

『ゴルフとは、自らを自らで励ますこと。』



バリューゴルフ
VALUE GOLF
www.valuegolf.co.jp

大谷選手とメディア

年が明けてから、政治家の派閥の問題や、パーティー券などの不愉快なニュースを除くと、ほとんどはロサンゼルス・ドジャースの大谷翔平選手のニュースである。昨年手術した右肘の状態から結婚のニュースまで、さらには韓国・ソウルでの開幕戦。ドジャース球団の広報のセンスの良さもあるが、何よりこのSNSの時代にあって、大谷選手自身もメディアの使い方、或いはメディアとの接し方が、抜群にうまい。彼から発信される情報は、そのほとんどがポジティブ（前向き）で軽快。さらに、どんぴしゃのタイピングで業界やファンの心を巻き込んでいっているように思う。特に、情報発信のタイミングは他のアスリートも見習って欲しいと感じるくらい、マーケティングが一番知りたい情報を清々しく、しかも突然に、驚きをもって発せられる。

ゴルフ業界は個人競技であるが故に、野球やサッカーのような所属する球団やチームの広報担当者がいない。従って、優勝した選手も18番ホールでのインタビューくらいしか個人の顔も、個人のコメントも出てくるチャンスがない。SNSを通して、個々の若い選手がファンとつながっていく、それもないよりはむしろ、なんといってもリアルな映像を伴ってテレビに出てくるのが知名度やマーケティングを刺激するのに一番であろう。

マスメディアにも、インスタグラムとX（旧Twitter）のような、機能の違いがある。新聞や活字は、コンテンツが文字であるだけに記憶に残ることが多い。一方、ラジオやテレビでも、通信系のメディアは、視聴者が多いだけに、同じタイミングで情報を共有できる。

ゴルフ市場においては、なんといっても「試合」が、一番の情報だけに、これからは試合前の練習風景や、選手の食事風景、あるいはある程度のプライベートな情報もマスメディアで発信（PR）していく時代なのかもしれない。

大谷選手が飼っている犬は、オランダ原産の「コイケルホンディエ」だそう。大谷選手と愛犬のデコピンがハイタッチする映像が朝のNHKのニュースで流れる。その2カ月後、開幕前に彼の結婚のニュースが世界中のメディアで流れ、相手の女性はさておいて、韓国でのオープン戦の試合と開幕戦のチケット価格は、4倍にも5倍にも高騰した。

そんなことをつらつら思いながら、世界のゴルフ市場は、いまだにタイガー・ウッズの一手一投足を見守っている。



戸張 捷 Sho Tobarī

1945年、東京生まれ。高校からゴルフを始め、3年で全日本ジュニア3位、大学4年で日本アマ9位。住友ゴム工業（現SRIスポーツ）に入社後、株式会社ダンロップスポーツエンタープライズへ出向。トーナメントディレクター、プロデューサーとして日本ゴルフ界に貢献した。現在は、ゴルフキャスターとして活躍するほか、ゴルフトーナメントやイベントのプロデューサー、コンサルティングなども手掛けている。