

文具・事務用品市場に関する調査を実施(2017年)

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の文具・事務用品市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2017年10月~12月
2. 調査対象:文具・事務用品関連事業者等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<文具・事務用品とは>

本調査における文具・事務用品とは、筆記具(鉛筆、万年筆、油性ボールペン、水性ボールペン、シャープペンシル、油性マーカー、水性マーカー)、紙製品(ノート、学習帳、手帳類、封筒、アルバム、ルーズリーフ、レポート用紙)、事務用品(ファイル類、粘着テープ、印章類、ラベル類、事務用のり、黑板類、修正用品、カッター、ステープラー、消しゴム、文具はさみ、電子文具[ラベルライター他]、電子辞書)の3分野27品目を対象とする。なお、水性ボールペンにはゲルインキボールペンを含む。

【調査結果サマリー】

◆ 2016年度の国内文具・事務用品市場は前年度比横ばい推移の4,692億円

2016年度の国内文具・事務用品市場規模はメーカー出荷金額ベースで、前年度比横ばい推移の4,692億円であった。ここ数年に渡って市場規模の底上げに貢献していた筆記具の伸長にも落ち着きが見られ始めており、紙製品、事務用品類の縮小分を補いつつ、市場を拡大させるまでには至らなかった。

◆ シャープペンシル市場は複数本買い需要の創出などによって市場が活性化

2016年度のシャープペンシル市場規模(本体及び替芯)は、メーカー出荷金額ベースで前年度比3.3%増の155億円であった。主要各社の投入する高機能・付加価値商品や芯径バリエーションの商品展開の強化によって消費者の複数本買いの需要を創出させるなど、市場は活性化している。

◆ 万年筆市場は堅調な需要を維持するも、中高価格帯を中心に供給面で課題も

2016年度の万年筆市場規模は、メーカー出荷金額ベースで、前年度比0.6%減の46億5,000万円であった。ユーザー層の拡大とその定着は着実に進んでいるものと見られるが、ハンドメイド工程の多い万年筆は中高価格帯を中心に供給面で課題も残る。

◆ 資料体裁

資料名:「文具・事務用品マーケティング総覧 2017年版」
発刊日:2017年12月25日
体裁:A4判 453頁
定価:110,000円(税別)

◆ 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 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: 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、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

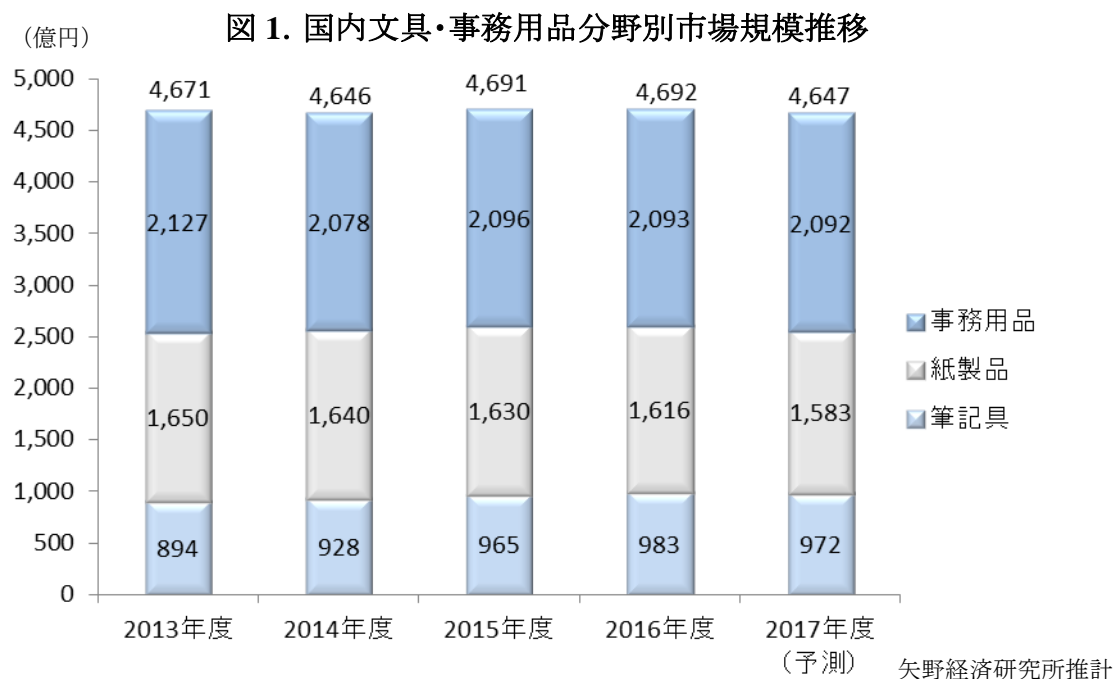
2016年度の国内文具・事務用品市場規模はメーカー出荷金額ベースで、前年度比横ばい推移の4,692億円であった。文具・事務用品市場は、2012年度以降、個人向け需要に対応したヒット商品が創出された筆記具が大きく拡大し、市場規模全体を底上げしている。ただ、ここ数年は筆記具の伸長にも落ち着きが見られ始めており、2016年度は紙製品、事務用品類の縮小分を補いつつ、市場を拡大させるまでには至らなかった。

