

ギュー GEW

1 JANUARY
2024
vol.551

gew.co.jp

Make
Stronger
2024

昇竜 目指す
企業群の戦略

Golf Economic World
ゴルフ産業を社会に広めるネットワーク・マガジン

Make Stronger 2024

昇竜目指す企業群の戦略



明けて辰年。2024年は、今後の業界構想を考える上で大事な年になりそうだ。コロナ特需が終焉し、業界各所の数字は元に戻ったとの指摘があるが、それ以上に見逃せないのは「業界体質」が大きく変わったことである。

コロナ禍で起きた異業種からの参入ラッシュは今後、脱落組も出るだろうが、新たな技術や発想が雪崩れ込み、新しいゴルフ市場が構築されつつある。一体、何が始まるのか？各社の事業戦略を、新旧織り交ぜ広範に集めた。

(構成・片山哲郎)

大同団結を諦めるな！

日本ゴルフ場経営者協会（NGK）
手塚寛会長

「NGKは242コースが加盟するゴルフ場の経営者団体ですが、ゴルフ場数が2200を大幅に割り込む中で2024年の課題は沢山あります。

主に①ゴルフのイメージ、②温暖化対策、③労働力不足に集約されると
思います。

まずイメージなんです、高校体育の教科書には『心身に有効なスポーツ』という頁があって、そこにゴルフは入ってない。逆に『スポーツ

と環境』の頁にはゴルフ場の挿絵が否定的な感じで載っている。たしかに過去、ゴルフ場は環境破壊をしたけれど、今は逆にCO2の吸収など環境に貢献してるじゃないですか。今も負のイメージがあることに大きな違和感を覚えますよ。

これ、単にイメージの話じゃないんです。温暖化でイノシシ被害が深刻化の中で、農地には電柵の補助金が出る。だけどゴルフ場には出ない。自治体にゴルフ場利用税を払ってても関わらず。ゴルフの負のイメージが大きいと思う。

酷暑が常態化すれば、ますます経営が苦しくなるし、コース管理の大変さに人手不足も加わります。レストラン運営を外部に委託するコースも多いんですが、受託会社も人手不足で苦しいから、ある日突然レストランを閉めたり、ゴルフ場自体の閉鎖も加速しかねません。

諸問題を解決するためには、ゴルフ場業界だけじゃ限界がある。酷暑対策の商品開発にはメーカーの協力が不可欠だし、ボウリングみたいにプレーヤーの金銭的負担を減らすレンタルシステム、あるいはインドアからゴルフ場への導線づくりなど、今こそ団結が必要なんですよ。

動かずに諦めるのが一番ダメだと思う。例えばNGKはこれまで、東京、福岡と折衝して、ゴルフ場の固定資産税を下げてもらい、この活動が全国に波及した結果、ゴルフ場の固定資産税はピークに比べ年間40億円も減ったんですよ。知らなかったですか？ NGKはPRが下手だから（苦笑）。とにかく、諦めないこと。新年は私自身、業界団体の伝道師のつもりで動きますよ」

「本物」にこだわる

ジュビターゴルフネットワーク 前田鎮男社長

「過去数年はコロナ特需で広告収益を中心に良かったのですが、2023年は厳しかった。理由はいくつかありましてね、まず、大手通販事業者がCS離れを起こして、地上波やBS放送の空き枠に移ったこと。

それ以外ではクラブメーカーの広告が減ったこと。もうひとつ、これは長期的な現象ですが、ユーチューブなど多様なコンテンツ配信に押された結果、ケーブルテレビ全体の加入者が減っている。2024年は巻き返しを図りたいですね。

巻き返しのカギですが、舞台裏の話ですれば、配信システムがJスポーツと同じ基板になって画質が格段

に良くなります。さらにスマートTVに接続できるアプリで視聴者の利便性と獲得を図る。その上で、ゴルフのデジタル化に対応するため①EC、②ネット配信、③DXの3点を強化します。特にDXはシミュレーションゴルフの専門会社と協業することも視野に入りたいですね。

