



トップインタビュー

バリューゴルフ

代表取締役社長
水口 通夫氏

ゴルフとメディカルの融合で事業拡大へ

各月で会員数30%超の高成長を続けるゴルフ1人予約システム「1人予約バンド」運営のバリューゴルフ（3931・東マ）は、顧客基盤を生かし、メディカル事業を新たな柱として育成している。連結子会社のバリューメディカルでは、前期から医療機関向けリサーチサービス「ES・CS（従業員・顧客満足度 調査サービス）」を開始。また、4月からはイベントメディカルパートナーズとの法人代理店契約により、がんの早期発見をサポートする「がん予防メディカルクラブ『まもる』」の会員募集を開始と、新サービスを続々と投入している。主力のゴルフ事業とのシナジー、そしてメディカル事業の戦略を代表取締役社長の水口通夫氏に聞いた。

——「健康未病」をテーマに、さまざまな取り組みを行っている。メディカル事業育成に至るまでの経緯とは。

「当社のゴルフ事業における保有会員は大半が50歳以上と、目や腰、膝などあらゆる箇所に不安材料が表れてくる世代。私自身、当社の顧客層に該当する世代でもあ

るが、年齢を重ねると体の柔軟性がなくなっていくことに気づいた。会員の方々の『いつまでも元気にゴルフをやっていたい』という多くの声を聞き、「健康未病」の分野に進出しようと思った。

——「人間ドッグ×ゴルフツアー」の構想について。

「現在、ゴルフ事業ではゴルフと旅行を一緒に楽しめる企画を、旅行代理店との連携により提供している。かねてゴルフツアーと旅行の親和性は高いと確信していた。当社が得意とするのは100人、200人の大規模の送客だが、一方で人間ドッグは1日に数名しか実施することができない。自分たちで企画・立案する機動力が必要となるため、旅行業免許を取得するか旅行会社をM&A（企業合併・買収）することで、少人数の送

客サイクルを構築する計画。こうした体制ができれば、例えばインバウンド（訪日観光客）向けの「人間ドッグ×ゴルフツアー」なども将来的には可能となり、人気の高いメイドインジャパンのゴルフ用品販売などにもつなげられるといった、さまざまな構想が浮かび上がってくる。

——そのほかの施策は。

「現在、快適なゴルフライフをサポートするための、目に良い成分や膝、腰などの柔軟性を維持できる成分などを含んだサプリメントを医師と開発中。『一人予約バンド』やJEEPの店舗・通販での販売を予定している。また、めまいがする、体がだるいといった軽い症状について医師に相談できるサイトを開発予定。こちらは利用者課金を予定している。まずはES・CSサービスを最優先しているため、いずれも来期以降のテーマとして検討している」

——医療機関向けES・CSサービスの狙い、今後の展開について。

「日本は病院選別の時代に入った。急性期病院として生き残るためには、そこで働く職員の職場満足度を上げることで優秀な人材を定着させ、質の高い治療と接遇の提供により、患者から高評価を得る必要がある。今後、医療機関向けのES・CSサービスのマーケットは拡大していくとみられ、当社においてもここが今期ならびに来期以降の柱になっていくと考えている。現在は、より明確なベン

チマーク指標作成のためキャンペーン価格でサービスを提供中。病院からは高評価を得ており、幹部向け報告会、職員向け報告会の実施で、課題解決のサポートなどにも取り組んでいる。今期は収益化を見込むほか、通常価格での提供を開始する今秋以降はさらに利益が伸びる見通し」

——中期的な見通しは。

「医療分野だけでもさまざまな出口が見えるが、既存事業の足元を固めつつ、まずは当社の会員の方々が求めていることを具現化していくところから始めていく。また、顧客基盤を生かしたBtoCの取り組みは、開発にある程度時間がかかるものとみている。今のところメディカル事業における売り上げは、まだ出版系が大半を占めている状況。ES・CSサービスをなどのBtoBでしっかり利益を上げ、バランスを見ながらBtoCサービスの開発に投資していく」

