



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

# 2019年12月期（第21期） 1Q 決算説明資料

(証券コード：3319)

1. 1Q 決算（2019年 1月～ 3月）
2. 1Q の取組み
3. （参考）中期経営方針
4. （参考）市場環境
5. （参考）会社情報



# 1

1Q 決算  
(2019年 1月～ 3月)





## 国内ビジネス・海外ビジネスともに計画通りに推移

売上高	7,553百万円	前年同期比	+45%
EBITDA	211百万円	前年同期比	+31%
営業利益	△147百万円	前年同期増減	△192百万円



## 米国子会社の連結化及び事業推進は順調に進捗

会計及び財務面のグループ体制移行は完了  
ガバナンス及びリスクマネジメント強化も実施中



# 1Q 連結業績の概要



(単位：百万円)

	2017年 1Q	2018年 1Q	2019年		前年比	(参考)			
			1Q	(国内)		(海外)	通期計画	(国内)	(海外)
売上高	4,233	5,199	7,553	5,948	1,604	+2,353 (145%)	35,000	27,700	7,300
売上総利益	1,706	1,922	2,851	—	—	+ 929 (148%)	—	—	—
販管費	1,742	1,876	2,999	—	—	+1,122 (160%)	—	—	—
EBITDA	64	161	208	289	△ 80	+ 47 (129%)	2,260	2,150	110
営業利益	△ 35	45	△ 147	164	△ 312	△ 192 (—%)	900	1,575	△ 675
経常利益	△ 32	44	△ 152	—	—	△ 196 (—%)	860	—	—
当期純利益	△ 43	△ 20	△ 203	—	—	△ 183 (—%)	440	—	—

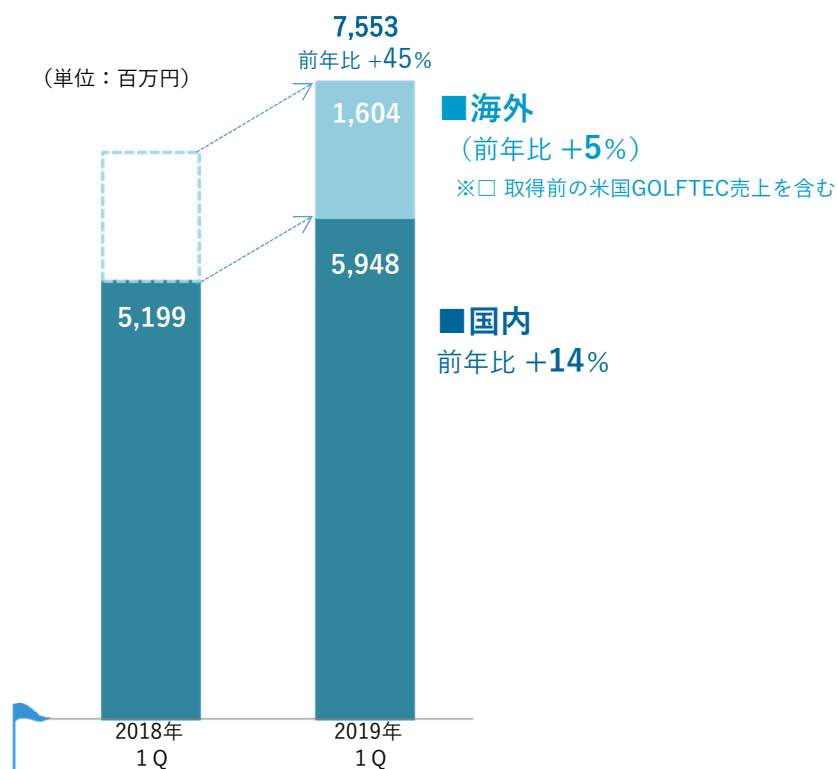
※海外セグメントの米国子会社 2社は2018年 3Qより連結対象（2017年1Q、2018年1Qに含まない）。



## セグメント別売上高

### 国内・海外ともに二桁成長

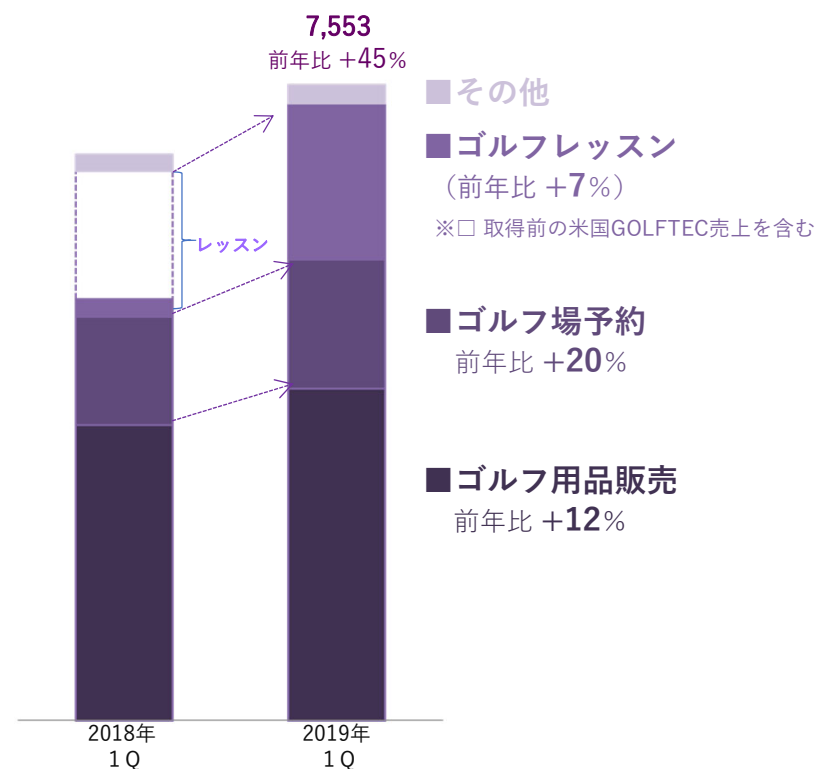
- ・国内 全サービスともに好調に推移  
二桁成長を継続
- ・海外 米国GOLFTEC\*が計画を上回る推移



## サービス別売上高

### 各サービスともに二桁成長を実現

- ・ゴルフ用品販売 売れ筋商材の確保が奏功
- ・ゴルフ場予約 好天に恵まれ送客人数拡大
- ・ゴルフレッスン 海外子会社好調

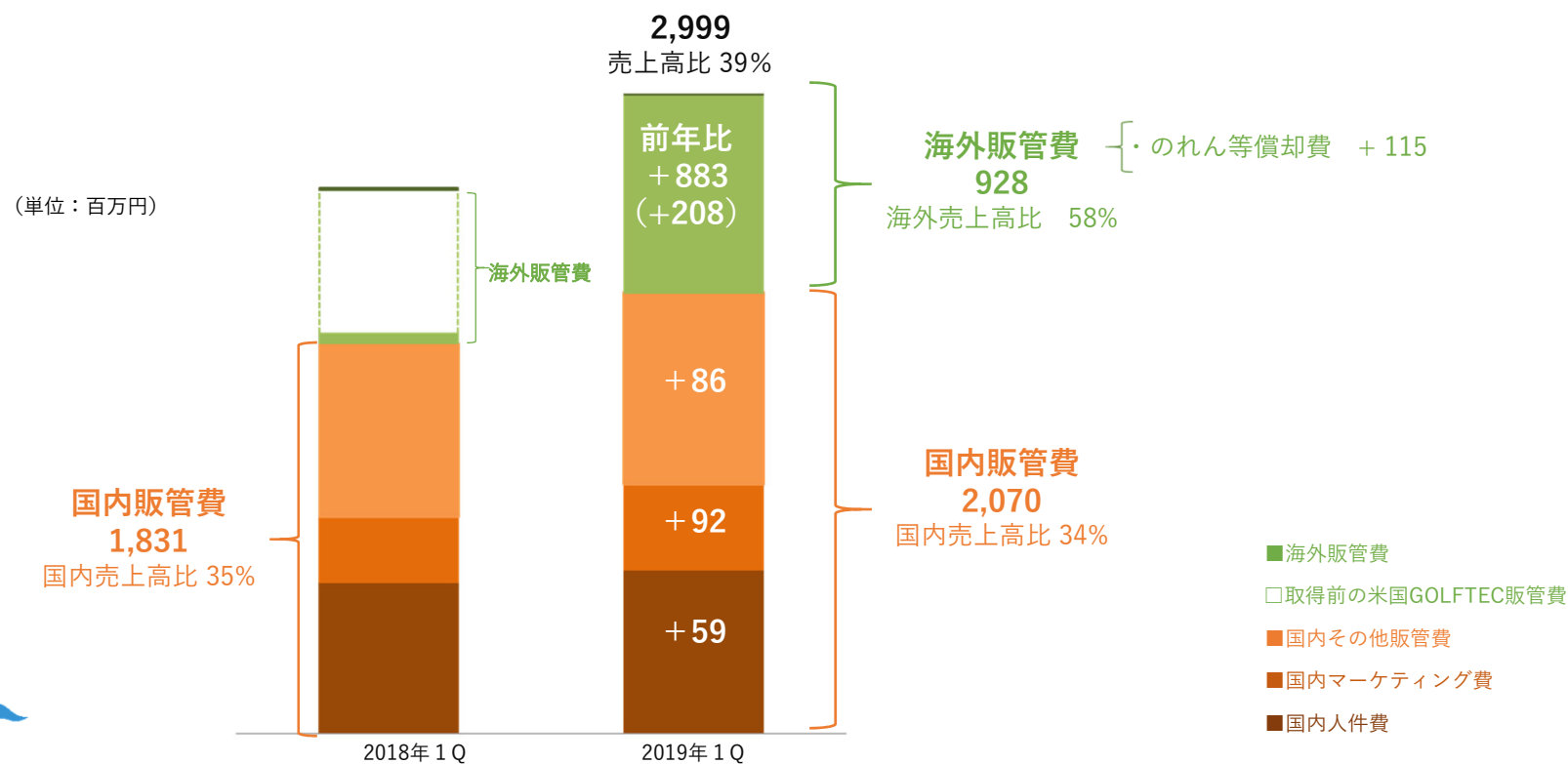


※米国GOLFTEC = 当社持分60%の子会社であるGolfTEC Enterprises LLCの略。

# 1Q 販管費

## 概ね計画通りに進捗

- ・国内 売上増加に伴い販管費増加  
引き続きサービス相互利用促進のためのマーケティングコスト増加
- ・海外 積極的にマーケティング活動に費用投下  
※子会社GDOS<sup>\*</sup>は前年3Q から、米国GOLFTECは前年4QからPL連結開始。

