

スポーツアパレル市場に関する調査を実施（2016年）

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内スポーツアパレル市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2016年8月～11月
2. 調査対象:スポーツ関連企業(メーカー・卸売業・小売業)
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに郵送アンケートによる調査を併用

＜スポーツアパレル市場とは＞

本調査におけるスポーツアパレル市場とは、トレーニングウェア、ゴルフウェア、アウトドアウェア、ライフスタイルウェア、サッカー・フットサルウェア、野球・ソフトボールウェア、テニスウェア、陸上競技・ランニングウェア、スイムウェア、バスケットボールウェア、スキー・スノーボードウェア、フィットネスウェア、その他ウェアの13分野を指す。その他ウェアには、バレーボールウェア、柔道着、空手着、ラグビーウェア、マリンスーツ、卓球ウェア等が含まれる。

＜機能性アンダーウェアとは＞

本調査における機能性アンダーウェアとは、着圧することによって運動機能の向上や疲労対策、体幹や姿勢をサポートする商品や、発熱、冷却など温感対策機能を謳った商品をさす。本調査における同市場規模は、スポーツアパレル市場規模の内数であり、各カテゴリーにおけるアンダーウェアとしてそれぞれ含まれている。

＜スポーツサポーターとは＞

本調査におけるスポーツサポーターとは、運動時における関節部分への衝撃吸収および運動機能補助を主たる目的としたもので、「テーピング」「股間に当てるもの」「磁気等を使用したネックレス類」を除く。また、スポーツ流通小売業にて販売しているブランドを対象としており、医療施設や薬局(ドラッグストアを含む)で販売されているものは含まない。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年のスポーツアパレル国内出荷市場は、前年比101.0%とプラス成長の見込

2016年のスポーツアパレル国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比101.0%の5,255億5,000万円の見込みである。サッカー・フットサルウェア、野球・ソフトボールウェア、テニスウェア、スキー・スノーボードウェアが前年割れとなったものの、その他の8カテゴリーにおいては前年を上回る見込みとなっている。ただし、暖冬など天候不順による影響がウェアの需要を大きく左右することから、寒さの本格化が遅れるなどして単価の高い冬物衣料の動きが鈍くなった場合には見込みを下回る可能性もある。

◆ 2016年のトレーニングウェア市場は、前年比101.0%の1,223億円に拡大の見込

2016年のトレーニングウェア国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比101.0%の1,223億円の見込みである。メーカー各社において、売上金額重視から利益重視の方針にシフトし、2014年から2015年頃にかけて出荷量を抑制するという動きが見られ、その結果としてマークダウン品(特価処分品)比率の低下、販売単価の上昇という効果が表われたことから、出荷金額の拡大を見込む。

◆ 2016年のライフスタイルウェア市場は、上位ブランドの好調に牽引されプラス成長の見込

2016年のライフスタイルウェア国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比102.9%の422億円の見込みである。この2～3年ほどカジュアルシーンで「スポーツミックス」というスタイリングがトレンドとなっており、セレクトショップがスポーツブランドのアイテム取扱数を増やしてきたが、2016年もその傾向が続いたことで出荷拡大を見込む。ただ、カジュアルウェアの流行の変遷は早く、2016年後半には勢いに陰りが見られるという関係者の声が増えている。

◆ 資料体裁

資料名:「2017年版 スポーツアパレル市場動向調査」
 発刊日:2016年11月30日
 体裁:A4判 579頁
 定価:145,000円(税別)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝
 設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL:<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

プレスリリース

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2016年のスポーツアパレル国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比101.0%の5,255億5,000万円の見込みである。サッカー・フットサルウェア、野球・ソフトボールウェア、テニスウェア、スキー・スノーボードウェアが前年割れとなったものの、その他の8カテゴリにおいては前年を上回る見込みとなっている。以下、2016年のカテゴリ別市場概況を記述する。

1-1. トレーニングウェア

天候不順などの可能性、カジュアルブランドのスポーツウェア強化など外部環境下で厳しい要因は多いものの、近年の総合スポーツメーカーの方針転換(売上金額重視から利益重視への転換)による出荷量抑制策が功を奏して、マークダウン品(特価処分品)比率の低下や販売単価の上昇が見られたことにより、前年比101.0%の1,223億円を見込む。

