

2019年12月24日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

第1回 『 ゴルフに関するアンケート調査 』
気軽に楽しめるゴルフ場がアクティブな若者のゴルフデビュー後押しに！
～ゴルフ関心層のゴルフデビュー後押しには、サブスクリプションや初心者向けコースが鍵～

CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村 和彦）はこのたび、昨今のゴルフ市場課題に際し、ゴルフ業界の今後を考えるべく、ゴルファーとノンゴルファーに独自調査を実施し、ゴルフとの付き合い方やゴルフ場利用に関する需要を調査いたしましたのでお知らせいたします。



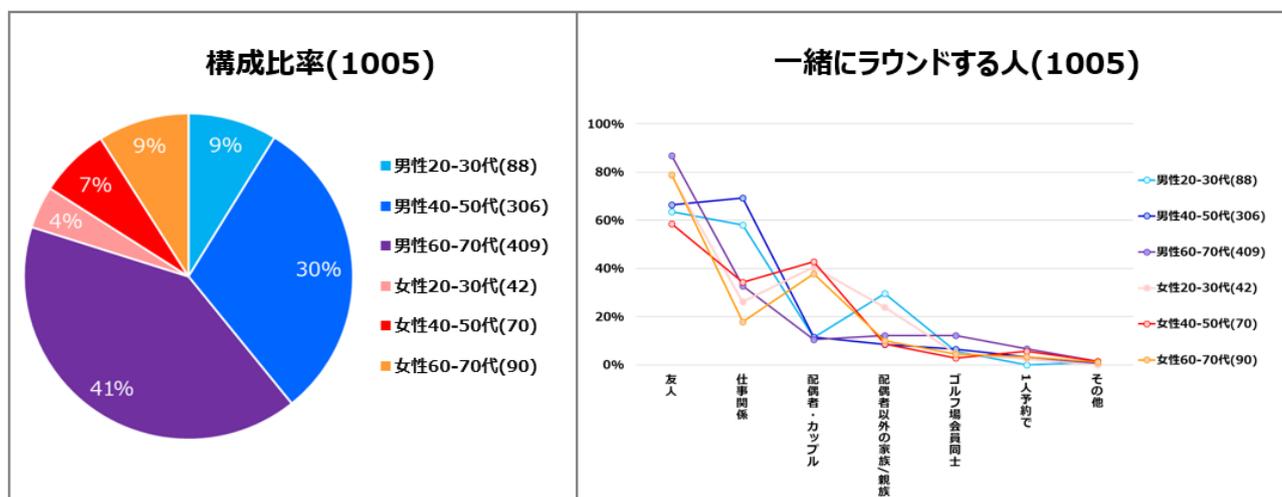
【 第1回トピックス 『ゴルフに関するアンケート調査』 】

- 【1】ゴルファーにとってゴルフは「コミュニケーションの場」
- 【2】多趣味でアクティブな若者ノンゴルファーは、ゴルフを始めたい！
- 【3】ゴルフを始めるには、ゴルフ場の環境や特長が重要
 - ゴルファーは、コストパフォーマンスの良さやコースレベルを重要視
 - ノンゴルファーは、サブスクリプションや初心者向けコースを重要視

【1】golferにとってゴルフは「コミュニケーションの場」

『レジャー白書 2019（※1）』によると、2018年度のゴルフコース参加人口は670万人であり、市場規模も1990年代に比べ半減、golferの高齢化も進んでいます。CCCマーケティングでは、このようなゴルフ業界における課題を受け、ゴルフ業界の今後を考えるべく、golfer（直近1年間にゴルフ場でゴルフをした人）とノンgolfer（直近1年間にゴルフをしたことがない人）にアンケートを実施いたしました。性年代を6区分（男女×20～30代、40～50代、60～70代）に分類し、ゴルフとの付き合い方やゴルフ場利用に関する需要を調査いたしました。

【 golfer × 性年代別グラフ 】



はじめに、golferが最も多い層は、男性60～70代（golfer全体の41%）という結果になりました。そのうち66%が30年以上のゴルフキャリアを持つ大ベテランで、友人とのゴルフを楽しむ人は86%おり、83%の人がゴルフは健康のバロメーターと考える傾向があります。