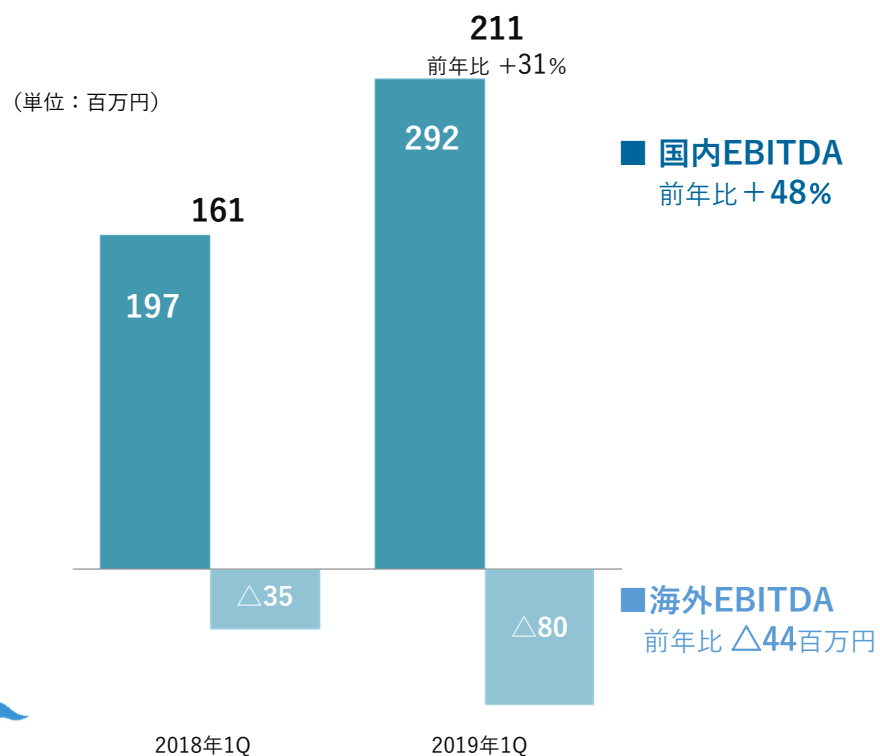


※GDOS = 当社100%子会社であるGDO Sports, Inc. の略。

# 1Q EBITDA/営業利益

## EBITDA (=営業利益+のれん償却費+減価償却費+長期前払費用)

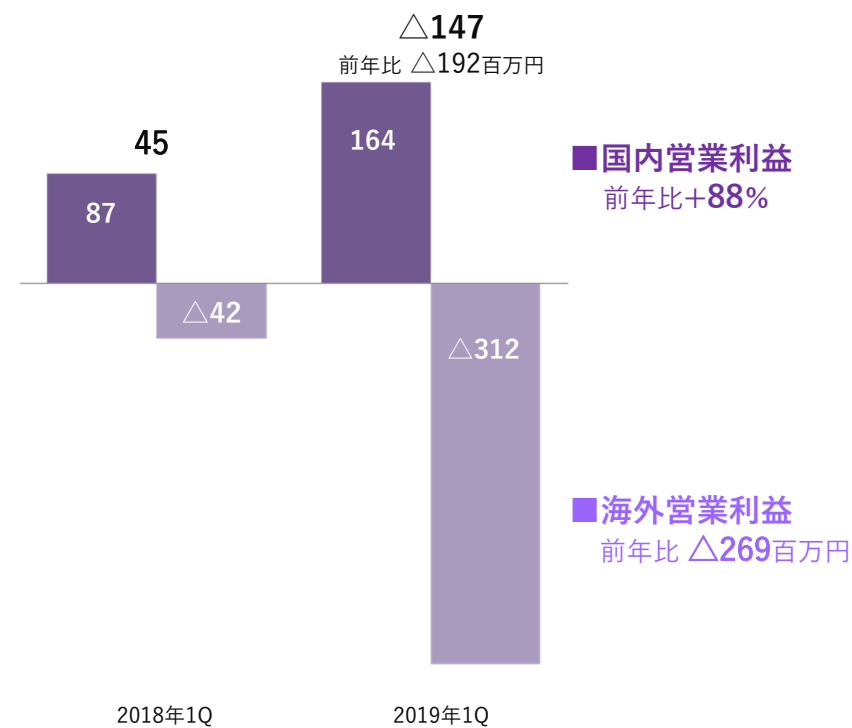
- ・国内 売上の成長による売上総利益の増加  
(ただし売上構成比の変化により利益率は低下)
- ・海外 2018年1Qより海外新規ビジネスへの投資開始  
2019年1Qは計画通りに推移



※2018年1Qに米国子会社2社は含まない。

## 営業利益

- ・国内 売上の成長による売上総利益の増加  
(ただし売上構成比の変化により利益率は低下)
- ・海外 積極的にマーケティング活動に費用投下  
連結子会社化に伴うのれん等償却 115百万円等

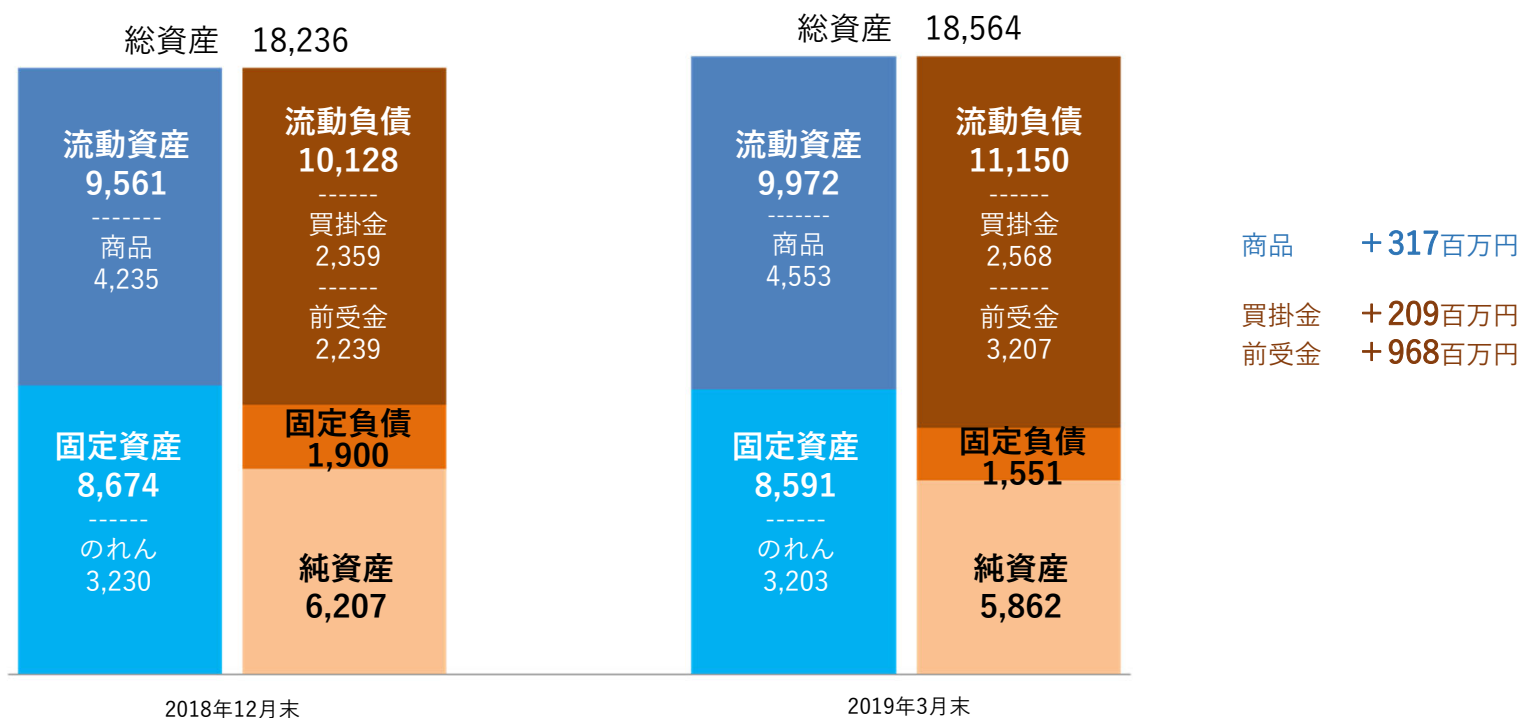


※2018年1Qに米国子会社2社は含まない。



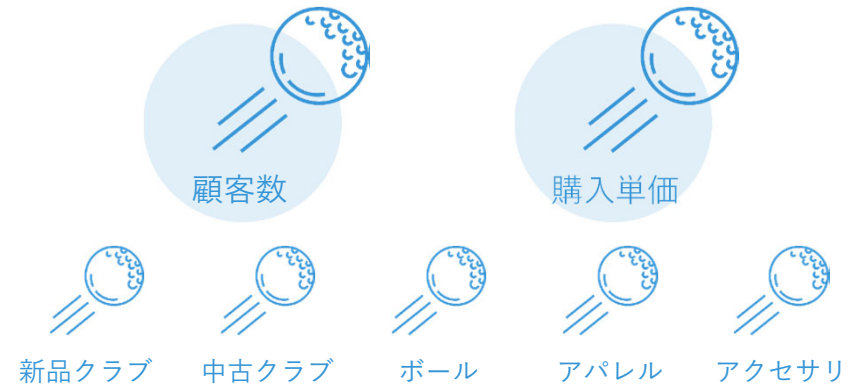
## 業容拡大に伴い総資産規模拡大

- ・ 棚卸資産 売上拡大のために新品クラブ・ゴルフアパレルを中心に拡大併せて買掛金も増加
- ・ 前受金 米国GOLFTEC社において売上好調に起因し増加
- ・ 純資産 期末配当金の支払い及び1Q当期純損失計上



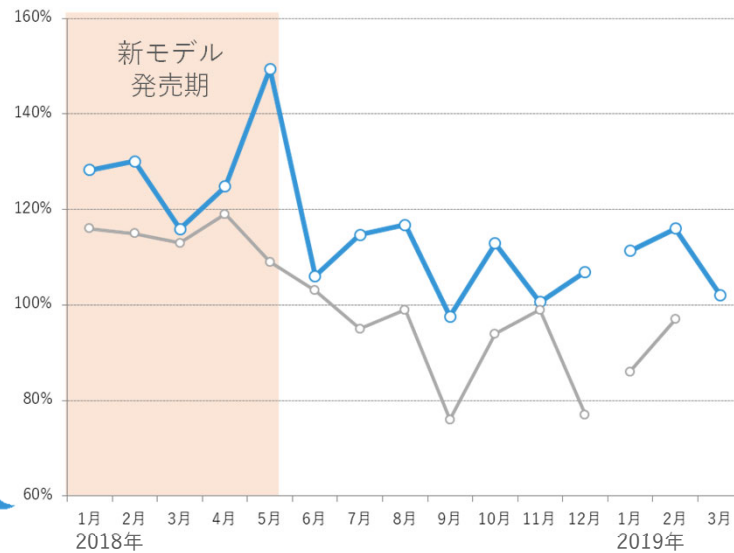
## 全ジャンルで前年比増

- ・新規顧客及び相互利用促進が奏功し、特にスコア管理アプリからの流入が増加継続
- ・新モデル、型落ちモデルともに人気商材を確保しクラブ販売好調で、購入単価も上昇
- ・アパレルは暖冬により秋冬物が前年並みの成長

