

発行：2013年2月15日
NPO 法人ゴルフアミューズメントパーク

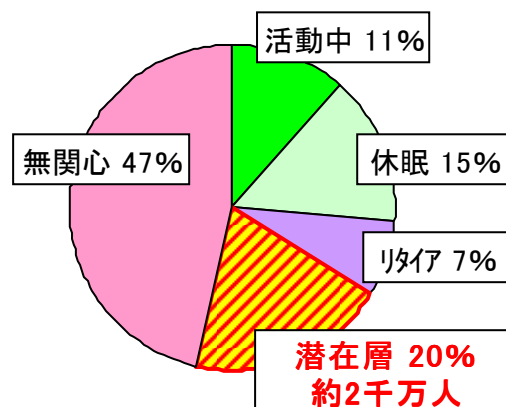
～2千万人も「ゴルフ未経験・潜在層」のハートをつかめ！～
NPO 法人ゴルフアミューズメントパークが「ゴルフをしない生活者」意識調査を実施

ゴルフの新しい魅力や素晴らしさを広く伝えてゆく活動に取り組むNPO法人「ゴルフアミューズメントパーク」（NPO認証年月日2012年5月28日、以下GAPKと略）は、多くの一般生活者がなぜゴルフをしないのか、ゴルフに関心を示さないのか、に焦点を当てた1万人規模の意識調査を実施しました。

これまでゴルファー（すでにゴルフを始めた生活者）を対象とした意識調査は数多くありましたが、逆に「ゴルフをしない生活者」向けの調査は過去にほとんど見られず、今後ゴルフ参加人口の縮小懸念が叫ばれるなか、新たな市場創造に向け貴重な調査結果と知見が得られました。

■調査結果要約

- ◆ゴルフ参加率（この1年以内にゴルフをした人（※1））は11%。
過去ゴルフを1度もしたことが無い人は67%。残りの22%は休眠／ゴルフリタイア（※2）層。
- ◆「ゴルフをしたことは無いが興味がある人（潜在層）」は未経験者の約3割、全体の20%を占める。
これは、日本の総人口に換算すると約2千万人に相当する。



※1 「この1年以内にゴルフ（ラウンド、ゴルフ練習、ゴルフバーなども含む）をした人」

※2 休眠層とは「この1年はゴルフをしていないが、機会があれば再開したい人」、
ゴルフリタイア層とは「以前はゴルフをしていたが、もう止めて再開するつもりはない人」

- ◆「ゴルフ潜在層」の比率は若年層ほど高く、15～19歳で29%、20代で26%、30代で23%。

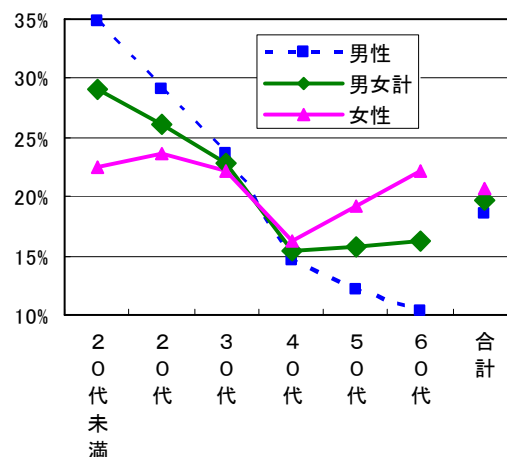
・40代になると15%と30代と比べ8ポイントも低下する。潜在層の活性化には30代までが重要。

- ◆男性／女性のゴルフ参加率はそれぞれ17%、6%と男性が大きく上回るものの、潜在層比率は男性19%、女性21%と僅かながら女性が上回っている。

・また、男性はシニアになるほど潜在層比率が下がる一方で、女性は40代の16%を最下点に50代19%、60代22%とシニアほど上昇する傾向がある。

・潜在層の掘り起こしには女性にも目を向け、「ゴルフに興味はあるけど始められない」女性層のサポートが必要。

<年齢／性別の潜在層比率>



◆職業別に見た場合、特に学生の潜在層比率は32%と高い。

- ・「ゴルフは社会人（ビジネスマン）のたしなみ」という意識は、従来よりは低下しているものの活性化の鍵になりうる。しかし現状の学生ゴルフ振興策は競技層中心であり、もっとボトムアップ（学生のうちにもっと広くゴルフを体験させる）の対策が必要。

◆ゴルフ未経験者をゴルフへの興味・関心で潜在層と無関心層に分けた場合、「ゴルフをしない理由」の上位は「プレーにお金が掛かる」「用具にお金が掛かる」であるが、3番目に回答者が多い理由は、無関心層が「ゴルフは自分に無縁だから」に対し、潜在層は「ゴルフを始めるきっかけが無かったから」を挙げている。潜在層はゴルフに対する心理的ハードルが（無関心層より）低く、「ゴルフを始めるきっかけ」づくりが鍵となる。