ECの強化も同じですが、我々は番組配信だけではなく、周辺事業にも乗り出す必要がある。その際、業界他社との協業は不可欠な要素だと考えています。

肝心のコンテンツにつきましては、自主制作番組とツアー放送の権利買いも前向きにやる。本音を言えば円安で、PGAツアーのコストが大変ですが、日本の若手プロがアメリカに挑戦したら、その姿を追い駆ける番組も作りたいですね。

ゴルフの専門チャンネルなので『本物志向』にこだわって、ゴルフの魅力を深掘りする。それによってゴルフ市場の活性化を図ること。本物にこだわる1年にします」

厳しい時こそチャンスがある

地域に愛される存在に

ロックフィールドゴルフリゾート

大島均社長

「全国8か所（北海道、群馬、富山、岐阜、滋賀、和歌山、兵庫、山口）でゴルフ場を運営しています。『地域に必要とされる存在になる』が当社の使命で、2019年4月のスタート以来、この言葉を社員全員が胸に刻んで仕事に励んでいます。

具体的な取り組みですが、岐阜県の老カントリークラブは3年前から、地域住民を対象にフェアウェイを楽しく歩く『地元健康ウォーキング大会』を無料で開催。季節は春か秋のベストシーズンで、日曜のトップスタート前に行って、とても好評なんです。近くのゴルフ場に一度も入ったことがない高齢者や子供は沢山いらっしやる。祖父母とお孫さんが手をつないで『きれいだねえ』とうれしそうな声を聞くと、より多くの人にゴルフ場の魅力を感じて頂きたいと思います。当クラブでは災害時の避難場所になるよう自治体に申し入れており、他のゴルフ場も順次申請する予定です。

毎年ジュニア大会も開催しています。未来のゴルフアークへの敷居を下げると同時に、ジュニア会員制度も発足しました。練習施設も充実して



SPECIAL FEATURE

おり、高校生会員だった選手が2年連続プロテストに合格した。23年は清本美波さんが17アンダー、ぶつちぎりのトップ合格でした。

また、滋賀県の皇子山カントリークラブは琵琶湖を一望できる高台にあり、毎年夏の『びわ湖花火大会』ではクラブハウスや周辺を皆さんに開放しています。収容人数の関係で予約制ですが、眼下に見下ろす豪華花火は絶句するほど見事ですよ。

当クラブは昨年から、隣接の森に打ち込まれたロストボールを社員全員で回収しています。ロストボールは近くの川に流れ込む可能性もあり、地元に迷惑を掛けてはならない。その一心で始めたもので、今後も続ける予定です。とにかく、地元に愛される存在になれるよう2024年も積極的に活動します」

今年「攻め」の年

有賀園ゴルフ 有賀史剛社長

「毎年、年初に書初めをしているんですよ。過去3年で書いた標語は『最高益』↓『更に最高益』↓『凄い会社』というもので、世の中にはスゲー！って思うことがありますよね。そんな会社を目指したのが2023年で、2024年は『攻める会社』を書初めます。

コロナ特需の終焉で用品市場は厳しいですが、株の言葉に『麦藁帽子は冬に買え』と。みんなが勝負を控えるときにチャンスなので、積極的に攻めますよ。現状24店舗ですが、今年度は最大5店舗増やす計画で『関東の有賀園』から全国展開の礎を築く年にしたいですね。

ユニクロなどのロードサイド店が大型化に転じて、既存の200〜300坪の店舗が空き始めた。このサイズはゴルフショップには手頃なので、そのあたりを攻めます。これとは別に百貨店から出店のオフアアが増えているため、大阪や名古屋も視野に入りたいですね。

