

アイエム
ステップゴルフゴルフ場向けLINE@サービスや
低価格ゴルフスクール事業の展開で
業界活性化とゴルファー拡大を目指す

編集部

新たな商品やサービスを開拓し
ゴルフ業界に新風を吹き込む月額4980円（税別）の安価な
レッスン料が特徴のインドアゴルフス
クール「ステップゴルフ」が、首都圏
の郊外を中心に店舗をふやしている。同スクールを運営するステップゴ
ルフ(株)の共同経営者で、ゴルフ用品専
門商社アイエム(株)代表取締役の榎本考
修氏は、PL学園ゴルフ部出身。卒業
後、練習生としてキャディを務めなが
ら試合に参加する日々を送っていたが、
賞金だけで生計を立てるのはむずかし
く、25歳のときにプロ継続を断念し、
2006年10月にアイエムを設立した
(別表)。「プロの道を諦めたとき、ゴルファー
にはゴルフという専門性を活かした再
就職の道が確保されていないことに気
づきました。元プロゴルファーの多く
が畑違いの仕事をしています。得意分
野を活かせる環境をつくって、プロゴ
ルファーをプロデュースしたい。それ
が会社設立の動機でした(榎本氏)。アイエムという社名は榎本氏の父が
経営していた(有)アイエム刺繍に由来す
る。同社は既製品のキャディバッグに
刺繍を施すミシンを開発。1990年
代初頭、プロゴルファーの多くが同社
に刺繍を依頼し、ゴルフ業界で高い知

代表取締役 榎本考修氏

名度を得た。父の会社を継承したわけ
ではないが、ゴルフ業界での認知度を
考慮し、「アイエム」を社名にした。1979年生まれの本氏は、まだ
20歳の若感性で新しい商材の流通
に挑戦した。まず、(株)IOMICのカ
ラーグリップを取り扱い、ファッショ
ンに敏感な層に情報を発信。鮮やかな
色彩のグリップは女子プロゴルファー
を中心に受け入れられ、一般のゴルフ
アーたちにも広まっていった。また、メタリックカラーのゴルフボ
ール「クロマックス・メタリック」を
普及したのも同社。台湾メーカーが開
発した同製品の総発売元となり、価格
設定から広告宣伝、流通経路の開発な
どを一手に引き受けた。07年4月に発
売されたクロマックスは、約100万
球を出荷する大ヒットとなった。こうした斬新な企画を通じて、アイ
エムでは全国約2500か所のゴルフ
ショップやゴルフ場との取引を広げて
いった。現在は、ライセンス契約をも

別表 会社概要

会社名	アイエム(株)
本社所在地	東京都八王子市寺町 29-22
営業オフィス	東京都中野区中野 5-32-6 城西ビル1階
設立	2006年10月
代表者名	代表取締役 榎本考修
事業内容	・ゴルフ用品製造卸 ・ゴルフ用品代理店 ・刺繍事業 ・販促コンサルティング

とにさまざまなキャラクターのゴルフ
グッズを発売するとともに、OEMに
よる商品開発・流通を行なっている。榎本氏はアイエムを設立する際
に、「ゴルフだけでない幅広い商材と
関わる仕事がしたい」という思いか
ら、あえてゴルフという言葉を社名
に入れなかったという。その表われが
LINEビジネスへの参入で、2年ほ
ど前からLINEのキャラクターを使
ったゴルフグッズを発売。その縁から
LINE@の販売代理店契約の締結を
実現した。LINE@は、LINEをビジネス
に活用できるサービスで、アイエムで
はゴルフショップなどでユーザーを開
拓してきた。全国2200か所のゴル
フ場にLINEのサービスを普及させ
ながら、ゴルフ場がLINEを通じて
顧客と直接、コミュニケーションでき
る環境を整えていく考えだ。

