

1. ゴルフ市場規模比較

	日本		中国	
	参加人口	ゴルフ市場規模 億円	参加人口	ゴルフ場数
1992	1480万	19,610億円		
2002	1040万	13,510億円		
2008	950万	10,550億円		2,358
2009	960万	10,000億円	約50万	約200
2011	800万	9,220億円	約100万	
	1992年がピーク。市場規模世界2位(2008)		今後+30%で推移予想	500~1000に達する

米国

	参加人口	ゴルフ場数
2008	2860万	15,590
	市場規模世界1位(2008)	

注) 日本のゴルフ参加人口数はレジャー白書より抜粋
 その他数値はゴルフ豆辞典より抜粋

2. スキー・スノボ市場規模比較

	日本		中国	
	参加人口	索道収入 億円	参加人口 数100人レベル	スキー場数
1992	1,860万	1,510億円		
2002	1,630万	920億円		719
2005	1,230万	750億円	500万	708
2008	1,130万	660億円		
2009	1,140万	600億円		
2011	970万	540億円		600~650
2014	?	?	2000万	約300
	1992年がピーク		中国スキー連盟予測	

注) 日本のスキー・スノボ参加人口、索道収入はレジャー白書より抜粋。
 日本のスキー場数2002・2005は「余暇産業の部門別動向調査」(社会経済生産性本部)より抜粋。

第1節 スポーツ部門

初心者、上級者、高齢者向け新サービスで活路

2011年のスポーツ部門の市場規模は、3兆8,900億円で、前年比3.1%のマイナスとなった。

スポーツ用品市場は回復基調

スポーツ用品市場は、全体的には横ばい基調にあるが、東日本大震災の影響で多くの分野が落ち込んだ。だが、上場各社の決算は、軒並み増収増益となっている。近年は国内市場の落ち込みを海外市場の拡大でカバーしてきたが、国内でも底打ちから伸びに転じ、回復基調がみられる。

東日本大震災と福島第一原発事故により、スポーツ関連の大会やイベントは中止や延期が続出したが、自粛ムードから比較的早く立ち直った。2011年7月、なでしこジャパンが「2011FIFA女子ワールドカップ」で優勝したことは、震災復興に向け日本国民の多くを勇気づけた。スポーツで被災地を元気にしようと、スポーツ教室が盛んにおこなわれた。

スポーツ用品小売「ゼビオグループ」は、日本バスケットボール協会と、2012年4月から2017年3月までの5年間、エグゼクティブパートナー契約を締結した。日本代表や主催大会のマーケティング権の委譲を受け（放送権、チケット販売を除く）、JBAポイントカードの発行、3X3（スリー・バイ・スリー）とクリニック・キャラバンの推進など、新規事業の協働開発・展開を図る。

アウトドア用品・ランニング用品・自転車堅調

カテゴリー別にみると差はあるが、全般的によくなってきた。ランニング用品、スポーツ自転車、登山・キャンプ用品、フィットネス用品の堅調は続いている。逆に、ゴルフ用品は、東日本大震災の影響を受け、最も落ち込みが大きかった。

登山・キャンプ用品は、引き続き伸びている。山に登るファッションナブルな若い女性「山ガール」の急増はピークを越えた。だが、定着したユーザーが、ワンランク上の用品に買い換える動きに発展している。各方面で富士登山キャンペーンがおこなわれており、アウトドア用品市場の活性化に寄与している。

ランニング用品は、最盛期ほどではないが、堅調が続いている。マラソン大会は、いずれも賑わいをみせている。フルマラソン経験者は年々増加している。「東京マラソン」の人氣で、皇居外周コースの周辺に、ひとつのランニングエリアが誕生した。2011年3月に開催された「渋谷・表参道 Women's Run」は、楽しく、美しく走りたい、4,000人の女性ランナーが、オシャレな街と、体育館や競技場のあるスポーツ文化エリア、そして、普段走ることのできない明治神宮を走った。東京マラソンのコースから外れた渋谷・表参道エリアを中心に、新たな市場活性化を目指している。

レジャー白書2012

2012年10月30日

編集発行：公益財団法人 日本生産性本部

フルマラソンでは飽き足らない上級者が増え、100kmコースを中心に、42.195km以上を走る「ウルトラマラソン」の大会が賑わいをみせている。山間地などの舗装されていない道を走る「トレイルランニング」も人氣が高まっている。マラソンのように常に走り続ける必要はなく、登山とランニングの要素を併せ持っている。人生経験を重ねてきた40代以上が多く、自分の限界を超えることが楽しいという。山に入ったら自己責任であり、自分の身体は自分で守る必要があり、最低限の装備を携帯する点が、一般的なランニングと異なる。バックパックには、ジャケット、飲料、携帯食、地図、時計、コンパス、ホイッスル、ライト、ファーストエイドキット、テーピングなどを入れることが多い。

