よりもサブスクリプションでの収益を優先
- 製品販売から製品レンタルへの移行  
(Pelotonは新しいレンタル自転車プログラムをテスト中)
- ミラー、自転車、トレッドミルなどの高価な家庭用フィットネス製品ではなく、ハイブリッドワークアウトを補完サポートするより小型で手頃な価格の製品をの提供

ChatGPTにこの記事の感想を聞いてみましょう。



この記事は、パンデミック中に急成長した「コネクテッド・フィットネス」企業が人員削減を余儀なくされたことや、現在消費者がデジタルと身体的なフィットネスの両方をバランスよく活用しようとしていることを伝えています。企業はこれに対応して、DTCから大量流通への変化やレンタルプログラムの提供、ハイブリッドワークアウトを補完サポートする小型で手頃な価格の製品の提供など、新しい戦略を試みています。また、よりオープンで「サービスとしてのフィットネス」業態形態を生み出すことで、「コネクテッド・フィットネス」のカテゴリーが、より統合されたコンテンツに移行する可能性があると言われています。

全体的に、フィットネス業界の変化や動向を示唆する記事と言えます。

最後まで、お読みいただきありがとうございました。  
何かご質問があれば、[info-request@bravogroup.com](mailto:info-request@bravogroup.com)までお気軽にご連絡ください。