

# ハウレーカ!

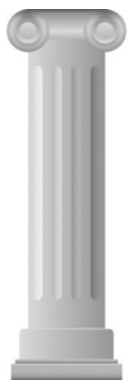
なるほど、そうか

第31回

## あなたのコースのゴルファーを理解する

— USGAの提案：どうすればゴルファーの満足度を高められるのか —

喜田任紀



10月号でUSGAの2万人ゴルファーアンケートを紹介しました。アンケートの結果からゴルファーをいくつかのタイプに分けてゴルファー像を明確にしていますが、各ゴルフ場にとって重要な点は、会員を含めて利用者の特性を見極めることです。顧客のニーズやウォンツが分かれば、ゴルフ場がその欲求に応えれば顧客満足度は高くなり、利用回数が増え、ビジターのリピート利用も増えることとなります。

USGAは、このアンケートを元に「あなたのコースのゴルファーを知ろう」という記事を掲載しています。今回紹介するUSGAの記事を参考に、日本での各種アンケート調査の分析、利用の仕方それぞれのゴルフ場で研究してください。USGAはマーケティングに力を入れていますが、「ゴルファーの特性や嗜好を理解することは、コースの満足度と収益の向上に役立つ」と言っています。

### 注目される要点とは

ゴルファーアンケートでは、8タイプにゴルファーのアーキタイプ（行動パターン）がまとめられ

ています。ゴルフ施設は、このアーキタイプに関する知識を活用することで、ゴルファーのニーズをより十分に応え、満足度を高めることができるようになります。

まず、すべてのアーキタイプのゴルファーは、質の高いプレー条件と速いプレーペースを求めています。より熱心なプレーヤーにとっては、コースのコンディションに対する期待に応え、プレーの遅延でいららさせないことが、リピーターを増やすこととなります。

フォワードティーを提供することは、プレーの質だけでなくプレースピードの改善につながるから、あまり熱心でないゴルファー層だけでなく全てのアーキタイプの欲求に直接応えることとなります。プレーヤーの能力に合ったティーを選ぶ選択肢を提供することが、より多くのプレーヤーが自分の能力に合ったティーを利用することにになり、全体のプレーのペー

スを向上させることとなります。ゴルファーの人口特性、技術レベル、ゴルフをプレーする動機、ゴルフに割く時間や資源はさまざまです。ゴルフコース自体も、ホール数、コースデザイン、コン

デション、価格設定、アクセシ、その他多くの要素は多様で、提供されるゴルフ体験にかなりの違いが出てきます。

コース内には複数のティーオプションがあることは、ゴルファーが自分の実力やラウンドに対する希望に応じて、自分のゴルフ体験をカスタマイズすることができま

す。ゴルフ施設が、現在および潜在的な顧客（潜在ゴルファー）の特性をより正しく理解することができれば、最も効率的でかつ効果的な方法でゴルファーの満足度を高めるためにコースやゴルファーの体験を改善することができます。今回の調査で明らかになったアーキタイプへの理解は、顧客をより深く理解したいと願うコースにとって重要な要点となります。

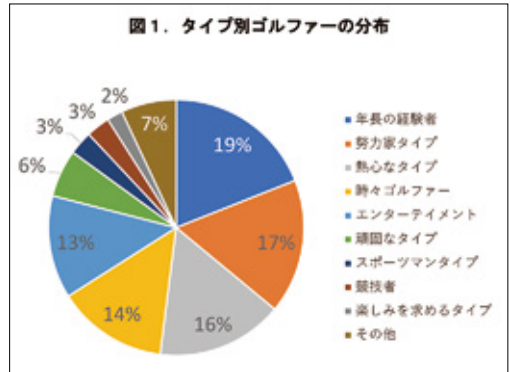
### 異なるゴルファーのアーキタイプへの理解

この調査で特定されたすべてのアーキタイプは、多くの類似した特徴を共有しています。

セグメントを設定するために3つのスキルレベルを定義しています。高スキルのゴルファーは、ハ

が10未満で、パー72のゴルフコースで日常的に70台以下のスコアを出す人たちはです。中レベルのゴルファーは、ハンディキャップが10〜29で、スコアは通常の場合80〜90台。ビギナーゴルファーは29の上のハンディキャップで、普通スコアは100以上です。性別はあまり関係ないようです。8タイプの類型としては次のような特徴が認められます。

