

# ハウレーカ!

なるほど、そうか

第38回

## ゴルファーのスポーツ意識を深掘り 2

— ゴルフを始めた／再開した理由を分析する —

喜田任紀



スポーツ庁の「スポーツの実施状況等に関する世論調査」から、ゴルファーはゴルフに何を求めているかを紹介しています。今回は、ゴルフを始めた・再開した理由の分析です。昨年も同じようなデータを掲載しましたが、結果は、ゴルフは誘い誘われて始めるものだと結果に変わりはないのですが、統計的な側面から裏付けを考えてみました。要は、ゴルフは初心者も休眠ゴルファーも誰かが、ゴルフに行こうよと誘うことでゴルフを始める機会が創出されるということです。ゴルフ場はそうした環境整備にもっと関心を持つべきだと思います。これはゴルフ場だけでなくゴルフ関係者すべてですが。

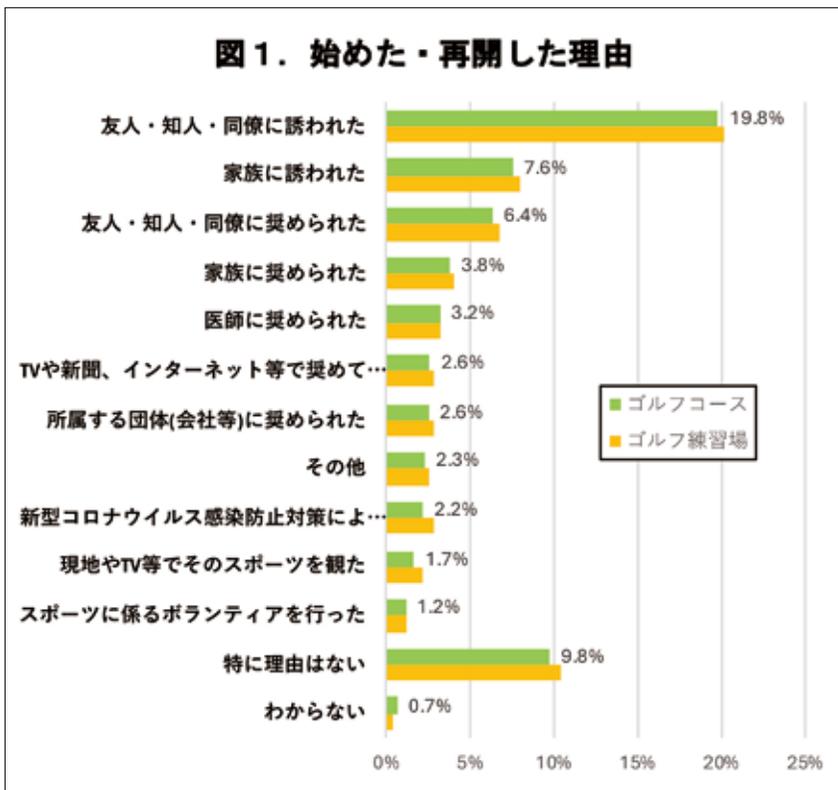
### ゴルフ振興で参加率をどう考えればいいか

本題に入る前にゴルフ振興に取り組む際の目標について考えてみてください。日本ゴルフ協会（JGA）も中期事業計画でKPIという目標値の設定を書

き込んでいますが、具体的な数値がまだ書かれていません（発表されていないだけかもしれません）。中期計画の目標はゴルフ振興ですから、いづれにしても実現したい目標が数値で書かれるはずですが。

ここで考えて欲しいのが、KPIを仮にゴルフ実施者数としたとき、書き込む数値は参加率がゴルフ人口かという点です。人口減少社会となった現在、参加率を採用すると対象人口が減少するのだから現在の参加率を

図1. 始めた・再開した理由



採用すると必然的にゴルフ人口は減少するという前提に立つという事です。シュリンクするマーケットを前提にしたゴルフ振興もやむなしと考えることもアリですが、少なくとも議論を通じて理解を深め、業界としての意思決定と経過を含めた情報共有が必要です。

### なぜゴルフを始めたのか

図1はゴルフを始めた/再開(概ね5年以上未実施)した理由をグラフにしたものです。ゴルフ練習場のデータも表示しています。ゴルフコースと練習場で差のないことが分かります。ほぼ同じ理由で始めており、再開しています。

