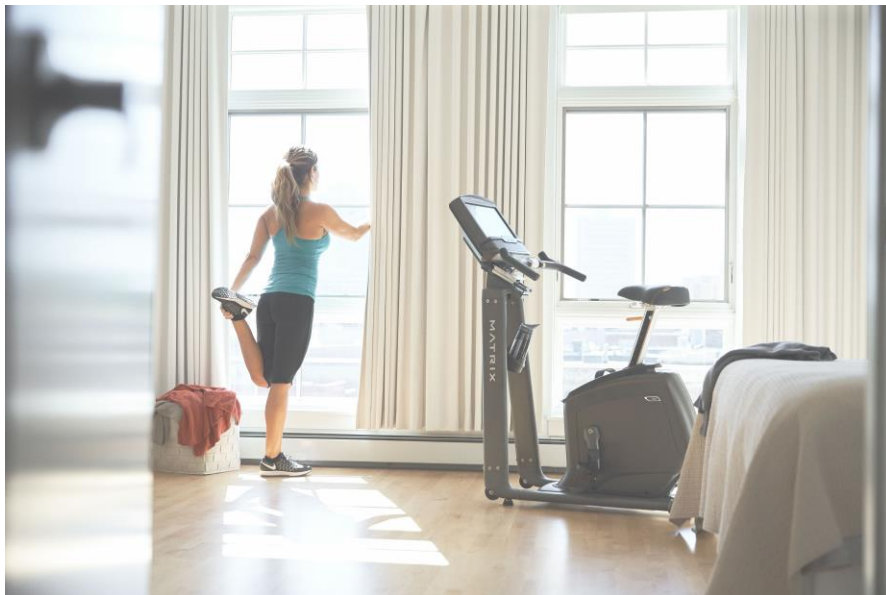


家庭用大型フィットネスマシンに関する調査

時代を先駆けるイノベーターは、自宅で大型フィットネスマシンを使っていた！？

マシン所有者の約7割が「新しい商品を人より早く知る」、8割以上が「テレワーク」実施

世界中で選ばれている『MATRIX FITNESS（マトリックス フィットネス）』シリーズを展開する、ジョンソンヘルステックジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：高橋達夫）は、コロナ禍において、自宅で運動をするニーズの高まりに応え、自宅用マシンの拡充をはかりました。そのような状況を受け、「家庭用大型フィットネスマシンに関する調査」を実施しました。



【調査結果 サマリー】

- 会社員においては、マシン所有者の82.1%が「週に1回以上、テレワーク」を取り入れている一方で、非所有者は64.3%と、テレワークの浸透率が大きく異なる。
- マシン所有者は、最新の運動関連商品の購入率において、「スマートウォッチ、心拍計等のウェアラブルデバイス（71.6%）」が最多、非所有者では、「自転車（68.0%）」が最多、「スマートウォッチ、心拍計等のウェアラブルデバイス」は34.0%と少数。
- マシン所有者の94.2%がサブスクリプションに加入しており、中でも「Amazon Prime（71.0%）」「Netflix（43.2%）」「DAZN（38.7%）」に集中、非所有者の加入率は78.2%で、加入先は所有者と同じトップ3。
- SNSの利用頻度では、マシン所有者はほぼ毎日「YouTube（65.8%）」「Twitter（63.2%）」「Instagram（47.1%）」を利用しており、非所有者は「YouTube（53.7%）」「Twitter（38.4%）」「Instagram（26.5%）」と回答。

※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、必ず【ジョンソンヘルステック調べ】とご明記ください。