- ・たまにしかプレーしない…このタイプは全体の14%を占め、年齢や技術レベルに関係なく、ラウンド数は年間12ラウンド未満です。他のアーキタイプはもっと頻繁にプレーしています。
- ・頑固なタイプ…学習曲線が低く、パフォーマンスの期待値が低く、ゲームを始めたばかりである可能性が高いタイプです。ゴルフ人口の6%を占め、技術レベルが低い。年間12ラウンド以上プレーする。
- ・楽しみを求めるタイプ…このタイプは、プレーを楽しむことだけが重要で、社交的な面を重視します。スコアを記録することは重要ではなく、他人と競わず、楽しむこと以外の理由のためにプレーすることはありません。ゴルフア



の2%を占めています。

- ・アスリートと頑固なタイプ…ゴルフスキルは中程度で、年間12〜52ラウンドプレーするゴルファーです。このセグメントで注目される点は年齢です。アスリートゴルファーは、ゴルフ人口の3%を占め、年齢は50歳未満で、他のスポーツ経験者で、後にゴルフを始めるケースが多い。
- ・努力家タイプ…はゴルフ人口の17%を占め、50歳以上です。
- ・熱心なタイプ…このグループは、ゴルフに情熱を傾ける「週末の戦士」です。ゴルフ人口の16%を占め、技術レベルは中程度で、年間

52ラウンド以上プレーしています。

- ・競技者とベテラン…この2タイプはゴルフ技術レベルが高く、唯一の違いは年齢であり、最高のゴルフアといえます。競技者はゴルフ人口の3%を占め、50歳未満で、ベテランはゴルフ人口の19%を占め、50歳以上でありかつゲームの規範とクラシックコースの完全性を維持したいという強い願望を持っています。

なお、13%はコース外の施設参加者のみであり、回答者の7%はその他に分類されていることから、8タイプのアーキタイプがゴルフアの80%を占めています。

### アーキタイプ別特徴

ゴルフ施設は、年間プレー回数、プレーの理由、スキルレベル、年齢層を網羅した四つの質問（アンケートは5分以内に回答できるような設計）から、コースをプレーするゴルファーのタイプを定義しています。USGAは、この情報をどのように活用し、プレーする個々のタイプのゴルファーがコースの何に関心を持っているかをより良く理解し、彼らの経験を向上させ、どのように収益を増やすため

のヒントを得ることができかを次のように説明しています。以下のアーキタイプ別説明は、プレー回数と年間支出額に基づいて想定される「こういうゴルファー」ですというベルソナと言えます。

- ・エンターテイメントゴルファーは、都会に住み、独身で、若く、女性で、子供がいない傾向がある。
- ・たまにしかゴルフをしない人は、独身で、若く、女性では、18歳未満の子供がいる傾向がある。年間ゴルフ費用は中央値より少ない。

- ・頑固なゴルファーは、年齢が高い傾向があり、年間のゴルフ支出は少ない。
- ・アスリートゴルファーは、都会に住み、独身で、若く、子供がいない傾向がある。ゴルフに費やす年間支出は少ない。

- ・努力家タイプのゴルファーは、年齢が高い傾向があり、それ以外は一般的なゴルファーの傾向に似ている。
- ・楽しみを求めるゴルファーは、年齢が高く、カートに乗ることが多い傾向がある。

- ・競技ゴルファーは、独身で若く、

子供がいない傾向がある。彼らは一般的に他のタイプのゴルフアーよりも多く歩く。

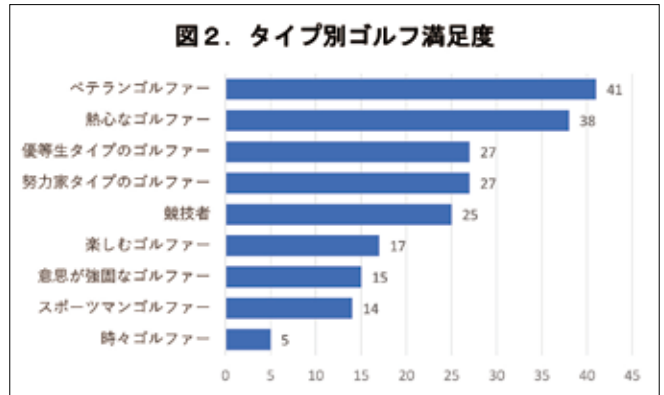
・熱心なゴルフアーは、年齢層が高く、プライベートコースでの年間ゴルフ費用が高い傾向がある。

