



GOLUPPA

全てのゴルファーのためのコミュニティ倶楽部
GOLUPPAプロジェクト展開概要

株式会社TMGB



1. GOLUPPA（ゴルッパ）プロジェクトのはじまり

昨今、ゴルフ市場が減少する中、ゴルフ業界でビジネスをするTMGBとして何か貢献できないか?!と考え、生まれたのがこの“GOLUPPAプロジェクト”です。ゴルフ業界に関わる企業とともに業界全体の活性化を推進して参りたいと考えております。



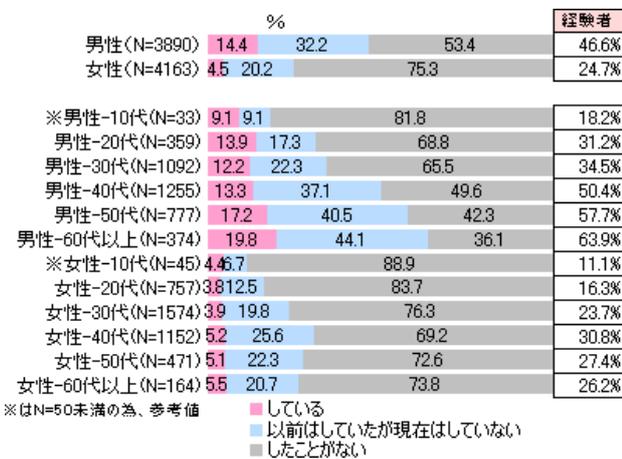
ゴルフを通じて仲間を増やすという思いから、ゴルフパーティの略語「ゴルッパ」を名称にすることで、カジュアルで親しみやすい印象を与え、ゴルフの間口を広げようと考えました。アイコンを親しみやすいキャラクターをポップに表現することでゴルフに対して親近感を沸かせる効果をねらっております。

ゴルフに対する印象を少しずつでも変化させることにより、業界の底上げやゴルフ人口の増加を目論んでおります。

2. GOLUPPAプロジェクトのねらい（目的）

① ゴルフのイメージ変革

●ゴルフ人口比率（インターワイヤード株式会社調査）



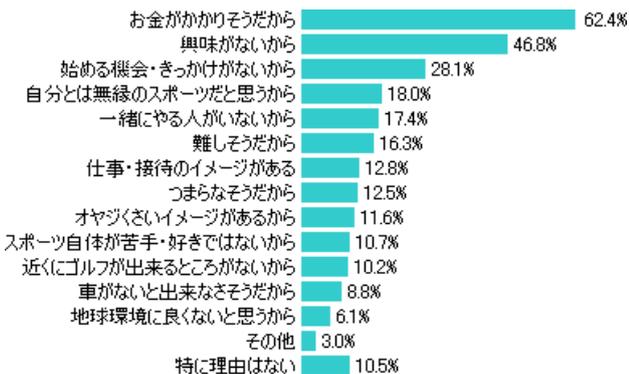
現在のゴルフ人口は減少しているものの、以前はしていたなどの経験者は男性で46.6%、女性で24.7%と国民の3割以上は経験している。つまり需要の呼び起こしにより潜在需要の増加は見込める市場が存在するといえる。

また、若年層や女性の経験者数が低いため、違った切り口でゴルフのイメージを変えることにより、新たな需要を喚起することが可能と推測できる。

2012年度のゴルフ場来場者数見通しは、前年比7.2%増の5万3,846人と2年ぶりのプラスとなった。

(2012/10/01 日本経済新聞)

●ゴルフをしない理由（インターワイヤード株式会社調査）



一方、ゴルフをしない理由で多いのは、「お金がかかりそう」が62.4%と6割を超え圧倒的にセブなスポーツというイメージが根強い。次いで「興味がないから」が46.8%、「始める機会・きっかけがないから」28.1%、「自分とは無縁のスポーツだと思うから」18.0%と続いた。

