



最近のゴルフ場事情

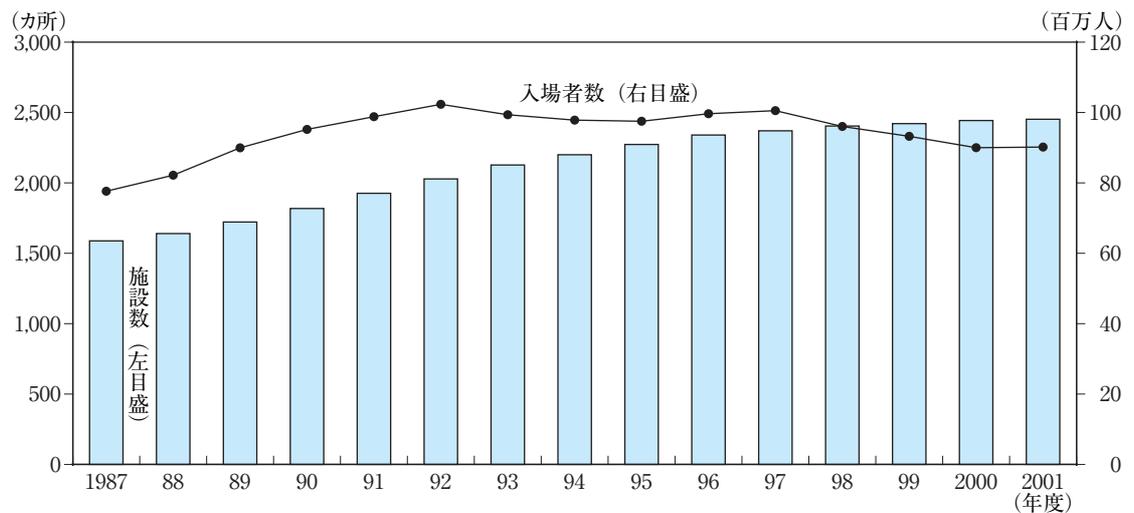
長引く景気の低迷によるゴルフ人口の減少のなか、ゴルフ業界では顧客獲得のために熾烈な競争が行われている。加えて、バブル期に高額な会員権を発行し集めた預託金の償還時期が到来するなど、厳しい環境にさらされている業界の現状についてレポートする。

1. ゴルフ場の需給状況

経済成長とともに大衆に受け入れられてきたゴルフは、1950年代後半、1970年代前半、そして1980年代後半と3度のブームがあり、特にバブル期と重なった第3次ブームでは、ゴルフをすることがひとつのステータスとなり、富裕者層や法人関連を中心に爆発的なブームとなった。そして、バブル経済の余韻が続く1992年度には年間入場者数が1億200万人とピークに達した。しかし、バブルが崩れたあと、長引く景気の低迷によってゴルフ離れが進み、近年では入場者数は9,000万人程度にとどまっている(図表1)。

一方、供給面をみると、全国のゴルフ場施設数は1987年度には1,588カ所であったが、ゴルフ人口の増加や同年6月に「総合保養地域整備法(リゾート法)」が施行されたのを機にゴルフ場建設が活発化、年間100カ所前後のペースで増加することとなった。その後、幾分ペースは鈍くなったものの増加を続け、2001年度には全国で2,452カ所となっている。

図表1 ゴルフ場施設数と入場者数の推移(全国)



資料：日本ゴルフ場事業協会

こうした建設ラッシュをもたらした要因の一つには自治体のバックアップもある。ゴルフ場誘致により利用税や市町村民税、固定資産税の税収が見込めるだけでなく、雇用確保など地域振興策として期待できることから、第3セクターによる開発も多く行われた。

また、近年、利用者数が減少しているにもかかわらず、ゴルフ場が増加し続けている背景には、ゴルフ場の建設計画が長期間を要するため、バブル期に計画したゴルフ場がようやく最近になって完成していることなどの事情があるため、なかには完成までにかかなりの投資を行っているため、今更後には引けないと計画の見直しも行わないままオープンしたところもある。

