子ども用品市場は数量拡大へ

エヌピーディー・ジャパン／スポーツシューズ・アパレル調査

スポーツシューズ・アパレル市場情報サービス「Japan Sports Tracker」を提供するエヌピーディー・ジャパンはこのほど、子ども用市場を調査・分析し、その概要を公表した。それによると、直近1年（16年12月～17年11月）では数量ベースの拡大が成長をけん引しており、一般のスポーツシューズ・アパレル合計市場規模（予測）が低成長にとどまる見通しの中、高い成長率を維持している。しかし、少子化の進行は大きな懸念材料であり、市場成長を続けるためには、これからの国際大会も活用しながらスポーツ推進を働きかけていくことが重要とした。

17年予測で昨対8%増

「スポーツ使用」が鍵に

若年層の人口は減少しており、総務省統計局発表によると17年7月1日に前年同月比で総人口は0・16%減となった。人口減少が最も著しい年代は「15歳未満」で1・16%減となっている。そうした状況下、スポーツシューズとアパレルを合計した17年市場規模（予測）は、市場全体で2%と低い成長率にとどまるものの、子ども用市場は8%と高い成長率をキープしている。今回同社は、好調な子ども用品市場を調査・分析しレポートを公表した。概要は次の通り。

【子ども用の成長率が最大　数量ベースの拡大がけん引】

スポーツシューズとアパレルを合計した17年市場規模予測は1兆380億円。16年の成長率は8%だったが、17年予測は6㌽ダウンの2%となる。市場シェアの約55%を占める男性用は、16年は成長率が11%で市場全体のけん引役だった。しかし、17年予測では成長率は9㌽ダウンの2%と低調な結果となる。

一方で子ども用は、15年はマイナス成長だったものの、16年が9%、17年予測では8%であり、市場成長のけん引役となっている。シェアにおいても15年は女性より5㌽小さかったものの、17年予測では1㌽差まで追い上げてきている。

子ども用市場について、最新の直近1年（16年12月～17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ることがうかがえる。この期間の子ども用市場の前年同期比成長率は、金額ベースでは10%と好調で、数量ベースでは14%とさらに大きくなっている。購買平均価格はマイナス3%だった。

【「スポーツ使用」が市場成長の鍵】

子ども用スポーツシューズ・アパレル市場を使用用途別に、個数ベースで最新の直近1年（16年12月～17年11月）から同期2年分さかのぼって推移を見る。

「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」の変動ということが分かる。「スポーツ使用」は、15年12月～16年11月の1年間の対前年同期比はマイナス6%だった。しかし、最新の直近1年では対前年同期比がプラス17%と大きく回復している。

子ども用の「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年間では、市場シェアの1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、スポーツを頻繁に行う人がターゲットとなる。

サッカー回復、バスケ堅調

ビッグイベントで勢いを

【使用目的スポーツの1位は「屋外サッカー」】

子ども用スポーツシューズ・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年では、個数ベースでの特定スポーツ1位は「屋外サッカー」となった。

「屋外サッカー」となった。屋外サッカーでは、15年12月～16年11月の1年間の対前年同期比はマイナス成長だったが、最新の直近1年ではプラス成長に回復している。また、バスケットボールは2年連続のプラス成長となった。

若年層の人口減少は多くの産業で懸念材料となっており、スポーツ市場も何らかの対策を取らなければ自然に市場が衰退してしまうことになる。そうした中で回復が見られるサッカー、成長を続けるバスケットボールのポイントは何か。取り組みの一例を紹介する。

日本サッカー協会（JFA）は17年5月から、トヨタ自動車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る。また、今回の調査対象期間にワールドカップ予選が進行していたこと、その後、ワールドカップ出場を決めたことなどもサッカー市場回復のプラス材料になったとみられる。

一方、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16年9月に開幕し話題となったことが、子どものバスケットボールへの関心を高めたと考えられる。

今回の調査・分析によると、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・アパレルの子ども用市場はマイナス成長の後、プラス成長に転じている。しかしながら、少子化の進行は続き懸念材料であることには変わりない。

今回のレポートでは「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る」と総括。少子化の時代における市場成長の方向性を示した。

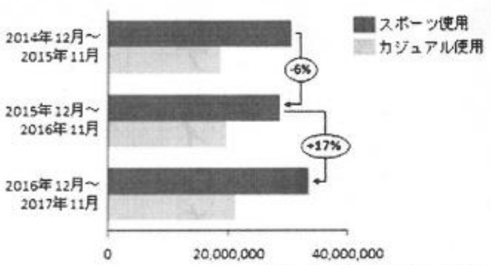
◇

現在、平昌で冬季五輪・パラリンピックが開催されている。同社が指摘している通り、今後、サッカーW杯、19年ラグビーW杯、2020東京オリ・パラとビッグイベントが続く中で、子どもたちにどうアプローチしていくか。関係業界をあげて、参加を促し継続させるための取り組みが求められる。

子どもたちへのスポーツ・運動参加促進が市場成長のカギ

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）



出典　NPD Japan Sports Trackerより

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