もうひとつ、基幹5店舗のうち2店舗をリニューアルする。まだイメージの段階ですが、仮に500坪あるとしたら、250坪を従来の売場にして、100坪を個室のインドアに充てる。残りの50坪を工房やセレクトショップにするなど、ワンストップで全ゴルフアアを満足させるコンセプトです。その地域にカリスマ工房があれば、買取して有賀園の中に入れることもありでしょうね。同じ店舗内だけ、工房やインドアの入り口や営業時間は、バラバラだいたいと思うんですよ。『有賀園』を強力

なプラットフォームに育て、専門企業と協業する。そんなイメージで2024年は攻めますから！」

「競技ゴルフ」元年に シミュレーションの

新製品にぞっこ期待

日本シャフト 栗原一郎課長

「ゴルフ用品業界が落ち込んでると言われますが、どうでしょう？」

コロナ禍の3年は予想以上の受注があった、それで在庫過多になったのが理由だから現況は仕方ないと思いますよ。私は日頃、ショップや練習場、ゴルフ場を訪ねて市場調査をしていますが、今もそれなりに混んでいるし、十数年前に比べると新しいクラブの所有率は高くなったと感じています。キャデイバッグは古いままでも、ゴルフクラブは新しい。需要が落ち込んでるとは思いません。

当社はクラブメーカーの発注を受ける立場ですが、コロナバブルの最中でも堅実にビジネスされてたメーカーさんからは追加オーダーが入っています。当社の業績も、過去3年の好況期ほどではありませんが、コロナ前の2019年比で120%だったので可能性を感じています。

Make Stronger 2024

昇竜目指す企業群の戦略

2024年は、アベレージゴルフ
アー向けにドライバー用の新ブラン
ドとアイアン用のスチールシャフト
を発売予定。特にドライバー用は、年
間100回の試打会で、2000人
のゴルフアーを観察・分析した意欲
作なので楽しみに！

海外展開は、契約プロのカリー・
ウエブをもっと露出して販売店向け
のイベントを強化、当社のファンブ
クリに注力します。新年度の目標数
字は策定中ですが、最低でも前年比
115〜120%、これぐらいはや
りたいと思っています」

eスポーツを視野に入れて

ゴルフランド 松田幸洋社長
「2024年はシミュレーションゴル
フを『競技スポーツ』として確立し
たいですね。その際、追い風になり
そうなのがタイガー・ウッズとロー
リー・マキロイが共同で設立したト
ウモロスポーツによる新リーグ『T
GL』で、かなりインパクトがある

と思います。

ロングショットはスクリーンに向
けて打つeスポーツ的な要素を入れ
て、競技は2時間以内。シミュレー
ションゴルフの世界にトッププロが
本腰を入れるので、新しいエンター
テイメントとして、お酒を飲みなが
ら楽しむ『エンジヨイ』から『eス
ポーツ』へと変わるでしょう。

国内では2022年4月、東京タ
ワーフットタウン内に『ゲームチェ
ンジ』をコンセプトにした『レッド
トーキョータワー』が開業。ここで
は最新のゲームや、最先端のXR技
術を搭載したスタジアムでの競技や
イベントを楽しんだり、あらゆる遊
びを詰め込んだ『異次元エンタメ体
験』が楽しめます。実は、ここに当
社のシミュレーションゴルフ『ジヨ
イゴルフスマート+』が採用されて
いるんですよ。この空間を発信基地
として、若年層を含めた潜在層にア
プローチできます。

2028年のロス五輪では、新競
技として『eスポーツ』が採用され
る可能性があつて、身体性を伴うレ
ーシング系やシミュレーションゴル
フ系の種目が入ることも期待されま
す。これが実現すれば、幼少期から
ゲームを楽しむようにゴルフに触れ
られるので、競技人口や選手層の底
上げもできるでしょう。

また、eスポーツゴルフのプロリ
ーグ化も期待できます。発足すれば
賞金だけじゃなく、配信やベッティ
ングで稼げる選手も出てくるし、こ
のリーグが注目されれば新たなスタ
ー誕生も期待大。とにかくシミュレ
ーションゴルフには沢山の可能性が
あるので、システムのハード面だけ
ではなく、ノンゴルファーでもワク
ワクするような仕掛けを考えていま
す。大いに期待してください」

