

ゴルフウェアに関する購買行動調査

GfKジャパン(東京:中野区)は、過去1年以内にゴルフウェアを購入したゴルファー約2,300人に対してゴルフウェアの購買行動に関するインターネット調査※を行い、その結果を発表した。

【概要】

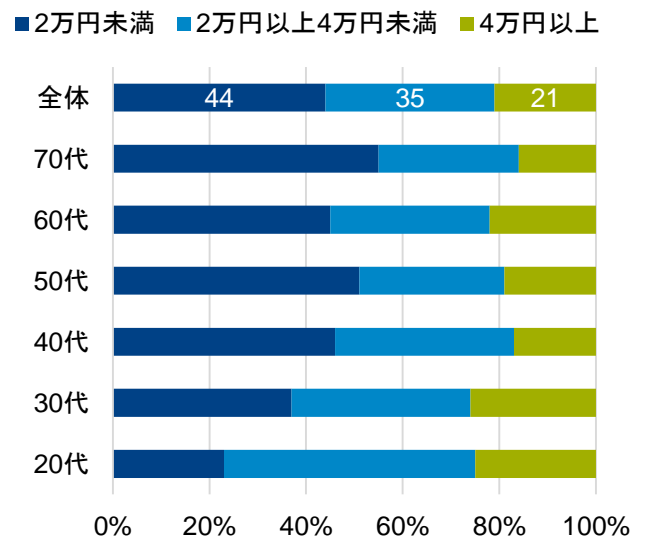
- ・男性ゴルファーが回答したゴルフウェア年間購入金額の平均は約24,200円
- ・20~30代の男性ゴルファーの3割は年間4万円以上の高額支出をしていると回答
- ・購入場所として最も多く挙げたのは全国チェーン店。インターネット購入を大きく上回る

【男性ゴルファーのゴルフウェア購入金額】

過去1年間のゴルフウェア購入金額について聞いたところ、男性ゴルファーの購入金額は平均約24,200円、女性ゴルファーは約23,400円と、男性の方がやや支出が大きかった。

男性ゴルファーの購入状況を金額別にみると、2万円未満と回答した割合が44%、2万円以上4万円未満が35%、4万円以上が21%を占めた。年代別にみると、20代では4万円以上と回答した割合が25%、30代では26%と、若年層のゴルファーは特に高額支出の割合が高かった。一方、高齢層においては2万円未満の割合が高く、70代では55%と過半を占めた(図1)。年代が低いほど、自由に使える金額が大きいたことが主な要因と考えられる。実際に、毎月自分のために使用している金額について「5万円以上」と回答した割合は、20・30代では6割を占めたが、年代が上がるにつれてこの割合は下がり、70代では4割にとどまった。

図1. 男性ゴルファー 過去1年間のゴルフウェア購入金額 回答割合

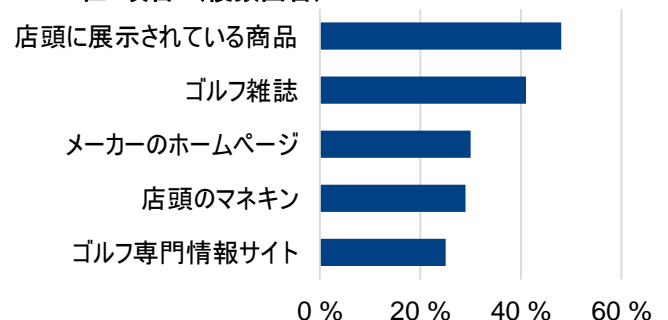


【男性ゴルファーの購入場所、参考情報】

男性ゴルファーのゴルフウェア購入場所として最も多かったのは「ゴルフ・スポーツの全国チェーン店」で、72%が過去1年間に購入したと回答した。次いで「インターネットのゴルフウェア販売サイト」が26%となった。全国チェーン店にはおよばないものの、購入場所として主要な選択肢になりつつあるようだ。

また、男性ゴルファーに対してゴルフウェア購入の際に参考になっている情報を聞いたところ、最も多く挙げられたのは「店頭で展示されている商品」で48%、次いで「ゴルフ雑誌」(41%)、「メーカーのホームページ」(30%)となった(図2)。ただし20・30代においては、店頭展示よりも、専門誌やファッション誌、メーカーホームページの割合が高かった。他の年代と比較しても、こうした媒体を参考になっている割合は高く、最新情報の入手や商品比較に対してより積極的な姿勢がうかがえる結果となった。

図2. 男性ゴルファー ゴルフウェア購入の際の参考情報 上位5項目 (複数回答)



※.「2018年ゴルフアパレル調査」概要

- 調査期間： 2018年11月13日～11月19日（計7日間）
- 調査対象： 20歳～79歳のゴルファー2,334名 *人口構成比にあわせてウェイトバック集計
自分自身のゴルフ用品（クラブ）を所有、男性は年間平均ラウンド数が5回以上、女性は年間平均ラウンド数が3回以上、過去1年間にゴルフ用のアパレル（トップス、ボトムス、アンダーウェア）を購入、主なアパレルの購入場所がゴルフ用品専門店、百貨店、ゴルフ関連施設などのゴルフ用品売り場である
- 調査方法： インターネット調査
- 回答者属性： 性、年代、年間平均ラウンド数、一緒にラウンドする人、ゴルファータイプ
- 調査内容：
 - ・ゴルフウェアの購買行動
ゴルフウェアを購入するきっかけ、購入時に重視する点、普段着として着用できるゴルフウェアのポイント、ゴルフウェア購入参考情報と理由、ゴルフウェア購入合計金額、購入可能金額
 - ・ゴルフウェアの着用実態
よく着るゴルフウェアの色、着たくないゴルフウェアの色、この1年で着ているゴルフウェアの形、コーディネートの参考情報
 - ・ゴルフウェア購入店舗
最近1年間の訪問店舗（業態別）訪問頻度および訪問理由、最近1年間に購入した店舗（業態別）および購入理由、訪店経験/購入経験（業態別）、訪問・購入店舗（屋号別）、購入した店舗の選択理由
 - ・ゴルフウェアのブランド評価
純粋想起/助成想起、所有ブランド、所有ブランドのシャツ・アウター・ミッドラー・ボトムス、購入意向ブランド、非購入意向ブランドとその理由、ブランドイメージマップ、ブランド分析

本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
tel : 03-5350-4623
Email : info.jp@gfk.com
www.gfk.com/jp/