

第 36 号

平成18年4月20日発行

REPORT

JAPAN SPORTING GOODS RETAILER

編集：日本スポーツ用品協同組合連合会

日本スポーツ用品協同組合連合会

発行：日本スポーツ用品協同組合連合会

〈2005/8~2006/7のスローガン〉  
勝ち残ろう「個性」と「思いやり」の地域専門店

「教育基本法」改正案の表現を与党で合意

## 自分の国を愛する事の表現が 何故そんなに難しいの？



JSR 理事長 辻本昌孝

自民と公明両党は4月13日、「愛国心」の表記について「伝統と文化を尊重し、それらをはぐくんできた我が国と郷土を愛すると共に、他国を尊重し国際社会の平和と発展に寄与する態度を養う」ということで合意しました。

愛国心の表記をめぐるのは、自民党が「国を愛する心」を主張。公明党は戦前の国家主義を想起させるとして、「国を大切に作る心」と主張し、対立していたそうです。

1947年の制定以来初の法改正が動きだし、「個人の尊厳」を基本理念とした戦後教育は大きな転機を迎えることになるようです。

教育の現場では「事実上の愛国心の強制」、「どう教えたらいいのか？」などと教員からは戸惑いと不安の声が出ていると新聞は報じています。

オリンピック、ワールドカップ、WBCを初めとするスポーツ競技は選手にしても、応援する人にしても自然に国を愛し、日の丸の旗を振って応援し、日の丸の旗にくるまれて、日本人である喜びを表現しております。荒川静香が金メダルで国旗掲揚のとき、彼女自身が「君が代」を口ずさんでいたのも印象的でした。これが、スポーツマンの普通の姿だと思います。スポーツは良い意味での国家主義を体感させる素晴らしいもので、学校はもっとスポーツを振興すべきものと思います。

WBCは私達に大変なものを与えてくれました。サッカーにおされて「野球離れ」が言われておりましたが、一生懸命の素晴らしい選手の活躍の試合を見る事は、見る者に感動を与え野球自体が見直されたと共に、WBCでは、応援した日本人は日本人であることをうれしく思ったとか、日本人であってよ

かったとかいう言葉が聞かれました。

また、イチローは、WBCが、日の丸を背負って最初の野球の試合ということ、何回も言っていました。これは、イチローはアメリカの地で、マリナーズのイチローで頑張ってきたけれど、彼の気持ちは精神的には日本を背負ってやってきたのだと思います。しかし、本当の意味で日本代表としてプレーするのはWBCが初めてだったので、いつもはクールなイチローが、あそこまで闘争心をむき出しにし、勝利への執念を見せ、決勝までゆき、優勝できたのではないのでしょうか。

その結果、野球の面白さを再認識させると共に、日本人である事に、自信を持たせてくれました。

平成10年7月のJSRレポート第6号に「ゆとり」教育のことを書きました。「総合学習」とは「体験学習」であり、「覚えさせない」、「字を使わない」学習だそうです。

学校で体育の時間が減ってきているようですが、小、中学校でも体育の時間をもっと増やして頂きたい。子供たちが体育をする事が「ゆとり」のみならず「生きる力」をも育むことが出来るのではないで

JSRのホームページがスタート致しました。

JSRのホームページのアドレスは

<http://www.jsr-jp.com> です。開いてみてください。まだ、内容は充実しておりませんが、JSRレポートは **機関紙** をクリックしてください。

創刊号から、第34号までは、見て頂けます。

JSR・IT委員長 門田 忠尚

しょうか！

各体育大学では小、中学校の教員になりたくて、体育の先生になりたくて、入学したのに、小・中学校で先生になる門は狭く、学校では体育の実技を教えられない高齢の先生が文科省公認のビデオを見せて、体育の授業をしているそうではありませんか！話になりません。若い体操の先生を各小・中学校へ送り込んで頂きたい。そして、スポーツ振興することが、健康で挨拶をしっかりと出来る子供たちが育ち、地域を愛し、国を愛する子供が育つと期待したいです。

## 第13回 全国理事長会議 開催

期日：平成18年2月21日（火）

会場：お台場・TFTビル908会議室

2月に全国理事長会議がお台場で開催されました。内容はその時の状況により、色々ありますが、今回は、J S Rが現在展開しております事業について説明し、よりご理解いただくことを目的に開催いたしました。

今回は担当委員長さんから事業の説明を主眼におき、その後、ブロックからの報告と質疑、各都道府県からの報告と質疑が行いました。

小関交流委員長からは、

- ①アイドリングストップステッカーの件、
- ②取引正常化問題の懇談会、
- ③大型店問題について

清水事業委員長からは、

- ①ラインパウダー「無害くん」の契約とチラシの件
- ②「体育の日」の
  - a. 「健康と共にボールを贈ろう」について、
  - b. 児童養護施設へボール進呈の件
- ③新デザインのショッピングバッグの件

竹原活性化委員長からは

- ①「体育の日」の写真コンテストの件、
- ②組合員章の作成の件、
- ③会員増強の件

門田IT委員長からは

- ①ホームページ開設の件
- ②J S R-POSの普及の件

つづいて、各ブロックからの報告と、各都道府県からの質疑がありました。

最後に、安部顧問が顧問総評として次のようにまとめてくださいました。

大型店との闘いは、その対抗策として、当然今まで予想された事であるが、「価格を売るのか？」、「機能を売るのか？」が想定される。大型店は当然「価格」を売ってくる。

我々は「機能」を売るべきである。しかし、危惧される所は最近の専門店が職人的技を持っていないくて、平均値しか持っていない自分のことを反省し、大型店との差別化を明確にすべきである。

