

Title	ゴルフプレーヤーの継続意向の考察
Sub Title	
Author	安, 基徳(An, Motonori) 山本, 晶(Yamamoto, Hikaru)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2016
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2016年度経営学 第3125号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002016-3125">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002016-3125</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文 ( 2016 年度)

論文題名

ゴルフプレーヤーの継続意向の考察

主 査	山本 晶
副 査	小幡 繢
副 査	坂下 玄哲

氏 名	安 基徳
-----	------

## 論文要旨

所属ゼミ	山本晶研究会	氏名	安 基徳
(論文題名)	ゴルフプレーヤーの継続意向の考察		
(内容の要旨)	<p>現在、ゴルフ市場は低迷しており、とりわけゴルフ人口の減少に歯止めが効かなくなっている。業界としては、新規プレーヤーの創出に躍起になっているが、既存プレーヤーの継続化も肝要である。継続化に影響する要素はいくつかあるが、ゴルフをプレーする上では同伴者の影響が大きいと考え、同伴者がゴルフの継続意向にどのような影響を及ぼすか考察を行う。</p> <p>先行研究では、スポーツへの熱中や傾倒度合いを示す、スポーツ・コミットメントという概念を中心に深堀を行い、スポーツ・コミットメントがスポーツの継続化に影響を与えることが明らかにした。また、一緒にプレーする者やスポーツを支援してくれる存在など、他者の影響がスポーツ・コミットメント並びにスポーツの継続化に関わりがあることも踏まえることができた。しかし、他者の種類によって継続化に対する影響の度合いが変わるかどうかを探った研究は乏しく、研究の余地がありそうだと考察を行った。</p> <p>以上の研究背景と先行研究を鑑みた上で、本研究では仮説を以下のように設定した。</p> <p>仮説：「ゴルフプレーにおける同伴者の違いによって、ゴルフの継続意向に差が生じる」</p> <p>研究方法として、調査会社からいただいたアンケートを使用し定量分析をもってその検証を行うことにした。アンケートの質問項目の中で、ゴルフの継続意向に関わる回答結果を従属変数に置き、ゴルフをプレーする理由となる同伴者の回答結果を共変量に設定した二項ロジスティック回帰を行った。</p> <p>結果として、「友人・知人とのコミュニケーション」「家族とのコミュニケーション」「新たな出会い」を目的にゴルフを行う者は継続意向が高く、「仕事のつきあい」を目的にゴルフを行う者は継続意向が低くなる傾向がでた。</p> <p>同伴者によって継続意向に差が出た理由として、スポーツ・コミットメント要素への影響の内訳が異なると考察した。スポーツ本来の楽しみを得る内的満足と、スポーツをすることで得られる勝利や金銭などの外的満足が、同伴者の違いによって各々影響の度合いが異なると考えた。</p>		

## 目次

1. 研究の背景と問題意識 P. 2-6
  - 1.1 ゴルフ市場の縮小 P. 2
  - 1.2 ゴルフ人口の減少 P. 3
  - 1.3 新規ゴルファー獲得のための施策 P. 4
  - 1.4 既存ゴルファーのリタイア傾向 P. 5
  - 1.5 研究の目的 P. 6
2. 先行研究 P. 6-9
  - 2.1 コミットメント P. 6
  - 2.2 スポーツ・コミットメントの基礎的理解 P. 7
  - 2.3 スポーツ・コミットメントにおける他者影響 P. 8
3. 仮説の構築 P. 9-10
  - 3.1 仮説の導出 P. 9
  - 3.2 仮説の設定 P. 10
4. 研究方法 P. 10-13
  - 4.1 使用するデータ P. 10
  - 4.2 検証方法 P. 10
5. 分析結果 P. 13-14
6. 考察 P. 14-15
  - 6.1 分析結果の考察 P. 14
  - 6.2 本研究の限界 P. 14
7. 謝辞 P. 15
8. 参考文献 P. 15-17
9. 添付資料 P. 17-19

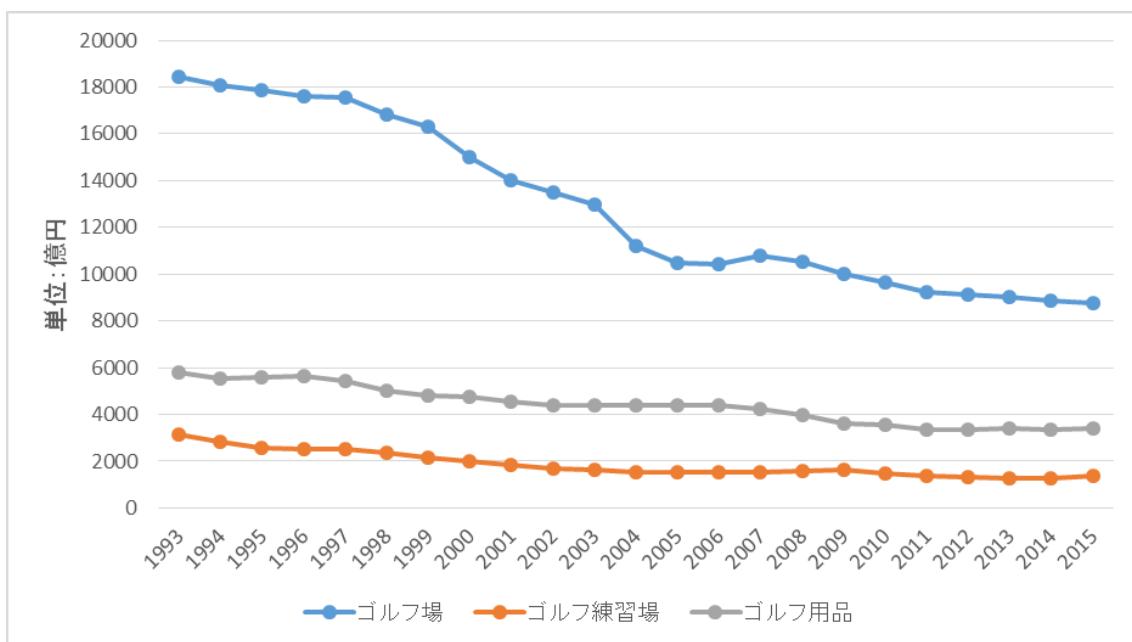
1. 研究の背景と問題意識

本研究の背景と研究目的は以下の通りである。

### 1.1 ゴルフ市場の縮小

日本におけるゴルフ文化は、1901年神戸にて国内初のゴルフ場が建設されて以来、高度経済成長期やバブル期を経て、富裕層に限定されたスポーツから、広く国民に親しまれるスポーツとして拡大・醸成されてきた。しかしここ20年近くにおいては、日本におけるゴルフ市場は縮小傾向にある。日本生産性本部「レジャー白書2016」によれば、ゴルフ関連の市場規模の推移は、ゴルフ場は1993年が1兆8430億円で2015年は8780億円、ゴルフ練習場は1993年が3140億円で2015年は1350億円、ゴルフ用品は1993年が5820億円で2015年は3390億円となり、低迷を続けている(図1-1)。また、個人のゴルフ場への参加率、活動回数、年間費用なども低調傾向にある(図1-2)。特にゴルフ場の落ち込みが激しく、約半数の施設が赤字経営だとも言われ、閉鎖に落ち込まれたゴルフ場は少なくない。かつてゴルフコースだった土地を利用して、メガソーラーパネルの設置や、大規模霊園の開発に着手しているゴルフ場もある。

