



その 251

## クローズアップ21

## 進化するゴルフリゾート THE RAYSUM

### 景観と戦略性アップ、コレクションエリア20カ所造成

(株)アセット・ホールディングス（群馬県安中市、田中剛代表取締役）は、今年4月1日に改称した「THE RAYSUM」（旧・レーサムゴルフ&スパリゾート、18H、群馬県安中市）の2年ほどかけた施設の全面改修に一定の区切りを迎えたとして、10月1日にリニューアルオープンし、主要施設の運用を開始した。

ニューズリリースでは「人間性さえ回復させる」をテーマとし、より戦略性を高めたコース、デザインを一新したクラブハウス、すべてアップグレードした様々なコンテンツで訪れる方の精神を再生する」と表現した。

そして「どこよりも美しくエキサイティングなコース」「今このゴルフ場に生まれる未来」「至高のゴルフリゾートへ」と期待度を高める。聞けば、コース改造は今後も続けるそうだ。

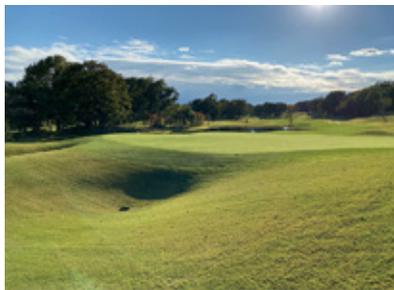
今回は、ゴルフ場の既成概念を取り払い、新しい発見や体験、驚きを得られるような施設、自然の非日常空間とコース戦略性、景観、温泉サウナ等の多様性で類を見ないゴルフリゾートを目指すという同リゾートを訪ねた。

#### 景観と戦略性をブラッシュアップ 精神性に訴える施設に

同ゴルフ場は1993年に会員制でオープン。2003年に現経営会社の経営となり、その5年後の2008年に温泉湧出により露天風呂とサウナを新設し、レーサムゴルフ&スパリゾートに名称を変更。同年5月に日本プロゴルフ選手権大会を開催している。

今回の改修では、より高い精神性を持たせるという独特の表現で、池、ティーイングエリア、バンカーの位置や形状を変え、18ホール中15ホールまで、元々広い1グリーンをさらに拡大。その周囲に20カ所のコレクションエリアを造成したという。

コレクションエリアとは、芝を



18番ホールはグリーンや池を拡張。グリーン周りはコレクションエリアやバンカーで戦略性を高めている



9番ホール グリーンは広大もグラスバンカーやコレクションエリアがより難度を高めている

短く刈った、球が集まりやすいエリアのことで、米PGAツアーではたまに見られるが、日本ではまだ少ない。フェアウェイと同じコウライ芝ながら、ラフではない特殊なエリアを加えたもの。特にグリーン周りでは芝を短く刈り込むと球がグリーンからこぼれやすく、繊細なアプローチが要求される。1ホールに3カ所作ったところもあり、一方で芝の深いグラスバンカーも増やしている。

また1日の来場者数を従来の50組から30組に制限。コース管理作業を早い時間から行えるようにし、コースメンテナンスに重点を置くことで一面、緑の絨毯に覆われたような芝密度にし、美しい景観と最上のプレー環境を提供するという。芝刈り回数を3倍に増やすこ



フェアウェイ中央にバンカーを新設した8番

とで、芝が立ち密度を高めている。カート道路も全面的に改装。1年間で約3万本の植栽も行った。桜やサザンカ、つつじなど四季を彩る花木を植え、見渡せる山の木々まで美しく見えるように、雑木を刈ったりして木々の下まで芝生を整え、景観を楽しめるように気を使っているという。

THE RAYSUNの松原友和ゼネラルマネージャーは、「コースの



コレクションエリア。フラットなエリアは少ない



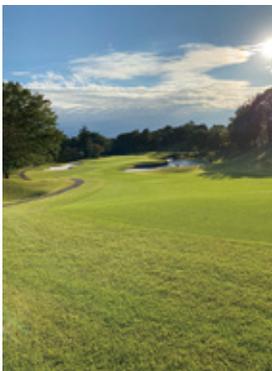
カートは車体を黒色、シート部分はオレンジと独創的な色使い

中で人工物を見せたくありません。半年程前に東電の鉄塔がコース内に立ったのですが、銀色では困るので、交渉して上部は茶色に塗装して目立たなくしてもらいました」と景観には特にこだわっているという。

