

ビジネス フォーカス

【スポーツ事業】

ゴルフ用品市場の景気先行指標

ことで明らかにしていきたいと思うが、「アベノミクス」効果によって景気が回復基調にあるといわれる経済環境下で、日本のゴルフ用品市場は果たしてどのような状況にあるのだろうか。

日本のゴルフ用品市場は「景気連動型市場」といわれている。しかし「景気が悪化すれば比較的早いタイミングでその影響が顕在化し、景気が回復してもその“効果”が顕在化するまでには一定以上のタイムラグがある」というのが業界関係者の統一した見解である。つまり「景気が悪くなれば、市場も悪化するが、景気が良くなつてもその効果が表れづらい」ということになる。

この市場がこうした特性を持つ理由は今後研究を進めていく

弊社が国内のゴルフ用品店約1100店から実売データの提供を受け、集計・分析を行つて「YPSゴルフデータ」に

よれば、2013年1月から11月までの11カ月間のゴルフ用品（ゴルフクラブ、ゴルフボール、シューズ、キャディーバッグ、グローブ）の店頭販売額は前年同期比約10.3%とプラスで推移している。

マクロの数字だけを見れば「去年よりも市場は成長している」よう見えるが、実はこれらの数字は「特価処分品（モデルチェンジなどによる旧モデルの処分販売）」や「新製品の大幅な値引き販売」などで底上げされている側面が強く、業界の収益構造は悪化している。業界

では、日本のゴルフ用品市場に「景気回復」を示すような痕跡は見当たらないのであろうか。

全体を俯瞰した場合には、景気回復の実感に乏しいというのと、がゴルフ用品業界の実情である。

詳細にデータを分析した結果、興味深いデータが判明した。

グラフのデータは「YPSゴル

フデータ」のキャディーバッグの2012～13年の価格帯（実売価格ベース）別販売数量構成比であるが、高価格帯市場に位置づけられている3万円以上の主力の価格帯は1万円台で変わらないものの、ゴルフクラブなど他の商品カテゴリーの価格帯構成が大きく変化していない

中で、キャディーバッグ市場の高価格帯構成比が大幅に上昇している。

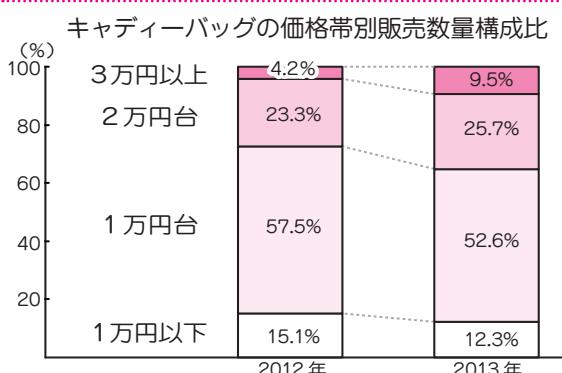
「景気回復（もしくは減退）を測る上での先行指標」となり得るのかもしれない。

（矢野経済研究所
スポーツ事業部部長
三石 茂樹）

いう声が挙がっている。仮説の域を出ないが、キャディーバッグ市場の価格帯別動向は、日本のゴルフ用品市場における「景気回復（もしくは減退）を測る上での先行指標」となり得るの

小売店に対するインタビュ

ーでは「他の人と“かぶらない”バッグを求める人が増えている。



出典：矢野経済研究所 ゴルフ用品小売店実売動向調査「YPSゴルフデータ」
※2013年は1～11月までの累計