

スポーツアパレル市場に関する調査結果 2008

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてスポーツウエア市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2008年8月～11月
2. 調査対象: スポーツ関連企業メーカー・卸売業・小売業約300社
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、ならびに郵送アンケート調査を併用

<スポーツアパレルとは>

本調査におけるスポーツアパレル市場とは、トレーニングウエア、ゴルフウエア、アウトドアウエア、サッカーウエア、野球・ソフトボールウエア、テニスウエア、スイムウエア(スイムスーツ)、フィットネスウエア、スキーウエア、スノーボードウエア、陸上競技・ランニングウエア、バスケットボールウエア、バレーボールウエアの主要13分野をさす。

【調査結果サマリー】

◆ 2008年スポーツウエア国内市場は、前年比103.0%とプラス成長の見込み

2008年のスポーツウエア国内市場規模(メーカー出荷ベース)は、前年比103.0%の4,882億3,000万円と前年同様プラス成長が見込まれる。

◆ トレーニングやランニングなどパーソナルトレーニング用途のウエア分野が堅調

一般ユーザーの健康志向への高まりを背景に、パーソナルトレーニング用途のウエア分野が堅調で、新規購入や買い替え需要により順調に推移している。とくに、近年のランニングブームにより急激な成長を遂げている陸上・ランニングウエア分野においては、陸上ウエアの安定的な需要に加え、ランニング新規参加者によるウエアの新規需要が加わり、2008年は前年比108.6%の75億5,000万円と推移する見込みである。

◆ 健康志向の高まりによるスポーツへの一般参加者の増加傾向により、市場は拡大傾向

スポーツトレンドの変化とスポーツウエア市場の動向が連動するため、ウエア分野別市場による好不調が反映される。一般ユーザー層の健康志向の高まりによる「スポーツ」への新規参加者の増加が今後も続くことと見込まれることから、2009年もスポーツウエア市場は成長を続け、前年比102.9%の5,025億9,000万円と予測する。

◆ 資料体裁

資料名: 「2008年-2009年版 スポーツアパレル産業白書」
発刊日: 2008年12月5日
体裁: A4判 529頁 CD-ROM付
定価: 162,750円(本体価格155,000円 消費税等7,750円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝
設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております) <http://www.yano.co.jp/>

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報グループ TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2008年のスポーツウエア国内市場(メーカー出荷ベース)は、前年比103%の約4,882億3,000万円の見込みである。

2008年の市場全体をウエア分野別にみると、トレーニングウエア(35.7%)の構成比が最も高く、次いでゴルフウエア(19.2%)、アウトドアウエア(11.2%)となり、いずれも好調であった。とくにアウトドアウエアは従来の登山や山歩き用需要に加えて、夏期音楽フェスティバルのアクティブ着としての需要が増加していることから、前年比103.2%の546億円と予測する。

また、同年開催された「北京オリンピック」効果により、恩恵を受けたのはスイムウエアであった。英国スピード社の「レーザーレーサー」が日本代表選手の水着着用に関する問題として注目を集めたが、同時に戦略的に投入されたメーカー各社のレーシングタイプのスイムウエアが市場全体を引っ張る形となり、その結果、前年比105.1%の207億円の見込みである。

近年のランニングブームにより活況を呈しているのは、陸上・ランニングウエアである。同ウエア市場は従来からの陸上ウエアの安定的な需要に加えて、パーソナルトレーニングを行う新規参加者の増加によりランニングウエア需要が増加した結果、前年比108.6%の75億5,000万円市場へと拡大する見込みである。

2. 注目すべき動向

2-1. スポーツウエアにおける「機能性とファッション性」の融合

上述したランニングウエア市場にあるように、最近ではアスリート(専門スポーツ選手)以外の一般ユーザー層にまでスポーツが日常化し、「スポーツ」をトレーニングとしてだけでなく、趣味の一貫として楽しむ傾向が見られる。その結果、こうしたユーザー層から「機能性とファッション性」が伴ったウエアのニーズが生まれ、スポーツテイストのカジュアルウエアとは異なるファッションナブルなスポーツウエアのマーケットが創出されている。ランニングウエアが好調である背景には、急増する女性ランナーによるファッションナブルなウエアの新規購入や買い替えが増加していることもあり、各社ともにシューズのみならず、ランニングウエアの開発にも注力している。また、ゴルフウエア市場についても、スタイリングの変化および、新規参加者のみならず既存ゴルファーにおけるファッション感度の高まりによるウエアの買い替え・買い増し需要がプラス成長要因となっている。