乗用カートの車体はアースカラーで目立たない黒色（スタップ用はモスグリーン）、シート部分はオレンジで、グリーン上のピンも旗竿を黒に、フラッグをオレンジにしている。このカラーリングはクラブハウスにも一部採用し、統一感を出している。

バンカーには、白竜碎石と呼ばれる石灰石を砕いた真つ白な砂を採用した。納入元の在庫がなくなると大量の石を使用したという。

名物の4番ホール 右ドックレッグホール  
の4番 ブラック403Y、ホワイト351Y



フカフカして球が沈みやすく、晴れた日には白い砂がまぶしいほど。グリーンの芝と真つ白なバンカー、それに池がからむホールでは水がコントラストを引き立てる。

コース内の池は数カ所とそれほど多くなかったが、11月から池を3カ所新設する工事にも入る。また既存の池は位置を変えたほか、池の底に貯まった土砂を掃除し、かつ2、3メートルの水深から1メートルほどに浅くして改めて防水シートを敷いた。同地の水は鉄分が多いのか赤く濁りやすかったため、常に澄んだ水になるように水の入替えの頻度を上げたりして、池の水を美しく見せる考えだ。

進入路からクラブハウスに入る左手前にはドライビングレンジがあり、現在330ヤード超に拡張



高い天井のドラッキングレンジ。暖炉で休憩もできるよう改装中。17打席330Y超

するとともに、ラウンジに暖炉を設けるべく改装中。こちらはコース開場時にデビット・レッドベター・ゴルフアカデミーが日本で初めて開設されたレンジであり、同アカデミーを卒業したPGA認定ティーチングプロ2名がレッスンにあたる。進入路の反対側にはシークレットホールがある。本コースのミドルホールと同等の面積、グリーン、バンカーがあり、レンジや宿泊利用者がアプローチ練習を存分に行える環境を整えた。

こうしたコース改造や美化の作業が進むからには多くの人にも見てもらいたいところ。実はすでにツアー関係者にも注目されており、今回のコース改造が終わる来春以降に、よりブラッシュアップした姿が披露されるかもしれない。



シークレットホール。グリーン2カ所、バンカー、ティもあり、アプローチ練習を存分に行える

### ゴルフ業界がより活況を呈するには、ゴルフ場とともにツアー選手の技術向上と活躍も必要と感じ、ツアー選手のモチベーションを向上する、ゴルフ場でしか提案できない施策も検討中で、同時にコースの進化も続けていく考えだ。

## スタイリッシュなクラブハウス 寛ぎとアートの非日常空間

クラブハウスは、木とモルタル調の自然でモダン&スタイリッシュな空間に仕上がっている。進入路からクラブハウスの車寄せに入る景観からして、他のゴルフ場とは異なり非日常感、リゾート感を演出している。駐車場は周りから車が見えないように塀に囲われている。建物の入り口では電飾文字の「THE RAYSUMI」がお出迎え。クラブハウスに入る際は、木で前面が加工された扉を2度通り抜



進入路からのクラブハウス。駐車場の車が見えないように塀で囲まれている

ける。すると広いロビーと正面にカフェテリア、コースの緑が目飛び込んでくる。左手がフロント、右手前にトイレ、ロッカー、浴室・サウナ等へつながる入り口、そして右手に2階のレストラン等の上る階段がある。フロントやロビー、トイレなどの壁面には「THE RAYSUMI」のロゴやゴルフにまつわるアートが描かれており、書き手を募集して完成させたという。円形のカフェテリアで提供するコーヒーはオリジナルブレンドで、エスプレッソマシーンも世界でNo.1と言われるラ・マルゾッコを使い、贅沢なコーヒー豆をすりつぶした、果汁を飲むようなコーヒーを提供しているという。

