

千葉県内のゴルフ場の現状と課題

調査結果 概要版

2026年9月

公益財団法人ひまわりベンチャー育成基金

調査研究部門 千葉経済センター

(調査受託) 株式会社 ちばぎん総合研究所

1. はじめに

本稿における 問題意識

- 千葉県は全国最多のゴルフ場(158施設)を有し、東京圏のゴルフ需要を支える国内有数の「ゴルフ県」である。都心からの良好なアクセス性を背景に発展してきた。
- 一方、ゴルフ人口の減少や利用者の高齢化が進むなか、施設の老朽化や人材確保難、コスト上昇などの課題に直面している。
- 今後も東京圏のゴルフ需要を取り込み、「選ばれるゴルフ場」であるためには何が必要か。

本稿の流れ

- 国内および東京圏、千葉県のゴルフ市場の現状を整理する。
- アンケート調査を通じて、県内ゴルフ場の現状と課題、取り組みを整理する。また、東京圏のゴルファーにおける利用実態やニーズ、満足度などを可視化する。
- 調査結果を踏まえ、千葉県のゴルフ場の今後の方向性を検討する。

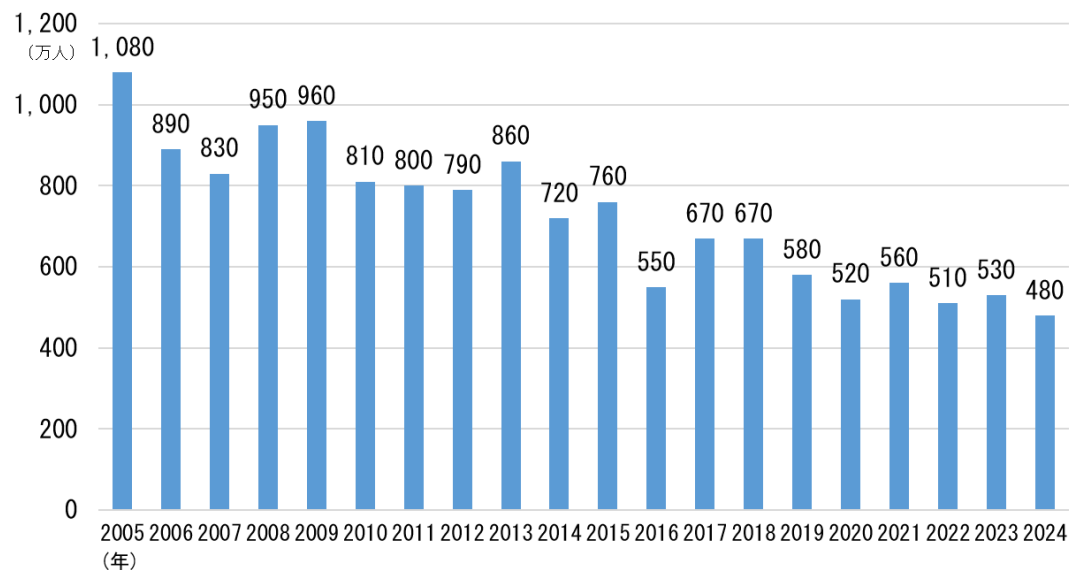
主な調査手法

- 文献調査: レジャー白書、一般社団法人日本ゴルフ場経営者協会、各種統計資料ほか
- ゴルフ場向けアンケート: [対象] 県内ゴルフ場156施設 [時期] 2026年5～6月
- ゴルファー向けアンケート: [対象] 東京圏居住者1,000名 [時期] 2026年5～6月

2-（1）ゴルフ市場の現状：ゴルフ人口は20年で半減

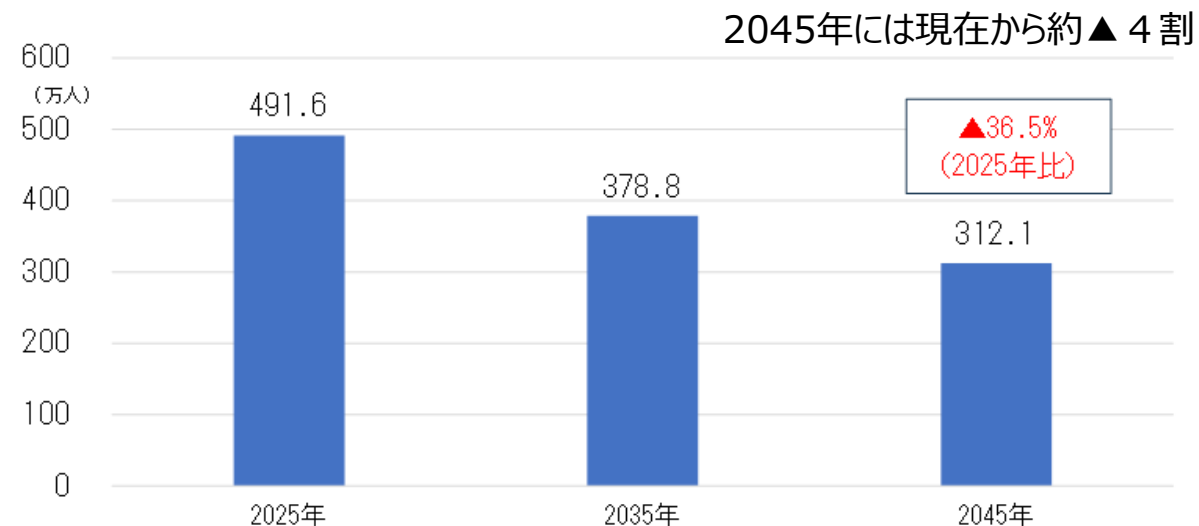
- 日本のゴルフ人口は、2005年の1,080万人から2024年には480万人へと減少し、20年間で半分以下となった。
- 将来推計では、2045年のゴルフ人口は312万人となり、今後も減少が続く見通しである。
- 人口減少や高齢化、レジャーの多様化などを背景に、ゴルフを取り巻く市場環境は変化している。

ゴルフ人口（日本）



出典：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2015、2025」よりちばざん総合研究所が作成。

ゴルフ人口推計（日本）

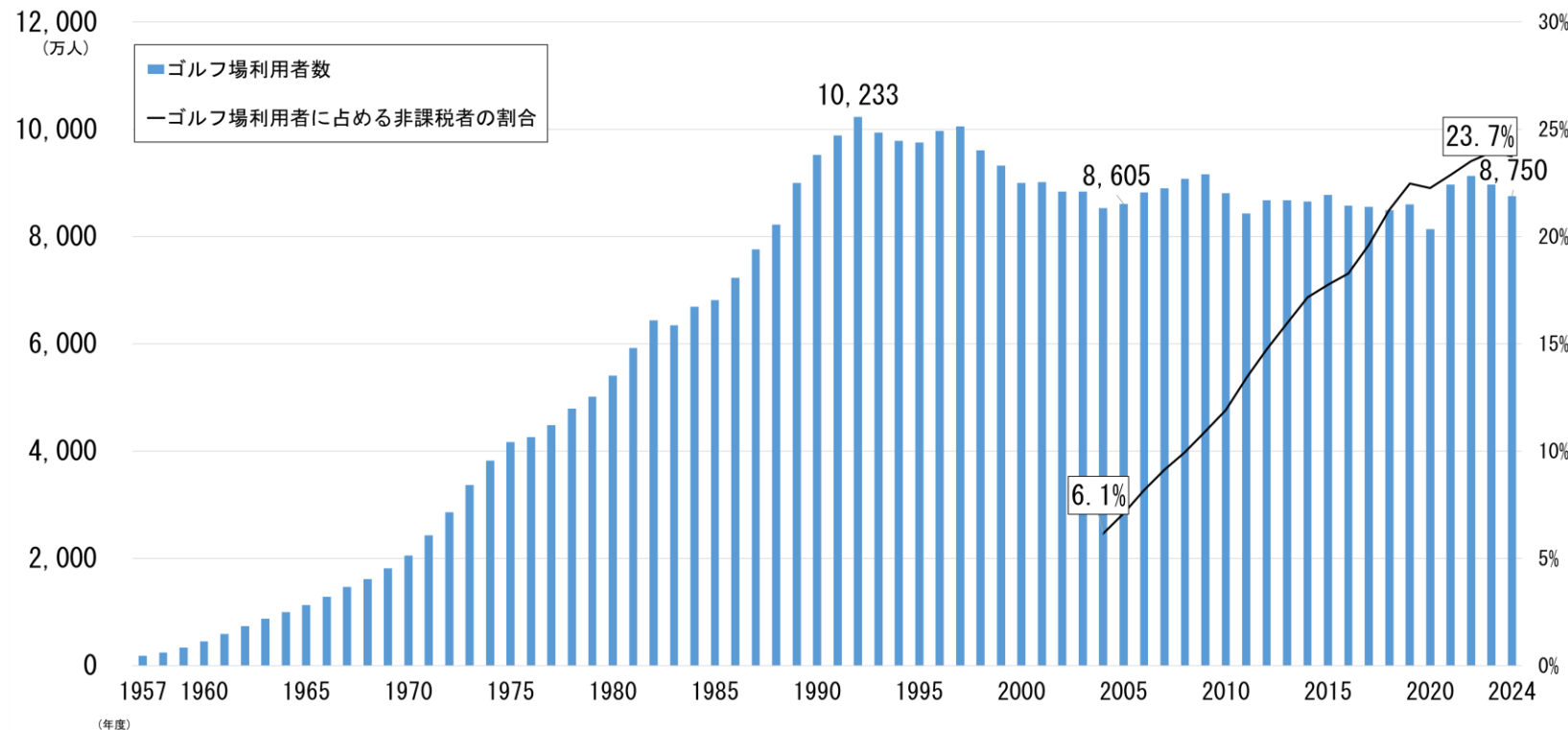


出典：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2005、2015、2025」と国立社会保障・人口問題研究所の「将来人口推計」よりちばざん総合研究所が算出。

