

# カートで味わう、 極上の後半スタート

津カントリー倶楽部 レストラン田園  
「カートテイクアウトコーヒー」施策提案

# 標準的な45分の昼食休憩に潜む、 ゴルファーの「見えない不満」

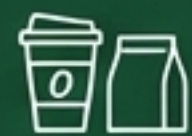
## ゴルファーの昼食休憩（45～60分）



「コーヒーを飲む余裕がない」「食後眠気で後半の集中力が落ちる」という声。  
レストラン田園の営業時間（10:00～14:00 / L.O.13:30）の枠組みの中で、  
この不満を解消する新しいアプローチが必要です。

# 全国の先進コースはカート提供へ移行。 三重県エリアは完全な「空白地帯」

## 全国の先進コース



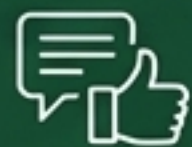
G7カントリー倶楽部：  
ランチ後や朝のテイクアウト開始



石地シーサイドカントリークラブ：  
スタート前の提供で高評価



浜松シーサイドゴルフクラブ：  
カート内コーヒーマーカー設置（継続的実績）



伊勢志摩カントリークラブ・PGM系・  
こぶしゴルフ倶楽部：  
口コミ高評価・メニュー強化中

**三重県内・近隣エリア：  
未普及（ホワイトスペース）**

津カントリー倶楽部が先行導入することで、地域における「気が利くプレミアムコース」としての明確な差別化が可能です。

# レストラン田園の既存 インフラが、 導入ハードルをゼロにする

実績あるテイクアウト運用力

地元三重のロースター



+



=

即時実行可能な  
プレミアム体験

Food takeout logistics already mastered.

Collaboration with local Tsu-area roasters  
creates a "Local Premium" story.

レストラン田園にはすでに食品テイクアウトの豊富な実績とノウハウがあります。  
新たなオペレーション構築の負荷は極めて低く、絶好のタイミングで公式に「コーヒーのカート対応」を開始できます。

