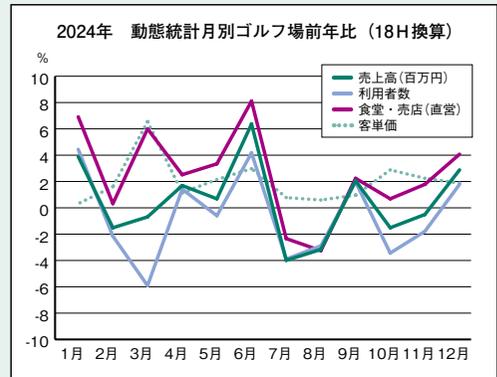
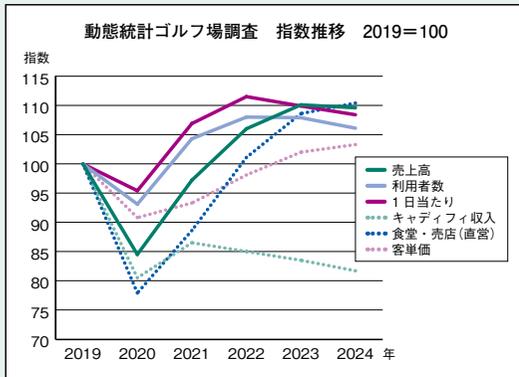


24年のゴルフ場動態統計と 個人及び都市別消費動向

～動態統計と家計調査から～



2024年の年間の統計・調査資料が続々発表された。

本号第一特集のゴルフ場企業決算は半年から1年前の業績が中心だが、24年の統計では物価高騰や夏季の猛暑の影響がより現われている。

経済産業省のサービス産業動態統計で集計されたゴルフ場の24年業績は、利用者数、売上高が減りつつも、高いプレー単価やレストラン部門の売上高増加があつて、22年のピーク時とも遜色ない売上で、ゴルフ場の稼働状況も高水準を維持している。懸念されるのは、前の特集で現れていた経費の増加で、プレー料金等を値上げしても高いプレー需要を吸収して定着するのかが肝心なところ。

2月下旬には、日銀の金利引き上げや米トランプ政権の施策もあり円ドル相場が一時150円を下回る円高になり、コロナ禍で進んだ物価高騰等が変化するのにも注目される。

家計調査による消費動向も併せて紹介したい。

24年G場動態統計、利用者数2・3%減、売上高1・1%減

まずは経済産業省の「特定サービス産業動態統計」よりゴルフ場の2024年年間統計から紹介したい。

同統計によると、集計対象ゴルフ場（経済産業局所在の8都道府県のゴルフ場、18H換算で約250コース）の24年利用者は102万6千人で前年同比2・3%の減少となり、23年の1・2%減に続き2年連続の減少。21年10・7%増、22年2・6%増で2022年がピークを形成した形となった。

一方24年の売上高は1046億07百万円で前年比1・1%の減少となり、新型コロナ感染症流行初期で17・3%もの大幅減となった2020年以來、4年振りのマイナスとなった。