【調査概要】

全国の30歳～60歳の男女10,000人を対象に予備調査を行い、その中から家庭用大型フィットネスマシンの購入意向有り499人を対象に本調査を実施しました。

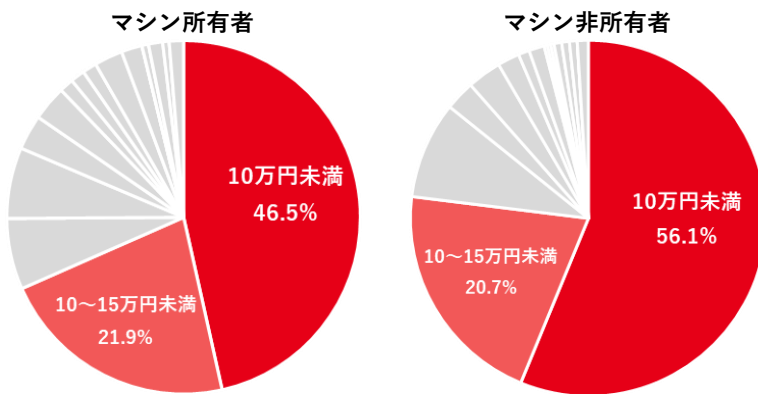
調査方法：Webアンケート

調査期間：2021年5月31日（月）6月9日（水）調査結果は以下の通りです。

■家庭用大型フィットネスマシンに関する調査

1) 個人消費の割合

Q. あなた個人が、ひと月あたり「自由に使えるお金」を分かる範囲でお知らせください。



マシン所有者・非所有者ともに

自由に使えるお金は「10万円未満」が**最多**。

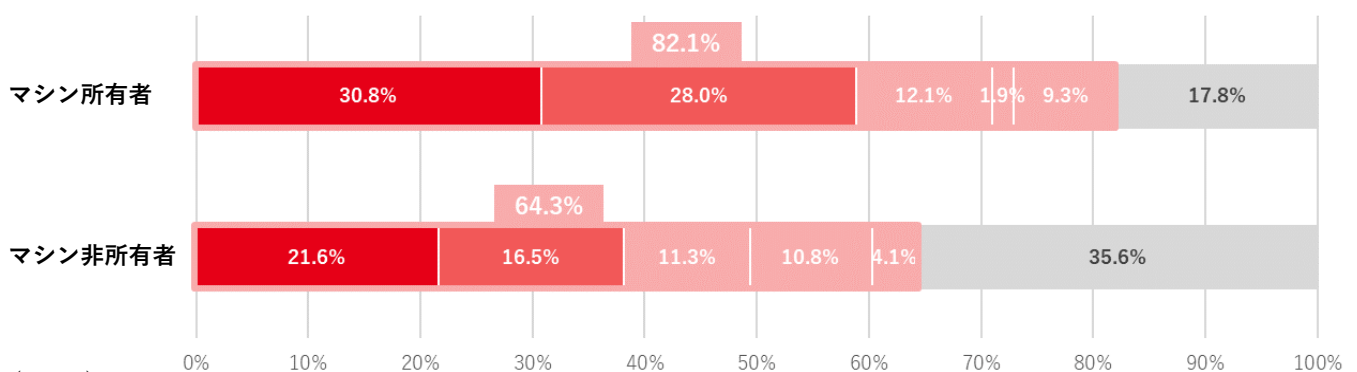
(n=499)

月々に使える額は、マシン所有者・非所有者ともに「10万円未満」が最も多く、全体の約半数を占める結果となりました。次いで、両者ともに「10~15万円未満」の回答が多く集まりました。

2) 働き方の傾向

Q. 会社員の方に伺います。現在、あなたの働き方は以下のうちどれですか。

- 週1回在宅ワーク・週4日出社
- 週2回在宅ワーク・週3日出社
- 週3回在宅ワーク・週2日出社
- 週4回在宅ワーク・週1日出社
- 週5回在宅ワーク
- 週5回出社

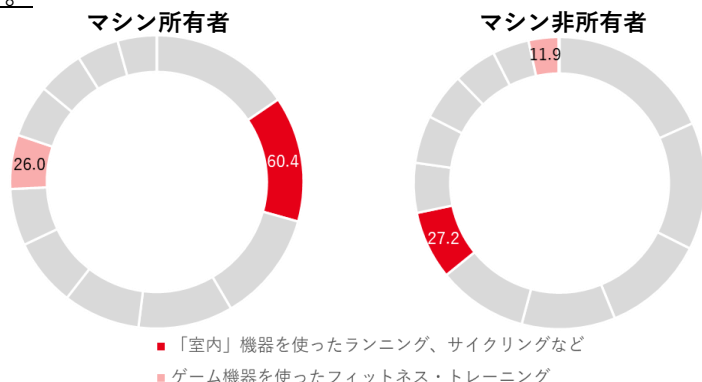


(n=499)