結果的にゴルフをしない理由は、高価なスポーツだから興味を持つ気がなく周りもそうだから縁がない、といった感じで何かきっかけがあれば興味を持つ可能性がある。しない理由を一つ一つ解決できれば必ずゴルフ人口増加につながる。

② ゴルフをはじめのきっかけの必要性

●ゴルフをはじめたきっかけ（COBS 読者にゴルフに関するアンケート2009年）

1) 会社の同僚(上司・先輩)などに誘われて

男女ともに多かったのが、職場の人に連れられてゴルフ初体験をしたというもの。紳士のスポーツと言われるだけあって、社会人になってから、大人の付き合いの中で始めたという方が多い。

2) 父親がやっていたので

「幼いころ、父親に練習場に連れていかれた」、「父がゴルフを熱弁するので、興味を持った」等々、父親の関係というものは、切っても切り離せない。

3) 学校の授業でやった

高校や大学の授業で、初めてゴルフを体験したという方が多い。

そのほか、恋人がやっていて一緒できるようになりたかった、自分のパワーの限界を試してみたかった etc

まだゴルフを一度もやったことがないという 256 人の方々にも「これからゴルフをやりたい？」という質問の結果、126 人の方々が「やってみよう！」との回答。

- ・自分の打った球が遠くに飛んでいくのはストレス解消になりそう！
- ・ずっと続けられるスポーツだと聞いて、興味を持った。健康にも良さそう。
- ・大人のたしなみとしてやってみよう。仕事にもつなげられそうな気がする。

etc

まだ経験はなくても、これから始めてみたいという気持ちを持っているゴルファー予備軍は多いように思われる。今はお金をあまりかけなくても、手軽に楽しむことができるスポーツになりつつある。。

●ゴルフは楽しいスポーツ

ゴルフをする理由（インターワイヤード株式会社調査）は、「人とのコミュニケーションツール」「回数を重ねるごとに奥が深いスポーツだから」「仕事関係の都合」「以前より手軽なスポーツになった（料金が安くなった、等）」「女性誌でファッション掲載をよく目にするから」「初心者同士なら楽しい」「健康のため」「もっと上達したいから」「年齢を重ねてもながくできるスポーツだから」「彼氏、彼女（夫、妻）との共通の趣味」「コンペ等で知らない人とも仲良くなれるから」とプレイ自体の楽しみよりも付加価値的な楽しみで続ける需要が多く見受けられる。

これらのイメージはゴルフをしない人々にはなかなか理解できないことも知れないが、ゴルフをすることで得られる楽しみや効果を前面に訴求展開することで少しずつでもはじめるきっかけや動機になるはずである。

●ゴルフは仕事に役立つ（GDO 会員調査2013年）

- ・ゴルフが仕事で役立った、社内外のコミュニケーションに役立ったと、全体の 81%が回答
- ・ゴルフは仕事を円滑に進めるコミュニケーションツールとして有効である
- ・社内のコミュニケーションツールとして役に立ったという回答が、平均で 54%を記録
- ・後輩とゴルフに行きたがる先輩は 78%、先輩とゴルフに行きたがる後輩は 66%
- ・出世をするためには、20 代からゴルフを始める事が望ましい

以上のように、仕事でまたはコミュニケーションツールとして役に立つと考えているゴルファーが多い。

3. GOLUPPAプロジェクトに役割と展望

ゴルフ市場の活性化（業界の底上げ）

①新規ユーザーの開発

GOLUPPAサイトを通じて、ゴルフの楽しさ、コミュニティの拡大、会員特典、イベント、実在施設への勧誘など、ゴルフというスポーツを身近に感じられるWEBサイトをプラットフォームに、新規顧客の開発を図る。

