

文具・事務用品市場に関する調査結果 2013

【調査要綱】

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

1. 調査期間: 2013年9月～11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、黒板類[ボード他]、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、電子辞書)の3分野27品目を対象とする。

【調査結果サマリー】

◆ 2012年度の国内文具・事務用品市場規模は前年度比0.1%増の4,724億円と推計、 縮小基調から安定基調に転じる

2012年度の国内文具・事務用品市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年度比0.1%増の4,724億円と推計した。2009年度以降、縮小基調で推移していた同市場であるが、法人需要は底打ち感がみられ、個人需要では“消せる”ボールペンが大きく伸長した他、ノートや手帳が好調であった。市場は安定基調に転じており、2013年度の同市場規模(メーカー出荷金額ベース)を、前年度比0.3%増の4,737億円と予測する。

◆ 2012年度は水性ボールペンが大きく伸長、油性ボールペンもプラス成長

2012年度の油性ボールペンの市場規模は、前年度比2.7%増の192億円、水性ボールペン(ゲルインキ含む)の市場規模は、前年度比16.5%増の184億円と推計した。ボールペン合計では、前年度比9.0%増の376億円となった(いずれもメーカー出荷金額ベース)。

水性ボールペンは“消せる”ボールペンが大きく伸長し、市場規模拡大を牽引した。また、油性ボールペンは、主要メーカーの主力商品が堅調に推移するとともに、法人のノベルティ需要の回復などによりプラス成長となった。

◆ ノート市場は好調を維持、デザイン性や付加価値を高めたノートが市場に定着

2012年度のノート市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年度比1.7%増の237億円と推計した。同市場は、毎年拡大基調にあり、文具・事務用品市場における数少ない成長分野となっている。デザイン性や付加価値を高めたノートの普及やデジタル機器(スマートフォン)に連動した新ジャンルのノートの登場などで成長を維持している。

◆ 資料体裁

資料名:「文具・事務用品マーケティング総覧 2013年版」
 発刊日:2013年11月26日
 体裁:A4判 394頁
 定価:110,250円(本体価格105,000円 消費税等5,250円)

◆ 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 営業本部 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。

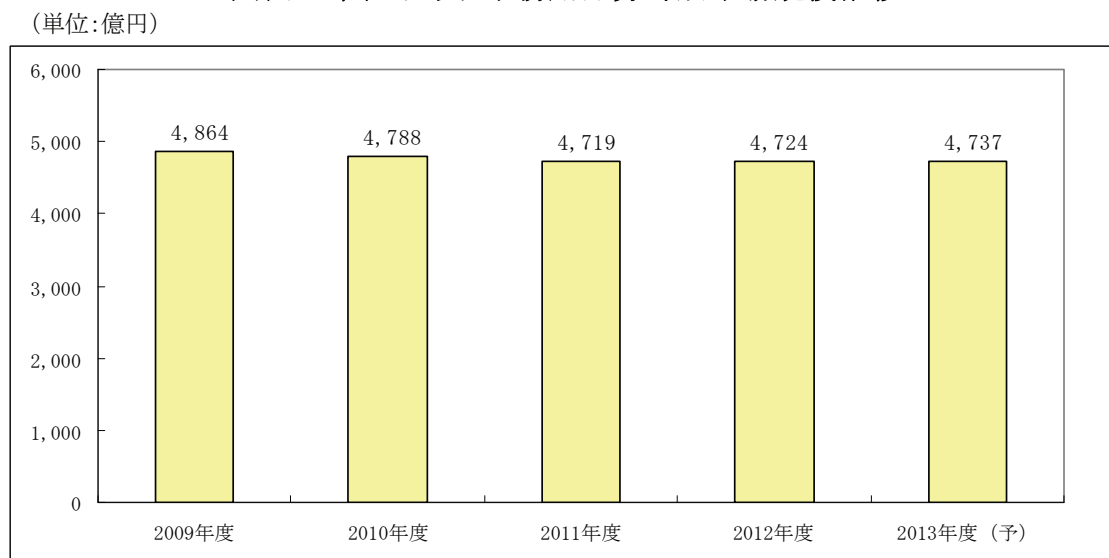
【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2012年度の国内文具・事務用品市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年度比0.1%増の4,724億円と推計した。文具・事務用品市場は、景気後退の影響を受けた2009年度に大幅に減少し、その後、2010年度より減少幅は縮小に向かい、2012年度において一定程度の安定基調に転じたものとする。2012年度は、依然として先行き不透明な状況から事務用品に対する顧客企業の経費削減は続いた。しかしながら、企業の経費削減努力にも限界があり、また、年度後半から景況感改善の兆しがあり、法人需要(自家需要、ノベルティ需要)において底打ち感がみられた。一方で、パーソナル需要は2012年度も引き続き底堅く、パーソナル需要がリードして市場規模を拡大させる品目も顕在化した。市場は安定基調にあり、2013年度の文具・事務用品市場規模(メーカー出荷金額ベース)を、前年度比0.3%増の4,737億円と予測する。

