

ゴルフ市場活性化行動計画検討会報告書

～始めよう、続けよう、もっとゴルフを～

平成 15 年 10 月

ゴルフ市場活性化行動計画に関する検討会

◆はじめに

ゴルフ産業は、競技人口 1000 万人強、ゴルフ場年間延べ利用者数約 9000 万人、主要業種の市場規模合計 2 兆円を越える、わが国最大のスポーツ産業となっている。ゴルフは多くの優れた機能を持っているが、中でも高齢者のプレー参加が可能で、世代を超えた交流ができる稀有なスポーツ特性は、高齢社会化が急激に進むわが国にあって、健康増進にも寄与できる点も含め、社会貢献的なポテンシャルは非常に大きいものと考えられる。

しかし、ゴルフ市場は現在大きな転換期を迎えており、ゴルフ人口の減少と既存ゴルファーの活動率の低下が、ゴルフ産業全体に大きな打撃を与えている。特にゴルフ産業の根幹を形成するゴルフ場業界は、利用者数の低迷、価格競争の激化による収益性の低下、預託金償還問題等経営上の問題が深刻化し、事業の将来展望も開けず、不透明感が高まっている。ゴルフ場業界の低迷と混乱は、他のゴルフ産業にも大きな影響を与え始めている。

現下の厳しい環境を乗り越え、ゴルフ産業の再構築によるゴルフ市場の活性化を実現するためには、ゴルフ産業に関わる様々な組織や関係者が一体となって、新しい社会に受け入れられるようなゴルフの魅力創造に取り組み、より多くの人々に強く発信していく必要がある。それには中長期的視点に立った、業界の戦略的な対応が必須命題となる。

「始めよう、続けよう、もっとゴルフを」とサブタイトルを付けた本報告書は、将来のゴルフ市場動向を展望し、今後のゴルフ市場およびゴルフ産業の活性化に向けて必要と考えられる施策を整理し、関係者の行動への意欲を示したものである。本報告書が、ゴルフ関係者の具体的行動展開の指針となり、活性化へ向けての取り組み成果が拡大していくことを、関係者一同切に期待している。

◆ゴルフ市場活性化行動計画に関する検討会名簿

(座 長)

文教大学 国際学部 教授

山田 紘祥

(委 員)

日本スポーツマーケット研究所 所長

廣瀬 恒夫

日本経済新聞社 広告局二部 部長

長谷川俊男

財団法人日本ゴルフ協会 専務理事

大森 孝

社団法人日本ゴルフ場事業協会 副理事長

手塚 寛

社団法人日本ゴルフ場事業協会 専務理事

國分 勝弥

社団法人日本パブリックゴルフ場事業協会 常任理事

宮崎 義浩

社団法人日本ゴルフ用品協会 専務理事

河内 定男

社団法人全日本ゴルフ練習場連盟 常任理事

内藤 裕義

経済産業省 商務情報政策局 サービス産業課長

熊谷 敬

経済産業省 商務情報政策局 サービス産業課

課長補佐

大原 晃洋

役務取引適正化係長

下田 浩氏

株式会社三菱総合研究所 主任研究員

高橋 衛

目次

◆はじめに	1 頁
◆ゴルフ市場活性化行動計画に関する検討会名簿	2 頁
I. ゴルフ市場の現状分析と問題点の抽出 『危機的な状況にあるゴルフ産業の検証』	4 頁
(1)劇変する市場構造 (①縮小する市場構造 ②高齢化するゴルフ人口 ③ゴルフ市場の将来展望)	4 頁
(2)深刻な経営環境	7 頁
(3)「司令塔」なき業界組織	8 頁
II. 問題点解決への提言 『求められる3つの視点と5つの対策』	9 頁
(1)「続けようゴルフを」:シニアゴルファーのリタイアを一人でも少なく	11 頁
(2)「もっとゴルフを」: ミドル層ゴルファーの活動率と女性層のゴルフ参加率を高めよう	12 頁
(3)「始めようゴルフを」: ジュニア層対策の強化	13 頁
III. 対応の具体化 『ゴルフ産業活性化に向けた5つのプログラム』	14 頁
(1)シニア層対策プログラム	14 頁
(2)ミドル層・女性層対策プログラム	15 頁
(3)ジュニア層対策プログラム	16 頁
(4)ゴルフイベント充実に向けてのプログラム	17 頁
(5)ゴルフ産業活性化機構 (日本版 NGF) 設立に向けてのプログラム	17 頁

I. ゴルフ市場の現状分析と問題点の抽出 『危機的な状況にあるゴルフ産業の検証』

(1) 劇変する市場構造

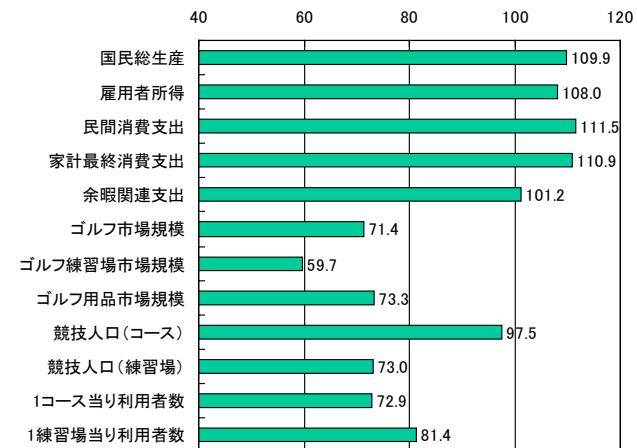
縮小する市場構造

ゴルフ市場規模(コース、用品および練習場市場規模の合計)は、平成4年(1992年)の2兆8,860億円をピークとして縮小を続け、平成13年(2001年)には2兆0,460億円と対ピーク時の7割の規模にまで縮小した。

一方、同時期の経済関連指数を見ると、国民総生産は約10%、雇用者所得は8%、民間消費支出は11.5%とそれぞれ増加している。バブル経済崩壊後の「失われた10年」といわれる時期にあっても、所得、消費支出が僅かながらも増加している中で、ゴルフ市場が大幅にマイナス化している結果を見れば、それは単に景気の退潮だけが原因ではなく、ゴルフ産業が抱える固有要因の影響が大きいと推察される。2002年以降その経済関連指数のほとんどがマイナスとなり、ゴルフ産業を取り巻く環境は極めて厳しくなっている。ゴルフ産業は、ゴルフ産業固有の構造的な問題と経済の停滞という、2つのマイナス要因への、迅速かつ適切な対応が迫られている。

