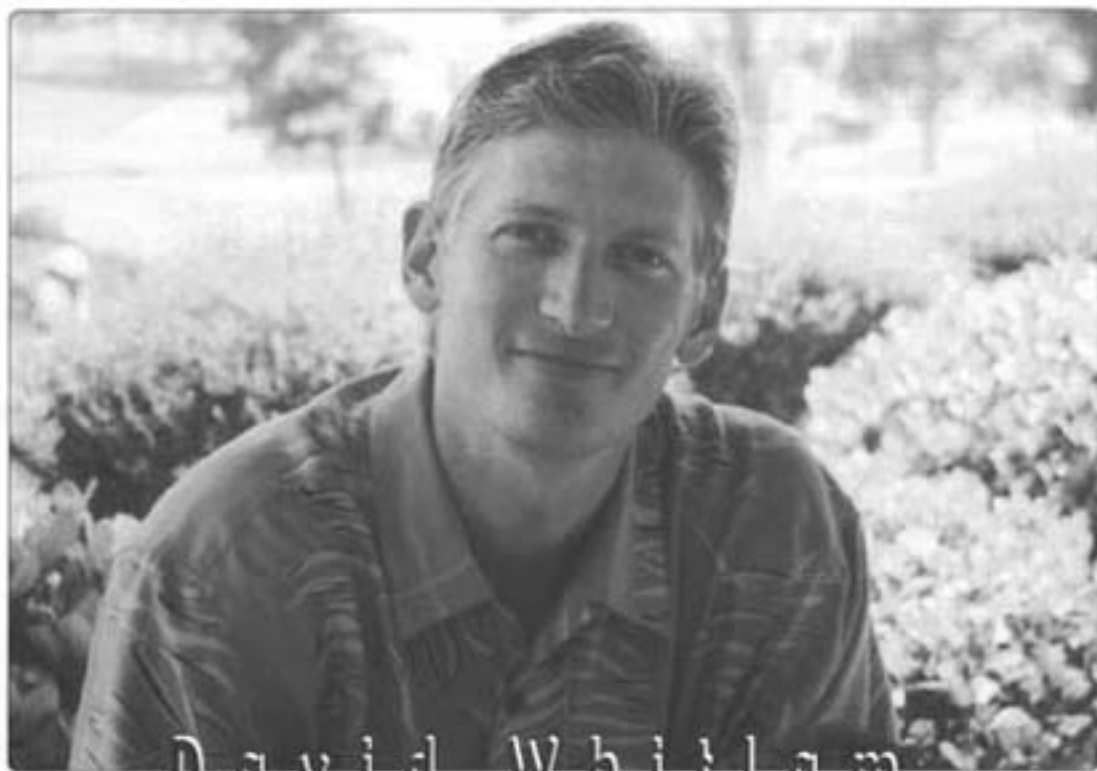


◆ TEE UP PRESENTS ◆

FAIRWAY TALK



David Whittlam

デビット・ウィットラム

ゴルフ業界に君臨15年。

クラブメーカーのクラブテスターを経て、

ゴルフ関連ビジネスを手掛ける。

2000年日本のワールドブランドと提携し、ゲージデザインバターの制作を始める。

現在、片山晋典プロがバターを使用し人気を得て、

日本のプロやトップアマからの支持も多い。

David Whittlam

出身はカナダですが、大学はどちらで？

1985年に、サンディエゴのゴルフアカデミーに入るためにカナダから来ました。同年にその学校を終了して、再びカナダの大学に戻ってアカウンティングのディグリーをとりました。1989年から再びサンディエゴに住んでいます。

カナダでは何かスポーツをしていましたか？

もちろんアイスホッケー。今もまだやっています。サンディエゴにあるゴルフ会社がアイスホッケーのチームをスポンサーしていて、私のチームはアイスホッケーをするには、ちょっと平均年齢が高く、全員30歳以上で「オールドタイムス」(笑)って言います。ホッケープレイヤーはゴルフが上手なんですよ。逆は考えられませんか？

