

報道関係各位

2024年5月29日
株式会社クロス・マーケティング

普段着の「スポーツブランドの服」保有者は半数 着ている人を見ると「アクティブでいい感じ」

－スポーツブランドに関する調査（2024年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「スポーツブランドに関する調査（2024年）」を実施しました。普段着としてスポーツブランドを着ている人はどの程度いるのでしょうか。今回は、「スポーツブランドの服の着用状況」「スポーツブランドの服を着るときの自分の気持ち」「スポーツブランドの服を着ている人を見て思うこと」「好きなスポーツブランドとその理由」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240529sportsbrands/>

■調査結果

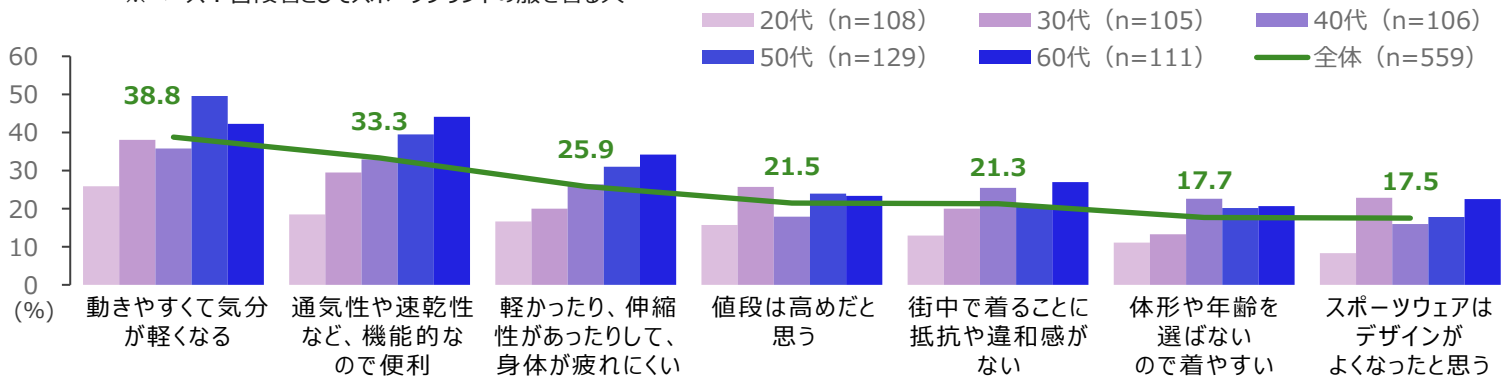
- ✓ **スポーツブランドの服を持っている人は50.8%で、普段、着ている人は14.4%。**
男性の方が服の保有率が高く、男性20～40代で着用率が2割前後と高い。また、運動を日常的にしている人ほどスポーツブランドの服を普段から着ている様子が見える。〈図1〉
- ✓ **普段着としてスポーツブランドの服を着るときの気持ちは、「動きやすくて気分が軽くなる」「通気性や速乾性など、機能的なので便利」「軽かったり、伸縮性があって、身体が疲れにくい」がTOP3。**
上位3項目は特に50代・60代で高く、機能性の高さから着用されている傾向が見られる。〈図2〉
- ✓ **普段、スポーツブランドの服を着ている人を見ると、「アクティブな感じでいいと思う」「カジュアルに着こなしてかっこいいと思う」「スポーツが好きなんだと思う」が2割台。**
女性の方が「アクティブな感じでいいと思う」「カジュアルに着こなしてかっこいいと思う」などポジティブなイメージが高い。〈図3〉
- ✓ **好きなスポーツブランドは「アシックス」「アディダス」「ナイキ」「ニューバランス」「ミズノ」などがあげられ、好きな理由としては「子どもの頃から着ているので馴染みがある」「ロゴ・デザインが好き」といった回答が見られた。〈図4〉**

