

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

# スポーツシューズ市場 ウォーキングシューズでウォーキン グするのは日本だけ？

## 日本の市場規模は欧州の 17 倍

2018 年 9 月 27 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＞

## スポーツシューズ市場 ウォーキングシューズのシェア 日本では米国の3倍、欧州の10倍以上

国内の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『Japan 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、ウォーキングシューズ市場に関する分析を9月27日に発表します。

日本での直近1年計（2017年7月～2018年6月）のスポーツシューズ市場ではウォーキングシューズ<sup>※2</sup>はカジュアルスポーツシューズ<sup>※3</sup>、ランニングシューズ、に次ぐ第3位の市場規模でシェアは14%でした。しかし同期間のウォーキングシューズのシェアは米国では4%、欧州5か国計（イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）では1%未満でした。本分析では、他国と比較しながら日本のウォーキングシューズ市場について検証します。

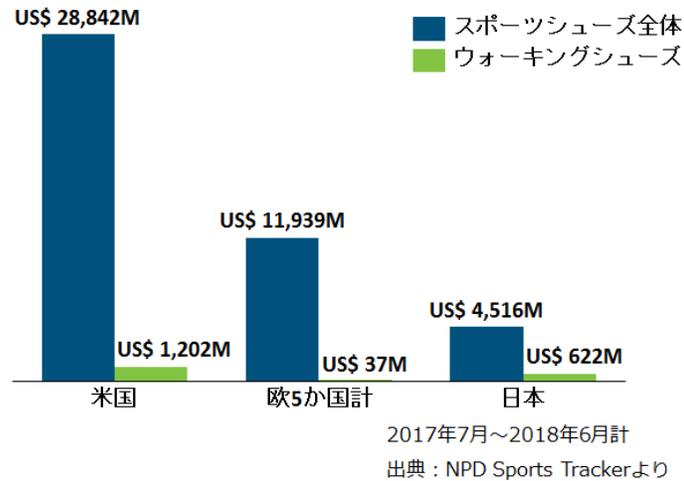
### 日本のウォーキング市場規模は欧州5大国の17倍

『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ます。

米国、欧州5か国（イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン）計、日本、の3地域での直近1年計（2017年7月～2018年6月 13歳以下を除く）のスポーツシューズ市場規模を比較すると、最大は米国の28,840百万USドル、日本の6.4倍の規模です。欧州5か国計は11,940百万USドル、日本の2.6倍の規模です。

同期間でのウォーキングシューズの金額シェアは、米国では4%、欧州5か国計では1%未満、日本では14%で、日本でのシェアは米国の3倍、欧州の10倍以上となります。ウォーキングシューズの市場規模を見ると、米国の0.52倍、欧州の17倍あり、日本のウォーキングシューズ市場が世界的に見ても大きいことがわかります（図表1）。

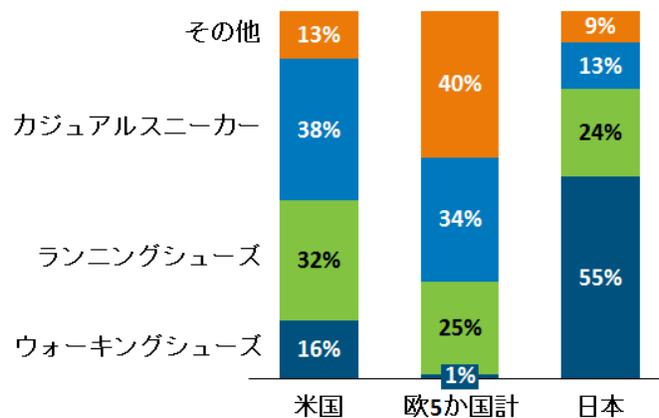
<図表1> スポーツシューズ全体 ウォーキングシューズ  
地域別市場規模（金額ベース M=百万USドル）



## ウォーキング専用シューズを履いてウォーキングするのは日本だけ？

直近1年計（2017年7月～2018年6月 13歳以下を除く）にウォーキング使用目的で購入されたスポーツシューズのカテゴリーについて調べました（図表2）。

<図表2> ウォーキング使用目的で購入した  
スポーツシューズカテゴリー  
地域別（金額シェア）



2017年7月～2018年6月計  
出典：NPD Sports Trackerより

ウォーキング使用目的で購入されたスポーツシューズのうち、日本ではウォーキングシューズがトップの金額シェアで 55%、続いて 24%がランニングシューズ、カジュアルスポーツシューズが 13%です。しかしアメリカではトップはカジュアルスニーカーで 38%、次いでランニングシューズが 32%、ウォーキングシューズは 16%です。欧州ではカジュアルスポーツシューズが 34%、ランニングシューズが 25%、ウォーキングシューズはわずか 1%です。

ウォーキング専用シューズを履いてウォーキングを行うのは日本では普通のことですが、他国では異なります。

日本での使用目的別の主要スポーツを見ると、ウォーキング使用目的でのシューズ使用頻度は他の使用目的スポーツより高く（特典データ）、ウォーキング目的使用はスポーツシューズ市場にとって大切なターゲットです。

日本ではウォーキングシューズ専門店が数多くあり、靴専門店や百貨店の靴売り場でもウォーキングシューズ専用コーナーがあります。日本ではウォーキングシューズが充実しており、スポーツシューズ市場はウォーキング市場をうまくとらえています。また消費者にとっても最適な靴が幅広い選択肢から選べることは望ましいことです。

## 日本ではウォーキングシューズの半数はカジュアルユーズに使用

直近 1 年計（2017 年 7 月～2018 年 6 月）、日本におけるスポーツシューズカテゴリーの中で 3 番目の市場規模（金額シェア 14%）であるウォーキングシューズの使用目的を調べました。1 位はスポーツ以外のカジュアル使用目的<sup>※4</sup>で金額シェア 48%、ウォーキング使用目的は 2 位で 29%でした。

ウォーキングシューズはかかと部分や底にウォーキングに最適な技術が使われており、歩きやすく疲れにくい構造になっています。形や素材はランニングシューズに近いものからスポーツウェア以外の服にも合う大人しいものまで幅広くあります。スポーツ庁が推奨するスニーカー通勤をウォーキングシューズがけん引することが期待されます。

※本内容をご覧の皆様向け特典について（2018年3月末まで）

特典データ「使用目的別 スポーツシューズ使用頻度（2017年7月～2018年6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 Japan 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日本で唯一の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。



### \*2 ウォーキングシューズ

ウォーキング用に設計・デザインされたシューズで、柔軟性・通気性がよく、足の甲やアーチをサポートします。

### \*3 カジュアルスポーツシューズ

スポーツ用シューズに似せてデザインされているが、スポーツ目的に作られているわけではなく、純粋にスタイル・ファッション目的で着用される、ノン・パフォーマンス・カジュアル・スニーカー

### \*4 使用用途

スポーツ使用 = 「スポーツ用のみ」「主にスポーツ用」「スポーツとそれ以外（普段着）に同程度」の計  
カジュアル使用 = 「主にスポーツ（普段着）以外」「スポーツ以外（普段着）用のみ」の計

## 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