子供の頃の夢は？

始めは弁護士になりたいと思っていましたが、次に歯医者になって、その次に映画の「ウォールストリート」に感動して、ビジネスを専攻することに決めました。

ゴルフはいつから始めたのですか？

8歳の時です。ハンディはもちろん8(笑)。実際、一番ローハンディだったのは学生の時の6ですかね。今はもちろんコースによりますが、72から85の間くらいでプレーしています。ここ10年85以上は叩いていないと思います。そ

して、15歳の時からゴルフショップで働いていて、学校を卒業してからはずっとゴルフ関係の会社に勤めています。



一番得意なのはやっぱりバター？

いやあ、それがドライバー。最近、キャスコに変えましたが、すごくいいクラブですね。アイアンはDCIで10年くらい使っています。

学校を出てからどんなゴルフ会社に勤めたのですか？

短期間でしたがテラーメードのツアー部門で働きました。でも営業に興味があったので、プロップゴルフに再就職し営業職を3年くらいしました。会社がジゴに買われた時、ある日本人がプロップゴルフのバターを日本に輸出していて、彼のもとで働き始めました。95年秋から2000年までオテッセイとかアダムス、ネバコンなどを日本に輸出していましたね。その頃ですね。オテッセイはトミアーマー、キャロウェイに買われ、オテッセイの販売権を無くなくなってしまったし、アダムスはもう人気が無かったし、それで自社のラインを作ることにしたわけです。それがゲージアザイン誕生のきっかけです。

自分でデザインしたバターを売り始めたのですか？

いいえ、自分でデザインしたというわけではなく、ピンのカーステン・ソルハイムがしたデザインをコピーして、それを今風に改良しました。何千ドルもするバターにしる。スコッティ・キャメロンやベティナルティも、みんなピン



DAVID WHITLAM PROFILE

David Whitlam

出身地：Edmonton, Canada

生年月日：1957年5月16日

ゴルフ歴：8歳から

現職：Gauge Design President 2000年から

のコピーですから、結局究極のバターデザインはピンなんですわね。

まず、日本市場に目を向けたわけですか。

そうです。日本はとても大事なスタートポイントでした。アメリカ市場のみでクラブメーカーとしてやっていくには、莫大な費用が必要になります。最初に日本で市場を得たことが、今の成功に繋がったのではないかと考えています。でも、期待した予測とは少し反していました。1本約54000円のバターだから、日本の会社は時間をかけて市場に浸透させたという感じですね。アメリカの会社だったらもっと早く進めたんでしょけど。

ゲージデザインにとって、デザイン上で一番重要なポイントは何ですか？

ソールのインサートとネック部分に特徴を施したインサートバターであるということです。この点は、コピーでもなんでもなく、我々独自で特許をとったシステムです。他のメーカーのバターにはみんな「フェースインサート」が施されていますが、単に嵌せておけば熱で曲がったりするんですね。当製品の特徴は「ソールインサート」の1点につきまます。それぞれメーカーの特徴がなくなっているなか、これだけは、我々の武器と言えます。

ところで、最近プロはメーカーから契約金をもらっているんな

バターを使っていますが、このシステムについてはどう思われていますか。

当社のツアーレップがあるプロに年間800ドルくらいでバターを使わないかと話してみたそうです。しかし、キャロウェイは週の3000ドルに5万ドルの優勝ボーナスをつけるのですが、どうやってそれだけの資本力と競争するかと。うことですよ。当社はまだ大きくないのでそこまでの契約金を用意することはできませんから。だから他のメーカーと絶対に違うバターを持っていかねばいけません。

年間50万ドルも稼いでいるツアープロがお金のためにバターを決めるなんていうのも、ちょっと信じられませんか。ネバーコンプロマイズのバターはLPGAとシニアのプロの間ではたくさん使われていますが、アマチュアが使っているのを見たことがありませんから。かといって今の時代、品質だけで勝負するのは至難の業です。日本でもそうですか？

