

スポーツブランド の関心度

福岡県居住者の
「スポーツブランド」に関する調査

2024年9月

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳～79歳の男女

3. 調査時期

2024年7月5日（金）～7月12日（金）

4. 調査規模

429サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	165	38.5
女性	264	61.5
全体	429	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	10	2.3
30代	81	18.9
40代	83	19.3
50代	92	21.4
60代	103	24.0
70代	60	14.0
全体	429	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	237	55.2
福岡市以外都市圏	90	21.0
その他福岡県	102	23.8
全体	429	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	109	25.4
公務員	13	3.0
団体職員・病院勤務	10	2.3
経営者・会社役員	9	2.1
派遣社員・契約社員	32	7.5
商工自営	18	4.2
農林漁業	0	0.0
自由業	11	2.6
学生	2	0.5
パート・アルバイト	77	17.9
専業主婦(主夫)	90	21.0
無職	57	13.3
その他	1	0.2
全体	429	100.0

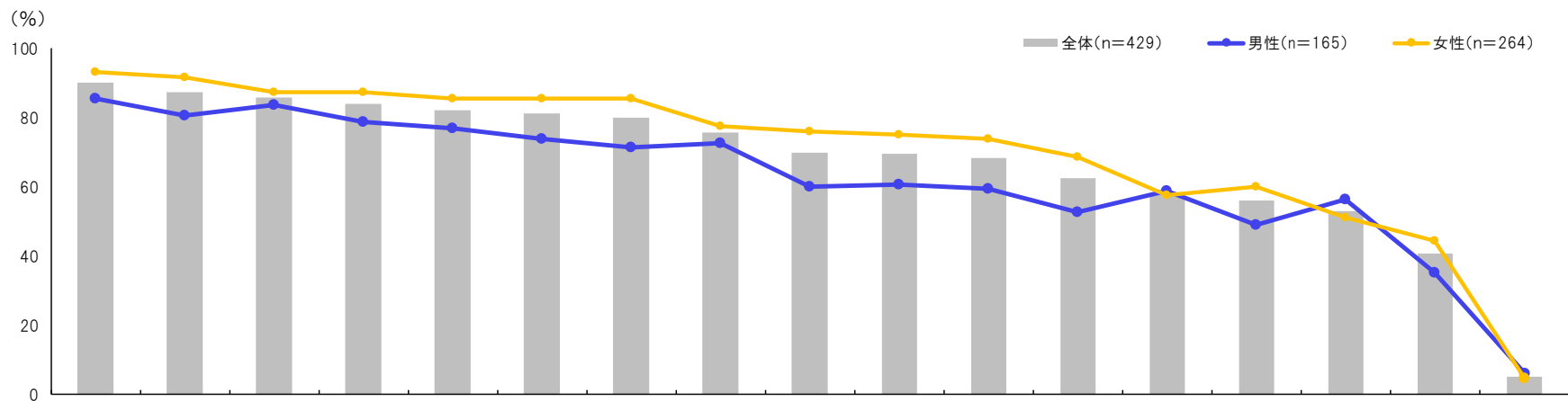
■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	112	26.1
既婚で末子に小学生以下の子ども	75	17.5
既婚で末子に中学生以上の子ども	55	12.8
既婚(子育て終了)	141	32.9
既婚で子どもなし	46	10.7
全体	429	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- スポーツブランドの認知度 1位は「NIKE」で90.2%、2位「adidas」、3位「MIZUNO」と続く。
- 総じて男性よりも女性の方が認知度が高い傾向にある。

