

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

# サッカーシューズ+アパレル市場規模、 日本はフランスの 1.4 倍

2018 年 7 月 30 日

エヌピーディー・ジャパン株式会社

## <スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

# サッカーシューズ+アパレル市場規模、

## 日本はフランスの 1.4 倍

市場規模と消費者購買情報が分かるスポーツシューズ・アパレル市場情報サービス『Sports Tracker<sup>※1</sup>』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社(所在地：東京都港区、代表取締役：トーマス・リンチ)が、サッカーシューズ・アパレル市場に関する分析を 7 月 30 日に発表します。

2018 年前半は世界中がサッカー観戦に熱狂し、改めてサッカーが巨大な市場規模のスポーツであることが示されました。本分析は、世界的大会が購買行動に与える影響を他国の例から紹介します。また 2017 年 4 月～2017 年 3 月のサッカーシューズ+サッカーアパレル計市場規模を、世界 8 か国と比較したところ、日本は世界でもトップレベルの市場規模でフランスの 1.4 倍であることがわかりました。

## サッカーシューズ+アパレル計市場規模、日本はフランスの 1.4 倍

『Sports Tracker<sup>※1</sup>』では、世界 16 ヶ国で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をしています。

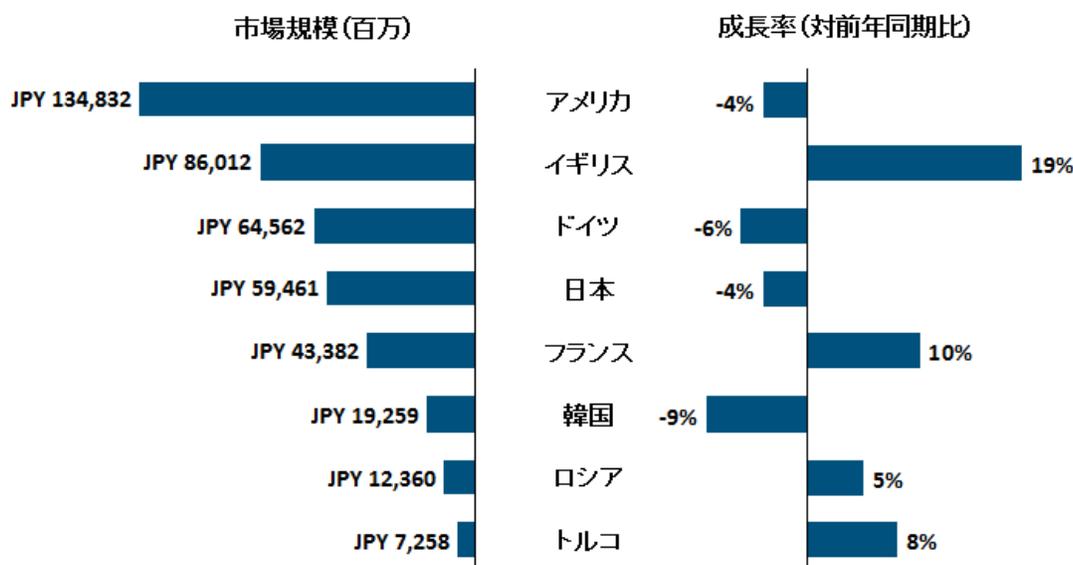
世界的にサッカー熱が高まりつつあった、2017 年 4 月～2018 年 3 月のサッカーシューズ+アパレル計の市場規模を世界の 8 か国（日本、韓国、アメリカ、ドイツ、イギリス、フランス、ロシア、トルコ）で比較してみると（図表 1）、日本の市場規模は 590 億円で 4 番目に大きく、フランスの約 1.4 倍、ドイツの 0.9 倍であることがわかりました。日本の人口はフランスの 2 倍、ドイツの 1.6 倍ですから人口比を考えるとまだヨーロッパの国々ほどの市場浸透ではないものの、市場規模は世界のトップクラスであることがわかります。韓国もサッカーが盛んなことで知られていますが、日本の市場規模は韓国の 3 倍です。人口は日本が韓国の 2.5 倍、GDP が 3 倍（IMF World Economic Outlook Database 2018 年 4 月版より計算）なので同じくらいの市場浸透です。

ここでもう一つ注目すべきはアメリカです。伝統的にはアメリカは野球、ヨーロッパはサッカーと言われアメリカではサッカーはあまり盛んではないように思われがちです。しかし 1994 年にサッカーの世界的大会の開

催国となったアメリカは、この大会後消滅していた国内リーグが再開され 2017 年 4 月～2018 年 3 月計ではサッカーシューズ+アパレルの市場規模がこの 8 か国の中で最大の 1340 億円です。

