関西国際大学研究紀要　第18号，2017年，135－144

（研究ノート）

三木市におけるインバウンドゴルフツーリズムの可能性

Possibility of inbound golf tourism in Miki city,Japan

松　本　茂　樹＊
Shigeki MATSUMOTO

Abstract

There are twenty five golf courses in Miki City where the headquarter of Kansai University of International Studies exists. And more than one million golfers visit here each year. In this paper, in order to grasp the current situation, a questionnaire survey was conducted on these golfers.As a result of the investigation, golfers are mainly in the elderly, few young people, no inbound foreigners.Since it is expected that golfers will also decrease due to the declining population in the future, in order for the golf courses to survive, it is important for young people to play golf and incorporate inbound golf tourism that is growing globally is necessary. With reference to the precedent case, it is necessary for the core organization promoting golf tourism to be managed in collaboration with golf courses, local governments, residents, NPOs and universities.

キーワード：インバウンド，ツーリズム，地域資源，地域活性化

はじめに

三木市には25のゴルフ場があり，西日本一の規模である。このゴルフ場に，多くのゴルファーが訪れ，「平成24年度兵庫県観光客動態調査報告書」によると年間113万人もの入込数である。これは兵庫県の北播磨の観光地の中でも群を抜いて１位であり，数年間を見ても比較的安定推移している。しかし，日本ではゴルフ人口は減少傾向にあり，将来に大きな危惧がある。本稿では，ゴルフ場を三木市の貴重な地域資源として捉え，地域活性化に活かすために当地を訪れるゴルファーにアンケート調査を行ったが，その結果を踏まえて今後の三木市におけるインバウンドゴルフツーリズムの可能性について考察する。

＊　関西国際大学人間科学部経営学科

Ⅰ　ゴルフツーリズムについて

1．ゴルフツーリズムとは

ゴルフツーリズムとは，ゴルフを活用したツーリズムで，ニューツーリズムの１種類である。観光庁は，「ニューツーリズムとは，従来の物見遊山的な観光旅行に対して，これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し，体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態である。活用する観光資源に応じて，エコツーリズム，グリーンツーリズム，ヘルスツーリズム，産業観光等が挙げられ，旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすいことから，地域活性化につながるものと期待されている。」と定義している。[1)]

2．成長するゴルフツーリズム

世界的に見ると，ゴルフコース数が増え，ゴルフツーリズムの市場が拡大している状況にある。ゴルフツーリズムの著名な国際団体である「国際ゴルフツアーオペレーター協会」（IAGTO：International Association of Golf Tour Operator）の会員数は，年々増加しており2016年５月時点で95ヶ国2,428会員に達している。その中核会員であるゴルフツアーオペレーターは，世界のゴルフパッケージツアーの87％程度を取り扱っており，2015年の売上総額は約2,700億円，2016年は3,500億円に達し，増加傾向となっている。[2)] 一方で，低迷しているゴルフ場が将来的に来場者を獲得し続けるには，ゴルフツーリズムに対応することが欠かせない。

Ⅱ　ゴルフツーリズムを実現するための条件

1．「ゴルフデスティネーション・オブ・ザ・イヤー」[注1]の条件

IAGTOは，ゴルフツーリズム業界で優れたゴルフリゾートおよびディスティネーションを年に一度表彰し称えている。これに関してIAGTOの経営責任者は，「ゴルフコース，リゾート，ホテルは，それぞれの強みをより強調し，より多くのゴルフ旅行者とゴルフツアービジネスを誘致するために，ゴルフディスティネーションとしての認知拡大を図っていくべきであり，ツアーオペレーターたちは，激しい価格競争の市場でコストと闘う一方で，ユニークなコミュニケーションチャネルと費用対効果に優れた販売促進を行っていく必要がある。」とコメントしている。[3)]

