

アスレジャー市場に関する調査を実施(2018年)

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のアスレジャー市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2018年1月～3月
2. 調査対象: 国内スポーツ用品メーカー、同卸売業、同小売業、総合・一般アパレルメーカー、同小売業等
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、ならびに文献調査併用

<アスレジャー市場とは>

アスレジャー(athleisure)とはアスレチック(athletic)とレジャー(leisure)を組み合わせた造語で、スポーツウェアやトレーニングウェアを日常生活のなかで着用するといったスタイルをさす。

本調査におけるアスレジャー市場とは、スポーツブランドのアパレル、シューズで、外出用の普段着として使用されているもの、および一般カジュアルブランドの商品で、「スポーツ」をコンセプトにしたアパレルを対象とする。

【調査結果サマリー】

◆ 2017年の国内アスレジャー市場規模は8,588億4,000万円の見込

2017年の国内アスレジャー市場規模は小売金額ベースで8,588億4,000万円を見込む。その約半数(50.3%)をスポーツシューズが占める。一般カジュアルブランドが販売するスポーツスタイルのカジュアルアパレルも23.0%と、市場全体の4分の1程度を占める。スポーツブランドのスポーツアパレルは26.7%を占める。

◆ 2020年に向けアスレジャー市場は拡大の見通し

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、運動・スポーツへの関心の高まりとともに、当面アスレジャー需要は好調に推移するものと考え。スポーツアパレル、スポーツシューズ、カジュアルアパレルの各カテゴリーで市場が拡大し、2020年の国内アスレジャー市場規模は小売金額ベースで8,926億3,500万円を予測する。

◆ 今後も幅広い消費者需要を受けて拡大を続けるアスレジャー市場

アスレジャーはスポーツとカジュアル、ライフスタイルを融合したファッションとして定着しつつあり、消費者の健康維持への関心の高さやシニア層のスポーツ参加率の高まりなど幅広い消費者需要を受けて、今後も成長を続けるものと考え。

◆ 資料体裁

資料名:「アスレジャー市場の展望と関連企業の事業戦略」
 発刊日:2018年3月23日
 体裁:A4判 174頁
 定価:130,000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/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 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。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

アスレジャー (athleisure) とはアスレチック (athletic) とレジャー (leisure) を組み合わせた造語で、スポーツウェアやトレーニングウェアを日常生活のなかで着用するといったスタイルをさす。本調査ではスポーツブランドのアパレル、シューズで、外出用の普段着として使用されているもの、および一般カジュアルブランドの商品で、スポーツをコンセプトにしたアパレルを対象としている。

2017年の国内アスレジャー市場規模は小売金額ベースで8,588億4,000万円を見込む。内訳はスポーツスニーカーを中心としたスポーツシューズが市場全体の50.3%を占め、最も高い構成比となっている。一般カジュアルブランドが販売しているスポーツスタイルのカジュアルアパレルも23.0%を占めている。

昨今のアウトドアブランドのウェアやザック、シューズを日常使いする消費者需要やスニーカーブームやランニングブームなどを背景に、スポーツブランドの展開するストレッチ性や吸汗速乾性、着心地の良さなど、機能性の高いウェアやシューズに幅広い消費者層の関心が高まっている。

アスレジャーはスポーツとカジュアル、ライフスタイルを融合したファッションとして定着しつつあり、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、運動・スポーツへの関心の高まりとともに、当面アスレジャー需要は好調に推移するものと考えられる。

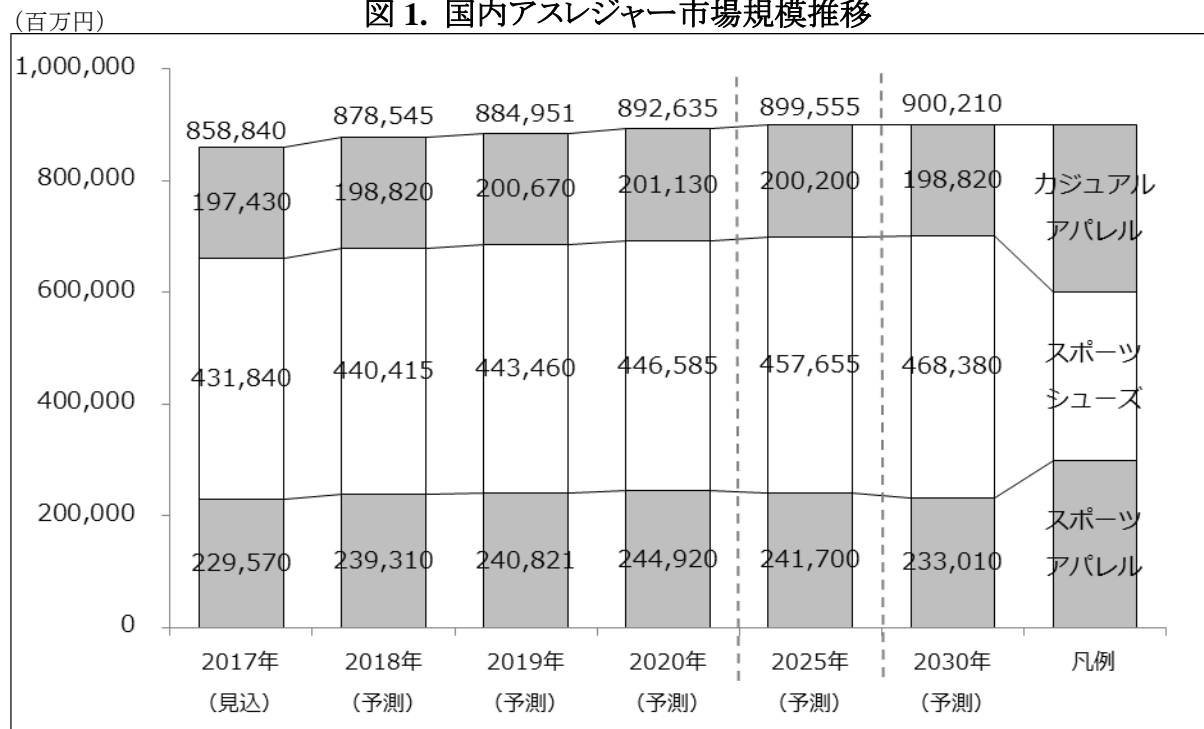
また消費者の健康維持への関心の高さやシニア層のスポーツ参加率の高まりもアスレジャー需要を後押しするものとみる。

一方、クールビズやウォームビズ、スニーカー通勤などの政策的な取組みもあり、ビジネスにおいてもカジュアルな服、カジュアルの中でもコンフォート(快適)なものに対する需要は高まっているものとみる。

こうしたなか、2020年の国内アスレジャー市場規模は8,926億3,500万円、2030年には9,002億1,000万円までの拡大を予測する。

アパレルに関しては人口減少と共にアパレル市場全体が縮小トレンドにあり、アスレジャーのアパレルも少なからずその影響を受けることが見込まれるものの、スポーツをするうえで、あるいはアスレジャースタイルのコーディネートをするうえで、最も重要なアイテムであるフットウェアの需要は拡大を続け、アスレジャー市場の成長を支えるものと推察する。

図 1. 国内アスレジャー市場規模推移



注1. 小売金額ベース

矢野経済研究所推計

注2. アスレジャー市場とは、スポーツブランドのアパレル、シューズで、外出用の普段着として使用されているもの、および一般カジュアルブランドの商品で、「スポーツ」をコンセプトにしたアパレルを対象とする。

注3. (見込)は見込値、(予測)は予測値