

2021

レジャー白書

余暇の現状と産業・市場の動向

運動の習慣化に効果をもたらす。それと連動するかたちでスタッフ業務のデジタル化・可視化も実現し、その結果を人事評価に反映するなど、合理的なビジネスモデルを構築している。今後こうした新規入会者の運動習慣をサポートするサービスを多くのフィットネスクラブが強化し、顧客生涯価値の高いクラブづくりを目指すところが増えていくことだろう。

スイミングやテニス、体操、体育、チアダンスなどの子ども向けスクールの回復は、比較的早かったといわれている。スポーツクラブ「メガロス」を展開する「野村不動産ライフ&スポーツ」が手掛ける「ミライク」というユニークな事業が注目されている。子どもの運動神経と脳育に着目し、科学的なプログラムを導入する新スクール事業である。

コロナ禍は、クラブのインストラクターに対し、大きな打撃を与えたが、インストラクターが個人でオンライン・フィットネスを開始するケースが生まれるなど、危機を好機と捉え、個人事業主として「自ら稼ぐ」という新たな動きも芽生えてきた。同時に、スモール・ビジネス起業のノウハウがないという課題も浮き彫りになった。そこで、「スモールジム協会」が2020年に設立され、トレーナーやインストラクターのサポート支援活動を開始し、参加者が増加傾向にある。ウィズ・アフターコロナの新たな潮流に期待したい。

コロナ禍でもプレー需要が回復のゴルフ場

ゴルフ場の売上げは、前年比18.6%減少した。前年は2008年からの減少傾向に歯止めをかけたが、コロナ禍により大幅な減少となった。

2020年2月は、オリンピックイヤーと祝日（天皇誕生日）の増加で過去最高水準のゴルフ場入場者数を記録した。しかし、3月からはコロナ禍の影響が出始める。ゴルフ場は休業要請事業には該当しなかったが、緊急事態宣言での外出自粛や県境をまたがる移動の制限を受け、営業を自粛するゴルフ場が首都圏を中心に100コース以上を数え、首都圏ではこの時期の売上げが半減する事態となった。緊急事態宣言が解除され、移動制限が緩和されたことでゴルフ場も最悪から脱し、6月からは回復軌道を見せ始めた。そして「Go To トラベル事業」が始まった7月後半からは回復が加速し、8月にはゴルフ場入場者数も前年を上回るまで回復した。9月に感染再拡大で一時は落ち込んだが、10月以降は、売上げは戻らぬものの入場者数は前年並みまで回復した。

客単価は、コロナ禍の影響が最も大きかった4月と5月は7,000円台まで落ち込んだ。多くのゴルフ場が昼食を取らないスループレーを採用したことや、パーティーが自粛となったことが影響している。その後徐々に回復

し、2021年2月には9,000円台まで戻るも、前年レベルまでには至っていない。ゴルフ場には、飲食部門やキャディなどの接客サービスがあり、利用料金以外の収入比率も高い。それがコロナ禍での回復に時間を要する一因になったといわれている。コロナ禍からの回復が早かった米国や韓国のゴルフ場は、基本的にスループレーで、利用者数×利用料金という単純な利用体系であるため、利用者数の回復が即時に売上げの回復につながったようだ。

日本のゴルフ場でも一時、コロナ禍でスループレーが主流となり、プレー時間の短縮や料金の低額化を招いた。3密を避けやすいため、巣ごもり生活の中での健康志向も相まって若者や女性の利用が増加したが、再び昼食付プレースタイルに戻りつつあり、料金の見直しも進みつつある。ウィズ・アフターコロナにおいて、スループレーの定着、客単価の回復、若年層の集客・維持は、今後の大きな課題である。

ゴルフ場の新たな取り組みとして、グランピングやキャンプ、ワーケーションプランを導入する施設の増加がみられる。「栃木ヶ丘ゴルフ倶楽部」(栃木県)は、ゴルフとキャンプを融合させた新しいアウトドア体験～ラグジュアリーキャンプ「CAMPING&GOLF AT TGC」を2021年5月に開始した。一日一組限定の特別プランでゴルフプレー終了後に18番ホールフェアウェイを貸切り、テ

ントを設置。オープンテラス席でプレミアムディナーコースを堪能でき、テントでは自然の星空の下で焚火を囲みながら滞在。朝は出来立ての朝食をテントにて、昇る朝日を見ながら…というもの。ゴルフ経験のない家族も含めたゴルフ場利用のチャレンジが今後発展していくことを期待する。

「鴻巣カントリークラブ」(埼玉県)では、ゴルフ場の空き時間を有効利用した「ドローン体験会&競技会」が2021年2月に開催された。都市近郊のゴルフ場は、従来通りゴルフ客中心のビジネス展開が行われるであろう。しかし、地方のゴルフ場では、ゴルフ以外のイベントや地域との共存を目指した取り組みを積極的に導入することで、持続可能なゴルフ場経営を目指す必要性が強まっている。

3密の心配がない身近な運動場所として ゴルフ練習場はプラス成長

ゴルフ練習場の売上高は4.0%増加した。コロナ禍にも関わらず、自宅近くの手軽で安全な運動空間という特性が功を奏した。屋外・半屋外の練習場は通気性がよく、隣のプレーヤーとは平均2.6mの間隔があってソーシャル・ディスタンスが保たれ、対面でプレーすることはなく、手軽な運動ができる。クラブハウス内で注意すれば、3密の心配が少ないことが受け入れられ、大打撃を受けた他のレジャー業界とは異なり、売上げ増を記録した。

全国的に大幅回復しているが、地域別にも