

2021年12月期 第2四半期 決算資料

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

GDO[≡]

INDEX

1.エグゼクティブサマリ

- 好調な上期業績
- GDOグループを取り巻く事業環境の変化
- 下期以降にGDOグループが取り組むこと

2.上期業績

3.上期の取組み



CHAPTER
01
エグゼクティブサマリ

COVID-19パンデミックがもたらした働き方やライフスタイルの変化を背景に、ゴルフ自体の潜在的魅力が再認識されて需要が増加傾向にあり、GDOグループが提供するゴルフ総合サービスでその需要を着実に捉えた結果、上期として過去最高の売上高及び各段階利益となった。

過去最高収益を記録

売上高

190億円

20年比 +27%

EBITDA

17.7億円

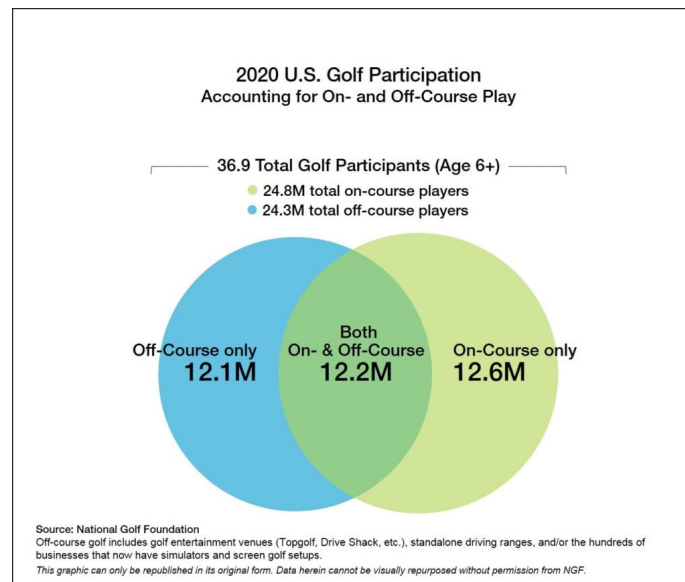
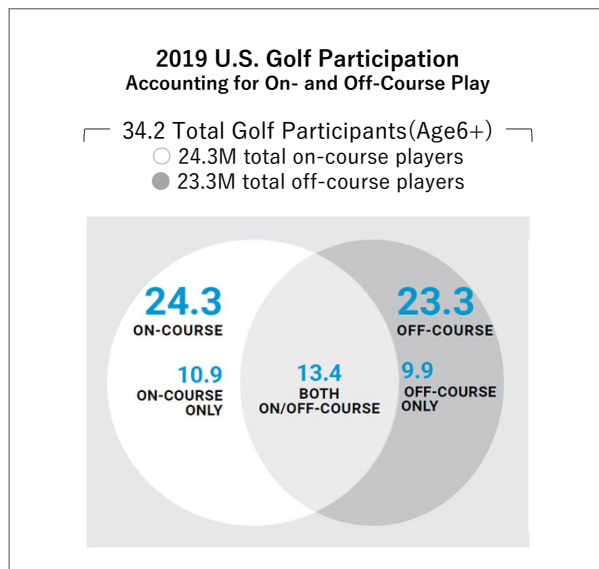
20年比 +447%

営業利益

9.5億円

20年比 +14億円

米国において、エンターテインメント化が進む等ゴルファーの裾野拡大。
 COVID-19の影響で一部ゴルフ離れが見られたが、ゴルフの潜在的魅力で
 新規参入が増え、ゴルファー人口は2.7百万人増加。



Offコースには、ゴルフエンターテインメント施設 (Toppolf、Drive Shack等) や単独のドライビングレンジの他、シミュレーターやスクリーンゴルフを設置している何百もの企業が含まれる。

市場における年代別のゴルフ参加率は変化（実数は未公表）。
GDOクラブ会員数は52万人増加（前年同月比+12.8%）し、特に20代が著しく増加。

市場の年代別ゴルフ参加率の比較

(2019.11 vs 2020.11)

(年代)	(2019.11)	(2020.11)	(前回比)
総数	7.1 %	6.6 %	-0.5 ポイント
20代	3.6 %	4.7 %	+1.1 ポイント
30代	5.6 %	5.1 %	-0.5 ポイント
40代	6.1 %	5.3 %	-0.8 ポイント
50代	7.9 %	6.8 %	-1.1 ポイント
60代	9.3 %	8.6 %	-0.7 ポイント
70代	10.4 %	9.7 %	-0.7 ポイント

年代別GDOクラブ会員数の比較

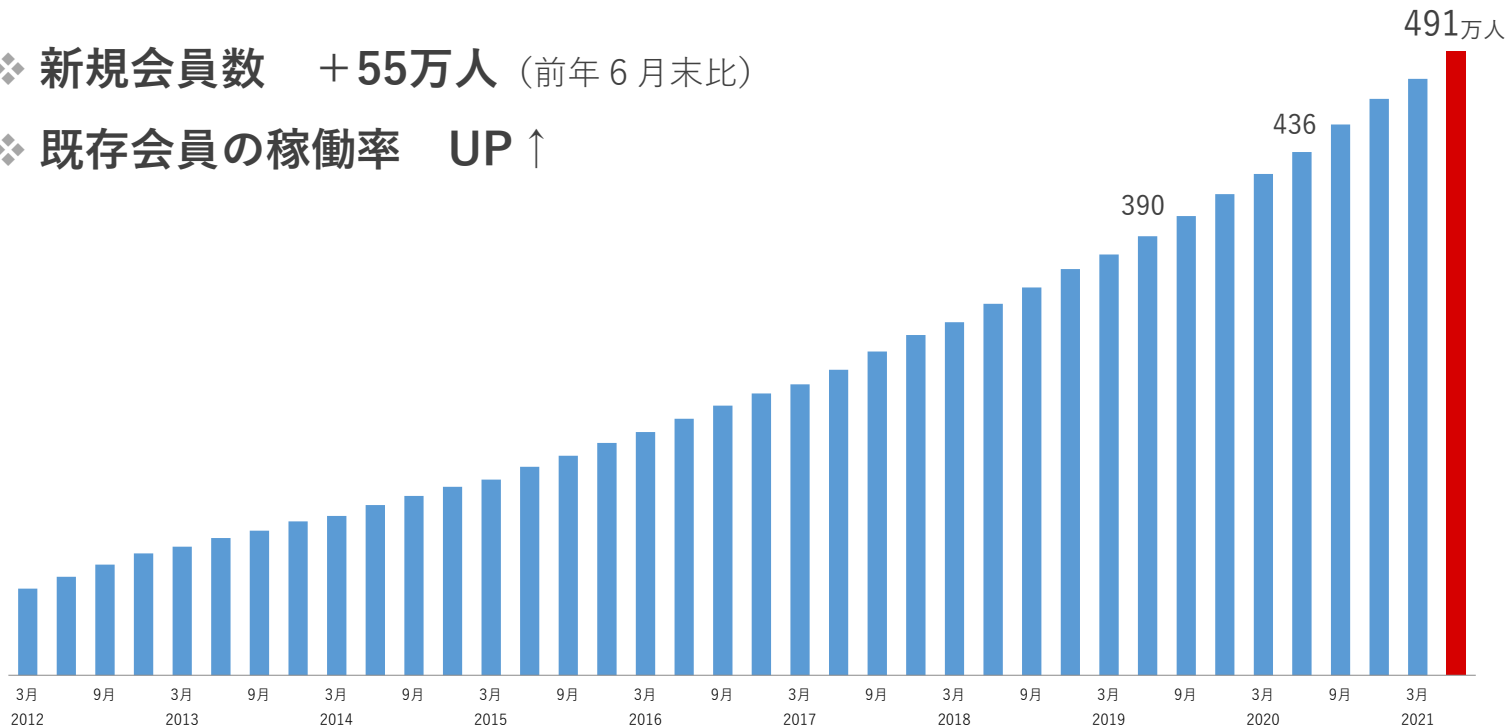
(2019.11 vs 2020.11)

