

利根ゴルフ倶楽部



その 302

クローズアップ21

ゴルフ場名刷新

利根ゴルフ倶楽部

「正統派メンバーシップ」への抜本的改革

霞ヶ浦の南に位置する利根ゴルフ倶楽部（18H、茨城県稲敷市）は昨年9月、ゴルフ場名を「霞南（かなん）ゴルフ倶楽部」から、1988（昭和63）年開場当初の現名称へと変更、社名も株式会社利根（松丸容子代表取締役）と刷新した。

開場間もない1992年に日米女子プロ対抗戦の「ニチレイインターナショナル」が開催された注目コースだった。2006年に霞南GCに名称変更したが、バブル崩壊と預託金償還問題で経営会社が破綻、運営が二転三転した時期もあった。このため利根ゴルフの名称復活は、約20年振りのこととなった。

現在、同倶楽部は「正統派の会員中心のメンバーシップ」を取り戻すことを最大の目標に掲げ、ハード・ソフト両面で抜本的な改革を断行している。

2022年より現運営の西山興業グループに移行し、グループのニッソーCC（18H、茨城県稲敷郡河内町）から利根ゴルフに異動した松本謙三支配人に

話を伺った。

「真のメンバーシップ」への名称変更とプレー料金改定

名称変更の背景には、明確な戦略的判断がある。「霞南」という名称は地域外での認知度が低く、ネット等の文字検索でも変換しにくいなどの課題があった。一方、利根ゴルフの名称は、かつてのトーナメント開催などで、特に60代以上のゴルフファアには馴染み深いブランド力があった。

松本支配人は名称変更に当たり、類似商号が使われていないかなど調査し、利根ゴルフを復活したことで、古参会員からは「戻ってくれてありがとう」と圧倒的な支持を得ているという。50代以下の層に対しても、わかりやすさや歴史あるコースとして、評判も上々としている。

名称変更は、冒頭でも紹介した「メンバーシップを大事にしたい」という確固たる決意だ。松本支配人は、「メンバー様がゲストを誘いやすく、自分のコ



松本謙三支配人

「スだと自慢できるような倶楽部にしたい」と力を込める。

その本気度を示す施策の一つが会員募集で、3月1日から名変を停止、4月から150万円で一般募集を開始した（年会費5・5万円）。プレミアム会員（900万円、1名登録・同伴3名までメンバー料金）も設定し、企業の需要にも応える。現在会員数は約700名で一連の募集終了後は1300名を見込む。

そして、料金体系も大胆な見直しを行った。昨年の4月から食事付きプランを廃止して別料金とし、実質的なプレー料金の改定に踏み切った。また会員のメリットを実感できるように、メンバー同伴ビジターは紹介時よ



新規会員募集

り土日料金で3〜4000円お得になる設定にしているという。

以前の料金や周辺の激戦区のゴルフ場と比較してあえて高い料金設定にしたことで、予約の入りが遅くなり一時的に来場者数が減少する現象も起きる。だが、いわば今はブランド力を上げて会員や仲間を増やし、地ならしの段階だ。今は会員も少なく予約の取りやすい穴場的な存在になりつつある。会員権業界からは「予約の取りやすさと進行の快適さは最大の売りになる」との評価もあるとしている。

バックヤードのIT化と対面ホスピタリティの拡充

正統派メンバーシップを強固



リニューアルしたハウス内売店。パター試打コーナーも

なものにするため、運営基盤の改革にも取り組んでいる。西山グループで採用しているクラウド型基幹システムへと移行し、複数あった予約ポータルは自社ウェブ予約を中心とした効率的な管理体制へ移行中。また、自動精算機を新しく導入したり、クラブハウス内にお掃除ロボットを活用するなどの省力化を図り、見た目の綺麗さとともに、バックヤードの抜本的な改革を進めている。

特筆すべきは、こうしたIT化や省力化で業務を効率化する一方で、「人による対面サービス」には惜しみなく投資し、従



5番協のコース売店

業員数を増員している点だ。これまで無人だったアウト・インのコース売店に専任スタッフ4名を新たに採用して有人化し、プレーの合間にホッと一息つける温かい環境を整備した。さらに、ハウスキャディも今後増員して、より充実させていきたいという。

またクラブハウス内の照明を明るく付け替え、ゴルフショップ（ハウス売店）の陳列や商品選別を全面的に見直しておしゃれな空間へとリニューアルするなど、細部まで妥協のない改修が行われている。接客の質にもこだわっている。



高級さを取り戻したレストラン

松本支配人はスタッフに対し、単にテキパキと作業をこなすだけでなく、「お客様がスコアを確認したり、プレーの余韻を楽しんで会話しているところに割り込まず、少し様子を見て、余裕を持った接客を心がけています」と語る。これら細やかな気配り、サービスにより、クラブとしてのブランドを高めたい意向だ。

プレー代の価値を凌駕する「食」のエンターテインメント

また同倶楽部が力を入れている営業の武器が、外部委託をしない「完全直営レストラン」で



柔らかく肉厚のトンかつ「常陸（ひたち）の輝き」

の食の提供だ。「良い食材を安く、食べられる量で提供する」というオーナーの方針により、厨房では和食の学校や料亭出身の料理人たちが腕を振るい、多くのメニューを提供して体現している。

麺類は1300円から、平均価格帯は1700〜1800円と利幅をとらず、来場者を喜ばせる料金設定と「企画力」で差別化している。原価の高い国産うなぎや茨城名産のあんこうを丸ごと仕入れ、厨房の若手スタッフが自ら捌く様子をSNSで配信し、完全予約制の期間限定メニューとして提供している。うなぎは利益度外視の4400円で提供し、大好評を博した。

さらに、地元茨城のブランド豚「常陸（ひたち）の輝き」を一頭買いし、常陸牛、つくば地鶏と合わせた超豪華な「ミックスグリル鉄板焼き」をお得な価格で提供するなど、ここでも味わえないレアな食体験を次々と打ち出している。

徹底したコース改修と猛暑に負けない芝づくり

「ゲストに自慢できるコース」を実現するため、施設への再投資を着実に進めている。来場者の第一印象を左右する駐車場を全面再舗装したほか、コース内のカート道路や管理道路もポコポコだった状態から綺麗に改修し、「車がスッと走るように」なっている。

「3年前には、外周にイノシシ侵入防止の1・2m柵を設置し、イノシシ被害がなくなった。昨年は経年劣化で破れた池のシートを4カ所順次張り替え工事を完了させている。」

さらにここ2、3年で水はけの悪さが課題だった17番グリーンを全面改修した。「真夏でもじめじめして乾かず、ガスが出てしまっていました。排水が詰まっていたため、表面だけでなく土台から全て削って作り直しました」。ティーイングエリアからグリーン面がしっかりと見え

「コース内」の第一印象を左右する駐車場を全面再舗装したほか、コース内のカート道路や管理道路もポコポコだった状態から綺麗に改修し、「車がスッと走るように」なっている。



駐車場の白線は幅広の2本線で駐車にも配慮



改修中の17番グリーン

