

調査レポート「県内ゴルフ場の状況とゴルフツーリズムの可能性」

《要旨》

- ・ コロナ禍により県内の観光業界は各分野において著しく厳しい状況が続いたが、ゴルフ場については、3密を避けるスポーツとして既存客及び、新しい層の利用者が増加し、いち早く好転の動きがみられた。
- ・ 2021年度の入場者数はコロナ禍前のピークであった17年度を上回り、22年度も高い水準で推移している。客単価も22年度はコロナ禍前の水準に近づいている。
- ・ 19年度の県内ゴルフ場の市場規模は約182億円と試算され、今後も拡大傾向にある。
- ・ ゴルフと観光を組み合わせた『ゴルフツーリズム』の推進にあたり、ゴルフに関わる沖縄県の特徴と取り巻く環境をSWOT分析にて改めて確認した。
- ・ ゴルフツーリズムは、数多くの優良な顧客を確保するために、その場所の魅力を効果的に伝えていくことが重要であることから、先進事例として、地元の行政や関係機関が率先して発信や誘致活動を行っている宮崎県の取り組みを紹介した。
- ・ 沖縄県でもゴルフツーリズムを推進することで、①年間を通じた入域観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加が期待でき、観光課題解決に繋がる具体策を検討した。
- ・ ゴルフツーリズムを推進するための課題として、①関係者の連携体制構築、②県内ゴルフ関連データの収集、③オーバーツーリズムへの対応が必要である。

目次

1. はじめに.....	1
2. 沖縄県内ゴルフ場の状況	
2-1 ゴルフ場の概況.....	2
2-2 入場者数の推移.....	3
2-3 年代別ゴルフプレー代金の推移（全国）.....	4
2-4 売上高と県外客の推移.....	5
2-5 コロナ禍における客単価の推移.....	6
2-6 ゴルフ場の市場規模の推移.....	7
3. ゴルフツーリズムについて	
3-1 ゴルフツーリズムとは.....	8
3-2 国内のゴルフツーリズム先進地の状況.....	9
3-2-1 宮崎県における観光の概況.....	10
3-2-2 宮崎県におけるゴルフツーリズム推進の状況.....	11
3-3 沖縄県の状況と可能性	
3-3-1 ゴルフツーリズム推進のための沖縄県の特徴と環境.....	14
3-3-2 ゴルフツーリズム推進による観光の課題解決の可能性.....	17
4. おわりに.....	19

1. はじめに

沖縄県を訪れる入域観光客数は、2018年度には初の1,000万人台を達成し、ハワイと肩を並べたと言われた。しかし、2020年初頭からの新型コロナウイルス感染症の拡大により、人々は自由な往来が制限され、沖縄県のリーディング産業である観光関連産業は深刻な打撃を受けた。入域観光客数は20年度には258万3,600人まで大きく落ち込み、翌21年度も327万4,300人になった。入域観光客数の減少に伴い観光収入も大きく影響を受けた。観光収入は、18年度に7,334億円と初の7,000億円台に達したものの、20年度には2,484億円と、実に66.1%の大幅な減少となり、観光関連産業のみならず沖縄県経済全体に甚大な影響を及ぼした。

コロナ禍の20年度、21年度は観光関連産業において厳しい状況が続いたものの、ゴルフ場に限ってはやや状況が異なり、いち早く好転の動きがみられた。これは当社が県内の観光業界の動向について、宿泊事業者、観光施設、ゴルフ場に協力を得て毎月景況調査をした際の分析であるが、これまで少子高齢化や若者のゴルフ離れなどで、ゴルフ人口の減少が懸念されていたなか、コロナ禍では既存のゴルフ利用者層に加え、若い世代や女性などの新しい層の利用者が増加していることが分かった。

世界各国でワクチン接種が進んだこともあり、2022年初頭には国内における行動制限が解除され、日本への入国制限も緩和された。そして繰り返し余儀なくされた自粛生活の反動もあり、旅行需要が急速に高まっている。沖縄県を訪れる入域観光客数も右肩上がりに回復しており、インバウンド客も戻りつつあるなか、各方面で観光再開に向けた動きが加速している。

コロナを経た新たな旅の形態として、近隣の旅や密を避けた旅が好まれており、団体より個人、そして量より質を求める傾向が強まっている。沖縄観光においてはコロナ感染拡大前から「量より質」が課題として挙げられていた。今後、観光の本格再開に向けては、その課題解決のために、①年間を通した入域観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加、に向けての施策を強化することが大切である。また、持続可能な観光という観点から、大切な自然をいかに守りながら、地域社会と共存する観光を推進していくかという新たな課題も立ちあがる。

沖縄県は新・沖縄21世紀ビジョン基本計画において、『世界にはばたき躍動する「スポーツアイランド沖縄」の形成』を基本施策のひとつに掲げ、スポーツツーリズムの推進が明記されている。そこで、本稿では、これまでも沖縄観光を下支えしてきたゴルフというスポーツについて、前述の課題解決の一翼を担う魅力的な観光資源のひとつとして改めてフォーカスする。前半部分で県内ゴルフ場の概況についてデータを分析した後、後半部分では、一般的に消費額が多いとされるゴルフと、観光を組み合わせた『ゴルフツーリズム』について、先進例を交えながら、その推進と観光課題の解決・展望について考察する。

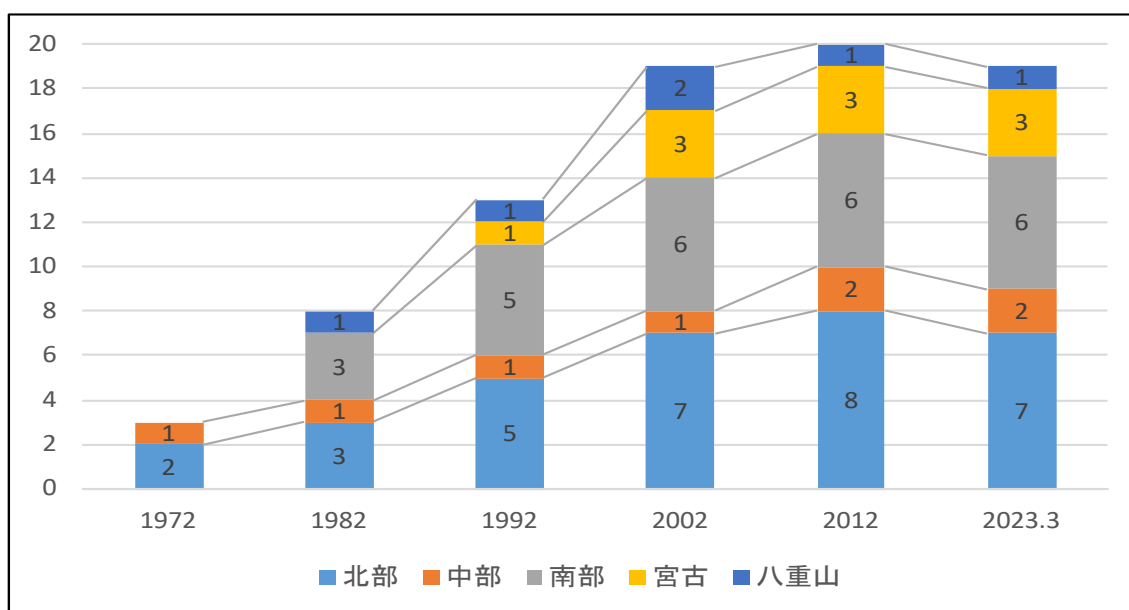
2. 沖縄県内ゴルフ場の状況

2-1. ゴルフ場の概況

沖縄県内には現在、大小 30 を超えるゴルフ場がある。一括りにゴルフ場といっても手軽にリーズナブルな価格でプレーができるショートコースから、プロのトーナメントが開催される本格的なゴルフコースまで大小様々あるが、ここでは 18 ホール以上かつパー70 以上のコースを持つゴルフ場数の推移を確認する(図表 1、2)。

沖縄県が本土に復帰した 1972 年、県内には沖縄カントリークラブ、大京カントリークラブ(現：美らオーチャードゴルフクラブ)、沖縄国際ゴルフクラブ(現：PGM ゴルフリゾート沖縄)の 3 カ所のゴルフ場のみであったが、本土復帰を機に観光客の往来が活発化したため、空港との距離が近い南部と離島において新たな建設が進み、77 年には 7 カ所に増加した。その後、余暇に対する意識と観光などのレクリエーション活動の需要が高まったことで、全国的にレジャー産業が拡大しゴルフ人口も増加したことを受け、県内でもゴルフ場開発が急速に進み、92 年には 13 カ所に増加した。その後、沖縄県北部や宮古島におけるコース開発や、既存ゴルフ場の経営交代等があったものの、2002 年以降はゴルフ場の数にほぼ変動はない。22 年 3 月には嵐山ゴルフ倶楽部が閉鎖され、23 年 3 月現在では復帰当時の約 6 倍の 19 カ所となっている。なお現在、石垣島で新規ゴルフ場の開発が計画されている。

