

ゴルファーの実態調査からみる今後のゴルフ場経営の在り方に関する研究

A study of golf course management from the view point of the research on the needs of golf players

1K04B187-0

広兼 祐介

指導教員

主査 木村和彦先生

副査 武藤泰明先生

1. 緒言

現在日本のゴルフ界は、変革の時代を迎えているといえる。ブリヂストンスポーツは2007年度版現代ゴルファーのライフスタイル調査で、「宮里藍・石川遼人気や、プレー料金の低下、サービス合戦などで若者がゴルフを楽しむ環境が飛躍的に向上した」と説明している。また同時に「今後、ゴルフは若者に影響を与えていく」と見ている。ジュニア世代の盛り上がりで一気にマーケットの若返りが加速し、中高年層にも刺激を与え「超世代ゴルフブーム」が到来すると予想している。また、エポックメイキングな出来事として、昨今の外資系ゴルフ場の台頭にも注目をし、彼らが大々的に掲げている「カジュアルゴルフ」が実際ゴルファーにどのように認知されているのかということも、大変興味深かった。そしてゴルフの練習を行う度に、筆者自身の皮膚感覚ではあるが、ゴルフをする若い人が増えているように感じていた。このような背景と、筆者自身が大学のゴルフ部に所属していたこと、そしてスポーツ経営学を専攻していることから本研究に着手することにした。本研究の結果が、今後の日本のゴルフ界の健全な発展のための資料となれば幸いである。

2. 研究目的

本研究の目的は、ゴルファーの属性を把握し、属性別のゴルフ場評価基準(ゴルファーニーズの細分化)を平均値で出し、ゴルファーの望むプレースタイルがカジュアル派もしくは、トラディショナル派に分類できることを明らかにし、今後のゴルフ場に求められる経営やサービスについての提言をしたい。

3. 研究の方法

調査内容:調査内容は、i)個人属性、ii)ゴルフプレー目的、iii)プレー同伴者、iv)カジュアルゴルフについての賛否、V)ゴルフ場の評価基準、VI)プレースタイルについての6項目の質問を用意した。V)とVI)では、質問の答えを(1.大変あてはまる～5.全くあてはまらない)の5段階評価で回答してもらった。これを二箇所のゴルフ練習場で、ゴルフの練習を目的で来場した一般ゴルファーに対して調査を実施した。

<調査1>

- ・調査日:11月11日(日)

- ・調査場所:ロッテ葛西ゴルフ練習場(東京都江戸川区)
- ・調査対象:1階、2階、3階で打席待ちをしているゴルファー
- ・調査方法:対象者に直接質問用紙を配布し、その場で記入、回答してもらい回収(訪問式留置法)
- ・回収数:222人

<調査2>

- ・調査日:11月12日(月)
- ・調査場所:カシワゴルフ練習場(東京都立川市)
- ・調査対象:練習目的で来場しているゴルファー
- ・調査方法:対象者に直接質問用紙を配布し、その場で記入、回答してもらい回収(訪問式留置法)
- ・回収数:105人

- ・二日間の合計回収数:327人(回収率100%)

全てのアンケート結果を、Excel 2003により単純集計したデータを、Statworks 及び SPSS 12.0 for windows により統計処理、分析した。

4. 結果・考察

今回の調査結果から、ゴルファーの求める理想のゴルフスタイルは、よりカジュアルなもののヘシフトチェンジしていることが理解できた。そしてここに昨今の外資系ゴルフ場の台頭の理由を見つけることができた。外資系ゴルフ場が行っているサービス(自由なプレースタイルの提供)が特に若い世代(20代・30代)のゴルファーに支持を受けていることが示された。しかし、一方ではマナーやエチケットが形骸化してしまうという危惧を抱く意見も多く存在する。各ゴルフ場は、今後いかに多様なニーズを抱えるゴルファーの満足度を上げ、リピーターとして繋ぎ留めていくかが重要であると考えられる。特に今回のアンケート結果からも、接客サービスやコースコンディションの質は、各ゴルフ場が志向するスタイルやグレードによって求められるものに差があるものの、顧客満足度の向上に大きな影響を与える要素として重要であることが示された。

今後全国のゴルフ場は、本当の意味で競争の時期を迎えると考えられる。常に顧客満足度を上げる姿勢を保ち、体力比べの低価格戦略だけでなく、様々な方法を駆使して、集客方法やマーケティング手法の改革を行うといった経営努力が求められていくだろう。