

悩みながら走る「若者開拓」 持続可能なゴルフ界への難所



若者のゴルフ需要を開拓・促進することが、業界にとって重要なのは百も承知。各所で散発的な挑戦が見られるが、成果はさほどあがっていない。コロナ特需の余韻が残るゴルフ場では、主要顧客のシニア需要が堅調で、一方では運営コストの高騰や人手不足、DX経営への取り組みなど、優先課題は目白押し。若者対策は後手に回る印象が強いのである。

ただし、2025年問題を迎えた今年、シニア需要の急減が自明な中で、若者対策は焦眉の急。それを阻む障壁と課題解決について幅広く市場関係者に問い掛けた。

（構成・片山哲郎）

ゴルフ人口の増加は、業界積年の課題である。だが、長きにわたり挑戦したが、これといった成果は見られない。マーケットを牽引してきた団塊の世代は、現役時代、ゴルフが仕事の一部であった。麻雀、カラオケ、ゴルフがサラリーマンの「三種

の神器」で、上司が部下にお古のクラブを譲ったり、ゴルフ場でのマネーも厳しく指導した。いわば、社会がゴルファーをつくってくれた。70年代以降の話。このとき生まれたのが「団塊世代ゴルファー」だ。

2020年、コロナ禍が世界を覆

い、日常生活が止まったが、ゴルフ市場はすぐに息を吹き返した。屋外の健康スポーツとして特需が起き、新規ゴルフアの誕生を見た。業界の活性化策とは無縁のことで、それぐらい大きなインパクトがないとマナーは動かないのか……。業界にはある種の諦観が漂う。

今年、2025年問題に突入し、若者需要の開拓は焦眉の急だが、GMG王子ゴルフ場（都下）など3コースを運営する関文グループの森川英幸社長は、

「ゴルフ業界全体として、若者需要の開拓は急務です。と、頭ではわかっているんですが、コロナ特需が落ちていた今もゴルフ場はそれなりに混んでいる。安心したらいけないと思うつつ、そういった気分があることは否めません」

後述するが、同社は大学生にゴルフ場を開放する活動を積極的に行っている。しかし、業界全体の空気として危機感の緩みを指摘するのだ。実際、若者（30歳代以下）のゴルフ参加率はどうなっているのか。まずはこの点を確認しよう。

スポーツ庁は先頃「スポーツの実施状況等に関する世論調査」を発表した。全国18〜79歳の男女220万

人（楽天インサイト登録者）を対象にしたネット調査で、有効回収数は4万人。調査期間は昨年11月2〜30日で、過去1年間のスポーツ実施率を調べたもの。

ゴルフは「ラウンド」と「練習場・シミュレーション」の2つに分類している。前者の実施率は5.4%（男性9.3%、女性1.6%）で8位となり、後者は4.3%（男性7.3%、女性1.4%）で9位だった。これを年代別で見ると、シニア依存の高さが際立っている。男女を合わせた世代別のラウンド実施率を並べてみよう。（内は練習場・シミュレーション実施率）

■ 10代 0.6%（1.8%）
■ 20代 2.9%（3.7%）
■ 30代 4.0%（3.5%）
■ 40代 4.3%（3.7%）
■ 50代 5.7%（4.5%）
■ 60代 6.9%（5.1%）
■ 70代 8.4%（5.6%）

男女の合算だと、年齢が上がるにつれて緩やかな上昇が伺えるが、男性のラウンドに限定するとシニア実施率の高さが明らかになる。

■ 10代 1.1%
■ 20代 4.5%
■ 30代 6.9%

■ 40代 7.4%
■ 50代 9.5%
■ 60代 11.8%
■ 70代 15.8%

前述のように70代は、仕事でゴルフに馴染んだ世代。現役を離れても継続している様子がわかるが、そもそも人口が多いため、この世代の実施率の高さはゴルフ人口の多さといコールになる。日本ゴルフ場経営者協会（NGK）は毎月、ゴルフ場利用税から算出した延べ入場者人口を発表しているが、70歳以上が全体の25%程度を構成する。