図表 1：沖縄県内ゴルフ場数の推移（18 ホール以上、パー70 以上）



(出所) 沖縄県『観光要覧』、各ゴルフ場 HP を基に、当社作成

図表 2：沖縄県内 18 ホール以上かつパー70 以上のコースを持つゴルフ場（1972-2022）

開業日	ゴルフ場名 (旧名称、閉鎖年月)	所在地	ホール数	ハ°-数
1965/7/3	沖縄カントリークラブ	西原町桃原109	18	70
1970/11/3	美らオーチャードゴルフクラブ (大京カントリークラブ)	恩納村安富祖1577	18	72
1972/11/7	PGMゴルフリゾート沖縄 (沖縄国際ゴルフクラブ)	恩納村富着1043	27	108
1974/12/3	沖縄ロイヤルゴルフクラブ	石川市山城1436	36	144
1975/7/5	石垣島ゴルフ (閉鎖2006.8)	石垣市白保222-102	18	72
1975/7/14	那覇ゴルフ倶楽部	八重瀬町富盛2270	18	72
1977/7/2	琉球ゴルフ倶楽部	玉城村親慶原1	27	108
1982/3/6	守礼カントリークラブ	知念村知名1029	18	71
1988/12/1	ザ・サザンリンクスリゾート	具志頭村は名城697	18	72
1989/1/1	エメラルドコーストゴルフリンクス	下地町字与那覇914	18	72
1990/11/1	ベルビーチゴルフクラブ	本部町崎本部5151	18	72
1991/11/1	パームヒルズゴルフリゾート	糸満市新垣765	18	72
1991/11/9	嵐山ゴルフ倶楽部 (閉鎖2022.3)	今帰仁村呉我山654-32	18	72
1993/9/1	カヌチャリゾートカヌチャゴルフコース	名護市安部156-2	18	72
1994/11/1	ジアッタテラスゴルフリゾート (海邦カントリークラブ)	恩納村安富祖1079	18	72
2000/2/11	シギラベイカントリークラブ	宮古島市上野新里1264	18	70
2001/10/8	オーシャンリンクス宮古島	宮古島市城辺保良940-1	18	72
2001/10/8	かねひで喜瀬カントリークラブ	名護市喜瀬1107-1	18	72
2001/11/22	小浜島カントリークラブ	竹富町小浜東表2954	18	72
2003/11/15	オーシャンキャッスルカントリークラブ	中城村字登又60	18	72
2004/12/1	宜野座カントリークラブ	宜野座村字松田2824-264	18	72

(出所) 沖縄県『観光要覧』、各ゴルフ場 HP を基に、当社作成

2-2 入場者数の推移

次に、県内ゴルフ場入場者数（一般社団法人沖縄県ゴルフ協会調べ：対象 18 コース）について、入域観光客の増加とともに、外国人観光客が初めて 100 万人を突破した 2015 年度を起点とし、直近 7 年間の動きを確認する(図表 3)。

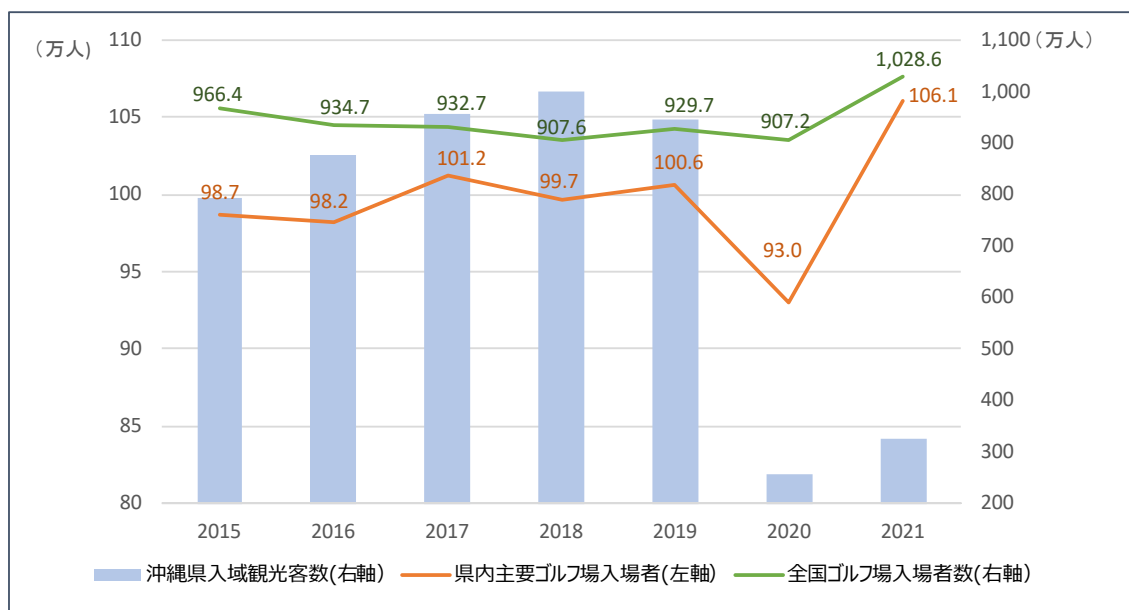
ゴルフ場入場者数は 2015 年度の年間 98.7 万人から 19 年度 100.6 万人と堅調に推移した。しかし、新型コロナウイルス感染拡大により初めて緊急事態宣言が発出された 20 年度には、外出自粛ムードの高まりから、ゴルフ場利用客も大きく減少し 93.0 万人となった。一方で、同様にコロナ禍であり長期間に亘り行動制限が発出されていた 21 年度には 106.1 万人と大きく増加し、それまでのピークであった 17 年度の 101.2 万人を超える入場者数となった。なお、沖縄県ゴルフ協会に加盟していないゴルフ場を含めた県全体の入場者数(18 ホール以上)は、21 年度には 136 万人程度と推計される。

増加の要因としては、コロナ禍で人々の行動様式や余暇の過ごし方が大きく変わるなか、ゴルフが広い自然のなかで 3 密（密閉、密集、密接）を避けながらコミュニケーションが図れるスポーツとして需要が高まったことが挙げられる。また余暇に対する時間配分の見直しなどが

ら、新たな趣味としてゴルフを選ぶ人が増えたことが考えられ、若い世代や女性など新たな顧客層が増加している様子がみられた。22年度に入ってから好調な流れは継続しており、前年度と同じく高い水準で推移している。

また、この傾向は全国でも同様で、経済産業省『特定サービス産業動態統計』によれば、全国の入場者数は、コロナ禍の2021年度の入場者は増加傾向が顕著であるほか、22年度の第3四半期までの入場者数は前年同期の2.83%伸長しており、全国的にゴルフ需要が着実に高まっていることがわかる。

図表3：入域観光客数とゴルフ場入場者数の推移（年度）



(出所)沖縄県『観光要覧』、経済産業省『特定サービス産業動態統計』、(一社)沖縄県ゴルフ協会データを基に、当社作成

2-3 年代別ゴルフプレー代金の推移（全国）

これまでゴルフは時間と経済的な余裕のあるシニア世代のスポーツであるとの認識が高かったが、前述の通りコロナ禍の傾向として、若い世代等新たな顧客層が増加しているといわれている。ここでは、実際にどの世代に増加がみられたのか、総務省の家計調査における世帯主の世代別にみたゴルフプレー代金を2019年から3年間比較し確認する（図表4）。