②提携施設及び提携メーカーの開発

業界の底上げを目標とする限り、TMGBだけで実現が難しいため、ゴルフ関連企業の協力が不可欠である。

施設で使用するゴルフ用品（ボール・クラブ等）、ゴルフ用品新商品紹介、大型ゴルフ練習場、ゴルフ場（コース）など各企業への協力及び賛同を呼びかける必要がある。

ゴルフ業界全体で、市場縮小の抑止を大命題に、各社の強みを活かした策を講じなければならないことは周知の事実であるため、数多くの企業がこの“UCHIPPAプロジェクト”に賛同いただくことが、結果的にゴルフ業界のためになると信じている。

ゴルフを気軽に楽しめるように、関西圏を中心とした、提携施設を開発。できる限り手ごろに利用できるように、価格や服装等を交渉し、敷居をさげる。

また、ゴルフファッションや用具を含めたグッズ等のトレンドがいち早く発信し、リーズナブルに提供できるよう提携メーカーの開発を同時に図り、ユーザービリティの向上を図る。

③イベント企画の充実

GOLUPPA会員限定のコンペやオフ会、新作ファッションショーなど、気楽に参加できるイベント企画を充実させる必要がある。

④サイトコンテンツの充実



提携施設の予約からゴルフ用品の購入、ゴルフ保険の加入まで、ゴルフに関することなら全てをワンストップで解決できるサイトを目指す。

当然、ゴルフのルール説明や豆知識など初心者の方にも接しやすいコンテンツの充実を図る。

当然、イベント（コンペ・ゴルフコン）を積極的に募集することで新たなコミュニティサイトとした立場を確立しなければならない。

また、更新頻度を上げることで、飽きないWEBマガジンとしての機能も付加させなければならない。

また、スクール生は各個人のレッスンカルテもこのサイト上で閲覧できる点は、他のサイトとの差別化が図れる。

このようにサービスサイト及び提携施設を通じて、会員（ゴルッパメンバーズ）を幅広く募ることで、一人でも多くの新規ゴルファーの開発に繋がると考えている。

4. GOLUPPAメンバーズ

①会員獲得目標



各提携施設会員をGOLUPPAメンバーズに同時加入していただくことで会員数の拡大を図る。

当然、提携施設利用者以外も入会ができるように、提携施設WEBサイトにバナー広告として展開する。

全項でも述べたが、サービスサイトの充実及びメンバーズ限定イベントを強化すると同時に、メンバー以外も参加できるイベントを通じて新規会員の囲い込みを図る。

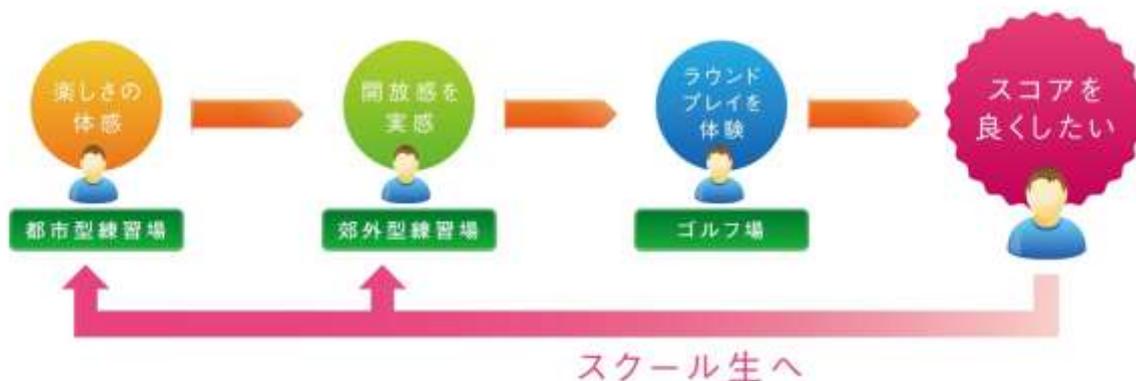
このような活動により、関西圏を中心に、会員獲得数10万人を目指す。これら会員数の中には新規ゴルファーに成りえるリアルな数字である。