2-（2）ゴルフ市場の現状：利用者数は維持されるも高齢化が進む

- ゴルフ人口が大幅に減少する一方、ゴルフ場利用者数は2000年代半ば以降、おおむね横ばい圏で推移している。
- ゴルフ場利用者に占める非課税者の割合は、2004年度の6.1%から2024年度には23.7%まで上昇。
- 既存利用者のプレー頻度が高まっており、利用者の高齢化も進んでいる。

ゴルフ場の利用者数（日本）



非課税利用者割合
6.1%→23.7%

ゴルフ場利用者は、原則としてゴルフ場利用税の納税義務者となる。ただし、18歳未満の者や70歳以上の者、障がい者、国民スポーツ大会等の参加者、学校の教育活動で利用する学生・生徒等は、法律上非課税とされており、**非課税者の大部分は70歳以上の高齢者が占める**といわれている。

出典：一般社団法人日本ゴルフ場経営者協会調べ（<https://golf-ngk.or.jp/>）よりちばぎん総合研究所が作成。

2-（3） 千葉県のゴルフ場の特徴：東京圏の需要の半分を支える

- 東京圏のゴルフ人口も国全体同様、今後減少が見込まれる。ただし、日本と比べてマイルド。
- ゴルフ場利用者数は1,500万人台を維持しており、需要は底堅く推移している。
- 東京圏のゴルフ場利用者の約半数が千葉県のゴルフ場を利用しており、千葉県は東京圏需要を支える中核的な存在。

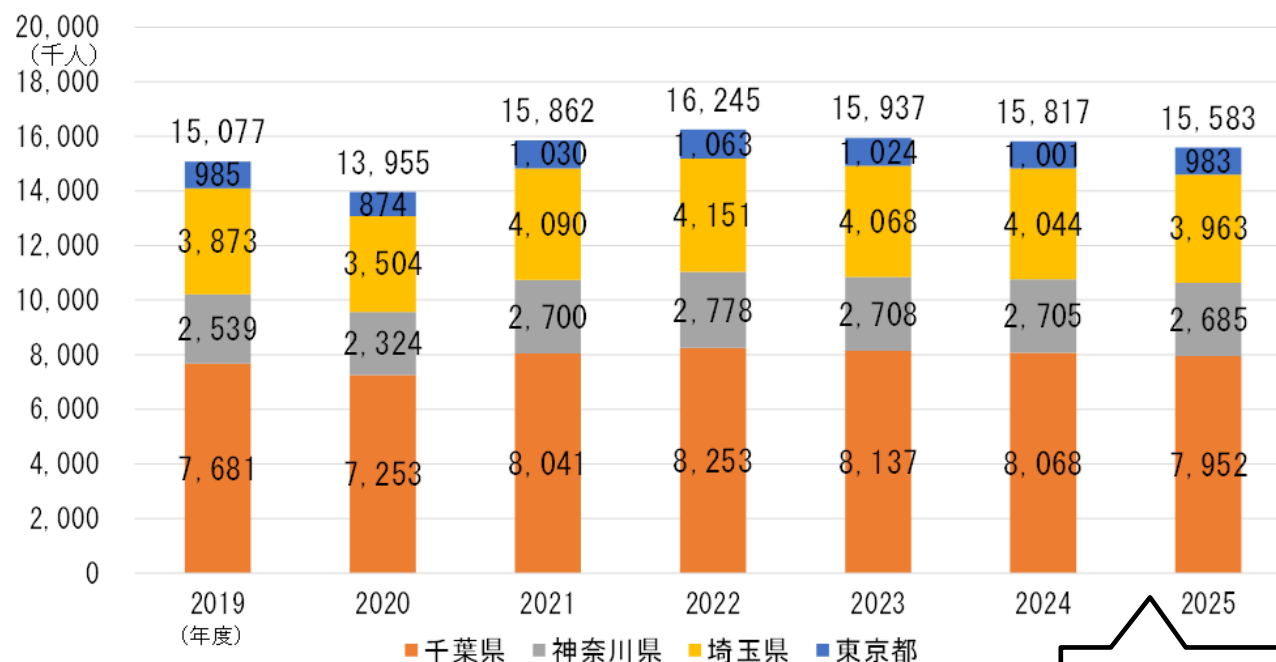
ゴルフ人口推計（東京圏）

（単位：万人）

	2025年	2035年	2045年	2025年比
千葉県	25.2	20.3	17.1	▲ 32.1
東京都	55.4	48.4	44.0	▲ 20.5
神奈川県	36.6	29.8	25.6	▲ 30.1
埼玉県	29.4	23.2	19.9	▲ 32.4
合計	146.6	121.7	106.6	▲ 27.3

出典：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2005、2015、2025」と国立社会保障・人口問題研究所の「将来人口推計」よりちばぎん総合研究所が算出。

ゴルフ場の利用者数（東京圏）



2025年：795万人
東京圏全体の51%

2-（4）千葉県ゴルフ場の特徴：市原市を中心に県内各地へ立地

- 千葉県ゴルフ場数は158施設と全国最多。東京圏のゴルフ需要を支える供給基盤。
- 県内では市原市に33施設が立地しており、県内ゴルフ場の約 2 割が集中している。
- また、成田市、千葉市、野田市、君津市、香取市などにも複数のゴルフ場が立地しており、県内各地に広く分布している。

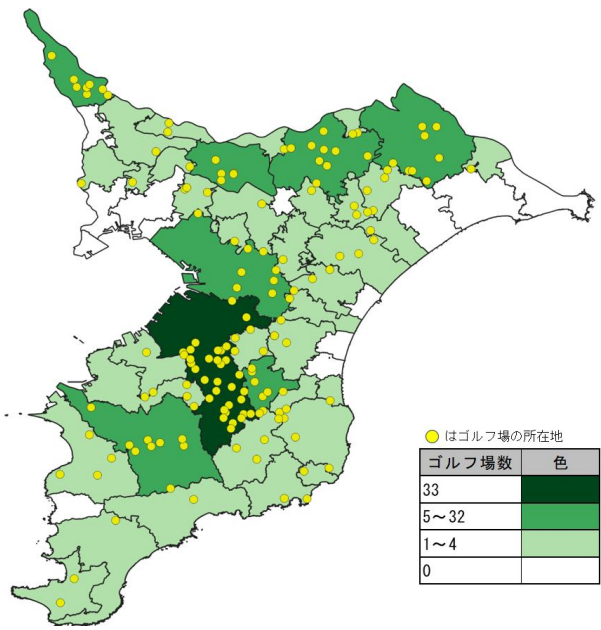
都道府県別のゴルフ場数

（単位：施設）

順位	都道府県	2023年	2024年	2025年	構成比	増減数 (2023年 比)
1	千葉県	161	160	158	7.3%	▲ 3
2	兵庫県	159	157	157	7.2%	▲ 2
3	北海道	143	143	139	6.4%	▲ 4
4	栃木県	119	117	115	5.3%	▲ 4
5	茨城県	114	114	114	5.3%	0
8	埼玉県	83	83	83	3.8%	0
14	神奈川県	52	52	52	2.4%	0
35	東京都	22	21	21	1.0%	▲ 1
	全国	2,195	2,175	2,167	100.0%	▲ 28

出典：一般社団法人日本ゴルフ場経営者協会調べ（<https://golf-ngk.or.jp/>）よりちばぎん総合研究所が作成。

千葉県内の市町村別ゴルフ場（2026年4月1日現在）



市町村別順位
(2026年4月1日現在)

市町村名	ゴルフ場数	構成比 (%)
市原市	33	21.2
成田市	10	6.4
千葉市	9	5.8
野田市	9	5.8
君津市	9	5.8
香取市	9	5.8