図表1 経済指標との比較

	1992年	2001年
国民総生産(実質、兆円)	483	531
雇用者所得(〃)	257	278
民間消費支出(実質、〃)	260	290
家計最終消費支出(〃)	256	284
余暇関連支出(〃)	82	83
ゴルフ場市場規模(億円)	19,610	14,000
ゴルフ練習場市場規模(〃)	3,080	1,840
ゴルフ用品市場規模(〃)	6,170	4,520
競技人口(コース、万人)	1,274	1,243
競技人口(練習場、万人)	1,869	1,364
1コース当り利用者数(万人)	5.0	3.7
1練習場当り利用者数(万人)	2.8	2.3



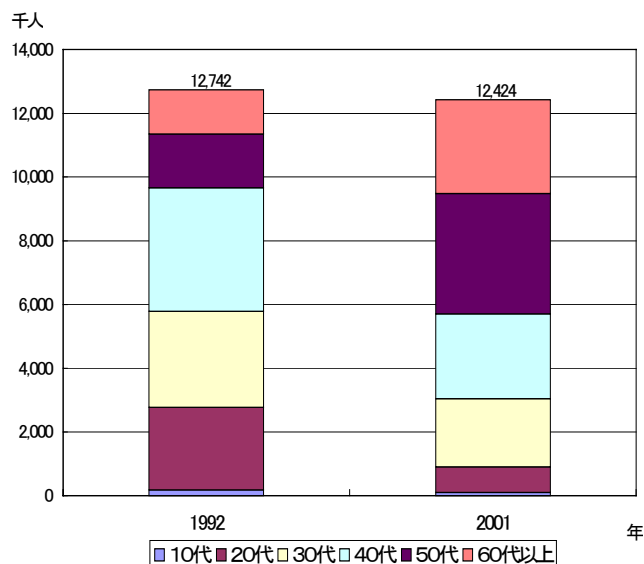
資料：内閣府、(財)日本ゴルフ協会、(財)自由時間デザイン協会「レジャー白書」、(株)ゴルフ経営研究所、総務省「家計調査」、日本スポーツマーケット協会。一部年度ベースのデータを含む

注：1992年を100とした時の2001年の割合。一部年度ベースのデータを含む。

高齢化するゴルフ人口

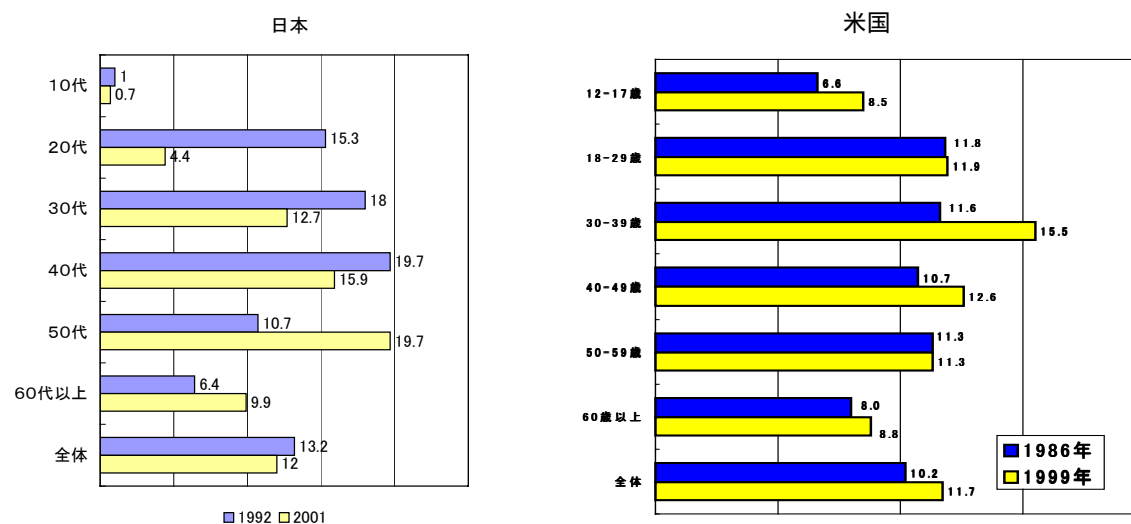
この10年間の年代別ゴルフ人口推移を検証すると、50代以上の参加人口、参加率が大幅に拡大する一方、40代以下の落ち込みは非常に大きく(特に20代は3分の1以下に激減している)、ゴルフ人口構造が急激に高齢化していることがわかる。一方米国のゴルフ年代別人口構成を調べてみると(1986年と1999年の対比)、その格差が非常に小さく、ほとんどの世代層が増大傾向にあることが分かる。その原因は、恒常的にゴルフ市場動向を調査するマーケティング機関(NGF:p8参照)が存在し、市場分析と将来動向を予測した対応戦略を立案し、ゴルフ産業界に携わる組織や企業が共同でその戦略の実現に取り組むといったシステムが機能しているためである。わずか10年余りの間に、ピークとボトムが出現する日本のゴルフ市場とは、大きな相違がある。

図表2 ゴルフ参加人口(コース)



資料：(財)自由時間デザイン協会「レジャー白書」

図表3 日米の世代別ゴルフ参加率 (単位: %)



資料：(財)自由時間デザイン協会「レジャー白書」

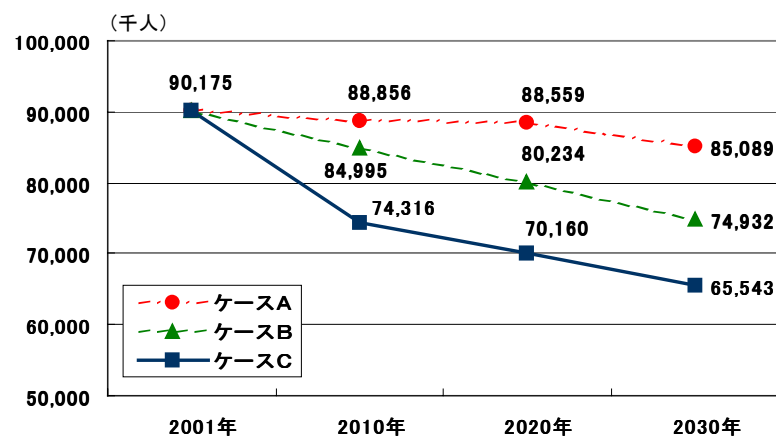
資料：NGF “TRENDS IN THE GOLF INDUSTRY”

