

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

米国女性が今買いたいモノ： 5つの注目トレンド

2019年10月23日

エヌピーディー・ジャパン株式会社

米国女性が今買いたいモノ：5つの注目トレンド

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 ^{※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、米国の女性の購買トレンドに関する分析を10月23日に発表します。

本分析では、大きく以下のことが分かります。The NPD Group の提供する小売店 POS データサービス、消費者調査サービスから、米国女性の購買に大きく影響を与えている注目すべきトレンドとして、1.リバイバル、2.バックパック、3.成分重視、4.ゲーマー女子の増加、5.アクティブな中高年、の5つが各業界アナリストから挙げられました。

1. リバイバル

インスタントフィルムの販売が伸びており、その購入者の3分の2は女性の若年層に偏っています（レシートスキャニング調査 Checkout、オンライン購入者分析より）。The NPD Group が提供する Retail Tracking Service において、インスタントフィルム（1970年代のポラロイド製品と同様のもの）の売上は、2018年8月-2019年7月度データにおいて前年同期比で8%増でした。若年層において人生の大きな節目でもある、卒業やプロム（年1回高校・大学生などのクラスが主催するダンスパーティー）のシーズンである6月に最も売られています。

2. バックパック人気

バックパック（いわゆるリュックサック）が、女性の間で人目を引く仕事鞆となっていると話すのは、The NPD Group の Accessories and Footwear 事業部のアナリストであるベス・ゴールドSTEIN。定番であるトートバッグに比べて、重量の負荷は両肩に分けられ、ミーティング時の移動や通勤時はより快適になります。Retail Tracking Service の2018年8月-2019年7月度データをみると、ハンドバックやトートバッグは前年同期比で下がっているものの、普段の生活で使うリュックサックとして、それぞれファッションバックは前年同期比13%増、ライフス

タイルバックパック（実用的なタイプ、スポーツタイプ等）は同 7%増でした。

3. 成分重視

基礎化粧品の成分やブランドに関して、ウェブで調べる女性が増えています。The NPD Group の女性向けスキンケア消費者調査レポートによると、50%近くの女性が、店頭で商品を購入する前に、ネット上でのレビューや点数、SNS 上での流行等を情報源として調べているようです。製品に関する情報が身近になったことで、消費者の声がより届きやすい商品、特に天然成分や透明感をうたったブランドが支持されるようになりました。実際にフェイススキンケア商品の利用者の 46%は、硫酸塩、フタル酸塩やグルテンが含まれていない商品を購入する機会が、過去 2 年間において 6 ポイントも増加しています。

4. “ゲーマー”女子の増加

e スポーツやビデオゲームサービスの増加に伴い、ゲーム関連市場は、若い世代である ^{*2}Generation Z（Z 世代）において最も熱い注目成長カテゴリーの 1 つになっています。The NPD Group の Gamer Segmentation Report, Player Pulse データ（2018 年 6 月）によると、米国において、13-17 歳女子の 930 万人がビデオゲームをしています。対する同世代男子では、1140 万人がビデオゲーマーですから、男子のゲーマーの人数の 8 割に女子ゲーマーの数が達しているのです。また、女子は男子に比べて、モバイルタイプのゲームをする傾向が強く（女子では 95%、対して男子は 90%）、家庭用ゲーム機や PC でゲームをする傾向は低いことがわかりました。13-17 歳女子に人気のゲームは、マイクラフト、キャンディークラッシュ、ポケモンゴロなどでした（同データ 2019 年 1-5 月計）。

5. アクティブな中高年

弊社の Consumer Sports Tracker によると、40-59 才にあたる ^{*3}Generation X（X 世代）が、女性のスポーツアパレル市場において最も成長しているセグメントだとわかりました（着用者ベース）。このセグメントが女性におけるスポーツアパレル売上の 25%を占めており、2018 年 8 月-2019 年 7 月度データにおいて、前年同期比で 22%増加しました。これは、今まで女性スポーツアパレル市場を牽引していた ^{*4}Millennials（ミレニアル世代）と Z 世代よりも、平均的に収入の高い X 世代をターゲットとした高価格な商品を、ブランドや小売が売り出したことが要因と

して考えられます。加えて、女性はスポーツアパレルを運動着としてではなくファッションとして着こなすアスレジャーが流行、快適でオシャレな商品として広まりました。女性はスポーツアパレル市場の売上の43%を占めていますが、スポーツ以外のアパレル全般の売上においては60%を占めており、X世代のような新たな購買層とカテゴリーを発掘することで、スポーツアパレル市場での成長の余地がまだまだあると考えられます。

これら5つの注目トレンドは、スポーツアパレル市場に関するものだけではありませんが、スポーツアパレル市場の成長をけん引する女性の購買トレンド全般が、今後のビジネスチャンスを見つけるヒントになることでしょう。女性の興味やお金の使い道のトレンドを理解し、ターゲットに響く商品やプロモーションを展開することがビジネスチャンスとなると考えられます。

*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 Generation Z (Z世代)

アメリカで 990 年代半ばから 2000 年代前半生まれの世代を指し、省略して「Gen Z」または「Gen Zers」と呼ばれる。年齢で言えば現在 13 歳の中学生から 22 歳の大学生くらいまで。Z 世代はすでにアメリカ人口の 25.9%を占め、現時点でアメリカの最大層。

*3 Generation X (X 世代)

アメリカにおいて 1960 年代初頭または半ばから 1970 年代に生まれた世代のことで、13th Generation (第 13 世代) とも呼ばれる。現在 40-59 才の人たちにあたる。

*4 Millennials (ミレニアル世代)

アメリカにおいてアメリカ合衆国において 1980 年代序盤から 1990 年代中盤 (または 2000 年代序盤) までに生まれた世代。ジェネレーション Y とも呼ばれる。現在 20 代半ばから 30 代後半。

■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：加藤 拓真 (かとう たくま)

〒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