

# ゴルフ場のインバウンド意識調査第2弾(NGK 調べ)

一般社団法人 日本ゴルフ場経営者協会 専務理事 大石順一

一般社団法人 日本ゴルフ場経営者協会 (NGK) は、一般社団法人 日本ゴルフツーリズム推進協会 (JGTA) の協力の基に「インバウンドゴルファー受入れに関する意向並びに基盤整備状況調査」を実施した。今般のアンケートによって得られた情報は、JGTA と連携を図りつつゴルフ場業界に貢献する施策立案に結び付ける予定である。

ご協力頂いたゴルフ場関係者には、心から御礼申し上げますとともに、今般得られた結果をご報告申し上げます次第です。

## I. 訪日外国人旅行者に関する国の政策について

政府は、平成 28 年 6 月に GDP600 兆円を目指して「日本再興戦略 2016」を閣議決定し、「官民戦略プロジェクト 10」の一として「スポーツの成長産業化」が掲げられた。そして、スポーツ庁は、2020 年にスポーツ産業規模を 2 倍、2025 年に 3 倍の 15 兆円にすると目標を掲げている。この目標を達成するために、平成 29 年度から 5 年間の「第 2 期スポーツ基本計画」を策定中で、総合的かつ計画的に取り組む施策の一つとして「スポーツツーリズムの活性化とその推進主体である地域スポーツコミッションの設立を促進し、スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を 250 万人程度 (現状約 138 万人)、スポーツツーリズム関連消費額を 3,800 億円程度 (現状約 2,204 億円)、地域スポーツコミッションの設置数を 70 (現状 38) に拡大することを目指す」が盛り込まれる予定である。

また、スポーツ庁と経済産業省により、2020 年以降も展望した我が国のスポーツビジネスにおける取組を進める方針策定として発表された「スポーツ未来開拓会議中間報告～スポーツ産業ビジョンの策定に向けて～」には、ゴルフ産業について「スポーツ施設業の 3 分の 1 は、ゴルフ場及びゴルフ練習場のゴルフ産業が占める等、我が国を代表するスポーツ産業の一つである」として、「ゴルフ産業を取り巻く環境は厳しい状況にあるが、我が国のスポーツ産業の活性化及び生涯スポーツ社会の観点から、ゴルフを取り巻く環境の改善を図る必要がある」とも記載されており、基本的にゴルフ産業の潜在的能力に期待する内容となっている。

このような背景の中、ゴルフ場が取り組める政策としては、「他産業との融合等による新ビジネスの創造」や「地方創生の核＝地域スポーツコミュニティーの核」があり、その一施策が「地方自治体・観光資源・ツーリスト業界等」と連携してインバウンドゴルファーの誘致策だと考える。

## II. 第 2 回「インバウンドゴルファー受入れに関するアンケート」調査結果報告

### 1. インバウンドゴルファーの年間受入れ状況の変化 (表 1. 2. 参照)

アンケート回答数は、平成 27 年度が 289 ゴルフ場、平成 28 年度は 225 ゴルフ場であった。

インバウンドゴルファー受入れ実績数は、平成 27 年度が 161 ゴルフ場 23,951 名であったが、平成 28 年度は 138 ゴルフ場 64,764 名と受入れゴルフ場の割合並びに受入れ数も伸びを示している。回答を頂けたゴルフ場が相違するため、単純に 40,000 名増加したとは言えないが、2 年連続で回答を頂けた 90 ゴルフ場の実績を比較すると約 25%強の増加を示しているため、訪日外国人旅行者数の増加にある程度比例して増加していると思われる。

個別のゴルフ場では、年間受入れ数が 19,000 名、14,000 名超のゴルフ場が、九州並びに北海道で報告されており、インバウンドゴルファーに特化したゴルフ場の出現が窺え、地域的には、九州北部、北海道、沖縄、三重、山口等が大きな実績を示している。第 2 項で報告するインバウンドゴルファーの居住地との距離や、地方自治体の政策が大きな影響を与えているようである。

また、回答のあったゴルフ場の内、受入れ実績のあるゴルフ場の割合は平成 27 年度が 55.7%、平成 28 年度が 61.3%と増加している。アンケート回収上の誤差はあるものの、全体的な傾向

