

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

トップスポーツマネジメントコース

下田 和則

研究指導教員 平田 竹男

1. はじめに

1) 背景

ゴルフは北米やヨーロッパでは広大な土地を活用したゴルフコースを主流に発展しているが、アジアでは都市部の土地不足や気候的制約という背景から、インドアゴルフ施設の発展が著しい。

特に韓国では、寒冷な気候や限られた土地資源という課題を克服する手段として「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」の二つのインドアゴルフ形態が確立された。この2種類の施設はそれぞれ別の役割を担い、韓国内のゴルフ人口拡大や競技力向上に寄与してきた。この発展には、GOLFZON社に代表されるようなシミュレーション機器メーカーの牽引や施設を支える指導者の存在がある。これまで韓国のゴルフについては選手のパフォーマンスやスイング技術、トレーニングに関する研究はあるがインドアゴルフの普及やその戦略についての情報は少ない。

2) 用語の定義

「スクリーンゴルフ場」：専用のシミュレーション機器を使用して、初心者から上級者まで誰もが気軽に屋内でのゴルフのラウンド体験を提供する施設。

「室内練習場」：専用のシミュレーション機器などを使用したゴルフスイングの練習や打撃データの解析に特化した施設。技術向上を目的とするプレーヤーのニーズに応える訓練環境を指す。

2. 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過程を分析し、その成功要因を明らかにすることである。特に、「スクリーンゴルフ場」、「室内練習場」、シミュレーション機器メーカー、そして指導者が果たす役割に着目し、産業発展の背景を考察する。また、韓国の成功要因を踏まえ、日本および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。

3. 研究方法

韓国におけるインドアゴルフ施設（「スクリーンゴルフ場」と「室内練習場」）のケーススタディとして文献調査とインタビュー調査を行い、日本のPGA会員を対象に指導方法に関するアンケート調査を実施した。

1) 文献調査

公表データをもとに、韓国と日本のゴルフ市場（施設数、プロ会員数など）を比較した。次に、韓国のシミュレーション機器メーカーGOLFZON社や他の主要メーカーを対象に公表資料をもとに市場戦略と技術革新の実態調査をした。

2) インタビュー調査

半構造化面接を実施した。対象とインタビュー内容は下記のとおりである。

(1) 韓国における「スクリーンゴルフ場」および「室内練習場」の関係者：技術開発者、指導者から技術革新、利用者属性、運営課題などについてインタビューした。

(2) アジア圏（日本、タイ、中国）のインドアゴルフ関係者：技術開発者や指導者から、利用者属性、運営課題などについてインタビューし、各国の特性と課題を整理した。

3) アンケート調査

日本全国のPGA会員を対象に、練習場における指導意識、教材やデータ解析機器の活用に関する実態と課題を尋ねた。

4. 結果

1) 韓国と日本のゴルフ環境

韓国では2021年時点でインドア練習場が8,791施設あり、そのうち「スクリーンゴルフ場」が3,510施設を占めていた。一方、日本ではインドア練習場が1,518施設、ゴルフコース2,133施設やアウトドア練習場2,322施設が主流だった（表1）。

韓国のインドアゴルフ市場は2010年代から技術革新や制度整備が進み、市場規模は2014年の1兆318億ウォンから2020年には1兆5304億ウォンに、2022年には2兆1865億ウォンに達した。

また、2024年時点における韓国と日本のPGA会員に対する調査の結果、両国のツアープロの人数はほぼ同数であることが確認された。一方で、準会員やティーチングプロの人数については、韓国が日本を大きく上回っていることが明らかになり、両国のPGA会員構成に違いが見られた（表2）。

表1. 韓国と日本のゴルフ環境

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)	(3,510)	
(室内練習場)	(5,281)	

表2. 韓国および日本の指導者（プロゴルファー）数

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

2) 韓国のシミュレーション機器メーカー

2023年時点でGOLFZON社の市場シェアは60%、競合他社にはKakao VX社（シェア20%）やSGGOLF社（同10%）、GOLFNAVI社などがあつた。

GOLFZON社はセンサー開発に注力し、高度なセンサー技術を活用し、リアルな弾道データと精密なスイング分析を提供することで、独自の技術を基に製品を展開しており、多様なユーザー層のニーズに応えることで市場を拡大してきた。この普及を支えていたのは、韓国のシミュレーション機器メーカーによる高度な技術革新であり、リアルなラウンド再現や詳細なデータ提供機能が利用者の技術向上に寄与していた点である。また、GOLFZON社の施設は都市部で高密度に展開していた。

