



ミセスでスポーツをしているのは45.6% 主に「民間のスポーツクラブ」や「自宅や近所」で運動

全国の既婚女性704人にスポーツとスポーツクラブについて聞いた。日ごろ、スポーツをしているのは45.6%と約半数。年代別にみると、40代では50.0%、50代では56.6%と、年代が上がるほどスポーツをしていることがわかる。(グラフ)

スポーツをしている人に普段のスポーツの仕方を選んでもらったところ、「民間のスポーツクラブ(プールやジムなどを備えた複合施設)を利用」が38.4%と最も多く、次いで「個人で、自宅や近所で運動」29.4%、「仲間やグループで、近所もしくは施設を借りるなどして、練習や競技」20.6%と続く。

年代別でみると、20代～50代では、年代が高いほど「民間のスポーツクラブ」の利用が多い。「公共のスポーツ施設」や「特定のスポーツ専門のスクールやクラブ」の利用者を含めたスポーツ施設の利用者でも、20代は50.0%、30代では63.9%、40代では77.0%、50代では80.0%と、年代が高いほど増加傾向にある。(グラフ)

スポーツクラブやトレーニング施設に通っている人の通う目的は、「民間のスポーツクラブ」「公共のスポーツ施設」利用者では、「運動不足解消」「ストレス解消」が多い。「専門のスクールやクラブ」利用者では、「技術向上やステップアップに挑戦」が最も多くなっている。(グラフ)

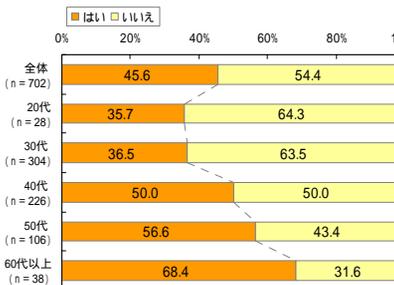
スポーツクラブやトレーニング施設に通っている人のスポーツ施設の利用頻度は、「公共のスポーツ施設」や「専門のスクールやクラブ」では、「週に1回」が最も多く、4割を超えている。

また、「民間のスポーツクラブ」では、「週に2、3回」が37.2%と最も多く、次いで「週4～6回」が26.3%とスポーツ施設の中でも利用頻度が高い。(グラフ)

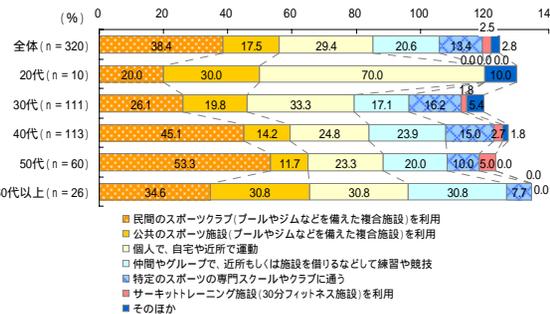
民間のスポーツクラブへ通っている人に会員のタイプを聞いたところ、「(通常の)個人会員」が61.2%と最も多く、次いで「平日会員」39.6%となった。(グラフ)

スポーツクラブやトレーニング施設に通っている人に、よく行うプログラムを聞くと「筋力トレーニング」が41.5%、「エアロビクス」が41.0%と並んでおり、次いで「スイミング」35.5%、「ヨガ」32.2%が上位となった。(グラフ)

