

ゴルフ会員権業界を取り巻く環境（2016年12月）

～2016年度ゴルフ会員権業界を振り返って～

2016年を表す漢字一文字は「**金**」が選ばれました。

リオオリンピックでの金メダルラッシュ、来る東京オリンピック2020に期待を込めての金。

また、東京五輪の巨額経費問題と築地市場の豊洲移転問題という、政治とお金絡みの金。

そしてマイナス金利導入、次期アメリカ大統領トランプ氏の金髪や、金色の衣装で歌うピコ太郎の金でもありました。

今年度、AIゴルフ総研（以下AIG）が選出したゴルフ場業界における漢字一字は「**這**^は」うです。

会員権相場が、底値を「横**這**い」し続けていること。

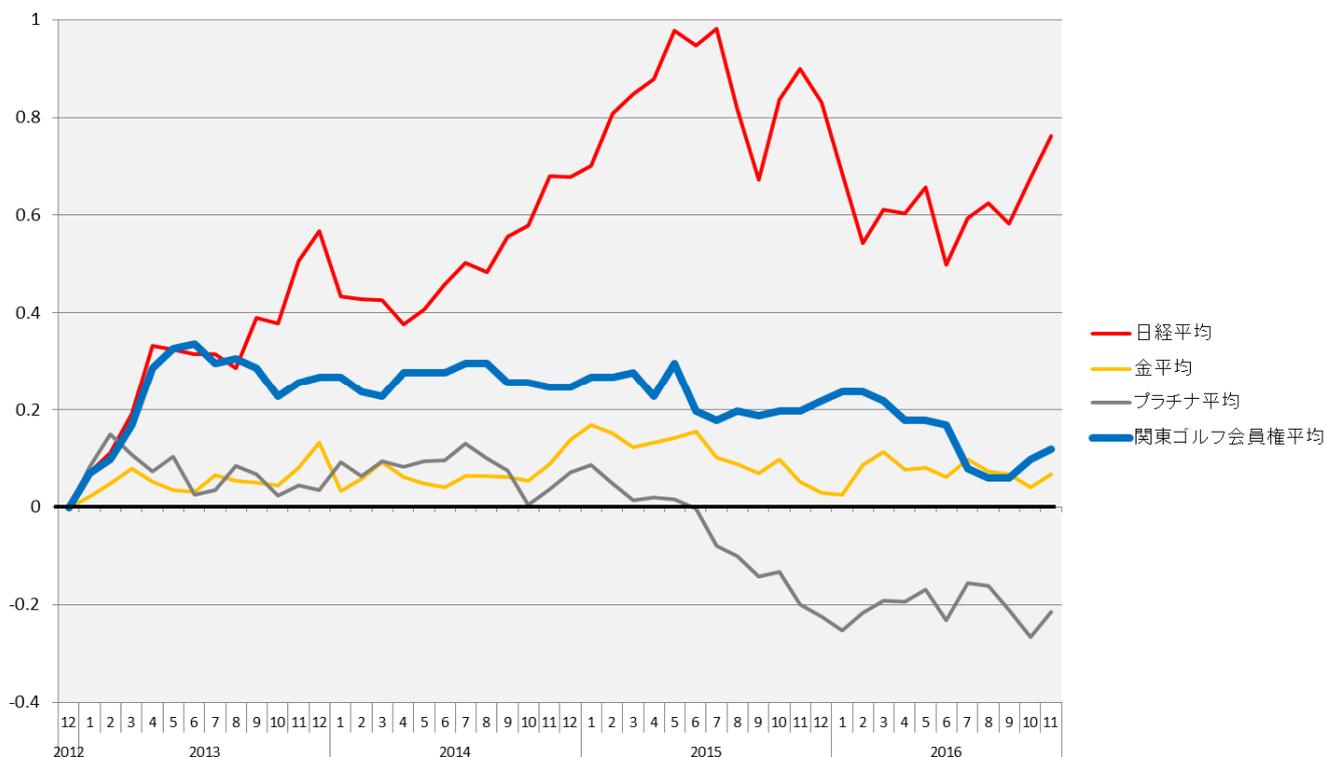
2015年問題に突入し、2025年問題も提起されているにも関わらず、業界は大きな変化をすることなく、同じ場所を「**這**って」いること。