図1-1：ゴルフの市場規模推移



「レジャー白書2016」をもとに筆者作成

図1-2：ゴルフ場に対する参加率・回数・費用の推移

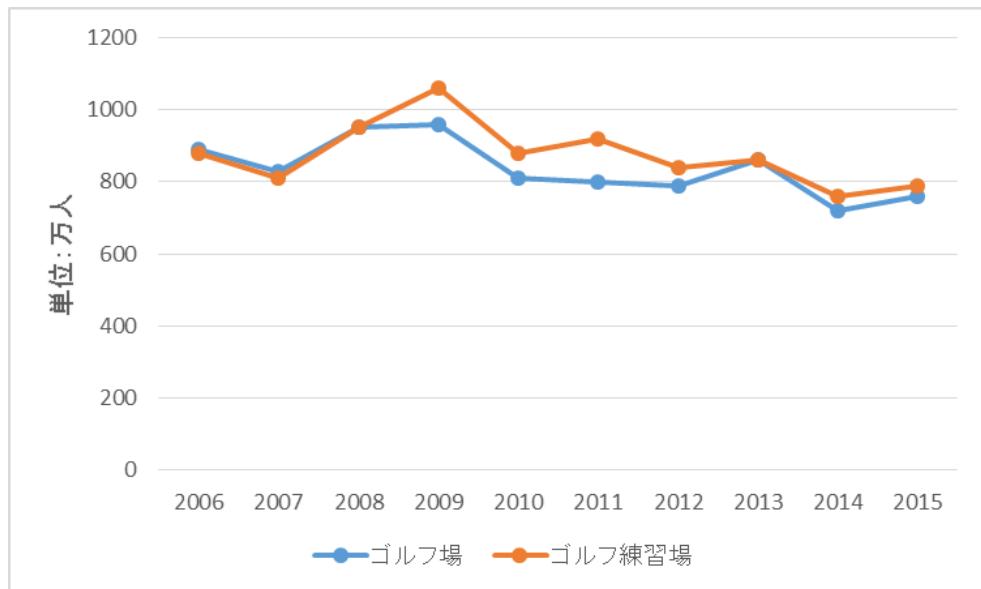
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
参加率(%)	9.4	7.9	7.8	7.8	8.5	7.1	7.5
年間平均活動回数(回)	12.8	13.4	14.1	13.3	13.5	15.2	14.4
年間平均費用(千円)	165.2	164.0	168.6	173.2	134.3	164.1	145.8

「レジャー白書 2016」をもとに筆者が作成

## 1.2 ゴルフ人口の減少

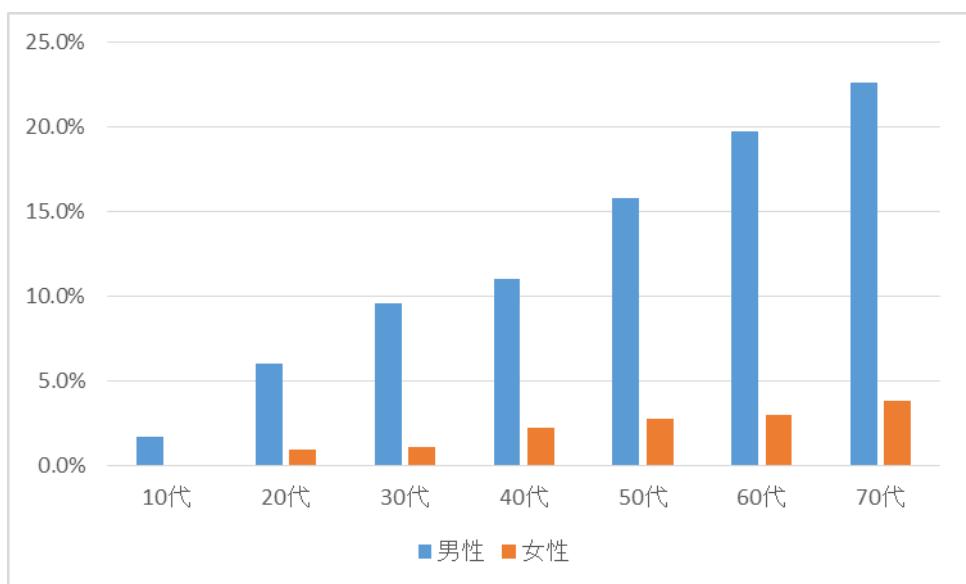
日本におけるゴルフ人口は、ピーク時には約 1400 万人程度存在し、かつては老若男女多くの日本人がゴルフを嗜んでいた。ところが、「レジャー白書 2016」によると、日本におけるゴルフ場参加人口は 2015 年時点では約 760 万人ほどであり、ピーク時と比較すると大きく減少してしまった(図 1-3)。現在も、ゴルフ人口は緩やかな減少傾向にあり、前述のゴルフ市場の縮小に大きく影響を与えていると考えられる。また、各性年代ごとに参加率の偏りがあり、ゴルフ人口の内訳は男性高年齢層に集中している(図 1-4)。ゴルフ人口減少の一因として、日本のゴルフ慣習ではいわゆるビジネス上での接待ゴルフが存在するが、その数が減少している。若手社員が上司から手取り足取りゴルフを教えてもらったり、取引先との親睦を深めるためにゴルフをしたりする機会は、かつてに比べ少なくなってきたていると言える。他にも可処分所得の低下や、車離れなどがゴルフ人口の減少に影響していると考えられる。

