

# ゴルフ会員権業界を取り巻く環境（2017年12月）

## ～2017年度ゴルフ会員権業界を振り返って～

2017年、今年の世相を表す漢字一字は「北」が選出されました。

弾道ミサイル発射や核実験を強行に行った「北」朝鮮。

記録的な大雨で被害拡大した「北」九州。

大谷翔平選手のメジャーリーグ入団、清宮幸太郎選手の獲得で話題をふりまいた「北」海道日本ハムファイターズ。

そして私達、AIゴルフ総研（以下AIG）が選出した2017年ゴルフ場業界における漢字一字は「**離**」。

ゴルフ人口がバブル期と比較して1/3に減少する等、ゴルフ「**離**」れがより顕著になりました。

日経平均は2016年度終値19,114円から、11月に23,382円へと高騰。

しかし、残念ながらゴルフ会員権相場は、株価とは乖「**離**」し続けました。

世の中が多種多様に変化しているにも関わらず、旧態依然の会員権制度が大半を占め、現在のゴルファーニーズとは、かけ「**離**」れてしまった感の強い年となりました。

安倍総理とトランプ大統領のゴルフ会談開催、松山秀樹選手の男子世界ランキング2位迄浮上、宮里愛選手の引退等、2017年はゴルフ業界の話題が例年以上に溢れました。

しかしながら、未来のゴルフ場業界は、明るいニュースとは裏腹に課題山積みの状況です。