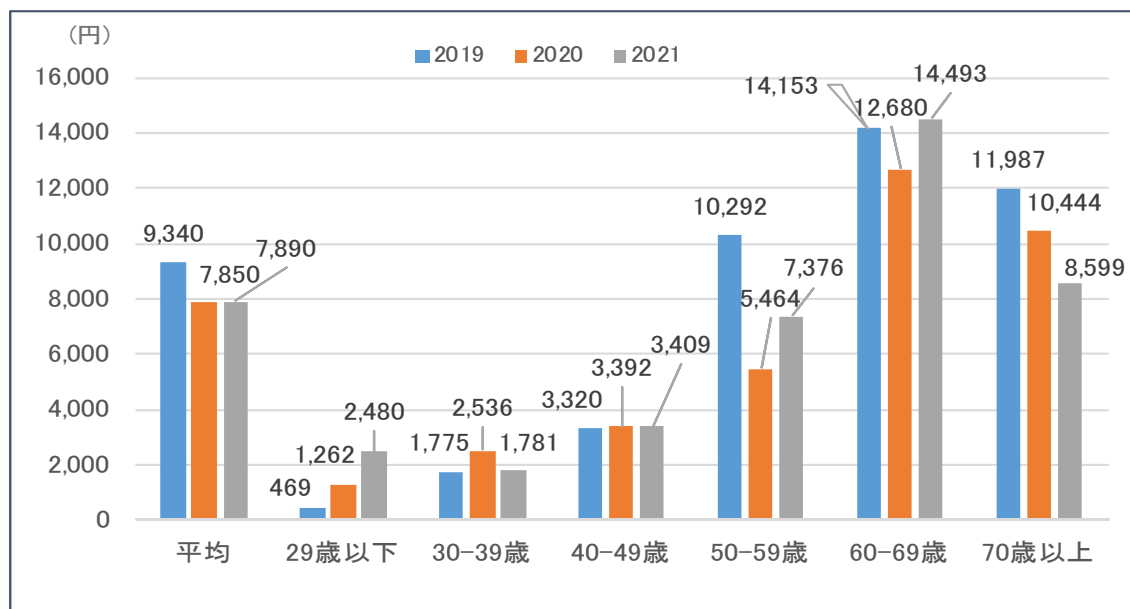
コロナ禍前の19年と比較すると、20年以降平均プレー代金の支出は減少したが、20代～40代については同支出の増加がみられ、特に20代に限っては右肩上がりに推移している。利用客の中心である50代以上についても21年は増加傾向となるが、70代以上は減少傾向が顕著である。これは野外の活動であってもコロナの感染防止のために、外出が自粛された結果、同年代の行動様式が変化したことが伺える。

民間研究所の調査¹によると、若い世代の増加の要因として、人的交流や行動が制限されるなか3密を避けられるスポーツとの認識が高まったことに加え、リモートワークの浸透などで、現役世代も時間の融通が利きやすくなったこと等が影響し、比較的プレー代の安い平日の

¹ 株式会社第一生命経済研究所「統計でも明らかかな若者のゴルフブーム」 (<https://www.dlri.co.jp/report/macro/154434.html>) 2023.3.1

利用が可能になったことを挙げている。また人生 100 年時代といわれ健康意識が高まるなか、海外のメジャートーナメントや東京オリンピック等で、日本人選手が活躍する姿に影響を受けてスポーツ熱が高まり、アウトドアスポーツとして取り入れたことも考えられよう。

図表 4：世帯主の世代別ゴルフプレー代の推移（全国、暦年）



（出所）総務省『家計調査』、㈱第一生命経済研究所『統計でも明らかな若者のゴルフブーム』を基に、当社作成

2-4 売上高と県外客の推移

続いて、売上高と県外客（インバウンド客を含む）について過去7年間の推移をみる。当該データについては、県内主要ゴルフ場全体について調査されたものがないため、当社の定例調査におけるゴルフ場入場者数と売上高を指数化（2017年度=100）した（図表5）。

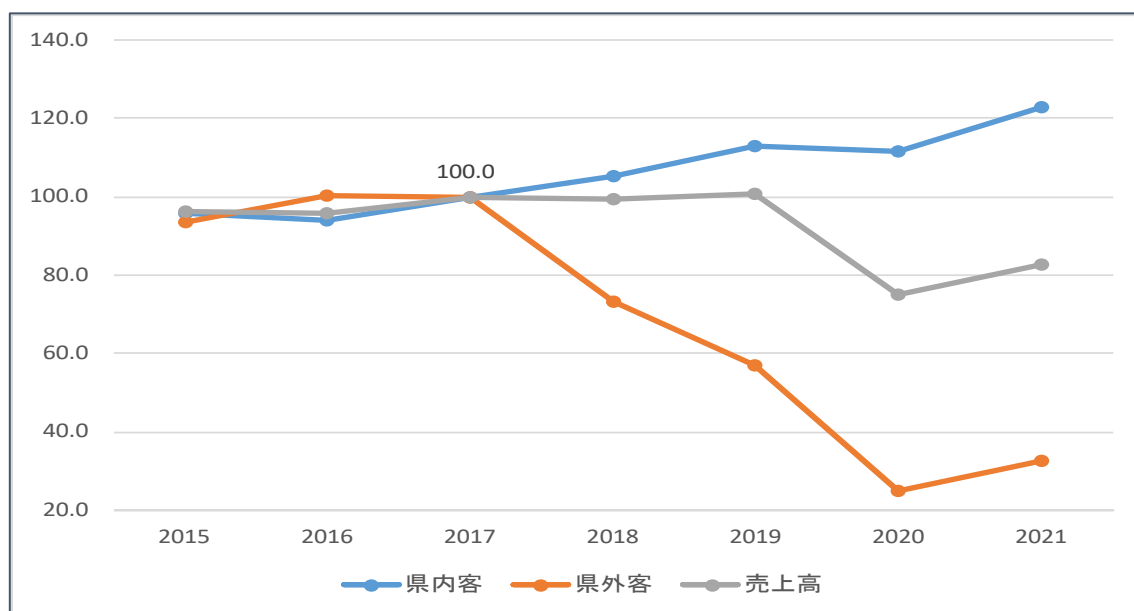
入場者数のうち県外客は、15年度以降、入域観光客の増加に伴い徐々に増加したが、18年度以降は減少傾向であった。減少の主要因については、沖縄観光全般の人気の高まりから、ゴルフを主目的とした旅の予約が取りづらくなった可能性が考えられる。また19年度にはインバウンド利用者の中心となっていた韓国客が、当時の日韓関係の悪化を受け減少に転じたことなどが影響した。更に20年度にはコロナ禍となり、初めて緊急事態宣言が発出され入域観光客が激減し、ゴルフ場を訪れる県外客も大きく落ち込んだ。21年度については前年度と比較すると増加傾向にあるものの、長期間に亘る行動制限の影響で、県外客の利用は限定的となった。ちなみに20年度の沖縄県「観光統計実態調査」によると、県外客の旅行目的が「ゴルフ」と回答した構成比は2.9%である。これを同年度の入域観光客数258万36百人に当てはめると、ゴルフ目的で沖縄を訪れた人は7万49百人という計算となる。この数字は県内のゴルフ場入場者数（(一社)沖縄ゴルフ協会調べ）の8.0%となり1割以下ということを示す。19年度は同様の計算で36.6%となることから、コロナ禍により県外のゴルフ客が減少したことが再確認できる。

一方、県内客の推移をみると20年度にやや落ち込みはみられるものの、21年度にはコロナ

禍前を上回る水準となっており、コロナ禍では県内在住者に支えられ活況な状況がつけられたといえよう。

売上高については、15年度から緩やかに上昇して17年度にピークに達したのち19年度までほぼ同水準で推移した。沖縄観光需要の高まりを受け、プレー代金が増加傾向にあり、売上高が順調に推移したと考えられる。その後、20年度には入場者の減少と同様に、売上高も大きく落ち込んだ。減少の要因は、コロナ禍で行動や人的交流が制限され比較的利用料金の高い県外からの利用者が激減したことに加えて、県内在住者の誘客策として低価格でのプレー代金の設定や割引キャンペーンなどの実施が影響したことが挙げられる。また、感染防止対策の一環で、大型コンペ等の開催やプレー後の会食の禁止、自粛に起因するプレー代金以外の売上減少の影響も大きかったと考えられる。

図表5：主要ゴルフ場売上高と入場者数の推移(2017年度=100)



