



**2015年12月期(第17期)  
通期決算説明資料**

**GDO** 



## 中期経営計画(2013-2015)

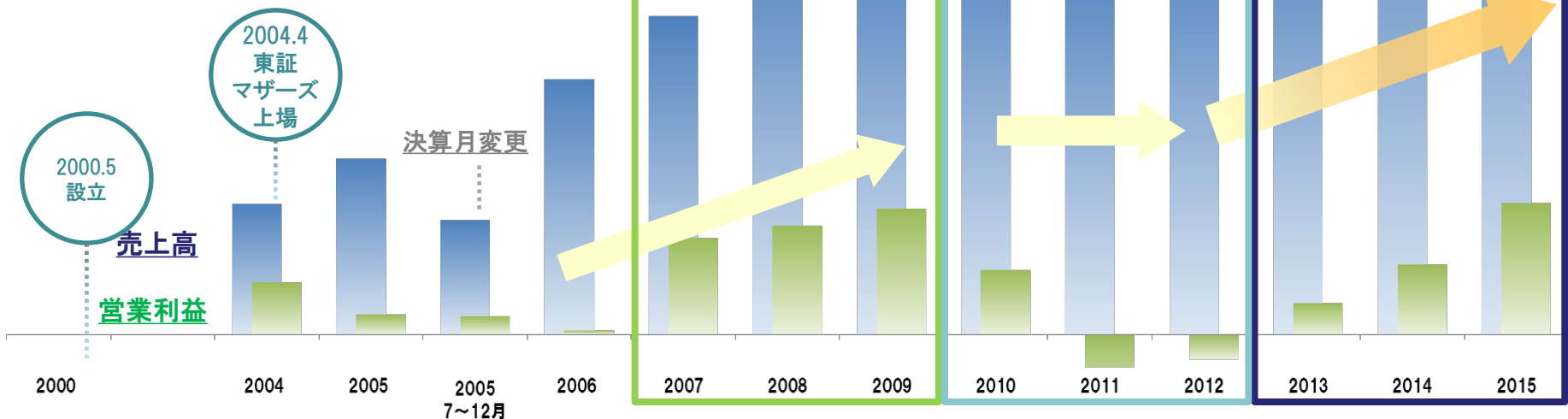
### 專業徹底・再成長

#### 成長基盤拡充の3か年

#### 事業モデル「トライシクルモデル」総仕上げ

#### IT・マネジメント基盤 全面刷新

2015.9  
東証一部  
市場変更

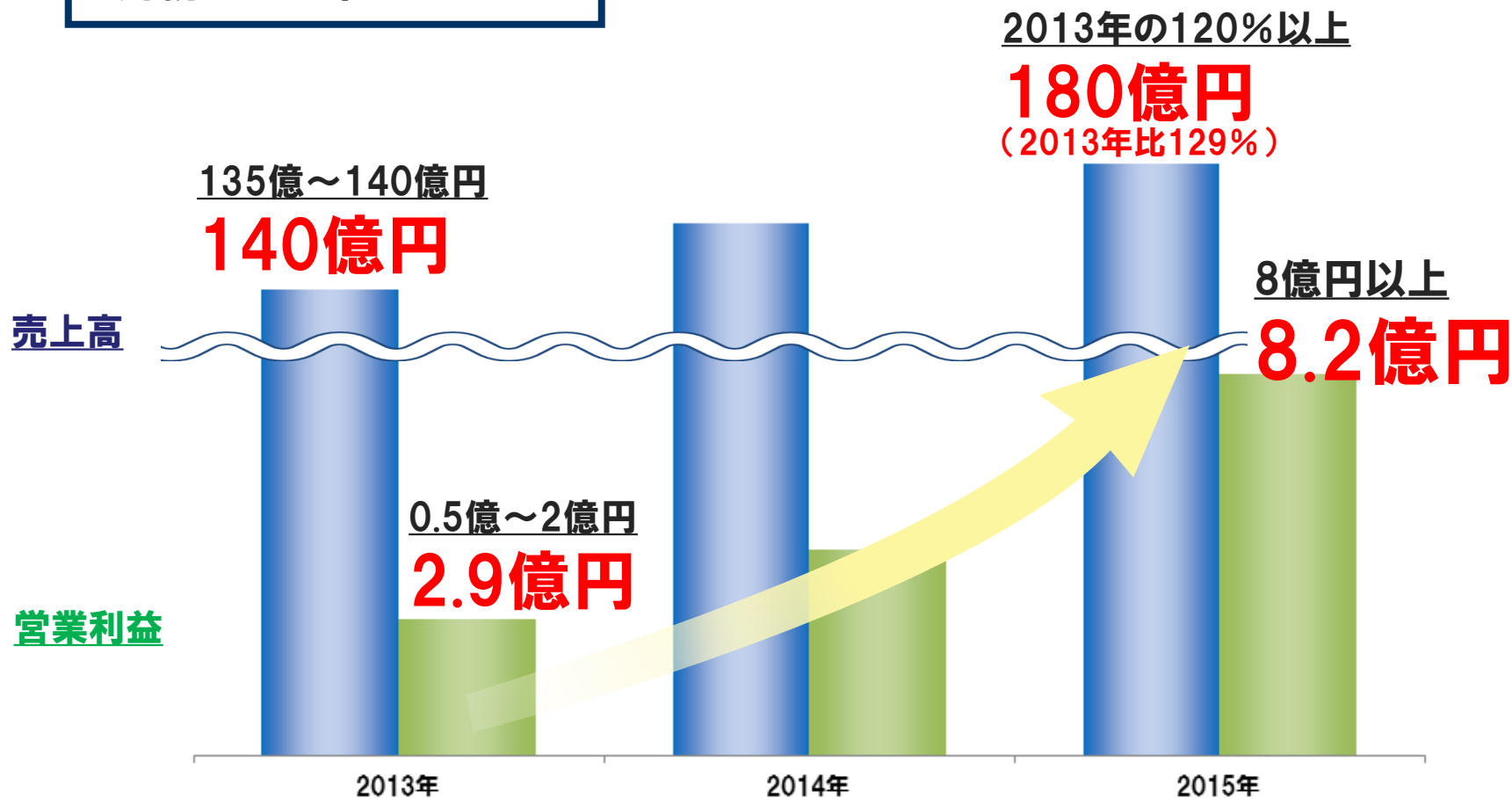


## 專業徹底・再成長

- ・ゴルフ專業の徹底
- ・経営資源の選択と集中
- ・財務基盤の確立



- ゴルフ專業への体制構築
- 成長軌道への回帰
- 東証一部市場変更



※2013年は非連結



**売上、利益すべて過去最高を更新  
中期経営計画(2013-2015)を達成**



**スマホ向けサービスに経営資源を集中し、  
業績をけん引**



**将来成長に向けた資金調達を実施、  
財務基盤を拡充**

