

## 国内ライセンスブランド市場に関する調査結果 2009

～市場全体は12年連続のマイナス成長も、「スイム・フィットネス」分野は堅調推移～

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内ライセンスブランド市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2009年8月～10月
2. 調査対象：ライセンスブランド展開のファッションアパレル、服飾雑貨展開企業及び商社
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、及び郵送アンケートを併用

#### <本調査におけるライセンスブランド市場とは>

本調査では、ファッションアパレルにおけるライセンスブランドの衣料品、服飾雑貨及び一般雑貨のアイテムを対象とした。

調査対象32分野については、「表1.アイテム別ライセンス市場規模推移」を参照のこと。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2008年度の衣料品・服飾雑貨ライセンスブランド市場規模は1兆6,415億円

2008年度の衣料品・服飾雑貨のライセンスブランド市場規模は、小売金額ベースで約1兆6,415億円（前年比94.2%）で、12年連続のマイナス成長を記録した。近年の市場縮小傾向に、経済不況によるブランド消費の減退とファストファッションブームが拍車をかけている。

#### ◆ アイテム別では、「スイム・フィットネス」分野が堅調推移

2008年度は、調査対象32アイテム中30アイテムがマイナス成長となった。各分野ともマイナス基調にあるが、2008年度の「スイム・フィットネス」分野は中高年層のウォーキングブームや若年層のランニングブームを背景に堅調に推移した。

### 【資料体裁】

資料名：「ライセンスブランド年鑑 2009-2010年版」

発刊日：2009年11月27日

体裁：A4判 702頁

定価：126,000円（本体価格120,000円 消費税等6,000円）

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報・PRグループ TEL：03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報・PRグループ迄お問合せ下さい。

## 【調査結果の概要】

### 1. 市場概況

～12年で3分の1に当たる8千億円の市場規模縮小、経済不況によるブランド消費の減退とファストファッションブームが近年の縮小傾向に一層の拍車をかけている～

2008年度服飾雑貨ブランドのライセンス市場規模は、前年度比94.2%の1兆6,415万円と大幅マイナスとなった。同市場は96年度の2兆4,423億円をピークに12年連続のマイナス成長を記録、2008年度はピーク時の3分の2まで市場規模が縮小し、縮小傾向に歯止めがかからない状況となっている。

この主な要因は2008年9月のリーマンショック以降の経済不況の影響であるが、これまでライセンスブランド群がその主力販路としてきた百貨店、GMS (General Merchandise Store) の衣料品販売力の低下、同じく同市場を下支えしてきたともいえるギフト需要の減退も背景として挙げられる。中でもやはり百貨店、GMSの衣料品販売力の低下の影響が大きいと考える。特にこれまで同市場の「核」となってきた欧米のプレタ系 (ファッションハイエンド) ライセンスブランド群の上位は、百貨店を主力販路としており、販路構成の約6割を占めるといわれ、百貨店とともに成長してきた側面が強い。そのため、この主力販路の販売力低下が同市場に直接的に反映されたものと考えられる。

百貨店チャンネルは、主に団塊世代以上の世代層が中心顧客層であり、消費次世代層 (団塊ジュニア世代以降) の顧客空洞化が進んでいる。近年、ファッションビル、駅ビル開発が急速に進む中で、この消費次世代層のファッション消費は、こうした新業態チャンネルにシフトしている。こうしたチャンネルでは、これまで百貨店では展開されなかった値頃な国内新興ブランド群、ヤングファッションブランド群、海外ファストファッションが台頭しており、ライセンスブランド市場の停滞に拍車をかけている。

このような状況下、各ファッションアイテムのライセンスブランド主要展開メーカーは、チャンネルや商品企画の制約、そしてコスト (ライセンス料) の発生するライセンスビジネスに依存しない自社ブランド開発の強化を進めている。また百貨店側においても、近年は前述した駅ビル、ファッションビル、郊外型SCなど、新業態チャンネルで成長している消費次世代層向けの新興ブランドの導入を急速に進めていくと予測する。そうした環境において、従来からのライセンスブランドビジネスは、更なる市場規模の縮小とブランドの再編・集約化が進むと考える。

