

第 34 号

平成17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

〈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

平成17年度のスローガン

勝ち残ろう「個性と思いやりの地域専門店」

世界遺産の地 栃木 日光で《JSR第6回全国大会》が9月13～15日に開催されました。

9月13日（火）15：00～18：00 《第12回全国理事長会議》が開催され、理事長からは大型店問題の報告があり、次いで各副理事長から委員会事業について報告されました。

小関交流委員長からは、JSRレポート、ISPOチャイナの報告、環境問題などについてそれぞれの報告がありました。

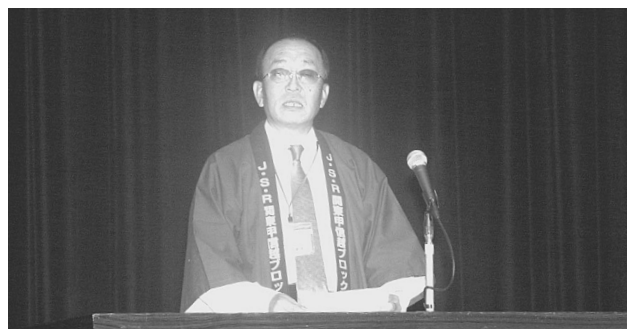
清水事業委員長からは、「体育の日」の「健康と共にボールを贈ろう」と「児童養護施設へボールを贈ろう」の2つの事業、そして、ショッピングバッグと、JSECなどについて報告がありました。

竹原活性化委員長からは、各組合に活性化担当の委員の新設の提案、それにショップコンテストや、JSRの組合章、店内でお客様に表現するステッカーなどについての新しい提案もありました。

門田教育情報委員長からは、POSレジ、ホームページの新設、ブロック主催のスポーツ大会、総合型地域スポーツクラブなどについて報告があり、その後、各県理事長からの質疑応答となりました。

9月14日（水）11：45～12：45《JSR第6回定時総会》が開催され、理事1人の補選に関し栃木県宍戸幸市理事長がJSRの理事に承認され、その他についても上程通り承認を頂きました。

9月14日13：30～14：20 JSR全国大会《式典の部》が開催されましたが、先ず、主管県栃木県運動具商協同組合宍戸幸市理事長が歓迎の挨拶をのべ、次いで、JSR辻本理事長が次のように述べました。



【写真】栃木県運動具商協同組合宍戸幸市理事長

今では二重価格や、公取問題では、スポーツ業界よりズート先輩格に当たる電機業界では、過去において小さなパパママストアを大事に推進した〔松下電器〕と安売り量販を目指した〔ダイエー〕とで戦争が起きました。この戦争は量販店に軍配が上がったように見えておりましたが、今ではダイエーは倒産状態であります。メーカーは1円単位のコストダウン努力をしているのに、量販店は高額商品を50,000円単位の値引き要求が来るようになり、これではやっていけないという事で、最近、電機業界では、大型量販店から「販売価格」を取り戻せという運動が、メーカーサイドから、巻き返しに動いているそうです。松下電器では過去の「ナショナル・パナソニック店」、現在では19,000店に減っているようですが、やる気のある店舗をより手厚く支援するのが狙いで、リベート体系や仕入価格にメリハリを付け〔スーパープロショップ（SPS）制度〕を導入して、昨年の年末商戦では、5000店の中核店で60%のお店が2桁成長を遂げたそうです。これは、消費者が高齢化して、商品が高額化し、デジタル化で操作が難しくなっている事が手伝ってフェース ツー

フェースのSPS制度が安心して購入していただけるという事で、「顔」が見える営業がここに来て見直されてきたそうです。

我がスポーツ界でも、消費者の為に、これ以上寡占化、独占化されないマーケットをつくる必要があります。卸、メーカーの皆様と共存共栄の関係を確立し、共に勝ち残る道を模索して行きたいのです。