今後もスポーツウエアメーカーの強みであるウエアの機能性に関する開発と高まるファッション感度に対応すべく、「機能性とファッション性」が融合されたウエアの提案が活発化すると推測する。

2-2. 機能性スポーツアンダーウエアへの注目度

2008年は、機能性スポーツアンダーウエアへの関心が高まりマーケットを賑わせた。機能性スポーツアンダーウエアとは、主に体温調整型と筋肉サポート型があり、今年話題を呼んだのは筋肉サポート型のコンプレッション系スポーツアンダーウエア^注である。同商品を展開している各社は、総じてトレーニングウエア市場における売上高を伸ばしているが、伸長率でみると、機能性スポーツアンダーウエアはそれを上回る結果であった。

注: コンプレッション系アンダーウエアとは、ウエアを着用することにより筋肉の動きをサポートすることで、運動時にスポーツに適した正しい姿勢を保たせることにより、運動能力の向上を助けるウエアをさす。

3. 将来展望

スポーツウエア国内市場は、順調に推移し続けているが、その一方で、マイナス成長のウエア分野も複数存在している。レジャースタイルの変化による影響を受け縮小するウインタースポーツウエア市場と、汎用トレーニングウエアによる代用が進むテニスウエア、ならびにヨガやピラティス^{注1}ブームにより高成長を果たしてきたフィットネスウエア市場はその人気も沈静化したことによりマイナス成長に転じている状況である。

事実、スポーツトレンドの変化とスポーツウエア市場の動向が連動していることから、ウエア分野ごとに好不調の格差が生じているが、その一方で、成長しているウエア市場がマイナス成長のウエア分野をカバーするような形で市場全体の拡大を牽引している。

一般ユーザー層の健康志向の高まりによるパーソナルトレーニング需要を含めた「スポーツ」への参加は、今後も続く見込まれることから、2009年のスポーツウエア市場は前年比102.9%の5,025億9,000万円と予測する。

注1: ピラティスとは、呼吸法を活用しながら、主に体幹の深層筋(インナーマッスル)を緩やかに鍛える筋肉トレーニング

表1. スポーツアパレル国内市場規模推移

(単位：百万円、 上段：構成比、下段：前年比)

	2006年		2007年		2008年(見)		2009年(予)	
		%		%		%		%
トレーニングウェア	156,000	34.0%	165,500	34.9%	174,300	35.7%	182,700	36.4%
		-		106.1%		105.3%		104.8%
ゴルフウェア	87,500	19.1%	91,600	19.3%	93,900	19.2%	95,200	18.9%
		-		104.7%		102.5%		101.4%
アウトドアウェア	50,500	11.0%	52,900	11.2%	54,600	11.2%	57,300	11.4%
		-		104.8%		103.2%		104.9%
サッカーウェア	37,800	8.2%	37,100	7.8%	38,000	7.8%	38,750	7.7%
		-		98.1%		102.4%		102.0%
野球・ソフトボールウェア	28,200	6.2%	29,400	6.2%	29,850	6.1%	30,620	6.1%
		-		104.3%		101.5%		102.6%
テニスウェア	28,600	6.2%	27,300	5.8%	26,800	5.5%	26,500	5.3%
		-		95.5%		98.2%		98.9%
スイムウェア (スイムスーツ)	19,300	4.2%	19,700	4.2%	20,700	4.2%	20,900	4.2%
		-		102.1%		105.1%		101.0%
フィットネスウェア	11,240	2.5%	12,700	2.7%	12,680	2.6%	12,900	2.6%
		-		113.0%		99.8%		101.7%
スキーウェア	10,300	2.2%	9,050	1.9%	8,500	1.7%	8,300	1.7%
		-		87.9%		93.9%		97.6%
スノーボードウェア	10,200	2.2%	8,950	1.9%	8,400	1.7%	8,000	1.6%
		-		87.7%		93.9%		95.2%
陸上競技・ランニング ウェア	5,980	1.3%	6,950	1.5%	7,550	1.5%	8,300	1.7%
		-		116.2%		108.6%		109.9%
バスケットボール ウェア	7,150	1.6%	7,080	1.5%	7,150	1.5%	7,270	1.4%
		-		99.0%		101.0%		101.7%
バレーボールウェア	5,600	1.2%	5,650	1.2%	5,800	1.2%	5,850	1.2%
		-		100.9%		102.7%		100.9%
合計	458,370	100.0%	473,880	100.0%	488,230	100.0%	502,590	100.0%
		-		103.4%		103.0%		102.9%