更に消費者の求めているものを把握し、「価格」は大型店に左右される事なく、自分で決めるような対策を考えるべきである。

また、「物造り」は協同組合の本質だから、今メーカーと力を合わせてJ S Rブランドを作ってはいかがかと、提案された。

谷顧問からは、以前は大型店問題は一部の地域の問題でしかなかったのが、今は全国に普及し、全国共通の問題になった。大型店に対抗できるように各組合が力を持たなければならない。と発言があった。

## 阪神・金本知憲選手おめでとう！



金本選手は記録達成の後、第一声に「自分を丈夫に生んでくれたお父さんとお母さんに感謝します。そして、神様に感謝します。」と言いました。

金本選手が4月9日の横浜戦で904試合連続全インニング出場を達成し、大リーグ記録とされるカル・リプケン氏の記録を超えたときのことだ。

最大のピンチは、2004年7月に左手首を骨折した時、岡田監督は何も聞かずに先発で使ってくれて、意気に感じた、といっている。

休まない秘訣は？との問いに、「仕事に対する責任感だと思う。」と応えている。

更なる記録に向けて、健闘をお祈りします。

## 私事ですが！

私が組合の理事長に就任致しましてから、あっという間の10年でした。J S Rレポートも創刊以来、今回で36号になりました。1年に4回で、36号÷4=9年ということですが、発刊まで少し準備期間がありましたので、私の理事長就任以来10年ということになりました。

当時は、「全運小連」の宮崎大会で1996年2月理事長に選任され、1959年に設立された「全運小連」を1999年9月13日に、閉鎖の為の総会を行い、続いて「J S R」として法人化して創立総会を行う事が出来ました。いろいろありましたが、10年経過して、一つの区切りの時がきたように思います。

報告者 J S R 辻本昌孝

## 事業委員会



委員 穴戸幸市

2006年WBC野球大会において優勝という快挙を成し遂げた。6月にワールドカップ、サッカードイツ大会。8月に日本でバスケット大会と一見追い風に見えるスポーツ業界、その風をつかむかどうかのJSRの会議が開かれ、合同で取り組めば、より強力になるであろう事業を摺り寄せて検討し、そこにメーカー・卸をも加え万全な形にしようと、3月27日事業委員会と活性化委員会の合同委員会が開催されました。

兵庫県から始まった「体育の日」キャンペーンをJSRで引継ぎ3年目になる今年、そこに活性化委員会が取り組んでいるコンテストをより効果あるものにする為に、各県組合が行った例を検討し、なお一層の強力なステータスがないものか意見の交換を計り、現状で出来るもの、数年先を見据えた計画等を各自持ち寄り検討したのであります。

午後にはメーカー・卸をも含めた意見会を行い、メーカーから見た我々の計画を検討していただき、協力出来る案、出来ない案を素直な目で判断し、意見として述べていただいた。

事業委員会には、この他、ラインパウダー「無害君」、ショッピングバックの販売、国体、総体、全中の連絡協議会とがあり、各事業とも目の離せない問題を数多く含んでおります。

その一つ一つを解決し、軌道に乗せるのは何もJSRの委員だけでは出来るものではありません。各ブロックに持ち帰り検討し、それをまた各県で練って、揉んで消化してこそ効果が現れ、業界の発展に結びつくように思われます。しかし、各ブロックにおいて、その温度差はさまざまで、各県においては驚くほど差が出ているのが現状です。それには、それなりの理由はあると思いますが、共通して云える事は、この状況の打開策ではないでしょうか？ だから今、一人一人が、各県が、各ブロックが心を一にし取り組む良い機会と考えます。9月の山形大会において各部門の成果が声高く弾むよう、皆様のご協力をお願い申し上げます。

## IT委員会



地域総合型スポーツクラブ

委員 澤田基朗

文部科学省よりモデル地域の指定をうけて発足しました。最初は色々手探りで始まりましたが七年を経過しました。

地域の規模は1中学校区(4小学校)で人口は約28,000人です。

現在は会員数も徐々にではありますが増えてきて、1,700名を越えようとしています。

種目数は26種目で皆さんがスポーツを楽しんでいます。7年前は、成年男子ではソフトボールで成年女性にはバレーボールが一番人気でしたが、女性のバレーボールは今ではソフティバレーに人気ナンバーワンの座を奪われています。

小学生や中学生には男子では野球、サッカー、女子ではバレーボールとソフトテニスが人気のようです。今年度は中学生の男子ハンドボールが大健闘をしています。

当クラブの成人(中年すぎ)は男女を問わず新しい種目にはかなり強い興味があるようです。ソフティバレーをはじめミニテニスとかペタンク、グラウンドゴルフ等に人気があるようです。スポーツ教室ではこの新しい種目とエアロビック、ヨガへの人気が高いようです。

今後の課題は活動場所の確保です。小学生は土日と祭日の体育館と運動場です。中学生は通常の学校部活動と同じです。成人はこの学校施設の夜間のみです。これ以上増えると活動場所が不足してきます。