同年度を分野別に見ると、筆記具が前年度比1.8%増の983億円、紙製品が同0.9%減の1,616億円、事務用品が同0.1%減の2,093億円であった。

筆記具は、水性ボールペンのヒット商品が市場拡大を牽引し、2012年度以降プラス成長を継続させている。2016年度は、中高価格帯を中心に供給面で課題を抱える万年筆が微減推移となったが、それ以外の品目は前年度比で増加した。特に大人の塗り絵ブームによって色鉛筆の特需が発生した鉛筆や、高機能・付加価値商品が多数投入され、全体的に好調なシャープペンシルが伸長し、市場拡大に寄与した。

紙製品は、法人需要の減少や学童人口の減少、価格競争などを反映して長期的に減少傾向にある。当該分野で5割程度の構成比を占める封筒は、2015年度に実施された国勢調査やマイナンバー制度に対する封筒需要のようなプラス要因がなく、マイナス成長となった。一方、手帳やノートは、これまで個人向け需要が好調で市場を伸ばしていたが、近年はやや頭打ちとなっている。2016年度の手帳は引き続き増加したものの、ノートは前年度比で横ばい推移であった。

事務用品は、調査対象13品目のうち、電子文具、事務用のり、粘着テープ、ファイル類、カッターの5品目が前年度を上回った。ただし、総じて増加幅は小さく、事務用品市場全体は、おおよそ横ばい推移であった。



注1. メーカー出荷金額ベース

注2. 2017年度は予測値

注3. 筆記具(鉛筆、万年筆、油性ボールペン、水性ボールペン、シャープペンシル、油性マーカー、水性マーカー)、紙製品(ノート、学習帳、手帳類、封筒、アルバム、ルーズリーフ、レポート用紙)、事務用品(ファイル類、粘着テープ、印章類、ラベル類、事務用のり、黒板類、修正用品、カッター、ステープラー、消しゴム、文具はさみ、電子文具〔ラベルライター他〕、電子辞書)の3分野27品目を対象とする。

2. 注目すべき品目別動向

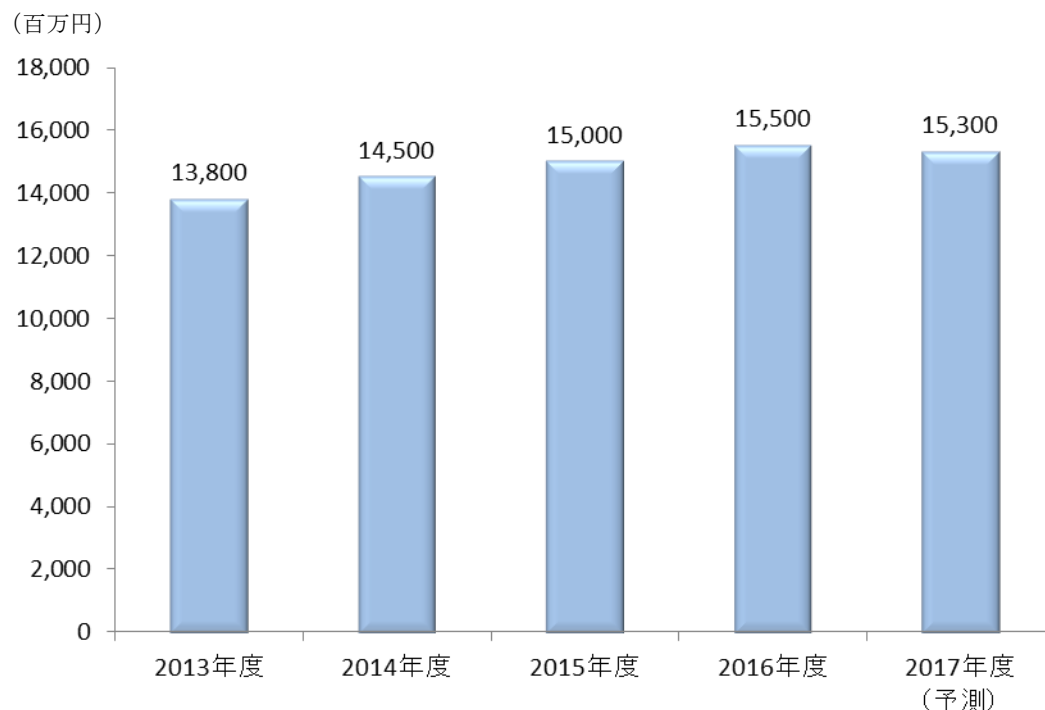
2-1. 国内シャープペンシル市場

2016年度のシャープペンシル市場規模(本体及び替芯)は、メーカー出荷金額ベースで前年度比3.3%増の155億円であった。2014年度以降、主要メーカー各社は、芯の折れない機構を採用するなどといった高機能・付加価値を追求する新商品を次々と投入しており、これに加え、細字や太字のニーズに対応した芯径バリエーション強化の商品展開が消費者の需要を喚起させ、市場全体を活性化させている。