試金石となる 大学生のゴルフ授業

健康寿命の延伸にゴルフが寄与していることは喜ばしいが、近い将来急減するシニアへの依存体質から一刻も早く脱する必要がある。また、業界自ら需要創造の実績を作り、世間の「風任せ」ではなく、実力で成長カーブを描かねばならない。人口減は自明だが、参加率を高めれば補完できる。その際、若者需要の創造が試金石になるはずだ。

その試金石について格好の題材がある。大学ゴルフ授業研究会が主催

ツリーベル森田晋平社長

「ゼンゴルフ54店舗を運営中。会員の平均年齢は50歳、男性75%。全店で月25〜30回『コースデビュープログラム』を開催中。直近では赤羽駅に集合してマイクロバスで水戸レイクまで送迎。インドアとゴルフ場の連動を密にするため今夏、首都圏北部のゴルフ場を買収予定。」

ここは真夏を除き稼働率が高く、土日は満員、平日も8割超。空いた枠をインドア会員に充てる。ゴルフ場経営のノウハウを学び、今後不採算コースを買収してカジュアルスタイルの導入やショートコース、9ホール運営も視野に。ゴルフの敷居を下げる革命的なやり方を検討中」

ジューピターゴルフネットワーク

木村秀行社長

「視聴者は80%以上が50代以上で、スコア100以下が75%。既存ゴルフアが多いため、過度に若者や初心者向けの番組を作ると視聴者からの批判も。若者需要の開拓は大事だが既存視聴者への配慮も必要。」

需要開拓企画としてダンロップと共同で『ゴルフのたすき』を展開中。教える人と教わる人の両方を応援する企画で、教える人のコーチが古閑美保プロ。8年間で5000人以上



SPECIAL FEATURE

する「Gちゃれ」の動向だ。

同研究会の代表を務める武蔵野美大の北徹朗教授は2014年、全国の大学の体育授業で「ゴルフ授業」の数と参加学生数を調べた。その結果、約580の授業数があり、約10万人の学生が参加していると推計。

これを受け、各大学の教員に、学生のゴルフ場体験を呼び掛けて「Gちゃれ」が始まった。

一般来場者の最終スタート後に3ホールほど、引率教員を付けて学生がプレーする。2015年8月の初回は12名の参加だったが、今年4月までに181回、累計2808名の学生が参加している。

受け皿のゴルフ場はNGKからの紹介が多く、当初は順調に運んでいたが、北教授は、

「コロナ特需で混むようになって、ゴルフ場の対応が冷たくなった気がします。大半の学生が初心者なので一般客からクレームが来たり、使っていないグリーンの荒れを学生のせいとされたことも。ショット中、散水をやめてくれなかったという報告もあります。作業員は残業が増えるので、気持はわかりますが。ゴルフ場には感謝してまずけど、教員の熱意が冷めるのが心配……」

この活動は様々な大学の教員が北教授の呼び掛けに賛同し、手弁当で引率している。原動力は熱意だけに冷めれば一気に萎みかねない。

大学の体育授業で、ゴルフはトップクラスの人気種目だという。武蔵野美大のゴルフ授業は、前後期合わせて定員360名がすぐに埋まる。

「野球やサッカーは小中高で馴染んだ学生が有利ですが、大学からスポーツを始める学生は、ゴルフだと横一線でスタートできる。生涯スポーツだし、社会人になって役に立つ。何より広大な緑の中で楽しめるなど非常に人気が高いのです」

前述のスポーツ実施率を見ると、若者のゴルフへの関心は極めて低く映るのだが、一般教養科目の体育で選択させるとゴルフ人気は跳ね上がる。調査データには現れない潜在需要が汲み取れるのだ。

この「宝の山」を、業界はどのように活かせるのか？

前出の関文グループは最も積極的に取り組んでいる。旗艦コースのGMG八王子は、市内に21大学（高専含む）、9万人の学生を抱える環境に位置しており、森川社長はNGKの筆頭副理事長も務めるだけに使命感もあるようだ。

参加して、教わる人は40〜50代が6割で夫婦が多い。『100切り選手権』は16年間で60000人が参加。中高年が多く、若者向けとは言いにくい。特別協賛のステップゴルフから『120切り』の提案があったが、過去16年間でその発想がなかったことを反省。若者需要の開拓には9ホールで『60切り』など、柔軟な発想が必要だ

