

ゴルフ会員権業界を取り巻く環境（2015年12月）

～2015年度ゴルフ会員権業界を振り返って～

2015年の漢字一文字は「安」。

「安」倍政権の「安」全保障関連法案、世界で続発したテロやマンションの杭打ちデータ問題等、人々が不「安」になったことで票を集めました。

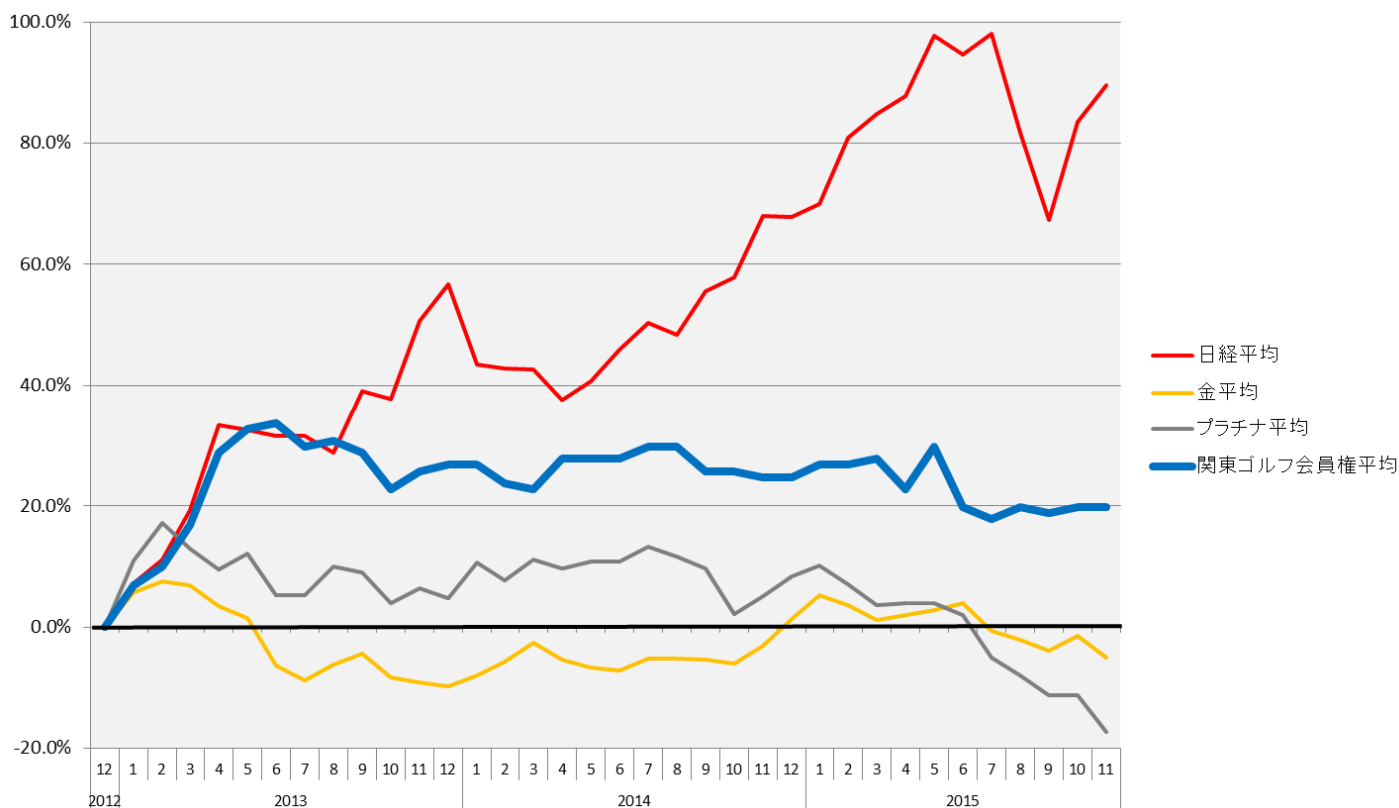
確かに不安が募る1年だったと云えますが、北陸新幹線開業、国産初の小型ジェットMRJの初飛行の成功や54年振りにアメリカとキューバが国交を回復した「安」泰の年でもありました。

