

報道関係各位

2024年11月14日  
株式会社クロス・マーケティング

## ほぼ毎日スニーカーを履く人が46% 「ビジネスシーンでもOK」が大勢を占める

－スニーカーに関する調査（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「スニーカーに関する調査（2024年）」を実施しました。近年、日常生活やスポーツ、ビジネスシーンなどさまざまな場面での着用が広がっています。今回は、「スニーカーの着用頻度」「スニーカーの所有数」「ビジネスの場面でのスニーカー着用に対する気持ち」「スニーカーを履くことで感じていること」「お気に入りのスニーカーブランド・モデルとその理由」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/20241114sneakers/>

### ■調査結果

- ✓ **スニーカーをほぼ毎日履いている人は45.7%で、男性より女性の方が高頻度で履いている。**  
「ほぼ毎日」履いている割合は、特に女性30～50代は5割を超えて高い。一方、男性20～30代はスニーカーを「ほとんど履かない」が約2割前後。〈図1〉
- ✓ **持っているスニーカーの数は「2足」が27.6%で最も高く、「3足以内」が67.7%。**  
ほぼ毎日スニーカーを履く人でも所有数は「3足以内」が68.8%で、必要最低限しか所有していない傾向。〈図2〉
- ✓ **ビジネスの場面でのスニーカー着用は、「ビジネスではスニーカーは避けたほうがよいと思う」が19.8%で、8割はビジネスシーンでも履いてもよいと回答。**  
男性50～60代は「ビジネスではスニーカーは避けたほうがよいと思う」が3割以上で他年代と比べ、拒否感が強い。男性20～30代は「全く問題ないと思う、自由な服装をすべきだと思う」と「ビジネスではスニーカーは避けたほうがよいと思う」に意見が分かれた。〈図3〉
- ✓ **スニーカーを履くことで感じていることは、「いざというときに動きやすい」が46.7%でTOP。**  
女性は「いざというときに動きやすい」「電車などで立っているときに楽」「自然と歩く距離が増える」「革靴やヒールから解放される」「天候や季節に関わらず便利に使える」などが高く、スニーカーの利便性や快適さを強く認識している。〈図4〉
- ✓ **お気に入りのスニーカーブランドは、ナイキ、アディダス、ニューバランス、コンバース、プーマ、アシックスなどがあげられ、理由として「デザインがおしゃれ」「足に合っているから」といった回答がみられた。** 〈図5〉

〈図1〉 スニーカーの着用頻度（単一回答）

		ほぼ毎日	週に3～5日	週に1～2日	月に数回	それ以下	スニーカーを履くことはほとんどない	週1日以上
全体 (n=1,100)		45.7	13.5	17.1	5.3	5.3	13.2	76.3
男性	20代 (110)	45.5	12.7	13.6	7.3	1.8	19.1	71.8
	30代 (110)	37.3	10.9	21.8	4.5	4.5	20.9	70.0
	40代 (110)	50.0	11.8	20.9	3.6	2.7	10.9	82.7
	50代 (110)	39.1	10.9	20.9	5.5	11.8	11.8	70.9
	60代 (110)	38.2	13.6	21.8	6.4	8.2	11.8	73.6
女性	20代 (110)	40.0	17.3	16.4	4.5	6.4	15.5	73.6
	30代 (110)	50.9	12.7	18.2	6.4	0.9	10.9	81.8
	40代 (110)	54.5	17.3	10.9	2.7	6.4	8.2	82.7
	50代 (110)	56.4	12.7	11.8	4.5	3.6	10.9	80.9
	60代 (110)	45.5	14.5	14.5	7.3	6.4	11.8	74.5

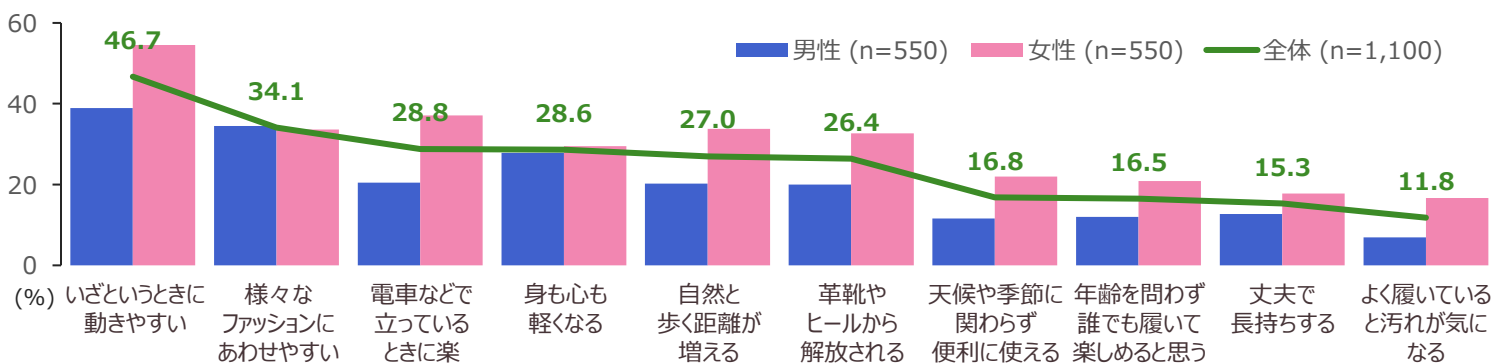
<図2> スニーカーの所有数 (単一回答)