今年度の最終レポートは、「2017年度 ゴルフ会員権業界を振り返って」をテーマにし、様々な角度から検証してまいります。

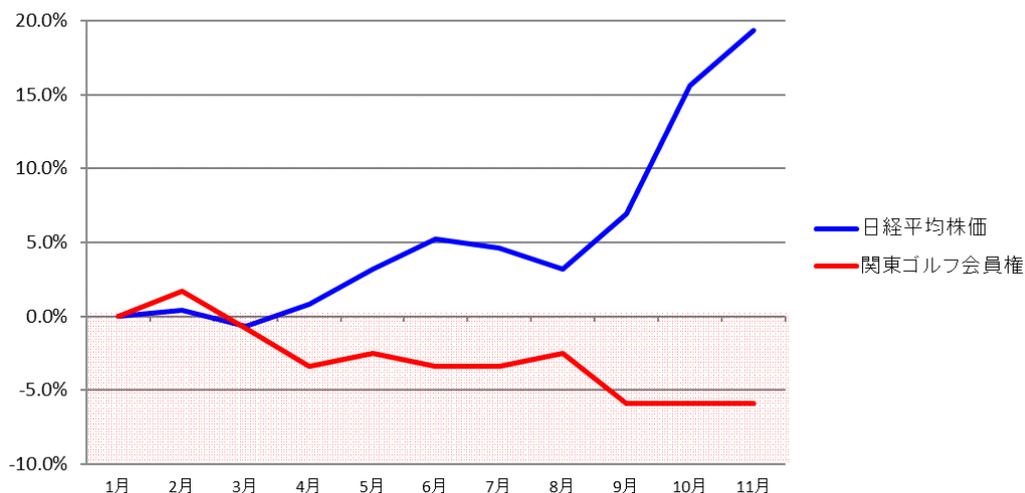
### 【1】 日経平均株価とゴルフ会員権平均相場の年間指数推移

（対象：関東ゴルフ会員権相場流通 459コース）

2017年、個人投資家が選んだ漢字一文字は「昇」。

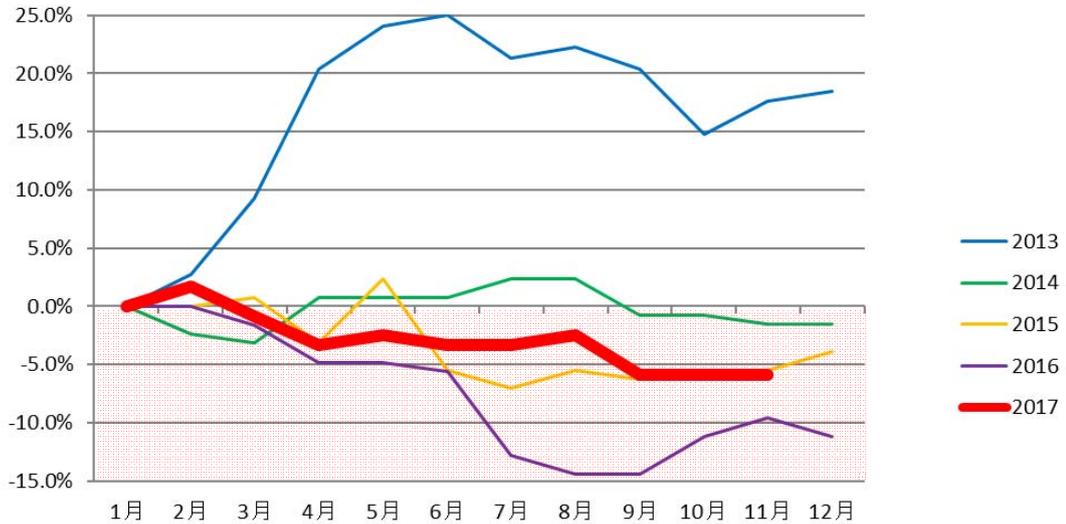
まさに2017年度9月からは、株価が上昇し続けました。

<2017年 株価と会員権相場の指数推移>



ゴルフ会員権相場は、2月に一度プラスに転じた以降は、マイナスゾーンを漂っています。

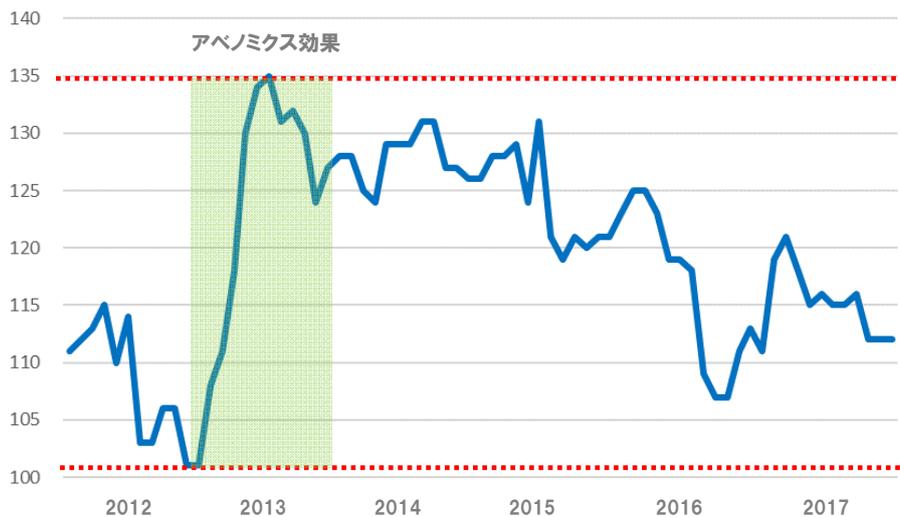
＜過去5年間 関東ゴルフ会員権 平均相場 指数推移＞



過去との相場騰落率(11月時)を比較すると、2013年=17.6%、2014年=▲1.6%、2015年=▲5.5%、2016年=▲9.6%、2017年=▲5.9%と減少の一途です。

前年度よりはマイナス幅が減少しましたが、今後一転してプラスに転じるという値動きは、近年の価格推移から判断して、難しいと言わざるを得ません。株値の値動きとの乖離、そして過去の指数から考察すると、会員権の投機価値が失われたのは紛れもない事実でしょう。

ゴルフ会員権平均価格推移(2012~2017)



