

ゴルフ場業界を取り巻く環境（2013年12月）

～ 2013年ゴルフ会員権業界を振り返って ～

2013年は、長嶋茂雄氏と松井秀喜氏の国民栄誉賞同時授与、富士山の世界遺産認定や東京オリンピック2020年開催決定等、喜ばしいニュースが紙面を賑わせました。

そして、2013年の世相を表す漢字1文字は「輪」。

東京五輪招致の輪、自然災害への国内外の支援の輪、楽天イーグルス初優勝で沸いた東北応援の輪、等。

ようやく長いデフレ時代から脱出出来そうな明るい光が差し込む年になりました。

では、皆様はゴルフ業界の世相を表す漢字1文字は、何を想像されますか。

2013年ゴルフ業界を表す漢字として、A I ゴルフ総研では「^{きざし}兆」を選出致しました。

プロゴルフでは、史上初のルーキー賞金王となった松山英樹の台頭あり、ジャンボ尾崎の史上初エージシュート達成ありで、久し振りに新旧両世代の活躍による男子プロの活性化の兆しが見られました。

2年連続でゴルフ人口推移の増加を記録し、オリンピック競技でゴルフの復活という今後のゴルフ人気復活の兆しも出て参りました。ゴルフ場では、太平洋クラブが、更生計画の認可決定を得て、パチンコホールの株式会社マルハンをスポンサーとして生まれ変わる兆しがあります。

ゴルフ場用地（閉鎖中のコースやコース内の遊休地）が、メガソーラー事業に転用され、電力生産所として再生されるという新しいビジネスの兆しも生まれました。

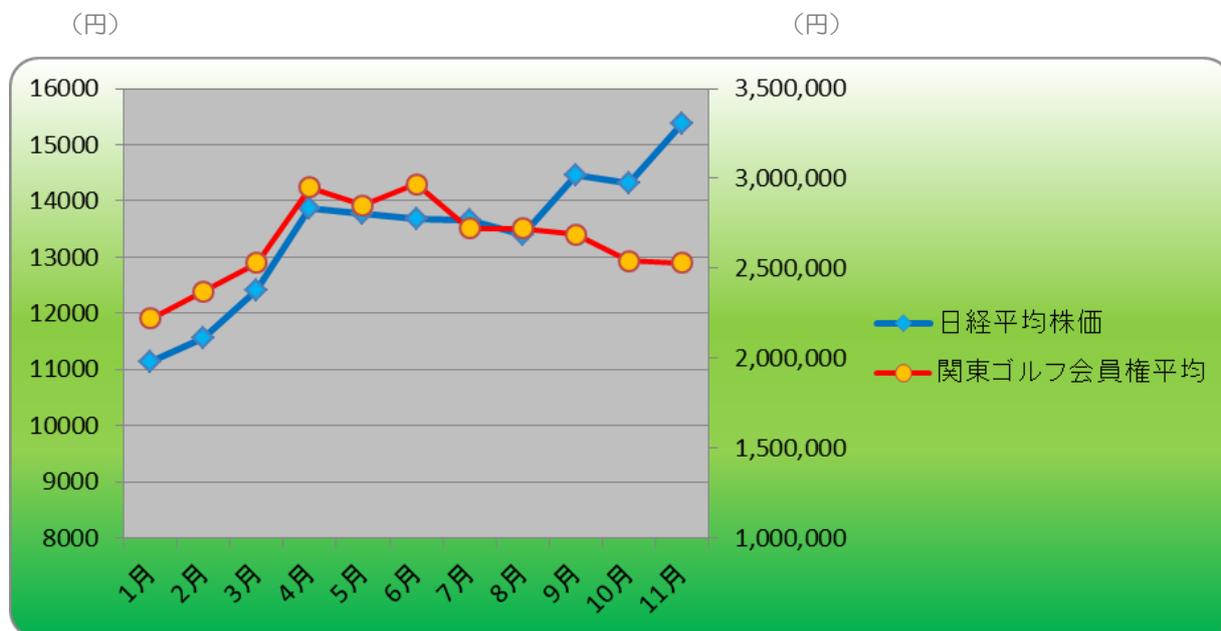
また、2014年税金制度変更の可能性によっては、会員権価格の下落を促進しそうな好ましくない兆しも噴出してきました。

