

# ハウレーカ!

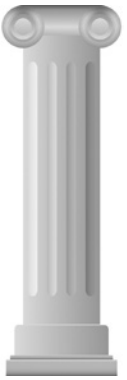
なるほど、そうか

第30回

## 好調なゴルフ消費と同時に起きていること

— ゴルフ場利用者数上半期減。高齢者人口が減少 —

喜田任紀



総務省の発表する家計調査で、ゴルフプレー支出が高い伸びを見せています。新型コロナウイルス禍でゴルフが再評価され、ゴルフ場の利用者状況も堅調に推移し、ゴルフ支出も好調となると、人口減少がいわれる中で、いやいやゴルフは安泰ですと思いたくもなりません。

ところが、敬老の日に合わせて発表された日本の人口は65歳以上の高齢者で初めての減少となったようです。人口減少の中でも高齢者（ゴルフは70歳以上ですが）のゴルフ利用は増加を続け、プレー需要を下支えしてきているだけに、気になるニュースが出てきました。

そして、天候のせいと言いたくありませんが、今年上半年の利用者の速報値がマイナスになりました。関連する家計消費と利用者数と特に70代の人口との関係をまとめてみました。なるほど。そうか、となるでしょうか。

### 2023年上半期家計消費は突出している!

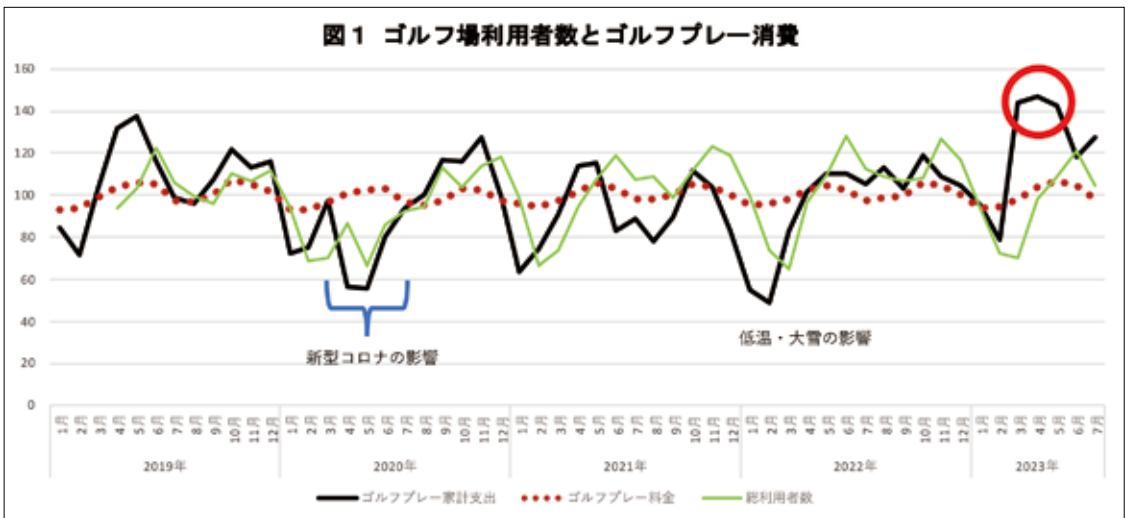
ゴルフ場の利用者数が減少し、7月もマイナスのようです。ただゴルフ場の利用動向は天候要因に負うところが大きく、即断は避け

るべきです。ゴルフ場の利用者数は、経済的には消費行動の結果ですから、ゴルフへの個人消費の行方を見る上では、家計調査のゴルフプレーに関する支出動向も気になるところです。

家計調査の数値を見ていると確かに頭一つ抜けた動きがみられます。図1に家計調査におけるゴルフプレーの支出額の推移とゴルフ場利用者数と全国のプレー料金（小売物価統計、平均）の2019年以降の動きをまとめました。比較しやすいように、集計期間の平均値を100とした指数で表しています。

