

## チームスポーツ用品市場に関する調査結果 2009

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてチームスポーツ用品の市場調査を実施した。

1. 調査期間: 2009年9月～11月
2. 調査対象: スポーツ関連企業・メーカー・卸売業・小売業約100社
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、ならびに郵送アンケート調査を併用

#### ＜チームスポーツ用品市場とは＞

本調査におけるチームスポーツ用品とは、野球・ソフトボール、サッカー、バスケットボール、バレーボール、ラグビー、ハンドボール、アメリカンフットボールの主要7分野の関連用品を対象とする。なお、アメリカンフットボール用品におけるヘルメットやショルダーパッドといったプロテクト関連用品は、並行輸入品が多いため調査対象から除外している。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2009年のチームスポーツ用品国内出荷市場規模は微減推移

2009年チームスポーツ用品国内市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比99.3%の1,665億3,000万円の見込みである。

#### ◆ 野球、サッカーの主要2大スポーツ用品は明暗が分かれる

2009年のチームスポーツ用品市場全体において、野球用品とサッカー用品は約8割を占める主要分野である。野球は高校硬式野球部の需要が旺盛であるのに対し、成人軟式野球(いわゆる草野球)への競技参加人口が減少傾向にあり、同年の野球用品市場は前年比ほぼ横ばいの702億7,000万円の見込みである。一方のサッカーは競技人口の減少に加え、サッカー用品のなかでも大きな構成比を占めるウェアが単価の低い商品に需要が流れていることもあり、2009年は同98.3%の646億1,000万円の見込みである。

#### ◆ 少子化や経済情勢の悪化は、今後のチームスポーツ用品市場への懸念材料となる

2010年の市場規模は前年比101.2%の1,686億円とプラス成長へ転じるものと予測する。ただ、少子化による影響や、指導者の不足、各企業の財政事情から企業内クラブ活動の廃部や休部等、チームスポーツ用品市場を取り巻く環境は厳しさを増している。長期的には、このような懸念材料から、やがて減少傾向になると予測する。

#### ◆ 資料体裁

資料名: 「チームスポーツビジネス 2010」  
 発刊日: 2009年12月25日  
 体裁: A4判 394頁  
 定価: 105,000円(本体価格100,000円 消費税等5,000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/>)

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報宣伝グループ 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、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

2009年チームスポーツ用品国内市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年比99.3%の1,665億3,000万円の見込みである。

#### 1-1. 野球・ソフトボール用品

調査対象7分野のうち、市場規模が最も大きい野球用品は、高校硬式野球部の需要が旺盛である一方、成人軟式野球(いわゆる草野球)への競技参加人口が減少傾向にあるため、2009年は前年比ほぼ横ばいの702億7,000万円の見込みである。

#### 1-2. サッカー用品

競技人口の減少に加え、サッカー用品のなかでも大きな構成比を占めるウエアの需要が単価の低い商品に流れていることもあり、2009年は前年比98.3%の646億1,000万円の見込みである。

#### 1-3. バasketボール用品

小学生のBasketボール(ミニバス)は人気を背景に関連用品の出荷実績が堅調に推移した結果、2009年は前年比100.9%の176億6,000万円と拡大する見通しである。

#### 1-4. バレーボール用品

中学、高校生の競技人口が大きく減少しているほか、経済情勢の悪化から家庭婦人層(いわゆるママさんバレー)の活動回数も減少しており、2009年は前年比98.2%の106億1,000万円と縮小する見通しである。

#### 1-5. ハンドボール用品

ハンドボール用品はシューズ、ウエアを中心としてサッカー用品での代用が可能である。そのため、ハンドボール専用シューズやウエアの出荷が伸び悩んでおり、2009年は前年比99.4%の16億3,000万円の見込みである。

#### 1-6. ラグビー用品

ラグビーは地域によって人気に偏りがある。特に、強豪高校が存在する関西地方を中心に大きな盛り上がりを見せており、こうしたエリアを中心としてラグビー用品の出荷が増加、2009年は前年比102.7%の15億円とプラス成長する見込みである。

#### 1-7. アメリカンフットボール用品

アメリカンフットボールは、競技人口の減少に加え指導者が不足しているという課題も抱えている。そのため、2009年のアメリカンフットボール用品市場は前年比96.2%の2億5,000万円で推移する見込みである。なお本調査では、ヘルメットやショルダーパッドといったプロテクト関連用品を調査対象から除外しているため、アメリカンフットボール用品市場は非常に小さい規模となっている。

### 2. 将来展望

チームスポーツ用品市場の長期展望として懸念材料がいくつか挙げられる。そのひとつが少子化問題である。本調査対象のスポーツ分野の大半は、中学や高校における部活動に競技人口が集中しており、少子化対策は焦眉の課題となっている。特にソフトボールは、2012年のロンドンオリンピックでは正式種目から除外されることが決まり、世界の舞台でメダル獲得を目指すことができなくなったという点で、中学、高校部活層における競技人口の減少がさらに進行するものと考えられる。現在は、Basketボールなどジュニア関連のスポーツ用品が好調な分野は存在するものの、長期的に見ると少子化問題はチームスポーツ用品市場に大きな影響を与えるものとみる。

また、ハンドボール、アメリカンフットボールの2分野は、少子化問題に加え指導者不足という問題を抱えている。特に指導者不足の問題はクラブ活動自体を成立させることが難しく、ほかのスポーツに競技者が流れてしまうという状況を招く結果となる。こうしたことから、これら2分野については中長期的に見ると高校や大学といった主要な競技者人口の増加は期待しにくいと予測する。

さらに、国内景気の悪化から消費者の生活防衛意識が高まっており、用具一式に一定の費用負担を強いられるスポーツ用品分野は、より一層の競技人口減少が懸念される。近年、各企業の財政事情からクラブ活動の廃部や休部に追い込まれるところも多く、チームスポーツを取り巻く環境は厳しさを増している。

表 1. チームスポーツ用品分野別国内市場規模推移

単位:百万円,% 上段:構成比 下段:前年比

	2007		2008		2009(見込)		2010(予測)	
		%		%		%		%
野球・ソフトボール	70,320	42.3	70,240	41.9	70,270	42.2	71,220	42.2
		-		99.9		100.0		101.4
サッカー	64,300	38.7	65,760	39.2	64,610	38.8	65,580	38.9
		-		102.3		98.3		101.5
バスケットボール	17,370	10.4	17,500	10.4	17,660	10.6	17,780	10.5
		-		100.7		100.9		100.7
バレーボール	10,860	6.5	10,800	6.4	10,610	6.4	10,580	6.3
		-		99.4		98.2		99.7
ラグビー	1,460	0.9	1,460	0.9	1,500	0.9	1,560	0.9
		-		100.0		102.7		104.0
ハンドボール	1,720	1.0	1,640	1.0	1,630	1.0	1,630	1.0
		-		95.3		99.4		100.0
アメリカンフットボール	290	0.2	260	0.2	250	0.2	250	0.1
		-		89.7		96.2		100.0
合計	166,320	100.0	167,660	100.0	166,530	100.0	168,600	100.0
		-		100.8		99.3		101.2

矢野経済研究所推計

注 1: メーカー出荷金額ベース

注 2: (見込)は見込値、(予測)は予測値

注 3: アメリカンフットボール用品は、ヘルメットやショルダーパッドといったプロテクト関連用品を除外している。