図 1-3：参加人口の推移



「レジャー白書 2016」をもとに筆者作成

図 1-4：性・年代別のゴルフ場参加率



「レジャー白書 2016」をもとに筆者作成

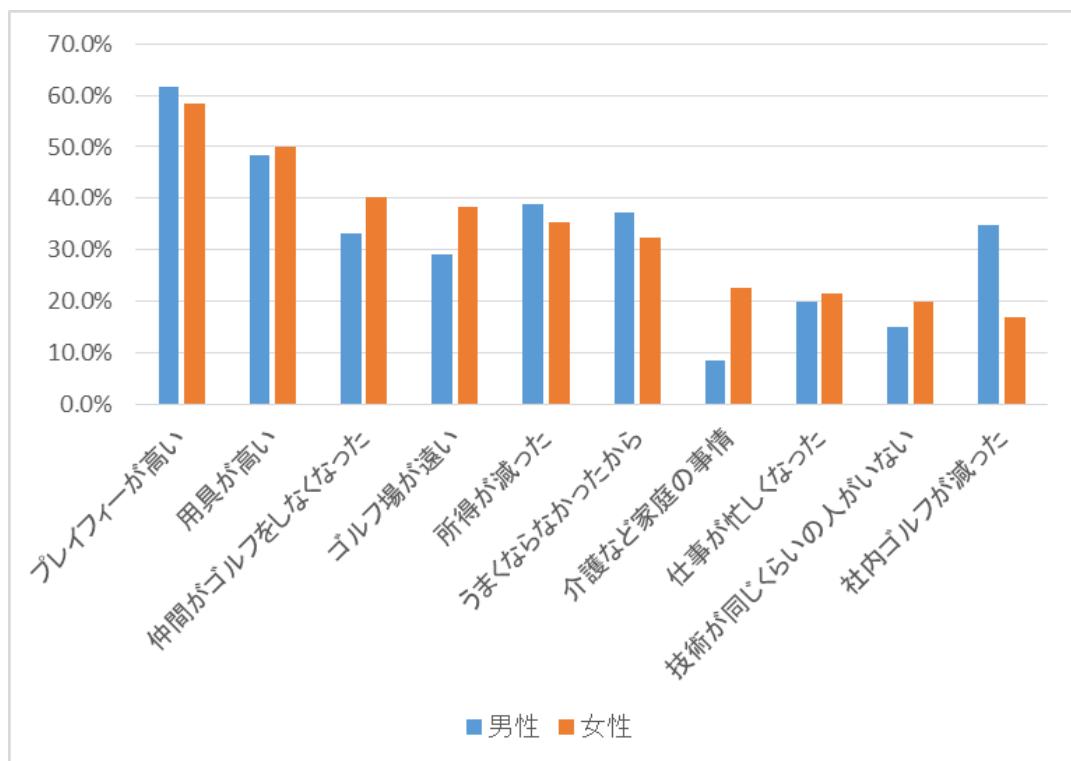
### 1.3 新規ゴルファー獲得のための施策

ゴルフ人口の減少は、ゴルフ業界全体が抱える悩みであり、対策すべき課題であるとされ、現在も様々な対策が講じられている。特に業界が熱心なのは若手ゴルファーの獲得である。参加率の低い若年層は潜在市場が大きく、なつかつゴルフは生涯に渡ってプレーできるため、リターンの幅が大きいとみられる。また、現在ゴルフ市場を支えている 60~70 代が、まもなく健康寿命を向かえゴルフをできなくなると考えられる。そうなると市場の急速な縮小が見込まれるため、若年層の取り込みはなおさら喫緊の課題ともいえる。以上のような背景のもと、各団体が若手ゴルファー活性化のために様々な施策を打ち出している。例えば、ゴルフ活性化委員会は 20 歳限定で特定のゴルフ場のプレー料金が無料になる「ゴルマジ！20～GOLF MAGIC～」キャンペーンを開催している。ゴルフ予約サイトの楽天 GORA は、18 から 29 歳の若手ゴルファーを支援する「楽ゴル」プランのサービスを開始し、1 年余りで約 4 万人の会員を集めている。そのほか、ゴルフを始めるエントリーのきっかけを作るため、大学の授業でゴルフを普及させる試みも盛んである。ゴルフ場も、ジュニア層取り込みのために、来場者の子供向けにゴルフサービスを展開したり、サッカーとゴルフを融合した競技である「フットゴルフ」用のコースを開設したりするなど、ゴルフに少しでも興味を持つてもらえるように、多様な施策を行っている。このような若年層取り込みのため施策は、まだまだローンチしたばかりで、どの程度効果があるかは未知な部分が大きい。

### 1.4 既存ゴルファーのリタイア傾向

ゴルフ人口の減少には、既存ゴルファーのリタイアも拍車をかけていると考えられる。矢野総合研究所「ビギナー・早期リタイアゴルファー実態調査 2015」によると、2014年時点で新しくゴルフ始めたビギナーゴルファーが約170万人に対して、2014年にゴルフを辞めたリタイアゴルファーが約150万人程度存在するとされる。一見、ビギナーゴルファーの方が数は多く、ゴルフ人口の増加に期待できそうに思えるが、この調査は15歳から69歳までを対象としたものであるため、70歳以降のリタイアゴルファー数は含まれていない。同調査によると、70歳以上も含めれば約200万人近くが2014年時点でゴルフをリタイアしていると推定されている。ゴルフ人口増加のためには、新規ゴルファーの獲得はもちろんだが、既存ゴルファーの継続化を促す取り組みも肝要であると考えられる。ゴルフを辞める理由はいくつか挙げられるが、アンケートサイト「アイサーチ」の調査によると、主に自身の金銭や時間を、ゴルフに投資することに前向きになれなくなった意見が多い(図1-5)。他には、ともにゴルフをする仲間や技術レベルの合う同伴者の不在、社内でのゴルフ活動の減少など、他者要素が絡む理由が多い。

図1-5：ゴルフをやめた理由



アイリサーチ「ゴルフ離れに関する調査」「女性のゴルフ離れに関する調査」をもとに筆者作成

## 1.5 研究の目的

上記のゴルフ業界における背景をもとに、本研究の目的を設定する。

目的：個人のゴルフ継続化に、同伴者という他者がどのような影響を及ぼすか考察を行う。

ゴルフ業界は低迷を続けており、中でもゴルフ人口の減少という一因が大きい。そのため新規ゴルファー獲得に向け、各団体が様々な施策を行っているが、まだ有効性は判断できない。一方、既存ゴルファーのリタイアもゴルフ人口減少に起因しているものの、新規ゴルファー獲得ほど話題にはならず、リタイア抑制の要因や施策の提案はあまり行われてきていません。たとえ、せっかく数多の施策により新規ゴルファーを獲得できても、その後継続的にゴルフが行われなければ、一過性のブームで終わってしまう。そこで、ゴルファーの継続要因の分析及び、リタイア抑制のための施策提案を行うことはゴルフ業界全体に価値があると考え、本研究にて取り組んでいきたいと存じる。また、ゴルフは個人競技ではあるが、練習やラウンドをする上では、ともにプレーを行う同伴者が存在する。すでに、前述のゴルフ離れに関する調査で、仲間の不在がプレーを遠ざける要因として出ており、他者の影響はゴルフの継続化にいくらか関係していると考えられる。本研究では、ゴルフの継続化要因の探索を軸に据え、同伴者という他者の要素が、ゴルフの継続化にいかなる影響を与えるかを、研究の目的に設定する。

## 2. 先行研究

本研究において、ゴルフの継続意向に関わる概念として、『スポーツ・コミットメント』を中心に先行研究の理解を進める。

### 2.1 コミットメント

ある行動を継続するかしないか、あるいはどの程度熱中してその行為を行うか、といったような自身の特定の行動に対する態度を表すものとして適切と思われるのが、コミットメントという概念である。しかし、コミットメントという言葉が多義的であり様々な意味も内包しているため、コミットメント研究者の間でも一貫した定義やコンセンサスがとれていない状態であるとされている。本研究において採用するコミットメントの定義として、Becker(1960)に拠り、コミットメントとは「人間に一貫性のある行動を生み出し、それ以外の行為を犠牲にしても構わないエネルギーを向けることである」とする。また、金崎(1992)はコミットメントについて「ある行動や集団、思想、価値などへの傾倒、結びつき、