私達は「個性」と「思いやり」の地域専門店として勝ち残らなければならないと考えております。

そして、組合員の皆様、大変厳しい環境ですが、私達の周りには素晴らしい成功者も居られます。成功者は何故、成功しておられるのか考えてみましょう。ある人に「〴〵幸運の神様、はどんな風体の人か知っているかい？」と聞かれましたが、私には分かりませんでした。その人は言われました。毎日、たくさんの方が多くの〴〵幸運の神様、とすれちがっていると、しかし、大抵の人は相対しても気付かず、すれ違ってから、その人が〴〵幸運の神様、であったと気付くと、それから、振り向いて、つかもうとしても、〴〵幸運の神様、は顔の前は毛が長く生えているけれど、後頭部はツルツルでつかめないのだそうです。

自分で「夢」を持ち、「目標」を定め、「準備」して、「努力」している人には相対した時に「幸運の神様」が見えるのだそうです。『組合員の皆様、自分の夢を持ち、計画を立て、自分自身の手で「幸運」を手に入れましょう』という我々に意欲を持たせる辻本理事長の挨拶でした。

その後、全運団連鬼塚喜八郎名誉会長は、来賓挨拶の中で力強く次のように述べられました。厳しい競争の中、「差別化戦略」を推進しなければならない。並大抵の事ではいけない、血みどろの努力が必要である。例えば、学校の選手、コーチの名前は覚えていますか？ 今、消費者は何を求めているか分りますか？ お店はお客様の為にあるや？ と、厳しい中に、愛情のこもったご挨拶を頂きました。有り難うございます。

この式典の部のあと、《研修の部》として、我々は6つの分科会に別れ、勝ち残る為に、グループディスカッションが行われた。この《研修の部》は、まさに大型店に対する私達小売店の姿勢のあり方を

問われたものと思われます。

この会には卸さん、メーカーさんにも参加いただきました。その後で、関西工組の山本理事長さんから、三層合同の分科会に参加して勉強になった。これは商品開発にも参考になり、そしてそこから棲み分け商品が誕生する事も夢ではないと評価を頂きました。有り難うございます。

そして、日光・栃木大会が開催されて20日間ほど、主管県・栃木県からピンク色の表紙のA4で5頁の資料を送っていただきました。

その表紙には『勝ち残ろう！「個性」と「思いやり」の地域専門店』、『全国各地の実践・事例集』、取りまとめ・栃木県運動具商協同組合となっていました。そして、それはグループディスカッションの内容を端的に一行にまとめ、次のように6つのグループに分類してありました。

- ① 店舗・・・接客・・・販売術
- ② サービス・・・メンテナンス
- ③ 外商
- ④ 地域スポーツ
- ⑤ インターネット
- ⑥ 組合、他

巻頭に安部顧問の言葉が次のように記載されております。

「ここには207のそれぞれのお店のノウハウが詰め込まれている。各お店の努力の結晶である大切なノウハウがこのように、惜しげもなく公表されたと言う事は協同組合の総合扶助の精神の高揚である」と申されました。

そして、この冊子の活用法として、「この冊子には多方面の、素晴らしいヒントが入っているので、冊子を読む前に、自分の店をどのような店にしたいのか方針を決めてから読む事」を提案しておられます。

私は、この『全国各地の実践事例集』を、栃木県の了解を頂いて、日光・栃木大会に出席していない皆様にも、次号の「JSRレポート」と共にお送りしたいと計画しております。これこそ「金のなる木」であり、「打ち出の小槌」だと思いました。今こそ、量販店に負けない、生き残るのではなく、勝ち残れる、個性的な、思いやりのある地域専門店を私達のこの手で作りましょう。

(報告者 JSR理事長 辻本昌孝)

事業委員会



委員 重森 仁

提案してください!