スポーツ自転車も伸び続けている。東日本大震災で、自転車の効率性が改めて見直されたこともプラス要因となった。高額商品も動きがよい。自転車関連のイベントも賑わっている。

涼感素材ウェアとスポーツサプリの拡充

スポーツウェア・シューズは、節電対策「スーパークールビズ」の恩恵を少なからず受けた。新素材開発はさらに進み、涼感素材を採用した暑さ対策ウェアを拡充している。大手メーカーが、別ブランドで、スポーツ分野以外に打って出る動きも目立つ。ひんやり

涼しく、汗が出てさらっとしており、抗菌、防臭効果もある。ファッションに敏感な女性向けにも、色、デザイン、組み合わせが顕著に増えている。

中学校学習指導要領改訂により、中学校保健体育において、2012年度から武道とダンスが必修化された。ダンスは、創作ダンス、フォークダンス、現代的なリズムのダンスの3種類で、ロックやヒップホップの音楽に合わせて踊る、いわゆる「ストリートダンス」を取り入れるところが多いという。しかし、現在は、それを指導できる教員が少なく、十分な指導体制が整っていない。今後は、ダンス用のウェアやシューズの市場が活性化する可能性がある。

スポーツサプリメントの市場が拡大している。アスリートからは、栄養摂取と自己管理を徹底し、自分の身体を理解した上で、自分のパフォーマンスを計算できるようにしたいという需要がある。美容と健康市場に向けて、値段にこだわらない人の多いサプリメントは、今後の有望市場と位置づけられている。

スポーツサービス市場は、一部に回復傾向が見られたが、東日本大震災の影響で、軒並みマイナス成長となった。

業界再編が進むゴルフ場

ゴルフ場の売上は、前年比4.5%減少し

た。市場規模は2010年から1兆円を割っている。地域差、コース間格差は大きい。

東日本大震災で施設が壊れ、28コースが休業を余儀なくされた。震災後はゴルフを自粛する気運が強まったが、年後半はゴルファーが一気にゴルフを再開し、利用者数は大きく盛り返した。現在は半数強が営業を再開しているが、12コースがまだ閉鎖中である。様子見の状況が続いているが、このまま営業しないところも出てくる可能性がある。「森トラスト」は、震災復興支援と、産業の持続的発展を支える都市基盤形成および新産業創出を目的に、休業中の「ラフォーレ白河ゴルフコース」で、大規模太陽光発電（メガソーラー）事業を2013年度に開始する。「ソフトバンクグループ」の「SBエナジー」は、2012年7月から、京都市と群馬県榛東村で、大規模太陽光発電所（メガソーラー）の稼働を開始した。このうち榛東村は2005年に閉鎖された「榛名カントリークラブ」の跡地を利用している。繊維メーカー「ニッケ」も、兵庫県稲美町にある同社保有ゴルフ場を閉鎖してメガソーラーを建設し、2013年3月に発電を開始する予定である。

全国で120を超えるゴルフ場を保有または運営する業界大手2社、「アコーディア・ゴルフ（AG）」と「PGMホールディングス（PGM）」の業界再編につながる動きは、大きなニュースとなった。AGは、2011年1月、投資銀行「ゴールドマン・サックス（GS）」

との業務提携を解消。GSが長期間保有してきたAG株を全株売却したことで、同系列から離れた。PGMも、同年11月、投資ファンド「ローンスター」がパチンコ・パチスロ機メーカー「平和」のTOB（株式公開買付）に応じ、6割超を保有するPGM株を売却したことと、平和の連結子会社となった。2012年1月には、「太平洋クラブ」とその子会社7社が民事再生法の適用を申請し、AGと再生支援のスポンサー契約を結んだ。同クラブは、18コースを保有・運営し、優良コースを数多く持つ名門クラブとして知られている。AGは、これをハイエンドブランドの核として位置づけ、これまで得意としてきたカジュアルブランドとあわせて運営する方針である。将来的には、AGのプレミアムコースをあわせ30コース程度のプレミアムゴルフコースを共通会員制で運営するよう検討している。また、大手2社の経営統合の可能性が一時模索され、それに端を発する社長交代劇もみられた。両社のこれまでの成長戦略の柱である、ゴルフ場の取得と運営の拡大によるスケールメリットの追求は、ゴルフ場運営会社の破綻がほぼ一巡し、限界が見えつつある。経営統合により、経営効率を高めるとともに、国内コースの1割強を運営する業界の圧倒的な強者となり、プレイ料金の下落に歯止めをかけることを大きな狙いとしている。延べ利用者数は減っているが、高齢者が利用回数を増やして大きな落ち込みをカバーし