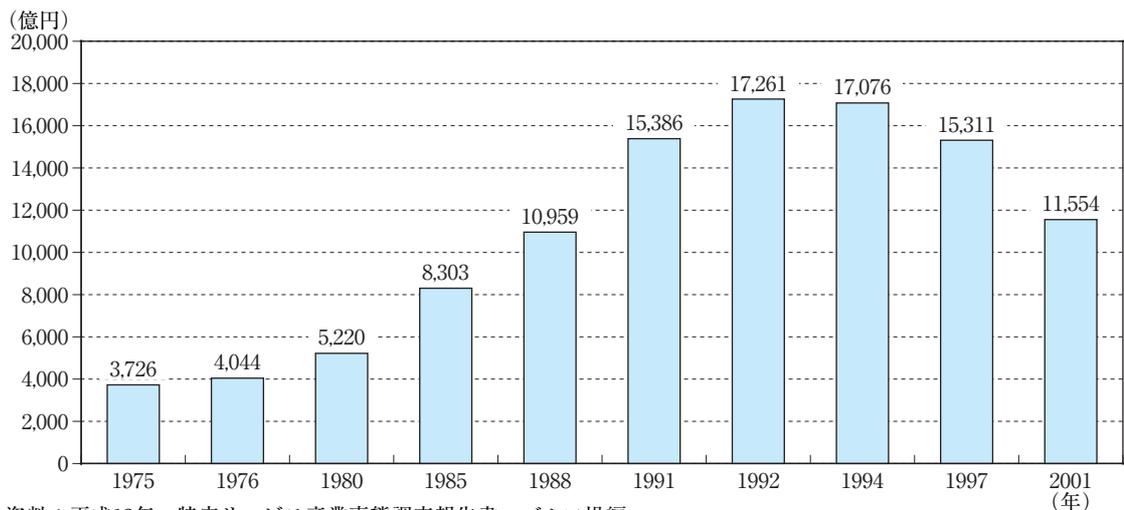
2. ゴルフ場の経営状況

(1) 供給過剰による価格競争の激化

今日、ゴルフ業界は、入場者数が減少する一方で施設数が増加するという需給バランスの不一致を背景に、厳しい経営環境におかれている。

ゴルフ場の年間売上高の推移をみると、ゴルフ人口がピークに達した1992年には1兆7,261億円まで増加したもののその後減少に転じ、2001年には1兆1,554億円とピーク時に比べ約3割減となっている（図表2）。

図表2 年間売上高の推移



また、前述のとおり1992年以降もゴルフ場数は増加を続けていることから、1ゴルフ場当りの売上高はさらに落込んでいる。

レジャー白書によると、ゴルフ場の経営上の問題点として、「他の同業施設との競争



激化」(74.1%)を挙げた施設が7割を超え最も多く、以下、「時間帯・曜日・季節による利用客の片寄り」(47.8%)、「料金改定が難しい」(42.9%)、「人件費コストの増加」(24.9%)、「設備費・運営費等の増加」(22.9%)と続いている(図表3)。

このように、利用者のゴルフ離れとゴルフ場の増加による売上減に歯止めをかけようと、各ゴルフ場ではプレーフィアの低価格化を進め、過当競争が激化している。

(2) 会員権相場と預託金償還問題

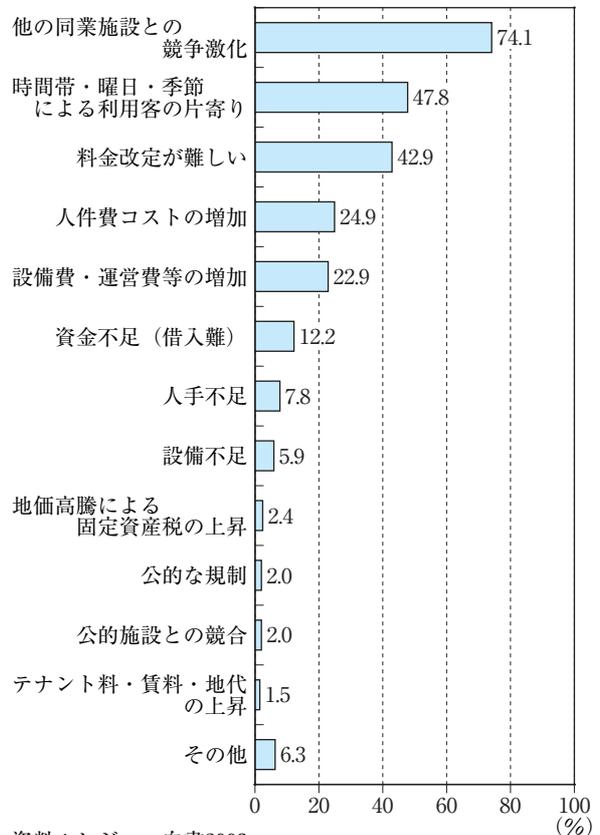
国内のゴルフ場を運営形態別にみると、非会員制(パブリック)のゴルフ場は全体の1割を超える程度で、会員制(メンバーシップ)が約7割、これに会員・非会員制(セミパブリック)を含めると9割近くに達し、このうち8割が預託会員制をとっている。

