

第 14 号

平成12年10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

ひろめようスポーツの意義 高めようJSRの活動 〈2001年スローガン〉 - 21世紀の明るい社会を目指して -

JSR第一回定時総会 2000年全国大会 in IWATE



主管：岩手県スポーツ用品専門店協同組合
 2000年9月4日 理事長会議
 2000年9月5日 定時総会 審議の部
 討議の部
 全国大会 セレモニーの部
 研修の部
 懇親会の部

岩手県スポーツ用品専門店協同組合 理事長 藤澤 進 氏

JSR第1回全国大会 セレモニーの部

会場は暗転し、スクリーンに東京オリンピックの感動的なシーンを映し出す中で、岩手県理事長藤澤進氏の挨拶が物静かな中に大変説得力のある口調で2000年、オリンピックイヤー、新生JSRの第1回全国大会、地域スポーツのあり方をキーワードにこの全国大会を主管した。そして、私たち組合員がスポーツ業界にかかわることで、それぞれの地域にスポーツを通して21世紀に役立てればと考えていると述べた。この業界にみちのく岩手から新しい風が起きることを祈念し、JSR第1回定時総会・2000年全国大会の開会を宣した。

BGMはシドニーオリンピックの日本選手団の応援歌で、ジュークという十代の二人の若者の歌に、ナレーションは地元県立盛岡一高の17歳の道

又菜津子さんが行った。

オリンピックにおいて長い歴史の中でトップアスリート達は記録に挑戦し、数々のドラマが生まれ、そのドラマは人々に感動を与え、未来に向かって努力をすることを教えてくれました。

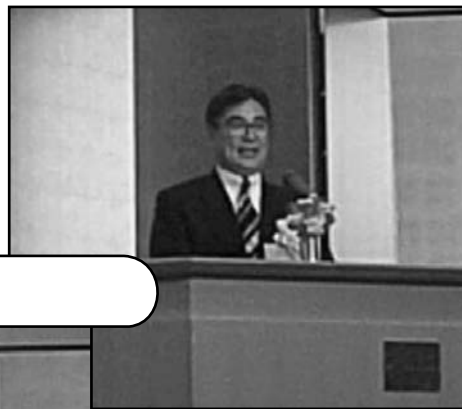
しかし、反面、凶悪な少年犯罪が日本各地で多発しております。「孤独」や「心の空虚」が子供の未来を押しつぶします。

オリンピックにおいて、ひたむきなプレーは「チームワーク」、「闘志」、「夢」を伝え、スポーツのすばらしさを感じさせるでしょう。

見ることから体験することへ、家の中から屋外へ………そんなきっかけになることを期待します。



岩手県知事 増田寛也さま



JASPO会長
水野正人さま



前参議院議員
JSR顧問
小野清子さま



日本スポーツ用品卸商組合会長
井本忠博さま



岩手県スポーツ用品専門店協同組合
全国大会運営実行委員長
森澤良久 氏

JSR全国理事長会議

9月4日、午後3時からのJSR全国理事長会議は最初に「C-REX」の説明をJTBの横澤氏にいただきました。デビットカードの条件が、目先の魅力を訴えているいろいろな会社から勧誘があると存じますが、JSRとしてはJTBの「C-REX」が一番有利で確かな会社であるとして採用してゆく方針です。

所属員の皆様の参加を希望します。

続いて、「スポーツ振興くじ（サッカーくじ）」について、辻本理事長が説明を行なった。

近日中に、NTTと、電気と、LANの配線工事のために、店頭の方面にサッカーくじの「S-MMS」、「MMP」、「複合コンテンツのプリンター」などの端末を設置する場所を描いた図面を提出す

るように依頼した。

審議事項の中で全運小連のときからの持越しの資産の処理について、各組合員に均等に分けることに決定。また、JSRの事業を確固たるものにするためには、より自己資金比率を上げるために、倍額増資することを決定した。

