



初の6万人超えを記録した ジャパンゴルフフェアの 盛りよがり

大隈里砂 (リサオ)



大隈里砂 (リサオ) プロフィール

元インドア文学少女。遅咲きの狂い咲きゴルファー。コラム、写真、イラスト、翻訳等を手掛ける(自称・ひとりスキマ産業)。アーティスト気質の視点、独特の表現にゴルフ業界内でも多くのファンを持つ。楽天GORAインスタグラム、大蔵ゴルフスタジオ特派員ブログなど毎月の執筆実績は多数。

	ビジネス関係者		一般来場者		報道関係者		合計	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
1日目								
3月22日(金)	13,827	13,303	14,870	13,949	442	582	29,139	27,834
2日目								
3月23日(土)	1,887	1,769	18,680	17,343	132	156	20,699	19,268
3日目								
3月24日(日)	558	334	10,030	9,712	61	49	10,649	10,095
合計	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
	16,272	15,406	43,580	41,004	635	787	60,487	57,197

*小雨の土曜以外は晴天。

来場者数

第53回ジャパンゴルフフェア2019がパシフィコ横浜(展示ホール・アネックスホール)にて3月22日(金)、23日(土)、24日(日)に開催された。昨年の来場者数5万7197人に対し、今年の事前目標動員数は6万人。結果、横浜開催3年目にして、目標超えの6万4877人を達成した。出展

ゴルフフェアを楽しむための条件

わたしが初めてゴルフフェアを訪れたのは2013年、ゴルフ業界に関わり始めた頃でした。なんとなく見て回って、ティを掴み取りしたことは覚えていますが、他はあまり記憶がありません。毎年1月にフロリダ州オーランドで開催される『PGA Merchandise Show』、略して『PGA SHOW』と呼ばれる世界最大のゴルフ関連展示会にも行っていますが、スケールの大きさへの感動とワクワク感は圧倒的ながら、「長い移動時間に耐えて行きたいことはあるか」と聞かれたら「人によるかな」と答えて

社についても219社456コマと昨年実績を上回った。また、ゴルフフェア実行委員会の委員によると、今年は特に女性ゴルファーの誘致を重要視しており、女性専用試打席や女性専用ラウンジ、相談コーナーを設けるなど、女性も参加しやすい環境作りに尽力しようだ。その甲斐あってか、女性の来場者数は1万2401人となり、一般来場者の約3割弱という高い来場者率を記録した。

いました。ところが、ここ数年は取材の仕事で行くようになり、必然的に多くの人に話を聞くことになり、すると面白さがまるで違ったのです。JGFも今回初めて取材で行ったおかげで楽しむことができました。同じイベントでも話を聞けるかどうかで印象が変わる。つまり、一般の来場者にとって、この手のイベントを楽しむにはそもそもハードルが高いということ。特に日本人にとっては、ブースに立っているメーカーの人間にいきなり質問を投げかけることも難しいでしょう。しかし、話ができなければ、得るものは少ないのです。展示しているのは『モノ』だとし



60周年を迎えた日本シャフト。カーリー・ウェブ選手のトークショー

ても、ゴルフフェアの主役は『ヒト』です。

各曜日に行われた見学ガイドツアー

そういう意味で、昨年から始まった『ゴルフフェア見学ガイドツアー』は素晴らしい試みです。クラブフィッター、ギアライター、プロゴルファー、それぞれギアに詳しい専門家と一緒にブースを巡って最新ギアの話聞けるのは幸せなこと。独りで来たら素通りするところでも話を聞けば発見があります。ただし、事前申し込みで2000円、当日申し込み2500円の参加費を払って参加するの



クラブフィッター鹿又芳典氏のガイドツアー

は、もともとギアに詳しいか興味のある来場者に限られると思います。昨年は女性向けのガイドツアーもありましたが、確かファッションについてでした。「女性はギアに興味がない」と思い込んでいるのでしょうか、クラブについて考えること、また道具を替えること