(出所)りゅうぎん総合研究所

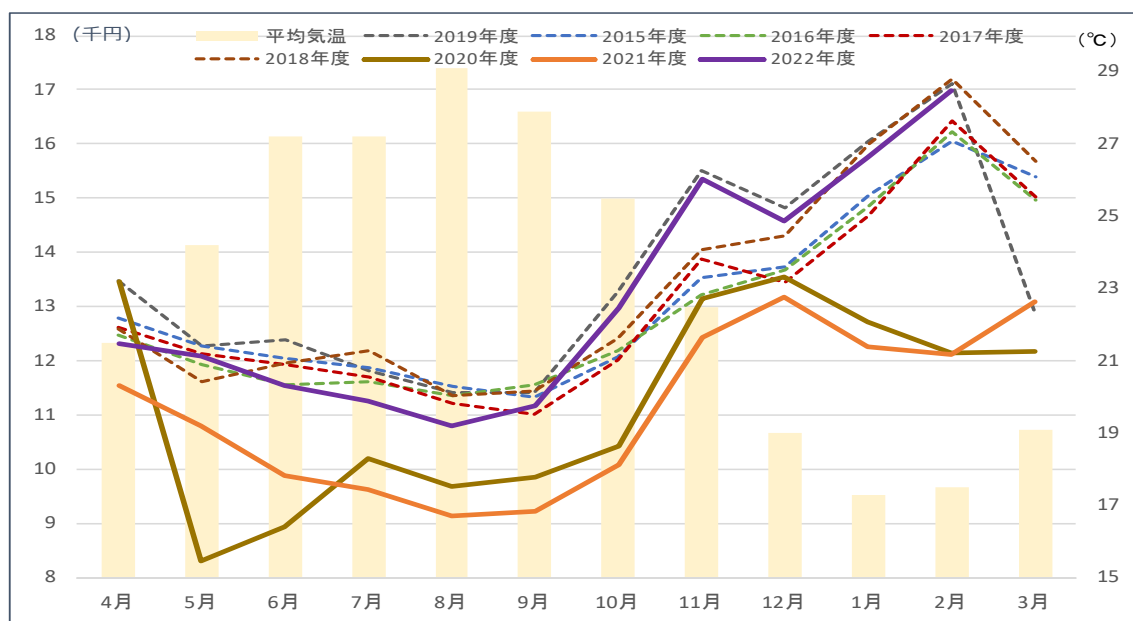
2-5 コロナ禍における客単価の推移

当社で調査した売上高を入場者数で除して算出した客単価について、2015年度からの7年の推移と、22年度の直近(23年2月)の状況についてみていく(図表6)。

沖縄県は国内で唯一亜熱帯・海洋性気候地域に位置しており、年平均気温は23.3℃と1年中温暖であることから、ゴルフについては季節を問わずプレーできることが強みである。ただ夏場は強烈な日差しと気温や湿度の高さがあり、長時間の野外活動を避ける傾向があることからローシーズンとなる。客単価を月毎の推移で見ると、4月以降から気温の上昇に伴い客単価が下がりはじめ、平均気温が最も高く入域観光客の最盛期である8月がボトムとなっている。気温と湿度が下がり快適に活動ができる11月～3月は、県内ゴルファーの利用増加はもとより、県外ゴルファーにとっては、気温の低下や降雪等の多い時期にラウンドできるということで、旅先に沖縄県を選ぶ人も増加することからハイシーズンとなり、県内ゴルフ場のプレー代金が高くなり客単価も上昇する。

客単価については、入場者数が順調に推移していた 2015 年度から 19 年度までと比較すると、コロナ禍においては入場者数及び売上高も大きく低下したことから、20～21 年度にかけての客単価も低水準で推移した。一方で 22 年度に入ってから、全国的なゴルフ人気の高まりと行動制限がない状況が続く中、旅行需要も高く県外客が増加したことにより、客単価の上昇がみられる。特に第 3 四半期以降は、政府による全国旅行支援が開始され県外客の利用が後押しされたことに加え、昨今の燃料や物価の高騰を受け利用料金の引き上げを実施したゴルフ場も多く、該当期間のうち単価が一番高く推移した 19 年度と同水準で推移していることがわかる。

図表 6：客単価の推移と年間の平均気温



(出所) 気象庁『那覇市の平均気温 1990-2020』、りゅうぎん総合研究所データより、当社作成

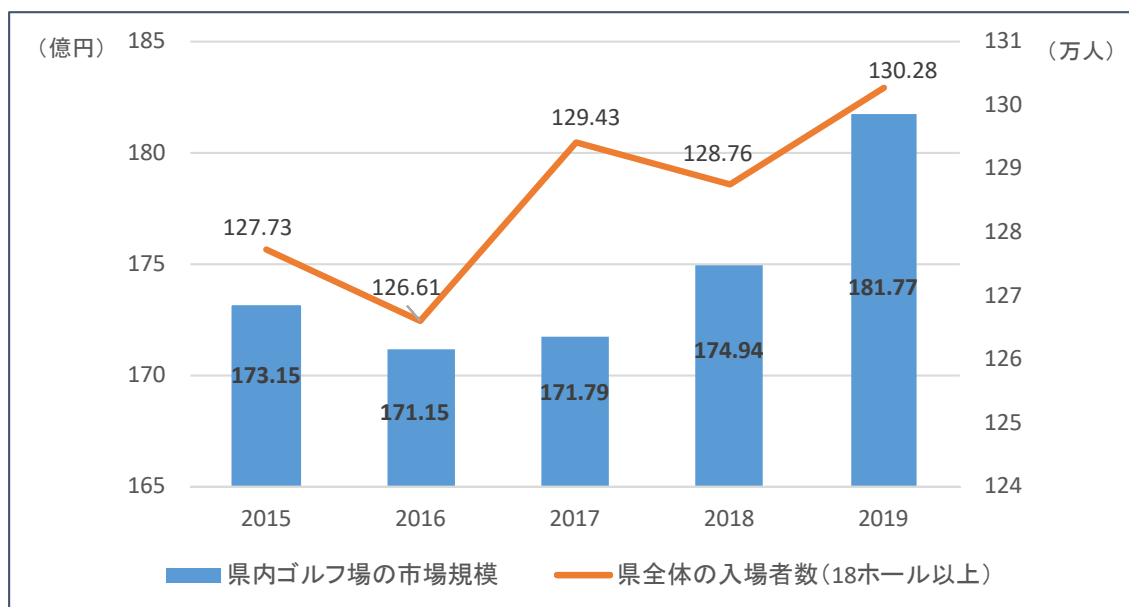
2-6 県内ゴルフ場の市場規模の推移

コロナ禍の県内ゴルフ場においては、県内外の往来が制限され県外客が減少したことを受け、売上高も減少したことが特徴であるが、2022 年度に入ってから客単価もコロナ禍前の水準へ急速に回復してきている。今後ゴルフツーリズムの推進を検討するにあたり、県内のゴルフ場全体の市場規模が実際の程度かを把握することは必要不可欠である。そこで沖縄県税務統計書『ゴルフ場利用税に関する調』の直近データを用いて試算し、2015 年度から 19 年度までの推移を確認する(図表 7)。なお市場規模については同統計書のゴルフ場利用人員(18ホール以上)に当社の客単価を乗じて算出した。

県内ゴルフ場の市場規模は 2015 年度より 170 億円を超える水準で安定して推移し、19 年度については 181.77 億円となった。20 年度以降はゴルフ場利用人員のデータが掲載されている税務統計書が未だ公表されていないため、数字の把握はできない。しかし、コロナ禍では客単価が比較的 low 水準となったが、22 年度にはプレー代金の引き上げもあり再度上昇に転じていることや入場者数も増加傾向であることから、直近の市場規模は 19 年度と同水準以上の規模となると推察される。また算出した金額は、プレー代金や飲食代金、その他売店利用などゴルフ

フ場内だけに限定したものであり、ゴルフ場以外での経済消費活動を含めると、市場規模（経済効果）は更に拡大する。

図表7：県内ゴルフ場の市場規模の推移（年度）



（出所）沖縄県税務統計書『ゴルフ場利用税に関する調』、りゅうぎん総合研究所データより、当社作成

3. ゴルフツーリズムについて

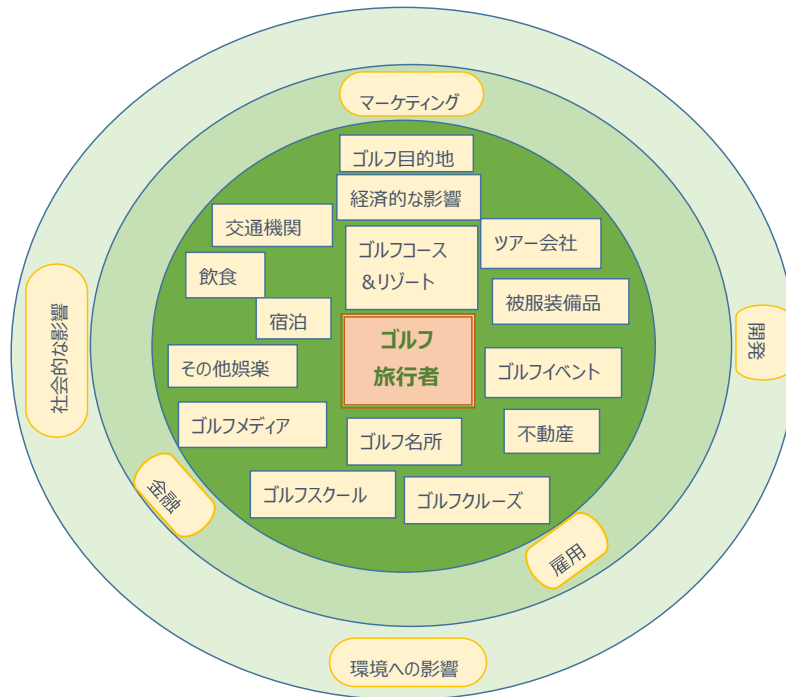
3-1 ゴルフツーリズムの定義

以上のデータに基づく分析を踏まえ『ゴルフツーリズム』という枠組みで考察していきたい。観光庁は令和3年観光白書において、スポーツツーリズムを『スポーツを「観る（観戦）」「する（楽しむ）」ことに加え、周辺の観光要素や、スポーツを「支える」人々との交流や地域連携も付加した旅行スタイルのこと』と定義している。ゴルフツーリズムについても、同様に考えることができる。

