

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
問い合わせ先: 広報グループ
(TEL: 03-5350-4632)

2015年上半期 ゴルフ用品市場動向

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社(東京: 中野区)は、2015年上半期(1-6月)における主要ゴルフ用品の小売市場動向※1を公表した。

【概要】

- ・2015年上半期の主要ゴルフ用品販売額は前年同期から4%縮小。
- ・クラブセットはラインナップ拡充により金額前年比21%増。
- ・ゴルフシューズではダイヤル式の数量構成比が6割越え。

【ボール、用品類は安定推移するも、クラブは縮小が継続】

2015年上半期における主要ゴルフ用品の小売販売額は、前年比4%減の665億円であった(図1)。用品類※2は高価格帯シューズがけん引し、前年と同等規模を維持した。ボールは前年が悪天候等の影響を受け販売減だったのに対し、今年は例年水準まで販売が回復したため、金額前年比では5%増となった。一方、市場規模の6割を占めるクラブは、春商戦でのヒット商品の不足により、同8%減となった。詳細をみると、クラブ売上の26%を占めるドライバーが金額前年比10%減、16%を占めるフェアウェイウッドが同13%減、23%を占めるアイアンセットが同11%減と軒並み2ケタ減となった。このような中、クラブセットは金額前年比21%増と唯一のプラス成長を遂げた。クラブにおける構成比は3%と小さいが、徐々に拡大している。

【クラブセット、男性向け商品に新たな需要】

プラス成長が続くクラブセットの2015年上半期販売は数量、金額ともに前年比21%増となった(図2)。クラブセットのラインナップは年々拡充しており、2015年上半期に販売実績のあったモデル数は前年同期から17%増加した。クラブセットは従来女性向けのエントリーモデルとしての需要が主であったが、休眠ゴルファーが復帰時にクラブ一式を新調する際など、男性向けの需要も高まっている。

クラブセット内での男性向け商品の販売数量構成比は2013年上半期では44%と女性向けを3%ポイント下回っていたが、2013年下半期には女性向けを上回り、2015年上半期には49%と過半に迫るに至った。

【ゴルフシューズ、ダイヤル式が販売をけん引】

用品類の5割を占めるゴルフシューズの2015年上半期の販売は数量ベースでは前年比7%減となるも、金額ベースでは同4%増となった。平均価格がシューレース式の約1.7倍と高いダイヤル式の販売が増加したことが金額規模の拡大につながった。ダイヤル式シューズとはワイヤーをダイヤルで締め上げる脱着機能を搭載した商品であるが、片手で容易に脱着できることから、ラウンド中であつてもすぐに靴を緩めて足を休ませることができる。優れたフィット感やプレイを快適にする機能性が受け入れられ販売を伸ばしていると考えられる。2015年上半期のダイヤル式シューズの数量構成比は2014年通年から17%ポイント拡大し、62%を占めた(図3)。

図1. 主要ゴルフ用品小売市場規模推移

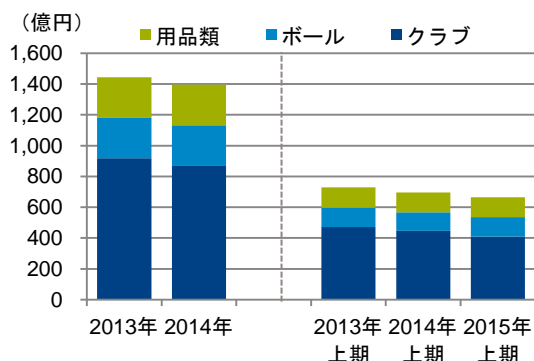


図2. クラブセットの販売数量推移

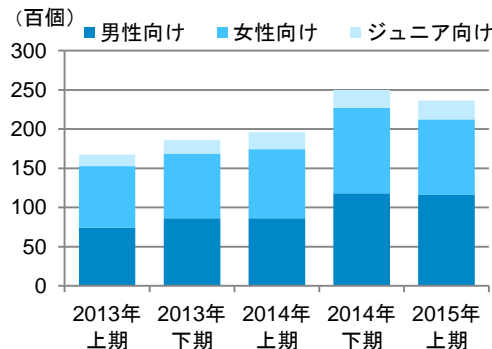
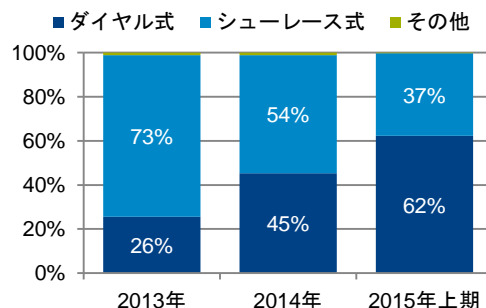


図3. シューズ バインディング形状別販売数量構成比



- ※1. 主要ゴルフ用品小売市場：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販売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。なおカスタムフィッティングの商品、プライベートブランド商品、並行輸入品、中古品は含まれない。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

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
広報グループ 茶野 絢子
tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com