

コロナ禍のゴルフ産業好況

ゴルフ練習場来場者+14%、ゴルフ場▲2%

その差は何か？



①マクロ的観察 (経産省 特定サービス産業動態調査による)

②ミクロ的観察 (1ゴルフ練習場2019年・2020年全来場者分析による)

③ゴルフ産業界の急務は安定ゴルファー生成

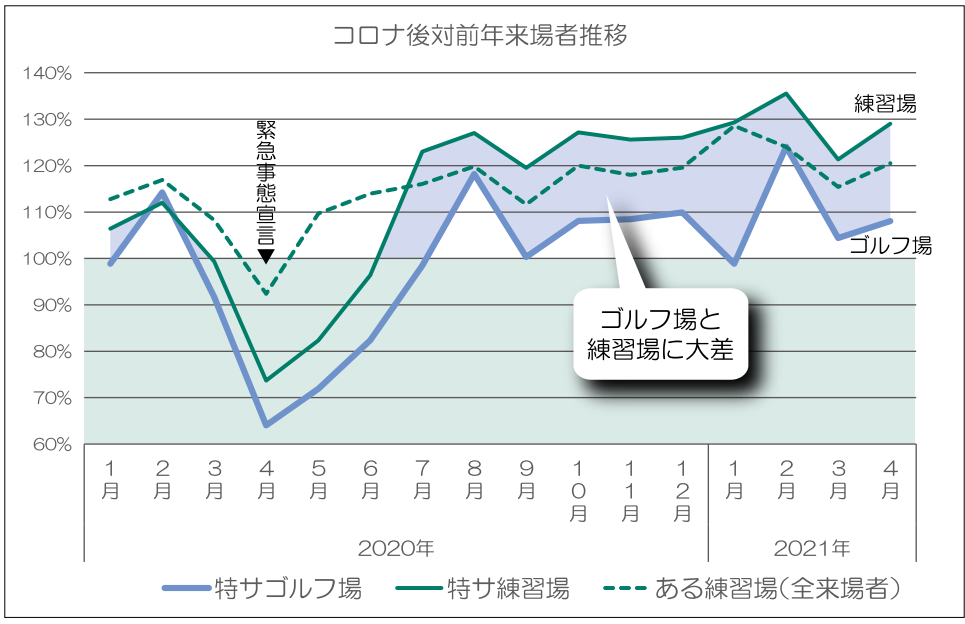
(株)ゴルフ産業需要調査研究所 代表 山岸勝信

好況を呈す
品のよう
ウトドア
り需要、
▲90%も
スのよう
食、サー
は旅行、
消費関連
ようであ
回復も速
も小さく
造業は影
てきた。製
らかに
が次第に
のダメージ
れた経済
懸念さ
至つてい
だ収束に
16カ月
て、4月
クに襲わ

新型コロナウイルスパンデミックに襲われ、4月で16カ月経過したが、まだ収束には至っていない。懸念された経済へのダメージが次第に明らかになってきた。製造業は影響も小さく、回復も速いようである。消費関連では旅行、飲食、サービスのよう▲90%もあれば巣ごもり需要、アウトドア用品のよう

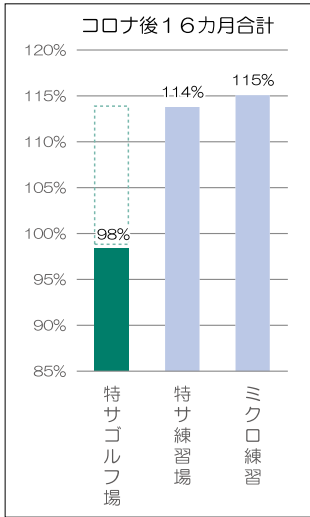
■コロナ禍ゴルフ産業マクロ的観察

グラフ1



る業界もある。われらゴルフ産業はコロナ禍によりフォロワーを受けている。マスターズ、全米女子オープン日本人

グラフ2



初制覇とあいまって「あらたなゴルフブーム到来」という声も聞こえてくる。果たしてそうなのか？詳細を計量マクロデータである「経産省特定サービ産業動態調査」（特サ）により確認した。全数調査ではないがゴルフ場、練習場の月次利用者推移を確認できる貴重なデータである。