パッションが 事業の継続性を生む

経営体力をつける

荒川ゴルフクラブ 佐藤友幸社長
「当社は福島県いわき市でゴルフ練習
場を経営していますが、練習場はコロ
ナで恩恵を受けた特別な業界だと思
つてます。ただ、当初から好況は3

年、長くても5年だろうと考えてい
たので、業績が良いうちに次の一手
を打たなければと考えると、2021
年の9月、駐車場にインドア棟を建
設してスクールに力を入れた。これ
が好調に推移しています。

前期決算は2023年10月ですが、
振り返ると、コロナの行動制限が
徐々に緩和された22年12月から苦戦
に転じて、23年5月に5類となつて
からは他のレジャーに人が取られて
しまった。これに夏の猛暑と10月ま
での残暑が加わって、入場者はかな
り落ち込みました。

22年10月の決算と比べると92%程
度の実績でしたが、コロナバブルの
3年間は特異なケースなので、20
18、19年と比べた分析が大事だと
思います。19年比で見ると前期
は金額ベースで100%、横這いと
いう状況です。

入場者数の落ち込みを金額ベース
でカバーできたのは、早くからイン
ドアを作り、スクールに注力した結
果でしょう。23年11月からは入場者
も回復傾向なので、新年度は昨対95
〜96%、18年比で102〜103%
の着地を目指します。

そのための戦略は①地道な接客、
②スクール生募集強化の2点です。

SPECIAL FEATURE



スタッフが自ら考え、提案してくるので、頼もしいですね。ただ、コロナでせっかく増えたゴルフアワーがやめてしまうのは非常に残念。

理由は、練習場とゴルフ場のギャップで上手く打てず、嫌になったことがあります。離脱率を下げるにはインドアのシミュレーターを上手く活かして、ギャップを埋めるレッスンをしていくこと。

とにかく、慌てず、いろんなことに手を出さず、経営体力を養ってゴルフアワーを創造する。そんな1年にしたいですね」

困ったら連絡ください！

Knomak(ノマック) 小寺俊介
社長

「当社は練習場、インドア、ゴルフ場に高速Wi-Fiを設置する『GO L Free Wi-Fi』という事業をしています。過去3年のコロナ特需もあって実績が出てきました。とはいえオペカと一緒で、2024年のインドア市場は淘汰が激しくなると予測しています。

なぜなら、ゴルフ業界へのパッションがなく、利益だけ求めて入ったところは苦境に立つと踏ん張れない。そんな会社が多いほど、一過性のブームになってしまうので、我々はパ

ッションのある会社と一緒に仕事をしたいですね。

2024年の事業戦略は、単にWi-Fiの施工数を増やすんじゃない、それで何ができるかの提案が大事だと思っています。例えば今、ミニツアーのライブ中継の通信環境を担う計画が進行中で、女子プロの玉子を応援するなどミニツアーは増えてますが、主催者は資金難だから大手に配信を頼めない。当社は安価で最高の技術を提供できるので、我々の番になるわけです。

これとは別に、練習場の事務用パソコンやネット環境の相談も受け付けます。肌感覚ですが、練習場の3割はパソコンを持ってない印象があつて、手書きで事務作業する光景も見かけます。仮にIT機器を購入しても、業者との付き合いがないためにも、業者との宝の持ち腐れ……。

そんな悩みを解決する駆け込み寺になりたいんですよ。地方の練習場で購入資金がないところもあるでしょうが、大丈夫です。実は古物商の資格もありますから、3〜4年落ちのパソコンをメンテナンスして、格安で提供できるんです。2024年の合言葉は『ITで困ったらノマック』です。これをゴルフ界に普及させる1