2013年は、大いなる復活や新芽までには至りませんが、**微かながらも未来への兆候**を感じ取れる1年だったということで「兆」を選びました。

そして、2013年度の最終レポートは、アベノミクス効果の影響を受けたとされているゴルフ会員権相場（2013年1月～11月）を多面的角度から分析してお届けさせていただきます。

①日経平均株価と関東(1都5県)ゴルフ会員権平均相場との年間推移比較

《2013年 株価と会員権平均相場の推移(1月～11月)》



※日経上昇率(2013年1月→11月) 38.09% 会員権上昇率(2013年1月→11月) 12.10%

日経平均株価は、アベノミクス効果の勢いに乗じ、年明け1月より急上昇トレンドで5月まで推移しました。4月から8月は、緩やかな軟調曲線を辿りましたが、9月の東京五輪決定後、再度上昇曲線に転じました。

それに対し、ゴルフ会員権相場は、1月から4月迄の上昇トレンドは日経平均とほぼ類似、また夏以降の右肩下がりも類似しておりますが、9月以降は反対に軟調トレンドに入りました。1月～4月は、株価に煽られ、特に首都圏の優良銘柄会員権は、完全な売り手市場となりました。しかし7月には買い需要も落ち着き、年末に向けて相場は例年通り、下降傾向に戻ってしまいました。

特に、年度末に舞い込んだ税金に関するニュース(2013年11月29日：日経新聞掲載「会員権の売却損の所得控除」)は、会員権相場の下落に拍車をかけました。

実施されれば、2014年4月1日以降の会員権売却時に生じる損失は、取得額から譲渡損を計上できなくなり、税金の還付が不可能になります。

この報道が、個人会員権所有者に少なくない影響を及ぼし、市場に会員権の売却案件を増幅させてしまい、相場価格下落の要因の一つになりました。

②1都5県の11月騰落率と平均相場推移

(万円)

	騰落率	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
東京	11.5%	749	766	859	1,055	943	981	899	912	898	836	835
神奈川	18.6%	237	276	277	302	332	334	303	297	293	281	281
埼玉	27.2%	114	132	139	152	161	160	155	152	149	146	145
千葉	11.1%	108	116	112	118	134	160	127	127	125	122	120
茨城	10.5%	95	99	101	109	115	116	116	112	116	107	105
栃木	0.0%	31	32	31	33	23	33	32	31	32	32	31

(対象1都5県 275コース)

都県別の騰落率をみると、2013年度は、**栃木を除く1都4県の会員権に価格の上昇**がみられました。特に神奈川・埼玉エリアの伸び率が際立ちました。

相場価格の今年度最高値は、東京の4月を皮切りに、首都圏各地へと広がりを見せました。アベノミクス効果により、ゴルフ会員権は軒並み相場価格が上昇したと思われがちですが、遠隔地にはまだまだ相場上昇の波は訪れていません。

③会員権格付評価別の平均相場推移と11月騰落率

《会員権格付評価別の騰落率推移(1月度基準)》

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	年間騰落率
関東平均	222	237	253	295	285	297	272	272	269	254	253	13.7%
格付S/A	797	880	920	1,062	1,051	1,094	1,001	990	977	928	926	16.1%
格付B	162	169	169	180	195	192	188	188	187	181	179	10.4%
格付C	35	37	38	44	48	50	47	46	45	42	41	15.6%
格付D	13	13	13	14	13	16	15	15	15	14	13	4.7%

(単位: 万円)

※AIゴルフ総研のゴルフ会員権格付評価とは、運営母体、抵当権の有無、予約方法など計10項目の客観データを数値化し、合計数によりコースをS～Dランクの5ランクに分類評価したものです。

関東平均の騰落率と比較して、**伸び率が良かったのは、格付S/Aと格付C**のコースでした。近年続いてきた2極化の波が、少しずつ変化してきました。法人需要は格付A銘柄への集中、個人需要は格付C銘柄への集中です。この点は、バブル期と大きく異なります。当時は、一蓮托生で全てのコースが同等に上昇し、バブルが弾けたら、全てが同等に下落しました。