スローガンの策定

いくつかのたたき台を出して、その中から選ぶ形で次のスローガンが選ばれました。

JSRの2000年のスローガン

「ひろめようスポーツの意義

高めようJSRの活動」

—21世紀の明るい社会を目指して

JSR 第1回 定時総会

日時：平成12年9月5日（火）

AM9：30～10：30

議案審議

- 第1号議案 平成11年度事業報告承認の件
- 第2号議案 平成11年度決算報告、
並びに監査報告承認の件
- 第3号議案 平成12年度事業計画（案）承認の件
- 第4号議案 平成12年度予算案の件
- 第5号議案 平成12年度賦課金額徴収方法の件
- 第6号議案 借入最高限度額決定の件
- 第7号議案 役員報酬額決定の件
- 第8号議案 任期満了に伴う役員改選の件

定時総会は司会を副理事長石井憲孝氏が担当し、開会した。議長は副理事長の小関和夫氏が選任され、議事を進行した。



議長に選任された小関副理事長と
上程する渡邊専務理事

そして、上記の議案が、審議可決いたしました。第7号議案は創立1年目であるが、決め事により、役員が改選されました。

理事は

北海道・東北ブロック	小関 和夫 氏
	小島 文雄 氏
関東甲信越ブロック	石井 憲孝 氏
	町田 宏遠 氏
	高野 征宣 氏
中部ブロック	辻本 昌孝 氏
	服部 昌三 氏
	竹原 和彦 氏
近畿ブロック	上田 善重 氏
	野中 敏治 氏
中国・四国ブロック	渡邊 健介 氏
	門田 忠尚 氏
九州ブロック	谷 久人 氏
	岩満 一臣 氏

監事は

関東甲信越ブロック	小林 累照 氏
近畿ブロック	清水 誠一 氏

以上が承認された。続いて、第2回目の理事会が開催され互選により次の役職に各々が選任された。

理事長	辻本 昌孝 氏
副理事長	谷 久人 氏
	小関 和夫 氏
	石井 憲孝 氏
	上田 善重 氏
専務理事	渡邊 健介 氏

定時総会の審議の部のあと、討議の部が持たれた。討議の部においては、他団体の中でも日頃からお付き合いの多いJSECの薮下氏とスポーツ公正取引委員会の専務理事宮地氏から近況の報告を説明していただいた。

続いて、JSRの事業活動の基幹であります4委員会の説明をし、理事長はこの4委員会の事業活動をブロックの活動、各都道府県の活動に反映することを要望した。

そして、理事長は4委員会の事業活動の事業計画を数量的目標として把握し、Plan、Do、Checkしやすい状況を作るよう安部顧問から、指導いただいているながら実現できていないことを報告し、この一年をかけて実現したいと述べた。

(以上辻本理事長より)



人を育てる

JSR顧問

安部 純平

「教育」は難事業

いま、日本では教育問題に関心が集まっております。

子供達の学力、体力ともに低下傾向にあるうえに、人間として必要な躰も、大勢の人が仲良く生活するために必要な協調の心も、希薄になりつつあるとなれば、確かに問題であります。

国家にとって、人づくりは、根幹をなす大事業であります。それだけに成果を確認するのに長い、長い時間を要します。

教育とは遠い先の成果を見据えて、組立てられた計画に基いて、営々と努力を積み重ねなければならない難事業であります。

経営にとっても、人づくりは、企業の命運を決める大事業であります。

大勢の従業員がおられて、組織的に人材育成のできる企業は、問題はないかもしれませんが、そうでない中・小の小売店にとっては、まさしく難事業であります。

大人には「共育」を

子供を育てるのには、教えなければなりません。自分で未だ十分に判断できない子供には、親が、学校の先生が、あるいは人生経験豊かな大人達が、教えなければなりません。そこには上下の関係ができます。

社会に出て、職につこうとする人達は、意識として大人であります。上下の関係で教え込もうとすると反発を買う場合が多く見られます。昔から、アゴヒゲの生えた大人に、教えることは難しい、自分で考えさせることであるという箴言があります。ですから、彼等に必要なことは、みんなが、みんなの教師になって、向上していこうという「共育」であると思います。

しかしこの共育を成功させるのには一つの鍵が

必要です。それは経営者が育てたいと思う人間像を具体的にして、目標とすることにあります。

例えば

入社1～2年生の目標

挨拶と返事が確実にできること

簡単なようで難しいと思います。お客様に良い印象を与える、時宜にかなった挨拶や返事ができることは、商人として大切だけでなく、人間としても大切なことでもあります。

3～4年生の目標

笑顔をいつも忘れないこと

心のこもった笑顔、誠意の伝わる笑顔は、お客様の太陽であります。

5～6年生の目標

プロとしての商品学を身につけること

扱っている商品の説明ができるだけでなく、競合する商品についての知識もあることが大切です。そしてお使いになるお客様にもっとも為になる商品を選んであげられる商品学を身につけることでもあります。