ている。全国的にみると70歳以上の高齢者は既に1割以上を占める。今後この比率は上昇する見込みであるが、2015年前後に団塊の世代が70歳前後になり、体力の限界を感じてゴルフをやめてしまうゴルファーが増すことを懸念する声がある。そのため、午後10時より6ホール、あるいは3ホールを回るプランがみられるようになった。これを、ラウンドレッスンと組み合わせるところもある。沖縄の「カヌチャゴルフコース」では、ビーチで泳いだ帰りに、軽装のまま気軽にゴルフを体験できるよう、3ホール、6ホール、9ホールのプレイ料金を設定している。20代、30代の若年ゴルファーは、3年以内にスコア100を切るまで上達しないと、面白くないという声が出てしまっている。そのため、若年層向けレッスンの重要性は高い。よいスコアが出やすいよう、コース変更するところもある。フィットネスクラブにゴルフ練習場が併設されるケースが増えていることから、フィットネスクラブとゴルフ場が連携し、ゴルファーをグループ単位で相互に送客しあう仕掛けが期待されている。日本のゴルフ場は質が高いといわれているため、韓国・中国を含めたアジアから、観光とセットにしたゴルフ旅行で集客しようとする動きもある。30～40代の女性向けアパレルブランドが、ゴルフ場との連携を強め、各種イベントを開催している。3世代で一緒に遊べるような工夫も期待されている。

高齢ベテランゴルファー増加に伴う練習場のクラブ化

ゴルフ練習場の売上げは、前年比8.1%減少した。東日本大震災の直接的被害を受けた施設は、全体の約11%ほどであったが、計画停電による夜間営業の自粛は大きなダメージとなった。

コースには出ず練習場だけで十分という高齢ベテランゴルファーは増えている。一方、一時のブームに乗ってフェアッションから入ってきた女性層、ジュニア層は大きく減っており、ゴルファーとして定着していない。その結果、利用者数は大きく減少している。ゴルフアーの高齢化が進み、利用時間は長くなっているが、増加傾向にあった練習個数はついに減少に転じた。消費金額も年々減っている。施設数の減少は徐々に歯止めがかかり、底を見せつつあるが、1施設当たりの売上げはさらに大きく減っている。親会社の経営テコ入れや、土地の有効活用による閉鎖もあるが、1970年代のブームにできた個人経営施設の老朽化や、相続問題の影響が大きくなってきている。老朽施設のリニューアルも増えている。

ゴルフ場におけるクラブライフが希薄になり、ゴルフ練習場にクラブライフが求められるようになってきた。ゴルフ練習場は、従来の装置産業的経営からサービス業に進化していくことが求められており、打席外収益向上

とあわせて、憩い、集いを演出し、地域交流の場としての役割を担っていく必要がある。クラブハウスのレストランに長寿・健康食を設定するところ、カルチャー教室を開催するところが増えている。顧客管理と情報活用を怠らず、ゴルファーのゴルフライフ全体を支援するビジネスをおこなうことが課題となっている。

クラブやボールのメーカーが、心地よい打球音を重視していることから、ゴルフ練習場の騒音対策がクローズアップされている。利用者とのトラブルを回避するため、練習場利用約款の整備が進められている。ゴルフ練習場には高い鉄塔があるため、直撃雷と誘導雷により、電子機器が壊れる被害が起こる。そこで、近隣のゴルフ練習場と連携し、被害時に相互に部品を提供しあうネットワークをつくる動きもみられる。

一方、ショップ、量販店、ゴルフコースなどが屋内施設に進出している。屋内のシミュレーションゴルフ施設や同種の機器を導入した飲食施設も増えている。ただ、機器の正確性の限界から、練習場ゴルファーとは異なるユーザーが、一種の遊戯施設として利用する傾向が強い。今のところ、そのユーザーがゴルフ練習場に流れる現象はみられない。

躍進続く大手ボウリングチェーン と破格値キャンペーン拡大

ボウリング場の売上げは、前年比7.3%減

少した。企業間格差が大きく、業績のよい施設がある一方、苦戦しているところが多い。5ゲームパックなどの割引だけでなく、フリードリンクのオーダーで1時間10円、会員になると全日1ゲーム10円、2ゲームまで1ゲーム10円、といった破格値のキャンペーンも登場し、単価の下落が続いている。東日本大震災後の福島第一原発事故で、放射能の心配がある屋外ではなく屋内で遊ぶという行動がみられた。その影響でゲーム数は若干増加したが、施設数の減少が大きく響いている。稼働率は向上しているのに、センター当たりの売上げは減っている。施設老朽化で、再投資を検討する際、他の施設と複合化してレーンを縮小し継続するか、撤退するか、選択される傾向にあり、施設閉鎖は後をたたない。固定ファンも若干減少し、用品販売も伸びていない。

