りも５％軽く、
かく、エネルギ
ンは10％高い。

シューズ

軽量で高フィット性を有するモデルとなる。

ミッドソールは２層構造で、下層部分に軽量でクッション性に優れた独自開発のスポンジ材「フライトフォーム」を採用。同社従来のあるデザインに仕上がった。

20周年記念モデル

るもの。ミッドソールにはブルックス独自の新素材、高反発ソール"DNA AMP"を採用。アッパーには、最先端のニッティング技術による独自の"フィットニットアッパー"を配し、より薄に、ま

化。総合的に次世代ランニングシューズになっている。

新ソールを搭載

エヌピーディー・ジャパン
韓国女性のスポーツシューズ市場分析

スポーツシューズ・アパレル市場情報サービス「Sports Tracker」を提供するエヌピーディー・ジャパンはこのほど、韓国のスポーツシューズ市場に関する市場分析を発表した。

韓国では、スポーツウエアやスポーツシューズのタウンユースが増加。女性着用のスポーツシューズでは、使用目的の60％がスポーツ以外（カジュアル用途）だった。今回のレポートでは、韓国女性のスポーツシューズ市場について分析している。（16年10月～17年9月計）

◇

「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している。女性着用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る（金額ベース16年10月～17年9月）。この数値は、前年同期とほぼ変わっていない。

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％減少している（16年10月～17年9月計データ）。もっとも下落幅が大きいのは14歳から34歳着用のグループで、同8％の減少となった。

この14歳から34歳着用のグループでは、PCや携帯を使ってのオンライン購入が4pts↑アップしている。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ひとつとなっている。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％アップしている結果となった＝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

【調査結果概要】

「スニーカーを1足も持っていない女性はいる。しかし、スニーカーを1足"しか"持っていない女性はいない」――と言われる韓国の女性スポーツシューズ市場。最近では、「スニーカーを1足も持っていない女性」も減少してきているという。

NPDグループのスポーツ業界アナリスト、Yujung Kim氏は「13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いことも多いが、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が早まる。購入サイクルの早さが価格を押し下げた要因でもある」と分析している。

日本では、女性着用のスポーツシューズのうち52％がスポーツ以外（カジュアル用途）の着用目的で、韓国よりも10ポイント近く低くなっている（個数ベース、16年10月～17年9月計）。ただし、「女性のスポーツシューズ市場全体はマイナス成長だが、カジュアル使いの市場に絞ると前年比2・3％プラス成長（金額ベース、16年10月～17年9月計）しており、カジュアル使いが今後の成長の鍵となる」（NPDグループスポーツ業界アナリスト・河端香織氏）。

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」にもある。韓国では職場でも日本よりもカジュアルな服装で業務する傾向がある。このことは、スポーツウエアを普段着使いする割合が日本よりも高いというデータからも分かる。

今後、「働き方改革がスポーツシューズの普段使いに影響する可能性も。終業後の過ごし方が変わりカジュアルな服装が平日でも一般的になることも想定される。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増えているので、通勤時に子どもの送り迎えも同時に行うお母さんも増える。子ども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、今後、スニーカー需要が高まるチャンスにもなる」（同河端氏）。