アベノミクス政策後、会員権平均価格は急上昇しましたが、徐々に右肩下がりの軟調傾向を示しています。

## 【2】 1都5県の平均相場推移と騰落率（2017年1月～11月 相場流通247コース）

相場価格推移を1都5県の流通コースに絞り、考察してまいります。

（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
東京都	15	624	594	584	536	548	567	603	616	613	625	622	▲0.3%	593.8
神奈川県	27	272	279	279	272	276	278	275	292	287	288	295	8.5%	281.2
埼玉県	40	101	108	109	106	108	107	106	106	105	103	102	1.0%	105.5
千葉県	70	158	158	158	155	155	154	154	154	154	154	153	▲3.2%	155.2
茨城県	58	87	88	88	86	85	84	88	88	87	85	85	▲2.3%	86.5
栃木県	37	30	30	29	29	28	25	28	30	29	30	29	▲3.3%	28.8

昨年同様、神奈川・埼玉の2県がプラスに転じました。

**神奈川圏銘柄**は、法人専用である**レイクウッドGC**が他銘柄に比べ、圧倒的な人気を誇り、売却案件が出ればすぐに売ってしまうという状況が続いています。これは「副会員制度」が利用でき、且つ記名者変更料が無料という点が、現在の法人ニーズを満たしているからです。

**磯子CC**はレストランの食事人気に加え、名義書換の簡易さから、常に買い希望数が売り希望数を上回っており、価格が安定して推移しております。

**厚木国際CC**はコースが、平成30年にリニューアルすることから人気が高まりました。この3銘柄が、神奈川の騰落率を引き上げたと考察します。ゴルファーのニーズを満たしている会員権に人気が集中しています。

**埼玉圏銘柄**は、プライスリーダーである**武蔵CC**が、価格下落を続けているにも関わらず、プラスに転じています。これは、**日本CC**や**東松山CC**といった中堅クラスのゴルフ場が、名義書換料を半額に設定したことにより会員権価格が上昇した結果です。入会諸費用が減ったことにより、会員権の資産価値を上げた良い例と云えます。

昨年度、下落率の高かった**東京圏銘柄**は、ほぼ変わらない数値で推移しました。近年、より近場でのゴルフ会員権ニーズが高まっています。都心から30分圏内のコースがほとんどの優良銘柄は何とか価格を維持できたと云えるでしょう。

**千葉圏銘柄**は渋滞の影響からか、敬遠される傾向がみられました。特にアクアライン渋滞の影響が大きく、渋滞に巻き込まれないようスループレーに対応している**東急セブンハンドレッドC**や**カメラアヒルズCC**以外のコースは敬遠される動きがみられました。圏央道が全線開通した今、北部からのアクセスが良くなったコースも増えており、来年に期待できます。

年々、会員権需要の2極化が進んでいますが、総じて会員権の価格下落には歯止めがかかっていないのが現状です。

### 【3】 会員権格付評価別の平均相場推移と騰落率（2017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
格付S	3	2,797	2,631	2,613	2,344	2,388	2,478	2,670	2,908	2,728	2,789	2,988	6.8%
格付A	29	657	669	667	661	660	669	662	660	672	672	658	0.2%
格付B	68	107	108	108	103	103	101	105	105	105	105	105	▲1.9%
格付C	92	28	28	28	28	29	28	29	28	28	27	27	▲3.6%
格付D	55	13	13	13	13	12	11	11	12	12	11	12	▲7.7%
												格付騰落率平均	▲1.2%

AIG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。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S銘柄とA銘柄のみ、騰落率がプラスに転じました。資産の安全度も高く、且つプライスリーダーが名を連ねるこのクラスが相場を牽引しています。