ゴルフ市場の将来展望

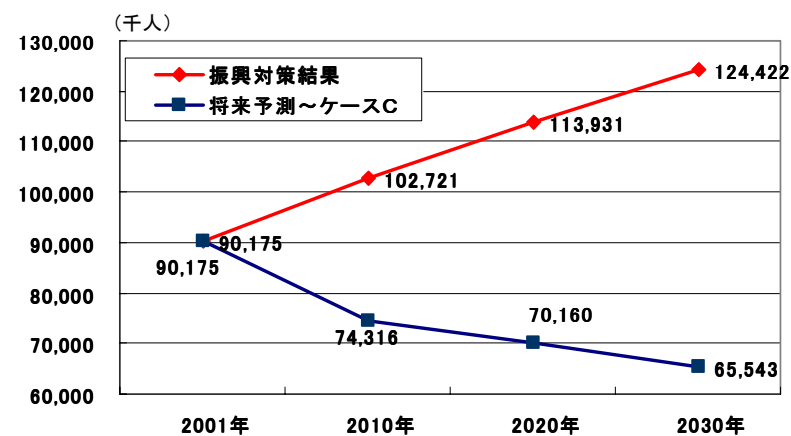
今後も現在のような傾向が続き、若い世代の新規参入がないままゴルファーの高齢化が進むと、わが国のゴルフ人口とゴルフ市場規模はどうなるであろうか。それぞれの前提条件の設定により、三つのケースによるシミュレーションを実施した結果、次のような結論が得られた。供給側が現状の対応を続けていくなら、ケース C の状況に向かう確率が高まり、ゴルフ産業が危機的な状況に陥る可能性も危惧される。

そこでこの危機的な状況を回避するには、いかなる対応が必要か。マクロ算式に基づき多くの設定条件によるシミュレーションの中から、現状の閉塞状況を打開でき、なおかつ実現可能な最適対応を抽出し、ケース C と比較した結果を別表にまとめた(その場合の前提となる設定条件も付記)。この4つの前提条件の実現に取り組めば、ゴルフ産業は必ず活力を取り戻すことができるはずである。米国では既にかなり以前からこのような市場対策システムが導入されており、それが産業界の連携した対応を生み出し、市場動向の山と谷の格差を縮小する要因となっている。

図表4 ケース別ゴルフコース利用者数 将来予測



図表5 振興対策をした場合の将来利用者数予測



ケース A: 各世代の参加率、全体の活動率は現状のまま変わらないとし、対象人口のみ将来人口に基づき推計。
 ケース B: 各世代の参加率が「若年ゴルフ離れ世代」の加齢により低下していくとしたもの
 ケース C: ケース B に経済情勢悪化、ゴルフイメージ低下により 2010 年までは全体活動率が低下するとしたもの

注: 振興対策の数値目標を以下のように設定した場合の試算
 ①ジュニア参加率を 1.5 倍増加 ②シニアのタイア率を▼30%に抑止
 ③女性参加率を 1.5 倍増加 ④全体の活動率を 2030 年までに段階的に 13.5 回/年増加

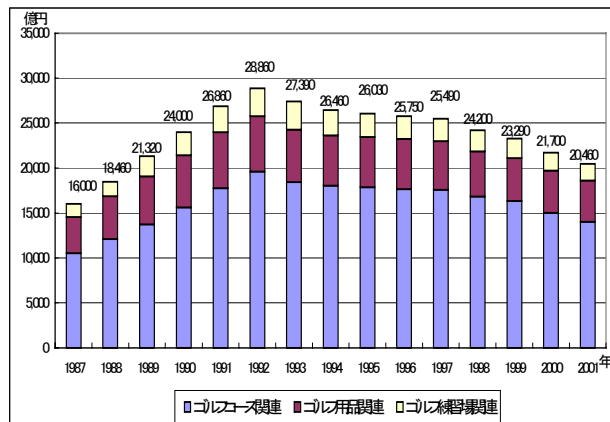
資料: 日本スポーツマーケット研究所

(2) 深刻な経営環境

ゴルフ産業を構成する主要3業種の中期的市場規模の変化(1987年から2001年)を検証してみると、別表のようになる。これからも分かるように、1992年以降すべての業種で大幅な市場規模縮小が進んでおり、未だに歯止めがかかる兆候は見られない。その中でも市場規模の70%近くを占めるゴルフ場経営は、非常に厳しい状況にあり、利用者数の減少と客単価の下落が顕著になっている。経営側も経費の削減、集客対策の強化等努力をしているものの、依然として厳しい環境が続いている。

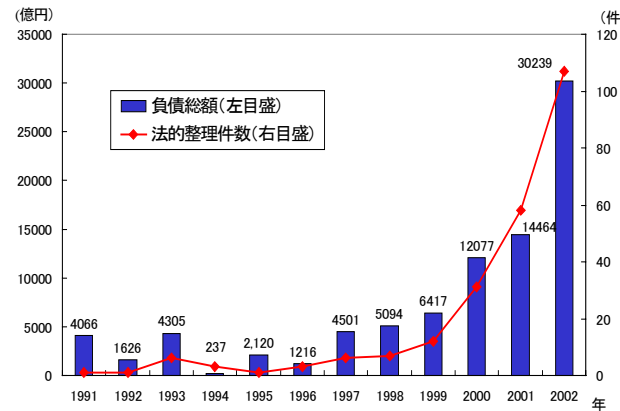
また、わが国のゴルフ場の約8割が預託金会員制度を導入しているが、会員権価格の大幅な下落を背景とした預託金返還請求の多発に対応できず、民事再生法手続きを申立てる企業が相次いでいる。このような状況の中で中間法人システムの導入による民主的なクラブ運営に取り組み、預託金返還問題を円滑に解決する方策への取り組みも実施されており、その成果が期待される。

図表6 ゴルフ市場規模の変化



資料: (財)自由時間デザイン協会「レジャー白書」、
(財)日本ゴルフ協会「GOLF21」から作成資料

図表7 ゴルフ場の法的整理



資料: 一季出版(「週刊ダイヤモンド」2003.5.3~10号に所収)

