

## ゴルフ練習場における利用者の行動と心理に関する研究

### —A ゴルフ練習場利用者を対象に—

## Research on users' behavior and psychology in a driving range

1K08B202-0 宮地弘和

指導教員 主査 松岡 宏高先生 副査 木村 和彦先生

#### 【目的】

ゴルフ練習場での消費金額は年々減少しており、施設数も縮小傾向にある。この理由とは、ピーク時の乱立による競合、延べ利用者数の減少、客単価の低下などが大きな要因である。さらに、経営上でも多くの問題を抱えているのである。このような現状に対して、今後のゴルフ練習場の有り方とは、これまでの打席と球を貸すだけの装置産業という概念から脱却し、様々な施策を案ずることの必要性をレジャー白書では述べられている。そこで、新たな施策を行うにあたり、より詳細な顧客動向の把握が必要だと思われる。

これらの理由から、本研究ではゴルフ練習場を利用する顧客の行動、来場動機、他店舗との選択基準、施設への期待等を調査し、取得したデータを分析することを目的とする。そして本研究が今後のゴルフ練習場経営における最適な施策を導くための資料となることを研究の意義とする。

#### 【方法】

2011年11月11日、12日にA練習場の顧客131名を対象に、質問紙調査およびインタビュー調査を実施した。実施方法は練習終了後のロビーにて記入を依頼し、記入後即回収とした。また、A練習場スタッフにも協力を得て実施した。

計14の質問項目を設定した質問紙では、属性を測る項目以外に、練習場内の行動に関する質問を5項目設定し、1つの質問に対し、3～5の選択肢を設け、あてはまるものの1つを選択させる形式とした。来場動機と興味を測る質問では、6～7つの選択肢群からあてはまる内容すべてを選択させる形式とした。競合店舗の調査では、自由記述方式で行った。さらに、練習場選択動機の質問では「1：重要ではない」から「5：重要である」までの5段階尺度で測定し、1から5までの得点を与えて数量化した。そこでこれらの設問から得られた結果の集計および分析には、PASW Statistics18を用い、検討内容に応じて平均値の比較やクロス集計での分析を行った。

また、来場者へのインタビュー調査では、他店との選択動機について聞くことを重視し、経営スタッフへのインタビューでは、現在の効果的な戦略について聞くことを中心に行った。

#### 【結果】

得られた回答人数は全131名で、男女比率は、男性が109名(83.2%)、女性は22名(16.8%)であった。そして、質問紙の回答から、年齢、性別、スキル、来場頻度などの基本属性を抽出し、これをグループ化したものと、来場目的、練習場への期待、練習場の選択動機などの回答と掛け合わせて様々な比較を行った。

その結果、全来場者の最大の目的が「上達」であることがわかった。同時に、上達以外の目的も存在することも明らかとなった。さらに、目的や期待、選択条件の重要度が技術によって異なることも明らかとなった。また、顧客と装置のみで成り立つ産業であるにもかかわらず、来場者の多くがスタッフおよび来場者同士の関係も欲していることを質問紙調査やインタビューで確認することもできた。そしてこれらの結果を数量化した分析を行う以外にも、コトラによる5つの製品レベルの定義に振り分け、顧客ごとの中核ベネフィット（上達など）、基本製品（設備など）、期待製品（社交場など）、膨張製品（道具など）、潜在製品（快適な空間など）といったニーズやウォンツを検討した。

#### 【考察】

今後のゴルフ練習場に求められるのは、スタッフによる接客の強化や、地域コミュニティスペースとしての場の確立などの要素を取り入れることではないだろうか。これを行うためにはより詳細な商圈分析と、顧客それぞれの技術や心理を的確に把握する必要性が考えられる。そしてこれらのデータに基づき、よりパーソナルなサービスの提供をおこなうことが、経営向上を導く施策となるのではないだろうか。