ジム・フィットネスアパレル市場調査

エヌピーディー・ジャパン

25～44歳がけん引役

購買個数が作対10％増に

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、ジム・フィットネス使用目的のスポーツアパレル市場分析を公表した。それによると、ジム・フィットネスアパレルの市場規模は280億円で、購買個数ベースでは前年同期比10％増と成長しており、需要の潜在力を示す結果となった。要旨は次の通り。

◇

同社によると、直近1年計（17年12月～18年11月）のスポーツアパレル市場（12歳以下着用除く）の規模は3870億円であり成長率は0％。その中で、ジム・フィットネス使用は、スポーツ以外の使用、ランニング使用に次ぐ第3位の280億円となり、成長率は＋1％と購買金額ベースでは高い成長率ではなかった。

しかし、購買個数ベースでみると市場全体が成長率0％だったのに対して、ジム・フィットネスアパレル使用は＋10％と高い成長率になっている。

ジム・フィットネス使用目的のスポーツアパレルで購買個数ベースの成長が高く、購買金額ベースの成長率が低かったのは、比較的安価なアイテムが個数シェアを伸ばし（スポーツアンダーウエア4ポ増、スポーツ半ズボン2ポ増等）、比較的高価なアイテムの個数シェアが下がった（上下セット2ポ減、スウェット類2ポ減等）ことが要因とみられる。

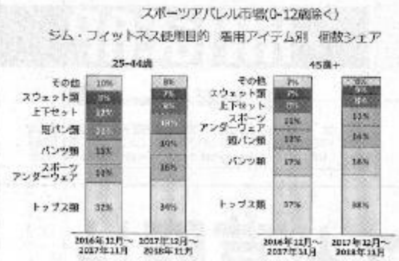
着用者年齢比率を購買個数ベースでみると、スポーツ使用目的全体では45歳以上の比率が35％程度なのに対して、ジム・フィットネス使用目的スポーツアパレルは45歳以上が約半数を占める。

ところが、直近1年では、ジム・フィットネス使用目的スポーツアパレルの45歳以上比率が6ポ減と大幅に減少した。これは、25～44歳の比率が大幅増（5ポ増）となり43％の比率となったため。25～44歳の層がこの市場の成長をけん引していることが分かる。

45歳以上と25～44歳について、購入アイテムを直近1年計の個数シェアで比較すると、25～44歳ではトップス類に続きスポーツアンダーウエアが16％で2位、対前年同期比4ポ増でシェアを伸ばしている。他方、45歳以上ではアンダーウエアは個数シェア12％で4位となった。購入先店舗形態でも2つの年齢グループに違いがあることが分かる。

25～44歳が増えたのは、暗闇エクササイズなど斬新なトレーニングが出てきたり、30代の人気女性トレーナーが美容目的のトレーニングを紹介するなど、同年代層をうまく捉えた結果とみられる。エクササイズの種類・目的の変化にともない購買アイテムも変化しており、メーカー・ブランドはこうした変化を認識して戦略を立てる必要が生まれる。

市場が購買個数ベースで成長したものの、購買金額ベースで成長していないことは、メーカー・ブランドにとってプラス材料ではないが、美容目的や斬新なトレーニングが惹きつけている年代であることから、価格は通常より高くても、機能やファッション志向のアイテムを投入することで単価アップの余地はある。


スポーツアパレル市場(0-12歳除く)
ジム・フィットネス使用目的　着用アイテム別　個数シェア

くの関係者なら古武道に関する全国的統括機関設

た。江戸期の平安な時代においては、武士の徳を

ていかなければならない」と、あいさつした。

ご臨席をいただいた高円宮妃殿下からは、「1000数百年の歴史を持

典・祝賀会会場でもそうした姿が目立っていた。

同協会では、設立40周年記念事業として『日本古武道協会40年史』（DVD付）を刊行、5月末に発行を予定している。式典翌日の「第42回日本古武道演舞大会」も設立40周年記念事業の一環として行われた。

日本古武道協会
設立四十周年記念式典・祝賀会
高円宮妃殿下㊨とともに40周年を祝う

演武大会には35流派が参加

者に救命技能認定証が手渡された。

この講習会は、救命の社会的インフラ（BYSTANDER＝バイスタンダー）の輪を広げ、安

長も「本講習会に参加いただく皆様には、"安全・安心な大会"を目指していくために、正しい対処法を学んでいただき、さらには東京マラソンだけでなく、東京マラソン以外のスポーツイベントにも、ぜひ役立ててほしい」と呼び掛けた。

参加した約[illegible]人は、心肺蘇

参加者は熱心に学習をした