

釣り人口減少による市場規模縮小 ～釣り産業の客単価増加の考察～

藤井祐樹

要 旨

釣り人口が減れば、市場規模も同じ比率で減るのが、自然な現象だと考える。しかし、釣り人口・市場規模については、どちらも減少をしてはいるものの、釣り人口に比べて市場規模は、減少幅が小さくなっている。現時点での仮説として、“客単価”が上がっていることが考えられる。しかし、客単価が上がっていると見えなかった。そこで、市場規模を参加人口で割ってみることにした。

市場規模（メーカー出荷額＝売上高）÷釣り人口（釣人は必ず釣具を購買する
⇒購買客数）

つまり、この計算式を求めた数値は、“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”として、メーカー全体での客単価と言って良いのではないだろうか？すると、“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”が増加していると言えるデータを得ることが出来た。

この“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”増加の要因として、最も重要な要因は、原価アップと環境変化の複合的な要因だと結論付ける。次に、インターネットショッピングが 2 番目の要因とする。3 番目の要因は、規制に対応した製品とする。この 3 つを“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”を増加させた要因だと結論付ける。

オーダーメイド商品と販売促進も“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”を上げる要因として考えたのだが、この要因の影響を受けるのは極一部なので、本論文では、この 2 つの要因は、“釣人 1 人当たりのメーカー出荷額”を増加させている要因として不十分だと結論付ける。