アジア・オーストラリア地区のゴルフ・デスティネーション・オブ・ザ・イヤーは，2012年タイ・パタヤ，2013年ベトナム・国全体，2014年タイ・ホワヒンである。野村総合研究所の北村倫夫「日本のインバウンド・ゴルフツーリズムを成功に導く戦略」では，「ゴルフデスティネーション・オブ・ザ・イヤー」を獲得する条件として，以下の４点を挙げているので引用する。[4)]

以下，この４条件に照らしてインバウンドゴルフツーリズムの可能性について検討していく。

（1）リゾートとしてのファンダメンタルズが整っている

タイのパタヤとホワヒンの事例では，ゴルフデスティネーション・オブ・ザ・イヤーを獲得できた理由は，年間を通した良好な気候，ファーストクラスのホスピタリティ，キャディ付の良く維持管理されたゴルフコース，良質なビーチ，充実したレストラン，スパ，ウォーターテーマパーク，５つ星ホテル，充実したショッピング施設，文化アトラクション，大都市バンコクから車で２時間程度の立地とされている。

（2）ゴルフ場が魅力を高める独自のゴルフイベントを企画開催している

タイのパタヤとホワヒンの事例では，ゴルフ場自らが，世界のゴルフ観光客を惹きつける独自のゴルフイベントの企画開催を手がけ，集客に成功している。

（3）地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されている

ホワヒンでは，ゴルフデスティネーション地域の10のゴルフコースが連携して，非営利団体である Hua Hin/Cha-Am Golf Assocoation を2002年に設立し，行政や地元産業との連携の下に，デスティネーション全体のマネジメントを行っている。パタヤでも，20のゴルフコース連携による EGA（Eastern Seaboard Golf Management Association）が推進主体となっている。

（4）効果的な広報プロモーションや品質管理活動が行われている

インドネシアでは，ロイヤル・ジャカルタ・ゴルフクラブとジャカルタ観光文化局は，ジャカルタを「国際基準のゴルフツーリズムデスティネーション」とすることを目指して，「エンジョイ・ジャカルタ・ゴルフ」プロモーションを展開している。

2．日本の先行事例である北海道の状況

北海道は，大阪，神戸という大都会に近い三木市のゴルフ場と違って，元来本土からの観光客をターゲットにしたリゾート型のゴルフ場が多いこともあり，バブル経済の崩壊時には本土からのゴルファーの足がぴたっと止まり，大きな打撃を受けていた。その打開策として，韓国からのインバウンド観光のスペシャリストである株式会社リンカイが，1990年代後半から千歳でゴルフツーリズムに取り組み大きな成果を出してきた。[注2]　また，ニセコにおけるオーストラリアを中心にしたインバウンドスキーツーリズムの成功事例も，ゴルフ業界に大きな影響を与えた。

北海道では，2010年にマネジメント団体である「北海道ゴルフ観光協会」が設立され，2016年日本初のゴルフツーリズムコンベンション「Hokkaido Golf Tourism Convention 2016」が開催された。

3．北海道は4条件が当てはまる

北海道は，海外のゴルフツーリズム先進地の4条件が当てはまるかどうかについて，以下のように調べたところ，すべてに該当していた。

（1）リゾートとしてのファンダメンタルズが整っている

北海道は，冬はゴルフが出来ないが夏は冷涼であり，ファーストクラスのホスピタリティ，キャディ付の良く維持管理されたゴルフコース，充実したレストラン，温泉は揃っている。5つ星ホテル，充実したショッピング施設，文化アトラクションについては，広域で対応できる。

（2）ゴルフ場が魅力を高める独自のゴルフイベントを企画開催している

北海道ゴルフ観光協会に加盟しているゴルフ場が，プロトーナメントの企画開催を手がけ，集客に成功している。

（3）地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されている

北海道では，2010年に北海道ゴルフ観光協会が設立され IAGTO に加盟，2014年に任意団体から一般社団法人となっている。

（4）効果的な広報プロモーションや品質管理活動が行われている

北海道ゴルフ観光協会は，2010年9月に IAGTO に加盟して，同年11月にスペインで開催された国際ゴルフ観光見本市に観光庁と連携して出展を行い，北海道のゴルフ場と観光を世界に PR する活動を開始している。2016年には，日本初のゴルフツーリズムコンベンション「Hokkaido