出典：千葉県「ゴルフ場利用税特別徴収義務者一覧（令和8年4月1日時点）」よりちばぎん総合研究所が作成。

2-（5）千葉県ゴルフ場の特徴：県内5地域で市場環境は大きく異なる

- 千葉県内のゴルフ場は、地域ごとに異なる市場特性を有している。
- 東京湾岸地域や常磐・エクスプレス沿線地域、アクアライン・圏央道沿線地域は比較的堅調。銚子・九十九里・南房総地域では利用者数が減少。
- 地域ごとの市場環境や需要構造を踏まえた戦略展開が重要。

千葉県内5地域のゴルフ場数と主な特徴

地域名	ゴルフ場数	主な特徴
東京湾岸地域	13	都心近接の平坦地に立地。歴史の長いコースが多く、会員制・高級志向の比率が高い。敷地の制約により大規模コースは少なく、クラブライフ（会員としてゴルフ場に所属し、継続的に関わるライフスタイル）重視の運営が中心。
アクアライン・圏央道沿線地域	70	内陸丘陵地に大規模コースが多数立地。パブリック中心で価格帯が幅広く、低価格セルフ型から一部高級コースまで多様に分布。広域からの集客を前提とした競争的なエリア。
成田空港周辺・印旛地域	33	内陸台地に立地し、用地に余裕のある中～大規模コースが多い。中～高級帯の会員制・準会員制コースが一定割合を占める。トーナメント対応コースも見られる。
常磐・つくばエクスプレス沿線地域	13	都市近郊の限られた用地に立地。会員制主体でメンバーシップ志向が強く、林間系など戦略性の高いコースが多い。
銚子・九十九里・南房総地域	27	海岸・丘陵地の自然を活用した立地。パブリック型・リゾート型コースが中心で、宿泊施設併設など滞在型に対応した施設もみられる。開放的で景観重視のコースが多い。
県全体	156	

出典：各ゴルフ場のホームページをもとにちばぎん総合研究所が作成。

注：東京湾岸地域：千葉市、市川市、船橋市、習志野市、八千代市、浦安市、鎌ヶ谷市

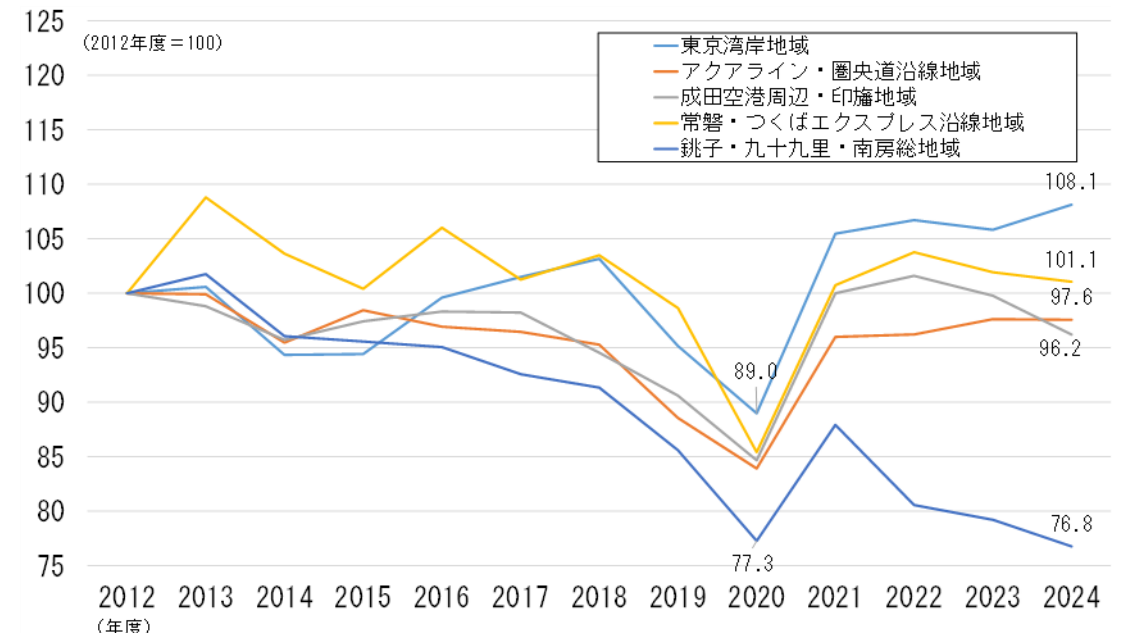
アクアライン・圏央道沿線地域：木更津市、茂原市、東金市、市原市、君津市、富津市、袖ヶ浦市、大網白里市、長柄町、長南町

成田空港周辺・印旛地域：成田市、佐倉市、四街道市、八街市、印西市、白井市、富里市、山武市、酒々井町、栄町、神崎町、多古町、芝山町、横芝光町

常磐・つくばエクスプレス沿線地域：松戸市、野田市、柏市、流山市、我孫子市

銚子・九十九里・南房総地域：銚子市、館山市、旭市、勝浦市、鴨川市、南房総市、匝瑳市、香取市、いすみ市、東庄町、九十九里町、一宮町、睦沢町、長生村、白子町、大多喜町、御宿町、鋸南町

県内5地域別のゴルフ場利用税交付金（指数）



出典：県内各市町村の「市町村普通会計決算カード」よりちばぎん総合研究所が作成。

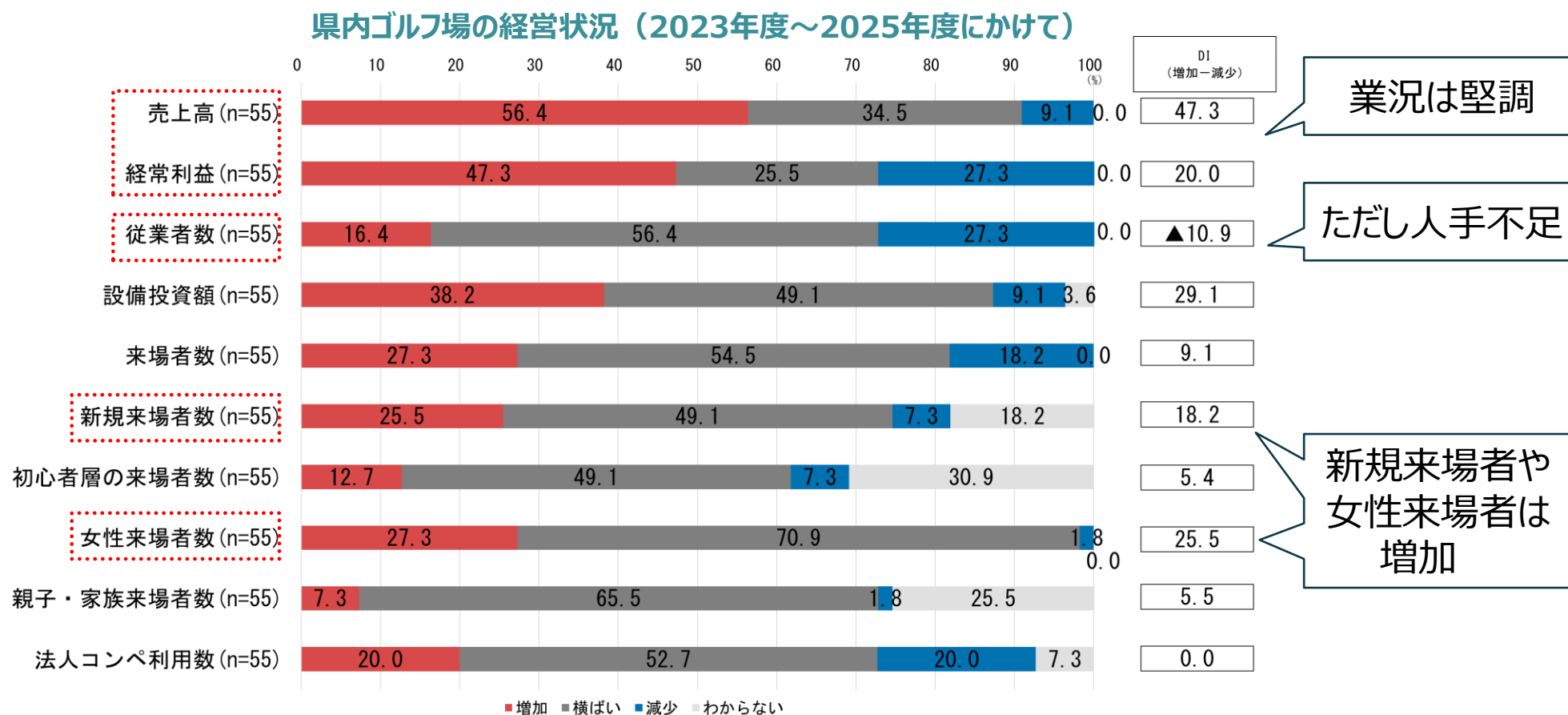
3. アンケート調査の実施概要

	ゴルフ場向け	ゴルファー向け
実施時期	2026年5月27日～6月18日	2026年5月29日～6月4日
手法	郵送配布・郵送回収	Webアンケート調査
対象	千葉県内ゴルフ場156施設	東京圏（1都3県）居住者 （直近1年間で千葉県のゴルフ場を1回以上利用）
有効回答数	56施設（回収率35.9%）	1,000サンプル （千葉県：300、東京都：300、神奈川県：200、 埼玉県：200）