◆スポーツブランドの認知度（複数回答）

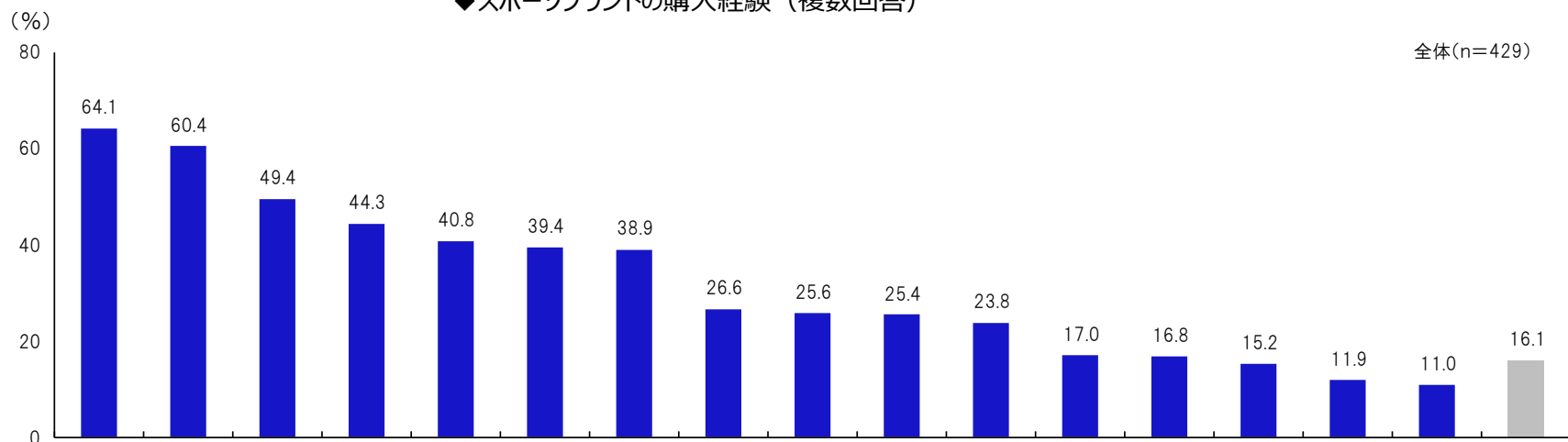


		調査数	NIKE (ナイキ)	adidas (アディダス)	MIZUNO (ミズノ)	PUMA (プーマ)	ASICS (アシックス)	New Balance (ニューバランス)	CONVERSE (コンバース)	YONEX (ヨネックス)	FILA (フィラ)	Reebok (リーボック)	CHAMPION (チャンピオン)	THE NORTH FACE (ノースフェイス)	UNDER ARMOUR (アンダーアーマー)	mont-bell (モンベル)	DESCENTE (デサント)	Columbia (コロンビア)	この中で知っているものはない
全体		429	90.2	87.4	86.0	84.1	82.3	81.1	80.2	75.8	69.9	69.5	68.3	62.5	58.0	55.9	53.1	40.8	5.1
性別	男性	165	85.5	80.6	83.6	78.8	77.0	73.9	71.5	72.7	60.0	60.6	59.4	52.7	58.8	49.1	56.4	35.2	6.1
	女性	264	93.2	91.7	87.5	87.5	85.6	85.6	85.6	77.7	76.1	75.0	73.9	68.6	57.6	60.2	51.1	44.3	4.5
年代別	20～30代	91	85.7	86.8	75.8	82.4	69.2	79.1	79.1	61.5	59.3	65.9	67.0	70.3	60.4	58.2	31.9	46.2	7.7
	40～50代	175	92.0	89.1	89.1	86.3	84.6	85.7	82.3	78.9	76.6	73.1	76.0	68.6	70.3	64.0	56.0	49.1	3.4
	60代以上	163	90.8	85.9	88.3	82.8	87.1	77.3	78.5	80.4	68.7	67.5	60.7	51.5	43.6	46.0	62.0	28.8	5.5

* 網掛け：85%以上は濃いピンク、70%以上は薄いピンク

- スポーツブランドの購入経験 1位は「adidas」、2位「NIKE」、3位「New Balance」である。
- 男性と60代以上は「MIZUNO」、50代以下は「PUMA」、女性と20～30代は「CONVERSE」の割合が他の層に比べて高い。
- 「MIZUNO」は年代が上がるにつれて割合が高くなる。

◆スポーツブランドの購入経験（複数回答）



全体(n=429)

		調査数	adidas (アディダス)	NIKE (ナイキ)	New Balance (ニューバランス)	PUMA (プーマ)	CONVERSE (コンバース)	ASICS (アシックス)	MIZUNO (ミズノ)	Reebok (リーボック)	CHAMPION (チャンピオン)	FILA (フィラ)	THE NORTH FACE (ノースフェイス)	UNDER ARMOUR (アンダーアーマー)	YONEX (ヨネックス)	mont-bell (モンベル)	DESCENTE (デサント)	Columbia (コロンビア)	あてはまるものはない
全体		429	64.1	60.4	49.4	44.3	40.8	39.4	38.9	26.6	25.6	25.4	23.8	17.0	16.8	15.2	11.9	11.0	16.1
性別	男性	165	58.8	54.5	44.2	39.4	32.1	41.8	48.5	23.0	25.5	20.0	20.0	20.0	17.0	17.6	14.5	9.1	15.2
	女性	264	67.4	64.0	52.7	47.3	46.2	37.9	33.0	28.8	25.8	28.8	26.1	15.2	16.7	13.6	10.2	12.1	16.7
年代別	20～30代	91	70.3	64.8	45.1	48.4	53.8	29.7	20.9	27.5	28.6	17.6	25.3	16.5	17.6	11.0	7.7	14.3	16.5
	40～50代	175	68.0	61.7	55.4	49.1	45.7	41.7	37.7	25.1	31.4	24.0	25.7	20.0	17.7	13.1	11.4	10.9	12.0
	60代以上	163	56.4	56.4	45.4	36.8	28.2	42.3	50.3	27.6	17.8	31.3	20.9	14.1	15.3	19.6	14.7	9.2	20.2