どうでしょう、2023年第2四半期の家計のプレー支出の突出が目立ちます。全国平均のプレー料金と利用者数のグラフは前年並みの状況が続いており、

図1 ゴルフ場利用者数とゴルフプレー消費



居心地が悪い数字

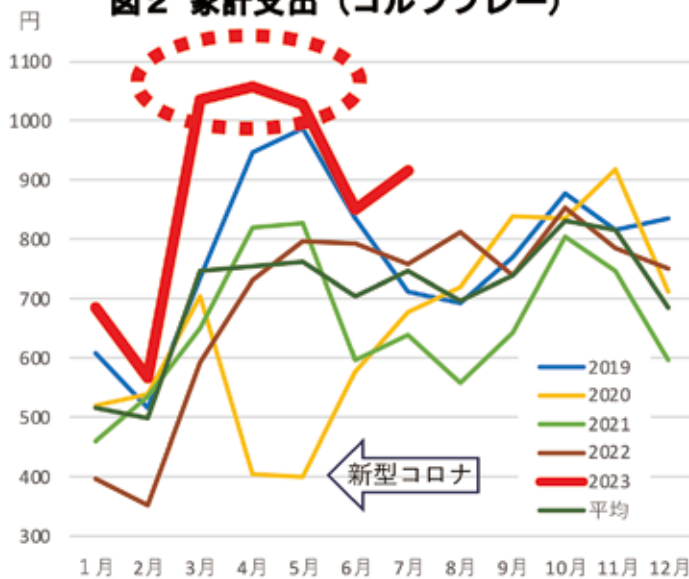
8月22日、東京でR&Aジャパンゴルフサミットが開かれました。当日配布された資料のR&A（調査はSporting Insight）のアンケート調査では、レポートを読んでいくとなんと日本では940万人の大人と360万人のジュニアがゴルフに親しんでいるという数字が書かれていました。日本の調査ではレジャー白書やスポーツ庁の世論調査、社会生活基本調査は700万人前後の人口となっており、混乱してします。居心地が悪い数字です。

ところで、Golf Businessという英国のゴルフ情報サイトの記事に「英国とアイルランドでは“何らかの形でゴルフに参加”している成人は2240万人で、これは全成人の40%に相当します」と書かれていました。このうちの1630万人が、アドベンチャーゴルフ（ミニコースかな）、ピッチアンドパットなどが可能な施設、練習場やシミュレーターなどでゴルフをプレーしていると分析しており、なんだかんだで“何らかの形でゴルフに参加”している人口は、全成人の40%に相当します」のだそうです。ただ、9ホール以上のゴルフ場でプレーしている人は490万人ということですから、日本の7割くらいのゴルフ人口ということ。R&Aの人口把握は、こういう考え方なのでしょうか。

さらに混乱するのは、R&Aが発表したGlobal Golf Participation Report. 2023（米国とメキシコを除く）で算出された日本のゴルフ人口は814万3000人とあり、ゴルフサミットで発表されたR&A（調査はSporting Insight）のアンケート調査にも同じ人口が書かれています。日本の調査と違うこれらの数字をどうとらえればよいのだろう。

NGFと同じように、温泉地やリゾート施設のパターゴルフ愛好者までをゴルファー対象者と広く設定し、緑の芝生のゴルフ場に誘導しようというマーケット戦略は素晴らしいと思いますが、この考え方を、日本のゴルフ関係者は共有できているのかな、とか思ってしまうのです。

図2 家計支出（ゴルフプレー）



家計支出だけが大きく増えていまして、堅調な利用者数は1人のラウンド数が増えていることを示唆しています。ゴルフ場版マイクロ経済的には、プレー料金が上昇しない状況がラウンド回数を増やして市場規模を維持できているとも言えます。