地域コミュニティーセンターで行える種目はコミュニティーセンター(ここは球技が出来ない)で行い、活動場所の拡大を図っています。

18年度の目標はこのセンターで昼間の教室とサークル活動を始めることがひとつの目標ですがエアロビクス、ヨガ、太極拳などで会員の増員を予定しております。

今後はこの地域総合型スポーツクラブが発展するには昼間の成人の参加をどのようにしたら確保できるかが大事だと考えております。

## 活性化委員会



委員長 竹原和彦

「今日は何の日？」と言われる様に、いろんな業界で、最近ゴロ合わせまでして、自分達の業界の日を決めてアピールをする事があります。

そんな中で、我々スポーツ店やスポーツ業界にとってはどうでしょうか...我々は最もスポーツ店に関係深く、スポーツそのものの記念日でもある「体育の日」の存在を忘れてはなりません。

この「体育の日」は東京オリンピックを記念して制定された「国民の祝日」でもありますから、願ってもない“最高の業界の日”ではないかと思えます。

JSRと致しましても、この2年間、“体育の日キャンペーン”を実施して参りましたが、今後、更に発展させた型で、皆様の店頭の「元気づくり」とスポーツ業界の「活性化」をめざしたく存じます。

現在、メーカー・卸の方と共に3種類のコンテストの実施を企画し検討致して居ります。

### (1) 店頭ボール写真コンテスト

(元気の良い店頭写真)

「体育の日に健康と共にボールを贈ろう！キャンペーン」(店頭活性化大賞他)

JSR組合員が自店の店頭写真を応募

### (2) 組合アピール・ハッスル賞

(施設へボールを贈る努力)

「皆んなで感じよう！この気持ち！」

(組合アピール大賞他)

施設へボールを贈る場面やその成果報告。

JSRの各組合が対象

### (3) 種目別、魅力発見写真コンテスト

「お見事！訪問店のこんな陳列！」

(魅力発見大賞他)

(A) 各メーカー・卸の営業担当員の応募

(重複可)

(B) 写真の対象店

これらのコンテストの方法やのぼり旗・ステッカー・ギフト袋の作成等について、メーカー・卸の方との話し合いを進めねばなりません。この「体育の日」のキャンペーンに、力を合わせた行動が出来れば、それぞれの元気づくりと活性化のきっかけになるものと思われまます。3月27日に事業委員会・活性化委員会の合同委員会や、メーカーとの懇談会を開催し、今後この問題を三層で話し合う方向にあります。この「体育の日」問題が共に考え、話し合って業界の活性化をめざすという習慣の誘い水となるよう念願致して居ります。

## 交流委員会



委員長 小関和夫

### (1) 大型店30%off問題

昨年10月にアシックスの和田社長を訪ねご協力をお願いしました。社長は大型店がメーカー品を当て馬にして自社製品を販売するやり方には反対である。長年小売の皆様と育ててきたアシックスのブランドを守るために是々非々の立場で対応して来たとし、今後もこの決意は変わらない。他のメーカーさんも同じ考えであると思う。始めから30%offで販売するのであれば、上代を下げるか、オープンプライスにでもしなければ、消費者の価格への信頼を失うことになるでしょう、と申されておりました。

### (2) スポーツ公取協の報告

宮路専務理事より報告を頂いたので列挙する。

#### 1. 大型店のチラシの具体的な監督と注意

自店平常価格の表示方法

旧商品の価格表示方法

自店平常価格の表記方法(実販価格のみ表記)に誤りはなくても、他の二重価格表示の30%offがあまりにも目立ちすぎるため、総合的に見ると当該自店平常価格も30%offされた価格と誤認されるので注意しました。

#### 2. 新軟式用公認ボールの30%offによる事前受注について。

当該販売店は、30%offは事前受注分だけに限った値引きであり、その後は通常の販売価格に戻すとの事。1回だけのキャンペーン価格をこの事例では否定することは出来ないとの結論。

#### 3. 加工料の表示について

公正競争規約では、加工料のあるものについては単品ごとに加工料を表示する義務があるのでご留意ください。

### (3) 販売促進活動の正常化のための懇談会

2月8日インテックス大阪にて三層の代表20名程で第8回目の懇談会を開催した。

販促活動の正常化

テニス・バドミントン・卓球の流通について

卸・メーカーのパイロットショップについて

「体育の日」の活動を盛り上げよう

懇談会の継続開催により、正常化への意識、行動を高められることを実感し、次回にはもっと多くのメーカー、卸の方に参加してほしいとの要望がありました。



## ショウバイ考 20

### 商売の王道は正売 その2

JSR 顧問

安部 純平

#### 人格をつくる物指

私達は、毎日の生活の中で、つぎつぎと右か左か決断しなければならぬ場面に遭遇します。

人生経験を積み重ねるごとに、余り悩むことなく判断して、大過なくすごしていますので、そんなものだと軽く考えてしまいがちですが、実はこの些細な事柄での判断の一つ、一つが、自分自身の人柄を表しており、他の人から「あの人は、ああいう人だ」という評価を作りあげていくのです。

どんな小さな物事について考える場合でも、人それぞれに、育った環境や、受けた教育、交際した友人や仲間達の影響を通じて、自分自身の判断基準、あるいは物指をもち、行動を起こしているのです。

ある人は“損か得か”という物指で計ります。またある人は“好きか嫌いか”という定規を当てます。

“損か得か”という判断基準で決める人は、大抵の場合、自分にとって“損か得か”を考えます。相手の立場になって“損か得か”を考え、相手の得になるような道を選ぼうと心掛けている人はごく希であると思います。その様な人は、仏様に近い素晴らしい人格の持ち主であると思います。

一般的には自分の得を考えて答を出すのではないのでしょうか。そうすると相手の人にとっては損ということになります。これを重ねていくとその人の評価は、「せこい人」ということに多分なると思います。