〈図1〉 スポーツブランドの服の着用状況（単一回答） ※スポーツをするとき以外での普段着としての着用状況を聴取

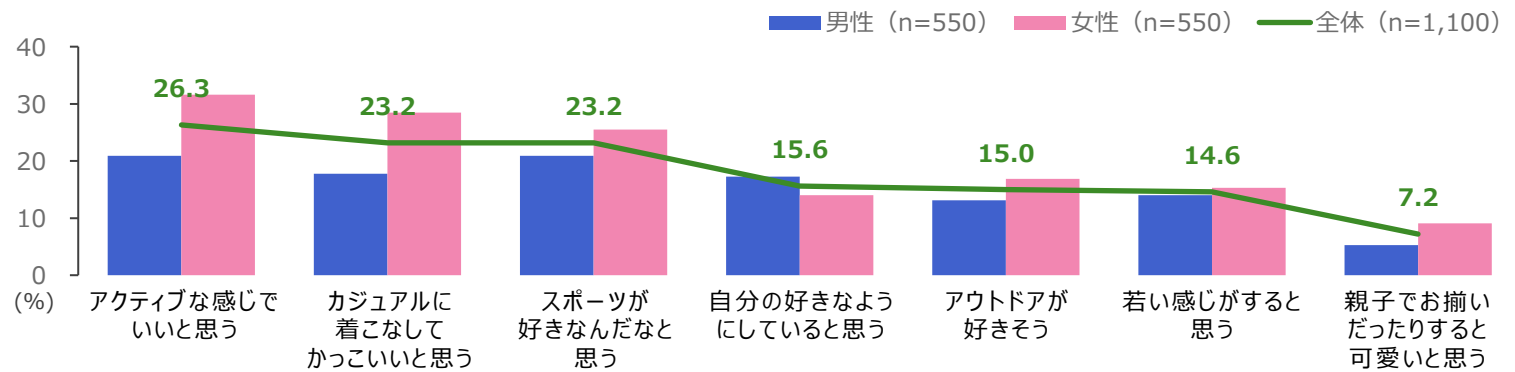
		n=	スポーツブランドの服しか着ない	スポーツブランドの服はよく着る	普段着用は何着かは持っている	スポーツブランドの服は全く着ない/持っていない	着る計	持っている計
全体		(1,100)	2.5 11.9	36.5	49.2		14.4	50.8
男性	20代	(110)	7.3 18.2	29.1	45.5		25.5	54.5
	30代	(110)	4.5 14.5	39.1	41.8		19.1	58.2
	40代	(110)	3.6 18.2	38.2	40		21.8	60.0
	50代	(110)	1.8 15.5	46.4	36.4		17.3	63.6
	60代	(110)	1.8 12.7	40.0	45.5		14.5	54.5
女性	20代	(110)	1.8 10.0	31.8	56.4		11.8	43.6
	30代	(110)	2.7 5.5	29.1	62.7		8.2	37.3
	40代	(110)	9.1	27.3	63.6		9.1	36.4
	50代	(110)	8.2	45.5	46.4		8.2	53.6
	60代	(110)	0.9 7.3	38.2	53.6		8.2	46.4
スポーツ頻度	週1日以上	(377)	5.0 22.5	49.3	23.1		27.6	76.9
	月1～年1日程度	(184)	2.2 15.8	53.8	28.3		17.9	71.7
	それ以下 (年に1日未満)	(539)	3.2 21.5	74.6		3.9	25.4	

<図2> 普段着としてスポーツブランドの服を着るときの自分の気持ち TOP7 (複数回答)

※ベース：普段着としてスポーツブランドの服を着る人



<図3> 普段着としてスポーツブランドの服を着ている人を見て思うこと TOP7 (複数回答)



<図4> 好きなスポーツブランドとその理由 (自由回答一部抜粋)

● アシックス

- デザインが好き。物心ついたから見慣れている (男性30代)
- ランニングシューズとして、自分に合い、かつ優れていると感じるから (男性40代)

● アディダス

- 子供の頃から着ていたので馴染みがある (男性30代)
- 定番なので。ディズニーコラボもあったりして良い (女性30代)
- オシャレなデザインが多く全身コーデできる (女性40代)
- 好きなサッカーチームのスポンサー (女性50代)

● ナイキ

- 子どもの頃から使っているから (男性20代)
- スポーツウェアとしても、カジュアルに着こなせるし、スニーカー、お洒落アイテムとしても最高 (男性30代)
- ブランドロゴが好きだから (女性20代)
- 動きやすさはもちろん、オシャレで可愛い (女性30代)

● ニューバランス

- Nマークが好き。特にシューズが最高 (男性50代)
- スポーツでない場面でも身につけられるデザインが多いから(特にシューズ) (女性20代)
- 女性らしい雰囲気があるから (女性50代)
- ウェアのサイズが、小さいものもあって、うれしい。 (女性60代)

● ミズノ

- ロゴマークがかっこいいから (男性30代)
- バレーボールをしていて、ウェアが着用しやすいので (女性60代)

■ 調査項目

- 属性設問
- 好きなスポーツブランドとその理由
- スポーツブランドの服の着用状況
- 普段着としてスポーツブランドの服を着るときの自分の気持ち
- 運動・スポーツをする頻度
- 普段着としてスポーツブランドの服を着ている人を見て思うこと

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240529sportsbrands/>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
- 調査地域 : 全国47都道府県
- 調査対象 : 20～69歳の男女
- 調査期間 : 2024年5月24日 (金) ～26日 (日)
- 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
- 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
- 設立 : 2003年4月1日
- 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
- 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」