として受入れ実績が上昇していると考えられる。逆に、受入れを行わないと回答したゴルフ場の割合は、平成 27 年度が 21.1%、平成 28 年度が 20.9%と減少している。

以上、全般的には、インバウンドゴルファー受入れが、徐々に増加している傾向を示す結果となっている。

**表 2 受入れの実績について**

	回答 ゴルフ場	受入れ 済み	検討	受入れ しない
平成 28 年	225	138	41	46
%		61.3%	18.2%	20.5%
平成 27 年	289	161	67	61
%		55.7%	23.2%	21.1%

## 2. インバウンドゴルファー居住地別状況 (表 3. 参照)

インバウンドゴルファーの居住地別割合は、平成 27 年度・28 年度ともに第 1 位は韓国であったが、第 2 位が平成 27 年度は中国で平成 28 年度は台湾と僅差ではあるが、逆転している。大きな変化は、米国・欧州等のゴルフ先進国からのゴルファーを受入れたゴルフ場の割合が、平成 27 年度の 31.1%から平成 28 年度の 44.2%に上昇している。特に、北海道の国内ゴルフ場の中で利用料金が最高レベルと思われるゴルフ場が、欧米の富裕層をターゲットとした集客に成功していることは、注目される。

**表 3 受入れたインバウンドゴルファー居住地域(国) (複数回答)**

	中国	韓国	台湾	東南 アジア	アメリカ	欧州	その他	延べ 総回答数
平成 28 年	68	108	73	34	42	19	6	350
%	49.3%	78.3%	52.9%	24.6%	30.4%	13.8%	4.3%	138
平成 27 年	79	130	78	27	42	8	11	375
%	49.1%	80.7%	48.4%	16.8%	26.1%	5.0%	6.8%	161

※受け入れゴルフ場の割合

## 3. 受入れた結果の問題点 (表 4. 参照)

平成 28 年度の「問題が発生していない」と回答したゴルフ場の割合は、平成 27 年度から約 5%程度減少している。問題点としては、前年度と同様「マナー、プレースタイル」であり、「到着時刻の遅れ」、「浴場使用上の問題」が多く発生しているようである。この対策として、多くのゴルフ場が「通訳、会員の同伴、日本語を話せる方の同伴」を受け入れ条件としている。

また、一部のゴルフ場においては、「複数年を経過することにより、徐々に問題が解消してきている」としていることから、経験による問題解決が必要なことも窺われる状況である。

**表 4 受入れた結果の問題点について (複数回答)**

	問題 なし	問題あり 回答総数	言葉	マナー	プレー スタイル	予約	精算方法	事故	ツアーリスト	その他	問題点 総数
平成 28 年	75	63	42	47	16	6	6	4	4	12	137
平成 27 年	94	67	44	56	18	6	12	2	3		141

#### 4. 受入れ目的と方針について（表5. 6. 参照）

「受入れ目的」については、「集客対策」と回答したゴルフ場の割合が平成27年度は3分の1であったが、平成28年度は4分の1に減少し、逆に「グローバル化による自然発生」の割合が若干ではあるが上昇している。

「受入れ方針」としては、「ツアー団体客を受け入れてもよい」と回答したゴルフ場が全体の5割を占め、「会員の同伴や紹介」を要件としたゴルフ場は3割となっている。集客対策として、インバウンドゴルファーを希求しながらも、会員制ゴルフ場としての制約をクリアできない状況が垣間見え、「受入れ目的」と矛盾する結果となった。

注目すべきは、「今後も受入れない」と回答したゴルフ場の理由で「言語対応や設備上の問題で受入れ体制が整っていない」、「会員制ゴルフ場である」、「マナー上の問題が危惧される」であった。

**表5 受入れ目的について（複数回答）**

	集客	自然発生的	国外G場提携	自治体連携	その他	回答ゴルフ場
平成28年	45	106	11	13	27	172
平成27年	67	128	13	21		229

**表6 受入れの方針について（複数回答）**

	ツアー団体客	会員同伴/紹介	地域(国)限定	その他	・受入れ ・検討中
平成28年	91	53	10	35	179
平成27年	117	72	17	35	228

