

2024年度 3月修了 修士論文

韓国における成功要因を踏まえた
我が国のインドアゴルフ産業成長の可能性

Potential for Growth of Japan's Indoor Golf Industry
Considering Success Factors in South Korea

早稲田大学大学院スポーツ科学研究科

トップスポーツマネジメントコース

5024A306-6

下田 和則

研究指導教員： 平田 竹男 教授

目次

第1章. 序論	1
第1節.世界のゴルフ情勢	1
第2節.日本のゴルフ情勢	3
第3節.韓国のゴルフ情勢	4
第4節.先行研究	6
第1項.ゴルフ場やトーナメントの研究	6
第2項.ゴルフ指導や普及の研究	7
第3項.韓国のゴルフに関連した研究	7
第5節.研究目的	8
第2章.研究方法	9
第1節.文献調査	9
第1項.対象	9
第2項.分析方法	9
第2節.インタビュー調査	10
第1項.対象	10
第2項.インタビュー形式	11
第3節.アンケート調査	12
第1項.アウトドア練習場とインドア練習場に対する意識について	12
第2項.YouTube 動画を活用したゴルフ指導方法について	12
第3項.データ解析に基づく指導方法について	13
第5章.結果	15
第1節.韓国と日本のゴルフ施設数とその特徴（文献調査）	15
第1項.韓国	15
第2項.日本	17
第3項.日本と韓国のゴルフ施設数の比較	20
第2節.日本と韓国の気候の比較と影響	21
第3節.韓国におけるインドアゴルフ普及の背景（文献調査）	22
第1項.「スクリーンゴルフ施設運営及び管理基準法の施行」	22
ー健全なトレーニング施設への転換政策	22
第2項.インドアゴルフ関連企業	22
第3項.シェア1位の GOLFZON 社のゴルフ事業	23
第4節.「スクリーンゴルフ場」の実態（インタビュー結果）	25
第1項.「スクリーンゴルフ場」の運営方法の工夫	25

第2項.利用者の代替スポーツとしての意識と技術向上	28
第5節.「室内練習場」の実態（インタビュー結果）	30
第1項.練習効率と指導方法の進化	30
第2項.ゴルフ指導者の収入増加	32
第6節.インドアゴルフの普及策（インタビュー結果）	34
第1項.スクリーンゴルフトーナメント開催の意義（GTOURの成功事例）	34
第2項.シミュレーション機器の技術開発と市場拡大	36
第3項.シミュレーション機器メーカーの競争	38
第4項.トレーニング施設としての進化	39
第5項.日本市場拡大への提言	40
第7節.日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題（インタビュー結果）	42
第1項.コンサルタントの視点	42
第2項.シミュレーション機器メーカー担当者の視点	43
第3項.指導者の視点	44
第8節.日本におけるスクリーンゴルフトーナメントの現状（インタビュー結果）	45
第9節.日本の指導者における指導の実態調査（アンケート結果）	46
第1項.アウトドア練習場とインドア練習場に対する意識について	46
第2項.YouTube動画を活用したゴルフ指導方法について	48
第3項.データ解析に基づく指導方法について	49
第10節.アジア諸国のインドアゴルフの現状（インタビュー結果）	50
第1項.中国におけるインドアゴルフ市場の状況	50
第2項.タイにおけるインドアゴルフ市場の状況	51
第4章.考察	53
第1節.韓国でインドアゴルフが発展した要因	53
第1項.シミュレーター技術の革新	53
第2項.本格的なトレーニング環境へと改革	54
第3項.指導者の積極的な施設運営への関与	55
第4項.その他の要因	55
第2節.「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の役割	56
第1項.「スクリーンゴルフ場」の役割	56
第2項.「室内練習場」の役割	57
第3項.役割分担がもたらす相乗効果	58
第3節.日本における応用と課題	58
第1項.日本市場における課題とJPGAの役割	59
第2項.デジタル技術を活用した指導環境の革新	60
第3項.日本型「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の機能	61

第4項.地域特性を活かした持続可能な運営モデルの構築	62
第4節.インドアゴルフの将来性	64
第5章.結論.....	66
第6章.研究の限界.....	67
謝辞.....	68
参考文献	70

表の目次

表 1	世界のゴルフコース数（上位 10 各国）	3
表 2	世界地域における人口と比較したゴルフホール数	3
表 3	文献調査の主な対象	9
表 4	インタビュー対象者（韓国のシミュレーション機器メーカーの開発者）	10
表 5	インタビュー対象者（韓国のインドアゴルフ施設で活動する指導者）	10
表 6	インタビュー対象者（日本、中国、タイのインドアゴルフ市場で活動するメーカーや指導者）	11
表 7	インタビューの主な質問内容	11
表 8	日本におけるインドアゴルフ施設の推移	18
表 9	日本の人口上位都道府県におけるゴルフ練習場の数	18
表 10	日本のインドアゴルフの変遷	19
表 11	KPGA と JPGA の会員数比較	20
表 12	韓国と日本のゴルフ施設数の比較	21
表 13	主な韓国内シミュレーター機器メーカー（シェア順）	23
表 14	スクリーンゴルフ場の運営方法の工夫のインタビュー結果	26
表 15	利用者の代替スポーツとしての意識と技術向上のインタビュー結果	29
表 16	練習効率と指導方法の進化のインタビュー結果	31
表 17	GOLFZON 社が展開する練習特化型施設「GDR アカデミー」の主な店舗例	34
表 18	ゴルフ指導者の収入増加のインタビュー結果	34
表 19	GTOUR の主な協賛企業	35
表 20	シミュレーション機器の技術開発と市場拡大のインタビュー結果	37
表 21	シミュレーション機器メーカーの競争のインタビュー結果	39
表 22	トレーニング施設としての進化のインタビュー結果	40
表 23	日本市場拡大への提言のインタビュー結果	41
表 24	日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題のインタビュー結果	44
表 25	WGTOUR の大会概要	45
表 26	中国におけるインドアゴルフ市場の状況のインタビュー結果	50
表 27	タイにおけるインドアゴルフ市場の状況のインタビュー結果	52

図の目次

図 1	韓国のゴルフ施設の構成	6
図 2	韓国国内インドアゴルフ市場規模.....	16
図 3	国家別シミュレーションゴルフビジネス関連特許数（2002～2021 年）	16
図 4	ソウル・東京・札幌の平均気温と降水量.....	21
図 5	GOLFZON の韓国国内シェアと会員数.....	24
図 6	ソウル江南の一等地にある GOLFZON 本社タワー.....	24
図 7	大田にある GOLFZON の巨大インドア施設「ZOIMARU」	24
図 8	改良された人工芝により、バンカーショットの感覚が忠実に再現された	26
図 9	地面にも投影することで、より臨場感のあるゴルフ体験を提供していた	27
図 10	空間デザインや家具が高級感を演出していた	27
図 11	「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」が一緒になったハイブリット型店舗	27
図 12	個室打席も完備され、プライバシーが確保されていた	27
図 13	バンカー練習専用の打席では反復練習が可能になった	32
図 14	15 ヤードほどあるアプローチ練習エリア	32
図 15	天然芝を思わせるパッティング練習エリア	32
図 16	GDR アカデミーのインストラクター	34
図 17	無料で配布されるスナックやドリンクでギャラリーサービスも充実していた 36	
図 18	選手が気軽に写真撮影に応じ、ファンサービスも充実していた.....	36
図 19	多くのギャラリーが観戦する中、TV 中継も行われていた	36
図 20	AI によるモーションキャプチャー機能によりスイングデータを正確に計測..	40
図 21	アンケート 指導者に対して「現在、アウトドア練習場およびインドア練習場、 どちらでレッスン活動を行っていますか？」に対する回答結果.....	47
図 22	アンケート 指導者に対して「アウトドア練習場 vs. インドア練習場:どちらの 環境がプレーヤーの向上により寄与すると思いますか？」に対する回答結果	47
図 23	アンケート 指導者に対して「受講生は YouTube を視聴することで上達に繋が っていると感じますか？」に対する回答結果.....	48
図 24	アンケート 指導者に対して「受講生はなぜ YouTube を視聴しても上達に繋が っていないと思いますか？」に対する回答結果	48
図 25	アンケート スクール生徒に対して「スイング解析やデータ解析を用いたレッ スンに興味はありますか？」に対する回答結果.....	49
図 26	アンケート 指導者に対して「現在、スイング解析やデータ解析を用いたレッ スン活動を行っていますか？」に対する回答結果	49

第1章. 序論

スポーツビジネスの中でも「トップスポーツビジネス」として位置づけられる市場は、競技そのものの魅力に加え、その周辺に広がる多様なビジネスモデルによって特徴づけられる(1 平田, 2017)。トップスポーツビジネスは、ファン層を対象とした観光マーケティング、スポンサーシップやメディアを通じた収益構造、さらに地域振興や経済効果など、幅広い経済活動と密接に結びついており、社会的・経済的な意義を持つ分野として注目されている(2 平田, 2023)。

ゴルフ市場はその特性上、複数のビジネス要素が複合的に絡み合う市場である。プロゴルファーの育成やトーナメント運営を基盤とする競技型ビジネス、ゴルフコースの開発・運営を中心とした施設型ビジネス(3 服部, 2015)、さらにはアマチュア層や初心者を対象としたレッスンビジネス、ゴルフ用具市場、練習場ビジネス、インドアゴルフ施設の運営など、周辺市場も多岐にわたる。これらの各要素は相互に関連し合い、ゴルフ市場全体の成長を支えている。

特に、近年注目されているのがインドアゴルフ市場の成長である。シミュレーションゴルフ施設といった新しい形態の施設は、従来のゴルフ場や練習場とは異なる価値を提供している。これらの施設は、都市部における土地利用の制約や気候条件の克服といった利便性を持ち、初心者からプロゴルファーに至るまで幅広い層の利用を促している(4 安基, 2016)。特に、技術革新を取り入れたデータ解析やシミュレーション技術を活用することで、効率のかつ最適化された指導が可能となり、競技力向上にも貢献している(5 ゴルフ市場に関する実態調査, 2016)。

このように、ゴルフ市場は競技としての魅力に加え、ビジネスとしての可能性を多角的に秘めており、その成長と進化は、スポーツビジネス全体の発展にも寄与すると考えられる(6 日本生産性本部, 2016)。伝統や文化を継承しつつ、新たな技術や社会環境に適応して発展を遂げるゴルフ市場は、「トップスポーツビジネス」としての地位を確立していると言える(7 ゴルフ活性化委員会, 2023)。

第1節.世界のゴルフ情勢

ゴルフは、15世紀にスコットランドで誕生し、現在では世界206カ国以上でプレーされるグローバルなスポーツとなっている。R&Aの報告「Golf Around the World 2022」によれば、世界には38,081のゴルフコースが存在し、そのうち43%が北米に集中し、ヨーロッパが約23%、アジアが約20%を占めている。この統計は、ゴルフが単なるスポーツを超えて、それぞれの地域の文化や社会的背景に深く根ざしていることを示している。

北米市場は、世界最大規模を誇る市場としてその存在感を示している。特にアメリカ合衆国は16,156のゴルフコース（施設数は14,139）を有しており、これは他国を大きく引き離す規模である(8 R&A, 2022)。北米のゴルフ市場は、広大な土地を活用したゴルフコース

やアウトドア練習場が主流であり、自然環境と一体化した形で発展してきた。フロリダ州やカリフォルニア州のような温暖な地域では、観光資源としてのリゾートゴルフが進化を遂げ、高級リゾートと連携したゴルフ体験が国内外の観光客を惹きつけている。また、プロゴルフツアーとリゾートゴルフの二本柱が市場の発展を支えている。

PGA ツアーやLPGA ツアーといったプロツアーは、競技としてのゴルフを発展させるとともに、テレビやインターネット配信を通じたエンターテインメントとしての側面も持ち合わせている。これにより、北米市場は広範なファン層を基盤として成長を続けている(9 高岡, 2012)。こうした伝統的な市場構造に加え、近年注目を集めているのがトップゴルフ:Topgolf(10 Topgolf International Inc.USA)という新たな形態のゴルフ施設である。トップゴルフは、専用のターゲット付きドライビングレンジを備え、プレーヤーが電子タグの付いたボールを使用してスコアを競う形式を採用している。伝統的なゴルフと異なり、短時間で楽しむことができるため、特に若年層や初心者を中心に人気を集めている。施設内には飲食店や音楽設備が充実しており、ゴルフを娯楽の一環として楽しむ新しい文化を形成している。

トップゴルフは、アメリカ国内で急速に拡大した後、イギリスやオーストラリア、ドバイなど、世界市場にも進出を果たした。このように、トップゴルフは伝統的なゴルフの枠組みを超え、北米市場におけるゴルフ文化の多様化を象徴する存在となっている。

ヨーロッパ市場は、ゴルフ発祥の地としての文化的価値を持ちながら、8,940 のゴルフコースを有し、全体の 23%を占めている (R&A, 2022)。この地域の特徴は、歴史的遺産としてのゴルフ場が数多く存在することである。スコットランドのセントアンドリュースやイングランドのロイヤル・トウルーンといった名門コースは、単なるゴルフ施設にとどまらず、観光資源としても重要な役割を果たしている。しかし、ヨーロッパ市場には独自の課題も存在している。厳しい環境規制や土地利用法が新規ゴルフ場の開発を制約しており、既存施設の維持や活用が市場の中心課題となっている。また、ゴルフ人口の高齢化が進む中、若年層の参入を促進するための新しい取り組みが必要とされている。

アジア市場は、比較的新しい市場であるが、急速な経済成長と都市化を背景に拡大を続けている。R&A の統計によると、アジアには全世界の約 20%に相当する 7,028 のゴルフコースが存在している (R&A, 2022)。日本、中国、韓国が主要市場として挙げられるが、それぞれが独自の発展と課題を抱えている。まず、日本はアジア最大のゴルフ市場を形成しているが、少子高齢化やゴルフ人口の減少により市場は縮小傾向にある(11 ゴルフ市場活性化委員会, 2022)。一方、中国では中間層の増加に伴いゴルフがステータスシンボルとして普及しているが、土地利用規制が市場拡大の妨げとなっている(12 渡邊, 2014)。韓国は、「スクリーンゴルフ」や「室内練習場」といった革新的な市場モデルを構築することで、都市型ゴルフ市場として独自の地位を確立している(13 Yang & Kim, 2010)。このように、アジア市場は多様な課題を抱えつつも、各国が独自の成長戦略を展開している。

表1 世界のゴルフコース数（上位 10 か国）

	国	コース数	ホール数	施設数
1	アメリカ	16,156	240,369	14,139
2	日本	3,140	45,165	2,202
3	英国	3,101	46,278	2,660
4	カナダ	2,564	35,586	2,200
5	オーストラリア	1,584	23,070	1,501
6	ドイツ	1,054	14,175	737
7	フランス	811	11,058	645
8	韓国	810	9,348	447
9	スウェーデン	650	9,150	463
10	中国	617	9,054	402

出典：R&A「Golf Around the World 2022」（8 R&A, 2022）より作表

表2 世界地域における人口と比較したゴルフホール数

地域	人口	ホール数	コース数	1ホールの人口密度
アフリカ	1,340,598,113	12,207	930	109,822
アジア・中東	4,640,251,290	87,072	6,323	54,659
ヨーロッパ	748,900,178	124,290	8,888	6,025
北米	592,015,432	282,372	19,160	2,097
オセアニア	42,273,644	29,784	2,077	1,419
南アメリカ	430,759,772	9,141	703	47,124
世界	7,794,798,729	544,866	38,081	14,306

出典：R&A「Golf Around the World 2022」（8 R&A, 2022）より作表

第2節.日本のゴルフ情勢

日本のゴルフ市場は、長い歴史の中で独自の発展を遂げてきた。1903年に神戸ゴルフ倶楽部が設立されて以来、ゴルフは当初外国人居留者を中心にプレーされるスポーツとして日本に根付いた。（14 久保田, 2004）1920年代に入ると、日本人向けのゴルフ場が設立され始め、ゴルフは徐々に国内でも広まりを見せた。特に戦後の高度経済成長期には、ゴルフは富裕層やビジネスエリートを中心に社会的地位の象徴として人気を集め、経済発展とともにその普及が加速した。1980年代のバブル期にはゴルフ市場がピークを迎え、多くのゴルフ場が建設され、ゴルフ会員権が高額な投資商品として取引された。（15 北村, 2016）

しかし、バブル崩壊以降、経済の停滞や人口動態の変化が市場に大きな影響を及ぼした。1990年代以降、ゴルフ人口は減少を続けており、バブル期には約1,480万人を超えたプレーヤーが現在では約600万人程度にまで落ち込んでいる。特に若年層のゴルフ離れが顕著で、時間がかかる、コストが高いという固定観念が参加障壁となっている。（16 北, 2017）

日本のゴルフ市場の中心は、長らくゴルフコースとアウトドア練習場が担ってきた。地方部では、バブル期に建設された広大なゴルフ場が多く存在し、それらは地域経済を支え

る重要な役割を果たしていた。しかし、近年では人口減少や高齢化の進行により利用者が減少し、多くのゴルフ場が経営難に直面している。(17 竹下, 2014) 一方で、都市部では土地不足や地価の高騰により新規ゴルフ場の開設が困難で、既存施設の効率的な活用が求められている。例えば、ゴルフコースにてジャズコンサートを開催すること (18 浜松シーサイドゴルフクラブ, 2024) や、通常のプレーだけでなく、団体戦やスクランブル形式で競うなどの動きもある。(19 スポーツインダストリー, 2019)

さらに、日本の気候条件もゴルフ市場に影響を与えている。北海道や東北地方などの寒冷地では、冬季にゴルフコースが閉鎖されるため、運営の安定性が課題となっている。一方、夏季の酷暑はゴルフ場利用者にとって大きな負担であり、熱中症対策が重要視されている。特に近年の気温上昇により、真夏のプレーを避けるプレーヤーが増加しており、ゴルフ場では冷却設備や早朝・夕方のプレー時間帯の設定など柔軟な対応が求められている。(20 SPORTSNAVI, 2023)

都市部では、こうした課題とは別に、近年インドア練習場の開設が活発化している。これらの施設は、短時間でアクセス可能で、天候に左右されず利用できる点で人気を集めている。特にパンデミック以降、ゴルフが「健康的で安全なスポーツ」として注目を集める中、都市住民や初心者層、女性をターゲットにした施設が増加している。(21 山崎, 2021) これらの施設は最新のシミュレーション技術やデータ解析機能を備えており、効率的な練習が可能である点も支持を得る理由の一つである。

日本のゴルフ市場は、長年の歴史と課題を背負いながらも、新たな需要の波を迎えている。都市部のインドア施設の活性化や、パンデミックを契機としたゴルフの再評価は、次世代のゴルフ文化を形成するための重要な要素となるだろう。

第3節. 韓国のゴルフ情勢

韓国のゴルフ市場は、その特異な環境と急速な技術革新を背景に、他国とは異なる独自の発展を遂げてきた。地理的、経済的な制約を抱えつつも、革新的な取り組みにより新たなゴルフ文化を形成している点で注目に値する。

まず、韓国はゴルフ場の数が限られている国である。急速な都市化と高い人口密度を背景に、特に首都ソウルを中心とする都市部では土地不足が深刻で、新規のゴルフ場建設はほとんど見られない。また、既存のゴルフコースも需要が高く、予約が困難であり、利用料金が高騰している。このため、ゴルフは多くの一般層にとって依然として高額な趣味とされている (22 Bum & Yang & Choi, 2022)。さらに、気候的な制約も韓国のゴルフ市場に大きな影響を及ぼしている。ソウルを含む韓国の都市部では冬季の寒冷な気候により、屋外でのゴルフプレーが数ヶ月間制限される。この結果、屋外プレーが中心である他国の市場構造とは異なり、韓国ではインドアゴルフが重要なプレー環境として定着している。この変化は2000年代以降、特にシミュレーションゴルフの技術進化と普及により加速してきた (23 Hao & Kong, 2021)。

図 1 のとおり、韓国のゴルフ施設は大きく「ゴルフ場」と「ゴルフ練習場」に分類され、さらに「ゴルフ練習場」は「アウトドア練習場」と「インドア練習場」に細分化される。「インドア練習場」はさらに、「室内練習場（練習特化型）」と「スクリーンゴルフ（ラウンド特化型）」に分類される。このような構成により、韓国のゴルフ市場は物理的・気候的な制約を克服し、多様なゴルフ体験を提供する施設構造を発展させている。

「アウトドア練習場」は屋外での実践的な練習環境を提供し、屋外ゴルフプレーに近い体験を可能にしている。一方、「インドア練習場」は気候条件に左右されない練習環境を提供し、特に都市部では重要な役割を果たしている。「室内練習場（練習特化型）」はスイングやショットのデータ解析、動画フィードバックを活用した技術向上に特化した施設であり、競技力向上を目指すゴルファーにとって効率的なトレーニング環境を提供している。一方、「スクリーンゴルフ（ラウンド特化型）」はシミュレーション技術を活用して、ゴルフコースを模したラウンド体験を提供し、短時間で気軽に楽しめるプレー環境として若年層や女性層に人気を博している。

韓国のインドアゴルフ市場を牽引しているのは、GOLFZON 社をはじめとするシミュレーション機器の開発企業である。これらの企業は高精度なシミュレーターを通じてリアルなゴルフ体験を提供し、スイングやショットのデータ解析機能を備えた製品を初心者から競技者まで幅広い層に提供している（24 Lee&Jee, 2015）。また、新興企業の参入による AI 活用型指導プログラムやリアルタイムデータ解析などの技術革新も、インドアゴルフの進化を加速させている。この結果、インドアゴルフは単なる代替手段にとどまらず、効率的な技術向上を可能にするトレーニング手法として確固たる地位を確立している。

さらに、インドアゴルフ施設は都市部での利便性や天候に左右されない環境を提供している。特に「スクリーンゴルフ」は、ゴルフが友人や同僚との交流の場としても機能することで、ゴルフを日常生活に取り入れやすい形に進化させている（25 Choi, 2016）。一方、「室内練習場」は競技力向上を目指すゴルファーにとって効率的なトレーニング環境を提供する重要な役割を果たしている（26 Shim&Paek&Yi&Huh, 2016）。

韓国のゴルフ市場が注目される理由の一つには、こうしたインドアゴルフ市場の発展に加え、競技力向上への影響が挙げられる。特に女子プロゴルフでは、韓国選手が国際的な舞台で多くのタイトルを獲得しており、その成果はトレーニングの量と質に支えられている。これらは、韓国のゴルフ市場が物理的・気候的な制約を克服し、革新的な技術と柔軟な発想を取り入れることで、独自の発展を遂げてきた成果である。シミュレーションゴルフの普及や国際的な競技者の輩出はその一例に過ぎないが、韓国のゴルフ市場は都市型ライフスタイルに適応した新たなゴルフ文化を形成しており、他国に示唆を与える成功モデルとなっている（27 Lee&Kwon,2021）。

