

ヘウレーカ!

なるほど、そうか

第52回

女性ゴルファーの気持ちを知ろう

— 女性の、ゴルフができない理由をつぶそう —

喜田任紀

何が女性のスポーツ参加を
阻害しているのか

前号では女性のゴルフ参加の状況をまとめました。まさに女性ゴルファーはゴルフマーケットにおける新規マーケット「ブルーオーシャン」として期待されていますが、実態は厳しい状況があります。だからこそ明確な目標の設定と堅実な実行プランが必要です。

今号では、何が女性のゴルフ進出を阻害しているのかについてまとめました。地味ですが、阻害要因を一つひとつつぶして解決していくしか方法はありません。

表1に女性ゴルファーが答えたスポーツ参加を阻害している要因をまとめました。女性の項目で回答数の多い順に並べ替えています。ゴルフ（業界）が対処できる項目にしかアプローチできませんから、阻害要因一番の「仕事が忙しいから」は、ゴルフが解決できる要因ではありません。前号でも書きましたが、

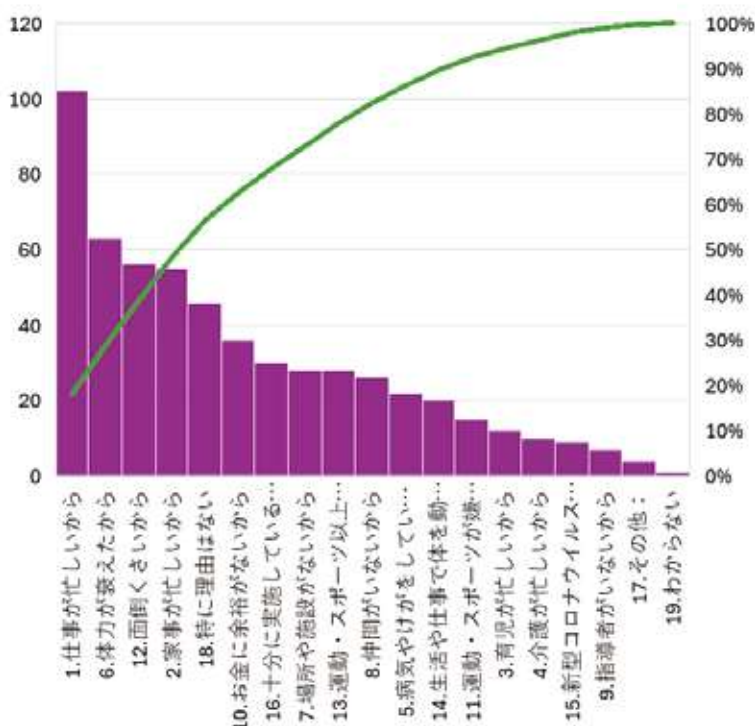
表1. 運動・スポーツを実施する頻度が減ったまたはこれ以上増やせない理由

理由	全体	男性	女性	30～40代
1. 仕事が忙しいから	766	664	102	36
6. 体力が衰えたから	429	366	63	13
12. 面倒くさいから	332	276	56	21
2. 家事が忙しいから	222	167	55	20
18. 特に理由はない	297	251	46	11
10. お金に余裕がないから	290	254	36	12
16. 十分に実施しているから	178	148	30	2
7. 場所や施設がないから	150	122	28	10
13. 運動・スポーツ以上に大切なことがあるか	133	105	28	6
8. 仲間がいないから	194	168	26	7
5. 病気やけがをしているから	135	113	22	4
14. 生活や仕事で体を動かしているから	129	109	20	2
11. 運動・スポーツが嫌いだから	38	23	15	9
3. 育児が忙しいから	105	92	12	8
4. 介護が忙しいから	46	36	10	1
15. 新型コロナウイルス感染防止対策のため	34	25	9	2
9. 指導者がいないから	27	20	7	1
17. その他:	32	28	4	1
19. わからない	30	29	1	1

これは政治マターです。ただ働き方改革が他人事でないことは十分理解できると思います。個人的には、敢えて政府への要望事項に挙げていると思うのです。

ここが解決できれば、女性のゴルフ（スポーツ）参加は大きく前進します。
図1は、表1の項目をパレート図にしたものです。パレート

図 1. 女性のスポーツの実施阻害要因



の法則によれば、全体の80%は上位20%の要素で決定しているというものです。阻害要因のトップのいくつかに対策を打てば、より大きな効果が得られる、はずなんです。といっても政治マターはゴルフでは対処できませんから、関係すると思われる項

目を、私見でピックアップしました。年齢で差が出ますので、女性全体（図2-1）と女性30〜40代（図2-2）を並べました。女性全体では、阻害要因の1位は体力の衰えで、2番目は面倒くさいでした。3番目のお金