せこいとはケチくさいとか、ずるい、料簡がみみっちいという意味であることはご存知の通りであります。

“好きか嫌いか”という物指を常用する人は、他人からみれば、つきあい難い人とか気まぐれな人と評価されたり、公平さに欠ける人と評されます。

また嫌いな事は、答を先送りすることなどよくあって、優柔不断の印象を相手に与えることもあります。

#### お店に繁栄をもたらす物指

個人に価値判断の物指があるように、家族にも家風があり、地域にも気質があり、そして国家にも国民性があります。

もちろん皆さん方のお店にも、社風があります。

社風はどのようにして出来あがったかといえば、皆さんのお店の理念や、社是、社訓を社長さんや幹部の方が繰り返し教育したり、毎朝、みんなで社訓を音読したりして、社内全員の考え方を一つにしようという努力の結果定着するものであります。

全員に浸透した、理念や社是、社訓が、皆さんのお店の判断基準の物指となるわけであります。

私達はスポーツ品を扱っております。

私達が販売するのは、一つ一つ形のある商品であります。私達が本当に販売している効用は、商品をお使いになるお客様の健康であります。

スポーツを楽しみ、身体をつくり、健全な身体に、健全な心を宿らせて、幸せを手にして頂きたいと私達は日夜努力をしているのです。

そんな私達の判断基準は、“損か得か”でもなく、“好きか嫌いか”でもありません。“正しいか正しくないか”という物指しかありません。私達がいま、お売りしようとする商品は、本当にお客様の為になるかを判断することであります。正しいか正しくないかの物指を堅持する限り、皆さんのお店は永きにわたり繁栄すること疑いなしです。何故ならお客様はそんな店を信頼し、応援して下さるからであります。

正売が商売の王道たる所以であります。

# 「体育の日」事業活性化 起こそう！ウェーブ、JSRから



重 森 仁

大型店の攻勢は、毎日に激しさを増しています。その対応には、メーカー、卸そしてわれわれ小規模小売（いわゆる3層）の間に少なからず不協和音が存在し、時には苛立ちさえ感じることがあります。とはいえ、業界全体の活性化の視点に立てば、一致協力することは可能であり、「体育の日」事業こそ、その課題に向き合う格好の材料とも考えられます。JSRを発信源に3層協力のもと「体育の日」事業とりわけ「健康と共にボールを贈ろう」というキャンペーンを強力に推進していけないものかと考えます。

去る3月27日には大阪で、事業委員会・活性化委員会合同委員会が開催され、「体育の日」事業について議論しました。午後からボールメーカーなど4メーカーの担当者の方々と懇談し、好感触を得ました。JSRを起点に3層が協力してこのキャンペーンを具現化することで大きなウェーブを巻き起こせるのではないかと希望を膨らませています。

夢を現実とするには、核となるべきJSR組合員が一致団結して、一枚岩にならなければなりません。それには組合員一人一人の方に周知徹底を計る努力を惜しんではなりません。

そのことを踏まえ、途中経過を報告させていただくことで少しでもモチベーションが高まればと思います。

## 「健康と共にボールを贈ろう」キャンペーン

そのねらいは、バレンタインデーに愛を込めて（義理が大半かも）チョコレートを贈るように、体育の日に健康を願って\*ボール（スポーツ用品）を贈る習慣を醸成し、スポーツ業界全体の活性化を計り、売上増につなげるところにあります。

\*この場合、ボールに拘る必要はありません。ボールはスポーツ用品の象徴と考えてください。状況によってはウォーキングシューズであったり、ジャージであったりしてもかまいません。

今年度の取り組みは「組合員全員参加」と「3層の協力」を念頭において進められることになるかと思えます。たとえば次のような内容はいかが

でしょうか。

### 1. メーカーのオリジナリティ溢れるスポーツ用品プレゼント

来店（購入）いただいた方に応募用紙を配布し、クイズ（アンケート）に応募いただいた方に抽選でメーカーの\*オリジナリティ溢れる商品をプレゼントする企画。魅力あるオリジナルな賞品、店を通じての応募、賞品手渡しなど店頭集客に役立てていただく企画とし、全店参加を目指します。

\*たとえば今年の世界バスケットボール選手権の決勝で使われたボール（使用済み）とか名人作成証のついたユーザー仕様オーダークラブなど

### 2. ボール写真等のコンテスト

元気なお店の陳列パフォーマンスに喝采。ボールをはじめとするスポーツ用品の目を引くディスプレイのひとコマを送っていただいて審査、表彰し、見本市会場等で公開することも検討してはいかがでしょうか。

写真の応募は組合員だけでなく、メーカー、卸の営業マンの方にもお願いすることは活性化の一助になりそうです。

今後の予定として

5月中旬 第2回事業委員会・活性化委員会  
合同会議および第2回3層懇談会

6月中旬 理事会（内容決定）

などの会議を経て体育の日（10月9日）に向けて具体化されていきます。

親子で、恋人同士で、そして仲間で健康を願い、ボールを贈り合う、そんなシーンが当たり前の光景として見られる体育の日はいつ来るのでしょうか。チョコレートは30年かかったといえます。組合員の団結、英知の結集、三層連携、などなどハードルは高いですが、今、助走路に立ち、一歩踏み出したところです。力を合わせ頑張りましょう。ご意見、ご要望がございましたらFAXしてください。

