

変革するスポーツビジネス Vol.3

生活者のマインド変化と『筋肉女子』から生まれるビジネスチャンス



前号では、スポーツにおける歴史的背景とビジネス成長の可能性について考察した。では、私たちの肌感覚におけるイメージの変化について考えるとどうだろうか。世の中が大きく変化し、健康志向や身体を整えたり鍛えたりすることが日常的になっている今、スポーツに対して抱くイメージも変化しているはずだ。本号では、生活者の目線からスポーツ関係者とは違った切り口で、その変化を丁寧に紐解いてみる。

■スポーツは「エンタメ」から「たしなみ」に

「スポーツ」という言葉の語源はラテン語で「気晴らし、楽しみ、遊ぶ」などの意味を持つ「deportare（デポルターレ）」であると言われている。現在では「スポーツ」という言葉は、

- A. 競技
- B. 身体を動かす、楽しむ

の二種類の意味で主に使われている。

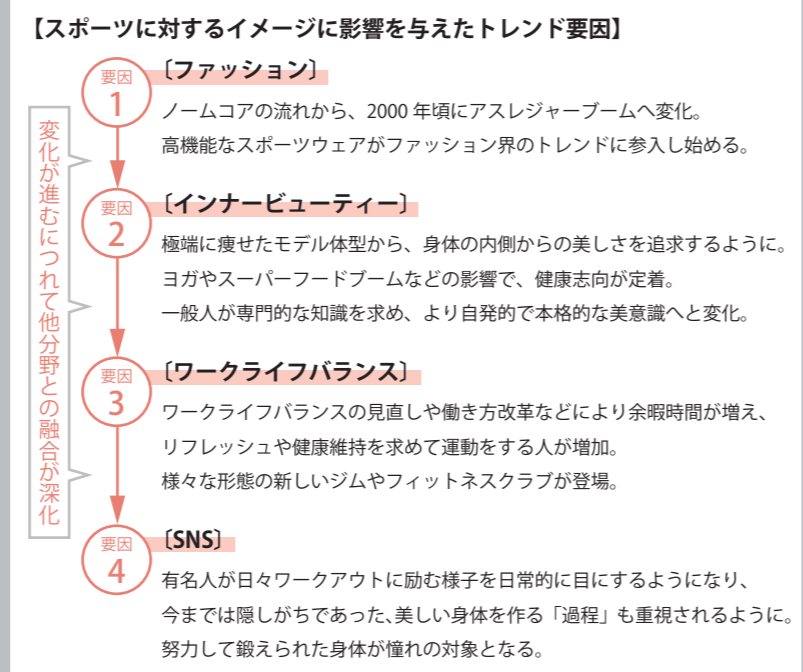
数年前まで「スポーツ」といえば『A. 競技』のイメージが強く、自分とは遠い存在で観戦するだけのエンタメのひとつだった。それが近年のスポーツビジネスの成長産業化の影響と、[図-1] であげている4つの要因により、スポーツに対する心理的距離は近づいてきている。要因①や②のファッションや美容分野のトレンドへの参入から始まり、③ライフスタイルの変化、さらに④のように SNS で目に触れる機会が増えたことが要因と考えられる。

これまで別物とされてきた他分野との融合がより深化し、身近になってきている。専門度の高いスポーツの知識や技術が徐々に日常化することで、『B. 身体を動かす、楽しむ』といった要素も「スポーツ」として意識するようになったのではないかと、スポーツに対するイメージは遠い存在から、日常的で身近なものへと幅を広げている。