# 午後のスタートを格上げる、プレミアムな一杯： 「カートコーヒー with 津カントリー」



## PREMIUM COFFEE MENU

ブレンドコーヒー (Hot / Ice) : ¥400

カフェラテ・カフェモカ : ¥500

ランチセット・アップグレード : +¥300

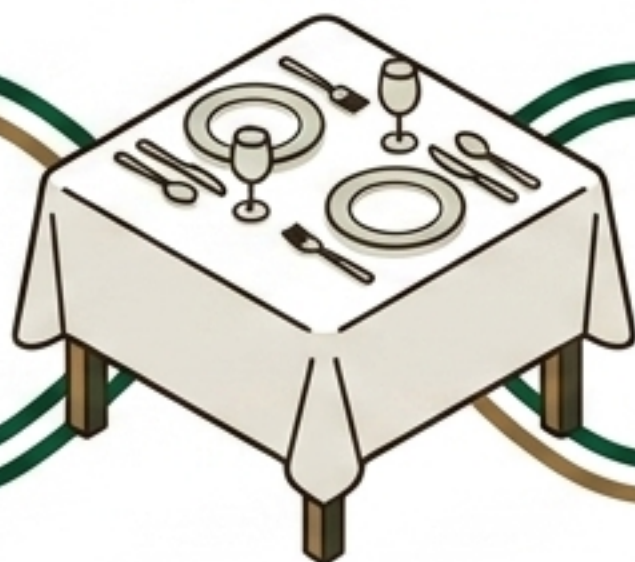
Local  
Partnership



# プレー進行を一切妨げない「30秒パススルー」オペレーション

1

注文



昼食時に同時オーダー。

2

受け取り



レストラン出口付近の専用カウンター  
(または既存レジ)で、漏れにくい専用紙コップ  
+蓋 (保温・保冷対応) にて手渡し。

3

お見送り



ホールスタッフからの  
「カートでどうぞ!」という  
積極的な声かけ。

滞留時間ゼロ。

「受け取って、そのままカートへ」のシームレスな動線を確立。

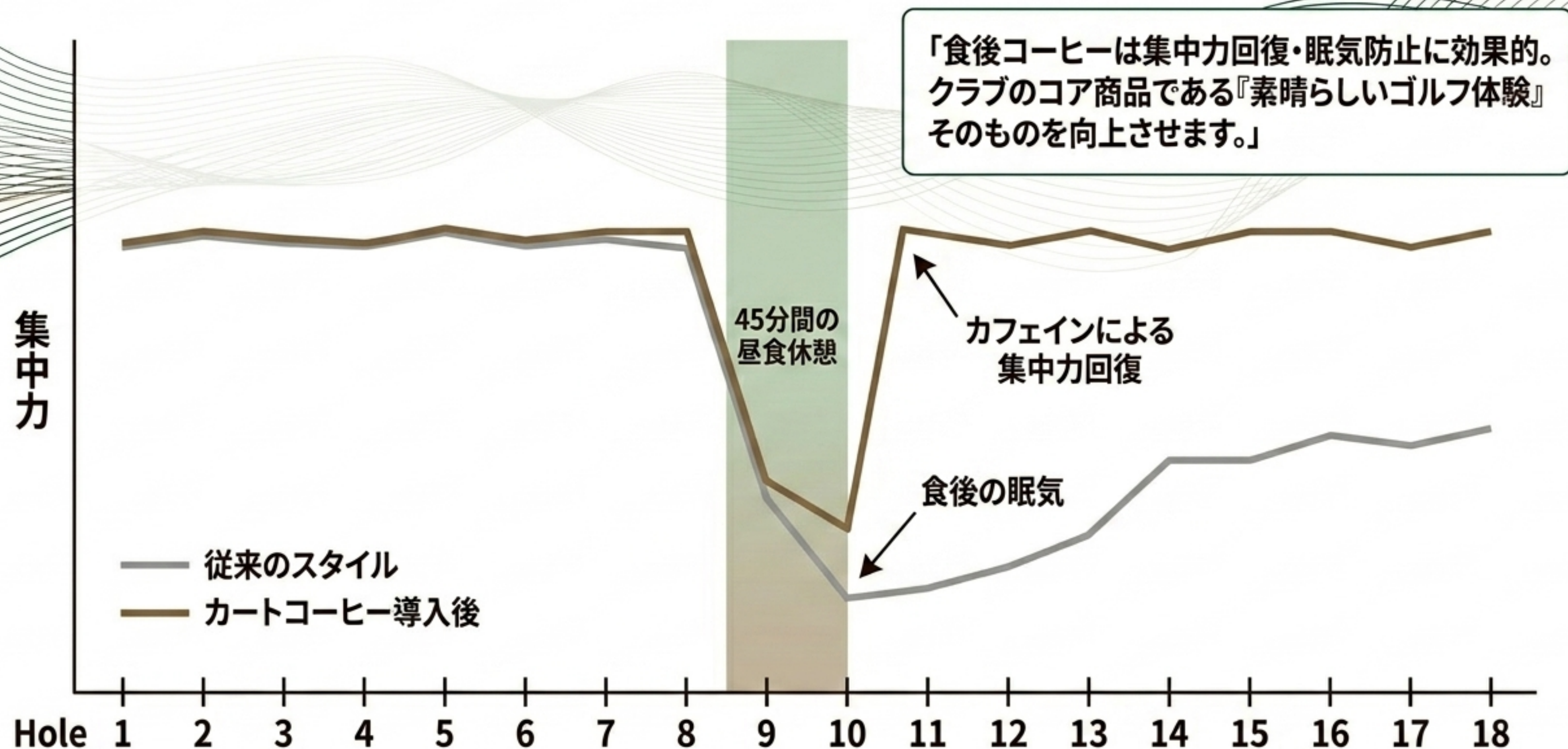
# 「食後のコーヒー」が変える、後半9ホールの体験価値

## 後半プレー体験マトリクス

|        | 従来のスタイル               | カートコーヒー導入後                    |
|--------|-----------------------|-------------------------------|
| 心理状態   | 慌ただしく急いで<br>カートへ向かう   | カート内でリラックスし、<br>VIP待遇を感じる     |
| 身体状態   | 食後の満腹感による<br>強い眠気と倦怠感 | カフェインによる覚醒で、<br>10番ホールから高い集中力 |
| ブランド印象 | 標準的なゴルフ場のサービス         | 「ゴルファーの本音を分かっている」<br>という感動    |

スコア満足度と再来場意欲の間接的な向上に直結します。

# 魔の10番ホールを乗り切る、集中力のリカバリーカーブ



# 単なる飲料販売を超えた、津カントリー倶楽部のブランド進化



顧客の潜在ニーズ、現場の運用力、そして収益性が完璧に一致する、極めて稀な施策です。

# 現場の懸念を先回りして解決する、3つのリスク対策



提供時間の遅れ



「30秒以内渡し」の徹底運用。専用カウンターと事前の抽出オペレーションで時間を担保。



コース内のゴミ問題



エコカップの採用および、コース内ゴミ箱の増設・回収ルールの特明確化。



競合他社の追随



「津カントリーオリジナルブレンド」として地元ロースターと協業し、模倣不可能なブランドストーリーを構築。

# 来月からすぐ始められる、ノーリスクの「1ヶ月トライアル」

| Week 1-2                               | Week 3-4                                      |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>ローンチ&amp;認知獲得</b>                   | <b>データ収集と最適化</b>                              |
| 会員向け無料クーポンまたは初回半額キャンペーンで、初期の口コミを急速に促進。 | 平日と土日の反応率（注文数、提供時間、ゴミの状況）を測定し、本番運用へ向けたプロセス調整。 |

**リスクは最小限、得られる顧客満足と収益は最大。**  
津カントリー倶楽部の新しいスタンダードを、  
来月から共に創り上げましょう。