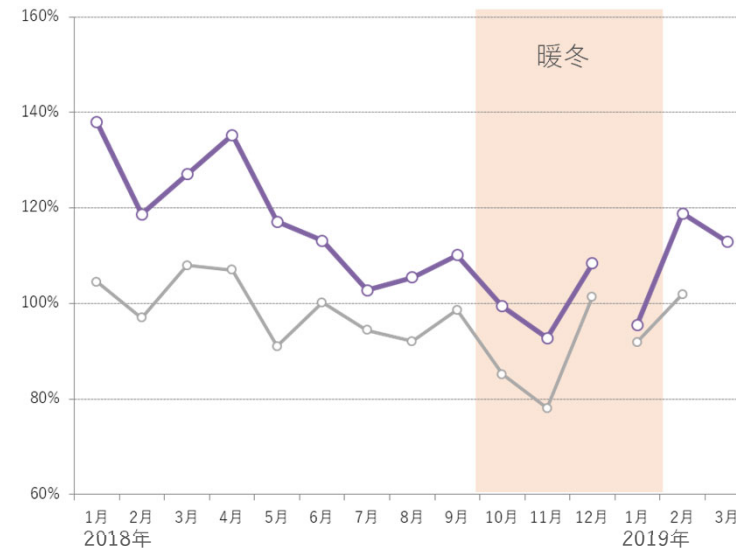


## 受注額の前年同月比

(ゴルフクラブ)



(ゴルフアパレル)



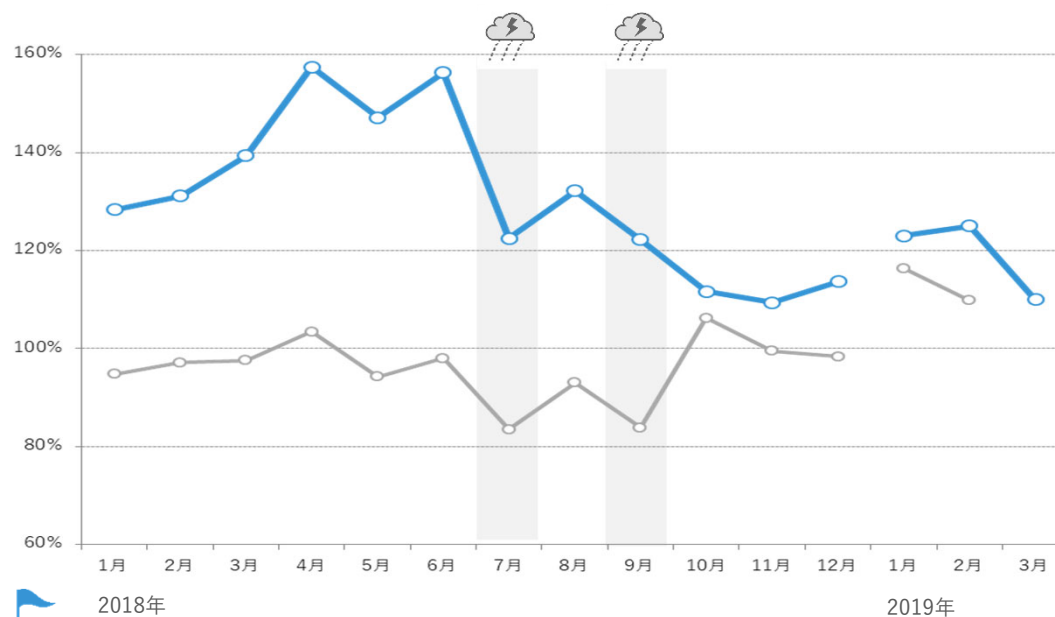
※市場…ゴルフ用品マーケット（ゴルフクラブ、ボール、アクセサリ）。

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」

## 送客人数増加

- ・新規顧客及び相互利用促進が奏功し、特にスコア管理アプリからの流入が増加継続
- ・好天に恵まれた結果、キャンセル率も低下

ゴルフ場送客数（プレー者数）の推移（前年同月比）



顧客数



手数料単価



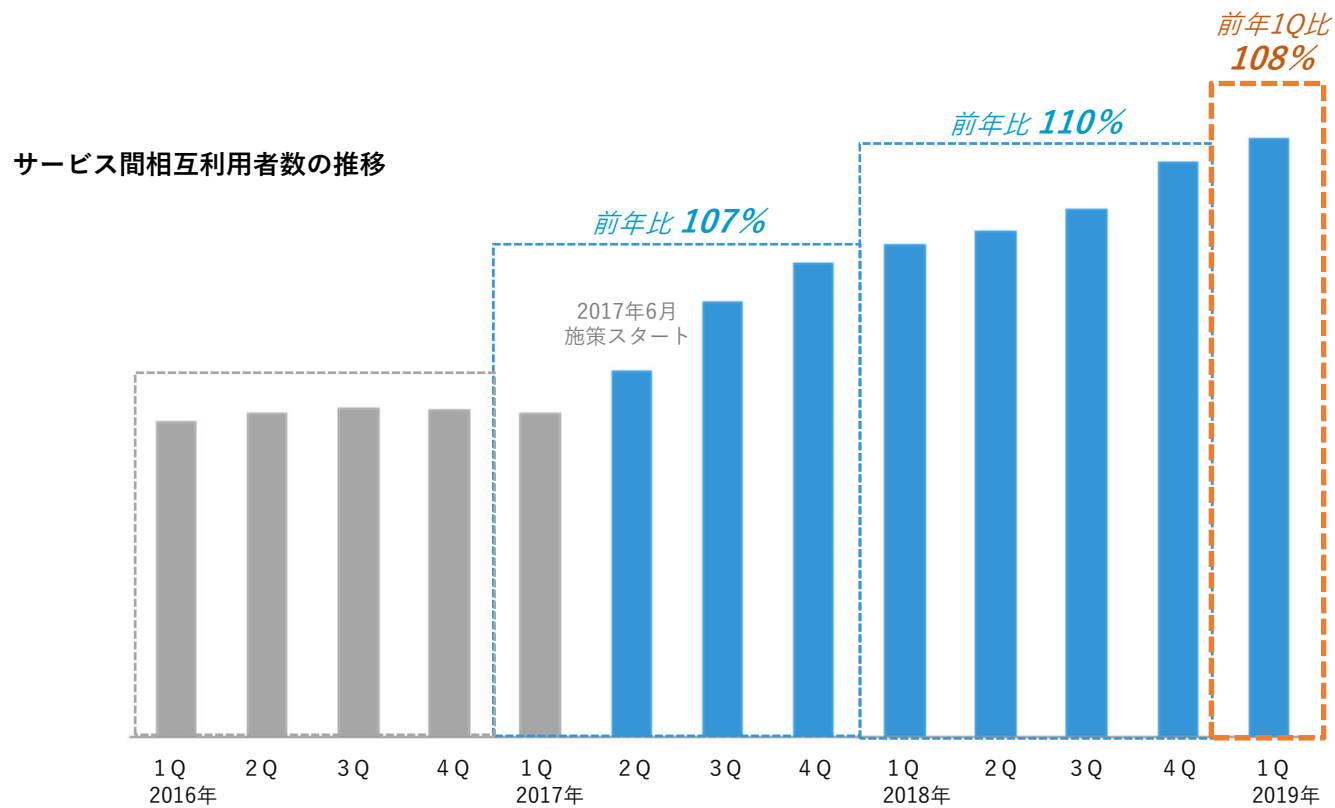
キャンセル率低下

- GDO（当社およびじゃらんゴルフから予約してプレーしたゴルフ場プレー者数）
- 市場（経済産業省が公表する8都道府県におけるゴルフ場プレー者数）

※市場・・出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」  
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）におけるゴルフ場プレー者数の合計比較。

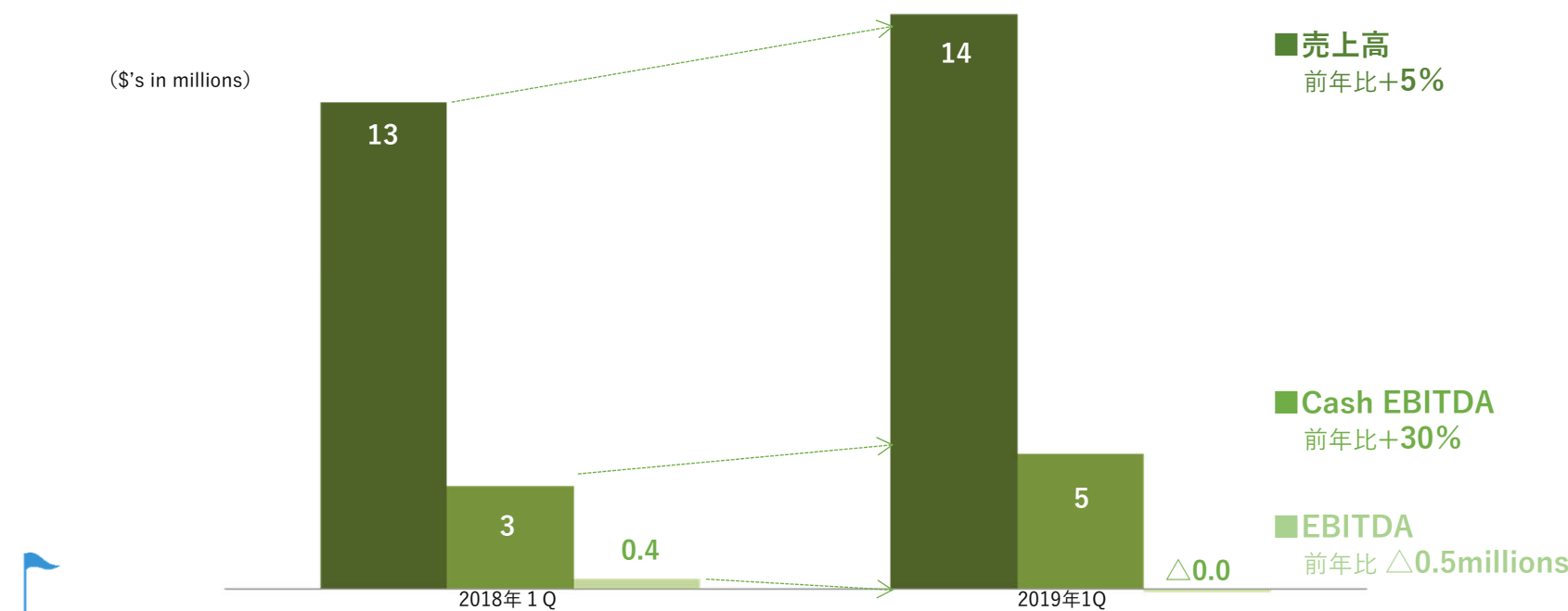
## 引き続き効果あり

- ・もうすぐ3年目を迎える会員制度「GDOヤードプログラム」
- ・各サービス毎の特典付与制度を統一し、随時サービス内容を充実
- ・取組み開始以来、サービス間相互利用者数が順調に増加