同統計に基づき算出した24年ゴルフ場利用者客単価は1万194円（19年比3・3%増）となり、コロナ前の2019年

動態統計ゴルフ場調査推移（18H換算や増減率は本誌算出）

経済産業省サービス産業動態統計調査

18ホール換算	2010	2011	2019	2020	2021	2022	2023	2024	前年比	2019年比
売上高合計（百万円）	385.0	371.0	388.3	328.3	377.5	411.4	427.4	425.5	-0.4%	9.6%
利用料金収入計	243.9	235.5	261.4	227.8	266.4	293.2	305.3	303.3	-0.6%	16.0%
平日	115.8	117.7	130.1	114.6	135.9	151.2	159.7	157.6	-1.3%	21.2%
土・日祝日	128.2	117.7	131.3	113.2	130.5	142.0	145.6	145.7	0.1%	10.9%
キャディフィ	78.7	76.0	62.2	50.1	53.8	52.9	51.9	50.8	-2.1%	-18.3%
食堂・売店（直営）	62.4	59.6	64.7	50.4	57.3	65.4	70.2	71.3	1.7%	10.4%
利用者数合計（人）	36,844.9	36,568.9	39,334.7	36,620.5	41,009.7	42,471.6	42,443.0	41,740.2	-1.7%	6.1%
会員計	11,575.9	11,154.8	11,384.1	11,994.7	12,857.0	12,689.9	12,335.9	12,028.5	-2.5%	5.7%
平日	4,883.2	4,995.0	4,947.0	5,206.6	5,576.0	5,516.0	5,433.1	5,258.0	-3.2%	6.3%
土・日祝日	6,692.7	6,159.8	6,437.1	6,788.0	7,281.0	7,173.9	6,902.8	6,770.6	-1.9%	5.2%
非会員計	25,269.0	25,414.1	27,950.6	24,625.9	28,152.7	29,781.7	30,107.2	29,711.7	-1.3%	6.3%
平日	14,921.6	15,629.1	17,199.2	15,541.5	17,984.8	19,104.7	19,451.5	19,101.3	-1.8%	11.1%
土・日祝日	10,347.4	9,785.0	10,751.4	9,084.3	10,167.9	10,677.0	10,655.7	10,610.4	-0.4%	-1.3%
1日当たり	119.4	119.8	125.9	120.2	134.6	140.5	138.4	136.6	-1.3%	8.4%
客単価（円）	10,450.2	10,145.5	9,870.6	8,964.0	9,205.6	9,686.8	10,069.5	10,193.7	1.2%	3.3%
従業者数合計（人）	33.8	34.0	38.3	38.5	38.9	39.8	40.6	41.5	2.1%	8.3%
正社員	18.5	18.6	18.6	18.8	18.4	18.1	18.1	18.3	0.8%	-1.7%
パート等	15.3	15.5	19.7	19.6	20.6	21.7	22.5	23.2	3.2%	17.7%
キャディ数（人）	22.2	21.4	17.4	16.5	15.9	15.3	14.7	14.6	-0.5%	-16.2%
18H換算 指数	2010	2011	2019	2020	2021	2022	2023	2024	前年比	2019年比
売上高合計（百万円）	99.2	95.6	100.0	84.5	97.2	106.0	110.1	109.6	-0.4%	9.6%
利用料金収入計	93.3	90.1	100.0	87.2	101.9	112.2	116.8	116.0	-0.6%	16.0%
平日	89.0	90.5	100.0	88.1	104.5	116.2	122.7	121.2	-1.3%	21.2%
土・日祝日	97.6	89.7	100.0	86.2	99.4	108.1	110.9	110.9	0.1%	10.9%
キャディフィ	126.5	122.1	100.0	80.5	86.5	85.0	83.5	81.7	-2.1%	-18.3%
食堂・売店（直営）	96.5	92.2	100.0	77.9	88.6	101.1	108.6	110.4	1.7%	10.4%
利用者数合計（人）	93.7	93.0	100.0	93.1	104.3	108.0	107.9	106.1	-1.7%	6.1%
会員計	101.7	98.0	100.0	105.4	112.9	111.5	108.4	105.7	-2.5%	5.7%
平日	98.7	101.0	100.0	105.2	112.7	111.5	109.8	106.3	-3.2%	6.3%
土・日祝日	104.0	95.7	100.0	105.5	113.1	111.4	107.2	105.2	-1.9%	5.2%
非会員計	90.4	90.9	100.0	88.1	100.7	106.6	107.7	106.3	-1.3%	6.3%
平日	86.8	90.9	100.0	90.4	104.6	111.1	113.1	111.1	-1.8%	11.1%
土・日祝日	96.2	91.0	100.0	84.5	94.6	99.3	99.1	98.7	-0.4%	-1.3%
1日当たり	94.8	95.1	100.0	95.4	106.9	111.5	109.9	108.4	-1.3%	8.4%
客単価（円）	105.9	102.8	100.0	90.8	93.3	98.1	102.0	103.3	1.2%	3.3%
従業者数合計（人）	88.2	88.8	100.0	100.4	101.6	103.9	106.0	108.3	2.1%	8.3%
正社員	99.6	100.1	100.0	101.5	99.0	97.7	97.5	98.3	0.8%	-1.7%
パート等	77.5	78.3	100.0	99.4	104.1	109.7	114.0	117.7	3.2%	17.7%
キャディ数（人）	127.4	122.6	100.0	94.6	91.2	88.0	84.2	83.8	-0.5%	-16.2%