		n=	1足	2足	3足	4足	5足	6足以上	スニーカーは持っていない	3足以内
<b>全体</b>		(1,100)	17.5	27.6	22.6	9.0	8.3	6.4	8.6	67.7
スニーカー着用頻度	ほぼ毎日	(503)	10.7	30.0	28.0	11.1	11.1	8.9		68.8
	週に3~5日	(148)	11.5	32.4	27.7	12.2	8.8	6.8	0.7	71.6
	週に1~2日	(188)	20.7	30.3	28.7	7.4	8.0	4.8		79.8
	月に数回	(58)	31.0	32.8	10.3	8.6	10.3	5.2	1.7	74.1
	それ以下	(58)	39.7	25.9	8.6	6.9	1.7	3.4	13.8	74.1
	スニーカーを履くことはほとんどない	(145)	28.3	9.7	1.4	0.7	1.4	58.6		39.3

<図3> ビジネスの場面でのスニーカー着用に対する気持ち (単一回答) ※スニーカーが推奨される職種以外の場合として聴取

		n=	ビジネスではスニーカーは避けたほうがよいと思う	会社の規定に反していなければ問題ないと思う	ある程度フォーマルなデザインであればよいと思う	ビジネスの相手がカジュアルな服装であればよいと思う	全体的なファッションとして違和感がなければよいと思う	全く問題ないと思う、自由な服装をすべきだと思う	ビジネスの場面で履いてもよいと思う
<b>全体</b>		(1,100)	19.8	27.2	13.2	6.7	13.4	19.7	80.2
男性	20代	(110)	22.7	20.0	12.7	7.3	10.9	26.4	77.3
	30代	(110)	22.7	17.3	12.7	8.2	10.9	28.2	77.3
	40代	(110)	22.7	21.8	15.5	12.7	11.8	15.5	77.3
	50代	(110)	32.7	17.3	12.7	10.0	11.8	15.5	67.3
	60代	(110)	35.5	17.3	15.5	3.6	10.9	17.3	64.5
女性	20代	(110)	14.5	30.9	10.9	6.4	13.6	23.6	85.5
	30代	(110)	16.4	36.4	13.6	4.5	9.1	20.0	83.6
	40代	(110)	11.8	36.4	13.6	2.7	13.6	21.8	88.2
	50代	(110)	11.8	39.1	13.6	9.1	16.4	10.0	88.2
	60代	(110)	7.3	35.5	10.9	2.7	24.5	19.1	92.7

<図4> スニーカーを履くことで感じていること TOP10 (複数回答)



<図5> お気に入りのスニーカーブランド・モデルとその理由 (自由回答一部抜粋)

- **ナイキ**
  - 非常にスタイリッシュなデザインが魅力的で、丈夫で履いていてとても楽 (男性20代)
  - **エアフォース1**
    - ソールが厚く、スタイルアップもできるし、定番だけど何でもファッションに合わせやすく履きやすい (女性30代)
  - **エアハラチ**
    - 地味だけど、他にはないデザイン (男性50代)
- **アディダス**
  - 足の指まわりがゆったりしていて、足が楽だから (女性30代)
  - **スタンスミス**
    - カジュアルすぎず、どんな服装にも合わせやすい (女性50代)
  - **カントリー**
    - レトロなデザインだけど時代を感じさせない雰囲気と、どんな服装でも合わせやすいから好き (男性20代)
- **ニューバランス**
  - とにかく履きやすい。履いていて疲れない。デザインも良い (女性60代)
  - 日本人の足によく合うらしく、踵の方がフィットする感じが好き (女性20代)
- **コンバース**
  - シンプルなデザインでどんなスタイルにも合わせやすい (女性20代)
  - ロックな雰囲気が好き (男性・20代)
- **プーマ**
  - シックなものからカジュアルなものまで色々なデザインが豊富 (男性40代)
  - フットボール関連のメーカーだから (男性60代)
- **アシックス**
  - 日本人の幅広の足でもフィットするので歩きやすい。仕事用に向いていると思う (男性50代)

■ 調査項目

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問       | <input type="checkbox"/> ビジネスの場面でのスニーカー着用に対する気持ち  |
| <input type="checkbox"/> スニーカーの着用頻度 | <input type="checkbox"/> スニーカーを履くことで感じていること       |
| <input type="checkbox"/> スニーカーの所有数  | <input type="checkbox"/> お気に入りのスニーカーブランド・モデルとその理由 |

◆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/20241114sneakers/>

■ 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11月8日 (金) ～10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 <http://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](mailto: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・・・」