



株式会社ファンケル
横浜市中区山下町 89-1 〒231-8528
TEL : 045-226-1230
FAX: 045-226-1202

2015-3

2015年8月4日

『ファンケルネットワークニュース』は、ファンケルグループ内の旬な話題をお届けするニュースレターです。

シニアの元気、満開！

～PGAシニアツアー「ファンケル クラシック」15回へ突入～



「シニアの元気が日本の元気！！」をスローガンに15年。「ファンケル クラシック」は、日本を代表するシニアツアーとしてゴルフファンの中に定着しています。今年も8月21日～23日に裾野カントリー倶楽部で開催される「真夏の祭典」。節目の大会を目前に控え、その意義と魅力を改めてご紹介します。

現在では、同時期に開催される女子レギュラーツアーの観客動員数をも大きく上回る人気大会*となったファンケルクラシック。しかし、ここに至る道のりは決して平坦ではありませんでした。第1回大会の入場者数はわずか2,219人。応援に駆け付けた関係者は、ことさら大きな声と拍手で会場を盛り上げようと努めたそうです。その後、入場者数は増え続けたものの、3,000人を超えることはありませんでした。

潮目が変わり始めたのは2005年の第5回大会。大会名から「シニア」の文字が消えたこの年から中嶋常幸プロが参戦、従業員によるギャラリーサービスも活発化して、入場者数は前年の6割増を記録しました。以降、グループを挙げた多彩なギャラリーへのサービスやPR活動も奏功し、第8回大会は悲願の1万人を突破。翌年の第9回大会では国内シニアツアーの入場者数最多記録(1万9,174人)を樹立、翌年は2万人を超え、さらに第12回大会(2012年)には2万3,802人と最多記録を更新し続けました。

特筆すべきは、リーマンショック後の不況時にも入場者数を伸ばし続けたこと。ファンケルクラシックの活気に呼応するように、シニアツアー全体も復調軌道に乗りました(詳細次頁)。大会会長でファンケル代表取締役会長、グループCEOの池森賢二は、つねに「シニアツアー全体の活性化のためにも、本大会の認知を高めたい」と語っています。シニアプロの活躍はファンケルが事業で提唱する「グッドエイジング」そのもの。シニア層に向けた独自性の高い製品とサービスの提供は、ファンケルの重要なミッションでもあります。シニア世代へのリスペクトを忘れず「さらに輝き続けてほしい」と願うファンケルにとって、ファンケルクラシックは企業姿勢を象徴するイベントなのです。

* 昨年の「ファンケル クラシック」入場者数は2万1,286人。同時期に箱根・仙石原で開催された「CATレディース」の1万2,177人を大きく凌いでいます。

【写真】 昨年の「ファンケル クラシック」最終日、裾野カントリー倶楽部18番ホールのグリーンを見守るギャラリーの様子。スタンドのまわりにもたくさんのギャラリーの姿が。スタンド、クラブハウスの奥には富士山も。

シニアツアーの人気復活！？

若手の人気プロを輩出する女子ツアーと比較して、男子のレギュラーツアーは停滞気味。一方、着実な盛り上がりを見せているのがシニアツアーです。今年のシニアツアーの試合数は昨年より2試合増えて13試合。これは1994年以来、21年ぶりとなる試合数で、賞金総額も4年連続で増加しています。

最盛期には年間20数試合を数えたシニアツアーですが、バブル崩壊後は年間の試合数ひと桁の時代が長く続きました。1999年には3試合にまで落ち込み、「消滅の危機」が囁かれたことも。そんなシニアツアーに明るい兆しが見え始めたのは試合数がふた桁に回復した2010年。2013年は12試合に増え、昨年の11試合を経て今年に至ります。シニアツアーを運営する日本プロゴルフ協会(以下、PGA)の倉本昌弘会長(選手兼任)は、少なくとも年間15試合ほどに復活させたいと語っています。現在、日本のゴルフ人口のボリュームゾーンは60代以上。シニアツアーへの関心が高まるゆえんです。

【ファンケルクラシックの前身】

シニアの試合数が最も減った1999年は、ファンケルが初めて冠大会を主催した年。大京オープンを引き継ぎ、『ファンケル沖縄オープン』を開催しました。同大会は12月開催のレギュラーツアーですが、いわばファンケルクラシックの前身。全国で初めてパイロットショップをオープンした沖縄への感謝の気持ちが、スポンサーを務めた大きな動機でした。



シニアツアーの魅力

シニアツアー人気の理由はさまざまですが、なんといっても日本のゴルフ黄金時代を支えたトッププロたちが熱戦を繰り広げることでしょう。青木功、中嶋常幸、室田淳、倉本昌弘などゴルフ界の「レジェンドプロ」たちに、田村尚之、崎山武志などの「若手プロ」が挑む構図はシニアツアーならではの、もちろん経験に裏打ちされた多彩なアプローチ、年齢を感じさせないパワフルなショットからも目が離せません。