日進月歩で商品が変わっていく時代です。これも仲々難しいことでもあります。

7～9年生の目標

経営としての、金や物の動きを知ること

自分達の仕事を経営という視点からみる訓練が必要であります。

資源や物（商品・什器・備品・建物・土地など）がどのような働きをしているか、一つの部門や一つの店を預って経営できる実力を身につけることでもあります。

10年生以上の目標

部下の養成ができること

いつまでも一匹狼では生産性は落ちてきます。若い人を育てながら、より大きな目標に挑戦してこそ一人前であります。

J S E C ・ 公正取引委員会



委員長 谷 久 人

消費者の保護という目的で、「表示」の持つ重要性は益々高くなります。来年の4月から消費者契約法が施行され、この法律によって、「重要な事項について事実と反する表示をして契約するという場合に、消費者はこれを取り消すことができる」と規定され、従来の一般原則から一步踏み込んで法による消費者保護の姿勢を強く打ち出しています。今後は、消費者に対して重要な事実を開示するという事はどのようなことか、どのような内容を開示しておけば良いのか、このようなことが消費者契約の重要な課題になってくると思われます。

一方で、景品表示法上の「表示」の定義は、メーカーや販売店（販売員を含む）が消費者に対して商品やサービス（介護やマッサージ等の労働等をいう）を販売するためにする広告や表示としており、店頭での商品説明や、インターネット上の画面表示も含まれているので、今後こういった消費者に対する情報の提供が、景品表示法と、消費者契約法との関係から、公正競争規約の制度が益々重要性を増してくるものと思われます。

6月8日に開催されたスポーツ用品公正取引協議会の通常総会の席上での公正取引委員会の来賓挨拶や、協議会が扱った違反事例報告の中で、消費者、特にスポーツの場合は少年や少女の夢を壊すような宣伝には厳しい批判が寄せられているのも事実です。

ここで、今一度「信頼される表示」に基づく「信頼されるブランドや販売店」を考える必要があると思います。

情報・活性化委員会



理事長 辻本昌孝

上田委員長が8月中旬体調を崩されましたので、活路開拓調査・実現化事業のPOSレジ委員会の委員長代行を話し合いで決めました。そして、石田豊明氏に委員長代行、浜田耕三氏に副委員長代行を受けて頂き、勉強会を継続致しております。



戸塚先生（右）と石田委員長代行

上田委員長は経過は大変良好に進んでおられ、早く復帰を望んでおられました事を、お伝え致します。

この事業は年商5000万円から3億円規模の企業を標準対象企業とし、店舗は単独店から2店舗展開を基本としています。販売形態は外商及び店舗販売のシステム化を検討しております。

10月6日に第5回目の委員会を開催し、残すところ後3回ほどで委員会は終了の予定です。

この専門委員会は（株）RICの戸塚興二氏を先生にして、「S研」の森井潔氏（アシックス）、原田由信氏（B&D）、宇治田幸俊氏（ダイオス）、下野和昭氏（フェニックス）、小牧義典氏（イモト）の皆さんのサポートを頂きながら、大変熱の入った議論を交えながら、良い成果を出しつつありますこと確信してご報告致します。

国際・環境・広報委員会



副委員長 町田宏遠

20世紀も残りわずかとなりました。来年からの21世紀こそは、真に豊かで安心できる暮らしを実現していく必要があります。

その基盤となる環境を守り、子孫に引き継いでいくことが、我が国だけでなく世界においても最も必要な環境課題の一つとなっています。中でも廃棄物・リサイクル対策はまさに「待ったなし」の緊急の国民的課題です。

さらに地球温暖化問題は、人類と生態系の存続そのものに深刻な影響を及ぼす恐れのある重大な問題であり実効ある取組の早急な具体化が求められています。

こうした我が国が直面している廃棄物・リサイクル問題、地球環境問題などの国内外の環境問題は、いずれも、大量生産、大量消費、大量廃棄という私達のこれまでの経済社会システムや、ライフスタイルのあり方に根ざしております。その根本的な解決の為には、我が国の社会全体のあり方を見直し、これまでとは異なった意味で豊かであり、かつ環境への負担が少ない循環型の社会を築いていくことが必要です。

