

GMACが推し進めていきたい ゴルフ市場活性化策

GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策①

ゴルフのタッチポイントを担う人材（アンバサダー）の育成

①問題点

- ・以前は会社の先輩等が若手社員をゴルフに誘う役割を担っていたが、最近ではそのような役割を担う存在がいなくなっている
- ・ゴルフに興味を持って、ゴルフ用具やプレー代金が高額で始めようと思わない。

ゴルフ未経験者がゴルフに興味を抱くための機会が減るとともに、開始する際の障壁が高い

②ターゲット

- ・就職内定～就職直後の若者、ビジネスパーソンや子育て世代

③実施主体

- ・ゴルフ場、ゴルフ練習場、ゴルフ用品メーカー 【連携すべき他業界】なし

④需要喚起策に必要な取組

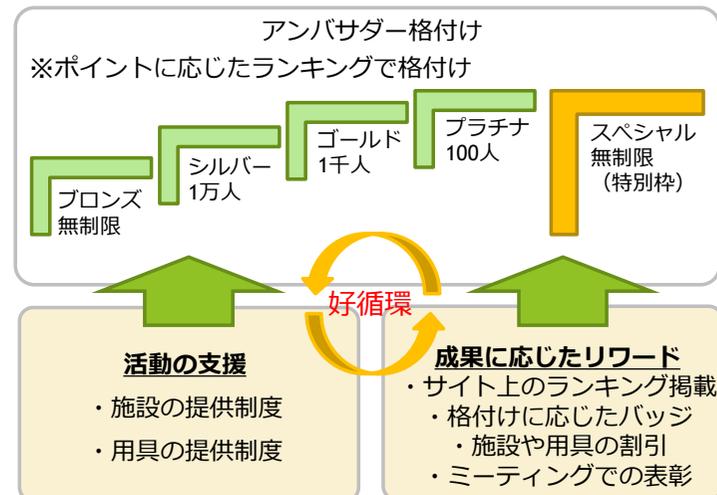
ゴルフの未実施者をゴルフに勧誘する役割を担う人材を支援

- ・「アンバサダー」人材の認定制度を設け、認定者に対して、無償または割引のあるゴルフ場、練習場、ゴルフ用品の利用を提案するプログラムとする
- ・その一環として、アンバサダーを介して中古のゴルフ用品を未経験者に無償で貸し出す仕組みを構築する
- ・また、アンバサダーの活動をポイント化、ランキング化する仕組みを構築し、ポイントに応じたリワードを設け、アンバサダーのモチベーションを増やす

◇制度の例

- ・新規プレイヤー紹介やコンペ開催等の実績をポイント化
- ・ポイントに応じ、ブロンズ枠～プラチナ枠等の格付けを設定
- ・格付けに応じてバッジやカードを配布し、その種類により施設利用や用具購入に対して特典を与える
- ・アンバサダー制度へのスポンサーを募り、リワードの原資を確保
- ・スポンサーや情報発信力の高い著名人のスペシャル枠を設ける
- ・1年に1度アンバサダーミーティングを開催し、活動上位者を表彰

アンバサダー制度のイメージ



GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策②

チームビルディングや健康経営などの企業向けゴルフコンテンツの提案

①問題点

- ・若手社員などには、①会社の費用補助、②ゴルフの仕事上でのメリットなどを訴求できれば、リーチできる可能性があるが、具体的な取組みがなされていない
- ・企業が費用負担する仕組みがあれば、若手社員などがゴルフをやるきっかけになるはずだが、企業にとって費用をかけるメリットが提示できていない

ターゲットを明確にしたBtoB（企業）向けの有効な需要喚起策が打ち出せていない

②ターゲット

- ・若手を中心としたビジネスパーソン（企業を切り口に）

③実施主体

- ・ゴルフ場、ゴルフ練習場 【連携すべき他業界】 旅行代理店、福利厚生サービス業者、人事研修業者

企業メリットに着目したBtoB向けゴルフコンテンツの開発・提供

- ・ゴルフによる「チームエンゲージメント向上効果」や「健康経営」などを訴求し、**企業にもメリットが感じられるようなゴルフコンテンツ**を提供
- ・人事研修業者・旅行業者・福利厚生サービス業者などと連携しながら、コンテンツ開発を行い、ゴルフ場・練習場を企業に**活用してもらう**