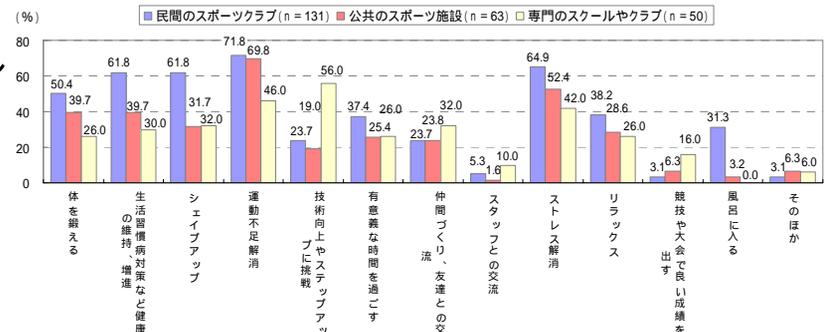
グラフ 日ごろ、何かスポーツをしていますか？



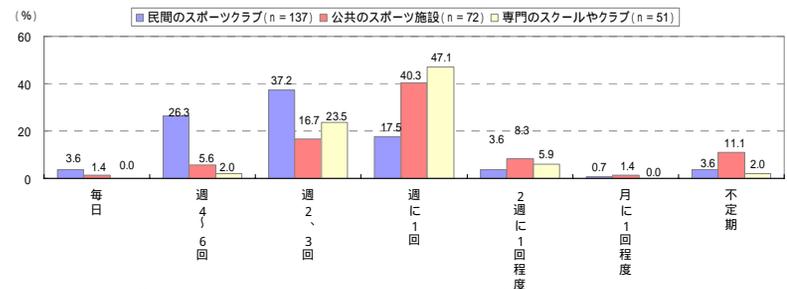
グラフ (スポーツをしている人のみ) スポーツの仕方は？(複数回答)



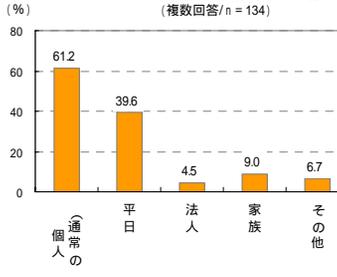
グラフ その施設・スクールに通う目的は？(複数回答)



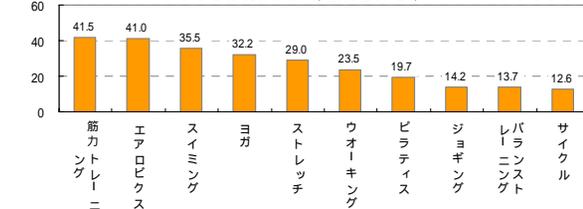
グラフ その施設・スクールに通う頻度は？



グラフ スポーツクラブの会員のタイプは？(複数回答/n=134)



グラフ スポーツクラブやトレーニング施設でよく行うプログラムは？ <上位10位まで> (複数回答/n=183)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



スポーツ施設を選んだ決め手は 「自宅からのアクセス」が最優先事項

スポーツクラブやトレーニング施設の1ヵ月の費用は、「民間のスポーツクラブ」では、「5千円～8千円未満」が41.0%と最も多く、次いで「8千円～1万円未満」23.9%、「1万円～1万5千円未満」14.2%がボリュームゾーン。

「公共のスポーツ施設」では、「1千円未満」が34.8%と最も多く、次いで「1千円～3千円未満」31.8%、「3千円～5千円未満」21.2%。「専門のスクールやクラブ」では、1万円未満が10～15%程度となっており、「1万円～1万5千円」が24.5%と高い。(グラフ)

スポーツ施設やスクールを選んだときに決め手となったことは、どの施設の利用者においても「自宅からのアクセス」が最も多く、次いで「日程や時間などのスケジュール」が高い数値となった。

また、「プールやスタジオ、ジムなどの設備」や「休憩所やお風呂などの付帯設備」など設備面は「民間のスポーツクラブ」利用者の決め手として多い。「インストラクター、講師の評判」「知人の紹介、すすめ」は「専門のスクールやクラブ」利用者に響くようだ。(グラフ)

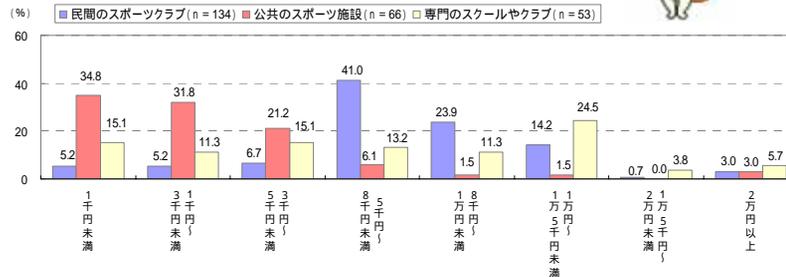
現在通っているスポーツ施設やスクールを選ぶときに、「参考にした情報源」を利用施設別に見ると、「民間のスポーツクラブ」では、「折り込みチラシ」が62.3%。「公共のスポーツ施設」では「行政広報」59.7%。「専門のスクールやクラブ」では「友人の紹介」41.7%がトップとなった。(グラフ)