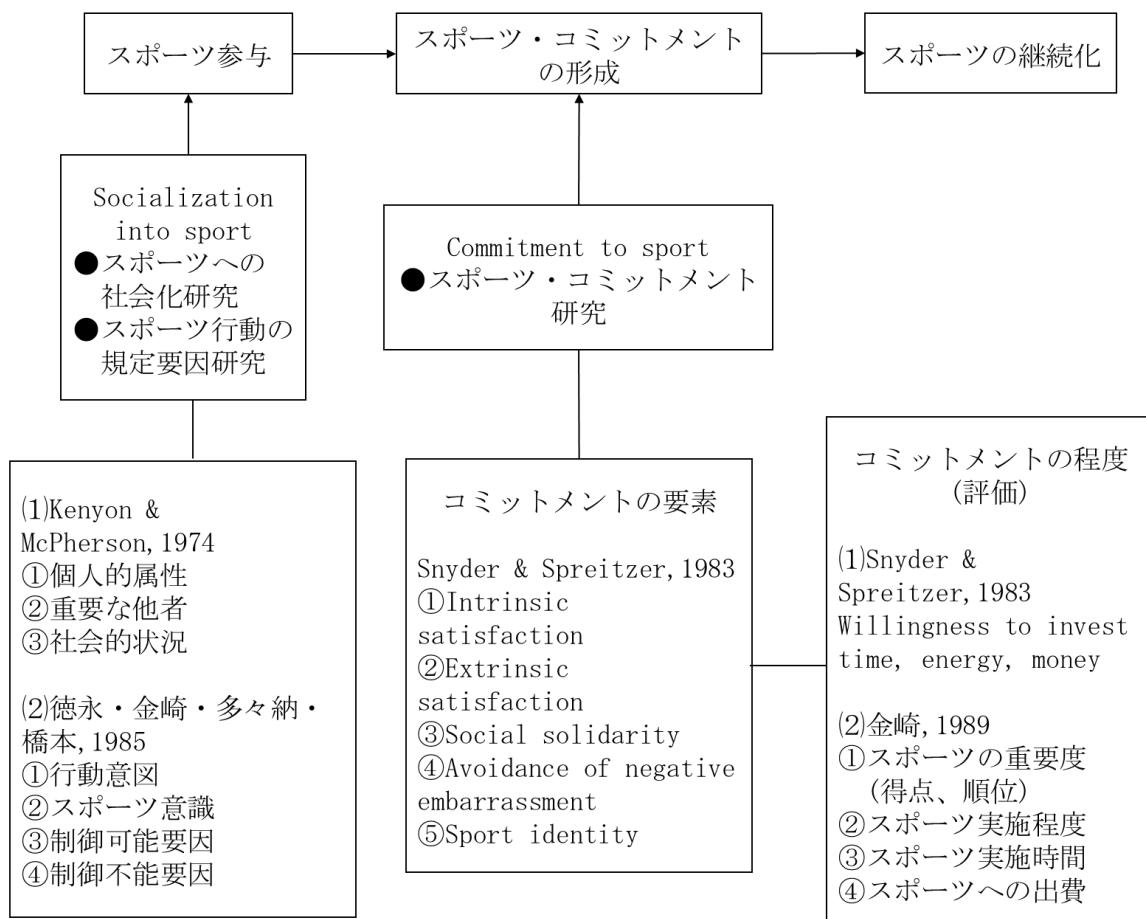
忠誠などを意味する用語であり、疎外とは反対に位置する概念である」と述べている。つまりコミットメントとは、人間が主体的かつ優先的にある行動を継続して行い、なおかつその行動に対して好意的な態度を寄せていることと解釈できる。

## 2.2 スポーツ・コミットメントの基礎的理解

次に、スポーツ領域におけるコミットメントの性質を把握する。このコミットメントをスポーツ領域に当てはめると、平易に言い換えれば、コミットメントが高ければそのスポーツに「ハマっている」状態だと考えられる。上述のようなコミットメント概念に基づき、個人のスポーツへの傾倒度合いを明らかにするため、スポーツ社会学の分野ではスポーツ・コミットメント研究が行われている。スポーツ・コミットメントとは、「特定のスポーツへの参加、あるいは継続に対して願望や意思を表す心理的な状態のこと」と定義されている(Scanlan, 1993)。スポーツ・コミットメント研究に関して、金崎(1992)がその位置づけを明らかにし、作成したパラダイムが(図 2-1)である。スポーツに参与することによって、コミットメントが形成され、そのスポーツの継続化につながることが表されている。まず、スポーツの参与段階において、スポーツの社会化とスポーツ行動の規定要因が肝要となる。つまり個人はいかなるプロセスを経てスポーツと関わりをもち、どのような要因が影響するのかが問題となってくる。スポーツの社会化要因として、Kenyon & McPherson(1974)は①個人的属性、②重要な他者、③社会的状況の3つを挙げている。スポーツ行動の規定要因では、徳永, 金崎, 多々納, 橋本(1985)が、①行動意図、②スポーツ意識、③制御可能要因、④制御不能要因の4つに分けて説明している。それから、スポーツに没頭するためのコミットメントの要素として、Snyder & Spreitzer(1983)は①内的満足、②外的満足、③社会的連帶、④否定的当惑の回避、⑤スポーツに対する自己同一性の5つを挙げている。さらに、コミットメントの程度を図る尺度として、スポーツのへ時間、エネルギー、金銭の投資が影響を及ぼすモデルを提示している(Snyder & Spreitzer, 1983)。また、金崎(1989)が提案するスポーツ・コミットメント程度を表す評価基準として、①スポーツの重要度、②スポーツ実施程度、③スポーツ実施時間、④スポーツへの出費という4つの指標がある。いずれにせよ、このように多くの要因がスポーツ・コミットメント形成に影響を及ぼし、スポーツの継続化を促していることが、過去の様々な研究によって明らかになっている。そのほかにも近年の研究によると、スポーツ・コミットメントと因果関係にある要素として、スポーツのプレー頻度やスポーツ用品の購買意欲、スポーツ成績などが挙げられている。Casper, Gray and Stellino(2007)がテニスクラブの会員を対象に

行った研究では、スポーツ・コミットメントが高いほどプレー頻度とスポーツ用品の購買意欲が高いことを示し、Scanlan(2003)はスポーツ選手を対象とした研究により、コミットメントレベルと競技成績に正の相関が見られることを明らかにしている。

