

## GDO、GQ Japan とメディア融合型の情報発信で共同企画 ～雑誌とインターネットの双方向から『楽園的リゾートゴルフ』を紹介～

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)を展開する(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、男性総合ライフスタイル誌「GQ Japan (以下、GQ)」とのコラボレーション企画として、東京からも日帰りできる『楽園的リゾートゴルフ』を 2006 年 8 月 24 日(木)から 9 月 29 日(金)までの期間限定でオリジナルコンテンツを提供いたします。  
(URL: <http://www.golfdigest.co.jp/special/0608gqcollabo/default.asp>)

昨今のゴルフ市場は、プレー料金の低価格化やプレースタイルの多様化、更には女子プロゴルフ人気に後押しされる形で第 4 次ゴルフブーム(月刊ゴルフダイジェスト 4 月号調べ)到来の兆しがあります。このような市場の流れに加え、最近では「ゴルフ特集」を企画するファッション誌やビジネス誌が増え、ゴルフが世代や性別に関係なく人気のスポーツに変化しているといえます。また、情報社内の流れは、既存メディア(新聞・テレビ・雑誌)とインターネットのメディア融合という新しい形へと変化し始めています。

GDO と斬新なコンセプトの男性総合誌「GQ」は、この社会現象をいち早く捉え、時代の空気を反映する流行のテーマ「ゴルフ」を切り口とした特集を組む事で、雑誌とインターネットのメディア融合を実現いたしました。また、GDO は、GQ 購読者層であるファッション感度の高いハイステータスな男性ゴルファーを GDO サイトへ誘導することができ、更には潜在ゴルファーの掘起しによるゴルフ人口の拡大を期待します。GQ においては、紙面では伝えきれない GQ MEN(\*1)の多彩なニーズに応える情報を雑誌とインターネットの双方向から積極的に発信する事ができます。

(\*1)GQ MEN とは、流行や権威に惑わされずにセルフマネジメントできる。常に、自己否定できるスタンス、新しい視点や価値観を受け入れる姿勢を持っている男性の別称。

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。

### 【参考イメージ】



GDO サイト側 (インターネット)

URL: <http://www.golfdigest.co.jp/special/0608gqcollabo/default.asp>



GQ Japan 側 (雑誌)

## GQ Japan

『NEWS&BUSINESS』、『FASHION』、『LIFESTYLE』の3ジャンルを柱として、GQ MENのために斬新なWAY OF LIFEを提供する新しいタイプの総合男性誌。1957年に世界で最初のメンズファッション/ライフスタイルとして米国で誕生。現在では、米国、英国、ドイツ、イタリア、スペインなど世界11カ国で発行され、国際的評価の高い雑誌にまで成長している「GQ」の日本発行版。発行部数：全国6万5,000部。

## 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン(GDO) [www.golfdigest.co.jp](http://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。GDOクラブ会員84万人(2006年6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<sup>※</sup>。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 [pr@gdo.co.jp](mailto:pr@gdo.co.jp) TEL03(5408)3011(直通)  
〒105-0004 東京都港区虎ノ門3-4-8