注：動態統計のゴルフ場は8都道府県が対象、年間の18H換算は本誌で各月の平均H数をもとに集計・比較

871円を上回った23年の1万70円を更新し、コロナ禍後の最高額となった。同統計を遡ると、東日本大震災が発生した2011年の1万146円を上回り2010年の1万450円に近付いた。10年以上を経過して東日本大震災以前のレベルに客単価が回復した。

同統計の集計対象ゴルフ場数は、月によって増減があり、客単価には影響しないが、集計数が増えたため売上高等は実態より増えて見える。そこで本誌では過去と比較しやすいように18ホール換算でデータを集計し直し、コロナ禍前の2019年を100として、指数化してみた。

すると24年の18ホール換算売上高は4億26百万円（23年4億27百万円）で前年比0.4%減、コロナ禍前の2019年比較では9.6%の増加となった。東日本大震災以前の2010年は18ホール換算売上高が3億85百万円だったので当時よりも10.5%増えた。利用者数でも前年比は1.7%減だが、19年比は

2024年特定サービス産業動態統計調査・ゴルフ場・ゴルフ練習場・遊園地比較

	ゴルフ場					ゴルフ練習場						遊園地・テーマパーク				
	売上高	増減	客単価	従業者数	1従業者当り売上	売上高	増減	客単価	1打席当り利用者	従業者数	1従業者当り売上	売上高	増減	客単価	従業者数	1従業者当り売上
1月	5,581	3.3	9,903	9,702	575	2,593	▲0.9	1,552	110	4,205	617	60,803	19.5	12,440	47,418	1,282
2月	4,877	▲3.6	9,697	9,644	506	2,546	1.9	1,507	112	4,202	606	64,868	24.3	12,776	47,723	1,359
3月	7,249	▲2.3	10,616	10,086	719	2,890	▲1.1	1,516	126	4,168	693	82,837	4.6	12,244	48,078	1,723
4月	8,868	0.0	9,872	11,841	749	3,008	▲3.4	1,529	130	4,160	723	66,170	1.5	11,957	48,017	1,378
5月	10,675	▲1.1	10,050	11,920	896	3,115	▲1.8	1,511	136	4,168	747	68,989	3.2	11,482	48,849	1,412
6月	10,686	5.0	10,256	11,990	891	2,987	4.4	1,541	128	4,163	718	64,135	9.6	12,659	49,471	1,296
7月	9,704	▲6.2	9,955	12,001	809	2,508	▲7.3	1,496	111	4,169	602	68,412	2.4	12,424	50,305	1,360
8月	8,539	▲5.2	9,608	12,005	711	2,396	▲2.0	1,506	105	4,165	575	74,723	▲6.9	10,292	50,622	1,476
9月	10,522	0.4	10,182	11,986	878	2,755	2.0	1,514	121	4,163	662	69,260	▲1.3	11,951	50,199	1,380
10月	10,575	▲3.1	10,474	12,025	879	2,917	▲4.9	1,494	129	4,161	701	86,928	2.3	13,003	49,967	1,740
11月	9,502	▲1.6	10,811	11,763	808	2,843	▲0.4	1,527	123	4,179	680	88,065	5.0	13,070	50,141	1,756
12月	7,828	2.5	10,819	10,207	767	2,467	▲3.1	1,544	106	4,193	588	91,377	7.3	12,901	50,193	1,821
計	104,607	▲1.1	10,195	10,207	10,249	33,025	▲1.4	1,520	1,442	4,193	7,876	886,566	5.0	12,245	50,193	17,663