県内ゴルフ場の経営実態と、東京圏ゴルファーの利用実態・ニーズを把握するため、2種類のアンケート調査を実施。

3. ゴルフ場向けアンケート調査結果（1）経営状況：売上・利益は改善

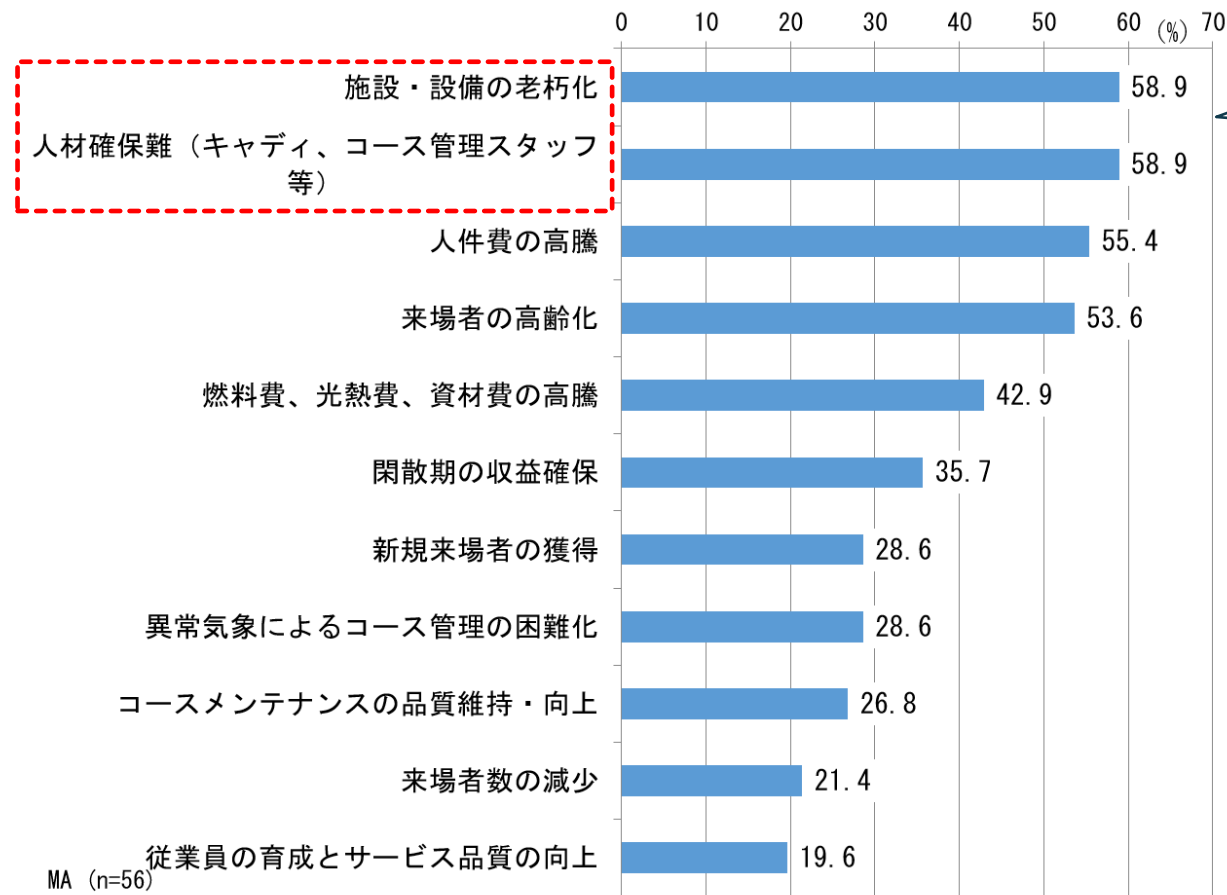
- 売上高DIは47.3、経常利益DIは20.0と、ともに「増加」超となり、県内ゴルフ場の業況は総じて堅調である。
- 来場者数は横ばい傾向にあるものの、新規来場者数や女性来場者数は増加している。
- 一方、従業者数DIは▲10.9となっており、人材確保が課題となっている。



3. ゴルフ場向けアンケート調査結果（2）経営課題：足元は供給側課題が中心

- 県内ゴルフ場の経営課題は、「施設・設備の老朽化」（58.9%）と「人材確保難」（58.9%）が最も多い。
- 次いで、「人件費の高騰」（55.4%）、「来場者の高齢化」（53.6%）、「燃料費・光熱費・資材費の高騰」（42.9%）が続く。
- 足元の業況は堅調である一方、人材や設備、将来的な需要の維持に課題を抱えている。

県内ゴルフ場の経営課題

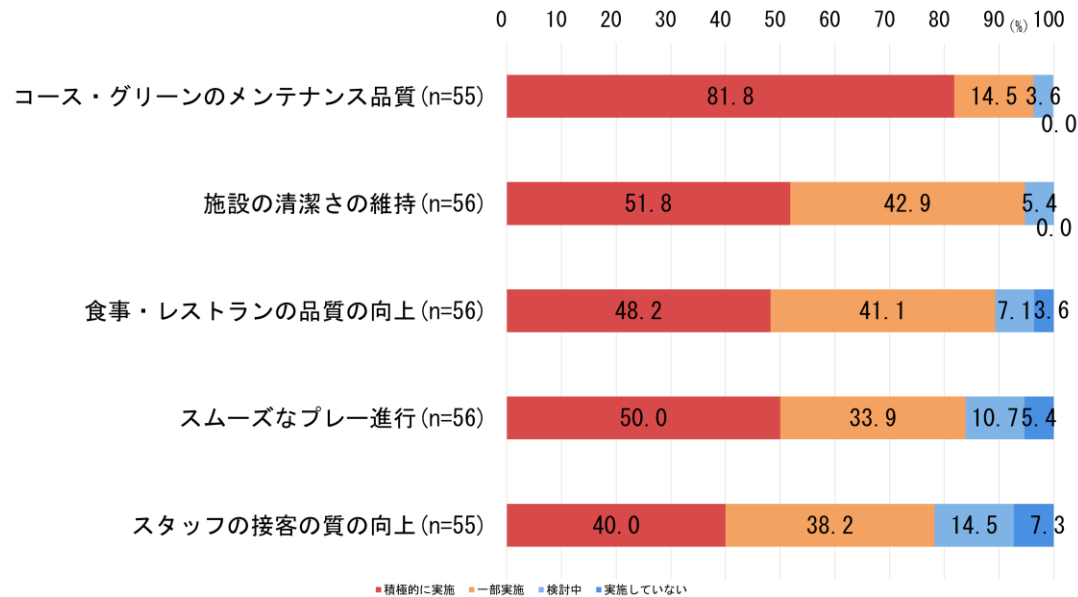


老朽化と人手不足が
経営の重荷

3. ゴルフ場向けアンケート調査結果（3） 取り組み状況：集客はサービス品質向上が中心

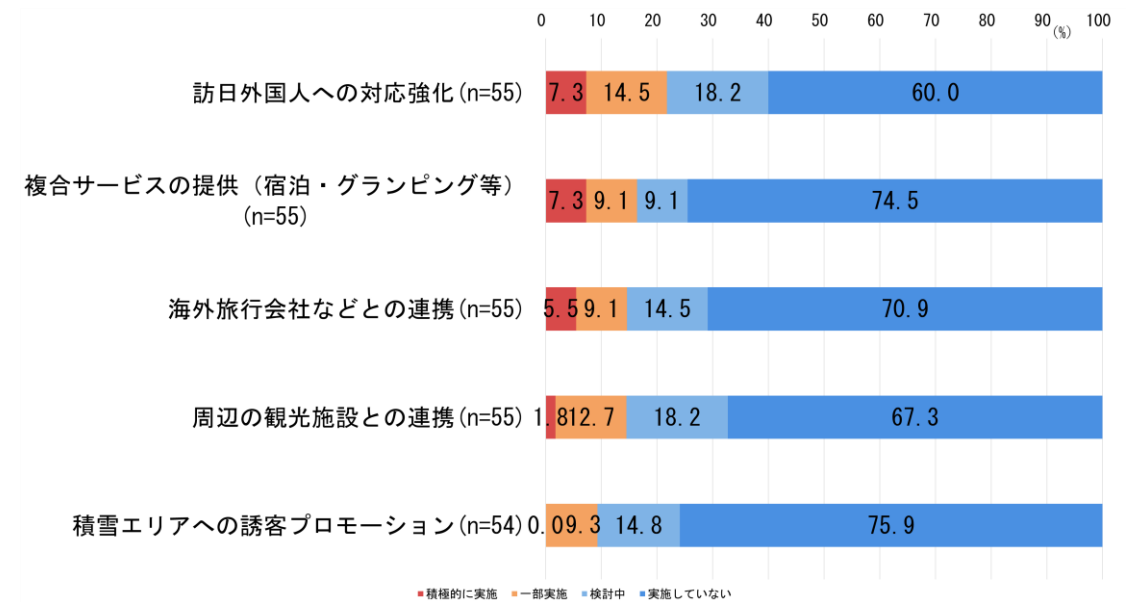
- 集客に向けた取り組みとしては、「コース・グリーンメンテナンス品質」（96.3%）、「施設の清潔さの維持」（94.7%）、「食事・レストラン品質の向上」（89.3%）などが上位を占めている。多くのゴルフ場が、コース品質や接客サービスなど既存顧客の満足度向上に取り組んでいる。
- 一方、「訪日外国人への対応強化」（21.8%）や「海外旅行会社などとの連携」（14.6%）、「積雪エリアへの誘客プロモーション」（9.3%）など、新規集客に向けた取り組みは低水準。