3) スクリーンゴルフ場と室内練習場の実態

「スクリーンゴルフ場」は、都市部を中心に普及し、1ラウンドあたり約3万ウォンという低コストと1名あたり1時間程度でホールアウトする高効率なプレイスタイルを提供することで、従来のゴルフコースの代替手段として確固たる地位を確立していた。

「室内練習場」は月額25万～35万ウォンの会員制が主流で、特にレッスン需要が高いことが特徴的であった。施設には30打席以上を備える大型設備も存在し、指導者が常駐することで高度なデータ解析と個別指導が可能となっていた。室内練習場は利用者の技術向上が促進と同時に、指導者の収入向上やキャリア形成につながっていた。

4) 韓国におけるインドアゴルフの普及施策

2013年の「スクリーンゴルフ練習場管理改善案」の施行により韓国におけるインドアゴルフは、進展した。この改善案では安全基準や消防設備などの管理規定が強化され、スクリーンゴルフ練習場が安全で快適な施設として運営されるようになった。

また、スクリーンゴルフトーナメントでは、2012年から始まったGOLFZON社の「GTOUR」がShinhan、LOTTEなどの協賛で開催され、YouTube中継で1万人以上の視聴者を集めていた。

5) ゴルフレッスンでの映像、動画の活用と課題

日本のPGAティーチングプロ216名から回答があつた。回答者は「受講生の多くがYouTube動画を視聴している」と回答していたが、「視聴が上達に繋がった」と答えたプロは7%だった。また、多くのプロは「基礎的な指導が不足している」「正しい情報の取捨選択が難しい」と指摘しており、受講生による動画活用の効果には懐疑的であることが伺えた。

5. 考察

1) 韓国のインドアゴルフ発展の背景

三つの要因があつた。第一に、シミュレーター技術の進化により、初心者から競技者まで対応可能な練習環境が整備されたこと。第二に、施設が娯楽中心から本格的なトレーニング環境へと改革され、利用者の目的が多様化したこと。第三に、指導者が施設

運営に関与し、質と信頼性の向上が図られたことが挙げられる。これらの要因が相互に作用し、インドアゴルフの普及を加速させていた。

2) スクリーンゴルフと室内練習場の役割

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、代替スポーツとしての側面から普及の役割を果たし、人気を集めている。一方、「室内練習場」は高度なシミュレーション機器を活用した指導環境の整備により、指導者が常駐し、利用者が気軽にレッスンを受けられる場として定着の役割を担っている。このような指導者の活動環境の改善は、準会員（指導者）の増加や経済的自立に寄与していると考えられる。

3) 日本への応用の可能性

日本の「スクリーンゴルフ場」は飲食店設置が中心で専用施設は発展途上だが、韓国の事例をふまえると、都市部や寒冷地、酷暑下では代替スポーツとしての可能性が十分にあると考える。また、アメリカで開催されるバーチャルゴルフトーナメント

「TGL」に世界のトッププレイヤーが参戦することで、スクリーンゴルフの信頼はさらに高まることが示唆される。一方、「室内練習場」が主流の日本では、指導者不足が課題となっている。この解決策として、指導者の育成や増員、YouTubeなどのデジタル教材活用が求められる。AI解析を活用した個別指導の普及により、初心者が手軽に学べる環境を整えることで、インドアゴルフ市場の発展が期待される。

4) インドアゴルフの将来性

インドアゴルフは、技術革新や環境配慮、社会的意義の面でゴルフに新たな価値を創出するだけでなく、デジタル化による市場競争力の向上も期待される。さらに、シミュレーション技術の応用によりパークゴルフなどの関連種目への活用が可能で、高齢化社会における健康維持のための運動やリハビリにも幅広く役立つと考えられる。そのため、都市部だけでなく地方にも適応し、新たな層を取り込み、より幅広い市場の開拓が期待される。

6. 結論

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めたゴルフ産業全体を活性化させた。

この成功モデルは、日本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イ環境や、「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。また、インドアゴルフ施設はゴルフ以外への適応も可能と考えられることから、インドアゴルフ市場は大きく発展することが期待される。