さて、AIゴルフ総研（以下AIG）が選出したゴルフ場業界における今年の漢字一文字は「^{なぎ}凪」です。

凪とは通常、無風で穏やかな状態を指しますが、選出理由は平穏だったという意味ではなく、変化に乏しい現状維持だったという事と、未来に良き波が来る予兆であって欲しいという期待を込めての凪です。

現状維持のままでは、徐々に退化していくのが自然の摂理です。それは会員権相場にも表れており、残念ながらゴルフ会員権相場は、日経平均株価と大きく乖離してしまった1年となりました。

<アベノミクス効果の推移 2012/12～2015/11>

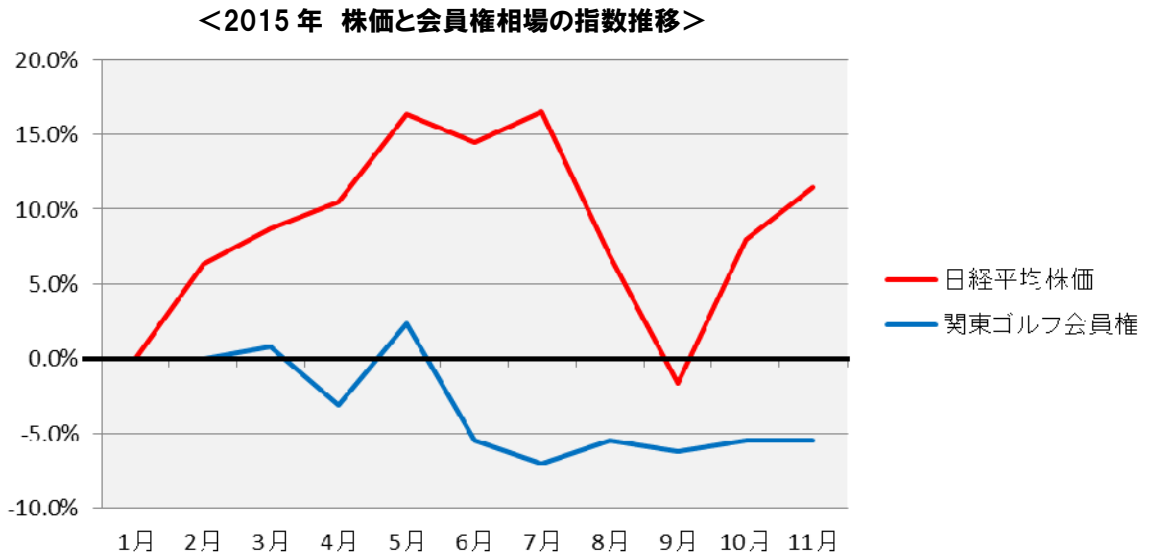


今年度の最終レポートは、例年通り、『2015年度のゴルフ会員権を振り返って』をテーマにして、様々な角度から検証してお届け致します。

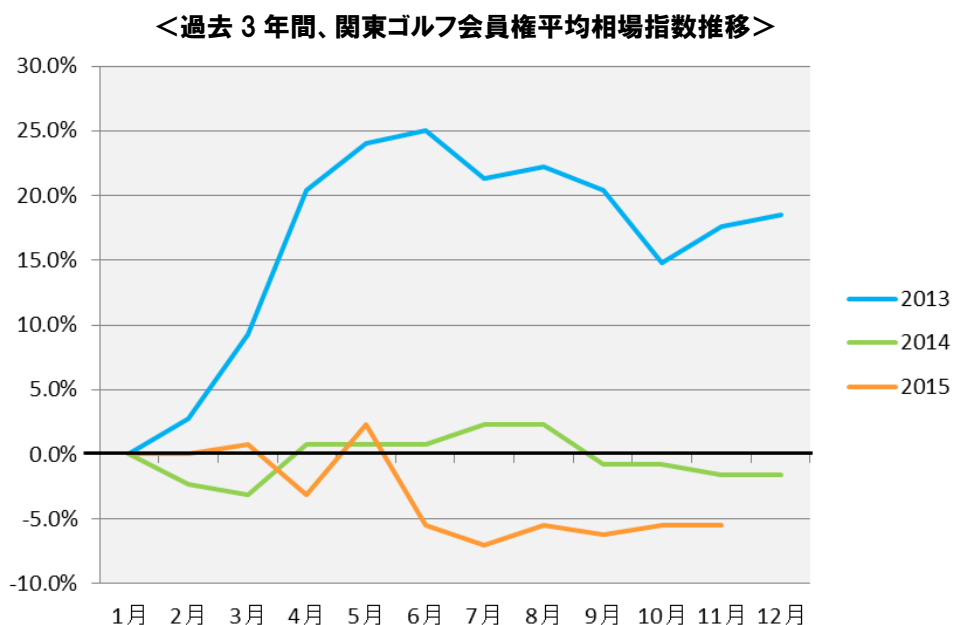
【1】 日経平均株価とゴルフ会員権平均相場の年間指数推移

(対象:関東1都5県 相場流通240コース)

株価は大きな変動のある年でした。日経平均株価は6月に2万円を突破し、その後ギリシャ、中国の影響から急落しましたが、12月21日現在では1万8千円台後半の価格を推移しています。



かつての通説は、「株価と会員権相場は連動する」というものでした。しかし近年は、2つの値動きには連動性が見受けられません。連動していた時代は、ゴルフ会員権が投機商品の一つとされていた頃です。ゴルフ会員権が投資目的ではなく、純粋にゴルフを楽しみたい方が購入する商品に変わったこと、またゴルフ人口の減少と共に会員権を購入する層が減少したことが、相場形成に大きく影響を及ぼしています。



過去3年間の相場騰落率を見ると、2013年=17.6%、2014年=▲1.6%、2015年=▲5.5%です。2013年は第1次アベノミクスの好影響で会員権価格も反発しましたが、2014年は消費税8%影響で緩やかに下落しました。2015年は、アベノミクス当初よりは平均相場価格は上回ってはいるものの、6月の大幅下落以降、反転する事も無く、横ばい状態が続いております。

【2】 1都5県の平均相場推移と騰落率(2015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	777	774	780	774	760	742	740	732	732	703	701	-9.8%	746.8