図 2-1：スポーツ・コミットメント研究におけるパラダイム



金崎(1992)をもとに筆者作成

### 2.3 スポーツ・コミットメントにおける他者影響

スポーツ・コミットメントが、スポーツの継続化や頻度増加など、スポーツへの傾倒に強い影響があることを明らかにした上で、他者影響がスポーツ・コミットメント研究の中でどのように扱われているかを把握する。Kenyon & McPherson(1974)によると、個人は子どもの頃から成人に至る各ライフステージにおいて、スポーツに関わる社会的状況(家庭、学校、仲間集団、コミュニティ)や、重要な他者(両親、兄弟、友人、教師など)との相互影響を通じてスポーツへの態度を形成しているとしている。また、こうした重要な他者の影響は、ライ

フステージにおいて各々影響の度合いが異なり、家族は幼少期のみに大きな影響、教師とコーチは青年期にのみ強い影響、友人は各ライフステージにおいて普遍的に大きな影響を与えているとされている(Greendorfer,1977)。条野・池田・山口(1979)によると、大学生のスポーツ参加に対する重要な他者の影響では、友人からの励ましが大きく作用し、スポーツ参加意欲を促しているとした。海老原(1989)は、家庭内でのスポーツ参与影響として、家族間でのスポーツ会話頻度や一緒にスポーツを実施する頻度が高いほど、スポーツ参加が積極的になると述べている。金崎(1992)は、大学生を対象に、ともにスポーツを行う友人・知人の親密度合いによって、スポーツ参与に違いが見られると検証している。このようにスポーツ・コミットメントにおける他者影響というカテゴリーでは、体系だった理論はないものの、各学者の関心は盛んで、数々の研究においてその重要性が認められている。

### 3. 仮説の構築

#### 3.1 仮説の導出

これまでの先行研究により、スポーツの継続意向に対して、他者の同伴やアドバイスが影響を及ぼしていることが明らかになった。しかし、他者の種類によって、その継続意向に差があるかどうか、詳しい考察がなされた研究は見受けられなかった。ゴルフプレーにおいて、同じ組の同伴者とは、一回のプレーで半日程度同じ時間を過ごすことになる。競技の特性上、アイドルタイムも長いため、プレーに没頭する時間よりも、プレーの合間に歓談などをする時間の方が長くなることもある。接触時間やコミュニケーション時間が長い分、他のスポーツと同様、ゴルフの同伴者も、ゴルフの満足度や継続意向に何らかの影響を及ぼしていると考えられる。また、一口にゴルフプレーといっても、商談やコネクションを目的とした接待ゴルフと、家族内で親子の親睦を深めるためのゴルフや、友人たちと気楽な雰囲気で行うゴルフとでは内容が変わってくる。そこで、ゴルフは同伴者によってその性質を大きく変えると考えられ、その違いが継続意向にも反映されるのではないかと行き着いた。

#### 3.2 仮説の設定

本研究では以下の仮説を設定して検証を行う。

仮説「ゴルフプレーにおける同伴者の違いによって、ゴルフの継続意向に差が生じる」

#### 4. 研究方法

##### 4.1 使用するデータ

本研究の対象となるデータ概要は以下の通りである。

「ゴルフに関するアンケート調査（第2回）」マイボイスコム株式会社

【調査対象】「MyVoice」のアンケートモニター

【調査方法】インターネット調査（ネットリサーチ）

【調査時期】2015年02月01日～02月06日

【回答者数】12,019名

MyVoice が独自に行ったインターネット調査の結果をもとに、本研究の仮説を検証すべく分析を行っていく。

##### 4.2 検証方法

今後のゴルフ継続意向を回答する項目を従属変数に置き、日常ゴルフを行う同伴者を回答する項目を説明変数に置き、回帰分析を行う。それぞれの同伴者の違いが、継続意向に対しどのような影響を及ぼすか分析を行う。なお、今回の分析にあたっては、投入する変数を全てダミー変数化し、ロジスティック回帰分析を行った。

分析に使用した質問項目は以下の通りである。

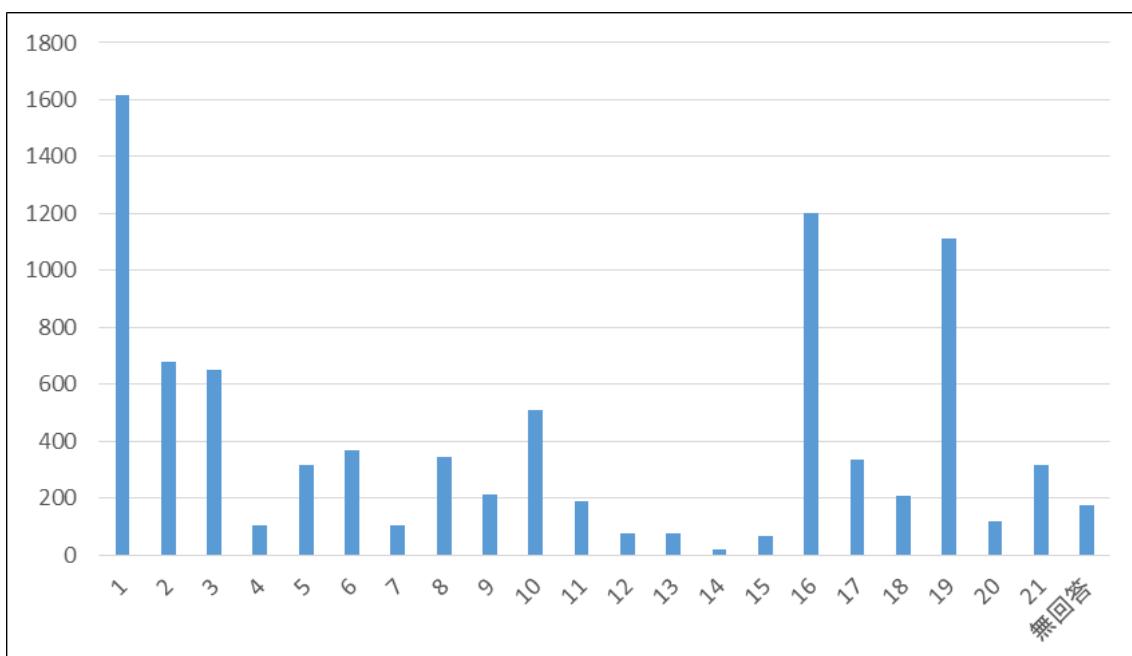
Q4. (Q2 で 1～2 にお答えの、ゴルフをした経験がある方) あなたがゴルフをす

る（していた）理由・目的をお聞かせください（複数回答可）

図 4-1 : Q4 回答項目

01=趣味として
02=健康維持、体力づくりのため
03=運動不足解消のため
04=集中力、精神面を鍛えるため
05=長く続けられる
06=性別・年齢に関係なくできる
07=運動量が比較的小ない
08=ウォーキング運動ができる
09=自分のペースで楽しめる
10=自然の中でプレーできる
11=スポーツ競技のひとつとして
12=攻略性が高い
13=洗練された紳士的なスポーツだから
14=プロゴルファーへの憧れ
15=かっこいい
16=友人・知人とのコミュニケーション
17=家族とのコミュニケーション
18=新しい仲間づくり、出会い
19=仕事などのつきあい
20=その他
21=特になし
00=（無回答）

