



- ①ハウス前からスタートする3コース（右から東、中、西コース）の1番が並んでいてコンペでは大いに盛り上がるという。東と中のホール間を進入路が通る
- ②開放的な新クラブハウス。乗用カート（GPSナビ付き）もすべて一新
- ③新ハウスは景観との一体感を意識した造り。写真は東9番



その 256

クローズアップ21

新ハウス完成 市原ゴルフクラブ市原コース

“新しさ”で魅力度上昇、自社web予約注力し効果的なPR

1973年開場でパブリックの市原GC市原コース（27H、千葉県市原市奉免）は、コロナ禍が始まって間もなくの2020年7月1日から営業をストップし、新クラブハウスの建設に着手、今年2月19日にプレオープンし、3月1日グランドオープンした。

市原コースのクラブハウスは築後48年目を迎え一般的な耐用年数に差し掛かっていた。コロナ禍も重なり、営業しながらの増改築ではなく、ハウスを一気に新築することに決めたもので、同クラブはこれを機に進入路を柿の木台コース（18H、1996年開場）と同じ、うぐいすライン側にも変更。新しい立派なクラブハウスに相応しいエントランスを整えた。

利用者には「新しいゴルフ場ができた」との評判が上がるほどの話題のリニューアルとなっている。

同クラブは今回を機に年度会員制度も再発足。これまで手のひら静脈認証等で利用者の登録を増やしてきたが、新たな市原コースの魅力でさらに愛好者を増やしたい考えで、その営業、PRの取り組みも注目できるものだ。

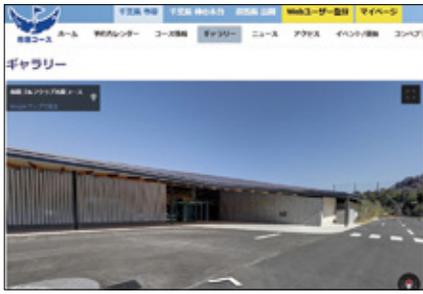
ストリートビューでハウス内探検が可能に

同クラブのアクセスは、館山自動車道・市原ICから約13キロ、圏央道・鶴舞ICから約11キロ、木更津東ICから約15キロでもともに、うぐいすラインを経由する。以前は牛久方面からの進入路を使用（2月1日から閉鎖）していたが、クラブハウス建て替えを機に進入路を変更した。

うぐいすライン沿いに市原GC（市原コース、柿の木台コース）共通の入り口看板が設置された。進入路途中の分岐点を右に曲がると柿の木台、左に曲がると市原コースとなり、ドーム型の半透明の屋根やボックスカルバートで覆われ



うぐいすライン沿いに設置された市原GC 進入路看板



Google mapのストリートビューをHPに取り込み、玄関からハウス内が仮想探検できる



高い天井でより広く見えるロビー

ので、全面ガラス張りのロビーやレストランからのコースの眺めはガラスの窓枠が額縁代わりとなつて、絵画か写真のように目に飛び

たトンネルをくぐると市原コースのクラブハウスに到着する。新クラブハウスは平屋建てで、(株)大林組の設計・施工による延べ床面積3584平方メートル。旧クラブハウスを取り壊して、その跡地に建てたもので、旧クラブハウスはレストランが中2階にあったものの同じく平屋建てで、延べ床面積もほぼ同じだった。

このクラブハウスは、同クラブのHPにGoogle mapのストリートビューを取り込むことで、ネットで誰でも館内を仮想探検できる。駐車場からのエントランス側は玄関部分とキャディバッグを自動搬送する部分を除くと壁面で覆われ要塞のような外観。一転して反対

のコース側には壁は一切なく全てガラス張りとなつており、美術館のような近代的なデザインだ。中に入ると、中央部分の天井が高く、ロビーがとにかく広く感じる。よく見ると天井の木目の梁が外まで伸びて、窓枠のような柱に繋がり、屋根を支えている、かなり凝った造りだ。またハウス周りは樹木や植え込み等がなくなつた