提案先JSR事務局 ファックス  
03 - 3865 - 7704



### (秋田県)十九年国体を控えて

J S R 理事

秋田県スポーツ用品商業協同組合理事長

田中三夫

これまで他人事のように傍観を決め込んでいた国体開催もついに来年19年「秋田わか杉国体」完全開催(冬季・秋季)となる。前年の今年は「リハーサル大会」とにわかになりに忙しくなり、なにかと気ぜわしく、わが秋田県スポーツ組合も発進モードに切り替えてきている。先に行われた「J S E C 会議」において、すでに先進された県や今年の「兵庫のじぎく国体」などの関連県が一同に会し綿密な協議を開きましたが、その取り組む姿勢の真剣さに圧倒された。各県組合がこの種のビックイベントで得る売店活動での利益は掛値なしで貴重な組合存続資金となってきた事実は揺るがせない。その県によって利益処理の処方はいろいろあったかもしれないが、組合基金としては、すくなくとも大きな貢献を残してきた。しかし、私は県の理事長として、その効果だけを重視することは厳に慎みたいものと心掛けたいと思っている。確かに利益金として、財産として組合に残ることは、この上ない喜ばしい現実であるが、それのみに執着することが、はたして組合として幸せなことだろうか。組合として望む本当の意味での目的は、この事業を通して、この活動を通して組合がひとつになって、大きな協調と結束力、それになによりも将来にむかっただけの基盤作りをしているんだと言う充実感を得る喜びだと思う。私達の業界は他の業界と比較しても、その「注目度、認知度、はなやかさ」では群を抜いている。ある意味で恵まれた環境と言っても過言ではない。しかし、昨今いろいろな要因で厳しい環境を強いられ続けてきてしばらく時間が経つ。それとともに携わる経営者の理念も非常にシビアになり、効率や利益重視、売上至上主義、占有率などと追求する事由がなにか予断を許さない状況に変わってしまった。経済活動の中に身を置く者として、それは宿命かもしれないが、こんな業界では将来に光が

射してこない様な気がしてならない。せっかく先人達の努力で各種ビックイベントへの売店事業を許されてきた、この事実を心の底から尊重し、悔いのない組合共同参画事業として遂行したいものと念じている。この事業が無事終わった時、できることならば得る物の最大財産が個店単独では経験できない「人の和」、「人からの教え」であって欲しいものである。組合としても、一組合員も、みな将来に繋がる貴重な試金石として燦然と輝くことを願うものである。ところで、この様な期待ばかりで終わらないのが、この種のビック事業の恐さ、落とし穴である。いわゆる国体物件やビック大会に付帯する各種物件の攻防にまつわる事例が横たわる。冷えこんだ環境だけに競争は激しくなるばかりである。いくら売店事業を良好に推移するために結束しようとしても、この物件などをとりまく競争事態の結果いかんによっては本来の売店事業計画にも支障をきたす恐れがある。昨年の組合総会の理事長挨拶で私はこう述べた。「何十年に一回と言うビックイベントを迎えて、それを組合として後世への良き財産として残すか、それとも各人の目先の事業欲で分裂の要因を作り、組合の弱体化の結果に終わらせるか、すべて賢明なる組合員の皆さんにゆだねられている。」取り様によっては無責任な発言かもしれない。こうあって欲しい、こうあるべきとは言わず予測される二点の選択肢のみを提言した。私は組合員を信じており、組合員の信念にも自信を持っている。どちらの結果に終わろうと理事長である私の責任に終局することは明らかな事態。何事にも動ずることなく謙虚にそれを受け止めたいものと思っている。「19年秋田わか杉国体」はローカル秋田県の熱望の最大イベント。県民の一人として、J S R 組合員として静かに、その時の到来を待つばかりである。



## 北村 誠

(前)石川県組合理事長  
(株)きたむら商会 代表取締役

北村さんのお店のある松任市(現白山市)は金沢市の中心より10K程南に位置し、年々金沢市の住宅街として発展し続けてきたが、街並みもつなごってしまい、10年程前からは、主な大型スポーツチェーン店の4店に囲まれてしまわれた。

そんな大変な環境の中で「いつも大型店と比較されたり刺激を受けたりしています...」と。北村さんは、おだやかに言われるが、どんな思いでこの10年...この大変な状況を乗り越えてこられたのだろうか... 北村社長は昭和19年生まれの62才だが、「まだまだ元気を出して、頑張らんと...」と言われて、店頭に立ち、パソコンを駆使し又、外商にも先頭に立って活躍されて居られる。

昨年2月、この6万4千人の松任市を中心に合併して新しく白山市が誕生したが、霊峰白山から日本海まで2700mの標高差のある広大な新しい町は人口11万2千人となって石川県では金沢市に次ぐものである。

### <大型店の攻勢>

大型店の進出では、昭和50年代の後半に、まずアルペンが出店し、その後、10年前後より、オーソリティ(1000坪)、ゼビオ(800坪)デポ(1200坪)、ヒマラヤ(800坪)という具合に乱立し、その厳しさは大変なものであったようである。もちろん、北村さんの御店でも大きな影響を受けたが、最も大きな影響は競技種目で、個人志向、ファッション志向から流行に敏感な、サッカー、バスケット、テニス、カジュアル等だったと言われる。それにカジュアル系のポロシャツやTシャツ・トレーナー等のウェア等の影響は特別大きいものがあつたとも言われている。

### <大型店への対策>

大型店の出店の情報を聞いた時、まず考えた事は“大型店の弱点はなんだろう”という事だったそうである。そこで、系列店の店内を自分の目で確かめ、次に御夫婦で見学し、又ある時は社員とも見てこられた。それにメーカー・卸等から、いろんな情報を得ながら、店としてどうしたら良いかという対応策の参考にされたようである。