ゴルフライフ田島光敏社長

「スクランブルゴルフ大会の運営とインドア2店舗を運営中。30代以下の大会参加者は1割前後、インドア会員をゴルフ場でレッスンしているが、コースに協力姿勢を求めたい。プレーしないコーチにプレーフィを請求するゴルフ場が多く、その費用をレッスン代に載せると参加者の負担が増える。通常のプレーより時間に厳しく、浴場など施設利用が制限されるなど歓迎されない雰囲気も」

鹿沼72CC湯澤知支配人

「最盛期1300人の『U35会員』が、昨年9月の入会金値上げ（1万1000円→1万9800円）で400人ほど退会。約90000円の値上げが厳しい現実を知った。

今後『U35』の卒業者を対象に45歳以下の『アソシエイト会員』を新

「先生達が熱心に指導する姿を見る」と感謝の気持ち一杯です。8月初旬には目白大学の学生24名を受け入れます。ただ『Gちゃれ』やリクルートの『ゴルフマジ』もそうですが、業界としては当初、若者需要に対するマインドがあつたものの、今は少し希薄になつて印象があります。NGKの優先課題も雇用問題やウエルビーイングなど、年々やるべきことが増えているので」

若者に対して もっと寛容性を

「Gちゃれ」が始まって10年を経た。成果の数値化が難しい上に、当初のフレッシュさは時を経るごとに失われる。この10年でコロナ禍や運営コストの高騰、DX化など挑戦すべき課題も増えている。

「私自身は熱意を保つてますが、残業費も発生する中、一般的にはなかなか

か難しいかもしれません」

森川社長はそう語る。

関西で「Gちゃれ」を熱心の実施するのがある馬CC（兵庫）である。同社はNGK加盟コースの中でも意欲的な若者対策に定評があり、「Gちゃれ」や高校の授業をゴルフ場で受け入れる「トライアルウィーク」、中学生の「就業体験」に「ファーストデイ」など、多くの若者企画を連発している。一見、ボランティアに映るのだが、背景には谷光高社長のマーケティング戦略がある。

「単独経営の当コースは、資本力もないしトーナメントも呼べません。そこで独自色を出すために多様な活動を始めました。いわばブランディングの一環です。そもそもゴルフは不寛容じゃないですか。若者や初心者に優しくない。そんなイメージを払拭して、当社のパーパスである『すべての人にゴルフを拓き、これからのゴルフ文化を創造する』を実現し

たいのです」

ゴルフの不寛容さは、上級者が威張る威圧行為に代表される。後続からドライバーショットを打ち込む「煽り行為」や、それを正当化しかねない「プレイファースト」も金科玉条として掲げられる。ゴルフ場は全組が遅滞なく進行しなければ渋滞を来し、営業自体が困難になる。「プレイファースト」は他人に迷惑を掛けないマナーであり、ゴルフ場運営にとっても前提条件。

しかしその一方で、初心者のもたつきが白眼視され、上級者の威圧行為が不寛容の参入障壁の構築、という悪循環につながっている。

「でもね、やりようはあるんです。初心者に18ホールを強要するから厳しいので、我々が多様な楽しみ方を提案すればいいんですよ」

谷社長は、不寛容のイメージこそがゴルフ人口の増加を阻む要因と捉え、業界の提案不足を指摘する。

新企画のひとつが「chokkokuOLF」（ちょこゴルフ）で、90分4000円、最終組のスタート後に1番ホールを自由に使わせる。キャディマスター以下4名がNGF（日本ゴルフ財団）の指導者資格をもっており、彼らが現場で対応する。

設する。正会員の入会年齢は平均52歳なので、その間の空白期を埋める目的。入会金免除、年会費2万2000円でプレー料金は会員と同額等の特典がある。若者を増やすには、彼らが幅広い年齢層と交流できるコミュニティ企画も大事」