■ **ゴルフ場とゴルフ練習場に16%の差**

対2019年増減率を（グラフ1）とした。

● **ゴルフ練習場**

- ・1月よりすでに対前年プラス
- ・4月緊急事態宣言でマイナスになったが7月以降プラス持続
- ・コロナ後16カ月合計対前年15%増

● **ゴルフ場**

- ・緊急事態宣言後ゴルフ練習場より1カ月遅れて8月より対前年プラスに
- ・コロナ後、16カ月合計対前年▲2%

ゴルフ場よりも練習場がより活況を呈している。コロナ禍フォロイがまずゴルフ練習場に強く吹いているのは間違いない。「なぜゴルフ練習場が先行して販わいだしたのか？」を掘り下げて

り1カ月遅れて8月より対前年プラスに

● コロナ後、16カ月合計対前年▲2%

ゴルフ場よりも練習場がより活況を呈している。コロナ禍フォロイがまずゴルフ練習場に強く吹いているのは間違いない。「なぜゴルフ練習場が先行して販わいだしたのか？」を掘り下げて

表1

●コロナ以前・以後顧客数変化

年齢階層	2019年		2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減	顧客数	増減		
10歳未満	7	17	10	1%		
10~14歳	27	32	5	1%		
15~19歳	42	123	81	9%		
20~24歳	1,005	1,826	821	94%		
25~29歳	2,265	2,472	207	24%		
30~34歳	1,737	1,607	▲130	-15%		
35~39歳	1,384	1,290	▲94	-11%		
40~44歳	1,191	1,173	▲18	-2%		
45~49歳	1,277	1,245	▲32	-4%		
50~54歳	989	1,032	43	5%		
55~59歳	665	675	10	1%		
60~64歳	439	422	▲17	-2%		
65~69歳	315	310	▲5	-1%		
70~74歳	275	266	▲9	-1%		
75~79歳	108	92	▲16	-2%		
80歳以上	50	44	▲6	-1%		
不明	573	594	21	2%		
合計	12,349	13,220	871	100%		

初来場年	2019年		2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減	顧客数	増減		
2002年	780	732	▲48	-6%		
2003年	150	145	▲5	-1%		
2004年	164	153	▲11	-1%		
2005年	203	185	▲18	-2%		
2006年	565	533	▲32	-4%		
2007年	399	366	▲33	-4%		
2008年	440	402	▲38	-4%		
2009年	379	354	▲25	-3%		
2010年	375	335	▲40	-5%		
2011年	368	322	▲46	-5%		
2012年	362	337	▲25	-3%		
2013年	465	384	▲81	-9%		
2014年	461	415	▲46	-5%		
2015年	517	447	▲70	-8%		
2016年	731	592	▲139	-16%		
2017年	1,023	749	▲274	-31%		
2018年	1,608	970	▲638	-73%		
2019年	3,359	1,375	▲1,984	-228%		
2020年	4,424	4,424	0	508%		
合計	12,349	13,220	871	100%		

2019年 来場階層	2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減		
なし	2020年 2020年 復活	4,424 2,094	508% 240%	
1回	3,918	945	▲2,973	-341%
2回	1,610	645	▲965	-111%
3回	1,009	492	▲517	-59%
4回	640	381	▲259	-30%
10回未満	1,718	1,166	▲552	-63%
20回未満	1,325	1,070	▲255	-29%
30回未満	593	533	▲60	-7%
40回未満	366	336	▲30	-3%
50回未満	256	239	▲17	-2%
50回以上	914	895	▲19	-2%
合計	12,349	13,220	871	100%

