
ゴルフ練習場

景気回復による個人消費の増加と、最近の女子プロゴルフ人気に牽引されたゴルフ人気の拡大により平成16年9月頃から回復基調にある。7～9月は閑散期に当たるが売上げは去年同期よりも10%以上の伸びを示している。利用料は据え置かれているが利用者数の増加が売上げ増に結びついている。ただ、業況の回復とは裏腹に、企業により資金繰りを改善するために施設閉鎖売却・転用が進んでおり、施設数は減少してきている。

郊外立地の練習場では駐車場などにコンビニやドラッグストア等の商業施設を設置した複合型商業サービス施設としての集客に取り組むところもある。

業界は今後も引き続き好調に推移すると見ている。

業界の概要

ゴルフ練習場は設置場所により室内（ビル屋上も含む）と屋外に分類される。室内は都心部立地が殆どでビルの一室や屋上に設置され、利用者は主に技術的な指導を受けるレッスン希望者である。屋外は、専業とするものとゴルフ場などに併設された練習場がある。これらの業態に基づく事業所数の詳細は把握されていないが経済産業省の「特定サービス産業実態調査報告」では、屋外で専業として行う事業所をゴルフ練習場と定義している。全国のゴルフ練習所数は平成8年の3,133をピークに減少傾向にあり16年速報では2,707

となっている。

就業者規模では「10～29人未満」が最も多く約39%であり、30人未満の事業所で全体の約97%を占める。就業者の雇用形態は正社員・正職員は約20%であり、パート・アルバイト等の雇用が66%となっている。

業界には売上げに季節変動があり、春から初夏と秋から初冬に繁忙期となり、真夏と真冬が閑散期となる。また、雨天・台風などの天候変化の影響も受ける。

大阪の地位

大阪のゴルフ練習場数は11年調査によると105であったが、13年には88、16年には92と推移している。(経済産業省「特定サービス産業実態調査報告」)また、16年時点での大阪の地位は事業所数で全国9位、年間売上高で3位、年間利用者数で4位であるが、一事業所当たりの年間売上高と年間利用者は1位である。業界では、大阪市域を中心に屋外屋内共にゴルフ練習場数は減少しているとしている。

回復する収益

7～9月の売上げ状況は16年第4四半期頃から上向き、その後も引き続き好調で前年同期比約12%の売上げ増加を見込んでいる。それでも、ピーク時の7割程度の売上げ水準とするところもあり、全体としてはピーク時までの水準に回復していないが収益は黒字となっているとみられる。

7～9月期は閑散期に当たり、また、7月

の降雨猛暑もあって4～6月よりは落ち込んでいるものの、対前年比では10%程度の売上増となっている。利用料は数年来据え置いているところが多く利用者数の純増が売上げに寄与している。

ブームの再来

売上増の要因は、第一には景気の回復による消費の活発化、第二は女子ゴルフ人気に牽引されたゴルフブームの再燃がある。

景気の回復とゴルフ場の利用料金下落とが相まってゴルフへの意欲を刺激した結果、練習場の客数増となった側面もあるが、さらに15年頃から、女子プロゴルフ界で若いスターが相次いで誕生しことによりゴルフブームの発生が起きたことが寄与している。

企業の副業的経営からの撤退

バブル経済の崩壊以降、企業では遊休地の活用策として設置していたゴルフ練習場を閉鎖するところ相次いだ。とくに大手企業などが資金繰りの改善を目的として、保有するゴルフ練習場の閉鎖を進めた。この閉鎖によって同一商圏内にあったゴルフ練習場に利用者が移ったため売上げが増加したところもある。今後、大阪市域では企業が副業的にゴルフ練習場を開設することは考えにくい状況となっている

歓迎される高齢化

業界では高齢化社会の到来によって平日の利用者が増えることを期待している。これまで平日の閑散時間帯の利用者は主に主婦層で

あったが、団塊世代の大量定年退職はシニアの男性層へと利用層が拡大することを可能とするものである。このシニアの獲得のための対応は、まだ始まったばかりといえるが、キーワードは「快適」にあるとして、その取組を開始しているところもある。打席にプリペイドカード払い方式でボールを自動供給し、ボールを自動でティーアップする設備の導入が一般化してきているが、とくにシニア層にとっては、ティーアップ時の腰の屈伸運動は体への負担となるため、この設備の導入は快適さのためにも必要とされている。

また、ある練習場では夏場の暑さ対策として各打席にスポットクーラーを設置し、快適な環境作りに取り組むなど設備面での快適さの提供に努め、快適な練習環境を作るためには練習場全体が快適さを提供できなければいけないとしてISOシリーズの認証取得に取り組む意欲を持つところもある。

