

二人以上世帯の世帯主年齢別ゴルフ用具・ゴルフプレー料金 増減

	前年同月比 増減	23年		前年同期比		1月		前年同月比	
		頻度	支出金額	頻度	支出金額	頻度	支出金額	頻度	支出金額
ゴルフプレー料金	平均	171	11,377	33.6%	36.0%	9	670	0.0%	-2.0%
	29歳以下	85	7,671	466.7%	508.3%	3	78	-40.0%	-74.7%
	30代	33	2,303	-5.7%	12.5%	3	278	0.0%	146.0%
	40代	57	4,333	26.7%	36.0%	3	207	-25.0%	-21.0%
	50代	111	9,229	-7.5%	18.4%	6	339	-40.0%	-56.9%
	60代	315	20,779	31.8%	35.7%	17	1,280	6.3%	11.4%
ゴルフ用具	平均	16	1,467	14.3%	15.6%	1	166	0.0%	16.9%
	29歳以下	10	600	400.0%	—	1	69	-50.0%	-53.1%
	30代	7	1,019	-36.4%	78.1%	1	728	—	—
	40代	11	1,836	-8.3%	74.5%	1	115	0.0%	-64.8%
	50代	19	2,325	11.8%	29.2%	1	110	-50.0%	-53.2%
	60代	25	1,771	8.7%	-16.8%	2	215	-33.3%	73.4%
70歳以上	13	797	18.2%	1.9%	1	33	0.0%	-19.5%	

総務省統計局家計調査 購入頻度は100世帯当たり、金額は円

減少、名目4・0%減少116カ月振り減少)、勤労者世帯の実収入(二人以上の世帯)は前年同月比で実質2・1%減少(16カ月連続減少、名目0・3%増加19カ月振り増加)と依然消費の弱さや家計収入の実質減少が続いた。

ゴルフ関係消費を二人以上世帯のデータで見ると、1月はゴルフプレー料金の購入頻度が100世帯当たり9回で前年同月と同、1世帯当たり支出平均は670円で前年同月比2・0%減となった。一方ゴルフ用具の購入頻度は100世帯当たり10回で前年同月と同、1世帯当たりの支出平均は166円で前年同月比16・9%の増加となった。

支出額を年代別にみると、主力の60代が1280円で前年同月比11・4%増(7カ月連続増)、70歳以上が886円で15・4%増(同)、50代339円で56・9%減(2カ月連続減、30代278円で146・0%増(3カ月振り増)、40代207円で21・0%減(7カ月振り減)、29歳以下78円で74・7%減(13カ月振り減)となり、高齢者と30代は好調だったが、その他の年代の落ち込みが目立った。

一方、ゴルフ用具への支出を年代別にみると、支出額が最も多かったのは30代の728円で、ひと月の支出額としては2021年2月に29歳以下の799円に次ぐ記録。30代の記録としては21年4月に245円を記録しているが、今年1月は23年の支出額1019円の7割相当を支出したことになる。一部の方が大量消費したものと推測されるが、30代は1月にゴルフプレー支出も増えたことからコロナ初期にみられたように、ゴルフ人気を象徴するような役割を再び

データ  
景気ウォッチャー調査2月DI、先行き50超も現状下落

内閣府は、『景気ウォッチャー調査』の令和6年2月調査の結果を公表した。

北海道から沖縄までの全12地域で『現状判断』に回答したゴルフ場関係者は6地域(1月6地域)計10人(10人)。現状判断DIを独自に算出すると、令和6年2月は35となり、前月の50に比べ15ポイント(以下、P)と大きく下落した。2カ月振りのダウンとなっている。

2月は、好調だった1月から一転して天候面で恵まれず、「3か月前と比べると気温が低く、降雪の影響もあり、13%程度集客が落ちている」(南関東地域、経営者、悪くなっている)、「中旬以降は突然の雪によるクロージングや雨天続きの影響が大きく、予算、前年比共に未達で終わる見込み」(東海地域、支配人、やや悪くなっている)など、ウォ