(年代)	(増加率)
総数	+12.8 %
20代	+70.5 %
30代	+18.0 %
40代	+10.3 %
50代	+9.5 %
60代	+8.6 %
70代	+5.3 %

国内GDOクラブ会員数の推移

❖ 新規会員数 +55万人 (前年6月末比)

❖ 既存会員の稼働率 UP ↑



1. 日米ともにゴルフ需要は旺盛であり、かつ若い世代の伸びが大きいことから、この需要増は当面持続すると想定。積極的に事業投資及びシェア拡大に向けたマーケティング費用を投下。

2. 米国を中心に、米国GOLFTECの新規出店の積極化及びFC店舗の買取りを実施。

3. 米国GOLFTECにおいて、物品販売の強化を実施。

4. ゴルフの裾野拡大に大きく寄与するトップトレーサー・レンジ事業も積極的な投資で導入施設の拡大を図る。

5. オンラインとオフラインを融合した参加型イベントの積極的な推進。

6. ガバナンス体制の強化。プライム市場の上場維持基準（形式基準）は充足。新CGコードへの対応等を踏まえQ4に上場市場を機関決定予定。

(単位：百万円)	2019年	2020年	2021年		修正前との比較		2020年度比	
			修正前見通し (2/12公表)	修正後見通し (8/12公表)				
売上高	34,274	33,690	37,800	40,200	+2,400	(+6.3%)	+6,509	(+19.3%)
(国内)	26,842	26,723	27,800	29,000	+1,200	(+4.3%)	+2,276	(+8.5%)
(海外)	7,431	6,967	10,000	11,200	+1,200	(+12.0%)	+4,232	(+60.8%)
EBITDA	2,469	2,370	2,850	3,250	+400	(+14.0%)	+879	(+37.1%)
(国内)	2,057	2,304	2,100	2,300	+200	(+9.5%)	-4	(-0.2%)
(海外)	412	66	750	950	+200	(+26.7%)	+883	(+1339.1%)
営業利益	979	838	1,100	1,450	+350	(+31.8%)	+611	(+72.8%)
(国内)	1,535	1,780	1,500	1,700	+200	(+13.3%)	-80	(-4.5%)
(海外)	-556	-941	-400	-250	+150	(-%)	+691	(-%)
経常利益	971	907	1,090	1,440	+350	(+32.1%)	+532	(+58.6%)
当期純利益	358	261	540	795	+255	(+47.2%)	+533	(+204.0%)

〔前提〕

❖ 国内では、マーケティング施策、IT投資を強化実施予定、海外では上期の加速した出店及びFC店の買取の影響を反映。



ゴルフ需要を捉えた施策と販管費の選択と集中が奏功し、より筋肉質な体質へ。収益、各段階利益すべて過去最高を記録。

(単位：百万円)	2019年上期	2020年上期	2021年上期		
			(2020年比)		
売上高	16,728	15,026	19,090	+4,064	(+27.0%)
(国内)	13,077	12,065	13,599	+1,533	(+12.7%)
(海外)	3,650	2,960	5,490	+2,530	(+85.5%)
売上総利益	6,545	5,477	8,020	+2,543	(+46.4%)
販管費	6,282	5,923	7,062	+1,138	(+19.2%)
EBITDA	986	325	1,778	+1,453	(+446.8%)
(国内)	844	603	1,250	+647	(+107.4%)
(海外)	141	-277	528	+805	(-%)
営業利益	262	-445	958	+1,404	(-%)
(国内)	591	343	983	+640	(+186.2%)
(海外)	-329	-789	-24	+764	(-%)
経常利益	256	-439	963	+1,402	(-%)
当期純利益	80	-610	632	+1,242	(-%)

