

2016年上半期 ゴルフ用品小売市場動向

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2016年上半期(1月~6月)の主要ゴルフ用品の販売動向を発表した。

【概要】

- ・2016年上半期の主要ゴルフ用品小売市場は金額前年比1%増。
- ・クラブは同5%増で、ユーティリティやクラブセットの伸びが顕著。用品類とボールはマイナス成長。

【2016年上半期のゴルフ用品小売市場はクラブがけん引し微増】

2016年上半期(1月-6月)の主要ゴルフ用品小売り市場^{※1}は、金額前年比1%増の671億円となった(図1)。このうちゴルフクラブは同5%増の429億円とプラス成長に転じた。ゴルフクラブでは、新製品のメーカー希望小売価格が上昇傾向にあるが、第1四半期はこれが成長要因となった。第2四半期は値下げ品の販売が好調に推移し、平均価格は低下するも販売数量の増加で補いプラス成長となった。今上半期ではドライバーの金額前年比4%増をはじめ多くのクラブでプラス成長となったが、特にユーティリティクラブやクラブセットでは2ケタ増と好調に推移した。一方で、ボールは金額前年比7%減、用品類(キャディバッグ、シューズ、グローブの合計)は同4%減と前年には及ばなかった。前年までプラス成長であったシューズも同4%減となった。

なお、ゴルフ用品小売市場規模には含まれないが、ゴルフウェアの販売^{※2}をみると、暖冬による重衣料の低迷や、繁忙期である5、6月の販売不振により今上半期は金額前年比4%減となった。

今期はギアに比べソフトグッズは総じて低調であったといえる。

【ユーティリティクラブの伸長とアイアンセットの本数変化】

2016年上半期のユーティリティクラブ販売は、数量前年比10%増、金額前年比12%増となった。この好調の直接的な要因は、値下げ品の販売増によるところが大きい。需要を生む背景としては、アイアンセットのセット本数の変化がある。長い距離を打つための番手のアイアンが、セットから抜け単品販売扱いとなってきており、5本組みセットが増えつつある。セット本数別の販売数量構成比をみると、これまで主流だった6本組が前年同期から10%ポイント減った一方で、5本組は11%ポイント増えて40%に達した(図2)。アイアンを手持ちの6本組のセットから5本組へ買い換えた際に、1本クラブを追加できる余地が生まれるが、ここにやさしく飛距離が稼げるユーティリティクラブを選択するケースが増えているとみられる。

【ダイヤル式脱着シューズが8割に】

全体ではマイナス成長に転じたシューズだが、搭載されたリールでワイヤーを巻き上げて足にフィットさせるダイヤル脱着式シューズは金額前年比13%増となった。従来の靴紐式とダイヤル式の販売数量比率は19:81とダイヤル式が8割を突破した。ダイヤル式は税抜き平均価格が前年同期から8%低下していることも拡大の後押しとなった。メーカー各社はダイヤル式中心の製品展開を進めており、今後もこの傾向は続くと思われる。

図1. 上半期のゴルフ用品小売市場規模推移
(億円)

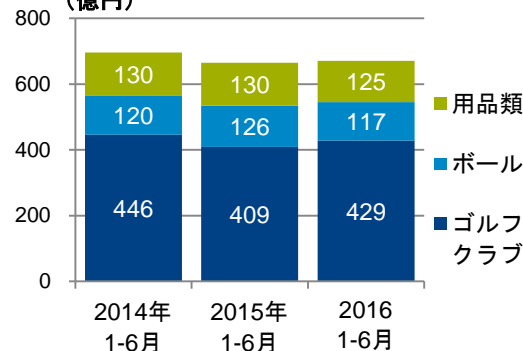


図2. セット本数別アイアン販売数量比率

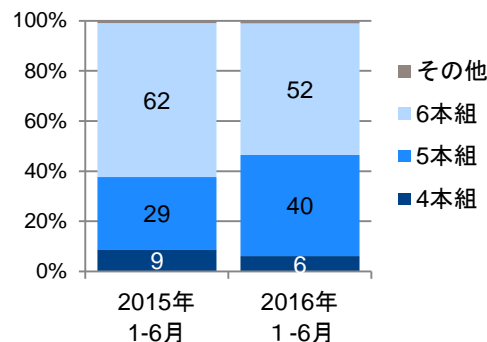
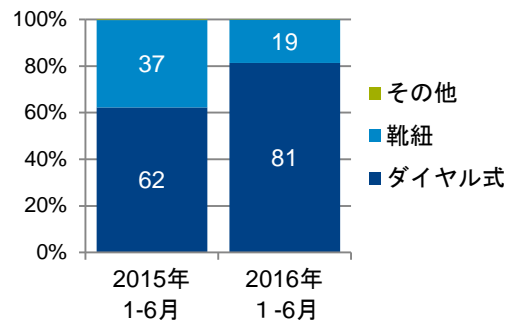


図3. シューズタイプ別の販売数量構成比



- ※1. 全国有カ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小売り市場規模データ。調査対象は、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、並行輸入品、中古品は対象外。ゴルフウェアも含まない
- ※2. ゴルフ用品専門店、総合スポーツ店、インターネット通販における販売実績に基づく推計データ(プライベートブランド商品を除く)。百貨店、直営店は含まない

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
広報グループ 茶野 絢子
tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com