集客に向けた取り組み状況（上位5項目）



既存顧客満足の向上が中心

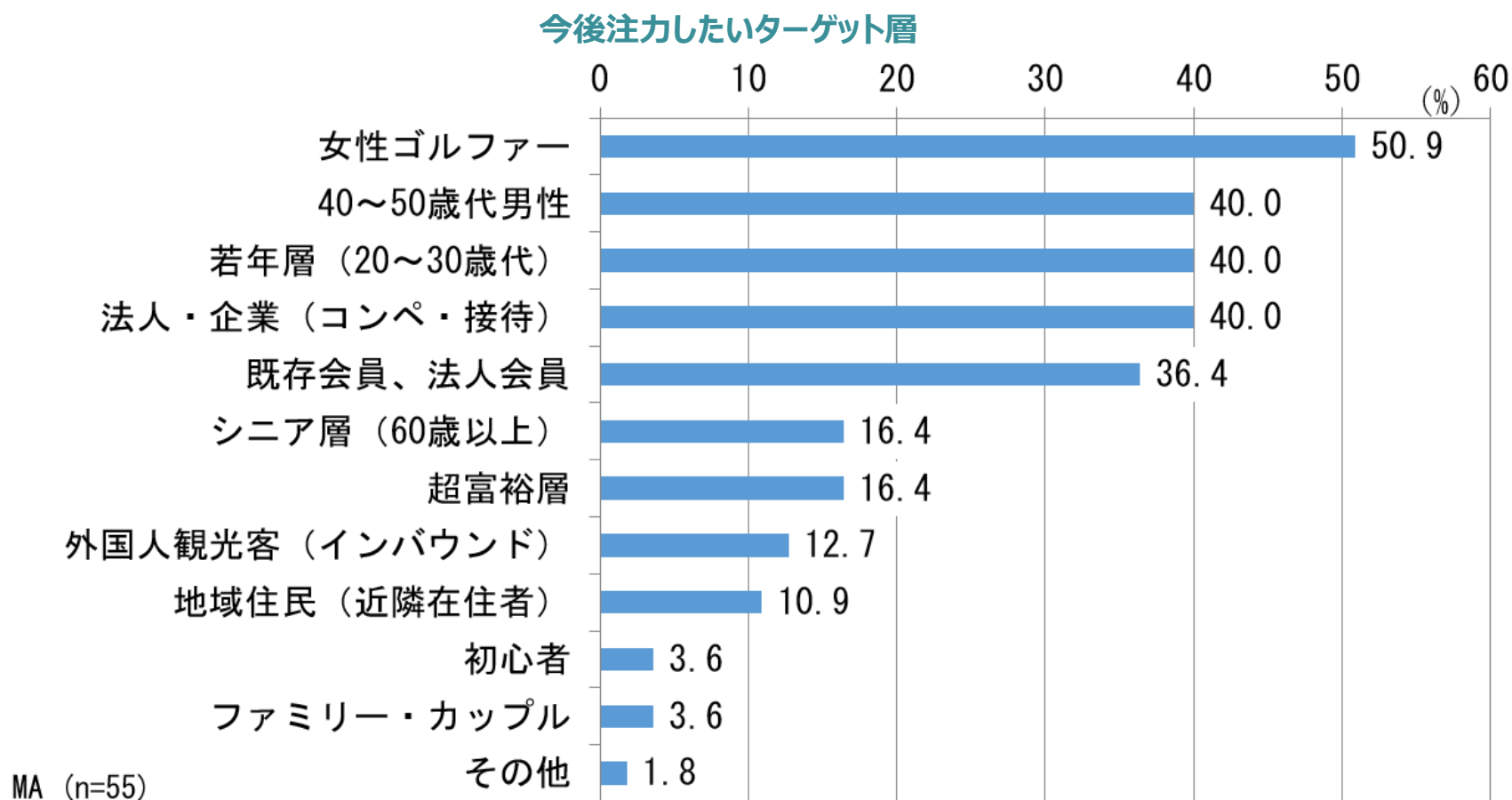
集客に向けた取り組み状況（下位5項目）



新需要の創出は限定的

3. ゴルフ場向けアンケート調査結果（４）女性・若年層への期待が集中

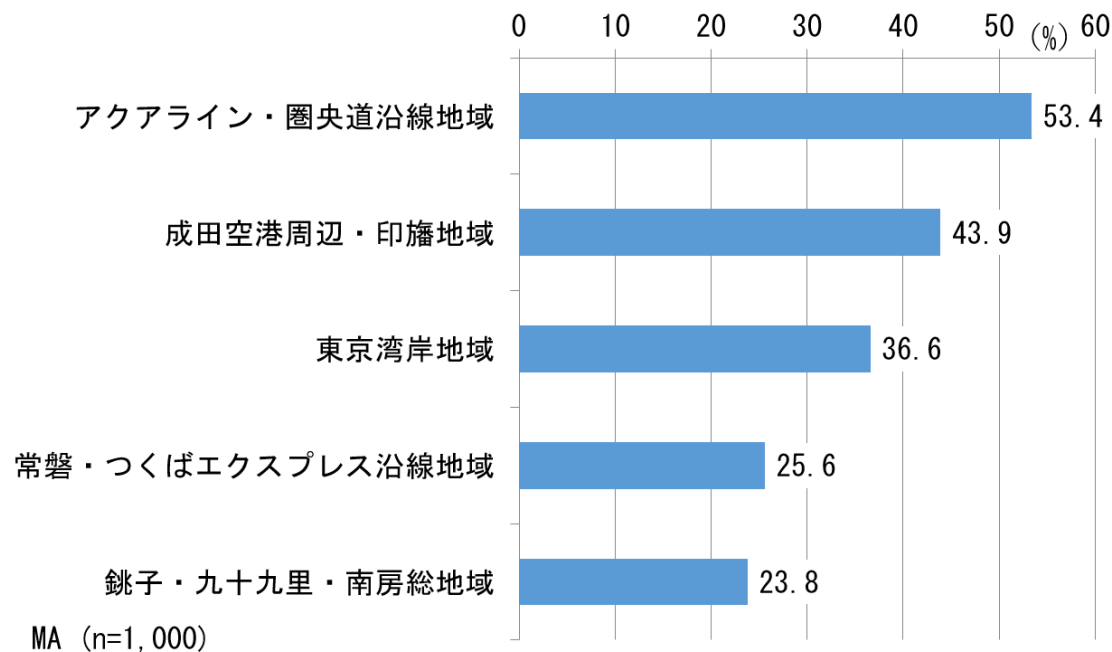
- 今後注力したいターゲットとして、「女性ゴルファー」が最も多い。
- 「40～50歳代男性」、「若年層（20～30歳代）」、「法人・企業需要」も上位となっている。
- 既存利用者の高齢化が進むなか、新たな利用者層（女性・若年層）の獲得が重要な課題となっている。