格付評価BからDにかけて順に、騰落率マイナスの振り幅が大きくなっています。

格付B銘柄は、以前は個人ニーズの高い価格帯でしたが、マーケット縮小に比例して価格も下落傾向です。

格付C銘柄とD銘柄は、再三指摘させて頂いておりますが、大手予約サイトでビジターネット予約を可能にしているコースが大半を占めています。プレーヤーのメリットが少ない、そして予約もメンバー以外が可能であれば会員権購入をする必要が失われます。結果、売り希望は増えるが、買い希望がなく、価格下落に繋がっていると云えます。

### 【4】 都県毎 格付評価別 騰落率（2017年1月～11月）

	格付S	格付A	格付B	格付C	格付D
東京都	▲1.9%	▲2.4%	22.6%	1.6%	-
神奈川県	50.6%	3.8%	▲2.7%	▲27.1%	▲5.6%
千葉県	-	▲0.8%	▲7.8%	67.7%	▲27.7%
埼玉県	-	1.9%	▲0.7%	10.5%	▲10.8%
茨城県	-	▲3.1%	1.1%	▲15.5%	11.3%
栃木県	-	-	▲12.4%	20.5%	▲17.7%
11月平均相場	2988万	658万	105万	27万	12万

神奈川圏の格付S・A 銘柄、埼玉圏の格付A 銘柄が価格を牽引した1年と云えるでしょう。

もう一方の相場牽引役である東京圏S・A 銘柄の下落が目にと留まりますが、逆に今、このクラス銘柄の購入タイミングとしては、ベターだと云えます。

千葉圏の格付Cの上昇率が60%を超えています。これは、個人の購入が影響を与えたと考察します。千葉は関東で最もコース数も多く、価格帯も多岐にわたる為、千葉にお住まいの方は近所のコースをセレクトしやすい環境にあります。都心の法人からは「渋滞」という問題もありますが、地元であればさほど気にならない距離になるためです。

格付Dは全体的にマイナスですが、茨城圏のみプラスに転じています。これは平均価格が10万円前後な銘柄の為、1~2万円の値動きで10%ほど数値が上下します。大幅なプラスではないと云って差し支えないレベルです。

## 【5】 AIG48 平均相場と1都5県平均相場騰落率(2017年1月~11月)

### < AIG48 >

(単位：万円)

AIG48平均相場	528.1
騰落率	▲4.0%

### < 1都5県 流通 247コース >

(単位：万円)

1都5県平均相場	155.3
騰落率	▲1.9%

※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。

1都5県平均相場の騰落率よりも、AIG48の騰落率の方がマイナス率は高くなりました。大半の優良銘柄の価格が下落し続けている結果です。

### <AIG48 騰落上昇率TOP10>

(単位：万円)

コース名	1月相場	11月相場	上昇額	騰落率
東松山CC	121.5	178.2	56.7	46.7%
厚木国際CC	502.2	675.0	172.8	34.4%
宇都宮CC	27.0	36.2	9.5	33.9%
多摩CC	199.8	237.6	37.8	18.9%
日高CC	202.5	237.6	35.1	17.3%
飯能GC	110.7	121.5	10.8	9.8%
磯子CC	1398.6	1510.9	112.3	8.0%
茨城GC	518.4	556.2	37.8	7.3%
レイクウッドGC	1328.4	1404	75.6	5.7%
キングフィールズGC	410.4	432	21.6	5.3%

**48 銘柄中、上昇は 15 銘柄。**上位の銘柄を見ると、書換の手間が比較的簡易なコースが名を連ねました。**東松山CC**は推薦人が不要、**飯能GC・磯子CC・キングフィールズGC**は推薦人が見つからない場合、コース面接にて対応。その他も推薦人の捺印が取れば入会可能コースです。**厚木国際CC・茨城GC**（法人名義）・**レイクウッドGC**は法人内記名者変更の場合は、書類の提出のみで完了します。

対し、下落を示したのは 29 銘柄です。下落コースの特徴を見ると、①入会手続き（書換）が煩雑であること ②会員権価格に対し、名義書換料や入会預託金の割合が高いこと ③（都心より）遠距離地コースであること等が見受けられます。