「やはり、自分の目で現場を見る事は大切です。

また、他の人の意見や情報を聞くという事は意欲にもつながりますし、大きな力となりました。」

とも言われましたが、多少の試行錯誤をしながらも、大型店との全面対決を回避して、地域の中で、自分の得手の競技・得意分野のより強化を商売の基本として心がけられてこられた。

その代表的な事として 商品では、水着部門の充実強化。顧客名簿・チーム管理台帳のメンテナンスを見直して、DM等の制作から発信までの省力化。商品の納期の短縮化・スピード化等の徹底等をあげられた。

それらは競合店との単なる差別化だけでなく、「特化」する商品群、ソフト部門をひとつでも多くとの考えからだと言われる。

### <パソコンの活用>

「私とパソコンとの出会いは20数年前になりましたが、それまで顧客台帳は手書きノートでしたが、名簿数が多くなって困った時、パソコンを知って導入したんです。」と言われたが、その後数台のパソコンを買い替えられて、現在は3台ものパソコンを駆使して楽しくその力を発揮されている。

SPO-NET21での在庫検索発注はもちろんマーケティングの原稿作成や贈答品熨斗紙のプリントそれに店内のPOP作成等と、同年輩の私等には考えられない様な活動をされている。「我々の年齢では苦手だから...」と言って逃げる人の多い中で、この方は率先され、いろんな面でフルに活用され楽しまれているのである。

### <小売店の責任>

「まだ近くに大型店の少ない地域でも、近い将来には必ず影響を受けることになりますから、それを想定して、その対応策は個々の小売店が、自分の店に最適な対策を考えねばなりません。

メーカーや卸さんの協力や指導を得られても、結局のところ、経営者の責任として、それぞれの判断と対応の仕方次第です。大型店の影響を憂えてばかりいないで、1日でも早く一歩先に踏み出す行動をしようではありませんか。」北村さんのこんな言葉に大きな元気を頂いた思いである。

(リポーター：竹原)

## 技術の向上と普及 活動をめざして

日本卓球株式会社・  
大阪営業所マネージャー  
**天満屋 隆 昭**

卓球とはどういうスポーツかという事を元国際卓球連盟会長だった故萩村伊智郎氏は「100メートルを全力で走り、しかも脳をフル回転で使いながら戦うスポーツだ」というような事を言われていました。

一言で言えば体力（瞬発力や持続力）と知力を共に使うスポーツと言う事であろうと思います。

卓球は1902年に東京高師範の坪井玄道教授がイギリスから卓球用品をお土産として持ち帰り、手軽に出来るから流行したようです。今ではマスコミにも取り上げられる事が多くなってきました。

### <ラージボール>

少子化、高齢化の現在、卓球競技は生涯スポーツとして、中高年者の愛好者が増えて参りましたが、その背景には、日本で考案されたラージボールの影響もあります。

ラージボールは1987年、日本卓球協会が研究を始め初心者、高齢者の方でもすぐにラリーが楽しめる<新卓球>として考え、翌1988年4月にスタートしました。

現在では、全国ラージボール卓球大会は2000名程の参加規模の大会にまで成長しています。硬式ボールの直径が40ミリですが、ラージボールは44ミリで重さも硬式の2.7gに対して2.2g~2.4gと大きく軽いいため誰でもすぐにラリーが楽しめます。

私共ニッタクもいち早くラージボール用の用具の開発に取り組みましたが、その結果平成17年度の全国ラージボール卓球大会出場者の用具使用率はラバーで76.58%ラケットで62.36%を占めるようになりました。ラージボールの第一人者である数多くのタイトルをとっている村上カプロの講習会を全国で展開し、技術向上と普及活動に努力致して居ります。

### <ニッタクの理念>

卓球を通して、スポーツをされる多くの方々の健全な精神と健全な身体の創造に役立ちたいと思っています。ニッタクが世に送り出す、さまざま

な製品には、そんな願いが込められています。

スポーツに国境はないと信じて、私達は卓球を核としながら、地域の交流や全世界の交流を促すことによって、親善・友好及び平和に貢献出来るよう、これからも努めて参ります。

### <事業内容>

大正9年創業のニッタクは卓球用品を総合的に製造、販売致しています。その商品群は卓球ボールはもちろん、ラバー、ラケット、ウェア、シューズ、さらには卓球台、フェンスまでを網羅し、優れた製造技術を用いて質の高い卓球用品を提供しています。

世界各国の代理店、国内各地のスポーツ店、卓球専門店、各卓球関係者とも緊密な関係を結んだネットワークも大きな強みとなって居ります。これら密接な交流を生かして数多くの卓球大会を企画運営するなど卓球文化の育成、浸透に力を注いで参りたく存じます。

### <ニッタク・ブランド>

ニッタクは世界を舞台に活躍する卓球選手はもちろん、気楽に卓球を楽しみたい方にとっても、信頼をお約束するブランドです。その数々の製品は、企画と品質に優れており、特に卓球・ボールにつきましては全世界から最高の品質との評価を頂いています。

今年の4月24日から5月10日までドイツのブレーメンで世界卓球選手権大会が行われます。日本選手の活躍を皆様と共に願っております。

.....

