

見て!! やって!!



GOLF SPECIAL

ゴルフ界の舞台裏 広告マンは児た 篠原一郎 6



日本は遅が登場

に、時には選手に負担がか
かってしまう。
電通がスポーツビジネス
に関わったのは1984年
のロサンゼルス五輪からで
あるが、アメリカでの起源
はもつと古く、意外にもゴ
ルフ、そして一人のプロゴ
ルファーへの協賛から始ま
つているときれている。

アーノルド・パーマーで
ある。

1960年代、親友であ

る弁護士がパーマーに飲料
関わると「商業主義」と
言われてジャーナリズム
から批判を浴びることが
ある。それでも実際に何
をするにもお金はかかる
わけで、企業のサポート
をある程度受けないと、
税金の形で住民や観客

もられるという話をまとめ

たのが、そのはしりと言わ

れている。中身は何でもよ

い。水でも競合会の飲料で

も、極端な話、空っぽでもよ

い。カップの商標をカメラ

に向けるのが肝要だ。

「君はゴルフに専念し

ろ。私がそやつて、賞金

以外のお金をスポンサ

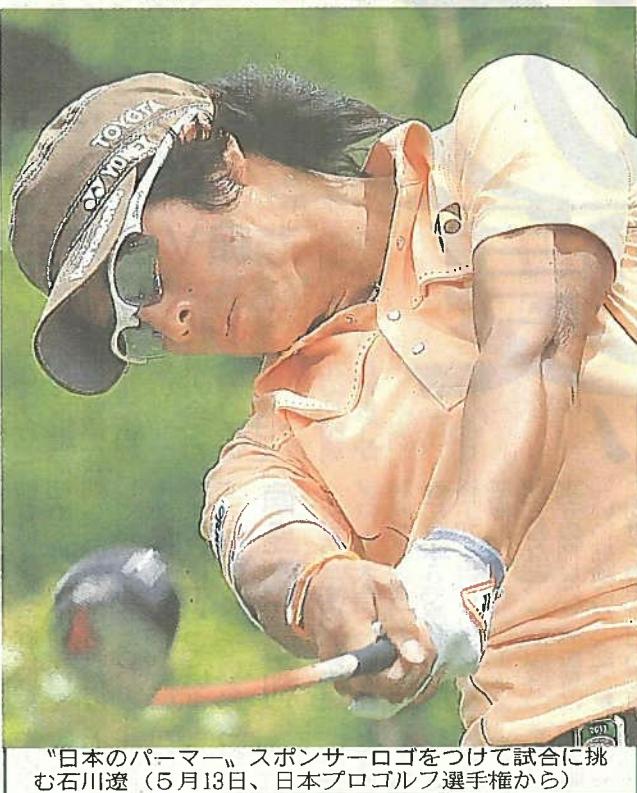
ーからもらえるように

マネジメントするから」

その親友は故マーク・

マコマックといつて、今

スponサー収入で選手も落ち着いて競技に専念



「日本のパーク」、スponサーをつけて試合に挑む石川遼 (5月13日、日本プロゴルフ選手権から)

アスリート広告はパークが第1号

専念できる。それでも広告会社はお手伝いができる例がある。

日本では好感度の高いス
ポーツマンの上位をプロ野
球選手が占めてきたのに対
して、アメリカでは上述した
ように、アスリートが歴史を作
り、タイガーウッズはベ
ンカムラを抑えて世界で最
もリッチなアスリートであ
り続けてきた。サッカー選
手は増えてきても、なかなか
日本人ゴルフアーチの姿が
用品以外の広告で見られな
いのが、私は前から気になっ
ていた。

そこへ現れたのが宮里藍
であり、今や「日本のパーク
ー」の呼び声高い石川遼で
ある。(文中敬称略)

名アスリートが「現役引退
後もスponサーからお金が
金は1円ももらえないプロ
ゴルファーの世界は年収が
ゼロというリスクが毎年あ
り、スponサー収入も重要
であるはずだ。

プロスポーツマンは基本
的には数字がすべての世界
的で、それ以外の要素に
ブランドやイメージを企業の
知名度やイメージを企業の
興味を持たない選手がいれ
て、それ以外の要素に
細かなサービスに役立て、
通スポーツパートナーズに出
向、ゴルフ業務部長。

WHO'S WHO
篠原一郎

(1959年8月20日、
愛媛県出身。松山東高校から
東京大学経済学部へ進む。い
ずれも野球部に所属。84年、
電通に入社してテレビ局、ロサ
ンゼルス勤務などを経て98年
スポーツ事業部、06年から電
通スポーツパートナーズに出
向、ゴルフ業務部長。