特に上記①は、近年購入を避ける大きな要因の一つです。これは会員権価格にも顕著に表れています。推薦人の在籍年数条件が高すぎる、推薦人と同伴面接である、面接が数回にわたる等、初回入会時のみであればまだしも、法人内記名者変更時も同様の条件となれば、購入を躊躇するのは明らかです。これに、名義書換料が高いとなると、更にマイナス要因です。ゴルフ人口のさらなる減少が予想される今後、手続きの見直しは重要課題の一つであると考えます。

## 【6】 2017 年度 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
八王子CC	83.7	159.3	75.6
多摩CC	199.8	251.1	51.3
相武CC	12.4	43.2	30.8

（神奈川県）

（単位：万円）

コース名	1月	11月	上昇額
厚木国際CC	502.2	675	172.8
磯子CC	1398.6	1,510.9	112.3
レイクウッドGC	1328.4	1,404	75.6

（千葉県）

（単位：万円）

コース名	1月	11月	上昇額
鷹之台CC	1306.8	1402.2	59.4
立野クラシックGC	248.4	291.6	43.2
キングフィールズGC	410.4	432	21.6

（埼玉県）

（単位：万円）

コース名	1月	11月	上昇額
東都飯能GC	648	820.8	172.8
日本CC	67.5	145.8	78.3
東松山CC	121.5	178.2	56.7

（茨城県）

（単位：万円）

コース名	1月	11月	上昇額
阿見GC	64.8	121.5	56.7
茨城GC	518.4	556.2	37.8
美浦GC	118.8	153.9	35.1

（栃木県）

（単位：万円）

コース名	1月	11月	上昇額
プレステージGC	54	92.3	38.3
サンヒルズCC	13.5	48.6	35.1
宇都宮GC	27	36.1	9.1

名門と称されるコースの苦戦が目立ちました。神奈川は優良コースが名を連ねていますが、東京の名門コースは残念ながら、上位には入っておりません。千葉は**鷹之台CC**がプライスリーダーとしての意地を見せ、また**キングフィールズGC**もトーナメントコースとして依然として人気が高く、上位に名を連ねました。

埼玉は、**東都グループコース**が昨年に続き安定した値動きをしています。これは母体の安全度も高く、預託金返還にも応じている結果です。その他2コースは前述の通り、名義書換料減額により価格が上昇した良い例です。

茨城・栃木はPGMコースが4つ入っています。

**サンヒルズCC**は最近PGMグループになり、価格が上昇しました。PGMはP-CAP優待料金があり、系列コースが通常よりも割引で利用できるので、個人の人気が高まりつつあります。

最後に、2013年（第1次アベノミクス）に、1都5県で最も価格上昇を示したコースの2017年度の上昇額（1月：11月）を比較します。

（単位：万円）

東京都		2013	2017
小金井CC	上昇額	975	0
	推移	4,725⇒5,700	4,212⇒4,212
東京よみうりCC	上昇額	210	21
	推移	1,010⇒1,220	799⇒820
府中CC	上昇額	140	-19
	推移	285⇒425	237⇒218

神奈川県		2013	2017
戸塚CC	上昇額	600	-42
	推移	1,200⇒1,800	1,620⇒1,578
相模原GC	上昇額	200	-32
	推移	900⇒1,100	572⇒540
横浜CC	上昇額	160	-75
	推移	195⇒355	140⇒65

千葉県		2013	2017
鷹之台CC	上昇額	280	95
	推移	1,670⇒1,950	1,307⇒1,402
千葉CC	上昇額	150	-86
	推移	420⇒570	507⇒421
長南CC	上昇額	105	0
	推移	70⇒175	162⇒162

埼玉県		2013	2017
武蔵CC	上昇額	565	-232
	推移	750⇒1,315	761⇒529
森林公園GC	上昇額	152	0
	推移	488⇒640	513⇒513
日高CC	上昇額	143	35
	推移	237⇒380	202⇒237

