

スポーツアパレル市場に関する調査結果 2010

【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アパレル市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2010年9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、電話・e-mailによるヒアリング、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、トレーニングウェア、ゴルフウェア、アウトドアウェア、ライフスタイルウェア、サッカー・フットサルウェア、野球・ソフトボールウェア、テニスウェア、スイムウェア、フィットネスウェア、陸上競技・ランニングウェア、スキー・スノーボードウェア、バスケットボールウェア、バレーボールウェア、その他ウェアの主要14分野をさす。その他ウェアには、柔道・空手・ラグビー・マリンスーツ・卓球ウェア等が含まれる。本年からカテゴリーの見直しと追加を行ったため、全体市場規模等、過去の調査の数値と一致しない箇所がある。

【調査結果サマリー】

◆2010年のスポーツアパレル国内出荷市場は、前年比100.3%とほぼ横ばいの見込み

2010年のスポーツアパレル国内出荷市場規模(メーカー出荷額ベース)は、前年比100.3%の5,143億7,000万円の見込みである。トレーニングウェアやアウトドアウェア、サッカーウェアなどがプラス成長となった一方で、ゴルフウェアやライフスタイルウェア、サッカーを除く競技系全般、スキー・スノーボードウェアが落ち込んだ。2010年は需要のピークである春先の冷え込みや夏から秋にかけての厳しい暑さ等、気象環境が競技の活動回数に制限を与えた種目もあり、市場に大きく影響を与えた。また、全般的に通常価格販売の期間が短くなる傾向にあり、単価の下落が市場縮小に拍車をかけた。

◆陸上競技・ランニングウェア市場が唯一の二桁成長

2010年の陸上競技・ランニングウェア国内出荷市場規模は前年比118.2%の128億円の見込みである。ランニングブームが市場を下支えしているほか、コンプレッションアンダーウェア^注の好調が市場拡大に寄与した。コンプレッションアンダーウェアはメーカー各社が注力している分野であり、ボトムスを中心に活況を呈している。

注:コンプレッションアンダーウェアとは、体を締め付け筋肉のブレを抑えるタイプや、運動時の動作に合わせた生地裁断が施されたもの、またはテーピング機能を用いて関節などのサポートを有するタイプのトップスやボトムス。着用することにより、疲労軽減や運動能力向上などの効果が期待されるウェアをさす。機能性アンダーウェアとも呼ばれる。

◆トレーニングウェア市場は、プラス成長へ転じるも小売市場では販売不振が続く

2010年のトレーニングウェア国内出荷市場規模は、前年比101.4%の1,207億8,000万円の見込みである。メーカー出荷ベースでは前年からプラス成長へと転じるが、小売市場では不要不急の消費が伸び悩むなかでトレーニングウェアの販売不振に陥る店舗が多い。今後、供給過剰による需給バランスの乱れが懸念される。

◆資料体裁

資料名:「2011年版 スポーツアパレル市場動向調査」
 発刊日:2010年12月10日
 体裁:A4判 565頁
 定価:146,475円(本体価格139,500円 消費税等6,975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 広報宣伝グループ 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、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2010年のスポーツアパレル国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比100.3%の5,143億7,000万円の見込みである。以下、2010年のカテゴリ別市場概況を記述する。

1-1. トレーニングウェア

小売市場では景気の悪化によって販売不振に陥る店舗が多いが、メーカー出荷ベースでは前年比101.4%の1,207億8,000万円とプラス成長を見込む。だが今後、供給過剰による需給バランスの乱れが懸念される。

1-2. ゴルフウェア

春や秋の需要期の天候不順に加え、機能性アンダーウェアや、それを軸としたレイヤード(重ね着)スタイルが行き渡り、新たなスタイリングの提案が結果として行われなかったことで前年比99.6%の935億円とマイナス成長の見通しである。

1-3. アウトドアウェア

エコや健康ブームを背景とした中高年層の増加は一服感がみられるが、「山ガール」と呼ばれる20~30歳代女性の新規参入とアウトドアウェアのファッション性が向上したことにより需要が拡大し、前年比105.6%の587億円とプラス成長の見込みである。

1-4. ライフスタイルウェア

ファストファッションの台頭によって、スポーツテイストのカジュアルウェアは市場を侵食されており、前年比94.8%の446億2,000万円と縮小見込みである。

1-5. サッカー・フットサルウェア

サッカーワールドカップが開催されたものの大きな波及効果には至らず、前年比100.7%の366億5,000万円と見込む。

1-6. 野球・ソフトボールウェア

野球人気の低迷や、最需要期となる4月に降雪を記録するといった天候不順に加え、機能性アンダーウェアの需要一巡などにより、前年比97.6%の289億2,000万円と縮小する見込みである。