その結果は図1にあるように1位が友人・知人・同僚に誘われたで、19・8%とほぼ2割です。家族に誘われたが続きます。続くのが奨められたです。一緒にラウンドしてくれたかどうかは分かりませんが、誰かがゴルフを「したら」と声をかけてくれた結果です。ゴルフを始める

きっかけとしてどれだけゴルフアが介入(介入ですよね)しているかが分かります。ゴルフアを増やすためには既存のゴルフアを活用するの一番と納得されるでしょう。

理由の中で、TVや新聞、インターネット等で奨められた(2・6%)と現地やTVで観た(1・7%)、ポランテアを行った(1・2%)とメディアが介入することでゴルフを始めるきっかけとなっています。ただ、メディアの力は大きいと思います。第一はゴルフアの力によるところが大きいことが分かります。これは前号で触れたゴルフをした理由にあるように肉体的、精神的健康理由が一番ですが、友人・仲間との交流が25%、家族とのふれあいが7%と合わせると3人に1人

### Q21. 前問で回答した運動・スポーツを初めて実施した(または再開した)きっかけ(MA)

#### ゴルフコース

	計	家族に誘われた	友人・知人・同僚に誘われた	家族に奨められた	友人・知人・同僚に奨められた	医師に奨められた	所属する団体(会社等)に奨められた	TVや新聞、インターネット等で奨められた	現地やTV等でそのスポーツを観た	前問で回答したスポーツに係るポランテアを行った	新型コロナウイルス感染防止対策によるスポーツの価値(必要性)への気づきがあった	その他	特に理由はない
全体	5.5%	7.6%	19.8%	3.8%	6.4%	3.2%	2.6%	2.6%	1.7%	1.2%	2.2%	2.3%	9.8%
男性	9.4%	6.5%	20.0%	3.7%	6.4%	3.4%	2.7%	2.5%	1.7%	1.0%	2.2%	2.2%	10.3%
女性	1.6%	13.5%	18.7%	4.6%	6.4%	2.4%	1.5%	3.7%	1.5%	2.1%	2.4%	2.8%	7.0%
10代	1.0%	22.2%	33.3%	22.2%	33.3%	33.3%	22.2%	22.2%	11.1%	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%
20代	3.0%	12.4%	34.0%	10.5%	10.5%	4.6%	7.8%	7.8%	3.9%	3.9%	3.3%	2.6%	7.8%
30代	3.7%	10.4%	31.8%	4.7%	5.2%	1.4%	6.2%	5.7%	2.8%	2.8%	3.8%	3.3%	11.4%
40代	4.5%	8.6%	22.8%	3.8%	8.0%	3.6%	2.4%	2.1%	2.1%	0.9%	2.7%	2.1%	9.2%
50代	6.4%	8.0%	18.5%	2.6%	5.4%	3.0%	1.7%	1.7%	1.3%	1.1%	1.5%	2.2%	11.6%
60代	7.3%	5.7%	15.9%	3.0%	6.8%	3.4%	1.9%	1.7%	1.5%	0.6%	1.7%	3.2%	10.0%
70代	7.9%	5.5%	13.7%	3.1%	4.7%	2.9%	0.7%	1.6%	0.7%	0.2%	2.0%	1.3%	8.4%
男性10代	1.4%	0.0%	33.3%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%
男性20代	4.4%	12.7%	36.4%	10.2%	10.2%	2.5%	8.5%	6.8%	3.4%	2.5%	4.2%	2.5%	7.6%
男性30代	6.1%	8.3%	33.9%	4.4%	6.1%	1.7%	6.1%	6.1%	3.3%	2.8%	3.9%	3.3%	12.8%
男性40代	7.7%	9.2%	23.7%	4.1%	7.8%	3.7%	2.7%	2.4%	2.0%	1.0%	2.4%	1.7%	9.5%
男性50代	11.1%	6.9%	17.7%	2.7%	5.4%	3.4%	2.0%	1.5%	1.2%	1.0%	1.7%	2.2%	12.1%
男性60代	12.7%	5.0%	17.1%	2.7%	6.7%	4.0%	2.2%	1.7%	1.7%	0.7%	1.7%	3.0%	9.9%
男性70代	14.4%	3.7%	12.4%	3.0%	4.8%	3.0%	0.9%	1.3%	0.9%	0.0%	1.7%	1.5%	9.1%
女性10代	0.6%	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%
女性20代	1.4%	11.4%	25.7%	11.4%	11.4%	11.4%	5.7%	11.4%	5.7%	8.6%	0.0%	2.9%	8.6%
女性30代	1.1%	22.6%	19.4%	6.5%	0.0%	0.0%	6.5%	3.2%	0.0%	3.2%	3.2%	3.2%	3.2%
女性40代	1.2%	4.7%	16.3%	2.3%	9.3%	2.3%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	4.7%	4.7%	7.0%
女性50代	1.6%	15.3%	23.7%	1.7%	5.1%	0.0%	0.0%	3.4%	1.7%	1.7%	0.0%	1.7%	8.5%
女性60代	2.1%	10.1%	8.7%	4.3%	7.2%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	1.4%	4.3%	10.1%
女性70代	2.3%	14.9%	20.7%	3.4%	4.6%	2.3%	0.0%	3.4%	0.0%	1.1%	3.4%	0.0%	4.6%

がふれあいを求めていたことからも理解できます。

## 業界人の「始めた理由」の常識を説明すると

スポーツ庁アンケートの1次集計結果にあるようにゴルフを始めるきっかけは「誘い・誘われ」の関係だと業界関係者であれば、これは常識と思われていると思います。しかし、せっかくなにかの項目立てをしているわけですから結果の説明が欲しいと思いませんか。

統計手法に主成分分析という手法があります。マーケティング等で使われますが、なぜその商品が選ばれたかといった需要の背景を分析する一つの方法です。今回のゴルフを始めた・再開した理由の分析結果はこうです（A1の分析情報を含みます）。

1. **性別**：男性と女性では、ゴルフに対する興味や動機が異なる可能性があります。例えば、男性は競争心からゴルフを始められるかもしれませんが、女性は社交の場としてゴルフを始めるか

ゴルフコース

	わからない	特に理由はない	その他	新型コロナウイルス感染症防止対策によるスポーツの価値（必要性）への気づきがあった	前問で回答したスポーツに係るボランティアを行った	現地やTV等でそのスポーツを観た	TVや新聞、インターネット等で奨めていた	所属する団体（会社等）に奨められた	医師に奨められた	友人・知人・同僚に奨められた	友人・知人・同僚に誘われた	家族に奨められた	友人・知人・同僚に誘われた	家族に誘われた	年齢	性別	固有ベクトル
第一主成分	-0.00	-0.12	0.01	0.22	0.33	0.30	0.31	0.28	0.22	0.20	0.20	0.29	0.28	0.23	-0.51	0.12	0.12
第二主成分	-0.00	-0.03	0.01	-0.03	-0.03	-0.06	-0.03	-0.08	-0.06	-0.04	-0.08	-0.03	-0.08	0.08	0.05	0.98	0.98
第三主成分	-0.01	-0.12	-0.02	0.19	0.20	0.23	0.20	0.10	0.23	0.11	-0.08	0.21	-0.08	0.11	0.82	0.01	0.01

因子負荷量

第一主成分	-0.01	-0.19	0.01	0.37	0.55	0.49	0.51	0.46	0.36	0.33	0.47	0.40	0.36	0.36	-0.58	0.14	0.14
第二主成分	-0.02	-0.04	0.02	-0.05	-0.04	-0.09	-0.04	-0.11	-0.09	-0.06	-0.04	-0.10	-0.06	-0.09	0.04	0.99	0.99
第三主成分	-0.06	-0.16	-0.02	0.27	0.27	0.32	0.28	0.14	0.32	0.14	0.29	0.29	0.14	0.15	0.79	0.01	0.01

- もしかありません。
- 年齢**：年齢もまた、ゴルフを始める理由に影響を与えます。若い世代は新しい経験に対して開放的で、ゴルフを始める動機付けも多様であるはずです。
- 家族に誘われた／奨められた**：家族からの誘いや奨めは、ゴルフを始める強力な動機となります。家族は信頼関係があるため、その影響力は大きい。
- 友人・知人・同僚に誘われた／奨められた**：友人や知人、同僚からの誘いや奨めも、ゴルフを始める動機に大きく寄与します。これらの人々との社会的なつながりは、ゴルフを始める動機付けになります。
- 医師に奨められた**：医師からの奨めは、健康上の理由からゴルフを始める動機となります。
- 所属する団体（会社等）に奨められた**：所属団体からの奨めは、社会的なつながりや所属意識からゴルフを始める動機となります。
- TVや新聞、インターネット等で奨めていた**：メディアは情報の提供者であり、視聴者の意見や行動に影響を与えます。ゴルフの楽しさや健康への利点を強調するメディアの報道は、人々がゴルフを始める動機を促します。
- 現地やTV等でそのスポーツを観た**：ゴルフを観ることは、そのスポーツに対する興味を引き出し、自分自身で試してみたいと思う動機を生み出します。
- スポーツ（ゴルフ）に係るボランティアを行った**：ボランティア活動は、そのスポーツに対する理解と興味を深め、自分自身で試してみたいと思う動機を生み出します。
- 新型コロナウイルス感染症防止策によるスポーツの価値（必要性）への気づきがあった**：新型コロナウイルスの感染防止対策

策により、スポーツの価値や必要性に気づく人が増えました。

ここまででは皆さんの分析と同じ結果だと思います。分析表の第1主成分から第3までは、それぞれの要素（項目）の関係性からグループ分けした結果です。

知りたいことはこうした要素の背景です。これを説明するのが因子負荷量です。ゴルフを始める動機とゴルフとの関係性です。値はマイナスイから1までの範囲にあり、因子負荷量の絶対値（です）が大きいほど、ゴルフとの強い相関が存在していることを意味します。

## ゴルフを選ぶ背景を知る

ではどんな背景が指摘されるのか。また、ゴルフを始めた・再開した理由の分析ですから、背景要因を知ることでゴルフ人口の増加、プレー回数の増加に強く影響を与える因子が分かることとなります。

**1. 社会的影響**…家族や友人、知人、同僚からの誘いや奨めは、ゴルフを始める強力な動機とな

ります。これらの人々との社会的なつながりは、新しくゴルフを始める動機付けになります。

**2. メディアの影響**…ゴルフの楽しさや健康への利点を強調するメディアの報道は、人々がゴルフを始める動機を提供します。

**3. 新型コロナウイルス感染症 対策によるスポーツの価値（必要性）への気づき**…項目としては、ゴルフをする主要な理由である健康との関係性と言いかえてよいと思います。

第一に上げられる社会的影響では、家族や友人、知人といった信頼する人々からの推奨や誘いは、ゴルフを始める強力な動機となることを説明しています。

したがって、ゴルフへの参加を増やすためには家族や友人、知人といった社会的なつながりが基本だという事実を強く再認識する必要があります。

そして、ゴルフを始めたい、再開したいと考えている人々をゴルフに誘導するためには、すでにゴルフアールとして活動している人々が他の人々を誘いやす

い環境を整備することが重要という結論になります。これは、家族や友人、知人からの誘いや奨めが、新しい活動を始める強力な動機となるためです。

具体的には、ゴルフクラブやゴルフ場は、メンバーがゲストを招待しやすいような制度を設けることが有効です。例えば、ゲスト割引や初心者向けのクリニックを提供、充実することが考えられます。また、ゴルフトーナメントやソーシャルイベントを定期的に開催し、メンバーが友人や家族を誘いやすい機会を作ることも効果的です。

ゴルフ業界全体としては、ゴルフの楽しさや健康へのメリットを広く伝えるためのキャンペーンやイベントを継続して行うことが重要です。これにより、ゴルフに興味を持つ人々が増え、ゴルフアールが他の人々を誘いやすくなります。

具体的なインセンティブを設定するためには、さらに詳しい調査が必要になります。これは、インセンティブが効果的である

ためには、それがターゲットとする人々のニーズや動機に合致している必要があるからです。

例えば、若い世代をターゲットにする場合、彼らがゴルフに価値を見いだす可能性のあるインセンティブを考える必要があります。これは、ゴルフ技術や社会的なつながりの強化、新しい経験の提供など、若い世代が重視する要素を反映したものであるべきです。また、男性と女性ではゴルフに対する興味や動機が異なる可能性があるため、性別によって異なるインセンティブを設定することも考慮するべきです。さらに、家族や友人、知人、同僚からの誘いや奨めがゴルフを始める強力な動機となることを考慮に入れ、身近な人々をゴルフに誘いやすい環境を整備することが重要です。

人口減少社会と共存するゴルフを求めるなら、まず施設提供側のゴルフコースが、気軽にゴルフができる環境を整備ということです。