## 中期経営計画の全期間で増収増益を継続

2015年      リテールビジネス売上高      前年比113%  
                  ゴルフ場ビジネス売上高      前年比115%

(百万円)

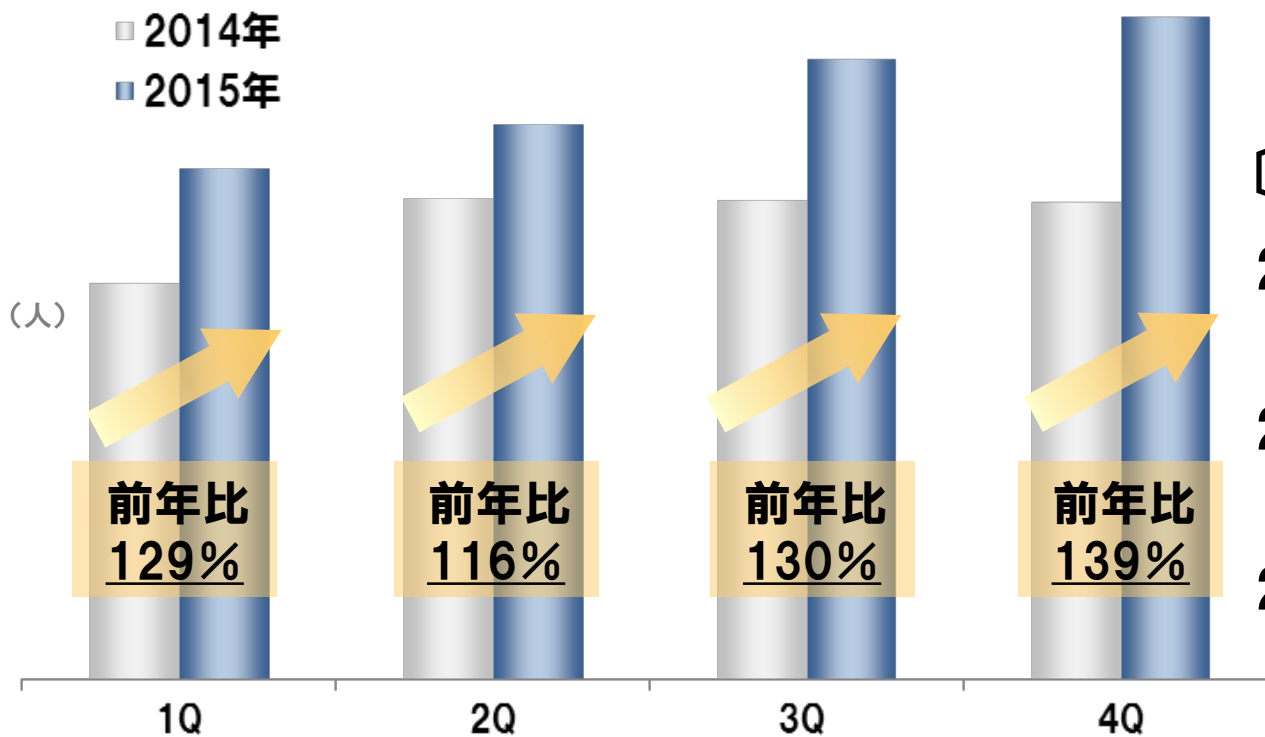
	2013年	前年比	2014年	前年比	2015年	前年比
売上高	14,039	+1,154 (109%)	16,030	+1,991 (114%)	18,046	+2,016 (113%)
売上総利益	5,964	+533 (110%)	6,502	+537 (109%)	7,372	+869 (113%)
営業利益	292	+451 (-%)	443	+151 (152%)	828	+384 (187%)
当期純利益	51	+117 (-%)	180	+128 (349%)	430	+249 (238%)
EBITDA	936	+407 (177%)	1,075	+139 (115%)	1,458	+383 (136%)

