

通信販売に活路を見出すアダルトショップ

2006年2月6日(月)

BRICS 経済研究所 代表 門倉 貴史

E-mail: postbrics@yahoo.co.jp

～ 要 旨 ～

ラブホテルが建ち始めた1970年頃からアダルトショップの数は急速に増加、あちこちで「大人のおもちゃ」という看板が目につくようになった。しかし、警察の厳しい取り締まりや客数の減少などによって、80年代後半から90年代にかけて次第に勢いを失っていった。

もっとも、警察庁が把握しているアダルトショップは、アダルトグッズを専門に扱い(全商品の7～8割程度)、店舗型性風俗特殊営業として指定されている店舗であり、ここには近年増加傾向にある中古同人誌ショップや、コミック専門店、アニメ関係ショップは含まれていない。これらの店においてもアダルト商品が収益の柱となっているのであるが、まだ展示している商品全体に占めるウエイトは低く、風営法上は通常の小売業と同じ扱いとなっている。売り場の一部でアダルトグッズを販売している店舗も含めてカウントすれば、アダルトグッズの販売店はここ数年の間に大幅に増加しているとも考えられる。

さらに、インターネットの普及に伴い、通信販売によるアダルトグッズの販売が増加傾向にある。アダルトビデオ等を通信販売する業者の数は99年の462社から2004年には2816社と、わずか5年間で6倍に膨らんでいる。無店舗型のアダルトショップが急増している背景には、アダルトグッズという商品の特殊性がある。モノがモノだけに、アダルトショップに行くことには後ろ暗いイメージがあり、これまで店に足を運ぶのは一部の勇気あるマニアに限られていたが、通信販売という「匿名性」が確保された世界では、店員と顔を合わせることなく、好きな商品を気軽に購入することができる。アダルトグッズの価格は原価を大幅に上回るものが多く収益性が高いことから、販売数量が増えれば、急成長が期待できる分野なのだ。通信販売であればアダルトグッズが売れるという点に着目して多くのネット企業が新規参入しようとする動きが出ている。すでにアメリカでは、インターネット検索大手のヤフーがポルノビデオなどアダルトグッズのネット販売に本格的に乗り出している。

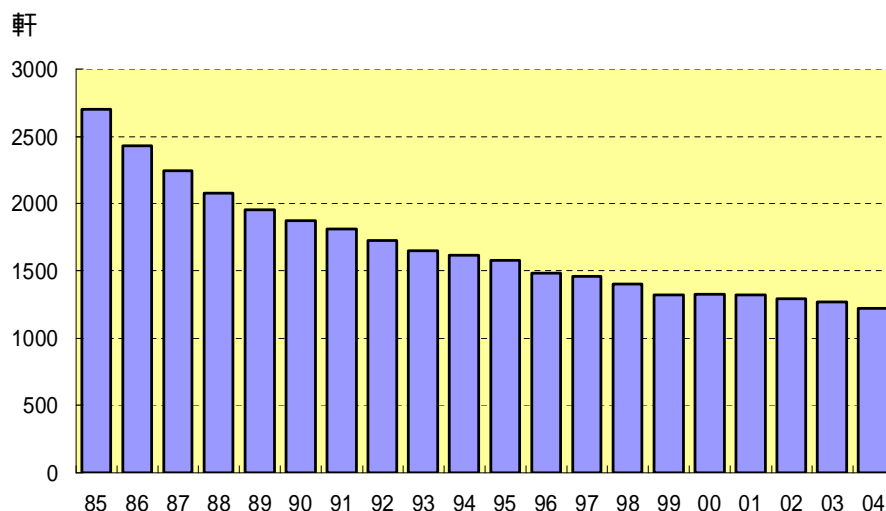
統計上アダルトショップにカウントされない店が増えていることや、無店舗型が急増していることから、業界全体としてみればアダルトショップ業界は息を吹き返しつつあると評価できよう。

2001年5月、電気街のメッカ東京の秋葉原の駅前一等地に巨大なアダルトショップが出現し、人々を驚かせた。

このアダルトショップのビルは地下1階から地上4階まであり、地下1階はアダルトビデオ、1階が一般ビデオ、2階がアダルトグッズ、3階がランジェリー・コスチューム・SMグッズ、4階が中古アダルトビデオという売り場構成になっている。このほかにも、最近、アダルトグッズを専門に扱うショップが全国各地に相次いでオープンしており、長い間低迷を続けていたアダルトショップ業界に復調の兆しが現れている。