図 2-2. 女性30〜40代の阻害要因

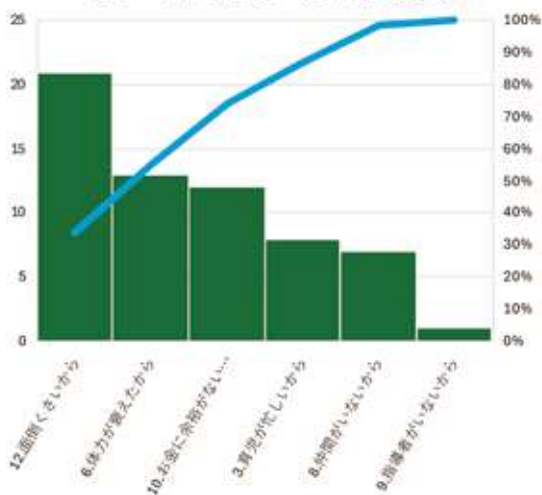
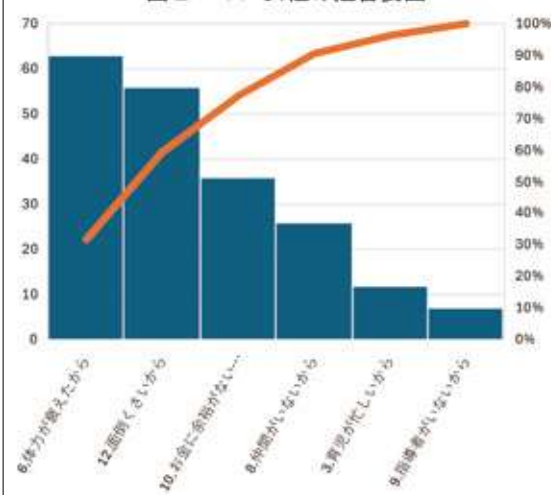


図 2-1. 女性の阻害要因



に余裕がないと次の仲間がいないうまでで90%を占めます。30〜40代では面倒くさいが一番です。以下、体力、お金の余裕と続き育児で忙しいが4番目にきて、この4項目で90%近くを占めます。やはり、30〜40代は育児が阻害要因に登場します。育児がトップ3に入っていないのは、ゴルフをしている女性の意見ですから、何らかの解決方法がとられているのかもしれないですが、もう少し詳しい調査が必要です。ところで、振

興対策となると、女性全体と30〜40代で阻害要因の順位に違いがあったように、女性だからと一括りにできないことがお分かりいただけると思います。集客対象のセグメントが明確でなければ、ニーズと合わないわけですから、狙ったはずの女性は反応してくれない可能性が出てきます。セグメントの重要性が分かりたいだけだと思います。ターゲットは各ゴルフ場で違うでしょうが、対策として考えられるのは、体力の衰えは、ゴルフの運動強度がそれほど高くなく（厚生労働省のMETsを参照）、体力維持という点ではゴルフは効果が期待でき、フィットネスとの連携を組み合わせることで、訴求効果は期待できると思われる。この点は強調すべきです。

お金に余裕がないは、ゴルフ施設側での工夫が求められるところ。ゴルフ料金を含めて、女性にとってラウンドしやすい9ホールといったパッケージ化とリーズナブルな料金設定も考えられます。仲間がいない

からという理由は女性全体では4番目に挙げられており、仲間が重要なキーワードです。

ところで、気になっていると思いますが、面倒くさいという厄介な阻害要因が30〜40代のトップにあり、女性全体でも2位に挙がっています。女性に限らないのですが、この面倒くさいは、様々なところで取り上げられます。ちよつとググっていただければ参考になると思います。是非、面倒を探してみてください。

阻害要因の面倒の正体

ここで、面倒について考えてみましょう。

心理学的には「面倒」と感じる要因は次のような点が指摘されています。

- ・ **認知的コスト**（判断・選択する手間。例…どこでやる？何をやる？予約方法は？）
- ・ **身体的コスト**（移動や準備が面倒。例…用具の持ち運び、天気への対応）
- ・ **社会的ハードル**（1人では行

きにくい、目立ちたくない、不安）

・ **モチベーションの欠如**（やつても意味があるのか？）と、感じているから面倒という発想になるそうです。ゴルフに限らず思い当たる節がありませんか。

いずれにしても、女性にゴルフを始めていただくためには、この面倒くさいという心理への理解と、暗くて深い河なのか高い壁なのか分かりませんが、これを克服してもらおう取り組みが重要になります。

面倒に対する一般的な対応を次の表にまとめました。

分かりやすい事例が、ライザップ（RIZAP）の取り組みです。入会すれば、スケジュール管理はしてくれまし、否が応でも習慣化させてくれます。もともと向上心というか、目標を持った会員ですから、少しずつ（この少しが重要）課題を解決することで小さなご褒美（成体験）が得られ、承認欲求が満たされ、満足感が得られて、次のステップへと進めることに