※2013年は非連結



# アクティブ会員数 前年比二桁成長継続

## 今後も新規出店を加速



〔直近出店実績〕

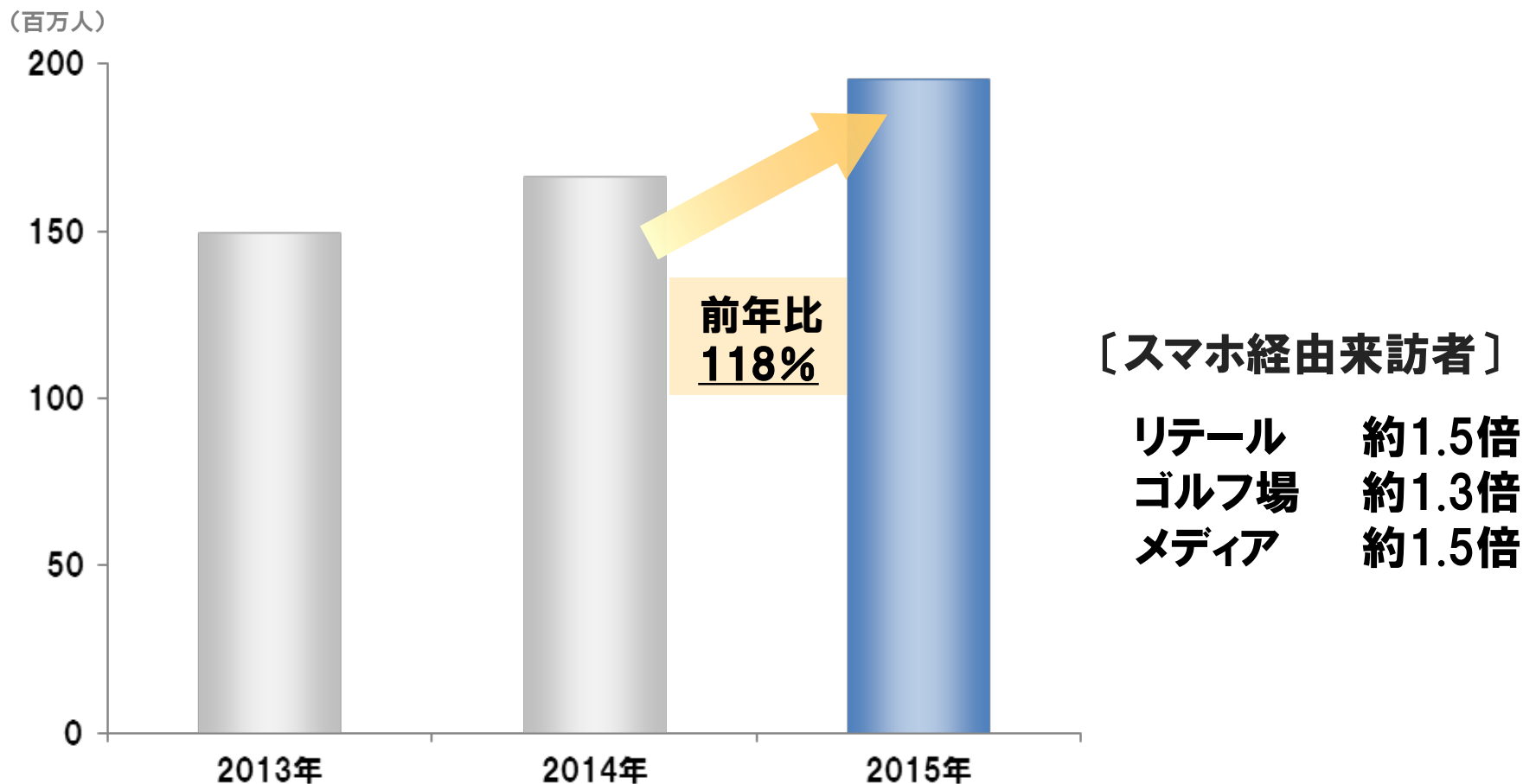
2014年12月  
神田店

2015年 7月  
池袋店

2016年 2月  
銀座ANNEX店

## 総ビジター数 前年比118%

PC経由を維持しながら、スマホ経由も前年比1.4倍



## 財務体質は大幅に改善

公募・売出による現預金の増加23億円

(百万円)

		2013年 12月末	2014年 12月末	2015年 12月末	前年末比
	流動資産	4,424	5,057	7,238	+ 2,180
	固定資産	2,282	1,878	1,936	+ 57
資産計		6,706	6,936	9,174	+ 2,238
	流動負債	4,366	4,770	4,214	△ 555
	固定負債	374	55	77	+ 22
純資産		1,965	2,110	4,882	+ 2,772
負債純資産計		6,706	6,936	9,174	+ 2,238

※2013年は非連結



## 資金調達による財務CF改善に加え、 営業CFも大きく改善

(百万円)

	2013年度	2014年度	2015年度	前年末比
営業活動による キャッシュ・フロー	463	1,028	1,860	+ 832
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 81	△ 434	△ 720	△ 285
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 592	△ 403	997	+ 1,401
現金及び現金 同等物の期首残高	705	494	702	+ 208
現金及び現金 同等物の期末残高	494	702	2,841	+ 2,138