IT投資、設備投資、株主還元で、上期23億円を実施

海外事業
新規事業

海外事業：17億円

- ❖ 米国GOLFTECの直営店+13店（FC店直営化8店含む）
- ❖ ソフトウェア開発等。

新規事業：1.7億円

- ❖ トップトレーサー・レンジの新規導入等

国内事業

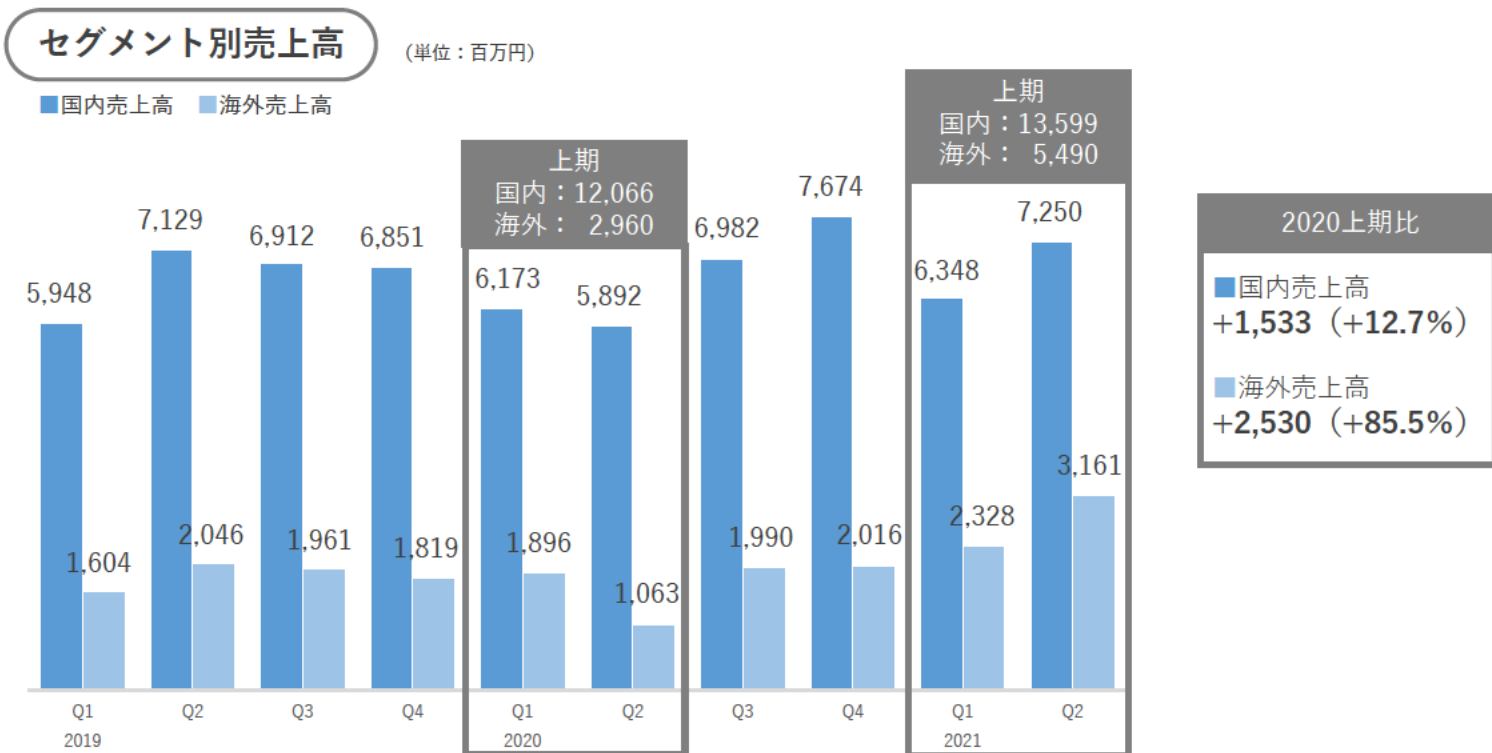
国内事業：3.3億円

- ❖ GDOのビジネスの根幹を支えるシステム基盤の拡充
- ❖ サービス強化のための投資

株主還元

2021年12月期 中間配当4.0円、期末配当5.5円を予定。

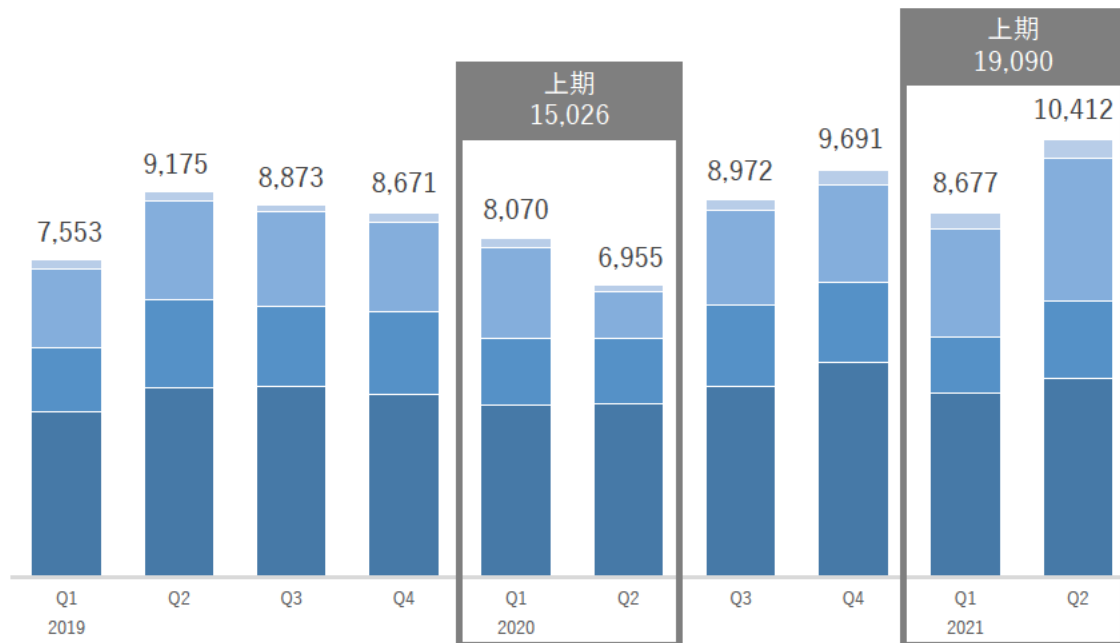
特に海外セグメントを含むインフラブメント事業が成長を牽引。



サービス別売上高

(単位：百万円)

■ ゴルフ用品販売事業 ■ ゴルフ場予約事業 ■ インブルーメント事業 ■ その他事業



2020上期比

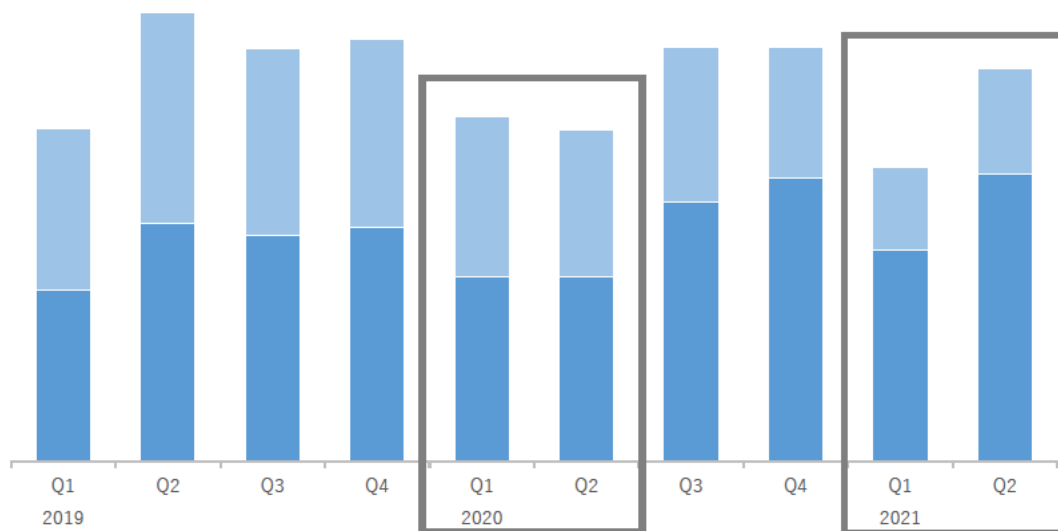
- その他事業 +120%
- インブルーメント事業 +82%
- ゴルフ場予約事業 +2%
- ゴルフ用品販売事業 +11%

送客サービスに集中し、各種マーケティング施策等で高まるゴルフ需要を捉え、新規顧客増加

売上高

(単位：百万円)