アダルトショップの歴史は江戸時代にまでさかのぼる。1626年、江戸の両国薬研堀に四ツ目屋という性具秘薬専門店がオープンし、その後、行商人が生活用品とともに性具を売り歩くようになったという。ラブホテルが建ち始めた1970年頃からアダルトショップの数は急速に増加、あちこちで「大人のおもちゃ」という看板が目につくようになった。しかし、警察の厳しい取り締まりや客数の減少などによって、80年代後半から90年代にかけて次第に勢いを失っていった。実際、警察庁の資料によって、アダルトショップの店舗数の推移をみると、1985年の2700軒をピークとして、その後は2004年(1221軒)まで一貫して減少傾向をたどっている(図表1)。

図表1 アダルトショップの店舗数



(出所)警察庁資料より作成

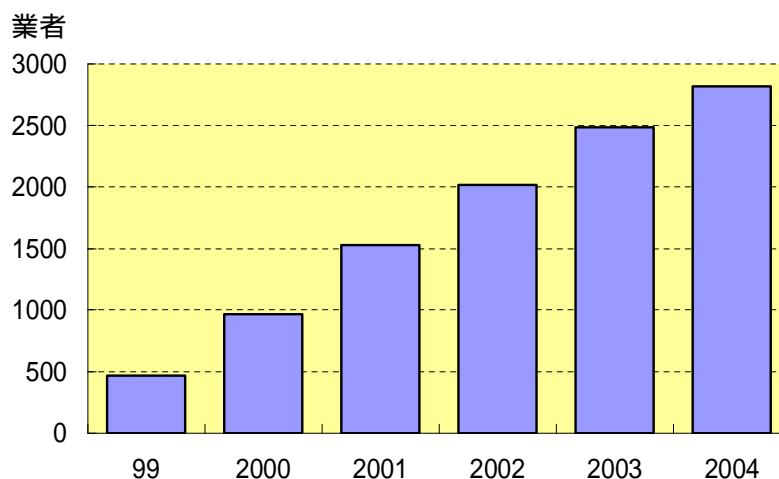
もっとも、警察庁が把握しているアダルトショップは、アダルトグッズを専門に扱い(全商品の7~8割程度)、店舗型性風俗特殊営業として指定されている店舗であり、ここには近年増加傾向にある中古同人誌ショップや、コミック専門店、アニメ関係ショップは含まれていない。

これらの店においてもアダルト商品が収益の柱となっているのであるが、まだ展示している商品全体に占めるウエイトは低く(全商品に占めるアダルトグッズの割合が7~8割に達していない)、風営法上は通常の小売業と同じ扱いとなっている。

したがって、売り場の一部でアダルトグッズを販売している店舗も含めてカウントすれば、アダルトグッズの販売店はここ数年の間に大幅に増加しているとも考えられる。

さらに、インターネットの普及に伴い、通信販売によるアダルトグッズの販売が増加傾向にある。アダルトビデオ等を通信販売する業者の数は99年の462社から2004年には2816社と、わずか5年間で6倍に膨らんでいる(図表2)。無店舗型のアダルトショップが急増している背景には、アダルトグッズという商品の特殊性がある。モノがモノだけに、アダルトショップに行くことには後ろ暗いイメージがあり、これまで店に足を運ぶのは一部の勇気あるマニアに限られていたが、通信販売という「匿名性」が確保された世界では、店員と顔を合わせることなく、好きな商品を気軽に購入することができる。

図表2 アダルトビデオ等通信販売業者の推移



(出所) 警察庁資料より作成

図表3 アダルトグッズの売れ筋

1	ローション
2	色つきコンドーム
3	バイブレーション
4	猿ぐつわ・手錠セット
5	ローター
6	合法ドラッグ

アダルトグッズの価格は原価を大幅に上回るものが多く収益性が高いことから、販売数量が増えれ

ば、急成長が期待できる分野なのだ。通信販売であればアダルトグッズが売れるという点に着目して多くのネット企業が新規参入しようとする動きが出ている。すでにアメリカでは、インターネット検索大手のヤフーがポルノビデオなどアダルトグッズのネット販売に本格的に乗り出している。

統計上アダルトショップにカウントされない店が増えていることや、無店舗型が急増していることから、業界全体としてみればアダルトショップ業界は息を吹き返しつつあると評価できよう。実際、一部の女性週刊誌などの報道によれば、女性のアダルトグッズの所有率は近年かなり上昇しているという。さらに自分たちでＳＭグッズを購入してソフトなＳＭを楽しみたいというカップルや、性生活がマンネリ化した中高年のカップルなどがアダルトグッズを購入する動きも出てきている。

ちなみに、最近の売れ筋商品は、ローション、色つきコンドーム、バイブレータ、猿ぐつわ・手錠セット、ローター、合法ドラッグなどとなっているようだ(図表３)。