茨城県		2013	2017
茨城GC	上昇額	145	38
	推移	525⇒670	518⇒556
大洗CC	上昇額	120	0
	推移	305⇒425	259⇒259
ザ・ロイヤルGC	上昇額	120	-
	推移	25⇒145	市場停止中

栃木県		2013	2017
小山GC	上昇額	43	-13
	推移	252⇒295	153⇒140
プレステージCC	上昇額	15	38
	推移	83⇒98	54⇒92
東ノ宮CC	上昇額	14	-3
	推移	10⇒24	15⇒12

入会の手続きが難しい、また手間のかかる銘柄の下落が目立ちます。

府中CCは推薦人との同伴面接、戸塚CCは推薦人が4名（内1名は理事）、相模原GCは推薦人2名との同伴面接、千葉CCは法人内記名者変更の手続きに変化なし、武蔵CCは書類を記名人自らがコースへ届ける必要等、法人からの書換相談問合わせが多いコースです。

以前は入会ハードルが高い＝ステータスも高いという図式も成り立ちましたが、これからは時代に合わせる個所は合わせるというニーズを満たさないと、会員権価格に大きく反映されるでしょう。

横浜CCは、名義変更料と入会預託金を合わせて約1,000万円が必要で、会員権価格の右肩下がりが顕著なコースです。費用が高いコースも敬遠される要因の一つです。

## 【後記】

2018年は <sup>つちのえ いぬ きゅうし かせい</sup> 戌・戌・九紫火星の年です。

「戌」の字は、茂（しげる）に通じ、四季の移り変わりや植物の成長が絶頂期にある意味となります。

「戌」の字は、滅（めつ、ほろぶ）に通じ、草木が枯れる状態を意味します。

「植物が絶頂を向かえ、そして枯れ、四季が移り変わる。」つまり、「次のステップに進むための前段階」となりうる年なのです。

そして**九紫火星**の年は、転換点の到来を示唆します。

歴史を顧みれば、日中戦争勃発、湾岸戦争勃発、イギリスで女性の参政権認可、また日本国憲法公布等、国内外で大きな出来事が生じた年です。シンギュラーポイントを経て、新時代への突入の契機となる1年であり、柔軟な対応が求められる年になりそうです。

2017年、プロゴルファーは目覚ましい活躍を見せましたが、その効果や恩恵は、まだゴルフ場業界全体に浸透していないというのが、皆様の実感ではないでしょうか。このままでは、ゴルフ人口の減少にも歯止めがかからず、業界マーケットが縮小しつづける可能性が、益々高まってしまいます。

戌・戌・九紫火星の年は、NEXTステージへステップアップさせる絶好の機会到来です。

2018年、ゴルフ場業界は、これまでの習慣と思考をリセットし、新しい取り組み方法を模索する必要があるのかもしれない。

～ 「こうあるべきだ」という思考からは、柔軟な発想は生まれません。

当たり前の中に隠された物を探り出そうという発想が、**固定観念を打破**するものになるのである。～

谷川浩司氏(将棋棋士)

～ 上からの統制なんて、必要ないのです。職種や役職に関係なく、

**ユーザーのニーズにこたえられる能力**がある人間が主導権をとる。ルールはこれだけ。～

森川亮氏(元 LINE 株式会社社長)

これからは時代によりマッチしたゴルフ場や、ゴルフ会員権に人気が一極集中し、そうでないものは淘汰されていく可能性が高くなります。マーケットは、正直にかつ冷酷に物語りますので、顧客と市場を味方にしたゴルフ場やゴルフ会員権のみが生き残ることになるでしょう。

2018年は、より多くのゴルフ場が固定概念を打ち破り、ゴルファーのニーズに徹底して応え、未来を切り拓いて欲しいと切に願います。

(AI ゴルフ総研事務局)