図表8 全国ゴルフ場経営実態調査総括表

	平成4年度	平成12年度	平成13年度	平成4:13対比	同減少率
総来場者数	102,325千人	90,000千人	90,175千人	▲12,150千人	▲11.9%
1コース当り来場者数	50,456人	36,840人	36,776人	▲13,680人	▲27.1%
1人当り客単価	22,375円	14,415円	13,804円	▲8,571円	▲38.3%
1コース当り売上高	1,129百万円	605百万円	576百万円	▲553百万円	▲49.0%
1コース当り経費	1,023百万円	629百万円	592百万円	▲431百万円	▲42.1%
1コース当り損益	106百万円	▲24百万円	▲16百万円	▲122百万円	▲115%

資料: 日本ゴルフ場経営総合研究所

(3)「司令塔」なき業界組織

ゴルフには、単にゴルフ場においてプレーする楽しみだけではなく、練習場での交流、ゴルフ用品の購入、トーナメントの観戦等、業種の枠を超えた幅広いさまざまな魅力がある。ゴルフ市場の活性化には、こうしたゴルフの魅力をより高めるための総合的な取り組みが不可欠である。米国では、NGF(National Golf Foundation :米国ゴルフ財団)がその「司令塔」の役割を担い、ゴルフ市場を活性化するための効果的な施策が講じられている。

一方産業的に見た場合、米国とともに世界の二大ゴルフ大国の一角を構成する日本では、多くのゴルフ関連団体が存在するものの、各団体の産業レベルでの連携は遅れており、その活動も個々の領域で実施されているケースが多いため、米国のような戦略的な市場対応ができず、市場の低迷が長期化する要因となっている。

国民の余暇・レジャーに対する消費の低迷、生活者の価値観と志向の変化、他のレジャー産業との競合の拡大等が顕在化する現状で、ゴルフ産業の活性化を実現するためには、ゴルフ関連団体の連携を円滑化させ、ゴルフ産業界が一体となって「ゴルフの新しい魅力」を社会にアピールできるような機能を持つ、「司令塔」の創設が大きな課題となる。

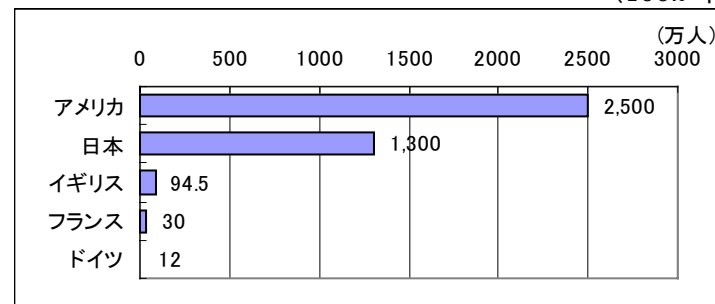
図表9 今回の検討に参加したゴルフ関連 5 団体

(平成 14 年末現在)

名称(略称)	設立	会員数
(財)日本ゴルフ協会(JGA)	大正13年	正会員1,597倶楽部、個人会員1,701名、ジュニア会員6,487名
(社)日本ゴルフ場事業協会(NGK)	昭和46年	248コース
(社)日本パブリックゴルフ場事業協会(PGS)	平成6年	正会員78コース
(社)日本ゴルフ用品協会(JGGA)	昭和57年	正会員497社
(社)全日本ゴルフ練習場連盟(JGRA)	平成3年	会員832場 ジュニア登録者数 3,851名

図表10 世界の主な国におけるゴルフ人口

(1992 年)



資料：一季出版

●アメリカ NGF(National Golf Foundation)

アメリカの NGF(National Golf Foundation:米国ゴルフ財団)は、1936 年にゴルフ界とスポーツ関連企業約 500 社の基金で設立されたもので、ゴルフ界最大のシンクタンク機能を有し、ゴルフ関連の調査、ゴルファー指導育成に関するプログラムの研究開発、ゴルフ場開発等を行なっている。

II. 問題点解決への提言『求められる3つの視点と5つの対策』

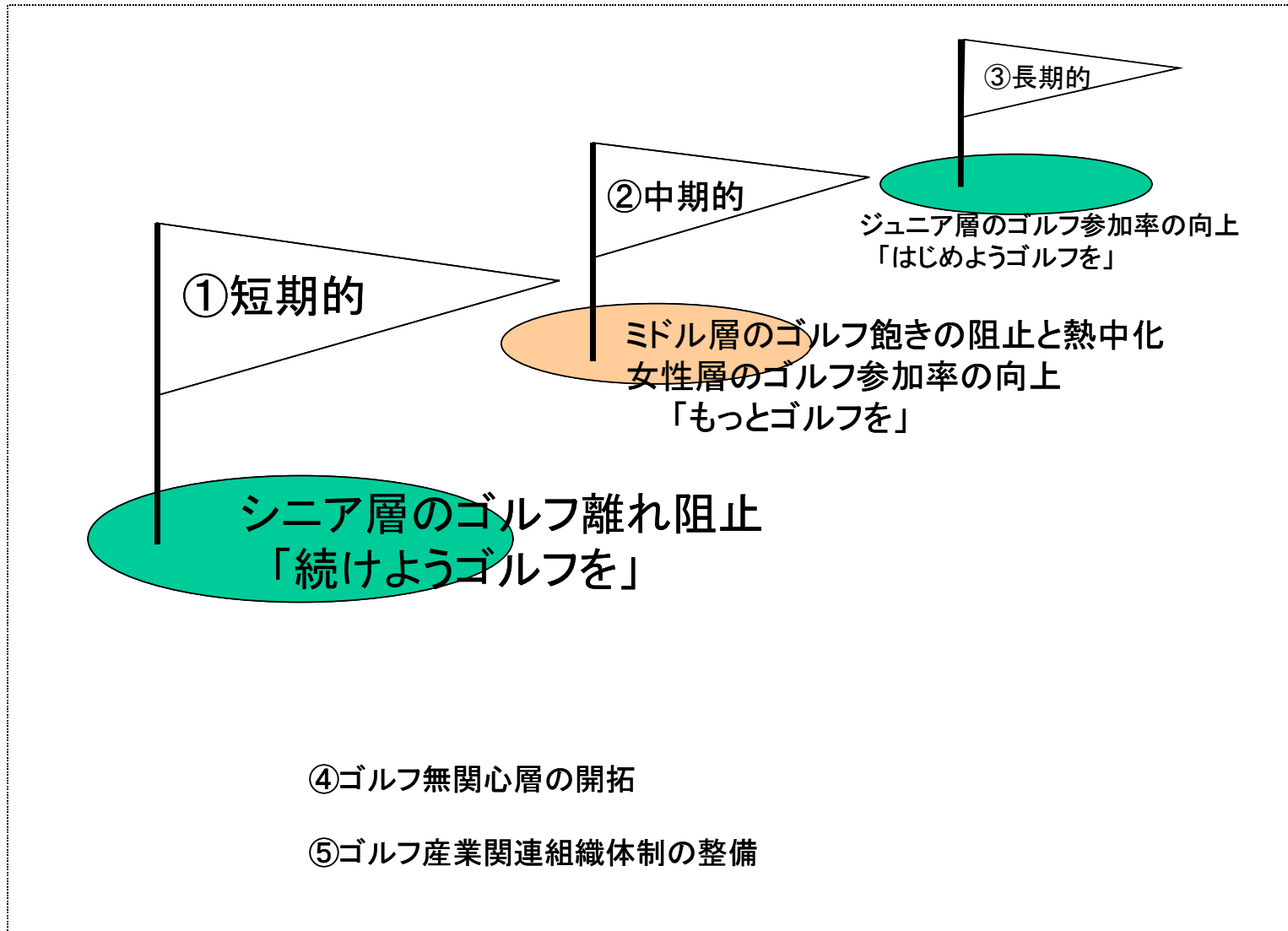
今後、ゴルフ産業の活性化を実現していくためには、以下の3つの視点に立った、最適な対策を検討することが重要な課題となる。