## 計画を上回る推移

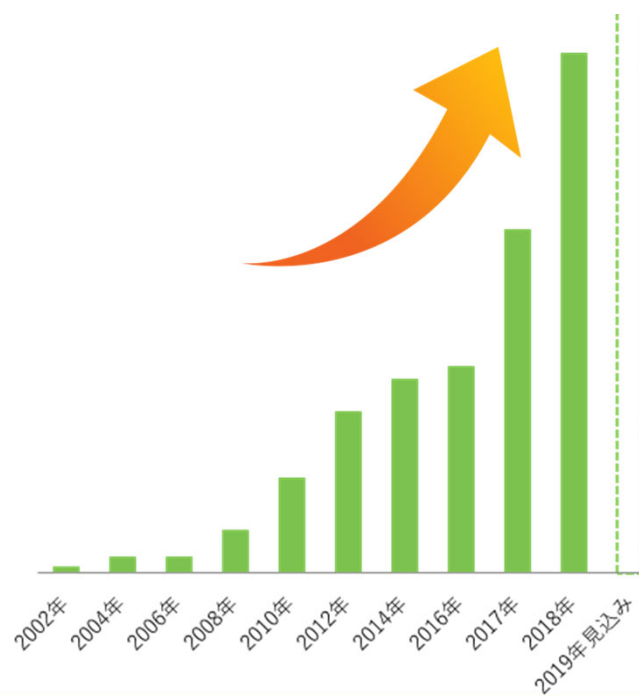
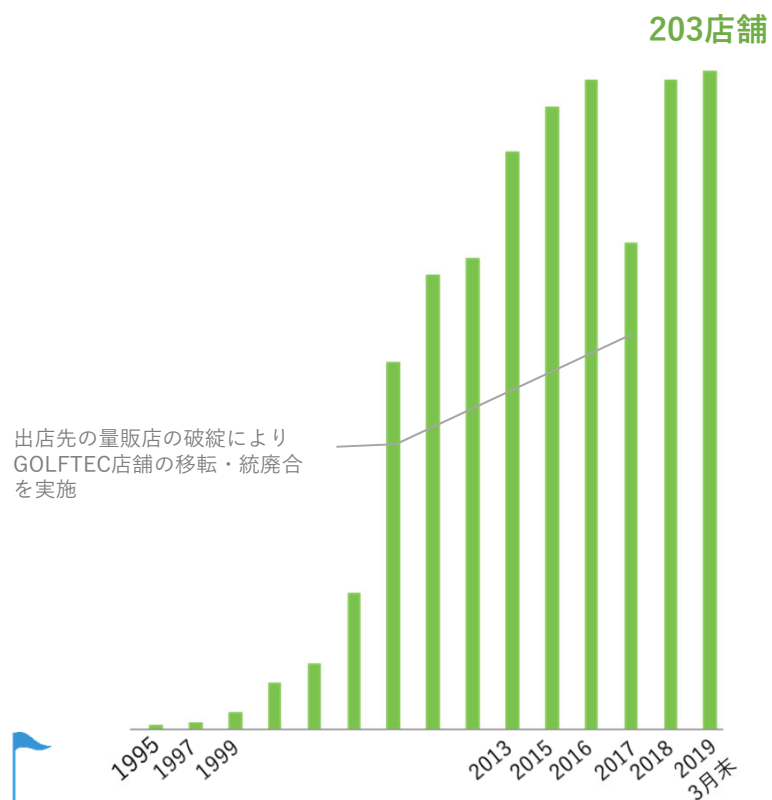
- ・ レッスンチケット販売及びフィッティングクラブ販売が堅調に推移し、売上は前年比 5% 成長
- ・ フランチャイズ店舗の直営化を進めるとともに新規出店にも着手
- ・ Cash EBITDA\*は計画を上回る推移で、4月以降のEBITDAに貢献予定
- ・ 新会計基準（収益認識基準）の早期適用で、売上はチケット消化基準からチケット有効期間按分に変更



※Cash EBITDA : Cash 獲得時点で算定したEBITDAであり、会計基準調整前の指標。

- ・ 順調に新規出店及びFC店の直営化が進む  
2018年 1 Q比 直営店 + 2 店、FC店 + 0 店

- ・ 2017年度以降、フィッティングクラブ販売が急成長



2

1Qの取組み  
(2019年1月～3月)



## 顧客層の拡大

（リーチ、地域、ゴルファー育成、ゴルフ接触機会創出）

## 顧客関係の深化

（Data, IoT, CRM, Technology）

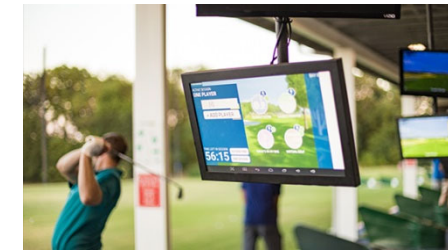
網羅的に蓄積したお客様のデータを、付加価値サービスへ展開すること及びより適切なソリューションを提案していくこと。



# 顧客層の拡大 及び 顧客関係の深化 (ゴルフ×テクノロジー) GDO

## TOPTRACER RANGE (トップトレーサー・レンジ) 国内ゴルフ練習場2か所に試験導入

- ・潜在ゴルファーや平均的ゴルファーの需要喚起を目指した新たな取り組み
- ・ゴルフ練習場施設にITインフラを軸とした新たな収益源として提案。GDOの新規事業としての早期事業確立を目指す
- ・米国におけるゴルフ総合エンターテイメント企業TOPGOLF GROUPのグループ企業であるTOPTRACER社との事業提携により実現



### TOPTRACER RANGEとは

国内では横浜旭ファミリーゴルフ、スイング碑文谷に導入

プレイヤーは全てのショットのリプレイを打席に設置されたモニターで確認可能。バーチャルラウンド、ニアピン、ドラコン、シンプルな弾道計測、番手別の弾道・飛距離分析、ポイントゲーム等、これまでのゴルフ練習場では体験し得なかったデータと楽しを提供。

# ゴルフの活性化、ゴルフを通じた地域活性化（顧客層の拡大） GDO<sup>®</sup>

## スノーゴルフ開催

- ・ 2016年に北海道にてスタートした同大会は、開催地区を青森まで拡げ、4年目に突入
- ・ 特別豪雪地帯である美唄では、冬季、雪解けまでクローズせざるを得なかったゴルフ場が、当取組みにより通年営業が可能に
- ・ 地方自治体と連携しゴルフの多様な楽しみ方を提案することにより、地域活性化に貢献するとともに現地におけるGDO認知度も向上



### スノーゴルフとは

フランス発祥の雪上ゴルフ。冬季に積雪でクローズするゴルフコースやスキー場で開催される。グリーンランドなどでは定期的実施され、世界大会も開催されている。実際のゴルフ場を使って日本で開催したのはGDOが初。



A photograph of a golf green. In the foreground, a white golf ball is on the hole. A putter is positioned to the right of the hole. The green is well-maintained and has a distinct shadow cast across it.





















3

(参考)  
5 年 中期経営方針

# 市場環境のトレンドと将来予想

国内ゴルフ市場は縮小傾向ながらもネット市場は拡大。ただし競争激化

アメリカゴルフ市場は、新規ゴルファーを中心に活況が続く。また、ゴルフ用品小売り市場では体験型販売が流行する兆し

				
	過去のトレンド	将来：GDO予想	過去のトレンド	将来：GDO予想
人口	少子高齢化 	少子高齢化 	増加傾向 	増加率は徐々に鈍化 
ゴルフ人口	減少傾向 	引き続き減少傾向 	新規ゴルファー中心に増加傾向 	当面増加傾向 
ラウンド数	減少傾向 下げ止まり 	横這い 	過去2年連続増加 	増減しつつ横這いか 
ゴルフ用品 EC市場	増加傾向 	当面増加傾向 PC→スマホへ 	EC購入者率 35% 	増加見込み 
ゴルフ場 ネット予約	増加傾向 	当面増加傾向 PC→スマホへ 	未知数	未知数

### ➤ 期間は5年に設定

グローバルマーケットにおいて長期的なプレゼンスを強化するために、中長期的な視点で戦略を練り、一定の結果を出すにはおおよそ5年という期間が必要である。

### ➤ 中期経営計画ではなく、中期経営方針

国内外におけるビジネス環境は日々変化し、GDOグループとしても大きな転換期を迎えた中で、具体的な計画策定には時間が必要である。

### ➤ 国内市場環境で成長継続するには、一定の投資が必要

日本の人口及びゴルファー人口の伸び悩みや、インターネット環境における新規参入等による競争環境の激化はあるが、一方で成長余地もあり。成長継続のためには一定の投資が必要。