「ラウンドワン」は一時ほどではないが、継続的に施設を増やしている。その他の企業は新設はあるが、閉鎖施設をリニューアルして新規開業するケースが大半である。「トコリ・グローバル」は、西日本を中心に35店舗を展開しており、そのうち20店舗以上が買収・再生店である。出店コストを抑え、地域最安値を売りにしており、店舗数ではラウンドワンに次ぐ業界第2位に躍り出た。個室形式の座席は、飲食しながらボウリングを楽しむことができ、「ひとりボウリング」へのニーズにも対応する。

神奈川県教育委員会は、いじめや暴力行為等の未然防止を目的に、PTA・学校・行政機関・企業と連携して、家庭でのコミュニケーションを大切にし、子どもたちが自分の気持ちを素直に表現する力や相手を思いやる気持ちを育む「ファミリー・コミュニケーション運動」を推進している。毎月、第一日曜日を「ファミリー・コミュニケーションの日」に設定し、イベントや施設優待などで、家族のコミュニケーションが深まる環境づくりを支援している。神奈川県ボウリング場協会も協力し、親子で1ゲーム無料の優待券を発行している。繁忙期には、開店後すぐ待ち時間ができるほど盛況であった。

熱心な長寿ボウラーの数は年々増加している。月1回以上楽しんでいる長寿ボウラーを、相撲の番付形式でポスターにする「長寿ボウラー番付」は、80歳以上の男性1,469人、75歳以上の女性2,019人、夫婦合計年齢150歳以上273組となった。健康志向が高まり、体験教室に参加したことをきっかけに、ボウリングを続ける人が増えている。ボウリング場に行くことが日課となり、コミュニケーションの場となっている。

世界的な指導法改革に着手した テニススクール

テニスクラブ・スクールの売上げは、前年比5.2%マイナスとなった。東日本大震災の直接被害は小さかったが、その後の計画停電

で営業自粛となり、ナイター営業ができないことは大きな痛手となった。通常営業に戻っても、いったん離れたスクール生を呼び戻すことに苦戦し、2012年に入ってようやく震災前の水準に戻った。

企業間格差は大きく、経営に優れ、サービスの行き届いているところは業績が良い。2008年前後、業界全体が好調であったところに慢心していたところは客が離れ、努力を怠らなかったところは善戦している。

業界をあげて、経営者の勉強会や、マネージャー、コーチ、フロントなどの部門別人材育成をおこなっており、それぞれ力量は上がっている。会員制クラブ経営者の2代目の勉強会は、よいやり方を学び、刺激を受ける機会となっており、人的ネットワークも広がっている。商圏に限られ、競合関係がないからできることではあるが、各社の優良なノウハウを業界全体で共有し、相乗効果をあげている。

一時はブームに乗ってジュニアの参入が多かったが、少子化の影響でスクール生が年々減少しており、退会者を補充できなくなっている。子どものころテニスを始めても、途中でやめてしまうケースが多く、テニスの経験率は高いのに、継続率は低いことが、業界の構造的な問題とされてきた。初心者が通常のテニスボールを打つと、ボールが弾みすぎて打点が高くなり、望ましいフォームで打てない上に、高い弾道の単純なゲームになりやす

い。スクールでは、よいフォームで打つことが指導され、戦略を駆使して得点を競い合う、テニス本来の楽しさが伝えられてこなかった面がある。こうした世界的な共通課題に対し、ITF（国際テニス連盟）は、10歳以下のキッズ向け指導法「PLAY+STAY（プレイ・ア・ステイ）」プログラムを開発した。日本でも、テニス界をあげた取り組みが始まっている。年齢やレベルにあわせ、レッド、オレンジ、グリーンの3段階で、適正なラケット、ボール、コートサイズの世界基準を定めた。これを使うことで、習い始めの段階からサーブ、ラリー、ゲームを楽しむことができ、よりスムーズにレベルアップすることができる。これまでも、ミニテニスはあったが、それを段階に分け、ゲームを中心に、テニスを楽しむことが重視されている。比較実験によると、退会者が減るだけでなく、楽しいから友だちを連れてくる効果を発揮した。ただし、コーチ向けの研修会や講習会がおこなわれているが、ティーチング（教えること）からコーチングに移行するための意識改革は簡単ではない。狭いコートに詰め込んで指導してきたクラスは、ゲームに参加できる人数が制約されるようになる。今後は、大人向けのプログラムも導入されるという。新しい指導法の導入例はまだ少ないが、グローバルで画期的な業界改革として注目したい。