Golf Tourism Convention 2016」を開催した。

以上見てきたように，北村の４条件はインバウンドゴルフツーリズムのための必要条件と位置づけることができるように思われる。そこで，この４条件に関して三木の状況を点検することを通して，テーマの可能性に関して検討することにする。

Ⅲ　ゴルフツーリズムの可能性についての調査

世界的なゴルフツーリズム進展の中で，三木市が世界的なゴルフツーリズムの波に乗ることを目指すなら，ゴルフ先進地の４条件をどれくらい満たしているかについて，現状はどうかについて調査する必要がある。まず，三木市のゴルフ場について調べ，現状を把握するためにアンケート調査を行った。

１．三木市のゴルフ場について

（１）廣野ゴルフ倶楽部の存在

三木では，セント・アンドルーズのイーデンコースを手がけたチャールズ・アリソンが設計した「廣野ゴルフ倶楽部」が1932年に開場している。表－１に示すように，同ゴルフ場は，US-Golf Digest 世界トップ100コースの８位にランキングされる名門である。

表－１　US-Golf Digest 世界トップ100コース（日本のコース抜粋）[5)]

ゴルフコース名	所在地	設計者	開場	2012年	2009年
廣野ゴルフ倶楽部	兵庫県	CH アリソン	1932	８位	19位
川名ゴルフ倶楽部　富士コース	静岡県	CH アリソン	1936	15位	31位
大洗ゴルフ倶楽部	茨城県	井上誠一	1953	－	80位
霞ヶ関カンツリー倶楽部東コース	埼玉県	赤星四郎藤田欽哉	1929	74位	82位
東京ゴルフ倶楽部　東京ＧＣ	埼玉県	大谷光明	1914	95位	93位
鳴尾ゴルフ倶楽部	兵庫県	CH アリソン他	1920	64位	－
フェニックスカントリークラブ	宮崎県	大橋剛吉	1971	67位	－

（２）ゴルフ場の数

日本では，これまでに全国各地で盛んにゴルフ場開発が行われ，現在2,331のゴルフ場があるが，兵庫県は北海道の169に次いで第２位の159である。その中でも，三木市は「ゴルフ銀座」と呼ばれるように25ものゴルフ場を有する。

（３）ゴルフ人口の動向

公益財団法人・日本生産性本部の余暇創研の「レジャー白書2015」によると，2014年の全国ゴルフ参加人口（１回以上プレー）は720万人となり，平成に入っての最小となっている。

15歳から64歳までのゴルフ対象人口は1995年がピークで87,165千人，ゴルフ人口は1996年1,537千人であり，それ以降連続減少に突入している。少子高齢化による人口減少と若年層のゴルフ離れが原因であるが，最も多く消滅したのは，低所得層ではなく，年間ゴルフ行動10日未満の「ライトゴルファー」である。[6)]

表１　ゴルフ参加人口　（単位：万人）

年　度	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
参加人口	1,340	1,040	1,080	1,080	1,080	890	830
年　度	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
参加人口	950	960	810	800	790	860	720

（４）三木市内へのゴルフ場入込客数

「平成24年度兵庫県観光客動態調査結果」では，北播磨地域の入込客数14,221千人のうち，三木市内ゴルフ場が1,130千人で7.9％を占め，北播磨地域の主要観光地第１位である。全国的にゴルフ人口が減少傾向にある中で，三木市内へのゴルフ場入込数は，比較的安定推移しており，110万人前後で推移している。[7)]