そして、斜陽産業と呼ばれるゴルフ業界全体が、長引く「横**這**い」の状態から、劇的に「**這**い上がる」ことの期待を込めて「**這**」をセレクトしました。

投機商品と云われる、株・金・プラチナの値動きと会員権価格の推移を比較すると、株は上昇気配を推移しておりますが、金・プラチナ・会員権は、当初の勢いが弱まり、全体的に横**這**いを推移。

プラチナに至っては、2015年6月よりマイナスの値動きを示し、金より価値を失いつつあります。

＜アベノミクス効果の推移 2012/12～2016/11＞



今年度の最終レポートは、例年通り『2016年度のゴルフ会員権を振り返って』をテーマにし、様々な角度から検証してお届け致します。

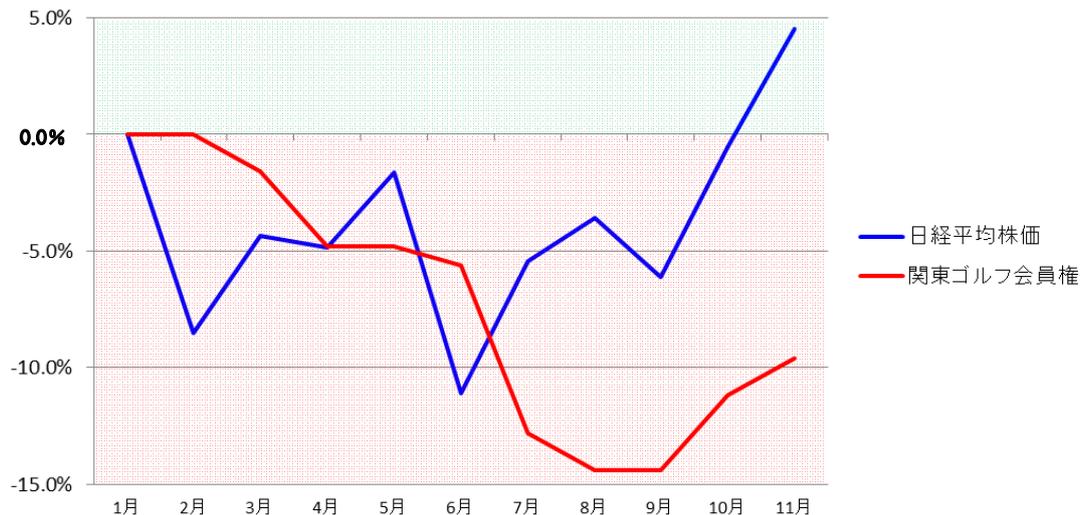
【1】 日経平均株価とゴルフ会員権平均相場の年間指数推移

(対象:関東1都5県 相場流通 246 コース)

2016年、個人投資家が選んだ漢字一文字は「乱」。

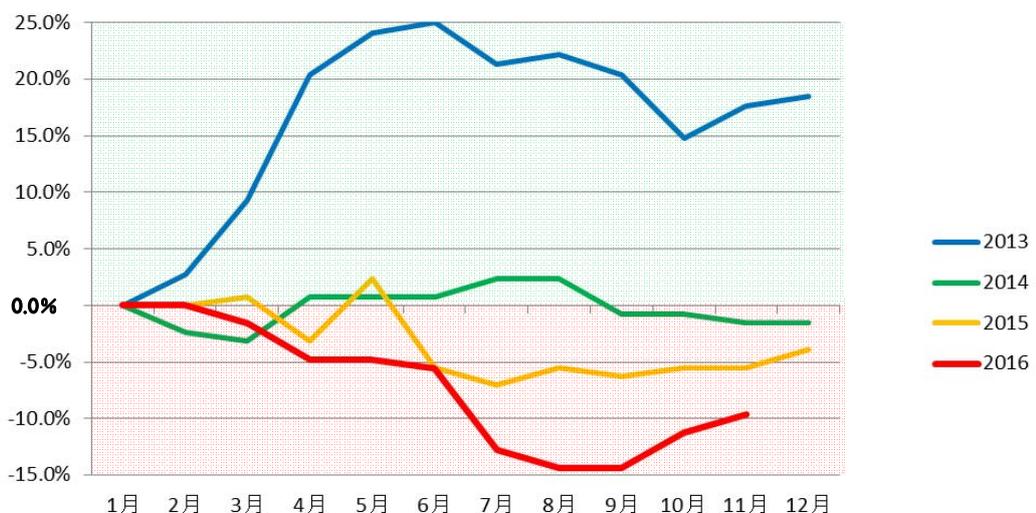
昨年末の予想では、2016年株価は2万3千円台迄伸びるとの予想が有りましたが、予想に反し株価は暴落。5月には上昇傾向を示しましたが、イギリスのEU離脱やアメリカ大統領選の影響もあり、後半勢いが弱まりました。現在は、年末に向け再度上昇を続けています。