全面ガラス張りで開放的なレストラン



ガラス越しに見えるコースはまるで絵画のよう。絨毯の色も外の色と統一されていて、こだわりを感じる

込んでくる。外に出ても視界を遮るものがなく、とても開放的で「新しいゴルフ場」を感じさせる。新クラブハウスのコンセプトは、景観と一体感が出るように全体が楕円形になっているという。遠目



コース側から見ても壁がない



個室型の女子パウダールーム

から見ると、屋根の色が景色に融け込んでいるのがわかる。モダンなハウス内の動線はシンプルで、内部の浴室には窓がない代わりに男女ともサイネージ画面に風景等が映され、彩を添えている。女性施設も浴室、パウダールームなど広さ、設備とも充実、シックな色合いの内装でロッカーやトイレ、コンペルームなどももちろん一新した。

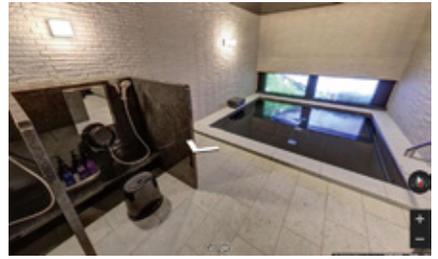
同クラブのHPは、「サンヨリゾート」で検索すると、市原コースと柿の木台コース、群馬の富岡GCのページが表示される仕組みで、今後FacebookやInstagramなどのSNSでも露出を増やす考え。店舗案内のGoogleマイ・ビジネス

(現・ビジネスプロファイル)向けにも写真等を掲載している。今回のクラブハウス新築を機に、前記の進入路の他、乗



ロッカールーム

PSナビ付き)の一新、練習場・管理棟の整備、一部コースの改良も行った。元々の進入路は牛久側から東上していたもので、新たに進入路として整備したのは柿の木台Cとの連絡道路を拡幅し、トンネルも高く、広くしたものだ。竹縄篤総務部部長は、「牛久側の進入路は狭く、朝は通学・通勤



洗い場もセバレートされた女子浴室



サイネージが鮮やかな男子浴室の湯船



株式会社原ゴルフ倶楽部の竹縄篤総務部部長

「メインの進入路とするにふさわしい入り口のゲート、景観とするよう進入路左側の雑木林も今後きれいに整備していきます」と話している。コースは中コースの2ホールを改造。P5打ち下ろしの4番は、右前方にあつた山を削り、広くし

の時間と重なるので危険を感じていました。特に小さいお子さんが通るので危ないかなと。そこで建て替えを機に反対側をメインの進入路に変えました。そして



名物ホールの中コース4番。右前方の山を削り広くした

ランドオープンで年度会員統一、強力な自社web予約対策も

3月1日のランドオープンを記念したプレー料金は、平日9500〜9900円、土・日祝日1万4800〜1万6800円。柿の木台コースを上回る料金に見直したが、新しくなった効果で予約も良く入り、人気が逆転した。4

月からは早朝ゴルフも始めてフル稼働する予定だ。ちなみに夜間照明が全ホール設置の柿の木台はナイトや日の出前の営業も行うが、市原コースは日の出からの営業。早朝はともにスループレーでリーズナブルにプレーできるといふ。クラブハウスの新築と付帯施設及び進入路工事は長期回収を前提に多大な費用をかけただけに、予算の見直しとともに愛好者を増やし、一段上の収益確保を目指しているという。

同クラブは、web登録(メール会員)、LINE友だち登録、それに4年前から生体認証(手のひら)チェックインシステムを導入しており、自社web予約中心に営業施策を打っている。自社web予約を最安値とし、予約会社への枠出しは限定、しかも手数料を上乗せする形で価格崩壊を防いでいる。