分野別に2012年度の市場をみると、筆記具が前年度比5.8%増の843億円、紙製品が同0.5%減の1,667億円、事務用品が同1.5%減の2,214億円となり、筆記具市場がプラス成長となった。筆記具市場は、水性ボールペンにおいて“消せる”ボールペンが大きく伸長、その他の品目も堅調に推移した。紙製品ではパーソナル需要が好調なノートや手帳などがプラス成長で推移し、事務用品では、13品目中7品目が前年度比プラス成長となり、特に電子文具とステープラーは3年連続で市場規模が拡大している。

図表 1. 国内文具・事務用品分野別市場規模推移



(単位:億円、%)

年度 / 分野	筆記具	紙製品	事務用品	合計	前年度比
2009年度	785	1,729	2,350	4,864	—
2010年度	803	1,693	2,292	4,788	98.4
2011年度	797	1,675	2,247	4,719	98.6
2012年度	843	1,667	2,214	4,724	100.1
2013年度 (予)	860	1,668	2,209	4,737	100.3

矢野経済研究所推計

注 1. メーカー出荷金額ベース

注 2. 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[ボード他]、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、電子辞書)の3分野27品目を対象とする。

注 3. (予)は予測値

2. 注目市場の動向

2-1. 国内ボールペン市場

2012年度の油性ボールペンの市場規模は、前年度比2.7%増の192億円、水性ボールペン(ゲルインキ含む)の市場規模は、前年度比16.5%増の184億円と推計した。ボールペン合計では、前年度比9.0%増の376億円となる(いずれもメーカー出荷金額ベース)。

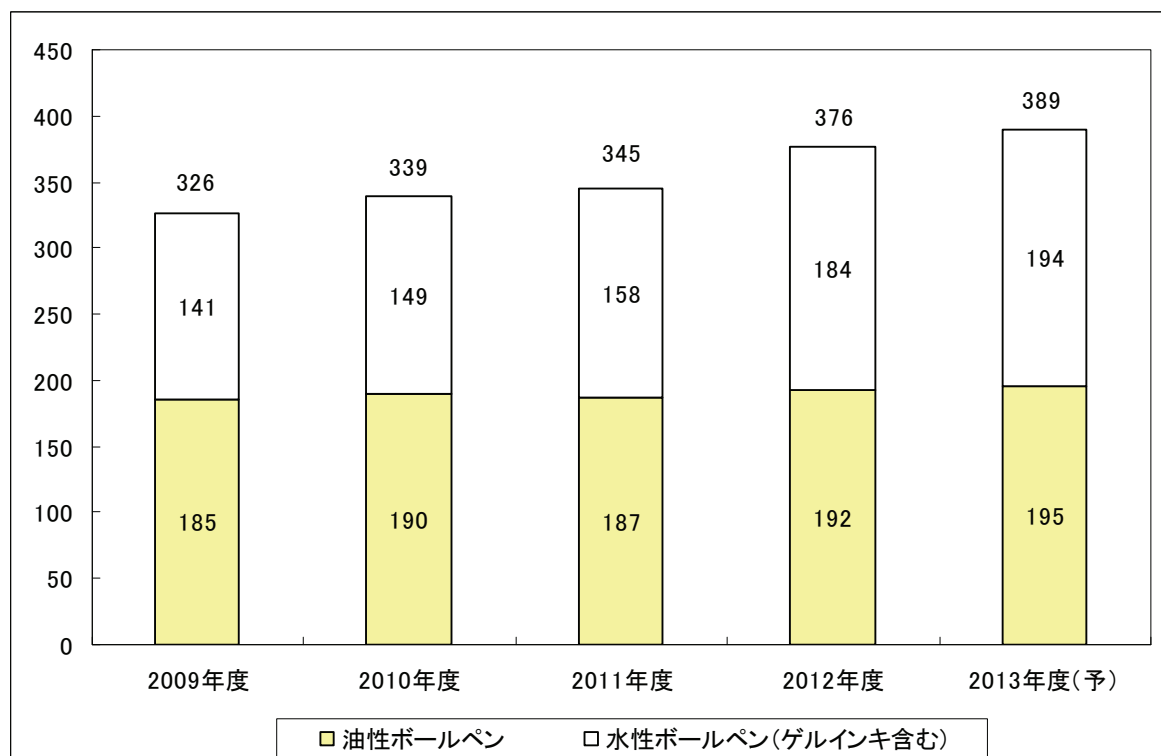
油性ボールペンは、筆記具市場において最大の構成比を占める。景気悪化を受けた法人需要(自家需要、ノベルティ需要)の減退などで2009年度に大きく縮小した同市場だが、滑らかな書き味を実現した油性ボールペンの人気やパーソナルユース向け商品の拡大などにより購入単価を上昇させた。2011年度は微減推移となったものの、2012年度は、主要各社の主力商品が堅調に推移したのに加え、ノベルティ需要など法人需要も回復基調となっており、プラス成長の推移となった。

