

## スポーツシューズ・アパレル市場、リアル店舗への回帰が鮮明に

2024年1-3月、オンライン購入は前年同期比2%減

<スポーツシューズ・アパレル市場 調査レポート>

2024年7月11日

サカーナ・ジャパン株式会社

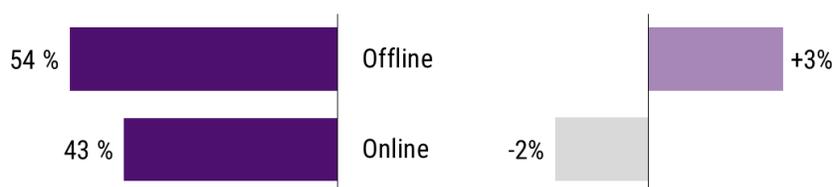
スポーツシューズ・アパレル市場情報サービス『Japan Sports Tracker<sup>\*1</sup>』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、2024年第1四半期のスポーツシューズ・アパレル市場概況分析レポートを2024年7月11日に公表します。

本分析レポートでは大きく以下のことが分かります。2024年第1四半期（1-3月）のスポーツシューズ・アパレル市場は、オンライン購入が前年同期比2%減でした。一方オフライン購入は前年同期比+3%増と、堅調に推移しました。

### 2024年第1四半期のスポーツシューズ・アパレル市場、オンライン購入が前年同期比2%減

2024年第1四半期（1-3月）のスポーツシューズ・アパレル市場は、オンライン購入が前年同期比2%減でした（図表1）。一方オフライン購入は前年同期比+3%増で、リアル店舗への回帰が鮮明になりました。

<図表1> 第1四半期 オンライン・オフラインシェアと成長率（2024年 vs. 2023年）



出典：Circana Sports Tracker

サカーナ・ジャパンのスポーツ事業部シニアマネージャーである、伊藤和正（いとう・かずまさ）は、「オンライン購入が減少したのは21年第4四半期以来、約2年ぶりとなります。背景としてはコロナの影響から人流が完全に回復したこと、また消費者にとってシューズやアパレルの購入という『モノ』消費より、ショッピング体験という『コト』消費がより重要になってきていることを反映しています。またこ

れはメーカーにとっては、今後の販売戦略や出店戦略の見直しが必要になることを意味しています。」と話します。

---

#### \*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。カテゴリー、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/>

---

#### ■本件に関するお問い合わせ先

サカーナ・ジャパン株式会社

担当：伊藤 和正（いとう かずまさ）

〒108-0023 東京都港区芝浦 3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL : 03-5798-7663

Email : [circanajapan.info@circana.com](mailto:circanajapan.info@circana.com)

#### ■会社概要

会社名 サカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更）

英名 Circana Japan Ltd.

設立年月日 2003年 4月 31日

所在地 〒108-0023 東京都港区芝浦3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL (03) 5798 - 7663

資本金 80,000,000円

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

代表者 ケビン・ソー