



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届け。第26回はトーナメントグッズのお話です。

トーナメントグッズも ネット販売される時代。

皆様、良い年を迎えられたでしょうか？ 海外では、ブラックフライデーと呼ばれる11月の第4金曜日、サイバーマンデーと呼ばれる翌週の月曜日に、お店やインターネットのサイトがクリスマスプレゼントを購入する方で繁盛します。プレゼントをツリーの周りの靴下に入れる習慣もあり、ゴルフアール向けにはポールメーカーなどが入れられたりしています。

海外のメジャートーナメントの、大会期間中にゴルフ場で販売されている年号やゴルフコースのロゴの入ったグッズもプレゼントには重宝されています。その需要に因應べく、全米オープンを主催しているUSGAでは、11月頃になるとメールアドレスを登録している人に対してトーナメントグッズがいはやく入手できるネット販売の案内が届きます。マスターズが開催されるオーガスタナショナルでは、クリスマス前の週に地元の方のために期間限定でショップをオープンしてその年のトーナメントのノベルティーなどを販売する特別なチャンスもあるので、楽しみにされているファンも多いようです。

このようなグッズの商品化はゴルフトーナメントにはな

くはならないサービスに成長しています。トーナメント側としても新たな収入源となる訳ですから、少し前までは年号の入った帽子ぐらいしかなかったのが、子供服やペット用品などにロゴを入れて販売するなど、種類も多様化しています。

Vol.26

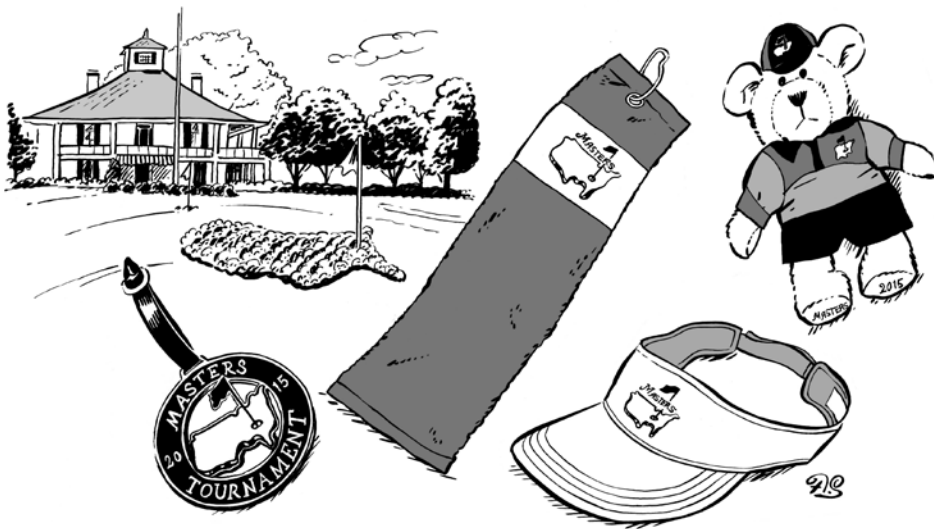
トーナメント
グッズ販売

会場内に宅配サービスのカウンターがある海外。

その力の入れようはなかなかのもので、メジャー大会の主催団体には商品化担当のグループがあり、USGAやマスターズになるとフルタイムで10人近くのスタッフを抱えて年間を通して企画しているほどです。担当者はメーカーとの打ち合わせのために世界中のデザイナーや工場などに向かっています。クリスマスなどの特別販売は別としても、トーナメントの期間中に全て売り切らないといけないので、サイズや色などのチョイスや販売数を計画する事は企画担当者の腕の見せ所です。メーカーの方もシーズン最初のメジャー大会であるマスターズのグッズは感心の高いところで、その売れ行きでトレンドをリサーチしているそうです。

確かに、最近マスターズなどのメジャー大会に行くときの特設の売店から両手にバッグを

大会期間中に販売する企画グッズは担当者の腕の見せ所



ぶら下げて出てくる方が多くなりました。親戚や会社の同僚へ、などと自分向けのものだけではない様子。お土産の習慣は日本だけではないようです。購入したグッズはそのままトーナメント観戦に持って歩くのは大変なので、会場内に手荷物を預ける場所や宅配サービスのカウンターがあり、手ぶらで観戦できるようにもなっていることもあって大変便利です。

日本のトーナメントの場合には、残念ながら大会オリジナルグッズの販売は種類も限られていて、帽子やシャツ、ボールなどが中心という印象です。観戦に来た人がこぞって買いに来るような、おしゃれなグッズや限定商品など魅力的なものが増えてもいいのではないかと思います。ゴルフウェアなどは、毎シーズン購入する訳ですから、良いセールスチャンスにつながるのではないのでしょうか？



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。国内外のさまざま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/ceo_blog/

イラスト/ソリマチアキラ