3. ゴルファー向けアンケート調査結果（1）利用実態：アクセス性の高い地域に利用が集中

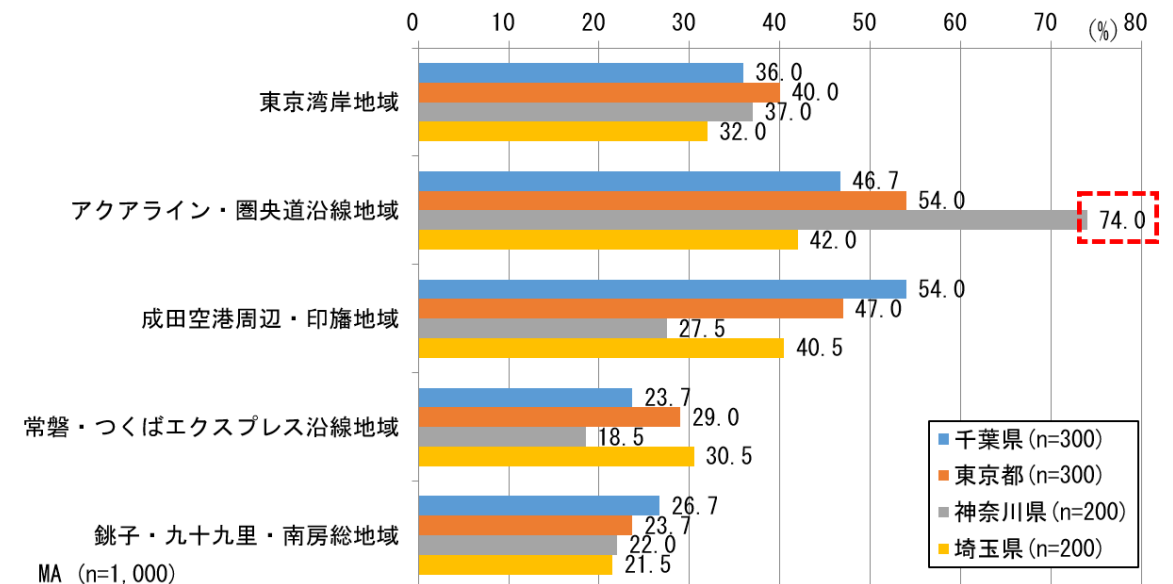
- 過去1年間でプレーした地域は、「アクアライン・圏央道沿線地域」が最も多く、「成田空港周辺・印旛地域」、「東京湾岸地域」が続く。
- 東京圏のゴルファーは、高速道路網を通じたアクセス性の良い地域を利用する傾向が強い。
- 特に神奈川県では、アクアライン・圏央道沿線地域の利用割合が突出して高い。

過去1年間でプレーした千葉県内の地域



高速道路網が利用を支える

過去1年間でプレーした千葉県内の地域（居住地別）

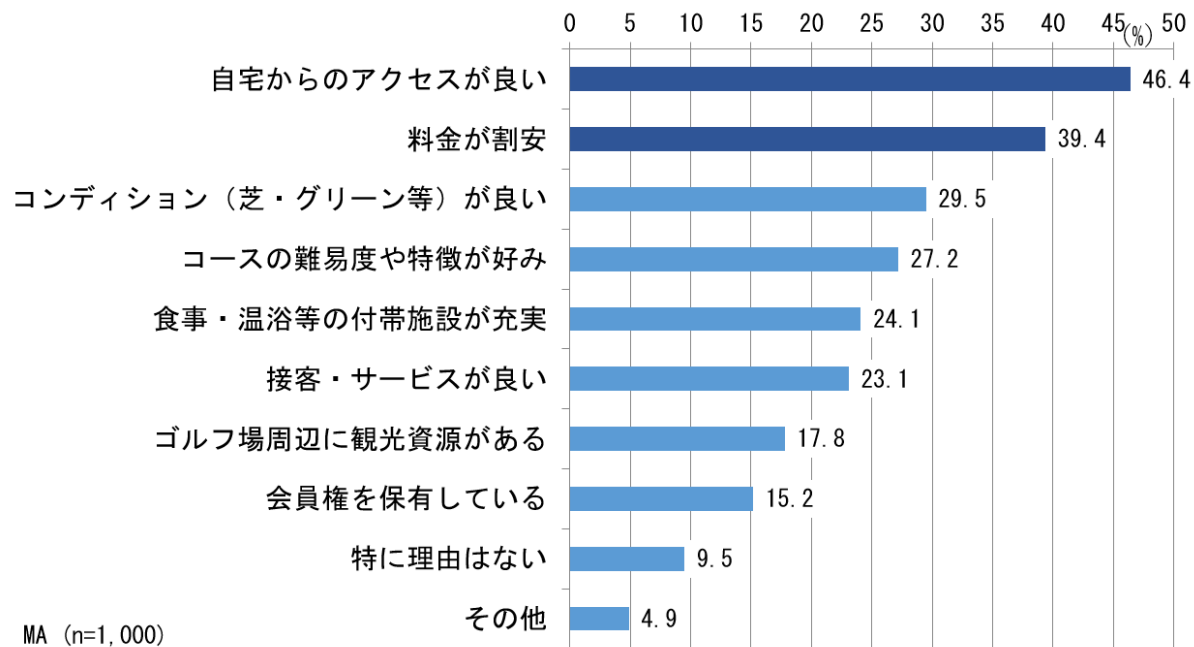


神奈川県からの利用をアクアラインが支える

3. ゴルファー向けアンケート調査結果（2）ゴルフ場を選ぶ理由：アクセスと価格が決め手

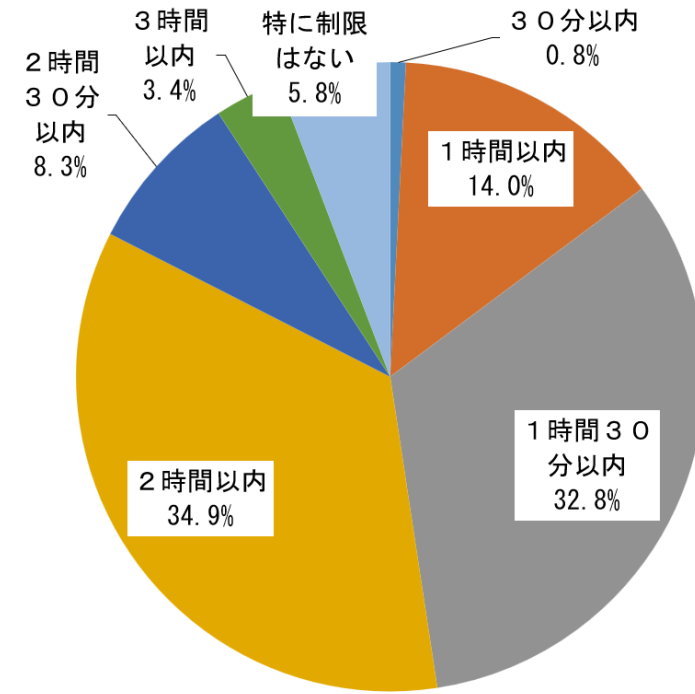
- 「自宅からのアクセスが良い」が46.4%で最多。次いで「料金が割安」が39.4%となっている。
- アクセスと価格が重視される一方、コース状態やサービス品質もゴルフ場選びの判断材料となっている。
- また、許容できる移動時間は「1時間30分以内」または「2時間以内」が中心。

千葉県内のゴルフ場を選んだ理由



MA (n=1,000)