ゴルフツーリズムに関わるビジネス²は、ゴルフツーリスト（旅行者）を中心に、ホテルやレストラン等のホスピタリティーサービスの他、様々な分野が関わり合い影響の輪が広がっている（図表8）。図表の中心となるゴルフツーリストは、3つの形態に分類される。まず①ゴルフを行うことを主目的とする観光客、次に②休暇での旅行やビジネス出張などの主目的に加えて、滞在時のアクティビティの一つとしてゴルフをする観光客、そして③プロのゴルフトーナメント等の試合観戦を目的にした観光客である。どの形態においても、当然ながらゴルフをするだけでなく、交通機関（レンタカーを含む）を利用し、周辺で食事や買い物など消費活動を行う。ゴルフ旅行においては、一般的な旅行者よりも多くの予算を使うと言われており、富裕層との親和性も高い。そのためゴルフ旅行者は沖縄観光の課題の一つである観光消費額の増加に貢献できる観光客であるといえよう。

² Hudson & Hudson 2014 Golf Tourism 2nd edition

図表 8 : ゴルフツーリズムに関わるビジネス



(出所) Hudson & Hudson 2014 Golf Tourism 2nd edition より、当社作成

日本全国でゴルフブームが高まるなか、県内ゴルフ場においては、県外客の増加も顕著で入場者数や売上もコロナ禍前の水準を超える勢いで盛況であるが、海外でもゴルフツーリズムの勢いが加速している。今後、観光が本格的に再開した際には、ゴルフを旅のコンテンツとする観光客が確実に増えていくことが予測されるため、国内のみならず、韓国や台湾等の東アジア諸国やその他の地域からのインバウンド客の増加も一手に取り込み、高い付加価値をもたらす観光客を迎え入れ、消費を促していくための仕組みを、早急に考えていくことが必要である。

3-2 国内のゴルフツーリズム先進地の状況

ここで国内のゴルフツーリズムの先進事例をみていく。ゴルフツーリズムは、国内各地で推進されており、数多くの優良な顧客を確保するためにその場所の魅力を伝えていくことが重要である。地元の行政や関係機関が率先して地域の魅力の発信や誘致活動を行っている地域として、北海道や三重県、宮崎県が挙げられる。

北海道は、既にスキーをコンテンツとしたインバウンドの集客に成功しており、夏場はスポーツツーリズムとしてゴルフを推進している。2016年には、日本初のゴルフツーリズムコンベンションである「Hokkaido Golf Tourism Convention (HGTC)」(実行委員は、国土交通省北海道運輸局、道内4市、北海道観光振興機構、北海道ゴルフ観光協会にて構成)を開催した。また海外からの入国制限が緩和されはじめた2022年9月にはいち早くHGTC2022を開催し、6か国12名を招致し北海道エリアの魅力をPRした。

三重県では2019年に複数の幅広い官民が連携し、一般社団法人みえゴルフツーリズム推進

機構を発足させた。この組織では積極的に三重県のゴルフ旅行誘致を行いながら国際的知名度の向上を図っている。

宮崎県は「スポーツランドみやざき」と称し、温暖な気候や整備された施設を活かしたスポーツキャンプ等の誘致に力を入れていることが広く知られている。宮崎県内で行われる競技のなかで、ゴルフは野球やサーフィンと並び、国内でも有数の聖地としてブランド化に成功している。また、コロナ禍においても、ゴルフ旅行誘致のためのPR動画の配信のほか、ゴルフに関するアジア最大の商談会である「アジア・ゴルフツーリズム・コンベンション (AGTC)」の誘致に成功し、AGTCは23年3月に国内で初めて開催された。宮崎県が沖縄県と同様、温暖な気候で冬場もゴルフができる環境であること、また、after コロナを見据えた形で、国内外へ精力的に誘客プロモーションを行っている点に注目し、当社では2022年10月に現地調査（ヒアリング及び視察）を行った。以下、その内容を含め現状を確認する。

3-2-1 宮崎県における観光の概況

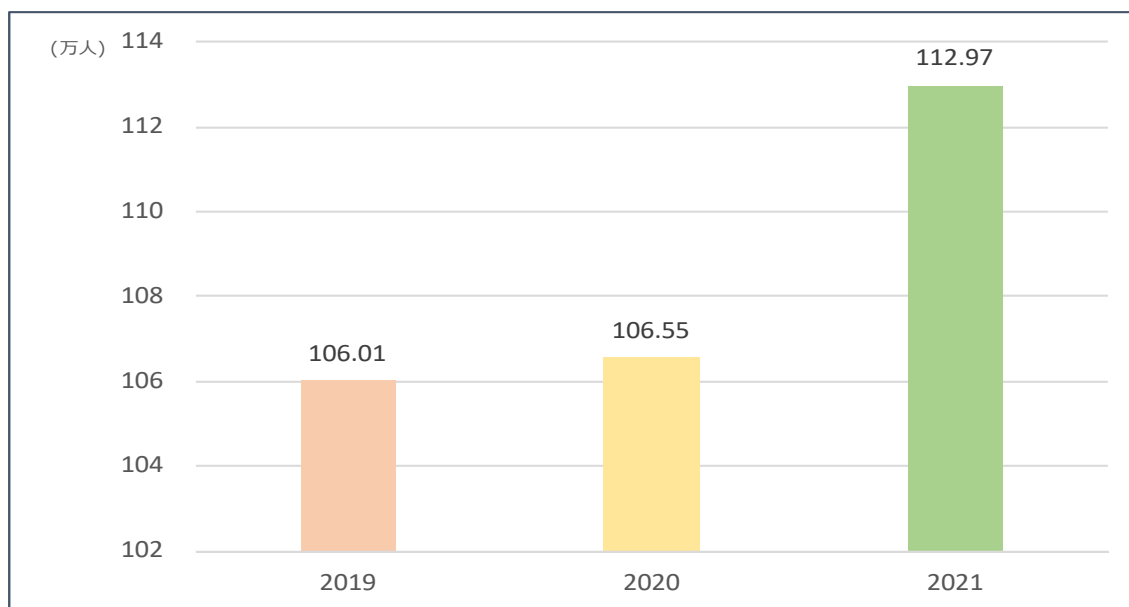
「神話のふるさと」として有名な宮崎県は、沖縄県と同様に年間を通して温暖な気候に恵まれた自然豊かな地域であり、農業や畜産についても名高い地域である。にもかかわらず観光庁「共通基準による観光入込客統計(令和元年)」によると、九州7県の中では観光客が2番目に少ない。来県者は主に九州圏内からであり、ついで関東、近畿地方からと続く。インバウンドについては、コロナ禍前は韓国と台湾との直行便があったほか、香港・鹿児島直行便を利用して鹿児島から周遊で来県する香港人も多く、入域者の中心はこれらの東アジアの国々であり、欧米からの来訪は少ない状況があった。

観光の移動手段については、九州圏内からは車での移動が圧倒的に多く、その他の地域からも、レンタカーを使う旅行者が多い。この点は沖縄県と類似する。

観光客のうち宿泊客の割合は3割程度であり、通過型の日帰り観光客が多いことから、宿泊者数も九州7県のなかでも少なく、宿泊を伸ばしていくことが課題とされる。(公財)九州経済調査協会『DATASALAD』における月別の宿泊者状況をみると、1～6月はオフシーズンではあるものの、プロ野球キャンプが開催される2月の稼働率が高い。また11月も『ダンロップフェニックストーナメント』『JLPGA ツアーチャンピオンシップリコーカップ』の男女2大トーナメントが開催されることから、ゴルフ month (月間) に位置付けられており、同様に宿泊稼働率が高いなど、スポーツツーリズム推進による集客効果が顕著に表れている。

コロナ禍を契機に変化したレジャー様式としては、マイクロツーリズム(※近距離旅行の形態)の増加、そしてあらゆるアウトドア関連レジャーの増加が挙げられるが、宮崎県のゴルフ入場者数をみても同様の推移が確認された(図表9)。