フィットネスでファンクショナル・トレーニングが増加

フィットネスクラブの売上げは、前年比1.2%減少した。2007年から続いたマイナス成長が、2010年に回復基調に転じたが、東日本大震災で6月までの入会者減、在籍者減がみられ、7月以降に急回復してもプラスには至らなかった。会員数と延べ利用者数も減少しているが、会員1人当たりの消費額は減っていない。災害に負けない体力があることや、健康でいることの大切さを多くの人が再認識し、普段から運動して心身を鍛えておくことが重要と考えるようになった。会員が、日常生活において、フィットネスクラブに通い続けることの優先順位を上げる効果もあった。

大手には、売上げが大きく伸びなくても利益を増やせる企業が少なからず見られるようになった。中高年層のフィットネス需要は大きく、会員の高齢化が進んで平均年齢は50歳を超えた。定着率が高まっていることも収益増に貢献している。若年層は入会はあるが、退会率が高いため、新規入会で補えていない。既存店が厳しい状況に変わりはない。新規出店は相変わらず、女性専用の30分健康体操教室「カーブス」が大半を占める。2005年の開業以来、6年間で1,000店舗を超え、会員数は38万人に到達した。ヨガ、ピラティスの専門スタジオが堅調であるように、消

費者のライフスタイルに合った、機能を絞ったクラブに需要がシフトしている。

事業継承した施設の再開業は大きく増加しているが、総合型クラブの新規出店は大幅に減っている。物件を厳選し、好条件で賃料が安くないと出店しなくなっている。総合型では唯一「ホリデイスポーツクラブ」が積極的に出店している。16才以上の大人に会員を限定し、初心者向けの楽しみながら健康づくりをおこなう郊外型総合スポーツクラブとして展開している。ジム、スタジオ、プールの3点セットに、温浴施設や広いラウンジなどのリラクゼーション施設を充実させ、大規模な無料駐車場を完備している。店舗数は既に50店を超えた。

2011年6月に開業した「スポーツクラブNAS新川崎」は、近年では珍しい大型総合業態の成功モデルである。駅前の好立地に加え、同社最大級のスケールを誇り、広大なジムエリアとスタジオ、プールのほか、露天風呂まで備えた本格的な温浴施設を備える。リーズナブルな会費設定など、マーケティングも効果的におこなわれている。

プログラムでは、「ファンクショナル・トレーニング」の導入が増えている。スポーツや運動の実際の動きに則した形で、筋力やコア・ディネーション（動作の協調性）能力を高めるトレーニング法である。自分の体の機能を熟知ことから始めるため、効率よく目的を達成することができる。ただし、ファンクシヨ

ナル・トレーニングは徐々に体を改善していくため、特定の部位の筋力アップや有酸素運動に比べると、効果を得るまでに多少時間がかかる場合がある。だが、考え方を理解した人は継続率が高く、退会率を低下させる効果を発揮するクラブもある。グループエクササイズプログラムは、ラテン系ダンスの人气が高い。学校体育におけるダンス、武道の拡充にともない、子ども向けのスクールを充実させるクラブが増え、スクール生は増加傾向にある。子どものスイミング、体操、空手、ダンスなどの生徒数、利用者数は伸びている。カルチャー講座、親子スイミング、アウトドアイベントへの参加も増えている。中高年層が増えていることもあり、風呂、サウナの重要性がますます高まっている。食生活の状況をチェックするシステムを導入するクラブもある。

長期低迷するスキー場の再挑戦

スキー場の索道（リフト、ゴンドラ等）収入は、前年比5.3%落ち込んだ。長期低落の底はまだ見えない。東日本大震災前の時点で既に落ち込んでいたところに、その後の営業ができなかったことが追い打ちをかけた。2012年は多雪で、4月まで状態のよい雪に恵まれたが、悪かった前年から伸びたものの、震災前の水準にさえ戻っていない。