神奈川	24	330	342	337	325	327	329	324	313	312	300	293	-11.2%	321.1
埼玉	40	126	125	125	123	124	123	123	119	119	105	104	-17.5%	119.6
千葉	72	173	172	175	173	173	171	171	156	151	166	164	-5.2%	167.7
茨城	49	120	121	121	119	120	123	120	119	120	118	118	-1.7%	119.9
栃木	40	32	36	36	33	33	31	32	33	33	32	32	0.0%	33.0

対象:1都5県240コース

2015年は、上昇値を示した1都5県はありませんでした。

昨年迄、東京の騰落率はプラスを維持しておりましたが、今年は東日本大震災の年以降の下落を示しました。東京相場を牽引するコースは、小金井CC、よみうりGCを筆頭とした高価格銘柄(3,000万以上)ですが、入会障壁が高く、限定された個人や法人しか入会出来ない事が響き、今年は特に敬遠される傾向が強まりました。

また、神奈川、埼玉に関しては10%以上の下落率です。

神奈川は、プライスリーダーである戸塚CC、磯子CC、相模原GCの購入希望減が影響を与えました。埼玉は、優良銘柄の入会条件のハードルが他県に比べ高い事(記名人が書類をコースに持参、面接及び同伴プレー)が敬遠され、価格下落が顕著に数字に表れました。

昨今の会員権ニーズのキーワードは、『簡易』なのです。

千葉のゴルフ場は、アクアラインの恩恵により神奈川在住の方にもニーズが高まったエリアです。

神奈川の価格帯よりも割安で購入できる点から、購入需要が根強くあります。

千葉県銘柄は、神奈川=高額、埼玉=入会条件面倒、というイメージに比べ、購入ニーズに responding している事が、騰落率の減少を緩やかにしています。

茨城の都心部近郊コースは、フラットなコースレイアウトが人気を集め、かつ、価格帯も後押ししました。法人記名人が個人で入会し直すという銘柄も多く(取手国際GC・龍ヶ崎CC等)、下落率は1%台で止まっています。