この様な観点から「環境の世紀」に向けた足元からの変革を目ざしていかなければなりません。21世紀を持続して発展することのできる「環境の世紀」としていく為には、政策主体はもちろん、国民一人一人こそが社会の主人公として、足元からの変革を着実に進めていかなければなりません。

(平成12年環境庁、環境白書より)

私共JSRは他にさきがけて地球温暖化防止のために、アイドリングストップ運動を進めているが、果して全国の末端までこの趣旨が理解され、実践して下さっておられますでしょうか。

「私くらいが…」という考えがこわいのです。「まず自分から始めよう、そして周囲の人に範を示していこう。」という固い決意で、本気で取り組んでまいろうではありませんか。

総務・会員増強委員会



委員長 石井憲孝

(1) 会員増強

“数は力なり”と申しますが、JSRとして何か行動を起こす時、何といたっても会員の加入率が大きくものを言います。

ドイツの組合では加入率が60%と聞いていますが、例えばファクトリーアウトレットでの安売りに対して、あのような強い行動に出られたのも、なるほどとうなずけます。

JSRとしても法人化して2年目を迎えた今、何よりまず会員増強の必要性を痛感いたします。

全国の皆様、何卒ご自分のこととしてこの問題を真剣にお考えいただきまして、会員増強のためにご尽力下さいますようお願い申し上げます。

(2) ショッピングバッグ

第一期には皆様のご協力を得て無事完売することが出来ました。

第二期の事業計画にもショッピングバッグの販売が盛り込まれました。前回お買い上げいただけなかった組合さんは是非、そしてご採用下された組合さんも追加分として何卒よろしくようお願い申し上げます。

幸いご利用いただいた方の間では、好評でありましたし、このバッグをお使いいただきますことはJSRの大きな宣伝にもなるわけですので、重ねてお願い申し上げます。

参考までに、前回実践の明細を記します。

1セット

キンチャク	45円×300枚＝	13,500円
ポリ袋	15円×600枚＝	9,000円
送料		500円
計		23,000円

中部ブロック



中部ブロック会長 服部 昌三

岐阜県スポーツ用品協同組合理事長

岐阜市(株)丸昌スポーツ代表取締役

(1) JSR中部ブロック協議会総会（愛知大会）

6月6日 名古屋で開催

1. 役員改選

- 会長 服部昌三（岐阜）
- 副会長 竹原和彦（福井）
- 会計 澤田基朗（岐阜）
- 理事 辻本昌孝（愛知）
- 〃 北村 誠（石川）
- 〃 山崎治郎（静岡）
- 〃 鶴見瑞夫（富山）

2. 平成12年度事業計画

- ① JSRの事業（ショッピングバッグの共同購入）に協力する



- ② JSRのブロック補助金を、地域の競技会開催、社会体育普及事業の研究と遂行に充てる
- ③ POSレジ導入を研究し、用品すべてにバーコードをつける環境整備に努力する
- ④ 「アイドリングストップ」の運動を遂行する
- ⑤ 「ワールドスポーツショーNAGOYA」に協賛し、継続開催を要請する
- ⑥ その他（スポーツ券の普及、公正競争規約の遵守など）

3. メーカーへの要望

メーカーによる無償提供、直販の絶滅を願うために、販売活動の正常化、即ち販促は、我々の会員店とともにを行うことを要望する

(2) 各県の現時点における状況

愛知県：組合員の資質向上を目的に講習会などを実施している。

静岡県：組合員数は106店。

県指定の共済利用券を扱い、前年度の実績3,200万円で、その3%を組合の運営費として、組合員の年会費を以前の1万円から5千円に引き下げることが出来た。

三重県：ブロック7県のうちただ1県だけの任意組合でしたが、5月に法人化設立総会を開き、県への申請も済ませて6月中に許可を受けることが出来た。来年はわが県で「全国スポレク祭」が開催される。