同じでしょうね。メーカーからプロへの使用契約金はたくさん流れているはず。特にテーラーメイド。でもアマチュアの間ではあまり使われていませんから、実態ゴルフショップにたくさん在庫があるんです。スコッティー・キャメロンは、大量生産して一気に販売して、今は少し行き詰まっていますね。当社に関しては、そのようなやり方ではなく、年間の生産本数を少なくして、残らず売るという方法で競争していきたいです。

他のデザイナーから影響を受けたことはありますか。

やはり、バターのデザインということに関してはピンですね。でも、バターをカッコよく見せることに長けているのはキャメロンだと思っています。彼のブレードバターにはそれほど感心しなかったのですが、形のいいバターを作っていると思います。彼は年間125000本もバターを売るため、そんなに時間をかけて作ることはできないでしょう。スコッティー・キャメロンの登場で「ハイエンドのバター」という新しい分野が開けた点については、特に評価しています。



両社プロとバター設計

David Whitlam

アメリカのプロと日本のプロのバターに対する感覚の差はありますか。

日本人は比較的、重いバターが好きですね。不思議とシャフトの重さが140から150グラムもあるものを好みます。アメリカ人はちょっと突に入れば、すぐ使います。

日本のプロは選り好みが多いのですかね？

そうですね。注文は大変多いけど、それに合ったデザインをすれば必ず売れるので、日本のプロの方が売りやすいかもしれません。

片山善典プロとどうやってコンタクトをとったのですか。

私の同級生が片山選手がサンティエゴにいた時代の友人だったんです。マスターズの時に、ゴルフを拝見しました。ストロングヒッターという印象は受けませんでした。が大変いいプレーをしますね。

バター以外にも商品を作っていますか。

ウェッジを作っています。でも、販売はまだ日本だけです。当社は、プロ好みのクラブを常に目指しています。プロゴルファーから意見をたくさん聞いてそれに従ってデザインしたバターやウェッジを作りたいですね。

日本のゴルフ雑誌でもよく取り上げられていますが、そのことについてはいかがですか。

日本の雑誌はプロダクトをととても良く評価テストしていると思います。アメリカの雑誌はそれほど正しくテストしませんね。ゴルフウィークのテストも日本の雑誌ほど詳細にはしません。それに、製品の比較をあまりしません。また、日本製のドライバーで本当にいいなと思う製品は、とてもたくさんありますが、アメリカのメーカーは本当に上等だ

なと思う製品はあまり作られていません。残念なのは、日本の素晴らしい製品がアメリカであまり販売されていないことです。日米の品質の差は、大きくあると思います。

今後の展開をお聞かせ下さい。

まず、今年の12月までにPGAツアーのメジャープロとの契約をとる予定です。また、重とお伝えできませんが…。

それから、もっとユニークで質のいいクラブを作って、来年の5月くらいまでにアメリカでの売り上げを倍にしたいと思っています。

最後に、バターを選びのコツを教えてください。

ほとんどのプロはフィーリングでバターを決めます。やっぱり、「感じ方が良い」ものが、一番合っているのではないのでしょうか。あとは、見た目が入れば、すぐですね。理屈より、フィーリングが大切です。良く考えると、我々は1ラウンドに約14回しか使わないドライバーに大金を使うよりも、プロだったら19から25回、アマなら約40回くらいは使うバターに少し投資した方がいいかもしれません。その分本当に自分に合ったバターを探さなくてはいいけません。

今日はどうもありがとうございました。

物静かで丁寧にインタビューに答えてくれたデビット。バター作りにおいてもその性格が反映され、きめが細かく仕上がりが大変良い。ナイスガイのデビット・ウイットラム。日米をまたに架けた野心ある若きデザイナーの今後の活躍に注目したい。