※2013年は非連結

---

# 第17期のセグメント別業績説明

# 売上高 124.4億円 前年比113%

利益率を維持・拡大しながら、各四半期とも二桁増収

## 売上高

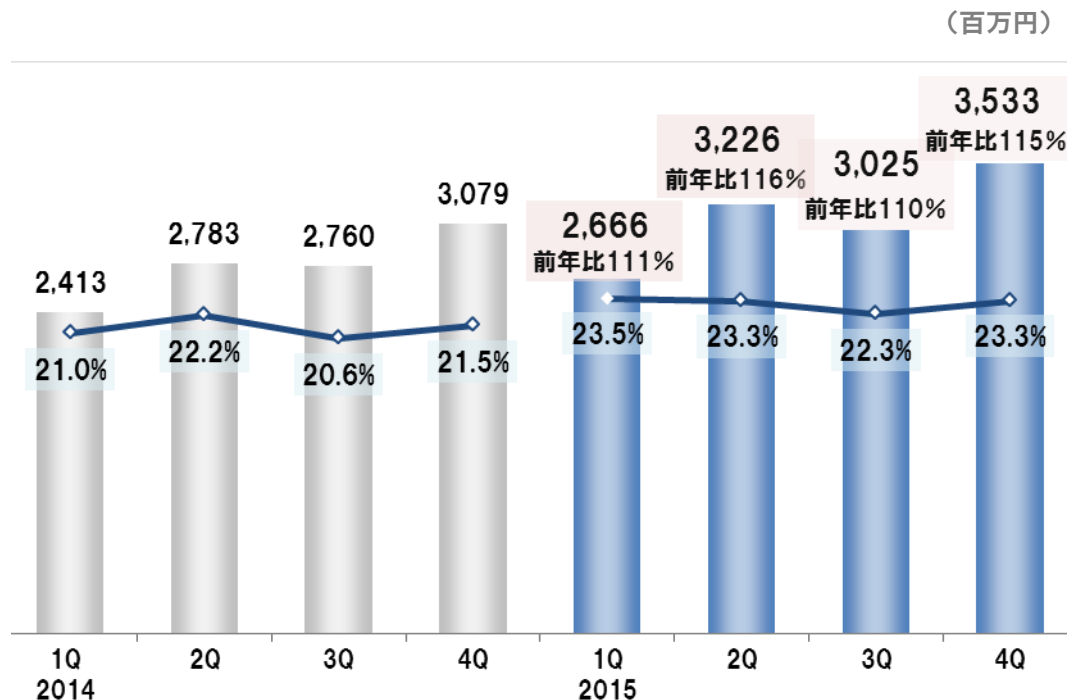
2015年: **124.4**億円  
前年比:113%

2014年: **110.3**億円  
前年比:114%

2013年: **96.7**億円  
前年比:109%

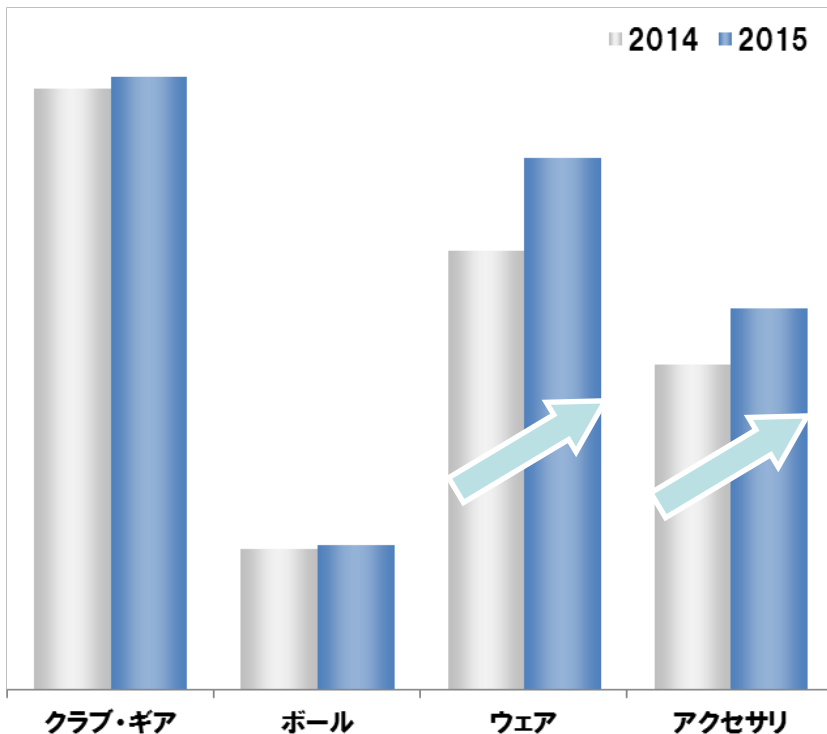
※2013年は非連結

## 四半期別売上高・売上総利益率推移

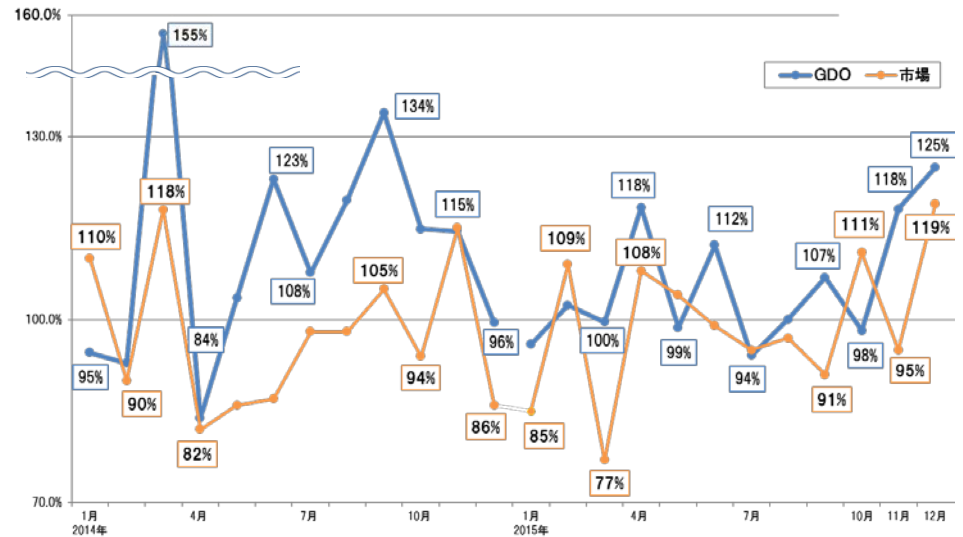


- GDOの市場占有率増大
- ゴルフアパレルが大幅伸長。ゴルフクラブに市場シェア拡大の余地あり

## 商品ジャンル別売上高



## 受注額の前年同月比較



※ゴルフ用品マーケット(ゴルフクラブ、ボール、アクセサリ) : ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン(株)が算出する「全国有力ゴルフ用品取扱店実店舗の販売実績をもとに推計した市場規模における前年同月比」