図 4-2 : Q4.回答数ヒストグラム



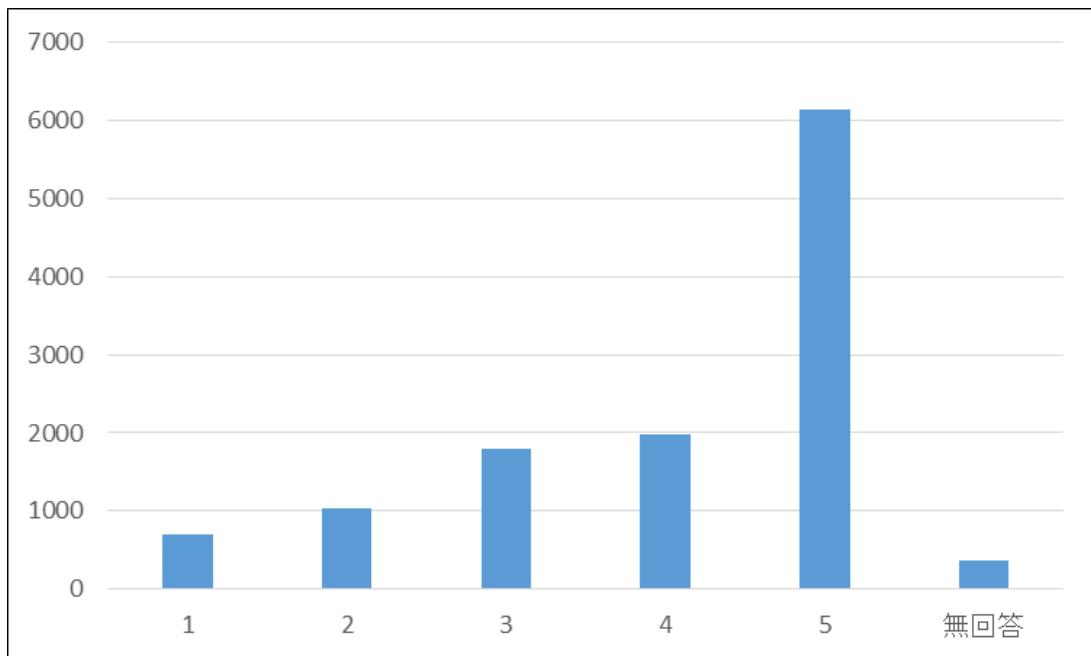
Q8. (全員) あなたは、今後、ゴルフをやりたいと思いますか。現在ゴルフをし

ている方は、今後もやりたいと思いませんか。

図 4-3 : Q8 回答項目

1=やりたい
2=まあやりたい
3=どちらともいえない
4=あまりやりたくない
5=やりたくない
999= (無回答)

図 4-4 : Q8.回答数ヒストグラム



分析に入る前に使用するデータの整理を行う。本研究において、Q4.の「16=友人・知人とのコミュニケーション」、「17=家族とのコミュニケーション」、「18=新しい仲間づくり、出会い」、「19=仕事などのつきあい」、の4つの選択肢をゴルフ継続理由における同伴者影響とし、それぞれ共変量に設定する。また、回帰分析を行うにあたり、Q8.の選択肢を2つのカテゴリーに新しく振り分けた上で、従属変数に設定し、二項ロジスティック回帰分析を行う。選択肢「1=やりたい」、「2=まあやりたい」、に該当する回答を、今後の継続意向ありと判断し、「1」に置換する。そして、「3=どちらともいえない」、「4=あまりやりたくない」、「5=やりたくない」に該当する回答を、今後の継続意向なしと判断して、それぞれ「0」に置換した。無回答は排除する。また、Q4.とQ8.は回答者数が異なるため、Q4.に合わせ、Q8.もQ2.において「1=現在ゴルフをしている」か「2=したことがあるが、現在はしていない」を選択したサンプルの回答のみを抽出する。

図 4-5 : Q8.二項分類後の単純集計結果

1=継続意向あり	1392
2=継続意向なし	2485

図 4-6 : Q4.変数項目のみの単純集計結果

16=友人・知人とのコミュニケーション	1203
17=家族とのコミュニケーション	336
18=新しい仲間づくり、出会い	206
19=仕事などのつきあい	1111

## 5. 分析結果

研究手法に沿い分析を行うと、以下のような結果が出た。

図 5-1 : 二項ロジスティック回帰分析結果

	B	標準誤差	Wald	自由度	有意確率	Exp (B)
16=友人・知人	.612	.074	67.833	1	.000	1.843
17=家族	.390	.119	10.736	1	.001	1.476
18=新しい出会い	1.435	.161	79.264	1	.000	4.199
19=仕事づきあい	-.823	.084	95.473	1	.000	.439
定数	-.681	.048	203.183	1	.000	.506

まず、どの共変量も p 値が有意水準 5%未満をマークしており、従属変数に対して何かしらの影響が認められた。それぞれの  $Exp(\beta)$ を見ると、「16=友人・知人とのコミュニケーション」は 1.843、「17=家族とのコミュニケーション」は 1.476、「18=新しい仲間づくり、出会い」は 4.199 と、継続意向ありに対して正の相関が見られた。一方、「19=仕事などのつきあい」の  $Exp(\beta)$ は 0.439 であり、継続意向に対して負の相関関係が見られた。この分析結果により、ゴルフをする理由が、友人・知人、家族や新しい出会いと回答する者は、今後のゴルフ継続意向が高いことを示し、仕事づきあいがゴルフをする目的と回答した者は、継続意向が低いことを示すことができた。

## 6. 考察

### 6.1 分析結果の考察

二項ロジスティック回帰を用いた分析の結果、ゴルフの継続意向に対して、同伴者の違いにより、異なる影響が発現したことが明らかになった。主に、友人・知人、家族、初対面の人とゴルフを行うプレーヤーは継続意向が高く、接待ゴルフや社内コンペなど仕事のつきあいでゴルフを行うプレーヤーは、継続意向が低くなる結果となった。こうした結果が出た背景として、スポーツ・コミットメント要素への影響の違いから考察ができる。