格付Bの上昇率は平均値を割りました。何が原因にあげられるのでしょうか。

実は、格付S/Aコースの騰落率と関係しています。大手法人を中心に利用価値の高いワンランク上のコースを購入するために、保有会員権を売却処分し、その資金で格付A銘柄会員権を購入するという整理が行われました。格付C銘柄会員権では、資金調達が出来ないため、格付B銘柄に集中して売却が進んだのです。結果、市場に売却案件が増えたため、会員権相場に反映されました。

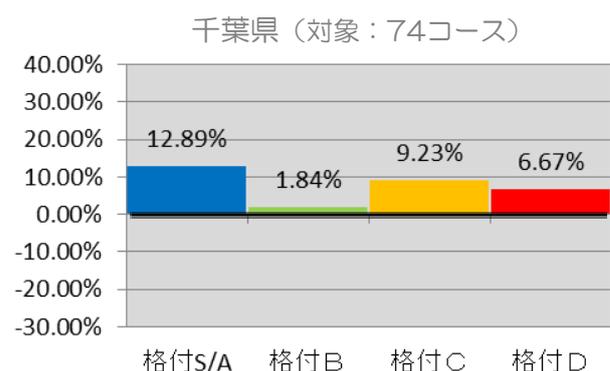
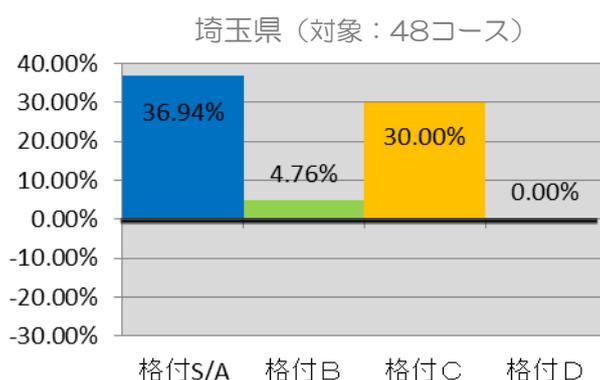
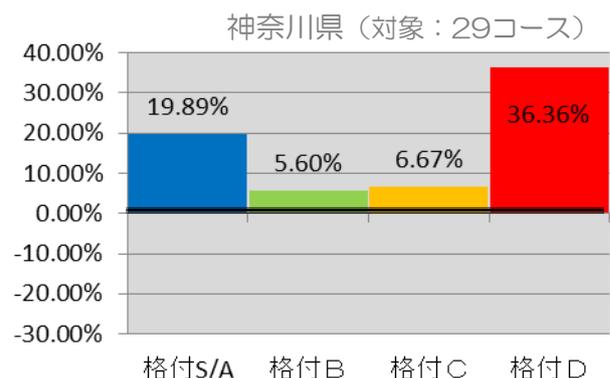
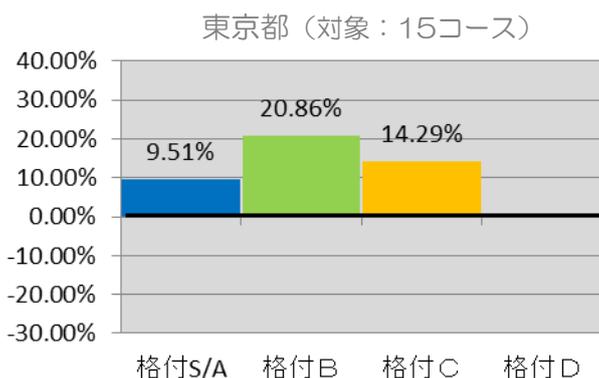
格付C銘柄の上昇率も格付A同様に平均値を超えました。このクラスは法人でなく、個人需要が高まりました。高額な格付A・Bでなく、ご自宅から近いリーズナブルな会員権を練習用や月例で腕を磨くコースとして選ばれました。名義書換料込で100万円以内予算のコースです。