10年	93,628	▲3.5	10,450	8,220	11,390	35,625	▲7.8	1,599	1,479	3,891	9,156	462,602	5.5	6,637	33,894	13,648
11年	89,111	▲4.8	10,145	8,176	10,899	32,693	▲8.2	1,560	1,383	3,867	8,454	430,166	▲7.0	6,761	34,183	12,584
12年	92,413	3.2	10,072	8,212	11,253	32,311	▲1.2	1,570	1,374	3,752	8,612	500,350	16.3	6,986	35,200	14,214
13年	92,961	0.6	9,953	8,283	11,223	31,499	▲2.5	1,557	1,368	3,744	8,413	570,533	14.0	7,495	35,914	15,886
14年	93,305	▲0.8	9,906	8,498	10,980	30,853	▲2.1	1,566	1,360	3,633	8,492	606,143	6.2	7,729	38,080	15,918
15年	95,010	1.3	9,848	8,490	11,191	30,772	▲0.3	1,559	1,380	3,609	8,526	656,033	8.3	8,051	39,360	16,668
16年	92,593	▲2.5	9,858	8,600	10,767	30,520	▲0.8	1,550	1,379	3,646	8,371	658,194	▲0.3	8,187	40,040	16,438
17年	92,161	0.1	9,839	8,749	10,534	30,314	▲0.9	1,529	1,396	3,448	8,792	683,291	3.8	8,682	40,825	16,737
18年	88,832	▲4.6	9,952	8,895	9,987	28,785	▲5.3	1,501	1,364	3,512	8,196	711,396	4.1	8,971	43,033	16,531
19年	91,758	3.3	9,871	9,056	10,132	29,103	1.6	1,492	1,387	3,454	8,426	718,416	1.0	9,041	44,541	16,129
20年	79,892	▲17.3	8,964	9,361	8,535	30,951	▲1.3	1,454	1,374	3,953	7,830	263,823	▲63.3	8,407	38,304	6,888
21年	94,427	14.3	9,206	9,740	9,695	36,840	12.8	1,470	1,612	4,098	8,990	305,504	15.8	9,055	36,868	8,286
22年	102,014	8.5	9,687	9,873	10,333	36,166	▲1.8	1,483	1,570	4,134	8,748	600,014	97.2	10,405	40,934	14,658
23年	105,777	2.8	10,172	9,929	10,653	33,480	▲7.7	1,489	1,483	4,199	7,973	844,131	40.7	11,651	47,638	17,720
24年	104,607	▲1.1	10,195	10,207	10,249	33,025	▲1.4	1,520	1,443	4,193	7,876	886,566	5.0	12,245	50,193	17,663
19年比	12,849	14.0%	3.3%	12.7%	1.1%	3,922	13.5%	1.8%	4.0%	21.4%	-6.5%	168,150	23.4%	35.4%	12.7%	9.5%

売上高単位は百万円、客単価（売上高/利用者数）は円、1従業者当たりは万円単位で本誌集計の参考値。一部数値に変更が生じ不連続が生じている

6・1%増、10年比は13・3%増と好調を持続している。2010年と比べると、ゴルフ場運営の変遷もわかる。ゴルフ場売上高は前述通り19年比が9・6%増で、10年比の9・5%増と変わらないが、コロナ禍を契機に急激に回復している。ただしキャデファイ収入が19年比18・3%減、10年比54・8%減と、キャディ人数を含めコロナ禍でも大きく減少し、セル

