

TSI内1位の  
「パーリーゲイツ」率いる

17年にブランドの責任者となり、特に重要視してきたのは、プロパアの直営店と卸売り、EC、アウトレット店という4販路の役割を明確化し、お客様を裏切らないようにしてきたことです。以前はプロパア店で3月に投入したものが6月にアウトレット店に回っていたり、オンラインサイトでパーゲンにかかっていたりして、プロパアで購入したお客様がっかりさせるようなことが頻発していました。これを正し、プロパアの直営店ではパーゲンをせず、卸先サイトでのパーゲンにも規制をかけ、アウトレット店に流す商品は発売から1年経ったものと決め、メリハリをつけていきました。

前期(23年2月期)、ブランド売上高で全社1位となりましたが、国内売り上げでは正直天井のような気もします。無理に数字を作ろうとするなら、極端に抑制している卸先のドア数を広げたり、パーゲンを乱発したりすればできるでしょう。しかし、それをしてしまうと5年後にブラ

## 女性に優しいゴルフ場を

ンドは衰退します。そのため今後の成長には、海外市場の開拓が欠かせないと考えます。

ゴルフ人気を定着させるには、やはりスーパースターの登場が不可欠でしょう。現在バッティングセンターがにぎわっているようですが、これは明らかにWBC効果。大谷翔平選手など同大会ではスター選手が何人も登場し、競技人口の増加に大きく寄与したはず。

ゴルフも野球のように定期的にスターが登場する業界であるべきだし、スターが育ちやすい環境となるべきでしょう。



岡田浩治さん

パーリーゲイツ  
の23年夏コレクション

女性に配慮したゴルフ場がもっと増えてほしいですね。クラブハウスが奇麗でも、コースに出ると手入れが行き届いてない施設が目につきます。レストランの料理がおいしく、パウダールームを完備し、気の利いたアメニティーがあるなど、女性が快適に過ごすためのポイントは多岐にわたります。それらを押さえたゴルフ場がもっと増えることを願っています。

(TSIウェルネス&ライフスタイルディビジョン第一事業部パーリーゲイツセクション長)