また、ファンと選手との距離の近さもシニアツアーの醍醐味。熱戦の合間にはユーモアに満ちたコメントを披露し、ギャラリーと気さくに会話する姿もあちらこちらで見られます。

【雨中のサプライズ】

入場者数が初めて1万人を超えた第8回大会(2008年)、シニアプロたちのホスピタリティを象徴する出来事がありました。急な豪雨で再三の中断を余儀なくされた最終日、中嶋常幸プロや尾崎健夫プロの発案により急きょサイン会が行われました。これには雨宿り中のファンも大喜び。選手の人間的魅力を文字通り肌で感じた、うれしいサプライズでした。



《「ファンケル クラシック」年表》

	開催年	ギャラリー数	
1	2001	2,219	大会名は「ファンケルシニアクラシック」。初代チャンピオンは高橋勝成プロ。
2	2002	2,552	高橋勝成プロが連覇。3年連続のシニア賞金王に。
3	2003	2,770	高橋勝成プロが三連覇。現在も不滅の大記録に、今大会、羽川豊プロが挑戦します。
4	2004	2,854	横浜―裾野カンツリー / 従業員応援バスツアー開始。優勝は横島由一プロ。
5	2005	4,515	大会名が「ファンケルクラシック」に。中嶋常幸プロ参戦。優勝は三好隆プロ。
6	2006	5,945	自然エネルギー(風力発電)による大会運営。室田淳プロ初優勝。
7	2007	9,619	ファンケルクラシック基金創設。室田淳プロ二連覇。
8	2008	12,168	大雨による中断中、参加選手の発案でサイン会を実施。優勝は尾崎健夫プロ。
9	2009	19,174	国内シニアツアーの最多動員記録達成。尾崎健夫プロが二連覇。
10	2010	22,135	ギャラリー数、初の2万人突破! 高見和宏プロ初優勝。
11	2011	20,694	東日本大震災の復興支援チャリティ大会として開催。募金やオークションで集まった金額は、すべて被災された方々の生活支援に役立てられました。優勝は金鐘徳プロ。
12	2012	23,802	国内シニアツアーの最多動員記録を再々更新。優勝は高見和宏プロ。「グランドシニア賞」を新設。
13	2013	23,008	お客様視点に立って質の向上に努めた大会。羽川豊プロが35位タイから大会レコードの62で逆転の初優勝。
14	2014	21,286	大会3日目の最終日には、1日のギャラリー数として過去最多となる9,667名が来場。羽川豊プロ二連覇。

ファンケルグループ一丸で盛り上げる大会

シニアツアーの魅力を発信し続けることもファンケルの使命です。大会会長を務める池森賢二（ファンケルグループCEO）は、自らマスコミ各社を精力的に訪問。新聞紙上で出場プロと対談を行うなど多くの機会をとらえて大会の意義や楽しさをアピールしています。グループ従業員によるプロジェクトチームも事前PRに奔走。裾野近隣の自治体や公共施設、さらにTVやFM局などのメディアやSNSを通じた幅広い呼びかけを通じて、大会の浸透に実績を重ねました。もちろん事前準備もグループ従業員の手で。各地の店舗スタッフはご当地出身の出場プロへ手づくりの応援メッセージを贈るなど、物心両面の支援体制を整えています。

会場の運営にあたるのもグループ各社の従業員。設営に始まりお客様のお出迎えからご案内、ドリンクサービスや洗顔クリーム泡立て&スキンケア体験や、血管チェックができる健康カウンセリング、お子様向けのイベントなど多彩なおもてなしに全力投球しています。さらにゴミの収集・分別から撤収に至る多様なお客様へのおもてなしに汗を流す従業員たち。共通するのは、「お客様への感謝」と「ファンケルクラシックを心から満喫していただきたい」との思いです。

こうした姿勢は、選手やギャラリーの皆さんにも伝わっています。シニアツアーを運営するPGAの倉本昌弘会長は、7月13日の記者発表会で「従業員の皆さんの熱意を選手たちが感じるからこそ素晴らしいプレーができる。ギャラリーの皆さんも来てよかったと思えるのでしよう」と語っています。「不の解消」という理念に裏付けられた従業員の献身、そして会場の随所に配された多様なサービスと製品。ファンケル従業員と大会関係者、選手とギャラリーの皆さんがひとつになって盛り上げる大会は、ファンケルの事業と企業姿勢を多くの人々に理解していただく場でもあるのです。