表２　三木市内へのゴルフ場入込客数　（単位：千人）

	2011年	2012年	2013年
三木市内ゴルフ場入込客数	1,131	1,160	1,130

２．アンケート調査とその結果

（１）調査方法

アンケート調査は，2015年９月中旬に延べ５日間に渡って実施した。具体的には，花屋敷ゴルフ倶楽部ひろのコース，太平洋ゴルフ倶楽部有馬コース，吉川インターゴルフ Mecha の３ヵ所のゴルフ場で，ゴルファーアンケートを行い，合計265枚を回収し分析した。

（２）アンケートの結果

①性別

今回のアンケートでは，265人中男性が224人で85％と圧倒的に多く，カップルやグループでゴルフを楽しむ女性は41人15％であった。ゴルフは，男性のするスポーツであるイメージが強いが，ゴルフ人口を増やすためには，女性に対するアプローチも必要であることが分かった。

②年齢別

年齢別では，60代が78人と最も多く，次に70代以上の69人であるので，ゴルフ場はシニア層で支えられていることが分かった。40代，50代も含めると中高年で90％を占める。問題点は，20台１人，30台16人と若年層が非常に少ないことである。これは，アンケート調査を平日に行ったので，平日にゴルフが出来るのはシニアでないと難しいことも影響があると思われるが，若者のゴルフ離れも言われており，今後若年層に対するアプローチは大きな課題である。

③居住地別

府県別には，兵庫県が147人と55％を占め，次に大阪府95人，36％となっている。また，調査日には，3ゴルフ場には外国からのインバウンドゴルファーは全くいなかった。

兵庫県の中では，地元三木市が30人と20％を占めるが，神戸市29人，西宮市21人，尼崎市14人，伊丹市13人，宝塚市11人，芦屋市10人と阪神地区が多く，姫路など兵庫県中部，西部からのゴルファーがいなかった。これは，今回アンケートを行ったゴルフ場のある三木市吉川町が北摂，阪神地域と隣接しているので，交通アクセスの影響が大きいと考えられる。

三木市には，中国自動車道・吉川 IC，山陽自動車道・三木東 IC，三木小野 IC があるため，大阪府からは車を使って約１時間で来れる利点があり，大阪市47人を中心に豊中市10人，吹田市10人など，大阪各地より幅広く多くのゴルファーが利用していることが分かった。

④職業

職業別には，経営者が86人とが一番多く，次に会社員71人となっており，合わせると59％を占める。次いで，無職も52人20％と多く，シニアの年金生活者がゴルフを楽しんでいる様子が伺える。また，主婦も41人と15％を占めた。

⑤年間プレイ数

年間のプレイ数については，41回以上が一番多く，31回以上も含めると45％のシェアである。いわゆる「週一ゴルファー」がゴルフ場を支えていることが分かる。

「レジャー白書2015」によると，日本のゴルフ人口の減少は，少子高齢化による人口減少と若年層のゴルフ離れが原因であるが，最も多く消滅したのは，低所得層ではなく，年間ゴルフ行動10日未満の「ライトゴルファー」であると指摘している。[6)]

⑥ゴルフ場を選ぶ理由

今回のアンケート調査中に花屋敷ゴルフ倶楽部でコンペがあったので，コンペの数が多くなったが，メンバーである，または友人がメンバーであると紹介が大変多いことが分かった。また，交通の便の良さも理由の上位に入った。価格とネットについては，吉川インターゴルフ Mecha はインターネットを活用したリーズナブルな価格帯のゴルフ場であり人気が高いことが分かる。

⑦グループの関係

友人知人や会社関係でほとんどであるが，家族やカップルのように身内で楽しむ人やレッスンでプロと回る人もいることが分かった。

３．ゴルファーアンケートのまとめ

今回のゴルフ場でのゴルファーアンケートで，三木市のゴルフ場に来るゴルファーは，兵庫県では地元三木市のほかは阪神地区が大部分で，大阪府では大阪市が中心であることが分かった。中国自動車道・吉川 IC，山陽自動車道・三木小野 IC、三木東 IC があるという交通の便のよさが，特に阪神地域からの集客の大きな要因になっている。

