

ゴルフを考える

少子高齢化が進む我が国で、その継続が危惧されるスポーツにゴルフが挙げられる。往時1400万人と推計されていた競技人口も、昨今の調査では700万人近くまで減少した。そもそも狭い国土にもかかわらず、ゴルフ場 2400、プレーヤーの数はアメリカに続く2位。適正な競技人口とはという議論もあるが、今回は、縮小を続けるゴルフ市場に目を向け、関係者に話を聞いた。

村松謙二(編集部)=取材・文
Text by AGORA

菖蒲タケル=撮影(P.32.33.36)
Photo by TAKERU



BIZ TREND
149

1961(昭和36)年創刊の「ゴルフダイジェスト」。当初はゴルフ協会が発行する「モータリスト」の増刊としてスタートした。

祝福ムード一色となった。当時の世帯別車所有率は2%台、もちろん高速道路はまだ無い。ゴルフクラブに行くためには電車とバスを乗り継いで、という時代に観客数は四日間で一七七三五〇人という記録が残る。「ゴルフの寅さん」こと中村は、すでに日本ゴルフ界を

九五七(昭和三十)年――。終戦から一二年の時が過ぎ、復興を続ける日本経済は、世界に類を見ない高度成長期に入っていた。五五年から七三年まで、日本の実質経済成長率は年平均一〇%を超えていく。日本におけるゴルフの一大転機になったのは、この年だ。

まず四月にゴルフ施設利用税(三〇〇円)の徴収が始まり、七月に日本プロゴルフ協会が設立される。一〇月には埼玉県霞ヶ関カントリー倶楽部でカナダカップ(現在のワールドカップ)が開催され、日本チーム(中村寅吉、小野光二)が優勝する。中村は個人戦でも優勝し、二人はオープン

代表する一人だったが、世界で戦える選手であったことに敗戦を未だ引きずる日本人は憧れた。これをきっかけにゴルフは経済成長にも後押しされ、ブームに火が付き大衆化していくのである。一般社団法人日本ゴルフ場経営者協会の資料によると、同年のゴルフ場数は一一六。一ゴルフ場当たりの利用者数は一万五七二六人とあり、それを年間日数で割ると、当時のゴルフ場の一日当たりの平均入場者数は、わずか四三人だった。三五年後、バブル崩壊が始まった頃の一九九二(平成四)年には、一ゴルフ場当たりの利用者数は五



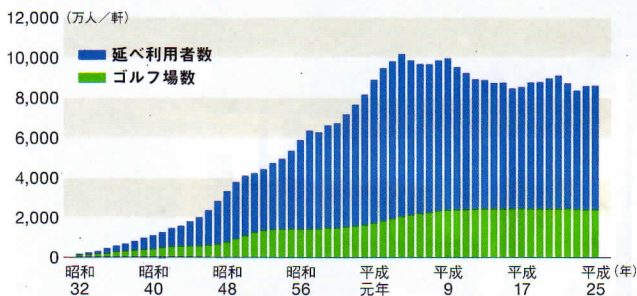
昨年11月に開催された第2回「日本ゴルフビジネスフォーラム」。

万四五六人、一日当たりの平均入場者数は一三八人となっている。

昨

年一二月、第二回となる「日本ゴルフビジネスフォーラム」が三五〇名の業界関係者を集めて都内で開かれた。本フォーラムは、石井政士さん（ジュビターゴルフネットワーク株式会社代表取締役社長）、石坂信也さん（株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン 代表取締役社長）、石田純哉さん（株式会社ゴルフパートナー 代表取締役社長）、島崎陽さん（株式会社ALBA 代表取締役社長）、木村玄一さん（株式会社ゴルフダイジェスト社 代表取締役社長）が発起人となり、昨年よりスタート。活発な討論を通じて参加者が互いに、気づきや刺激を得る機会を提供する場となる。日本プロゴルフ協会（PGA）の倉本弘会長は講演で、年間一〇万円を余暇に使える二〇〇万人の層への需要を喚起し、現在七二〇万人まで減少したとされるゴルフファターの数を二〇二四年までに二二〇〇万人へと引き上げる構想を提案した。発起人の一人、株式会社ゴルフダイジェスト社の木村玄一さんにお話を伺おう。

日本におけるゴルフ場数と延べ年間利用者数の推移



資料 / 「一般社団法人 日本ゴルフ場経営者協会」

ゴルフ先進4か国の ゴルフ人口と ゴルフ場数比較

国	ゴルフ人口	ゴルフ場数
米国	2860万人	15,590
日本	950万人	2,358
カナダ	640万人	2,300
英国	400万人	2,752

資料 / Sports Marketing Surveys UK 2008

各社が行う ユニークなゴルフ振興策

「ゴルフマジ! 20」

golf-jalan.net/golmajitop/

リクルートライフスタイルカンパニーが展開する年齢限定のゴルフ優待制度。対象年齢者が登録すると、全国の参画ゴルフ場で9ホールまたは18ホールのプレー無料、参画ゴルフ練習場での練習1時間(100球)が無料で楽しめる。2015年度は350施設以上が参画。

「はじめてのごるふくらぶプロジェクト」

www.golfpartner.co.jp

株式会社ゴルフパートナーは、これからゴルフを始めたいと思っている人向けに、無料でゴルフクラブをプレゼントする新サービス『はじめてのごるふくらぶプロジェクト』を2014年8月から始めている。これまでにエントリーした人数は4万8000人超。その数だけ新規参入のゴルファーとも言える。



株式会社ゴルフダイジェスト社の木村玄一社長。

堂に集め、話し合う機会を提供した初めての試みです。ポイントは三つで、第一に諸問題について共通の認識と知識を持つこと。二つ目は、それぞれのテーマに関して、できる限り当事者に登壇していただくこと。そして、批判ではなく、建設的に提言していく場とするのと、としました。これらを踏まえ、業界が一丸となり、同じ土俵をしっかりと整備することの大切さをお伝えしていきたいのです」

—— 昨年のフォーラムで、潜在ゴルファーを掘り起こす試みとして、面白い提案がありましたね。

「武蔵野美術大准教授の北徹朗先生が発表された、大学でのゴルフ授業の報告です。体育の授業でゴルフを設けている大学は多く、毎年延べ一〇万人が大学の授業で初

めてゴルフクラブを握っている可能性があるとの推計を説明されました。大半の学生はゴルフを楽しむと感じるが、授業を受け終わると、コースデビューにはつなげていないと指摘されています。北先生は『ほとんどの学生はラウンド費用にかけられるのは一〇〇〇円から二〇〇〇円と答えて、ビギナーの学生は一八ホールである必要はない。一般営業の最終組が出た後に三ホールや五ホールの料金を設定すれば、学生は満足する』と提案されています」

—— 学校で、ゴルフの授業というのは面白いですね。

「実践例としては静岡県ゴルフ場協会が行っている『スクールゴルフプロジェクト』も注目されました。静岡県では県をゴルフ特区と

宣言し、中学高校の体育の授業にゴルフを採用しています」

現在ゴルフ場八二コースが協力し、中学一三校、高校五六校で一万人以上がゴルフの授業を受けているという。木村さんは、

「ゴルフはマナーもある伝統的なスポーツと同時に、ゲームでもあり、レジャーでもある、という多様性が大切だと思います」と語る。

ゴルフダイジェスト社、という社名にもなった雑誌「ゴルフダイジェスト」の創刊は、中村寅吉さんが優勝した四年後の、一九六一（昭和三六）年。爾来五五年、ゴルフアールとともに今も在る。

ス

ポーツブランドのナイキは三月八日から二七日まで、

東京・原宿の表参道に、「NIKE GOLF TOKYO」と称するバイロットショップを開設した。店内にある商品は、クラブ、靴、ボール、ウェアなど。店頭での販売はせず、試着をした上でWeb上のショップで購入する、という新しい試みだ。ナイキゴルフのマーケティングディレクター、井上倫明さんにお話を伺おう。

「私たちはゴルフの市場規模に関して、慎重に検証をしています。文化の一つとして適正な規模になっていくのだろうと考えています。危惧しているのはやはり、プレー



ヤーの高齢化で、平均年齢がどんどん上がっていることと、若者の新規参入が少ないことです。ゴルフに否定的になる物理的な問題、お金や時間がかかる、車所有の有無など色々な問題がありますが、メーカーとしてできることを考えた結果、ゴルフの概念を少し変えていけないか、という結論に至りました。その手始めとして、ゴルフアールたちが身に着けるものを変えていこうと考えました。ひとつはアパレルでもシューズでも、機能面からだを効果的にサポートできるもの、もうひとつは、既存のゴルフウェアの概念を変えるもの。つまり見た目の違うものですね」

たとえば、と言って井上さんが最初に見せてくださったのは、「ナイキMMフライスイングニットブレード」という襟の小さいポロシャツだった。素材はドライフィットポリエステル一〇〇%、快適な着心地と楽なからだの動き、抜群の通気性、そして襟を最小にして



スイング時に気にならぬようデザインされたもの、という。次に拝見したのが、「フライニットチャッカ」というミッドトップのゴルフシューズ。軽量で通気性に富み、それでいてホールド感は強い、という不思議な商品だ。語るよりも、実際に見ていただいたほうが早い。フィットネスだったり、ランだったり、テニスだったり、リゾートなどのモチーフがテクノロジーとともに随所にちりばめられたこれらは、確かにゴルフウェアの概念を変えているものの、色使いは慎重で清々しさも窺える。で、恐らくこれらは若年層だけのもの、というわけではない。参入を歓迎するすべての世代のウェアでもある。

そ

て、最後はゴルフ場である。すでにゴルフ会員権のほ

とんとはバブル崩壊後、投資対象ではなく、愛好者が気軽に足を運べる「優先利用権」に変わっている。国内でゴルフ場一三三ヶ所を保有・運営するPGM(パシフィ

1表参道の一等地、キティランドの並びに約3週間の限定で作られたこのショップは、若年層からシニア、そして訪日旅行者など、連日多くの訪問者で賑わった。
2ナイキ、といえばシューズ。最先端の技術が集積されたシューズはどれも美しい。
3テクノロジー満載のドライバーを構成要素別に解説。



NIKE GOLF NIKE.COM/GOLF





1 河川敷にありながら、ゆったりと作られたコース。各所に池が配置され、難易度を上げている。2 クラブハウス内のカフェはゴルフ入場者だけでなく、サイクリングやランで土手を走る人たちも訪れる。3 ゴルフ場のクラブハウスだと思われず、アウトドアショップやアウトレットに間違えられることも。

BIZ TREND
149

「まずは、コースコンディションの維持向上です。次にクラブハウスへの設備投資、新しいカートの入替えやカート道の整備、そしてご来場いただくお客さまの層に適した飲食の提供です」

「一昨年、若年層と女性層、またゴルフをされない方へ需要喚起をテーマに、埼玉県の江戸川河川敷で運営していた越谷GCをリニューアルして、『OUTDOOR SPORT PARK』という施設を開業しました。こちらは、●2シーターカートでフェアウェイ乗り入れ可●18ホールスループレー●シャワーのみ●バーベキュースペースありという施設です。九ホールだけのプレーも可能で、土手を走るサイクリングやランのお客さまも歓迎します。皆さん、カフェで一休みされて、また走りにかげられます。おかげさまで、開業以来多くの方がプレーをされ、また地方の方々が視察にも訪れてくださいました。私たちはその理由を、都心から近く、カジュアルで

「当社が運営する会員制ゴルフ場の会員平均年齢は約六三歳ですが、皆さまともお元気で、現在ゴルフ場を支えてくださっています。ゴルフ業界の関係者は団塊世代のゴルフ引退が始まる年であった二〇一五年に焦点を当ててこられました。私たちは二〇二〇年がポイントと考え、それまでに何ができるか三つの施策に分けて実践しています。一つ目は会員募集の実施、次に品質向上、そして新サービスの提案です。一番目の会員募集は、昨年八〇ヶ所で、預託金なし、入会金だけの会員権を販売し、約五〇〇〇人の新たな会員をお迎えすることができました。その中には関東近郊で、入会金が一〇万円程度のゴルフ場もあります。また会員サービスとして、国内外の提携ゴルフ場優待制度や、住居移転サポートプログラムと称して、転勤などで引越しをされる地域周辺のグループゴルフ場に所属クラブを

「まず、品質向上とは何を指しますか。」「まずは、コースコンディションの維持向上です。次にクラブハウスへの設備投資、新しいカートの入替えやカート道の整備、そしてご来場いただくお客さまの層に適した飲食の提供です」

「費用も安いこと、と考えています。これからのビジネスモデルになってもえれば、嬉しいですね」

「駆け足で、それぞれのお立場から『ゴルフの振興策』をお話しして頂いた。冒頭で日本における適正なゴルフ人口は、という疑問を持つての取材となったが、その結論はでていない。それは恐らく、テニスやラグビーやサッカーの適正な競技人口を議論することに似ているのだろう。」

健康だったり、友人だったり、スポーツを続けてたくさんのご褒美を頂いたことが分かるのは、四〇代半ばを超えてからだと思う。〇代半ばを超えてからだと、継続を願うなら、それは先を歩く人間の責務でもあると、自戒を込めて取材を終えた。



スタート地点にはホットドッグやコーヒーをサービスする車が置かれ、カジュアルさを印象づける。