館内もお洒落で、間接照明で浮き上がって見えるロッカーも特徴的だ。



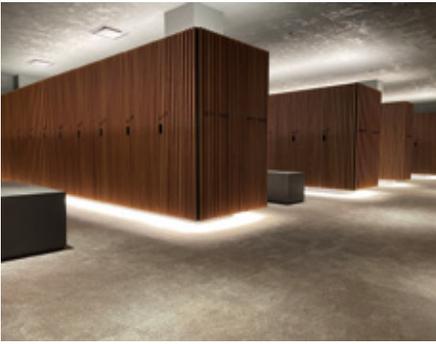
インスタ映えするカフェテリア前テラス



モダンなフロント。トリックアートの大きな椅子も



エントランスホール 円形のロビー、カフェテリアが印象的



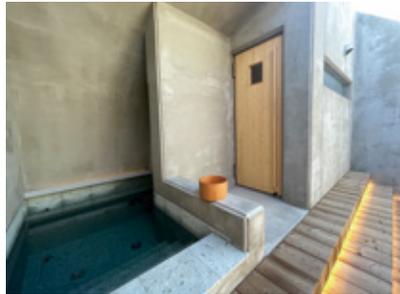
間接照明で浮き上がって見えるロッカー



トイレには浮世絵風のアート。これもRASUMのしん



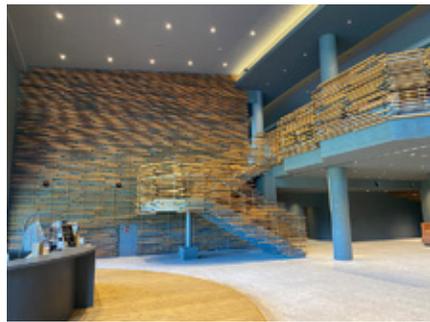
シンプルながらお洒落な脱衣室



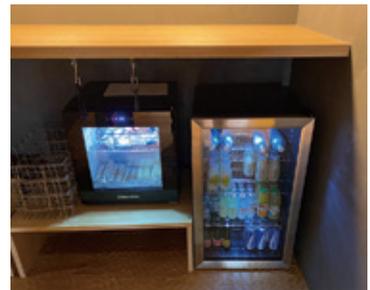
左が「球体（ドーム）サウナ」と露天風呂。右が代謝を高めるフィンランド式本格ロウリュ（右）。水風呂もあり“ととのう”環境は万端。夜には間接照明により、幻想的な空間に変貌する

10月にリニューアルオープンしたばかりの大浴場には美肌と疲労回復に効果の高いNa塩化物泉の天然温泉露天風呂の他、「ととのうのえ親方」ことサウナブームの火付け役でもあるプロサウナー松尾大氏監修の代謝を高める本格ロウリュと不思議な寛ぎ空間「球体（ドーム）サウナ」を備える。ドームサウナは温度は低めにして長居できるようなプライベートサウナ。か

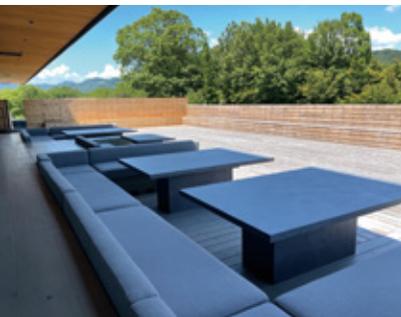
まくらのようなコンパクト感で、今は団体で密にならないように2人位までの利用だという。またシヤンプーなどは天然由来のオーガニックな製品を使っている。  
2階に上がると、正面には板前が目の前で調理するカウスター和食「和心（なごみ）」があり、そ



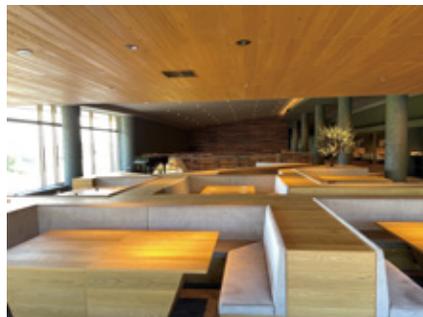
木の小片を沢山組み合わせた印象的なデザイン  
の階段



お風呂とサウナの後には冷蔵庫のドリンクとアイスが無料で楽しめる。コース販売店のバナナや卵、ドリンクも無料



BBQも楽しめる2階アウトドアダイニング



2階レストラン「クラブハウスダイナー」はテーブルがランダムにレイアウト

の右手にテーブルがランダムに配置されたレストラン、外にテラスレストランがある。元々、このゴルフ客向けレストランは通常の四角いテーブルを置いていたが、今回のリニューアルで幾何学模様のようなテーブルが中心となり、他に4人掛けテーブルも用意した。  
階段を上がった左手には、コー