フレール比率が大きく伸びたのがわかる。利用料金収入は19年比16・0%増、10年比19・6%増で、特に平日は19年比21・1%増、10年比26・6%増とかなり伸びた。非会員でも利用者数が平日で19年比11・0%増、10年比21・9%増と伸びており、団塊の世代等が非課税化したことや、生活習慣の変化で平日の利用が大きく伸びた。コロナ禍初期は会員がホームコース利用に集中し利用者数をけん引したが、行動の多様化で会員利用も分散化している。

一方、従業者数は正社員が19年比1・7%減、10年比1・4%減と漸減したがパート等が17・8%増、34・2%増と増え従業者数を補っている。またキャディ人数は19年比16・3%減、10年比52・2%減と減少した。コロナ禍を契機にゴルフ場は2022年に1日当たりの利用者数が140・5人でピークとなり、24年は136・5人と3・1ポイント減少した。24年は夏季の猛暑など天候不順の日が

二人以上世帯の年間収入五分位階級別ゴルフ用具・ゴルフプレー料金

	五分位	年間収入	13年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	増減	率	対19年比	率	対13年比	率
ゴルフプレー料金	平均	平均	9,896	9,340	7,850	7,890	8,366	11,377	9,564	▲1,813	-15.9%	224	2.4%	▲332	-3.4%
	I	～336万円未満	4,399	3,314	4,203	4,332	4,936	7,045	5,985	▲1,060	-15.0%	2,671	80.6%	1,586	36.1%
	II	336～480万円未満	8,639	9,006	6,401	5,688	7,960	11,135	10,675	▲460	-4.1%	1,669	18.5%	2,036	23.6%
	III	480～648万円未満	8,170	7,903	6,850	6,489	7,029	12,445	8,449	▲3,996	-32.1%	546	6.9%	279	3.4%
	IV	648～885万円未満	7,632	8,221	7,273	6,477	6,219	8,005	8,237	232	2.9%	16	0.2%	605	7.9%
	V	885万円以上	20,641	18,254	14,524	16,463	15,687	18,252	14,477	▲3,775	-20.7%	▲3,777	-20.7%	▲6,164	-29.9%
ゴルフ用具	平均	平均	1,083	1,268	1,144	1,635	1,269	1,467	1,267	▲200	-13.6%	▲1	-0.1%	184	17.0%
	I	～336万円未満	795	150	207	443	257	242	254	12	5.0%	104	69.3%	▲541	-68.1%
	II	336～480万円未満	561	407	896	525	868	909	696	▲213	-23.4%	289	71.0%	135	24.1%
	III	480～648万円未満	484	1,132	918	767	865	1,018	559	▲459	-45.1%	▲573	-50.6%	75	15.5%
	IV	648～885万円未満	1,053	1,413	728	1,839	1,240	1,348	893	▲455	-33.8%	▲520	-36.8%	▲160	-15.2%
	V	885万円以上	2,523	3,237	2,971	4,599	3,117	3,820	3,933	113	3.0%	696	21.5%	1,410	55.9%
遊園地入場・乗物代	平均	平均	2,396	3,137	1,055	1,252	2,499	2,990	3,415	425	14.2%	278	8.9%	1,019	42.5%
	I	～336万円未満	674	354	139	233	472	466	314	▲152	-32.6%	▲40	-11.3%	▲360	-53.4%
	II	336～480万円未満	1,447	1,313	330	447	838	1,411	959	▲452	-32.0%	▲354	-27.0%	▲488	-33.7%
	III	480～648万円未満	2,338	3,025	1,033	1,198	2,037	2,672	3,042	370	13.8%	17	0.6%	704	30.1%
	IV	648～885万円未満	3,429	4,717	1,112	1,593	3,192	4,295	5,651	1,356	31.6%	934	19.8%	2,222	64.8%
	V	885万円以上	4,092	6,277	2,660	2,791	5,957	6,107	7,107	1,000	16.4%	830	13.2%	3,015	73.7%

