

2022年3月14日

報道関係各位

株式会社 T ポイント・ジャパン

第3回『ゴルフに関するアンケート調査』Vol.3
1分で分かる「7タイプゴルファー診断」サイトをオープン
～ビッグデータから見えてくる、あなたのゴルファータイプは...?～

株式会社 T ポイント・ジャパン（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦 以下、T ポイント・ジャパン）は、昨今のゴルフ市場課題に際し、ゴルフ業界の今後を考えるべく、2019年12月に第1回、2020年7月に第2回『ゴルフに関するアンケート調査』を実施してまいりました。このたび、第3回目となるアンケートを実施し、9月に発表したVol.1「コロナ禍におけるゴルファーの実態調査（https://www.ccc.co.jp/news/2021/20210910_002184.html）」11月に発表したVol.2「20代ゴルファー/40代ゴルファー/60代ゴルファーの特徴を徹底比較！（https://www.ccc.co.jp/news/2021/20211105_002213.html）」に引き続き、Vol.3として「7タイプゴルファー診断」を発表し、1分でわかる診断サイトをオープンしました。

「7タイプゴルファー診断」サイト URL：<https://web.tsite.jp/athletes/shindan/>



2021年9月に発表した第3回「ゴルフに関するアンケート調査」Vol.1では、コロナ禍でも密を避けながら、世代を問わず家族でも楽しめる生涯スポーツとしてゴルフの需要が高まっていることがわかりました。またVol.2では7000万超のT会員のデータベース分析から、「20代ゴルファー」、「40代ゴルファー」、「60代ゴルファー」の世代ごとの特徴を考察し、それぞれの性別年代でのゴルフに求めるニーズやインサイトを発表いたしました。



このたび発表した Vol.3 では、過去 1 年間にゴルフ場もしくは練習場でプレーをされた T 会員 1,784 名を対象にした「ゴルフに関するアンケート調査」を通じて、ゴルフのプレースタイルや価値観、メンタル面の傾向などを調査し、クラスター分析により 7 キャラクターのゴルファータイプを作成しました。さらにアンケート結果や購買情報などのファクトデータに基づいた読み解きから、【よく買う飲み物】※などゴルファーの特徴を深堀し、それぞれのタイプ像の輪郭をより明確化しました。

さらに、今回の調査結果を基にした「7 タイプゴルファー診断」サイト (<https://web.tsite.jp/athletes/shindan/>) もオープンいたしました。1 分ほどで全 13 問の設問に答えるだけで、どなたでも自身のゴルファータイプを知ることができます。ぜひ、SNS などでご家族やご友人にシェアをしてお楽しみください。



診断サイト QR コード

※【よく買う飲み物】：

特徴的に買っている商品は、各ゴルファータイプが一般の T 会員と比較してより多く購買している商品を選定しています。

■各ゴルファータイプの特徴

① 【トップクラスの練習量】孤高の「ガチゴルファー」タイプ



【「ガチゴルファー」の性格・特徴】

仕事をきっかけでゴルフを始めた人が比較的多い傾向があります。ラウンド回数は全タイプで最も多く、練習量もトップクラスで、ゴルフに対して「競技」としても真剣に取り組んでいる方が多いようです。また、「上達したい！」という想いが強く、そのために一生懸命練習し、ゴルフに向き合うメンタルの重要性にも気を向けている方が多いようです。

年代別にみると、全年代で 1 割以上分布する結果となりました。その中でも、60 代、70 代がもっとも多く、全体の 4 割ほどを占め、年齢とともにゴルフに熱中する様子が見えられます。また平均スコアも全タイプの中で TOP 2 である「101.5」と、名実ともに“実力派”であると考えられます。

【「ガチゴルファー」が言いそうなコメント】

「とにかく真剣に向き合っています。そうでないとゴルフに失礼でしょ？」

「ラウンド中のファッションとかは、あんまり重視していないですね」

【よく買う飲み物は...？】

「500ml 缶のビールやチューハイ」などを買われている傾向が高く、お酒好きな方が多いようです。そのほか、「500ml の栄養飲料」も多く買われており、運動量が多いためか、日ごろから体調管理に気を使われている側面があるようです。