## 成長継続の要因

- お客様ニーズに合致したアイテムの充実：ゴルフアパレル強化
- スマホ対応：UIの最適改善・改良

## 今後の成長に向けて

- ゴルフクラブの市場シェア拡大を加速
- スマホ対応：ゴルフショップ関連アプリの展開
- リアル(店舗/レッスンスタジオ)・とECの連携を更に強化

# 売上高 47.1億円 前年比115%

多様な収益モデル(システム販売、事前決済型)を構築しながら、高い利益率を維持

## 売上高

2015年: **47.1**億円  
前年比: 115%

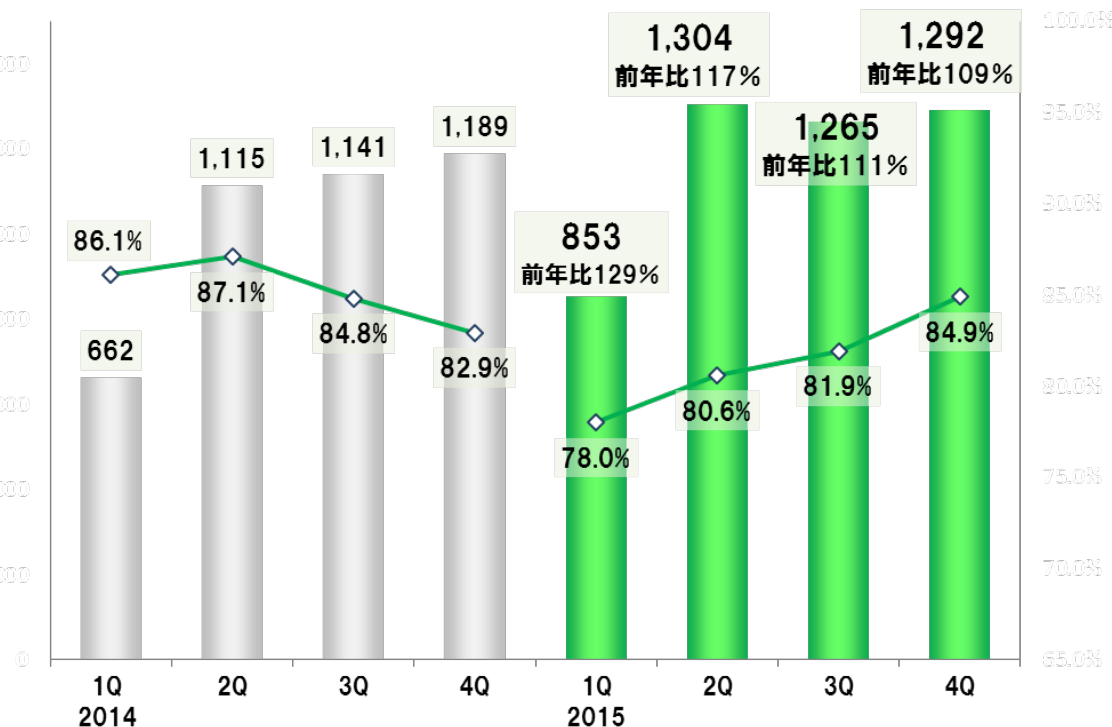
2014年: **41.0**億円  
前年比: 120%

2013年: **34.3**億円  
前年比: 114%

※2013年は非連結

## 四半期別売上高・売上総利益率推移

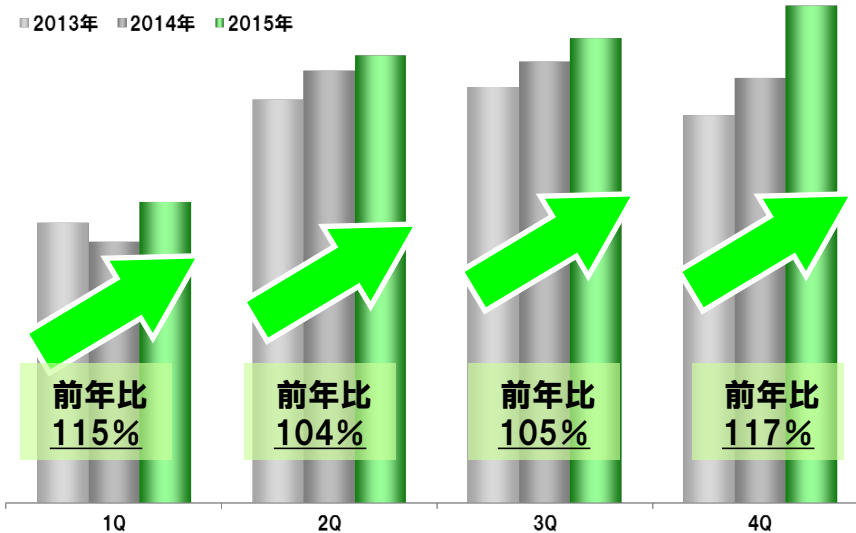
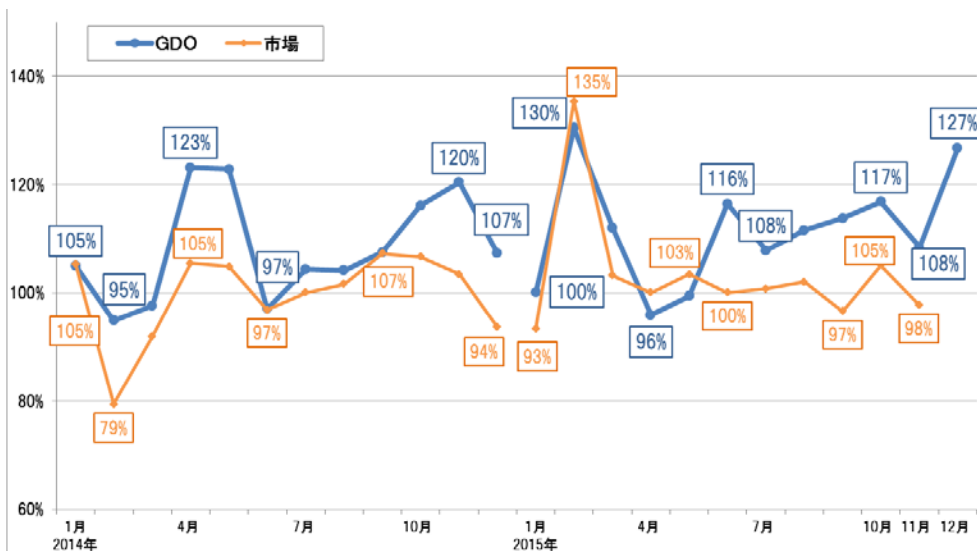
(百万円)