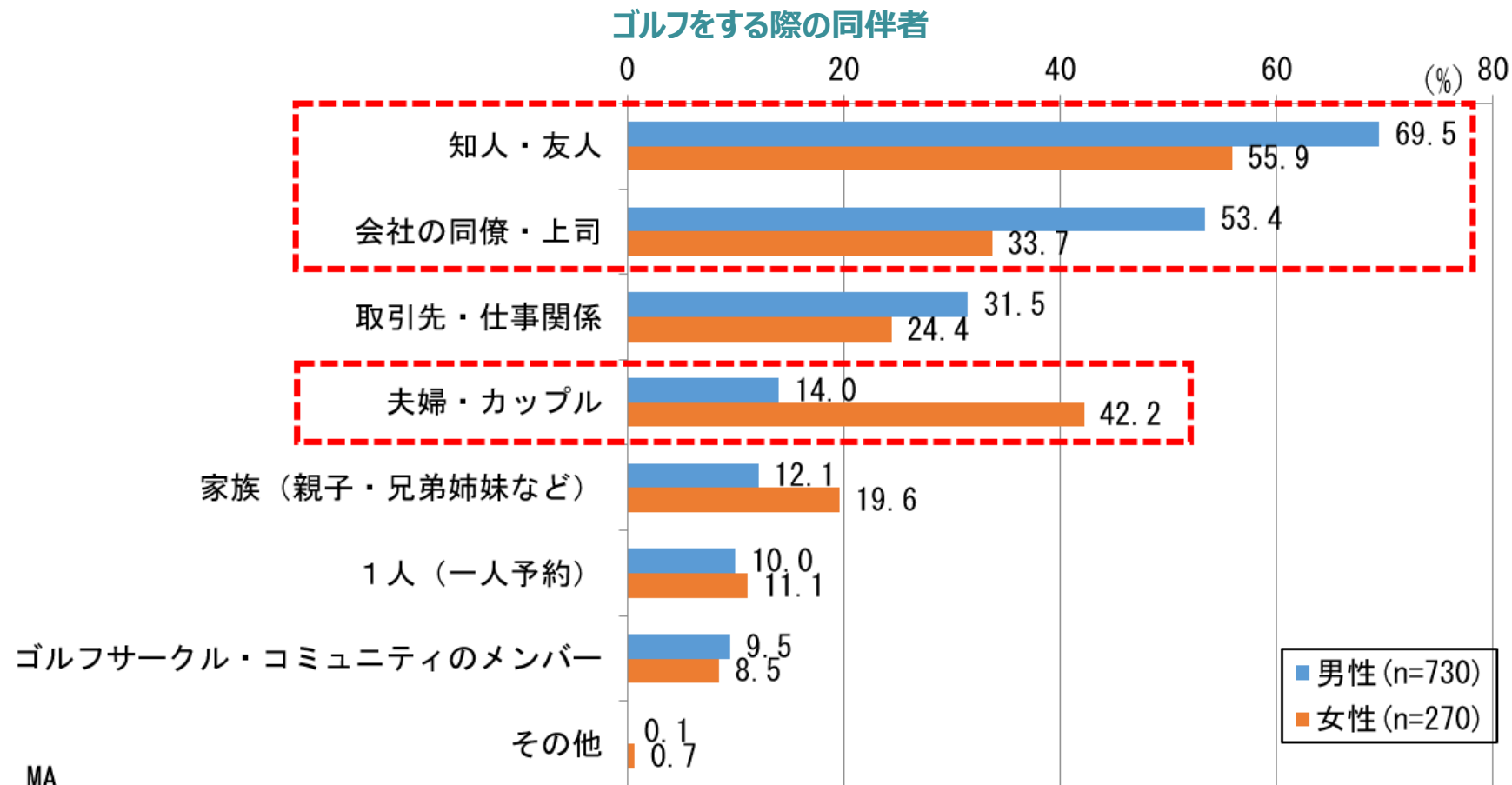
ゴルフ場への移動を許容できる時間



SA (n=1,000)

3. ゴルファー向けアンケート調査結果（3） 同伴者：性別によって利用スタイルに違いがある

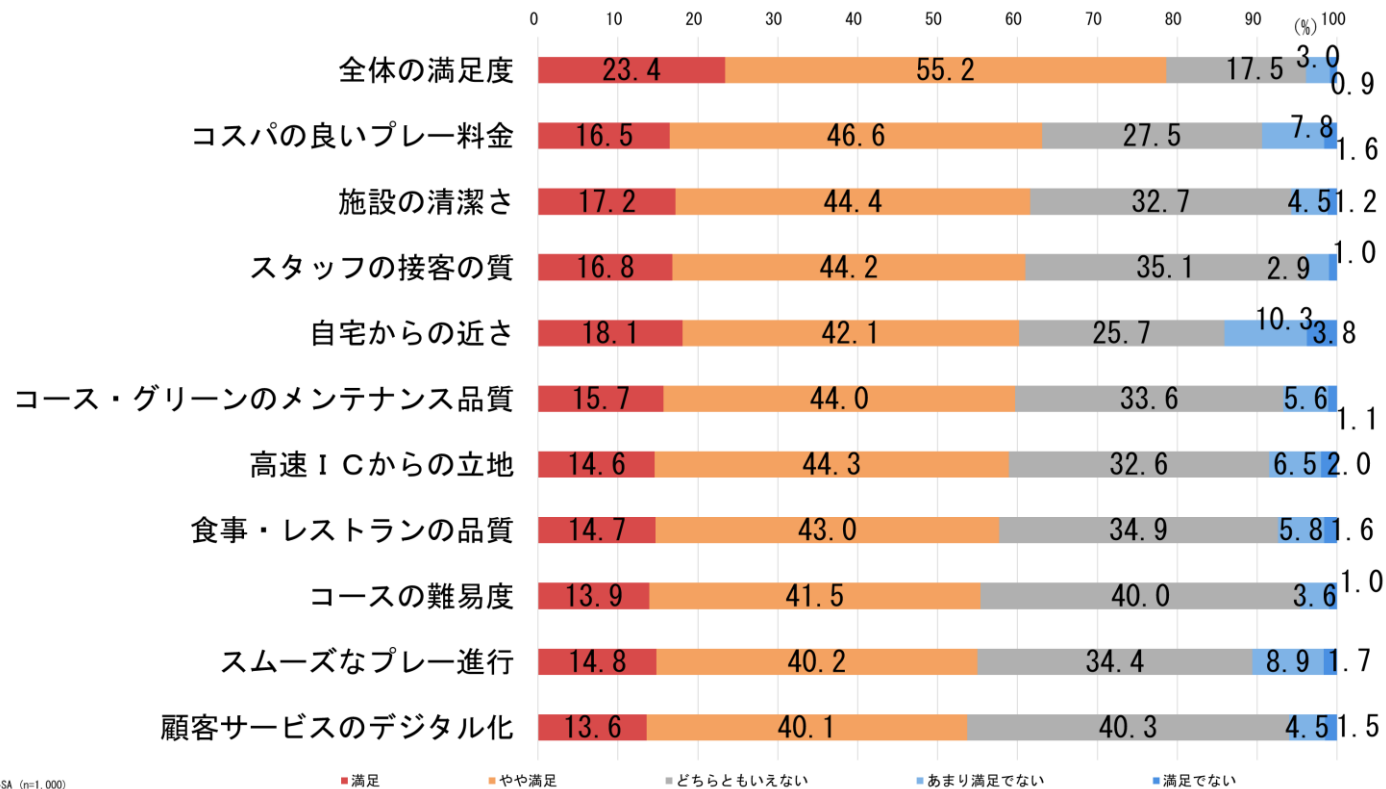
- 男性、女性とも「知人・友人」が最多であり、ゴルフは仲間同士で楽しむレジャーとして利用されている。
- 男性では「会社の同僚・上司」とのプレー割合が高く、ビジネス上の交流の場としての利用もみられる。
- 女性では「夫婦・カップル」の割合が高く、家族やパートナーとのレジャー需要が特徴となっている。



3. ゴルファー向けアンケート調査結果（4）満足度：価格・サービス・アクセスが強み

- 千葉県ゴルフ場に対する総合満足度（「満足」+「やや満足」）は78.6%と高い水準にある。
- 利用者が重視する「コスパの良いプレー料金」や「自宅からの近さ」に加え、「施設の清潔さ」や「スタッフの接客の質」なども高い評価を得ている。
- 価格面、サービス面、アクセス面が千葉県のゴルフ場の強みとなっている。

千葉県のゴルフ場への満足度（上位10項目）



総合満足度
78.6%

各SA (n=1,000)