## 第8回 JSR 定時総会のご案内

主管県：山形県スポーツ用品小売商業協同組合

会場：山形グランドホテル

山形市本町1-7-42

tel. 023-641-2611

期 日：2006年9月13日(水)

10:00~11:50 定時総会

(全国理事長会議)

13:00~13:55 式典の部

14:00~18:00 研修の部

18:30~20:30 三層懇親会

森 喜朗 日本体育協会会長(元総理)の記念講演が予定されております。ご期待下さい。

## 新時代への幕明け

通販ショップ 店長

「売上げを上げよう」と一口に言っても、方法はいくつもあります。お店の美化をはかりユーザーフレンドリーなお店作りや、他店にない専門技術を蓄え、他店との差別化を図るのもひとつの手段です。

私はインターネットの商売をしているからといって否定したりするつもりはありません。ただ顧客満足度アップ＝即売上げアップというわけには行かないのが現実です。

売上の仕組みですが、店頭商品や、スタッフのみで成り立っているわけではありません。売上げとは、 $\text{ユーザー数} \times \text{購売率} \times \text{客単価}$ です。購売率は、スタッフの質や、お店の雰囲気などで上下しますし客単価は、もうワングレード上の商品をオススメ出来る知識などで影響します。

ところが、この二つの自信を持てるお店であればあるほど、売上げは頭打ちと言わざるを得ません。ユーザー数は、おひざ元のお客様分しかおられないからです。

上記の理屈はインターネットの商売も変わりありません。載せっぱなし、売りっぱなしで成り立つはずもありませんし、いい口コミも、悪い口コミだって存在します。

購売率についての大きな要素といえる激しい値段競争については、業界としても懸念する声が多いのも事実ですが、自由競争が盛んに行われている中の「神の見えざる手」のひとつの姿と言えます。ただユーザー数については、どこよりも多いことは何よりの利点です。

私は今後売上げ作りとは店頭＋外商＋通販と行って行くのは間違いないと思います。

いずれも、手を抜く事の出来ない要素だと思い

ます。その三つを上手く回す事で「売れる確率」を引き上げ、回転につなげるのです。

入荷した時はいくら良い品物であってもなまじウチのお店に来てしまったために、お嫁に行けなかった...なんてことを最大限、抑えることは出来ます。

自分のお店の立場や位置はなかなか意地や負け惜しみが先行し、自覚出来るものではありません。

売上げダウンを「世の流れ」と片付けることは誰にでも出来ますし、さらにその原因を列挙することも結果論ですから至極簡単です。しかしながら、一番大事な「世の流れ」がどうであって、売上げアップには、どうしたら良いのかという話になると思考はストップしがちです。見込みもないのに在庫は積みたくない、広告宣伝に力を入れても効果が見込めない、となると一体何で売上げを作れば良いのでしょうか...?

売上げアップのためには結局売る努力をしなければならぬのです。

インターネットの商売も決して楽なものではありません、多くの投資をして計画しても回収はるか開店すら出来なかったという事例は、皆さんの想像以上にありますし、トラブルによる閉店や誹謗中傷、価格指導も多く存在します。

それでも暖簾を守るためにどれほど険しかろうが、高かろうが越えて行こうと思います。

以上私見です。

賛否両論が非常に多い話題です。

議論するつもりもないのですが、敵は作りたくありません。

実名と写真を伏せるということをお許しいただきたいと思います。



## 地球温暖化問題を考える

山形県スポーツ用品小売商業協同組合副理事長  
鶴岡ロータリークラブ社会奉仕委員会委員長  
有限会社ホンマスポーツ社長

### 本間喜美子



#### 1. アイドリングストップ

JSRの新しいステッカーが出来たのと同じ頃、私のクラブでもステッカーを作りました。6年前にJSRの最初のステッカーの配布を受け、当時山形県組合の小関理事長の熱っぽい語り、“ドイツでは客待ちタクシーもエンジンを止めている。罰則はなくとも、習慣付けられている”等の話を聞いているうちに環境問題に関する意識が高まってきました。

自分でできることは何であるかを考え、所属している鶴岡ロータリークラブで提案し、温暖化のメカニズム、影響、そしてこのまま行けばどんなことが起こるか、様々な深刻な影響を、全員で勉強しました。JSRは全国組織です。ロータリークラブも全地球内の組織です。皆で環境問題を意識して行動していくことが、大きな広がりとなり、少しでも温暖化防止になると信じています。私自身、1997年京都会議が開催された頃には、環境問題はあまり意識にありませんでした。と同じように地球が危ない、悪影響が色々出ていっていると感じていながらも、特に意識せず、何もしていない人が多いのです。地道ではありますが、友達に、所属する色々なグループにこのキャンペーンを薦めていこうと思っています。

#### 2. クラブでの活動

「大雪、大雨、洪水、台風やハリケーンの発生等の異常気象、樹木の枯れ、花々の狂い咲き、紅葉の遅れ、虫の異常発生、海流の変化等々、地球温暖化が原因ではないかと思われる異変を身近に感じます。人間生活への悪影響、動植物への悪影響を防ぎ、よい環境の地球を次世代、子孫に残したいものです。地球環境を守るために私たちが身近に出来ることの第一歩として毎日使っている車のアイドリングをストップして、二酸化炭素

(CO<sub>2</sub>)の排出量を減らし、地球温暖化防止に努めたいと思います。上手な車の運転、エコドライブをお薦めします。鶴岡ロータリークラブでは、アイドリングストップ運動を行っております。

“車輪の動いていない時は、アイドリングストップ！”ステッカーが出来ました。皆様の車に、またご家族、会社の社員様のお車に貼って頂いて、このキャンペーンの主旨をご理解頂き、地球温暖化防止のため、アイドリングをストップすることが習慣づけられるように、お薦めください。”