小規模施設の廃業・休業は後を絶たない。

図表2-2 余暇市場の推移 -スポーツ部門-

(イ) スポーツ	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
1.球技スポーツ用品	8,090	8,680	9,260	9,240	8,770	8,400	8,360	8,380	8,000	7,460
(1) ゴルフ用品	5,340	5,840	6,260	6,170	5,820	5,560	5,570	5,620	5,410	5,000
(2) テニス用品	1,130	1,190	1,280	1,280	1,180	1,120	1,110	1,030	940	850
(3) 卓球・バドミントン用品	320	330	340	350	350	350	350	350	330	330
(4) 野球・ソフトボール用品	1,040	1,060	1,100	1,140	1,100	1,060	1,050	1,110	1,060	1,040
(5) 球技ボール用品	260	260	280	300	320	310	280	270	260	240
2.山岳・海洋性スポーツ用品	7,900	8,800	9,640	10,020	10,060	10,260	10,520	10,450	9,910	9,430
(1) スキー・スケート・スノーボード用品	3,510	4,010	4,290	4,280	4,170	4,100	4,100	3,720	3,210	2,870
(2) 登山・キャンプ用品	800	870	1,070	1,190	1,350	1,520	1,660	1,800	1,780	1,770
(3) 釣 具	1,970	2,040	2,260	2,400	2,490	2,580	2,710	2,870	2,950	2,940
(4) 海中用品	1,620	1,880	2,020	2,150	2,050	2,060	2,050	2,060	1,970	1,850
3.その他のスポーツ用品	2,590	2,870	3,170	3,280	3,240	3,210	3,230	3,210	3,230	3,200
(1) スポーツ自転車	1,120	1,260	1,390	1,440	1,400	1,390	1,440	1,400	1,400	1,460
(2) その他のスポーツ用品	1,470	1,610	1,780	1,840	1,840	1,820	1,790	1,810	1,830	1,740
4.スポーツ服等	2,900	3,160	3,470	3,700	3,850	3,820	3,820	4,050	4,010	3,790
(1) トレーニングウェア	1,960	2,100	2,280	2,380	2,480	2,450	2,430	2,460	2,380	2,260
(2) スポーツシューズ	940	1,060	1,190	1,320	1,370	1,370	1,390	1,590	1,630	1,530
5.スポーツ施設・スクール	24,780	27,580	30,650	32,960	31,850	30,560	30,260	29,660	29,350	28,160
(1) ゴルフ場	13,730	15,600	17,750	19,610	18,430	18,060	17,880	17,630	17,580	16,840
(2) ゴルフ練習場	2,250	2,560	2,850	3,080	3,140	2,840	2,580	2,500	2,500	2,360
(3) ボウリング場	1,440	1,510	1,750	1,910	2,040	1,880	1,800	1,890	1,680	1,550
(4) テニスクラブ・スクール	550	570	570	590	570	550	540	540	520	500
(5) スイミングプール	2,320	2,450	2,750	2,820	2,840	2,560	2,800	2,750	2,820	2,800
(6) アイススケート場	210	220	210	240	220	200	170	130	110	100
(7) フィットネスクラブ	3,200	3,360	3,360	3,200	3,100	3,050	3,000	2,900	2,850	2,850
(8) スキー場(索道収入)	1,080	1,310	1,410	1,510	1,510	1,420	1,490	1,320	1,290	1,160
6.スポーツ観戦料	1,020	1,050	1,190	1,330	1,400	1,370	1,320	1,220	1,260	1,260
小 計	47,280	52,140	57,380	60,530	59,170	57,620	57,510	56,970	55,760	53,300

(単位:億円)(%)

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	'11/10
7,170	7,020	6,830	6,620	6,630	6,640	6,680	6,650	6,500	6,270	5,810	5,710	5,460	-1.7
4,800	4,740	4,540	4,370	4,390	4,370	4,400	4,390	4,240	4,000	3,590	3,550	3,340	-5.9
810	750	760	740	740	750	750	710	700	670	650	600	580	-3.3
320	310	310	310	310	320	320	320	330	350	320	320	310	-3.1
1,020	1,010	1,010	990	980	990	1,000	1,020	1,020	1,050	1,050	1,040	1,030	-1.0
220	210	210	210	210	210	210	210	210	200	200	200	200	0.0
8,870	8,240	7,750	7,190	7,010	6,830	6,710	6,620	6,550	6,270	6,130	6,070	6,010	-1.0
2,600	2,390	2,240	2,050	2,000	1,910	1,860	1,800	1,760	1,680	1,570	1,510	1,470	-2.6
1,780	1,640	1,560	1,480	1,460	1,470	1,480	1,500	1,510	1,490	1,610	1,710	1,800	5.3
2,760	2,600	2,440	2,220	2,150	2,060	2,010	1,970	1,950	1,760	1,630	1,560	1,500	-3.8
1,730	1,610	1,510	1,440	1,400	1,390	1,360	1,350	1,330	1,340	1,320	1,290	1,240	-3.9
3,180	3,290	3,450	3,520	3,440	3,390	3,390	3,440	3,480	3,650	3,960	4,000	4,030	0.8
1,420	1,510	1,550	1,520	1,430	1,340	1,320	1,380	1,390	1,560	1,900	1,980	2,040	3.0
1,760	1,780	1,900	2,000	2,010	2,050	2,070	2,060	2,090	2,090	2,060	2,020	1,990	-1.5
3,590	3,530	3,560	3,570	3,530	3,610	3,720	3,910	3,920	4,060	4,080	4,170	4,110	-1.4
2,140	2,080	2,080	2,070	2,040	2,130	2,210	2,360	2,360	2,490	2,500	2,550	2,480	-2.7
1,450	1,450	1,480	1,500	1,490	1,480	1,510	1,550	1,560	1,570	1,580	1,620	1,630	0.6
27,150	26,290	25,000	23,810	23,300	21,260	20,270	20,370	20,630	20,080	19,270	18,810	17,970	-4.5
16,320	15,010	14,000	13,510	12,970	11,220	10,500	10,420	10,770	10,550	10,000	9,650	9,220	-4.5
2,170	2,000	1,840	1,710	1,630	1,550	1,510	1,520	1,550	1,580	1,620	1,480	1,360	-8.1
1,200	1,170	1,150	1,170	1,160	1,070	1,040	1,020	1,010	910	830	820	760	-7.3
490	480	500	540	590	600	620	630	620	600	580	580	550	-5.2
2,760	2,860	2,770	2,300	2,300	2,130	1,750	1,720	1,700	1,540	1,480	1,500	1,380	-8.0
90	100	100	80	80	80	80	80	80	80	70	70	70	0.0
2,990	3,650	3,650	3,580	3,680	3,800	4,020	4,270	4,220	4,160	4,090	4,140	4,090	-1.2
1,130	1,020	990	920	890	810	750	710	680	660	600	570	540	-5.3
1,210	1,230	1,290	1,280	1,340	1,360	1,340	1,340	1,390	1,350	1,450	1,390	1,320	-5.0
51,170	49,600	47,880	45,990	45,250	43,090	42,110	42,330	42,470	41,680	40,700	40,150	38,900	-3.1