次に，年齢別では，60代が最も多く，次に70代以上とシニアが中心であり，次に40代，50代が続ので，ゴルファーの大部分が中高年であること，回数でもシニアを中心とした週一ゴルファーに支えられている実態が分かった。一方，20代は非常に少なかったので，若い層へのアプローチを今後どのようにしていくかが大きな課題である。また，女性がまだまだ少ないので，女性に対する戦略も要検討である。

また，調査日にインバウンドのゴルファーはいなかった。これは，三木市のゴルフ場においては，まだ日本人ゴルファーが安定して来ているために，インバウンドゴルフツーリズムについて取り組んでおらず，また取組む意思があっても個々のゴルフ場がどのようにすればよいのかを知らないことの表れであると考える。

４．ヒアリングとホームページの調査

今回の調査において，インバウンドゴルファーがいなかったので，それが偶然なのかどうかゴ

ルフ場の支配人にヒアリングしたが，インバウンドについては意識がなかった。営業活動は日本人向けで，高齢者や法人などに対してコンペの勧誘などをしているので，国内中心である。

また，各ゴルフ場のホームページを調べたところ，25のゴルフ場で１箇所のみ韓国語表記があっただけで，残りは日本語のみで日本人向けであった。中でも９のゴルフ場では，ホームページは完全に会員向けのものであった。

５．２つの調査で明らかになったこと

三木市のゴルフ場はアクセスが良いため，地元三木市と大阪，神戸からのゴルファーが多く，これがターゲット顧客であること。加えて，これまでこれらの顧客によって経営が成り立ってきたので，インバウンドゴルツーリズムに対する意識は低く，ホームページの外国語対応やコース内の外国語表示などの環境整備やインバウンドに対する戦略もないことが分かった。日本のリゾート地として開発された北海道と違って，三木市は阪神地区の経営者や会社員を会員にしたゴルフ場の成り立ちがあり，会員中心の経営が行われているのである。また，車で１時間程度で来れるアクセスの良さがあり，宿泊施設の必要性もほとんどなかった。

Ⅳ　結論

１．三木市はゴルフツーリズム先進地４条件に該当するか

三木市が，ゴルフツーリズムの先進地の条件を満たしているかどうかについて考察する。

（１）のファンダメンタルズについては，ファーストクラスのホスピタリティ，キャディ付の良く維持管理されたゴルフコース，充実したレストラン等は内部要因であるが，それ以外の気候やアクセスなどは外部要因であることに気がついた。従って，三木市を分析する時には，これを外部要因と内部要因の２つに分割する。また，（３）の地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されているかどうかが，（２）（４）のプロモーションや広報活動に繋がるので，マネジメント団体の有無が重要であると考えて，検討を進めることにする。

（１）リゾートとしてのファンダメンタルズが整っている

内部要因であるファーストクラスのホスピタリティ，キャディ付の良く維持管理されたゴルフコース，充実したレストラン，スパについては，該当する。

外部要因である年間を通した良好な気候，大都市から車で１時間程度の立地については，三木市のゴルフコースは条件を満たしている。また，テーマパークについてはUSJ，５つ星ホテル，充実したショッピング施設，文化アトラクションについては，大阪や神戸においてすべて充当できる。京都や奈良，天橋立や鳥取砂丘など三木市だけで考えず，車で２時間内にある施設や観光資源を活用することで，アジアのゴルフツーリズムの先進地と十分に対抗できることが分かる。

（２）ゴルフ場が魅力を高める独自のゴルフイベントを企画開催している

ゴルフ場自らが，世界のゴルフ観光客を惹きつける独自のゴルフイベントの企画開催を手がけているかについては，三木市にはプロゴルフトーナメントを開催するゴルフ場があるが，世界的なゴルフイベントは少ない。

（３）地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されている

三木市のゴルフ場は，ゴルフコースが連携して設立した非営利団体が行政や地元産業との連携

の下に，全体のマネジメントを行っている状況にはない。三木市では，吉川町と合併した翌年の2006年８月に「三木市ゴルフ協会」が設立されているが，現状では本稿が重視しているようなマネジメントを行う団体ではない。