1-2. ゴルフウェア

需要が上向いているとはいえないものの、需給バランスを適正にして販売単価の上昇を図るメーカーが増えていることから、前年比100.4%の923億円を見込む。

1-3. アウトドアウェア

ウェア需要がこれまでほど伸びているとは言えないものの、メーカー直営店の出店を増やすとともに、カジュアルシーンで街着として着用されるライフスタイル向け商品の提案を強化する上位ブランドの出荷が大きく伸びていることで、前年比102.9%の845億7,000万円を見込む。

1-4. ライフスタイルウェア

この2~3年ほどカジュアルシーンで「スポーツミックス」というスタイリングの人气が続いていることにより、セレクトショップがスポーツブランドのアイテム取扱数を増やしてきたが、2016年もその傾向が継続しており、前年比102.9%の422億円を見込む。一方で、2016年後半頃からセレクトショップ向けの出荷がしづらくなってきたというメーカー担当者の声も聞かれ、今後に向けての不安材料も散見される。

1-5. サッカー・フットサルウェア

ワールドカップブラジル大会後の若年プレイヤー数の減少に加え、競技を特定しないトレーニングウェアとのカニバリゼーション(共喰い)現象がみられ、特に大手スポーツ量販店における苦戦が続いており、前年比99.7%の325億円を見込む。

1-6. 野球・ソフトボールウェア

競技人口の減少や前年の暖冬の影響により、秋冬物の在庫が持ち越された中で2016年も天候不順により店頭における秋冬物販売の出足が鈍くなっていることから、前年比99.9%の283億7,000万円を見込む。

1-7. テニスウェア

学校の部活動層を中心として、ファストファッションブランドのスポーツラインのウェアやトレーニングウェアを着用してプレーする傾向が強まっており、店頭販売が苦戦していることから、前年比98.7%の230億7,000万円を見込む。

1-8. 陸上競技・ランニングウェア

市民ランナーの増加等により、ウェア需要が引き続き増加していることに加え、前年に出荷供給抑制策を実施していたメーカーが流通在庫の整理に目途がついたとして再び出荷を緩和したこともあり、前年比105.0%の166億5,000万円を見込む。

1-9. スイムウェア

主要メーカーが前年に出荷量の調整をして在庫整理を進めたことで、2016年発売のリオデジャネイロオリンピック戦略モデルがマークダウン品(特価処分品)比率の低いまま、店頭販売が好調に推移しており、前年比104.0%の150億2,000万円と微増成長を見込む。

1-10. バasketボールウェア

公式試合で着用するウェアのサイズ規定変更により、ゲームウェアの買替需要が発生したため、前年比103.9%の113億5,000万円とプラス成長を見込む。

1-11. スキー・スノーボードウェア

前年の暖冬による雪不足の影響で、前シーズンモデルの流通在庫が大量に持ち越されており、メーカーからの出荷が進みづらくなっていることから、前年比87.4%の109億9,000万円を見込む。

1-12. フィットネスウェア

ヨガへの参加人口増加が続いており、それに牽引され、関連するフィットネスウェアの店頭販売も好調に推移しており、前年比104.0%の100億8,000万円を見込む。

2. 将来予測

2017年のスポーツアパレル国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は前年比102.3%の5,377億9,000万円にて推移すると予測する。カテゴリ別では、テニスウェア、スキー・スノーボードウェアが前年割れする一方、その他の10カテゴリについてはプラス成長になるものと予測する。但し、スポーツアパレル市場においては、暖冬や冷夏など天候不順による影響がウェアの需要を大きく左右することから、気候変動によりカテゴリによっては予測を下回る可能性もある。