栃木は騰落率0%ですが、平均値が低く、取引件数も少ないので、あまり参考値になりません。来年度も購入ニーズが高まる要素は今のところ見当たらない銘柄が多いのが現状です。

【3】 会員権格付評価別の平均相場の推移と騰落率(2015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
関東平均	240	184	186	187	183	183	182	180	173	172	171	169	-8.2%	179
格付A	19	1,350	1,350	1,351	1,340	1,329	1,313	1,310	1,240	1,233	1,249	1,233	-8.7%	1,300
格付B	56	229	233	235	229	231	228	224	220	218	206	207	-9.6%	224
格付C	88	51	51	53	50	52	53	53	52	52	51	50	-2.0%	52
格付D	77	15	17	17	15	14	15	15	15	14	15	14	-6.7%	15

AI ゴルフ総研の格付評価とは、運営母体、抵当権の有無、予約方法など計 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 A・格付Bコースの騰落率が、関東平均騰落率を下回ってしまいました。
会員権価格を牽引する銘柄の購入が少なかったことが、顕著に数値に現れました。

2014 年は、格付Cの騰落率が▲15%以上となりましたが、今年は▲2%で収まりました。
昨年は大幅下落でしたが、現在は底値に近いと推察します。

格付Dは、昨年とほぼ同じ数値の騰落率です。この価格帯の会員権は、「会員権価格 < 名義書換料」のコースが多く、会員メリットや所有メリットが少ないため、来年も軟調傾向が続くと考えられます。

【4】 AIG48平均相場と 1 都 5 県平均相場騰落率(2015 年 1 月～11 月)

<AIG48コースデータ>

AIG48相場平均	612.8
騰落率	▲10.76%

<AIG48 価格上昇コース>

	コース名	エリア	11月相場	上昇率
1	宇都宮CC	栃木	34.5	128.0%
2	アスレチックGC	茨城	137.7	127.5%
3	佐倉CC	千葉	156.6	118.4%
4	レイクウッドGC	神奈川	853.2	109.7%
5	甲斐ヒルズCC	山梨	99.3	105.1%
6	我孫子GC	千葉	961.2	104.7%
7	大洗GC	茨城	318.6	104.4%

※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

法人ニーズの高い AIG48 コースも、7 コースは相場上昇を示しましたが、48 銘柄全体平均では下落。

会員権価格は、①所在地 ②経営母体 ③会員数 ④コースコンディションの良さ ⑤大手予約サイトからのネット予約の有無が影響します。高価格銘柄は上記 5 点を満たすコースながら、何故、相場に陰りがみえ、価格の下落を引き起こしているのでしょうか。

低価格銘柄は、コースに支払う諸費用（名義書換料等）の方が会員権価格よりも高額なので、購入する気にならないという声をよく耳にします。近年の会員権価格下落により、高価格銘柄にも諸費用の割高感が、以前に比べ高くなっていると推察します。

