



GfKジャパン

問い合わせ先： 広報グループ
(TEL:03-5350-4623)

2017年のゴルフ用品販売動向 4年ぶりのプラス成長に

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2017年の主要ゴルフ用品の販売動向を発表した※1。

【概要】

- ・2017年の主要ゴルフ用品販売は金額前年比4%増とプラス成長に転じる
- ・クラブは同6%増。ドライバーをはじめ多くのタイプがプラス成長に
- ・スパイクレスが拡大するシューズは同6%増。用品類としても同5%増に

【2017年のゴルフ用品の小売市場は前年から4%のプラス成長】

2017年の主要ゴルフ用品小売市場は前年比4%増の1,710億円となった(図1)。大分類別にみると、市場の63%を占めるクラブが金額前年比6%増、20%を占める用品類※2が同5%増となった。一方で、ボールは同1%減と緩やかな縮小が続いた。

2017年は多くの製品カテゴリーで金額面での規模拡大がみられた。クラブにおける飛距離性能といった、分かりやすく、消費者に受け入れられやすい訴求ポイントを持った製品が平均価格の上昇に貢献した結果といえる。

【クラブ： ドライバー、パターをはじめ多くがプラス成長に】

クラブは数量ベースでは前年比1%減となるも、平均価格が前年から7%上昇したことで、金額ベースでは同6%増となった(図2)。金額規模が最も大きいドライバーは、金額前年比7%増と好調であった。飛距離性能の進化を訴求した商品がヒットしたことに加え、人気シリーズのモデルチェンジも追い風となった。さらに、フェアウェイウッドも同4%増、アイアンセットも下半期の販売伸長により同6%増となった。また、2017年はパターも好調であった。新製品が市場を押し上げ同14%増を記録した。

【ゴルフシューズ： スパイクレスシューズが拡大】

ゴルフシューズも数量では前年比2%減となったが、金額では同6%増となった。税抜き平均価格は前年を8%上回る11,900円であった。ゴルフシューズは鉋(スパイク)交換式のシューズが主流であるが、近年、グリップ性能が向上したスパイクレスシューズが注目されている。メーカーはラインナップを拡充しており、プロゴルファーの使用も増えている。2017年のゴルフシューズ販売におけるスパイクレスシューズの数量構成比は前年から6%ポイント拡大し27%となった(図3)。

図1. 主要ゴルフ用品市場規模

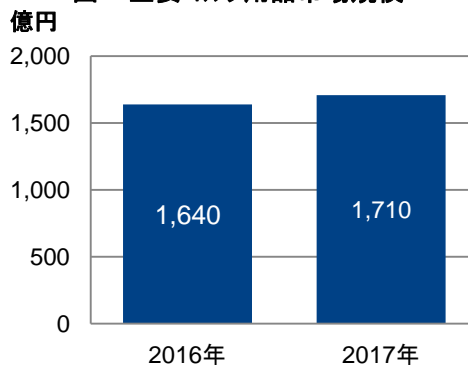


図2. ゴルフクラブ 販売金額規模

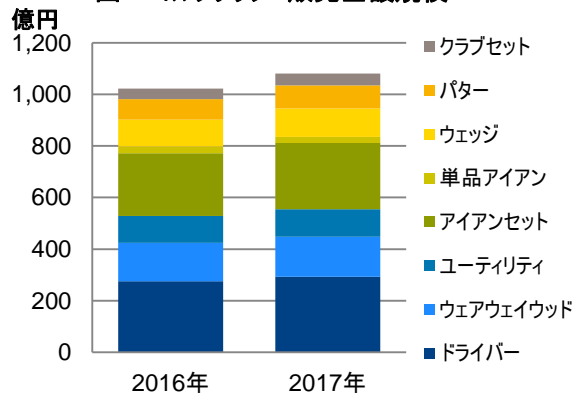
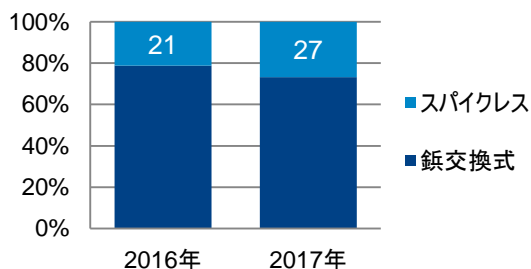


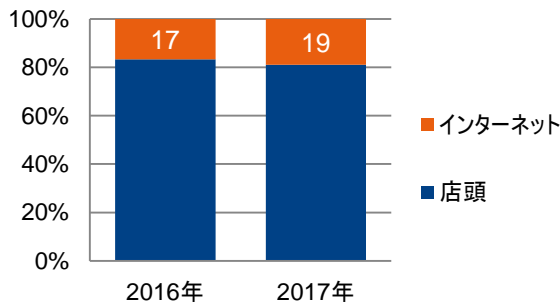
図3. ゴルフシューズ ソールタイプ別数量構成比



【キャディバッグ：インターネット販売の伸長】

キャディバッグは数量前年比3%増、金額前年比6%増と数量、金額ともに伸長した。ここ数年、軽量モデルの販売が増えており、重量3キロ未満の数量構成比は前年から6%ポイント拡大し46%となった。また、チャンネル別ではインターネット販売が数量前年比10%超の伸長を記録した。キャディバッグの販売数量に占める割合は前年の17%から19%へ拡大した(図4)。インターネット販売はシューズやグローブでも伸長しているが、キャディバッグにおいては特に高い成長がみられた。

図4. キャディバッグ インターネット販売数量構成比



※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、プライベートブランド商品を含むゴルフクラブ、ボール、ゴルフシューズ、キャディバッグ、ゴルフグローブ。並行輸入品、中古品は含まない。また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

※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 : 03-5350-4623 Email : info.jp@gfk.com
<http://www.gfk.com/jp>