

2018-2019シーズン
のグループステー

出荷を開始し、全国のスポーツ用品店などで販売

は、モルテンサッカーボール

を得られる。また、超低感

さにアップし、より高

を、モルテンのフットボ

エヌピーディー・ジャパン

韓国トレアパ市場調査

ンスとスポーツブラのシェアが高いという。調査要旨は次の通り。

近年の韓国では、「ウェアとレギンスでシェア40%占める」

17年計の女性着用トレニング使用のアパレル内訳をみると、ジム・フィットネスに使用60%

スタジオスポーツに使用40%

「社員の方がプレミアムフライデーに会社を早帰りして取り組んだこと、第3位にスポーツがランクイン」とのこと。

17年、22歳以下を除くスポーツ使用目的のスポーツアパレル市場は、個数で見れば昨年比は男性着用はわずかに成長、女性着用の方が男性よりも高い成長率となっている。韓国と同じく女性に関しては

【女性着用トレニングアパレルが市場けん引、5年間の年平均成長率+24%】

韓国スポーツアパレル(13歳以下は除く)のうち、トレニング使用目的のアパレル購入は、13年から17年の5年間の年平均成長率(CAGR)が+18%と大きく成長し続けている。特に女性着用では年平均成長率が+24%と高く、市場のけん引役となっている。

「多くの人がより健康的なライフスタイルを求め、スポーツやフィットネスに参加しており、これが韓国のトレニングアパレル市場をけん引している」(NPDグループのアパレル市場の特徴)

「日本では『働き方改革』に関連して時間の使い方が話題になっている。余暇が増えた場合、スポーツも選択肢に入ってくる。プレミアムフラ

「社員の方がプレミアムフライデーに会社を早帰りして取り組んだこと、第3位にスポーツがランクイン」とのこと。

17年、22歳以下を除くスポーツ使用目的のスポーツアパレル市場は、個数で見れば昨年比は男性着用はわずかに成長、女性着用の方が男性よりも高い成長率となっている。韓国と同じく女性に関しては

女性着の拡大続く

スポーツブラ+レギンスが軸

スポーツシューズ・アパレル市場情報サービスを提供するエヌピーディー・ジャパンは5月29日、韓国スポーツアパレル市場に関する分析を発表した。それによると、韓国ではトレニング使用目的のスポーツアパレル購入が成長を続けており、特に女性が市場をけん引。女性需要ではレギ

ンスとスポーツブラのシェアが高いという。調査要旨は次の通り。

近年の韓国では、「ウェアとレギンスでシェア40%占める」

17年計の女性着用トレニング使用のアパレル内訳をみると、ジム・フィットネスに使用60%

スタジオスポーツに使用40%

「社員の方がプレミアムフライデーに会社を早帰りして取り組んだこと、第3位にスポーツがランクイン」とのこと。

17年、22歳以下を除くスポーツ使用目的のスポーツアパレル市場は、個数で見れば昨年比は男性着用はわずかに成長、女性着用の方が男性よりも高い成長率となっている。韓国と同じく女性に関しては

韓国スポーツアパレル 女性着用 トレーニング目的
ジム・フィットネスに使用60% スタジオスポーツに使用40%



OR
rt
A
ら
グ
オ
契約