

<調査結果詳細>

I ゴルファーの恋愛特性

・恋愛のチャンスはゴルフにあり！男性ゴルファーの約7割が、デートも告白も「自分から」

調査対象624名のうち、未婚者307名(49.2%)に恋愛活動の実態を聞いてみると、ゴルファーとノンゴルファーでは顕著な差が見られました。

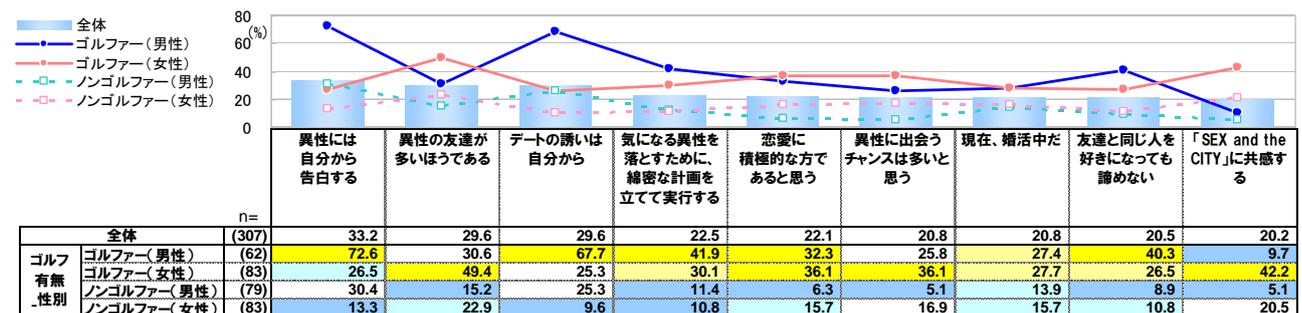
恋愛に積極的かどうかをたずねると、男女ともにゴルファーの方が「積極的」と自覚しており、特に男性ゴルファーでは「デートの誘いは自分から」との回答が67.7%、「異性には自分から告白する」との回答は72.6%にものびました。一方、女性ゴルファーにおいては「異性の友達が多いほうである」(49.4%)、「異性に会えるチャンスは多いと思う」(36.1%)の割合が他の属性よりも高く、恋愛のチャンスに恵まれていることがうかがえます。男性に出会う機会の少ない女性や、出会いはあるのに、なかなか恋愛に発展せずもどかしい思いをしている女性は、恋のきっかけをつかむためにゴルフを始めてみるのも良いかもしれません。

さらに、男性ゴルファーの41.9%、女性ゴルファーの30.1%が「気になる異性を落とすために、綿密な計画を立てて実行する」と回答。ゴルフ場におけるコースマネジメントと同じように、恋愛マネジメントもしっかり行っているようです。

未婚

		n=	結婚している	結婚していない (%)
全体		(624)	50.8	49.2
性別別有無	ゴルファー(男性)	(156)	60.3	39.7
	ゴルファー(女性)	(156)	46.8	53.2
	ノンゴルファー(男性)	(156)	49.4	50.6
	ノンゴルファー(女性)	(156)	46.8	53.2

未婚者の恋愛／結婚観に対する考え方



・「2人でゴルフ」は円満の秘訣！？golferカップル(夫婦含む)は48.9%が「とても円満」

調査対象 624 名のうち、「恋人または配偶者がいる」割合は 69.6%でした。それを、「自身、パートナー共にgolfer」「どちらか片方がgolfer」「自身、パートナー共にノンgolfer」の 3 つのカップルタイプに分類し、パートナーとの関係性を聞いたところ、「自身、パートナー共にgolfer」であるカップルの円満度が最も高く、「とても円満だ」と回答した割合は 48.9%にのびりました。

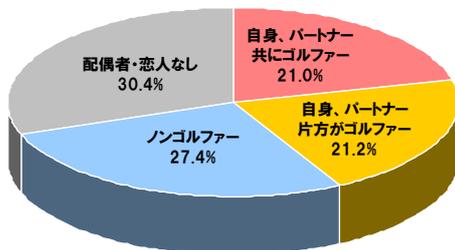
ゴルフは実に人柄がわかるスポーツであり、一緒にプレーすることによって、思いやりはあるか？周囲への気配りはあるか？気は短くないか？など、その人の性格が見えてきます。また、一日中行動を共にするスポーツでもあるため、長時間一緒にいることでよりお互いを知ることができ、その人との相性もわかります。したがって、ゴルフを共通の趣味とし、一緒に楽しめるカップルは、おのずと 2 人の関係も円満になるのかもしれませんが。

未婚の恋人の有無

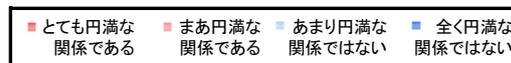
		n=	現在、恋人または、 配偶者がいない		現在、恋人または、配偶者がいる (%)	
全体		(624)	30.4		69.6	
性別別有無	golfer(男性)	(156)	23.1		76.9	
	golfer(女性)	(156)	19.2		80.8	
	ノンgolfer(男性)	(156)	41.7		58.3	
	ノンgolfer(女性)	(156)	37.8		62.2	

カップルタイプ

(n=624)



恋人／配偶者との関係性



		n=	%			
全体		(434)	38.5	53.2	1.8	6.5
カップルタイプ別	自身、パートナー共にgolfer	(131)	48.9	45.0	6.1	6.1
	自身、パートナー片方がgolfer	(132)	31.1	58.3	3.8	6.8
	ノンgolfer	(171)	36.3	55.6	1.8	6.4

II ゴルファーの行動パターン

・ゴルファーが日本の消費を牽引！？お金を使って自分の生活を満喫するゴルファー。

女性ゴルファーの94.2%が「旅行やドライブが好き」

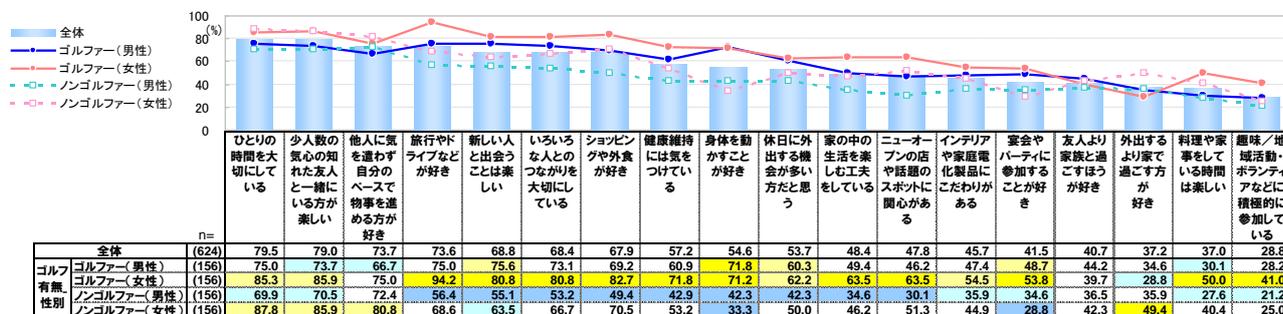
1ヶ月間のおこづかい(生活費・貯金以外に自由に使える金額)は、ゴルファーがノンゴルファーを大きく上回りました。これは、年収の違いが影響しているとも考えられますが、同時に、ゴルファーならではの特性も多分に影響していると考えられます。

普段の生活行動パターンを見ると、ゴルファーは全体的に外向きな傾向が見られ、特に女性ゴルファーにおいては「旅行やドライブなどが好き」「ショッピングや外食が好き」「ニューオープンの店や話題のスポットに関心がある」など、消費に関連する項目でのスコアが突出して高く出ています。つまり、ゴルファーは、家にこもるより外に出て行って、お金を使いながら自分の生活を満喫していることがわかります。

個人年収とおこづかい

	個人年収(平均)	おこづかい(1ヶ月平均)
全体 n=624	416.0 万円	45,063 円
ゴルファー(男性) n=156	591.5 万円	58,157 円
ゴルファー(女性) n=156	396.6 万円	56,748 円
ノンゴルファー(男性) n=156	429.8 万円	32,586 円
ノンゴルファー(女性) n=156	240.8 万円	31,482 円

人との関わり方、生活行動パターン



III 女性ゴルファーとファッション

・ファッションistaな女性ゴルファー。

半数以上がファッションの流行を取り入れており、ファッション雑誌の情報にも興味あり。

・好みはファストファッションよりも「高くても品質の良いもの」(51.2%)や「ブランド品」(44.2%)。

・身だしなみもしっかり気配り。70.5%がアクセサリを身につけ、44.9%が「ヘアサロンやヘアカットによく行く」と回答。

ファッションについての考え方や行動は、男性よりも女性の方が意識が高く、女性の中でもノンゴルファーよりゴルファーの方が全体的に感度が高い傾向にありました。

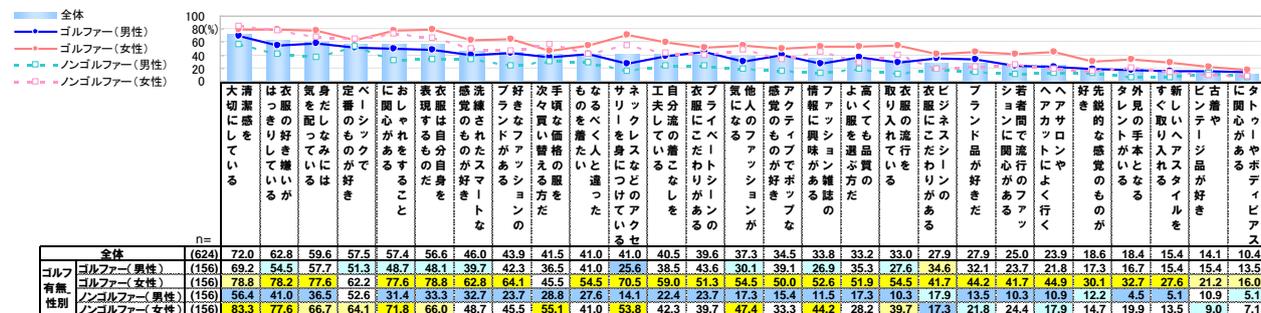
女性ゴルファーのスコアを見てみると、「衣服は自分自身を表現するものだ」(78.8%)、「好きなファッションブランドがある」(64.1%)、「自分流の着こなしを工夫している」(59.0%)、「なるべく人と違ったものを着たい」(54.5%)と、ファッションに自分なりのこだわりをしっかりと持っていることがわかります。さらに、「衣服の流行を取り入れている」(54.5%)、「ファッション雑誌の情報に興味がある」(52.6%)、「若者間で流行のファッションに関心がある」(41.7%)という項目でもスコアが高く出ており、女性ゴルファーはファッションの流行に敏感な「ファッションista^{※1}」であるといえます。