#### 5. 受入れ態勢について

今回のアンケートでは、言語対応状況、広報に必要な「パンフレット」や「Webサイト」の整備状況、クラブハウス利用上に必要な「サイン表示」や「掲示」、及び、プレー上に必要な「ローカルルール」や「スコアカード」の整備態勢について調査を行った。

##### ①外国語対応スタッフについて（表7. 参照）

何らかの語学対応が出来るスタッフを配置しているゴルフ場が、平成27年度は総回答数の22.1%、平成28年度は26.2%となっている。語学対応可能なスタッフの8割は英語であり、マーケットが大きい韓国語、中国語の話せるスタッフを配置しているゴルフ場は5%前後である。

語学対応可能なスタッフ未雇用の対応策として、「必要なときに臨時対応」や「通訳の同伴を必須とする」等を実施しているゴルフ場が3割程度となっている。

**表7 言葉の問題点について**

	スタッフ いる	外国語のわかるスタッフがいる				スタッフ いない	臨時に 対応体制	通訳 同伴	その他	回答 総ゴルフ 場
		英語	中国語	韓国語	その他					
平成28年	59	47	15	11	8	117	20	44	5	216
平成27年	64	54	13	13	5	155	17	61	17	

②「パンフレット」「web サイト」「サイン表示」「ローカルルール」「スコアカード」等の整備状況、及び、従業員教育について（表 8. 9. 参照）

インフラの整備は、大半のゴルフ場で整っていない現状である。インバウンドゴルファーを受入れるとの意欲的姿勢はあるものの、多くのゴルフ場において態勢整備を行える先行投資財源がなく、不十分な状況が続いている。そのような状況にあつて、「レストランメニュー」と「Web サイト」の整備状況は、他に比較して進捗している。

ただ、インバウンドゴルファーの受入れ実績の多いゴルフ場や富裕層をターゲットとしているゴルフ場においては、ある程度の態勢が整えられている。また、訪日外国人観光客誘致に積極的な地方自治体においては、地方自治体による語学研修や接客講習などを受講できるセミナーが開催され、それらを活用した基盤整備が進められているとの報告もあった。

表 8 外国語の表記について

	パンフレット		施設内						レストラン	
	有り	無し	施設利用説明書	無し	施設内サイン(案内)	無し	店舗内商品	無し	レストラン	無し
平成 28 年	13	133	7	135	9	133	3	139	16	127
	コース						WEB サイト		その他	
	掲示板	無し	ローカルルールブック	無し	スコアカード	無し	あり	無し	あり	無し
	9	134	4	140	9	135	19	128	2	72

表 9 従業員教育について

	教育研修実施	実施なし	予定あり	その他	回答総数
平成 28 年	8	185	19	6	218
平成 27 年	8	238	24	4	274

③外国人からの電話等での問い合わせへの対応について（表 10. 参照）

電話での問い合わせには、13.3%程度、メール対応可能 17.8%程度となっており、合わせると 3 分の 1 程度のゴルフ場が、何らかの形で対応している。

表 10 外国人からの電話対応について

	対応可能	不可能	メール等対応可能	その他
平成 28 年	30	126	40	24
平成 27 年	29	174	49	

④プレー料金等の精算業務について（表 11. 参照）

プレー料金等の精算については、8 割程度のゴルフ場で「クレジットカード」による清算が可能となっているが、外国語表記による領収書の発行はほとんど出来ない状態である。

**表 11 プレー料金等の清算業務について**

	外国語での受領書は 発行可能			クレジットカード	
	中国語	韓国語	英語	利用 可能	不可能
平成 28 年	0	1	8	186	10
平成 27 年	0	1	7	211	25

**6. 海外への情報発信方法について（表 1 2. 参照）**

国内エージェントや現地エージェントとの提携、及び、コンベンションビューローへの参加等により情報を発信しているゴルフ場が、受入れが可能としている 185 ゴルフ場の約 3 分の 1 に当たる 69 ゴルフ場である。

年間 5,000 名以上のインバウンドゴルファーを受入れているゴルフ場は、独自の情報発信や現地エージェントとの提携が出来ている。

**表 12 海外への情報発信**

	代理店 国内	代理店 現地	代理店 国内 & 現地	独自の 情報発信	コンベンションビ ューローに参加	その他
平成 28 年	27	7	13	10	22	13
平成 27 年	60			11	32	