# グローバルなゴルフ総合サービス企業へ 企業価値の最大化を目指して



## 国内事業

厳しい環境下、売上、利益性の更なる成長へ

## 新規事業

新たな収益モデル構築

## 海外事業

スケールメリットを生かした成長

## 顧客層の拡大

（リーチ、地域、ゴルファー育成、ゴルフ接触機会創出）

## 顧客関係の深化

（Data, IoT, CRM, Technology）

網羅的に蓄積したお客様のデータを、付加価値サービスへ展開すること及びより適切なソリューションを提案していくこと。

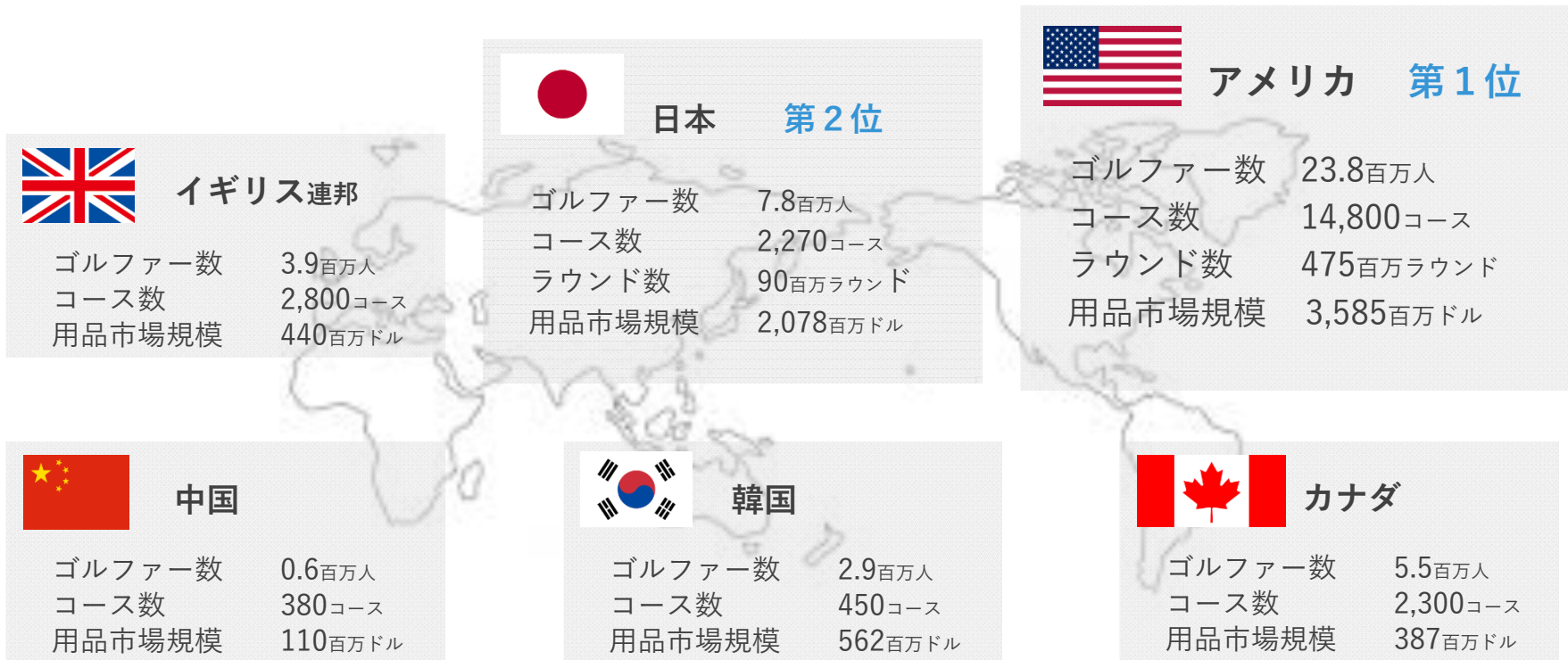
# 4

## (参考) 市場動向





## アメリカは世界最大市場



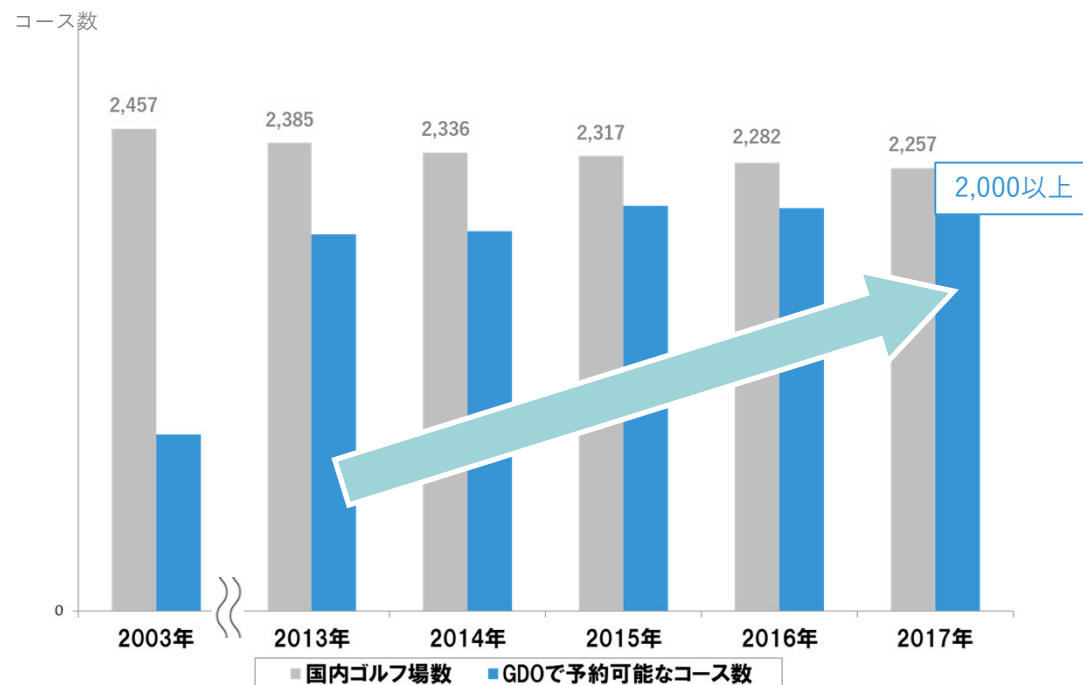
出典：2019 世界のゴルフ市場レポート（矢野経済研究所）

国内コースの約9割はGDOで予約可能

世界のゴルフコース数

1位	アメリカ	15,047コース
2位	カナダ	2,295
3位	日本	2,290
4位	イギリス	1,991
5位	オーストラリア	1,591

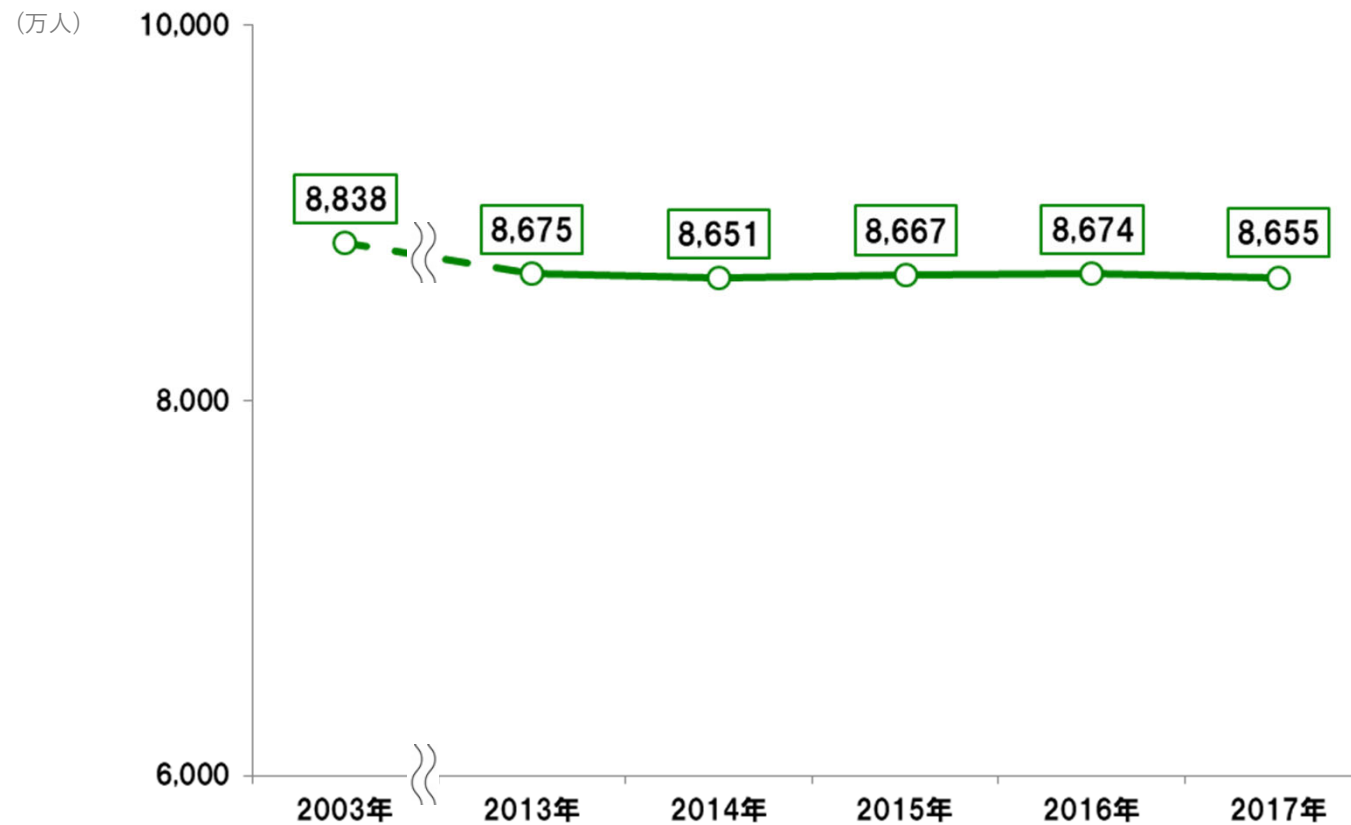
国内コース数とGDO提携コース数の推移



※「Golf around the world 2017」(全英ゴルフ協会R&A)より  
当社作成

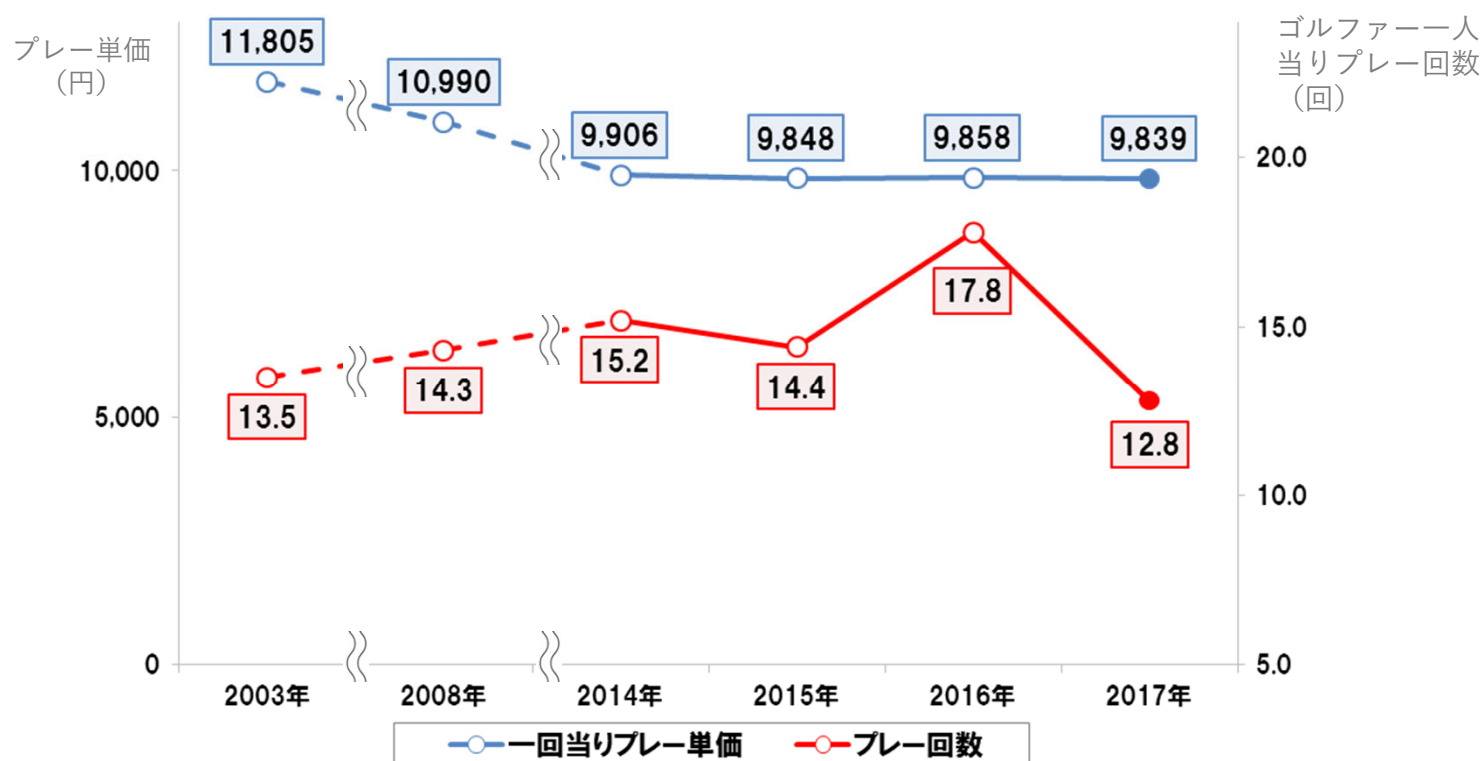
※国内コース数:「ゴルフ場利用税の課税状況から見たゴルフ場の数・利用者数の推移(2018年10月)」(一般社団法人 日本ゴルフ場経営者協会)