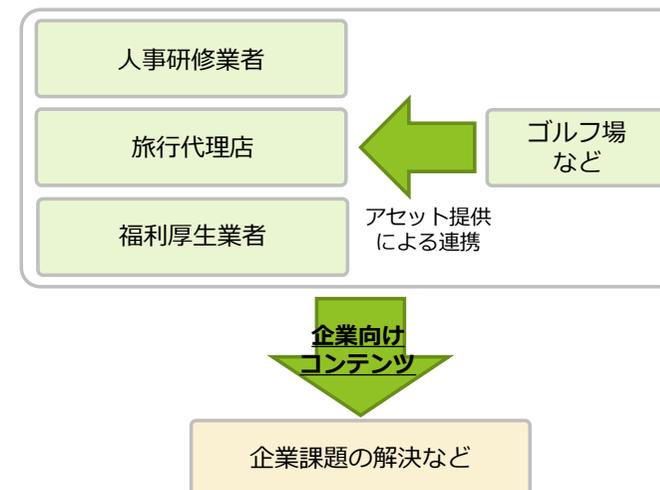
④需要喚起策に必要な取組

◇コンテンツ例

- ・フォーサムルールで、チームエンゲージメント向上などが期待できる研修プログラム
- ・「冷静さ」や「相手への経緯」などを取得できる内定者向け研修プログラム
- ・ゴルフを活用した営業ノウハウなどを取得できる内定者向け研修
- ・健康増進効果をアピールし、福利厚生業者のメニューにてゴルフ場割引（宿泊・交通費なども含む）サービスを提供

- ・具体的には、ゴルフ場向けホスピタリティ研修を行う業者などと連携し、一般企業向けコンテンツを開発。旅行代理店などとも連携し提供
- ・ゴルフ未経験者の若手社員などにもゴルフとの接点を作り、需要喚起につなげる

施策の全体イメージ



GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策③

穏やかなルールでゴルフを楽しめる（「ゆるゴル」(仮称)）ゴルフ場環境整備促進

①問題点

- ・ゴルフ用品が効果でマナーやルールが厳格という理由から初心者が取り込めていない
- ・18ホールプレーは拘束時間が長く、忙しい若者や社会人には来場のハードルが高い
- ・18ホールプレーは初心者や体力が低下する高齢者には体の負担が大きい
- ・既存会員への配慮や顧客単価の低下をゴルフ場が危惧するため、9ホールプレー等ができるゴルフ場が少なく、実施できても時間帯が早朝や薄暮に限れる

未経験者や初心者の獲得や社会人や高齢者の離脱抑制のためには緩いプレー環境の充実が必要だが、目先の経営のために取り組めてないゴルフ場が多い

②ターゲット

- ・ゴルフ未経験者（若者、健康意識世代、社会人）、初心者、ゴルフ離脱層（40-50代）、体力低下する60-70代

③実施主体

- ・ゴルフ場、ゴルフ用品（メーカー・流通） **【連携すべき他業界】** メディア、飲食業、宿泊業、観光業

緩いルールで楽しめるゴルフを、ゴルフ場と用品業界が協力して「ゆるゴル」として明確なコンセプトとし、既存プレイヤーの理解を得て、新しい楽しみとして浸透させる

④需要喚起策に必要な取組

・緩やかなルール（「ゆるゴル」(仮称)）の導入をゴルフ場へ呼びかけ、パブリック型や観光地型などの相性の良いゴルフ場を選び、ゴルフ場の閑散期や定休日を利用し、**「ゆるゴル」の実証的な取組を行う**