（４）効果的な広報プロモーションや品質管理活動が行われている

三木市では，「三木市ゴルフ協会」が2016年に初めて４月～９月の６ヶ月間，25のゴルフ場が連携してスタンプラリーを行った。これは，三木市のすべてのゴルフ場が一緒になって取り組んだ初めてのイベントであり大きな前進であると考えるが，北海道のように海外に目を向けたプロモーションはまだ展開できていない状況である。

２．三木市のインバウンドゴルフツーリズムの可能性について

（１）マネジメント団体

ゴルフツーリズム先進地の４条件の内，三木においては「リゾートとしてのファンダメンタルズ」は外部要因も内部要因もほぼ整っているおり，宿泊施設等については京阪神地域で十分に対応できる。しかし，「地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されている」については，三木市ゴルフ協会はその役割を果たすようにはなっていない。「ゴルフ場が魅力を高める独自のゴルフイベントを企画開催している」，「効果的な広報プロモーションや品質管理活動が行われている」については，今後中核組織が取り組むべき活動である。

三木市において，インバウンドゴルフツーリズムの推進は可能である。しかし，先進地においては，地域に開かれたデスティネーションマネジメント団体が設立されており，この団体の存在が不可欠である。三木市ゴルフ協会がこの役割を担うことが出来る団体であるかどうか，新たにマネジメント団体を設立するべきかどうかについては今後検討が必要である。しかし，この種の団体が設立されなければ，三木市におけるゴルフツーリズムの実現は極めて難しくなると思われる。タイのホワヒンは地域の10のゴルフコース，同国パタヤは20のゴルフコースが連携して団体を作って推進主体となっているので，三木市の25のゴルフ場は連携しやすい規模であると考えるので，インバウンドゴルフツーリズム実現のために早急な着手が望まれる。

（２）宿泊施設について

「レジャー白書2015」によると，「ゴルフ」参加者の34.3%がその活動に参加するために宿泊を伴う旅行をしているので，インバウンド推進にあたっては，宿泊場所をどのように確保するかを考えることも重要である。

現状，ホームページに宿泊のリンクがあるのは，３箇所のゴルフ場だけであり，三木市には現在のところ宿泊施設がほとんどない状況であるので，近隣の有馬温泉や少し離れるが城崎温泉のホテル・旅館と連携して進めることも必要である。先行事例であるタイの事例でも，車の２時間程度の距離は許容範囲であるので，兵庫県，大阪府，京都府の宿泊施設等と連携できる。

今年，元グリーンピア三木がネスタリゾート神戸としてオープンしているので，地元の高級なリゾート施設としてゴルフプレイの前後の宿泊場所としての機能を果たすことが期待される。

２．三木市でのインバウンドゴルフツーリズムマネジメント

三木市では，2006年に三木市ゴルフ協会が設立されているが，今後インバウンドゴルフツーリズムを推進していくためには，中核組織がリーダーシップを発揮してインバウンドゴルファー集客戦略を立てて，さらに強固なゴルフ場，自治体，住民，観光産業，NPO，大学との協働と連携

によりマネジメントを進めていくことが必要である。三木市の目標にしていくべき「インバウンドゴルフツーリズムの推進による地域活性化」を達成するために，中核組織が三木市インバウンドゴルフツーリズムマネジメントを推進するイメージ図を図－１に表す。