<2016年 株価と会員権相場の指数推移>



株価の値動きに対し、会員権の値動きはマイナスゾーンを漂っています。法人役員入れ替え時期の5月以降は急激に価格が下落し、その後は底値を這っています。年末近くに上昇トレンドに転じましたが、これは夏以降の相場下落で、会員権の割安感が強まった為、若干の購入希望が出てきた影響です。

<過去4年間、関東ゴルフ会員権平均相場指数推移>



相場騰落率は、2013年=18.5%、2014年=▲1.6%、2015年=▲3.9%、2016年=▲9.6%と2014年以来、毎年減少の一途を辿っています。徐々にマイナス幅が大きくなり、現状の業界動向に照らして考えると、来期以降も株価の高反発のような値動きを示すとは到底判断し難く、アベノミクス前の数値に着地していくと推察します。

【2】 1都5県の平均相場推移と騰落率(2016年1月～11月)

(単位:万円)

	コース数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	騰落率	平均
東京	15	696	692	680	667	662	658	595	583	560	544	537	▲22.8%	624.9
神奈川	26	282	291	288	280	289	284	279	281	276	277	296	5.0%	283.9
埼玉	38	106	110	110	104	107	111	107	109	103	110	108	1.9%	107.7
千葉	68	171	171	142	142	142	143	139	139	111	135	132	▲22.8%	142.5
茨城	59	97	97	97	94	93	92	90	89	88	87	85	▲12.0%	91.7
栃木	40	31	30	30	30	29	28	28	27	25	28	27	▲12.9%	28.5

対象:1都5県246コース

昨年は、1都5県で上昇値を示した都県は存在しませんでした。今年は神奈川・埼玉の2県がプラスに転じました。

神奈川県銘柄は、プライスリーダーである戸塚CC、磯子CC、そして法人専用であるレイクウッドGCの3銘柄が、売却希望数よりも購入希望数が上回った傾向から、相場数値を引き上げました。

埼玉県銘柄に関しては、昨年騰落率が▲17.5%と1都5県で最大値を示しておりましたが、その影響から日高CCを筆頭とした優良銘柄のお得感が高まり、また東京都・神奈川県・千葉県より割安感が強い為、購入希望数が昨年に比べ増えた結果、相場に反映されました。

特に下落率の高かった東京都銘柄は、小金井CCとよみうりGCの高価格銘柄が昨年以上に敬遠されている事から、価格が伸びませんでした。

千葉県銘柄も、鷹之台CCと我孫子GCの高価格銘柄が敬遠され、相場に影響を与えました。

この2コースは入会条件が厳しい事、また鷹之台CCを法人名義で所有するには2口必要、我孫子GCは現在個人名義での入会に限られる等、法人にとってマイナス要因が大きい為、人気が減少しました。

2016年は、昨年以上に高価格帯コースの人気減少が目につく年となりました。

いわゆる名門コースと証される銘柄の下落が大きいのは、過去に比べ会員権の持つステータス感が、世代交代と共に減少している為と考察します。過去と現在ではゴルフ会員権に対する価値感の隔たりが生じており、この差は、会員権制度の変化を求める警鐘と捉える事が出来るでしょう。

【3】 会員権格付評価別の平均相場推移と騰落率(2016年1月～11月)

(単位:万円)

	コース数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	騰落率
関東平均	246	164	165	163	160	161	160	149	153	141	149	149	▲9.1%
格付A	34	867	881	866	849	854	851	813	809	725	786	787	▲9.2%
格付B	52	122	121	119	117	118	118	116	115	113	116	116	▲4.9%
格付C	80	41	41	40	40	38	37	37	37	37	35	34	▲17.1%
格付D	80	15	12	15	15	15	15	14	14	13	14	12	▲20.0%
												平均	▲12.8%

AIゴルフ総研の格付評価とは、運営母体、抵当権の有無、予約方法等、計10項目の客観的データを数値化し合計点数により、コースをS～Dランクの5段階に分類評価したものです。