* 網掛け：60%以上は濃いピンク、45%以上は薄いピンク

- 認知度も購入経験も上位の「NIKE」「adidas」は「世界的知名度が高い」「愛用者が多い」の項目が3割を超えている。
- 「NIKE」と「New Balance」は「デザインが良い」「品質が高い」「機能性が良い」の商品力を評価する項目が2割を超えている。
- 「THE NORTH FACE」は他のブランドと比較して「高級感がある」の割合が突出して高い。
- 「adidas」「PUMA」「CONVERSE」「MIZUNO」「ASICS」は「昔からなじみがある」の割合が高い。

◆ブランドイメージ（複数回答）

	調査数	高い世界的知名度が	愛用者が多い	デザインが良い	昔からなじみがある	品質が高い	カジュアルに着ることが出来る	機能性が良い	話題性がある	高級感がある	開発力がある	上級者向けの	成長している	ご利用者の要望に	派手な	社会貢献している	価格が安い	レトロな	あてはまるものはない
NIKE(ナイキ)	387	47.3	31.8	28.7	27.4	24.3	24.3	21.4	13.2	12.4	6.5	5.9	5.7	4.4	4.1	3.4	2.3	1.3	6.5
adidas(アディダス)	375	36.5	30.7	20.3	40.0	17.9	28.3	18.4	9.6	6.7	5.9	4.8	6.1	5.3	1.6	3.5	3.7	4.3	7.7
PUMA(プーマ)	361	26.9	17.2	15.5	33.8	12.5	21.6	13.6	6.6	4.2	5.3	3.0	3.6	3.0	2.5	1.9	8.9	1.9	13.6
New Balance(ニューバランス)	348	24.7	28.4	23.0	23.3	22.7	27.0	25.9	13.8	6.3	7.2	6.0	7.5	7.5	2.6	3.4	6.0	1.4	10.1
CONVERSE(コンバース)	344	25.0	25.0	19.2	35.8	10.8	30.5	7.6	7.3	3.2	4.1	3.5	4.1	4.9	3.2	2.0	10.2	9.9	10.2
FILA(フィラ)	300	21.0	10.3	14.0	25.7	12.3	19.0	6.0	5.3	8.3	3.0	5.7	2.7	2.7	4.0	1.7	7.7	5.0	21.0
Reebok(リーボック)	298	20.5	8.1	10.1	21.5	11.7	24.2	11.4	7.4	5.0	5.4	3.7	4.4	4.0	2.3	1.3	5.4	4.0	21.1
CHAMPION(チャンピオン)	293	19.5	14.3	8.5	29.0	6.8	27.3	6.8	4.1	2.4	3.8	1.4	4.1	3.4	1.4	1.7	15.0	5.5	23.2
THE NORTH FACE(ノースフェイス)	268	31.3	27.6	23.5	12.3	22.0	27.2	18.7	16.8	20.1	8.2	7.8	9.7	5.6	0.7	3.7	2.6	1.9	15.7
UNDER ARMOUR(アンダーアーマー)	249	22.9	17.3	16.1	4.8	18.1	12.4	20.5	9.6	16.1	8.0	13.3	9.2	6.0	1.6	2.0	3.2	1.2	20.5
Columbia(コロンビア)	175	19.4	12.0	14.3	13.1	17.1	20.0	18.3	2.9	13.1	2.9	6.3	4.0	4.6	0.6	2.3	2.3	2.3	24.0
MIZUNO(ミズノ)	369	23.6	16.0	8.9	43.9	24.7	13.3	25.2	6.2	6.8	11.1	7.9	4.9	6.2	0.8	7.3	4.9	4.6	11.9
ASICS(アシックス)	353	20.4	18.4	8.5	35.1	25.5	15.3	27.2	5.7	4.0	11.3	8.2	6.8	7.4	1.7	5.4	5.1	5.9	11.9
YONEX(ヨネックス)	325	15.7	14.8	4.3	29.5	16.9	8.9	15.4	3.7	3.1	4.9	9.2	4.6	4.0	0.9	5.2	3.1	6.8	25.5
mont-bell(モンベル)	240	19.2	18.8	12.1	11.7	21.3	15.4	29.6	8.8	10.4	9.6	12.9	4.6	10.0	0.8	5.8	2.9	2.9	20.0
DESCENTE(デサント)	228	17.5	8.8	9.2	20.2	16.2	14.0	14.5	6.6	5.7	7.0	10.1	6.1	3.5	1.8	4.4	4.8	3.9	28.9