「ゴルフ場は予約サイトを通じて来場

した利用者との直接の関係が築けていません。築いたとしてもDMによる情報告知など効率の悪い手法でプロモーションを行なっています。LINEを使えば、絶好のタイミングで伝えたい属性の顧客にサービスを告知できます。LINEの普及は、ゴルフ業界の要であるゴルフ場の活性化に役立つはずだ（榎本氏）。アイエムでは現在、ゴルフ場向けのLINEサービスを開発しており、今後は全国のゴルフ場に対して提案をしていく。

低価格な地域密着のスクールで ゴルフを掘り起こしたい

業界の活性化にはゴルフの掘り起こしが必須であるという榎本氏の考えを具体化したのがインドアゴルフスクールのステップゴルフだ。月額



月4,980円～（税別）とリーズナブルなレッスン料のインドアゴルフスクール「ステップゴルフ」

4,980円（の受講料で、何度でもレッスンを受けることが特徴だ。

「私もでは、インドアゴルフスクール事業ではなく、『習い事産業』に参入したと考えています。習い事としてゴルフをはじめ、続けてもらうには月額で5,000円、夫婦でも1万円が限界です。インドアゴルフスクールの平均受講料の月額1万5,000円に対し、ステップゴルフはその約3分の1。そのくらい低価格にしなければ、『ゴルフは手軽にはじめられる』というインパクトは伝えられないと考えました」（榎本氏）。

12年12月に開業したステップゴルフ1号店の立地は東京都昭島市。JR・西武拝島駅から徒歩2分に位置する郊外の住宅地を選んだ。生活圏にあったほうがレッスンを続けられると考えた。都心に比べて集客は厳しいことが懸念



アイエムが日本で普及したメタリックカラーのゴルフボール「クロマックス・メタリック」

されたが、あえてその環境で1号店を立ち上げることで、月額4,980円（の受講料）で成り立つゴルフスクールのモデルを模索した。5打席の拝島店の会員は、現在270人。ス

クールは東京、神奈川、千葉などを中心に17店舗までふえており、総会員数は約3,000人に達した。さらに、16年以内にスクール数を22店舗までふやし、17年以内には約80店舗にまで伸ばす計画。スピード感のある出店計画だが、既存店でインストラクターを育成し、レベルに達したら出店していくという方法を論を守りながら、指導の品質を確保していく。

前述のとおり、榎本氏はプロゴルファーのセカンドキャリアの環境を提供することを志しており、ステップゴルフもその一環である。

プロゴルフの経験者は高い技術はあるが、受講生へのレッスンなどコミュニケーションが得意でない人も多い。ステップゴルフでは1か月ほどの研修を行ない、レッスンに必要な理論や基礎技術の指導法とともに、コミュニケーションスキルを教育する。

目指すのは、ゴルフを楽しむことをエスコートできるスキルを身につけることだという。

ステップゴルフは従来のスクールとは競合しないという榎本氏は考えている。「ステップゴルフはあくまでゴルフファターの入口。ここでゴルフの楽しさを知り、基本的なスキルを身につけたら、ぜひ自分に合ったスクールへステップアップしてほしいですね」（榎本氏）。

スクールの基盤を整えたうえで 来年春以降に本格展開を開始

ステップゴルフでは、来春から本格的な広報活動を行なう予定であり、現在はある程度情報発信を最低限に抑えているという。

「ステップゴルフにはゴルフファターの掘り起こすという目標があり、3年以上をかけて模索してきたからこそ、この料金で顧客が満足するスクールを実現できています。ですから、低料金だけを真似してもビジネスは成り立ちません。もし、低料金で指導内容の低いスクールが乱立すれば『低価格スクールは質が悪い』という風評が立つてしまいます。それはゴルフ業界の損失です。いまはスクールとしての基盤を固める時期。そのうえで、外に向けて協力者を募っていきたいと考えています」と榎本氏。

「このスクールのサービス（＝理念）が広告塔になって、広がっていくことを目指していきます」。

ゴルフ業界が、新規エントリーを促すには費用面でのハードルを下げることで大きな課題である。低価格の受講料で顧客の満足を維持するステップゴルフの取組みの意義は大きい。ゴルフファン拡大を着実に実践する同社の展開が今後注目される。