■送客売上高 ■システム販売等其他売上高

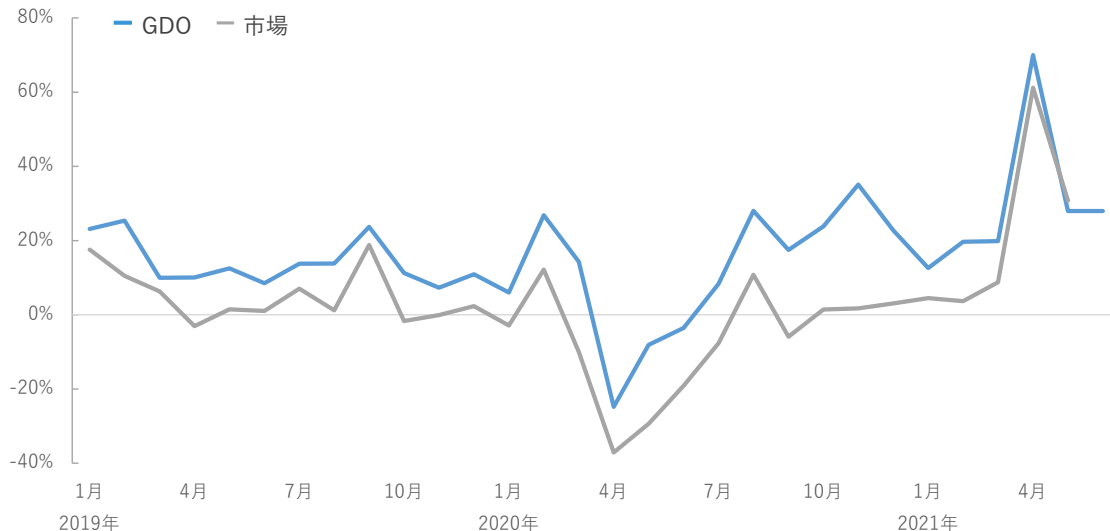


2020上期比

■送客売上高
+35%

8都道府県における送客人数（前年同月比）

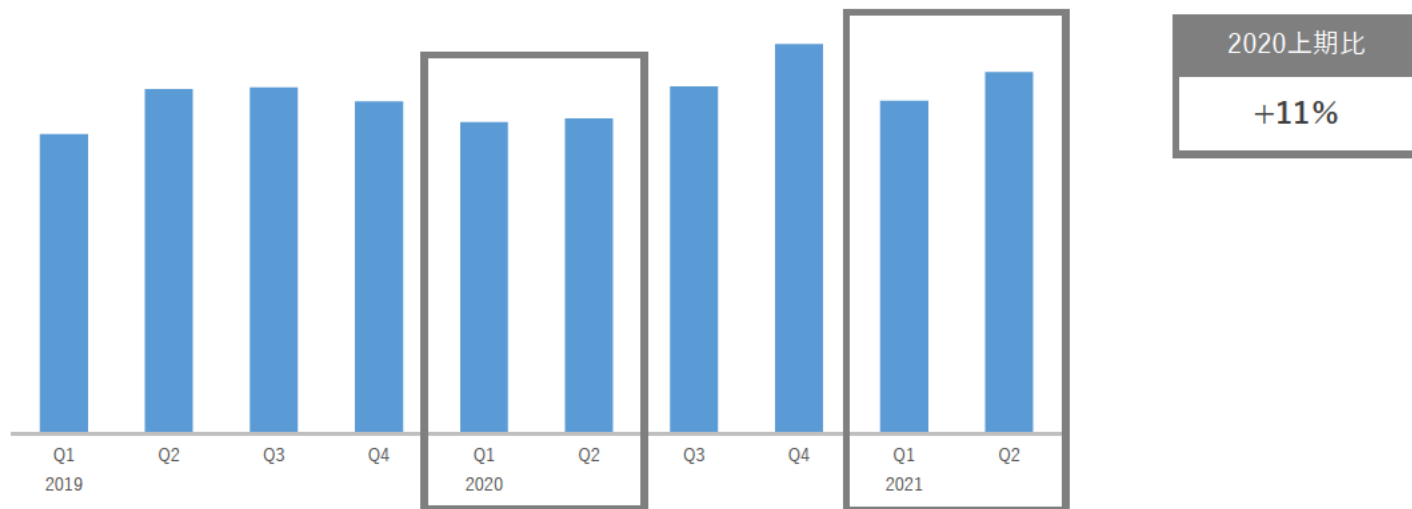
予約タイミングの直前化の流れを汲んだ取組みが奏功し、送客人数は二桁成長を維持。ネット予約の拡大に寄与。



