

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

# スポーツシューズ・アパレル市場計

## 子供用が好調、2017年は成長率+8%予測

2018年1月29日

エヌピーディー・ジャパン株式会社

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>  
**スポーツシューズ・アパレル市場計**  
**子供用が好調、 2017 年は成長率+8%予測**

国内の市場規模と消費者購買情報が分かるスポーツシューズ・アパレル市場情報サービス『Japan Sports Tracker <sup>※1</sup>』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社(所在地：東京都港区、代表取締役：トーマス・リンチ)が、スポーツシューズ・アパレルに関する市場分析を1月29日に発表します。

若年層の人口は減少しており、総務省統計局の発表によると2017年7月1日に前年同月比で総人口は0.16%減、人口は減少が最も著しい年代は「15歳未満」で1.16%減、となっています。しかしスポーツシューズとアパレルを合計した2017年市場規模(予測)は、市場全体は2%と低い成長率にとどまりますが、子供用市場は8%と高い成長率をキープしています。本レポートでは、好調な子供用市場を分析します。

## **子供用の成長率が最大 数量ベースの拡大がけん引**

『Japan Sports Tracker』では、スポーツに使われている、またはスポーツ用に販売されているシューズとアパレルの消費者購入動向を継続して毎月調査をしています。

スポーツシューズとアパレルを合計した2017年市場規模予測は1兆380億円です。2016年の成長率は8%でしたが、2017年予測は6ptsダウンの2%です(図表1)。市場シェアの約55%を占める男性用は2016年は成長率が11%で市場のけん引役でした。しかし17年予測では成長率は9ptsダウンの2%と低調です。一方子供用は2015年はマイナス成長だったものの、2016年が9%、2017年予測が8%と成長のけん引役です。シェアは2015年は女性より5pts小さかったものの、2017年予測では1pts差まで追っています。

<図表1> スポーツシューズ・アパレル市場（金額ベース）

市場成長率			
	2015年	2016年	2017年 (予測)
全体	2%	8%	2%
男性用	1%	11%	2%
女性用	9%	3%	-3%
子供用	-2%	9%	8%

市場シェア			
	2015年	2016年	2017年 (予測)
全体	100%	100%	100%
男性用	54%	56%	55%
女性用	25%	24%	23%
子供用	20%	20%	22%

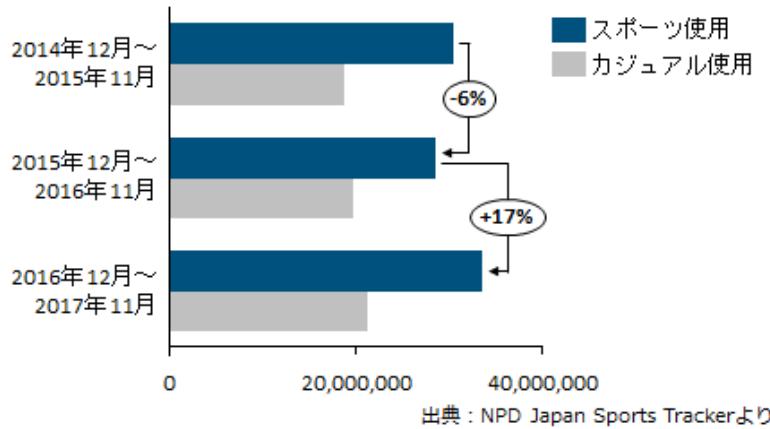
出典：NPD Japan Sports Trackerより

子供用市場について、最新の直近1年（2016年12月～2017年11月）のデータを見ると、数量ベースの市場拡大が成長をけん引しています。この期間の子供用市場の前年同期比の成長率は金額ベースでは10%ですが数量ベースでは14%と更に大きく、購買平均価格はマイナス3%でした。

## 「スポーツ使用」が市場成長の鍵

子供用スポーツシューズ・アパレル市場を使用用途別<sup>※2</sup>に個数ベースで、最新の直近1年（2016年12月～2017年11月計）から同期2年分さかのぼって推移をみます（図表2）。

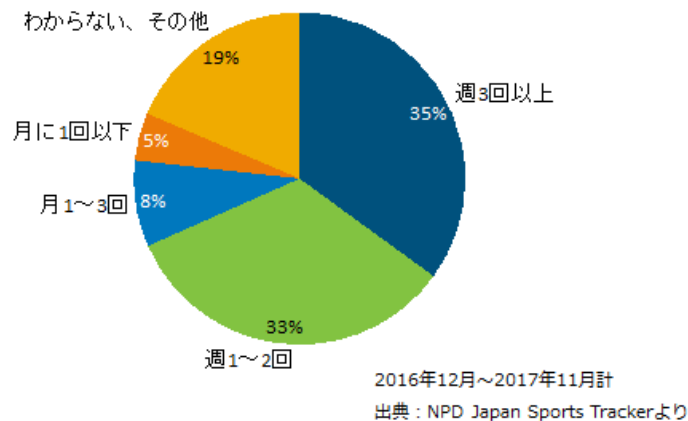
＜図表2＞スポーツシューズ・アパレル市場  
子供用 使用目的別（個数ベース）



「カジュアル使用」は比較的変動が少なく、市場規模に影響を与えているのは「スポーツ使用」の変動です。「スポーツ使用」は2015年12月～2016年11月の1年間の対前年同期比は-6%でした。しかし最新の直近1年（2016年12月～2017年11月）では対前年同期比+17%と大きく回復しています。

