

韓・日両国のフィットネス参加者の特性に関する研究

スポーツビジネス研究領域

5006A050-2 崔鍾午

研究指導教員： 原田宗彦教授

1. 序論

経済学者 Paul Zane Pilzer は、「これから医療産業より健康産業に投資する資金が多くなると、近い未来、健康管理産業が世界を動かす中心 TREND になることを予測した」(Paul Zane Pilzer, 2003). 月間レジャー2005 年の報告によるとダイエットや健康ブーム、メタボリック症候群を日本の TREND として紹介しており、Deloitte Analysis の 2006 年の報告によれば WELLBEING、MOMJJANG ブーム (Good Body Shape) が韓国の中心 TREND であることを紹介している。さらに韓・日では、現在、政府中心の健康プロモーションが行っている。

21 世紀の世界経済の特徴は国境の概念が薄くなり、グローバリズムが濃くなっている (Kim, 2004). 今日のフィットネス産業は、国境を越えてグローバル化や巨大化が進んでおり、その結果、世界中で通用する競争力を持ったフィットネス商品が次々と誕生している。そのため、フィットネス・マーケットを巡り、激しいマーケット拡大競争が加速化するであろうと考えられる。

社団法人日本フィットネス産業協会前会長の石原悟氏は、2010 年にスリーファイブ'を指すビジョンを表明しました。スリーファイブは、市場規模で 5,000 億円、参加会員数で 500 万人、参加率で 5% を意味する。

これらの背景を踏まえ、今後、韓・日両国のフィットネス産業における問題の解決とビジョンの達成のためには、新たなマーケティング戦略に取り組む必要性があると思われる。そのためには、フィットネス参加者のニーズと特性を把握し、それにあった商品開発への準備が必要であると考えられる。

2. 研究目的

本研究は、韓国と日本におけるフィットネス参加者を、「デモグラフィクス」、「フィットネス参加関連要因」、「身体関連要因: 外見関連要因、身体イメージ要因」を用いて両者の特性を明らかにし、比較検討することで、日・韓両国におけるフィットネス・マーケティングの基礎資料を得ることを目的とする。

① フィットネス参加者の特性把握

② 身体イメージ項目の測定

3. 研究方法

本研究では、韓国と日本での比較調査を行うため、Back Translation 法を用いて、質問紙を 2 カ国語 (韓国語、日本語) で作成した。調査は、設問留置き

法で実施し、調査によって得られたデータは、SPSS ver 14.0 0J for Windows を用いて分析を行った。

① χ^2 検定: デモグラフィクス、フィットネス参加関連要因、外見関連要因

② t 検定、IP 分析: 身体イメージ要因

4. 結果

① χ^2 検定の結果

*デモグラフィクス

日本	韓国
55歳のシニア層が多い	女性参加者が多い
主婦層が最も多い	主婦層が多い
半分以上が既婚者	半分以上が既婚者

*フィットネス参加関連要因

日本	韓国
運動回数	
週(女: 3回、男: 3.5回)	週(女: 4.5回、男: 4.2回)
運動目的	
健康維持、体型管理	健康維持、体型管理
体力増進、ストレス解消	
運動時間	
1日(女: 81.6、男: 89.5)	1日(女: 82.3、男: 82.4)
運動パートナー	
1人	家族、会社の同僚
参加プログラム	
スタジオタイプ	ウェイトトレーニング

*外見関連要因

日本	韓国
関心外見要素	
身体の割合が高い	身体の割合が高い
ファッションの割合が高い	
外見管理情報得る方法	
新聞、雑誌	インターネット

② t 検定、IP 分析の結果

*身体イメージ要因

日本	韓国
身体イメージの満足度	
腕、手首、健康	体型、全体的なボディイメージ
身体イメージの重要度	
健康、体力、全体的なボディイメージ(女)	肩、手首、体重、皮下脂肪(女)
	肩、バスト(男)
IP 分析から得られた取り組み課題	
お腹、腰、全体的なボディイメージ	お腹、腰、全体的なボディイメージ

5. 考察

フィットネス関連要因の1週間の運動回数の結果は、韓国で行っている、Momjjang ブーム (Good Body Shape) や Wellbing ブームの影響であると予測される。

運動目的の結果から、日本の参加者は、韓国の参加者に比べて、運動による効果（肉体的効果、精神的効果）をよく認識していると言える。運動パートナーの結果から、韓国では、新しいマーケット集団として会社の同僚に注目したプロモーション戦略が望ましいと思われる。参加プログラムの結果は、韓流スター‘ゴン サンウ’の筋肉質の身体がセクシーであり、健康である男性の身体として評価されている韓国社会の現状が現れたものであると思われる。次にエアロビック、ヨガなどの専門的指導に特化したスタジオタイプのプログラムは、これからのフィットネス産業において、以前にも増して重要なキーワードとして挙げられ、企業努力

の余地のあるプログラムと考えられる。次に身体イメージの満足度、重要度に関する韓・日女性比較の結果から、韓国の女性参加者は、日本の女性参加者に比べて体型的な要因を重要に認識しており、日本の女性参加者は、韓国の女性参加者に比べて健康的な要因を重要に認識していることが言える。また、身体イメージに対する満足度と重要度の IP 分析の結果では、両国の参加者は、「おなか」、「腰」、「全体的なボディイメージ」の3項目を取り組み課題として評価していることが明らかになった。

6. 結論

以上、本研究においては、韓・日両国のフィットネス参加者における「デモグラフィクス」、「フィットネス参加関連要因」、「身体関連要因：外見関連要因、身体イメージ要因」の間に差が見られ、それぞれの特性が明らかになった。