## ＜図表1＞ サッカーシューズ+サッカーアパレル計

### 国別 市場規模比較 昨年同期比成長率



2017年4月～2018年3月計

出典：NPD Sports Trackerより

## 世界的大会年は、ヨーロッパの市場規模が高い成長率

The NPD Group の分析によると、サッカーが歴史的に盛んなヨーロッパの国々ではサッカーシューズ・アパレル市場規模の成長は通常はほぼ横ばいで、2018 年のような大きな大会があった年には高い成長率となることが分かっています。しかし、日本においては、2017 年 4 月～2018 年 3 月計のサッカーシューズ・アパレル市場規模成長率はマイナスで、スポーツアパレルが大きく足を引っ張っています（特典データ）。

2018 年大会の主催国であるロシアについては、サッカーシューズは過去 3 年間 8%前後の高い成長率を維持しています。「サッカーはロシアでも以前からとても人気が高く身近なスポーツです。近年の変化と言えば、シューズでしょう。以前は普通のスポーツシューズでサッカーをしていました。しかし可処分所得の増加と、消費財が豊かになったことにより、近年は『サッカー専用シューズ』を履いてプレーするようになってきたこ

とで、大きく成長しています。」と NPD ロシアのカントリーマネージャー Vanifatova Maria は分析します。The NPD Group では、ロシアではサッカーシューズ市場が高い成長率を保っていますが、サッカーアパレル市場にも更なる成長の余地があると分析しています。サッカーが長い歴史を持つヨーロッパの国々では、スポーツシューズとアパレル計の市場に占めるサッカーアパレルのシェアは 3.3% ですが、ロシアではまだ 2.7% からです。

また、Maria は今大会に関連して「（大きな試合を主催する際に大切な）サッカーチームロゴ入りのウェアは主にファンやサポーター用です。これは通常のスポーツウェアとは異なり、主な購入場所はお土産物屋などです。しかしロシアでは、この販売体制がまだあまり整っていません」とも述べています。

## 2019 年、2020 年 メジャースポーツ大会の主催国となる日本

アメリカやロシアの世界的大会主催の例は、2019 年、2020 年にスポーツのメジャー大会 2 つの開催を控える日本の参考になります。

ロシアの例でサポーターウェアの流通が充分発達していないことへの反省からわかるように、イベント性を活かし、外国人観光客にも魅力を持ってもらえる購入場所や仕組みが必要となります。

アメリカの例からは、これまで衰退していたり日本が注目していなかったスポーツ種目に目を向け、新たな市場拡大の可能性が期待できます。

そして、サッカーへの関心が強いヨーロッパでは既に成熟した市場でありながらメジャー大会時の恩恵をより大きく受けているように、日本人自身がこれから開催する大会にどれだけ関心を持つことができるかが、経済への影響にも現れます。

※本内容をご覧の皆様向け特典について（2019年1月末まで）

特典データ「日本 サッカーシューズ・サッカーアパレル成長率(2017年4月～2018年3月計)」を無料でご提供いたします。ご希望の方は下記お問合せ先フォームにてご連絡下さい。

<https://www.npdjapan.com/contact-us/>

## \*1 Sports Tracker

スポーツシューズ・アパレル市場における全国の消費者購買行動を時系列で把握できる消費者パネルデータベースです。市場のトレンドやビジネスチャンス特定し売上を伸ばすために必要な、製品トレンドと消費者動向について包括的な情報が得られます。カテゴリ、ブランド、アイテムレベルで自社製品、競合他社製品のパフォーマンスを分析できます。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/solutions/sports/>

### Japan Sports Trackerとは

Japan Sports Trackerとは、スポーツアパレル・シューズ市場における全国の消費者購買行動を時系列で把握できる日本で唯一のパネルデータベースです。



### Japan Sports Trackerができること

日本国内のスポーツアパレル・シューズ市場における、チャネル・小売店・製品カテゴリ・ブランドのトレンドを時系列で捉えることが可能です。Sports Trackerを使うことで、購入者・利用者属性はもちろん自社・競合・市場全体の動向まで理解することができます。



## 調査データの転載について

本件で公開されている資料につきましては、ご使用用途によりますが、出典元を明記していただければ、基本  
的にご利用いただけます。

表記は「NPD Japan, エヌピーディー・ジャパン調べ」をお願いいたします。

ご使用前には必ず下記の問い合わせ先までご一報ください。

過去のレポートは、下記ページの「プレスリリース」よりご覧いただけます。

<http://www.npdjapan.com/solutions/sports/>

### ■ 本件に関するお問い合わせ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

担当：河端 香織（かわばた かおり）

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL : 03-5798-7663

FAX : 03-5798-7665

Email : [npdjapan.info@npd.com](mailto:npdjapan.info@npd.com)

### ■ 会社概要

会社名 エヌピーディー・ジャパン株式会社

英名 NPD Japan Ltd.

設立年月日 2003年 3月 31日

所在地 〒108-0074 東京都 港区高輪 3-23-17 品川センタービル 8F

TEL (03) 5798 - 7663

FAX (03) 5798 - 7665

資本金 80,000,000 円

株主 The NPD Group Inc. (100%)

代表者 トーマス・リンチ

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会