2章 余暇市場の動向

2章 産業市場の動向

図表2-2 余暇市場の推移 - スポーツ部門 - (単位:億円)(%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	'11/10
1. 球技スポーツ用品	7,170	7,020	6,830	6,620	6,630	6,640	6,680	6,650	6,500	6,270	5,810	5,710	5,460	-1.7
(1) ゴルフ用品	4,800	4,740	4,540	4,370	4,390	4,370	4,400	4,390	4,240	4,000	3,590	3,550	3,340	-5.9
(2) テニス用品	810	750	760	740	740	750	750	710	700	670	650	600	580	-3.3
(3) 卓球・バドミントン用品	320	310	310	310	310	320	320	320	330	350	320	320	310	-3.1
(4) 野球・ソフトボール用品	1,020	1,010	1,010	990	980	990	1,000	1,020	1,020	1,050	1,050	1,040	1,030	-1.0
(5) 球技ボール用品	220	210	210	210	210	210	210	210	210	200	200	200	200	0.0
2. 山岳・海洋性スポーツ用品	8,870	8,240	7,750	7,190	7,010	6,830	6,710	6,620	6,550	6,270	6,130	6,070	6,010	-1.0
(1) スキー・スケート・スノーボード用品	2,600	2,390	2,240	2,050	2,000	1,910	1,880	1,800	1,760	1,680	1,570	1,510	1,470	-2.6
(2) 登山・キャンプ用品	1,780	1,640	1,560	1,480	1,460	1,470	1,480	1,500	1,510	1,490	1,610	1,710	1,800	5.3
(3) 釣具	2,760	2,600	2,440	2,220	2,150	2,060	2,010	1,970	1,950	1,760	1,630	1,560	1,500	-3.8
(4) 海水中用品	1,730	1,610	1,510	1,440	1,400	1,390	1,360	1,350	1,330	1,340	1,320	1,290	1,240	-3.9
3. その他のスポーツ用品	3,180	3,290	3,450	3,520	3,440	3,390	3,390	3,440	3,480	3,650	3,960	4,000	4,030	0.8
(1) スポーツ自転車	1,420	1,510	1,550	1,520	1,430	1,340	1,320	1,380	1,390	1,560	1,900	1,980	2,040	3.0
(2) その他のスポーツ用品	1,760	1,780	1,900	2,000	2,010	2,050	2,070	2,060	2,090	2,090	2,060	2,020	1,990	-1.5
4. スポーツ服等	3,590	3,530	3,560	3,570	3,530	3,610	3,720	3,910	3,920	4,060	4,080	4,170	4,110	-1.4
(1) トレーニングウェア	2,140	2,080	2,080	2,070	2,040	2,130	2,210	2,360	2,360	2,490	2,500	2,550	2,480	-2.7
(2) スポーツシューズ	1,450	1,450	1,480	1,500	1,490	1,480	1,510	1,550	1,560	1,570	1,580	1,620	1,630	0.6
5. スポーツ施設・スクール	27,150	26,290	25,000	23,810	23,300	21,260	20,270	20,370	20,630	20,080	19,270	18,810	17,970	-4.5
(1) ゴルフ場	16,320	15,010	14,000	13,510	12,970	11,220	10,500	10,420	10,770	10,550	10,000	9,650	9,220	-4.5
(2) ゴルフ練習場	2,170	2,000	1,840	1,710	1,630	1,550	1,510	1,520	1,550	1,580	1,620	1,480	1,360	-8.1
(3) ボウリング場	1,200	1,170	1,150	1,170	1,160	1,070	1,040	1,020	1,010	910	830	820	760	-7.3
(4) テニスクラブ・スクール	490	480	500	540	590	600	620	630	620	600	580	580	550	-5.2
(5) スイミングプール	2,760	2,860	2,770	2,300	2,300	2,130	1,750	1,720	1,700	1,540	1,480	1,500	1,380	-8.0
(6) アイススケート場	90	100	100	80	80	80	80	80	80	80	70	70	70	0.0
(7) ファイトネスクラブ	2,990	3,650	3,650	3,580	3,680	3,800	4,020	4,270	4,220	4,160	4,090	4,140	4,090	-1.2
(8) スキー場(索道収入)	1,130	1,020	990	920	890	810	750	710	680	660	600	570	540	-5.3
6. スポーツ観戦料	1,210	1,230	1,290	1,280	1,340	1,360	1,340	1,340	1,390	1,350	1,450	1,390	1,320	-5.0
小計	51,170	49,600	47,880	45,990	45,250	43,090	42,110	42,330	42,470	41,680	40,700	40,150	38,900	-3.1