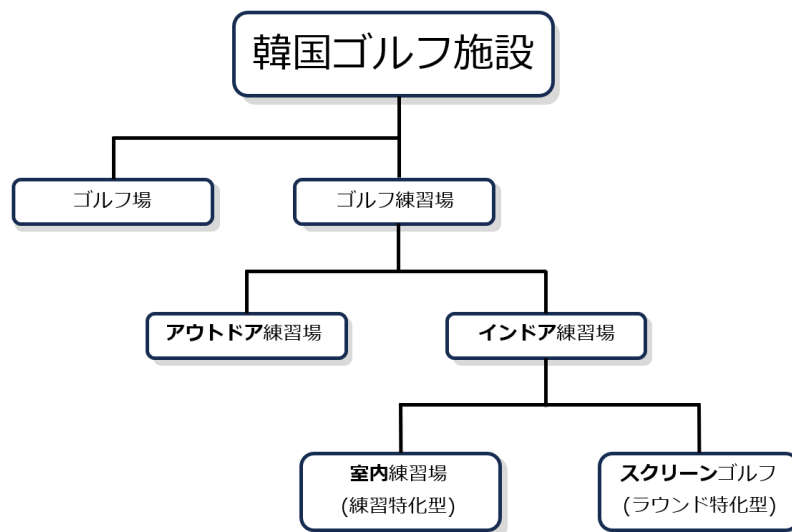


図1 韓国のゴルフ施設の構成

第4節.先行研究

ゴルフ市場に関する先行研究は、ゴルフ場の経営やゴルフトーナメントの開催意義、ゴルフ指導や普及活動、さらに地域ごとの市場特性に焦点を当てて進められてきた。本章では、ゴルフ全般に関する研究の整理を行い、特に「ゴルフ場やゴルフトーナメントに関する研究」、「指導や普及に関する研究」、そして「韓国のゴルフ市場に関連した研究」を概観することで、本研究の意義を位置づける。

第1項.ゴルフ場やトーナメントの研究

ゴルフ場の運営やトーナメントに関する研究は、地域経済や観光資源としてのゴルフの価値を明らかにする点で重要な役割を果たしてきた。例えば、服部（3 服部, 2015）は、競技人口減少化におけるゴルフ場経営について分析し、いかに効率的で人数をかけない運営方法を見出した研究を発表している。

さらに、地域トーナメントの開催意義について論じた小山（28 小山, 2008）の研究では、地方トーナメントが地域活性化に果たす役割が議論されている。この研究は、トーナメントの開催が地域経済に与える直接的な利益だけでなく、地域ブランド力の向上や観光客誘致の観点でも重要であることを示している。

また、金子（29 金子, 2013）の研究は、新たなトーナメントモデルの提案において注目されている。この研究では、プロ・アマチュア・ジュニアが一堂に会する「混合型トーナメントモデル」を中心に、ジュニア育成やスポンサーシップの多様化を図る新しいアプローチが論じられている。このモデルは、既存のトーナメント形式を補完し、幅広い参加者層とステークホルダーの利益を調和させる新しい形態を提示しており、ゴルフ界の発展に向けた重要な一歩といえる。

第2項.ゴルフ指導や普及の研究

ゴルフ指導や普及に関する研究は、技術的側面だけでなく、社会的・文化的要因を含む広範な視点から行われている。北（14 北, 2012）は、ゴルフ離れの主な理由として、経済的問題（プレーフィーや用具価格の高さ、所得減少）や技術向上の困難さを指摘した。また、70 代以上では健康問題が顕著であり、健康増進スポーツとしてのゴルフの意外な側面を明らかにした。

また、スクラッチゴルファー（競技レベルの高いアマチュアゴルファー）に焦点を当てた田中（30 田中, 2012）の研究では、競技者がゴルフ技術を向上させるために利用する施設の特性や、指導方法の違いが競技成績に与える影響が明らかにされた。この研究は、アマチュア競技者にとって適切な練習環境の提供が競技力向上の鍵であることを示唆している。

第3項.韓国のゴルフに関連した研究

韓国のゴルフ市場に関連する研究は、インドアゴルフの急速な普及やプロゴルファーの育成に焦点を当てたものが多い。井上（31 井上, 2018）の研究では、韓国におけるプロゴルファー指導の特徴が明らかにされている。この研究は、指導方法が選手の競技力向上にどのように寄与しているかを分析し、特に韓国独自のトレーニング環境が国際的な成功の一因であることを示している。

また、Yang ら（32 Yang & Yang & Jung & Choi & Bum, 2024）は、韓国人の特性として、「資格や権威への強い信頼性」と「学歴や専門性を重視する文化」を挙げており、これがゴルフ指導者の資格への信頼感を高める一因であると述べている。

また、Lee ら（27 Lee & Kwon, 2021）は、「スクリーンゴルフ場」の技術革新と市場拡大が、韓国のゴルフ文化に与えた影響を議論している。この研究では、「スクリーンゴルフ場」が都市部の限られたスペースを活用し、若年層や初心者層の参入を促進する重要な手段として機能していることが明らかにされている。

韓国市場の急成長を支えた技術革新については、Hao ら（23 Hao & Kong, 2022）の研究が注目される。この研究は、「スクリーンゴルフ場」の技術開発と市場ニーズが一致したことが、韓国のゴルフ市場全体の発展を後押ししたと結論付けている。

しかし、日本から韓国のインドアゴルフ市場やその実態に焦点を当てた研究はこれまで存在しておらず、韓国市場の特性や成功要因を詳細に分析した学術的研究は限定的である。本研究は、これらの空白を埋めることを目的としており、韓国のゴルフ市場、特にインドアゴルフの発展とその文化的・経済的影響を日本市場との比較を通じて明らかにする点で独自性を有している。

第5節.研究目的

本研究の目的は、韓国におけるインドアゴルフ産業の成長とその背景を解明し、ゴルフコース不足や都市化の進展、気候的制約といった外的要因に対し、この産業がいかに適応しながら新たなゴルフ文化を形成してきたかを明らかにすることである。その過程において、「スクリーンゴルフ場」や「室内練習場」といった施設に加え、シミュレーション機器メーカーや指導者が果たした役割を特定し、それらが市場の持続的成長にどのように寄与したのかを分析することを主たる課題とする。

具体的には、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」という異なる機能を有する施設が、相互補完的な役割を果たしながら市場を支える構造的特徴に着目する。また、これらの施設が新規プレイヤー層の参入を促進すると同時に、利用者層の技術向上を支援する仕組みを、シミュレーション機器メーカーや指導者との連携を通じてどのように構築してきたのかを解明する。さらに、韓国におけるケーススタディを通して、日本や諸外国におけるインドアゴルフ産業の発展可能性について検討する。特に、土地不足や気候的制約といった課題を抱える市場において、韓国の成功事例が提供する示唆を分析することで、日本におけるゴルフ文化の普及およびスポーツ産業の持続可能な発展への貢献可能性を探る。

本研究は、インドアゴルフ産業の成長を支えた技術革新、運営戦略、指導環境といった複合的要素が市場形成と発展に果たす役割を学術的に位置付けるとともに、それらの知見が日本や諸外国においてどの程度適用可能であるかを議論する。これにより、グローバル市場におけるスポーツ文化の発展に資する知見を提供することを目指す

第2章.研究方法

第1節.文献調査

本研究では、韓国における「スクリーンゴルフ場」および「室内練習場」の役割を明らかにするため、文献調査を実施した。特に、韓国市場を中心とした関連文献や統計データを網羅的に収集し、それを基に日本との比較分析を行うことで、韓国市場の特異性や成功要因を解明することを目的とした。データ収集は、以下の文献を主な情報源として行った。

第1項.対象

韓国のゴルフ市場を包括的に分析するため、主に R&A の「Golf Around the World 2022」、韓国レジャー産業白書、KPGA のホームページ、GOLFZON 社の公開データ、統計を用いて基礎データを収集した。これらの資料を基に、韓国のゴルフコース数やゴルフ人口の規模、利用者属性、地域ごとの市場特性を分析した。特に、韓国の市場特性として、都市化による土地不足や気候的制約がゴルフ市場の構造に与える影響が注目された。また、「スクリーンゴルフ場」や「室内練習場」の発展が、これらの課題に対処する革新的な市場モデルとして位置づけられ、その技術的・経済的背景についても調査を行った。これらのデータは、韓国のゴルフ市場の独自性を明らかにするための基礎資料として活用された。また、韓国市場をアジアの他国と比較するため、日本のゴルフ市場に関する基礎資料を収集した。データ収集には、R&A の「Golf Around the World 2022」、日本レジャー白書、JPGA のホームページ、JGRA（全日本練習場連盟）のホームページを活用した。これらの資料をもとに、各国のゴルフ人口、市場規模、施設数、指導者数に関するデータを整理した。調査対象としたデータは、日本における、ゴルフ市場の規模、ゴルフ施設数の分布、さらにゴルフ指導者数の現状とその変化を含むものである。これらのデータは、各国市場の特徴を理解し、韓国市場の独自性を明らかにするための基礎資料として活用した。

表3 文献調査の主な対象

資料名	内容
(1) 韓国レジャー産業白書(2022年版)	韓国のインドアゴルフ普及状況および市場への影響を解明。
(2) 日本レジャー白書(2023年版)	日本のゴルフ市場の現況を基に、普及可能性を考察。
(3) KPGAホームページ	韓国プロゴルフ協会データから指導者人数を調査。
(4) JPGAホームページ	日本プロゴルフ協会データから指導者人数を調査。
(5) JGRAホームページ	日本ゴルフ練習場連盟データで市場変遷を分析。
(6) GOLFZON社の公開データ	スクリーンゴルフ市場の技術革新、利用者数、市場シェアを分析。

第2項.分析方法

これらの文献から得られたデータを基に、韓国における「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の役割を分析し、日本市場への適用可能性を検討するための基礎資料を構築した。具体的には、普及の視点からインドア練習施設の数や指導者数の変遷を調査した。

第2節.インタビュー調査

本研究では、韓国における「スクリーンゴルフ場」および「室内練習場」の実態を深く理解することを目的として、関連分野の専門家を対象にインタビュー調査を実施した。この調査では、施設運営や技術開発に関わる専門家から直接的な知見を得ることで、技術的な課題、市場運営の実態、国際的な比較など幅広い観点から情報を収集した。

第1項.対象

調査対象は、以下のように分類される。

1) 韓国のシミュレーション機器メーカーの開発者

技術的な課題や市場展開における戦略の実態について、表4のインタビュー対象者に対して、情報を収集した。

表4 インタビュー対象者（韓国のシミュレーション機器メーカーの開発者）

氏名	所属(肩書)	略歴
(1) A氏	GOLF ZON Global Business Team	・GOLFZONの開発からマーケティング戦略を担当 ・世界市場への展開を主導。特に日本市場へのビジネス展開に注力。
(2) B氏	GOLF NAVI 副社長	・韓国で市場シェア5位であるゴルフナビ社の副社長。 ・日本への営業活動を積極的に展開。

2) 韓国のインドアゴルフ施設で活動する指導者

施設運営の実態、顧客層、指導方針、収益構造などの実態について、表5のインタビュー対象者に対して、情報を収集した。

表5 インタビュー対象者（韓国のインドアゴルフ施設で活動する指導者）

氏名	所属(肩書)	略歴
(1) Cプロ	Ledbetter Golf Academy(大田) ヘッドプロ(KPGA理事)	・韓国内から集まるエリートクラスの選手を指導。 ・各部門で専門性を持つコーチ陣を統括。
(2) Dプロ	ORENUM Golf Academy & Screen Golf(ソウル) 室内練習場(KPGAトーナメントプロ)	・13歳でゴルフを始め、日本ツアーでの競技経験を有する。 ・レッスン歴8年を経て、ゴルファー一人ひとりに合ったスイング指導を展開。
(3) Eプロ	HILL GOLF & HEALTH(ソウル) アウトドア&室内練習場(KPGA 準会員)	・日本で指導技術を学び、帰国後30年以上にわたりゴルフレッスンを実施。
(4) Fプロ	KPGAトーナメントプロ(ソウル)	・韓国、日本ツアーで活躍。 ・韓国ツアーでは6勝を達成。 ・韓国と日本の練習環境の違いに基づく考察を行っている。
(5) Gプロ	GAPYEONG BENEST GOLF CLUB(釜山) 元支配人(サムスングループ)	・ティーチングプロとしての指導活動を経て支配人を経験。 ・韓国最大手企業サムスングループのゴルフ場で支配人を務めた経験。 ・インドアゴルフの普及や社会的背景に詳しい知見を持つ。
(6) Hプロ	K GOLF ACADEMY(釜山) 経営者(KPGAトーナメントプロ)	・釜山で1棟の室内練習場を建設し、多くの顧客を持つ。 ・インドアにて科学的な指導を提供。 ・次世代の指導者への指導も積極的に行う。 ・GOLFNAVI社のシミュレーション等、多数を機器を活用し指導を行う。
(7) Iプロ	GOLFZON PARK(大田) 経営者(KPGA準会員)	・KPGAライセンスを保有し、スクリーンゴルフ場を運営。 ・効率的な予約システムやプライバシー配慮型の施設運営を構築。 ・GOLFZON社の機器を活用した施設の成功モデルを構築。

3) 日本、中国、タイのインドアゴルフ市場で活動するメーカーや指導者

各国特有の文化的・経済的背景が運営や顧客ニーズに与える影響について、表 6 のインタビュー対象者に対して、情報を収集した。

表 6 インタビュー対象者（日本、中国、タイのインドアゴルフ市場で活動するメーカーや指導者）

氏名	所属(肩書)	略歴
(1) J氏	GOLF ZON JAPAN(東京) 事業統括部	・GOLFZONの日本法人に勤務。 ・主に日本市場での事業戦略を行う。
(2) Kプロ	株式会社ONE STORY(横浜) 代表	・横浜でインドアゴルフ施設を3店舗経営。 ・施設開業支援にも注力。 ・指導者に育成にも力を注ぐ。
(3) Lプロ	TRUE GOLF ACADEMY(横浜) 代表(JPGAティーチングプロ)	・横浜でインドア施設を活用したゴルフレッスンを展開。 ・プロゴルファーやジュニアゴルファーの指導も積極的に行う。 ・かつては韓国のプロゴルファーの指導法の論文を発表した。
(4) Mプロ	上海エイティーンサンタゴルフクラブ(上海) 代表(JPGAティーチングプロ)	・中国で日本人駐在員を主な対象としたインドア施設でレッスン活動を展開。 ・上海を拠点に複数の店舗を経営。
(5) Nプロ	ZEN Golfers Factory(バンコク) (TPGAティーチングプロ)	・バンコクで日本人駐在員を主な対象としたインドア施設でレッスン活動を実施。 ・TPGA会員として質の高い指導を提供。

第2項.インタビュー形式

本調査では、半構造化インタビューを採用した。この形式では、事前に主要な質問項目（インタビューガイド）を設定し、調査目的に沿ってインタビューを進めたが、対象者の専門分野や回答内容に応じて柔軟に追問や追加の質問を行った。これにより、比較可能なデータを収集しつつ、対象者の経験や知見に基づいた詳細な情報を得ることが可能となった。インタビューは対面またはオンラインで実施し、対象者の発言の自由度を高めるために録音は行わなかった。聞き取り内容は逐次メモとして記録し、終了後速やかに整理した。正確性を確保するため、記録内容は対象者に確認を依頼し、その同意を得た上でデータとして使用した。

収集したインタビュー内容は、調査テーマごとに分類・整理した後、質的分析を実施した。分析では、対象者の発言内容を中立的に解釈し、研究の目的に即した形で解釈を行った。また、複数の対象者間で共通する要素や相違点を明らかにすることにより、インドアゴルフ施設に関する総合的な知見を得た。

表 7 インタビューの主な質問内容

対象	項目
韓国のシミュレーション 機器メーカーの開発者	技術革新の過程、製品設計の意図、市場展開の視点
韓国のインドアゴルフ施設で 活動する指導者	施設運営の視点から利用者の属性、指導方法、運営上の課題
日本、中国、タイの インドアゴルフ施設で活動する指導者	各国のゴルフ市場の特性、利用者層の傾向、施設運営の実態

第3節.アンケート調査

第1項.アウトドア練習場とインドア練習場に対する意識について

1)調査手法

Google フォームを使用して質問紙を作成し、LINE を通じて回答を回収した。

2)調査対象

PGA ライセンスを保有する全国のティーチングプロ 167 名。

3)調査期間

2024 年 6 月 22 日～6 月 26 日

4)調査項目

以下の 4 つのテーマに基づいて質問を設計した。

(1)現在の指導環境

- ・指導者が活動する環境の現状を把握し、インドア練習場とアウトドア練習場の利用割合を明確化した。

(2)指導環境の効果

- ・指導者がそれぞれの環境に対して持つ意識を比較し、各施設の有効性について検討した。

(3)データ活用の重視点

- ・アウトドアとインドアの各環境での指導者のデータ活用に関する意識の違いを調査し、施設ごとの特徴を評価した。

(4)顧客が重視するデータ

- ・アウトドアとインドア練習場での顧客ニーズの相違を明らかにした。

5) 回収状況とデータ概要

調査期間内に 167 名から回答を得た。以下の分析を実施した。

定量的分析: 選択式質問の回答を集計し、指導者の意識傾向を分析した。

6) 調査の意義

指導環境に対する指導者の意識を評価し、ゴルフ指導の現場における課題を明らかにするものである。また、屋内施設でのデータ解析活用状況を把握することで、今後の指導法革新の可能性を示唆する。

第2項.YouTube 動画を活用したゴルフ指導方法について

1) 調査手法

Google フォームを使用して質問紙を作成し、LINE を通じて回答を回収した。

2) 調査対象

PGA ライセンスを保有する全国のティーチングプロ 216 名。

3) 調査期間

2024 年 5 月 1 日～7 日

4) 調査項目

以下の 4 つのテーマに基づいて質問を設計した。

(1)YouTube の指導活用状況

- ・指導の中で YouTube を活用する頻度と理由。

(2)受講生の YouTube 視聴状況

- ・受講生の視聴状況および指導への影響。

(3)技術向上への寄与

- ・YouTube が受講生の技術向上にどの程度貢献しているか。

(4)指導者自身の視聴目的

- ・指導者自身の YouTube 視聴状況とその目的。

5) 回収状況とデータ概要

調査期間内に 216 名から回答を得た。以下の分析を実施した。

定量的分析: 選択式質問の回答を集計し、YouTube 利用状況やその効果を分析した。

6) 調査の意義

YouTube 動画が指導において果たす役割とその可能性を明らかにするものである。この研究は、効果的な指導方法の構築に寄与するだけでなく、ゴルフ指導の新たな方向性を示唆するものである。

第 3 項.データ解析に基づく指導方法について

1) 調査手法

Google フォームを使用して質問紙を作成し、LINE を通じて回答を回収した。

2) 調査対象

- (1) アマチュアゴルファー: 千葉県内のゴルフスクールに通うアマチュアゴルファー105 名。
- (2) ティーチングプロ: 全国の PGA ティーチングプロ 161 名。

3) 調査期間

2024 年 3 月中旬～4 月上旬

4) 調査項目

以下の 4 つのテーマに基づいて質問を設計した。

(1)データ解析の利用状況

- ・データ解析を用いた指導の実施状況。

(2)解析機器の導入理由

- ・使用している解析機器の種類と導入理由。

(3)解析の課題

- ・データ解析の導入における課題や技術的障壁。

(4)データ活用の方法

- ・具体的なデータ活用の方法と効果。

5) 回収状況とデータ概要

調査期間内にアマチュアゴルファー105 名中、ティーチングプロ 161 名中から回答を得た。

以下の分析を実施した。

定量的分析: 回答割合を集計し、利用状況や課題の分布を把握した。

6) 調査の意義

データ解析機器が指導法において果たす役割とその可能性を明らかにするものである。これにより、技術革新を通じた効果的な指導法の構築とゴルフ産業の発展に寄与する。

第5章.結果

第1節.韓国と日本のゴルフ施設数とその特徴（文献調査）

第1項.韓国

1) ゴルフ施設

2021年時点の韓国ゴルフ市場は、インドアゴルフ施設の顕著な発展と技術革新が特徴的であり、韓国レジャー産業白書（33 韓国レジャー産業研究所,2022）のデータによると、国内には 541 のゴルフコースと 1,273 のアウトドア練習場が存在する一方、インドアゴルフ施設の数 は 8,791 施設と圧倒的に多く、その内訳は「スクリーンゴルフ場」が 3,510 施設、「室内練習場」が 5,281 施設であった。

「スクリーンゴルフ場」では高性能シミュレーターが導入され、スイング解析やショットデータのリアルタイム表示といった機能が標準装備されており、初心者から競技者まで幅広い層に対応し、特に都市部において短時間で利用可能な環境を提供することで需要を拡大させた。

一方、「室内練習場」ではプロのインストラクターが常駐し、個別指導が行われるだけでなく、スイング解析システムや AI 技術を活用した高度なトレーニング手法が普及しており、競技者の技術向上を支援する効率的な環境が整備されていた。また、初心者層に対する基礎的な技術指導も行われたことで、新規ゴルファーの増加にも大きく寄与している。

これに対して、アウトドア練習場は技術向上の場として機能しているものの、その数はインドア施設に比べ少なく、都市部では土地不足や高い地価、冬季の厳しい気候条件が施設の発展を制約する要因となっていたため、インドアゴルフ施設が代替的な需要を満たす形で急速に普及した。

市場規模の推移を見ると、韓国国内のインドアゴルフ市場は 2014 年の 1 兆 318 億ウォンから 2017 年に 1 兆 2819 億ウォン、2020 年には 1 兆 5304 億ウォン、そして 2022 年には 2 兆 1865 億ウォンと大きく成長しており、この成長の背景にはシミュレーションゴルフ技術の進化と都市部における施設展開の拡大があった。（図 2）

また、韓国はシミュレーションゴルフ関連技術の特許出願数においても圧倒的な優位性を示しており、2002 年から 2021 年にかけての出願件数は 1,715 件に達し、アメリカの 500 件、日本の 262 件、中国の 188 件を大きく上回り、韓国がこの分野で世界をリードしていることを裏付けていた。（図 3）

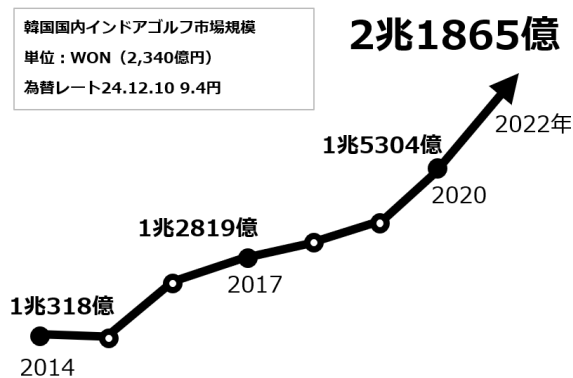


図2 韓国国内インドアゴルフ市場規模

出典：GOLFNAVI 社提供資料（韓国ゴルフ白書 2022）

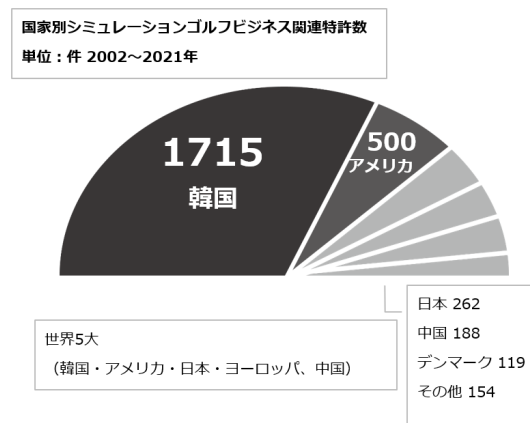


図3 国家別シミュレーションゴルフビジネス関連特許数（2002～2021 年）

出典：GOLFNAVI 社提供資料（韓国特許庁）

2）韓国の指導者（KPGA 会員）の数とその特徴

韓国プロゴルフ協会（34 KPGA,2024）のホームページによると、2024 年時点で 7,228 名の会員（プロ）が登録されていた。このうち、ツアープロライセンス所得者は 2,547 名、準会員は 4,681 名であった。ツアープロライセンス所得者はトーナメントへの参加を主な活動としているが、その多くがレッスン活動にも従事していると考えられ、これが主要な活動内容となっていた。