総務省統計局家計調査 4-3 年間収入五分位階級別 (全国二人以上世帯、年収額の区分は24年、毎年若干増加傾向) 1世帯当たり 金額は円

二人以上世帯の年間収入五分位階級別 24年主な品目の増減

五分位	世帯数	全体消費	率	食料	率	外食	率	米	率	腕時計	率	婚礼関係費	率
平均	7,237	3,602,915	2.1%	1,079,228	3.9%	187,598	8.0%	27,196	33.3%	1,965	114.8%	3,195	114.8%
I	1,547	2,459,096	2.2%	845,373	3.5%	77,571	1.2%	27,113	33.0%	262	-18.9%	340	-18.9%
II	1,479	3,107,894	2.9%	1,014,737	5.3%	130,294	7.2%	27,875	31.9%	829	148.9%	1,344	148.9%
III	1,407	3,377,546	0.6%	1,042,369	3.7%	176,574	9.2%	26,986	37.4%	576	-24.5%	2,063	-24.5%
IV	1,456	3,899,195	1.1%	1,122,607	3.0%	222,244	10.2%	26,090	27.9%	1,238	5.1%	5,275	5.1%
V	1,348	5,170,842	3.4%	1,371,054	4.1%	331,306	8.0%	27,918	36.6%	6,921	249.5%	6,953	249.5%
五分位	世帯主年齢	教育	率	民間家賃	率	仕送り金	率	旅行	率	外国バック旅行費	率	ゴルフプレー料金	率
平均	60.4	140,462	12.0%	80,164	7.5%	67,859	18.8%	102,319	7.0%	9,322	26.7%	9,564	-15.9%
I	72.3	16,952	12.1%	44,893	-3.8%	9,949	-26.2%	45,792	2.1%	4,300	27.5%	5,985	-15.0%
II	67.6	27,613	-0.0%	54,754	-15.9%	22,547	18.3%	83,618	15.0%	7,987	27.4%	10,675	-4.1%
III	57.3	82,272	-8.0%	83,271	-1.3%	34,776	-16.7%	90,399	16.0%	8,290	19.1%	8,449	-32.1%
IV	52.2	191,522	5.6%	108,833	23.4%	82,045	24.8%	93,343	-9.2%	4,501	-47.8%	8,237	2.9%
V	52.5	383,953	22.5%	109,068	23.3%	189,977	30.6%	198,442	10.5%	21,534	86.4%	14,477	-20.7%

総務省統計局家計調査 4-3 年間収入五分位階級別 (全国二人以上世帯) 1世帯当たり 金額は円。世帯数/世帯主年齢等とも五分位共通

比較的多く、新型コロナの5類移行に伴い旅行などゴルフ以外のレジャーへ分散する傾向や、ゴルフ場料金値上げに伴う利用者減も出てきている。売上高は18ホール平均で4億26百万円と高水準だが、第一特集でわかるように人件費や資材・機械、食料品等と物価上昇が続いており、動態統計対象外の地方部ではより経営面で厳しさを迎えているようだ。

コロナ特需の反動で下降局面が続くゴルフ練習場、一方で物価高でも好調が続く遊園地・テーマパークの動向も見ておきたいところだ。

ゴルフ場と遊園地・テーマパークの利用者層を比較

躍進著しい遊園地・テーマパークとゴルフ場の動向を動態統計のほか、家計調査からも見てみたい。

遊園地・テーマパークはコロナ禍で一時休業するなど市場は落ち込んだが、21〜23年に急回復。コロナ禍前を大きく上回り、

客単価もゴルフ場を追い抜いている。従業員数も増えたが、売り上げも伴う好循環だ。遊園地・テーマパークは昨年4月号でも紹介したように、50歳以上の利用が多いゴルフ場に対して、50歳以下に偏っている対の関係にあり、勿論コロナ明けのインバウンドも大いにプラスになつていようが、利用料金が高くなつても若者を引き寄せる魅力を保っているようだ。世のマーケットは顧客ニーズの変化を的確に捉え、魅力的なコンテンツとサービスを提供していると解説している。