次に多い層は、男性40～50代（30%）、男性20～30代（9%）の社会人層でした。取引先や会社の同僚など、仕事付き合いでゴルフをする人が多い（男性40～50代は69%、男性20～30代は58%）との結果から、ビジネス上の関係構築のためにゴルフを活用していることがわかります。

最後に、女性golfer層は全体の20%となっており、内訳は20～30代が4%、40～50代が7%、60～70代が9%と、年代が上がるにつれて増える傾向があります。女性golferの多くは、友人や夫、パートナーとのゴルフを楽しんでいることが見てとれ、また非常にアクティブな面もあり、旅行やスポーツなど多様なアクティビティにも積極的です。

上記の結果から、golferは性年代を問わず、ゴルフを「コミュニケーションの場」と捉え、会話を楽しみながらプレーできるスポーツと考えていることがわかりました。

【 ゴルファー × 性年代別 × ゴルフに対するイメージ 】

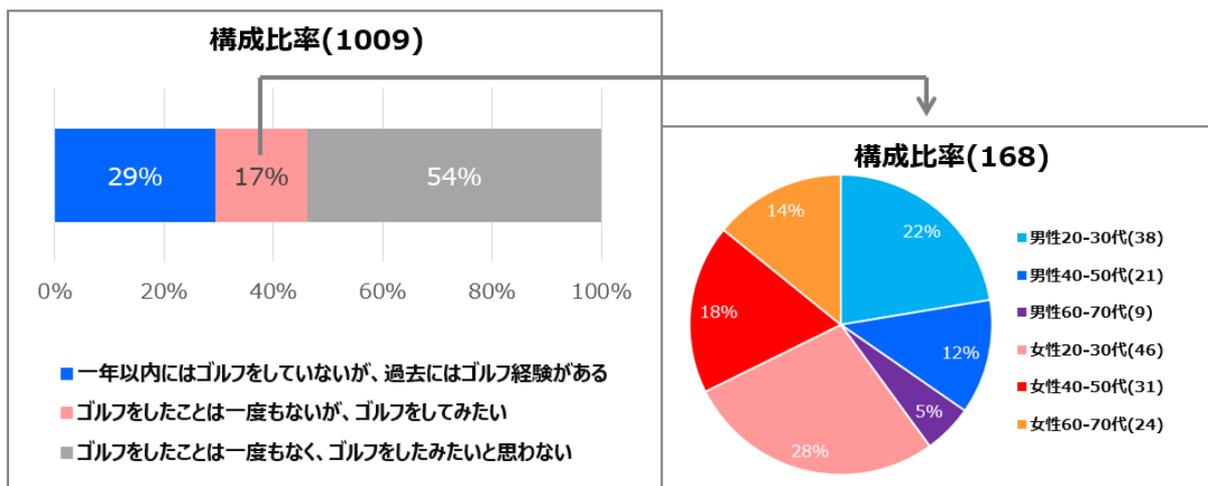
	男性20-30代(88)	男性40-50代(306)	男性60-70代(409)	女性20-30代(42)	女性40-50代(70)	女性60-70代(90)
お金がかかる	55%	54%	47%	45%	59%	44%
練習が必要	38%	38%	37%	31%	46%	32%
会社の付き合い	58%	53%	17%	40%	30%	18%
時間がかかる	25%	31%	24%	26%	39%	29%
健康に良い	39%	51%	83%	57%	59%	81%
中高年がやっている	23%	16%	20%	12%	19%	11%
自然の中でプレーできる	24%	40%	64%	31%	44%	70%
友人とのコミュニケーションの場	50%	60%	79%	55%	53%	54%
マナー・ルールが難しい	13%	13%	6%	10%	11%	10%
生涯続けられる	40%	37%	55%	43%	36%	41%
環境破壊問題がある	5%	6%	4%	0%	6%	14%
ステータスがある	14%	9%	8%	21%	16%	18%
カッコいい	17%	7%	4%	12%	11%	7%
家族とのコミュニケーションの場	22%	8%	11%	29%	24%	26%

【 2 】 多趣味でアクティブな若者ノンゴルファーは、ゴルフを始めたい！

1年以上ゴルフをしていないノンゴルファーを見てみると、過去にゴルフをしたことがあるノンゴルファーは全体の29%、ゴルフをしたことがないがゴルフをしてみたいと思っているゴルフ関心層は17%、ゴルフ無関心層が54%という結果になりました。