KPGA 会員の年度別の入会状況をみると、2014 年から 2017 年がピークであり、この期間には毎年 500 名弱の入会があった。2024 年現在でも新たに 291 名が入会しており、指導者への需要が依然として高いことを示していた。

韓国では、ゴルフ指導の需要が室内練習場の普及とともに多様化しており、指導者は技術の向上だけでなく、レッスン環境の変化に対応するスキルも求められていた。「スクリーンゴルフ場」は主にラウンド特化型であり、これらの施設では指導者が常駐していない場合が多いが、一部では指導者が施設の経営者として運営に携わるケースも見られた。

また、韓国のゴルフコースの約 80%は練習場を保有しておらず、このためレッスン需要はアウトドア練習場や「室内練習場」に集中していた。「室内練習場」では、プロの指導者が利用者のレベルや目標に応じた基礎的なスイング指導や戦略的なトレーニングを提供していた。特に競技者層に対しては、データを活用した高度な指導が行われ、競技力向上に貢献していた。また、最新のシミュレーション技術を活用することで、利用者は自分のプレイデータをリアルタイムで確認し、カスタマイズされたトレーニングを受けることが可能であった。

さらに、KPGA では指導者育成のための教育プログラムに、シミュレーターを活用したトレーニング技術の学習を組み込んでおり、会員は専門的なスキルを習得していた。この育成体制のもとで、KPGA 会員は韓国市場における高度な指導スキルを持つ専門家として評価されていた。

韓国の指導者たちは、国内市場だけでなく海外でも積極的に活動しており、その活動はグローバル市場での韓国ゴルフの存在感を高めていた。

第 2 項.日本

1) ゴルフ施設

ゴルフ特信（35 一季出版,2024）の調査によると、2024 年時点で日本には 2,133 のゴルフコースが存在し、その多くが地方部に立地していた。地方部では広大な土地を活かした運営が行われており、自然環境を利用したコースが主流であった。一方、都市部では土地利用の制約が厳しく、新設が困難な状況が続いており、既存のゴルフコースが市場を支えていた。

全日本ゴルフ練習場連盟のデータ（36 全日本ゴルフ練習場連盟,2024）によると、インドアゴルフ施設は、2018 年から 2023 年にかけて着実に増加していた。特に関東地方では、2018 年の 621 施設から 2023 年には 933 施設にまで増加しており、全国的にも都市部での増加が顕著であった。（表 8）2024 年時点で、東京都、神奈川県、大阪府といった人口上位の都道府県では、インドアゴルフ練習場の数がアウトドアゴルフ練習場を上回っていた。例えば、東京都ではインドア施設が 596 施設に対し、アウトドア施設は 142 施設であった。同様に、神奈川県では 142 施設のインドア練習場があり、アウトドア施設の 116 施設を上回っていた。

一方、地方部ではアウトドアゴルフ練習場が依然として主流であり、インドア施設の普及は限定的であった。例えば、北海道ではアウトドア練習場が 81 施設存在していたのに対し、インドア施設は 38 施設にとどまっていた。また、新潟県ではアウトドア施設が 39 施設に対し、インドア施設は 18 施設、長野県ではアウトドア施設が 65 施設に対し、インドア施設はわずか 8 施設であった。このように、地方部では広大な土地を活用したアウトドア施設が中心であり、それに比例してインドア施設の発展は限定的であった。（表 9）

全国的な傾向として、都市部ではインドアゴルフ施設が年々増加し、特に人口密集地域

においてその需要が高まっていた。一方で、地方部ではアウトドア練習場が引き続き主流を占め、インドア施設は地域差が大きく現れていた。

表 8 日本におけるインドアゴルフ施設の推移

年 別		2018	2019	2020	2021	2022	2023
地 域	北海道	38	38	38	38	37	38
	東北	30	30	30	32	31	33
	関東	621	612	602	824	826	933
	甲信越	23	24	24	26	26	28
	北陸	6	6	5	7	7	7
	中部東海	74	73	70	84	82	94
	近畿	181	183	187	231	226	268
	中国	14	14	13	17	16	20
	四国	13	12	11	13	12	14
	九州	55	53	53	70	68	82
合 計		1,055	1,045	1,033	1,342	1,331	1,518

出典：2018 - 2023 年 全国インドアゴルフ練習場数推移（36 全日本ゴルフ練習場連盟,2024）より作表

表 9 日本の人口上位都道府県におけるゴルフ練習場の数

都道府県	アウトドア数	インドア数	人口
東京都	142	596	14,086,000
神奈川	116	142	9,229,000
大阪府	71	164	8,763,000
愛知県	136	70	7,477,000
埼玉県	128	88	7,331,000
千葉県	117	83	6,257,000
兵庫県	106	64	5,370,000
福岡県	86	42	5,103,000
北海道	81	38	5,092,000
静岡県	71	12	3,555,000
茨城県	93	15	2,825,000
広島県	63	10	2,738,000
京都府	39	28	2,535,000
宮城県	39	17	2,264,000
新潟県	39	18	2,126,000
長野県	65	8	2,004,000

出典：2018 - 2023 年 全国インドアゴルフ練習場数推移（36 全日本ゴルフ練習場連盟,2024）より作表

日本におけるインドアゴルフ施設は、経済成長や技術革新に伴い進化し、その発展の過程はスポーツ文化の一部として独自の地位を確立してきた。その変遷について、JGRA ニュース（37 全国ゴルフ練習場連盟,2024）によると、大きく以下の四つの段階に分けられる。（表 10）

1950 年代から 1970 年代にかけては、インドアゴルフ施設の黎明期にあたり、この時期には高度経済成長期の都市部で新たなレジャー施設として登場した。「丸善ゴルフアーズ・センター」はその代表例であり、東京の丸善ビル屋上に設置され、日本初のインドアゴルフ施設として機能していた。この施設は外国人や富裕層を主要な顧客層とし、高級ゴルフ用品の販売と練習場の提供を行っていた。1952 年にゴルフ用品の輸入が再開されたことで、国内におけるゴルフ需要が急速に高まり、こうした施設が都市部のゴルフ需要を満たす役割を果たしていた。

1970 年代には、冷暖房完備の「BIGBOX 高田馬場」のような施設が登場し、若年層や女性、高齢者を含む幅広い利用者に支持されていた。この時期にゴルフは特権階級だけでなく、一般層にも親しまれるスポーツへと進化を遂げたことが記録されている。

1980 年代には、バブル経済の影響を受けたゴルフブームが、インドアゴルフ施設の大規模な拡大をもたらしていた。この時期には、都市部の土地不足が顕在化する中で、屋外ゴルフ場の開発が困難となり、その代替としてインドア施設が急速に普及していった。スポーツクラブや不動産企業を含む異業種からの参入が相次ぎ、施設は単なる練習場としての役割を超え、ショッピングモールやレジャースポットと融合した複合型施設として進化していた。この変化により、利用者層がさらに多様化し、特に若年層や女性層の新たな参加が促進されていた。ゴルフは、スタイリッシュで洗練されたライフスタイルの一部として社会的に認知されるようになり、これがゴルフ文化のさらなる拡大を支える要因となっていた。

2000 年代以降は、デジタル技術の進化がインドアゴルフ施設の進化を一段と加速させていた。ゴルフシミュレーターが多くの施設に導入され、インドアでのリアルなラウンド体験が可能となり、施設の性格が「練習場」から「体験型エンターテインメント施設」へと変化していた。

表 10 日本のインドアゴルフの変遷

年代	変遷の特徴	具体的な施設の例
1950年代～1970年代	黎明期。都市部で富裕層や外国人向けが中心。 復興期に施設増加が必要。	丸善ゴルフアーズ・センター、BIGBOX高田馬場
1980年代	ゴルフブーム到来。 若年層や女性をターゲットに、商業施設内の施設が拡大。	伊勢丹ゴルフスクール、屋上ゴルフスクール（銀座、丸の内）
1990年代	科学的アプローチの導入。 スイング解析やデータに基づく指導が普及しています。	スポーツクラブ併設型インドア施設
2000年代以降	デジタル技術の進化。 VRやAI技術でリアルなラウンド体験を提供。	VR搭載シミュレーター、地方都市の交流型施設

出典：JGRA ニュースよ（37 全国ゴルフ練習場連盟,2024）より作表

2) 日本指導者 (JPGA 会員) の数とその特徴

日本プロゴルフ協会 (38 JPGA.2024) のデータによると、2024 年時点で 5,886 名の会員が登録されていた。このうち、ツアープロライセンス所得者は 2,547 名、ティーチングプロライセンス所得者は 3,319 名であった。ツアープロライセンス所得者は主にトーナメントを主戦場として活動を目指す、実際に競技で活躍できる人数は限られており、多くの会員がレッスン活動を主な活動内容としているのが現状であった。(表 11)

JPGA は「基本ゴルフ教本」という指導書を活用し、一定の標準型スイングを忠実に指導する教育システムを採用していた。一方で、データ解析やスイング解析を活用した指導方法は十分に浸透していなかった。日本におけるプロのレッスンは主にアウトドア練習場を拠点に行われており、こうした施設が主要な指導の場となっていた。

しかし、都市部で増加している室内練習場での指導法に関するノウハウの普及は限定的で、これらの施設の需要増加に対する対応が課題として残っていた。

表 11 KPGA と JPGA の会員数比較

会員種別 (2024年)	KPGA (韓国)	JPGA (日本)
ツアープロ	2,547	2,567
準会員/ティーチング	4,681	3,319
合計	7,228	5,886

出典：KPGA 公式ホームページ (34 KPGA,2024)、JPGA 定時理事会資料 (38 JPGA.2024) より作表

第 3 項.日本と韓国のゴルフ施設数の比較

全日本ゴルフ練習場連盟のデータ (36 全国ゴルフ練習場連盟,2024) によると、2024 年時点での日本におけるインドアゴルフ施設数は全国的に増加傾向にあった。特に都市部ではインドア施設の需要が高く、東京都では 596 施設、神奈川県で 142 施設、大阪府で 122 施設が存在していた。これらの施設の多くは「室内練習場」として練習特化型の施設形態を取っており、ゴルフ練習に特化したサービスを提供していた。一方で、「スクリーンゴルフ場」としてラウンド特化型のインドア施設は非常に少数であり、これらは主に飲食を伴うアミューズメント施設やゴルフバーとしての形態を取っていた。

これに対し、韓国レジャー産業白書のデータ (33 韓国レジャー産業白書,2022) によると、2011 年時点の韓国ではインドアゴルフ施設の総数が 8,791 施設に達しており、その内訳は「スクリーンゴルフ場」が 3,510 施設、「室内練習場」が 5,281 施設であった。インドアゴルフ施設は首都圏に集中しており、京畿道に 2,644 施設、ソウル市内に 1,654 施設が存在していた。「スクリーンゴルフ場」は短時間での利用が可能であることから都市部の需要を効率的に満たし、初心者から競技者層まで幅広いユーザーに対応していた。

日本のインドアゴルフ施設数を韓国と比較すると、2024 年時点での日本の 1,518 は、2011 年時点の韓国施設数の約 6 分の 1 に留まっていた。(表 12) また、日本では練習特化型施設が主流である一方、韓国では「スクリーンゴルフ場」が都市部で広く普及していた点で、施設形態にも大きな違いが見られた。

表 12 韓国と日本のゴルフ施設数の比較

施設	韓国	日本
調査年	2021年	2024年
ゴルフコース	541	2,133
アウトドア練習場	1,273	2,322
インドア練習場	8,791	1,518
(スクリーンゴルフ場)	(3,510)	
(室内練習場)	(5,281)	

出典：2022 年版韓国レジャー産業白書（33 韓国レジャー産業白書,2022）、全日本ゴルフ練習場連盟 HP（36 全日本ゴルフ練習場連盟,2024）、一季出版「ゴルフ特信調査」（35 一季出版,2024）より作表

第 2 節.日本と韓国の気候の比較と影響

ソウル（北緯 37.56°）、東京（北緯 35.68°）、札幌（北緯 43.06°）の平均気温および降水量を比較した結果、ソウル（39 韓国気象庁,2024）では冬季の平均気温が-5℃から 0℃と低下し、屋外での活動が困難である一方、夏季には平均気温が 25℃を超え、7 月には降水量が 200mm を超え、高温多湿によるゴルフコースの利用制約が顕著であった。

東京（40 日本気象庁,2024）では、冬季の平均気温は 5℃前後と氷点下に至らない日が多いものの寒冷であり、また近年の温暖化の影響により、夏季には猛暑日や酷暑日が頻発しており、35℃を超える高温がアウトドア施設の利用に新たな制約をもたらしていた。

一方、札幌（40 日本気象庁,2024）では冬季の平均気温が-5℃以下となり、11 月から 3 月の長期間にわたり積雪が続くため、屋外施設の利用が困難であるとともに、夏季の平均気温は 20～25℃と冷涼で、ソウルや東京に見られるような酷暑の影響は確認されなかった。

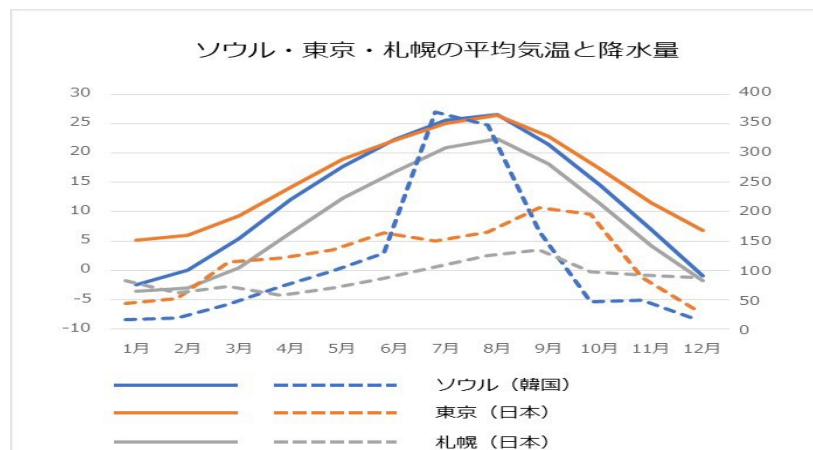


図 4 ソウル・東京・札幌の平均気温と降水量

出典：韓国：韓国気象庁（KMA）が提供するソウルの平均気温と降水量（39 韓国気象庁,2024）

日本：日本気象庁（JMA）が提供する東京および札幌の平均気温と降水量（40 日本気象庁,2024）より作図

第3節.韓国におけるインドアゴルフ普及の背景（文献調査）

第1項.「スクリーンゴルフ施設運営及び管理基準法の施行」

ー健全なトレーニング施設への転換政策

2013 年に施行された「スクリーンゴルフ練習場管理改善案（41 韓国国民権益委員会,2013）」（以下、本改善案）は、韓国におけるスクリーンゴルフ練習場の運営基準を明確化し、安全性と施設品質の向上を推進した。本改善案では、施設の安全基準や消防設備、避難通路の整備が義務付けられ、利用者が安心して施設を利用できる環境が構築された。また、照明や音響基準の明確化により、施設間の均一な基準が導入され、サービスの質的向上が図られた。

さらに、本改善案は施設運営の透明性を確保し、施設間の競争を規律化することで、公平な市場環境を促進した。この結果、特に都市部を中心に、短時間で利用可能な環境が整備され、初心者や若年層の利用者が増加した。高度なシミュレーション機器の導入や技術革新によって、ユーザーの満足度が向上し、ゴルフを気軽に楽しむための場として普及が進んだ。

こうした施策により、インドアゴルフ施設は、安全で快適なレジャー環境として、幅広い層に支持される健全なトレーニング施設へと転換した。

第2項.インドアゴルフ関連企業

韓国には複数のインドアゴルフ関連企業が存在しており、その中でも最も市場シェアが高いのは GOLFZON 社である。同社は高度なシミュレーション技術を採用したスクリーンゴルフシステムを提供しており、正確なスイング解析やショットデータのリアルタイム表示が可能である点が特徴である。この技術は競技者層から初心者層まで幅広い利用者層に支持されており、全国的に多くの「スクリーンゴルフ場」や「室内練習場」で採用されている。また、GOLFZON 社のシステムは技術的な優位性に加え、システムの安定性やサービスネットワークの充実度においても他社をリードしており、韓国インドアゴルフ市場において主要な位置を占めている。

さらに、GOLFNAVI 社の B 氏のインタビューの中で、表 13 に示されるように、韓国内には GOLFZON 社をはじめとする多くの企業が存在し、高度な技術開発を基盤とした競争が展開されていた。この競争は市場全体の技術水準を引き上げる要因となり、高品質なシミュレーター機器の製造にもつながっていた。

特に、これらの企業間競争は、革新的な製品開発やユーザーの多様なニーズに応えるための技術的進歩を促進し、韓国のインドアゴルフ市場の成長を支えていたと考えられる。

表 13 主な韓国国内シミュレーター機器メーカー（シェア順）

順位	メーカー	URL	代表機種
(1)	GOLF ZON	https://company.golfzon.jp/	TWO VISION(高性能ラウンド特化), GDR Plus(練習特化)
(2)	Kakao.VX	https://friendsscreen.kr/	MGS(高性能ラウンド特化), MGA(練習特化)
(3)	SG GOLF	https://www.dai3kizai-sggolf.com/ssgolf	SDR(ハイブリッド)
(4)	QED GOLF	https://qed-golf.com/	QED(ラウンド特化), EYEXO(練習特化)
(5)	GOLF NAVI	https://golfnavi.co.jp/	GTR SR(ラウンド特化), GTR ST(練習特化)
(6)	OK on GOLF	https://okongolf.jp/	TYPE-S(高性能ラウンド特化), TYPE-D(練習特化), TYPE-R(ラウンド特化)
(7)	RED GOLF	http://www.albatross.co.jp/index.html	アルバトロス3(ラウンド特化), シングルメーカー(練習特化)
(8)	GOLF LAND	https://www.golfland.co.jp/	JoyGolf Smart+(ハイブリッド)
(9)	Bravo Golf	https://bravogolfsimulator.com/	Bravogolfsimulator(練習特化型)
(10)	Paron Golf	https://www.parongolf.com/	Dr.SWING(映像特化)

出典：GOLFNAVI 社の B 氏の証言より作表

第 3 項.シェア 1 位の GOLFZON 社のゴルフ事業

GOLFZON 社は、韓国を拠点とするシミュレーションゴルフ業界のリーディングカンパニーとして、ゴルフ事業の多角的展開を通じて市場を牽引してきた。同社はシミュレーションゴルフ機器販売において、2023 年時点で韓国国内の市場シェア 60%を占める圧倒的な地位を確立していた。競合他社である Kakao VX (20%)、SG GOLF (10%)、その他の企業 (10%) を大きく引き離し、韓国のゴルフ市場における中核的存在となっていた。(図 5)

また GOLFZON は韓国国内のインドア施設に 37,602 台のシミュレーターを設置していた。地域別の展開としては、ソウル首都圏に 10,504 台のシミュレーターを有し、京畿道には 12,291 台を設置していた。このように、都市部を中心に高密度で展開することで、都市生活者にとって身近なスポーツ体験を提供する環境を構築していた。

また、韓国国内のゴルファー総数約 600 万人のうち、約 80%にあたる 480 万人が GOLFZON 会員として登録していた。この高い会員率は、インドアゴルフが韓国のゴルフ文化における基盤的要素となっていたことを示している。会員基盤の拡大により、GOLFZON (図 6、7) は多様なターゲット層を取り込み、安定した市場占有率を維持していた。

第4節.「スクリーンゴルフ場」の実態（インタビュー結果）

第1項.「スクリーンゴルフ場」の運営方法の工夫

本研究では、韓国における「スクリーンゴルフ場」施設の運営方法の工夫と利用者層の特徴を明らかにするため、複数の関係者へのインタビューを実施した。その結果、効率的な運営手法と多様な利用者ニーズへの対応が、「スクリーンゴルフ場」市場の成長を支える重要な要素となっていることが判明した。

GOLFZON 社の A 氏は、「当社の『スクリーンゴルフ場』施設である『ゴルフゾンパーク』では、1日あたり約20万ラウンドが行われています。そのインセンティブもメーカーとして大きな収益につながっており、それが高度な技術開発へとつながっています」と述べ、施設の運営収益が技術革新を支える基盤となっていることを指摘していた。また、「『スクリーンゴルフ場』におけるビジネスモデルは、施設で使用するボール、マット、ティーといった消耗品の供給により常に快適な環境を維持するとともに、ソフトウェアのアップデートや機器のメンテナンスを通じて最新の技術を提供しています」と述べ、利用者にとっての快適さと技術の先進性を両立させている点を強調していた。さらに、「『スクリーンゴルフ場』では、顧客の満足度を高めるための様々な工夫が施されています。例えば、人工芝の改良が進められており、これによりバンカーショットもリアルに行うことができます。具体的には、ボールの沈み具合や砂の抵抗感を再現する技術が導入されており、これにより実際のゴルフ場に近い環境でのプレーが可能となっています」（図8）と述べ、練習環境のリアルさが利用者の満足度向上に寄与していることを説明していた。また、「スクリーンの面積を拡大し、地面にも投影することで、より臨場感のあるゴルフ体験を提供しています。これにより、プレーヤーはよりリアルな感覚でプレーすることができ、スキルの向上に直結します」（図9）と述べ、視覚的な没入感の向上が技術向上につながっている点を強調していた。さらに、「『スクリーンゴルフ場』のインテリアも洗練されてきており、空間デザインや家具が高級感を演出しています。サイネージや看板もおしゃれで、施設全体の雰囲気を一層引き立てています。これらの工夫により、顧客は快適な環境でゴルフを楽しむことができ、リピート率の向上につながっています」（図10）と述べ、施設全体のデザインが顧客満足度を高めている点を示していた。

GOLFNAVI 社の B 氏は、「韓国内では、都市部のゴルフ場不足や高コスト、冬の厳しい寒さといった問題から、インドアゴルフ施設が増加しています」と述べ、地理的および気候的要因が「スクリーンゴルフ場」の需要を押し上げていることを示していた。また、「『スクリーンゴルフ』のラウンド料金は1ラウンドで1人、約3万ウォンという安さから、気軽に周囲の人を誘いやすく、ラウンド時間も短いため、手軽に楽しめる環境が整っています」と述べ、施設の利用者層に幅広い層が含まれていることを強調していた。

GOLFZON PARK 経営者の I プロは、運営効率について「プレーペースは1ラウンドあたり1人1時間が平均的であり、このプレーペースを予測し、予約システムに反映しています」と述べ、効率的な運営を実現するためのシステム設計を説明していた。また、「『ス

『クリーンゴルフ場』と『室内練習場』を併設しており、ラウンド待ちのお客様が『室内練習場』で事前練習をしています」（図 11）と述べ、利用者が待ち時間を有効活用できる環境が整備されている点を強調していた。「プライバシーを重視するお客様が多くおり、施設の作り方だけでなく、スタッフの対応にも注意しています」（図 12）と述べ、利用者満足度の向上を目的とした運営方針が明らかになった。

元ゴルフ場支配人である I プロは、「かつてはお酒を飲みながら女性が接待するようなサービスを提供する店舗もありましたが、政策によって健全なスポーツ施設に生まれ変わったことが普及への転換になりました」と述べ、政策の影響が施設の健全化に寄与していることを指摘していた。また、「『スクリーンゴルフ場』の普及は何とんでも安価でラウンド体験できることが大きなポイントです」と述べ、コストパフォーマンスの高さが普及を後押ししている点を強調していた。

以上の結果から、「スクリーンゴルフ場」は、多様な利用者ニーズに応じた運営方法や技術革新を通じて、顧客満足度を高めるとともに、広範な利用者層を取り込むことで市場成長に貢献していることが示された。以上の「スクリーンゴルフ場」の運営方法の工夫に関する内容の要約を表 14 に示した。