- (1)時間軸 : 短期(すぐにやらなければならないこと)、中期・長期(時間をかけ取り組むこと)にわけて対応課題を整理し、優先順位を明確にして対策を検討すること。
- (2)ターゲット軸 : シニア、ミドル、女性層、ジュニアの各層に分けて個別対策を検討すること。またゴルフへの関心度により、コア層、一般層、新規参加層、無関心層に分けた最適対策を検討すること。
- (3)実施主体の軸 : 個別企業対応課題、個別組織対応課題、ゴルフ産業界対応課題、ゴルフ界全体での対応課題等を整理し、それぞれ最適な対策を検討すること。

具体的には、以下の5つの対策を各組織と傘下の個別企業が連携して展開していくことが必要である。

- (1)シニア層対策 ⇒ 『 既存シニアゴルファー層のゴルフ離れの阻止 』
- (2)ミドル層対策 ⇒ 『 既存ミドルゴルファー層のゴルフ飽きの阻止と熱中化 』
- (3)女性層対策 ⇒ 『 女性ゴルファーの開拓とゴルフ参加率の向上 』
- (4)ジュニア層対策 ⇒ 『 ジュニア層のゴルフへの参加推進と参加率の向上 』
- (5)ゴルフ無関心層対策 ⇒ 『 新しいゴルフの魅力創造によるゴルフへの関心の喚起 』

以上5つの層別の対策を総括して実効性を持たせるためには、ゴルフ産業全体の推進役となる関連組織づくりと体制の整備も特に重要である。



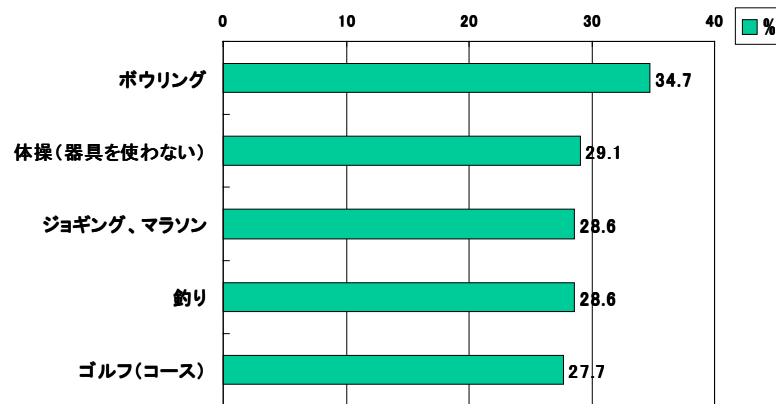
(1)「続けようゴルフを」:シニアゴルファーのリタイアを一人でも少なく

ゴルフ市場高成長の原動力となってきた、「団塊の世代」も既に50代半ばである。この世代は今後定年退職によるビジネスリタイア期を迎えるが、それに伴いゴルフリタイア拡大の懸念も高まっている。ゴルフオンリー族(余暇消費の時間と費用の大半をゴルフにつぎ込む)とも称すべきこの層のゴルフリタイアは、ゴルフ産業界に深刻な打撃を与えることになる。

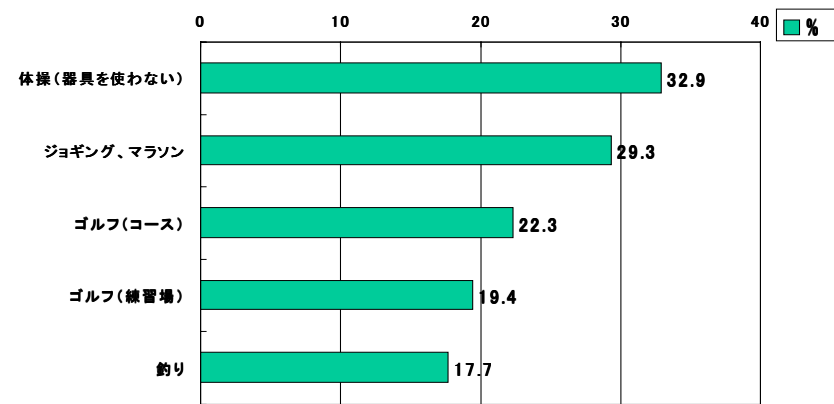
高齢社会を迎え、既に他の多くの業界ではシニア世代を対象としたマーケティング的対応に取り組んでいるが、その影響を大きく受けるゴルフ産業界では、対応が著しく遅れている。従来の『男性・アダルト・ビジネス・ステイタス』型ゴルフに変わる、プライベートな動機の提案を早急に検討し、シニア層が定年退職後もゴルフを継続できる環境を整備することが急務となっている。それは「安・近・短・楽」と「夫婦共楽」を機軸とする、ゴルフ環境の醸成が鍵となる。