この増えている家計消費の動き

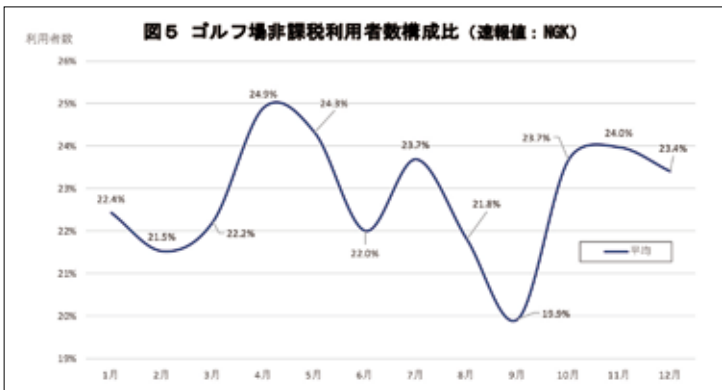
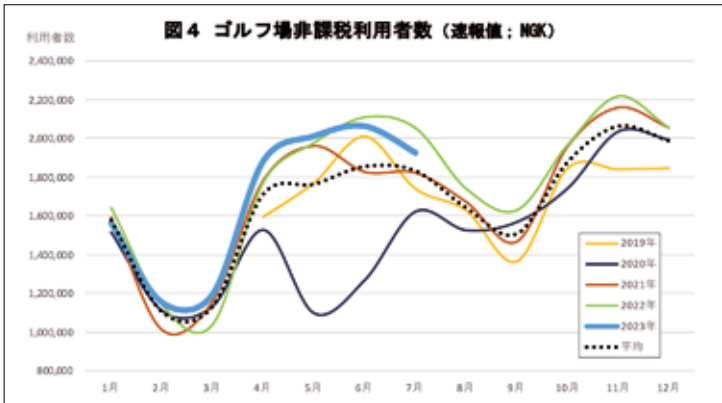
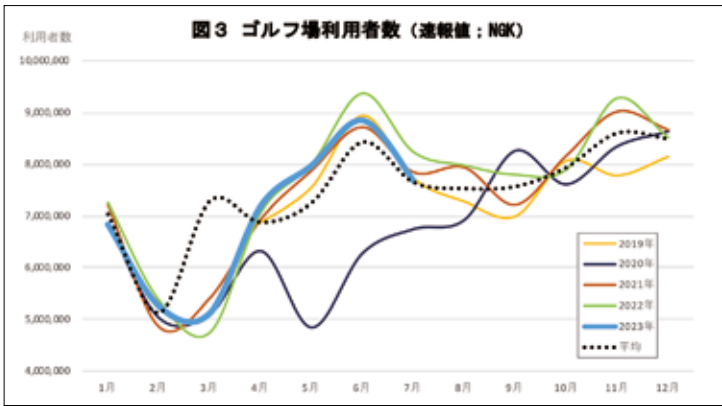
についてももう少し分析します。図2は、集計期間の毎年の支出（金額）状況を月別に集計しなおして、シーズンの動きで見たものです。ゴルフ消費は季節の影響を避けられないことはお分かりと思いますが、23年の上半期がいつもの年と動きが違うことが分かると思います。新型コロナがマイナスに影響した2020年上半期のプレー支出ははつきりと落ち込んでいます。逆に23年上半期は例年になく大きく支出を増やしています。例年は夏場に消費が落ち込みますが、7月に再び支出を伸ばしています。ただ8、9月と地域

猛暑と地域

的に豪雨が日本列島を襲いました。今後ですが、ゴルフ消費の勢いが続けば、秋以降の手堅いゴルフ消費に期待がかかります。

ここで、ゴルフ消費の傾向を知るために、改めてゴルフ利用状況の月別の動き（季節変動）をまとめました。

図3は、総利用者数の季節変動で、図4は非課税利用者の変動で



す。課税利用者の動きは、利用者の4分の3を占めていますから、全体の動きと同じと考えていただいてよいと思います。

ところが非課税利用者、ほとんどが70歳以上の高齢者ですが、図でも分かるように全体との動きに違いが表れています。

高齢者のトップシーズンは秋であり、4月から7月までの第2の

ピーク期はなだらかで盛夏から秋まで利用が落ちます。

### 70歳代人口に注目すると

冒頭で触れたように65歳以上の高齢者の人口が初めて減少しました。少子高齢化で人口が減少する中で高齢者の比率が高くなることは自明の理であり、ゴルフ場利用者でも、高齢者のウエイトは高く、