マシン所有者・非所有者ともに「週1回テレワーク・週4日出社」が最も多い結果となりましたが、「週1回以上のテレワーク」を実践している人の割合で見ると、マシン所有者は82.1%、非所有者は64.3%にとどまり、大きく差が開いています。マシン所有者は、コロナ禍で多様化する働き方を取り入れ、自宅で生活を充実させようとする傾向があると考えられます。

3) 運動の傾向

Q. あなたはどのようなスポーツやフィットネス活動を実施していますか。あてはまるものを全てお選びください。



マシン所有者は

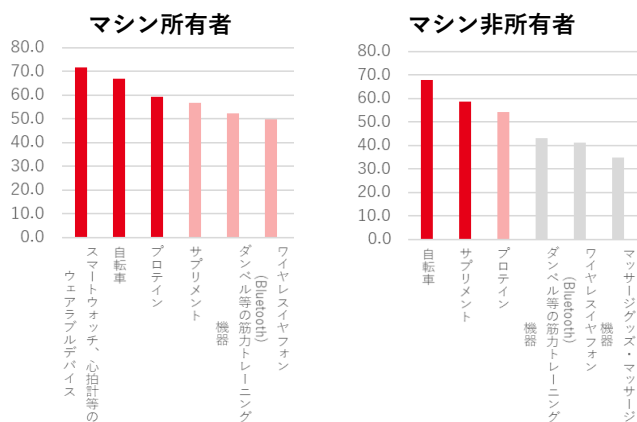
「室内機器」や「ゲーム機器」など最新のシステムを使って運動している人が**多数**。

(n=499)

マシン所有者と非所有者を比較した際に見られた傾向として、マシン所有者では「「室内」機器を使ったランニング、サイクリングなど」が60.4%と6割を超えており、非所有者では27.2%でした。また、「ゲーム機器を使ったフィットネス・トレーニング」がマシン所有者は26.0%、非所有者は11.9%となり、最新の機器やシステムを活用する傾向の違いが見られました。

4) 運動関連アイテムの消費傾向

Q. 次のアイテムについて、あなたの自身の購入経験に当てはまるものをお答えください。



マシン所有者は
半数がスマートウォッチや
ワイヤレスイヤホンを所有と回答

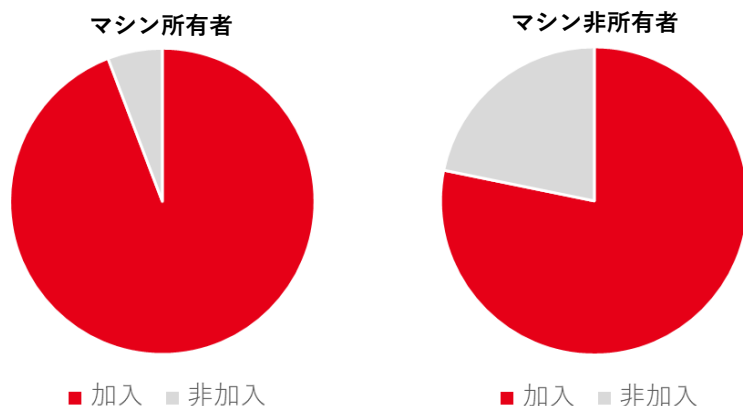
マシン非所有者は
自転車保有が最多と回答

(n=499)

運動関連アイテムで最も多い商品はマシン所有者「スマートウォッチ、心拍計等のウェアラブルデバイス」が最も多く、非所有者は「自転車」が最も多い結果となりました。マシン所有者は、最先端の機器やシステムを取り入れて健康管理を行いたいと考える方が多いと見られます。

6) 趣味への投資傾向

Q. あなたが契約しているサブスクリプション（サブスク）サービスについて、あてはまるものを全てお選びください。



サブスクリプションの加入率

マシン所有者 **94.2%**
マシン非所有者 **78.2%**

(n=499)

マシン所有者はサブスクリプションへの加入率が94.2%と高く、非所有者は78.2%でした。利用中のサービスでは、所有者においては1位～4位：動画配信サービス、5位：電子書籍となっており、非所有者は上位5位すべて動画配信サービスでした。