福井県：組合員の理解を得るためのメリットの打ち出しが難しくなり、総会出席率、共同購入率も落ちる一方にあることから、組合の活性化を模索している。

富山県：国体の開催年。冬期国体は予算をクリア出来たし、更に秋季大会も大成功に向けて頑張っている。

岐阜県：8月の高校総体も無事終了し、予定の数字をクリアすることが出来満足している。

イベントの大切さを痛感し、今後は各県トーナメントのスポーツ大会と、ブロック大会などを開催したいと考えている。

石川県：今年は9月末から10月初旬にかけて全国スポレク祭が行われた。メーカーは県競技協会などへの販促活動で、試供品の名目で無償提供したり、卸値相当の価格設定までしており、大変迷惑をしている。

(3) これからの目標

1. 成岩スポーツクラブ（愛知県半田市）の榊原孝彦氏のご指導のもと、中部ブロック協議会の各県は「総合型地域スポーツクラブ」の発足に向けて前向きに検討しており、岐阜県では既に立ち上がりました。

2. 中部ブロック主催のスポーツ大会の開催を予定している。

木村 讓

前大分県スポーツ用品協同組合理事長
元全運小連九州ブロック会長
(有)キムラヤ 相談役

(1) 家業の継承

旧制中学四年の時に敗戦、工場での勤労働員から解放され、再び学園に戻った時のあの虚脱感と開放感はいまだに忘れられません。その後、学生運動に没頭、就職。やっと将来の方向が決まったと思った矢先、結核の烙印を押され3年間の療養生活。これで人生終わりかと暗い日々を送っていましたら、新薬の登場で見事に回復。昭和30年に家業を継ぐことになりました。

1925年(大正14年)、キムラヤはスポーツと美術と喫茶店の3部門を創業、創立75年の老舗である。キムラヤは、ただ物売るだけでなくスポーツ講習会を開催したり、スポーツの後援を積極的にした。その結果、顧客との信頼関係は深まっていった。

「地域密着で、ほんとうに地元のスポーツの支えをしていきたいという信念でやっている」という。売らんかな主義が氾濫する現在の中で、木村氏の頑固なまでの姿勢は老舗の風格を感じさせ壮快。

スポーツキムラヤは現在息子さんが後を継ぎ、本店のほかにフィットネス、テニス等の2店舗を展開中。

従業員教育には特に力を入れており、「従業員もスポーツ用品のプロとしてお客様にアドバイスが出来るのが大事だ。スポーツに感動し、その感動をお客様に伝えていけるように育てたい。」

(2) ジョギング

戦中派の特徴として、スポーツに馴染む機会が少なかったこともあり、商売としてのスポーツの認識しかありませんでしたが、たまたまベルリンオリンピックで活躍された村社講平さんに、走ることを楽しさを教えられ、健康スポーツとしてのジョギングを始め、爾来20年それにのめりこむことになる。「大げさな話ですが、それから私の人生観も大きく変わりました。」風邪もひかなくなり、酒の味も覚え、大いに楽天的になりました。出張や旅に出る時には、必ず走る用具をバッグに忍ばせ、その土地の地図を広げてはコースを設定し、早朝に観光をかね

て名所を走ることを覚えました。ベネチアの水辺、ニースの海岸、パリのセーヌ河畔、ニューヨークのセントラルパークなどいまだに街の角々の早朝の風景がはっきりと目に浮かんで来ます。



(2000年1月 菜の花マラソンに出場の時)

「68～70歳の間3回、ホノルルマラソンを完走し、記録はともかく走る楽しみを満喫しました。」物静かな氏の内に秘めた粘り強い根性とスポーツを愛する明るいスピリット、そして“暮らしの中の健康スポーツ”を提唱される氏のポリシーに思いを致す時、改めて心身ともにあふれる若さの秘訣を知ることができました。

(3) 組合活動

県組合理事長 昭和48年～平成7年

九州ブロック会長 昭和58年～平成2年

昭和33年に県組合の設立に携わり、38年に協同組合に改組し、専務理事として組合員の経営基盤を確立すべく商品の共同購入事業を始めました。ボール類を手始めに、学校納品のトレーニングウェア、柔道着などの共同仕入れ、共同販売を58年まで実施しました。その後九州各県の組合活動も活発になり、九州ブロックの設立に参画し、7年間会長を努めた後引退を致しました。

