

報道関係者各位

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

## GDO、新ブランドのゴルフサイト『[楽園ゴルフ](#)』をスタート ゴルフブランド多面化戦略、第一弾

ゴルフのワンストップ・サービス(買う・行く・見る)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))では、このたび2005年10月末現在で、サイトを訪問するゴルファーが月間274万人(ユニーク数、弊社調べ)に達しました。このことは、国内ゴルファー約1,000万人のうち30%に迫る認知及び支持をGDOが獲得したことを意味します。

こういった状況を機にGDOは、顕在化するゴルファーの多様なニーズやスタイルなどにより合致させるべく、サイトブランドの多角化に着手いたします。その第一弾として、エンタテインメント&ITコンサルティングの([株](#)カフェグループ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:浜田寿人))が運営する女性向サイト[verita\(ヴェリタ\)](#)と協働で、2005年11月14日より新ブランドのゴルフサイト『[楽園ゴルフ](#)』をスタートします。

### 1. 『[楽園ゴルフ](#)』とは <キーワードは「リゾート」「ゆとり」「ラグジュアリー」>

『[楽園ゴルフ](#)』(<http://www.rakuengolf.jp/>)は、GDOのゴルフブランド多面化戦略の第一弾として、2005年11月14日よりスタートします。

コンセプトは「脱スポーツ型ゴルフ」「非日常としてのゴルフ」、キーワードは「リゾート」「ゆとり」「ラグジュアリー」。宮古島・タイ・オーストラリア・ハワイなどのリゾート系ゴルフコースを舞台に、クオリティの高い画像で「[楽園ゴルフ](#)」というリゾートの過ごし方を提案します。また著名人対談などの読み物でユーザーの興味関心を触発し、合わせてユーザー参加型企画で理想的な「[楽園ゴルフ](#)」を創造していきます。

ターゲットは、トレンドに敏感な20代後半～30代女性を中心とし、ギアやファッションへのこだわりにも訴求できる内容で構成していきます。

特に、今般([株](#)カフェグループ)が運営する女性向サイト[verita\(ヴェリタ\)](#)と協働することにより、これまでGDOサイトでは取り込めなかったF1層(20-34歳女性)に強く訴求し、新たな顧客開拓とそれに伴う「[楽園ゴルフ](#)」という新ブランド形成を目指します。

### 2. 背景 <多彩なゴルフニーズが顕在化>

ゴルフ場経営がストック型からフロー型に転換し、プレー料金の低価格化やプレースタイルの多様化が進んできたことに伴い、ゴルフニーズの主体は法人から個人に変わりました。

ブリヂストンスポーツ社調べ<sup>※</sup>によれば、アマチュアゴルファーの年間プレー回数が6年ぶりに増加、中でも30代女性ゴルファーそのけん引役となっています。

(※「2005年度版現代ゴルファーのライフスタイル調査」)

また、現在約70万人のGDOクラブ会員を見ると、2005年9月の単月登録に占める女性比率と20代比率が3年前と比較して大きく増加しています。

特に昨今の女子プロゴルフ界は、宮里藍や横峯さくらなどの活躍で空前のブームを呈しています。

こうした状況に伴い、ゴルフの楽しみ方も徐々に多様化してまいりました。GDOではこの傾向を、もともとゴルフ

が持っている多彩な魅力が個人のニーズに応じて顕在化してきた、と分析しています。

### 3. GDOのゴルフブランド多面化戦略 <GDOブランドを核に、様々なゴルフブランドを個々に育てる>

GDOはゴルフの総合ブランドとして、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。

現在のGDOサイトは、Eコマース・Eブッキング・Eメディアの複合型ビジネスモデルができあがっており、またご利用いただくGDOクラブ会員も30代40代男性が中心とコアなゴルファーに特化した構造になっています。今後ますます顕在化する多彩なニーズに応えていくために、切り口に応じた別サイトを別ブランドとして育ててまいります。

考えられる切り口として、

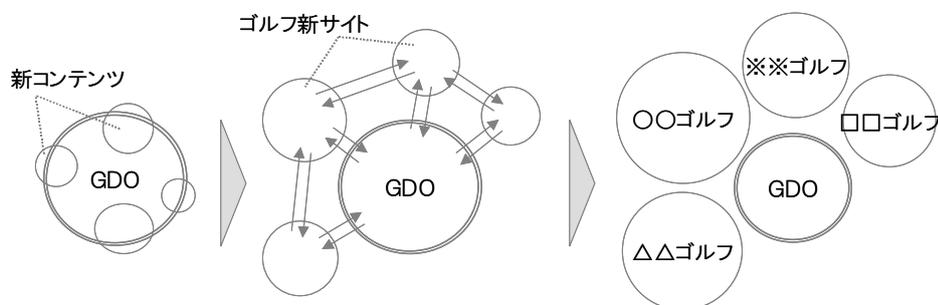
- ・ 『行動系掛け合わせ』軸・・・旅行とゴルフ、生活とゴルフ、コミュニティとゴルフなど
- ・ 『デモグラフィック』軸・・・女性ゴルファー、シニアゴルファーなど
- ・ 『ゴルフキャリア』軸・・・初心者、アベレージ、アスリートなど
- ・ 『ストーリー』軸・・・ゴルフのうんちく、プロゴルファーの生き様など
- ・ 映像(動画)で語れるゴルフ

これらの「ゴルフブランド多面化戦略」によって、

- ・ テイストやLOOK & FEEL が全く異なるサイトとして展開することができる
- ・ 異なる顧客層にアピールすることにより新たな顧客開拓ができる

といった効果を狙い、将来的にそうした個々のブランドをGDOブランドが包括し、総合ゴルフブランドとしてさらに成長することを目指します。

#### <ゴルフブランドの多面化とブランド育成のイメージ>



以上

株式会社カフェグルーヴ <http://www.cafegroove.com/>

「エンタテインメント」と「IT」を基軸に、多方面における業界に対してビジネスコンサルティングを展開。コンサルティングを通して生まれたビジネスをアライアンスパートナーとの協業をもとにサービスインすることをコアビジネスとする。映画業界においては、ブロードバンド配信権獲得を目的とした制作出資、劇場用広告のデジタル配信事業、配給作品のウェブプロデュース、マーケティングを幅広く行う。

映画サイト「シネマカフェネット」 <http://www.cinemacafe.net/>

女性向けサイト「ヴェリタ」 <http://www.veritacafe.com/>

女性向けサイト「アンテナカフェ」 <http://www.antenna-cafe.jp/>