図表 9： 宮崎県内ゴルフ場入場者数の推移（年度）



(出所) 宮崎県ゴルフ場経営者協議会データより、当社作成

3-2-2 宮崎県のゴルフツーリズム推進の状況

① 宮崎県と宮崎県観光協会の取り組み

宮崎県では、これまで商工観光労働部観光経済交流局観光推進課スポーツランド推進室にてスポーツをコンテンツとした観光誘客等に取り組んできたが、コロナ禍でアウトドア志向が高まるなか、スポーツツーリズムへの需要が益々高まると考え、2022年度より同室内に新たにスポーツツーリズム推進担当が設置され、ゴルフツーリズムを管轄している。

ゴルフツーリズムに関しては、海外や国内の事例について基礎調査を実施したり、WEBやSNSを中心にプロモーションを実施したりしている。また行政と宮崎県ゴルフ場経営者協議会、ゴルフ場関係者等が不定期に集まり、今後のターゲットや推進方法についてそれぞれの視点を共有した上で、検討を継続している状況である。ゴルフ場利用者の状況については、行政と宮崎県ゴルフ場経営者協議会との間で共有が図られている。

20年10月には、ゴルフツーリズムのPR動画が宮崎県YouTube公式チャンネル並びに公益財団法人宮崎県観光協会のホームページ³で配信が開始された。同動画では、冒頭で県知事自らが記者会見の場で世界中のゴルファーに向けて「宮崎県ゴルフ旅おもてなし宣言」を行うところから始まる。その会見を見て宮崎県へ向かうゴルフ客（外国人夫婦）を迎え入れるため、県内のゴルフ場やホテルなど関連施設が準備に励む様子が描かれている。短い動画ではあるが、ゴルフ場以外にも風光明媚な宮崎県の観光名所や、宮崎牛や焼酎などの名産品に加え、ホスピタリティ精神が豊かな宮崎県の人々の様子が巧みに表現され、宮崎県の魅力をわかりやすく伝えている。同ホームページでは、上記の魅力の発信に加え、ゴルフを主目的としながら観光地や食巡りを行う、1泊2日のモデルコースがエリア毎に紹介されているほか、県内の各ゴ

³ 宮崎県・宮崎県観光協会『ゴルフ旅おもてなし宣言』<https://www.kanko-miyazaki.jp/sports/golf/golftourism/> 2023.3.1

ゴルフコースの基本情報や特色が掲載されている。また近隣の宿泊先の予約サイトへリンクされており、ゴルフで宮崎県を訪れる観光客が、旅行前のプランニングやイメージづくりの情報収集先として有益なサイトとなっている。



(出所) 宮崎県観光協会 HP



② 宮崎市観光協会の取り組み

ここで、公益社団法人宮崎市観光協会の取り組みを紹介すると、『みやざきゴルフパラダイス』としてホームページ⁴やSNSを通じ積極的にPRを実施している。ゴルフシーズンである10月～1月の期間は特にゴルファーに対するPRとして、宮崎市近郊の各ゴルフ場と連携し、様々なイベントを開催している。例えば、期間中にゴルフ場を2カ所利用するとプレゼントに応募できるスタンプラリーがあるが、訪問者の周遊を促すことで滞在日数の増加や消費額を向上させるための策を講じている。また未経験者へ指導を行うキッズゴルフツアーや、トーナメント開催時にその裏側を見学することができる探検ツアーなど新しい試みも多く、新たな層に関心を持ってもらうために様々な工夫が行われている。

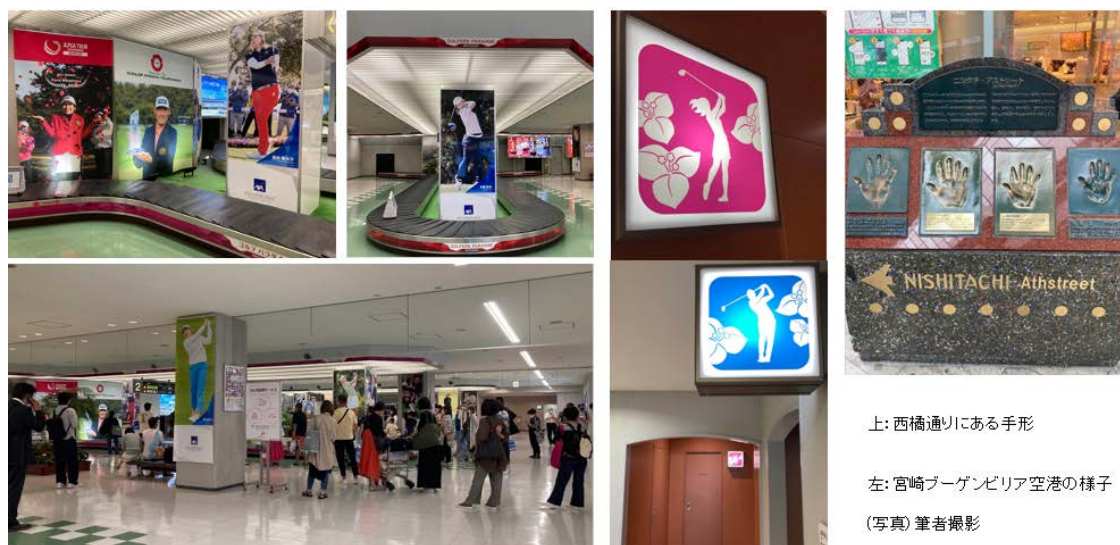


(出所) 宮崎市観光協会 HP

⁴ 宮崎市観光サイト https://www.miyazaki-city.tourism.or.jp/feature/miyazaki_golfparadise2022 2023.3.1

③ ゴルフパラダイスの雰囲気づくりの様子

宮崎県は、県全体にゴルフツーリズムを支援する雰囲気が広がっていることも特徴である。宮崎の玄関口である宮崎ブルーゲンビリア空港に降り立つと、ゴルフ姿のトイレの案内表示や、手荷物受取所では、宮崎県下で開催されるトーナメントの出場選手やパネルなどが目に飛び込む。到着する観光客に対しゴルフパラダイス宮崎としてのPRが随所で行われているのである。また宮崎市の中心街にある橋通りにおいても、『ニシタチアスストリート（※アスリートとストリートを組み合わせた名称）』として、当地で開催されたゴルフトーナメントの優勝者等の手形を飾るなど、観光客のみならず市民もゴルフを身近に感じるプロモーション・雰囲気づくりが行われている。



上: 西橋通りにある手形

左: 宮崎ブルーゲンビリア空港の様子

(写真) 筆者撮影

また宮崎県内のゴルフ場⁵では、観光客に様々なサービスが提供される。年間を通してベストコンディションでプレーしてもらうための環境や施設の整備が入念に行われていることはもとより、クラブハウスのレストランにおいては、地元素材を使った料理を提供し、ゴルフ場にいなながらも‘宮崎にいること’を楽しめる工夫を施しながら、地域の特産のPR及び消費促進支援に尽力している。



クラブハウスで提供される
地産地消のメニュー例

(出所)フェニックスカントリークラブHP

⁵ フェニックスシーガイアリゾート <https://seagaia.co.jp/rbs/rb/golf/26> 2023.3.1

④ アジアゴルフツーリズムコンベンションの取り組み

また前述のとおり、ゴルフツーリズム推進策のひとつとして「アジアゴルフツーリズムコンベンション（AGTC）」が2023年3月に国内初開催された。AGTCはイギリスに本部を置く国際ゴルフツアーオペレータ（IAGTO）が主催するアジア最大の国際ゴルフツーリズム商談会であり、35か国より約320名が参加した。セラー（ゴルフ場、ゴルフリゾート、ホテル等）はアジア圏が中心で、バイヤー（国内外旅行会社）には欧米からの参加者も多かった。2日間の商談会のほかファムツアー（※）が実施され、ゴルフ場でプレーを体験してもらいながら宮崎県の食の紹介や、宿泊地、観光地などへも案内するなど、宮崎県内のゴルフを核とした観光資源をPRするイベントとなった（※観光客の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やブロッガー、メディアなどに現地を視察してもらうツアー）。

AGTCの開催の準備は、県とゴルフ場経営者協議会、観光協会、宮崎県ホテル旅館生活衛生同業組合などにより構成される実行委員会が担当した。またコンベンションの開催に伴い、レストランや商店街にも協力を求め、ニシタチと呼ばれる県内の街中（橘通り等）での飲み歩きイベントも実施された。更に、地域住民が語学ボランティアとしてイベントへ参加するなど、地域全体がAGTC開催に参画しながら、世界のマーケットに対しゴルフ観光宮崎のPRが行われた。