表 14 スクリーンゴルフ場の運営方法の工夫のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・1日あたり約20万ラウンドの収益が技術開発を支える基盤。 ・消耗品やソフトウェア更新により快適さと技術の先進性を両立。 ・人工芝の改良でリアルなプレー環境を提供。 ・スクリーンの拡大で臨場感とスキル向上を促進。 ・高級感のあるインテリアやデザインが顧客満足度を向上。
GOLFNAVI社 B氏	・都市部のゴルフ場不足や冬の厳しい寒さが施設需要を増加させる要因。 ・低料金と短時間で楽しめる環境が幅広い利用者層を引きつける。
GOLFZON PARK 経営者 Iプロ	・予約システムの設計で効率的な運営を実現。 ・ラウンド待ち時間を有効活用できる室内練習場を併設。 ・プライバシー重視の運営とスタッフ対応で顧客満足度を向上。
元ゴルフ場支配人 Gプロ	・政策により健全なスポーツ施設への転換を実現。 ・安価なラウンド体験が普及を後押ししている。



図 8 改良された人工芝により、バンカーショットの感覚が忠実に再現された



図9 地面にも投影することで、より臨場感のあるゴルフ体験を提供していた



図10 空間デザインや家具が高級感を演出していた



図11 「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」が一緒になったハイブリット型店舗



図12 個室打席も完備され、プライバシーが確保されていた

第2項.利用者の代替スポーツとしての意識と技術向上

「スクリーンゴルフ場」は、ゴルフコースや練習場に代わる第三の施設として、代替スポーツとしての認識も広まり、高度なシミュレーター技術を活用した効率的で正確なトレーニング環境が利用者の技術向上に寄与していた。韓国では、『スクリーンゴルフ場』がコースラウンドの練習にとどまらず、実際のコースと同様にラウンドを楽しむ感覚として定着しています」と GOLFZON 社の A 氏は述べている。また、GOLFNAVI 社の B 氏は「我々は、『スクリーンゴルフ場』をインドア練習場の一部ではなく、ゴルフコースや練習場に次ぐ第三のゴルフ施設として位置付けています」と語り、「スクリーンゴルフ場」が完全に代替スポーツとして発展していることを示唆している。

B 氏は、「スクリーンゴルフ場」の利用者の利便性について『スクリーンゴルフ場』は、クーラーや暖房システムを完備しており、天候に左右されることなく快適にプレーができます。また、時間に制約されることなく好きなタイミングで利用できる点も大きな魅力です」と述べ、「スクリーンゴルフ場」が天候や時間に影響されない利便性を提供している点を強調した。また、『スクリーンゴルフ場』では、ラウンド中に歩く必要がなく、身体的負担を軽減しながらゴルフを楽しめます。一緒にラウンドしている仲間と気軽にコミュニケーションがとれる環境も整っています」と語り、身体的負担の少なさとソーシャルな場としての機能についても言及している。

さらに、B 氏は『スクリーンゴルフ場』では飲食がしやすく、軽食やスナックを楽しみながらプレーできる点が利用者に好評です。加えて、クラブのレンタルが無料で提供される施設が多く、手ぶらでもゴルフを楽しめることも大きなポイントです」と述べ、手軽さやコストパフォーマンスの高さについても評価していた。また、『スクリーンゴルフ場』では自分のスコアがプログラムに保存されるため、プレーヤーは自身の成長を数値で確認でき、現在では『GOLFZON』派、『フレンズゴルフ』派、『GTR (GOLFNAVI)』派といった好きなメーカーが形成されるなど、新たな文化も生まれています」と、「スクリーンゴルフ場」が新しいライフスタイルやコミュニティ形成に寄与している点についても言及した。

「スクリーンゴルフ場」の普及は利用者の技術向上にも大きく寄与しており、B 氏は「シミュレーターの特長として、弾道の正確性が重視され、カメラセンサーの性能が求められています」と述べ、スクリーンゴルフの基盤となる技術において、弾道データの正確性が重要視されている点を指摘した。また、「スクリーンゴルフ場」の映像技術についても、「ラウンド映像のグラフィックの美しさも重要視されています。こうした高性能なセンサーや映像技術により、プレーの正確性が向上しています」と語り、映像表現の向上がゴルフプレーヤーの技術的精度を高めるための重要な要素となっていることを強調していた。このような技術が実現することで、「スクリーンゴルフ場」は練習者に対して、リアルなラウンド体験と正確な技術データを同時に提供することが可能となり、従来の練習方法では得られなかった精度の高いトレーニング環境を提供していた。

K GOLF ACADEMY の H プロは、「スクリーンゴルフ場」の実践的な活用について、「『スクリーンゴルフ場』を使ってコースのイメージトレーニングができ、試合前の準備として活用されています」と述べ、「スクリーンゴルフ場」が競技者にとって試合前の準備段階で有用なトレーニングツールであることを示していた。特に、「スクリーンゴルフ場」の練習環境が提供するデータやリアルな体験が、試合でのパフォーマンス向上に寄与していた点が注目された。また、H プロは、「『スクリーンゴルフ場』での練習はクラブごとの距離感を正確に掴むのに役立ちます」とも述べており、「スクリーンゴルフ場」が距離感を把握するための効果的な手段として機能していることを指摘していた。このように、H プロの証言は、「スクリーンゴルフ場」が具体的なスキルアップのためのツールとして、技術データと実践的な経験を組み合わせた効率的な練習環境を提供していたことを示していた。

これらの結果から、「スクリーンゴルフ場」は単なるインドアゴルフ施設としてではなく、技術的精度を高めるための先端的なツールとして広く利用されていたことが明確となった。特に、高性能なセンサーによる弾道データの正確性や、美しいグラフィック映像を通じたリアルなラウンド再現が、競技者のトレーニングにおける効率性と効果を向上させていた。さらに、コースのイメージトレーニングや距離感の把握といった技術的課題の克服においても、「スクリーンゴルフ場」の重要性が確認された。このような特性により、「スクリーンゴルフ場」は競技者の技術的な進化を促進するための不可欠なツールとして広く認識されていた。以上の利用者の代替スポーツとしての意識と技術向上に関する内容の要約を表 15 に示した。

表 15 利用者の代替スポーツとしての意識と技術向上のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・コースラウンドの練習を超え、実際のコースのようにラウンドを楽しむ感覚が根付いている。
GOLFNAVI社 B氏	・スクリーンゴルフ場は、ゴルフコースや練習場に次ぐ第三の施設と位置付けている。 ・クーラーや暖房システムを完備しており、天候に左右されことなく快適にプレーができる。 ・時間に制約されことなく利用できる点が魅力的。 ・ラウンド中に歩く必要がなく、身体的負担が軽減される。 ・一緒にラウンドしている仲間とのコミュニケーションが取りやすい。 ・飲食がしやすく、軽食やスナックを楽しめる。 ・クラブレンタルが無料の施設も多く、手ぶらでもゴルフを楽しめる。 ・自分のスコアがプログラムに保存され、成長を確認できる。 ・GOLFNAVI派、GTR (GOLFNANI) 派など、利用者間で好きなメーカーが形成されている。 ・弾道データの正確性がスクリーンゴルフの基盤技術に重要。 ・カメラセンサーの性能向上が求められている。 ・映像技術の向上でプレーの正確性が増している。
K GOLF ACADEMY Hプロ	・コースイメージトレーニングに活用されている。 ・クラブごとの距離感を正確に掴むことができる。 ・試合前準備における有用なツールとして評価されている。

第5節.「室内練習場」の実態（インタビュー結果）

第1項.練習効率と指導方法の進化

韓国における「室内練習場」の練習効率と指導方法の進化を明らかにするため、複数の関係者へのインタビューを実施し、その結果、インドア練習場が提供するデータ分析や高度な指導技術が、利用者の技術向上に大きく貢献していたことが判明した。

GOLFZON 社の A 氏は、ゴルフ技術の向上に必要な要素について「ボールのスピンの調整と、ボールの高さの調整だと感じています。その思いが商品開発に活かされています」と述べ、技術的な課題に基づく製品設計の重要性を強調していた。また、「韓国人のゴルファーの自分のスイングを確認する時間は、おそらく日本人ゴルファーに比べて圧倒的に長いと感じています。それだけ韓国人ゴルファーは自分のスイングづくりを大切に、とにかくきれいなスイングにあこがれを抱いています」と述べ、韓国人ゴルファーのスイングへの強い関心が練習文化の特徴となっていることを指摘していた。

Ledbetter Golf Academy の C プロは、技術指導における重点について「技術指導でもっとも重要なポイントは姿勢（フォーム）であり、『室内練習場』でトレーニングすることにより、姿勢矯正に注力できます」と述べ、室内練習が特に姿勢修正に効果的であることを強調していた。

一方、ORENUM GOLF Academy の D プロは、個別指導のアプローチについて「個々のプレーヤーにあった指導アプローチを心掛けています。そのためにも落ち着いた室内でデータやスイングフォームの映像をチェックすることは、指導をするうえで重要です」と述べ、データ駆動型の指導が個別の技術向上に不可欠であることを説明していた。

KPGA トーナメントプロである F プロは、「日本と韓国では練習環境が圧倒的に違います。日本はゴルフコースでの練習環境が整っており、日本のプロゴルファーは特にショートゲームにおいて非常に優れていると思います。一方、韓国では『室内練習場』やアウトドア練習場での練習が中心です」（図 13、図 14、図 15）と述べ、韓国特有の練習環境が室内練習場の利用を促進している点を指摘していた。

HILL GOLF & HEALTH の E プロは、「私は屋外型、室内型の両方完備している施設で指導を行っていますが、特にスイングチェックをするときは、落ち着いた室内のほうが生徒も集中してくれます」と述べ、室内施設が集中力を高める環境を提供している点を指摘していた。また、「自分がお手本になりスイングすることもあるので、その際私のスイングデータを比較できることも室内においては可能なので便利です」と語り、指導者のスイングデータを利用した実演が指導効率を向上させる要素であることを示していた。さらに、「インドア練習ではとにかく反復練習に非常に効果があります」と述べ、同様の意見を持つ他の指導者と一致していた。

K GOLF ACADEMY の H プロは、インドア施設の指導者として求められるスキルについて「データ解析機器を使いこなせないプロは、レッスンができないとみなされます」と述べ、機器操作スキルが指導者にとって必須であることを指摘していた。また、「韓国で

は、レッスンスキルがないプロは信頼を失い、お客さんが離れてしまいます」と語り、指導スキルが顧客満足と直結する重要性を示していた。さらに、「お客さんは美しいスイングを求めるため、その指導が求められます」「インドア施設ではスイングをデータでフィードバックすることで、効果的に上達が可能です」と述べ、美しいスイングを追求し、データを活用した練習の有効性を強調していた。また、「重要視されるデータは『打ち出し角度、スピン量、ボールスピード』です」「アウトドアではスイング修正が難しいが、インドアでは風などの影響を受けず、正確な修正が可能です」「自分のデータを確認することで、感覚的にスイングを覚えることができます」と述べ、詳細なデータ分析を基にした指導の利点を説明していた。

以上の結果から、韓国の「室内練習場」は、効率的な運営手法と先進的な技術を活用することで、多様なニーズに応える練習環境を提供し、競技者層から初心者層まで幅広いプレーヤーの技術向上に寄与していた。しかしながら、標準的な指導方法や基本指導方法が確立されているわけではなく、各プロの指導方針に委ねられていた。以上の練習効率と指導方法の進化に関する内容の要約を表 16 に示した。

表 16 練習効率と指導方法の進化のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・ボールのスピン量や高さの調整が技術向上の鍵。 ・韓国人ゴルファーはスイング確認に多くの時間を費やし、練習文化が特徴的。
Ledbetter Golf Academy Cプロ	・室内練習場では姿勢(フォーム) 矯正が可能。
ORENUM GOLF Academy Dプロ	・個々のプレーヤーに合ったデータ駆動型の指導アプローチを採用。
KPGATーナメントプロ Fプロ	・韓国では室内練習場が主要な練習環境として活用されている。
HILL GOLF&HEALTH Eプロ	・室内施設は集中力を高める環境を提供。 ・指導者のスイングデータを比較した実演が可能。 ・反復練習に非常に効果的。
K GOLF ACADEMY Hプロ	・データ解析機器の操作スキルは指導者に不可欠。 ・スイングデータのフィードバックが効果的な上達を促進。 ・重要視されるデータは『打ち出し角度、スピン量、ボールスピード』。 ・インドアでは風の影響がないため正確なスイング修正が可能。 ・データ確認を通じて感覚的にスイングを習得可能。
HILL GOLF&HEALTH Eプロ	・室内施設は集中力を高める環境を提供。 ・指導者のスイングデータを比較した実演が可能。 ・反復練習に非常に効果的。



図 13 バンカー練習専用の打席では反復練習が可能になった

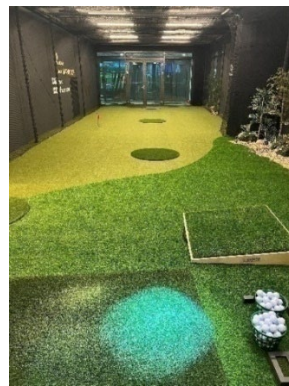


図 14 15 ヤードほどあるアプローチ練習エリア



図 15 天然芝を思わせるパッティング練習エリア

第 2 項. ゴルフ指導者の収入増加

本研究では、韓国におけるゴルフ指導者の収入増加の要因を明らかにするため、複数の指導者および関係者へのインタビューを実施した。その結果、室内練習場の普及と、それに伴うレッスン需要の高まりが指導者の収入増加に大きく寄与していることが判明した。

GOLFZON 社の A 氏は、「韓国人は負けず嫌いな人も多く、ゴルフ技術向上のために室内練習場を使って事前練習する人もいます。そのためレッスン費用を費やすことも惜しみません」と述べ、ゴルフに対する熱意が高い韓国人ゴルファーの特性が指導需要を支えていることを指摘していた。同社の「GDR アカデミー」は、会員制で展開されており、「入

会動機の 80%はレッスンを受講するため」とされる。この施設では、「60 分滞在する場合、20 分がレッスン、40 分が自習するスタイルをとる人が多いです」と述べ、施設利用者の多くがレッスンを主目的に訪れていることがわかった。また、指導者の待遇については、「レッスンフィーの指導者の取り分は80%と割合が高く、稼ぐプロで月額 80 万円～100 万円稼ぐプロがいます」とし、優れた指導者にとって収入が高水準であることが明らかになった。さらに、「指導者の採用は本社が一括で行い、技術スキル、コミュニケーションスキル、清潔感を重視しています」（図 16）と述べており、特に女性指導者への需要が高まる一方で、その採用が難航している点にも触れていた。また、「競争の激化により、指導者のモチベーションが向上しています」と語り、自由な指名制度や収入面でのインセンティブが指導者の意欲向上に寄与していることを指摘していた。

ORENUM GOLF Academy の D プロは、自身の年収について「私の年収は一般的なサラリーマンの年収より上回っていると思います。しかし現在の韓国のゴルフバブルはいつまで続くかは不透明であるので、これからも自分の経験や知識を活かして、ゴルフ市場の成長を後押ししたいです」と述べ、現在の収入が市場環境に依存している側面を示しながらも、今後の市場発展に意欲を見せていた。

HILL GOLF & HEALTH の E プロは、韓国の「室内練習場」の運営について「韓国のほとんどの『室内練習場』は施設利用として月額制で 250,000 ウォンから 350,000 ウォン運営されています。その中にはレッスン費用が含まれておらず、レッスンを受けた人は、レッスン料を支払い、指導を受けます」と述べ、施設の運営モデルが指導者の追加収入を生み出す仕組みになっている点を指摘していた。

元ゴルフ場支配人である I プロは、「おそらく私の仲間の指導者（プロ）の年収は 7000 万ウォンから 8000 万ウォンくらいではないかと思う」と述べ、一般的な指導者の収入水準を示していた。

K GOLF ACADEMY の H プロは、指導者のキャリアパスについて「稼ぐ指導者は、どんどん昇進しマネージャーになると、さらにインセンティブが増加します。より意欲的な指導者は雇われる側から経営者に転身し、施設全体の収益も得ることを目指します。みな貪欲です」と述べ、指導者が高収入を得るだけでなく、さらなる昇進や経営への転身を目指す例が多いことを強調していた。

表 17 から明らかなように、GOLFZON 社が展開する主要な「室内練習場」の中には、打席数が 30 を超える大型施設も存在しており、それらの施設には多くの会員が入会していることが確認されている。

これらの結果から、韓国のゴルフ市場では、レッスン需要の増加に加え、指導者に対する収入面でのインセンティブやキャリアパスの多様化が、指導者の収入向上に大きく寄与していることが示された。以上のゴルフ指導者の収入増加に関する内容の要約を表 18 に示した。



図 16 GDR アカデミーのインストラクター

表 17 GOLFZON 社が展開する練習特化型施設「GDR アカデミー」の主な店舗例

店舗名	打席数	ロッカー数	会員数	月会費（日本円換算）
センターフィールド100号店	30	390	600	25000～30000円
ソチヨ南部ターミナル店	37	550	500	28000円
ソンナムパンギョ店	33	400	600	25000～30000円

出典：GOLFZON 社 A 氏のインタビューから作図

表 18 ゴルフ指導者の収入増加のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
ORENUM GOLF Academy Dプロ	・現在の年収は一般的なサラリーマンの年収より上回っていると思う。
K GOLF ACADEMY Hプロ	・稼ぐ指導者は昇進や経営者への転身を目指す例が多い。 ・意欲的な指導者は施設全体の収益を得ることを目指している。
元ゴルフ場支配人 Gプロ	・一般的な指導者の年収は7000万～8000万ウォン。
HILL GOLF & HEALTH Eプロ	・室内練習場は月額制で運営され、レッスン費用は追加で発生。
GOLFZON社 A氏	・韓国人ゴルファーの熱意が指導需要を支えている。 ・GDRアカデミーの会員の80%がレッスンを目的に訪れている。 ・指導者の取り分が高く、稼ぐプロは月額80万円～100万円に達する。 ・技術スキル、コミュニケーションスキル、清潔感を採用基準としている。 ・自由な指名制度と収入インセンティブが指導者のモチベーションを向上。

第 6 節.インドアゴルフの普及策（インタビュー結果）

第 1 項.スクリーンゴルフトーナメント開催の意義（GTOUR の成功事例）

韓国におけるインドアゴルフの普及には、GOLFZON 社が主催する「GTOUR」が重要な役割を果たしてきた。GTOUR は、「スクリーンゴルフ場」におけるプロフェッショナルなトーナメントであり、競技者の技術向上だけでなく、観客やスポンサーを巻き込んだゴルフ文化の発展にも寄与していた。

GOLFZON 社の A 氏は、GTOUR の目的について次のように述べた。「GTOUR にはレギュラー大会とインビテーション大会の 2 種類があり、若手選手にプロとしての夢を提

供するとともに、著名な選手を招待することで「スクリーンゴルフ場」の認知度を向上させています」と語り、このトーナメントがプロゴルファーだけでなく一般ゴルファーにも影響を与えていることを強調した。また、GTOUR は Shinhan、LOTTE といったスポンサー企業が冠協賛することで、スポンサーにとっても PR の場としての価値が高いイベントであった。(表 19)

このトーナメントは、韓国国内での普及にとどまらず、海外からの注目も集めている。HILL GOLF&HEALTH の E プロは、GTOUR の現場での観戦経験について次のように語った。「私が視察した大会では、選手 80 名が 24 つのスクリーンに分かれて同時にスタートし、ギャラリーは無料で観戦可能でした。また、ホットドッグや飲み物が無料で提供されており、非常にアットホームな雰囲気が印象的でした」(図 17、18) と述べ、GTOUR が一般ゴルファーにとっても親しみやすいイベントであることを示していた。

さらに、A 氏は、大会運営における技術的側面についても触れており、「大会では KGA (韓国ゴルフ協会) のレフリーが管理し、公平な競技環境を提供しています」と述べ、技術的な信頼性が GTOUR の成功を支えていることを示した。このような運営体制は、プロ選手の真剣なプレーを観客に届けるだけでなく、競技者のスキル向上にも大きく貢献していた。

また、GTOUR は視覚的なエンターテインメントとしても成功を収めている。YouTube での大会中継では同時視聴者数が 1 万人を超えることもあり、「スクリーンゴルフ場」の魅力を多くの観客に伝えることに成功している。A 氏は、「こうした中継を通じて、『スクリーンゴルフ場』が持つ競技性とエンターテインメント性を広く訴求することができました」(図 19) と語り、GTOUR が普及活動の重要な手段となっている点を強調していた。

以上のように、GTOUR は韓国国内の「スクリーンゴルフ場」普及における成功事例として位置づけられるだけでなく、競技者、観客、スポンサー、そして地域社会に対して多面的な価値を提供している。その結果、インドアゴルフの裾野を広げる重要な役割を果たしていると言える。

表 19 GTOUR の主な協賛企業

分類	種別	企業	備考
GTOUR男子 (年間8大会)	タイトルスポンサー	Shinhan Securities	2022～2024 3年パートナーシップ
	オフィシャルスポンサー	SRIXON、GOLF BUDDY、S' Well、 1865BECAUSE YOU KNOW	
GTOUR女子 (年間8大会)	タイトルスポンサー	LOTTE rental	2012～2024 13年パートナーシップ
	オフィシャルスポンサー	SRIXON、Nikon、IJP DESIGN、 Adak、キャデイトーク、GOLF WINE	
GTOURミックスカップ (年間4大会)	タイトルスポンサー	HANDOK	2023
		S-OIL	2024
GTOURスーパーマッチ (スペシャルイベント)	タイトルスポンサー	Field Tourist	2024

出典：GOLFZON 社内資料より作図

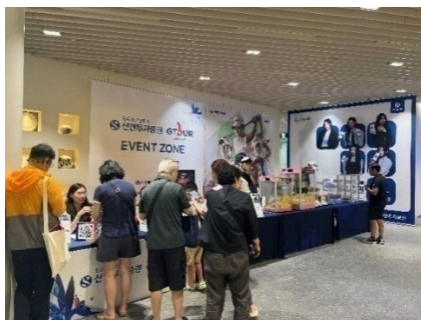


図 17 無料で配布されるスナックやドリンクでギャラリーサービスも充実していた



図 18 選手が気軽に写真撮影に応じ、ファンサービスも充実していた



図 19 多くのギャラリーが観戦する中、TV 中継も行われていた

第 2 項. シミュレーション機器の技術開発と市場拡大

韓国におけるシミュレーション機器の技術開発が市場拡大に与える影響を明らかにするため、複数の関係者へのインタビューを実施した。その結果、技術革新がシミュレーションゴルフ市場の成長を促進し、さらなる市場拡大に寄与していることが判明した。

GOLFZON 社の A 氏は、「シミュレーションゴルフ市場の好調により、定年退職後の資金で投資をする人が増加しており、魅力的な投資先になっています」と述べ、シミュレー