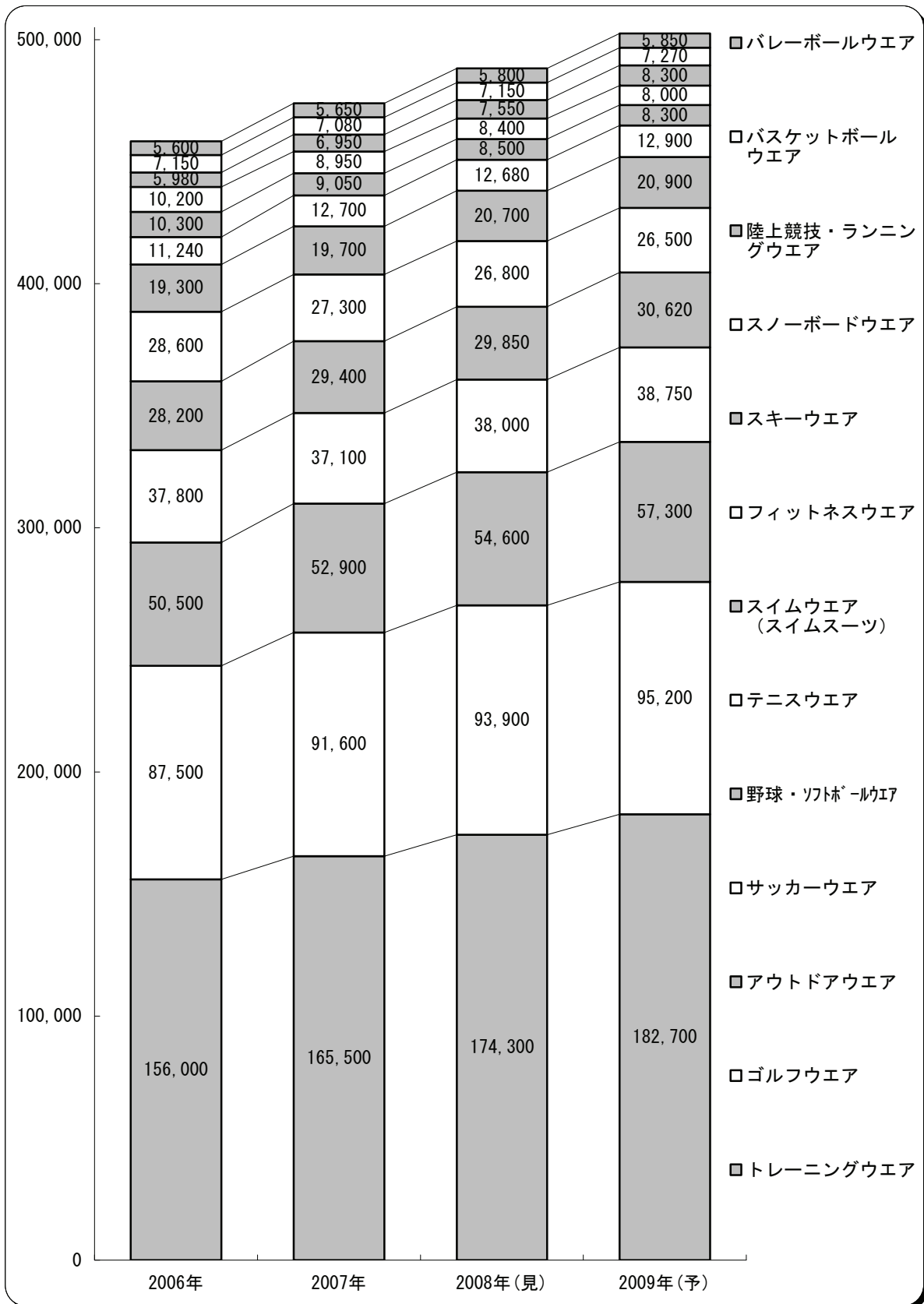
注2: メーカー出荷金額ベース

矢野経済研究所推計

注3: (見)は見込値、(予)は予測値

図1. スポーツアパレルウェア分野別国内市場規模推移

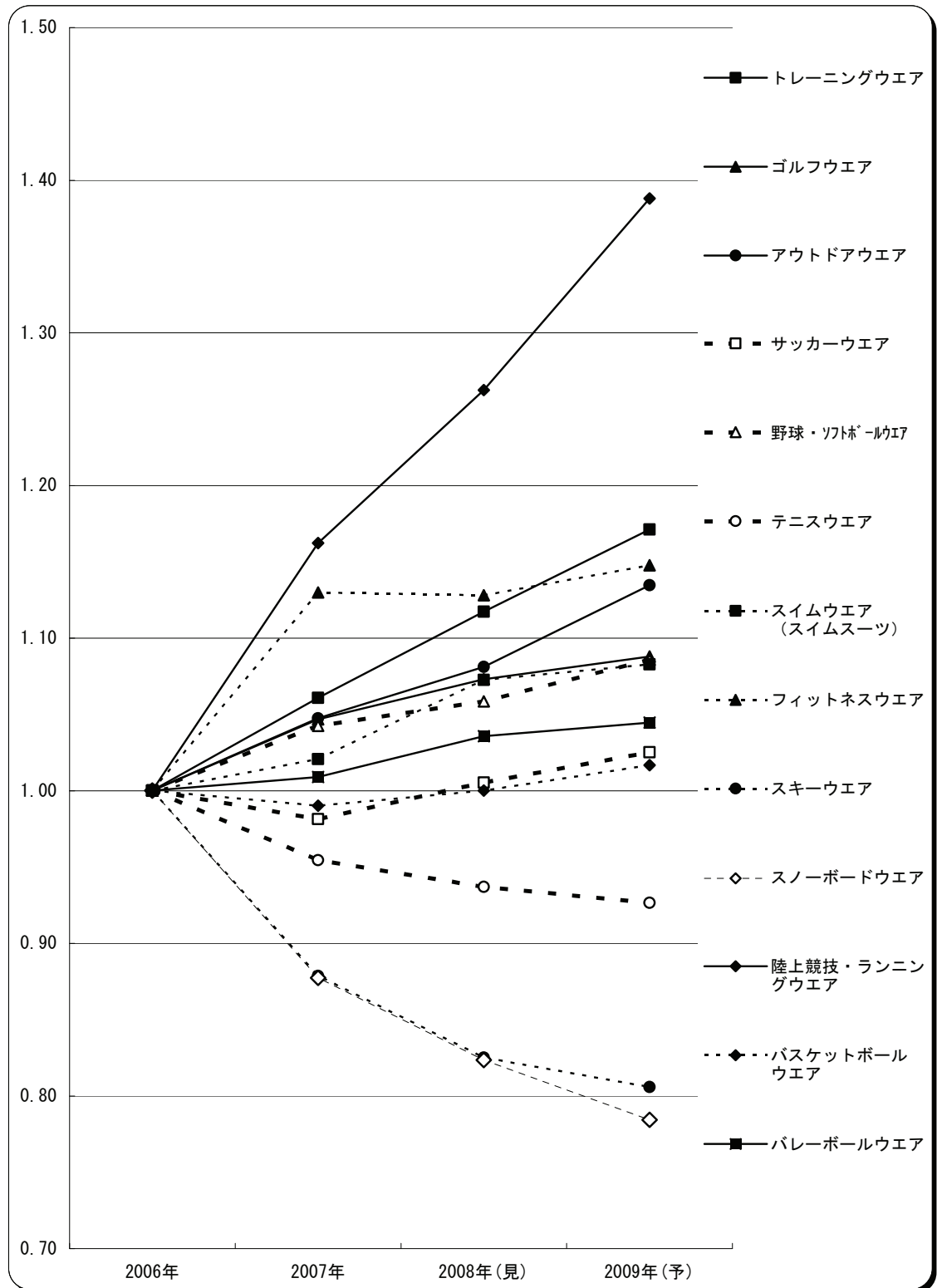
(単位：百万円)



矢野経済研究所推計

注4: メーカー出荷金額ベース
 注5: (見)は見込値、(予)は予測値

図2. スポーツアパレルウェア分野別国内市場伸長率推移



矢野経済研究所推計

注6: 2006年の市場規模(メーカー出荷金額ベース)を基準(1.00)として指数化

注7: (見)は見込値、(予)は予測値