シーズンを直前に市場は購入希望者や問合せ件数が増加「マイコース」「ホームコース」の取得へ会員志向が高まる

世界経済の不透明感、株価の変動のリズムの乱れなど、会員権市場を取り巻く環境は決して芳しいとは言えない。ただここにきて会員権相場は、こういった周辺環境に影響されず、独自の「自律相場」を形成する構造に変化してきた。

それは、株価との連動説を全面否定するものではないが、会員権の売買が、基本的に「必要か」「不必要か」で動機づけられる様になったと言えるからだ。これはとりもなおさず、会員権がプレー本位で購入されていることを意味し、会員権本来の持つ価値観（本質）が見直されてきたことを物語るものといえよう。

昨年の会員権市場は、常に売り注文が先行する形で推移した。割安感がある優良中堅の人気コースの買い注文は多く見受けられたものの、法人の不要コースの処分など、全体としては活発な動きは見られず、低い状態のままで終始したといえる。

前期は低額コースが多く買われたものの、後期はほとんどの価格帯で売り注文が先行し、特に高額コースの購入の様子見から全体相場を下げる結果となった。ただ、年末には好業績企業などでボーナスの支給額が前年を大きく上回るなど、ボーナス需要という特需効果が出て上昇へのプラスムードが漂った。

28年1月末日時点で、関西の単純平均（184コース）相場は85万円とまだ低い水準となっているものの、好業績の続く法人などでは見直し買いを進めており、早晩、全体相場をけん引する形で上昇リズムへの転換が図られよう。

割安感のある市場は、買い注文の好期が続くも、クラブの雰囲気、会員重視の運営が鍵となる。

割安感の続く市場では、高額クラスや、優良中堅コース、経営の安定した老舗コースに強い買い注文が入り始めている。低額クラスでも都市近郊コースは堅調な相場を保ち、ローカルコースでもレベルの高いコースや利便性・使い勝手の良いリゾートコースが購入の対象となっている。

購入希望が増加傾向にあるのは、会員権価格（名変料を含む総予算）が予算内に入ってきたことが大きく起因しており、会員権価格が手ごろな価格になり、ホームコースをレベルアップするには絶好機である。また月例会や競技会に多く出場して技術の向上を目指したい、ゴルフ仲間と親交を深めたい、メンバーとなって新しい仲間との交流を図りたい、家族でプレーを楽しみたい、ゆったりとクラブライフを楽しみたいなど、プレーに直結した意欲が感じられる。

中でも選別のポイントとなるのは、クラブの雰囲気と健全な運営と経営で安心感のあるクラブであることだ。保有コースを持たないゴルファーも、多くのコースをプレーしてみて、自分の目で確かめたポイントを選択肢の中から絞り込んで、コースの指名買いをしてくるケースが多いのも特徴的だ。また、以前は予算的に手の届かなかったコースが欠員補充で追加募集を行っており、価格的に入会しやすくなったことも応募を増やす要因となっている。多くの選択肢がある中で自分のゴルフライフ、ライフスタイルに合ったコース選びができる環境にあるといえる。

ゴルフ会員権市場を取り巻く経済環境は決して良くないものの、ゴルフ人口は一時の低迷期から脱し少しずつ回復傾向にある。会員権に関心を持ってもらうためにも、ゴルフ仲間との交流で新しい仲間を増やし、本来の会員制クラブの価値が評価されてくる事は喜ばしいことである。

スローながら上昇ムードを描き始めた会員権市場。一部には2月底値という相場環境を先取りする購入も散見される。トップシーズンになると人気コースは、入会希望が集中してなかなか手に入らないこともあるので、早いうちの手当てが必要になるだろう。