そして、「ビジネスシーンの衣服にこだわりがある」(41.7%)と回答している割合も高いことから、オンもオフも手を抜かずしっかりおしゃれをしていると推測されます。ファッションの好みの傾向は、ファストファッションよりも「高くても品質の良い」ものや「ブランド品」で、ファッションへのお金のかけ方にもゴルファーとノンゴルファーの違いが見てとれます。

また、衣服だけではなく、身だしなみにも気を使うのが女性ゴルファーのようです。実際、「身だしなみには気を配っている」と回答した割合は高く(77.6%)、具体的には「ネックレスなどのアクセサリを身につけている」割合は70.5%、「ヘアサロンやヘアカットによく行く」割合も44.9%と、ノンゴルファーの女性と比較するとその差が顕著に見られました。

※1 ファッションニスタ・・・【fashionista】新しい造語で一般的に、ファッションに敏感な人達のこと。

ファッションについての考え方・行動



IV 総括【PR・ブランディング部考察】

“恋も消費も積極的”なゴルファーが日本を元気にする！

かつてゴルフのイメージと言えば、「高い」「ダサい」「オヤジくさい」が定番でしたが、若手プロゴルファーの国内外での活躍や、ファッション誌でゴルフが取り上げられる機会が増えた影響も受け、今では「おしゃれ」「カッコいい」「健康に良さそう」と大きく変化し(GDO 調べ、2009年10月)、老若男女を問わず幅広い世代でゴルフに対する関心が高まってきました。『2010年レジャー白書』(公益財団法人 日本生産性本部)によると、2009年のゴルフ場人口は960万人(前年比1%増)、ゴルフ練習場人口は1,060万人(前年比11.6%増)とゴルフ人口は増加しており、2008年以降もゴルフブームは続いています。

ゴルフをスポーツとしての側面だけでなく、ライフスタイルの面から分析することによって、ゴルフの魅力をもっと多くの世代に知ってほしい、ゴルフに触れてほしい、という思いから今回の調査を実施した結果、「ゴルファーは恋も消費も積極的」という特性が明らかになりました。

日常の仕事に忙殺されて出会う機会に乏しくなかなか意中の相手に巡り会えない、結婚適齢期の男女の悩みは深刻です。恋愛や結婚の機会創出にもつながり、パートナーと円満な関係維持にも効果大なゴルフは、晩婚化問題の解決や熟年離婚の回避、WLB(ワークライフバランス)の推進などの観点からも、日本を元気にすることに貢献できそうです。

また、最新トレンド情報や上質なファッションを日常生活に取り入れ、旅行やドライブなどアクティブな消費行動をする女性ゴルファーは、日本の消費の牽引役としても大いに活躍が期待できます。景気回復の予兆が目立つ中個人消費動向は依然厳しいと言われる中で、ゴルファーの消費行動を刺激することによって日本経済の活性化につながるストーリー展開もありそうです。

GDOは、今後ともゴルフの魅力の認知拡大だけでなく、ゴルフを通じて日本元気にする取り組みについても検討してまいります。

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン(GDO)

<http://www.golfdigest.co.jp>

『リテールビジネス』(ゴルフ新品中古用品販売)、『ゴルフ場ビジネス』(ゴルフ場予約サービス、ゴルフレッスン予約サービス、ゴルフ場向け B2B サービス)、『メディアビジネス』(ゴルフメディア、広告事業・モバイル事業)の3事業を展開。インターネットでゴルフのワンストップ・サービス(買う・行く・観る・つながる)を実現。GDO クラブ会員 162 万人(2010 年 5 月末)、月間ユニークビジター数 520 万人^{※注1}、月間ページビュー数 1 億 5 千万 PV^{※注1}。東証マザーズ上場(2004 年 4 月)。

※1 過去最高数値

■調査データや掲載に関するお問い合わせ先■

GDO PR 事務局 (株式会社アンティル) 担当 : 萱沼(かやぬま)、岩城(いわき)
TEL : 03(5572)6061 / E-MAIL : gdo@vectorinc.co.jp