業界各社がEC販売に注力する中、アプリ戦略等が奏功し顧客数拡大。相対的に高利益率のゴルフウェアの安定的成長が特に売上、売上総利益を牽引。

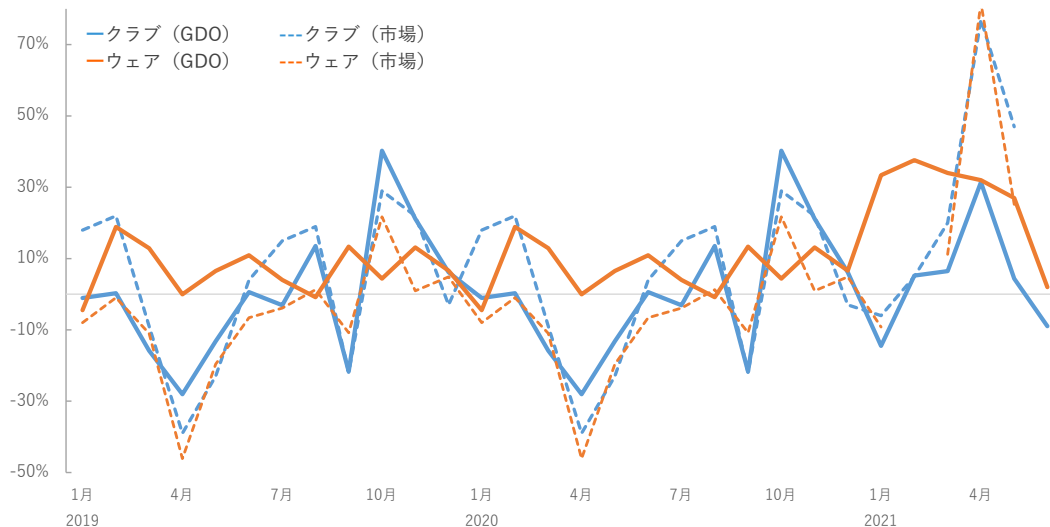
売上高

売上総利益率 2019年比4.2ポイント改善

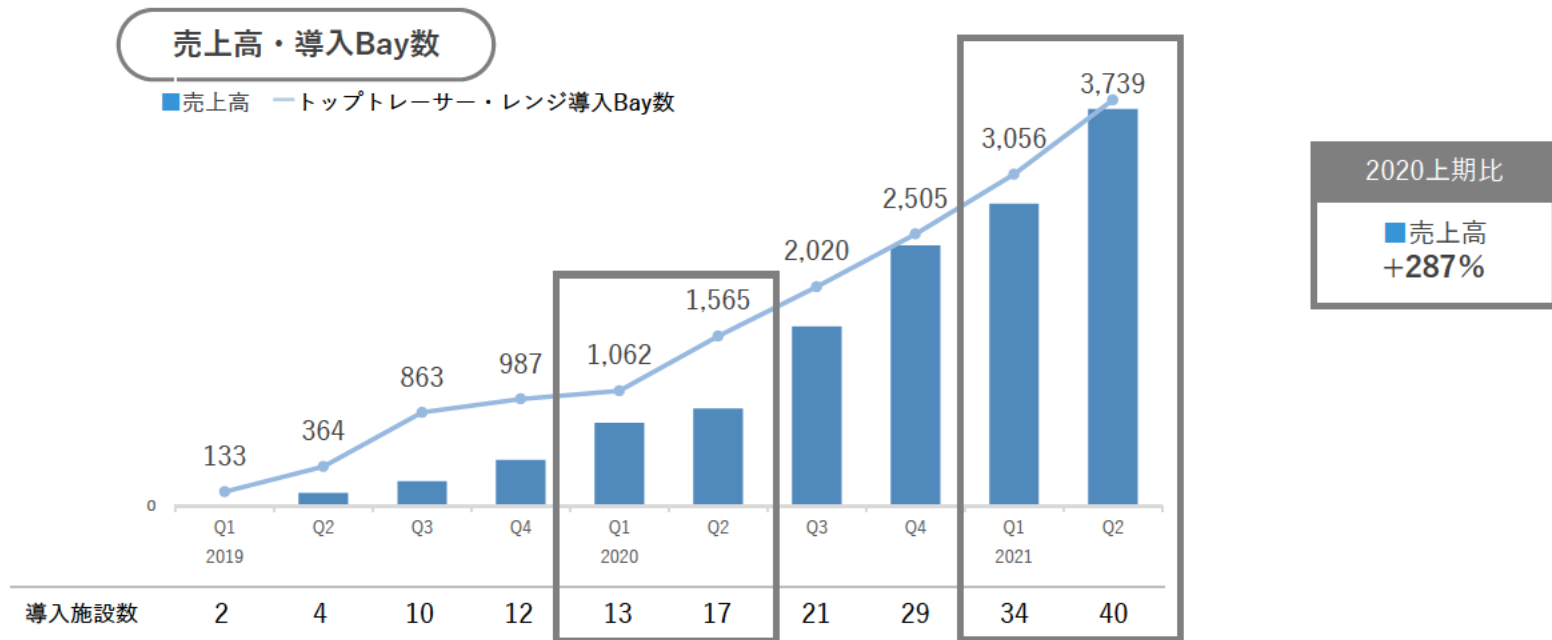


受注額の推移（前年同月比）

旺盛なゴルフ需要の反面、5月以降COVID-19の影響による生産量の低下等が徐々に顕在化。引き続き仕入れ強化に注力。

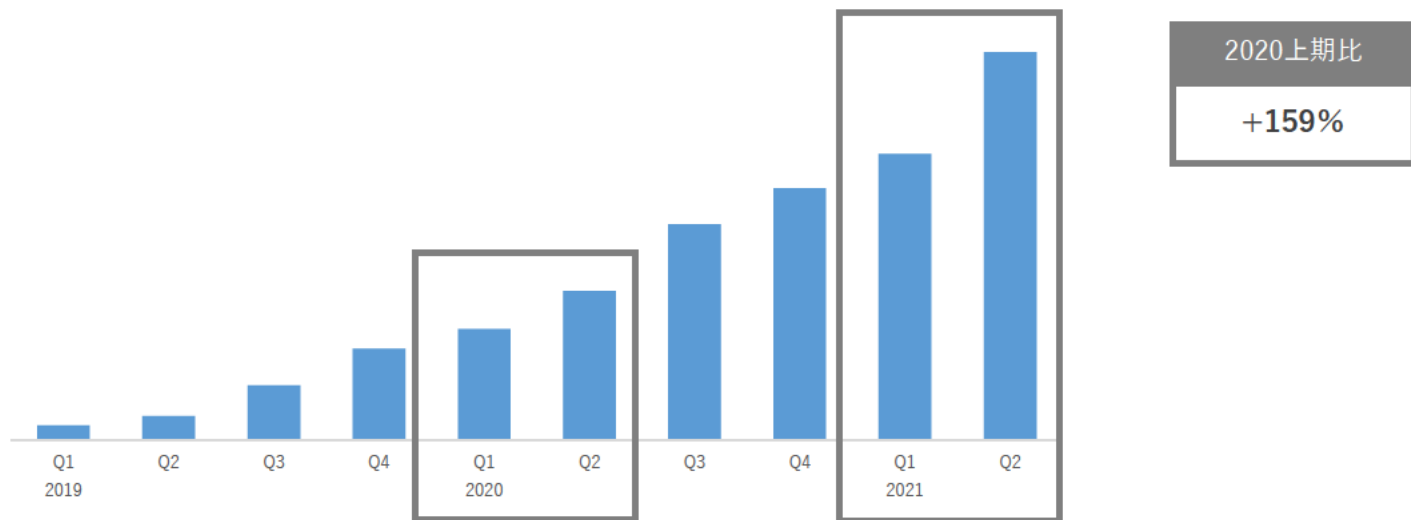


導入数の拡大が進むとともに、既存トップトレーサー・レンジ導入施設における利用者数も増加。ただし、COVID-19の影響からゴルフ練習場の営業自粛等、新規導入数は計画比で一部遅れ。



トップトレーサー・レンジ利用者数のQ別推移

- ❖ 需要拡大を捉えたイベント実施等で既存導入施設における利用者数も拡大
- ❖ 4月：トップトレーサー・レンジ専用アプリ（無料）10万DL突破
6月：累計利用者数400万人突破

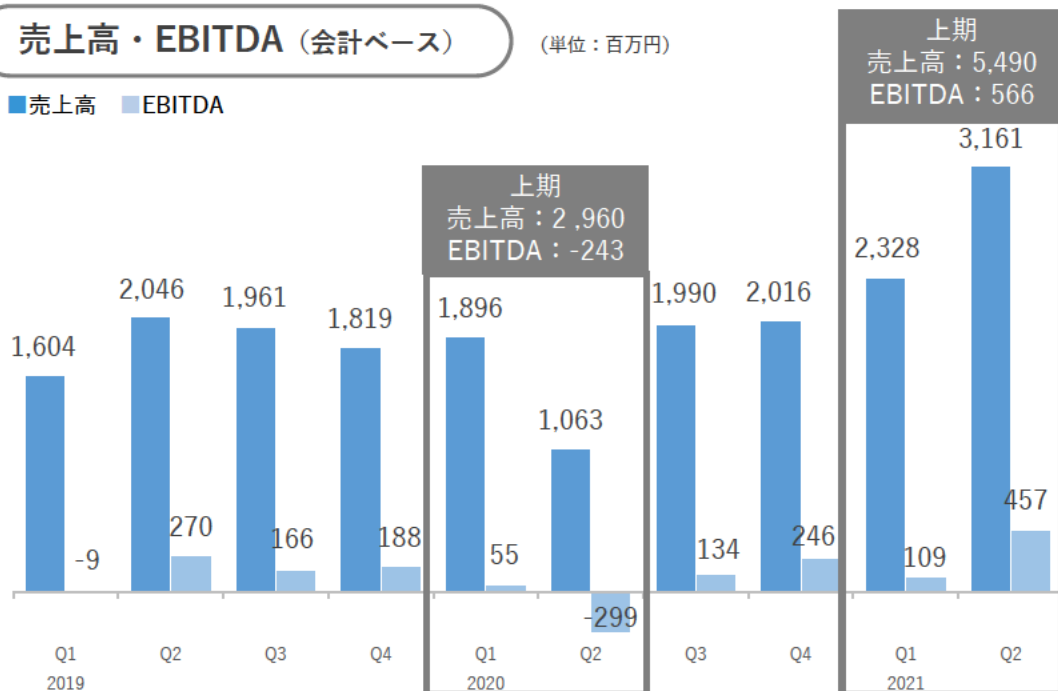


米国ではワクチン接種が進み加速するゴルフ需要を確実に捉え、既存店のレッスン、物販サービス強化が奏功。

売上高・EBITDA（会計ベース）

（単位：百万円）

■売上高 ■EBITDA



2020上期比

■売上高
+2,530 (+85.5%)

■EBITDA
+809 (+%)

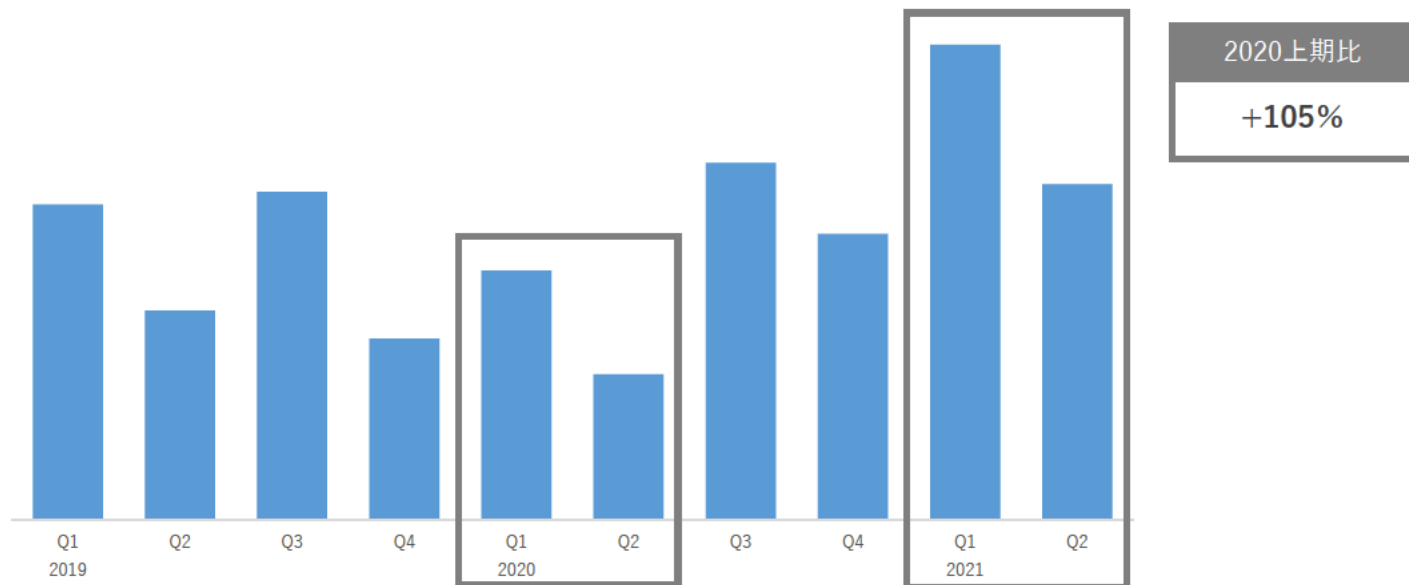
店舗数

Q2に、FC店の直営化を加速。

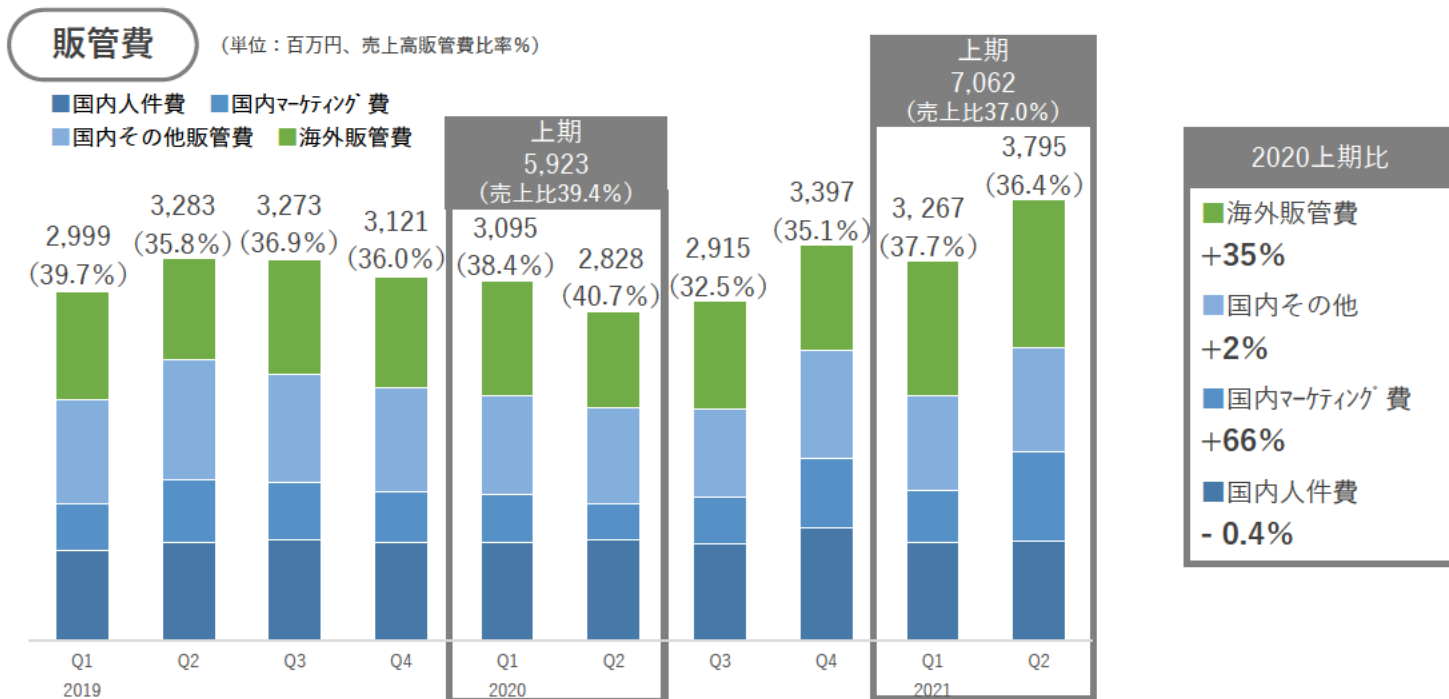
	直営店	FC店	合計
2019.Q2末	111	95	206
2020.Q2末	115	93	208
2020年度末	116	91	207
- 新設	(+5)	(0)	(+5)
- FC店直営化	(+8)	(-8)	(0)
- 退店	(0)	(0)	(0)
2021.Q2末	129	83	212