また、別の練習場では貸しロッカーを増設してシニアへの対応を図ろうとしている。練習場の近隣住人が気楽に手ぶらで自転車等を使って来られる環境を作る効果があり、とくに重いゴルフバッグを負担に感じるシニアには喜ばれている。また、喫茶部門とは別にコミュニティルームを設けて客同士や運営側との歓談の場を設けているところもあり、時間に余裕がある女性やシニアに喜ばれている。

様々な顧客獲得の取組

顧客の獲得のために練習場では様々な取組

がなされている。ゴルフスクールは多くの練習場に取り入れられているが、事前申込みしていなくともスクール練習中に飛び込みで参加できる配慮を行っているところもある。

会員制による利用者の囲い込みも様々な方法で行っており、ゴルフクラブを収容できるロッカーの会員制やスクール会員には土・日・祝日の球料金を割り引くなど顧客の固定化に向けた取組がみられる。

また、一定額のプリペイドカードの購入者を対象とした景品応募を2か月に1度行い年間を通じた利用促進を図っているところもある。

その他、地域にある練習場が連携してインストラクター人材の相互活用や、ゴルフ場からの依頼による販売促進用優待券等の配布有料化を模索するなど、コスト削減と収益増への取組の動きもある。

複合施設で集客力強化

郊外に立地しているところでは複合型の商業サービス施設へと事業を拡大しているところもある。コンビニ、食堂、ドラッグストアなどが併設され、なかには大規模な温泉施設を建設しているところもある。いずれも集客の相乗効果を狙ったものである。

雇用の状況

雇用状況は、経費削減と売上げ変動への対応のためにパート・アルバイトの割合を高めており正社員の新規採用は止まっている。今後も既存施設での雇用増加は見込めないが、

郊外型の練習場では店舗などの商業施設併設による直接・間接の雇用増加の動きはある。
今後の見通し

今後、10～11月は第二の繁忙期であり7～9月よりも売上げは増加し、また前年同期比でも増加するものと予測している。

練習場は、都心部では立地に適するところが少なく、新規に設置されることはないとみられる。一方、郊外では新規立地の余地はあるものの設備投資額が大きいため、新規参入者は少ないと予想されている。

業界では少子高齢化の進展から、当面は元気なシニア層の増加による恩恵を受けるものの、いずれは少子化の影響からゴルフ人口が縮小し競争が激しくなるものと受け止めている。このため業界団体ではゴルフの普及啓発による将来の利用者獲得を図るべく、ジュニア層の育成へ取り組むためジュニア・ゴルフスクールの開設を練習場に奨めている。

(肥山 正秀)

大阪府のゴルフ練習場推移

	全 国				大阪府		
	平成8年	11年	13年	16年	11年	13年	16年
練習場数	3,133	3,025	2,868	2,707	105	88	92
従業者数	33,678	31,873	27,460	27,187	1,864	1,463	1,502
年間売上高 (百万円)	167,483	206,450	169,084	167,483	15,419	12,082	13,101
年間利用者数 (千人)	125,307	117,026	104,770	102,410	7,919	6,629	7,320
1 練習場 当たり	従業者数 (人)	11	11	9	10	18	16
	年間売上高 (万円)	7,185	6,825	5,896	6,187	14,684	13,730
	年間利用者数 (人)	39,996	38,686	36,531	37,831	75,422	75,333
	占有敷地面積 (㎡)	15,131	15,499	15,784	15,815	18,400	16,183
	練習打席数 (席)	45	46	46	47	69	74

資料：経済産業省 「特定サービス産業実態調査報告書」。

都道府県別の年間売上高（上位10県）

順位	都道府県	ゴルフ練習場数	年間売上高 (百万円)		年間 利用者数 (千人)	1ゴルフ練習場当たり		
			構成比 (%)	前回比 (%)		年間売上高 (万円)	年間利用者数 (人)	
	全国計	2,707	167,483	100	0.9	102,410	6,187	37,831
1位	東京	179	23,678	14.1	1.3	9,481	13,228	52,968
2位	神奈川	119	15,923	9.5	5.8	7,858	13,381	66,035
3位	大阪	92	13,101	7.8	8.4	7,320	14,240	79,568
4位	愛知	167	12,809	7.6	0.3	8,718	7,670	52,203
5位	埼玉	137	9,947	5.9	8.5	5,739	7,261	41,893
6位	兵庫	127	9,824	5.9	15.5	6,229	7,736	49,045
7位	千葉	125	9,668	5.8	3.9	5,686	7,734	45,486
8位	福岡	105	6,402	3.8	0.4	4,143	6,097	39,453
9位	茨城	102	4,912	2.9	9.1	3,448	4,815	33,807
10位	静岡	78	4,429	2.6	3.0	2,735	5,678	35,059

資料：経済産業省「特定サービス産業実態調査報告書」平成16年。