## ゴルフ場のべ利用者数は横ばい



※出典：「ゴルフ場利用税の課税状況から見たゴルフ場の数・利用者数の推移（平成29年11月）」（一般社団法人 日本ゴルフ場経営者協会）

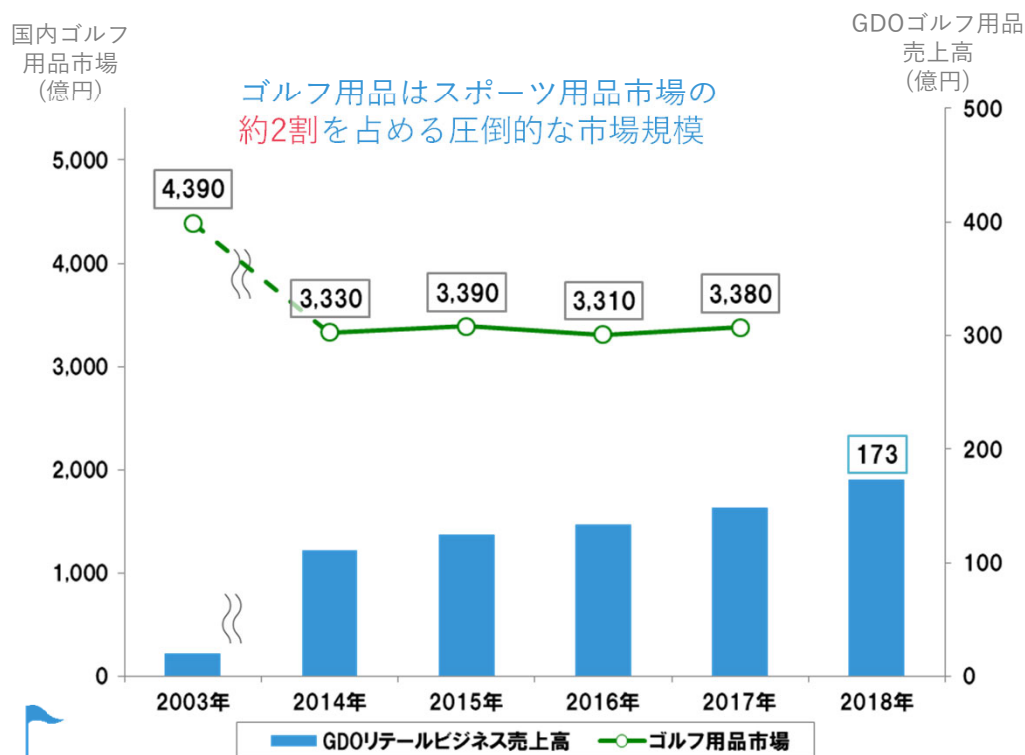
## プレー単価の低価格化でゴルフがより身近に



※出典：プレー料金 経産省「特定サービス業態調査」（ゴルフ場）の売上高及び利用者合計から当社作成  
プレー回数 「レジャー白書」（公益財団法人 日本生産性本部）

## ゴルフ用品市場は縮小、GDOは売上拡大

国内ゴルフ用品市場と  
GDO売上高の推移



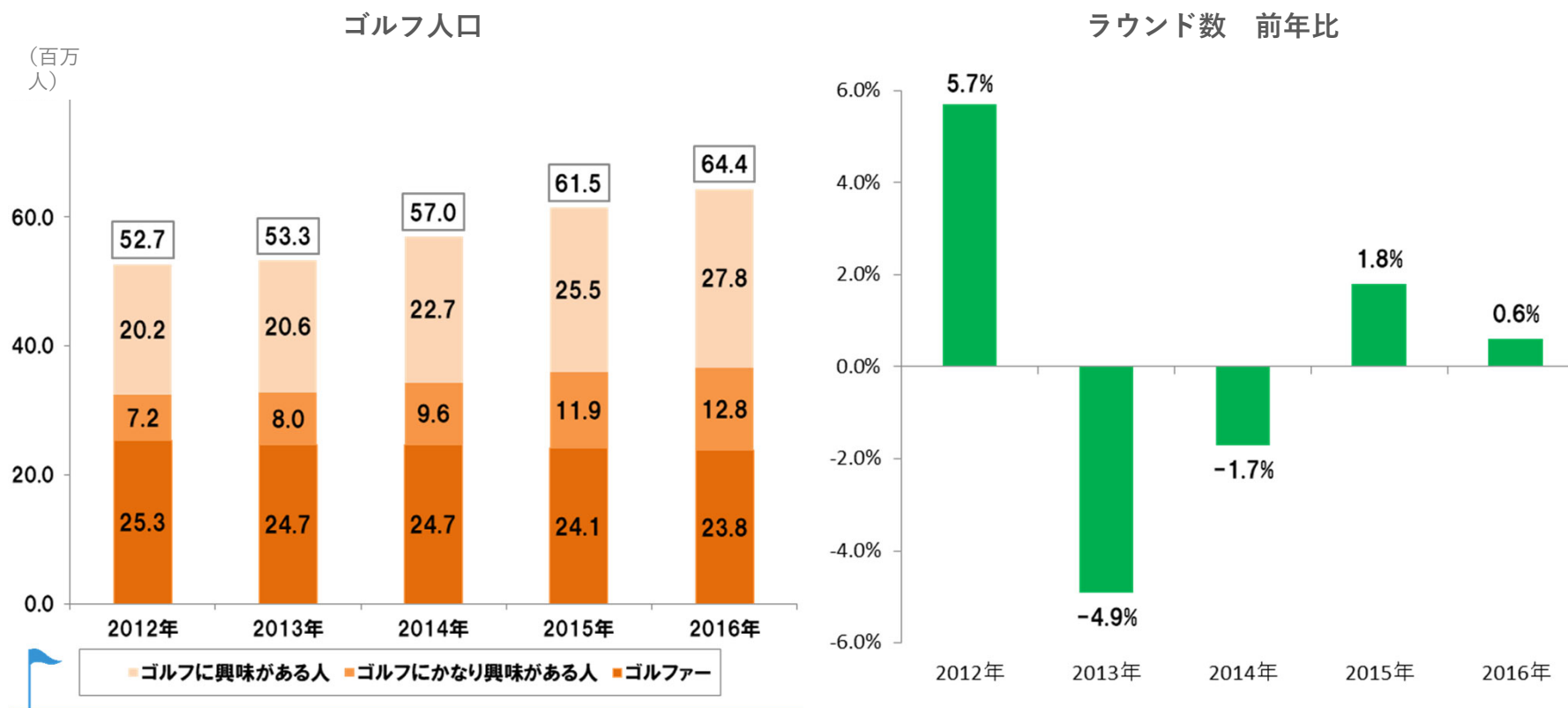
国内ゴルフ用品小売業  
売上ランキング

1位	A社 (スポーツ量販店)	808億円
2位	B社 (スポーツ量販店)	611億円
3位	C社 (ゴルフ量販店)	195億円
<b>4位</b>	<b>GDO</b>	<b>173億円</b>
5位	D社 (ゴルフ量販店)	152億円

ゴルフ用品EC市場シェア  
**12.5%** (2017年)  
うち、GDOは圧倒的 **1位**

※出典：「レジャー白書」(公益財団法人 日本生産性本部)、売上ランキングは資料作成時点で確認できる各社最新決算

ゴルフ人口は“ゴルフ興味がある人”まで含めると増加傾向  
ラウンド数は乱高下しつつ、最近2年は前年比増加



※出典：NGF (National Golf Foundation)  
「Golf Industry Overview」 (2017EDITION)

# 5

(参考)  
会社概要

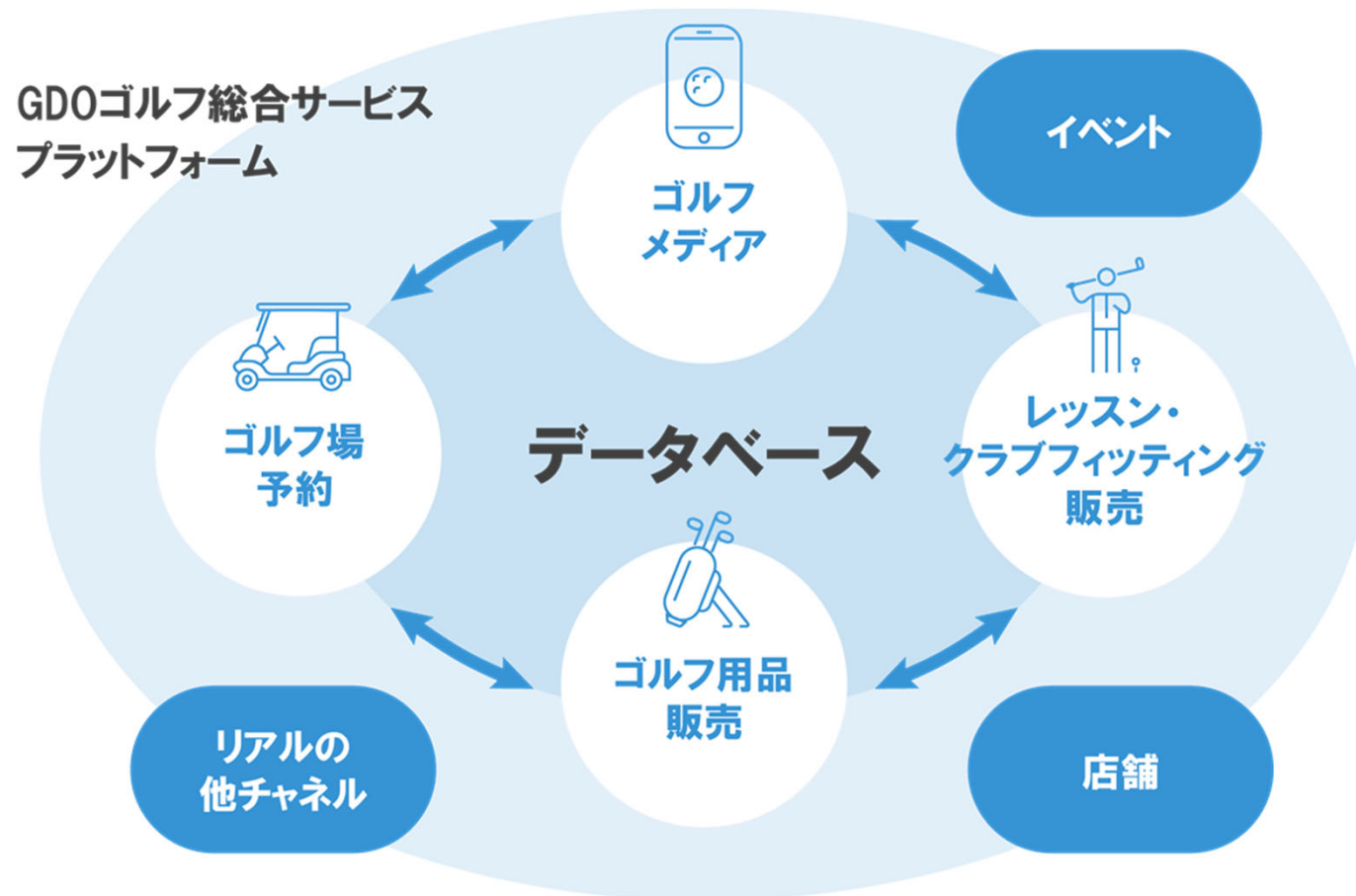


会 社 名	株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン (GDO) Golf Digest Online Inc. <a href="http://www.golfdigest.co.jp">URL : www.golfdigest.co.jp</a>
代 表 取 締 役 社 長	石坂 信也 (いしざか のぶや)
設 立	2000年5月1日 2004年4月1日東証マザーズ上場 2015年5月1日東証二部上場 2015年9月7日東証一部上場 (証券コード : 3319)
本 社 所 在 地	東京都品川区東五反田2-10-2
資 本 金	14億58百万円
従 業 員 数 ( 連 結 )	1,081名 ※臨時雇用含む
グ ル ー プ 会 社	株式会社GDOゴルフテック (100%) キッズゴルフ株式会社 (100%) GDO Sports, Inc (100%) GolfTEC Enterprises LLC (60%)