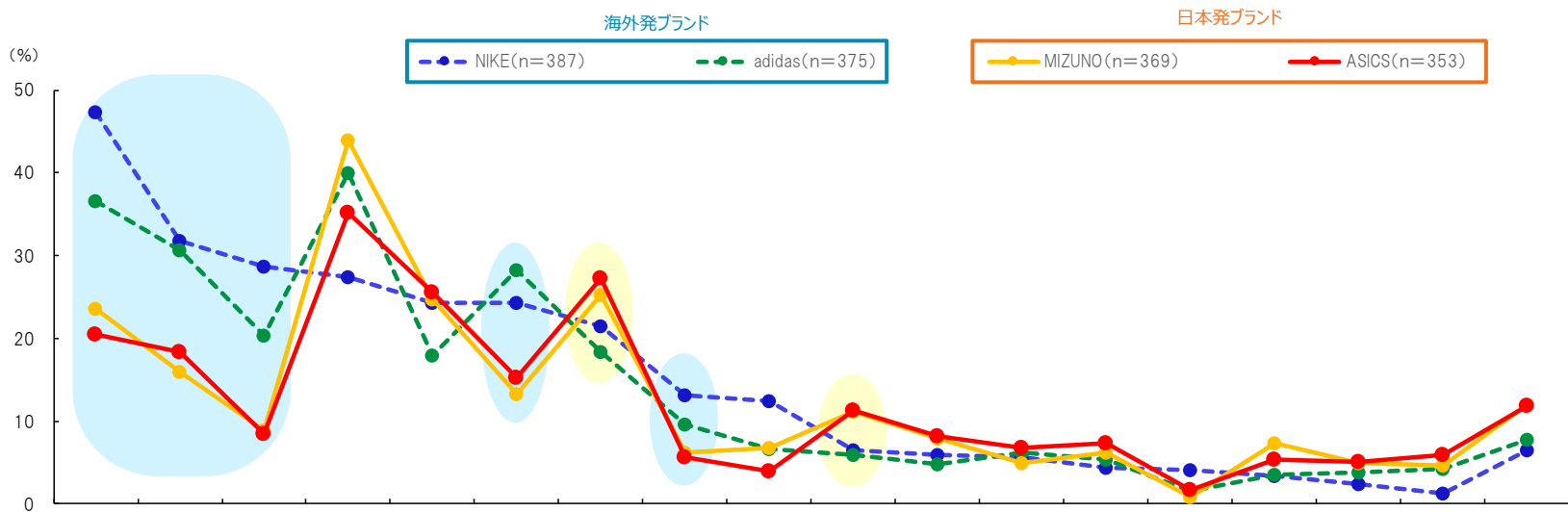
* 網掛け：30%以上は濃いピンク、20%以上は薄いピンク

海外発ブランド

日本発ブランド

- 海外発ブランドは日本発ブランドに比べ「世界的知名度が高い」「愛用者が多い」「デザインが良い」「カジュアルに着れる」「話題性がある」の項目が高い傾向にあり、2割を超える項目が多く、ブランドのイメージ形成が進んでいる。
- 一方、日本発ブランドは海外発ブランドに比べ「機能性が良い」「開発力がある」の項目がやや高い傾向にあり、商品の機能性・開発力を評価されている。

◆ 海外発ブランドと日本発ブランドのイメージ（複数回答）
※それぞれ認知度上位2ブランド抜粋



海外発
日本発

	調査数	高い世界的知名度がある	愛用者が多い	デザインが良い	昔からなじみがある	品質が高い	カジュアルに着ることが出来る	機能性が良い	話題性がある	高級感がある	開発力がある	上級者向けの	成長している	利用者の要望にこたえている	派手な	社会貢献している	価格が安い	レトロな	あてはまるものはない
NIKE(ナイキ)	387	47.3	31.8	28.7	27.4	24.3	24.3	21.4	13.2	12.4	6.5	5.9	5.7	4.4	4.1	3.4	2.3	1.3	6.5
adidas(アディダス)	375	36.5	30.7	20.3	40.0	17.9	28.3	18.4	9.6	6.7	5.9	4.8	6.1	5.3	1.6	3.5	3.7	4.3	7.7
MIZUNO(ミズノ)	369	23.6	16.0	8.9	43.9	24.7	13.3	25.2	6.2	6.8	11.1	7.9	4.9	6.2	0.8	7.3	4.9	4.6	11.9
ASICS(アシックス)	353	20.4	18.4	8.5	35.1	25.5	15.3	27.2	5.7	4.0	11.3	8.2	6.8	7.4	1.7	5.4	5.1	5.9	11.9

* 網掛け：30%以上は濃いピンク、20%以上は薄いピンク

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp