



Fore Please /
世界ゴルフ

識聞録

ゴルフビジネスのプロが30年以上回って見て聞いて感じた世界のゴルフ文化をお伝えする当連載。第15回は選手のスポンサーのお話です。

選手の所属は 日本独自の契約関係。

北半球のプロゴルフツアーにとって年明けの時期は、来るシーズンを見据えての大事な準備期間ですが、日本においては、所属先との交渉や新しいスポンサー探しが活況な時です。「所属」という関係は決められたギャランティーを所属先から受け取る代わりにウェアやキャップに企業ロゴを付けたり、得意先のプロアマ等のイベントに出場する「契約」でもあります。

トッププレーヤーでないと良い条件どころか、所属先が見つからず、複数の小口スポンサーのサポートを得て資金をかき集め、年間の経費を捻出する厳しい環境で戦う事になります。反対に、潤沢な年間の活動資金が保証されるトップランクのプレーヤーは、ツアーで1球も打つ前から優位なポジションとなるわけなのです。

海外のプロスポーツでは、所属というケースは主流ではなく、一般的にはスポーツマネジメント会社との契約を交わして、金銭的な事だけでなく毎日のトレーニングやスポンサー探しなどのバックアップを含めた契約を交わします。欧米のマネジメント会社は選手の賞金以外でスポンサー料などの副収入から15〜20%をそのフィーとして受け取るビジネスモデルですが、数百万ドルのスポンサー料が受け取れるようなスーパースターたちを抱える事に躍起に

なっています。良い選手を確保するためには青田買いは当然で、アマチュアの選手にもコーチを付けたり、移動の手伝いをしたりと、契約前から水面下での戦いは凄まじいものです。ある大手エージェントはアマチュア時代のタイガー・ウッズのお父さんにアドバイザーのような仕事を与えて繋ぎとめていたという話もあります。

日本では大手広告代理店が介入するケースが多い。

トップ選手たちはウェアやキャディバッグなどに、多くのスポンサーロゴをつけていますが、スポンサー企業からすると企業名や商品名がテレビやほかの媒体で露出される価値を購入するだけでなく、トップ選手をサポートしている事で社員を含むステークホルダーに対して好印象を与えるなどのメリットを得ることになります。企業の広告で紹介されたり、CMに出演したりするのは皆さんご存知のとおり。スポンサー企業は、選手のイメージを買っているわけですから、不調になったり問題を起こした時の事も視野に入れて、積み重ねると電話帳ほどの厚さになるような契約書を交わしているのです。近年ではタイガー・ウッズの女性問題で、それまで付いていた自動車会社のビューイックなどがすぐに契約を破棄したのも記憶に残っていますね。こうした海外企業のリアクションの早さはさすがの危機

Vol.15

スポンサード

日本にも 求められる スポンサード体制 の充実



管理能力です。

マネジメントといえば、ロリー・マキロイが前マネジメント会社との契約を破棄し、裁判沙汰になっていましたね。その裁判に出廷するためにマキロイは中国でのトナメントを欠場してアイルランドの法廷に向かい、スポーツニュースを賑わせていました。たしかに若い選手たちは、経験も少ないだけにエージェントからの条件を深く考えずに契約をしてしまうケースがありますが、彼のように大成した選手は他のエージェントからも引く手あまたでしょうね。

日本でも、エージェントの立場で選手たちをサポートする会社も多くありますが、大手広告代理店などが介入したりして、プレーヤーがある種の広告媒体としての扱いを受けているのを見ると、金銭的には選手にとって良いかもしれませんが、アスリートとしてのサポートは十分とは言えないかと思えます。世界でもトップクラスのツアーを担う日本でも、それに準じたサポート体制の充実に期待したいものです。

ゴルフビジネスの プロフェッショナル

神野方仁 (じんの・みちひと)
1956年生まれ。テレ・プランニング・インターナショナル株式会社代表取締役社長。国内外の様々なスポーツビジネスに関わり、中でもゴルフはマスターズのようなメ



ジャー大会からジュニアゴルフに至るまで、イベント、放送、広告、マーケティングなどの面に長年携わっている。日記を公開中 Fast Track Michi's Diary:
www.tpi-j.co.jp/diary/index.html

イラスト／ソリマチアキラ