

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
 問い合わせ先: 広報グループ
 (TEL: 03-5350-4632)

2013年ゴルフ用品市場動向

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社(東京: 中野区)は、ゴルフ用品専門店、総合スポーツ店における2013年主要ゴルフ用品の販売動向を発表した。*

【概要】

- ・2013年の主要ゴルフ用品店頭販売市場規模は前年から4%拡大。
- ・ゴルフ用品の中でもクラブが特に好調。フェアウェイウッドは2桁増を記録し市場を牽引。

【2013年はクラブ全カテゴリがプラス成長】

2013年の主要ゴルフ用品店頭販売市場規模はアクセサリ(ゴルフシューズ、キャディバッグ、ゴルフグローブ)が前年実績を割り込んだものの、クラブ、ボールがプラス成長を遂げたことから、前年比4%増の1269億円となった。特にクラブに関しては全てのカテゴリでプラス成長となった(表1)。

クラブの動向をみると、上半期は、新商品の好調により2月、3月が前年から2桁増で推移したことに加え、飛距離性能を訴求したフェアウェイウッドが2012年に続き販売を伸ばした結果、金額前年比7%増となった。下半期についても秋商戦における新商品の発売とマークダウンが追い風となり、同7%増とプラス成長を維持した。

ボールは、ゴルフ場入場者数の増加を受け上半期は前年比7%増であったが、下半期はトップシーズンである10月に台風が直撃するなど天候に恵まれず同2%減となった。

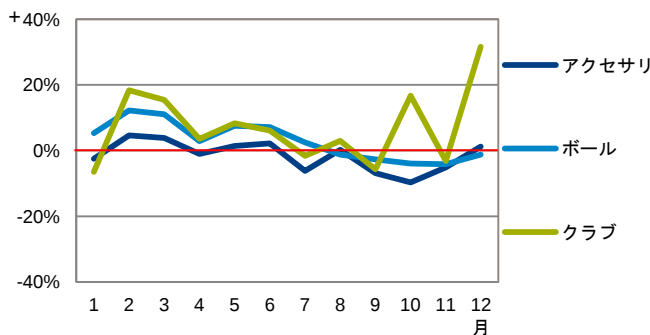
アクセサリは、上半期は軽量シューズなどヒット商品に恵まれ前年比1%増、一方、下半期は同5%減となった。中でもキャディバッグは下半期では前年を7%下回った。スコアに直結しないアイテムであるため、購買の優先度が低いことや、市場を牽引するほどのヒット商品が出にくいカテゴリであることから、秋商戦の天候不順による市場全体の低迷の余波を受けたと言える。

2013年はクラブの新商品が市場を牽引しプラス成長を遂げた一年であったが、2014年は消費増税の施行が3月から5月の春商戦時期にどのような影響を与えるかが注目される。

表1. 2013年 主要ゴルフ用品の店頭販売市場規模

		金額(億円)	前年比
クラブ	ドライバー	214	1%
	フェアウェイウッド	145	13%
	ユーティリティ	80	20%
	アイアン(セット+単品)	204	4%
	ウェッジ	76	4%
	パター	63	4%
	クラブセット	17	30%
計		799	7%
ボール		241	2%
アクセサリ	ゴルフシューズ	91	-1%
	キャディバッグ	73	-4%
	ゴルフグローブ	65	-1%
	計	229	-2%
上記計		1,269	4%

図1. 2013年 ゴルフ用品の販売金額前年同月比増減



*主要ゴルフ用品市場: 全国有力ゴルフ用品取扱店の実店舗における販売実績を基に推計した店頭市場規模。調査対象品目は、ゴルフクラブ、ボール、ゴルフシューズ、キャディバッグ、ゴルフグローブ。カスタムフィッティングの商品、プライベートブランド商品、並行輸入品、中古品は含まない。またゴルフウェアも含まない。

※本リリースに関するお問い合わせ先

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
 広報グループ 茶野 純子
 tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com