

アダルト向け市場に関する調査結果 2016

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のアダルト向け市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2015年11月～2016年1月
2. 調査対象:アダルト向けに提供されるサービス・モノに関する市場
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、ならびに電話・e-mail 等によるヒアリング、文献調査併用

＜アダルト向け市場とは＞

本調査におけるアダルト向け市場とは、民法上の「成人」(20歳以上)および、青少年保護条例上の「青少年」(18歳以上)を対象にしたビジネスに加えて、社会的な慣習上、アダルト向けとされている各種サービス・モノとする。

食品(酒類、たばこ、滋養強壮ドリンク、マカ、スッポンエキス)、ギャンブル(パチンコ、雀荘、競馬、競輪、オートレース、競艇、宝くじ、スポーツ振興くじ)、アダルトデジタルコンテンツ(アダルトゲーム、AV)、医療品(コンドーム、ED[勃起不全]治療薬)、出版(風俗誌[エロ本]、BL[ボーイズラブ]誌)、アパレル(成人用女性下着)、結婚・出会い(ブライダル、出会いマッチングサービス)、外食(居酒屋・バー、キャバクラ、メイドカフェ)、風俗施設・サービス(ラブホテル、ソープランド、ファッションヘルス、デリヘル)、アダルトグッズ・ショップの10分野を対象とした。

また、食品市場、医療品市場、アパレル市場はメーカー出荷金額ベースで、結婚・出会い市場は事業者売上高ベースで、その他の市場については小売金額ベースにて算出した。

【調査結果サマリー】

- ◆2014年度の国内アダルト向け市場規模は前年度比1.5%減の46兆9,763億円と推計
- ◆2014年度のアダルト向け食品市場(酒類、たばこ、滋養強壮ドリンク、マカ、スッポンエキス)は7兆2,400億円(前年度比3.8%減)
- ◆2014年度のギャンブル市場(パチンコ、雀荘、競馬、競輪、オートレース、競艇、宝くじ、スポーツ振興くじ)は30兆2,786億円(前年度比1.2%減)
- ◆2014年度の風俗施設・サービス市場(ラブホテル、ソープランド、ファッションヘルス、デリヘル)は3兆5,775億円(前年度比2.1%増)
- ◆各分野の市場において、「女性」と「外国人」のユーザー獲得が市場成長の鍵に

◆ 資料体裁

資料名：「アダルト向け市場徹底研究 2016」
 発刊日：2016年1月29日
 体裁：A4版341頁
 定価：150,000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

2014年度の国内アダルト向け市場規模は、前年度比1.5%減の46兆9,763億円と推計した。アダルト向け市場は名目GDPの約1/10を占める極めて巨大な市場であることが伺える。

分野別に市場をみると、食品市場ではビール類、焼酎、日本酒がやや需要低迷も、ワイン、ウイスキーが堅調であった。一方で、たばこは市場規模が縮小しており、滋養強壮ドリンクも縮小傾向が続いている。ギャンブル市場では、競馬、競艇等の公営ギャンブルが堅調に伸びる一方、パチンコ、雀荘は低迷している。アダルトゲーム、AV等のアダルトデジタルコンテンツの市場は縮小傾向、風俗誌(エロ本)も市場縮小が続いている。一方、コンドーム、ED(勃起不全)治療薬といった医療品関係の市場は2014年度に縮小したものの、上向き傾向にある。

結婚・出会い市場では、挙式・披露宴パーティー関連の市場は縮小傾向であるが、結婚情報サービスは市場拡大が続いている。また、外食市場における居酒屋・バー、キャバクラは市場縮小が続いている。風俗施設・サービス市場では、ラブホテルの需要は訪日外国人客需要の取り込みなどで拡大傾向が顕著である。ソーブランド、ファッションヘルス等の店舗型風俗施設・サービスは市場規模が伸び悩んでいるが、無店舗型のデリヘルは拡大傾向が見られる。アダルトグッズについては、女性や外国人を新たにターゲットユーザーに加えることで、輸出も好調で成長が続いている。

表 1. アダルト向け市場 分野別市場規模推移

(単位:億円)