こんな文章をつけて私の所属している鶴岡ロータリークラブでは、出来あがったステッカーを、会員だけでなくホテルの駐車場の入り口で、自動車会社の春のフェア会場に配布してキャンペーンを続けています。

#### 3. 資源を大切にしよう

近年、自分の生活環境を見た時に、とても気になることがあります。戦後、物のない時代を過ごした私は、物を捨てることがとても苦痛でした。それがだんだん慣れてくるようで、自分でも恐ろしく感じる場合があります。家庭の中では、食べ物の容器包装ゴミ、仕事場の中では、発送配達に使われるダンボール、そして商品を大事にするためと理解しながらも、衣類をたたむ時の必要以上の中紙等々。資源の使い方に工夫があつていいのではないかと思うことがあります。私の所ではダンボールは、90%はリサイクル品としてはありますが回収業者へ、5%位はメーカーさん、問屋の営業の方に持ち帰って頂き、5%位を自分の所で再利用しております。皆様の所ではいかがなさっていますでしょうか。限りある資源を、豊かな地球環境をいい状態で次世代に引き継ぐことを考えた時、物は大事に使い、もったいない！もったいない！捨てない！運動はいかがでしょう。



## “御尽力に感謝” 退任理事長の方々

JSR 副理事長 竹原和彦

茨城県 宮本氏

なんでも受けとめられてしまうこの方は、昨年の夏突然店の中へとびこんできた車の下じきになって足等を骨折されるという大災難にあわれてしまった。

しかし、気力で回復されて、不運の中にも運の強さを見せられたのはさすがである。

茨城の男性らしく、この方は静かな口調の中にもキチツとしたあのお話ぶりで人を納得させていた事が今も思い出されてくる。

千葉県 武田氏

この方の幅広い活動ぶりは有名だが、田や畑の手入れをし、駐車場も管理し、夏になると花火師として各地を回り、それにいろいろ地域の施設の管理もある。又、その合間には店番という状況の中で、よく7年間耐えて理事長職を全うされたものと感心するばかりである。「人にまかせる力が発揮出来ればと思って…」恐れ入ります…

神奈川県 高野氏

JSR副理事長として、又関東ブロックの会長としても実力を発揮されて、その発言は静かな中にも厳しさがあがり、長年層の厚い神奈川県の組合をまとめられ、多大の貢献をされてきた。

静岡県 山崎氏

最も高齢の理事長であったが、最も力強さが感じられ、それでいておだやかな御話ぶりが印象深い。組合の創立以来、理事長として15年間、広い県内をよくまとめられ、最も多い組合員数まで発展させ全国でも最も安い組合費で運営されてきた。その健全性と効率の良さはこの方の商売の姿勢そのものだったのかも知れない。

愛知県 西尾氏

御酒が入った時と入らない時とは、人格に違いを感じた事もあったが、時に一言厳しい御言葉もあって御元気だったのに、急に体調をくずされ、昨年任期途中で亡くなられてしまった事は残念である。

岐阜県 服部氏

野球で鍛えられた体力と判断力を発揮され延長選にも耐えられ、理事長として18年間、中部ブロック会長として14年間、この方らしさを発揮されて全力投球されてきた。独特の岐阜弁での早口に、多くの人達については行けなかった。又JSR理事会でもその発言は、年齢を感じさせないような力

強い直球だったが、言葉使いは、くせ玉の変化球でなかっただろうか…

滋賀県 中山氏

この方を思い出す時、事務局として理事長を助けられたあの美人の奥様の存在を忘れてはならない。タイプの違うお二人の名コンビによって大きな力を発揮されていたようである。

香川県 正木氏

四国というと「ゆっくり」「のんびり」のイメージがあるのに香川県はどうして2年間の早い交代なのだろう…

四国のイメージと重なるおだやかな正木さんの交代を聞いて「マサに本気？」の思いだろうか…

長崎県 石田氏

九州は独特の力を発揮されている理事長が多いが、この方の九州男子らしい圧倒感は印象深い。「向う所敵なしの方」と思っていたが、やはりこの方にも敵がいたのだろうか…その引き際の良さにびっくり…

佐賀県 吉川氏

体格は石田さんと対照的だが、その細身にかかわらず飲みっぷりは力強く、主張もはっきりされてきた。12年間という任期を全力を尽くされ…「平八郎、ここまで…」

WBC大会で日本チームが世界一の栄冠に輝き、久しぶりに興奮に包まれた日本列島。桜前線が北上を続け、新学期も始まり、皆様お忙しい毎日とお察し申し上げます。

長い冬から抜けきれない我が業界にも、明るい陽射しが戻って来ることを期待したいものです。

JSRレポート36号をお届け致します。創刊が平成8年2月28日ですから、丁度10年目を迎えました。10年ひと昔と言いますが、色々な記事がありました。阪神大震災、スポーツ用品ワールドサミットへの参加、ドイツの組合がナイキのアウトレットに抗議してボイコットしたこと、ドイツの環境問題の取組に学んでアイドリングストップのキャンペーンを開始、totoの組合事業を契機にJSRを法人化、スポットライト欄での多彩な先輩諸氏を紹介、ポスレジの開発、スポーツパウダー事業、ボールを贈ろうキャンペーン等々……JSRの機関誌としてこれからも続けてまいりたく、皆様のご支援をよろしくお願い致します。

(K・K)

### 編集後記