- 送客人数大幅増、市場対比でもシェア拡大
- 販売チャネル拡大、新規顧客開拓が進む

## ゴルフ場入場者数の前年同月比

## 四半期別ゴルフ場への送客人数推移



※GDOはゴルフ場への送客人数の前年同月比  
 ※市場データ: 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」2016年1月時点  
 ※8都道府県(北海道、宮城県、東京都、愛知県、大阪府、広島県、香川県、福岡県)の合計比較

## 成長継続の要因

- 電話予約サービス
- スマホ対応：UI最適改善・改良、複数アプリ提供
- 他サイト連携による予約機会拡大

## 今後の成長にむけて

- 圧倒的な品揃え：お客様ニーズに合致した予約可能枠拡充
- スマホ対応：UI最適改善・改良
- ゴルフ場収益最大化：ソリューション提供強化・拡大



# 総ビジター数 前年比 118%

ンゴルフ系広告収入が前年比1.2倍

## 売上高

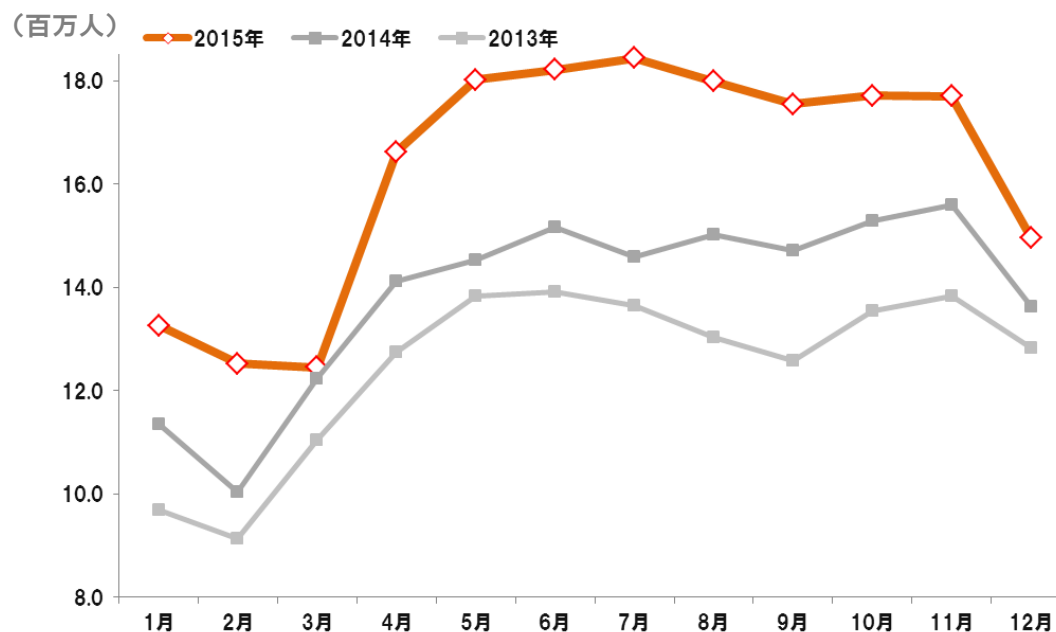
2015年: **8.1**億円  
前年比: 102%

2014年: **7.9**億円  
前年比: 86%