1-7. テニスウェア

テニス人口の減少や、一般社会人向けのウェアは規則が曖昧のため非テニスウェアでのプレー参加が増加している結果、前年比95.8%の251億円とマイナス成長の見通しである。

1-8. スイムウェア

FINA(国際水泳連盟)の水着に対するルール改正があったものの、マスターズスイマー(社団法人日本マスターズ水泳協会に登録するスイマー)の間で承認水着への買い替えが進まなかったことや、フィットネススイマーが減少していることもあり、前年比98.4%の189億円と縮小する見込みである。

1-9. スキー・スノーボードウェア

温暖化による積雪量の減少や、若年層を中心に娯楽が多様化していることで新規参加人口が伸び悩み、前年比96.9%の154億円とマイナス成長の見通しである。

1-10. フィットネスウェア

ジムフィットネスやヨガ、ピラティス、エアロビクスダンスといったエクササイズでの需要は減退している一方で、新たにランニング用途としての需要を取り込んでいる。前年比100.6%の138億3,000万円と拡大を見込む。

1-11. 陸上競技・ランニングウェア

美容・健康志向の高まりを背景にカジュアル感覚で参加した初心者が、レースに出場しタイムを追求する方向へ向かうなど、楽しみ方が多様化している。こうしたランニングブームが市場を下支えしているほか、メーカー各社が注力しているコンプレッションアンダーウェアの出荷実績が好調であったことで、前年比118.2%の128億円と二桁成長する見通しである。

1-12. バasketボールウェア

ミニバス(ジュニアバスケットボール)と中高部活動層による底堅い競技人口に下支えされ安定した推移を見せており、2010年はほぼ横ばいの前年比99.9%、75億6,000万円と見込む。

1-13. バレーボールウェア

中高部活動層と家庭婦人層の競技人口が年々減少しているほか、節約志向の高まりによって単価が下落する傾向にあり、2010年の出荷額は前年比99.0%の48億円の見込みである。

2. 将来予測

2011年のスポーツアパレル国内出荷額は前年比101.1%の5,198億2,000万円にて推移すると予測する。アウトドアウェアや陸上競技・ランニングウェア、フィットネスウェアなどが健康・美容志向の高まり、ランニングブームによって堅実なプラス成長を遂げると予測する。

一方、ファストファッションや低価格カジュアル衣料チェーンの台頭は、消費者の購買チャンネルが変化するなどスポーツアパレル市場にも大きな影響を与えている。ただ、スポーツメーカー各社は価格競争力に対抗するよりも、高い技術力を活かして他のカジュアル衣料チェーンが追随できない機能性を追求し、付加価値の高い商品を提供していくことが重要であると考えられる。

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

	2008年		2009年		2010年(見)		2011年(予)	
		%		%		%		%
トレーニングウェア	124,000	23.3%	119,170	23.2%	120,780	23.5%	123,220	23.7%
		-		96.1%		101.4%		102.0%
ゴルフウェア	98,100	18.5%	93,900	18.3%	93,500	18.2%	93,000	17.9%
		-		95.7%		99.6%		99.5%
アウトドアウェア	54,800	10.3%	55,600	10.8%	58,700	11.4%	61,800	11.9%
		-		101.5%		105.6%		105.3%
ライフスタイルウェア	54,500	10.3%	47,090	9.2%	44,620	8.7%	43,880	8.4%
		-		86.4%		94.8%		98.3%
サッカー・フットサルウェア	38,400	7.2%	36,400	7.1%	36,650	7.1%	36,500	7.0%
		-		94.8%		100.7%		99.6%
野球・ソフトボールウェア	30,460	5.7%	29,630	5.8%	28,920	5.6%	28,830	5.5%
		-		97.3%		97.6%		99.7%
テニスウェア	26,900	5.1%	26,200	5.1%	25,100	4.9%	24,300	4.7%
		-		97.4%		95.8%		96.8%
スイムウェア	20,600	3.9%	19,200	3.7%	18,900	3.7%	19,100	3.7%
		-		93.2%		98.4%		101.1%
スキー・スノーボードウェア	17,300	3.3%	15,900	3.1%	15,400	3.0%	15,050	2.9%
		-		91.9%		96.9%		97.7%
フィットネスウェア	13,000	2.4%	13,750	2.7%	13,830	2.7%	14,210	2.7%
		-		105.8%		100.6%		102.7%
陸上競技・ランニングウェア	9,050	1.7%	10,830	2.1%	12,800	2.5%	14,110	2.7%
		-		119.7%		118.2%		110.2%
バスケットボールウェア	7,750	1.5%	7,570	1.5%	7,560	1.5%	7,580	1.5%
		-		97.7%		99.9%		100.3%
バレーボールウェア	5,200	1.0%	4,850	0.9%	4,800	0.9%	4,780	0.9%
		-		93.3%		99.0%		99.6%
その他ウェア	31,190	5.9%	32,840	6.4%	32,810	6.4%	33,460	6.4%
		-		105.3%		99.9%		102.0%
合計	531,250	100.0%	512,930	100.0%	514,370	100.0%	519,820	100.0%
		-		96.6%		100.3%		101.1%