預託会員制とは、会員募集時に一定期間(概ね10年のケースが多い)無利息で金銭を預託することを条件に会員を募集し、一般より有利にゴルフ場施設を利用できる権利(会員権)をもたせるという制度である。この預託金は、本来、償還期日が到来すれば請求に応じて即座に返還しなければならない。

その一方、会員権は市場流通性を持ち、バブル期のように市場流通価格が上昇しているときは会員権が投資の目的で保有・売買されるなど、額面を下回るといったことは全く予想されていなかった。こうしたことから、バブル期にオープンしたゴルフ場は高額な会員権を発行することで多額の資金を集め、これらのほとんどをゴルフ場の建設費等に充当した。

また、それ以前から営業していた老舗のゴルフ場も、相次いでオープンする新しいゴルフ場に対抗して、コースやクラブハウスのリニューアルを行うため高額な会員権

図表3 経営上の問題点



資料：レジャー白書2003

を追加発行するケースも目立った。

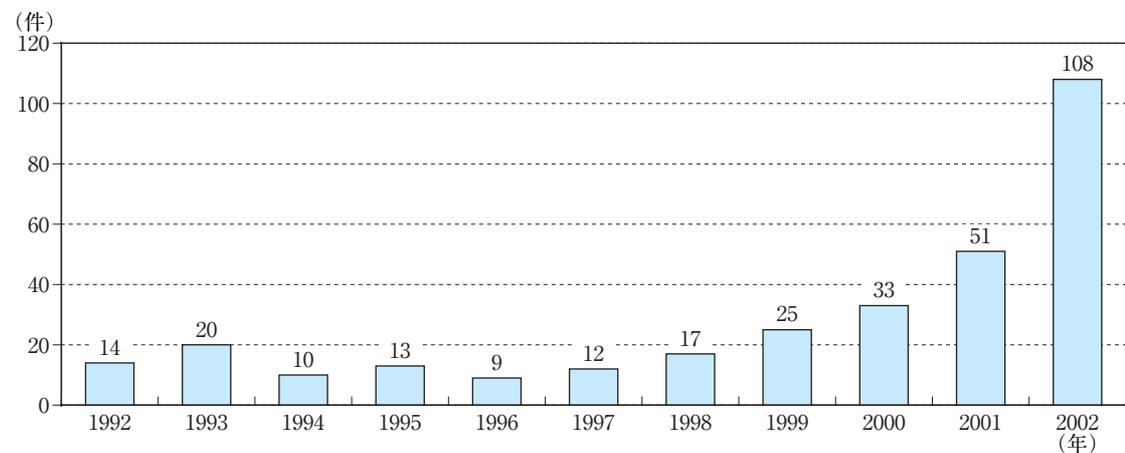
ところが、バブル崩壊により会員権相場が下落するなかで、バブル期に集めた高額な預託金の償還時期が到来、今ではこの返還請求がゴルフ場の経営を大きく圧迫しているのである。

(3) 急増するゴルフ場の破綻

以上のように、バブル期に多額の預託金を集めオープンしたゴルフ場では、預託金の償還時期が2000年頃から本格化してきたために、ゴルフ場経営会社の倒産件数は、2000年には33件、01年に51件、さらに02年には一気に108件と倍増し100件の大台を超えた。こうした状況は今後もしばらくは続くと思われる（図表4）。

これらのゴルフ場のほとんどは会社更生法あるいは2000年4月に施行された民事再生法の適用を受けながら営業を継続しているところが多く、経営維持策と称して大幅な料金値下げを行って集客を続けているが、これによって近隣の健全なゴルフ場の経営が圧迫されるなど業界全体の疲弊に拍車をかけている。