② 【オシャレ重視】仲間と楽しく「ファッションスタゴルファー」タイプ



【「ファッションスタゴルファー」の性格・特徴】

ファッション（ゴルフパレル）への高い関心が大きな特徴で、ラウンドは“オシャレのお披露目”の場として意識されている方も多いようです。また、仕事仲間とラウンドを楽しんでいる人が多く、ゴルフ仲間との時間は「楽しくてたまらない」という想いが強い傾向があります。

年代別にみると全体の2割を超す20代を筆頭に30～50代が続く結果となり、流行感度の高い若年層を筆頭に、幅広い世代において押しなべて、プレー中のファッションに注目が集まっているようです。

【「ファッションスタゴルファー」が言いそうなコメント】

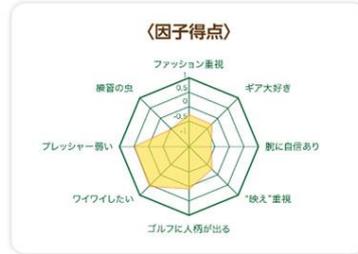
「仲間とのラウンドが本当に楽しい！ウェアもオシャレ重視！」

「え、練習は…あんまりしないですね…」

【よく買う飲み物は…？】

若者世代を中心に人気を集める「レモンチューハイ」や「レモンサワー」など柑橘系のフレッシュな飲み物を買われる傾向が強いようです。また中華、和食、洋食と様々な料理に合わせやすいからこそ、ファッションと同様に、その日の気分に合わせてお食事の“コーディネート”で重宝されているのかも知れません。

③ 【スコアニの次！】ワイワイ大好き「エンジョイゴルファー」タイプ



【「エンジョイゴルファー」の性格・特徴】

一言でいえば「スコアを追わなくなったベテランゴルファー」のようなタイプです。スコアには執着せず、ラウンド中の会話で友人とワイワイしたり、自然に囲まれたアウトドアでリフレッシュしたりするなど、とにかくゴルフには「楽しさ」を求めている傾向が非常に強いタイプだと考えられます。

年代別にみると、60代と70代で7割近くを占めておりベテラン層に多い傾向であることがうかがえます。一方で20代～40代は「エンジョイゴルファー」が1割ほどしかおらず、スコアを強く意識したプレスタイルの方が多いのかもしれません。

【「エンジョイゴルファー」が言いそうなコメント】

「気の合う仲間と楽しくラウンドできれば十分ですね」

「ゴルフ歴は長いですが、スコアはもうあまり気にしていません！」

【よく買う飲み物は...?】

「缶コーヒー」を買われる傾向が強く、コーヒー好きな方が多いようです。また「低アルコール度数のチューハイ缶」もよく買われており、ワイワイするのが好きな一方で、モーニングルーティンやお酒の席では、チルで落ち着いた雰囲気を楽しまれる傾向があるのではないのでしょうか？

④ 【映え重視】SNSへアップする「ハッシュタグ系ゴルファー」タイプ



【「ハッシュタグ系ゴルファー」の性格・特徴】

ラウンドや練習の様子を写真や動画を SNS などにアップするのが大好きで、「シミュレーションゴルフ」の経験率が最も高い傾向にあります。その一方で「仲間と楽しく回りたい」という意識は低めで、他のプレイヤーへの関心もやや薄い傾向がうかがえます。スコア的には初級者から上級者まで幅広く分布しているようです。

年代別にみると、20~30代で全体の5割を占めており、次いで40代、50代という結果でした。ゴルフ人口全体における構成比でも18%と全タイプの中で最も多い傾向となり、若年・中年層を中心に“ゴルフ映え”の需要が高まっていると考えられます。