◇「ゆるゴル」の例

- ・9、6、3ホールプレー／・フォワードティー・ピンクティー／・スクランブル・バuntingだけをプレー／プレーしない同伴者（家族など）可

◇実証における検証

- ・経営への影響、オペレーションがまわるかどうか、既存会員の反応や新規顧客開拓の効果などを検証する

- ・手ぶらでゴルフを楽しめる**レンタルクラブ充実**（例：標準的クラブ無償）
- ・既存ゴルファーと「ゆるゴル」プレイヤー間の**相互理解・接点を作る仕掛け**（例：ゴルフ場主催で合同コンペを開催）を企画
- ・「ゆるゴル」のロゴマークを作り、対応施設の情報を整理・発信するとともに、「ゆるゴル」への理解を促進するための**CMなどの啓蒙活動を行う**

施策の全体イメージ



GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策④

ゴルフ場・練習場業務へのIT導入支援（ITによる省力化と顧客サービスの充実）

①問題点

- ・受付・清算業務に人手が割かれており人件費がかかってしまう
- ・人手不足などで繁忙なため、より質の高いサービスの提供ができていない
- ・IT活用により、汎用的な業務を効率化できる余地があるが、IT活用ノウハウにやや乏しく、IT導入に取り組んでいない施設が多い

ゴルフ場・練習場はサービス業としての魅力向上が求められているが、人材や資源が限られている

②ターゲット

- ・ゴルフ場やゴルフ練習場の経験者

③実施主体

- ・ゴルフ場、練習場（協会含む） **【連携すべき他業界】** ITベンダー

ゴルフ場・練習場へのIT導入により、経営効率化や顧客への接客やサービスを充実

- ・ゴルフ場、練習場の経営効率化に役立つシステムなどの導入を支援

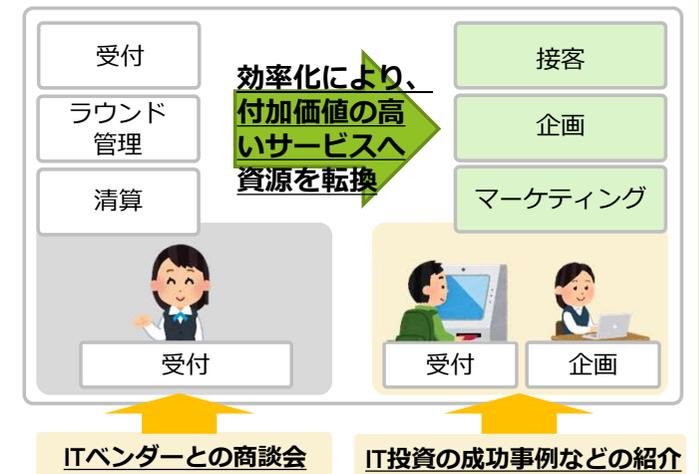
◇ITサービス例

- ・予約管理システム / 無人の受付・清算システム
- ・キャディ管理システム（シフト・清算） / 顧客管理システム

④需要喚起策に必要な取組

- ・具体的な支援方法として、**協会主催の「ゴルフ場経営者等とITベンダーの商談」や経済相やITベンダ主催の「補助金申請・利用方法の紹介やIT投資の成功事例紹介」**などの機会をゴルフ場経営者などに提供
- ・IT導入により、質の高い接客などを行うサービスへのリソースシフト、働き方改革による人材確保などを期待
- ・将来的には、複数施設が共通で顧客データを管理する事で、デジタルマーケティングにつなげる

施策の全体イメージ



※イラスト：いらすとや

GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策⑤

ゴルフ場のスマート化促進（IT導入によるゴルフ場・練習場の付加価値やユーザー体験の向上）

①問題点

- ・他のレジャー産業がITを活用してエンタメ性を高めており、競争が激しい
- ・自然のなかで技術を競わせるというゴルフの醍醐味はいかじつつ、よりエンタメ性の高いユーザー体験を提供することで若者などの新たな層を開拓できる可能性
- ・一部大手チェーンではIT導入が進むが中小事業者を含む多くの施設では施設経営者とITベンダーの連携不足、IT人材や資金の不足などが理由で導入が進まない