で一番恩恵を受けるのは女性ゴルファーです。その機会を奪われているせいで、どうしたらいいのかわからないだけです。来年は女性のギアについても掘り下げてもらえるよう願います。そもそも『レディースクラブ』は選択肢が少ないのです。その中で最善の道具を選ぶにはどうすればいいのかわゆる地クラブ系メーカーも多数参加しているイベントなのだから提案はいろいろとできるはず

少数派も参加できるイベント

女性については、今回やっと専用の打席や専用ラウンジができましたが、ゴルフ業界最大のマイノリティであるレフティは相変わらず置いてけぼりでした。日本人は人口の約11%が左利きだと言われています。100人に11人って結



KBSシャフト

構な数です。左利きだけど右打ちにしているひとも多いだろうし、ゴルフファーにおける割合はわかりませんが、普段からクラブを試打できる可能性が極端に低いレフティのことをもう少し考えてもバチはあたらぬ。たまたまあるブースにいたとき「ここは左利きは打てるの？」と尋ねてきた男性が「打てないんです」と言われて浮かべた「やつぱりね」という表情。「いろいろ聞いてみたけど、レフティでも打てるのはLZのだけだった。試打するのに順番待ちだったから諦めたけど」。全部のブースを回れてはいないので、他にもあったかもしれないが、わたしが確認

できたのはシャフトメーカーの『KBS』だけ。左利き用のヘッドが用意されていたので、全シャフト試打可能でした。試したレフティは数名だったそうです。きっと彼らは最初から諦めていて、ゴルフフェアにはあまり来てないんじゃないかな。来年『レフティ大歓迎』になっていたら嬉しいけれど、それがムリでも、せめて左利き用の道具があるブースには目印をつけてもらいたい。MAPにも出展社一覧にも。

魅力のあるブースとは

今回印象に残ったブースは、真摯なものづくりの姿勢を実感できた『ピンゴルフジャパン』と『ヤ



キャロウェイゴルフスタッフプレイヤーの中里光之介選手と藤田光里選手

マハ』、エンターテインメント性がピカイチだった『キャロウェイゴルフ』、フォーカスバンドやCAPLOパッティング解析センサーなどその場で体験できる練習器具を取り扱う『エンジンイゴルフ&スポーツジャパン』、ポップでスタイリッシュな韓国発のゴルフアパレル『WAC』、地域・物産系ではキャッチーな『静岡県 御殿場市・小山町』、車とのコラボでは歴史の重みを感じさせる『PING x Volkswagen』、待望の初出展『マスタダゴルフ』、そして去年も大盛況だったコンポーターコーナー。共通するのはその場の「空気」。そこにいる人が発する親しみやすいオ



キャプト君でパッティング解析

ーラ、なんだか楽しそう！と思わせる雰囲気があるのです。反対に魅力がないブースは、出展社の人間が座っていて、パンフレットが並んでいるだけのところ。そういうブースはどんなに飾っても暗く見えるものです。そして暗い場所に人は集まらない。

クラブメーカーの創意工夫

ゴルフフェアが3月になったということは、新製品があらかた発表されてしまったからの開催時期なので、商品だけでは驚きは生まれません。したがってブース自体の工夫が必要になります。各社、



設えも人も明るい雰囲気。キャッチフレーズ「全コース富士山を常備してお待ちしております」が笑顔を誘う

お客様に楽しんでもらいたい！という思いがひしひしと感じられました。なかでもPINGとVolkswagenのコラボは秀逸でした。ゴルフと車は切っても切れない仲。これまでも車の展示はありましたが、PINGのそれは全く別物でした。ともに60年以上ものづくりをしてきた両社には、共通する理念があり、顧客の期待する品質と革新的商品を提供する心構えがあります。PINGの創業者カーステン・ソルハイムとフォルクスワーゲン・タIPP1の設計者で現在のボルシエの創始者フェルディナント・ボルシエ博士を対比させ、さらにお互



