

## 2015年のゴルフ用品販売動向

GfKジャパン(東京:中野区)は全国有力ゴルフ用品取扱店の実店舗およびインターネット通販における販売実績を基に2015年の主要ゴルフ用品の小売販売動向を発表した。

### 【概要】

- ・2015年の主要ゴルフ用品の小売販売金額は前年から2%縮小。
- ・SLEルール適合外ドライバーは10月に単純配荷率57%を記録。販売数量シェアも増加。
- ・ダイヤル式脱着シューズが数量ベースで68%を占めるまでに拡大。

### 【ゴルフ用品小売市場規模は僅かながら縮小】

2015年の主要ゴルフ用品小売販売市場規模<sup>※1</sup>は、前年比2%減の1,374億円となった(図1)。市場の6割を占めるクラブは同2%減の851億円と苦戦した。ボールは販売数量では堅調に推移したが、低価格帯商品に人気が集まったことで販売金額が伸びず同1%減の257億円となった。一方、用品類<sup>※2</sup>は平均単価が上昇基調にあるシューズがけん引し前年の規模を維持した。

### 【クラブ:SLEルール適合外ドライバーは大きな反響】

2015年のドライバー販売は金額前年比8%減とクラブの中でもマイナス幅が大きかった。しかし、注目商品が多く発売された第4四半期は同1%増となった。同四半期には、SLEルール<sup>※3</sup>に適合しない高反発モデルの販売伸長もみられた。ドライバー販売におけるSLEルール適合外モデルの数量構成比は、第3四半期までは1%程度にとどまっていたが、第4四半期では5%に達した(図2)。また、GfKが2015年8月より算出を開始した店頭での単純配荷率<sup>※4</sup>データから、SLEルール適合外モデルを販売した店舗の割合も増えたことが明らかになった。SLEルール適合外モデルの販売店舗数は、9月までは、ドライバーの販売実績があった店舗の20%程度であったが、10月には57%に上昇した。

他クラブの動向をみると、ユーティリティウッド・ウェッジ・クラブセットの好調が目立った。男性向け製品の好調さを背景に、ユーティリティウッドは金額前年比9%増、クラブセットは同13%増となった。ウェッジは新商品のヒットに恵まれ、同4%増となった。

### 【女性向けゴルフシューズでも、ダイヤル式脱着シューズが過半へ】

2015年のゴルフシューズ販売は金額前年比4%増となった。ダイヤル式脱着モデルの販売拡大が続いた。同モデルの数量構成比は前年の45%から68%へ拡大した(図3)。特に、女性向けのモデルが増えたことにより、女性向けシューズ内でのダイヤル式脱着モデル数量構成比は33%から61%へ拡大した。

図1. ゴルフ用品小売市場規模



図2. ドライバー SLEルール適合外品販売数量構成比

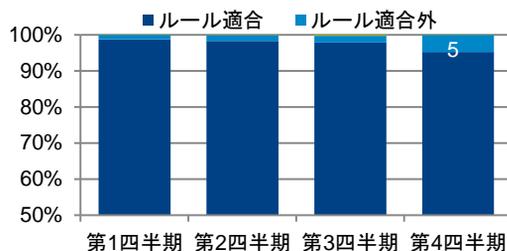
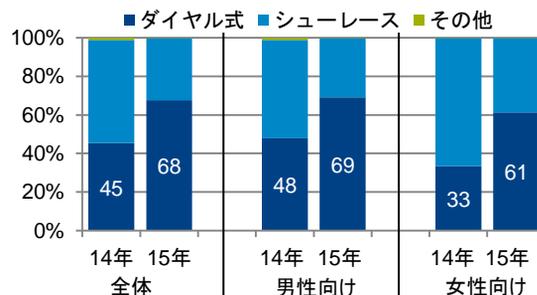


図3. バインディング形状別シューズ販売数量構成比



※1. 全国有力ゴルフ用品取扱店の実店舗およびインターネットにおける販売実績を基に推計した市場規模。調査対象品目は、ゴルフクラブ、ボール、ゴルフシューズ、キャディバッグ、ゴルフグローブ。カスタムフィッティング商品、プライベートブランド商品、並行輸入品、中古品は対象外。ゴルフウェアも含まれない。

※2. ゴルフシューズ、キャディバッグ、ゴルフグローブの合計。

※3. ドライバーの反発規制ルール(ドライバーヘッドの反発係数/CORが0.83未満であることを定める)

※4. カテゴリの販売実績があった店舗数に対して、モデルの販売実績があった店舗数の割合。なおインターネット上の店舗は含まれない。