2013年: **9.2**億円  
前年比: 94%

※2013年は非連結

## 総ビジター数の月次推移



## 成長継続の要因

- 圧倒的情報量と質：自前の報道体制強化  
（国内外主要トーナメント取材カバー率国内No.1※）
- スマホ対応：UI最適改善・改良、複数アプリ提供

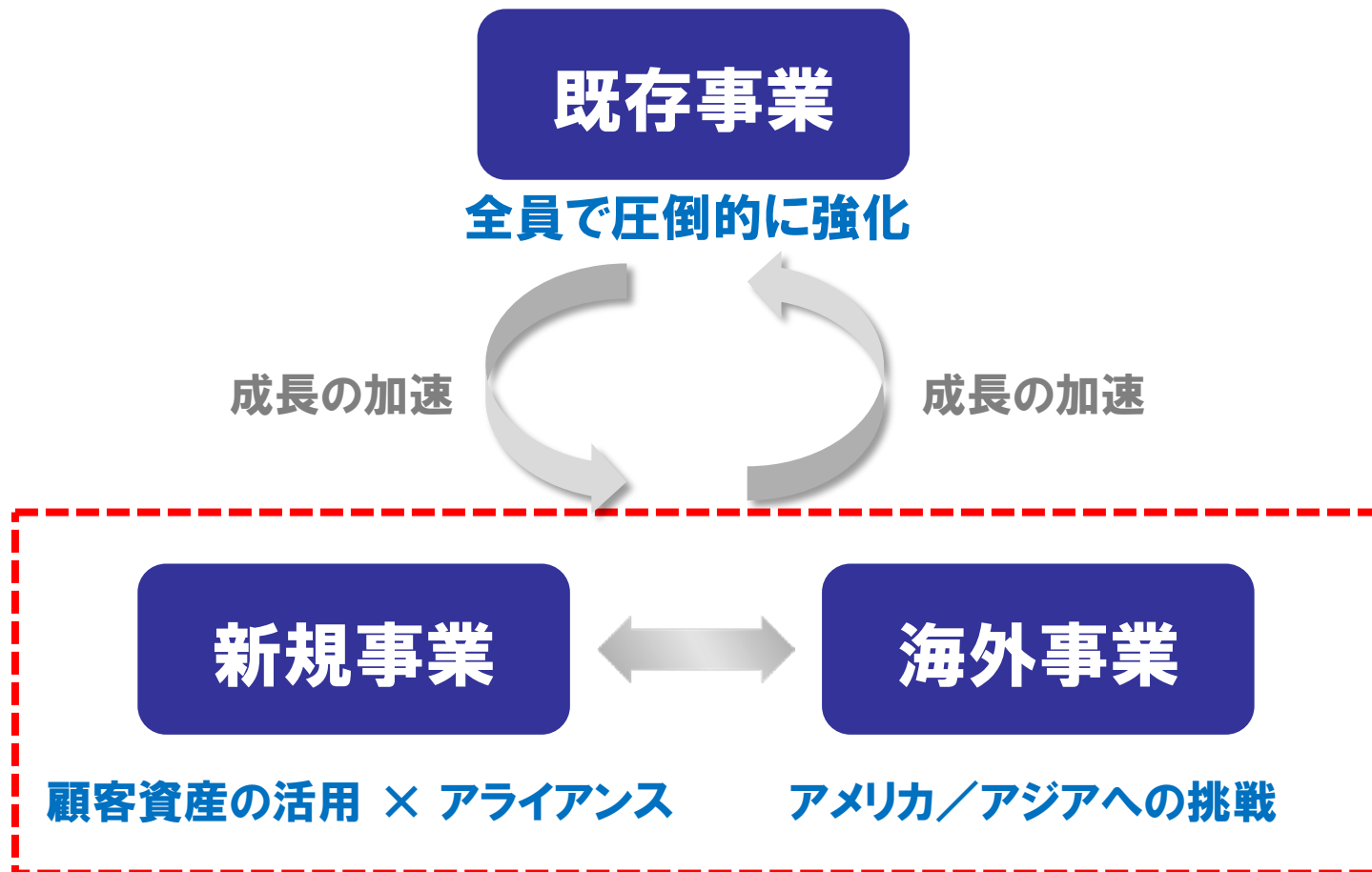
## 今後の成長に向けて

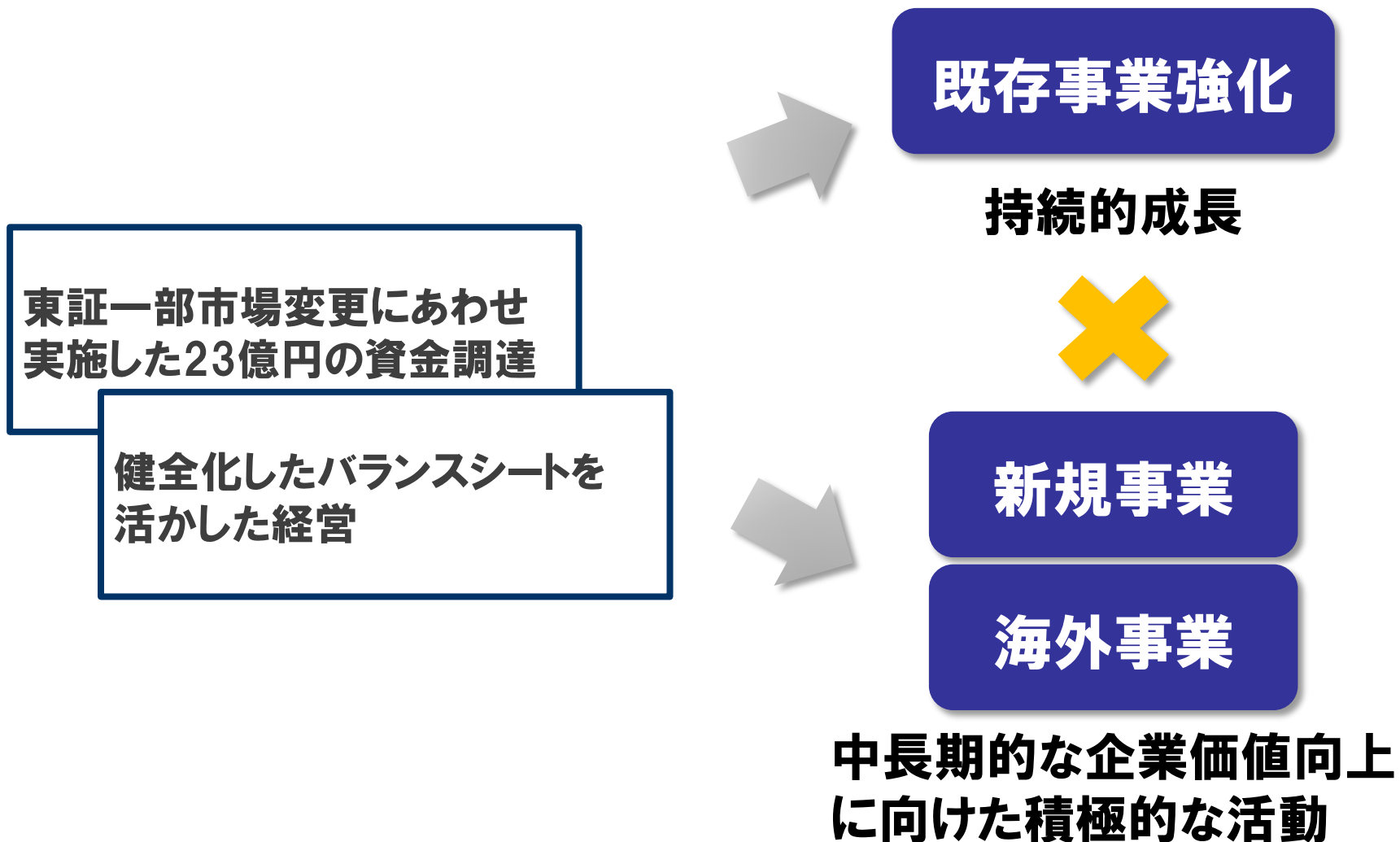
- 圧倒的情報量と質：コンテンツ強化
- 効率的収益モデル確立：マネタイズ最大化

---

# 今後の見通し

# 第二創業期 全員でGDOを再度創造 「GDO NEXT from Scratch」





## 「GDO NEXT from Scratch」とは

GDO NEXT = 2016年第二創業期のスタート

from Scratch = ゼロベースからの再スタート + ゴルフでハンディキャップ無しのプロレベル意識

日本の環境はこのままでは少子高齢化のインパクトは大きい。  
ゴルフ市場もその影響を受けやすいと考えられる（ゴルファー層の中心が50～70代、GDOユーザー中心層は40～50代）。