以下、AIG48 格付A銘柄で、諸費用の比率を検証します。

＜格付A銘柄、会員権相場に対する名義変更料及び入会預託金の比率＞

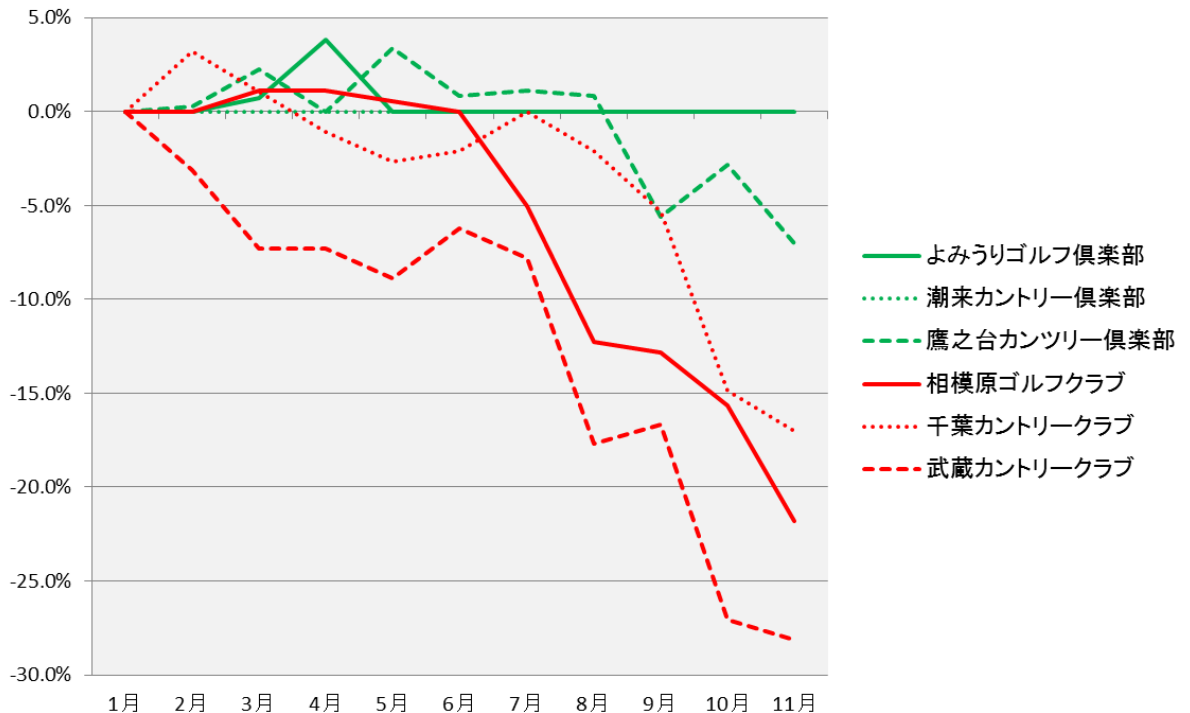
コース名	11月相場	名義書換料	入会預託金	対11月相場比
小金井CC	4,050	1,620		40.0%
東京よみうりCC	1,058	324	500	77.9%
よみうりGC	3,672	324		8.8%
厚木国際CC	523	108		20.7%
磯子CC	1,350	216	500	53.0%
相模原GC	756	324	800	148.7%
戸塚CC	1,485	316	1,000	88.6%
本厚木CC	691	216		31.3%
日高CC	256	108	100	81.3%

コース名	11月相場	名義書換料	入会預託金	対11月相場比
武蔵CC	745	216	600	109.5%
鷹之台CC	1,782	324		18.2%
千葉CC	421	162	300	109.7%
浜野CC	237	108		45.6%
潮来CC	1,134	108		9.5%
茨城GC	591	108		18.3%
大洗GC	318	108	15	38.7%
大利根CC	756	324		42.9%
小山GC	221	108		48.9%

上記表は、AIG48 中の格付A銘柄の、11月相場に対する諸費用（名義書換料・入会預託金）比率です。会員権価格に対する諸費用の適正な割合は、価格の2割とされています。2割台に収まっているコースは5銘柄（よみうりGC、厚木国際CC、鷹之台CC、潮来CC、茨城GC）。会員権価格よりも、費用の方が高いコースは3銘柄（相模原GC、武蔵CC、千葉CC）ありました。

会員権相場に対する諸費用比率が低い3コースと、比率が高い3コースの年間騰落率の推移を比較したグラフが下図です。

＜入会諸費用高コースと低コース騰落率推移＞



諸費用が割高の3銘柄は、騰落率が▲15%以上の数値を示しています。会員権価格に対する比率が高い銘柄は、敬遠され、結果、相場にマイナス影響を与える要因の一つであると云えるでしょう。

少子高齢化やゴルファー世代交代が進むにつれ、費用の点はこれまで以上に重要なポイントとなります。名義書換料の減額により入会が促進されたコースも少なくありません。入会条件及び入会名義書換料等の見直しの必要性をマーケットがゴルフ場に訴えかけていると感じます。