(2019年3月末)





# 世界のゴルファー 約9,800万人

## ネット×リアル



ネットチャネル 月間来訪者数※

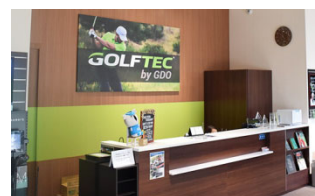
528万人



アプリ総DL数  
241万



Facebook いいね数  
135万



GOLFTEC  
GOLFTEC by GDO



ゴルフ場送客人数



ゴルフガレージ



主催競技・イベント

リアルチャネル 月間平均利用者数

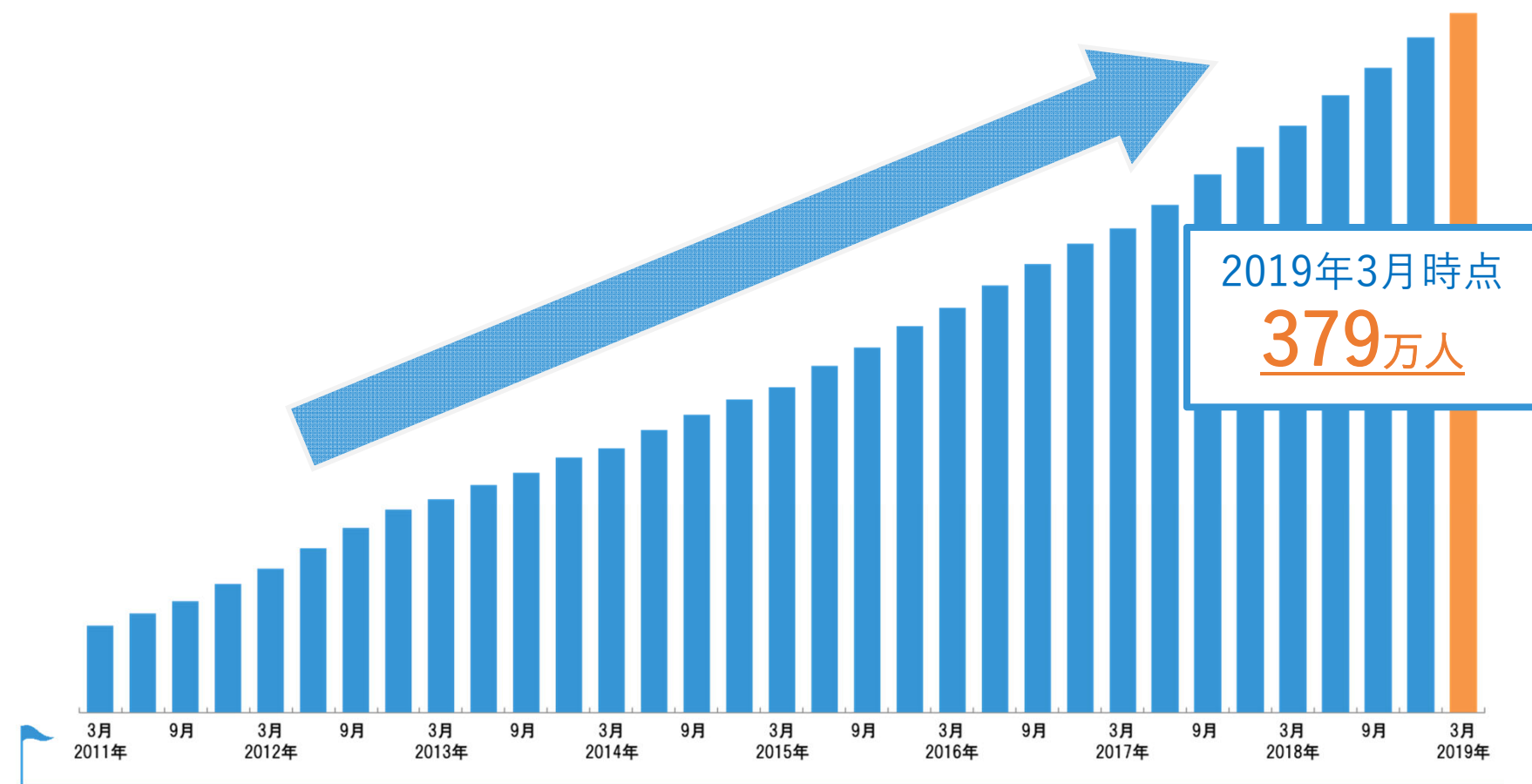
日本・海外 65万人

※PC、モバイル端末の  
各ユニークユーザー数の月平均合計

(2018年度実績)

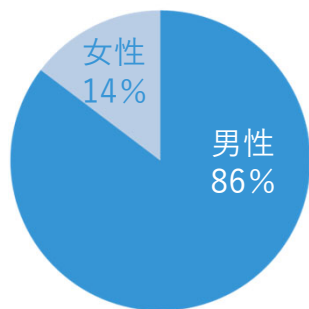
## 「ゴルフ」を楽しむ

## 国内ゴルファーの約 **6** 割がGDOクラブ会員



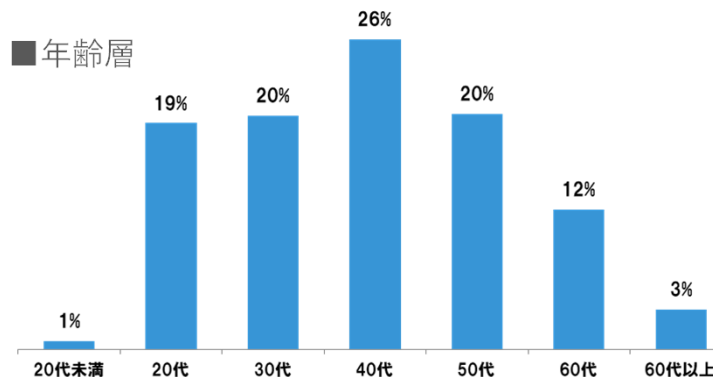
GDO利用者：ビジネス上の影響力があり、個人としても**購買力が高い**のが特徴

■男女比



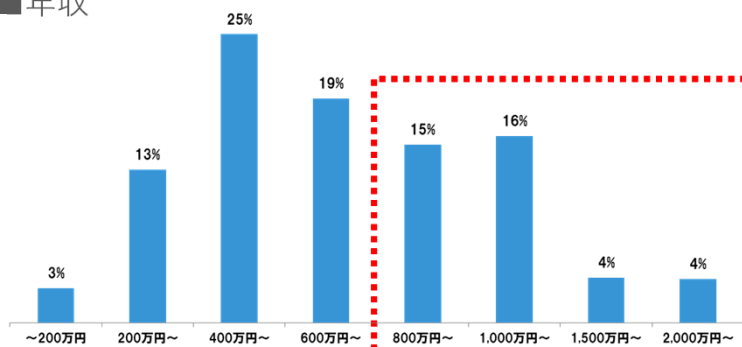
ユーザーの**86%**が男性

■年齢層



平均年齢**50歳**、40~50代**5割**

■年収



1,000万円以上**24%**、800万円以上**4割**

■ゴルフ平均スコア

- 平均スコア90台の中級者**31%**
- 目標スコア**80台**とするゴルファーが多い

■職業

- 会社役員+管理職+自営業**30%**
- ビジネス上**影響力**を持つユーザーが多い

(2018年12月末時点)

## GDOの強み

- ✓ 世界最大級 どこよりも圧倒的な品揃え
- ✓ 差別化された情報力
- ✓ 質の高いサービス提供

### ■ 取扱アイテム数

新品 約10万点 中古 約4万点

取扱いブランド数 国内外 約390ブランド

### ■ 主なサービス

ゴルフ用品インターネット販売

中古ゴルフ用品買取・販売

（ネット／リアル：『ゴルフガレージ』店舗 関東5店舗）

### ■ 下記Webサイトにも出店

Yahoo! ショッピング、Yahoo! オークション、

Amazon.co.jp、楽天市場、LOHACO、Wowma!



スマホサイト



アプリ



ゴルフガレージ店舗



## GDOの強み

- ✓ 日本最大級 圧倒的な情報量
- ✓ 潜在需要を先取りした商品化力
- ✓ 質の高いサービス提供

### ■ 提携ゴルフ場数

**2,000コース以上** (国内外)

(海外：ハワイ、グアム、アメリカ本土、シンガポール、タイ、マレーシア、オーストラリア等 含む)

### ■ 主なサービス

- ・ ゴルフ場予約サービス
- ・ GDOプレミアム倶楽部
- ・ 競技・イベント主催
- ・ ゴルフ場向けWeb予約システム販売

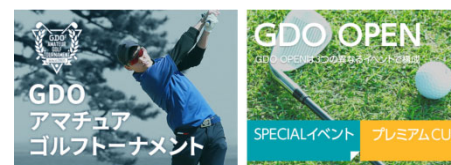
### GDOゴルフ場予約 PCサイト



### スマホサイト



### 主催協議・イベント



### GDOプレミアム倶楽部



## GDOの強み

- ✓ 圧倒的な情報量、質の高いコンテンツ
- ✓ ニュース独自性と速報性
- ✓ 多様なデバイス対応

### ■ ゴルフカテゴリーでの視聴率

国内No. 1

### ■ 主なサービス

ゴルフメディア (ニュース、BRUDER、クラブ情報)  
 インターネット広告/マーケティングサービス  
 モバイルサービス (無料/有料課金サービス)

GDOカード

### ■ 戦略提携パートナー

PGA tour (USA)、 European tour、  
 Asian tour、 米国Golf Digest誌

GDOゴルフニュース  
PCサイト



スマホサイト



アプリ



GDOカード



BRUDER (ブルーダー)