特に人口的にボリュームの大きい団塊の世代の利用への期待が大きいにだけに、当面は高齢者対策がポイントです。ゴルフ振興のスローガンの「続けよう」に加えて「もっと」への対応が今以上に求められます。

次に非課税利用者の利用者数に占める月別の構成比（平均）を図5に示しました。高齢者の利用は利用者の20%から25%と月によって幅があります。この月差にどう対処するかが利用者の確保で重要になると思います。事前に空きスペースと捉えて、利用の少ない月は営業枠として集客策を強化するか、いろいろ考えられると思います。こうした分析は課税利用者に対しても行われるべきで、キーボードをたたけば、今なら瞬時にデータ化してくれるはずですが、もちろんこの程度のデータ分析はすでにやられていることと思います。しかし、データ活用は、前号で紹介したUSGAの分析手法が必要になります。R&Aが発表したゴルフアーアンケートも日本のゴルフアの分析がされています。是非とも参考にすべきです。

話を戻しますが、非課税利用者



の多くを占める70歳代の将来推計人口（国立社会保障・人口問題研究所中位推計）をグラフにしました。多くの関心は高齢者の活発なプレー需要が今後も続くという期待だと思います。要は団塊の世代に対するマーケティングをどう展開するかという話になります。

図6は70代の人口グラフです。減少を始めていますが、26年までは増減を繰り返しながら変化はありません。ところが27年から60万人規模での急激な減少が始まります。この大きな減少は団塊の世代の人口推移が原因です。図7は70代前半と後半の人口推移をグラフにしたものです。団塊の世代が25



年には全員が後期高齢者となるわけですが。図7にあるように26年に75歳以上の人口がピークを迎えます。75歳入りした団塊の世代が抜ける70代前半の人口はすでに減少を始めており、今後は70代後半を上回る減少になります。日本の人口が減少する中で高齢化は進みますから、70代の人口が増えるのは35年ころからで、第2ベビーブーム世代である団塊の世代ジュニアが高齢者に仲間入りする40年に向けて、徐々にですが高齢者が増えます。

ゴルフ場利用者数と家計消費におけるゴルフプレー消費と減少に転じた高齢者人口との関係のみて

きました。それぞれに、少なくとも相関関係は認められません。下に今回取り上げた各項目の相関係数を出してみました。ゴルフアーに関する三つの指標が強い相関を示すのは当然とし

相関係数	ゴルフ用具家計支出	ゴルフプレー家計支出	ゴルフプレー料金	ゴルフ場数	課税者数	非課税者数	総利用者数
ゴルフ用具家計支出	1						
ゴルフプレー家計支出	0.100415226	1					
ゴルフプレー料金	0.012600311	0.553234684	1				
ゴルフ場数	0.075305828	0.157003446	0.278978851	1			
課税者数	0.188889616	0.376284246	0.454113933	0.532705824	1		
非課税者数	0.237393597	0.50532939	0.568988106	0.414022618	0.889012736	1	
総利用者数	0.205913696	0.418795115	0.494581731	0.512970263	0.992601016	0.938031802	1

で、非課税利用者と家計支出とプレー料金は0.5以上と、やや強い相関を示します。本来であればこのような相関関係だけでなく、どんな理由でゴルフプレーを増やすのか、または減らすのかといった因果関係にまで迫ることができれば、ゴルフ場のマーケティングはもつと楽に効果が挙げられるようになるはずですが。ゴルフ場利用者数を決定するのはゴルフ人口×プレー回数です。これにゴルフ消費額を掛ければゴルフ場のプレー市場規模が決まります。因数であるゴルフ人口を増やすのか、プレー回数を増やすのかは対策はありません。繰り返しになりますが、ゴルフアーが望む「何か」を提供できれば、ゴルフアーは増え、利用者数は増えます。ゴルフアーのニーズとウォンツを知ることの重要性が改めてお分かりになると思います。

R & A サミット会議配布全資料はJGAホームページから入手でき、<https://drive.google.com/drive/folders/1F7eOjkZeCheiYVKHL2UQY6-80heBr?usp=sharing>