年にしていきます」

**ゴルフアニメ放映決定
子どもにPRの好機**

目標は加盟600場

全日本ゴルフ練習場連盟(JGRA)
横山雅也会長

「コロナが5類になって趣味の分散が進んだ結果、練習場の来場者は減少中。だけど全体としては2019年レベルには戻ってない。酷暑があつたものの、若者や女性の増加でゴルフアワーの入れ替わりが進み、どうにか踏ん張ってる状況です。

酷暑対策に特効薬はありませんが、各施設で冷たいオシボリやかき氷の提供、地域のドクターと連携した熱中症対策など、加盟施設の成功例を共有することも検討課題です。

実は、JGRAの加盟施設が500の大会に乗ったんですよ。その勢いで2024年は600を目指して施策を打ちます。ひとつは2022年に始めた『ゴルフ練習場の日』(11月3日)で、全国の加盟施設が自由な企画で地域と密着、ゴルフファンを増やす試みです。初年度の参加施設は300場で、2年目は200場に届きませんでした。これはJG

RAの創立70周年行事と重なって力が分散したから。2024年は8割以上の参加を目指します。

これ以外では日本ゴルフ協会が中心で行う『女性ゴルフデー』や『健康とゴルフ』の企画にも協力して、業界の団結を促したい。未加盟の練習場も個々にいろんな地域活動をやっているの、太い幹に育てるためにも加盟数の増加は大事です。

私自身、そのためには労を惜しみませんし、インドア施設との連携も図りたいですね。インドアは急成長したけれど、我々と連携できる部分は沢山あると思う。ホップ・ステップと来て、2024年はジャンプの年にしたいです」

オーイ!とんぼ
ゴルフダイジェスト社 木村正浩専務

「雑誌業界はどこも厳しいですよ。街中から書店が消えて、駅の売店も減って、コンビニの雑誌コーナーは縮

小中。輪を掛けたのがコロナ禍で、感染が心配だから立ち読みもしなくなつた。当社は雑誌のデジタルコンテンツ化に注力してますが、双方食い合うという現場の声もあって、なかなか苦労しています。

ただ、2024年は大きな挑戦をするんですよ。当社の人気漫画『オーイ!とんぼ』のアニメ化です。テレビ東京系列で第1クールが4〜6月、第2クールは10〜12月で、週末の午前中に30分。この話は4年ほど前からあったんですが、コロナで止まっていた。制作委員会にはキラークターグッツなど13社が名を連ねて、ようやく実現します。

凄く人気なんです。これまで47巻出て、電子コミックとの合算で累計170万部、そろそろ48巻が出るので180万部は視野に入る。漫画8万タイトル中で10位、スポーツ部門では1位ですよ。

作者のかわさき健さんは元研修生

で、プロゴルファーを目指してたんです。そういった経験も踏まえた人間ドラマで、レッスン漫画でもなく、技術中心じゃないところが人気の理由かな。アニメで競技人口が増えた例に『キャプテン翼』や『テニスの王子様』、バスケの『スラムダンク』がありますので、『とんぼ』を次世代ゴルファー誕生のきっかけにしたい。原作とちよつと変えて、子供が楽しめる内容です。

ゴルフ界の団体を訪問して、支援を呼び掛けているんですよ。当社のコンテンツではあるけれど業界の発展に寄与したい。コロナで新しいゴルフアが増えたので、メディアの立場で底上げしたいですね」

無人芝刈機導入で 人手不足解決を

社員全員で伊香保温泉

関文グループ 森川英幸社長

「うちは3コース(GMG八王子・東京、長瀬CC、鴻巣CC・各埼玉)を運営していますが、GMGは1月の予約も満員など引き続き順調です。

コロナ特需で増えた若者が定着した印象もあって、30代以下の来場率はGMGが3・2%、長瀬が10・9%、

鴻巣6・2%の割合です。金額の安さと若者比率は比例していて、平日8000〜1万円前後の長瀬は特に活発な印象ですね。

一方のGMGは、会員の来場率が約6割、究極は会員100%を目指すなど家族主義が特徴です。それにはキャディとの会話も大事な要素なので、正社員キャディ50名、フルで働けない準・嘱託キャディが25名ほど。とても大切な存在です。