子供用の「スポーツ使用」の場合の頻度を個数ベースで調べたところ、最新の直近1年（2016年12月～2017年11月）では市場シェアの一位は最も頻度が多い「週3回以上」での35%、続いて「週1～2回」の33%で、スポーツを頻繁の行う人がターゲットとなります（図表3）。

＜図表3＞スポーツシューズ・アパレル市場  
子供用 使用目的スポーツへの参加頻度（個数単位）



## 使用目的スポーツの 1 位は「屋外サッカー」

子供用のスポーツシューズ・アパレルのスポーツ使用用途を更に詳しく見てみると、最新の直近 1 年（2016 年 12 月～2017 年 11 月）、個数ベースでの特定スポーツ 1 位は屋外サッカーでした（特典データ）。屋外サッカーでは 2015 年 12 月～2016 年 11 月の 1 年間の対前年同期比はマイナス成長ですが、最新の直近 1 年ではプラス成長に回復しています。バスケットボールは 2 年連続のプラス成長です。

若年層の人口減少は多くの産業の懸念材料です。スポーツ市場も手を打たなければ自然に市場が衰退してしまいます。

子供用市場の回復が見られるサッカーの取り組みの一例を紹介します。日本サッカー協会（JFA）は 2017 年 5 月よりトヨタ自動車株式会社とパートナーシップを提携しキッズプロジェクトを立ち上げ、プロ選手を招待するなどして若年層へのサッカー普及の取り組みを進めています。またワールドカップ予選が進行中であることもサッカー市場回復のプラス材料です

バスケットボールにおいては、プロフェッショナル・バスケットボールリーグが 2016 年 9 月に開幕し話題となったことは、子供のバスケットボールへの関心を高めたと考えられます。

若年層の人口が減少しているにも関わらず、スポーツシューズ・アパレルの子供用市場はマイナス成長の後、プラス成長へ転じています。

市場が成長し続けるためには、サッカーやラグビーのワールドカップ、東京オリンピックなど市場拡大のプラス材料も活用し、若年層へスポーツ推進を続けていく必要があります。

※本内容をご覧の皆様向け特典について（2018年7月末まで）

特典データ「スポーツシューズ・アパレル市場 子供用 主な使用目的スポーツ（2014年12月～2017年11月計）」を無料でご提供いたします。ご希望の方は下記お問合せ先フォームにてご連絡下さい。

<https://www.npdjapan.com/contact-us/>

## \*1 Japan Sports Tracker

スポーツシューズ・アパレル市場における全国の消費者購買行動を時系列で把握できる日本で唯一の消費者パネルデータベースです。市場のトレンドやビジネスチャンス特定し売上を伸ばすために必要な、製品トレンドと消費者動向について包括的な情報が得られます。カテゴリー、ブランド、アイテムレベルで自社製品、競合他社製品のパフォーマンスを分析できます。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/solutions/sports/>

### Japan Sports Trackerとは

Japan Sports Trackerは、スポーツアパレル・シューズ市場における全国の消費者購買行動を時系列で把握できる日本で唯一の消費者パネルデータベースです。

27,000  
年間サンプル数

47 都道府県  
調査対象エリア  
※全国47都道府県を5地域に分けてデータ分析が可能

16-69 歳  
調査対象者

### Japan Sports Trackerができること

日本国内のスポーツアパレル・シューズ市場における、チャネル・小売店・製品カテゴリー・ブランドのトレンドを時系列で捉えることが可能です。Sports Trackerを使うことで、購入者・利用者属性はもちろん自社・競合・市場全体の動向まで理解することができます。



## \*2 使用用途

スポーツ使用 = 「スポーツ用のみ」「主にスポーツ用」「スポーツとそれ以外（普段着）に同程度」の計  
カジュアル使用 = 「主にスポーツ（普段着）以外」「スポーツ以外（普段着）用のみ」の計

## 調査データの転載について

本件で公開されている資料につきましては、ご使用用途によりますが、出典元を明記していただければ、基本  
的にご利用いただけます。

表記は「NPD Japan, エヌピーディー・ジャパン調べ」をお願いいたします。

ご使用前には必ず下記の問い合わせ先までご一報ください。

過去のレポートは、下記ページの「プレスリリース」よりご覧いただけます。

<http://www.npdjapan.com/solutions/sports/>

### ■ 本件に関するお問い合わせ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

担当：河端 香織（かわばた かおり）

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL : 03-5798-7663

FAX : 03-5798-7665

Email : [npdjapan.info@npd.com](mailto:npdjapan.info@npd.com)

### ■ 会社概要

会社名 エヌピーディー・ジャパン株式会社

英名 NPD Japan Ltd.

設立年月日 2003年 3月 31日

所在地 〒108-0074 東京都 港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL (03) 5798 - 7663

FAX (03) 5798 - 7665

資本金 80,000,000 円

株主 The NPD Group Inc. (100%)

代表者 トーマス・リンチ

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会