水性ボールペンは、“消せる”ボールペンや“カラーバリエーションが豊富な替え芯が選べる”ボールペンなどがロングセラーのヒット商品となり拡大を続けている。2012年度においては“消せる”ボールペンが大きく伸長し、市場規模拡大を牽引した。2013年度は、引き続き“消せる”ボールペンが好調を維持しており、水性ボールペンの市場規模は、油性ボールペンに匹敵する市場規模に成長するものと予測する。

また、法人需要も回復基調にあるなど景況感の改善から、2013年度の国内ボールペンの市場規模(メーカー出荷金額ベース)は前年度比3.5%増の389億円と予測する。

図1. 国内ボールペン市場規模推移

(単位: 億円)



矢野経済研究所推計

注4. メーカー出荷金額ベース

注5. (予)は予測値

2-2. 国内ノート市場

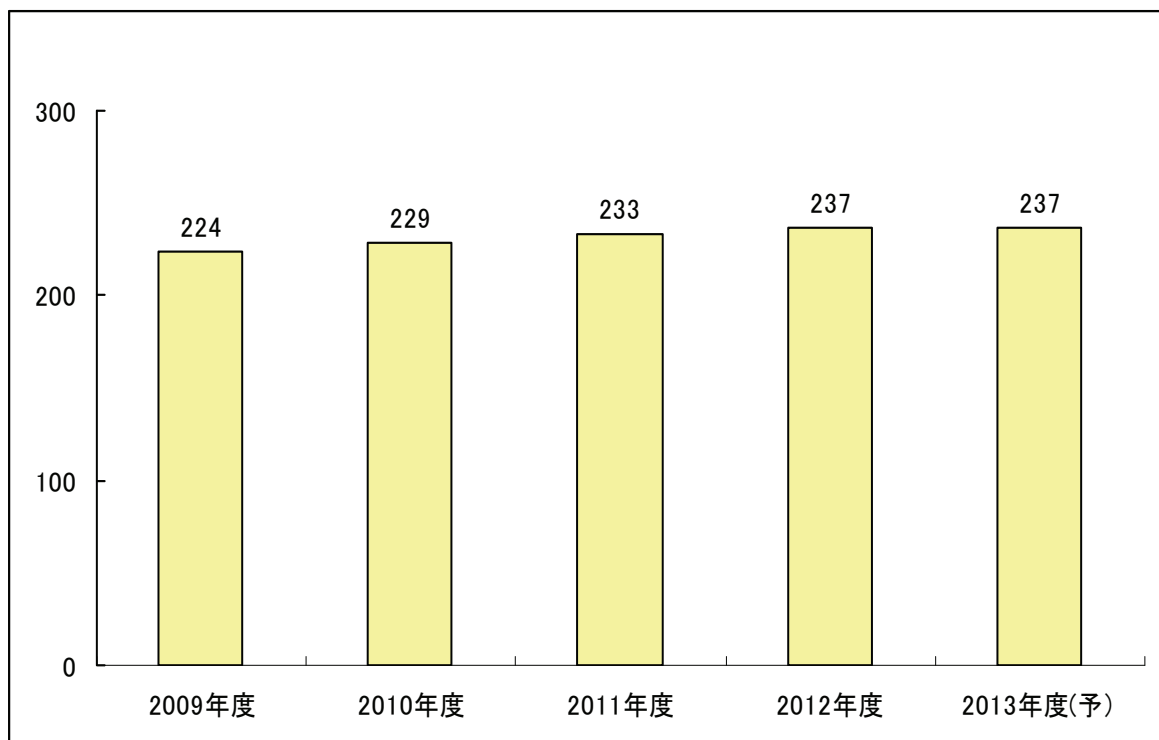
2012年度の国内ノート市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、前年度比1.7%増の237億円と推計した。同市場は、毎年拡大基調となっており、文具・事務用品における数少ない成長分野となっている。ここ数年は成長率が鈍化したものの、デザイン性や付加価値を高めたノートの普及やデジタル機器(スマートフォン)に連動した新ジャンルのノートの登場などで成長を維持している。

ノートの需要面では、近年ビジネスユーザーを中心にノートの利便性が再評価され、ノート需要が顕在化している。また、文具全般が雑誌や新聞に取り上げられることが多くなり、特に女性層でおしゃれなノートや手帳に対する関心が高まっている。

ただ、2013年度はやや頭打ちの傾向がみられており、同市場規模(メーカー出荷金額ベース)は前年度比横ばいの237億円と予測する。

図2. 国内ノート市場規模推移

(単位: 億円)



矢野経済研究所推計

注6. メーカー出荷金額ベース

注7. (予)は予測値