●コロナ以前・以後延べ来場数変化

年齢階層	2019年		2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減	顧客数	増減		
10歳未満	130	379	249	1%		
10~14歳	430	623	193	1%		
15~19歳	152	600	448	2%		
20~24歳	6,352	12,715	6,363	29%		
25~29歳	16,165	21,154	4,989	23%		
30~34歳	15,482	16,345	863	4%		
35~39歳	12,949	14,254	1,305	6%		
40~44歳	14,685	15,421	736	3%		
45~49歳	20,891	22,491	1,600	7%		
50~54歳	19,590	22,208	2,618	12%		
55~59歳	15,645	17,377	1,732	8%		
60~64歳	10,219	11,508	1,289	6%		
65~69歳	9,437	9,360	▲77	0%		
70~74歳	11,165	10,891	▲274	-1%		
75~79歳	4,044	3,882	▲162	-1%		
80歳以上	1,703	1,346	▲357	-2%		
不明	8,468	8,810	342	2%		
合計	167,507	189,364	21,857	100%		

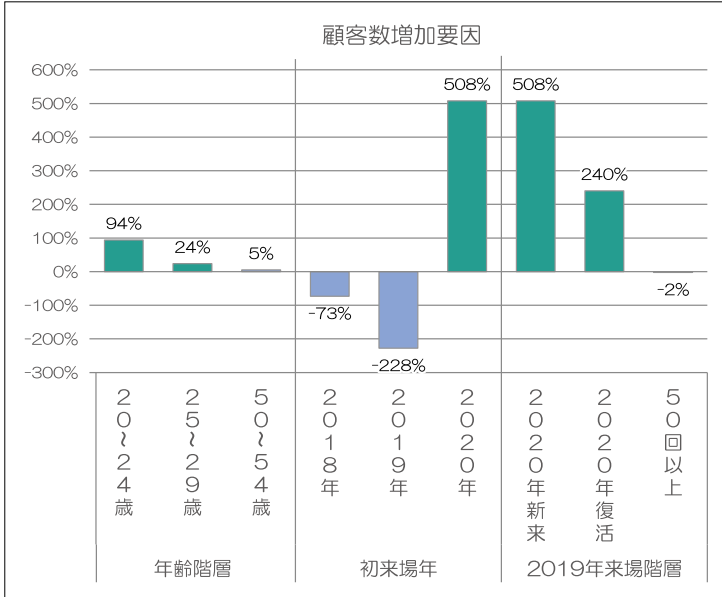
初来場年	2019年		2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減	顧客数	増減		
2002年	28,168	29,197	1,029	5%		
2003年	3,747	4,121	374	2%		
2004年	4,175	4,012	▲163	-1%		
2005年	5,936	6,001	65	0%		
2006年	11,801	11,919	118	1%		
2007年	6,930	7,073	143	1%		
2008年	7,398	7,601	203	1%		
2009年	6,993	6,196	▲797	-4%		
2010年	5,724	6,124	400	2%		
2011年	5,800	5,452	▲348	-2%		
2012年	4,924	4,255	▲669	-3%		
2013年	7,580	7,201	▲379	-2%		
2014年	6,282	6,035	▲247	-1%		
2015年	6,662	7,014	352	2%		
2016年	9,627	8,567	▲1,060	-5%		
2017年	12,253	10,192	▲2,061	-9%		
2018年	18,734	14,084	▲4,650	-21%		
2019年	14,773	19,533	4,760	22%		
2020年	24,787	24,787	0	113%		
合計	167,507	189,364	21,857	100%		

2019年 来場階層	2020年		増減	貢献度
	顧客数	増減		
なし	2020年 2020年 復活	24,787 12,247	24,787 12,247	113% 56%
1回	3,918	4,592	674	3%
2回	3,220	3,675	455	2%
3回	3,027	3,843	816	4%
4回	2,560	2,802	242	1%
10回未満	11,425	11,240	▲185	-1%
20回未満	18,040	16,215	▲1,825	-8%
30回未満	14,294	12,658	▲1,636	-7%
40回未満	12,562	10,522	▲2,040	-9%
50回未満	11,326	9,893	▲1,433	-7%
50回以上	87,135	76,890	▲10,245	-47%
合計	167,507	189,364	21,857	100%