シミュレーションゴルフ市場が投資の対象として認識されるほどの市場成長を遂げている点を指摘していた。

一方、GOLFNAVI 社の B 氏は、韓国の建物構造がシミュレーション機器の設置に適している点について「韓国の建物は耐震構造の違いもあり日本に比べ天井が高く、シミュレーターの設置が安易です」と述べ、地理的および建築的要因が市場拡大に寄与していることを指摘していた。また、他社との差別化については、「故障が少ない天井取り付け型設計により、トラブルの原因を排除」「迅速なサポート体制、遠隔操作による対応、アップデートの無償提供が特徴」と述べ、製品の信頼性やサポート体制が市場競争力の基盤となっている点を強調していた。さらに、「実際に使用する施設からも、他社に比べて対応スピードの速さが評価されています」と述べ、ユーザーからの信頼が市場拡大に貢献していることを示していた。技術的特長については、「スピン量、打出し角、ボール速度に加え、インパクト付近のヘッドスピードも重視しています」と述べ、詳細なデータ計測が可能なシミュレーション機器の特性を説明していた。また、「プロ監修のもと、センサー調整とプログラムの物理計算式の追加を行っています」と述べ、技術開発における専門的なアプローチが競争力の向上に寄与している点を強調していた。今後の展開について、B 氏は「海外市場でのシェア拡大を目指しています。韓国国内では GOLFZON が強いが、世界市場での競争力を高めたいと考えています」と述べ、国際市場への進出が次の課題であることを指摘していた。また、「実写版グラフィックの開発や、ゲーム要素を取り入れたバージョンも計画中です」とし、エンターテインメント性を強化した新しい製品の開発計画についても言及していた。

以上の結果から、シミュレーション機器の技術開発は、シミュレーションゴルフ市場の信頼性向上と新たな需要の創出に大きく寄与しており、韓国国内市場の成長のみならず、海外市場への展開を視野に入れた競争力強化の鍵を握っていることが示された。以上のシミュレーション機器の技術開発と市場拡大に関する内容の要約を表 20 に示した。

表 20 シミュレーション機器の技術開発と市場拡大のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・シミュレーションゴルフ市場の好調により投資対象として人気が高まっている。
GOLFNAVI社 B氏	・韓国の建物は耐震構造が日本と異なり天井が高く、シミュレーター設置が容易。 ・天井取り付け型設計で故障が少なく、信頼性が高い。 ・迅速なサポート体制と無償アップデートで市場競争力を強化。 ・ユーザーから対応スピードの速さが評価されている。 ・詳細なデータ計測が可能なシミュレーション機器を提供。 ・プロ監修のセンサー調整や物理計算式の追加で技術力を向上。 ・国際市場への進出を目指し、世界市場での競争力を強化中。 ・エンターテインメント性を強化した新製品やパークゴルフ用シミュレーターを開発中。

第3項.シミュレーション機器メーカーの競争

韓国におけるシミュレーション機器メーカー間の競争構造を明らかにするため、複数の関係者へのインタビューを実施した。その結果、市場の主要プレーヤーとその戦略的取り組みが競争環境に与える影響が明らかになった。

GOLFZON 社の A 氏は、「市場シェアの高さは、GOLFZON の強力なブランド力と高品質なサービス提供によるものであり、多くのゴルファーに支持されています」と述べ、GOLFZON が市場で圧倒的なシェアを獲得している背景に、ブランド力とサービスの質の高さがあることを強調していた。また、「GOLFZON は継続的な技術革新と顧客満足度の向上を目指し、常に新しいサービスや機能を提供しています。これにより、競合他社との差別化を図り、市場でのリーダーシップを維持しています」と述べ、技術革新と顧客志向の取り組みが、同社の競争優位性を支える重要な要素であることを示していた。

一方、GOLFNAVI 社の B 氏は、韓国市場における競争環境について「韓国市場においては、GOLFZON のシェアが圧倒的に高く、全体の約 60% を占めています。それに続くのが Kakao VX で、シェアは約 20% です。他の企業は韓国内のシェア拡大よりも、アジアやヨーロッパといった海外市場への展開に力を入れ、シェア拡大を目指しています」と述べ、GOLFZON の独占的な市場シェアに加え、他の企業の海外市場へのシフトについて説明していた。また、技術面での競争については、「さらに、『スクリーンゴルフ場』ではリアルな映像グラフィックが重視されるため、多くのメーカーがそのリアリティを追求しています」と述べ、映像技術が競争の主要な要素であることを指摘していた。近年のトレンドとして、「リアル志向のグラフィックだけでなく、子供や女性をターゲットにしたアニメ風のグラフィックも人気を集めており、開発が進んでいます」と述べ、幅広いターゲット層を意識した多様な製品開発が行われていることを明らかにしていた。

さらに、今後の競争の展望について、B 氏は「今後、各メーカーはセンサーやグラフィック技術の進化を通じて、独自の特色を打ち出していくことが予想されます」と述べ、技術革新が競争力強化の重要な鍵となることを指摘していた。

以上の結果から、韓国のシミュレーション機器メーカー間の競争は、国内市場におけるシェア争いだけでなく、映像技術やセンサー技術を通じた差別化、新しいターゲット層の獲得、さらには海外市場への進出を通じて多角的に展開されていることが明らかになった。以上のシミュレーション機器メーカーの競争に関する内容の要約を表 21 に示した。

表 21 シミュレーション機器メーカーの競争のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・GOLFZONは強力なブランド力と高品質なサービスで市場シェアを獲得。 ・技術革新と顧客満足度の向上を通じて競争優位性を維持。
GOLFNAVI社 B氏	・韓国市場ではGOLFZONが約60%、Kakao VXが約20%のシェアを占める。 ・他のメーカーは海外市場でのシェア拡大に注力。 ・リアルな映像グラフィックが競争の主要要素。 ・子供や女性向けのアニメ風グラフィックも開発され人気が高まっている。 ・今後はセンサーやグラフィック技術の進化が競争力の鍵となる。

第4項.トレーニング施設としての進化

韓国におけるインドアゴルフ施設がトレーニング施設として進化する過程を明らかにするため、関係者へのインタビューを実施した。その結果、技術革新や設備の高度化が、利用者および指導者に新たな価値を提供し、練習環境の進化を支えていることが判明した。

GOLFZON 社の A 氏は、『指導者側の視点』、『利用者側の視点』と両者から常に厳しい要求が、この技術開発を支えています」と述べ、ユーザーと指導者の両方のニーズを満たす技術がインドアゴルフ施設の競争力を高めていることを強調していた。また、「いくつか人気機能があり、特にスローモーションや体重移動、ビフォーアフターの比較ができる『マイスイングモーション』という機能が好評です」（図 20）と述べ、技術の進化が具体的な練習効果をもたらしていることを示していた。

GOLFNAVI 社の B 氏は、スイングフォームの改善に特化した設備について「主に映像を使ってスイングフォームの診断を行います。エリートゴルファー向けの施設では、動作計測を行う設備があり、スイング時の体の動きを分析することで、より精度の高いスイングフォームの確立を目指しています」と述べ、動作分析を取り入れた高度なトレーニングが可能な施設の存在を強調していた。また、「スイングフォームが安定すると球筋も安定するため、番手ごとの飛距離、方向性、スピン量などを弾道測定器で計測し、さらに精度を高めています。」と述べ、弾道測定器を活用したデータ分析がトレーニングの質を向上させていることを指摘していた。このような設備を利用した反復練習により、「スキルの向上が実現されています」と述べ、練習効果の高さを示していた。

これらの結果から、「室内練習場」は、動作計測や弾道測定器といった技術革新を通じて、トレーニング施設としての機能を強化し、利用者と指導者の双方に高度な練習環境を提供していることが明らかになった。また、こうした施設は、エリートゴルファーから初心者まで幅広い層のニーズに応えることで、利用者のスキル向上と競技力の向上に寄与していることが示された。以上のトレーニング施設としての進化に関する内容の要約を表 22 に示した。

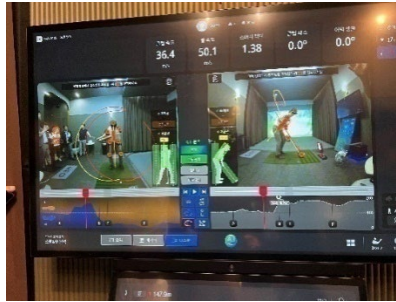


図 20 AI によるモーションキャプチャー機能によりスイングデータを正確に計測

表 22 トレーニング施設としての進化のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFZON社 A氏	・指導者と利用者の両方の厳しい要求が技術開発を支えている。 ・スローモーションや体重移動、ビフォーアフター比較が可能な機能が好評。
GOLFNAVI社 B氏	・スイングフォームの形成を映像でサポートする設備を導入。 ・動作分析を活用し、スイング時の体の動きを精密に分析可能。 ・弾道測定器を使用し、飛距離や方向性、スピン量を計測してスキル向上を支援。 ・反復練習によるスキル向上が実現されている。

第 5 項.日本市場拡大への提言

韓国のインドアゴルフ市場の成功事例を基に、日本市場におけるインドアゴルフ施設の展開に関する提言を伺うため、GOLFNAVI 社の B 氏のコメントを分析した。その結果、日本市場に適応するための重要な戦略が明らかになった。

GOLFNAVI 社では、シミュレーション機器を「SR」（ラウンド特化型）および「ST」（練習特化型）の 2 種類に分類していた。「SR」は実際のゴルフラウンドをシミュレートすることに特化し、「ST」はスイングフォームの改善やスイングデータの保存を目的としていた。この分類を基に、日本市場における施設運営の課題と可能性を検討した。

B 氏は「韓国では『SR』タイプを導入する『スクリーンゴルフ場』は、高級感のある内装デザインやコミュニティ運営を通じて成功しています。また、車を止めやすい立地や社会人が集まりやすい環境が施設の成否を左右しています」と述べた。さらに、「韓国では『AutoTeeUp マシン』が 99%近い普及率を誇り、この設備は効率的な練習を可能にしています。日本市場でも導入を進めるべきです」と設備面の重要性を指摘していた。

日本市場に関しては、「『ST』タイプを導入した『室内練習場』店舗が主流だが、『SR』タイプを導入する『スクリーンゴルフ場』はまだ発展途上にあり、リアルなゴルフ場のような環境を提供することが成長の鍵だと思います」と述べた。加えて、「シミュレーションゴルフはリアルなゴルフ場に行かなくてもゴルフを楽しめるシステムであるにもかかわらず、実際には練習目的で使われることが多くあります。この状況を改善するには『SR』タイプを活用して、『試合』や『イベント』を積極的に開催することが必要です。日本ではイ

インドアゴルフがすでに飽和状態だと見なされていますが、実際にはまだ市場拡大の余地があり、日本のシミュレーションゴルフブームは始まっていないと考えています」と述べ、日本市場の成長可能性を強調していた。

また、韓国の成功事例として「プロゴルファーによるレッスン提供が初心者から上級者まで幅広い利用者層を引き付けています。特に初心者にとっては安心して利用できる環境作りに役立っています」とし、プロゴルファーとの連携が付加価値を高める重要な要素であると指摘していた。

施設運営においては、「無人経営は推奨されず、昼間は有人、夜間は半無人とする方式が韓国では成功しています。また、クーラーや暖房の完備により天候に左右されない環境、営業時間の柔軟性、また『スクリーンゴルフ場』では手頃な価格設定、無料のクラブレンタル、スコアのプログラム記録、飲食のしやすい環境が利用者満足度を高めています」と述べていた。

さらに、日本市場への適応策として、B氏は「『SR』タイプの施設を展開するには、駐車場付きの立地や天井高3m以上の条件を満たすことが必要です。また、内装工事費用を抑える取り組みや、AutoTeeUpマシンを導入することで、インドアゴルフ施設の利便性を向上させるべきです」と述べていた。併せて、「シミュレーションゴルフを単なる道具ではなく、店舗の特徴を生かした運営に活用すること、プロゴルファーを活用したレッスン提供を進めること、ゴルフ人口を増やすために敷居を下げるのが重要です」と指摘していた。

これらの結果、日本市場におけるインドアゴルフ施設の成功には、韓国の成功事例を基に設備や運営の基盤を整え、試合やイベントを活用した施設活性化を推進することが求められると結論付けられた。以上の日本市場拡大への提言に関する内容の要約を表23に示した。

表 23 日本市場拡大への提言のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
GOLFNAVI社 B氏	・韓国では「SR」タイプ店舗が高級感ある内装やコミュニティ運営で成功した。 ・駐車場付きの立地や社会人が集まりやすい環境が重要である。 ・「AutoTeeUpマシン」は韓国で99%近い普及率を誇り、日本市場でも標準化が必要である。 ・日本では「SR」タイプの店舗が発展途上であり、ゴルフ場のような環境の提供が成長の鍵。 ・「試合」や「イベント」の開催を通じて、「SR」タイプを活用し施設を活性化すべきである。 ・日本市場は飽和状態と言われるが、まだ市場成長の余地がある。 ・日本はシミュレーションゴルフブームは始まっていない。 ・プロゴルファーによるレッスンは付加価値を高め、初心者が安心して利用できる環境作りを。 ・無人経営ではなく、昼間は有人、夜間は半無人の運営方式が利用者満足度を向上させる。 ・天候に左右されない設備、柔軟な営業時間、手頃な価格設定などが重要。 ・駐車場付きの立地、天井高3m以上の設計、内装工事費削減が必要。 ・シミュレーションゴルフを単なる道具ではなく、店舗の特徴を生かして運営することが求められる。

第7節. 日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題（インタビュー結果）

日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題を明らかにし、その発展可能性を探ることを目的としています。具体的には、コンサルタント、機器メーカー、指導者という異なる立場からのインタビューを通じて、施設の運営形態、経営戦略、普及の可能性、指導環境に関する具体的な知見を得た。

第1項. コンサルタントの視点

日本のインドアゴルフ施設の現状を明らかにするため、ONE STORY の経営者であり、インドアゴルフ施設の開業支援を行う K プロへのインタビューを実施した。その結果、日本のインドアゴルフ施設が地域特性に応じて多様な形態で運営されていること、また、経営者の背景や補助金制度の影響が施設の発展に与える重要な役割が明らかとなった。

K プロは、日本のインドアゴルフ施設の現状について、「日本では『室内練習場』型の施設が主流であり、ラウンド特化型施設（スクリーンゴルフ場）の成功事例はほとんど見られません」と述べた。また、「首都圏の『室内練習場』では慢性的に指導者が不足しており、求人にも苦勞しています」と指摘した。その影響については、「レッスンサービスを提供せず、自主練習に特化した無人形態の店舗が増加しています」と説明した。

また、経営者の特徴について、「パチンコホール運営会社、不動産管理会社、WEB 広告会社、飲食店、フィットネスジムなど、異業種からの参入が増えており、それぞれが独自の強みを活かして事業を展開しています」と述べた。施設規模に関しては、「大型施設では100 坪以上、10 打席以上が一般的で、主にパチンコホール跡地や広大な土地を活用して展開されています。一方、小型施設では商業ビルの一部を利用した4 打席程度の規模が多く、都心部では3000 万円程度の初期投資で開業可能です」と説明した。

さらに、施設の立地条件について「都心部では銀座、新宿、渋谷といったエリアに立地し、主要駅から徒歩圏内でアクセスが良いことが強みです。こうした施設では、更衣室やシャワー室の設備が成功要因となっています。一方、地方では郊外型店舗が主流で、車でのアクセスが容易な立地が求められ、駐車場の完備や看板を設置しやすいコンビニ跡地などが人気です」と説明し、地域特性が施設運営に与える影響を強調した。

補助金制度の影響については、「2021 年以降、事業再構築補助金を活用して新規開業する施設が増加しましたが、ゴルフビジネスに不慣れな企業は適切な設備投資やマーケティング戦略を整備できず、運営に苦戦するケースが見られました。補助金を活用するだけでなく、ゴルフ市場に対する深い理解が必要不可欠です」と述べ、補助金活用の課題と成功のための要件を指摘した。

これらの知見は、日本のインドアゴルフ施設が多様な背景を持つ経営者によって運営され、都市部と地方部で異なる運営戦略を採用していることを示すと同時に、補助金制度が施設発展を促進する一方で、経営上の課題も存在することを示している。

第2項.シミュレーション機器メーカー担当者の視点

GOLFZON Japan の J 氏へのインタビューを通じて、日本のインドアゴルフ市場の現状や課題、そして今後の可能性についての重要な知見が得られた。

J 氏はまず、「日本のインドアゴルフは『室内練習場型』施設が一般的であり、『スクリーンゴルフ場』はまだ発展途上の段階にあります」と述べた。また、日韓両国のゴルフ市場の環境的差異に触れ、「日本のゴルフ場のプレー費用は平均 15,000～20,000 円程度であり、10,000 円以下のコースも多数存在します。一方で、韓国のプレー費用は平均 25,000～35,000 円と高く、日本のような安価なコースは少ないです」と説明した。

さらに、人口に対するゴルフコースの数の比率について、「韓国では総人口に対するコース数の割合が約 1%であるのに対し、日本では約 1.7%と高く、ゴルフコースの利便性という面でも日本は優位性を持っています」と述べた。このような背景から、日本におけるスクリーンゴルフの普及には課題があることを指摘し、日本市場の物理的環境が「スクリーンゴルフ場」の導入にとって障壁となり得ることを示唆した。

一方で、J 氏は今後のインドアゴルフ需要の増加の可能性についても指摘している。「日本は車の世帯普及率が年々低下しており、特に若年層ではその傾向が顕著です。このような背景から、駅近など利便性の高いインドアゴルフ施設が、ゴルフを手軽に体験できるツールとしての役割を果たすと考えています」との見解を示し、都市部での車離れが新たな需要を生む潜在的な要因となる可能性を指摘した。また、「インドアゴルフは若年層だけでなく既存のゴルファーにも新しい文化として楽しみを提供し、ゴルフ人口の拡大に寄与する可能性がある」とも述べ、既存層と新規層の双方をターゲットとする普及戦略の重要性を強調した。また、韓国でのインドアゴルフ普及の背景として「バン文化（ルーム文化）」（27 Lee & Kwon, 2021）に言及し、「韓国ではカラオケやインドアゴルフなど、ルーム単位で楽しむ文化が根付いており、これがインドアゴルフの普及を後押ししています。日本でもカラオケやレンタルオフィスなど、ルーム文化が徐々に定着しつつあり、インドアゴルフにも同様の可能性があると考えています」と述べた。

最後に、J 氏はゴルフ人口の構造的な課題に触れ、「現在、ゴルフ人口の大半が高齢者である実情から、ゴルフ人口を増やすためには若年層のゴルフ参入が急務であり、また、初心者のゴルフ離れを防ぐことも重要です」と述べた。そして、「シミュレーションゴルフメーカーとして、ゴルフ人口の拡大と業界全体の発展に貢献していきたい」と述べ、今後の展望を示した。

これらのインタビュー結果から、日本市場においてインドアゴルフが持つポテンシャルと課題が明らかになり、特に若年層の参入促進や新しいゴルフ文化の創出が今後の重要な課題であることが示された。

第3項.指導者の視点

日本のインドアゴルフ施設における指導者の視点を明らかにするため、TRUE GOLF ACADEMY のL プロにインタビューを実施した。その結果、インドアゴルフ施設が持つ練習環境としての利点や限界、さらにアウトドア施設との役割の違いが浮き彫りとなり、指導者としての実務経験に基づく具体的な意見が得られた。

L プロはインドアゴルフ施設での練習の利点と限界について、次のように述べている。まず、限界について「インドアゴルフは弾道測定器などの機材がなければ、スイングや打球の正確な情報が得られず、競技者の技術向上には限界があります。アウトドアでは、実際の打球の飛距離や音などのフィードバックが得られるため、インドアよりも多くの情報が提供されます」と指摘した。

一方で利点については、「インドアゴルフはコストパフォーマンスに優れており、特に初心者にとっては、大量のボールを気軽に打つ練習が可能な環境です」、その一方で「競技レベルの向上にはインドアでは限界があります。また、体験や実際のフィードバックが少ないため、競技者の感覚を養うのが難しい」と述べている。さらに、「インドアでの練習は、反復練習や特定の動き、そして技術を測定する場合には適しているが、競技者としての成長にはアウトドアでの実戦的な体験が不可欠です」と強調し、インドア施設は主に初心者や効率的な反復練習に向いているとした。また、「『スクリーンゴルフ』はゲーム感覚で楽しむ場とし、指導を加えずに気軽にプレーできる環境を提供するのが良いという考えもあります」と述べ、スクリーンゴルフが競技目的だけでなく、ゴルフの魅力を気軽に楽しむ手段としても機能する可能性を示した。

これらのコメントから、インドア施設での練習は特定の目的に効果的である一方、アウトドアでの体験的な練習と相互補完的に活用することが重要であることが示唆された。以上の日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題に関する内容の要約を表24に示した。

表24 日本におけるインドアゴルフ施設の現状と課題のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
ONE STORY Kプロ	・日本では室内練習場型が主流で、ラウンド特化型施設の成功例は少ない。 ・首都圏の室内練習場は指導者不足で求人に苦労している。 ・レッスンサービスを提供しない無人店舗も増加している。 ・異業種からの参入が増加し、独自の強みを活かして事業を展開している。 ・大型施設はバチンコホール跡地、小型施設は商業ビルの一部を活用して運営。 ・都市部では駅近で更衣室やシャワー室の設備が成功要因。 ・補助金制度を活用する企業が増えたが、適切な設備投資が必要。
GOLFZON JAPAN J氏	・日本は室内練習場型の施設が一般的であり、スクリーンゴルフ施設はまだ発展途上にある。 ・日本のプレー費用が韓国に比べ安価である点が、スクリーンゴルフの発展に影響している。 ・駅近の施設が若年層の車離れに対応する形で需要を生んでいる。 ・既存ゴルファーと若年層双方をターゲットに普及戦略を実施。 ・韓国のバン文化を参考に、ルーム文化が日本市場にも可能性を示している。 ・若年層の参入促進と初心者のゴルフ離れ防止が課題。 ・ゴルフ人口の拡大を目指し、業界全体の発展に貢献する計画。
TRUE GOLF ACADEMY Lプロ	・インドアゴルフではスイングや打球の情報量が限られる。 ・インドア練習はコストパフォーマンスが高く初心者に適している。 ・反復練習や特定の技術の測定にインドア施設が有用。 ・競技者にはアウトドアでの実戦的な体験が不可欠。 ・スクリーンゴルフはゲーム感覚でゴルフを楽しむ場としての可能性がある。

第8節.日本におけるスクリーンゴルフトーナメントの現状（インタビュー結果）

GOLFZON JAPAN のJ氏へのインタビューを通じて、日本における GTOUR の現状と将来的な展望に関するコメントを収集した。

J氏は、2019年に開催されたWGTOUR（表25）について「日本でのGTOUR開催が継続していない理由は、コロナの影響によるものです」と述べ、新型コロナウイルス感染症の影響が主な中断の理由であることを説明した。一方で、その後の取り組みとして「2022年2月に初開催となった『Skins Challenge（スキズチャレンジ）』は日本、韓国、中国の3か国と中継で繋ぐ新たな大会形式に進化し、2024年まで3年継続して開催しております」と述べ、国際的かつオンラインでの大会形式が進展している状況を示した。

また、将来的な展望として「来年度にはグローバルGTOURという大会の計画もあり、各国プロとのシミュレーションにおける大会となります。ただし、詳細は韓国本社からの連絡待ちとなります」と述べ、シミュレーションゴルフを活用したグローバルな競技大会の構想が進行中であることを明らかにした。さらに、「シミュレーションを活用した大会という面では、GOLFZON LIVE FESTIVAL（通称：GLF）やグローバルイベントなどの開催も行っております」と述べ、既存のイベントにおいても多様な大会形式が活発に展開されている現状が説明された。

これらのコメントは、日本におけるGTOURの進化や、新たな大会形式の模索と実現を通じた国際的な展望を具体的に示している。

表 25 WGTOUR の大会概要

項目	詳細
大会名	WGTOUR JAPAN 2019 supported by UUUM GOLF
主催	GOLFZON Japan株式会社
大会日程	12月8日（土）
開会	12時00分
ティーオフ	12時15分
会場	ドライビングレンジ東新宿／東京都新宿区大久保1-3-21
優勝賞金	100万円
競技方法	18ホールストロークプレー
使用機器	GOLFZON VISION PLUS
出場予定選手	12名