こうした高機能・付加価値を追求する商品展開は、主要ターゲットである中高生の減少など構造的なマイナス要因がある環境下においても、学校や学習塾、ひいては教科ごとで異なるシャープペンシルを用いるなどの複数本買いの需要を創出させるとともに、高機能・付加価値化による商品単価上昇も相まって、市場は拡大基調にある。

2017年度は、主要メーカー各社においてシリーズ商品のバリエーションの強化、キャラクターなどの限定柄商品の投入など、需要喚起施策が引き続き推進されているものの、需要の一巡が一定程度見られ始めることも予想されることから、2017年度のシャープペンシル市場規模は、前年度比1.3%減の153億円を予測する。

図2. 国内シャープペンシル市場規模推移



矢野経済研究所推計

注4. メーカー出荷金額ベース

注5. シャープペンシル本体及び替え芯を含む

注6. 2017年度は予測値

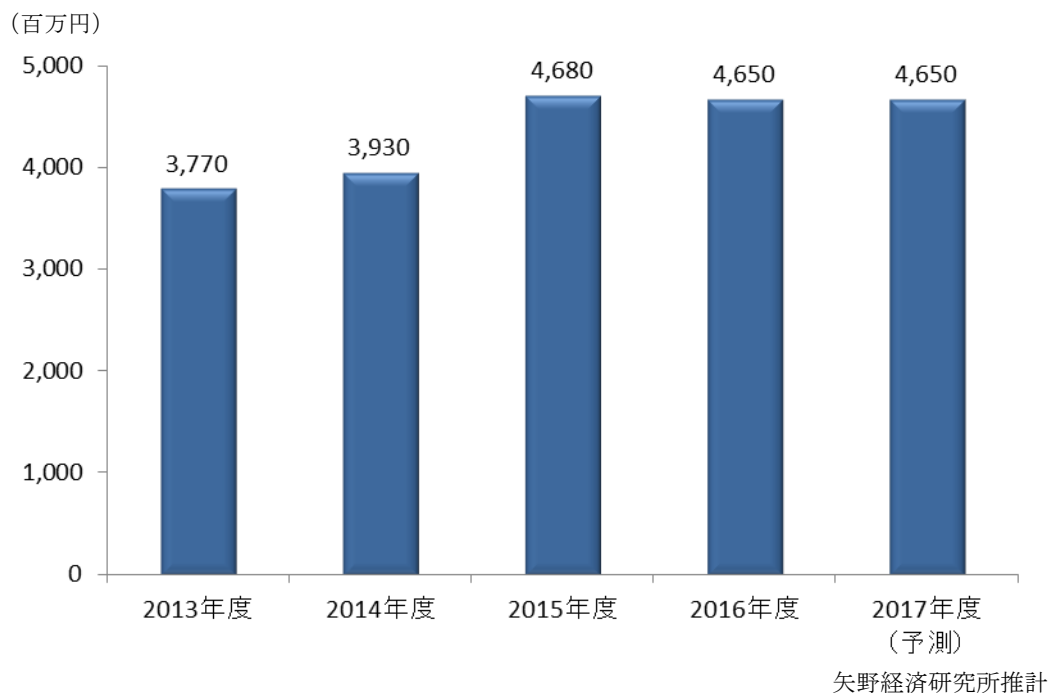
2-2. 国内万年筆市場

2016年度の万年筆市場規模は、メーカー出荷金額ベースで、前年度比0.6%減の46億5,000万円であった。同年度は、わずかながらも市場縮小となったが、ユーザー層の拡大とその定着は着実に進んでいるものと見られる。一方でここ数年は、中高価格帯商品を中心に商品供給面で逼迫する状況が一部で継続している。

当該市場のユーザー層拡大に貢献しているのは、エントリーユーザー向けの低価格モデルである。これら低価格モデルの商品は、これまでの中高年男性をコアユーザーとする市場から、女性や低年齢層などへユーザー層のすそ野を拡げている。また、かつての万年筆ユーザーも万年筆が注目される環境を受け、改めて使用するなどの動きも見られており、近年における当該市場は、コアユーザーを中心とする中高価格帯商品とエントリーユーザーを中心とする低価格帯商品の2極化が進行する状況にある。ただし、ハンドメイド工程が多い万年筆は、こうした需要の増加に対して、中高価格帯を中心に供給面で課題も残る。

2017年度の万年筆市場規模は、需要の高まりに対し、供給面での課題を抱えつつ一定規模を維持しながら推移することが予想されることから、前年度比横ばいの46億5,000万円を予測する。

図3. 国内万年筆市場規模推移



注7. メーカー出荷金額ベース

注8. 2017年度は予測値