図表4 ゴルフ場経営会社の倒産件数推移（全国）



資料：東京商工リサーチ

3. 県内の動向

長崎県のゴルフ場の歴史は古く、明治期に多くの外国人が避暑のために訪れた雲仙に、1913年（大正2年）、パブリックコースとしては日本初の「雲仙ゴルフ場」（小浜町）がオープンした。その後、1950年代の第1次ゴルフブームになると「長崎カンツリー倶楽部」（長崎市）や「佐世保カントリー倶楽部」（佐世保市）、「島原カントリー倶楽部」（深江町）などがオープンし、現在では県内各地にメンバーシップとパブリック合わせて26のゴルフ場がある（図表5）。

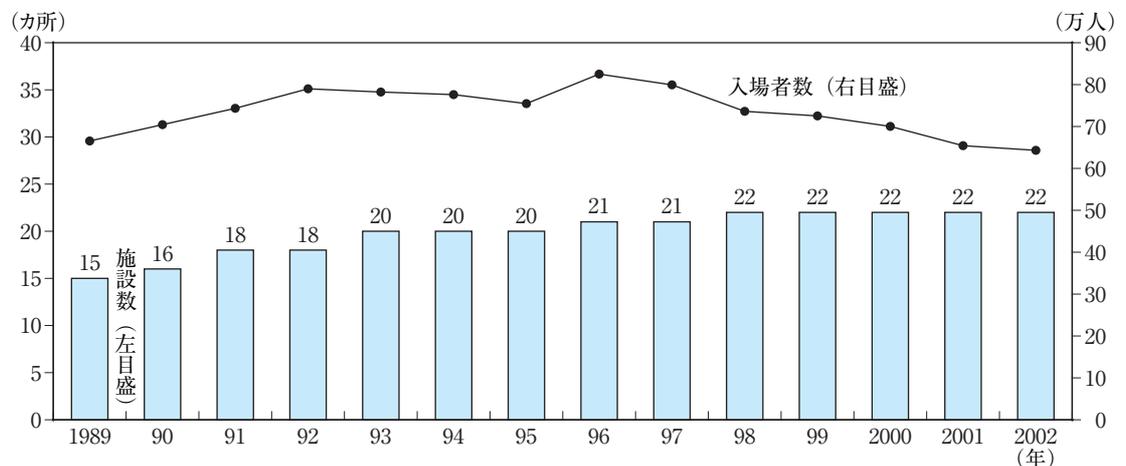
図表5 県内のゴルフ場

NO	ゴルフ場名	所在地	開業年	ホール数	種別
1	雲仙ゴルフ場	小浜町	1913年	9H	パブリック
2	長崎カンツリー倶楽部	長崎市	1955年	9H	メンバーシップ
3	佐世保カントリー倶楽部 石盛岳ゴルフコース	佐世保市	1957年	18H	メンバーシップ
4	島原カントリー倶楽部	深江町	1959年	18H	メンバーシップ
5	長崎国際ゴルフ倶楽部	諫早市	1964年	18H	メンバーシップ
6	喜々津カントリー倶楽部	多良見町	1966年	18H	メンバーシップ
7	滑石ゴルフ場	長崎市	1968年	18H	メンバーシップ
8	五島カントリークラブ	福江市	1971年	18H	メンバーシップ
9	大村湾カントリー倶楽部	大村市	1972年	36H	メンバーシップ
10	西海橋ゴルフコース倶楽部	佐世保市	1974年	9H	メンバーシップ
11	チサンカントリークラブ森山	森山町	1974年	27H	メンバーシップ
12	つくもゴルフコース	佐世保市	1974年	9H	メンバーシップ
13	小長井カントリー倶楽部	小長井町	1975年	19H	メンバーシップ
14	佐世保国際カントリー倶楽部 三河内ゴルフ場	佐世保市	1976年	18H	メンバーシップ
15	ひぐち時津カントリークラブ	時津町	1976年	18H	パブリック
16	対馬ゴルフ倶楽部	上県町	1982年	6H	パブリック
17	壱岐カントリー倶楽部	勝本町	1985年	9H	メンバーシップ
18	佐世保ハイウェイゴルフコース	佐世保市	1988年	9H	パブリック
19	愛野カントリー倶楽部	愛野町	1989年	18H	メンバーシップ
20	平戸ゴルフクラブ	江迎町	1990年	18H	メンバーシップ
21	長崎空港カントリー倶楽部	琴海町	1991年	18H	メンバーシップ
22	ハウステンボスカントリークラブ	西彼町	1991年	18H	メンバーシップ
23	パサージュ琴海アイランドゴルフクラブ	琴海町	1992年	18H	メンバーシップ
24	長崎パークカントリークラブ	西彼町	1994年	18H	メンバーシップ
25	野母崎ゴルフクラブ	野母崎町	1997年	18H	メンバーシップ
26	ペニンシュラオーナーズゴルフクラブ	琴海町	1998年	18H	パブリック