注1:メーカー出荷金額ベース

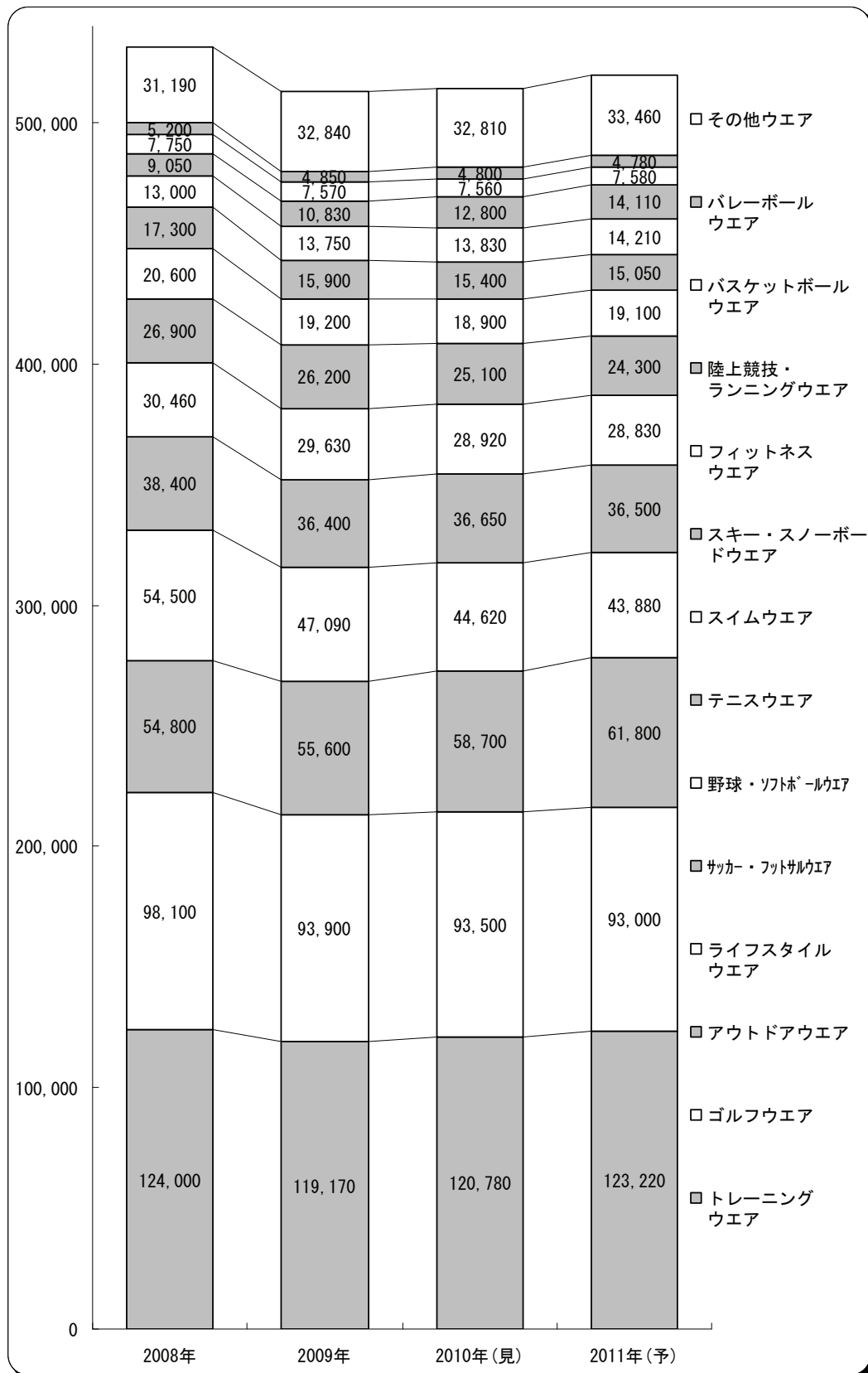
矢野経済研究所推計

注2:(見)は見込値、(予)は予測値

注3:本年からカテゴリーの見直しと追加を行ったため、全体市場規模等、過去の調査の数値と一致しない箇所がある。

図1. スポーツアパレル/カテゴリー別国内市場規模推移

単位:百万円



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

注6:本年からカテゴリーの見直しと追加を行ったため、全体市場規模等、過去の調査の数値と一致しない箇所がある。

矢野経済研究所推計