格付評価 A 銘柄が、関東平均とほぼ同じ騰落率を推移しております。
このクラスが、会員権の相場推移の鍵となっている事がお分かり頂けると存じます。

格付評価 B 銘柄は、騰落率が一番低い銘柄でした。近年、名義書換料も含めた購入総金額が数千万円の高価格帯銘柄は敬遠される傾向が強まったのに対し、ニーズが高まったのが 1,000 万円以内で収まる銘柄です。予算 1,000 万円内という条件に多く該当するのが、格付 B 銘柄クラス。結果、下落率が他の格付よりも踏み止まりました。

逆に、昨年底値を打ったと推察した格付評価 C・D 銘柄が、▲20%前後と更なる下落率を示しました。このクラスは、大手予約サイト経由からビジター予約可能である銘柄が大半であり、ゴルファーに「名門コースでなければ会員権は必要ない」と言う意識を加速させていると推察します。購入意欲に繋がるコースが少ないが故に、至極当然、購入希望者が減少し価格は下落傾向になります。

【4】 都県別 格付評価別 騰落率(2016年1月～12月)

	格付A	格付B	格付C	格付D
東京都	▲13.8%	▲30.5%	▲22.0%	64.4%
神奈川県	6.1%	▲17.5%	▲11.0%	15.9%
千葉県	▲10.4%	9.4%	23.1%	10.3%
埼玉県	0.6%	21.7%	▲7.3%	▲22.8%
茨城県	▲13.0%	▲6.0%	8.5%	▲2.0%
栃木県	-	▲4.7%	▲4.2%	▲7.1%
平均相場	826万円	117万円	38万円	14万円

相場牽引役である東京都・千葉県・茨城県の優良銘柄の人气が低かった1年となりました。

格付 D 銘柄で騰落率が上昇しておりますが、このクラスは1～3万円程の値動きで 10～60%の数値になる為金額的にはさほど変化しておりません。がしかし、以前に比べ、より近場で且つ割安なコースを購入する動きは、増加しています。ゴルファーの高齢化に伴い、益々、遠隔地コースを敬遠する傾向になってきています。

【5】 AIG48 平均相場と 1 都 5 県平均相場騰落率(2016年1月～12月)

<AIG48 コースデータ>

(単位:万円)

AIG48平均相場	509.6
騰落率	▲11.3%

関東平均相場	156.6
騰落率	▲9.1

<AIG48価格上昇コース TOP10>

(単位:万円)

	コース名	エリア	11月相場	上昇率
1	レイクウッドGC	神奈川	1,377	159.4%
2	鳩山CC	埼玉	324	155.8%
3	麻倉GC	千葉	664	144.7%
4	磯子CC	神奈川	1,895	132.5%
5	宇都宮CC	栃木	35	118.2%
6	桜ヶ丘CC	東京	745	113.1%
7	高麗川CC	埼玉	157	107.4%
8	本厚木CC	神奈川	718	106.4%
9	メイプルポイントGC	山梨	254	104.4%
10	龍ヶ崎CC	茨城	272	104.1%

※AIG48とは…弊社管理 200 社において、関東甲信越エリアで所有数が多い上位 48 銘柄です。

48 銘柄中、上昇は 13 銘柄。前年度の上昇は7銘柄であった事と比較すると健闘しましたが、残念ながら関東平均相場よりも騰落率はマイナスを示しました。

上昇を見せた銘柄の特徴を挙げると、レイクウッド GC は入会手続きの簡易さ、そして副会員制度（記名者変更料無料）という付加価値を加え、さらに会員数も約 500 名と少なく、今年は特に人気が集まりました。鳩山 CC は、メンバー中心の運営に徹底的にこだわり抜いています。そして麻倉 GC も開場年度の新しさに加え、高速からのアクセスの良さも高評価を得ています。

上位銘柄を見ると、それぞれの特徴をより深化させて、高付加価値を加えています。メンバーになればプレーヤーが安くなるだけの会員権は、今の時勢とズレが生じ、上場法人のニーズを満たせず、結果、敬遠されているのです。

【6】 1都5県 上昇額 TOP3コース

(東京都) 単位:万円

コース名	1月	11月	上昇額
桜ヶ丘CC	658	745	87
東京五日市CC	5.9	9.7	4
相武CC	15	16	1

(神奈川県) 単位:万円

コース名	1月	11月	上昇額
レイクウッドGC	864	1,377	513
磯子CC	1,431	1,895	464
本厚木CC	675	718	43

(千葉県) 単位:万円

コース名	1月	11月	上昇額
麻倉GC	459	664	205
紫あやめ36	91	121	30
上総モナークCC	11	35	24

(埼玉県) 単位:万円

コース名	1月	11月	上昇額
東都飯能CC	648	820	172
鳩山CC	207	324	117
KOSHIGAYA GC	126	167	41

(茨城県)