**III. インバウンドゴルファー受入れに関する総括**

**1. 平成 27・28 年度のアンケート調査により判明した現状**

\*多くのゴルフ場が「インバウンドゴルファー受入れ」に関し、意欲的な姿勢を示し、将来的な入場者確保に期待感を抱いていることが明らかとなった。しかしながら、そのための受け入れ態勢は、行える体力（資金）がないため投資等が十分にできず、全くと言っていいほど整備されていない状況であると言っても過言ではない。

ゴルフ場スタッフの言語対応状況、パンフレットや利用案内の外国語表記、Web サイトの外国語対応等、あらゆる面で未整備な状況である。

\*インバウンドゴルファーを受入れた結果、問題が発生していないと回答したところが半数を超えている反面、マナー面や言葉の問題があると回答したゴルフ場が 45%あった。受入れた結果として顕著な問題点はないものの、ゴルフ文化や生活習慣等に起因するマナー問題への対応が必要と考えられる。

\*「インバウンドゴルファー受入れ」を目指すゴルフ場は多いが、積極的に誘致施策を行っているゴルフ場が 2 割程度だったのに対し、「自然発生的な受け入れ」と回答したところが 5 割を超えており、矛盾した結果となっている。

海外との連携や自治体との連携をおこなっていると回答したところは 10%未満であった。

## 2. 今後の対応策について

### (1) 先進事例から学ぶ

回答頂いたゴルフ場でインバウンドゴルファー入場者数ベスト10のゴルフ場を見ると、「言葉の問題」への対応とパンフレットの英語版（英語、中国語、韓国語を作成しているゴルフ場もある）を最低でも作成し、地方自治体との連携が図られている。全体としては、ゴルフ場単独での対応には、限界があることが窺われる結果となっている。国も地方自治体も様々な事業展開により、経済の活性化を目指している今こそ、地方自治体や周辺観光施設と協調を図るべきと考える。

地方自治体を中心とした取組みに関する先進的な事例として、三重県は2016年開催の伊勢志摩サミットを契機として、県の主導による「みえゴルフツーリズムによるインバウンド促進事業」をスタートしている。同県には、年間約8,400名のインバウンドゴルファーが来場しているゴルフ場もある。（同ゴルフ場は、保有する3コースを日替わりでラウンドできるため、インバウンドゴルファーと日本人ゴルファーが混在することによって生じるゴルフ習慣の相違に起因するマナー問題が回避されている。）また、北海道では「北海道ゴルフ観光協会」が設立されて誘致活動が行われているし、沖縄県では「沖縄観光コンベンションビューロー」が中心となり、訪日外国人旅行者への接遇研修やインバウンドゴルファー誘客に取り組んでいる。山口県では、宇部国際空港にソウルと台湾へのチャーター便が運航されていることにより、県主導でのインバウンドゴルファー誘致が進んでいる。

以上の例は、自治体の積極的な訪日外国人観光誘致と連動して「インバウンドゴルファー」誘致が進んでいるものである。

### (2) モデル「マナー集」発刊や日本のゴルフ場を紹介する機会の創出

業界団体（NGK、JGTA）に要望する事項として出された主な事項は、下記の通りであった。

- \* エチケッ・マナー・国内のゴルフスタイルに関する情報発信（利用上に注意事項）
- \* 受入れ時のモデルマニュアルの作成
- \* 「ゴルフ場利用税」の廃止
- \* ゴルフ場向け基本会話集
- \* 観光周遊ルートの構築と情報
- \* 海外への情報発信機会の提供

モデル「マナー集」発刊等については、今後NGK並びにJGTAにおいて検討を行っていく予定であるが、海外への情報発信（日本のゴルフ場を紹介）する機会の創出等については、国の主導の基に官民で協力して取組めるよう、多くのゴルフ場企業が団結して要望活動を行っていく必要がある。