ゴルフは高齢になっても楽しむことができるスポーツであり、シニアの健康の維持・増進と結びつけたサービスを付加する等、新たな発想による取り組みができれば、実現は十分可能である。

図表11 50代男性がこの1年間で行ったスポーツ



図表12 60代以上の男性がこの1年間で行ったスポーツ



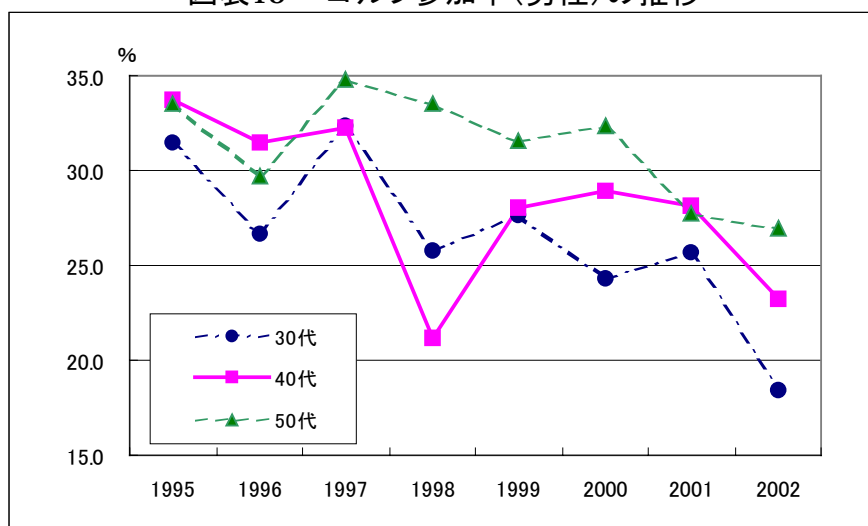
資料:「レジャー白書 2002」(財)自由時間デザイン協会

(2)「もっとゴルフを」:ミドル層ゴルファーの活動率と女性層のゴルフ参加率を高めよう

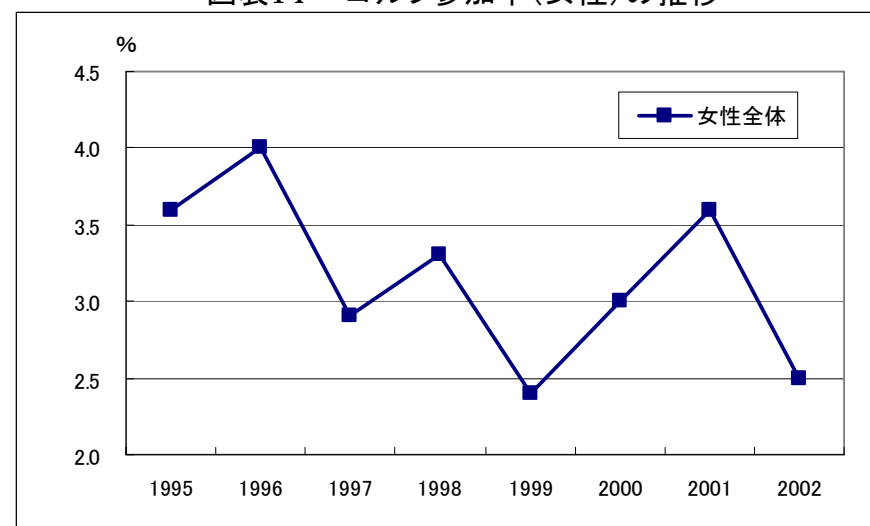
かつてゴルフ人口構造の中核を成していた30代・40代の層で、参加率と活動率の低下が顕著になっている。レジャーの多様化を背景としたゴルフの社会的ポジションの低下、社交接待ゴルフ需要の減少、可処分所得の縮小、失業率の上昇等がその要因と考えられる。

この世代は今後長期的にゴルフ産業を支え、ゴルフ人口とゴルフ産業の拡大を図るための中核となる最も重要な顧客層である。その行動特性としてあげられるのが、家族を基盤とした活動と、購買意思の決定に対する女性の影響力の強さである。したがって「ゴルフ飽き・ゴルフ離れ」を阻止し、新たな需要を拡大するためには、既存の「男性中心のゴルフ様式」からの脱皮と、女性と家族が参加し楽しめる、地域社会密着型の新しいゴルフの創造と提案が必要となる。