・ベテランゴルフアーは、年齢が高く、プライベートコースでの年間ゴルフ費用が多く、一般的なゴルフアーよりも歩く頻度が高い傾向がある。

### ●満足度を高めるための視点

ネット・プロモーター・スコア(NPS)は、市場調査の指標として広く使われている指針で、通常、回答者に企業や製品、サービスを友人や同僚に薦める可能性を評価してもらう手法です。NPSは製品の顧客体験を測定し、顧客体験プログラムの指標として役立ちます。この調査で示されたNPSスコアは、ゴルフアーの満足度について一般的に測定されるよりも低く、サービスおよびエンターテインメント業界全般と比較してもかなり低いものでした。

図2は、ゴルフ・ラウンドのアーキタイプ別の総合NPSを示し



ています。平均NPSは27で、四つの満足レベルに分類されました。

最も満足度が高いのはベテランゴルフアーで、次いで熱心なゴルフアーです。努力家タイプと競技者はほぼ平均的な評価でした。次のグループは、NPS値が全体平均を大きく下回っています。頑固なタイプ、楽しみを求めるタイプとアスリートタイプです。4番目は、たまにラウンドするタイプで、最も満足度が低かった。

ここで、もしあなたのゴルフ場の顧客ベースに満足度の低い典型的なグループの割合が高ければ、ターゲットを絞ったプログラムを通じてゴルフアーの体験を改善する大きなチャンスがある可能性があります。高いこととなります。また、このようなグループの体験を改善することで、一部のプレーヤーをより熱心な層に移行させることができるとも考えられます。

USGAの調査からは、満足度の低いゴルフアーは、スコアが通常100を超える人たちで、正確性に欠ける人、飛距離の短い人、女性、若い人、公共施設利用ゴルフアーである傾向があることも分かっています。これらのグループのNPSスコアは9〜19であり、本調査の平均満足度スコア27を大幅に下回っています。あなたの施設が現在このようなプレーヤーを多く受け入れている場合、またはこのようなプレーヤーの数を増やしたいと考えている場合は、このようなプレーヤーのゲームに適したコース距離を設定し、均一な品質で整備されたフォワードティーやティーティングサービスの拡大・充実など、的を絞った改善を行う

ことで、彼らの満足度と利用拡大につなげられます。このようなプレーヤーは一般的に満足度が低いと認識するだけでも、コースやサービスの効果的な改善を行うための重要な第一歩となります。

我々は、コースのコンディショニング、特にグリーンがゴルフアーの満足度にとって決定的に重要であることを知っています。このことはよく知られているため、今回の調査項目にはコースのコンディショニングは含めませんでした。プレーアーは、ティーの選択やコース距離の長さとの相関関係があるため、調査項目とし、ゴルフアーの意思決定に焦点を当てることから、ホール距離、ティー、コース全長にポイントを置きました。その結果、今回の調査において、ゴルフアーの満足度に「非常にポジティブ」な影響を与えられると思われるタッチポイントのトップ3は、すべてのセグメントで以下の通りの結果となりました。

1. コース内の他の人のプレースピード (63%)
2. プレーペース基準に従わないゴルフアーに対する是正措置 (51%)

3. 均一で平坦に整備されたティーボックス(46%)