図表2-2 余暇市場の推移 - スポーツ部門 -

(イ) スポーツ	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
1. 球技スポーツ用品	8,090	8,680	9,260	9,240	8,770	8,400	8,360	8,380	8,000	7,460
(1) ゴルフ用品	5,340	5,840	6,260	6,170	5,820	5,560	5,570	5,620	5,410	5,000
(2) テニス用品	1,130	1,190	1,280	1,280	1,180	1,120	1,110	1,030	940	850
(3) 卓球・バドミントン用品	320	330	340	350	350	350	350	350	330	330
(4) 野球・ソフトボール用品	1,040	1,060	1,100	1,140	1,100	1,060	1,050	1,110	1,060	1,040
(5) 球技ボール用品	260	260	280	300	320	310	280	270	260	240
2. 山岳・海洋性スポーツ用品	7,900	8,800	9,640	10,020	10,060	10,260	10,520	10,450	9,910	9,430
(1) スキー・スケート・スノーボード用品	3,510	4,010	4,290	4,280	4,170	4,100	4,100	3,720	3,210	2,870
(2) 登山・キャンプ用品	800	870	1,070	1,190	1,350	1,520	1,660	1,800	1,780	1,770
(3) 釣具	1,970	2,040	2,260	2,400	2,490	2,580	2,710	2,870	2,950	2,940
(4) 海水中用品	1,620	1,880	2,020	2,150	2,050	2,060	2,050	2,060	1,970	1,850
3. その他のスポーツ用品	2,590	2,870	3,170	3,280	3,240	3,210	3,230	3,210	3,230	3,200
(1) スポーツ自転車	1,120	1,260	1,390	1,440	1,400	1,390	1,440	1,400	1,400	1,460
(2) その他のスポーツ用品	1,470	1,610	1,780	1,840	1,840	1,820	1,790	1,810	1,830	1,740
4. スポーツ服等	2,900	3,160	3,470	3,700	3,850	3,820	3,820	4,060	4,010	3,790
(1) トレーニングウェア	1,960	2,100	2,280	2,380	2,480	2,450	2,430	2,460	2,380	2,260
(2) スポーツシューズ	940	1,060	1,190	1,320	1,370	1,370	1,390	1,590	1,630	1,530
5. スポーツ施設・スクール	24,780	27,580	30,650	32,960	31,850	30,560	30,260	29,660	29,350	28,160
(1) ゴルフ場	13,730	15,600	17,750	19,610	18,430	18,060	17,880	17,630	17,580	16,840
(2) ゴルフ練習場	2,250	2,560	2,850	3,080	3,140	2,840	2,580	2,500	2,500	2,360
(3) ボウリング場	1,440	1,510	1,750	1,910	2,040	1,880	1,800	1,890	1,680	1,550
(4) テニスクラブ・スクール	550	570	570	590	570	550	540	540	520	500
(5) スイミングプール	2,320	2,450	2,750	2,820	2,840	2,660	2,800	2,750	2,820	2,800
(6) アイススケート場	210	220	210	240	220	200	170	130	110	100
(7) ファイトネスクラブ	3,200	3,360	3,960	3,200	3,100	3,050	3,000	2,900	2,850	2,850
(8) スキー場(索道収入)	1,080	1,310	1,410	1,510	1,510	1,420	1,490	1,320	1,290	1,160
6. スポーツ観戦料	1,020	1,050	1,190	1,330	1,400	1,370	1,320	1,220	1,260	1,260
小計	47,280	52,140	57,360	60,530	59,170	57,620	57,510	56,970	55,760	53,300