問題は、人の確保が厳しいことです。周辺商業施設の人件費高騰の上に、燃料や食材の高騰もあって、据え置いた料金を見直す必要があるかもしれない。キャディは500円上げられるか、それとも1000円か……悩ましいところ。

コース管理については無人芝刈機の導入を真剣に考えてます。メーカーによつては1台2000万円など高額ですが、無人機の導入で刈込頻度が高まれば芝の状態が格段に良くなる。コースのグレードも上がりますし、その分、人にしかできない細かい作業にも手が回る。地形的に導入しやすい鴻巣あたりから始めるかもしれませんが、どの無人機メーカーにするかは思案中です。とにかく投資すべきは投資する。

Make Stronger 2024

昇竜目指す企業群の戦略

SPECIAL FEATURE



業績が良いうちに将来のインフラを整えなければ……。2024年は創立60周年を迎えるので、全社員で伊香保温泉に行きたいですね。それが新年の目標かな（笑）」

中古も試打できます

井高野ゴルフセンター 吉田智行社長

「大阪で練習場を運営していますが、インドアの『d x golf 24』にレストラン、バッティングセンター、フットサルコート、整体院とフィットネスジムも併設してるんですよ。2023年の練習場入場者は好調だった20年比で何とか103%でしたけど、金額的にはかなり落ちてしまっただ。24年も下がりそうで、このままでは19年と同じか、それ以下になる可能性も否めません。」

そんな状況で2024年は『打席外収入』をどうやって取るか、この点に挑戦します。具体的には①スクール、②シヨップ、③芝生から打てるアプローチ練習の3点です。

まずは既存のスクール生を大切に、シヨップのクラブ販売につながる。VIP制度を設けて新商品情報を逸早く案内したり、ゴルフパートナーのFC店を運営してますが、中古クラブを試打できることを

知らない人が多いんです。2500円でトップトレーサー・レンジもありますので、試打できることをPRしたい。練習中のお客様に声掛けして先入観を払拭します。

アプローチ練習場に関しては、芝管理のスタッフ10名を案内係にして、細かい質問にもしっかり答えます。これを3か月間実施したら、前年比200%の成果が出ましたので2024年も継続します」

これからは環境対策が ゴルフビジネスの要諦

参入2年目で出店攻勢

ワイム総合企画 松尾洋祐経営企画部長

「ワイムグループが企画・運営する『ゴルフネクスト24』（ユニットハウス型インドア）の初出店から早1年。この間12店舗、月1店舗のペースでスピード出店してきました。今月も2店舗のオープンを控えているんですよ。当社は不動産関連に強いのですが、スピード出店を実現したのはグループ会社の得意分野を活かした成果だと思っています。」

具体的には、出店候補先の選定から施設の建築、開業準備から開業後

の運営まで、すべてグループ会社で行っています。

ゴルフ市場に参入して1年、この間業界の様々な企業と協業したり、当社グループの事業に派生する形で仕事を頂いたり、逆にお願ひしたりで『ゴルフネクスト24』を通じて新たな裾野を広げられました。その意味で2023年は非常に有意義な年でしたし、今年度もゴルフ界との縁を大切に、より発展するイメージを描いています。

本格参入2年目となる2024年は、既存店舗の運営に注力することはもちろん、出店攻勢を緩めず、範囲を関東から関西、全国へと広げていきたい。直営店だけではなく、新たにライセンスオーナーと一緒に展開することも本格化。そのため、掛けをつくって、ゴルフアートを抱きさせない運営をしたいですね。