まず、ゴルフの同伴者の違いによって、スポーツ・コミットメント要素の上昇の内訳が異なると考えられる。Snyder & Spreitzer(1983)は、スポーツ・コミットメント要素として、①内的満足、②外的満足、③社会的連帯、④否定的当惑の回避、⑤スポーツに対する自己同一性、の5つの要素を取り上げた。この中でも、主に①内的満足と②外的満足が、同伴者の違いによって大きく異なる要素になるとを考えられる。スポーツ・コミットメントにおける内的満足とは、スポーツをプレーすることで味わえる、スポーツ本来の楽しさや喜び、面白さである。外的満足とは、スポーツをすることでもたらされる、勝利や威厳、金銭などを表す。ここで各同伴者ごとの、内的満足及び外的満足の内訳を示すと、以下の通りになる。友人・知人は、もともとアンオフィシャルな関係であり、ゴルフによって何かインセンティブを得るというよりは、単純に互いの親睦を深める目的としてゴルフをプレーすると思われる。友人・知人同士のゴルフは、内的満足が高く、外的満足が低い傾向にあるだろう。家族でゴルフを行う場合は、元来の親密度がより高いため、プレーを行うにあたっては、シンプルにゴルフに興じることができるだろう。家族間でのゴルフも、内的満足が高く、外的満足は低いと考えられる。新しい出会いを求め、見知らぬ人とゴルフをともにプレーする人は、コネクションの獲得や異性との出会いなど、ゴルフを通じて何らかのインセンティブを得ようとする傾向があるだろう。しかし一方、ゴルフそのものにもともと関与度が高く、純粋にゴルフを楽しめているからこそ、ゴルフを通じた新しい仲間づくりに行動が昇華されているともいえる。従って、新しい出会い層のプレーヤーは、内的満足も高く、外的満足も高い状態であると考えられる。仕事づきあいでゴルフをしているものは、文字通り付き合いであり、ゴルフそのものに関心があるというよりは、ゴルフをすることで得られる商機や昇進のチャンスを目的にゴルフをしていると思われる。仕事づきあいでゴルフは、内的満足が低く、外的満足が高い傾向にあると考えられる。

仕事づきあいでゴルフをする者の継続意向が低かった背景として、ゴルフで得られる外的満足が、過去に比べて相対的に低くなっているからだと考えられる。日本でゴルフが盛んだったおよそ90年代までは、ゴルフで商談を行ったり、ゴルフがビジネスのきっかけとして、強く機能したりするような機会が多々あったであろう。しかし、現在はかつてに比べ接待ゴルフの数が減り、あったとしてもビジネスへの影響は低いであろう。参加者としてはそこまで見返りがあるわけではないのに、付き合いとしてゴルフで上司や仕事相手と帶同せざるを得ないことになる。過去は、ゴルフをすることで高い外的満足が得られたが、現在は相対的に外的満足が低下し、仕事づきあいでゴルフをすることにスポーツ・コミットメント要素の上昇が見られないと考えられる。

## 6.2 研究の限界

現状考えられる研究の限界は以下が考えられる。

- ・ゴルフを始めるきっかけとなった他者と、継続理由となる同伴者は別である。

今回の分析では、元アンケートの質問に沿い、Q4.のプレー理由に対して回答された同伴者項目を共変量とした。分析の結果、同伴者の違いによって継続意向の影響に差が生じることがわかった。しかし、ゴルフを始めたきっかけとなる他者と、その後のプレーで同伴する他者は峻別すべきだと考える。例えば、継続意向に対しては、仕事のつきあいでするゴルフは負の影響が見られたが、ゴルフを始めたきっかけが仕事のつきあいであった場合、その継続意向に対する影響は、本研究では検証できない。ゴルフプレーの実情を鑑みると、やはり仕事のつきあいでゴルフを始める者は多くいると考えられ、その後のゴルフとの付き合い方で継続意向に差が出てくると考えられる。もし、仕事のつきあいで始めたゴルフを、仕事のみで収めるのであれば継続意向は下がり、そうではなくあたらしくゴルフ仲間を作ったり、家族でゴルフを嗜んだりすることで継続意向が上がる可能性がある。

- ・家族、職場、友人関係の親密度によっては、異なる結果が出る可能性がある。

今回の分析では、大別した4つ同伴者カテゴリーのみを共変量に扱い、影響の大きさを測った。しかし、同じ家族カテゴリー、仕事仲間カテゴリーの中でも、個人とその同伴者の付き合いによって、親密度に差が出てくるだろう。本研究では、同伴者間の親密度について検証はできなかった。例えば、家族でゴルフをするにしても、不仲であったりすれば継続意向は低くなる可能性はあり、仕事仲間と良好な関係を築いていれば、たとえ仕事仲間とプレーをしても継続意向は上がる可能性もあるといえる。

## 7. 謝辞

本研究につき、手厚くご教授を頂いた山本晶准教授、ならびに多くの助言をくださった山本晶研究室のゼミ生の皆様、そして本研究で使用したアンケートデータを提供頂いたマイボイスコム株式会社のご担当者様に、この場を借りて深く御礼を申し上げさせていただこうと存じる。

## 8.参考文献

- <論文>
- [1] Becker, H.S. (1960). Notes on Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66, P.32-40.
  - [2] Carpenter, P.J. , Scanlan, T.K. , and Simmons, J.P. (1993). A test of the sport commitment model using structural equation modeling. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 15(2), P.119-133.
  - [3] Casper, J.M. and Stellino, M.B. (2008). Demographic predictors of recreational tennis participants' sport commitment. *Journal of Park and Recreation Administration*, 26(3), P.93-115.
  - [4] Greendorfer, Susan L. (1977). Role of Socializing Agents in Female Sport Involvement. *The Research Quarterly*, 48-2, 305, P.10.
  - [5] Kenyon, G.S. & McPherson, B.D. (1974). Approach to the Study of Sport Socialization. *International Review of Sport Sociology*, 9(1), P.128.
  - [6] Snyder, E.E. & Spreitzer, E.A. (1983). Social Aspects of Sport, Second Edition. *Prentice Hall, Inc.* , P.79-81
  - [7] 海老原修 (1989) 「スポーツ社会化における相互的影響の検証」 日本体育学会大会号
  - [8] 金崎良三 (1992) 「スポーツ・コミットメントの形成とスポーツ参与に関する研究」 健康科学, Vol.14, P.35-42
  - [9] 条野豊, 池田勝, 山口泰雄 (1979) 「パス解析によるスポーツ参与の分析」 つくば大学体育学研究, Vol.34, P.235-243
  - [10] 徳永幹雄, 金崎良三, 多々納秀雄, 橋本公雄 (1985) 「スポーツ行動の予測と診断」 不昧堂出版
  - [11] 野邊政雄, 梶房出 (2013) 「スポーツの関わりに関する研究動向」 岡山大学大学院教育学研究科研究集録, 第 153 号, P.109-113
  - [12] 広瀬恒夫 (1998) 「日本のスポーツマーケットの現状と将来展望」
  - [13] 萩原悟一, 磯貝浩久 (2013) 「スポーツ・コミットメントの形成に関する競技者アイデンティティーとソーシャルサポートの検討」 スポーツ産業学研

究, Vol.23, No.2, P.227-239

- [14] 萩原悟一, 磯貝浩久 (2014) 「スポーツにおける個人・社会志向性と競技者アイデンティティーの関連を基軸としたスポーツ・コミットメントモデルの検討」 *スポーツ産業学研究*, Vol.24, No.1, P.7-15