②GOLUPPAメンバーがゴルフを好きになるワケ

何度も述べていることだが、GOLUPPAプロジェクトではメンバーを関西圏中心に幅広く勧誘を募るために様々なサービスを付加し、メンバー同士のコミュニティイベントを充実させる必要がある。

当然、お一人さまでも参加できるコンペやゴルコンなどのリアルな交流のお手伝いができるイベントを定期的で開催しなければならない。

<ゴルフへの興味が湧くロジック>



もっとゴルフに興味を抱ける仕掛け、さらに初心者ゴルファーでも気楽に楽しめる仕掛けとして、段階的にゴルフに慣れられる仕掛けを提案する。最終的にはゴルフ場でのラウンドプレイへ誘導を目指す。

まずは都心型シミュレーションゴルフ練習場＝UCHIPPAからスタートし、ゴルフの基本的な楽しさ（ラフな服装で思うように楽しむ）を体感していただくことで、ゴルフ自体に興味を沸かせる。

次に、郊外型ゴルフ練習場＝尼崎テクノランド・ミニカタウンゴルフ練習場で、開放的に打ち込む楽しさと実際の弾道を実感していただき、ラウンドプレイへの期待を膨らませる。

最終的に提携ゴルフ場で自然に囲まれてラウンドプレイを体験することで、スコアに拘りが生まれ、その結果さらなる上達を目指すために各施設のスクールに通う、といったゴルフがどんどん好きになる過程をロジスティックな展開を図る。

5. 提携施設の紹介

UCHIPPA-UTSUBO PARK

名称 : UCHIPPA UTSUBO-PARK (ウチッパうつぼパーク)