スポーツ施設をやめたり、替えたりした経験54.3% 理由は「忙しくなった」39.8%、「アクセスが悪くなった」35.4%

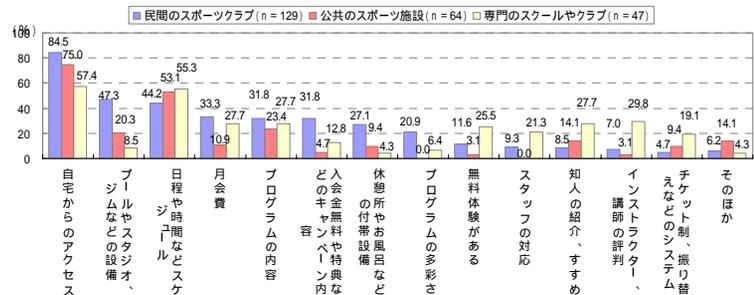
これまで通っていたスポーツクラブやトレーニング施設を、やめたり替えたりしたことがあるかを聞いたところ、「やめた経験はない」14.2%、「1回やめた」35.6%、「2回以上やめた」18.7%と合わせて54.3%がやめたり、替えたりしたことがあるとなった。(グラフ)

やめたり、替えたりした理由を聞いてみると、「忙しくなった」が39.8%と約4割、「引越しや転勤でアクセスが悪くなった」35.4%(グラフ)と、時間の都合とアクセスの良さが継続の理由としても大きいようだ。

グラフ
その施設・スクール
の1ヵ月の費用は？
(月会費+オプション代含む)

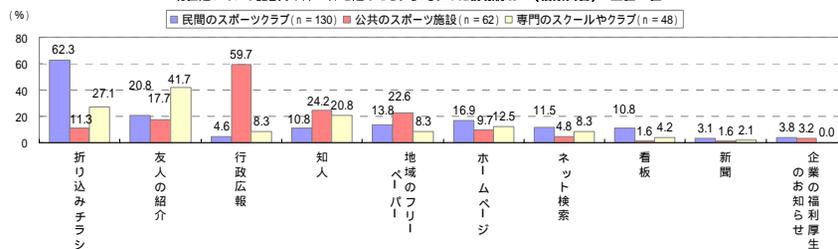


グラフ
その施設・スクール
を選んだときに決め
手になったことは？
(複数回答)



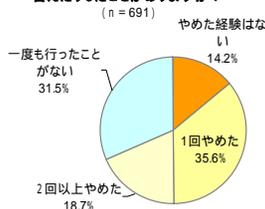
グラフ

現在通っている施設やスクールを選ぶときに参考にした情報源は？(複数回答) <上位10位>



グラフ

これまで通っていたスポーツクラブやトレーニング施設を、やめたり替えたりしたことがありますか？



グラフ
スポーツクラブやトレーニング施設をやめたり、替えたりした理由は？ <上位10位まで> (複数回答/n=384)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



「新しくスポーツを始めたい」のは50.8% 始めるときに参考にする情報源は「折り込みチラシ」57.6%

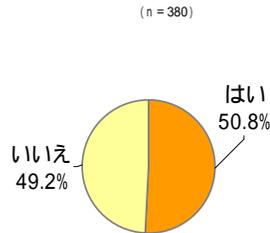
日ごろ、スポーツをしていない人に、「新しくスポーツを始めたいか」を聞いたところ、「はい」と回答したのは50.8%。(グラフ)

どんなやり方でスポーツをしたいかを聞くと、「個人で、自宅や近所で運動する」が48.6%と最も多く、次いで「公共のスポーツ施設を利用」44.1%、「民間のスポーツクラブを利用」38.7%となった。(グラフ)