PING x Volkswagen

PINGの凜凜しいメカニックたち



鈴木愛選手のピッチングの打痕



この歴代の製品を紹介。まるで博物館のように、時間がたつのを忘れませんでした。PINGはまた、クラブフィッターたちに真っ赤なツ

ナギを着せ、レーシングカーの整備士の佇まいで来場者のお悩み相談に対応していました。あの親近感はずっとやゴルフウェアでは生まれません。アイデアの勝利です。また、鈴木愛選手やバツバ・ワトソン選手などが実際に使用しているクラブをじっくり観察できるのも楽しいです。バツバのグリップは下巻きが10巻きだとか、取材と

はいえ面白い話を独り占めしているのもつたいなかった。それは他のメーカーでも感じたことでした。ゴルフ部門だけでなく一企業としての理念を感じられる展示をしていたヤマハも同じく、説明をしてもらってやっ



クラブも楽器も「究める、挑む、広める」の三つを目指す

歴代賞金王のレッスンを受けられるのはヤマハの強み



「楽器打感は99%打音である。良い音はナイスショットを確信させる」

学ぶところの多い韓国のゴルフ事情

と真意がわかることも多いのです。ゴルフクラブと同じ理念で作られているギターやバイオリン、サキソフォンは美しかった。美術館でも独りで見ると学芸員に説明してもらいながら見るのでは楽しさ、理解度が全く違います。各メーカーにはつきりわかりやすい佇まいの学芸員がいるといいのにな。

今回初出展の『WAC』は韓国以外では初お目見え。親会社は有名なKOLONグループです。発音はワックで、その意味は『Win at All Costs (なにがなんでも勝つ)』。真っ赤なキャラクターはWACKYくん。最近どこかで見た覚えがありませんか? ケビン・ナ選手の契約ウェアなのです。マケティンクマネージャーのYoon Namさんにお話を伺いました。「韓国ではゴルフをする若者が増えていきます。エントリーゴルファーの62%が20代後半から30代前半。といっても場所はゴルフ場ではなくスクリーンゴルフ(シミュレーションゴルフ)。コースが高すぎるから生まれたのがスクリーンゴルフで、道具も揃える必要がないし、日本という青山エリアの高級店でも1人35ドルもあればじゅうぶん遊べる。韓国人はシャイだし屋内が好きなんですよね。日本のカラオケボックスみたいな感じかな。ちよつと前までゴルフはスノップ

スタイリッシュで目を引いたWACブース



な遊びでしたが、スクリーンゴルフのおかげでイメージもよくなつて、そこでゴルフを覚えた若者が30代になり稼ぐようになるとコースに行き始めるんです。ゴルフの入り口は日本よりずっと広い。いきなりゴルフ場に来てもらおうとするから難しくなるわけで、もっと長い目で見て、将来的にコースに来てくれるような仕掛けをすれば日本でもゴルフ人口は増えるはず。ゴルフ場の数が圧倒的に違



Ms. Yoon Kim



WAACYンメーカー

うのは承知の上で、それでも学ぶところは多いと思います。さらに、彼女のジャケッットで目立っているWAACYくん、会場内のいろんなところで見かけました。WAAC関係者がみんなつけていたのです。どこのメーカーの人か、はっきりわかるものを身につけて歩き回るのつていいアイデアじゃないかな。

面積が2・5倍になったコンポネットコーナー

昨年より始まったコンポネットコーナーは今年、『シャフトコーナー』『地クラブコーナー』を統合し、有料展示44社、物品協賛16社、計60社からなる情報発信コーナーとなりました。台湾など海外からの出展社も多く、前回はヘッドやシャフトなどのパーツ系がメインでしたが、今年は計測器や、距離計、工房など盛りだくさんのラインアップになりました。また昨年はモノを並べただけの展示でしたが、今年は試打席を三つ用意、工房コーナーには特設コーナーを設けてイベントも行いました。たとえば、『グリップスピード選手権』。クラブを速く振るんじゃないかもしれませんが、グリップをいかに素早