表 1. スポーツアパレル/カテゴリー別国内市場規模推移

単位:百万円、 上段:構成比、下段:前年比

	2014年		2015年		2016年(見)		2017年(予)	
		%		%		%		%
トレーニングウェア	122,000	23.5%	121,100	23.3%	122,300	23.3%	125,000	23.2%
		-		99.3%		101.0%		102.2%
ゴルフウェア	89,600	17.3%	91,900	17.7%	92,300	17.6%	94,200	17.5%
		-		102.6%		100.4%		102.1%
アウトドアウェア	78,400	15.1%	82,210	15.8%	84,570	16.1%	88,120	16.4%
		-		104.9%		102.9%		104.2%
ライフスタイル ウェア	39,600	7.6%	41,000	7.9%	42,200	8.0%	43,600	8.1%
		-		103.5%		102.9%		103.3%
サッカー・ フットサルウェア	36,600	7.1%	32,600	6.3%	32,500	6.2%	32,900	6.1%
		-		89.1%		99.7%		101.2%
野球・ ソフトボールウェア	27,820	5.4%	28,390	5.5%	28,370	5.4%	29,100	5.4%
		-		102.0%		99.9%		102.6%
テニスウェア	23,330	4.5%	23,370	4.5%	23,070	4.4%	22,930	4.3%
		-		100.2%		98.7%		99.4%
陸上競技・ ランニングウェア	16,160	3.1%	15,860	3.0%	16,650	3.2%	17,720	3.3%
		-		98.1%		105.0%		106.4%
スイムウェア	14,660	2.8%	14,440	2.8%	15,020	2.9%	15,270	2.8%
		-		98.5%		104.0%		101.7%
バスケットボール ウェア	10,770	2.1%	10,920	2.1%	11,350	2.2%	11,600	2.2%
		-		101.4%		103.9%		102.2%
スキー・ スノーボードウェア	13,690	2.6%	12,580	2.4%	10,990	2.1%	10,840	2.0%
		-		91.9%		87.4%		98.6%
フィットネス ウェア	9,650	1.9%	9,690	1.9%	10,080	1.9%	10,260	1.9%
		-		100.4%		104.0%		101.8%
その他ウェア	36,000	6.9%	36,100	6.9%	36,150	6.9%	36,250	6.7%
		-		100.3%		100.1%		100.3%
合 計	518,280	100.0%	520,160	100.0%	525,550	100.0%	537,790	100.0%
		-		100.4%		101.0%		102.3%