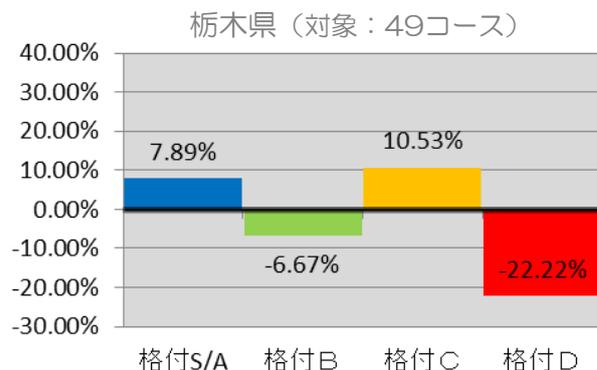
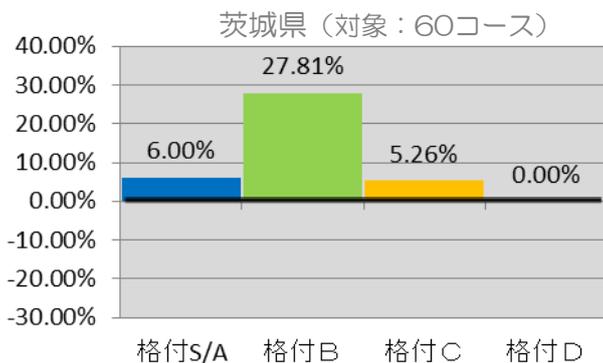
格付Dコースに関しては、メンバーとビジターのプレー価格の差も少なく、会員権価値が失われているコースが多いのが特徴です。会員権代金、名義書換料や年会費を払ってまでメンバーになるよりビジタープレーで充分と思われている銘柄です。至極当然の結果の相場下落と云えます。

④1都5県の詳細11月騰落率(ゴルフ会員権格付評価別)

1都5県の騰落率を細分化して、「ゴルフ会員権格付評価」ランク別に分けて騰落率を検証しました。

《2013年 都県別&会員権格付評価別の騰落率》





《2013年 会員権格付評価別の年間平均相場(単位:万円)》

1都5県年間平均値		275					
	東京	神奈川	埼玉	千葉	茨城	栃木	格付別平均
格付S/A	2466	1158	463	764	736	209	986
格付B	167	263	279	169	132	75	187
格付C	47	36	50	66	41	19	45
格付D		10	20	16	13	11	14
都県別平均	885	292	145	123	108	32	

ゴルフ会員権格付評価別に見てみると、地域によって格付評価の格差が浮彫になります。

東京・神奈川の格付S/Aコースは10%~20%の上昇率です。

平均相場が、他県と比べ桁が違いますので、この数値上昇はかなり健闘した数値と言えます。金額にして、約220万円の上昇です。

埼玉の格付S/Aコースの上昇率は30%を超えています。

オリンピック効果も後押しし、開催コースのある霞が関CC付近地域の優良銘柄会員権を中心に人気が集まりました。平均相場を見ても、埼玉は他の首都圏コースと比較して金額的にもリーズナブルですが、歴史のある名門コースも多く点在しており、ゴルファー人気が根強いことを証明しました。

神奈川に関しては、格付Dコースの上昇数値が飛び抜けました。

他県は格付Cに個人需要が集中しましたが、神奈川では、格付D銘柄に仲間同士で共同購入する需要が高まりました。しかし平均価格が10万という金額帯なので、数万円の上昇でも、騰落率の数値が大きく動いてしまっている感は否めません。

茨城・栃木に関しては、格付Dコースは、騰落ゼロ、マイナスという数値を示しました。

これは、この地域の多くのコースが、土日祝日にビジターでもインターネット予約でプレー可能なことが一番の要因です。メンバーメリットの希薄化が益々進んでいます。

また距離の問題も年々大きくなっています。片道100kmのコースのメンバーになりたい！と思わせるには、サービス、コース等で、**その他大勢との明確な差別化**がはかれていなくては厳しいでしょう。遠隔地の会員権ニーズはますます弱くなっており、残念ながらその地域の会員権は、所有する必要がないという銘柄に定着しつつあります。