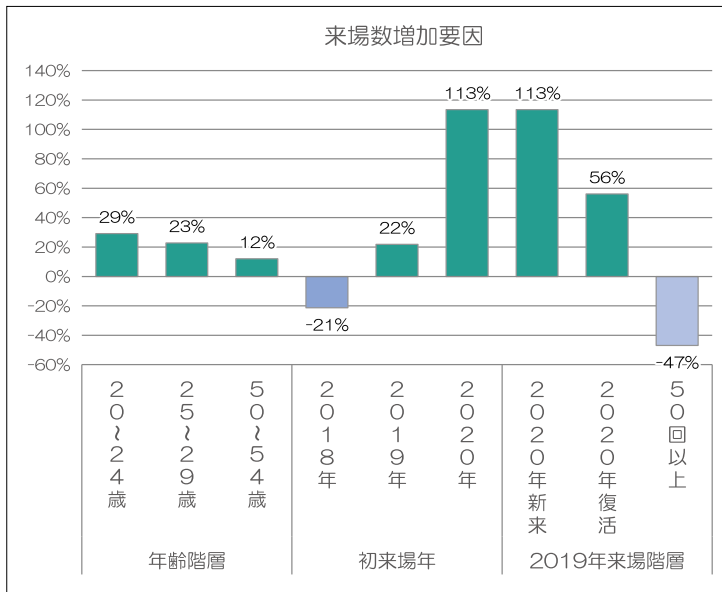
考えたが、特定サービ産業動態調査では不可能である。残念ながら、コロナ禍以前よりこのような月次の需要変化を把握できる調

査データは、ゴルフ産業界には全く存在しない。

グラフ3



グラフ4



■あるゴルフ練習場来場データによる観察

幸いにもゴルフ練習場ではカードシステムが普及している。新規来場者にカードを発行する際にID情報を採取し、漏れなく顧客マスタに入力すれば、その後の全来場記録が自動的に蓄積される。せっかくカードシステムを導入し

ても、この機能を活用している練習場もまた決して多くはない。筆者は新規来場者ID情報が丁寧に入力された「ある練習場2019年、2020年全来場2万4000人の来場変化」を分析集計する機会に恵まれた。たった一施設だが、その来場者推移は（グラフ1）のように特定サービスマネジメント調査とよく一致している。この一ミ