図表13 ゴルフ参加率(男性)の推移



図表14 ゴルフ参加率(女性)の推移

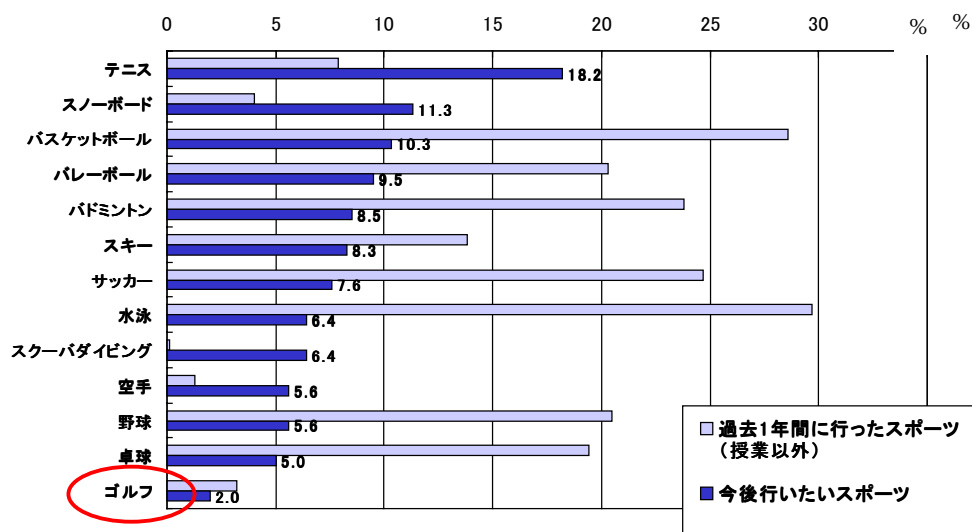


資料:(財)自由時間デザイン協会

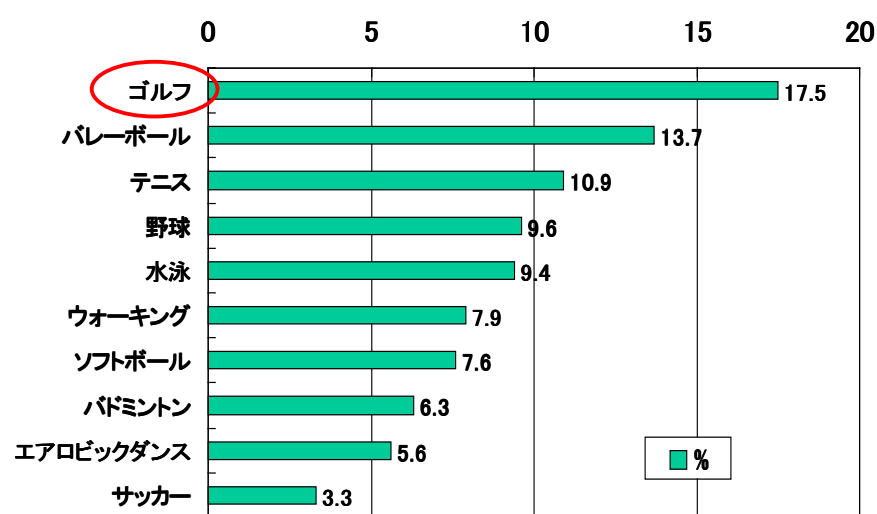
(3)「始めようゴルフを」:ジュニア層対策の強化

長期的な視点からゴルフ産業の活性化を考えると、ジュニア層対策も重要な課題となる。現在10代のゴルフに対する関心はかなり低いですが、その背景には、他のスポーツに比べ、身近にゴルフと触れ合う機会が少なく、また費用が高いといった環境の悪さがあると思われる。一方保護者が行っているスポーツはゴルフが一番であるため、子供たちが参加しやすい環境を醸成すれば、ジュニアの参加率を上昇させることは可能であると推測される。それには、学校教育の場にゴルフを取り入れることや、費用面の軽減と支援を推進するため、ゴルフ関係者の一体となった施策の展開が必要となる。米国では、「ゴルフを通じてよき市民を育成する」をテーマに掲げた、『ファーストティー制度』(ジュニアを対象に無料または低料金でゴルフを教え、親しんでもらう制度)の展開が成果をあげ、ジュニアゴルファー人口が増加し始めている。

図表15 10代(10～19歳)が最近行ったスポーツ・今後行いたいスポーツ



図表16 10代の保護者が行っているスポーツ



資料: 青少年のスポーツライフ・データ 2002 (SSF 笹川スポーツ財団)

III. 対応の具体化：『ゴルフ産業活性化に向けた5つのプログラム』

ゴルフ産業活性化の実現に向けて、以下に(1)～(5)の層別対策プログラムと、その具体例を示した。それら例示した施策や、本検討会参加各団体から提案された各団体ごとの施策(別紙添付資料で示した)を展開するには、行動視点を統一した各団体の連携と、局面打開への強い意思が必要となる。

(1)シニア層対策プログラム

健康増進プログラムの検討と導入

健康意識の高いシニア層のニーズに応え、ゴルフ場や練習場において健康管理サービスを提供することや、医療機関と連携した健康診断・健康増進プログラムを提供する等、シニア向け健康サービスの充実を図る。またゴルフと健康増進との相関関係を科学的に検証し、その結果をPRすることにより、シニア層のゴルフ継続と参加を促進する。

夫婦趣味同化へのゴルフの導入

50代男性は、4人に1人以上がゴルフをしているが、その妻がゴルフをしている率は、16人に1人以下となる。そして定年退職を迎えた夫婦の大部分は、夫婦共通の趣味を持つことを希望するが、その場合妻の側がイニシアティブを握るケースが多い。そのため定年退職によるシニアゴルファーリタイアが、急激に進み始めた。これを阻止するには、50代女性のゴルフ参加率の向上が絶対条件となるが、そのためには新たなゴルフの魅力と参加動機の創造が必要となる。

シニア向け各種イベントの充実

これまでゴルフ産業の中核を担ってきたシニアゴルファーが、できるだけ長くゴルフを続けていけるような、シニア向けのイベントを積極的に導入していくことが重要である。既にシニア向けのトーナメント、ゴルフ場利用料金割引制度等が一部で導入されているが、関係団体が連携することにより、より魅力的なイベントの実施が可能となる。

世代間ブリッジ型イベントの開発

シニア・ミドル・女性・ジュニアの各層別対策を個別に実施するのではなく、三世代が一緒に楽しむことができるゴルフならではの特性を活用し、「世代間ブリッジ型イベント」を企画し、シニア層ゴルファーのリタイア防止と、ゴルフ需要の拡大に取り組むことも産業活性化の有効な手段となる。例えば「シニア&ジュニア」での来場者に対する割引特典の付与、「一家三世代」から成るチームによる競技会の開催等もその一案となるであろう。

(2) ミドル層・女性層対策プログラム

ゴルファー登録制度の導入による特典の付与

登録したジュニアゴルファーに、練習場やゴルフ場における利用料金の割引等の恩典を与える、ジュニア育成システム「ジュニアゴルファー登録制度」を参考にして、登録したミドル層・女性層ゴルファーに対して参加各ゴルフ団体が協力して各種の特典を付与する、新たな「ゴルファー登録制度」の導入実現に向けた検討を行う。

ゴルファーズセンターの創設

一定の基準を満たしたゴルフ練習場を、「ゴルファーズセンター」として認定する制度を導入する。認定を受けた「ゴルファーズセンター」では顧客を登録し、総合的なゴルフアドバイスや、ジュニア・シニア・女性ゴルファーを対象に、ゴルフ文化の伝播やマナー講座の開講等のきめ細かな指導を実施する。さらに住空間にないゴルフ場のクラブライフ機能を補完し、「質の高いゴルフ文化と楽しさを地域に定着化する活動拠点、総合施設」の確立を目指す。