分野別市場	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	前年度比(13年度/14年度対比)
1. アダルト向け食品市場(酒類、たばこ、滋養強壮ドリンク、マカ、スッポンエキス)	71,810	75,962	75,026	75,244	72,400	-3.8%
2. ギャンブル市場 (パチンコ、雀荘、競馬、競輪、オートレース、競艇、宝くじ、スポーツ振興くじ)	315,680	310,705	312,275	306,532	302,786	-1.2%
3. アダルトデジタルコンテンツ市場 (アダルトゲーム、AV)	815	782	731	720	703	-2.4%
4. アダルト向け医療品市場(コンドーム、ED[勃起不全]治療薬)	1,394	1,443	1,506	1,609	1,561	-3.0%
5. アダルト向け出版市場(風俗誌[エロ本]、BL[ボーイズラブ]誌)	502	487	465	431	418	-3.0%
6. アパレル市場(成人女性用下着)	6,595	6,720	6,715	6,635	6,440	-2.9%
7. 結婚・出会い市場(ブライダル、出会いマッチングサービス)	15,494	14,843	14,643	14,669	14,639	-0.2%
8. アダルト向け外食市場(居酒屋・バー、キャバクラ、メイドカフェ)	38,495	36,126	35,216	33,935	32,948	-2.9%
9. 風俗施設・サービス市場(ラブホテル、ソーブランド、ファッションヘルス、デリヘル)	28,861	33,099	34,235	35,037	35,775	+2.1%
10. アダルトグッズ・ショップ市場(アダルトショップ、アダルトグッズ)	2,091	2,016	2,009	2,078	2,093	+0.7%
合計	481,737	482,183	482,820	476,890	469,763	-1.5%

矢野経済研究所推計

注1:食品市場、医療品市場、アパレル市場はメーカー出荷金額ベースで、結婚・出会い市場は事業者売上高ベースで、その他の市場については小売金額ベースにて算出した。また、アパレル市場、結婚・出会い市場、外食市場は暦年(1-12月)で算出し合算した。

注2:ギャンブル市場は総務省他各種業界団体資料から、コンドーム市場は厚生労働省資料から一部引用している。

注3:四捨五入のため、合計値が一部異なる。

2. 注目すべき動向～各業界が「女性」需要の取り込みを強化

国内のアダルト向け市場の代表的ジャンルとも言える、酒、たばこ、ギャンブル、AV、風俗施設・サービス、アダルトグッズの業界は、従来から「男性」が主たるユーザーであり、男性の嗜好・欲望に応じる形でビジネスが発達してきた。マーケティング戦略も、概ね、男性によって、男性のために考えられた戦略が用いられてきた。勿論、現時点でもそのフレームは踏襲されている部分が多いが、ここに来て、男性の嗜好・欲望を満たすサービスに対して、草食化と言われるように男性自身の消費力や関心が全般的に変化してきていることを受けて、男性のためだけのマーケティングでは、市場が立ち行かなくなるサービス・モノが出てくるとみる。

そこで、各業界では、第二の顧客の柱として女性を新たに取り込む戦略を進めており、そのことが奏功して、縮小する市場が相当な規模で下支えされてきていると考える。

これまでは、嗜好・欲望を満たすサービス・モノが男性に占有されてきた経緯があったことが、女性ユーザーの拡大を阻んできた。しかし、ここに来て、女性の社会進出が進み、社会的な慣習が変化する中で、各業界が、アダルト向け市場のターゲットとしての女性にスポットを強く当て始めている。

