

GDO、ゴルフを通じた「ライフスタイル提案型」の新サイトを発表 ～GDO 会員90万人の属性を詳細に分析し、ゴルファーを4つのカテゴリーに区分、 テーマ別に「ゴルフ&ライフスタイル」のあり方を提案します。～

(株)ゴルフダイジェスト・オンライン(本社:東京都港区、代表取締役社長:石坂信也、以下 GDO)は、2006年10月2日(月)に「ゴルフとライフスタイルを融合させたサイトを4サイトオープンいたします。GDOの会員は8月末現在で90万人、サイト訪問者も月間ユニーク数250万人(自社調べ)を超えました。ゴルファーニーズの多様化が顕在化し、さまざまなマーケティング解析をした結果、ゴルファーの行動を数パターンに割り出し、最も利用者ニーズが高く、かつゴルフ市場(ゴルフ用品物販、ゴルフ場予約、広告)の期待値の高い分野から順にスタイルサイト化したいたします。これらサイトを通じて1年以内に広告収入月間75百万円体制を構築するとともに、2～3ヶ年をめぐって月間1億円の広告売上を目標として、GDO各サービスの活性化を促進してまいります。

<新サイトの概要>

高額所得者セグメント:「style—EXE」(かな すたいる えぐぜ)

年収1,500万円以上の高額所得者向けの高付加価値サイトです。GDO会員でこの範囲に収まるユーザは現在13%おり、もっとも消費行動の高い層です。こういった富裕層にマッチングした読み物、企画、イベントなどを毎月展開してまいります。

アクティブシニア層セグメント:「style—GOLD」(かな すたいる ごーど)

年齢50歳以上のアクティブゴルファーをターゲットに「大人のゆとり」をテーマに据え、読み物、企画等を展開してまいります。GDO会員でこの範囲に収まるユーザは現在27%おり、「EXE」層に次いで消費行動の高い層であることが確認できています。「旅行」「リゾート」「高級車」「ブランドアイテム」などを中心に紹介していきます。

競技志向セグメント:「style—Neo athlete」(かな すたいる ねおあすりーと)

スポーツとしてのゴルフはもちろん、ファッションやゴルフを通じたコミュニケーションももっと楽しみたい、と考えるゴルファーに向けた提案型サイトです。GDO会員でこの範囲に収まるユーザは実に半数以上を占めGDOの創業以来、最もコアな層となっています。このセグメントには、さらにワクワクさせる「新・ゴルフ」を提唱してまいります。

自分磨き型女性セグメント:「style—Woman」(かな すたいる うーまん)

昨今の女子プロブームや、ゴルフプレーの低価格化などを受け女性ゴルファーが近年増加傾向にあります。GDO内でもこわす2年弱で女性会員が4-5ポイント増加し、この上昇傾向は現在でも続いております。今まで女性ゴルファー向けの有用な情報が非常に少なかったため、この機会に「女性ゴルファーのためのポータルサイト」としての認知を高めてまいります。

<新サイトの補足>

狙い:各読者層の関心を喚起しながら、ページビューおよびビジター数等の飛躍的なアップを狙います。

事業セグメント:「メディア事業セグメント」に分類されます。

ビジネスモデル:BtoB型の広告収入モデルとして育成いたします。また、間接的には、当社のEコマースサイトである「GDOSHOP.com」やゴルフ場予約サービス「GSTART」への誘導を狙います。

GDOは、今後も様々なメディアとのコラボレーションに挑戦し、ゴルフが本来持っている多彩な魅力を繰り広げ、ゴルフの活性化とゴルフ人口の拡大に貢献したいと考えています。

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン(GDO) www.golfdigest.co.jp

『ゴルフ用品 E コマース事業』(ゴルフ用品販売、酒類販売、健康関連商品販売)、『ゴルフ場向けサービス事業』(ゴルフ場予約サービス、ゴルフレッスン予約サービス、ゴルフ場向けB2Bサービス)、『メディア事業』(ゴルフ情報配信、広告・マーケティングサービス)の3事業を展開。インターネットでゴルフのワンストップ・サービス(買う・行く・観る・つながる)を実現。GDOクラブ会員90万人(2006年8月末現在)。スポーツカテゴリー内のゴルフ関連サイトでは国内第1位[※]。東証マザーズ上場(2004年4月)。

(※ネットレイティングス社調べ)

■報道関係からのお問合せ先■

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン 広報・IR室

内山 和弥(うちやま かずみ) pr@gdo.co.jp TEL03(5408)3011(直通)

〒105-0004 東京都港区虎ノ門 3-4-8