(4) 次世代への期待

最近スポーツ店の存在とは何だったのかと考えさせられます。地域スポーツの普及、振興に尽力し、文化的な仕事として誇りを持ってやって来たのに、その成果は大型店に吸収され、迷える子羊のように悩み続けることになりそうです。これは私共の業種だけでなく小売のすべてに言えることですが、日本の商業構造が大きく変わろうとしている中で、どうやってユーザーの支持を得るようにすれば生き残るか、次の世帯を担う若い業界の方々の知恵と行動に期待をしています。

(K.K)

第5回スポーツ用品

小売世界会議

リポーター 副理事長 小関和夫

去る8月5日、ミュンヘンのメッセ・コングレスセンターで開かれた上記の会に辻本理事長と出席。米国は都合で欠席したものの、スペイン、オランダ、イタリア、スイス、オーストリー、チェコ、フランス、ドイツ、日本の9カ国が参加。会議のテーマは、今話題のe-commerce。「スポーツ用品業界にけるe-tailingーチャレンジか迷い道か?」

メッセ・ミュンヘン社長のマンフレッド・ヴツルホッフ氏、ヨーロッパ小売連盟兼ドイツの組合の理事長ベルナー・ハイツマン氏の挨拶があり、引き続き講演に入った。

紙面の制限もあるので、そのうちのいくつかを紹介する。



講演要旨

I 「世界スポーツ用品トレードの供給と販売構造におけるインターネットの成果」

トーマス・ルドルフ教授「セルトガレン大学」

- ① インターネットはもはや単なる分配のチャネルではなく、それ以上のものであることはご承知の通りです。情報を収集し、商談の過程における大切な手段である。米国で発展したe-commerceは今やヨーロッパにおいても同じように進んでいる。
- ② 消費者に販売する、これは最終の段階である。その前に情報を提供する段階がある。インターネットを利用する人は、まず最初にこの情報を知ることができるのです。ニューエコノミーはオールドエコノミーとは違うので

す。将来、インターネットはビジネスにおける重要な位置を占めることは間違いない。

- ③ オンラインで買い物する人は金の価値を追求すると言われている。しかし、スイス及びヨーロッパで調査したところによると、彼等の関心は1.スピード、2.選択、3.独立した所在地、4.プライス。プライスは4番目にくるのです。そして売上を起こすのはマーケティング活動にあると言われているが、それは間違いあることがわかった。なぜなら、安全性が最も大事であり、メーカーの技術的なチャレンジこそが買いたいという意識を加速させるものであり、消費者が信頼を置くのはマスコミ媒体への広告ではなく、安全性を提供するメーカーの技術力にあることがわかったのです。
- ④ 誰でも未来を予測することは容易なことではない。しかし、決心して行動しなければならない。e-tailingはつまり未来への挑戦なのです。できそうなことは何でも試みてみなさい。これから5年先にどんなことがあると思いますか。インターネットの使用にあたり、情報に集中しなさい。そしてネゴシエーション（交渉）に集中しなさい。そしてその後取引をするのです。
- ⑤ 最後にあなたの適応性についてのテストをさせていただきます。

質問 1.カラー、2.花、3.道具、4.楽器

答え 1.赤、2.ばら、3.ハンマー、4.ヴァイオリン
次の言葉を引用しよう。誰でも新しいことを発明するのは難しい。ただ、組み合わせによって、いろいろ違ったものを作り出すことは出来る。

II ラルフ・レックマン氏（Karstadt.COM専務）

「お客様はインターネットに何を期待しているか」

- (1) インターネットはもうひとつの大きな顧客とのコミュニケーションの場である。ここ三年間でドイツではインターネットの使用者が31%に増えています。なぜインターネットでショッピングをするのでしょうか。その理由は三つあると考えられる。
 1. テクノロジーの発達でオーダーも配達もす

ぐに出来るようになったこと。

2. インターネットの操作が大変容易になったこと。
3. 顧客が安全性について信用できていること。

(2) インターネットショッピングの特徴

1. 価格より透明性と多種多様であること。
2. 便宜であること（いつでも、どこでも、どんなものでも）。
3. インターネットユーザーのかなりの人がオンラインで発注するようになってきていること。