出典：GOLFZON 社ホームページより作表

第9節.日本の指導者における指導の実態調査（アンケート結果）

第1項.アウトドア練習場とインドア練習場に対する意識について

日本全国のPGA会員を対象にしたアンケート調査を実施し、「アウトドア練習場とインドア練習場に対する指導者の意識」を分析した。この調査は、ゴルフ指導者が選手の競技力向上において、どのような施設をより重要視しているかを明らかにし、両施設の役割や課題を探ることを目的とした。調査には167名のPGA会員が回答し、その結果から両施設の指導における価値が具体的に浮き彫りとなった。

調査の結果、全指導者の49%がアウトドア練習場において指導を行っている一方、インドア練習場で指導を行っている指導者は19%にとどまり、アウトドア練習場での指導が大きく上回っていることが明らかになった。また、注目すべき点として、アウトドア練習場とインドア練習場の双方で指導を並行して行っている指導者は全体の29%を占めており、この結果は指導環境の選択における多様性を示唆していると考えられる。(図21)

また、33.5%の指導者がアウトドア練習場でのトレーニングが競技力向上に最も寄与していると考えていることが明らかになった。(図22) アウトドア練習場は、選手が実際のコースに近い環境で練習を行える点が評価されており、地形や風といったコース特有の条件に適応する能力を培うためには不可欠な存在とされていた。特に、中級者や上級者にとっては、アウトドア練習場での実践的なトレーニングが、競技における実戦力の向上に大きく寄与するとの認識されていた。

アウトドア練習場では、ゴルファーがその場でショット結果を確認し、即座にフィードバックを得ることができる。風の影響を受けた弾道や地形の変化に応じたショットの調整といったスキルは、競技者が試合で必要とされる技術であり、インドア練習場では十分に再現できない要素でもある。これらの理由から、多くの指導者がアウトドア練習場を競技力向上の主軸として評価していた。

一方、インドア練習場については、データ解析技術を用いた科学的な技術向上が可能である点が評価されていた。調査では、7.2%の指導者がインドア練習場を最も重要視していると回答しており、特に初心者や基礎技術の向上を目指す選手に対しては、インドア施設が適切な環境を提供できるとの意見が示された。インドア練習場では、ボールの速度や回転、スイングの軌道をリアルタイムで測定し、数値化されたフィードバックを提供することで、プレーヤーが正確かつ効率的に技術改善を進められる環境を整えていた。

ただし、調査結果によれば、55.7%の指導者が「アウトドア練習場とインドア練習場の両方を組み合わせることで、最も効果的な技術向上が図れる」と回答している。この結果は、インドアとアウトドアがそれぞれ異なる特性を持ち、互いに補完し合う関係であることを示唆していた。具体的には、インドア練習場でスイングの基礎技術を磨き、その成果をアウトドア練習場で実践的な環境に適用することで、より総合的な競技力向上が期待できるという認識が広がっていた。

しかしながら、アンケート調査全体を通じて、日本の指導者は現時点において、アウト

ドア練習場に比べてインドア練習場への信頼度が低い傾向があることが明らかになった。インドア練習場は基礎技術の習得やスイングの精度向上に効果的であるものの、実戦的な技術を培う場としては不足があり、アウトドア練習場が主軸となっている状況が続いていた。

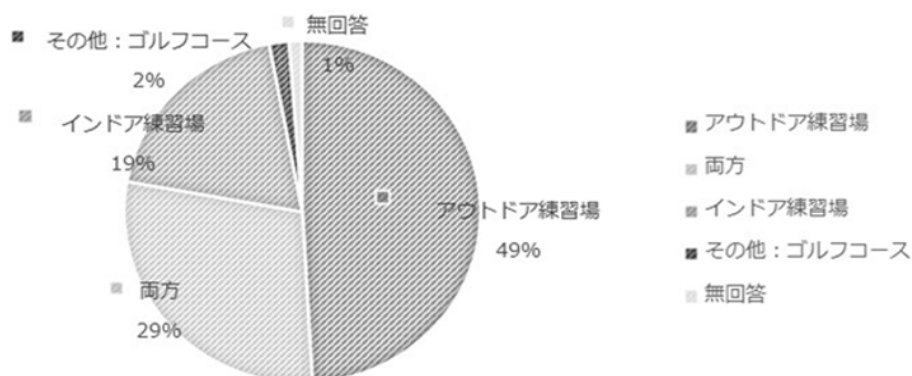


図 21 アンケート 指導者に対して「現在、アウトドア練習場およびインドア練習場、どちらでレッスン活動を行っていますか？」に対する回答結果

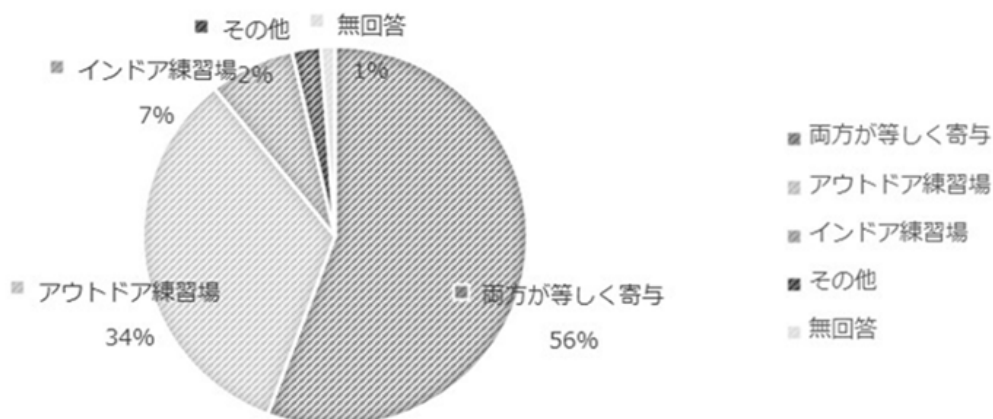


図 22 アンケート 指導者に対して「アウトドア練習場 vs. インドア練習場:どちらの環境がプレイヤーの向上により寄与すると思いますか？」に対する回答結果

第2項.YouTube 動画を活用したゴルフ指導方法について

YouTube ゴルフレッスン動画の利用状況に関する調査では、全国の PGA ティーチングプロ 216 名が回答した。そのうち 12%が YouTube を活用したレッスン活動を行っており、理由として「スクール会員のサービス向上」「店舗の集客 PR」「正しい情報の発信」などが挙げられた。一方、69%は今後も YouTube を活用しないと回答し、その理由として「労力が大きい」「収益化の方法がわからない」「情報の無償提供への抵抗」などが示された。

また、回答者の 78%は自身のスキル向上や市場動向の把握を目的に YouTube を視聴しているものの、22%は視聴を行わないと回答した。視聴しない理由として「技術向上につながらない」「独自理論に迷いが生じる可能性」などが挙げられ、プロとしての責任感が反映されている。一方、受講生の YouTube 視聴状況については、多くの受講生が視聴していると感じているものの、「視聴が上達に繋がっている」と回答したプロはわずか 7%に留まり（図 23）、多くは「基礎的な指導が不足」「正しい情報の取捨選択が難しい」との見解（図 24）を示した。

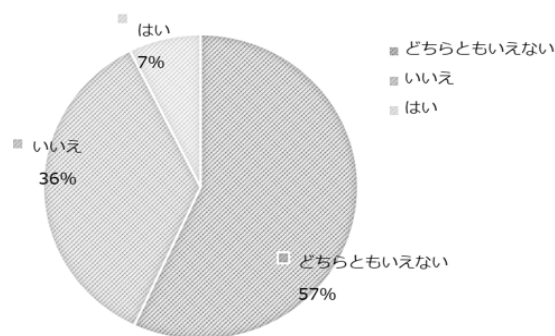


図 23 アンケート 指導者に対して「受講生は YouTube を視聴することで上達に繋がっていると感じますか？」に対する回答結果

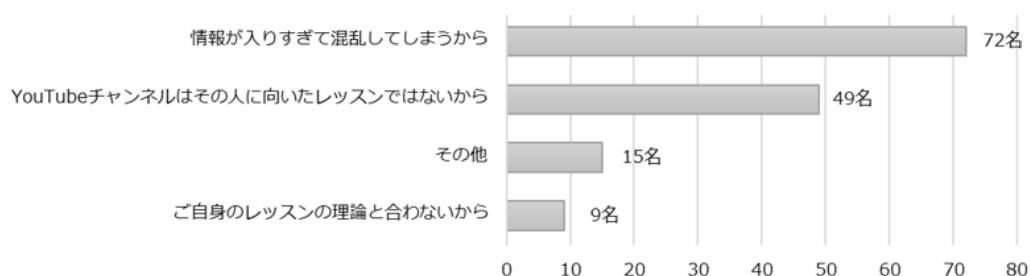


図 24 アンケート 指導者に対して「受講生はなぜ YouTube を視聴しても上達に繋がっていないと思いますか？」に対する回答結果

第3項.データ解析に基づく指導方法について

データ解析の実施状況については、全国のPGAティーチングプロ161名と千葉県内のアマチュアゴルファー105名を対象に調査を実施した。その結果、アマチュアゴルファーの81.9%がスイング解析やデータ解析に興味を持っている（図25）一方で、実際に解析機器を使用した経験があるのは29.52%にとどまった。使用されている主な機器には、「トラックマン」や「スカイトラック」が挙げられ、多くの利用者が飛距離向上やスイングの安定性に効果を感じていると回答した。

ティーチングプロの調査結果では、59%がデータ解析を用いた指導を実施しており、24.85%が今後の導入を検討していると回答した。（図26）これに対して、16.15%は「データ解析を用いておらず、今後も導入予定がない」と答えていた。使用されている主な機器には、「GCクワッド」や「フライトスコープ」が含まれ、指導者によるデータ解析機器の利用はアマチュアゴルファーよりも多様であることが示された。

データ解析の利点としては、スイングの細部にわたる正確な指導が可能になる点や、ゴルファーの技術向上に具体的な貢献がある点が挙げられた。一方で、導入に伴う高額なコストや、データを活用するための専門的なスキル不足が課題として指摘された。

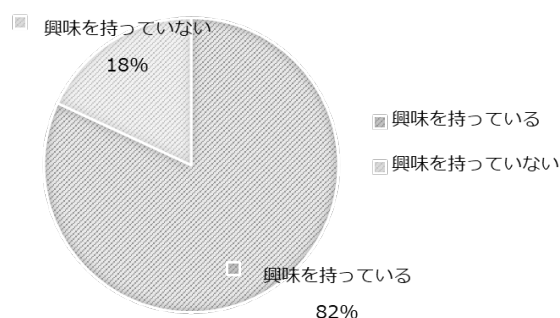


図25 アンケート スクール生徒に対して「スイング解析やデータ解析を用いたレッスンに興味はありますか？」に対する回答結果

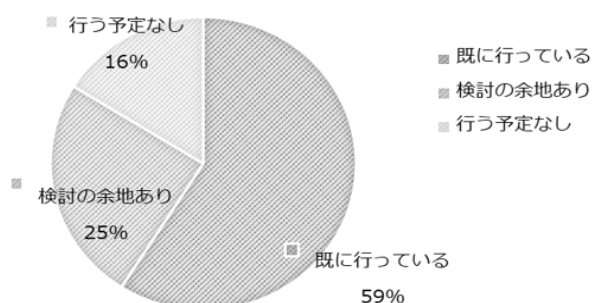


図26 アンケート 指導者に対して「現在、スイング解析やデータ解析を用いたレッスン活動を行っていますか？」に対する回答結果

第10節.アジア諸国のインドアゴルフの現状（インタビュー結果）

第1項.中国におけるインドアゴルフ市場の状況

中国におけるインドアゴルフ市場は、経済や政策の影響を受けながらも、特に都市部で独自の発展を遂げている。本調査では、中国市場の現状を把握するため、現地でインドアゴルフ施設（上海エイティーンサンタゴルフ倶楽部）を経営する M プロへのインタビューを実施した。インタビューによると、2022 年までインドアゴルフ施設の新規開業が相次ぎ、市場全体が拡大傾向にあった。しかし、2023 年以降は経済環境の低下や初期投資の負担の大きさから、閉店する施設も増加していることが明らかになった。M プロは、「昨年まではオープンラッシュが続いていましたが、今年に入って閉店が相次いでいます。特に、新規施設では収益化のスピードが追いつかず、運営が困難になっています」と述べた。

また、中国全体のゴルフ市場についても興味深い状況が確認された。「かつて中国には 680 を超えるゴルフコースが存在していましたが、現在ではその数が 380 未満に減少しています。この背景には、農業用地の確保や環境保護を目的とした政策的な規制があります。一方で、地方政府は観光振興や地域経済の活性化を目指し、ゴルフ市場に一定の支援を行っていますが、この両者の方針の違いが市場に不確実性を生んでいます。」と説明した。

また M プロが経営するインドアゴルフ施設の利用者層については、40 代男性が主要な顧客であり、男女比は男性 8 割、女性 2 割とされる。また、これらの施設では練習目的よりもラウンドプレーを重視する利用者が多く、実戦型のプレーを求める都市部のプレーヤーに支持されているという。M プロは、「インドア施設ではラウンドプレーが圧倒的に多く、都市部では実戦的な体験が好まれています」と述べた。さらに、中国市場における技術競争についても重要な指摘があった。「現在、GOLFZON が市場トップのシェアを占めており、シミュレーション技術において他社をリードしています。一方で、KAKAO VX は合併事業の不調が影響し、市場競争力を低下させていると感じています。私はシミュレーターの技術革新が市場での競争優位性を握る鍵だと思います」と述べ、中国のインドアゴルフ市場の競争構造を示唆していた。

このように、中国のインドアゴルフ市場は、政策や経済環境による制約を受けながらも、都市部を中心に一定の成長性を維持していることが確認された。特に技術革新と地方政府の支援が、今後の市場の方向性を左右する要因として注目される。以上の中国におけるインドアゴルフ市場の状況に関する内容の要約を表 26 に示した。

表 26 中国におけるインドアゴルフ市場の状況のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
上海エイティーンサンタGC Mプロ	・2022年までは新規開業が相次いでいたが、2023年以降は閉店が増加している。 ・中央政府の政策がゴルフ場の新設を制限している。 ・一方で地方政府は観光振興のため支援を行っている。 ・主要な顧客層は40代男性で、男女比は男性8割、女性2割。 ・ラウンドプレーを重視する利用者が多く、実戦的な体験が好まれている。 ・GOLFZONが市場トップシェアを持ち、シミュレーション技術で他社をリード。

第2項.タイにおけるインドアゴルフ市場の状況

タイにおけるインドアゴルフ市場の状況について、現地でインドアゴルフ施設（ZEN Golfers Factory）の運営に関与する N プロへのインタビューを通じて分析を行った。その結果、タイ市場ではインドアゴルフ施設が観光需要や都市部の土地利用制約に対応する形で成長していることが確認された。

N プロは、まずタイ市場の特徴について次のように述べた。「タイのゴルフ市場は、ゴルフコースが中心ですが、近年、都市部を中心にインドアゴルフ施設が注目されています。特に、バンコクのような大都市では、土地利用の制約や時間の効率性を求めるニーズが高まり、インドア施設が新たな選択肢として定着しつつあります。」

タイでは、観光業が経済に占める割合が大きいことから、ゴルフも観光資源の一部として重要視されてきた。近年、インドアゴルフ施設は、雨季などゴルフコースでのプレーが困難な時期の代替手段として観光客にも利用されている。また、地元住民にとっても、都市部で手軽にゴルフを楽しむ環境として、徐々に普及している。N プロは、このような状況を次のように説明している。「タイのインドアゴルフ施設は、観光客だけでなく、現地の中間層や若年層を中心に需要が広がっています。施設ではラウンドプレーと練習の両方を提供しており、利用者層は非常に多様です。」

また、技術的な側面についても重要な指摘があった。タイでは、韓国や中国で普及している「スクリーンゴルフ」のシミュレーターが導入され始めており、特に GOLFZON 製品がシェアを拡大しているという。N プロは、「タイではまだ『スクリーンゴルフ場』は一般的ではありませんが、導入が進むにつれて利用者の満足度が向上し、施設運営の効率も高まっています」と述べている。さらに、タイにおけるインドアゴルフ施設の特徴的な取り組みとして、複合施設化が進んでいる点が挙げられる。ゴルフプレーだけでなく、飲食店や娯楽スペースを併設した施設が増えており、これが観光客を含む幅広い利用者層のニーズを満たしている。「多くの施設が、ゴルフだけでなく、食事やリラクゼーションの要素を取り入れた複合型サービスを展開しています。これにより、ゴルフ初心者も気軽に施設を訪れるようになりました」とのコメントが得られた。

タイ市場の課題についても触れられた。施設の多くが都市部に集中しており、地方部での普及は限定的である。また、技術的なサポートや指導者の不足が課題となっている。N プロは、「地方部ではゴルフコースの需要がまだ高い一方で、インドア施設の展開には時間がかかっています。技術面でも、指導者が十分に育成されていないため、利用者層の拡大には限界があります」と述べている。

以上のように、タイにおけるインドアゴルフ施設は、都市部を中心に観光客と地元住民の双方から支持を受け、発展を遂げている。しかし、技術面や指導者の育成、地方部での展開など、今後の発展にはいくつかの課題が存在することも明らかとなった。以上のタイにおけるインドアゴルフ市場の状況に関する内容の要約を表 27 に示した。

表 27 タイにおけるインドアゴルフ市場の状況のインタビュー結果

インタビュー対象者	主要コメント
ZEN Golfers Factory Nプロ	・バンコクを中心とした都市部でインドアゴルフ施設が注目されている。 ・観光業の影響で雨季など屋外プレーが困難な時期の代替手段として利用されている。 ・現地の中間層や若年層にも需要が拡大している。 ・韓国や中国のスクリーンゴルフシミュレーターが導入され始めている。 ・飲食店や娯楽スペースを併設した複合施設が増加している。 ・都市部に施設が集中しており、地方部では普及が限定的。 ・技術サポートや指導者の不足が課題となっている。

第4章.考察

第1節.韓国でインドアゴルフが発展した要因

韓国におけるインドアゴルフの発展は、さまざまな要因が複雑に絡み合いながら市場を成長させてきた。その中でも、以下の10の要因が市場の拡大を支える重要な役割を果たしてきた。具体的には、(1)ゴルフ場の不足、(2)厳しい気候条件、(3)シミュレーターの技術革新、(4)手軽なアクセスと利用料金、(5)指導者の関与、(6)施設の分離化、(7)スクリーンゴルフトーナメントの成功、(8)健全なトレーニング施設としての改革、(9)手軽な投資先としての魅力、(10)ビルの構造である。これらの要因が相互に影響し合い、韓国独自のインドアゴルフ市場が形成される土壌を築いてきた。

中でも特に重要だったのは、「技術の革新」、「施設の進化」、「指導者の関与」という三つの側面である。これらの側面が相互に作用することで、ゴルフ文化を刷新しつつ、新たな層を取り込むことに成功している。

第1項.シミュレーター技術の革新

第一に、シミュレーター技術の進化は、インドアゴルフの発展における根幹を成している。韓国では、GOLFZONをはじめとする多数の企業が高精度なゴルフシミュレーターの開発を主導しており、この分野における競争は年々激化している。この競争環境は技術革新を促進し、スイングデータやボールの飛距離、軌道などをリアルタイムで解析する高度な機能を備えた製品の開発を加速させている。これにより、従来の屋外ゴルフ場に近い体験を室内で再現することが可能となり、利用者は天候や時間の制約を受けることなく練習やラウンドを効率的に楽しむことができるようになった。

さらに、韓国の指導者やユーザーは、機器に対する要求が非常に高いことが分かった。この背景には、ゴルフ文化の成熟度の高さがある。初心者から競技者まで幅広い層が利用するなかで、シミュレーターに対して正確性、信頼性、使いやすさが求められており、メーカー間の競争はこれらの要望に応える形で機器性能の向上に繋がっている。このようなユーザーの目の肥えた市場環境は、シミュレーション技術の進化をさらに後押ししている。

特に、初心者にとっては基礎技術を学ぶための分かりやすい環境が整備され、従来の練習方法に比べて学習効果が向上している。一方で、競技志向のプレーヤーにとっては、スイングの詳細なデータ解析やリアルなコースシミュレーションを活用した高度なトレーニングが可能である。これにより、シミュレーターは単なる練習ツールにとどまらず、あらゆるゴルフプレーヤーのニーズに応える総合的なトレーニングプラットフォームとしての役割を果たしている。

また、この技術革新は韓国市場に限らず、他国への普及にも示唆を与えている。競争激化の中で開発された技術や製品は、グローバル市場においても高い評価を受けており、インドアゴルフ市場の新たな可能性を切り拓いている。このように、シミュレーション技術

は単なるゴルフ文化の変化にとどまらず、スポーツと技術の融合を象徴する分野として進化を続けている。

第2項.本格的なトレーニング環境へと改革

第二に、施設の多様化と利用目的の広がり、韓国のインドアゴルフ市場の発展に大きく寄与している。韓国では、インドアゴルフ施設が当初はカジュアルな娯楽空間として位置づけられていたが、現在では競技志向のトレーニング環境としての機能も併せ持つよう進化している。特に、「スクリーンゴルフ場」では、友人や家族と楽しむ娯楽の要素に加えて、リアルなラウンド体験を提供することで、競技プレーヤーにも支持されており、通常のゴルフコースでのラウンドに代わる新たなスポーツとして広く浸透している。一方、「室内練習場」では高度な個別指導プログラムが導入され、スイングの詳細な分析や専門的なトレーニング環境が整備されている。

このような施設進化の背景には、2013年に施行された「スクリーンゴルフ練習場管理改善案」(41 韓国国民権利委員会,2013)の影響がある。この改善案は、安全性と施設品質の向上を目指し、インドアゴルフ施設の運営基準を明確化したものだ。この取り組みを通じて、初心者や女性ゴルファーにも安心して利用できる施設が増えたことが、インドアゴルフ市場の普及を後押しした。施設運営者は改善案に基づき、設備投資や運営の質向上に努め、信頼性の高い環境を提供している。

さらに、韓国のゴルフ文化の独自性が施設の進化を支えている。(42 茂木,2011) 韓国人ゴルファーは、単にゴルフを楽しむだけでなく、美しいスイングや正確な技術に対する強い憧れを持ち、自身のスイングを分析することに時間を惜しまない傾向がある。(43 S・K・ホ,2016) このような意識の高さが、インドア施設におけるスイング解析技術や指導プログラムの高度化を促進している。加えて、個々のスイングデータを活用した個別指導が一般的となり、利用者の技術向上に直結する仕組みが整備されている。

また、韓国市場におけるシミュレーション機器メーカーの競争の激化も、施設進化の一因である。国内の多くのメーカーが高性能な機器を開発し、各施設はそれらを導入することで競争力を維持している。利用者や指導者が高い基準で機器を評価するため、施設運営者は継続的な技術革新や設備投資を余儀なくされている。この競争は単に施設の質を高めるだけでなく、韓国特有の「上達志向」の強い利用者層のニーズを的確に満たす環境を創り出している。

韓国のインドアゴルフ施設は、娯楽施設としての利便性と、競技者向けの専門性を兼ね備えることで、短時間で効果的に技術を磨きたい都市生活者や、具体的な目標を持つ競技志向のプレーヤーに応える場として機能している。このような二極化した施設モデルは、現代の多様化するゴルフニーズに適応する成功例として評価される。