## 2. アイテム別概況

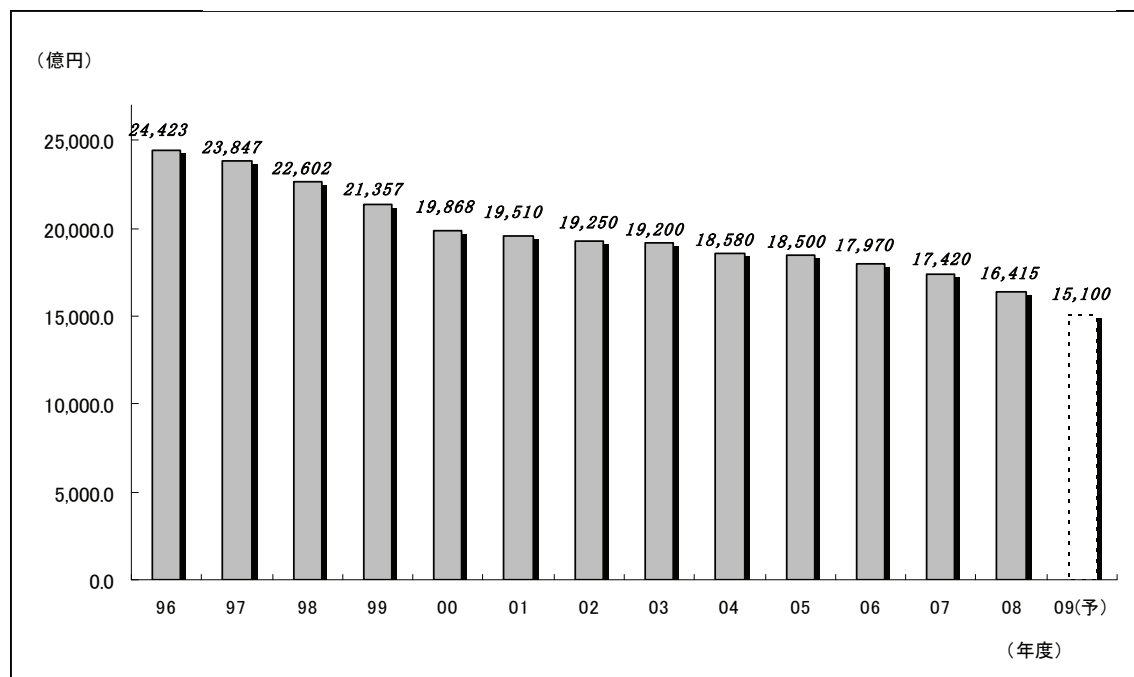
～本調査対象 32 分野中 30 分野がマイナス成長、しかし「スイム・フィットネス」分野はウォーキングやランニングブームを背景に堅調推移～

2008 年度の同市場は、本調査対象 32 分野中 30 分野がマイナス成長となった。プラス成長となったのは「傘・レインウェア」分野と、「スイム・フィットネス」分野である。「傘・レインウェア」類については、2008 年の天候不順による要因が強く、「スイム・フィットネス」分野のみが、中高年層中心のウォーキングブーム、若年層における東京マラソンに端を発するランニングブーム等が重なって、底堅い成長を遂げた。だが、同分野を除くと、やはり各分野ともマイナス基調に推移しているといえる。

また上記 32 分野を「ウェア」「服飾雑貨」「一般雑貨」という分類で見た場合、ライセンスマーケット市場構成比の約 6 割を占める「ウェア」は、約 2 桁近いマイナス成長と、最も落ち込みが大きい。ここに本市場のマイナス成長の要因がうかがえる。

一方、「服飾雑貨」については、市場構成比は拡大傾向にあり、ライセンスマーケットの約 2 割を形成しており、「ウェア」類と比較すれば健闘している。しかしこの「服飾雑貨」の分野においても、やはりギフト需要の減退と、その購買経路自体も百貨店から、ブランド直轄下の直営店、ブランドショップにシフトしている状況にあること、また大手 SPA ファストアパレルブランドが、近年、インナーウェア、アクセサリといった「服飾雑貨」アイテムの売り場拡充を進めていることを背景に、市場規模は縮小傾向となっている。

図 1.衣料品・服飾雑貨ライセンス市場規模推移



注 1：小売金額ベース

注 2：（予）は予測値

注 3：一部分野について過去に遡り数値を見直したため、過去発表分と一致しない数値がある。

矢野経済研究所推計

表1. アイテム別ライセンス市場規模推移

(単位: 億円、%)