これから5年間くらいでインターネットによるショッピングはかなりアップすることは間違いのないであろう。



Ⅲハーベルト・ハイナー氏 (adidas-salomonAG会長)

私どものオンラインの目的は大きく分けて2つある。

(1) ビジネスプロセスにおける効率性と成長

- ①如何にadidasブランドのロゴ、カラー及びアイデンティティをオンラインに浸透させることができるか。
- ②カスタマーサービス
電話、メールなどで提供するサービス。
- ③シキュアリティ（安全）サービス
消費者がオンラインで取引が安全に出来るようにすること。
- ④インフォメーションサービス
オンラインを利用する消費者が、すべてのオンラインによる情報を将来においても確かなものにする。
- ⑤リテイラーのオンラインにおける取引において、利益の確保が間違いなく保たれるようにする。

(2) リテイラーの利益のための効率のよいサービス

カタログ商品についても、チームの対応についても、必要な商品が必要な時に小売店に配達されること。例えば土曜日の午後に小売店がチーム用のシャツを探していることを知った時、翌週納期までに確実にそろえて配達できること。またパートナーである小売店にオンラインでどんな商品が売れているといった情報を提供できることがサービスだと心得ている。

Ⅳステファン・ハイニガー氏（独プーマ専務）

私には三つの基本的なルールがある。

- 1 keep cool 沈着冷静に対応
- 2 smile 笑顔を絶やさず
- 3 take your time 熟慮を重ねて

いまや毎日、新しい流行、新しいビジネス分野、e-commerce、インターネット等が展開されている。しかし、誰にも奇跡を起こすことは出来ない。今、どの会社も勇気を奮ってこうした新しいことに対処している。

世界は嘗てないくらいめまぐるしく変化している。健康問題、レジャー、娯楽、喜んですること、美、女性、年をとること、そして、男性についても大いに語られている。

次の20年、素敵と感ずることは面白いことをたくさんすることである。子供たちは毎日毎日生活をエンジョイしている。若い世帯は本当に生活を楽しんでいる。

今や、機能的な、技術的な装備やスポーツウエアがファッションとなっており、素敵と感ずられている。スポーツウエアとスポーツシューズは大変高価であるが、子供たちは平気でこれを買求めている。このことは、これからの小売店の方向を示唆しているように思う。

消費者の要求はだんだんエスカレートしているが、その最大の被害者はモダンテクノロジーの技術者ではないかと思う。

プーマは大変な人気に支えられているが、消費者と更に接触をはかるためにホームページを開設して

いる。その結果、顧客がオンラインで情報を得、メールでプーマに注文を出し、小売店がこれをうまく処理することにより顧客が小売店に来ていただくか、あるいは小売店から直接顧客に配達することになる。

プーマと小売店はオンラインビジネスにおいても協力することこそ大変大切であると思っている。

V クロード・ベノワー氏（ASMAS社長、FEDAS事務局長）

私はスイスで25年間小売店で働いた経験があり、小さなリテラーの立場からお話してみたい。

スイスには1700店のスポーツ店があり、その平均の従業員は4名である。彼らはスポーツ店で数年の見習の後、セールスマンとしての深い知識とプロフェッショナルとしてのノウハウを持っているが、e-tailingには批判的であり、懐疑的でもある。e-tailingのシナリオは、スポーツ用品を購入したいという顧客が、スポーツ店に行く前に、何かよい情報を得たいと思いインターネットを開きホームページを見る。

しかし、顧客の中には、小売店で例えばスノーボードをこの目で見、手で触り、靴に足を入れてみたい、ウェアを試着してみたいとの思いがあるようだ。しかしまた、ホームページを開くことによってより多くの情報を前もって知ることが出来るし、また自分の欲しい商品を買っているスポーツ店がどこにあるかも知ることが出来る。

いずれにしろ、顧客がスポーツ店に行き、スポーツ用品を手にとることにより、また個人的な接触を深めることが出来てスポーツ店は仕事を継続できているのである。

しかしながら、小売店もインターネットを利用することが正しい方向性にあることは間違いない。従って、インターネットを利用することによって商品を販売するのに、ローコストで実現できる可能性があるならば、そしてまたこれは大事なことです。メーカーの高い技術力によって顧客が直接商品に触って感触を確かめる必要がなくなるとすれば、私どももごく早急にそして有効に利用する時がくるものと思っている。