新富スポーツ坂東枝美子専務

「埼玉県で64打席の練習場を経営。昨年9月のリニューアルで若年層が増え、30代以下の来場率は以前の20%以下から35%以上に。インスタなどSNSの情報発信を強化してフォロワーは約3500人。コースボールを打てるのがウリだが、QRコードの活用でスマホと連動したチャエックイン↓球出し↓チャージを一元化。若者に好評で会員は約8000人。LINE登録で1カゴ（50球550円分）プレゼントした結果、LINE会員は約6000人に。1階全打席にスイング撮影できるスマホスタンドも設置、若い男女の来場が増加中。課題は若者と年配者の共存。騒ぐ若者が迷惑になることもあり、各打席に『お願い10か条』を掲出するほか、コミュニケーション部屋やグループ専用打席の新設も検討」

スマートゴルフ野呂昂平GM

「オンラインコンペに注力し30代以下

悩みながら走る「若者開拓」 持続可能なゴルフ界への難所

SPECIAL FEATURE



また、グリーンを含めて1200坪超のアプローチ練習場を、2100坪超に拡張する工事をしており、3000坪超のドライビングレンジと合わせて練習環境の充実をアピールしていく。その裏には、

「インドアとの連携も視野に入れています。室内と屋外の最大の違いは人工芝と天然芝。天然芝のほうが難しいので、インドアで基礎を学んだ生徒さんが当コースの練習場や『ちょこゴルフ』に参加して、相互協力でゴルフファアを育てたい。それを地元三田市のインドアに提案しました。結論はまだですが、大阪のインドアも商圏に入れます。『Gちゃれ』の活動も、インドアを絡めれば可能性は広がるはず。ゴルフ場は会員重視の運営だから、若者開拓は難しいとの声を聞きますが、私はまったくそう思いません」

資力も知名度もないという有馬氏が、練習環境の充実とインドアとの連携で「ゴルフを拓く」と、意気軒高。前出の北教授は、

「室内練習だけの学生と、ゴルフ場を体験した学生では、後者の『継続意欲』が格段に高まる。そんな調査結果も出ています」

それが「Gちゃれ」立ち上げの一

因でもあったという。

若者需要の開拓は、単にそれ自体が命題ではなく、ゴルフ場は多様性を持ち得るのか、という変革への挑戦でもある。その際インドアとの連携が有効だと谷社長は強調するが、求愛を受けたインドア側も賛同の姿勢を見せている。

半値のキャベツで 主婦を集める

ゴルフファア創造は屋外練習場が担ってきたが、毎年閉鎖が相次ぐ中でインドアの役割が大きくなっている。全国134店舗を運営するステップゴルフは「100万人のゴルフファア創造」を旗印に店舗を拡大中。榎本考修社長は、

「ですから我々は、ノンゴルフファアへの取り組みが生命線です。30代以下が会員の3割以上を占める中で、ちょうど1年前、広島に開業した店舗で新たな試みを行いました。順調に機能しているので、ひとつのモデルケースになるでしょう」

同店は計200坪で、100坪を9打席のレンジが占め、残りを共用スペースとして地域住民に開放している。通常店舗は5打席で会員25

の参加率は2割。若者会員増加策として美容関連企業と提携、若い女性会員の増加狙う。相互送客を目的にゴルフ場と提携しているが、20代は自動車保有率が低いため『足の問題』を解決することが急務」

アイゴルフ岩崎陽平社長

「ロストやレンジボールを販売している。練習場で若者の様子はグループで2〜3時間楽しむ傾向が強いので、若者向けにロストボール4ダースをセットにした3000〜4000円のバックを発売。カートに置いて『みんなでシェアしよう!』という提案。キレイな一流ブランドのロストを集めたので複数メーカーが試せるメリットも。グループで楽しむ若い世代の特徴を理解する必要があるが、既存の年配ゴルフファアが若者の行為に我慢している傾向もあるため、過度な若者優遇ではなく、既存ゴルフファアへの配慮も必要」

サンカジロ上代修大専務

「千葉の練習場・明治ゴルフセンターを運営中。30代以下の来場率は2割。高校生まで大人料金の半額で利用できる特典もある。20〜30代には打席料2000円の半額やマナー講習会もやったが反応は今イチ。若者にはゴルフにエンタメ性を持ち込むなど新