表2. 業界別「女性」需要の取り込み策

業界	女性の取り込み策(例)
酒類	ビール類ではカロリー、糖質オフを訴求した商品により、女性ユーザーの取り込みを強化している。また、ワインでは女性でも飲みきれる 250ml ボトルのラインアップを充実、女性の「家飲み」を意識した、惣菜、つまみと合わせた提案も積極化している。
滋養・強壮ドリンク	「強壮」の要素を強く打ち出さず、癒し・滋養の効能を訴求したプロモーションを展開している。また、「糖質オフ・カロリーオフ」の商品ラインも増えている。「働き盛り男性」の次のターゲットとして、「女性」の「癒し」に訴求する戦略を進めている。
マカ/スッポンエキス	男性の下半身への訴求は弱め、女性の「美容」「健康」への効能をより強調している。妊活支援、妊活サプリ、アンチエイジングの食材として女性向けプロモーションを強化している。
競艇	女性が競艇を身近に感じることを目的とした情報サイト「HAPPY BOAT CLUB」を展開、美容、恋愛、グルメ情報等とともに配信し、競艇の魅力を発信している。また、女性レーサーを全面に立てたプロモーション、女性芸能人を広告塔としたCM等、女性を全面に出してファッショナブルなイメージの定着を図っている。
AV	ダウンロード販売、インターネット通販チャネルで、女性の顧客取り込みを強化。大手事業者では、女性向けアダルトサイトを立ち上げ、過激な表現を排除し、上品な言い回しにする等「女性にとってやさしい動画サイト」で多くの女性ユーザーを取り込んでいる。
コンドーム	パッケージデザイン、商品コンセプトはむしろ女性に直接訴求する商品が多くなっている。またファッションブランドとのタイアップ商品、女性芸能人を全面に出したプロモーション等、女性が買いやすい(または受け入れやすい)商品開発・プロモーションが強化されている。
ラブホテル	昨今では、ラブホテルは「ファッションホテル」「プティックホテル」と称するようになり、あくまで女性に向けての雰囲気、アメニティ、更には食事のクオリティー等で差別化し、セックスを意識せずに楽しめる空間という打ち出し方が増えている。また、「女子会」の需要を、シティーホテルから奪っている事例もある。
アダルトショップ・グッズ	女性用のアダルトグッズ(ローター、バイブレーター等)は、デザイン、ファッション性が重視され、男性目線ではなく、女性の手に取りやすいかがマーケティングの鍵になっている。アダルトショップも女性のみ、女性同士でも入りやすい店舗作りがなされるようになってきている。

矢野経済研究所作成

3. 将来展望～「女性」「外国人」の取り込みと「インターネット」が成長の鍵

巨大な国内のアダルト向け市場は、少子化、男性の嗜好・欲望の変化により構造的に衰退してゆく、というところが根底にあるものの、伸びてゆく市場としては、女性や訪日外国人客の需要を戦略的に取り込んでゆける業界であろう。それに加えて、インターネットによる販売、プロモーションができる業界が伸びてゆくことになると考える。

2020年には、日本にとって極めて大きなイベントである東京オリンピックが開催される予定である。一見、東京オリンピックとそれ程大きな関係の無さそうなアダルト向け市場にとっても、東京オリンピックは一つの区切りとなり、2020年頃までには成長市場、衰退市場との明暗がくっきりと表れることとなる。

表3. 2020年までの成長業界動向

業界	2020年までの成長業界動向
ワイン	女性ユーザーの取り込み、コンビニチャネル、通販チャネルでの流通量の増加で、緩やかに市場は拡大してゆくものと見られる。
競馬/競輪/オートレース/競艇	インターネットによる販売が強化されることで、場外売場が無い地方にまでユーザーが拡大、市場規模は拡大するとみる。
コンドーム	当面、訪日外国人客の爆買にもある程度支えられて、市場規模は拡大を続けてゆく。
ED治療薬	2014年5月に「バイアグラ」の新薬特許が切れて、ジェネリック医薬品による参入があり市場への影響があった。今後、「レビトラ」、「シアリス」も同様なことが考えられることから、ユーザーにとっては治療薬が求めやすくなり、市場規模は拡大してゆく見込みである。
結婚情報サービス	今後、結婚を求める人は構造的に増えてゆく。よって、結婚情報サービス、マッチングサービスに対価を払う人は増え、市場規模は拡大する見通しである。
ラブホテル	2020年のオリンピックイヤーまで、訪日外国人客は爆発的に増えるが、シティホテル、旅館のキャパシティが圧倒的に足りない状態が続くため、新たな訪日外国人客の宿泊先として、ラブホテルが受け皿になる可能性がある。また、ブティックホテル、ファッションホテルとして、「女子会」需要も取り込み、当面成長してゆく見込みである。
デリヘル	店舗型の風俗・サービス市場が縮小する反面、無店舗型のデリヘルは拡大してゆく。デリヘルは24時間営業可能なことから、深夜時間帯のユーザーを獲得していることと、繁華街の無い地方でも営業が可能のため、風俗店の無い地域でのニーズを捉え、成長を続けている。新たな規制がなされない限り、市場は拡大してゆくとみる。

矢野経済研究所作成