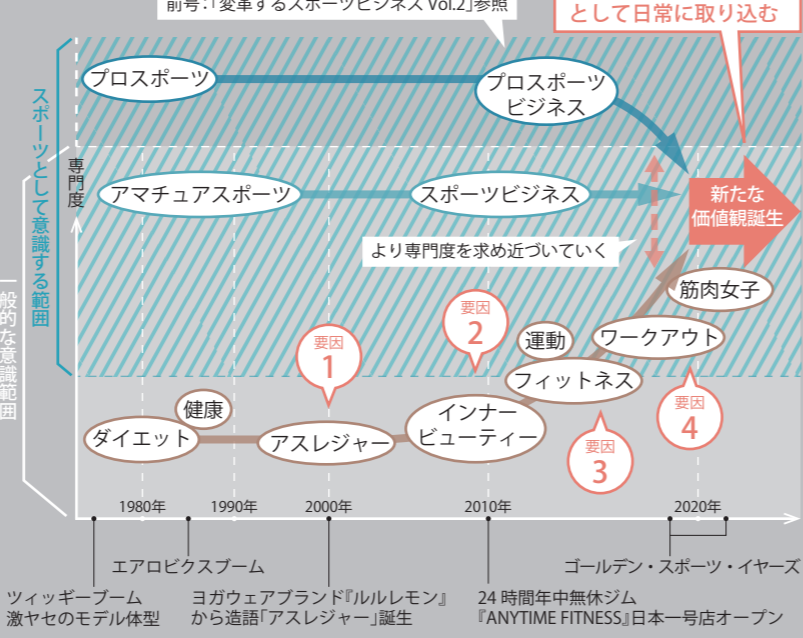
さらにこの変化にいち早く反応し、スポーツをライフスタイルの一部として取り込む層が出現している（[図-2] 「新たな価値観誕生」の矢印を参照）。健康志向が一般化したことで、さらにスポーツは生活者にとって当たり前の「たしなみ」のひとつとなりつつある。

たしなみ[嗜み]・・・心得、心がけ、用意、慎みなどの意味
(広辞苑 第六版より抜粋)

[図-1] 図はレゾナンス・ラボにて作成



[図-2] スポーツビジネスの成長産業化による影響 前号:「変革するスポーツビジネス Vol.2」参照



■新たなジャンル『筋肉女子』の誕生

スポーツを「たしなみ」化する先駆けとして、『筋肉女子』と呼ばれる女性層が登場している。[データ-1]を見ると、すでに様々なメディアで存在感を示し、注目度の高さを見て取ることができる。

[データ-2]の『露出する女子、覗き見る女子』（筑摩書房 三浦 展 / 天笠 邦一 著）によれば、身体を鍛えることが好きでそれを職業にしたいと考える『ボディ系（筋肉女子も含まれる）』は、これまでの市場にはいなかった新ジャンルであるとされる。II. 【20～39歳のなりたい職業分野】ではボディ系は7位であるが、まとまったボリュームとして新たな分類を形成している。その性格はI. 【ボディ系の特徴】に見られるように、近年では珍しく向上心や意思が強く積極的なタイプだ。

『ボディ系（筋肉女子）』の登場は、スポーツビジネスの市場拡大による影響とも読み取れる。ビジネスが成長すればそれを支える雇用が生まれるなど、スポーツビジネスは裾野を広げている。

[データ-1]

■Instagramハッシュタグ投稿 (※11月21日現在)

『#筋トレ女子』	149万件
『#ランニング女子』	52.2万件
『#腹筋女子』	40万件

■TV/VOD

『ダンベル何キロ持てる?』 (2019年7月放送テレビアニメ) ▶
※アニメ界でもこれまでのイメージとは異なるジムに通う女子高生キャラクターが登場。
『テラスハウス』(NETFLIX)
※これまではモデルや女優が多かったがスポーツ選手やトレーナー女性の出演が続いている。

