

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

韓国スポーツシューズ市場

女性 使用用途の60%がカジュアル使用

2018年2月27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>

韓国スポーツシューズ市場

女性 使用用途の60%がカジュアル使用

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『Sports Tracker ^{※1}』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、韓国のスポーツシューズに関する市場分析を2月27日に発表します。

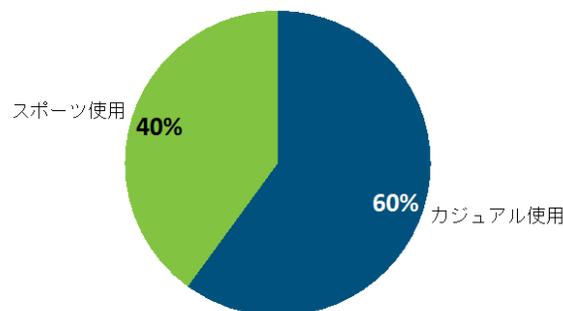
韓国ではスポーツウェアやスポーツシューズを街着として着用している姿をよく見かけます。女性着用のスポーツシューズでは、使用目的^{※2}の60%がスポーツ以外（カジュアル使用）でした（2016年10月～2017年9月計）。本レポートでは、韓国女性のスポーツシューズ市場について分析します。

韓国女性スポーツシューズ、60%はカジュアル使用

『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。

女性着用のスポーツシューズのうち、60%がスポーツ以外の普段使いの目的で購入されています（金額ベース 2016年10月～2017年9月計）（図表1）。この値は、前年同期からほぼ変わっていません。

<図表1> 韓国スポーツシューズ市場
女性着用 使用用途別（金額ベース）

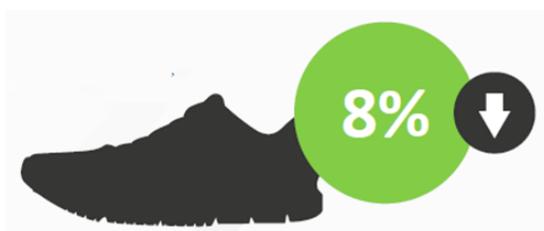


2016年10月～2017年9月計
出典：NPD Korea Sports Trackerより

価格は低下 ネットモールでの購入増加がその一因

女性着用、普段使い目的で購入したスポーツシューズの平均購入価格は、前年同期比で6%減少しています（2016年10月～2017年9月計データ）。もっとも下落が大きいのは14歳から34歳着用のグループで8%の減少です（図表2）。

＜図表2＞ 韓国スポーツシューズ市場
女性14歳～34歳着用
スポーツシューズ平均購入価格 前年同期比



2016年10月～2017年9月計
出典：NPD Korea Sports Trackerより

この14歳から34歳着用のグループでは、PCや携帯を使つてのオンライン購入が4ポイントアップしています。オンライン購入のうち、ネットモール購入では平均購入価格が10%ダウンしており、これが価格低下要因の1つです。なお、ブランドショップからのオンライン購入では平均購入価格は1%アップしています（図表3）。

＜図表3＞ 韓国スポーツシューズ市場
女性14歳～34歳着用 オンラインからの購入
購入価格前年同期比（個数ベース）



2016年10月～2017年9月計
出典：NPD Korea Sports Trackerより

NPD グループ スポーツ業界アナリスト Yujung Kim のコメント

「スニーカーを1足も持っていない女性はいます。しかしスニーカーを1足“しか”持っていない女性はいません」これは韓国の女性スポーツシューズ市場をよくあらわした言葉です。更に言えば、最近ではスニーカーを1足も持っていない女性も減多にいません。

2013年に韓国でアスレジャーブームがはじまってからは、スポーツシューズをファッションの一部としてスポーツ以外に使う人が増えました。スポーツ使用ならばシューズを使い古すまで買い換えなくても多いのですが、ファッションとしての購入では何足も所有するため購入サイクル（頻度）が速まります。この購入サイクルの速さは価格を押し下げた要因です。

NPD グループ スポーツ業界アナリスト河端 香織のコメント

日本では、女性着用のスポーツシューズのうち52%弱がスポーツ以外（カジュアル使い）の着用目的で、韓国よりも10ポイント近く低くなっています（個数ベース 2016年10月～2017年9月計）。

また、女性のスポーツシューズ市場全体はマイナス成長ですが、カジュアル使いの市場にしぼると前年比+2.3%とプラス成長しており（金額ベース 2016年10月～2017年9月計）、カジュアル使いは今後の成長の鍵となります。

韓国女性がスポーツシューズを普段使いする理由は「スポーツシューズに合わせやすい服装」にあります。韓国では職場でも日本よりもカジュアルな服装で仕事をしています。スポーツウェアを普段着使いする割合が日本よりも高いことがデータからもわかります。（特典データ）

働き方改革がスポーツシューズの普段使いにも影響するかもしれません。終業後の過ごし方が変わってカジュアルな服装が平日にも一般的になるかもしれません。

また、総務省が1月下旬にまとめた労働力調査によると、子育て世代女性の就業率が上がっているとのことなので、通勤時に子供の送り迎えも同時に行うお母さんも増えているでしょう。子供や大きな荷物を抱えるお母さんにとって、スニーカーは非常に歩きやすく重要なアイテムなのでスニーカーの需要が高まるチャンスがここにもあると思われます。

※本内容をご覧の皆様向け特典について(2018年8月末まで)

特典データ「スポーツアパレル市場 使用用途 日本と韓国の比較(2016年10月~2017年9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/>

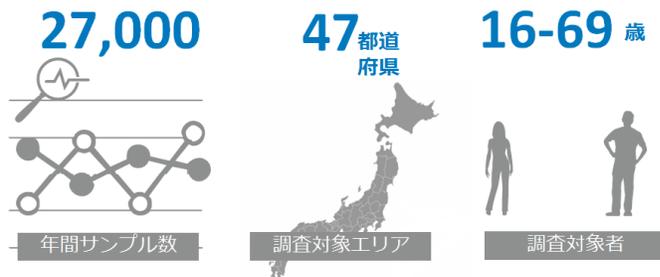
*1 Japan Sports Tracker

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、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とは、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パネルデータベースです。



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、チャンネル・小売店・製品カテゴリ・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

■ 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