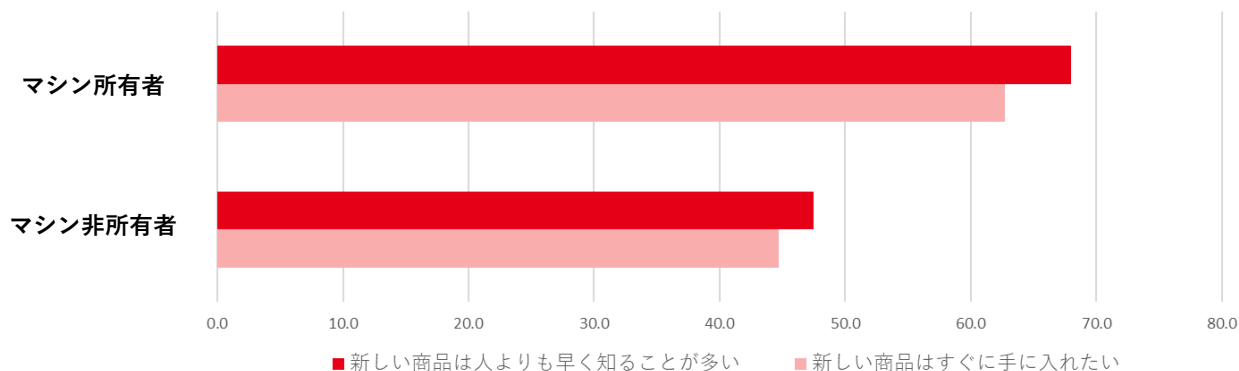
Q. あなたの趣味を最大3つまでお知らせください。

	マシン所有者	マシン非所有者
1位	スポーツ・運動	旅行
2位	旅行	スポーツ・運動
3位	スポーツ観戦	パソコン・インターネット

(n=499)

マシン所有者は1位：スポーツ・運動、2位：旅行、3位：スポーツ観戦と並び、非所有者については1位：旅行、2位：スポーツ・運動、3位：パソコン・インターネットという結果になりました。

Q. 買い物に対して、あなたの考えに近いものをお選びください。



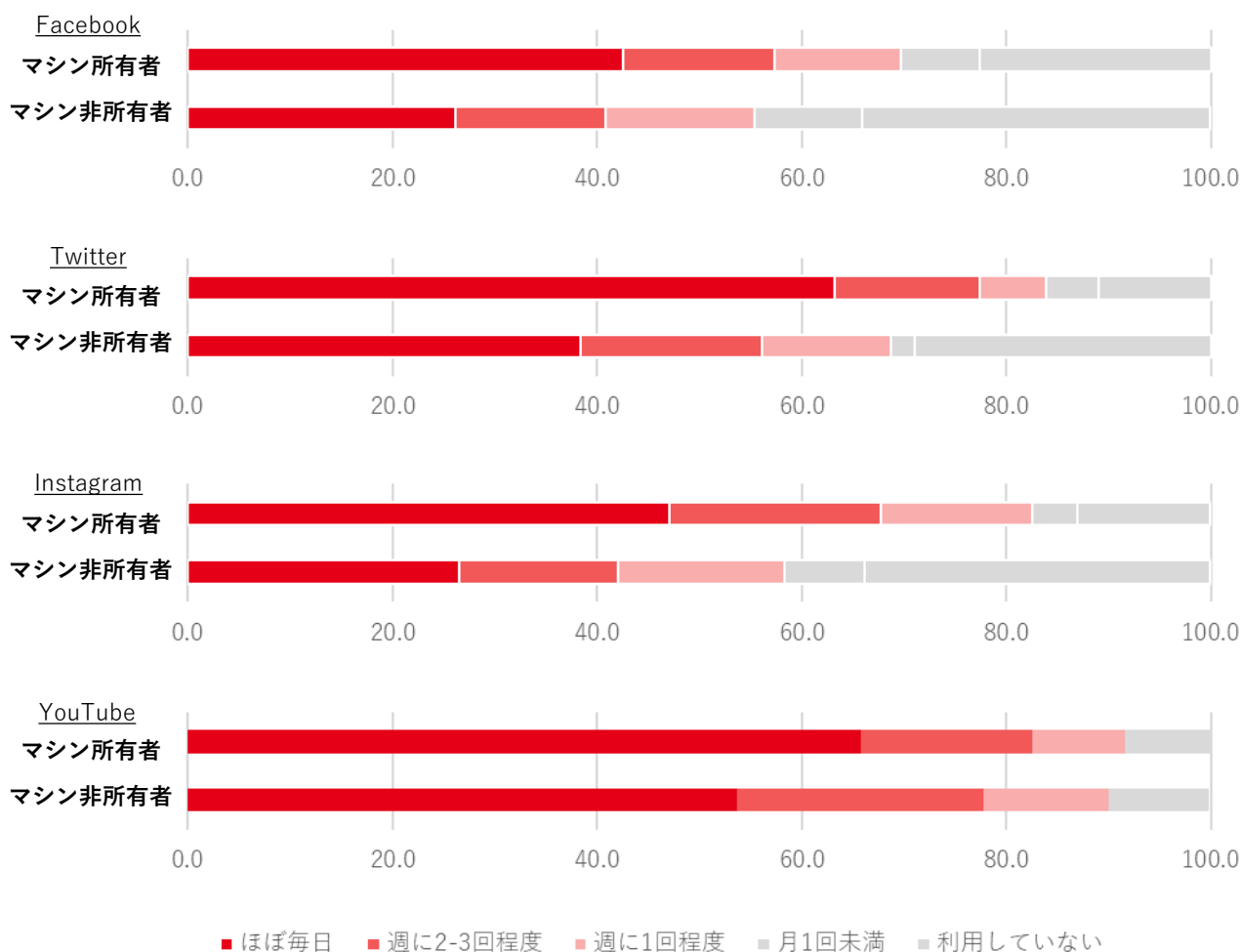
(n=499)