アイテム	2007年度			2008年度			2009年度見込		
		前年比	構成比		前年比	構成比		前年比	構成比
レディスウエア	3,320.0	94.3	19.1	3,040.0	91.6	18.5	2,700.0	88.8	17.9
メンズウエア	2,350.0	96.5	13.5	2,180.0	92.8	13.3	1,930.0	88.5	12.8
カジュアル・スポーツウエア	2,450.0	97.2	14.1	2,310.0	94.3	14.1	2,125.0	92.0	14.1
シャツ	317.0	97.2	1.8	302.0	95.3	1.8	270.0	89.4	1.8
スイム・フィットネスウエア	220.0	102.3	1.3	225.0	102.3	1.4	230.0	102.2	1.5
子供・ベビー・マタニティ	750.0	94.9	4.3	690.0	92.0	4.2	625.0	90.6	4.1
レディスインナーウエア	368.5	102.2	2.1	361.0	98.0	2.2	330.0	91.4	2.2
メンズインナーウエア	870.0	97.2	5.0	835.0	96.0	5.1	828.0	99.2	5.5
パジャマ・ナイト・ホームウエア	260.0	96.7	1.5	240.0	92.3	1.5	210.0	87.5	1.4
ネクタイ	195.5	95.3	1.1	179.5	91.8	1.1	155.0	86.4	1.0
スカーフ・ショール・マフラー	165.0	107.1	0.9	156.0	94.5	1.0	148.0	94.9	1.0
ハンカチ	424.0	98.6	2.4	373.0	88.0	2.3	325.0	87.1	2.2
紳士靴	206.0	105.6	1.2	203.8	98.9	1.2	185.0	90.8	1.2
婦人靴	220.0	94.8	1.3	194.7	88.5	1.2	180.0	92.4	1.2
カジュアルシューズ	675.0	100.4	3.9	631.0	93.5	3.8	575.0	91.1	3.8
鞆・袋物	1,030.0	97.4	5.9	1,020.0	99.0	6.2	1,015.0	99.5	6.7
ベルト・革小物	590.0	104.4	3.4	588.0	99.7	3.6	585.0	99.5	3.9
手袋	111.0	96.5	0.6	107.0	96.4	0.7	91.0	85.0	0.6
傘・レインウエア	128.0	94.8	0.7	134.0	104.7	0.8	120.0	89.6	0.8
帽子	252.0	96.2	1.4	243.5	96.6	1.5	223.0	91.6	1.5
インテリアファブリック	405.0	97.6	2.3	368.0	90.9	2.2	314.0	85.3	2.1
タオル	437.0	92.0	2.5	428.0	97.9	2.6	386.0	90.2	2.6
筆記具・文具	40.5	94.2	0.2	39.5	97.5	0.2	38.0	96.2	0.3
陶磁器・ガラス器・カトラリー	112.0	91.8	0.6	105.0	93.8	0.6	105.0	100.0	0.7
バス・トイレタリー	125.0	98.4	0.7	118.0	94.4	0.7	114.0	96.6	0.8
ジュエリー・アクセサリ	270.0	93.8	1.5	260.0	96.3	1.6	245.0	94.2	1.6
時計	318.0	97.8	1.8	300.0	94.3	1.8	288.0	96.0	1.9
メガネ・サングラス	405.0	98.8	2.3	395.0	97.5	2.4	385.0	97.5	2.5
喫煙具・ライター	30.5	95.3	0.2	29.5	96.7	0.2	29.0	98.3	0.2
ユニフォーム	80.0	101.3	0.5	75.5	94.4	0.5	73.0	96.7	0.5
着物・浴衣	175.0	95.1	1.0	170.0	97.1	1.0	165.0	97.1	1.1
その他	120.0	103.2	0.7	113.0	94.2	0.7	108.0	95.6	0.7
ライセンス総市場規模	17,420.0	96.9	100.0	16,415.0	94.2	100.0	15,100.0	92.0	100.0

注4: 小売金額ベース

矢野経済研究所推計

注5: 見込は見込値

注6: 一部分野について過去に遡り数値を見直したため、過去発表分と一致しない数値がある。