第3項.指導者の積極的な施設運営への関与

第三に、指導者の積極的な施設運営への関与が、韓国におけるインドアゴルフ市場の成長を強力に後押ししている。韓国では、多くの「室内練習場」で指導者が運営に深く関与しており、この仕組みが利用者との信頼関係を築き、施設全体の品質向上に寄与している。特に、韓国のゴルファーは指導者への指導ニーズが非常に高く、技術指導や戦略的アドバイスを求める姿勢が顕著である。このため、指導者は単なる技術的サポートにとどまらず、利用者の目標達成に向けた具体的かつ高精度な指導を提供することが求められている。

指導者の能力に対する評価が非常に厳しい韓国では、レッスンスキルが高い指導者ほど人気を集める傾向がある。(32 Yang & Yang & Jung & Choi & Bum, 2024) このような市場環境において、指導者は個別データ解析を活用し、初心者が基礎を効率的に学べるだけでなく、競技志向のプレーヤーに高度な技術を習得させる環境を提供している。特に、指導者は利用者ごとのスイングデータやトレーニング履歴をもとに、個別のプログラムをカスタマイズし、科学的かつ結果重視のアプローチを採用している。このような競争力の高い指導力が、施設の評判を向上させる原動力となっている。

また、指導力の競争が激しい韓国では、指導者にとって高い収入を得るチャンスが存在している。意識の高い指導者は、単なるコーチとしてだけでなく、施設のマネージャーや経営者としての役割を担うケースも多い。特に、施設運営における責任を負うことで、インセンティブを増やし、自身の収入を向上させる機会が広がっている。このようなキャリアパスが確立されていることにより、指導者のモチベーションが維持され、さらなるスキル向上への意欲が高まっている。

さらに、韓国における指導者は、地域の特性や顧客のニーズに応じた柔軟なサービスを提供する能力が求められており、これが施設全体の満足度向上につながっている。たとえば、初心者向けの入門コースや競技プレーヤー向けの高度なトレーニングプログラムを併設することで、幅広い層の利用者を惹きつける仕組みが整備されている。特に、若い世代の指導者が台頭し、初心者や女性ゴルファーにとって親しみやすい環境が整備されたことは、新たなゴルフ人口の拡大に大きく寄与している。

このように、韓国のインドアゴルフ市場では、指導者が施設運営において中心的な役割を果たしており、その専門性やスキルが市場競争を牽引している。さらに、指導力に基づく収入向上の機会が用意されていることで、指導者へのモチベーション形成が成熟していると考えられる。この仕組みは、指導者と施設利用者の双方に利益をもたらすだけでなく、インドアゴルフ市場全体の持続的な成長を支える基盤となっている。

第4項.その他の要因

韓国特有の都市化と気候の要因も、インドアゴルフの発展に大きく寄与している。1960年代以降、韓国は急速な経済成長とともに都市化が進み、主要都市に人口が集中した結果、広大な土地を必要とするゴルフコースの新設が困難となった。このような土地利用の制約

が、都市型スポーツとしてのインドアゴルフを広める追い風となった。また、韓国の気候は、夏季の高温多湿と冬季の厳寒という特徴があり、屋外ゴルフを年間通じて快適に楽しむことが難しい。この気候的な制約が、四季を問わず安定した環境を提供するインドアゴルフ施設への需要を高めた。

とりわけ冬季には、首都ソウルを含む地域で気温が氷点下を下回ること（39 韓国気象庁,2024）があり、この期間に屋外でのゴルフを楽しむことは現実的ではない。一方、インドア施設は暖房設備が整い、快適な環境で練習やラウンドが可能である。また、夏季には35℃を超える日が続くことも珍しくなく、暑さを避けて快適にプレーできるインドア施設が、多くのプレーヤーにとって魅力的な選択肢となった。このように、都市化と気候という二つの要因が、インドアゴルフの発展を力強く支えてきた。

結果として、韓国のインドアゴルフ市場は、ゴルフを特権的な趣味から誰もが楽しめる都市型スポーツへと変貌させた。その成功モデルは、都市化や気候変動に直面している他国市場にも示唆を与え、インドアゴルフのさらなる発展可能性を示している。この背景には、技術革新と柔軟な経営戦略、そして利用者の多様なニーズに応える施設運営の取り組みがある。これらの要素が相まって、韓国はインドアゴルフ市場の発展において世界的な成功例となったのである。

第2節.「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の役割

韓国におけるインドアゴルフ市場の発展には、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」という二つの施設形態が明確に役割分担を果たしてきた点が大きく寄与している。この役割分担は、ゴルフを楽しむ層の多様化や市場全体の拡大を支える基盤となっており、都市化が進む現代社会のライフスタイルに適応したスポーツ文化の形成に貢献している。

第1項.「スクリーンゴルフ場」の役割

「スクリーンゴルフ場」は、ゴルフシミュレーターを用いてリアルなコースラウンド体験を室内で再現する施設であり、主に娯楽としてのゴルフ需要を満たす役割を果たしている。韓国では、「スクリーンゴルフ場」が単なる練習手段を超えて、代替スポーツとして広く受け入れられている点が特徴的である。これを可能にしたのは、高精度なシミュレーション技術の進化であり、GOLFZONをはじめとする韓国の企業がリアルなコースデータを取り入れたシミュレーターを開発することで、ゴルフコースに匹敵するプレー体験を提供することに成功している。この技術は、風向きや地形、芝の特性までシミュレート可能であり、プレーヤーにリアルな環境を再現しつつ、従来のゴルフコースが持つ天候や時間、アクセスの制約を解消している。

「スクリーンゴルフ場」の利便性と快適性については、多くの証言やコメントからも確認される。天候に左右されず快適な環境でプレーできること、身体的負担が少ないこと、クラブレンタルが無料で手軽に始められること、そしてリーズナブルな費用で利用できる

点が挙げられる。これらの特性は、都市部の忙しい生活者や若年層の支持を集める要因となっている。また、飲食を楽しみながら気軽に仲間と交流できることや、自分のスコアがプログラムに記録され、スキル向上を実感できる仕組みも利用者にとって大きな魅力である。

さらに、個人のスコアが記録される仕組みにより、利用者は自らのスキル向上を数値で確認でき、トーナメント形式のイベントを通じて競争心を刺激されることも多い。こうした要素により、「スクリーンゴルフ場」はゴルフを個人の趣味として楽しむだけでなく、コミュニティ形成の場としても機能している。また、シミュレーションメーカーが提供する店舗の違いによって、ユーザーは好みに応じてブランドを選択しており、この選択肢の多様性がスクリーンゴルフ文化の広がりを支えている。

短時間でラウンド体験が可能であることも「スクリーンゴルフ場」の大きな特徴である(27 Lee&Kwon,2021)。この利便性により、友人や家族と気軽に楽しめる娯楽施設としての側面を持ちながら、都市部の生活者にとって理想的な選択肢となっている。これらの環境整備と高性能なシミュレーター技術の発展により、「スクリーンゴルフ場」は従来のゴルフコースに代わる新たなラウンド手段として成熟している。

第2項.「室内練習場」の役割

「室内練習場」は主に練習効率と技術向上を目的とした施設として機能しており、「スクリーンゴルフ場」とは異なるニーズに応えている。この施設は、高度なシミュレーション機器やデータ解析ツールを活用したトレーニング環境を提供し、初心者から競技志向のプレイヤーまで幅広い層に対応している点が特徴である。

「室内練習場」の最大の特長は、指導者が常駐し、個別の技術指導が受けられる点にある。指導者は利用者一人ひとりのスイングやショットを詳細に分析し、適切なアドバイスやトレーニングプログラムを提供する。このような科学的かつ個別対応の指導方法は、特に競技志向のプレイヤーに支持されているだけでなく、初心者が効率的に基礎を学び、自信を持ってゴルフを楽しめる環境を整えている。また、スイング動画のフィードバックやAIを活用した解析技術が導入され、利用者は自分の技術向上を視覚的に確認できる仕組みも整備されている。

さらに、「室内練習場」はゴルフ指導者の活動環境を向上させる場としても機能している。指導者が施設の運営に直接関与することで、利用者のニーズに即した柔軟な指導が可能となり、信頼性が向上した。これにより、指導者が経済的に自立しやすくなり、指導者人口の増加にも寄与している。特に若い世代の指導者が多く台頭していることは、初心者層や女性層にとって親しみやすい指導環境の整備につながっている。

第3項.役割分担がもたらす相乗効果

「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の役割分担は、それぞれの特性を補完し合う形で機能し、韓国のインドアゴルフ市場全体の発展を支えてきた。「スクリーンゴルフ場」は、娯楽としてのゴルフを提供することで新規プレーヤーを引きつけ、普及面で役割を果たしている。一方、「室内練習場」は技術指導を通じてプレーヤーの定着率を高める役割を果たしている。この両者が連携することで、初心者の参入から競技者としての成長までを一貫して支援する仕組みが構築されている。

さらに、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の役割分担は、ゴルフ人口の拡大やゴルフ用品・用具を含めたゴルフ産業全体の活性化にも寄与している点が注目される。たとえば、「スクリーンゴルフ場」は代替スポーツとしての側面を持ち、ユーザーの多くが実際のゴルフコースと同様にゴルフアパレルを着用してプレーに臨む傾向が見られる。これにより、ゴルフウェアや関連アパレル産業への需要が刺激されることが示唆される。一方、「室内練習場」では、スイングデータやボール性能の詳細な分析を通じてクラブの性能に対する関心が高まり、ゴルフクラブや用具への需要喚起にもつながっていると考えられる。このように、両施設はプレーヤーの消費活動を多方面で促進し、ゴルフ市場全体の発展に貢献している。

また、経済的な収益モデルの多様化にも重要な役割を果たしている。「スクリーンゴルフ場」は、利用回数やイベント開催による収益を上げる一方、「室内練習場」はレッスンフィーや月額制の収益を通じて安定した経営を実現している。これに加え、「スクリーンゴルフ場」での大会やイベントの開催は、参加者のアパレル購入や飲食による経済効果も生み出している。一方、「室内練習場」では、データに基づく技術指導や個別対応が利用者を惹きつけ、リピート率の向上と収益基盤の強化に寄与している。このようなモデルは、都市化が進む他国市場や新規ゴルファー層を開拓したい地域にとっても応用可能な成功例となるだろう。

韓国の「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の成功事例は、ゴルフというスポーツが持つ多面的な魅力を最大限に引き出し、都市型スポーツ文化を形成するモデルとして注目されている。この役割分担と相乗効果は、ゴルフ市場の拡大にとどまらず、関連産業全体の成長をも促進するポテンシャルを持っている。この成功モデルを活用することで、他国市場においてもゴルフ産業全体の活性化が期待される。

第3節.日本における応用と課題

日本におけるインドアゴルフは、その普及形態において明確な特徴を持つ。「スクリーンゴルフ場」は一部の飲食店や娯楽施設に設置されるのみで、専用施設としての発展は限定的である。一方で、「室内練習場」が市場の主流を占めており、技術向上を目的とした利用が中心となっている。この傾向は、日本におけるゴルフ文化がゴルフコースやアウトドア練習場を基盤として発展してきたこと、そして都市化やライフスタイルの変化による

時間的・空間的制約に対応する形でインドア施設が補完的役割を果たしている現状を反映している。都市部では、限られた空間を効率的に活用するためにインドアゴルフ施設が一定の役割を果たしているが、その運営形態や指導環境は韓国に比べて充実しているとはいえない。指導者不足や施設の多様性の欠如は、新規プレーヤー層の参入を妨げる要因となっており、市場全体の活性化には更なる取り組みが必要とされる。特に都市部においては、ゴルフ文化の拡大と持続可能な市場の構築に向けた新たな戦略が求められる。

第1項.日本市場における課題とJPGAの役割

日本市場における最大の課題の一つは、指導者の不足である。都市部では初心者が気軽にゴルフを学べる環境が限られており、これが新規プレーヤー層の参入を阻む主要な要因となっている。この問題を解決するためには、日本プロゴルフ協会（JPGA）の積極的な介入が必要不可欠である。

まず、JPGAは指導者のスキル向上に注力する必要がある。インドア施設における指導環境は、アウトドア練習場とは異なる特性を持つため、指導者には従来型のスキルに加えて、新たな指導技術改革が求められる。特に、データ解析やシミュレーション技術を活用した科学的アプローチを学び、利用者のスキルレベルやニーズに応じたパーソナライズされた指導を行える能力が重要である。JPGAはこれに対応するため、会員向けに継続的なスキルアッププログラムを提供し、インドア施設で求められる専門スキルの習得を支援する必要がある。このような取り組みにより、指導者の質の向上だけでなく、指導者自身がキャリア形成に前向きに取り組める環境が整うだろう。

次に、若い世代の会員増加を目指した取り組みが急務である。JPGAは、若い世代が指導者としてのキャリアを選びやすくするために、資格取得プロセスを見直し、より柔軟かつ段階的なカリキュラムを導入する必要がある。たとえば、アシスタント指導者といった中間的な資格カテゴリーを新設し、若い世代が現場での経験を積みながら指導者として成長できる道を開くことが考えられる。このような資格の細分化（44 JPGA,2024）は、若年層にとって参入障壁を下げるだけでなく、多様な指導者層を確保するうえで効果的である。

また、ゴルフ経験者が簡単に資格を取得し、初心者指導を補助する役割を担える資格制度も新設することが有効である。この補助的な資格カテゴリーは、ゴルフ経験者がその知識や技術を活かして短時間でも現場に貢献できる仕組みを提供する。これにより、指導者不足を補うだけでなく、経験豊富なゴルフ愛好者の参入を促進し、地域社会全体でゴルフ教育を支える新たな層を育成することが期待される。

さらに、地域ごとに存在する「室内練習場」や「スクリーンゴルフ場」が、JPGA会員の活動を支える拠点となる仕組みを整えることも重要である。具体的には、これらの施設をJPGA公認のレッスン拠点（45 JPGA,2024）として機能させ、指導者がマンツーマンの指導やデータ解析を提供できる体制を構築する。さらに、施設運営者とJPGAが協力して、地域の利用者に向けた初心者体験イベントやスキルアップキャンプを企画することで、施

設利用者の拡大と新規会員の獲得につなげる。

最終的に、JPGA は指導者のスキル向上、若い世代の会員増加、そして資格の多様化を推進することで、ゴルフ市場全体の活性化と持続的な発展を支える基盤を築くことが求められる。このような包括的な取り組みが、日本におけるインドアゴルフ市場の成長を後押しする鍵となるだろう。

第2項.デジタル技術を活用した指導環境の革新

指導者不足の問題を解決するためには、デジタル技術を積極的に活用することも重要である。特に、YouTube などのオンラインプラットフォームを通じた指導動画の普及は、初心者や地方在住者がゴルフスキルを効率的に学ぶための手段として有効である。これにより、指導者が直接指導できない地域や環境でも、一定の学習効果を得ることが可能となる。また、オンライン指導（46 EGAI ゴルフスタジオ,2022）は、既存のゴルフ愛好者が新しいスキルや戦術を学ぶための補完的な役割を果たすだろう。しかし、日本では、指導者がこうしたデジタル動画の効果を十分に活用しきれていない状況がアンケート結果から指摘された。その背景には、数多くの動画から自身に最適な教材を見つけるのが困難であるという課題（47 和田,2020）が挙げられる。

また、指導者やプレーヤーの間では、アウトドア練習場の方がインドア練習場よりも上達に寄与すると考えられる傾向が根強い。特に、スイングデータなどの数値分析よりも、実際のボールの飛び方を目視で確認する方が、実感が得られるという意識が存在する。このような課題に対応するためには、指導者やプレーヤーのデータリテラシーを向上させるとともに、デジタル技術を活用した指導の利便性を伝える仕組みづくりが必要である。

具体的には、AI 技術を活用して利用者一人ひとりのスイング特性を詳細に分析し、最適な指導動画やトレーニング教材を提案する仕組みを整えることが考えられる。これにより、利用者は膨大な情報の中から適切な教材を効率的に選択できるようになり、オンライン指導の効果を実感しやすくなる。たとえば、AI が「スイング軌道がアウトサイドインになっている」という課題を特定した場合、この問題を修正するための具体的なトレーニング方法を含む指導動画が自動で提案される。この仕組みを導入することで、初心者や若年層が効率的に技術を向上させるだけでなく、ゴルフ未経験者が心理的ハードルを下げてゴルフを始めるきっかけにもなる。また、AI が提供するデータを元に指導プランを作成することで、指導者の効率化と精度が向上し、限られた時間でより多くのプレーヤーに対応できるようになる。

さらに、アウトドア練習場とインドア練習場の補完的な関係を強調することで、両者を適切に組み合わせた指導が可能になる。インドア練習場ではデータ分析による細やかな技術指導を提供し、アウトドア練習場では実際の飛距離や弾道を体感する練習を取り入れることで、総合的な技術向上が図れる。

最終的に、デジタル技術と AI を活用した指導モデルの確立は、ゴルフ市場全体の拡大と

持続可能な指導環境の構築に寄与する。これにより、利用者、指導者、施設運営者すべてがメリットを享受できる新しいゴルフ文化の形成が期待される。日本の指導者がこうした新しい技術の利点を認識し、自らの指導方法を進化させることで、インドアゴルフ市場はさらなる成長を遂げるだろう。

第3項.日本型「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の機能

韓国の成功事例が示すように、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の機能を明確にすることは、インドアゴルフ市場の持続的な発展において不可欠な要素である。これら2つの施設形態は、それぞれ異なる顧客層のニーズを満たす役割を果たしながら、相互補完的な関係を築いている。「スクリーンゴルフ場」は、短時間で手軽にゴルフの魅力を体験できる娯楽型の施設として特に若年層や初心者層に訴求力を持つ。都市部では忙しいライフスタイルに適応し、限られた時間でゴルフラウンドを楽しみたい人々にとって理想的な選択肢を提供する。一方で、寒冷地や酷暑の地域では、季節に左右されずにプレーできる環境が提供され、天候によるプレー制限を克服する代替手段としての価値を発揮する。

さらに、韓国ではラグジュアリーな内装やインテリアが「スクリーンゴルフ場」の人気の秘訣となっており、没入感や非日常を演出することで、トレーニング施設とは異なる魅力を提供し、本物のコースをラウンドするような高揚感を醸成することで、利用ニーズを刺激すると期待される。

一方、「室内練習場」は技術向上を目的としたトレーニング型の施設として、競技志向のプレーヤーから初心者まで幅広い層に適した環境を提供する役割を担っている。これらの施設では、先進的なシミュレーション技術やスイング解析システムが導入されており、利用者は自分の技術レベルを科学的に評価しながら効率的な練習が可能である。また、指導者が常駐することで、利用者は個別にカスタマイズされた指導を受けることができる。これにより、「室内練習場」は単なる練習場所にとどまらず、技術指導や戦略的アドバイスを通じて利用者のゴルフスキルを段階的に向上させる学びの場としての価値を持つ。しかし、韓国には30打席以上の大型の「室内練習場」がある一方で、日本では打席数が少ない施設が多く、効率的な指導や長時間の打ち込みが困難であるため、地方においては大型施設の推進が望まれる。

また、プロゴルファーによるスクリーンゴルフトーナメントの開催は、インドアゴルフ市場の発展をさらに加速させる重要な施策である。このようなトーナメントは、単なる競技イベントにとどまらず、施設自体の信頼性を高め、一般プレーヤーや初心者に関心を引きつける効果を持つ。たとえば、韓国では「GTOUR」などの大規模なスクリーンゴルフトーナメントが定期的に行われており、これが「スクリーンゴルフ場」全体の認知度を高める役割を果たしている。これらのイベントでは、プロの技術を目の当たりにすることで、一般プレーヤーがゴルフの魅力を再発見し、自身のプレーへのモチベーションを高める機会が提供される。さらに、こうしたトーナメントの成功は、SNSやメディアの活用にも

よって一層広がりを見せている。トーナメントの様相や結果がリアルタイムで配信されることで、視聴者が遠隔地からでも競技を楽しむことができ、インドアゴルフ市場全体への関心が高まる。また、SNS 上での共有や口コミが新たな利用者層の興味を引き出し、ゴルフ市場のさらなる拡大につながる。特に若年層にとっては、SNS を通じた情報発信が重要な影響力を持ち、これが「スクリーンゴルフ場」や「室内練習場」への関心を高める契機となる。

加えて、2025 年に開幕したタイガー・ウッズ選手やローリー・マキロイ選手などが発足したアメリカの新ゴルフリーグ「TGL」(48 TGLGOLF, 2025) は、バーチャル技術とリアルなゴルフプレーを融合させた新しい競技フォーマットを採用している。本リーグは、屋内に設置された高精度シミュレーターを活用しつつ、実際のアプローチやパッティングをリアルな環境で行うことで、従来のスクリーンゴルフとは一線を画す競技性を確保している。この形式は、バーチャルゴルフの技術革新を促進するとともに、インドアゴルフ市場全体の発展に大きく寄与する可能性を秘めている。

特に、世界のトッププレーヤーがこのフォーマットで競い合うことにより、インドア環境におけるゴルフの競技性や信頼性が向上し、より多くのゴルファーがバーチャルゴルフをトレーニングや競技の一環として取り入れる契機となると考えられる。さらに、このような競技の普及により、都市部や寒冷地など従来のゴルフ場利用が困難な地域においても、質の高いゴルフ体験が可能となり、「スクリーンゴルフ」や「室内練習場」の需要拡大につながる事が期待される。

このように、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」は、それぞれが異なる機能と役割を担いながら、インドアゴルフ市場の発展において重要な基盤を形成している。これらの施設が共存し、それぞれの特性を最大限に活用することで、ゴルフ市場全体の多様化と成長が期待される。特に、都市部や寒冷地、そしてリゾート地での施設の戦略的配置と運営モデルの確立が成功の鍵となるだろう。

第4項.地域特性を活かした持続可能な運営モデルの構築

日本市場においては、地域特性を十分に考慮した柔軟かつ効果的な運営モデルの導入が不可欠である。都市部では、短時間でゴルフを楽しむことが可能な「スクリーンゴルフ場」施設を、都市型ラウンド施設として展開することが重要である。このモデルは、特に働き盛りのビジネスパーソンや時間に制約のある若年層に対して強い訴求力を持つ。また、企業の福利厚生プログラムの一環として施設を活用する提案や、夜間営業の拡充など、都市生活者のニーズに合わせた柔軟な運営戦略を採用することで、利用者層の拡大が期待できる。

一方で、寒冷地などの地方部では、「室内練習場」を地域密着型のトレーニングセンターとして整備する施策が有効である。このような施設は、単なる練習の場としてだけでなく、地域住民間のコミュニティ形成の場としても機能する可能性がある。例えば、初心者向け

のゴルフ講座や、地元の小中学校との連携（49 市原市, 2024）によるジュニア向けゴルフ教育プログラムを実施することで、地域全体でゴルフ文化を育む環境を構築できる。

さらに、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」を融合したハイブリッド型店舗の展開を進めることで、練習と実践の両面を強化し、ゴルファーの多様なニーズに応えることが可能となる。これにより、初心者から競技志向のプレーヤーまで、幅広い層に対応できる施設を提供することができる。

加えて、日本の地方では、空きスペースを活用したインドアゴルフ施設の設置が、新たなコミュニティ形成や地域活性化を促進する可能性がある。近年、ゴルフ人口の減少や高齢化が進む中で、既存の未利用施設や遊休スペースをインドアゴルフ施設として活用することで、新たなスポーツ交流の場を創出することが期待される。特に、大型のインドアゴルフ施設が少ない日本の地方においては、より広い練習環境を整備し、長時間の打ち込みが可能な施設を提供することで、初心者から上級者まで、多様なゴルファーのニーズに対応できるだろう。

