

LE GOLF

La population japonaise de golfeurs est évaluée à environ 27 millions, dont un peu moins de 12 millions jouent sur des terrains de golf et 15 millions dans des champs d'exercice. Le nombre d'adeptes de ce sport ne fait qu'augmenter chaque année. Cette tendance s'accompagne d'une expansion importante du marché d'équipements et d'accessoires de golf. En 1988 uniquement, les ventes de balles, de bâtons et d'autres accessoires se sont chiffrées à plus de 120 milliards de yens.

Ce sport fait des adeptes notamment chez les femmes. Le nombre de femmes et de jeunes à pratiquer ce sport est en hausse. Le golf est perçu comme un sport à la mode attirant une clientèle de classe. Parmi les autres facteurs qui contribuent à la popularité grandissante de ce sport, citons la semaine de travail de 5 jours, la hausse du nombre de propriétaires d'un véhicule privé, la demande accrue pour des séjours de moyenne et longue durée, l'augmentation du nombre d'installations comme des terrains de golf et des hôtels.

Les vêtements de golf représentent un marché important, et il n'est pas rare de voir dans la rue des gens portant ce type de vêtements. Le taux de croissance dans ce secteur est stable. Les nouveaux exportateurs de vêtements de sport doivent se concentrer sur ce marché. Les vêtements de golf sont fonctionnels et constituent des produits à valeur ajoutée.

Les importations de balles de golf se sont élevées à 5,8 milliards de yens en 1989, en hausse de 43,4 p. 100 par rapport à l'année précédente. Le fournisseur le plus important étaient les États-Unis. Le marché des balles de golf, toutefois, est dominé par deux fabricants locaux, les importations ne formant qu'environ 10 p. 100 du marché.

Les ventes de bâtons de golf ont atteint près de 39 milliards de yen, au total, en 1989, soit près du double (97,2 %) de l'année précédente. On estime que les importations représentaient près de 30 % des ventes nationales l'année dernière, en hausse de 26,5 p. 100 par rapport à 1988. Encore une fois, les États-Unis sont de loin le principal fournisseur, accaparant 68,3 p. 100 du marché des bâtons de golf importés. Taïwan vient au deuxième rang en fournissant les produits bas de gamme. On a également assisté à une augmentation de la production à l'étranger par des fabricants japonais et à l'importation de tiges et de têtes de bâtons de golf.

Le Japon se trouvait au beau milieu d'une quatrième « vague de golf » lorsque la récession a ralenti le marché. Malgré tout, ce sport devrait continuer à prendre de l'expansion en cessant d'être réservé aux hommes d'âge moyen pour devenir une activité de la population en général. Il convient de noter en particulier une plus grande participation chez les femmes et chez les jeunes. D'ailleurs, le nombre de terrains et de champs de pratique s'est accru rapidement depuis la fin des années 1980 et le taux de fréquentation ne cesse d'augmenter. Ces tendances devraient