【「ハッシュタグ系ゴルファー」が言いそうなコメント】

「写真や動画を SNS に上げるのが楽しくて仕方ない！」

「SNS にアップするためにゴルフをしているのかも（笑） え、いまの打球ですか？ 見てませんでした...」

【よく買う飲み物は...？】

「高級志向のビール缶」や「話題性の高いビール缶」などを買われる傾向が強く、フォトジェニックな商品に対して感度が高いことがうかがえます。一方で、「エナジードリンク」の購買傾向も高く、私生活は活動的で多忙な一面があるのかも知れません。

⑤ 【ガジェット好き】トレンドに敏感な「ギアマニア系ゴルファー」タイプ



【「ギアマニア系ゴルファー」の性格・特徴】

“弘法筆を選ばず”とは対極に、「デジタルツールはゴルフの上達を助けてくれるもの」という意識があり、最新や流行のギアやアイテムの情報に敏感で、新しいものを試してみたい傾向が強いです。また飛距離にも自信があり、同組のプレイヤーにひそかに闘争心を燃やすことがあると思われます。

年代別にみると、70代を筆頭に、40代までにかけて幅広く分布していることがわかります。自身のこれまでの経験や技術に、最新鋭のギアを駆使して磨きかける様子が見え、平均スコアでも全タイプ TOP 1 の「99.6」と“鬼に金棒”といった実力の持ち主のようです。

【「ギアマニア系ゴルファー」が言いそうなコメント】

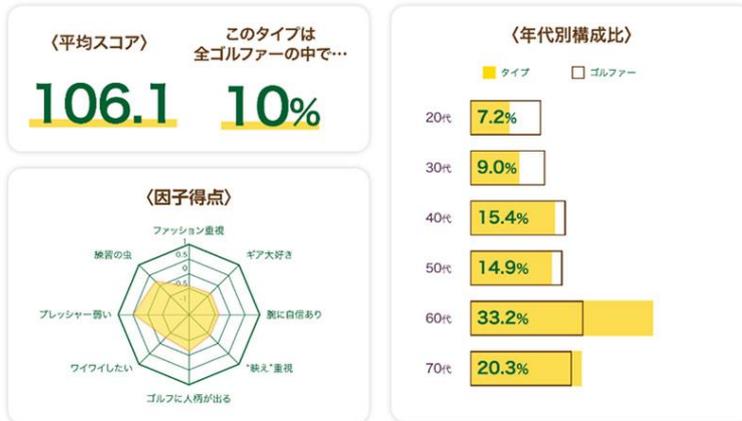
「もちろん道具は使ってこそ。スコアもそれなりにいい方だと思いますよ」

「新しいツールやアプリ、アイテム等の情報をよくチェックして、実際にいろいろと手を出しています」

【よく買う飲み物は...？】

「カロリーオフの発泡酒」や「エナジードリンク」などを買われる傾向が強く、普段のお買い物でも価格や味だけでなく、商品の機能性に重視している様子が見えます。

⑥ 【プレッシャーは禁物】プレー集中型「ナイーブゴルファー」タイプ



【「ナイーブゴルファー」の性格・特徴】

上達したい想いは強く練習量も多い傾向にあります。またラウンド中に仲間とワイワイすることや、写真や動画の撮影には興味が薄く、集中してプレーに取り組む反面、慎重になりすぎて肝心なところで練習の成果が出せない傾向があるようです。練習量と比較してラウンド量が少ないことから、実戦経験を増やしプレッシャーを跳ね返す胆力をつけることが、上達への近道になるのかも知れません。

年代別にみると、60代が3割を超え突出して高い傾向が見受けられます。体力の衰えなどで、これまでのプレースタイルから転換期を迎えるのか、スランプに陥りやすい方が多いのかも知れません。

【「ナイーブゴルファー」が言いそうなコメント】

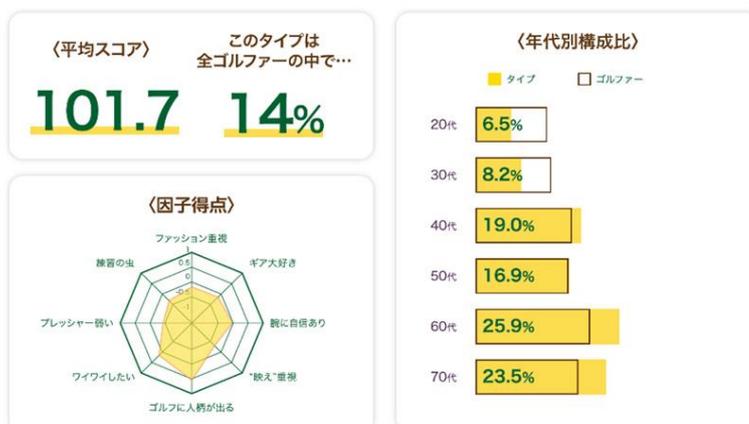
「ゴルフは結構長いことやってるけど、どうしても肝心なところで緊張して、ミスってしまって…」

「練習も結構しているのに、スコアが出ないんですよねえ…」

【よく買う飲み物は…？】

「定番のビール缶やハイボール缶」を買われる傾向が強く、新しいモノや流行モノとは対照的に、トラディショナルでコンサバティブなチョイスをされる方が多いのではないのでしょうか。

⑦ 【みんなのお手本】いつでも平常心「隠れ上級者ゴルファー」タイプ



【「隠れ上級者ゴルファー」の性格・特徴】



メンタルが強く、常に平常心や自然体で飄々としながらも、よいスコアをたたき出す「隠れ上級者」的な特徴がうかがわれます。またラウンド中には友人との会話や、自然を楽しむゆとりも持ち合わせており、さらには仲間に対して、気配りやおもてなしの心も忘れない、お手本のようなプレースタイルを持ち合わせている方が多いようです。

年代別にみると60代～70代で5割を超える結果となりました。40代～50代でも4割と中高年層を中心に多く分布しています。ゴルフをはじめとした人生経験で培われた余裕が、ゴルフプレーの人柄に滲み出ているのかもしれませんが。

【「隠れ上級者ゴルファー」が言いそうなコメント】

「ゴルフって、本当に人柄が出ますよね」

「なるべく自然体で仲間とラウンドを楽しめば、平常心でプレーできると思いますよ」

【よく買う飲み物は...?】

「定番のビール缶」を買われる傾向が強く、コンサバティブな側面がある一方で、「期間限定パッケージのビール缶」を買われる方も多く、“季節限定”のような付加価値や“遊び心”に対し、強く好奇心をくすぐられるタイプなのかも知れません。

■データに関してご質問やご要望などございましたら、下記「問い合わせ先」までお気軽にご連絡くださいませ。

※これまでの「ゴルフに関するアンケート調査」

- ・第1回『ゴルフに関するアンケート調査』：https://www.ccc.co.jp/news/2019/20191224_001486.html
- ・第2回『ゴルフに関するアンケート調査』：https://www.ccc.co.jp/news/2020/20200716_001905.html
- ・第3回『ゴルフに関するアンケート調査』Vol.1：https://www.ccc.co.jp/news/2021/20210910_002184.html
- ・第3回『ゴルフに関するアンケート調査』Vol.2：https://www.ccc.co.jp/news/2021/20211105_002213.html

アンケート調査概要

- ・調査期間：2021年8月18日（水）～8月24日（火）
- ・調査機関：CCCマーケティング株式会社 Tアンケート（T会員へのWEB調査）
- ・調査対象：全国/男女/20～79歳
- ・対象者スクリーニング：過去1年間のゴルフ場プレー有無、練習場でのプレー有無
- ・対象者数：1,784人（男性：1,242人、女性：542人）

本件に関するお問い合わせ：
株式会社 Tポイント・ジャパン 広報担当：野中
TEL：03-6800-4464