

時代の流れに合わせた「割り勘接待ゴルフ」のススメ

今こそ

富田賢の「上手な接待ゴルフ」のススメ

これまでの私の連載と
新連載の前回まで

昨年の5月から今年の2月までは、『富田賢の横比較の目録』ということで、10回にわたってゴルフ業界と他業界を比較。他業界での成功事例をもとに、ゴルフ業界の活性化への提言をさせていただきました。

前回からは、テーマを変え、新たに、この連載を担当させていただいています。

今回は、接待ゴルフの是非についての検討から、私が体験した「もったいない失敗」の接待ゴルフの事例、そして、接待ゴルフでの良いスコアが出るゴルフ場選びの大切さについて、書かせていただきます。

今回も、接待ゴルフについて、どのように捉えることがゴルフ業界の発展にとってよいか、を検討してみたいと思います。

ゴルフ業界の活性化のために「接待ゴルフ悪説」の見直しを！

ゴルフ産業は過去、様々な要因

で成長してきたわけですが、なかでも賭けゴルフ（通称ニギリ）、飲み屋の女性を口説くためのデートゴルフ、そして最大のエンジンが接待ゴルフだったと言えます。

こういう言葉自体、今は「死語」となっていると言えませんが、そういった過去の行き過ぎの反動からゴルフ業界自体が、「接待ゴルフ悪」を念頭に置いているとしたら、ゴルフ業界の各社の事業展開やプロモーション、業界活性化策の戦略を間違ってしまうと思います。メインターゲットの捉え方を間違えて、戦略立案を考えてしまっているわけですから……。

前回も書きましたが、ゴルフ業界の最大のお客様、つまり、顧客ターゲットは、経費でゴルフをしてくださる方々であることは、まぎれもない事実です。

サラリーマンがお小遣いの中でゴルフをしてもらうことをメイン顧客層として設定して、戦略立案すると、アコーディア社とPGM社の価格競争に見られるように、低価格路線での過当競争となり、成り立たなくなってしまう。実際、新聞報道がなされていますように、アコーディア社は、保有しているゴルフ場資産を海外ファ

では、どうすればよいか？

それは、今の時代にあつた形に、変化させるということです。

皆さん、中学高校などの生物の時間に、ダーウィンの進化論を聞かれたことがあると思います。ダーウィンは進化論の中で、次のように言っています。

「強いモノや優れたモノが生き残ってきたのではない。変化に適応できたモノが生き残ってきたのだ」と……。

「接待ゴルフ悪論」を見直すと、言っても、ゴルフ業界関係者が「昔は良かった……」と、懐かしむばかりではいけません。「王政復古の大号令」のように、昔のままに戻そうとしても、それが今の時代に合っていないければ、受け入れられません。それこそ、バブルを懐かしむ時代遅れの業界となってしまう。

ビジネスでも、時代の流れや環境の変化に適応させることが重要です。その視点を忘れてはいけません。

「割り勘」接待ゴルフのススメ、新しい「常識」に！

たとえば、環境変化の一つとしては、バブル崩壊以降、特に、金融業界では公的資金の注入の時代以降、取引先さんとの接待交際に関しては、会食や飲み会などでも折半で、領収書も半分の金額ずつもらうことが一般化しています。

そのため、接待ゴルフと言っても、どちらかがどちらかの費用まですべて負担する形ではなく、それぞれの費用は各自で負担する、でも、お互い、仕事のコミュニケーションを取るためということ、会社としての経費を使って行う（個人のポケットマネーではなく……）という形を、今後の日本における接待ゴルフの新しい「常識」として確立させていってはどうでしょうか。

ズバリ、私からの提言は、「割り勘接待ゴルフ」のススメです！

そうすれば、後ろめたいこともないですし、また、今の時代に合っていると思います。

現状、私の場合は、接待ゴルフと言っても、原則的に、そのような「割り勘ゴルフ」としています。接待交際費の使用拡大について政府も税制改正で後押ししようとしている時期ですので、ゴルフ業界としても、新しい接待ゴルフのスタイルを作り出していくべきでしょう。

ンドに売却し、運営のみに特化する形をとらざるを得ない収益構造に追い込まれました。

やはり、企業の接待交際費での法人営業ユースを念頭に考えるべきです。それから、中小企業経営者や個人事業主も、当然ながらメインの顧客ターゲットとして据えるべきです。だからこそ、「今こそ上手な接待ゴルフのススメ」なのです。

そもそも、顧客ターゲットの設定がずれていると、ゴルフ業界各社や業界全体の正しい事業展開の戦略立案ができませんので、注意が必要です。

時代の流れや環境変化に適応するのがマネジメント

前述の私が「死語」になっただけで、と書いた用語、やはり、印象としては、今なおどぎついマイナスイメージがありますよね。

一般的な印象として、あまり品が良くなく、また、昨今のビジネス慣行の面から、どうなのかな？という疑問符が付く印象のものは、そのまま復活させようとしても現実問題として難しいと思います。



富田賢

(とみたさとし)

株式会社ティーシーコンサルティング代表取締役社長。事業提携による新規事業の立ち上げや売上アップを得意としている。この約7年で150社以上の豊富な実績。ベンチャーキャピタルにて上場経験も有する。慶應義塾大学卒業。京都大学大学院経済学研究科修了。Webは、「とみたさとし」と検索！本稿のご感想、気軽にお送りください。電子メールは、tomita@tcconsulting.co.jp まで！