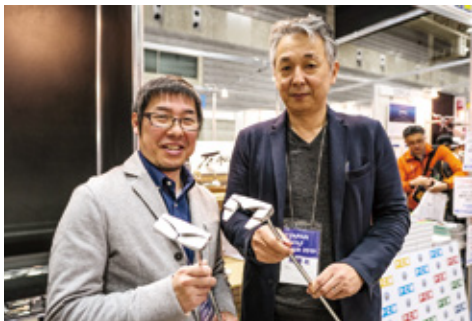
グリップ交換体験。ringolfのじゅんちゃんもお手伝い

く装着できるかを工房のプロたちが競うのです。テープを用意して巻いて、最後に長さを確認するまでの最速記録はなんと45秒。また、一般来場者向けにグリップ交換体験も行いました。グリップ交換については日本フェイウィックもセミナーを開いていましたが、コンポネットコーナーでは、指導してもらいながら自分でグリップ交換を体験。「グリップ交換を初めてした時の手に残ってる感動。経値、やったってことは手に感覚が残る。感動も残る。だからお客さんたちに体験してもらいたかった」と、ユニバーサルゴルフ社の村田辰也氏。その思いが届いたの

か、コーナーは常に大賑わいでした。

発想力がすべて

年々増えるパーツメーカーは差別化のため商品開発も独自路線を求めています。コンポネットコーナーで最も発想力が豊かだったのが『TAKUMI JAPAN』のトランスフォーマーパター。ピン型とマレット型で1本2役。共業ゴルフ工業代表、坂本敬祐氏がインスタグラムで見つけたアイデアを、その発案者とともに実現したパターです。発案者の片倉氏の本業は別にあり、趣味でゴルフ小物やパターを作っていました。業界人に



1本がこのような展開します。左 坂本氏 / 右 片倉氏



増田雄二氏と手作りのブース

はない柔軟な発想に坂本氏は惚れ込んだそうです。「アマチュアはその日その場でパッティングが変わる。本人が適応できないなら道具で適応すればいい」。なによりトランスフォームするそのギミックが楽しいのです。

一般来場者に向けた物販ブースの増加

ジャンボ尾崎のクラブを手掛けたことで知られる増田雄二氏率いるマスダゴルフは満を持しての初出展。ものづくりにこだわるマスダゴルフ、落ち着いた木目調のブースも当然手作りです。会場でも素敵な空間でした。どうなるかわ



若手パターデザイナー Phillip Lapuz氏 (Kronos Golf) が表敬訪問

からず出展したものの「お客さんも喜んでくれたし、出展してよかった。パターを注文してくれたお客さんもいてねえ」と安堵の表情。普段なかなか試すことができないメーカーの製品を試打して、その場で注文できる。今回は他にも物販に対応していたブースが多かったように思います。ゴルフフェアについてここ数年、業界内の商談の場なのか一般来場者のためのイベントなのか、その意義が揺れ動いていたようですが、完全に一般来場者向けに舵を切ったと感じられる3日間でした。

そんな中、残念だったのはあまり進歩の見られない地域系。海外



多くのイベントが行われたコミュニケーション広場。マーク金井氏のゴルフギアセミナーは満員御礼

の観光局も含まれます。ゴルフ場のパンフレットを置くだけのブースが多く、立ち止まりにくいのです。小さなブースにおじさんがただ座ってるなんてもつてのほか。綺麗どころの女性がいても、写真は撮ってもブースに興味は湧きません。人が集まる一番の要因は、その場の「気」。みんながワクワクして待つていればそこには楽しい気が生まれる。楽しい気は周りの人を引き寄せる。実際、人気のあったブースは、ワクワクさせる仕掛けや人がいたところでもだブースの作りを替えるだけでも



入場者数が多すぎて最新号がなくなってしまった『BUZZ GOLF』。昨年急逝されたカメラマン内田眞樹氏の表紙コレクション

いぶ変わるはずです。

東京オリピックがらみで東京ビッグサイトが使えなくなり、会場がパシフィコ横浜に移ったことは今となれば僥倖でした。交通の便もいいし、駅近で雨にも濡れなくてくれる家族連れも多い。会場も大きく通路も広いので、別のブースのイベントと干渉しないのもありがたい。あとはオペレーションだけです。一般来場者向けのお祭りなら、事前登録は関係者以外にも広げるべきですね。来年は3月20日(金・祝日)、21日(土)、22日(日)。初の三連休開催です。気合いを入れなれない。