<ゴルフをしない理由>

	潜在層		無関心層	
	回答者%	順位	回答者%	順位
プレーにお金が掛かりそうだから	52.1%	1位	44.7%	1位
用具にお金が掛かりそうだから	43.6%	2位	38.6%	2位
ゴルフを始めるきっかけが無かったから	35.7%	3位	27.5%	6位
ゴルフは自分には無縁と思うから	17.5%	6位	36.1%	3位
ゴルフの何が面白いのか分からない、つまらなそうだから	4.1%	16位	29.5%	5位

◆潜在層／無関心層のゴルフに対するイメージを比較した場合、潜在層はゴルフの良さや効用を（未経験ながらも）比較的 Understanding している。「年齢問わず長く楽しめる」「自然との触れあい」「同伴者とのコミュニケーション」といった、他の趣味やスポーツと比べたゴルフの特長を潜在層に実感してもらおうきっかけが重要である。

<ゴルフに対するイメージ>

「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計人数割合(%)	潜在層	無関心層
ゴルフは年齢問わず楽しめ、年をとっても長く続けられそう	84.0%	56.5%
ゴルフは自然の中で楽しめて気持ちよさそう	76.4%	39.9%
ゴルフで一緒に回ると同伴者とのコミュニケーションが深まる	75.4%	46.4%
ゴルフは健康に良さそう	69.1%	38.0%
ゴルフは自己を律したり精神鍛錬や教育にも良さそう	55.9%	23.6%

◆潜在層がイメージする「こんなゴルフならやってみたい」のトップ3は
 1位「下手でも（初心者でも）周りに気兼ねせずプレーを楽しめる」
 2位「貸しクラブや貸しシューズがあり、用具を準備しなくてもプレーできる」
 3位「1日5,000円以内でプレーできる」

■調査を終えて～総括と提言

◆日本のゴルフの未来は開ける！

従来型の視点と発想を変え、新しい仕組みを考えゴルフ界全体で展開すれば、ゴルフ市場の健全な成長は可能であると、私たちは今回の調査により確信しました。日本のゴルフの未来のために、ともに考え行動しませんか。

■調査要綱

調査日	2012年12月26日～27日
調査対象	年齢：15～69歳、性別：男女、居住地：全国 の楽天リサーチ登録モニター
サンプル数	n = 1万人 「日本の総人口」（総務省2012.4月発表）に基づき、年齢／性別に割付
調査方法	楽天リサーチを通じ、インターネットによる調査票配信回収
調査協力	株式会社矢野経済研究所、株式会社ランケイア

■NPO法人 ゴルフアミューズメントパークについて 詳しくはwebで <http://www.gapk.org>

- ・ゴルフは2016年リオデジャネイロで行なわれるオリンピックの正式種目に採用されることが正式に承認されました。ゴルフが数居の高いスポーツでなく、誰でもが生涯を通じ気軽にかつ継続的に触れられるスポーツであることを広く啓蒙し、青少年・高齢者に多くの交流の場と夢を提供することにより、ゴルフを通じてより心豊かな国民生活を実現することが、私たち「NPO法人ゴルフアミューズメントパーク」設立の目的です。
- ・ゴルフの大衆化や情報化社会の発達により、ゴルフを知らない生活者はほとんどいないと思われます。それにもかかわらずゴルフ参加人口が減少し、国民総支出やレジャー関連総支出（＝景気全般の動向）を上回るレベルでゴルフ市場規模の縮小が続いているのはなぜでしょうか？
- ・それは過去の古き良き時代の中で構築した既存のゴルフ様式に、現在の一般生活者が魅力を感じていないことに原因がありますが、残念ながら供給側であるゴルフ業界関係者の多くがそうした意識を持っていないように見受けられ、このギャップが現在のゴルフ市場の低迷を生み出しているように思われます。
- ・このギャップを解消し、新時代における生活者の志向にマッチし、ゴルフを始める動機を提供するための仕組みを創造し、2千万人の参加可能生活者をゴルファーとして取り込む構想がGAPKが提案する「Challenge（チャレンジ）93」であり、具体的に以下の取り組みを進めています。

①「ゴルフライフコーチ育成講習会」の開催

「新時代のゴルフインストラクター」に必要となる、能力と知識を習得する為の講習会を開催します。

②「Challenge 93 プロアマチャリティゴルフコンペ」の開催

ゴルフの素晴らしさを伝える「営業マン」としてのプロゴルファーの役割を全面に打ち出した、新しいプロアマイベントを開催します。

③ゴルフビジネスフォーラムの開催

次世代のゴルフビジネスリーダーの育成と、新しいゴルフマーケットの創造を目指す「Challenge 93 ビジネスフォーラム」の開催を準備しています。

④マーケティングリサーチの実施と各種提案

■今後の活動および問合せ先

GAPKでは今回の調査から、さらに「未経験者層」「休眠／リタイア層」に深掘りした意識調査を実施済みです。これらを合わせ今回の「要約篇」発信に引き続き、より深い分析と考察を加えた「分析篇」、今後の新たな市場創造に向けた具体的な処方箋を含めた「提言篇」を順次発信してゆく予定です。

GAPKの新しい取り組みに、どうぞご期待下さい。

(問合せ先)



〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-3-10 21山京ビル404号
NPO法人 ゴルフアミューズメントパーク 担当：手塚、平野
TEL：03-5937-2940 e-mail：info@gapk.org URL：http://www.gapk.org