満足

やや満足

どちらともいえない

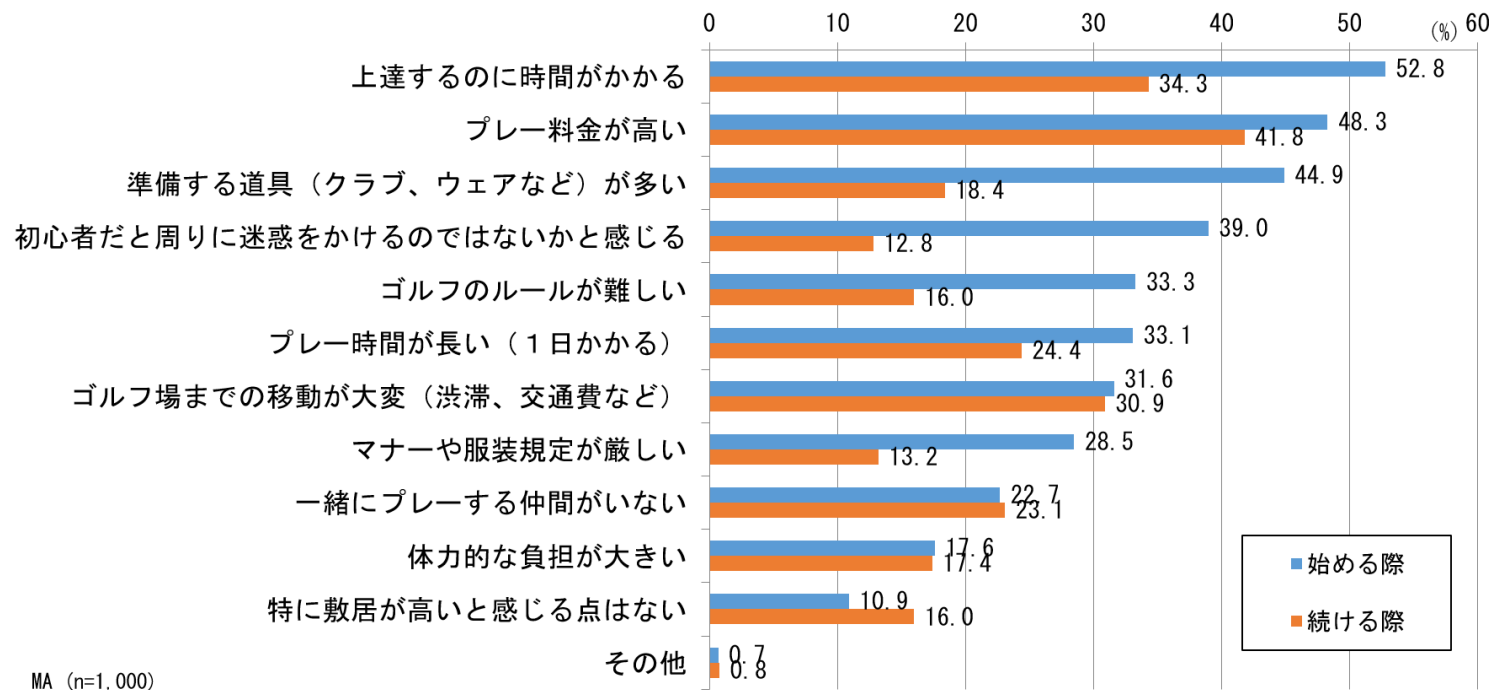
あまり満足でない

満足でない

3. ゴルファー向けアンケート調査結果（5）普及の課題：費用・時間・道具が新規参入の壁

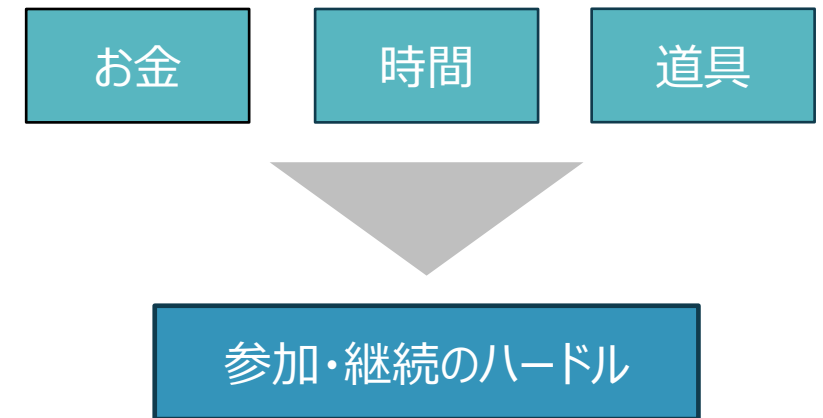
- ゴルフを始める際の障壁は、「上達するのに時間がかかる」（52.8%）、「プレー料金が高い」（48.3%）、「道具の準備が多い」（44.9%）が上位となった。
- ゴルフを続ける際も、「プレー料金」や「移動負担」が課題として挙げられている。
- 将来の利用者拡大に向けては、初心者や若年層が参加しやすい環境づくりが求められる。

ゴルフを始める際、続ける際に敷居が高いと感じた点



MA (n=1,000)

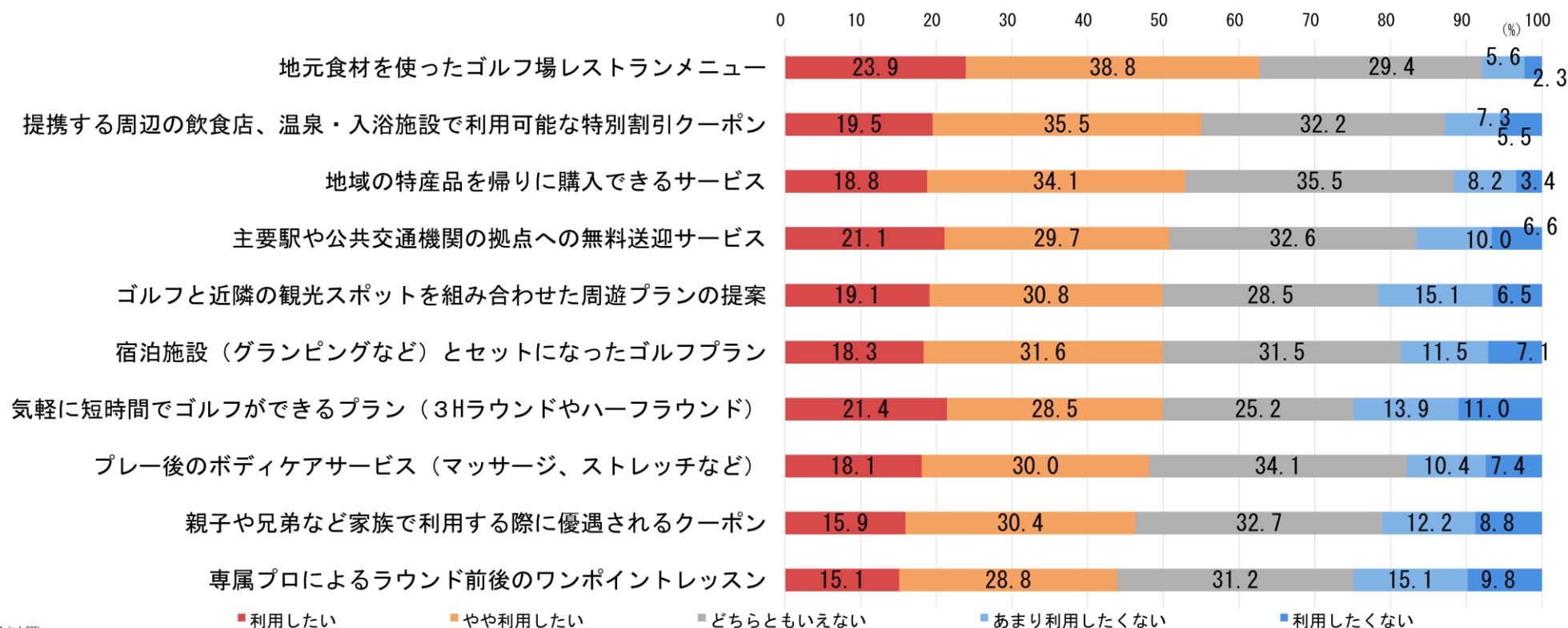
ゴルフ参加・継続を阻む3つの要因



3. ゴルファー向けアンケート調査結果（6）サービス利用意向：ゴルフ＋地域体験への期待

- 利用意向が最も高かったサービスは「地元食材を使ったゴルフ場レストランメニュー」（62.7%）である。
- 「提携する周辺の飲食店・温浴施設で利用可能な特別割引クーポン」（55.0%）、「地域の特産品を購入できるサービス」（52.9%）も高い割合となった。
- 利用者はプレー料金や利便性だけでなく、地域ならではの体験価値も求めている。

サービス利用意向（上位10項目）



※SA（n=1,000）

4. 今後も「選ばれるゴルフ場」であるために

今後の方向性

(1)	需要の裾野拡大	女性や若年層、初心者など新たな利用者層の獲得を進めるとともに、将来的にはインバウンド需要の取り込みも視野に入れ、需要基盤の拡大を図る。
(2)	持続可能な運営体制の構築	施設・設備の老朽化や人材確保難への対応を進めるとともに、DXや省力化投資を通じて、生産性向上と持続可能な運営体制の構築を目指す。
(3)	地域資源を活かした付加価値創出	地元食材や特産品、観光・宿泊施設との連携などを通じて、ゴルフ場を地域体験の拠点として活用し、価格競争に依存しない魅力向上を図る。
(4)	地域特性に応じた戦略展開	千葉県内のゴルフ場は、都市近接型、広域集客型、観光連携型などエリアごとに異なる利用構造を有している。このため、各地のゴルフ場は一律の戦略ではなく、地域特性に応じた経営戦略が必要である。

4. 今後も「選ばれるゴルフ場」であるために

各エリアの戦略

東京湾岸 地域	「都市近接性を活かしたタイパ戦略」	東京湾岸地域は都内からの近接性が高く、短時間利用需要が中心である。このため、ハーフラウンドや早朝・薄暮プレーの拡充、予約・受付手続きのデジタル化により、タイパ志向の利用者需要の取り込みを図ることが重要である。
アクアライン・ 圏央道沿線 地域	「広域集客と滞在 価値向上による差 別化戦略」	アクアライン・圏央道沿線地域は広域集客が可能で、知人・友人グループによるレジャー利用が多い。競争が激しい中、温浴施設や飲食施設との連携、地域食材を活用したサービス提供により滞在価値を高め、差別化を図ることが重要である。
成田空港 周辺・ 印旛地域	「アクセス性を強み とした複合利用・ 国際展開戦略」	成田空港周辺・印旛地域は高いアクセス性を背景に、法人利用やビジネス利用もみられる。このため、法人需要への対応や周辺施設との連携による付加価値創出を進めるとともに、空港近接の優位性を活かしインバウンド需要を取り込むことが重要である。
常磐・つくば エクスプレス 沿線地域	「地域密着型のリ ピーター獲得戦 略」	常磐・つくばエクスプレス沿線地域は近隣住民の日常利用が多く、生活圏に根差した需要が中心である。このため、会員制度の充実や一人予約の利便性向上などにより、安定したリピーター基盤の強化を図ることが重要である。
銚子・ 九十九里・ 南房総 地域	「観光連携による 滞在型需要創出 戦略」	銚子・九十九里・南房総地域は観光・宿泊と組み合わせた滞在型利用のポテンシャルを有する一方、来場者数は減少傾向にある。このため、宿泊施設や観光施設との連携による周遊プランの造成や体験価値の向上を通じて、滞在型需要を創出することが重要である。