マシン所有者の7割近くが「新しい商品を人より早く知る」と回答し、「新しい商品をすぐに手に入れたいと思っている」ことが分かりました。非所有者では、いずれの回答も半数以下にとどまっており、買い物に対する志向に大きな差が見られます。また、「質の高い生活を送りたい」との回答数においても、マシン所有者80.7%/非所有者72.9%で差が開き、マシン所有者の方が趣味への投資を惜しまない傾向が強いと考えられます。

5) 情報接触の傾向

Q. インターネット関連サービスについて、あなた自身の利用頻度をお答えください。

※「その他ニュースサイト」がない場合、「なし」と記入してください。



(n=499)

SNSの利用傾向では、マシン所有者の約7割がFacebook/Twitter/Instagram/YouTubeにおいて、週に1回は利用しており、非所有者はYouTube以外のSNSの利用率が7割以下の結果となりました。その他、インターネット関連サービスにおいては、LINE Newsにおいて所有者の約65%が週1回以上利用、非所有者は40%が週1回以上の利用にとどまり、情報取得において主体性の違いが大きく見られました。

■アンケート結果から

家庭用大型フィットネスマシンの所有者は、新しいアイデアや技術に対する心理障壁が低く、比較的早い段階で新しいサービスや商品（ガジェット、デバイス）を使っている傾向にあることが分かりました。情報取得においてはSNSやインターネット関連サービスを駆使して最新の情報を手にしていることが多く、新しいものを知るスピードも速いことからビジョナリー（先見の明を持つ）という側面を持ち合わせていることが伺えます。これらの性質は、一般的に「イノベーター理論」と呼ばれる概念に多く該当し、「イノベーター」や「アーリーアダプター」とされる層に多く見受けられます。

ジョンソンヘルステックジャパンは、今後も、フィットネスを通して人々に豊かな時間を提供することを目指し、日本のスポーツ・フィットネス文化を盛り上げ、一人ひとりの夢実現のサポートができるよう貢献したいと考えています。

■ ジョンソンヘルステック「MATRIX」とは



ジョンソンヘルステック社は1975年設立、45年以上にわたりトレーニングマシンを製造、販売しているフィットネスマシンのグローバルカンパニーです。全世界に35の子会社を持ち、100ヵ国以上で販売しています。

MATRIX

「MATRIX」は、プレミアムトレーニングマシーンを展開するブランドとして世界中で高いシェアを誇っています。スポーツジムやご家庭で、本格的なワークアウトを叶える商品を取り揃えています。

■ 会社概要

社名 : ジョンソンヘルステックジャパン株式会社

所在地 : 東京都港区海岸3-9-15 LOOP-Xビル 7F

代表 : 高橋達夫

法人設立 : 2004年3月12日

事業内容 : トレーニング機器販売、メンテナンス業務

URL : <https://johnsonjapan.com/>