直営店のCash Sales

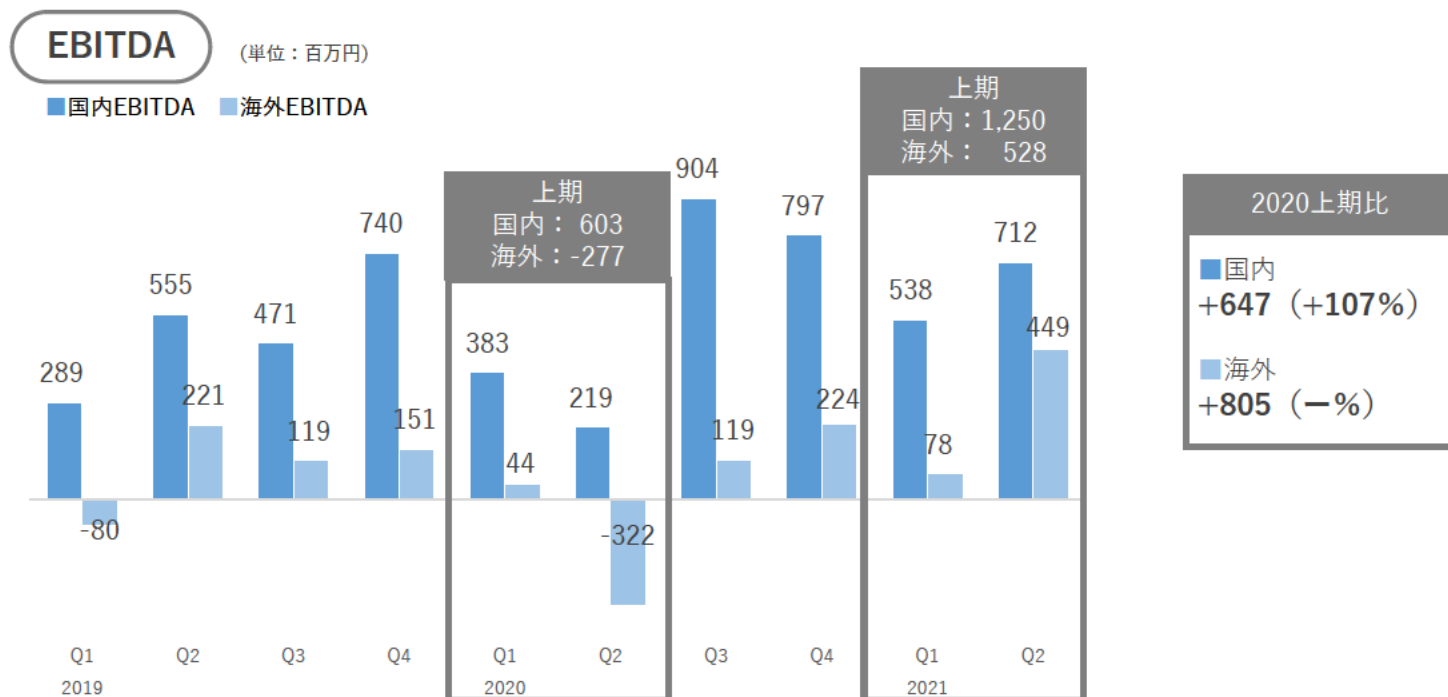
例年3月及び8月に大型販売促進施策を実施。



ゴルフ需要の拡大に応じたマーケティング費用や米国ゴルフテックの出店加速に関するコストに集中投下。



売上成長と販管費の効率化によりEBITDA、営業利益ともに大きく成長。

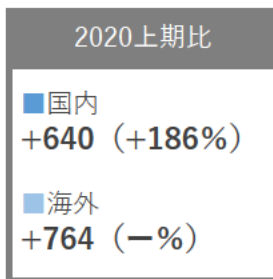
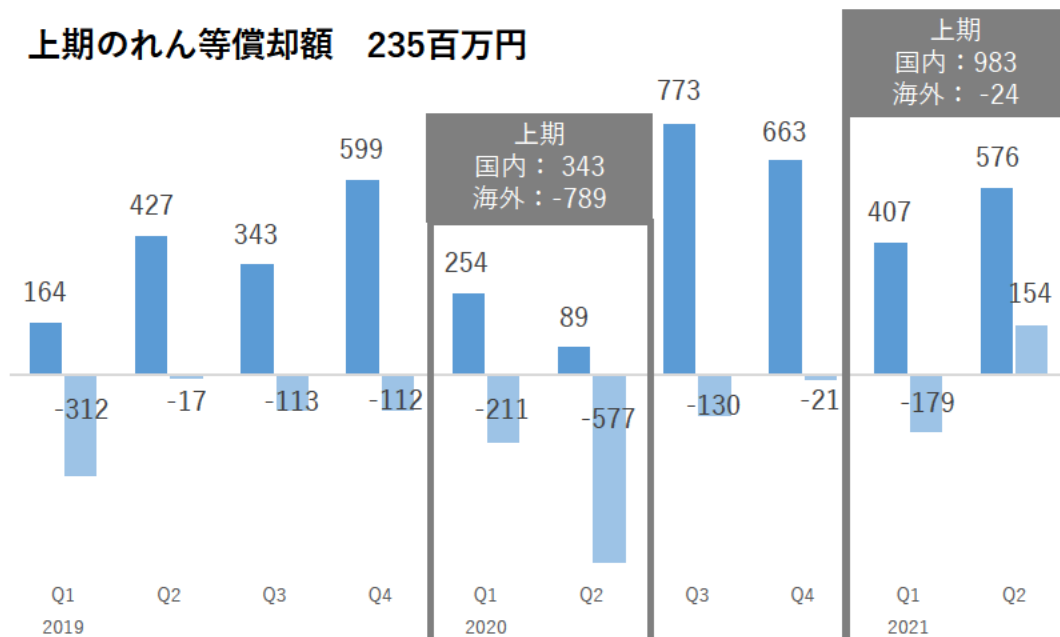


営業利益

(単位：百万円)

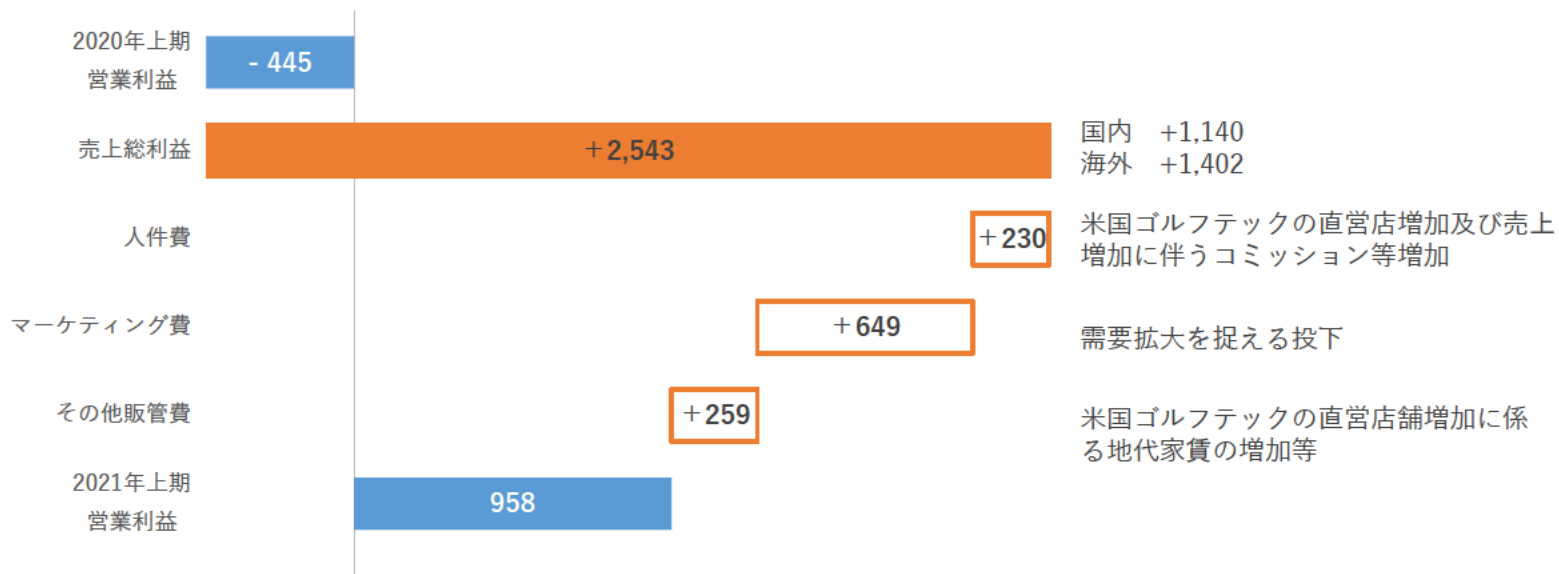
■国内EBITDA ■海外EBITDA

上期のれん等償却額 235百万円



営業利益増減分析

(単位：百万円)