## GOLFTEC の強み

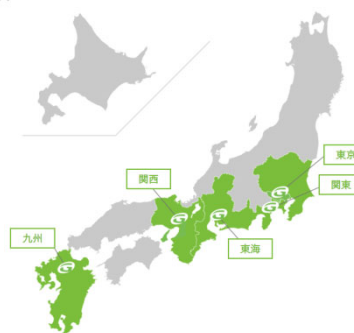
- ✓ 差別化されたレッスンメソッド
- ✓ 質の高いサービス提供
- ✓ 体験型ストアの実現

- 米国「GOLFTEC」 米国No.1 のゴルフレッスンチェーン  
世界5か国（米国、カナダ、日本、香港、シンガポール）  
203店舗展開（直営店104店舗、FC店97店舗）

### 内、国内店舗『GOLFTEC by GDO』全12店舗

六本木、恵比寿、銀座ANNEX、大手町、神田、  
池袋、新宿、羽田空港、横浜桜木町、名古屋、  
大阪梅田、福岡天神（関東9+中部1+関西1+九州1）

- 主なサービス  
スイング診断  
完全マンツーマンレッスン  
クラブフィッティング+クラブ販売



GOLFTEC レッスンスタジオ



クラブフィッティング  
サービス



上達を可視化するレッスンアプローチ



米国GOLFTEC  
本社：米国コロラド州デンバー  
創業：1995年  
備考：全米ゴルフレッスン市場の25%以上のシェアを占める。

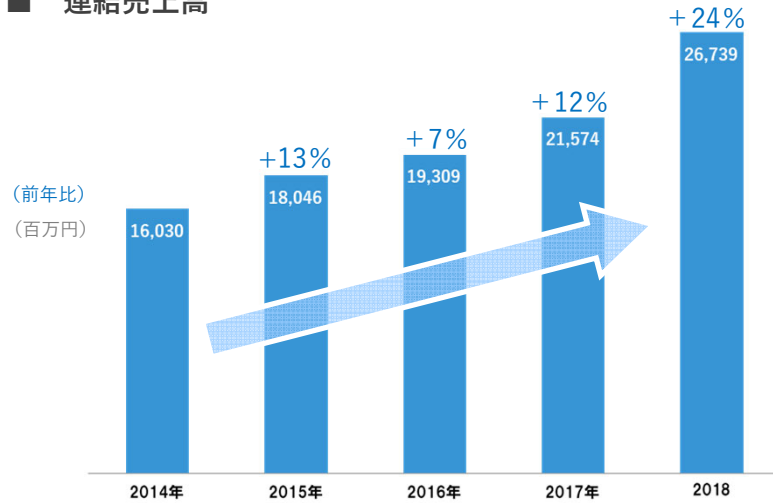




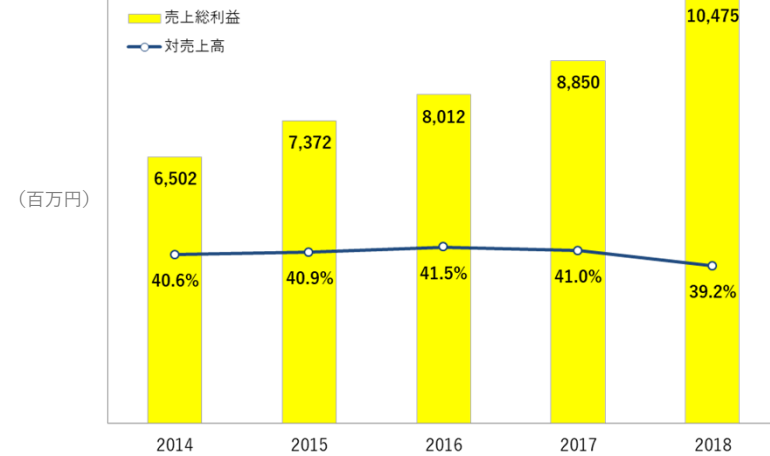
# 財務情報ハイライト



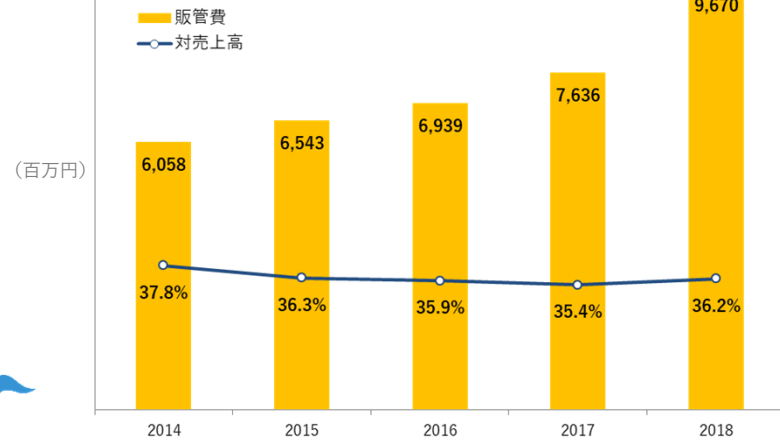
## ■ 連結売上高



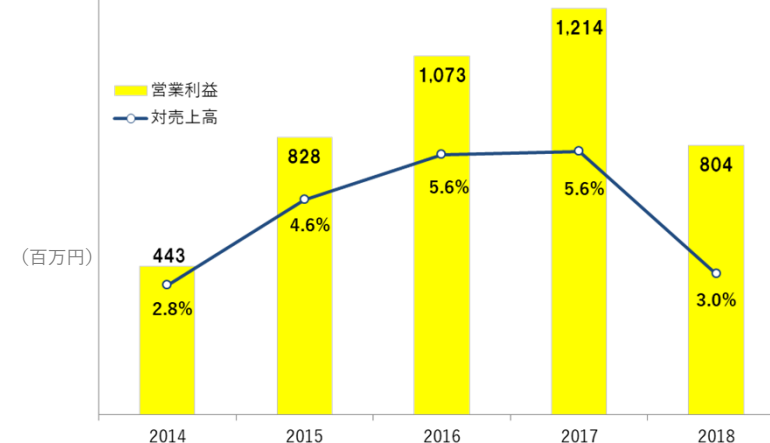
## ■ 連結売上総利益



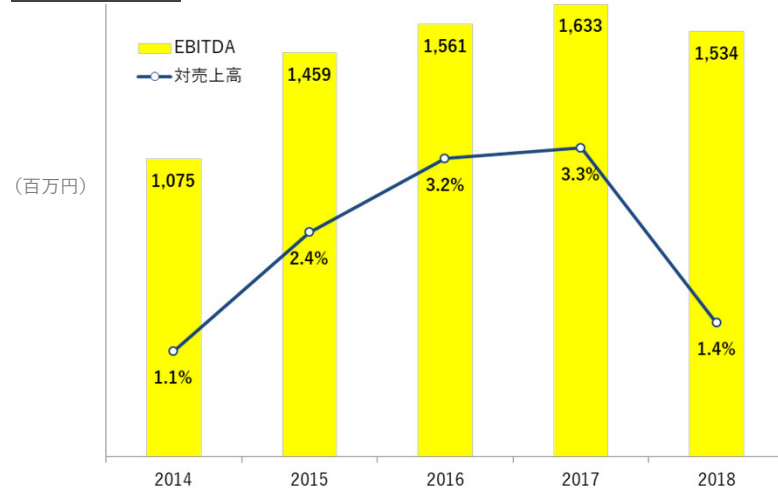
## ■ 販管費



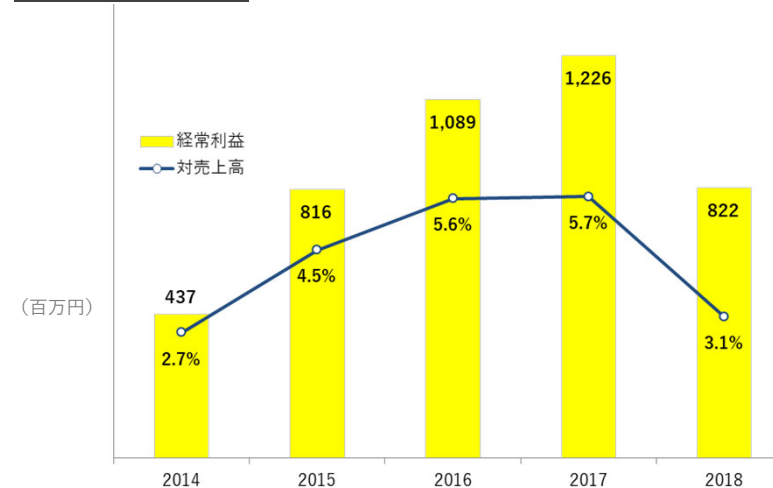
## ■ 連結営業利益



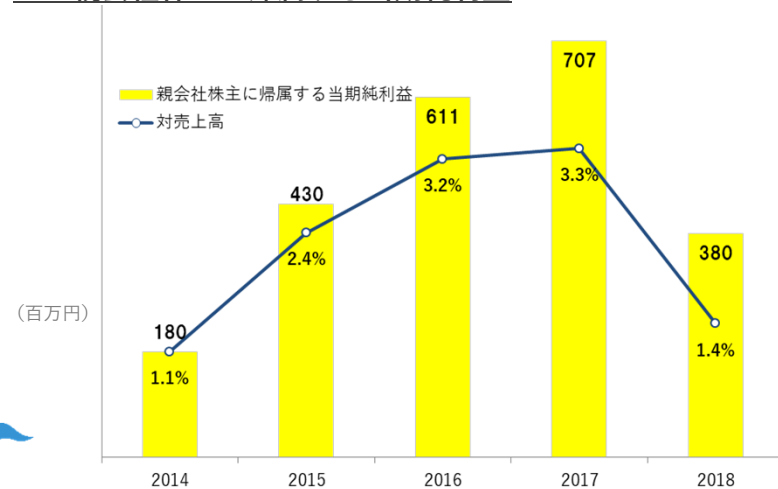
## EBITDA



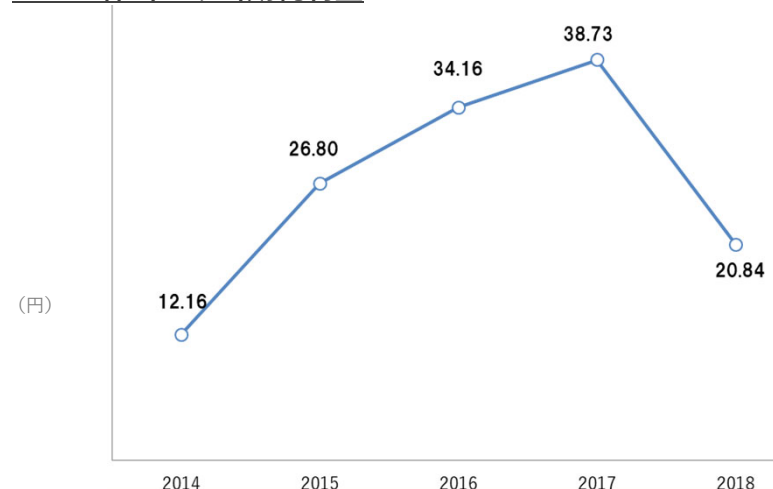
## 連結経常利益



## 親会社株主に帰属する当期純利益



## 一株当たり当期純利益



ゴルフで世界をつなぐ

Golf Links the World