ゴルフ関心層のうち、男性20~30代が22%、女性20~30代が28%と、若年層が50%を占めています。旅行やドライブ、スポーツなどアウトドアな趣味だけでなく、映画やグルメ・食べ歩きなどにも関心が高く、非常に多趣味でアクティブであることが分かりました。

【 ノンゴルファー × ゴルフ関心層 × 性年代別構成比 】

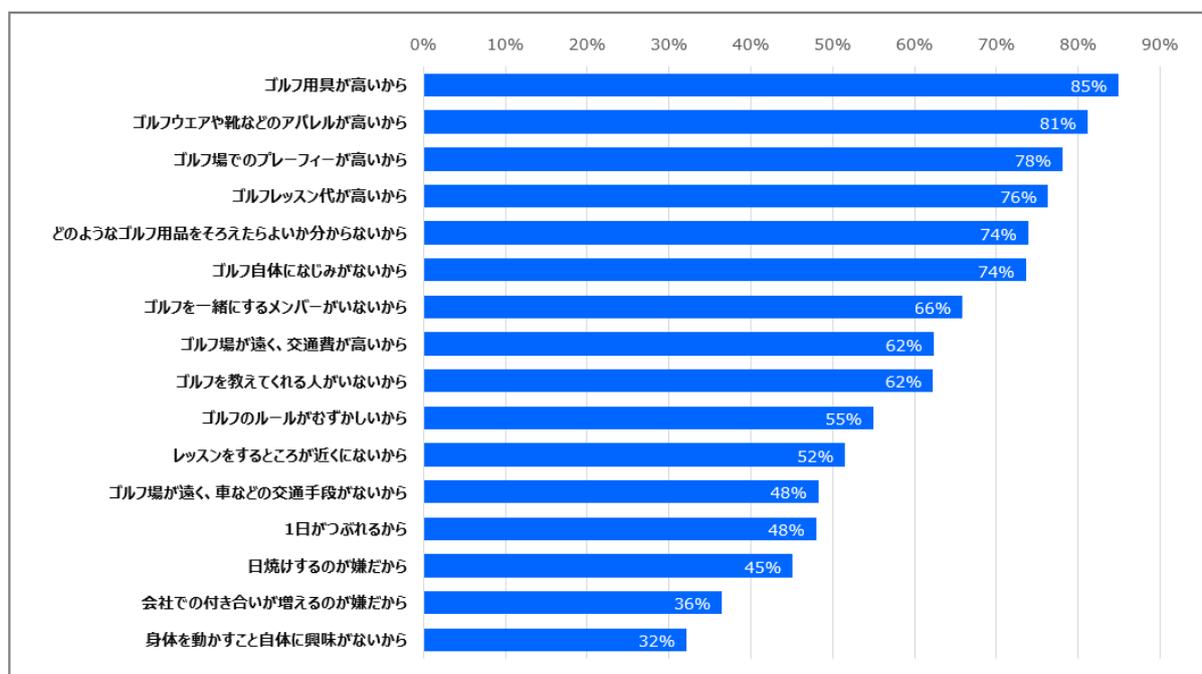


一方、ゴルフを始めるにあたっていくつかのハードルがあることが見て取れます。1つ目は「お金がかかること」で、気軽に始めることができない点です。ゴルフ用品(85%)、ゴルフウェアや靴などのアパレル(81%)、プレーフィア(78%)と、いずれも高額な支出を伴うと考えています。2つ目は、「どのようなゴルフ用品をそろえたら良いかわからない(74%)」「ゴルフを一緒にする人がいない(66%)」など、ゴ

ゴルフに対してなじみがないこともハードルとなっていました。これらの課題をいかにして払拭できるかが、ゴルフ関心層をゴルフデビューに導く鍵となるかもしれません。

【 ノンゴルファー × ゴルフをしたことがない理由 】

(非常にあてはまる+あてはまる回答割合合計値)