と称するスペースがある。スタイ  
ンウェイの高価なグランドピアノ  
やスピーカーがさりげなく置かれ、  
ミニコンサートもできる。また一  
方には調理ができるダイニングで  
食材を持ち込んだの小規模なパ  
ーティー開催も可能という。

左手の反対側には、水泳競技の  
金メダリスト北島康介氏がプロデ  
ュースする『次世代コンディショ  
ニングジム FLUX CONDITION  
INGS』がトータルコーディネー  
トしたフィットネスジムを新設し  
ている。

またロッカーから専用エレベ  
ーターで2階に  
あがるとリラ  
クゼーション  
スパ「SPA 馨  
花 (Keika)」が  
あり、オール  
ハンドにこだ  
わったマッサ  
ージでゴルフ  
や日常の疲れ  
を癒してくれ  
るという。

クラブハウ  
スの右手前は、  
4階建てのホ  
ールム

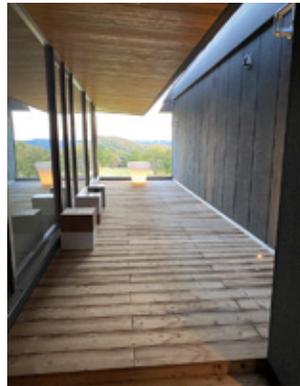


ブライベートルビ  
ング。ミニコンサートも  
できる新時代のコンパ  
ールム



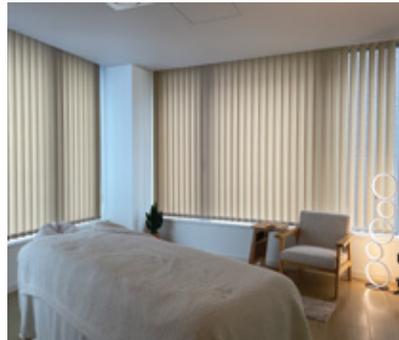
北島康介氏がプロデュースする『次世代コンディショニングジム FLUX CONDITION INGS』がトータルコーディネートしたフィットネスジム

風の通る別棟との間にシガースペースがあり、夕方以降はオブジェが間接照明となる



テルを併設したオーベルジュ(宿泊できるレストラン)。1階がフレンチダイニング Maison (メゾン)。中嶋英樹シェフの温もり溢れる本格フランス料理と気さくなスタッフが心を込めてもてなす。ソムリエも常駐し、100種以上のワインから最適な一本を提案するとしている。

話を伺った松原ゼネラルマネージャーは、JSA (日本ソムリエ協会) 認定ソムリエ呼称資格、H



オールハンドにこだわるリラクゼーションスパ「SPA 馨花 keika」

RS (日本ホテル・レストランサ  
ービス技能協会) 認定1級サービ  
ス技能士、CPA (チーフプロフ  
ェッショナル) 認定チーフプロフ  
ェッショナル呼称資格を持つ。食  
にこだわるのも納得だ。

また同リゾートのレストランで  
は自営の養鶏場で毎日100個以  
上産まれる採れたての卵を提供、  
菜園やハーブ園もレストランの周  
りにあり、少しでも食料自給率を



88名が宿泊可能。1階にメ  
ゾンの他にバーやラウン  
ジ。ホテルの周囲には夜に  
散策できる小路も整備



フランス料理 Maison (メゾン) ランチメ  
ニューは4品¥4,950 5品¥6,600 ディナ  
ーは5品¥8,800 7品¥13,200

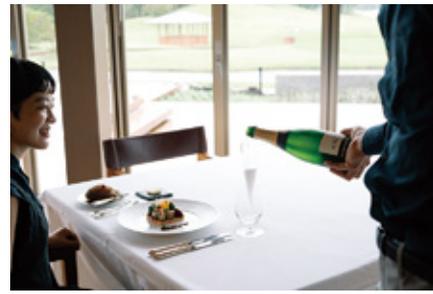
上げる考えだ。キノコ栽培も始め  
ており、来秋には原木から育てた  
シイタケが採取できる予定。名物  
ホールの4番ラフの荒地を綺麗に  
整えており、将来的にブドウ畑を  
作ってワイン作りを行う計画だ。