■2018年流行語大賞

『みんなの筋肉体操』(NHK)より「筋肉は裏切らない」がノミネート

本気の筋肉女子が増える中、筋トレアニメを見ただけで運動した気になって満足してしまったバーチャル筋肉女子は私だけではないはず。



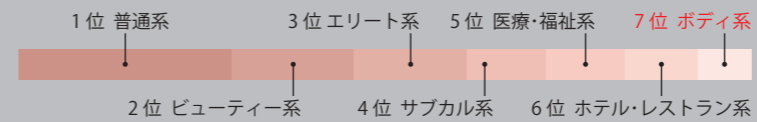
©2019 サンドロピッチ・ヤバ子, MAAM・小学館/シルバーマンジム

[データ-2] 『露出する女子、覗き見る女子』（筑摩書房 三浦 展 / 天笠 邦一 著）の内容をレゾナンス・ラボにて抜粋・編集

I. 【ボディ系の特徴】

- ・余暇時間はスポーツや運動を好み、肉体的な強さが必要とされる職業に就きたいと解答。(下記II.【20～39歳のなりたい職業分野】参照)
- ・学歴、年収、既婚率は高くないが、**上昇志向が強い。**
- ・SNSや雑誌の利用率が高い。(下記III.【なりたい職業分野別・利用アプリ分野】参照) ⇒ **情報収集に積極的で、自らの発信による自己露出も多い。**

II. 【20～39歳のなりたい職業分野】



＜なりたい職業の分類＞ ●普通系: カフェ / 雑貨店 / インテリショップ / OU / 事務職 / エンジニアなど ●ビューティー系: アパレル店員 / 俳優・モデル・アナウンサー / 歌手 / CA / 美容系など ●エリート系: 医師 / 法律系 / 経済経営系 / 建築家 / 公務員 / 金融・不動産関係など ●サブカル系: 出版 / 漫画 / テレビ・ゲーム制作関係 / イベント企画 / 音楽関係など ●医療・福祉系: 医療系 / 福祉関係 / 保育士・幼稚園教諭など ●ホテル・レストラン系: シェフ / 旅行関係 / プライダル関係 / ホテルマン / 飲食店など ●ボディ系: スポーツ関係(選手・インストラクター) / お笑い芸人・アイドル / ユーチューバー / 宅配便ドライバー・運転手 / 自衛官・警察官・消防士 / ダンサー・ダンスやエアロビのインストラクター (調査対象3348人に対し、なりたい職業39種類より複数回答)

III. 【なりたい職業分野別・利用アプリ分野】 (複数回答)

ボディ系は全てのジャンルで高順位であり、情報収集・発信にとても関心が高い。情報に対してとても敏感であることが読み取れる。

	Instagram SNS検索 風景や食べ物の投稿	SNSに自分の 映った写真など投稿	書籍・映像・音楽 メディア系	金融商品の 取引
普通系	24.1%	13.2%	18.2%	3.3%
ビューティー系	28.0%	18.6%	19.0%	3.5%
エリート系	20.4%	12.9%	18.1%	5.3%
サブカル系	24.6%	14.5%	24.2%	4.6%
医療・福祉系	23.8%	15.8%	16.4%	3.4%
ホテル・レストラン系	27.1%	18.3%	17.1%	4.2%
ボディ系	29.7%	24.1%	20.8%	7.5%

ボディ系は、メルカリなど売買系、恋人さがしのマッチングアプリでも利用率1位

■まとめ

3号に渡りスポーツビジネスの変革を探ってきた。4月と8月に行われた(株)ナイキジャパン主催のイベント『TOKYO AFTER DARK』や、5月に渋谷ストリームの広場で行われたバスケイベント『SHIBUYA 3x3 フェスティバル』など、街中でも気軽にスポーツを楽しむイベントの盛り上がりが目立つ。今までであれば自分には関係ないと決め付け過ぎてしまっていたものも、つい足を止めて見入ってしまう。

スポーツビジネスも生活者の価値観も、双方が今まさに大きく変化している。その相乗効果によって世の中に起きている大きな変革の流れをつかまえる必要がある。商業施設とスポーツビジネスはとても親和性が高い。生活者の価値観に沿ったスポーツ融合型の施設の在り方について、引き続き注目していきたい。