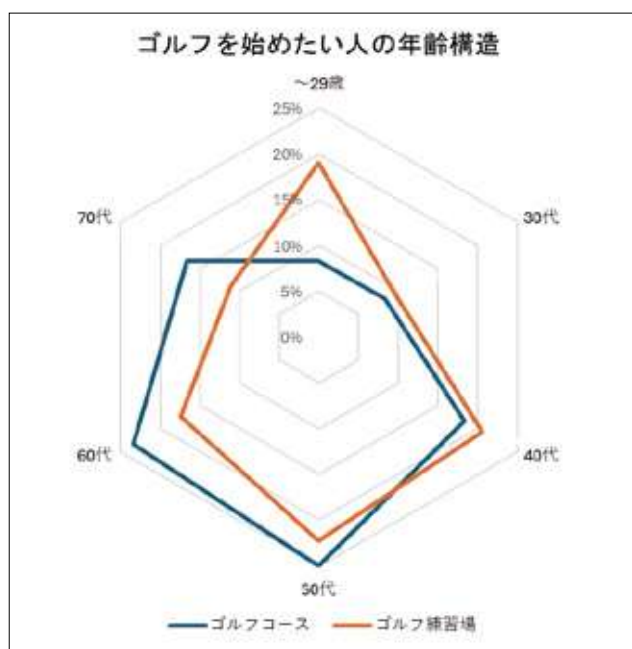
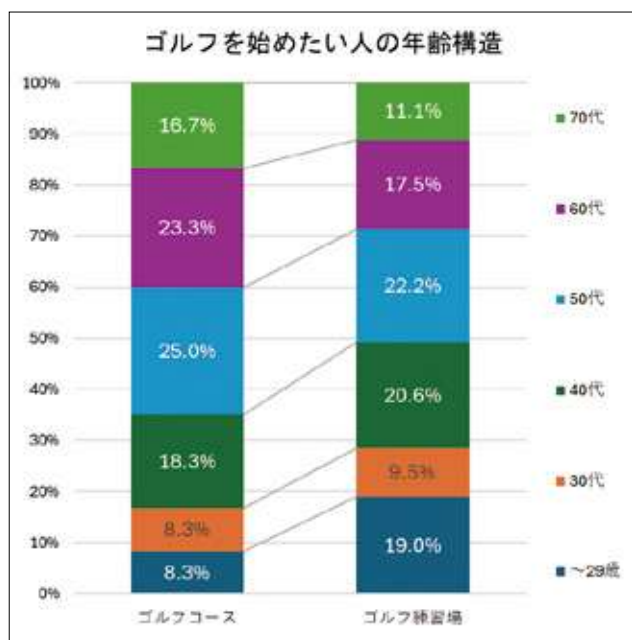
面倒への対応策

戦略	内容	効果期待
自動化・簡便化	手間や選択を省く	◎
行動導線化	「ついで」にできる	◎
習慣化	ルール化と通知で背中を押す	○
仲間づくり	孤独を解消・参加の安心感	◎
小さなごほうび	楽しさや達成感の演出	◎

なります。

多くのゴルフ練習場の立地は、生活者の居住空間にあるわけ。女性の日々の生活の中での空き時間を有効に活用してゴルフ





フに触れる機会を創出することが、新規需要の発掘になります。行動導線化の「ついで」を上手く活用したマーケティング事例がチョコザップで、手軽さと利便性を強調した戦略が成功した背景には、徹底的なターゲット分析（STP）と競合との差別化がポイントだとされています。この手法は、練習場運営の参考になるはずです。

練習場との一貫したサポート体制が必要

本稿のテーマである女性をゴルフに誘う取り組みですが、既存の女性ゴルフアーの満足度向上は、JGAや各ゴルフ団体が取り組んでいるゴルフコンペや各種イベントの開催で取り組める課題かもしれませんが、最大のテーマは人口減少社会にあって重要性を増す新規女性ゴルフ

アーの獲得です。これは、ゴルフ場だけ、ゴルフ練習場だけといった業態で分けた個別の取り組みでは効果が限られます。ゴルフ施設や用品メーカーなどが連携して取り組まなければいけないテーマです。

左のグラフは、ゴルフを始めたいと答えた女性の年齢構成です。ゴルフコースと練習場では年齢構成に明確な違いがあることが分かります。特に若い世代の練習場への参加意識は高いものがあります。そもそもゴルフ練習場でゴルフアーは育つてきた歴史（経験）があります。下のレーダー図を見ると練習場世代がコース世代へとシフトする、できる様子がよくわかると思います。このことからゴルフコースと練習場がリンクする重要性とその効果に期待していると思うのです。

面倒のテーマに戻りますが、面倒という心理の裏には「不安」や「孤独」が隠れているといわれ、目的を共有する人がいれば、面倒の壁が低くなります。また、ゴルフは誘い・誘われるといった両者の強い関係性が分かっています。新規ゴルフアー育成には、技術の取得も重要ですが、始めたい人にコースデビューまでの一貫したプログラムを、近い将来の自分（ゴルフアー）の姿を想像させることは壁対策としても重要です。