ホテル棟には最大88名が宿泊で  
き、会員制のヴィラ(4人部屋)  
も18番のティグラウンド近くに3  
棟ある。  
公式web予約(食事代別)の

料金は、ゴルフは乗用カートのセ  
ルフレード、平日がビジター1  
万3830円、メンバーは1万1  
630円、土・日祝日はビジター  
1万9330円、メンバーは1万  
7130円。スパ馨花は60分1万  
3200円から。

コロナ禍では、レストランを営  
業できず、スループレーを採用し  
ていた時期もあり、リニューアル  
後の10月からは倍とは言わないま  
でも料金面では30組制限にして定  
価に戻した。コロナ前は年間5万  
5千人の利用者があったが、3万  
人に落ち込んでいた。女性の利用  
割合は2割を数える。特徴的な施  
設やオブジェが多いことから、若  
い女性中心にInstagramに上げて発  
信してくれる効果もあるという。

ゴルフ利用者の7割が地元の人  
馬（宿泊客は逆に東京が7割）で  
占めており、高級化による売上の



コースを眺めながらのフランス料理。ハーブ園とファイヤープレイスのあるテラスが美しい

減退は懸念していかないそうだ。ちなみにゴルフ場メンバー数は約700名。今のところ会員募集は予定していないとしている。

**コース改修するきっかけ  
質の向上で料金は見合った金額に**

そもそも今回のリニューアルを  
思い立った動機は何だったのだら  
う。松原氏は「ゴルフ業界全体が  
価格競争になっていて、本来の質  
が伴わなくなってきた。それに  
一石を投じるために、当リゾー  
トはきちんとクオリティを高めつ  
つ、料金はそれに見合った金額に  
戻そうと決めた。決めてからコロ  
ナ禍になった」と話している。

同リゾートの売上比率はゴルフ  
部門で半分、3割がレストラン、  
残り2割が宿泊等とし、食の比率  
が高い。リニューアル後の評判が  
良ければ、働く従業員にとっても



ゴルフショップのマスターオフィス。スタッフがお客様に丁寧なサービスを提供している。



ショップは元々サーフブランドのお洒落なHORN GARMENT（ホーンガーマメント）中心に品揃え

士気が高まるとういうものだ。

同リゾートは接客部門の評価で  
過去GORAで上位になったこと  
もあるとし、「マインドが整った  
スタッフも多いですし、お客様の  
ために何かしてあげたいという、  
凄く優しい理想を持ったサービ  
スマインドが旺盛なスタッフが多  
いですね。教育もありますが、群  
馬の風土的なものもあるんだと思  
います」と説明している。

ちなみに、従業員は温泉、サウ  
ナの使用もOKで、松原氏も仕事  
の疲れを癒して家に戻る日も多  
いそうだ。

また、コースの難易度を高めて  
いるので、「荒ぶった刺激や日常  
の滞ったものを食やスパ、温泉サ  
ウナで心を鎮めて、また新たなイ

ンスピレーションを得て、普段の  
日常に帰っていくような、そうい  
う場所になったらいいな。コー  
スも施設も精神に訴えるような  
ものを作っていきたいですね。コ  
レクションエリアにしても、ここ  
まで配置しているコースは類を見  
ないと思います。こんなに美しく、  
スタイリッシュな施設もゴルフ場  
ではないんじゃないかと思えるくら  
い。食もここでしか食べられない  
い、突き抜けたものをご用意して  
います。レストランは多分、日本  
一美味しいと思います。ゴルフも  
そうですね、コンテンツ、アク  
ティビティ。まだまだ進化してい  
く過程です」と話している。

同リゾートの全体面積は44万坪  
あり、先ほどキノコやブドウ栽培  
なども始めることを紹介したが、  
松原氏によると全体構想のまだ3  
割程度という。「イメージとして  
は敷地内が一つの村になるような  
街になるようなイメージです。こ  
こで食を一から作って、仕事を一  
から作って、生活する感じですね」  
と説明している。

競争力が高いリゾートがこれか  
らも増えていけば、インバウンド  
面でも期待が持てるかもしれない。