【3】 ゴルフを始めるには、気軽に楽しめるゴルフ場の環境や特長が重要

続いて、ゴルファーとノンゴルファーが、それぞれどのようなゴルフ場を利用したいかを調査しました。様々なゴルフ場のサービスや特徴について、「非常に利用したい」「利用したい」「やや利用したい」と回答した割合を合算した値で評価しています。

■ ゴルファーは、コストパフォーマンスの良さやコースレベルを重要視

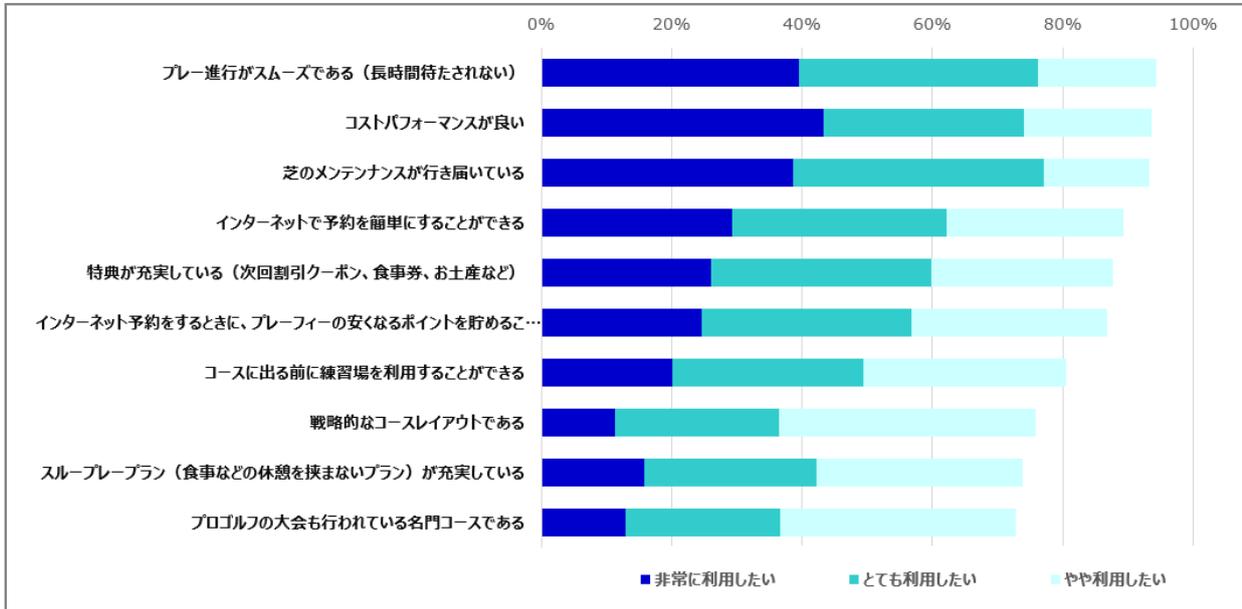
ゴルファー全世代共通のニーズは「コストパフォーマンスが良い (94%)」でした。安ければ良いというわけではなく、満足できるサービスに対して納得感のある価格でプレーしたいと考える傾向が高いことが見てとれます。また、「プレー進行がスムーズである (94%)」「芝のメンテナンスが行き届いている (93%)」など、プレー自体をストレスなく楽しめることは非常に重要なポイントとなっています。

特に、若年層で特徴的な点は「初心者向けのコース (男性 20~30代が 79%、女性 20~30代が 83%)」であることです。一方の中老年層は「戦略的なコース」を希望する声が多く、コースレベルはゴルフキャリアの違いによって異なることが分かりました。

また、若年層は「温浴施設、ショッピングモール、遊園地などの総合レジャー施設が隣接している (男性 20~30代が 70%、女性 20~30代が 79%)」、「クラブ内の施設 (エステ、温泉、マッサージなど) が充実している (男性 20~30代が 71%、女性 20~30代が 78%)」、「ハーフプレーがある (男性 20~30代が 71%、女性 20~30代が 74%)」などの回答も他年代より高く、ゴルフ場でのプレーを楽しみたいと考えている可能性があります。