矢野経済研究所推計

注 1:メーカー出荷金額ベース

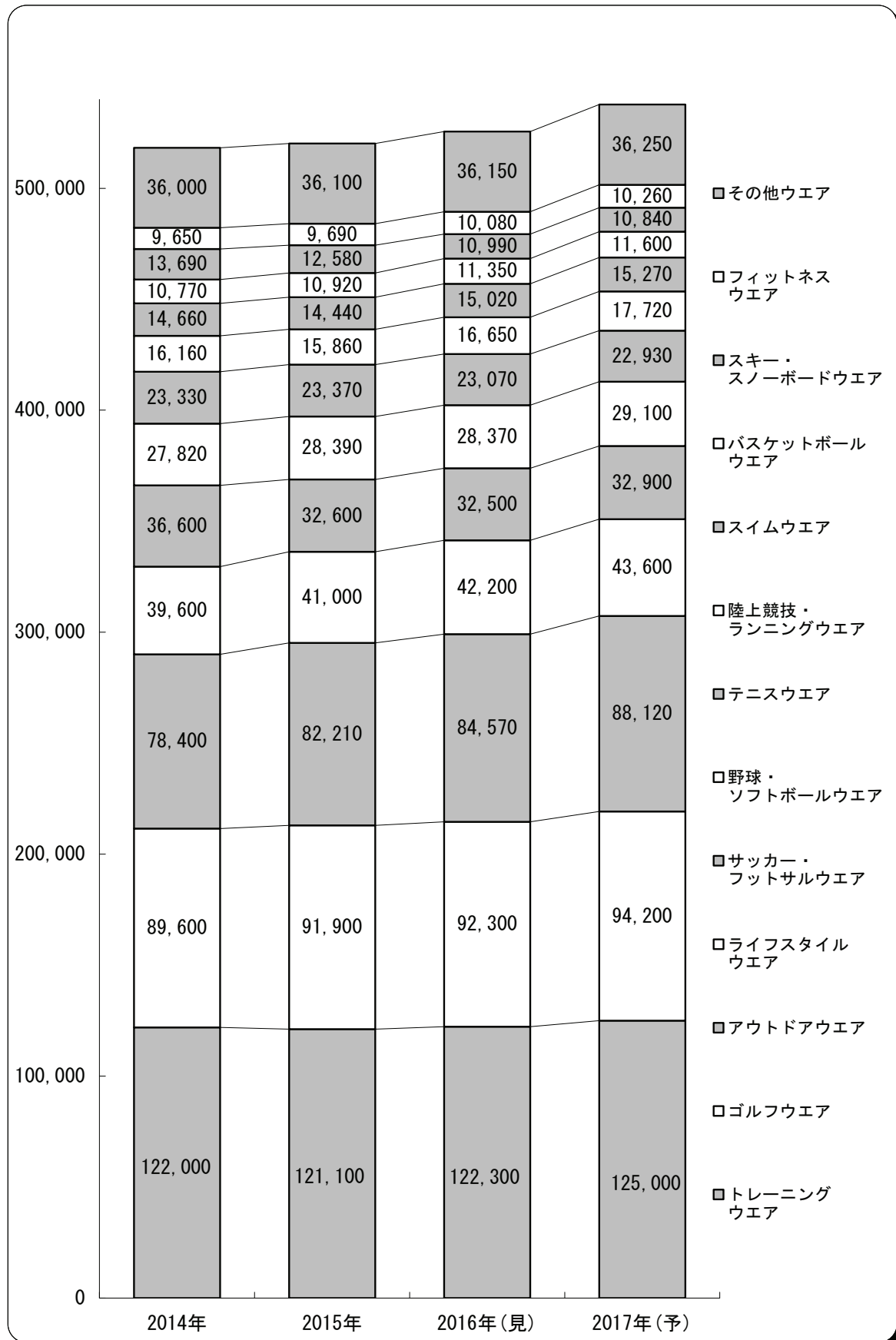
注 2:2016 年は見込値、2017 年は予測値

注 3:その他ウェアには、バレーボールウェア、柔道着、空手着、ラグビーウェア、マリンスーツ、卓球ウェア等が含まれる

注 4:四捨五入のため、表データ内の比率が一部異なる

図1. スポーツアパレル/カテゴリー別国内市場規模推移

単位:百万円



矢野経済研究所推計

注5: メーカー出荷金額ベース

注6: 2016年は見込値、2017年は予測値

注7: その他ウェアには、バレーボールウェア、柔道着、空手着、ラグビーウェア、マリンスーツ、卓球ウェア等が含まれる。

プレスリリース

3. 注目動向

3-1. 機能性アンダーウェア

本調査における機能性アンダーウェアとは、着圧することによって運動機能の向上や疲労対策、筋肉や関節のサポート、体幹や姿勢を補整するタイプの「コンプレッション・サポート系アンダーウェア」と、発熱、冷却など温感機能を謳ったタイプの「体温調整系アンダーウェア」を対象としている。2016年の機能性アンダーウェア国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比105.6%の332億5,000万円の見込みである。

コンプレッション・サポート系アンダーウェアは、トップスとボトムスに分類することができ、トップスは店頭における販売の厳しさが続いているものの、前年に出荷量を抑制していたアンダーアーマーが再び供給を緩和し大幅な出荷増となる見込みであることから、市場全体も成長見通しとなっている。一方、ボトムスもランニングへの参加人口増加に支えられて成長の見込みである。