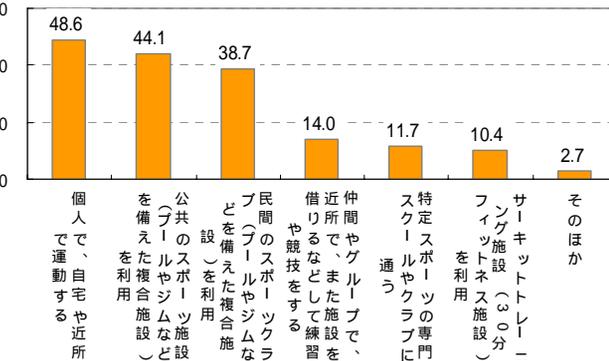
新しくスポーツを始めるときに参考にする情報源を聞くと、「折り込みチラシ」が57.6%と最も多く、次いで「地域のフリーペーパー」55.5%、「知人・友人」52.2%と続く。(グラフ)

スポーツを始めたくなる時期を聞くと、「4月」が32.1%と最も多く、次いで「10月」18.9%であった。(グラフ)

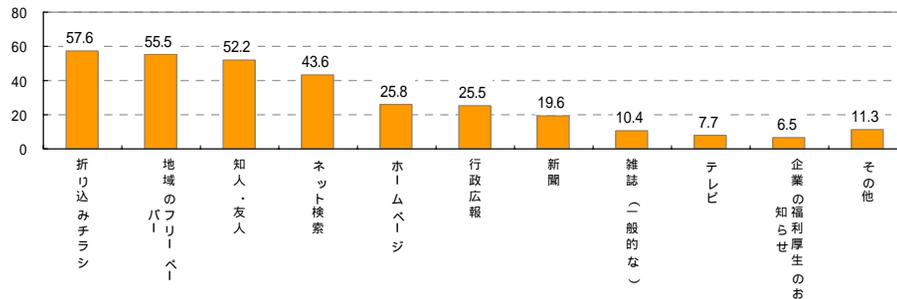
グラフ (日頃スポーツをしていない人のみ) 新しくスポーツを始めたいですか？



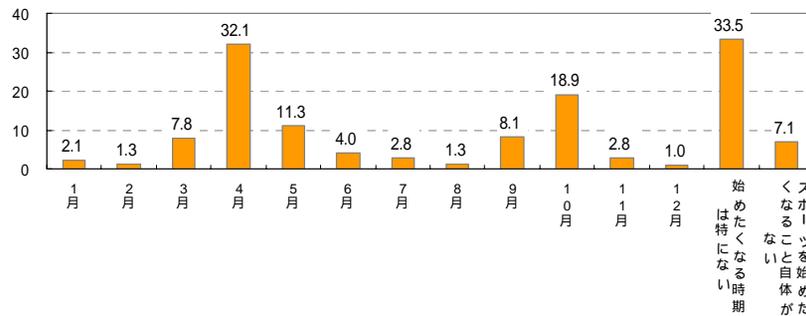
グラフ どんなやり方でスポーツをしたいですか？ (複数回答/n = 222)



グラフ 新しくスポーツを始めるとき参考にする情報は？ (複数回答/n = 337)



グラフ スポーツを始めたくなる時期は何月？ (複数回答/n = 702)



<回答者プロフィール>

年代 : 20代4.0%、30代43.2%、40代32.2%、50代15.2%、60代5.4%、平均40.6歳
職業 : 専業主婦63.3%、パート・アルバイト20.3%、フルタイム12.2%、自由・自営業2.1%、在宅ワーカー1.0%、その他1.0%
居住地 : 関東圏44.7% (東京都15.6%、神奈川県14.6%、千葉県7.7%、埼玉県5.7%、栃木県0.4%、茨城県0.3%、群馬県0.4%)、近畿圏34.2% (大阪府14.9%、兵庫県13.9%、京都府3.6%、滋賀県1.1%、和歌山県0.7%)、北海道1.3%、東北圏2.9%、北陸圏0.6%、甲信圏0.1%、東海圏5.8%、中国圏3.4%、四国圏2.1%、九州圏4.6%

<調査実施>リビング新聞(東京)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430