

# Lounge Range

ラグジュアリーな完全個室・単ブースタイプの24時間会員制  
新しいインドアゴルフ業態を確立



1. 2. 3. 大井町店: ゴルフシミュレーターは、オーナーが選定。ラウンジスペースや価格も自由に設定できる

原点は「ひとりでもゆったりと自由に打てる空間」

2020年3月設立の㈱Lounge Rangeは、多様なインキュベーション事業を手掛ける㈱インテンスプロジェクトのグループ企業で、東京都、神奈川県を中心に完全個室・個室タイプの24時間会員制インドアゴルフ場「Lounge Range」ブランドを展開している。

代表取締役である古川真一氏は、18年間経営した保険事業を17年に売却、インキュベーション事業の傍ら業界に先駆けて完全個室型のインドアゴルフ施設を実現した。

「インドアゴルフに行ったときに『なぜ必ずコーチが付いてくるのか？ひとり自由で打て、時としてコーチを呼べるラグジュアリーな施設はないのか』と思うことが多々あった」と古川氏。

既存のインドアゴルフ場を調べたが自分の理想とする店舗はなく、「それでは自分で開発してしまおう」と思い立ったのが20年2月のことである。

第1号店「Lounge Range大井町」の（東京都品川区）オープンは20年6月。「インドアゴルフは最低限4ブース（打席）ないと採算がとれない」というのが常識だった当時、あえて単ブース店舗としたのは、「採算がとれないのは『人産

業』だから。インドアゴルフを装置産業に転換させれば、単ブースでの事業化は可能」との考えによる。

その後、21年12月末までに直営5店舗、FC20店舗の計25店舗を展開。22年には東京・中目黒のほか、全国展開の皮切りとして大阪・北新地、栃木・宇都宮への出店が決定している。

**機種選定、空間デザインはオーナーが自由に選定**

ラグジュアリーなブランドイメージを確立するため、空中階や雑居ビルなどは避け、タワーマンションも含め新築もしくはハイクオリティなビルの1階、および地下1、2階に出店を限定。床面積は13〜50坪程度、天井高は梁下で3m以上が必要となる。

FC店舗については、出店時からオーナー側の自由度が高いのが「Lounge Range」の特徴である。たとえば、ゴルフシミュレーターについては本部でメーカーを特定せず、オーナーの判断で自由に選択できる。「シミュレーターの優劣は一概には判断できません。解析能力の高いもの、ラウンドモードが充実したもの、運用のしやすさなど、オーナーがどこに着目するかで機種選定は変わります」と古川氏。空間デザインも、ファサードの外装だけ



【図表1】「Lounge Range 広尾」利用料金（税込）

入会金	220,000円	
会員プラン	月会費	年払いの場合
ブロンズ(1コマ)	66,000円	726,000円
プラチナ(2コマ)	99,000円	1,089,000円
ダイヤモンド(3コマ)	132,000円	1,452,000円

※1コマ90分

【図表2】「Lounge Range 広尾」施設概要

施設名	Lounge Range 広尾
所在地	東京都渋谷区広尾5-25-12 Barbizon72 1F
開設	2021年12月
会員定員	50人



4. 5. 六本木店：午前1時半～3時の深夜帯以外はほぼフル稼働状態が続く

6. 7. 8. 広尾店：フラッグシップとしてラグジュアリーな空間を企図したデザイン

はブランドの統一感を保つため規定があるものの、内装はオーナーの自由だ。自らが理想とする空間をつくりたかったことからスタートしているため、他のオーナーにも自ら楽しんでもらいたいという思いが強い。直営店では、設置実績のないシミュレーターの新規導入やパター専門店舗の運営、同じマーケットを共有するラグジュアリーブランドとのコラボ店舗など新たな試みを積極的に進めている。21年12月にオープンした直営の「Lounge Range 広尾」は、フラッグシップ店舗としての空間を企図したデザインになっており、「よりハイブランドを目指す第一歩」と位置づけている。

24時間無人営業が基本だが、古川氏は「無人」という言葉がひとり歩きすることに違和感をもつ。「他人がいないほうが気を使わずに空間を使える、という意味での『無人』であって、しっかりとコスト削減だけを前提としたものはありません。そこを取り違えないようにする意識を持ち続けたい」と話す。

2〜4年で投資回収可能な事業モデルを目指す

FC店の初期投資額は加盟金、シミュレーター、物件取得費、工事費込みで2500万〜3500万円。本部

への支払いは加盟金400万円、ロイヤリティ月額15万円の固定制で、規模や集客によって加盟金・ロイヤリティが変動しないことでオーナー側は経営戦略が立てやすくなる。加盟に際しては、運営の専任者を1人立てるが、この1人で3〜4店舗、もしくはそれ以上の兼任が可能で、3店舗を兼務しているフランチャイジーもある。

1店舗当たりの会員数は、立地や規模により異なるが70〜110人を想定。レギュラー会員が多ければ会員数を抑え、スポット利用の会員が多いケースは客単価は下がる一方、会員数をふやせる。年間売上げはフル会員数で2000万〜2400万円程度で開業2〜4年での投資回収を目指す。既存店舗の年齢層別の利用者数は30、40歳代が7割程度と比較的若く、平日夜と土・日曜の利用が多い。稼働率について20年11月オープンの「Lounge Range 六本木」を例に採ると、オープン直後にすべての枠が埋まる稼働率100%を記録した日もあり、以降もコロナ禍にもかかわらず好調な稼働状態が続く。

今後について、古川氏は「ブランドイメージを変えてまで店舗拡大を図る気はありませんので、オーナーや物件との巡合せを大切に考えています」とする。