

報道関係者各位

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

～ゴルファーのライフスタイル調査【車】編～
ゴルフのカジュアル化に伴い、ゴルファーの車選びも現実主義に？！

- 国内の輸入車シェアが約11%に対し、ゴルファーは約17%
- ドライバー選びに飛距離を重視する人は、レクサスに乗っている
- 上級者やゴルフ頻度が高い人ほど、洗車頻度が高い

インターネットでゴルフのワンストップ・サービス(見る・買う・行く・楽しむ)を展開する株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン(本社:東京都港区、代表取締役社長:石坂信也、以下 GDO)は、ゴルフに行く際の移動手段として趣味・嗜好性の観点から関係が深いといわれている『車』と『ゴルフ』に関して、ライフスタイル実態を把握するために調査を行いましたので、以下に発表いたします。

<以下、調査の詳細>

■【ゴルフ×所有車】ゴルファーが乗っている車は、国内における車のシェアと同様

ゴルファーの乗っている車を調査したところ、1位トヨタ自動車、2位日産自動車、3位本田技研工業(以下ホンダ)、4位富士重工業(以下スバル)、5位スズキ、と国産車が上位5位を占めており、輸入車が上位を占めるのではないかと仮説に反し、国内のメーカー別販売シェア※1と相違がないことがわかりました。しかし、国内における輸入車販売シェアが約11%※2なのに対し、輸入車を所有するゴルファーは約17%おり、ゴルファーの中で輸入車人気が高いことも伺えます。(※1・2:社団法人 日本自動車販売協会連合会の公表データ内、2011年1月～6月の販売データを参照)

■【ゴルフ×国産車/輸入車所有者の比較】国産車と輸入車所有者では、違いが顕著

①車を購入時の重視する点は、国産車は価格、輸入車はデザイン(図1)

ゴルファーが車を購入する際に重視する点を調査したところ、国産車所有者は‘価格’、輸入車所有者は‘デザイン’と、明確に回答が分かれました。しかし、国産車所有者の重視する点の2位は‘デザイン’となっており、‘価格’も重視したいが自分のスタイルも表現したい、というゴルファーの欲求がうかがえる結果となっています。所有率上位3位以下のメーカーにおいても、同様の傾向が見られました。(下記データは、アンケート回答者の中で所有率の高かった、国産車・輸入車の上位3位のメーカーを抜粋)

<図1:所有メーカー別にみる車を購入する際に重視する点>

国産車メーカー	1位	2位	3位	輸入車メーカー	1位	2位	3位
1. トヨタ自動車	価格	デザイン	ハンドリング	1. BMW	デザイン	ハンドリング	価格
2. 日産自動車	価格	デザイン	ハンドリング	2. メルセデス・ベンツ	デザイン	価格	ハンドリング
3. ホンダ(本田技研工業)	価格	デザイン	ハンドリング	3. フォルクスワーゲン	デザイン	価格	ハンドリング

②国産車所有者に人気のウェアは‘ルコックゴルフ’、輸入車所有者に人気は‘アディダス’ (図2)

上記同様に、好きなゴルフウェアを調査したところ、国産車所有者は‘ルコックゴルフ’、輸入車所有者は‘アディダス’という結果になりました。そして、国産車所有者は、1位～3位までどの車種も同一ブランドがランクインし、また国内メーカーが多かったのに対し、輸入車所有者は、2位以降は海外ブランドを中心に様々なブランドがランクインしており、車選び同様にファッションにおいても個性を重視する傾向がみられました。

〈図2: 所有メーカー別にみる、好きなゴルフウェア〉

		1位	2位	3位	4位	5位
国産車	トヨタ自動車	ルコックゴルフ	アディダス	ブリヂストン	マンシングウェア	ポロ・ラルフローレン
	ホンダ	ルコックゴルフ	アディダス	ブリヂストン	テーラーメイド	パーリーゲイツ
	日産自動車	ルコックゴルフ	アディダス	ブリヂストン	ポロ・ラルフローレン	パーリーゲイツ
輸入車	BMW	アディダス	ポロ・ラルフローレン	ルコックゴルフ	パーリーゲイツ	ブリヂストン
	メルセデス・ベンツ	アディダス	パーリーゲイツ	ルコックゴルフ	ポロ・ラルフローレン	キャロウェイゴルフ
	フォルクスワーゲン	アディダス	ルコックゴルフ	ポロ・ラルフローレン	パーリーゲイツ	ナイキ

■【ゴルフ×ドライバー(ゴルフクラブ)】 (図3)

車選びとクラブ選びの関係性を探るため、ゴルフのドライバーを選ぶ際に重視する点を所有車メーカー別に調査したところ、下記のような結果となりました。(複数選択可・各項目を重視すると選択した人の所有者全体に対する割合でランキング)

- ・飛距離を重視すると回答した人の割合が最も高い車は、レクサス
- ・価格を重視すると回答した人の割合が最も高い車は、マツダ
- ・ミスヒットの許容性(やさしいクラブ)を重視すると回答した人の割合が最も高い車は、アウディ
- ・直進性を重視すると回答した人の割合が最も高い車は、ゼネラルモーターズ
- ・打感を重視すると回答した人の割合が最も高い車は、アルファ ロメオ
- ・ブランドイメージを重視すると回答した人の割合が最も高い車は、ジャガー

輸入車所有者の方が複数項目を選択した人の割合が高く、各項目において様々なブランドがランクインするという結果になりました。これは、メーカー毎の特徴が顕著である輸入車所有者は、ドライバー選びにも他人とは異なる独自のこだわりをもって購入しているという姿勢が伺えそうです。また、価格を重視して購入する人の上位は国産車所有者となっており、車とドライバー選び両方において価格を重視しているという共通点が見られました。

〈図3: ドライバーを選ぶ際の重視点と所有車メーカー〉

重視点	1位	2位	3位
飛距離性能	レクサス	ゼネラルモーターズ	アルファ ロメオ
価格	マツダ	ダイハツ工業	スズキ
ミスヒット許容性	アウディ	ゼネラルモーターズ	ジャガー
直進性	ゼネラルモーターズ	フォルクスワーゲン	ミニ(MINI)
打感	アルファ ロメオ	ブジョー	ポルシェ
ブランドイメージ	ジャガー	レクサス	BMW

■【ゴルフ×洗車頻度】

①ゴルフレベルと洗車頻度の関係は、上級者ゴルファーほど、洗車頻度も高い (図4)

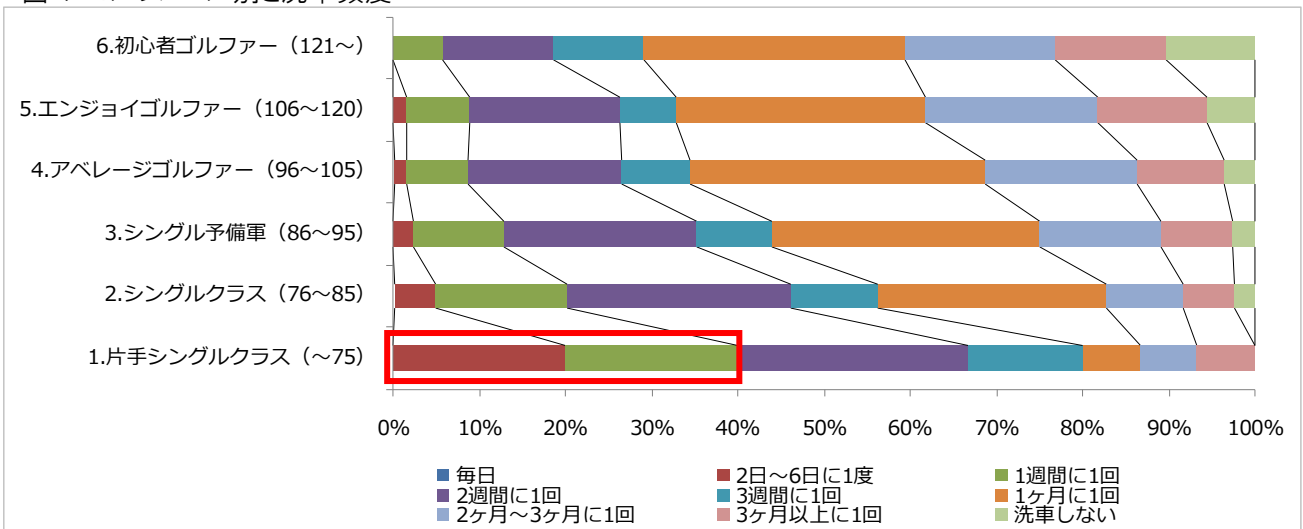
ゴルフレベルと洗車頻度の関係を調査したところ、ゴルフレベルの高い片手シングルゴルファー(スコア～75)は、2日～1週間に1回の頻度で洗車をする人が約40%と最も洗車頻度が高く、初心者ゴルファーになるにつれて洗車頻度が低くなることがわかりました。

②年間のゴルフ回数と洗車頻度の関係は、ラウンド数が多いほど、洗車頻度も高い (図5)

年間のゴルフ回数と洗車頻度の関係を調査したところ、年間ラウンド回数が高くなるほど、洗車頻度も高い傾向が見られました。年間ラウンド数31回で洗車頻度が2日～6日と、一般的な洗車頻度からみてもこまめに洗車を行っている様子が伺えます。

これらは、上級者やゴルフ頻度が高い人ほど、車を利用してゴルフをする回数が多いことや、自己鍛錬・自己規律を要するといわれるゴルフの特性から、車においても自身でこまめに管理・メンテナンスする人が多いためと推測しています。

<図4:ゴルフレベル別と洗車頻度>



<図5 :年間のラウンド回数と洗車頻度>

頻度	年間ゴルフ回数
	平均値
毎日	24.3
2日～6日に1度	31.4
1週間に1回	27.4
2週間に1回	23.4
3週間に1回	22.2
1ヶ月に1回	21.1
2ヶ月～3ヶ月に1回	18.7
3ヶ月以上に1回	18.8
洗車しない	19.5

■まとめ

かつてのゴルフのイメージは、お金持ちで輸入車に乗っているといった印象があり一部でそれを象徴するようなデータが見られました。しかし、ゴルフのカジュアル化や若年層への広がりに伴い、ライフスタイルの一部としてゴルフが浸透した結果、象徴的なゴルファーは減少傾向にあります。全体として車選びにおいては、コストパフォーマンスの良い国産車を所有し、堅実な選択をしていることがわかりました。

そして、車選びにこだわる人は、ドライバー・ゴルフファッションおよび、洗車頻度などの多くの項目において、時間・お金・手間を費やしており、こだわり派ほど輸入車所有率が高い傾向にありました。

上記のことから、ゴルファーにとって車とは移動手段のひとつでありながら、自分の個性や趣味嗜好が顕著に表現されるものであることがわかりました。

【調査概要】

□調査期間:2011年6月6日(月)~6月13日(月)

□調査方法:車を所有している自社会員に対し、インターネットアンケートを実施

□サンプル数:9,602名

【その他】

□リリースで使用しているGDO調査結果データはこちら

URL:http://www.golfdigest.co.jp/mkt/pr/gdo_topicsreport201108.zip

□7月29日創刊のフリーマガジン『GDO Style Book DRIVE』にて、同様に車とゴルフに関する企画調査を掲載しています。ウェブサイトまたは冊子を併せてご覧ください。

URL:<http://www.golfdigest.co.jp/golfstyle/special/sb/default.asp>

※冊子をご希望の報道機関の方は、下記の pr@gdo.co.jp までお問い合わせください

■報道関係からのお問合せ先■

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
マーケティング部 PR/プロモーションチーム 岩井、長谷川
pr@gdo.co.jp TEL03(5408)3147
〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-4-8