また、リゾート地では、観光客向けのリゾート型インドアゴルフ施設を導入することが、新たな観光資源（50 石川&斎藤&関根&小山, 2023）としての役割を果たす可能性がある。この種の施設は、ゴルフ初心者や家族連れの観光客にも対応できるよう、多様な体験型プログラムを提供することが重要である。例えば、観光地の自然や文化をテーマにした地域限定のゴルフシミュレーションコースを開発することが考えられる。このようなコースは、特定の観光地の風景や名所を再現し、その地域の特性を楽しみながらゴルフをプレーできるよう設計される。具体的には、地元の名勝地や伝統的な建築物、季節ごとの自然の美しさを取り入れることで、プレーヤーに地域独自の魅力を体感させることができる。また、地域の名産品や歴史的なエピソードを織り交ぜることで、単なるゴルフ体験にとどまらず、観光要素を含んだエンターテインメントとしての価値を高めることが期待される。このような取り組みは、地元の観光資源を活用して地域の活性化を図るとともに、利用者にとっても新しい発見や体験を提供する可能性を秘めている。これにより、観光資源としてのゴルフの価値を高め、観光客の滞在期間や消費額の増加につなげることが期待される。これらの取り組みを実現するためには、地方自治体や地域企業、観光業界との連携が不可欠である。

このように地域特性に適した持続可能な施設運営の確立が求められる。インドアゴルフ施設の多様化と地域社会の活性化を同時に実現することで、新たな利用者層を獲得し、ゴルフ市場のさらなる発展に貢献する可能性が高い。都市部、寒冷地などの地方部、リゾート地のそれぞれに適した施策を地域特性に基づいて適切に実施することで、インドアゴルフ市場全体の成長を促進し、ゴルフ文化の普及と地域社会の発展に寄与する持続可能なモデルを構築することが可能となるだろう。また、長寿社会に突入する日本においては、インドアゴルフが健康促進や交流の場としての役割を担い、ウェルビーイングな社会の実現に貢献することも期待される。

第4節.インドアゴルフの将来性

インドアゴルフの将来性は、技術革新と市場の多様化に支えられた新しいスポーツ文化の構築にある。その発展の鍵は、従来の枠組みを超えたインドア施設の役割再定義と、社会的・環境的な要請に応じた持続可能な価値提供にある。

まず、インドアゴルフは都市型ライフスタイルに適応する形で進化を遂げている。都市部での高密度な人口分布と土地の制約を背景に、インドアゴルフ施設は短時間で効率的にスポーツを楽しむ場としての価値を確立しつつある。特に、ビジネス街や住宅密集地における施設展開は、働き盛りの世代や都市生活者のニーズに応じた新たな市場を切り開く可能性を秘めている。

次に、インドアゴルフは単なる練習場にとどまらず、教育やリハビリテーション (51 Bum,& MA,& Choi,2021) といった新たな分野への応用も可能である。例えば、高齢者向け (52 芹沢&大石&松井,2006) には、軽い運動としてのゴルフが健康促進の手段として注目されている。これを支えるのは、AI やセンサー技術による個別化された指導プログラムである。これらの技術を活用することで、利用者は自身の体力や技術レベルに応じた安全かつ効果的なトレーニングを受けることが可能となる。このようなアプローチは、医療や福祉分野とも連携し、ゴルフが単なる娯楽を超えた社会的価値を提供する存在へと進化することを示唆している。

加えて、ゴルフだけにとどまらず、パークゴルフやグラウンドゴルフなどの関連種目への応用可能性も考えられる。このような派生競技への適用により、より幅広い層への普及が期待されるとともに、高齢者や初心者といった異なるプレーヤー層への対応も可能となる。さらに、地域特有の競技やレクリエーション活動への展開を図ることで、新たな市場の創出が見込まれる。これにより、ゴルフ関連産業全体の発展に寄与する可能性が高いと考えられる。

さらに、環境面での持続可能性も、インドアゴルフ市場が発展するうえで重要な課題である。インドア施設のエネルギー消費を抑えるため、再生可能エネルギーの活用や効率的な照明・空調設備の導入が求められる。また、施設のデジタル化によって、ペーパーレス運営や遠隔アクセスによる指導の提供が可能となり、資源消費を抑えた運営モデルが実現可能である。こうした環境配慮型 (53 田中,2011) の取り組みは、特に次世代の消費者層にとって企業や施設選びの重要な基準となるため、積極的な導入が市場の競争力向上につながる。

最後に、社会的な役割としてのゴルフの再定義も必要である。これまでゴルフは富裕層や中高年層の趣味としての側面が強かったが、インドアゴルフを通じて若年層や初心者がアクセスしやすいスポーツとして普及させることが市場拡大の鍵となる。そのためには、ゲーム要素やeスポーツのような競技形態 (54 望月,2021) を取り入れ、ゴルフをより親しみやすい形で提供する工夫が求められる。特に、オンラインプラットフォームを活用したバーチャルゴルフトーナメントの開催は、物理的な制約を超えて世界中のプレーヤーをつ

なぎ、ゴルフの新たな魅力を広める可能性を持つ。

インドアゴルフの未来は、技術、環境、社会的意義の三軸で新しい価値を創出し、従来のゴルフ市場を刷新する可能性を秘めている。その成功のためには、異なる分野の知識や技術を統合し、包括的な市場戦略を構築することが求められる。このような取り組みを通じて、インドアゴルフは次世代のスポーツ文化を牽引する存在となるだろう。

第5章.結論

本研究では、韓国のインドアゴルフ市場が都市化や気候的制約という特異な状況を克服し、新たなゴルフ文化を形成するまでの成功要因を明らかにした。特に、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」という異なる機能を持つ施設が、それぞれ普及面と定着面で役割を分担しつつ相互補完的に市場を支えている点が特徴的であった。

「スクリーンゴルフ場」はその利便性と娯楽性を活かし、新規プレーヤー層の参入を促進している。一方、「室内練習場」はデータ解析やマンツーマン指導を通じて、幅広い利用者層の技術向上を支援する重要な機能を担っている。このように、両施設が市場の普及と定着を同時に実現することで、韓国のインドアゴルフ市場が成長していることが明らかになった。

また、韓国のインドアゴルフは、GOLFZON 社などのシミュレーション機器メーカーの成長と指導者の充実が相まって、「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」がそれぞれ異なる役割を果たしつつ発展し、ゴルフ人口の拡大や用品用具を含むゴルフ産業全体を活性化させている。この成功モデルは、日本市場や諸外国にも応用可能である。「スクリーンゴルフ場」が提供する低コストかつ短時間でのプレー環境や、「室内練習場」の高度なデータ解析と個別指導は、日本においても若年層や初心者のゴルフへの新規参入を促進する可能性が高い。さらに、インドアゴルフ施設の持つ技術や運営ノウハウは、ゴルフ以外のスポーツやトレーニング分野にも適応可能であり、今後の市場拡大の可能性を示唆している。

韓国市場の成長を支えたのは、単なる施設の多様化だけでなく、指導者の質と量を拡充し、高度な指導を提供する体制の整備にあった。特に、収益構造の改革により、利用者と指導者の双方に利便性と満足度が向上し、持続可能な施設運営が実現したことが市場全体の成長基盤を形成している。

さらに、スクリーンゴルフトーナメントの開催は、ゴルフを地域社会や文化の一部として浸透させ、ゴルフの大衆化を推進するとともに、日本や他国市場への応用可能性を示唆している。

結論として、韓国のインドアゴルフ市場の成功要因は、技術革新、施設戦略、指導環境という複合的な要素に集約される。本研究が示した知見は、今後のゴルフ市場の発展に向けた基盤としての価値を持ち、スポーツ文化の多様性と成長に貢献するものである。加えて、インドアゴルフ市場の技術や施設運営の枠組みは、ゴルフのみならず関連する種目への応用も期待される。これらの成果を基に、日本や他国市場での応用に向けたさらなる研究の必要性も示唆される。

第6章.研究の限界

本研究では、韓国のインドアゴルフ市場を中心に、その成功要因や日本や他国市場への応用可能性を探ることを目的として分析を行ったが、いくつかの限界が明らかとなった。まず、研究のデータは主に既存の文献や統計資料、インタビューから得られたものであり、これらが最新性や地域的な偏りを含む可能性があった。特に、韓国以外の市場状況については公開データのみに依存しており、詳細な比較分析や現場の実態を十分に捉えられたとは言い難い。

また、インタビュー対象者が特定の範囲に限定されており、より多様な視点を反映させるためにはさらなる対象者の拡大が必要であった。さらに、韓国市場の成功要因を他国市場に適用する可能性を検討したが、各国の市場特性や利用者ニーズの違いを包括的に分析するには至らず、応用可能性の実証には課題が残された。特に、韓国のインドアゴルフ施設の発展が地元文化やスポーツ政策とどのように関連しているかといった広範な社会的背景を十分に考慮できなかった点は、より包括的な分析が必要であることを示している。

さらに、調査の手法も主に質的なアプローチに依存しており、統計的手法を用いた定量的な分析が不足していたため、データの説得力や具体性に欠ける部分があった。加えて、インドアゴルフとアウトドアゴルフの補完関係や競争構造を十分に検討できなかった点も、ゴルフ市場全体の動向を理解する上での限界として挙げられる。

加えて、日本市場におけるマーケットメカニズムの分析が十分に行えなかった点も、本研究の限界の一つである。具体的には、機器の導入コストや客単価、施設運営における収支計算など、日本の経済的条件を考慮した場合に韓国と同様の市場展開が可能であるかについての検討が不十分であった。韓国ではインドアゴルフ市場が急成長しているものの、日本において同様の成長が見込めるかは、経済的要因や消費者行動の違いを踏まえたさらなる分析が必要である。

最後に、韓国市場における「スクリーンゴルフ場」や「室内練習場」の技術進化が非常に急速である中、長期的な市場動向や将来的な課題を予測するには、研究期間の制約が影響したことも否めない。これらの限界を克服するためには、今後さらに広範なデータの収集や多角的な分析を進めることが求められ、本研究がインドアゴルフ市場研究の基盤として貢献することを期待したい。

謝辞

本研究を進めるにあたり、多くの方々からご指導、ご支援を賜りました。この場をお借りして、心より感謝申し上げます。

まず、研究指導教員である平田竹男教授には、研究の構想から論文執筆に至るまで、時には厳しく、時には温かくご指導いただきました。日本のゴルフレッスン市場の将来を見据え、YouTube レッスン動画の活用や韓国のインドアゴルフに関する研究という、実践的かつ意義深いテーマをご提案いただきました。この研究を通じて、私のゴルフに対する価値観は大きく変わり、新たな視点を得る貴重な経験となりました。今後、この学びを協会活動や自身のビジネスに活かしていきたいと考えております。ここに心より御礼申し上げます。

また、中村教授には研究全般にわたる助言をいただき、高橋教授には論文の構成について具体的なご指導を賜りました。さらに、畔蒜先生には具体的かつ実践的な研究方法について貴重なご指導を賜りました。そして、児玉先生には論文作成に関する細部にわたるご助言をいただきました。各先生方のご支援のおかげで、本研究の基盤を築き、学術的成果を適切に表現することができました。ここに深く感謝申し上げます。

韓国への研究視察に際し、公益社団法人日本プロゴルフ協会の明神会長および専門指導員の鈴木会員には、多大なるご協力をいただきました。視察中の貴重なご助言により、本研究の視点が大きく広がり、有意義な成果を得ることができました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

さらに、インタビュー調査にご協力いただいた以下の方々にも深く感謝申し上げます。

A 氏 (GOLF ZON Global Business Team (ソウル))

B 氏 (GOLF NAVI 副社長 (ソウル))

C プロ (レッドベターゴルフアカデミー ヘッドプロ (大田)、KPGA 理事)

D プロ (ORENUM Golf Academy & Screen Golf (ソウル)、KPGA トーナメントプロ)

E プロ (HILL GOLF & HEALTH (ソウル)、KPGA 準会員)

F プロ (KPGA トーナメントプロ (ソウル))

G プロ (GAPYEONG BENEST GOLF CLUB 元支配人 (釜山)、サムスングループ)

H プロ (K GOLF ACADEMY 経営者 (釜山)、KPGA トーナメントプロ)

I プロ (ゴルフゾンパーク 経営者 (大田)、KPGA 準会員)

J 氏 (GOLF ZON JAPAN 事業統括部 (東京))

K プロ (株式会社 ONE STORY 代表 (横浜))

L プロ (TRUE GOLF ACADEMY 代表 (横浜)、JPGA ティーチングプロ)

M プロ (上海エイティーンサンタ GC 代表 (上海)、JPGA ティーチングプロ)

N プロ (ZEN Golfers Factory (バンコク)、TPGA ティーチングプロ)

また、アンケート調査にご協力いただいた多くのPGA会員の皆様にも、この場を借りて深く感謝申し上げます。

さらに、平田ゼミの先輩方である服部先輩、坂本先輩、安井先輩には、研究における貴重なアドバイスや経験談をいただきました。先輩方の示唆に富む助言は、私の研究をより深いものにしていただきました。

ゼミの同期である高橋さん、矢嶋さん、仁木さん、中濱さん、岡本さんとは、互いに支えあい、切磋琢磨しながら研究を進めることができました。また、学生修士の千葉さん、丸野さんには、多大なるサポートをいただきました。お二人の支えがなければ、研究を円滑に進めることはできなかったと思います。

さらに、中村ゼミ生である今泉さん、坪井さん、今村さんには、授業やディスカッションを通じてさまざまな視点や意見を提供して頂き、研究の幅を広げることができました。皆様のご協力に深く感謝申し上げます。

最後に、大学院での学びを支えてくれた家族に深く感謝申し上げます。家族の理解と励ましがなければ、この研究を完成させることはできませんでした。ここに改めて深く御礼申し上げます。

参考文献

- 1) 平田 竹男. (2017). スポーツビジネス 最強の教科書【第2版】. 東洋経済新報社.
- 2) 平田 竹男. (2023). サクッとわかる ビジネス教養 サッカーの経済学. 東洋経済新報社.
- 3) 服部 宏. (2015). 競技人口減少下におけるゴルフ場経営に関する研究. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科.
- 4) 安基徳. (2016). ゴルフプレーヤーの継続意向の考察. 慶應義塾大学大学院経営管理研究科.
- 5) ゴルフ市場に関する実態調査 ～未来需要開拓の方向性を探る～. (2016). GMAC 資料.
- 6) 日本生産性本部. (2016). レジャー白書 2016.
- 7) ゴルフ活性化委員会. (2023). ゴルマジ!20GOLF MAGIC キャンペーン.
- 8) R&A. (2022). Golf Around the World 2022. National Golf Foundation. Retrieved from <https://www.ngf.org/golf-around-the-world> (2024 年 5 月 6 日閲覧)
- 9) 高岡 英気. (2012). PGA ツアーに見るプロゴルフの存立構造—プロスポーツ産業の原理論的考察を方法として—. 身体運動文化研究, 17(1), 17-42.
- 10) Topgolf International, Inc. (2022). トップゴルフ公式ホームページ. <https://topgolf.com/us/> (2024 年 6 月 12 日閲覧)
- 11) ゴルフ市場活性化委員会. (2022). ゴルフマーケットデータ. Retrieved from <https://www.golf-gmac.jp/wp-content/uploads/2022/04/Japan-Golf-Market-Annual-Review-2021-22-Final.pdf> (2024 年 5 月 6 日閲覧)
- 12) 渡邊 知. (2014). ゴルフ市場に関する実態調査 未来需要開拓のための方向性を探る. Monthly golf management.35(378), 30-35.
- 13) Yang, K. S., & Kim, Y. K. (2010). 韓国における国外ゴルフツアーの選択属性の構造的関係. 長崎県立大学実践経済学科. 50(4). 75-85.
- 14) 久保田 誠一. (2004) 日本のゴルフ 100 年. 日本経済新聞社.
- 15) 北村 實. (2015). 会員契約に関する一考察-ゴルフ会員権契約の集団性をどう構成するか. 大阪経大論集. 66(4), 7.
- 16) 北, 森. (2017). ゴルファーの離反理由に関する研究—2020 東京五輪に向けたゴルフ市場活性化への提言 —. 2020 オリンピック・パラリンピック研究班. 中央大学保健体育研究所紀要. 35. 107-116.
- 17) 竹下 俊一, 福島成美, 山崎利夫, 前田博子, & 隅野美砂輝. (2014). 経済不況下のゴルフ場経営戦略に関する研究 (第一報): 鹿児島県のゴルフ場経営状況に関する実態調査. 学術研究紀要/鹿屋体育大学. 49. 39-46.

- 18) 浜松シーサイドゴルフコース. (2024). 公式ホームページ.<https://www.seaside-golf.com/sadao-live/> (2024 年 11 月 13 日閲覧)
- 19) スポーツインダストリーゴルフトーナメント. (2024). 公式ホームページ.<https://si-golftour.jp/tournament/> (2024 年 11 月 13 日閲覧)
- 20) SPORTNAVI. (2023). 「アーリーバードのススメ！夏のゴルフは早朝プレーで涼しく快適に」. <https://sports.yahoo.co.jp/column/detail/2023081000028-spnavid0> (2024 年 7 月 8 日閲覧)
- 21) 山崎 博之.(2021). フォローの風吹く練習場&インドアゴルフ事業. レジャー産業資料 54(6).46-49.
- 22) Chul-Ho Bum, Ji-Hye Yang, Chulhwan Choi.(2021). 実際のゴルフとバーチャルゴルフのプレーヤー間の余暇の利益、フロー体験、生活満足度の比較. 国際ジャーナル「Social Behavior and Personality」. 国際ジャーナル.50(5). 2-12.
- 23) Yuanyuan Hao, Mengyuan Kong.(2021). ゴルフシミュレーション産業の経済効果 韓国 SVAR モデルに基づく分析. 江蘇工科大学経済学部. 9(1). 1-11.
- 24) Ho-Jin Lee, Yongseok Jee.(2016).国内スクリーンゴルフプレーシシステムのブランド資産がブランド信頼とブランドロイヤルティに与える影響. 国際スポーツマーケティング・スポンサーシップジャーナル.国際スポーツマーケティング・スポンサーシップジャーナル.17(4). 320-332.
- 25) Choi, C. (2016), マーケティングの観点から見た韓国のバーチャルゴルフの調査. ルイビル大学.リーダーシップ、基礎、人材教育学部.
- 26) Kyoung-Ran Shim, Byung-Joo Paek, Ho-Taek Yi, Jong-Ho Huh.(2016) . ゴルフ練習場利用者の参加動機、満足度、運動継続意思の関係. アジア太平洋イノベーションと起業家精神ジャーナル.11(1). 50-62
- 27) Jung-Rae Lee, Ki-Nam Kwon. (2021) . 韓国におけるスクリーンゴルフの人気とその社会文化的意味. 環境研究公衆衛生. 18(24). 13178.
- 28) 小山 武明. (2008).地域・地区ゴルフトーナメントを軸とした日本男子プロゴルフ界活性化に関する研究. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科.
- 29) 金子 柱憲. (2013). 日本男子ゴルフツアーにおける新たな ゴルフツアートーナメントに関する研究. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科.
- 30) 田中 耕助, (2012). アマチュアゴルファーの最高峰スクラッチプレーヤーに関する研究. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科.
- 31) 井上 透. (2010). 韓国におけるプロゴルファーの強化・育成に関する研究. 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科.

- 32) Yang HJ, Yang JH, Jung SC, Choi C, Bum CH. (2024). ゴルフインストラクターの専門認定レベルがアマチュアゴルファーのインストラクターの専門知識、インストラクターの信頼性、レッスン参加意欲に対する認識に与える影響：プラセボ効果とノセボ効果のテスト.
- 33) 韓国レジャー産業研究所 (2022). 韓国レジャー産業白書. 73. 141.
- 34) 韓国プロゴルフ協会 (2024). 公式ホームページ. 会員状況.
<https://www.kpga.co.kr/abouts/condition/>. (2024 年 5 月 20 日閲覧)
- 35) 一季出版 (株) . (2024). 「ゴルフ特信調査」. ゴルフ特信.
<https://www.mmjp.or.jp/tubaki-golf/newsfail/2023/2023-eigyochu-golf.html>
(2024 年 5 月 20 日閲覧)
- 36) 公益社団法人全日本ゴルフ練習場連盟. (2024). 公式ホームページ. ゴルフ事業に関する調査および研究. (調査研究委員会) . <https://www.jgra.or.jp/activity>.
(2024 年 5 月 20 日閲覧)
- 37) 公益社団法人全日本ゴルフ練習場連盟. (2024). JGRA ニュース NO.55.インドアゴルフの新たなフェイズ 2024. 06-13.
- 38) 公益社団法人日本プロゴルフ協会. (2024). PGA 会員数.定時理事会資料.
- 39) 韓国気象庁. (2024). 公式ホームページ. ソウルの平均気温データ.
<https://www.kma.go.kr/njpn/index.do>. (2024 年 7 月 18 日閲覧)
- 40) 日本気象庁. (2024). 公式ホームページ.過去の気象データ検索.
<https://www.data.jma.go.jp/stats/etrn/index.php>. (2024 年 7 月 18 日閲覧)
- 41) 韓国国民権利委員会. (2013). スクリーンゴルフ練習場管理改善案.
- 42) 茂木 宏一. (2011). 「なぜ日本人ゴルファーは韓国人に勝てないのか?」. 株式会社エンターブレイン.
- 43) S K ホ. (2016). 「なぜ韓国ベタ足スイングは美しくて強いのか?」. 主婦の友社.
- 44) 公益社団法人日本プロゴルフ協会. (2024). 公式ホームページ. PGA 公認ゴルフスクール. <https://pga.or.jp/lesson/school> (2024 年 11 月 13 日閲覧)
- 45) 公益社団法人日本プロゴルフ協会. (2024). 公式ホームページ. プロ資格認定.
<https://pga.or.jp/licence> (2024 年 11 月 13 日閲覧)
- 46) EGAI ゴルフスタジオ. (2022). 「遠隔接客サービス『RURA』がインドアゴルフスクール『EGAI ゴルフスタジオ』に導入、リモートゴルフレッスンの本格運用を開始」. タイムリープ株式会社.
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000030.000059684.html>
(2024 年 11 月 13 日閲覧)
- 47) 和田 泰朗. (2020). 「ゴルフは YouTube だけでは上手くならない」. 主婦の友社.
- 48) TGLGOLF. (2025). 公式ホームページ. <https://tglgolf.com/> (2025 年 1 月 10 日閲覧)

- 49) 市原市. (2024). 「市原市ジュニアゴルフスクール開校！」. 公式ホームページ.
<https://www.city.ichihara.chiba.jp/article?articleId=652e26f85a935c4746045f8b>.
(2024 年 12 月 8 日閲覧)
- 50) 石川 智, 斉藤 麗, 関根 正敏, & 小山 さなえ. (2023). 地方創生に向けたスポーツツーリズムの推進状況: スポーツコミッションによる交流人口増加策に着手した矢板市の事例. 体育・スポーツ経営学研究, 36, 15-34.
- 51) Bum, CH, Hums, MA, Picklesimer, A, & Choi, C. (2021). 韓国におけるスクリーンゴルフ参加が自尊心、孤独感、抑うつ、社会的孤立、生活満足度に与える影響の比較. 身体文化とスポーツ 研究と調査. 89(1), 11-21.
- 52) 芹沢 幹雄, 大石 哲夫, 松井 恒二. (2006). 高齢社会における生きがいとしてのスポーツに関する調査研究: 静岡市におけるグラウンド・ゴルフ愛好者をケースとして. 経営と情報: 静岡県立大学・経営情報学部/学報, 19(1), 19-35.
- 53) 田中 淳夫. (2011). 日本におけるゴルフ場の現状と自然環境. 日本造園会. 75(1).10-13
- 54) 望月 拓実. (2021). 我が国に求められる e スポーツ研究: 文献レビューによる検討. 国際研究論叢: 大阪国際大学紀要. 34(2), 75-96.