クロ施設を全ゴルフ練習場来場者動向と看做したい。

（表1）は2019年、2020年の変化を

- ・顧客数
 - さらに、
 - ・年齢階層
 - ・初来場年
 - ・2019年来場回数階層
- でクロス集計したものである。増

■コロナ禍ゴルフ練習場来場者増加の詳細

加量に対する貢献度が大きいクラスターが、コロナ禍によるゴルフ練習場活況の原因である。貢献度の上位クラスターを（グラフ3、4）とした。

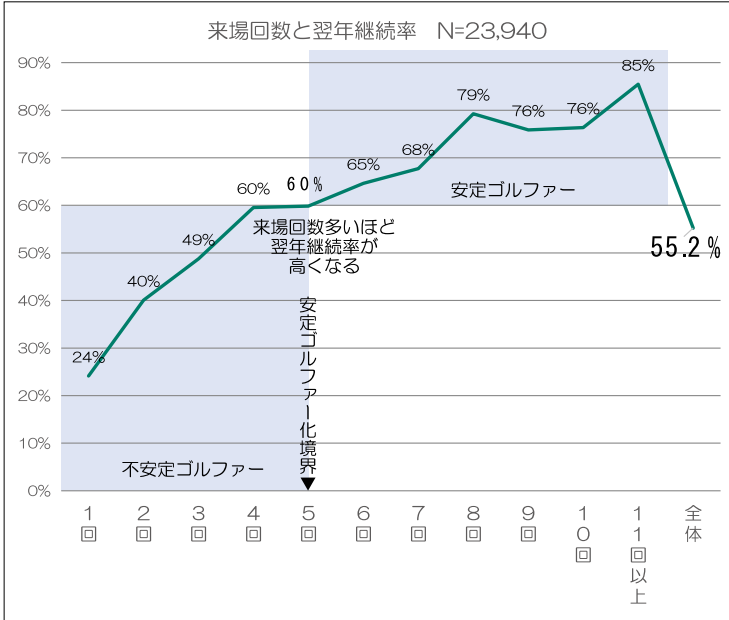
2020年コロナ禍に、ゴルフ練習場来場者増加の詳細が以下に確認できた。

- ① 20～39歳の新来者が大量に来場した。
- ② 2019年休眠顧客が復活来場した。
- ③ いずれも来場回数は少なくコース未体験である。

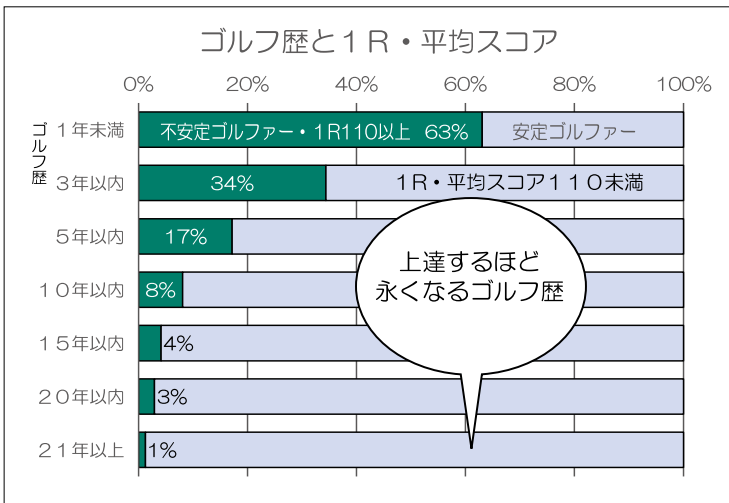
■2019年来場回数と2020年継続来場率

ゴルフ練習場の顧客がすべて翌年継続して来場するわけではない。コロナ禍が起これなくとも、2019年来場者の多くが2020年消滅しただろう。反対にコロナ禍が長期化しても、2020年新来者は2021年消滅する。当該練習場全来場者の「2019年来場回数別2020年継

グラフ5



グラフ6



「続来場率」を集計し（グラフ5）とした。

・来場者全体翌年継続率は55%しかない。

・2019年1回しか来場しなかった顧客は2020年76%消滅した。

・2019年来場回数が多くなるにつれて翌年継続率も上昇する。
・翌年継続率が全体継続率に達す

るのは年間5回である。

筆者は、練習場年間5回未満来

場者を何かあればゴルフをやめてしまう「不安定ゴルファー」と名付けた。急増した若い不安定ゴルファーが、年間5回以上来場する安定ゴルファーに変化させなければ、2021年以降消滅する可能性が高い。

■安定ゴルファー化の鍵「上達」

安定・不安定の境界を年間練習回数5回とした。「両者には年間練習回数以外にどんな違いがあるか？」が非常に重要だ。少し古い
が、2012年ゴルフ市場活性化委員会「ゴルフ場入場者一斉アンケート調査」（N数3万5734）のゴルフ歴と平均スコア設問結果

を（グラフ6）とした。

・ゴルフ歴が永くなるほど1R平均スコア110未満ゴルファーは減少する。

・安定ゴルファー化の鍵は「最小限1R、110切れる上達」と言える。さらに、

・「最小限1R、110切れなければゴルフの真の楽しさは味わえない」と換言できる。

■いまとるべきコロナ活況への対応

2016年ゴルフ人口を社会生活基本調査890万人とすれば、不安定ゴルファーは411万人と筆者は推計している。いまコロナ禍により、不安定ゴルファーがさらに急増した。新規ゴルファーはコロナ以前でも翌年50%が消滅してきた。

いま不安定ゴルファーが多数ゴルフ練習場に滞留している。スムーズにゴルフの楽しさをコースで体感させなければ、コロナ収束後霧散するのは間違いない。それには練習場。ゴルフ場連係動作が欠かせない。そしてそれはコロナ禍の有無にかかわらず、ゴルフ市場活性化の基本課題であろう。