米国ゴルフテックにおけるFC店買収に伴いのれんを追加認識するとともに、同社業績好調により前受金が増加。為替レート上昇の影響もあり、総資産・負債合計が増加。

(百万円)	2020年末		2021年 Q 2		
		(構成比)		(前期末比)	(構成比)
現預金	2,873		2,998	+125	
売掛金	2,640		2,712	+72	
商品	2,898		3,067	+169	
その他流動資産	1,229		1,426	+197	
流動資産	9,640	54%	10,205	+564	49%
有形固定資産	2,882		3,420	+537	
無形固定資産	4,505		6,181	+1,675	
(うち、のれん)	(2,568)		(3,967)	(+1,398)	
投資その他の資産	965		918	-47	
固定資産	8,353	46%	10,519	+2,165	51%
総資産	17,994	100%	20,724	+2,730	100%

	2020年末		2021年 Q 2		
		(構成比)		(前期末比)	(構成比)
買掛金	2,089		2,573	+484	
有利子負債	2,138		1,942	-196	
前受金	2,951		4,048	+1,096	
その他の流動負債	3,899		4,436	+537	
流動負債	11,078	62%	13,000	+1,921	63%
有利子負債	—		—	+0	
その他の固定負債	559		717	+158	
固定負債	559	3%	717	+102	3%
負債合計	11,637	65%	13,718	+2,080	66%
純資産合計	6,356	35%	7,006	+649	34%
負債・純資産合計	17,994	100%	20,724	+2,730	100%




CHAPTER
03
上期の取組み

3.上期取組み

ブランドコンセプト「PLAY YOUR LIFE」設定

Play Your Life



人生を、あそぼう。
一見、無駄に思えるものごとが何かを教えてくれる。
もっと自由に、自分らしく、すべてを楽しんでみる。
遠くへ遠くへ飛ばしているのは、ゴルフボールではなくて、
自分のところなのかもしれない。

先進技術「オプティモーション」導入

業界初、ワイヤレス、センサーレス環境で、データに基づくレッスンを実現。
ニューノーマルな時代にも適合。



GOLFTEC

- ❖ 米国ゴルフテックが開発する「オプティモーション」は、高速HDカメラを搭載し、スイングを3Dで計測。独自の人工知能モデルを活用し、全てのスイングで4000以上のデータポイントを収集可能。
- ❖ 世界200以上の米国ゴルフテック店舗で利用。

オンラインとオフラインを融合した参加型イベントを実施。

トップトレーサー・レンジでグローバルトーナメント
「9 SHOT CHALLENGE」を開催。

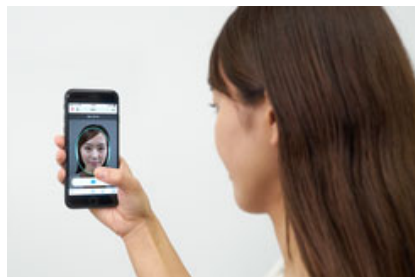
世界中のゴルファーとトップトレーサー・レンジを通じてリアルで対戦。
新しいゴルフの楽しみ方を提案。



ゴルフ×テクノロジーの取組み

LIQUID eKYC

GDOゴルフショップでのゴルフクラブ買取に、オンライン本人確認システムを導入。買取にかかる日数削減を実現。



「LIQUID eKYC」とは（株）Liquidが提供するオンライン本人確認システム。eKYCは「electronic Know Your Customer」の略。

Easy Web Matching

あなたに“マッチ”するドライバーをご提案

専用データベースをもとに、ゴルファーの悩みを解決するオンラインクラブ提案サービス。

こんな方に使ってほしい！

自分に合ったクラブを選べない 「自分のクラブ（組み）のドライバーは同じ200球振り！これをもちにおすめのクラブを提案します。」	相談できる人がいない 別のクラブに詳しい仲間がなくて悩んでしまったり、自分のクラブと自分に合ったクラブを提案します。」
気軽に利用したい 利用回数だと悩みを伝えたいけど、Easy Web Matchingならスマホなので気軽に利用できたいと思います。」	利用料金が心配 Easy Web Matchingは完全無料でご利用いただけます！個人情報の登録も必要ありませんので安心してご利用ください。」

Easy Web Matching サービスURL：
<https://shop.golfdigest.co.jp/newshop/f/contents/easywebmatching>

指静脈認証を用いた 決済手段の共同実証開始

スムーズなチェックインやゴルフ場スタッフの働き方改革に貢献すべく、「GDO茅ヶ崎ゴルフリンクス」において、GDO、三菱HCキャピタル、日立製作所が共同実証を開始。



ESGへの取組みを積極的に推進

「多様性を認める働き方」の追求 (Work Fast Ver.3.0)

- ❖ 働く場所を【リモート/オフィス/
リモートとオフィスの混合】の中
から選択登録制へ変更。
- ❖ コアタイムを撤廃し、
5：00～22：00のフレキシブルタ
イムを導入。非連続な働き方が可
能。



ESGへの取組みを積極的に推進

「GDO茅ヶ崎ゴルフリンクス」(旧茅ヶ崎ゴルフ倶楽部) スタート。

- ❖ 「PLAY YOUR LIFE」を具現化するための場として利用。
- ❖ 広域避難場所として広大な緑を守りつつ、様々なイベントを開催する等地域社会にも開かれた、多様性のある「日本一カジュアルでフレキシブルなゴルフコース」を目指す。



修学旅行に行けなかった地元の小学生向けに卒業記念イベント開催



YOGAイベント開催



家族で楽しめる各種イベントを開催



ドッグフィールドとして活用

茅ヶ崎市と「シティプロモーションに関する連携協定」締結

- ❖ 神奈川県茅ヶ崎市の広域避難場所に指定された「GDO茅ヶ崎ゴルフリンクス」をハブとして、「まちの魅力」向上に取り組む。
- ❖ 日本最大級のゴルフ総合ポータルサイトを通じて、茅ヶ崎市の「まちの魅力」を発信。



ESGへの取組みを積極的に推進

「リユース事業（REコマース※）」への継続的な取組み

- ❖ 2003年からゴルフ用品中古事業に着手し、2007年から直営店舗の運営を開始。

※REコマースとは
商品レンタルやユーズド商品の買取、再販サービスを総称する言葉。

「ペーパーレス」（オンライン対応）

- ❖ 2006年以降、書類をストックしない＝ペーパーレスストックレスを開始し、紙の使用量を大幅に削減。現在も継続。
- ❖ 契約書類の電子署名を導入
- ❖ 経費精算オンラインシステムの導入

「TABLE FOR TWO」への参画

- ❖ 2016年にスタート。ゴルフプレーをして、「GDOスコア管理」に登録すると、1バーディにつき決められた額をGDOからTABLE FOR TWOへ寄付する取組み。
- ❖ これまでにアフリカに300以上の菜園ができる規模の寄付を実施。



 **PLAY YOUR LIFE**

GDO[☎]

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン