

ゴルフ人気復活のカギが「練習場」にあるワケ

国内ゴルフ人口は10年で3割近く減少

嶋崎 平人 : ゴルフライター

2017年5月3日



日本のゴルフの「インフラ」となってきた練習場が減少しています（筆者撮影）

団塊の世代がゴルフをやめてしまうと、ゴルフ人口が激減する――。用具メーカーやゴルフコースを運営する企業など、国内のゴルフ関係者にはこの数年、戦々恐々としたムードが漂い続けている。

実際には健康志向の高まりで、国内ゴルフ市場を支えてきた団塊世代の「ゴルフ引退」は少し先延ばしになっているようだ。が、いずれにせよ団塊世代のゴルフ人口は、確実に減少が続き、やがてどこかで急減する可能性も高い。このまま何も手を打たないでいては、少子高齢化の影響で着実に縮小している国内ゴルフ市場に大打撃になる。今こそ、若い世代にゴルフを始めてもらわなくてはならない状況だ。

ゴルフのプレー人口は10年で3割近く減少

すでにこの10年の間に、国内のゴルフ人口は大幅に減少している。公益財団法人の日本生産性本部が昨年発表した「レジャー白書2016」によると、2015年にゴルフコースでプレーをしたのは720万人で、ゴルフ練習場は790万人。2005年にはゴルフコースのプレー人口は1080万人、ゴルフ練習場は1040万人だったので、コースと練習場を合わせたプレー人口は10年間で3割近く減っている。

レジャー白書にはゴルフを1年間に1回以上行った人の割合も掲載されているが、ゴルフコースが7.5%、ゴルフ練習場が7.8%と、1割に満たない。用具メーカーやゴルフコースの運営企業などのゴルフ界は、こうした「ゴルフ離れ」の傾向をどうにか食い止めようと若年層開拓などの新規参入策を展開しているが、減少傾向は続いている。ゴルフが「始めにくい」スポーツであることが大きな壁として立ちちはだかっているからだ。

ゴルフを始めるには、ランニングなどと違って一通り道具をそろえなければならない。ゴルフクラブ、ボール、シューズ、手袋、少なくともこれぐらいは必要である。

テニスや卓球も道具が必要だが、ラケット1つあれば足りる。ところが、ゴルフはドライバー、アイアン、パターなどルール上は14本までクラブを持てることになっている。14本と言わずとも始める際におそらく、7本くらいは必要になるはずだ。ある用具メーカーの幹部は「ゴルフ用具を一式そろえると、どうしても10万円を超える。若年層の参入を考えた際に、業界として低価格の用具を提供できていないことは課題だ」と述べる。

しかも、道具をそろえたからといって、すぐにまともなプレーができるようにはならない。ウッドやアイアンなどのクラブを「一応のレベル」で使えるようになるまでに、かなりの練習が必要である。野球やテニス、卓球などに比べてゴルフクラブの場合はシャフトからヘッドが横についている構造のため、そもそもボールに当てるのが難しいのだ。

ゴルフは楽しめるレベルに達するまでに、修練が必要なスポーツである。ノンゴルファーがゴルフに触れ、やがてコースでプレーを楽しめるようになる過程を考えると、まずはゴルフ練習場に通うのが最適だろう。また、すでにゴルフを始めている人が上達し、ゴルフにおカネも時間も投じる熱心なプレーヤーに変わっていくためにも、ゴルフ練習場は欠かせない場所である。

ゴルフの「入り口」である練習場が減っている

つまり、ゴルフ練習場こそが、新たなプレーヤーを生み出すゴルフの「入り口」であり、既存のプレーヤーがゴルフを続けるための場でもある。つまり、ゴルフコース以上に、練習場こそが、ゴルフ人口を維持するためのインフラとなってきた。しかし、今後の日本ゴルフ界の再活性化を考える際に、そのゴルフ練習場の減少が、深刻な問題として浮上しているのだ。

ゴルフコースは現在、全国に2350施設（2015年度「一般社団法人日本ゴルフ場経営者協会」の調査）ある。ゴルフ練習場はより多く、屋内と屋外合わせて全国に3211施設（2015年度「ゴルフ経営研究所」の調査）だ。レジャー白書によると、2015年の売り上げはゴルフコースの合計が8780億円で、ゴルフ練習場の合計は1350億円である。

ゴルフコースは18ホールでおおむね99万平方メートル（東京ドーム21個分）の広さが必要といわれているが、ゴルフ練習場にはそこまで大きなスペースは不要で、アクセスも比較的良好な地域にあることが多い。だから、集客や施設の維持・管理はゴルフコースに比べれば、比較的容易なはずだ。

しかし、ゴルフ練習場の減少に歯止めがかかっていない。ピーク時の1992年度には5420施設あった。それが2015年までに4割も減っている。ゴルフコースはというと1992年は2028施設、ピークは2002年2460施設で、2015年には2317施設に減った。

国内のゴルフ練習場全体の売り上げは前年の1260億円から7.1%増加しているが、淘汰が進んだことで、生き残ったゴルフ練習場に客が集まっているためだ。これだけ数が減ってしまうと、仕事を終えてゴルフ練習をするなど、生活圏内で気軽にプレーすることが難しくなっているのは間違いない。

あるゴルフ場経営者は「ゴルフ練習場が減った結果、短期的に客の入りはよくなっている。しかし、中長期的なゴルフ人口減を考えるといずれ厳しくなる。今後を考えると、マンションや商業ビルにしてしまうほうがいいのかもかもしれない」とこぼす。

練習場がゴルフの「入り口」だと述べたが、これから始めようという人向けに、ほぼどの練習場でもゴルフスクールを開いている。クラブを買わなくても、ほとんどの練習場でレンタルできるので、まず触れようとする人にはぴったりだ。

ただ、多少の興味があっても、なかなかゴルフスクールへ行く、きっかけや後押しがないのも事実である。以前は仕事上必要であるという意識が強く、社会人になることがゴルフを始める有力な動機になっていたが、現在は特に若い世代がゴルフを始める機会が少なくなっている。

このまま手をこまぬいては、ゴルフ市場は先細りしていきただけだ。そうした危機感から、ゴルフ界も近年、ネット企業と組むなどして若者向けの施策を積極化させてきている。

ゴルフ練習場に若者を呼び込むために

若い世代を取り込む試みとして、2014年に「日本ゴルフ用品協会」や「全日本ゴルフ練習場連盟」など各ゴルフ業界団体がリクルートライフスタイルと組んで始めたサービスが「ゴルマジ！」である。19～20歳に限って、サービスに参加しているゴルフ練習場で30分間（50球）、無料で楽しめる。「タダでゴルフができる」ことを呼び水に、練習場に足を運んでもらう取り組みだ。2014年には180施設でしか利用できなかったが、2016年には全国の練習場の7%強に当たる240施設がこの取り組みに参加している。

これ以外にも、楽天のゴルフコース予約サービス「楽天GORA」では18～29歳を対象に、練習場で使えるスマホ向けクーポンを発行。ゴルフコース・練習場運営大手のアコーディア・ゴルフでは「アコーディア キャンパスゴルフ」と銘打ち、ゴルフサークル所属の大学・短大生を対象に1時間800円で練習場での打ち放題を提供している。

昨年のリオ五輪に続き、2020年の東京五輪でもゴルフが正式種目に採用されている。五輪というビッグイベントに合わせて、若い世代のゴルフ体験を増やす施策を次々に打ち出すのは有効な手段となりうるだろう。

国内ゴルフ市場の再活性化は決して簡単ではない。だが、まずは、これから始めようとする人や初心者にとって、いちばんのタッチポイントであるゴルフ練習場の活気を取り戻すのが重要なのは間違いないことだ。