

2017年、ゴルフウェアの販売動向

GfK ジャパン(東京:中野区)は、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ゴルフウェアの販売動向^{※1}を発表した。

【概要】

- ・2017年のゴルフウェア販売額は前年比4%増。シャツやパンツなど多くの服種が成長
- ・2018年の初動も同2%増と堅調

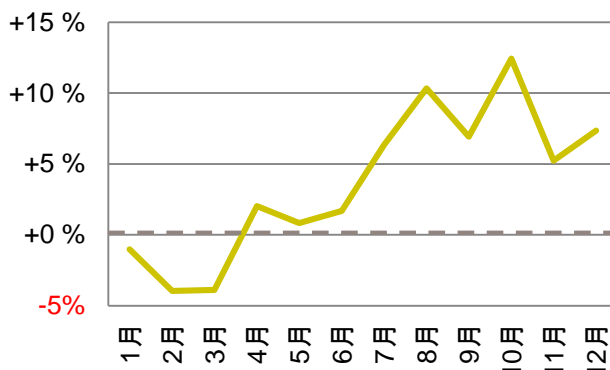
【2017年のゴルフウェア販売は金額前年比4%増】

2017年のゴルフウェア販売は金額前年比4%増と、2015年以来2年ぶりのプラス成長となった。

月別の金額前年比をみると、1月～6月は5%未満の上下動であったが、気温が例年より高かった7月はショートパンツなどの販売が好調で、6%増となった。その後の月も好調に推移したが、中でも秋冬商戦のピークである10月は12%増と大きく伸長した。

ここ数年ゴルフウェアの平均価格は上昇しており、2017年も金額規模の大きいシャツやロングパンツなど、多くの服種で平均価格が上昇した。ゴルフウェア全体の税抜き平均価格は前年から3%上昇しており、5年前と比べると10%の上昇となった。

図1. 2017年ゴルフウェア販売金額前年比

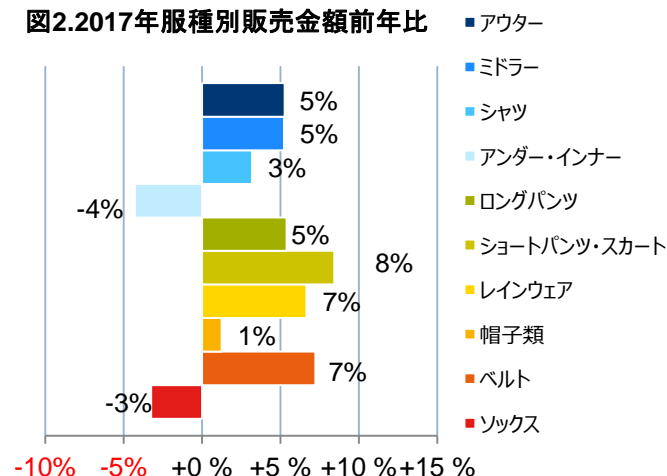


【2017年の服種別販売動向】

服種別にみると、2017年はアンダーウェア、ソックスを除くすべての服種がプラス成長となった。ゴルフウェア販売金額の約25%を占めるシャツは、2月、3月こそ前年を下回ったが、4月以降は堅調に推移し、通年では金額前年比3%増で落ち着いた。また、ゴルフウェア販売の20%を占めるロングパンツも金額前年比5%増となった。さらに構成比で11%を占めるアウターは、平均価格の上昇率が最も高く(前年から8%上昇)、金額前年比は5%増となった。

このほか構成比こそ7%と小さいものの、7月が好調だったショートパンツは金額前年比は8%増となった。さらに、レインウェアは、台風と秋雨前線の影響で10月に前年の3.1倍の販売を記録。通年の金額前年比は7%増となった。

図2. 2017年服種別販売金額前年比



【2018年の初動】

2018年の初動(1-2月)をみると、17年は比較的好調であったアウターが金額前年比2%減となる一方、ベルトが同13%増、ショートパンツが同12%増と好調に推移している。全体では同2%増であり、販売が盛り上がる4月以降の動向が注目される。

※1. 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

tel : 03-5350-4623 Email : info.jp@gfk.com