併せて、今回のリニューアルを機に、「友の会」「グリーンクラブ」「ホリデークラブ」と3種類あつた年度会員を「新グリーンクラブ」に一本化。今年1月から切り替えの入会キャンペーンを行い、現在半数の約1500名が切り替えを

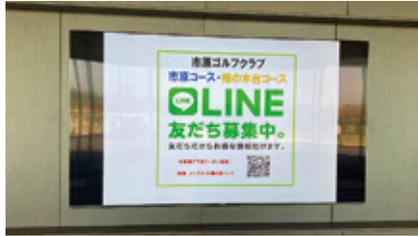
済んだという。毎週月曜日にオープンコンペを開催しており、仲間も自然と増えるそうだ。

新グリーンクラブの入会金は7千円で、「今なら入会でポイントが付いて、その日に使用できるのでお安く入会できます。入会すると料金割引特典や来場ポイントが付きます。5回でボーナスポイントも付くので、すぐに元は取れます」。

しかも、会員カードなどは発行せず、すべて手のひら認証での登録なので、(右)手のひらをかざし、生年月日を入力するだけのチエックインで済むものだ。

ちなみにカードホルダーにICチップが埋め込まれているので、コース内は自動販売機も含め現金は必要ない。

館内は全部LED照明で、空調も最新のものが一部従来の機器も活用している。レストラ



LINE友だち登録をサ
イネージでPR

入しているが、高齢者も多いことから街中で増えてきたタッチパネルではなく、専用の入力機器を採用。自動精算機は新しい機種を2台増やし4台とした。決済は現金とクレジットカードのみとしている。

竹縄部長は、「クラブハウスが新しくなったので1回は来場いただき2回、3回と再来場していただきたい。新ハウスで1回だけの集客はできると思いますが、リピートに繋がるのは付加価値を上げることだと思います。コース状態と接客、おもてなし、それと食事ですね。当コースは比較的スコア



イノシシ対策用フェンス。台風でフェンスが倒れイノシシが侵入した時もあったが、それ以外は被害がないという

になりやすいので、ちよつとスランプになったら来場していただきたい、自信を持って帰っていただきたいと思っています」と話している。

同クラブは、コース管理を委託しているが、イノシシ対策にコース周囲をフェンスで囲むなどコース管理にも費用を惜しまず、良好なコース状態に定評がある。

また市原コースの1日の来場者数は一定以上は入れないようにしており、パブリックで多様なゴルフファアが来場しても快適にプレーできるように営業姿勢を維持している。

コロナ禍で平日に若い人が増えていることも実感しているそうで、両コースとも「ヤング応援プラン ちよいゴル3・6・9」として3、6、9ホールのプレー受入れを行うなど多様性を広めて、将来を見据えた施策に取り組んでいる。

最後に自社web予約を増やす施策として、各種案内に加え、ラッキーくじがついた『ハッピーメール』を毎月月中旬前に配信しているという。所定のURLをクリックすると素敵なプレゼントが当たる...!? というもので、メール

が送られて割引ポイントやタオルセット、ラーメンセット(もちろん親会社のサンヨー食品製品)など何かしら当たる。来場した際にフロントで受け取る仕組みで、効果的な来場促進策となっている。

こうした施策でweb登録会員数は約4万7千人を数えるまでになった。有名企業が母体で、好立地にあるパブリックだからこそ、立派な施設ができたと考えられがちだが、様々な施策を比較検討し、実績を積み上げてきたからこそ実現できたのだろう。登録制度も付加価値がないと利用者に響かない。

ちなみにブランドオープンを記念して、同GCオリジナルのトートバッグやサツポロ一番の公式キヤラクター「ちゆるりん」をプリントしたカジノチップメーカーも作成したそうで、ショップ内販売やプレゼント用に活用が見込まれている。

同クラブは「新しい」強力な付加価値を加えて、50年先も見据えた持続可能な事業に取り組んでいるものだ。

今後の課題は、「このきれいさをどこまで維持できるか」と感じているそうだ。