しかし、3つの理由でGDOは向こう3年、高い成長を目指す。

- ①体力年齢の上昇
- ②ゴルフを楽しむスタイルの多様化
- ③インターネットサービスの更なる普及

「スクラッチ」

：新しくゼロからつくること。

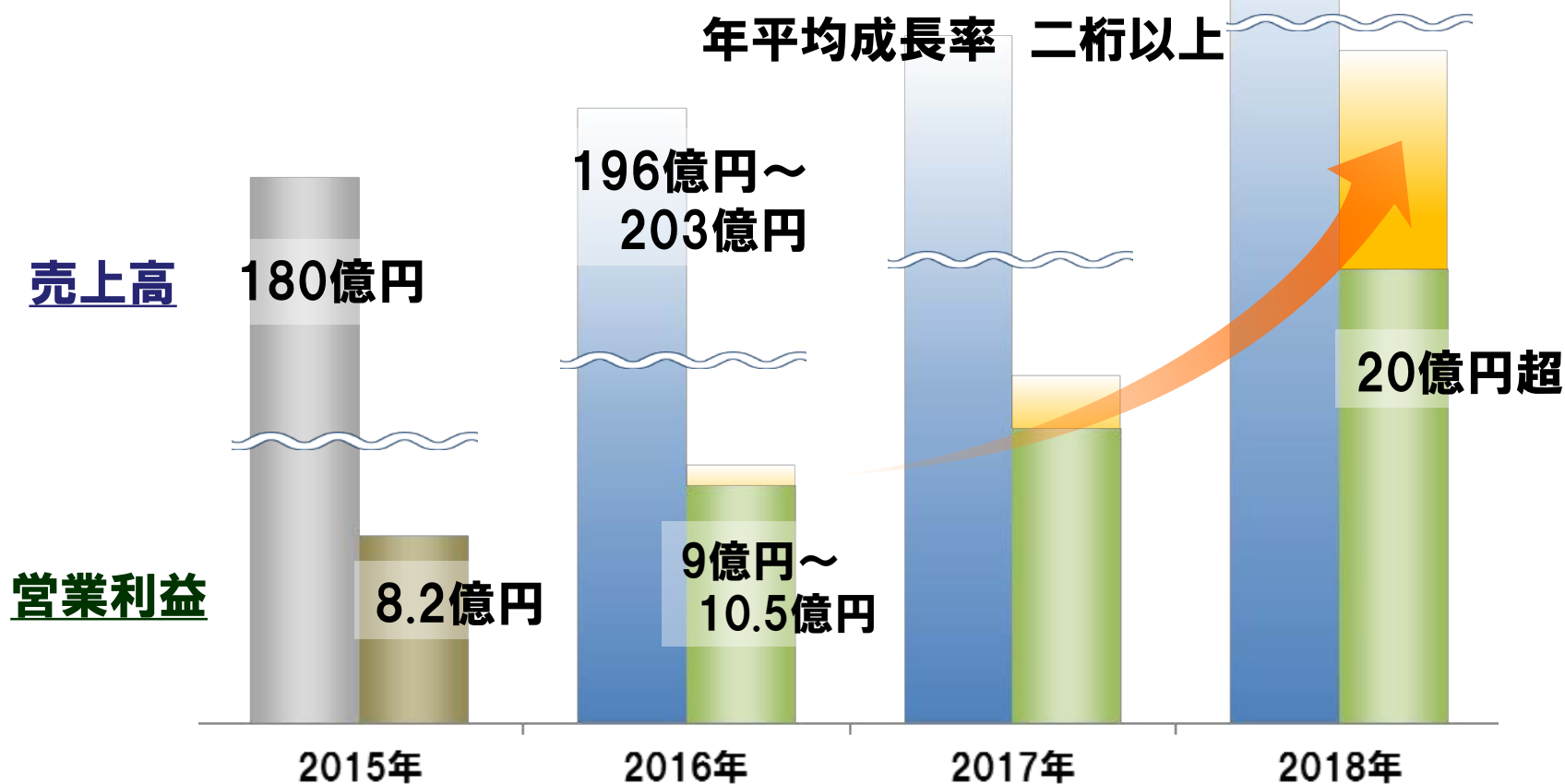
“from Scratch” = 「最初から」「ゼロから」という意味。

：ハンディキャップがゼロのゴルファーを意味する。

**売上高** :年平均成長率 二桁以上

**営業利益**:最終年度20億円超

**配当性向**:2割継続



## 2016年12月期：テーマ「冒険」

- 徹底的に既存事業の成長を図る
- 中期経営計画の更なる成長のために従来の枠組みを超えて一歩踏み出す＝「冒険」

(百万円)

	2015年度 実績	2016年度 見通し		前年比	
売上高	18,046	19,600	～ 20,300	+1,553	～ +2,253 (112%)
営業利益	828	900	～ 1,050	+71	～ +221 (127%)
経常利益	816	890	～ 1,040	+73	～ +223 (127%)
当期純利益	430	450	～ 600	+19	～ +169 (139%)
1株当たり配当金	5円50銭	6円00銭		+0円50銭	



## 本資料に関する注意事項

本資料に記載されている弊社の計画・予測・戦略などにつきましては、既に確定している要素を除き、潜在的リスクや不確定要素を含んでおり、その内容を保証するものではありません。

潜在的リスクや不確定要素には、個人消費動向を中心とした経済状況、当社グループの主たる事業領域であるゴルフ市場やインターネット市場全般の動向、市場における競争の状況、急速な技術革新等が考えられますが、これらに限定されるものではありません。

2013年度は連結財務諸表を作成していないため、本資料における当該年度業績については個別業績を記載しております。

本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

ゴルフで世界をつなぐ

---

Golf Links the World