これら総合的に見た上位のタッチポイント、適切な距離にある質の高いティーの重要性を明示しています。適切な場所にティーがあることはゴルフコースの方程式の一部ですが、ティーの質も重要です。ティーが平らで安定した品質でなければ、ゴルフアーはそのティーを使いたがらなかつたり、使っても満足度が低かつたりします。さらに重要なことは、ゴルフアーの実力に合ったティーを用意することが、ゴルフ施設全体のプレーのペースにとって重要だということです。ゴルフアーが自分の実力と飛距離に合ったティーでプレーすれば、スコアは良くなり、プレーペースが速くなり、ラウンドをより楽しめるようになります。

### 各タイプの結論と提言

すべてのゴルフアー層が適度なプレーペースを求めている。ペー  
ス向上のためにゴルフ施設を改善  
することで、ゴルフアーの満足度  
を高め、収益機会の増加につな  
がります。

たまにしかプレーしない層にと

って、ゴルフは月に1回以下であ  
っても「重要」です。彼らは、平  
均スコアは多く、正確性に欠ける  
ゴルフアーであると「自認」して  
います。彼らはフォワードティー  
を使うことが多く、一般的に競争  
心は低いものです。もし彼らがフ  
ォワードティーで質の高い経験を  
すれば、もつとゴルフをするよう  
になるでしょう。また、若くて独  
身のゴルフアーが多いため、他の  
ゴルフアーと交流する機会も有益  
です。

これらの推奨事項は頑固タイプ  
のゴルフアーにも当てはまります  
が、実は、この層にとってはより  
重要であることは間違いありませ  
ん。この層のゴルフアーは、プレ  
ー回数が多く、自分が何を求めて  
いるかを知っています。彼らは、  
ゴルフの能力に合わせてティーグ  
ラウンドを用意することが、スコ  
アメイクの機会につながり、プレ  
ーのペースを向上させることから、  
満足度を高めるために重要である  
ことを、特に述べておきたいと思  
います。行動調査によると、この  
ようなゴルフアーは、実は、指導  
(十分な尊敬をもつて)を受ける  
ことで満足度が向上し、より多く

のゴルフプレーを体験し、ゴルフ  
施設は収益機会を増やすことにつ  
ながります。

アスリートタイプと努力家タイ  
プのゴルフアーは、「すべてのゴ  
ルフアーが楽しめるコース設計」  
が特に重要であると述べています。  
行動調査によると、これらのゴル  
ファーは、より速くプレーできる  
オプション(フォワードティーな  
ど)や、多忙なスケジュールにゴ  
ルフを組み込む機会を増やすよう  
な提案があれば、顧客にメリット  
が発生することになります。

楽しさを求めるゴルフアーは、  
楽しさがすべてです。彼らをイラ  
イラさせることがなければ、何度  
でもコースに戻ってくるでしょう。  
特に、来場された際の社会的満足  
を向上させる機会を提供すればな  
おさらです。

熱心なゴルフアー、競技者、ベ  
テランゴルフアーは、良いプレー  
ペースと良いコースコンディショ  
ンを求めます。彼らの期待に比べ  
質の高い体験を提供すれば、彼ら  
は頻繁にゴルフをするようにな  
ります。

他の調査項目からの分析と提案  
記事も掲載されています。回を改

めて紹介したいと思います。

USGAもR&Aも、ゴルフアー  
の満足度を上げるポイントにテ  
ィーの多様性とプレーペースの重  
要性を指摘しています。まさにこ  
の二つのテーマは、マーケティング  
の神様といわれるフィリップ・  
コトラー博士が大事だと指摘して  
いる顧客の「認識していない問題」  
だと思えます。USGAもこの問  
題をアンケート結果からあぶりだ  
していると言えます。記事からは、  
USGAはマーケティング思考な  
んだとわかります。

JGAホームページからR&A  
の「日本のゴルフ業界の調査レポ  
ート」がダウンロードできます。  
USGAの調査結果と合わせてゴ  
ルフアーの「ゴルフとあなたのゴ  
ルフ場に求めるもの」を研究して  
ください。米国ゴルフアーのニー  
ズと日本のゴルフアーのニーズと  
の間に差を感じられるかもしれま  
せんが、ゴルフアーとゴルフ場が  
もつと理解を深めることが、人口  
減少社会でのこれからの日本のゴ  
ルフでは必要だと思います。それ  
につけてもUSGAは加盟倶楽部  
のメリットを考えていますね。