資料：各種資料およびヒアリング等により当研究所にて作成

九州ゴルフ連盟加盟ゴルフ場（県内22カ所）の入場者数の推移をみると、1992年まで増加傾向にあったが、93年に加盟ゴルフ場が2カ所増加したにもかかわらず一旦減少に転じた。その後96年には新設ゴルフ場の加盟により82万5,045人とピークに達したものの、以降年々減少を続け、昨年は64万3,154人まで落ち込んでいる（図表6）。

図表6 ゴルフ場施設数と入場者数の推移（長崎県）



資料：九州ゴルフ連盟



1 施設当りの入場者数を九州各県で比較すると、沖縄県が6万4千人と群を抜き、次いで福岡県の4万8千人となっており、長崎県は最下位で3万人に満たない状況にある（図表7）。

このように、県内ゴルフ場の入場者数は年々減少を続け、九州各県のなかでも厳しい状況におかれている。

長崎県ゴルフクラブ協議会によると、本県の特徴は、ゴルファーの高齢化が急速に進んでい

ることと、九州他県に比べると県外客が圧倒的に少ない状況にあることという。

こうした背景には、法人関連の接待ゴルフの減少や40～50歳代愛好者のプレー頻度の低下など主流層の減少があり、加えて、長崎県の立地特性から交通アクセスが悪く県外客を呼び込みにくいことが挙げられ、これらが入場者減少の大きな要因と考えられる。

また、県内ゴルフ場の会員権相場については、ピーク時の10分の1程度にまで落込んでいるところもあるなど全国と同様低迷が続いている。

こうしたことから、2000年以降、県内においてもゴルフ場の破綻がみられている。これまでの破綻ゴルフ場は7カ所で、このうち民事再生法が5カ所、会社更生法が2カ所となっている。これらは、いずれも営業は継続しており、競争はさらに激しさを増している。

4. 新たな動きをみせるゴルフ場

(1) 大衆スポーツとしての地位確立を目指す

『ゴルフは中高年男性が「接待ゴルフ」など仕事からみで行うもの』という従来までのイメージを払拭し、年齢男女を問わずあらゆる人にスポーツとして楽しんでもらえるよう、ジュニアや主婦などを対象にしたゴルフ教室や大会を開催するなどの取組みが県内外を問わず行われている。

こうしたなか、1999年の第54回国民体育大会「くまもと未来国体」でゴルフが正式種目として採用され国民のスポーツとして認められた。また、今年の4月よりゴルフ場利用税が一部改正され、①障害者、②18歳未満の子ども、③学校教育における実技

図表7 九州各県の入場者数比較
(2002年)

(カ所、人)

県名	施設数	入場者数	1施設当り入場者数
福岡	48	2,320,784	48,350
佐賀	15	660,328	44,022
長崎	22	643,154	29,234
大分	21	833,885	39,709
熊本	36	1,481,430	41,151
宮崎	18	729,085	40,505
鹿児島	32	1,199,320	37,479
沖縄	14	904,918	64,637
合計	206	8,772,904	42,587