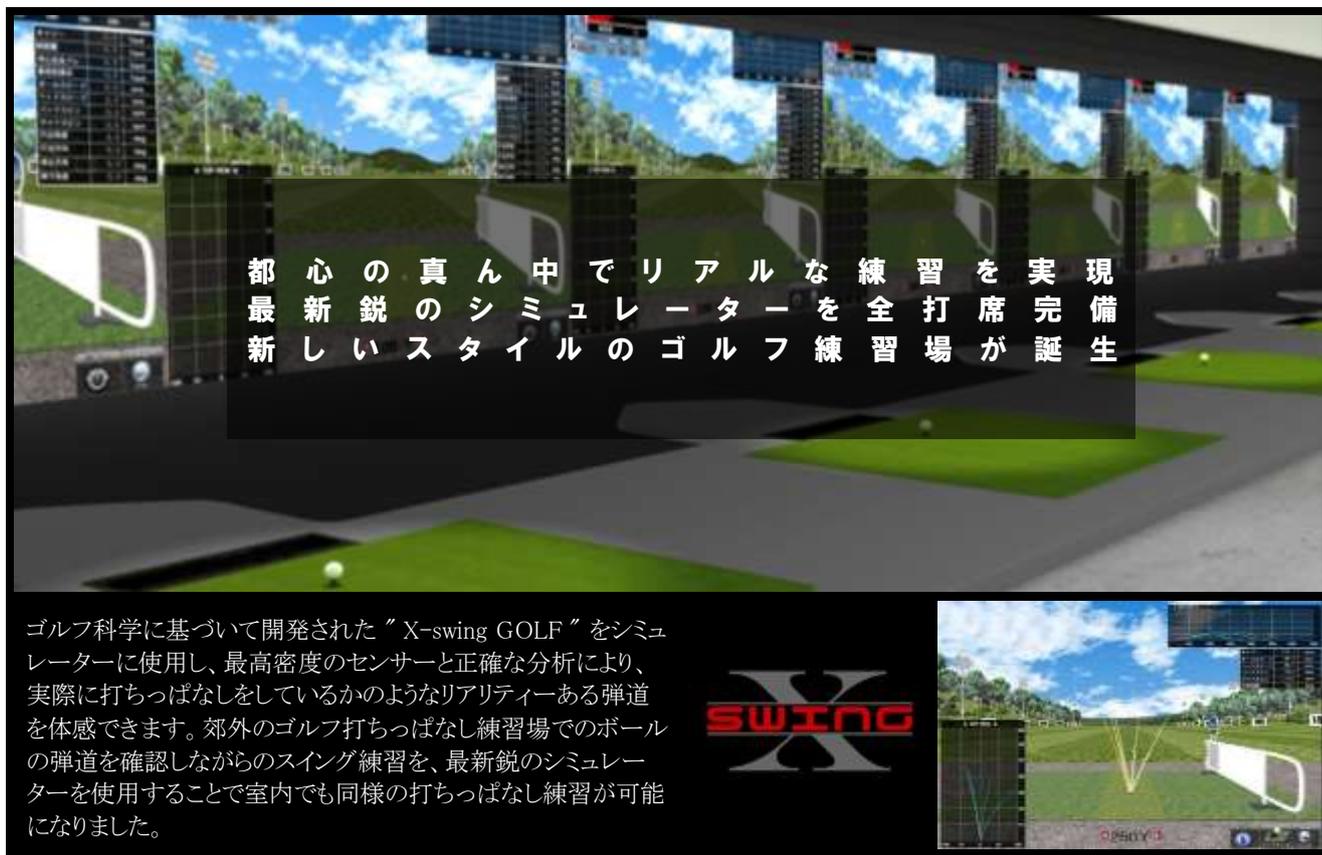
<ホームページアドレス>

www.uchippa.jp

所在地 : 〒550-0003 大阪市西区京町堀1-8-11ラクメンビル

<地下鉄四ツ橋線肥後橋駅から徒歩5分>

事業内容 : シミュレーターを完備した室内ゴルフ練習場及びレッスン・スクールの運営



都心の真ん中でリアルな練習を実現
最新鋭のシミュレーターを全打席完備
新しいスタイルのゴルフ練習場が誕生

ゴルフ科学に基づいて開発された "X-swing GOLF" をシミュレーターに使用し、最高密度のセンサーと正確な分析により、実際に打ちっぱなしをしているかのようなリアリティーある弾道を体感できます。郊外のゴルフ打ちっぱなし練習場でのボールの弾道を確認しながらのスイング練習を、最新鋭のシミュレーターを使用することで室内でも同様の打ちっぱなし練習が可能になりました。

施設詳細 : 全10打席+個室1室・カフェダイニング併設・更衣室(シャワー完備)

営業時間 : 平日: 11時00分から24時00分 土曜日・日曜・祝日: 7時00分から22時00分

利用料金 : 1打席50分間2,000円から スクール50分間8,400円(月2回)から

利用者数予測: 年間10,000人以上

その他サービス特徴

- ・クラブ貸出無料
- ・女性にやさしいパウダールーム完備
- ・会員割引
- ・レッスンメニュー有り(プロコーチ常駐)

尼崎テクノランド

名称 : 尼崎テクノランド (関西電力グループ)



<ホームページアドレス>

www.amateku.jp



所在地 : 〒660-0094 兵庫県尼崎市末広町1-2-1

<阪神高速湾岸線末広ICすぐ>

事業内容 : ゴルフ練習場およびゴルフスクールの運営

施設詳細 : 全180打席・スクール専用打席完備・レストラン併設・更衣室 (シャワー完備)・貸会議室

営業時間 : 1月・2月→平日7時から22時30分 土日祝7時から22時30分

3月・4月・11月・12月→平日7時から23時 土日祝7時から23時

5月から10月→→平日7時から23時30分 土日祝6時から23時30分

利用料金 : 打席料300円から ボール単価10円から スクール入校金3,150円から月謝10,500円から

利用者数予測 : 年間240,000人以上

その他サービス特徴

- ・プロショップ併設
- ・各種会員サービスあり