家族で楽しめるゴルフツアー

ファンケルクラシックが開催されるのは夏休みの時期。「ご家族で楽しんでいただく」ことも大会のテーマのひとつです。お子様には緑日の遊びを模した子ども広場、パターゴルフ、お母様には洗顔クリームやスキンケアのご体験など、普段ゴルフをしない方でも夏の日を満喫していただけるよう配慮しています。ゴルフ好きのお父様の注目はプロ愛用の品々をゲットできるチャリティオークション。恒例のお土産は、タオルなど会場でのお役立ちグッズと後日お届けするファンケル製品の2段階。お好みの製品を選べ、しかも会場では身軽に動いていただける心配りが好評です。



変わり続ける理由

ファンケルクラシック基金の設立、数々のチャリティイベント、自然エネルギーやカーボンオフセットの導入など、ファンケルクラシックはつねに新機軸を打ち出してきました。10年、20年先も変わらず理想のシニアツアーであるために、変わり続けることもファンケルクラシックの真骨頂です。

シニアプロの活躍の場を広げ、その姿を見るシニア層を勇気づけ、そして日本の元気につなげたいとの願いを込めて始まったファンケルクラシック。日本の景気回復が本格化しつつある今、ファンケルの思いは着実に実を結んでいます。今年もトッププロたちによる熱い闘いと、グループを挙げたおもてなしが彩る裾野の夏。最高のステージを、ぜひ実感してください。

出場プロが語るファンケルクラシックの魅力 (7月13日の記者発表会から)

「従業員の皆さんや池森会長がシニアツアーを応援してくれるから、私たちも気持ちよくプレーができる。毎年、私のふるさと群馬の店舗の皆さんから応援メッセージが届きます。ここまで選手に気を使ってくれる大会は他にありませんよ」(室田淳プロ)

「毎年、池森会長やスタッフの方々からエネルギーをいただき、ギャラリーの皆さんから笑顔をいただいています。今度は僕たちが皆さんにお返しする番です」(水巻善典プロ)

「シニア入りした1年目にこの大会で優勝。私にとってファンケルクラシック抜きにゴルフを語ることはできませんね」(高見和宏プロ)

「あれだけギャラリーが多いと、よい意味での緊張感が持続します。シニアの選手はみな営業マンのつもりでシニアツアーを盛り上げたいと真剣に考えています。私も三連覇で話題づくりをしたいですね」(羽川豊プロ)

「シニアツアーで一番勝ちたい試合です。毎年そんな気持ちでいるのですが……チャリティオークションで活躍するだけでなく(笑)上位に食い込んで羽川さんの三連覇を阻止できれば、と」(芹澤信雄プロ)

「シニアの元気が日本の元気というスローガンにパワーをもらっています。年齢を重ねるごとにスタッフの皆さんの声援に気持ちが奮い立つんです。その期待に応える気持ちが15年間皆勤賞の源でしょうね」(三好隆プロ)

「過去、ファンケルクラシックで優勝せずに、シニア賞金王になったのは3人だけ。その1人が私です(笑)。なので、今年はなんとか勝ちたいと思っています」(倉本昌弘プロ:PGA会長)



大会会長の池森(左から四人目)を囲み健闘を誓う選手たち

ファンケルならではの「グランドシニア賞」

第1回から連続出場 of 三好隆プロは、「この年齢で優勝はおこがましいので(笑)グランドシニア賞を狙いたい」とも語っています。同賞は60歳以上の最上位選手に贈られるもので、シニア選手を盛り上げるファンケルならではのタイトル。賞金は300万円。昨年は高橋勝成プロ(当時64)が獲得しています。ちなみに今年60歳を迎えた室田淳選手も虎視眈々と狙うグランドシニア賞。優勝とのダブル受賞が実現するかもしれません。



数字で見る
FANCL

約500人 …ファンケルクラシックに参加する従業員ボランティアの人数

毎年、大会会場にはグループ各社の各部署、工場、店舗などから延べで500人規模の従業員が集まり、会場の設営から大会当日のおもてなし、お見送りから撤収、後片付けまで運営にかかわるほとんどすべてのタスクに携わっています。従業員にとって、ファンケルクラシックはファンケル流のホスピタリティを実践する場所であるとともに、グループの一体感を実感する機会。日常業務では接することのない「仲間」たちと汗を流し、会話することによって新たな「気づき」や「ネットワーク」を得ることも少なくありません。日常業務でお客様とふれあうことの少ない研究スタッフや本社スタッフにとっては、直にお客様の声とふれあうことのできる貴重な機会にもなっています。



本件に関する報道関係者様からのお問合せ先
株式会社ファンケル 社長室 広報グループ
TEL:045-226-1230 FAX:045-226-1202