単位: 万円

コース名	1月	11月	上昇額
猿島CC	183	205	22
ザ・インペリアルCC	16	32	16
フレンドシップCC	15	29	14

(栃木県)

単位: 万円

コース名	1月	11月	上昇額
芳賀CC	12	25	13
宇都宮CC	29	35	6
東松苑GC	17	21	4

各都県の相場価格上昇を見ると、今年は神奈川の優良銘柄に人気集中した結果が浮き彫りになりました。

茨城県の上昇額上位に、プライスリーダーである優良銘柄が入っておりません。

大利根CCはH28年3月より、入会預託金100万円が必要となった為、相場が下落しました。

名義書換料及び入会預託金、そして年会費の負担金額増は、入会の足枷の一つとなります。

逆の例で、埼玉の東松山CCは入会必要費用を半額にしたことで、会員権需要バランスが保たれ、会員活性化の好循環を生み出しました。スリーピング会員からアクティブ会員へとメンバーが入れ替わる事により、クラブ競技等も活性化されます。結果、有意義な倶楽部ライフを満喫できるという事で、更なる入会へと繋がるのです。

【後記】

ひとと とり いっばくすいせい

2017年は、**丁・酉・一白水星**の年です。

「**丁**」は、物理学上のシンギュラーポイント（特異点）、ある境を越えて**一気に変化する**という意味合い。

「**酉**」は、従来の動きと異なる成熟が進み、**全く違う物が生まれて来る**という意味合い。

丁・酉の組み合わせは、見えないところで特異点を過ぎ、後戻りできない**異質なものが成長**しているという意味が生じます。

そして**一白水星**の年は、これまでとは**全く異なるものの誕生が1からスタートする**意味を示します。

過去では、今上天皇即位の礼、東西ドイツの統一、香港が中国へ返還、山一証券破綻、リーマンブラザーズ破綻等。「先見の明」を持ち、大きな変化のチャンス逃してはならない1年と言われます。

2016年、ゴルフが112年振りにオリンピック競技として復活しましたが、ゴルフが開催されたのは過去に2回のみです。今回復活した理由は、世界中のゴルフ団体が世界でのゴルフ人口減少を危惧しているからです。

日本のゴルフ人口は、ピーク時と比べ現在760万人と約50%減少しています。ゴルフ場の数は約2,380コースで、ピーク時から4%程の下落です。業界はレッドオーシャン状態と云えるでしょう。

しかしゴルフ人口が減少し、世代や常識が変わっても、多様化は否めませんが、ゴルファーのニーズは確実に存在しています。その変化をキャッチし、カタチにしていくことが、重要なポイントになります。

スキーもゴルフ同様斜陽産業と言われていました。ピーク時より人口は約6割減少し、現在は770万人。逆境の中で成長を続けている(株)マックアースは、他スキー場との「差別化」を徹底しました。お客様目線で考え、個々のコースの役割を見極め、そして特定分野で1番になるセールスポイントを作る事に徹底した結果、スキー場の再生を次々と成功させ、来場者を増加させています。

他業種の例のように、徹底的なお客様視点と、他社との差別化を行う事により、斜陽産業の中でも成長企業となる事は可能です。まさにイノベーションを起こすうってつけのタイミングかもしれません。

～ 馬車をいくら繋いでも 鉄道にはならない ～

シュンペーター（経済学者）

同じやり方を継承していくのではなく、伝統を敬いつつ、新しい取り組みを進め、全く違う血を業界に注いでいく必要もあるでしょう。

～ ビジネスには二つの機能しかない マーケティングとイノベーションである ～

ピーター・ドラッカー

そして既成概念の打破、旧態依然の破壊こそが、イノベーションを生み出す秘訣になるのでしょうか。

～ 創造とイノベーションに継続的に取り組む企業だけが

実り豊かな将来を手にするチャンスを与えられている ～

フィリップ・コトラー

末筆ではございますが、来る2017年が、皆様に沢山の幸せと微笑みをもたらしてくれる素晴らしい年になりますよう心よりお祈り申し上げます。

(AIゴルフ総研事務局)