資料：九州ゴルフ連盟

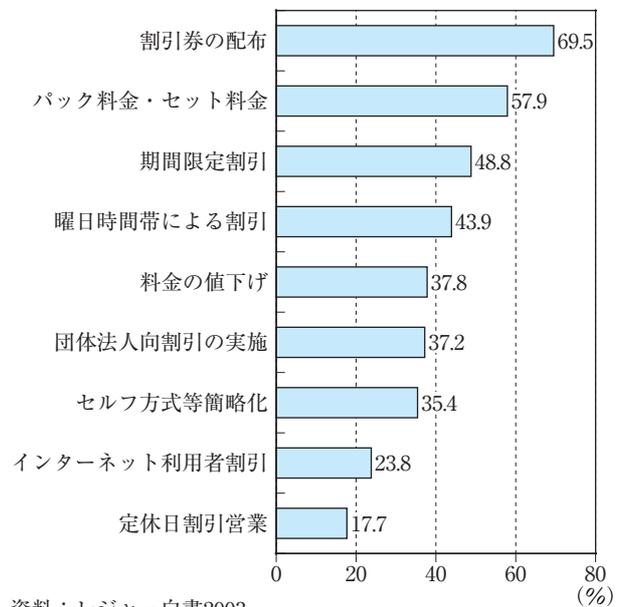
または公認の課外活動、④70歳以上の高齢者、⑤国体参加選手については利用税が非課税となったことなども大衆スポーツとしての地位確立を目指すゴルフ場にとって好材料となっている。

県内では、長崎県ゴルフクラブ協議会が5年ほど前から協議会内にジュニア育成委員を置き、次世代を担うゴルファーの育成に力を入れており、当初60名程度でスタートした長崎県ジュニアゴルフ会員（18歳未満）は現在では100名を超えている。

（2）料金体系の多様化とセルフ化の進展

価格競争が激しさを増すなか、料金体系の多様化が進み、平日と土・休日だけの料金体系でなく、各種割引制度が導入されている。レジャー白書によると、最近1年間で料金の値下げや割引を実施したゴルフ場は8割に達しており、その内容は、「割引券の配布」（69.5%）、「パック料金・セット料金」（57.9%）、「期間限定割引」（48.8%）、「曜日時間帯による割引」（43.9%）などさまざまな割引が行われている（図表8）。また、最近では、スコアに応じた料金を設定し

図表8 料金値下げや割引の実施内容



たり、若者の集客対策としての年齢に応じた割引や夏場対策として気温が上がれば割引率を上げるといったユニークな取組みが全国各地で行われている。

また、接待ゴルフの減少とプライベートゴルフの増加に対応してセルフ方式を導入するゴルフ場が増加している。セルフは、ゴルフ場にとっては低価格化による収入減をキャディの人件費削減で補うことができ、利用者にとってもキャディフィーを抑え、かつ気軽に楽しむことができるなど、両方にメリットをもたらしている。また、高齢者に対しては楽にラウンドできるように乗用カートの導入が進められており、県内では既に9割のゴルフ場に設置されている。



(3) 観光・レジャーとの連携

近年、観光にゴルフを組み込んだパック商品の充実など、全国的に域外の顧客獲得の動きがみられ、ゴルフ場間の競争は広域化している。特にここ数年、ゴルフブームの韓国からのツアー客が増加するなど、国内だけでなく海外からのツアー客誘致合戦も活発化している。また、例えば、ゴルフ場内にスーパー銭湯を導入するなど複合レジャー施設としてゴルフ場を活用するケースもみられる。

県内においては、前述したように、県外客の割合が他県に比べて低いという状況にあるものの、宿泊施設を持つ一部のゴルフ場などでは以前から継続的に県外向けにPRを行い、顧客誘致を図っているところもある。また、長崎県ゴルフクラブ協議会では、1998年に県内の各ゴルフ場の紹介と交通アクセス、周辺の宿泊施設を掲載したゴルフガイドを4万部作成し県の東京事務所や旅行会社等に配布、また、翌年には韓国を訪問し県内のゴルフ場のPR活動を展開した。

おわりに

法人や中高年の富裕者層を主たるターゲットとして発展してきたゴルフ業界は、バブル崩壊後の長期的な景気停滞と個人消費の低迷、さらには娯楽や趣味の多様化によって大きな方向転換を迫られている。

この先、ゴルフ業界がどのような姿に変化していくかを見通すのは困難であるが、大衆スポーツあるいは観光・レジャーの受け皿として、これからも大きな市場を維持していくことに疑いはない。そのためにも、多くのプレーヤーを引きつける魅力的なゴルフ場にするための多面的な施策展開が、これまで以上に必要であろう。

(岡本 裕志)