データ  
1月家計調査、ゴルフプレー消費は主力の60代が牽引

総務省統計局がまとめた2024年1月の「家計調査」(家計収支編)によると、二人以上の世帯の消費支出は前年同月比で実質6・3%減少(11カ月連続

減少、名目4・0%減少116カ月振り減少)、勤労者世帯の実収入(二人以上の世帯)は前年同月比で実質2・1%減少(16カ月連続減少、名目0・3%増加19カ月振り増加)と依然消費の弱さや家計収入の実質減少が続いた。

ゴルフ関係消費を二人以上世帯のデータで見ると、1月はゴルフプレー料金の購入頻度が100世帯当たり9回で前年同月と同、1世帯当たり支出平均は670円で前年同月比2・0%減となった。一方ゴルフ用具の購入頻度は100世帯当たり10回で前年同月と同、1世帯当たりの支出平均は166円で前年同月比16・9%の増加となった。

ッチャーから厳しい状況説明が目立った。「変わらない」と現状判断した九州地域のウォッチャー(従業員)は、「以前は2月と8月が閑散期であったが、コロナ禍以降閑散期でも入場者が余り減少しない傾向が続いている」と、他地域ではみられない状況説明をしている。

『先行き判断』は6地域(1月6地域)計11人(11人)が回答。令和6年2月の先行きDIは52・5で、前年同月の56・8に比べ4・3Pの下落。5カ月振りのダウンとなった。

先行きは、「ゴルフのハイシーズンになることに加え、株高によるプラスの影響を期待している」(北関東地域、従業員、やや良くなる)、「暖かくなり、集客も自然に増えることが予測される」と、春のゴルフシーズンを控えた期待感から「良」判断をするウォッチャーがいる一方で、向こう3カ月のプレー予約状況は好調だが、「現状の予約数からは景気が変わらないと判断する」(東海地域、支配人、変わらず

ない)、「各種物価高騰が続いているため、景気が良くなっているとは考えられない」(九州地域、従業員、変わらない)など慎重な見方をするウォッチャーもあり、先行きの景気向上きに蓋をされている様相だ。

ゴルフ場  
鹿沼72CC(栃木)バーチャルゴルフ会員制度を導入

鹿沼グループ(福島範治代表取締役社長)の鹿沼72カントリークラブ(45ホール、栃木県鹿沼市)は、ゴルフシミュレーター専用会員制度「バーチャルゴルフ会員」を導入し、3月から同会員の1次募集を開始している。

同クラブでは、事業再構築を推進してクラブハウス2階コンペルームの一部をゴルフシミュレーター(VISION PLUS GOLFOZONE)を2台設置し飲食も楽しめるラウンジとして整備し、令和4年8月にグランドオープン。翌年には同

クラブの新ブランド展開に伴って「ULMSLounge(ウルムス・ラウンジ)」とラウンジの名称を改め営業している。

バーチャルゴルフ会員導入の意義として鹿沼グループでは、「データの可視化×健康ゴルフ」を挙げており、シミュレーションゴルフは、ゴルフの動作の可視化され、自分のデータの蓄積、確認もでき、プレー前の練習やより上達を目指すのに最適。さらに、天候や時間を気にせずプレーできるため、広背筋や上腕三頭筋などの筋力アップが期待され、毎日の利用で健康維持にも役立つとしている。

バーチャルゴルフ会員の入会金は1万円(税別)で、月会費(同)は7000円。3月から開始の1次募集で入会(募集定員30名、定員に達し次第終了)すると、入会金無料の上、月会費が今年12月末まで2980円(同)になるとしている。入会に際して年齢制限はない。ゴルフシミュレーターの利用時間は1時間となっており、営業は朝

好評発売中!

コース管理のロングセラー

大改訂版『芝草管理用語辞典』 眞木 芳助著

新たに543語、5万字を追補  
収録語彙数 3357語

【巻末付録】  
芝草新品種の形質評価、芝草適用登録農薬・主要病害・緑化樹・灌木類一覧、英和对訳集

お申し込みは一季出版(株)まで

B6判 440頁 定価 4,400円(税込、送料別)