

重要キーワード：包括的な健康とウェルネス

強力なメガトレンドであるウェルネスの増加は、留まるところを知らないように見受けられます。

しかし本質的に重要なのは、やはり「ウェルネス」であり、そして「健康」だということです。COVID はフィットネスクラブやスタジオに短期的に「打撃」を与えましたが、パンデミックの結果として、多くの人々が「ウェルネス」「健康」「フィットネス」を生活に取り入れることで、これらに対する意識が加速し、高まったのも事実です。

COVIDによる隔離段階で一般的にわかることは、消費者と企業は、身体的健康、精神的健康、感情的健康のすべてが絡み合っているということに気づき、且つ、消費者が包括的な健康に焦点を当てた製品やサービスにお金を使うことで、多くのブランドが新しいカテゴリーに参入してきている点です。

もちろん、運動のメリットは身体的なものだけではありません。定期的に運動する人は、ストレスが減り、幸福感が増すだけでなく、精神的に充実し、仕事に喜びを感じ、地域社会との繋がりを感じていると報告されています。その結果、多くの会員様は、バランスの取れたウェルネスを体験するためのツールをクラブが提供してくれることを、多くの場合期待しているというのが現状です。



- 昨年アメリカでは、ウェルネスサービスへの来館率がジムへの来館率よりも早く回復を示し、消費者の44%がマッサージ、寒冷療法、サウナなどの「リカバリー療法」を求めていることがわかりました。
- 大規模な調査によると、消費者の87%は、ウェルネスサービスへの支出を維持または増加させる結果が出ました。
- Workout Anytime（全米200店舗）は、**ハイドロマッサージ**（温水マッサージチェア）や**寒冷療法などのスパ、及び、リカバリー施設を増設**することで、消費者への提供を拡大しています。

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までお気軽にご連絡ください。