

# ビジネス フォーカス

## 【世界のゴルフ用品市場規模】

品市場に関する定量的な調査データが存在するのは、世界最大規模を誇る米国と第2位の日本だけ、というのが日本国内のゴルフ用品業界関係者の共通認識だった。日本以外の国でもゴルフ用品関連企業はビジネスを開催しているが、それらの国々では各企業が独自に調査、入手したデータを利用してきたのである。そうした事情もあり、当社には以前から「日本以外のゴルフ用品市場」や「アジア地域のゴルフ用品市場」の動向について調査してほしいとの要望が寄せられていた。

そのような声を受けて、当社は13年に米国ゴルフ用品市場のマーケティング調査の権威「ゴルフデータテック社（GDT）」と、世界ゴルフ用品市場調査に関する包括的提携契約を締結した。その結果、14年に日本ゴルフ用品市場規模とその動向をまとめたレポートを、15年には世界のゴルフ用品市場規模をまとめた世界初のレポートを共同でこれまで世界の中でゴルフ用

「世界のゴルフ用品市場はどういう規模か?」——この問い合わせに即答できる人は、恐らくほとんどいないのではないか。

それでもそのはず、今まで世界のゴルフ市場規模を算出したオフィシャルなデータは存在しなかつたのである。

「今まで」と書いたのには理由がある。手前みそな話だが、今年3月、世界のゴルフ用品市場規模を算出した「2015世界ゴルフ市場レポート」を矢野経済研究所が発刊した。

これまで世界の中でゴルフ用

品市場に関する定量的な調査データが存在するのではなく、世界最大

規格を誇る米国と第2位の日本だけ、というのが日本国内のゴルフ用品業界関係者の共通認識だった。日本以外の国でもゴルフ用品関連企業はビジネスを開催しているが、それらの国々では各企業が独自に調査、入手したデータを利用してきたのである。そうした事情もあり、当社には以前から「日本以外のゴルフ用品市場」や「アジア地域のゴルフ用品市場」の動向について調査してほしいとの要望が寄せられていた。

そのような声を受けて、当社は13年に米国ゴルフ用品市場のマーケティング調査の権威「ゴルフデータテック社（GDT）」と、世界ゴルフ用品市場調査に関する包括的提携契約を締結した。その結果、14年に日本ゴルフ用品市場規模とその動向をまとめたレポートを、15年には世界のゴルフ用品市場規模をまとめた世界初のレポートを共同でこれまで世界の中でゴルフ用

品市場に関する定量的な調査データが存在するのではなく、世界最大

規格を誇る米国と第2位の日本だけ、というのが日本国内のゴルフ用品業界関係者の共通認識だった。日本以外の国でもゴルフ用品関連企業はビジネスを開催しているが、それらの国々では各企業が独自に調査、入手したデータを利用してきたのである。そうした事情もあり、当社には以前から「日本以外のゴルフ用品市場」や「アジア地域のゴルフ用品市場」の動向について調査してほしいとの要望が寄せられていた。

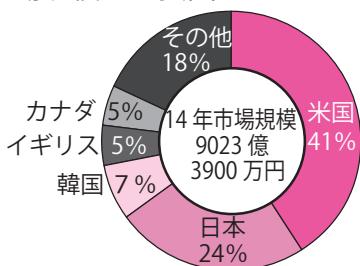
そのような声を受けて、当社は13年に米国ゴルフ用品市場のマーケティング調査の権威「ゴルフデータテック社（GDT）」と、世界ゴルフ用品市場調査に関する包括的提携契約を締結した。その結果、14年に日本ゴルフ用品市場規模とその動向をまとめたレポートを、15年には世界のゴルフ用品市場規模をまとめた世界初のレポートを共同でこれまで世界の中でゴルフ用

品市場に関する定量的な調査データが存在するのではなく、世界最大

規格を誇る米国と第2位の日本だけ、というのが日本国内のゴルフ用品業界関係者の共通認識だった。日本以外の国でもゴルフ用品関連企業はビジネスを開催しているが、それらの国々では各企業が独自に調査、入手したデータを利用してきたのである。そうした事情もあり、当社には以前から「日本以外のゴルフ用品市場」や「アジア地域のゴルフ用品市場」の動向について調査してほしいとの要望が寄せられていた。

そのような声を受けて、当社は13年に米国ゴルフ用品市場のマーケティング調査の権威「ゴルフデータテック社（GDT）」と、世界ゴルフ用品市場調査に関する包括的提携契約を締結した。その結果、14年に日本ゴルフ用品市場規模とその動向をまとめたレポートを、15年には世界のゴルフ用品市場規模をまとめた世界初のレポートを共同でこれまで世界の中でゴルフ用

2014年の世界ゴルフ用品小売り市場規模と主要国シェア



矢野経済研究所、ゴルフ・データテック社推計

注：ゴルフクラブ（ウッド、ハイブリッド、アイアン、バター）、ゴルフ用品（シューズ、キャディーバック、グローブ）、ゴルフボール（ラウンドボール）を対象とし、小売金額ベースで算出。ゴルフウェアは含まない

（矢野経済研究所  
スポーツグループ  
主席研究員 三石 茂樹）

「マーケティングデータの必要性と重要性」を説いてゆくのもわれわれの課題だと思う。一筋縄ではないかないと承知しているが、ゴルフ業界の「ウエット」な文化が万国共通であるならば、必ずや日米と同水準のデータ算出が実現するものと信じている。

今後はこうした国々に対して「マーケティングデータの必要性と重要性」を説いてゆくのもわれわれの課題だと思う。一筋縄ではないかないと承知しているが、ゴルフ業界の「ウエット」な文化が万国共通であるならば、必ずや日米と同水準のデータ算出が実現するものと信じている。