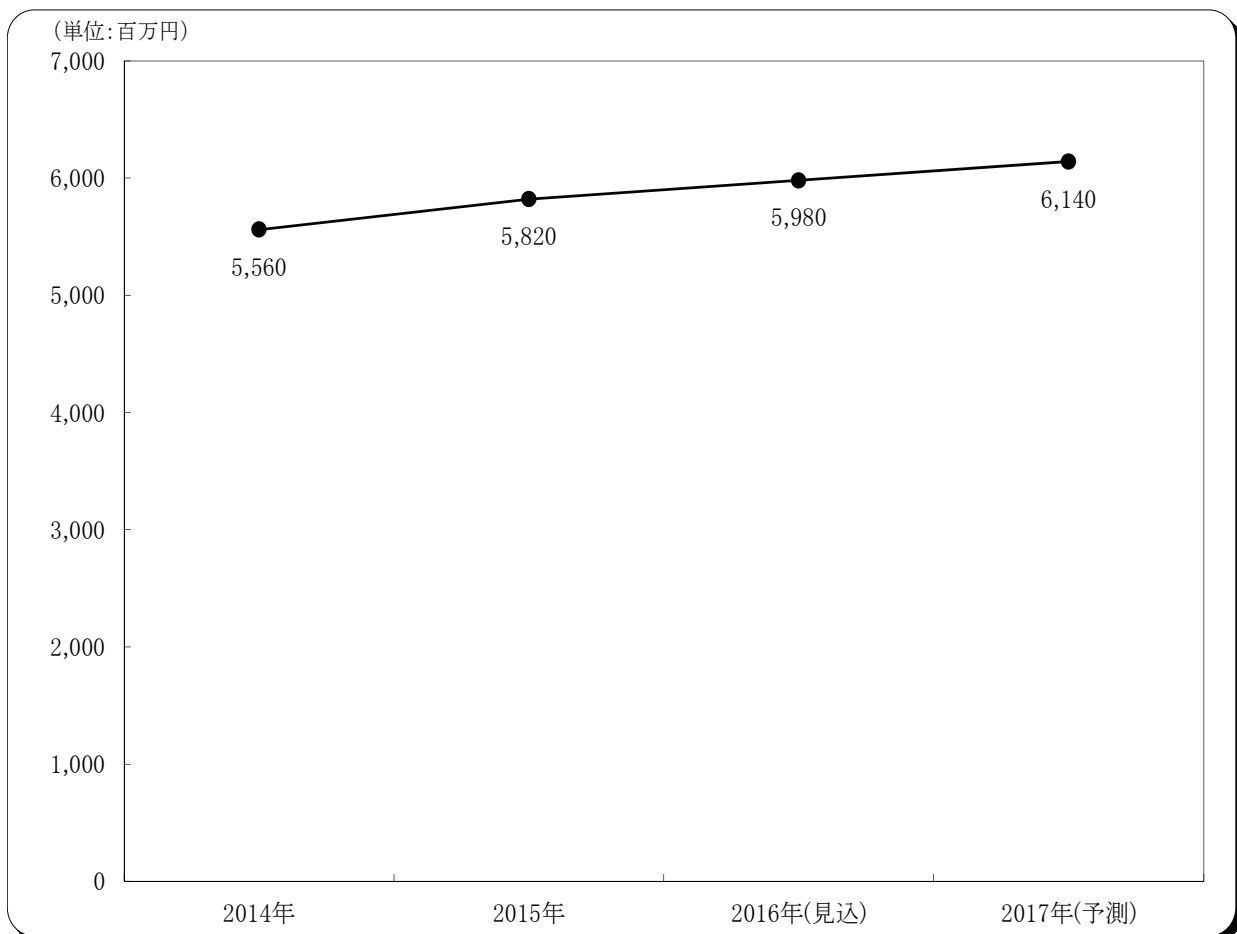
体温調整系アンダーウェアは、これまでの主用途であったゴルフやアウトドアでの需要が伸びず、引き続き厳しい状況であるが、上位ブランドのメーカーが日常用途での利用需要の取り込みを図り、出荷量を拡大していることから、プラス成長を見込む。

3-2. スポーツサポーター

本調査におけるスポーツサポーター国内出荷市場規模は、国内のスポーツ流通小売業にて販売しているブランドを対象として算出しており、医療施設や薬局(ドラッグストアを含む)で販売されているものは含まない。2016年のスポーツサポーター国内出荷市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比102.7%の59億8,000万円の見込みである。

シニア層のスポーツへの参加増加に伴い、関節に痛みや違和感を持ちやすいプレイヤーが増えていることでスポーツサポーターの需要が拡大していることから、プラス成長を見込む。

図2. スポーツサポーター市場規模推移



矢野経済研究所推計

注8: メーカー出荷金額ベース

注9: 2016年は見込値、2017年は予測値

注10: 国内のスポーツ流通小売業にて販売しているブランドを対象とし、医療施設や薬局(ドラッグストアを含む)で販売されているものは含まない。