このように、宮崎県は既に安定した人気を誇るゴルフ旅行の目的地であることに甘んずることなく、インバウンド客や県外客を受け入れるための体制整備やPRを官民が連携しながら積極的に展開しており、今後沖縄県がゴルフツーリズムを推し進めていく際に、参考とすべき先進事例であろう。

3-3 沖縄県の状況と可能性

3-3-1 ゴルフツーリズム推進ための沖縄県の特徴と環境

ゴルフツーリズムを推進するにあたり、沖縄県の独自の特徴と取り巻く環境をSWOT分析にて改めて確認しながら、沖縄観光の課題解決にもたらす可能性を考察する（図表10）。

図表10：沖縄県におけるゴルフツーリズム推進のSWOT分析

強み Strength	弱み Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ✓1年中プレーできる温暖な気候 ✓国内唯一花粉症がみられない地域 ✓青い空と海が広がる風景 ✓独特な文化（料理、芸能） ✓ホスピタリティのある人々 ✓アジアに近い立地と直行便の存在等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓夏の日差しと湿気 ✓島嶼県であることから、プレー代金に加え移動にかかる航空券や宿泊にかかる費用が高額となること ✓バス・二次交通不足 ✓ゴルフ場の統計データ不足 等
機会 Opportunity	脅威 Thread
<ul style="list-style-type: none"> ✓近年のゴルフブーム ✓afterコロナで観光入域客の増加 ✓インバウンド客の増加 ✓観光ニーズの多様化 ✓観光客の個人化・少人数化 等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓afterコロナで他のレジャー活動が再開 ✓国内各地の競争激化 ✓人口減少に伴うプレーヤーの減少 ✓環境保全への意識強化の必要性 ✓資源価格の高騰 等

（出所）りゅうぎん総合研究所

① 強み

沖縄県の優位性として第一に挙げられることは、前述のとおり、国内で唯一、亜熱帯・海洋性気候地域に位置し、冬場の気温が他府県に比べ高く、また年間を通じても気温差が小さいことから、一年中温暖であるということである。ここでゴルフツーリズム先進地である三重県（津市）と宮崎県（宮崎市）と、沖縄県那覇市の平均気温の月別平均値を確認してみる（図表 11）。12月から2月頃までの冬場は、県外においては気温が10℃を下回る一方、那覇市は約20℃であり、冬場でも快適にプレーできることがわかる。南北に細長い日本列島において、冬場が温暖で過ごし易いという自然の恵みを享受出来ることは、ゴルフツーリズムの推進において最大の強みである。

また他に沖縄県が優位性を大きく発揮できる時期として、スギの花粉等が飛散する2月～4月頃がある。環境省のデータによると2019年の花粉症の有病率は42.5%とされ、半数に近い人々が悩んでいると言われている。そのような状況のなか、沖縄県にはスギの木が無く、日本国内で唯一花粉症がみられない地域であり、花粉症を患うゴルファーにとってベストな目的地となる。冬場から春にかけて花粉を避けながらスポーツができる場所として、また、県外または海外からの避寒地として、ワーケーションを含む長期滞在や定住型のゴルフリゾート地として発展できる可能性が大いにある。

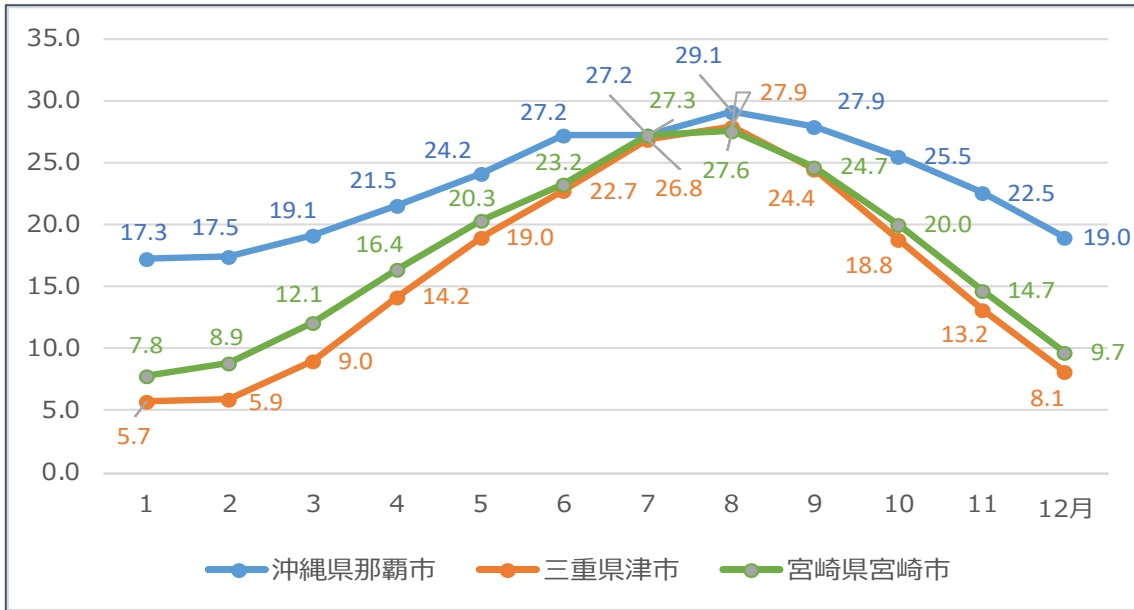
青い空と海が広がる風景や緑豊かな自然、ホスピタリティマインドのある県民性、エイサーや組踊りの琉球舞踊などの芸能、多種多様な文化が融合して生まれた料理などの独特の文化や伝統が育っていることなどの特徴的な地域資源があることは、当県の強みとして言わずもがなである。ラウンドの前後でその地域資源を体験し非日常の空間を楽しむことは、当地を訪れる強い動機付けになるといえよう。

② 弱み

気候関連で考えられる弱みとして、夏場の強い日差しや湿気がある。当社のデータをみると、ボトム月である8月のゴルフ場入場者数は、ピーク月の2月の7割程度であるが、県外客に限定すると3割弱となっており、観光客は夏場の暑さを嫌気してゴルフ旅行先に選ばない傾向にあることが推測される。ただ図表 11 でわかるとおり、6月～9月の夏場であっても、当県と他県との気温差は約3℃程度に留まっており、猛暑のイメージがある沖縄の夏であるが、気温は極端に高い訳ではないことに注目したい。

その他、島嶼県であることから、旅行者がゴルフを目的とする旅行先を選択する際には、プレー代金以外に航空券代や宿泊代などが加わり、他地域と比較すると金銭的な負担が大きくなることは弱みといえよう。

図表 11：都市別の月別平均値



(出所) 気象庁データより、当社作成

③ 機会

コロナ禍で生まれたゴルフブームによる新たなゴルファーの流入や、after コロナで国内の観光客の増加が著しいことは、沖縄観光の追い風になる。2023年3月現在、既に県内のゴルフ場は混雑しており、キャンセル待ちがでる程の盛況ぶりである。また前述のとおりプレー代金も上昇しており客単価の向上もみられている。アジアに近い立地があり海外からの直行便も再開するなか、韓国客をはじめとするインバウンド客も一定数みられており、今後も更なる増加が期待できる。

また近年、観光客が個人化しニーズが多様化しており、ゴルフツーリズムについても個々のニーズに対応した、これまでなかった多種多様なサービスを展開できるようになり、新たな顧客層の開拓の可能性も広がる。

④ 脅威

国内各地がゴルフ客誘致に力を入れており獲得競争が激化するなか、ゴルフ場の事前予約が難しい場合があったり、レンタカー等の二次交通が不足したりする状況が続くと、旅先として選択されないことも考えられる。

加えて、今後はコロナ禍ではできなかったゴルフ以外のレジャー活動を再開していくことで、ブームが減退していく可能性もある。また、国内の人口減少が明らかであるなか、ゴルフ人口も減少するという、以前からの懸念事項も残されており、ゴルフブームを一過性に終わらせないための対策が必要であろう。

最後に重要な点として、環境保全への意識強化の必要性がある。緑の自然豊かなゴルフ場には緑化施設としての機能もあると考えられる。ただ運営に際し、良質な芝生を維持するために、農薬や化学肥料が使用されることがあるが、今後はこれまで以上に周辺環境への影響を考慮しなければならない。例えば廃棄された食品から作られる肥料等を使用するなど環境に優しい管

理方法や、環境保全のための寄付や税金を課す仕組みを導入するなど、自然・ヒト・ゴルフ場の共生を目指し、積極的にSDGsゴルフを推し進めていくことも検討が求められるテーマであろう。