【 ゴルファー × 利用したいゴルフ場の特徴（上位10項目） 】

（非常に利用したい+とても利用したい+やや利用したい回答割合合計値）

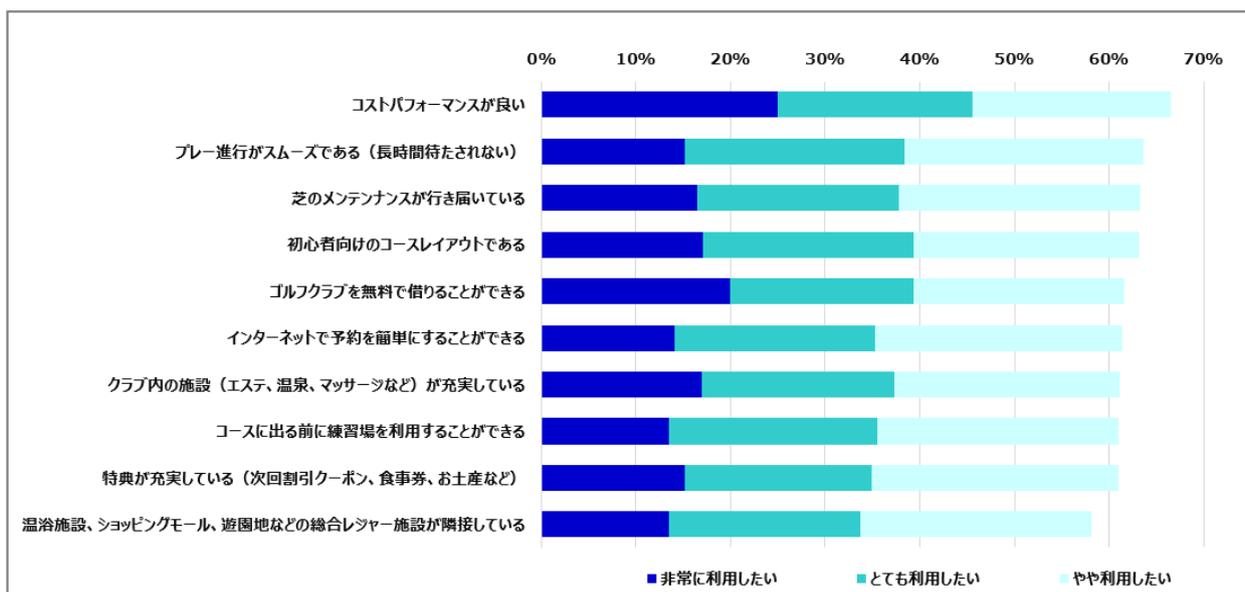


■ ノンゴルファーは、サブスクリプションや初心者向けコースを重要視

ノンゴルファーの全世代に共通するニーズは、「初心者向けのコースである（63%）」「ゴルフクラブを無料で借りることができる（62%）」など、ゴルフ場でのサービスに対する項目が高く出ています。また、ゴルフ関心層の多い20～30代では、男女ともに「ゴルフシューズのレンタル（男性20～30代が65%、女性20～30代が75%）」や「ゴルフウェアのレンタル（男性20～30代が62%、女性20～30代が67%）」などへのニーズが他年代よりも高い傾向があります。今後、サブスクリプションの活用は、ノンゴルファーのゴルフデビューを後押しするために有効な手段になるかもしれません。

【 ノンゴルファー × 利用したいゴルフ場の特徴（上位10項目） 】

（非常に利用したい+とても利用したい+やや利用したい回答割合合計値）



【4】 アンケート調査概要

調査期間：2019年11月8日（金）～11月12日（火）

調査機関：CCCマーケティング株式会社 Tアンケート（T会員へのWEB調査）

調査対象：全国/男女/20～79歳

割付・有効回答数：ゴルファーの年齢構成は『レジャー白書 2019（※1）』を参照。

	割付	
	ゴルファー	ノンゴルファー
男性20-30代	88	143
男性40-50代	306	182
男性60-70代	409	147
女性20-30代	42	154
女性40-50代	70	200
女性60-70代	90	193
小計	1,005	1,019
全体合計	2,024	

調査設計：CCCマーケティング株式会社

※1）公益財団法人 日本生産性本部 余暇創研発行『レジャー白書 2019』（<https://www.jpc-net.jp/leisure/>）

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社 広報担当：安藤、中川
TEL：03-6800-4464