家計調査では、

都道府県庁・所在地別ゴルフ関連支出上位
24年支出額ランキング

ゴルフ用具						ゴルフプレー料金							
順	都市	24年		支出額 前年比	3年平均		順	都市	24年		支出額 前年比	3年平均	
		頻度	支出		頻度	支出			頻度	支出		頻度	支出
1	水戸市	48	3,767	56.9%	31	2,412	1	水戸市	347	20,173	52.3%	255	13,871
2	川崎市	14	3,180	210.2%	9	1,472	2	堺市	248	18,260	101.9%	188	13,975
3	福岡市	29	3,008	49.6%	25	1,845	3	奈良市	247	16,791	110.4%	159	10,509
4	名古屋市	20	2,741	202.5%	13	2,476	4	京都市	245	14,956	17.3%	154	11,347
5	岡山市	46	2,549	-25.4%	22	2,000	5	長野市	185	14,523	-11.8%	180	12,953
6	徳島市	5	2,549	-25.4%	5	2,000	6	川崎市	118	14,466	73.1%	78	8,724
7	佐賀市	10	2,530	2711.1%	6	874	7	さいたま市	160	14,434	8.6%	178	15,450
8	高知市	21	2,328	49.4%	16	1,312	8	広島市	234	13,856	279.5%	121	8,262
9	宇都宮市	19	1,998	34.4%	23	1,859	9	東京都区部	122	13,319	-52.9%	191	17,134
10	京都市	18	1,989	1557.5%	11	757	10	静岡市	157	13,207	52.4%	139	11,434

22〜24年 3年平均支出額ランキング

ゴルフ用具						ゴルフプレー料金							
順	都市	24年		支出額 前年比	3年平均		順	都市	24年		支出額 前年比	3年平均	
		頻度	支出		頻度	支出			頻度	支出		頻度	支出
1	金沢市	9	790	-82.0%	22	3,642	1	横浜市	125	13,190	-52.0%	193	17,427
2	堺市	37	1,879	-33.5%	27	2,762	2	東京都区部	122	13,319	-52.9%	191	17,134
3	千葉市	11	1,222	-42.5%	18	2,520	3	さいたま市	160	14,434	8.6%	178	15,450
4	名古屋市	20	2,741	202.5%	13	2,476	4	堺市	248	18,260	101.9%	188	13,975
5	水戸市	48	3,767	56.9%	31	2,412	5	水戸市	347	20,173	52.3%	255	13,871
6	大分市	17	1,219	-70.0%	15	2,199	6	長野市	185	14,523	-11.8%	180	12,953
7	東京都区部	10	1,367	-61.5%	16	2,193	7	千葉市	136	12,975	0.8%	138	12,722
8	岡山市	46	2,549	-25.4%	22	2,000	8	静岡市	157	13,207	52.4%	139	11,434
9	徳島市	5	2,549	-25.4%	5	2,000	9	京都市	245	14,956	17.3%	154	11,347
10	宇都宮市	19	1,998	34.4%	23	1,859	10	津市	107	6,964	-64.5%	172	10,840

本紙注：県庁所在地と政令指定都市、1世帯当たり支出金額

二人以上世帯の年間収入五分位階級別の消費動向も集計しているが、年間世帯収入885万円以上のVグループは24年ゴルフプレー料金消費が大きく減少し、遊園地・テーマパークは大きく伸びた。Vグループの世帯主平均年齢は52・5歳で子供関係の教育や海外を含む旅行などが増えたのだ。Iグループ（72・3歳）やIIグループ（67・6歳）はゴルフプレーの消費は減少したが海外旅行は増えている。24年は人手不足もあって20代中心の若者や60代の所得が増えており、世帯収入1400万円以上のパワーカップル、パワーファミリーはこの10年で倍増の約37万人を数えるそうで、こうした層の需要を取り込む施策が有効となりそうだ。