【5】 1都5県上昇額ベスト3コース

東京都

コース名	1月	11月	上昇額
八王子CC	121.5	137.7	16.2
東京国際GC	140.4	145.8	5.4
赤羽GC	64.8	69.1	4.3

神奈川県

コース名	1月	11月	上昇額
レイクウッドGC	777.6	853.2	75.6
小田原湯本CC	24.3	54	29.7
葉山国際CC	37.5	54	16.5

埼玉県

コース名	1月	11月	上昇額
飯能グリーンCC	43.2	102.6	59.4
武蔵松山CC	24.3	72.9	48.6
川越グリーンクロス	17.28	57.8	40.5

千葉県

コース名	1月	11月	上昇額
きみさらずGリンクス	91.8	194.4	102.6
我孫子GC	918	961.2	43.2
房総CC	8.64	37.8	29.2

茨城県

コース名	1月	11月	上昇額
猿島CC	140.4	199.8	59.4
ザ・ロイヤルオーシャン	280.8	324	43.2
アスレチックGC	108	137.7	29.7

栃木県

コース名	1月	11月	上昇額
烏山城CC	8.64	40.5	31.9
プレステージCC	64.8	81	16.2
唐沢GC	46.95	56.2	9.2

最後に上昇ベストコースを紹介します。

上昇コースの特徴として、約4割のコース（上記青色掛け）が、名義書換料や入会預託金の減額、また預託金額面からの書換料充当対応のコースです。入会費用のハードルを下げたことが好を奏したと云えるでしょう。また我孫子GC、アスレチックGCのような、メンテナンスの定評が高いコースも、プレー重視のゴルファーに人気が集まりました。

レイクウッドGCは法人専用コースですが、副会員登録で2名使用可、36Hでメンバー数も500名未満のため、予約の取りやすさから依然人気の集まっている銘柄です。

【後記】

2016年は丙・申・二黒土星の年。

「丙」は囲いの中で成長させ我儘な繁栄を許すことはないという意味。

「申」は引き伸ばす、伸長するという意味。

丙・申の組み合わせでは「繁栄して枠がはめられたものが伸びてくる」という意味が生じます。

二黒土星の年は、物事を育てる意味と破壊する意味が含まれており、過去では1989年のベルリンの壁崩壊、1998年の金融庁発足等、次の時代へ進化させる年、全体を底上げするための年とも云われています。

丙申二黒土星の年において、一つのキーワードは「**原点回帰**」です。

そもそも、何のためにゴルフ場を経営しているのでしょうか。

そもそも、会員制のあるべき姿とは何でしょうか。

そもそも、メンバーやゲストがゴルフ場に望むホスピタリティとは何でしょうか。

そもそも、ゴルフ場の社会的役割やゴルフ場の使命とは何でしょうか。

本来の存在意義を見直し、原点に立ち返り、未来のビジョンを構築する事が、次の時代へ進化させる鍵となるのではないのでしょうか。

「あなたはなぜ会社の経営をしているのですか」

「経営にはビジョンとミッションが必要なわけではありませんか」

「会社をよくしようと考えると、まずは皆さんの考え方から変えていかなくてはならないのではないですか」

稲盛 和夫 氏

枝葉の問題に大きく囚われるのではなく、最も大切な根っこを見つめ直し、根を細く深く張り巡らせることが重要です。**良樹細根、大樹深根**なのです。

そしてあとは幹を大きくし、枝葉を繁らせるため、来場者に喜んで頂けるアイデアや策を、すぐやる、必ずやる、出来るまでやる、で実践するのみです。

以前にも後記に記しましたが、最も重要なことは、より多くの来場プレーヤーに

「来る人には楽しみを 帰る人には喜びを」

を与えられることです。ゴルフ場が、光輝く場所に甦る必要があります。

人は光を求め

人は光を観るために

人は光に集まるものなのです。

来る年 2016 年が、皆様にとって実りある光輝く 1 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)