### (3) 「国内ゴルフツーリズム」の推進から「インバウンドゴルファー誘致」へ

ゴルフ場業界の5割以上が何らかの「インバウンドゴルファー誘致」に期待を示している現状から、ゴルフ場と地方自治体・地域産業との連携強化による地域経済の活性化が図れる体制の構築し、先ず手始めに「国内ゴルフツーリズム」の推進を図る必要があると考える。その過程において、文化や観光資源・地域物産との連携を図り、より魅力的なゴルフツーリズムが提供出来る態勢を整え、次の段階として「インバウンドゴルファー誘致」を図るべきと考える。この時の要点は、ツーリズムの一要素としてのゴルフプレーとの視点が重要ではないだろうか。

尚、ゴルフ場の一部には、ゴルフ場単独の魅力によりインバウンドゴルファー誘致が可能なケースもあるため、先進事例として成熟させ、普及を図るとの意見もある。

また、ゴルフ場の有する特性が各々相違していることから、自ゴルフ場の魅力を分析し、顧客層の選別（国や地域、所得層等）を図る視点が極めて重要と考える。ゴルフ場業界発展の過程において、一部を除き大半のゴルフ場が同一の顧客層をターゲットとして捉え、拡大してきたと思われる。その結果、利用料金の低額化競争が発生し、同一パイの顧客層の争奪に終始する結果となっているのではないのでしょうか。同様の現象を生じさせないためにも、自己の持つ特性に適応したターゲットへの市場開拓が必要である。例えば、地域を限定した誘致、所得層を限定した「よるゆとりあるツーリズム客」の誘致、ゴルフプレーを主目的とした「ツアー客」を誘致等、個別ゴルフ場の考え方に即した誘致戦略を設定する必要があると考える。

もう一つの問題点として、現状の国内ツーリストの多くは、国外旅行への対応は可能であるが、インバウンド誘致のインフラを有していないと思われる。したがって、今後、国内外のツーリストとの連携により、国外への情報発信システムの構築を図らねばならないと考えている。

以上、人口減少と超高齢社会に直面し、ゴルフ人口の減少により大きな打撃を受けると予測されるゴルフ場業界にとって、インバウンドゴルファー対策は大きな鍵となるであろう。この課題を推進するためには、期待感のみではなく、ゴルフ場が一体となって活動出来る組織化が必要である。

ゴルフ場産業は、「地域雇用の創出」、「地域の経済活性化」、「地域スポーツの核」等の可能性があるため、本件に関わらず一体感をさらに強める必要がある。

「するスポーツとしてのゴルフ」をキーワードとした地方自治体や観光資源との融合により、「インバウンドゴルファー誘致策」を成功させる第一歩として、アンケート結果を報告申し上げる。

表1 インバウンドゴルファーの地域別来場者

	地域	都道府県名	平成 28 年				平成 27 年			
			回答	受入済み ゴルフ場 数	インバウンド ゴルファー数	100名以上 のG場	回答	受入済み ゴルフ場 数	インバウンド ゴルファー数	100名以上 のG場
1	北海道		9	8	15,714	3	21	17	3,556	5
2	東北	青森・岩手・宮城・ 福島・ 秋田・山形	15	12	219	0	13	9	181	1
3	関東	茨城・栃木・群馬・ 埼玉・千葉・東京・ 神奈川	61	34	2,539	4	74	36	1,945	6
4	甲信越	山梨・長野・新潟	16	11	630	3	15	8	210	1
5	中部	静岡・愛知・岐阜・ 三重	41	23	9,445	6	61	27	6,314	3
6	北陸	福井・石川・富山	3	3	300	2	4	3	240	2
7	関西	大阪・京都・兵庫・ 奈良・滋賀・和歌山	34	17	1,191	3	35	16	550	4
8	中国	鳥取・島根・岡山・ 広島・山口	20	12	5,705	2	25	10	5,220	1
9	四国	徳島・香川・愛媛・ 高知	4	1	不明	不明	4	3	350	1
10	九州	福岡・長崎・佐賀・ 鹿児島・宮崎・ 大分・熊本・沖縄	22	17	29,021	10	37	32	5,385	9
	合計	47 都道府県	225	138	64,764	33	289	161	23,951	33

本書の内容を無断で複写・複製等することは、著作権の侵害となりますので、ご注意ください。