また家計調査では都市別消費動向もまとめており、良く話題となる「ぎょうざ」（22〜24年の3年平均、全国平均1994円）は浜松市、宮崎市、宇都宮市の順、「中華そば」（7669円）は山形市、新潟市、仙台市の順

であった。「ゴルフプレー料金」の3年平均で見ると、横浜市、東京都港区、さいたま市の順で大都市圏が上位だが、24年は水戸市、堺市、奈良市と近郊にゴルフ場が多く所在する都市が上位を占め、頻度も多かった。つまり、大都市圏や高所得者層のゴルフプレー料金への支出が減り、日常的に回数が多い地方都市が上位にとつてかわったのだ。

それにしても、エングル係数が1981年以来43年振りの高水準となるなど、一般家庭はレジャー消費を抑える傾向が強まる要素も高くなりそうだ。

バブル期前のゴルフ場利用者は、高所得者層が中心だった。それが今や高齢化もあって多くの層に利用されている。

都道府県庁所在地別ゴルフプレー料金支出

家計調査より

	24年と3年平均				24年と3年平均		
	24年	前年比	3年平均		24年	前年比	3年平均
札幌	5,775	16.6%	7,773	津	6,964	-64.5%	10,840
青森	1,576	-79.1%	3,162	大津	8,753	-13.4%	10,402
盛岡	2,415	-73.0%	5,457	京都	14,956	17.3%	11,347
仙台	5,817	224.8%	4,631	大阪	6,912	285.1%	4,156
秋田	9,857	285.9%	4,787	神戸	9,175	17.0%	7,113
山形	7,539	-36.3%	7,030	奈良	16,791	110.4%	10,509
福島	4,586	-4.6%	4,226	和歌山	5,174	22.1%	4,373
水戸	20,173	52.3%	13,871	鳥取	5,360	-22.1%	5,482
宇都宮	11,300	-10.5%	10,815	松江	5,915	38.5%	4,723
前橋	3,680	-70.6%	7,692	岡山	12,064	85.9%	8,036
さいたま	14,434	8.6%	15,450	広島	13,856	279.5%	8,262
千葉	12,975	0.8%	12,722	山口	11,362	53.6%	8,302
東京都区部	13,319	-52.9%	17,134	徳島	5,171	88.8%	7,735
横浜	13,190	-52.0%	17,427	高松	7,276	-10.3%	8,082
新潟	3,450	37.6%	2,739	松山	2,032	1.1%	2,930
富山	1,310	-73.3%	5,176	高知	5,759	-37.1%	6,837
金沢	5,980	-4.6%	10,390	福岡	5,390	-56.9%	9,125
福井	4,728	-24.0%	4,991	佐賀	5,910	65.9%	4,049
甲府	10,698	-12.4%	9,939	長崎	5,849	147.8%	3,318
長野	14,523	-11.8%	12,953	熊本	12,832	43.0%	8,019
岐阜	11,436	103.3%	7,637	大分	6,680	30.9%	7,712
静岡	13,207	52.4%	11,434	宮崎	11,205	48.2%	9,050
名古屋	7,092	-29.9%	8,918	鹿児島	6,114	-10.6%	7,307
川崎市	14,466	73.1%	8,724	那覇	5,968	215.3%	3,915
相模原市	9,383	54.1%	8,456	堺市	18,260	101.9%	13,975
浜松市	7,484	50.5%	7,534	北九州市	3,148	-80.7%	9,141

本誌注：県庁所在地と政令指定都市、1世帯当たり支出金額

ゴルフ場は50歳以下の利用が中心であるテーマパークとも、体験型レジャーという共通点があり、さらに健康志向の高まりやコミュニケーションを通じた交流を図れる利点もある。若者や女性にはSNSを活用したゴルフの魅力や特典の拡散が必要だろうし、高齢者や女性・若者が持続して楽しめる低料金の施策を練習場やスクールなどそれぞれに支持されるよう産業の持続性を高めていきたいところだ。