他のレジャー産業との競争の中で、新技術を導入したエンタメ性の高いユーザー体験が求められている

②ターゲット

- ・若者、ビジネスパーソン、子育て層

③実施主体

- ・ゴルフ場、練習場 【連携すべき他業界】 ITベンダー

④需要喚起策に必要な取組

エンターテイメントとしての顧客体験（UX）の価値を高める目的でIT活用

- ・ゴルフ場やゴルフ練習場に5G、IOT、ARやVRなどのデジタル技術を導入してデジタル世代の価値観に即したサービスを実現。効率化のIT活用ではなく、顧客体験（UX）の刷新が狙い

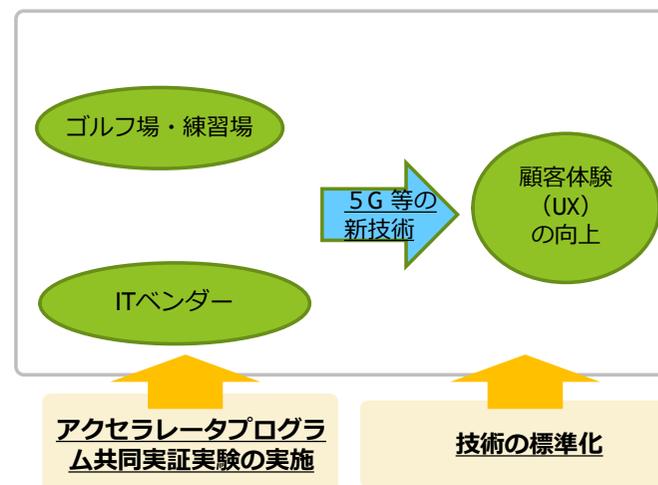
◇デジタル技術の導入例：

- ・センサーでボールの位置、弾道、着弾点などが分かる
- ・ゴルフ場でリアルタイムに遠隔ラウンドレッスンが受けられる
- ・ゴルフ練習場で映像により遠隔のレッスンプログラムを受講できる
- ・憧れの選手とバーチャルにプレーできる
- ・映像機器を搭載し、エンタメコンテンツや広告を表示するカートを導入

- ・具体的な推進方法としては、「IT企業との共同実証実験の実施」、「ソリューションの開発を促進するアクセラレータプログラムの開催」など

- ・事例やニーズが罪上がれば、「技術の標準化」を行い、業界全体に利用しやすい環境を整備していく事も想定

施策の全体イメージ



GMACが推し進めていきたいゴルフ市場活性化策⑥

ゴルフ練習場とゴルフ場（ショートコース）の連携促進（集客、PR、輸送）

①問題点

- ・ゴルフのプレー体験が、練習場における何か月もの練習だけで終わってしまう人が多いため、ゴルフ場でプレーすることの楽しさやゴルフ場そのものの魅力を体験する前にゴルフを辞めてしまうケースがある

ゴルフ練習場でプレーを開始した初心者を早めにゴルフ場へ誘客し、ゴルフ場の楽しさを味わうことが必要

②ターゲット

- ・ゴルフスクール生などの初心者層

③実施主体

- ・ゴルフ練習場、ゴルフ場 【連携すべき他業界】なし

④需要喚起策に必要な取組

地域の練習場とゴルフ場（ショートコース）の間で連携する仕組みの構築

- ・ゴルフ練習場の利用客について、利用者の属性やレベルなどに応じてグループを作り、早い段階からゴルフ場へ送客する仕組みを構築し、ゴルフ場でプレーする楽しさを伝え、練習場だけでゴルフから離脱する方の数を減らす
- ・練習場から本格的なコースにいきなり参加し、難しさを感じることを避け、ほど良い達成感とモチベーションを与える（参考：フロー理論）ため、練習場からショートコースへ送客する仕組みを構築する

◇送客支援の例

- ・ゴルフスクールで、レベルに合わせて参加者を募り、コースへ送客
- ・地域の練習場とゴルフ場で連携して無償の交通手段を提供
- ・連携するスクール、ゴルフ練習場、ゴルフ場間で顧客情報を共通で管理できるアプリの構築

◇（参考）フロー理論

- ・心理学の理論で、「自分のスキルと難易度のバランスが良い状態の際、人は楽しさや面白さを感じて集中した状態（フロー状態）となる」



施策の全体イメージ