<文献・資料>

- [15] 青木幸弘, 新倉貴士, 佐々木壮太郎, 松下光司 (2012) 『消費者行動論』 有斐閣アルマ
- [16] 片山健二 (2000) 『ゴルフの文化経済学』 芙蓉書房出版
- [17] 田中洋, 清水聰 (2006) 『消費者・コミュニケーション戦略—現代のマーケティング戦略』 有斐閣アルマ
- [18] 原田宗彦, 藤本淳也, 松岡宏高 (2008) 『スポーツマーケティング』 大修館書店
- [19] 日本生産性本部 (2016) 「レジャー白書」 生産性出版
- [20] 株式会社矢野経済研究所 (2015) 「ビギナー・早期リタイアゴルファー実態調査 2015」
- [21] 株式会社矢野経済研究所 (2016) 「2016 年版ゴルフ産業白書」

<オンライン>

- [22] 東洋経済オンライン (2015) 「ゴルフ離れは若者だけの問題ではなかった！」 2015.2.22 <<http://toyokeizai.net/articles/-/61237>>
- [23] ハーバード・ビジネス・オンライン (2016) 「3 分で読み解く「レジャー白書 2016」ゴルフ編 若者のゴルフ離れを払拭できるか」 2016.11.6 <<https://hbol.jp/115837>>
- [24] 日刊グッディ (2015) 「ゴルフ離れの理由、男女の違いはこれ」 2015.10.27 <<http://gooday.nikkei.co.jp/atcl/report/14/091100031/102300141/?ST=exercise&P=1>>
- [25] ZUU オンライン (2015) 「若者離れの影響？倒産相次ぐゴルフ業界に生き残る術はあるのか」 2015.2.25 <<https://zuuonline.com/archives/60286>>
- [26] ダイヤモンドオンライン (2012) 「“ゴルフ女子”は激増しているのなぜ？若手男性社員がゴルフをしたがらない本当の理由」 2012.10.22 <<http://diamond.jp/articles/-/26567>>

## 9. 添付資料

アンケート質問項目

Q 1. (全員) あなたはゴルフについて、どのような楽しみ方をしていますか。ゴルフ関連で行っていることをお聞かせください。 (複数回答可)

- 01=ゴルフ場でコースを回る
- 02=ゴルフ練習場（打ちっぱなし）に行く
- 03=シミュレーションゴルフをする（ゴルフコースを映写したスクリーンに向かって打つ）
- 04=ゴルフバーに行く
- 05=ゴルフ練習場以外の場所で、ゴルフの練習をする
- 06=ゴルフのレッスンを受ける
- 07=ゴルフのツアー観戦に行く
- 08=テレビでゴルフを観戦する
- 09=テレビや新聞などでゴルフの試合の結果をチェックする
- 10=ゴルフの本や雑誌を読む
- 11=ネットでゴルフ関連の情報をチェックする
- 12=ゴルフ関連の情報を、ブログやSNS、Twitterなどで投稿する
- 13=ゴルフのゲームをする
- 14=その他
- 15=特にない
- 00=（無回答）

Q 2. (全員) あなたはゴルフをしたことがありますか。 (パターゴルフ等は除く)

- 1=現在ゴルフをしている
- 2=したことがあるが、現在はしていない
- 3=ゴルフをしたことない
- 999=（無回答）

Q 3. (Q2で1にお答えの、現在ゴルフをしている方) あなたがゴルフをする頻度をお聞かせください。 (ゴルフ練習場やゴルフコースに行くのを含めたすべての合計でお答えください)

- 1=週 1 回以上
- 2=月 2 ~ 3 回
- 3=月に 1 回程度
- 4=2 ~ 3 ヶ月に 1 回
- 5=半年に 1 回
- 6=年に 1 回以下
- 999=（無回答）

Q 4. (Q2で1~2にお答えの、ゴルフをした経験がある方) あなたがゴルフをする（していた）理由・目的をお聞かせください（複数回答可）

- 01=趣味として
- 02=健康維持、体力づくりのため
- 03=運動不足解消のため
- 04=集中力、精神面を鍛えるため
- 05=長く続けられる
- 06=性別・年齢に関係なくできる
- 07=運動量が比較的少ない
- 08=ウォーキング運動ができる
- 09=自分のペースで楽しめる
- 10=自然の中でプレーできる
- 11=スポーツ競技のひとつとして
- 12=攻略性が高い
- 13=洗練された紳士的なスポーツだから
- 14=プロゴルファーへの憧れ
- 15=かっこいい
- 16=友人・知人とのコミュニケーション
- 17=家族とのコミュニケーション
- 18=新しい仲間づくり、出会い
- 19=仕事などのつきあい
- 20=その他
- 21=特になし
- 00=（無回答）

Q 5. (Q2で1~2にお答えの、ゴルフをした経験がある方) あなたが購入したことがあるゴルフ関連用品をお聞かせください。（複数回答可）

- 01=ゴルフクラブ
- 02=ボール
- 03=グローブ
- 04=ティー、ディペグ
- 05=グリーンマーカー
- 06=グリーンフォーク
- 07=ゴルフバッグ、キャディバッグ
- 08=ゴルフウェア
- 09=ゴルフシューズ
- 10=ゴルフ用傘
- 11=帽子
- 12=ゴルフ用GPSナビ
- 13=ゴルフ用レーザー距離計
- 14=練習器具
- 15=その他
- 16=購入したことはない
- 00=（無回答）

Q 6. (Q5で1~15にお答えの、ゴルフ関連用品を購入したことがある方) あなたはゴルフ関連用品をどこで購入しますか。最もよく購入するところを1つ選んでください。

- 01=デパート
- 02=大型スーパー
- 03=ショッピングモール、アウトレットモール
- 04=ホームセンター
- 05=ディスカウントストア
- 06=ゴルフ用品専門店
- 07=スポーツ用品店
- 08=衣料品店、靴屋などの専門店
- 09=カタログ通販
- 10=インターネットショップ
- 11=その他
- 999= (無回答)

Q 7. (Q6で1~8にお答えの、ゴルフ関連用品を店舗で購入する方) あなたが、Q6でお答えの最もよく購入する店で、ゴルフ関連用品を購入する理由をお聞かせください。 (複数回答可)

- 01=品揃えが豊富
- 02=商品の品質がよい
- 03=商品が探しやすい
- 04=他では手に入りにくい商品を扱っている
- 05=好きなブランドの商品が置いてある
- 06=価格が手頃
- 07=立地がよい、便利な場所にある
- 08=駐車場がある
- 09=営業時間が長い
- 10=店の雰囲気がよい
- 11=店員の対応がよい
- 12=店員の知識が豊富
- 13=催事・バーゲン、値引き等がある
- 14=ポイントサービスなどの特典がある
- 15=信頼できる
- 16=他の買物のついでに立ち寄れる
- 17=その他
- 18=特にない
- 00= (無回答)

Q 8. (全員) あなたは、今後、ゴルフをやりたいと思いますか。現在ゴルフをしている方は、今後もやりたいと思いますか。

- 1=やりたい
- 2=まあやりたい
- 3=どちらともいえない
- 4=あまりやりたくない
- 5=やりたくない
- 999= (無回答)

Q 9. Q8で、ゴルフを今後やりたい／やりたくない／どちらともいえないとお答えの理由を、具体的にお聞かせください。