0〜300名だが、同店は500名
の会員を得、好調に推移していると
か。その理由は、

「共用スペースの活用です。ここは80
名ほど収容でき、町内会のイベント
やランチ会で利用してもらうんです
よ。会員になる、ならないは重視せ
ず、とにかく来場者を増やす。真正
面から『ゴルフやらない?』ではな
く、ゴルフは『ついだ』でいいんで
す。10年前、所沢店で移動販売の八
百屋を呼んで野菜を販売しました。
半額をうちが負担したら、近所の主
婦が沢山集まった。1000円のキャ
ベツが50円だったかな。とにかく入
店してもらうこと。宣伝費としては
安いもんです(笑)」

人間の警戒本能は、見知らぬ場所
へ足を踏み入れるときに発揮される。
ゴルフ目的ではなく野菜目的なら、
警戒感は一瞬時に外れる。家族の夕餉
で主婦が話す。あなた今度行つてみ
たら? そうだな……。

「チラシやSNSなど様々な告知があ
りますが、口コミが一番強い。まし
て家庭内の口コミは最強です」

同氏の話は、ゴルフ無関心層をど
のように取り込むかの戦術論だ。半
値のキャベツも町内会も、街中を拠
点とするインドアならではの発想と
言える。前出の谷社長は、

「インドアには、我々にはない発想があ
りますから、協働できれば様々な展
開が期待できます。今後チェーン店
の本部と折衝して、連携のモデルケ
ースをつくりたい。機会を頂ければ
すぐに伺います」

また、武蔵野美大の北教授も、
「ゴルフ場を体験することが『Gちゃ
れ』の目的なので、上達ありきでは
ありません。これまでゴルフ場とは
直でやってきましたが、インドアが
入ることでスムーズに運ぶなら『G
ちゃれ』の進化版として期待できる
かもしれません」

これを受けて榎本社長は、

「お手伝いできることは沢山あると思
います。FC店は制限がつくかもしれ
ませんが、直営は比較的自由に使
えます。内容によっては無料でも対
応できるでしょう」

インドアの多くは初心者ゴルフ
場体験を行っているため「Gちゃれ」
にも運用できそうだ。

ただ、インドア↓ゴルフ場の導線
づくりは簡単ではない。最大の難所
は「足の問題」で、若者のクルマ離
れや、ゴルフ場の倶楽部バスも人手
不足で減少中。そこでステップゴル
フはバスの所有に踏み切った。

「25人以上乗れるバスです。バス会社
と提携して専属ドライバーを派遣し
てもらい、事故等保険関係も先方持
ち。何より運転のプロだから安心で
す。これにより『足の問題』は解決
できるでしょう」

課題解決は成長の原動力だけに、
業界の知恵と熱意が試されている。

繰り返しだが、若者需要の開拓は、単
にそれ自体が目的ではなく、インド
アを含めた新旧業界の連携を加速さ
せ、多様な選択肢を生み出すこと。こ
れによりゴルフの「潜在能力」を引
き出して、プレー人口を増やすこと
が最大の命題だ。その試行錯誤が各
所で始まっている。

しい試みが必要だ。6月から併設の
ゴルフパートナーに直結させる形で
インドアを始める。若者需要の開拓
には3〜4人のグループが楽しめる
場が必要だと考える」

ハウスプロデュース金子貴司代表

「主業務は不動産業だがインドア(ゴ
ルフハウスプライベート)5店舗を都
内で運営中。月額利用料は1万10
00円から、時間貸しは1時間15
00円が最安で、30代を中心に時間
貸しの需要が多い。若者は下手な姿
を他人に見られる、『晒される』こと
を嫌うので個室や時間貸しが有効だ
と思う。そのため会員数を30〜40人
に設定、時間貸しで使えるゆとりを
もたせている。会員も時間貸しも、同
伴者の人数制限はなく、ワイワイ楽
しめる場を提供したい」

トヨコーCC楠本真登チーフ

「千葉の18ホール。正会員850名の
平均年齢は63歳で、年間来場者4万
2000人。昨年6月、年会費1万
3200円で姉妹コースのつくば国
際CC(茨城)の優待利用や、3年
間継続すると正会員の入会金が免除
される『U35会員』を新設、250
名入会した。U35会員の勧誘が2割
以上で、友達が友達を呼ぶ連鎖から
ゴルフ場が明るく若返った」

悩みながら走る「若者開拓」 持続可能なゴルフ界への難所