3-3-2 ゴルフツーリズムの推進による観光の課題解決の可能性

前述のとおり、沖縄はゴルフ旅の目的地として一定の条件が揃っており、魅力あふれる場所である。その魅力や優位性をもっとPRし、更に多くのゴルフ関連客を誘引することで、沖縄県の観光の課題である①年間を通した観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加が期待できると思われ、以下に具体的な策を挙げる。

① 年間を通した観光客数の平準化のための対策

ア. 冬場の対策例

沖縄県では、比較的入域客が少ない冬場の観光客の誘引が求められている。沖縄の冬場も含めて通年プレーが可能という優位性を活かして、国内外から避寒と避粉地として長期滞在客の誘致に力をいれていきたい。ゴルフのハイシーズンはまさに冬場であり、既に観光コンテンツとして定着し、一般観光のローシーズンの集客という役目を十分に果たしているといえよう。そこに加えて、ゴルフのプレーを目的とする観光客だけでなく、ゴルフ場や近隣施設に、ゴルフをしない人々を巻き込む誘客策が必要であると考えられる。例えばゴルフのために来県する人々の家族や、その他未経験者に対して、ゴルフ体験会などのイベントの開催や、観光ツアーの実施が考えられる。マリンスポーツ以外のレジャーとして、年齢を問わず楽しくゴルフの基本を身につけられるといわれるスナッグゴルフ（※シンプルなルールと道具を使った簡易版ゴルフ）を取り入れるなど、家族で一緒に楽しめる機会の提供も有効であろう。既に未経験者に対し実施された例として、2023年2月には大手旅行会社により高校生の修学旅行のアクティビティの一環としてゴルフ体験を組み込んだプランが提供される⁶など、新たな客層の開拓のための試みが開始されており、今後もこのような取り組みが継続され将来のゴルフプレーヤーの数の底上げの一助となることに期待したい。

また、前述のゴルフツーリズムの旅行者の形態のうち、別目的で来県した際のアクティビティの一つとしてゴルフをする観光客を取り込むために、MICEなどの大型会議を誘致し、エクスカーションとしてのゴルフを積極的に提案することも効果的であろう。同様に、試合観戦を目的にした観光客の増加を目的に、沖縄におけるプロ・アマトーナメントの開催の他、宮崎県で開催されたAGTC2023のようなゴルフ関連コンベンションを誘致し、PRを兼ねながら観光客として招き入れることも有効であろう。

イ. 夏場の対策例

また冬場だけでなく、ローシーズンとなる夏場のゴルフ利用者の増加策も求められる。近年、旅が個人化・少人数化しているほか、旅の嗜好が体験型へシフトしていると言われていたことから、例えば少人数でオーダーメイド受講できるプロによる指導やラウンドレッスン（※ゴルフコースで行うレッスン）など、『学び』を取り入れた誘客の仕組みの導入が考えられる。実

⁶ 沖縄タイムス『沖縄の修学旅行でゴルフ体験』2023.2.5

際に 2023 年 4 月には、県内の業者が、沖縄県内在住の女子プロゴルファーとラウンドできるサービスの提供を始めており⁷、パッケージ商品化により消費額を増加させる策としても有効である。

その他、早朝や夕方やナイトタイムのラウンドなど、比較的日差しの優しい時間の利用の推進や、冷風機を備えたゴルフカートの導入の検討など、『涼しいゴルフ』の提案をすることで、夏場のゴルフ客の増加に繋がると考える。

加えて前述した沖縄県と他地域と夏場の気温差はさほど大きくないことについても PR し、ゴルフ客に対し夏場のラウンドについて丁寧に周知を図ることも必要な策であろう。

② 滞在日数の増加のための対策

続いて滞在日数の増加については、複数のゴルフ場や周辺を周遊することを促す仕組みづくりが必要であろう。宮崎県の事例で確認したように、ゴルフ推進のためのウェブサイトを立ち上げ、滞在期間に則した訪問先のモデルコースなどを掲載することで、旅行前（旅マエ）からイメージづくりや計画が可能となる。また同様にスタンプラリーなどのキャンペーンにより、複数のゴルフ場を訪問するインセンティブを提供することも、滞在日数を延ばす有効な策となる。またゴルフはもともと老若男女誰でも参加でき、芝生や木々などの緑豊かな環境のなかに 4 時間程度滞在し、体を動かし気持ちをリフレッシュできる健康的なスポーツである。例えば『健康』や『ウェルネス』をキーワードにし、ヘルスツーリズムの一環として、ゴルフを通じて健康増進を図ることを目的にしたパッケージを医療機関等と提携してつくっていくことも考えられよう。

③ 消費額の向上への対策

ハイシーズンにおける県外客のプレー代金は平均 2～3 万円となっており、県内での消費額はゴルフのラウンドを行うことだけでも一般客に比較すると高いことは明らかである。更にゴルフ客の消費額を向上させるために、近隣観光施設（飲食、土産物、レジャー施設等）と連携し、ゴルフ以外の消費活動を促す策が求められよう。例えばゴルフ後の疲れを癒す、温泉・SPA 施設やマッサージ、日焼け後の肌の手入れを行うエステや美容クリニックなどへの誘客策や、各ゴルフ場周辺の食事処や観光施設等の情報の共有などが考えられる。

また地域の特性を活かした、地産の素材を使った本格的な料理を開発し提供することも考えられる。泡盛や沖縄のクラフトビールなどのテイスティングなどを取り入れることを想定し、ハイヤーでの送迎プランなどもセットで販売が可能である。ゴルフ客が利用しその場所の食事の評判が高まれば、飲食を目的に来場する人々の増加も考えられ、ゴルフ客のみならず、幅広い客層がゴルフ場を訪れることで、その地域全体への活性化にも繋がっていくであろう。

⁷ 琉球新報『経済短信』2023. 4. 8

4. おわりに

これまで述べてきたように、沖縄県はゴルフ客にとって魅力のある場所であり、ゴルフツーリズム推進が沖縄観光の課題解決にも繋がることを確認できた。ゴルフ場が活況となることで、自治体が得られる具体的なメリットもある。ゴルフ場でプレーする度にゴルファーから「ゴルフ場利用税」が徴収されることから、ゴルフ場の入場者数の増加は地方自治体の財政健全化にも寄与しているといえよう。

観光・リゾート産業は、その時代の考え方を反映し変化していく観光客の動向を的確にとらえて対応していくことが求められる。沖縄県が国内外においてゴルフリゾート地として更にイメージや認知度を高め、高い付加価値をもたらす観光客を迎え入れるためには、より一層の取り組みが求められよう。最後に本稿で県内ゴルフ場の状況を調査するにあたり、課題と感じた3点を挙げてまとめとする。

① 関係者の連携体制構築

列挙したゴルフツーリズムの推進策として想定できる具体策について、個別のゴルフ場や関連団体が単独で実施する場合の効果は限定的である。今後、ゴルフ客のニーズや旅行形態の変化に即した効果的な推進を図るため、先進地である宮崎県の取り組みや連携体制に倣い、自治体とゴルフ場、観光関連団体等が連携し、地域全体としての魅力を高める努力が必要であろう。

加えて国内外のゴルフ客に対して、ゴルフツーリズムに特化した多言語対応のウェブサイトを立ち上げる等、広報活動の更なる推進や、受け入れ態勢の整備などが求められる。

② 県内ゴルフ関連データの収集

2点目は、ゴルフ客に関するデータが限定的であることである。例えば自治体が主体となり、県内ゴルフ場における県外や国外からの利用者の人数や消費額を把握する調査を実施し、基礎的データを収集し共有を図ってはどうか。それにより、今後一層マーケティングを強化して、観光課題の解決に向けた、より効果的な対策を練ることが可能となるであろう。

③ オーバーツーリズムへの対応

3点目はオーバーツーリズムである。2022年10月以降、冬場のハイシーズンに加え、行動制限がなくなったことによる旅行需要の急速な高まりがあり、観光客によるゴルフ場の利用が増加しているのは前述のとおりである。コロナ禍を支えた県内利用者にとっては、利用料金が高くなったり利用自体に限られたりする状況があり、不満の声も漏れ聞こえた。県全体の一体感を醸成することを目的に、県外客と県内客の双方の満足度を向上させるための努力はもとより、県外客の増加により、県民がどのような恩恵を受けられるかを明確にした上で、情報発信を行う必要がある。ゴルフツーリズムに関する県全体の理解が深まり、地域社会と共存する持続可能な観光が実現することに期待したい。

(取締役 調査研究部長 宮国 英理子)