当社の事業でゴルフの裾野が広がれば、新たなステージに立てるでしょう」

しなやかな組織で

鹿沼グループ 福島範治社長

「栃木県に3コース計108ホールのドミナントで、グループの一体経営をしています。アフターコロナの2023年は、1〜11月の売上が前年

比99・7%。コロナ後、ゴルフ人口が大きく減ったとは言えないので、2024年も天候の影響を除けば堅調に推移すると予測します。

弊社のビジョンは『また来たいと思ってもらえる次のゴルフ場を創り出す』で、その実現に向けて2030年までの中期計画を立てました。

第一に『メンバーシップの強化』ですが、一部のコースで年会費の改定を予定するため満足度を高める施策が必要。コース、レストラン、接客の商品力を高め、2万人を超えたLINE・ウェブ会員のほか、定員1300名の『U35会員』を正会員化につなげたい。

第二は『環境への対応』です。猛暑は今後も続きそうなので、コース管理対策としてティフトングリーンや無人芝刈機の導入、水分計を活用した水管理も始めます。人材不足も深刻ですが、大学とのインターンシップを継続して採用強化を図ると同

時に、育休取得や女性活躍の場を広げる、給与改定や研修の充実等で定着率を高めたいですね。

第三は『イノベーションへの挑戦』です。花火大会や婚活事業、ふるさと納税自販機の設置など、地元と連携した事業を行う一方、ゴルフ場テラスでのディナーやゴルフ&キャンプ、バーチャルゴルフラウンドなど新たなイノベーション事業に挑戦しました。これらをもっと充実させます。ディナーの参加者が正会員になった例もあり、相乗効果が伺えます。新たなゴルフファアを一人でも多く創造したいですね。

鹿沼グループが一体となって『しなやかな組織』になれるよう、全スタッフと一緒に2024年も目標達成を目指します」

100万人ゴルフファア 創造に向けて出店加速

今後5年で500店舗

ステップゴルフ 榎本孝修社長
「とにかく、5年以内に500店舗を目指しているんですよ。そのためにはゴルフファア創出の観点でインドアゴルフの楽しさを発信することが不可欠だと思っています。」

2023年は鈴木福くんをC10（チーフ・インドアゴルフ・オフィサー）に起用して、1年で100切りを目指すテレビ番組『鈴木福ゴルフはじめました。』のメインスポンサーになりました。テレビCMも始まりました。

それ以外にも10名の個性豊かなアンバサダーを選定して、各自のやり方で情報発信をしてもらっています。これらの目的は、親子三代でゴルフを楽しむ、健康寿命の延伸につながってもらいたい。その想いにほかなりません。

会員向けには引き続き『ゴルフ場貸し切り企画』に注力します。2024年は50回を予定していて、①初心者レッスン、②9Hラウンド、③初心者向けコンペ、④男女ダブルス戦のどれかに応募できます。特に都内の会員は、クルマを所有していないケースが多いので、都心とゴルフ場を結ぶ『ステップゴルフバス』の運

行も視野に入れてゴルフファアに寄り添いたい。大事なものは、会員の不都合を解決するための企画です。

5年で500店舗の目標に向けて、2024年は全国展開を加速させます。これまでは東京、千葉、神奈川、埼玉など関東商圏が中心でしたが、今後は北海道、北陸、近畿、九州、沖縄など、全国に視野を広げていきます。

もちろん直営では難しいので、FC店の獲得にもっと力を入れます。現状110店舗中7割がFCなんです。そのパートナー獲得に向けて講演活動もやる予定なんです。いずれ地方都市にも代理店を設置したい。そのためD&Aのゴルフ番組に協賛して、番組内の『スポーツビジネス最前線』というコーナーで、B2B向けに発信します。

今後5年で500店舗、さらに10年で1000店舗、100万人のゴルフファア創出が目標です。1店舗の会員1000人で100万人じゃないですか。1号店の拜島店（東京都昭島市）が10年で延べ15000人を生み出したので『100万人』は実現可能な数字ですよ。2024年は、そのためのジャンピングボードだと考えています」

Make Stronger 2024

昇竜目指す企業群の戦略