地域に密着したゴルフ大会の充実

(財)日本ゴルフ協会公認ハンディキャップを、参加各団体も取り上げながらその普及を図り、これを統ルールとして活用した地域ブロックレベルでの多様化したゴルフ大会を実施する。地域行政の長による顕彰制度の充実や、プロ・アマ競技会などのイベントを充実させることにより、一般ゴルファーのプレー意欲と、楽しみを向上させる。

(3)ジュニア層対策プログラム

ゴルフの教育現場でのイニシアティブ強化

わが国においてゴルフを「国民的スポーツ」として普及させていくためには、学校教育を通じた触れ合いの場を拡大し、若い頃からゴルフに親しむ環境を作っていくことが重要な条件となる。

それには、ゴルフを授業やクラブ活動へ導入できる環境の実現に向けて、学校や教育委員会等に働きかけていくことや、信頼されるゴルフ教育者の育成、地域ゴルフ施設と学校との連携、ゴルフ用品の提供等の推進が必要となる。

また一定の基準を満たす各地のゴルフ練習場を「ジュニアゴルファーズセンター」として認定し、日本ジュニアゴルファー育成協議会の認定を受けた「ゴルフライフコンダクター」によるジュニアの指導育成、用具の貸し出し等を行うとともに、各地のゴルフ場とも提携し、コースでの体験を促進していくことが、より効果を高めることになる。

「ジュニア育成ファンド」の創設と有効活用

日本ジュニアゴルファー育成協議会では、ジュニア育成活動の資金となる「ファンド」の創設に向け、企業やゴルファーからの寄付、行政からの助成金等の支援を拡大する活動を開始している。埼玉県では国体の開催を背景として、一般ゴルファーからジュニア育成資金の寄付を求める活動も始まっているが、この方式を全国に普及していくことも、ゴルフ市場活性化への大きな原動力となるはずである。

ジュニア育成活動の統一

ゴルフ市場・ゴルフ産業の将来を考えたとき、健全なジュニアゴルファーの育成が重要な課題であることは、ゴルフ関係者の誰もが認識している。ところが現在のジュニア育成活動は、まさに司令塔なき迷走状態にあり、個々の公的組織や団体、さらにNPO組織が独自の活動を展開しているため、非常に無駄が多く成果が上がっていない。このような状況を打開するために、ゴルフ関連10団体で構成する「日本ジュニアゴルファー育成協議会」に全ての資源(人材、ノウハウ、資金、情報等)を結集し、理念と目標を統一した上での活動展開が必要となっている。

(4)ゴルフイベントの充実に向けてのプログラム

ジャパンゴルフフェアの一層の充実

各業界団体がより緊密に連携して、ジャパンゴルフフェアの活性化支援に取り組む。具体的には、より多くのゴルフファンを動員できるよう、著名プロの参加による「プロゴルファー感謝デー」やレッスン会の充実、有名人を集めたゴルフ座談会などの多様なイベントの実施が考えられる。また業界関係者が一堂に会し、ゴルフ産業活性化討議の場となる、「ゴルフフォーラム」や「シンポジウム」の開催に取り組むことも、有効な手段となる。

異業種連携イベントの企画展開

平成13年から、(財)日本ゴルフ協会の提案で、8月1日～7日を「ゴルフウイーク」と定め活動が展開されているが、ゴルフ界全体のイベントになっていない。その他、5月24日の「ゴルフ場記念日」、5月28日の「ゴルフの日」も定められているが、普及していない。このような状況を打開するには、5月末の1週間、8月上旬の1週間を含め、現存の「ゴルフウイーク」を統一し、各団体、各事業者における行事や割引を集中化し、広報効果を高めることも検討すべきである。さらに他のスポーツ団体や、レジャー関連業種と提携したイベントも、よりインパクトを強める効果が期待できる。

いずれにしても不特定多数を対象とするイベントは、個々の組織や事業所での対応では効果は弱いため、より多くの関係者の結集による対応が成否の鍵を握っていると思われる。さらに重要なことは、ばら撒き型イベントにならないように、明確な目標選定と展開プログラムの策定も、重要な課題となる。

(5)ゴルフ市場活性化機構(日本版NGF)設立に向けてのプログラム

本検討会では、ゴルフ市場活性化に向けて参加ゴルフ団体が連携して取り組むべき課題を明確にした上で、具体的な行動指針も策定した。今後本検討会に参加した各ゴルフ関連団体は、本報告書に盛り込まれた取り組みを着実に実施しながら、さらにゴルフ市場活性化への取り組みを強力に推進していくために、社会環境変化、生活者の志向変化、ゴルフ市場の動向調査、長期的動向予測等に関する調査研究と提言、その実現に必要な市場戦略やアクションプランの立案に継続的に取り組むことができる、「ゴルフ市場活性化機構」(仮称)の設立が、重要な課題となる。

(別紙:今後取り組むべき各団体の提案施策例。14 頁参照)

◆ シニア層対象プログラム

- ・多様化したハンディキャップ制度の普及
- ・多様化したトーナメントの開催
- ・夫婦共楽型ゴルフの創造

◆ ミドル層・女性層対象プログラム

- ・golfer登録制度構想の実現
- ・地域密着型競技会の拡大
- ・経済産業大臣杯の拡大と活用
- ・ゴルフパスポート構想の実現 : 加盟ゴルフ場間の会員相互優遇化、用品業界、練習場業界ともタイアップ
- ・ジャパングolfフェアの拡大
- ・golferズセンター構想の実現 : 地域コミュニケーション機能の強化
- ・次世代型ゴルフ場構想の検討

◆ ジュニア層対象プログラム

- ・golferライフコンダクターの開拓育成
- ・ジュニア育成ファンドの設立
- ・ジュニア層の行動実態調査実施
- ・高ゴ連への助成金、ポスター配布
- ・ゴルフ場への積極的な受け入れ
- ・ジュニア用クラブセットの貸与
- ・ジュニア育成活動の強化(登録制度は展開中、ジュニアバッチテスト制度の検討)

このレポートに関するお問い合わせは:

経済産業省サービス産業課	TEL:03-3501-1511
財団法人日本ゴルフ協会	TEL:03-3215-0003
社団法人日本ゴルフ場事業協会	TEL:03-3864-6701
社団法人日本パブリックゴルフ場事業協会	TEL:03-3563-2388
社団法人日本ゴルフ用品協会	TEL:03-3832-8589
社団法人全日本ゴルフ練習場連盟	TEL:03-3486-0753