パネルディスカッション

Q1 店舗における販売では、ディスカウントでできるのに、e-tailingではどうでしょうか。

A1 顧客が小売店に行けばディスカウントしてもらうのは容易にできるでしょうが、e-tailingの場合、現段階では難しいと思う。しかし、インターネットが進歩してきているのでうまく出来るようになると思います。

インターネットビジネスを業界全体から見ると、小売店の占める割合はまだごく少々であるので、メーカーと小売がこの問題につき話し合いを持つことにより、お互いの信頼が生まれるであろうし、今日におけるe-tailingとは果たしてなんだろうかということが認識されるはずだ。



Q2 Conflict（紛争）について

A2 まず第一に思うことですが、e-tailingについて、リテラーにはっきりした解決策を出せるとは誰も思っていません。まだ細かいことまでうまくやってきたとは思わないし、ミステークも重ねて来た。今からのテクノロジーを少しずつ改良していかなければならない。

はっきりした方向としては、小売と一緒にやっていくことであるし、また私ども自身今までやってきた経験を生かしながら、常に心しなければならぬことは、消費者との関係にも注意を払いながら如何にしてビジネスをやっていくかということです。

Q3 インターネットを通じて、シューズの製造に多くの顧客のニーズを取り入れることは？

A3 それは素晴らしいアイデアです。しかし、シューズに関して実用化するには長い時間が必要です。顧客は製品のデザインについて進言はして

くれますが、そのプロセスは時間がかかります。

インターネットの利点は何といても、情報を提供する事です。消費者はこの情報に基づいて購入を決めるのであって、消費者向けのよい情報を流すことが最も大切なことと認識しています。

Q4 私どもは相当のお金をインターネットにかけているが、このことについてどう思うか。

A4 私の祖父の時代には、カタログひとつが有効な広告の方法でした。インターネットはもうひとつのショップウインドウであり、動くショップウインドウであって、カタログが出来なかった新しい可能性を提供できる手段である。私どもは最も進んだ情報を提供することが出来るようになったのである。

ここでわかって欲しいことは、インタースポーツでさえインターネットを利用してビジネスを展開していることである。情報をより速く提供するために、インタースポーツも有名ブランドのカーlustスポーツも力を入れているのです。

しかし現時点では、私どもにもローコストで市場に参入できるチャンスを与えられているのであって、個々のリテラーを一步高く進める手段が出来ているのである。

私はインターネットの将来についてはよく分からないけれども、今は与えられたこの大きなチャンスを前向きに利用すべきであると考えている。しかしひとつ大事なことは、消費者への同じサプライヤーとして、メーカーと小売が力を合わせなければならないことである。



FEDAS前理事長A.TESTA氏と筆者

Q4 関連の答え 私どもインタースポーツスイスは3年前からインターネットを開いている。なぜなら、市場において顧客がより多くの情報提供を求めて来たからである。リテラーもインターネットのページに深く関わっていて、私どもの持っている倉庫に在庫している商品をオンタイムに有効に利用しています。

最後にトーマス・ルドルフ教授の総括があつて閉会。

夕方からミュンヘン郊外のホテルアインに大型バス2台で移動し、世界スポーツ用品工業会との合同のパーティに招待され、すごく和やかな雰囲気の中に懇親を深めることが出来た。



FEDAS理事長ハイツマン夫妻と辻本理事長

編集後記

今世紀最後のJSRレポートになりました。

法人化して最初の、すばらしかった岩手総会の状況が、理事長の簡潔な文と写真で再現され、安部顧問の卒直で大変ためになるビジネスエッセイ。中部ブロックの内容のある活動の紹介。スポットライトの木村氏の若々しいスポーツへの情熱と取り組み、地域密着の堅実な経営と専門店にふさわしい従業員教育等々に新鮮な驚きと教訓を頂

きました。有難うございました。

5回目を数える世界会議、e-commerceの問題点と、これからのビジネスについて学ばせて頂きました。

シドニーオリンピックも日本チームの活躍で興奮と喜びに浸ることが出来ましたが、参加することに意義ありといわれた頃と比較してみると、私どもも世界の舞台で大いに羽ばたける事を知りました。JSRもそしてレポートも大きく前進したいものです。

(K.K)