尚、1都5県の金額上昇ベスト5コースは下記の通りです。

武蔵CC（格付A）は75%の上昇、戸塚CC（格付A）は50%上昇、茨城GC（格付A）は27%上昇、小金井CC（格付A）は20%上昇、小山GC（格付A）は17%上昇、鷹之台CC（格付A）は16%上昇、という高騰率を2013年は記録しました。

東京

コース	1月	11月	上昇額
小金井カントリー倶楽部	4,725	5,700	975
東京よみうりカントリークラブ	1,010	1,220	210
府中カントリークラブ	285	425	140
桜ヶ丘カントリークラブ	890	1,020	130
八王子カントリークラブ	60	147	87

神奈川

コース	1月	11月	上昇額
戸塚カントリー倶楽部	1,200	1,800	600
相模原ゴルフクラブ	900	1,100	200
横浜カントリークラブ	195	355	160
磯子カンツリークラブ	1,340	1,460	120
本厚木カンツリークラブ	600	715	115

埼玉

コース	1月	11月	上昇額
武蔵カントリークラブ	750	1,315	565
森林公園ゴルフ倶楽部	488	640	152
日高カントリークラブ	237	380	143
狭山ゴルフクラブ	275	405	130
飯能ゴルフクラブ	130	260	130

千葉

コース	1月	11月	上昇額
鷹之台カンツリー倶楽部	1,670	1,950	280
千葉カントリークラブ	420	570	150
長南カントリークラブ	70	175	105
浜野ゴルフクラブ	235	330	95
我孫子ゴルフ倶楽部	1,190	1,280	90

茨城

コース	1月	11月	上昇額
茨城ゴルフ倶楽部	525	670	145
大洗ゴルフ倶楽部	305	425	120
ザ・ロイヤルオーシャン	225	345	120
美浦ゴルフ倶楽部	132	225	93
大利根カントリークラブ	730	820	90

栃木

コース	1月	11月	上昇額
小山ゴルフクラブ	252	295	43
プレステージカントリークラブ	83	98	15
東ノ宮カントリークラブ	10	24	14
那須国際カントリークラブ	36	48	12
東松苑ゴルフ倶楽部	13	20	8

【総論】

2014年は、いよいよ少子高齢化というゴルフ業界2015年問題が目前に迫ります。より一層のゴルフ場の余剰化が進み、ゴルフ場の超2極化が顕著になる事が予想されますので、ゴルフ場にとっては、2015年問題に対応して変化を求められる重要なラストスパートの1年となります。

「変化は苦痛だが、それは常に必要なものだ」

～BY イギリスの思想家トーマス・カーライル～

長年の習慣を変えることは、確かに苦痛です。変化と云っても、当然、変えてはならない大切な部分があります。経営理念等の根っこや心棒の部分です。しかし、今後生き残っていくためには、絶対に変化しなければならない部分が多々あるのも事実です。

変化を拒んだゴルフ場は、旧態依然の慣習に執着し、目先の苦痛を避けてきたと云えるでしょう。ゴルフは、「お金」と「時間」を費やして楽しむスポーツです。その費用対効果としての満足度が、ゴルファーの**期待値を超えないと「喜び」を与える事は出来ません。**喜びを与えられなければ、今の時代、リピートはありえません。

「変化への抵抗の底にあるものは無知である。未知への不安である。

しかし、変化は機会と見なすべきものである。変化を機会としてとらえたとき、初めて不安は消える。」

～BY ドラッカー～

自社の**強み**とは何か、そして、自社の強みをどのように活かすのか。

自社の**弱み**とは何か、そして、自社の弱点をどのように克服するのか。

今後に訪れると予想される**機会**をどのように利用するのか。

考えられる**脅威**からどのように身を守るのか。

自社ゴルフ場を再度分析し、明確な独自のビジョンと指針を打ち出し、新しい動きとサービスを始めることが急務です。それが、ドラッカーの云う「**変化(CHANGE)**」=「**機会(CHANCE)**」であり、未知への不安を消し去り、未来への道を切り拓くことに繋がっていくことでしょう。