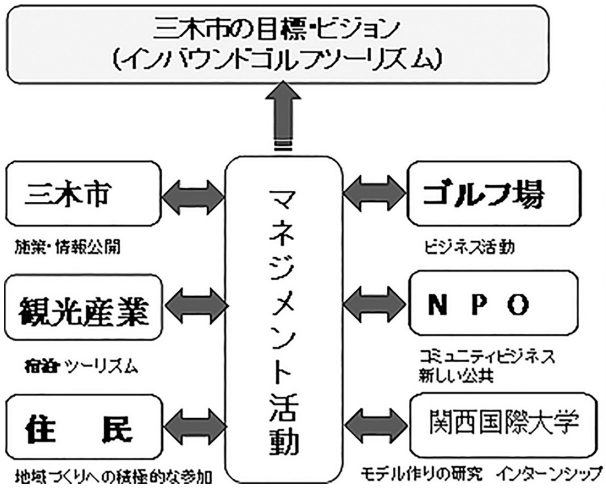

図１　三木市インバウンドゴルフツーリズムマネジメント図

おわりに

三木市のゴルフ場を貴重な地域資源として捉え，地域活性化に繋げたいと取り組んだ調査である。将来確実に人口減少によるゴルフ人口の大きな減少が予想される現段階において，これを補うことができるインバウンドゴルフツーリズムに早期に取り組む必要があると考える。北海道の場合は，最初の取組みから約20年が経過して，現在の北海道全体の取組みになってきている状況である。自然発生にゆだねるのであれば，まだゴルファーが三木に来ている状態では、危機感も薄く，インバウンドゴルフツーリズムの実現は難しい。

日本では，2015年に一般社団法人日本ゴルフツーリズム推進協会（JGTA）が発足し，2016年度より日本のインバウンドゴルフツーリズムを推進するための活動を開始しており，同年８月１日には「国際ゴルフツアーオペレーター協会（IAGTO）に加盟している。関西においては，2016年10月４日に第１回関西地区 JGTA 事業説明セミナーが開催されたばかりである。今後，東京オリンピック2020に向けて，全国的な取組みが行われるものと考えられるので，三木市においてもこの流れに早く乗ることが必要であると考える。

【注】

注１　ゴルフを目的とした旅先として年間で一番評価の高かった場所

注２　千歳民報　2003年３月13日　『千歳観光連盟が商談会　受け入れ態勢などを検討　本道のゴルフ観光を韓国に売り込み』

【引用文献】
1）観光庁ホーム＞政策について＞観光地域づくり＞ニューツーリズムの振興
http://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000044.html
2）単行本（単著）
和文：北村倫夫『日本のインバウンド・ゴルフツーリズムの経済効果と推進戦略』野村総合研究所，3頁，2016
3）Golf Style ＞ World Top> 年に9.3%の成長を遂げたゴルフトラベルマーケット
http://style.golfdigest.co.jp/world/travel/article/48170/3/
4）単行本（単著）
和文：北村倫夫『日本のインバウンド・ゴルフツーリズムを成功に導く戦略（前編）』野村総合研究所，4頁，2016　http://www.nri.com/~/media/PDF/jp/opinion/teiki/region/2015/ck20150503.pdf
5）ゴルフ場ランキング倶楽部　http://www.100yardage.com/
6）公益財団法人・日本生産性本部の余暇創研の「レジャー白書2015」
7）兵庫県観光客動態調査結果

【参考文献】
・遠藤正「スポーツツーリズムにおけるゴルフの可能性：北海道の事例から」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』36～39頁，2012
・北村倫夫「日本のインバウンド・ゴルフツーリズムを成功に導く戦略（試論）」『NRI パブリックマネジメントレビュー』142巻，9～16頁，2015
・一季出版「観光庁の国際戦略，スポーツツーリズム推進基本方針出る，富裕層は日本に注目，ゴルフツーリズムで市場拡大」『月刊ゴルフマネジメント』通号344，24～27頁，2011
・一季出版「クローズアップ21日本初のゴルフツーリズムコンベンションを開催　一般社団法人北海道ゴルフ観光協会　日本のゴルフのすばらしさを世界に発信」『月刊ゴルフマネジメント』412巻，42～45頁，2016
・大石順一「NGK　ゴルフ場のインバウンド対応実態調査報告　成長戦略の一つとしてのゴルフツーリズムへの期待」『月刊ゴルフツーリズム』404巻，40～43頁，2016