

# ジュニア&女性も視野に ゴルフ商品海外市場強化

マルマン株式会社代表取締役 大隅 宏昭氏

—— 社長就任はいつですか。

大隅 2002年、1回目の営業譲渡のときに、プロパー社員の中から指名され、7年になります。当時は総合メーカーになっていたのですが、選択と集中を行い、商品を絞り込み、体制を固めました。次に徹底したコストカットで、経費全般の絞り込みを行いました。会社はひとつの方向を向いていないとまとまらないので、その舵取りを行いました。完全には倒産の形はとっていませんでした。お客様には継続して商品を扱っていただけました。比較的スムーズに移行できたと思っています。

—— 3本目の矢は、いかにいい商品を出すかということでしょう。

大隅 過去を反省すると、個性のある商品がマルマンの専売特許だったけれど、そこが弱くなっていた。そこで、角のある商品の開発に力を入れ、順調に開発を進め、2005年にはヘラクレスに上場。現在に至ります。

—— 上場すると社員の士気向上にもなります。

大隅 2002年のスタート時から、新たな新体制で上場にもついでこうということが目標でした。それ

はモチベーションになっていきますね。

—— 売り上げはどの程度回復しましたか。

大隅 海外も含め、ゴルフと健康食品事業で約100億円、うちゴルフ事業は8割を占めます。

—— 今期から来期に向けてどのようなシナリオを描いていますか。

大隅 当社は9月が本決算ですが、2009年度は連結で初めて赤を出しました。ゴルフ用品の中でも当社はギアに特化しており、ギアが売れない時代になると、非常に足腰が弱い。ギアで角のある商品を開発していくのと同時に、もう少し、周辺のアパレル、周辺商品を強化したい。あと、海外。なかでもとくに韓国、中国、台湾などの東アジアを中心に海外の売上を伸ばす。ゴルフに関してはこの2本柱で回復させたい。

—— この不景気とデフレ時代に秘策はありますか。

大隅 いい商品を開発するのが一番ですが、開発サイクルは1年くらいかかります。昨年シャツというフェアウェイウッドのシリーズを出し、比較的好評なので、シャツシリーズを伸ばしていこうと思っています。大きき的には、デカ・ヘッド

で構えると400CCのドライバー

とはほぼ同じ。これまで、ドライバーはどんどん大きくなっていったんですが、フェアウェイウッドは小さいままだった。そこに革命を仕掛けたところ、ユーザーが反応し始めました。今度はアイアンでも革命を起こすような提案をしようというのが商品面での提案です。国内の市場は競争が激しくて難しいのですが、韓国、中国では「マジエステイ」は大変引きがあります。値段は国内ブランドは今も昔も変わりなく、超高級品はドライバーでだいたい20万円くらい。8〜10万円くらいのところは一般的です。最近5、6万で外ブラの安い商品も出てきていますが、我々もあえてその波に乗らないようにしています。

—— 安くていいものはない。5000円のクラブで飛んだって嬉しくないですよ。やはり技術ブランドとクラブですよ。

大隅 クラブは嗜好品で自分へのご褒美です。「飛ぶ」という機能はもちろん追求していますが、外装も含め、ステイタスも大切です。こだわりを持つものづくりをしています。超高級分野をきっちり継続して



大隅宏昭氏

1957年岩手県生まれ。1981年茨城大学金属工業学科卒、同年都南金属工業(株)入社、1993年マルマンゴルフ(株)入社、1997年同社台湾支店長、1999年同社生産本部長。2001年マルマンコーポレーションと合併後のマルマンゴルフ(株)に入社。2002年同社代表取締役社長、2006年同社代表取締役会長、2007年同社代表取締役社長

いこうと思っています。

——ゴルフ分野でのスーパードライを作るべきです。そして、次のスーパードライを超える商品を出していけないと王者にはなりません。

大隅 虎視眈々と狙ってはいけません。常に先頭を走らなければいけません。

大隅 創業者の片山豊さんの時代から、トップランナーのDNAがありますから、我々もそれを引き継いで、ものづくりをやっていきたくと思っています。

——2016年、ゴルフがオリンピックに採用されて、業界の雄としての意見はいかがでしょう。

大隅 オリピックに採用されるというのは、モチベーションが上がり、新規ゴルファー参入が少ない今

の時代、こんなチャンスはないと思

っています。我々が今仕掛けているのが、地方のテレビ局とタイアップしてのジュニア育成です。道具はメーカーが提供し、なんとか盛り上げていこうとしています。今すぐというよりは、若い人たちを一つの目標として、2016年、2020年を

ターゲットにやっていきたい。トッププロを目指すアスリートの育成ではなく、底辺です。このあいだ北茨城の常陸太田にゴルフ場を一つ買ったんですが、ジュニア料金を設定し、ジュニアは1050円でいつでもできます。

——ジュニアの層のクラブ販売はまだ数字はでないんですか。

大隅 当社ではジュニア向けクラブはおもちゃみたいなのを一回作

ったことはありませんが、今は出していません。今、徐々に外ブラ中心に整備されていますね。国内メーカーではブリヂストンなどが作っています。

——団塊の世代がおじいちゃんですから。遼くんみたいなのが出る

と、ゴルフクラブをプレゼントしたくなります。

大隅 体育の授業でゴルフを取り入れるなどの働きかけもあります。

まずは、きちんとした場所でジュニアがまずはゴルフに親しむベースづくりを進めていきたいと思っています。

——ゴルフの近未来はどうでしょう。

大隅 近い未来には市場があまり

す。女子だけでなく、男子プロの若手が出てきましたから、将来も明るい。

——今年から来年にかけて御社の最大の山場でしょう。マスターズで石川遼か池田勇太がチャンピオンになるでしょう。そのときに商品を開発してもだめです。今のうちに、ジュニアの商品も開発しておくことです。

大隅 石川遼も池田勇太も小さい頃から親父がコーチだったり、いい環境できたわけです。個人個人の素質はありますが、これから、そういう意味ではいいプロが出てくるんじゃないでしょうか。

——最後に女性ゴルファーの現状と将来性はいかがですか。

大隅 平日の女性ゴルファーは増えています。ゴルフ人口自体は横ばいですが、女性はやや増加しています。パーセータージでいえば数パーセントしか変わっていませんが、若い女性が増えているので、いろいろなおしゃれな商品が展開されてきています。女性ものは女性チームを作っています。敷居を低くして、いろいろな機会にアピールしていければと思います。