「体育の日 健康とともにボールを送ろう」定着に向けて

10月10日は体育の日でした。今年は10日が体育の日ということで、東京オリンピックを記憶されている方にとっては一層意義深く感じられたのではないのでしょうか。さて、この体育の日を盛り上げるため、今年も「健康とともにボールを送ろう」というキャンペーンと児童養護施設へボールを贈る事業を実施しました。

継続事業として3年目を終えた今、「体育の日にボールを贈る」習慣を定着させるには今までの取り組みを踏まえ、今後の展望と計画をあきらかにし、必要な手を確実に打っていく必要があります。

この事業には体育の日にボールを贈る習慣を定着させ、ボールの拡販を軸に、スポーツ用品全般の消費拡大につなげようという狙いがあります。国民的関心を引き起こせば、大きな経済効果が期待できます。

去年は店頭でポスターを貼り、今年は赤く染め抜いたのぼり旗を立てて、地域の皆様にアピールしていただきました。

また、児童養護施設へボールを贈ることで、福祉、社会貢献の立場からも、アピールしてきました。

今後はさらにインパクトのある取り組みの実施と継続が必要になります。

たとえば、*車用シールを大量に製作して配布し、貼ってもらう。*JSRのショッピングバックはもちろんのこと、各店、各メーカーのショッピングバックに「体育の日 健康とともにボールを送ろう」の文字を刷り込んでもらう。*ボールを使った親子のふれあいを題材にした作文、絵日記、写真などのコンテストを実施する。など、など。

少し考えていただければ、良いアイデアが沸いてきそうです。組合員の方の熱き思いを具体的な取り組みとして提案してください。一行でも、何ページでも結構です。思いつくままに、気楽に提案してください。今後の計画に生かしていきたいと思えます。

提案先 F A X : 03-3865-7704 (JSR事務局)

過去最高の売り上げを記録

千葉県で開催されたインターハイにおいて、関係売店の売上が過去最高を記録しました。好天に恵まれたことと、関係各社のご努力の賜物と敬意を表します。来年は近畿地区です。今年同様、好結果を期待いたします。

I T 委員会



委員 矢野 幸太郎

いよいよ、11月中頃にJSRのホームページがWEBサイトに公開されます。

URLは、<<http://www.jsr-jp.com>>

全国の協同組合のホームページは、全国農業協同組合連合会・全国漁業協同組合連合会・日本葬祭業協同組合連合会・全国石油業協同組合連合会・全日本昼事業協同組合など20団体が公開していますが、今のところ小売業の協同組合のHPは見あたりません。

日本初かもしれません?

一昨年辻本理事長から「JSRのホームページを作成中なのですよ」とお聞きしまして、即座に「誰もみないから止めた方がいいですよ。」と云ったのを、忘れられたのか、IT委員に任命されました。

IT委員会で、門田IT委員長から「ホームページ担当」に指名され、重森理事をはじめとしIT委員の方々とHP公開に携わることになりました。

基本方針を次のように決めました。

- ① 目的は、JSR加盟店の増強
- ② スタートから多大な費用をかけて豪華なものを作成しても継続できるか不明なので頭書は、JSR加盟店の方に見ていただけるレベルのものを作成し、その後スポーツ業界に携わる方々にみていただけるように徐々にグレードアップする。
- ③ 業者任せのものでは、面白くないので、手作りのものを作成する。

以上方針からJSRの活動を主に展開します。

具体的には、JSR総会・全国理事長会議・各委員会活動・各ブロック協議会・各県の総会や国体、総体、全中の売店活動などの様子を写真とコメントを中心に記載したいと考えています。また、体育の日事業・ショッピングバック事業・TOTO事業・POS事業などJSRの各事業の紹介をします。

あとは、加盟店の紹介、各県及び加盟店のホームページへのリンク、メーカー・問屋へのリンクを考えています。

というように手作りのHPを目指しています。加盟店の皆様が自分のHPだと思って活用して頂くことを期待いたします。

HP委員会メンバー 辻本理事長・門田副理事長・重森理事・志野IT委員・中山IT委員・浅井委員・藤本IT委員・松田IT委員・矢野理事

活性化委員会



委員 貫井 清三

「会員増強」への御理解を…

会員の増強は、私共の組合がいかに魅力ある事業や活動をしているかどうかの結果でありますから、今後も各組合やJSRに課せられた使命という思いで、努力を続けたく思っています。

又、各組合におかれましては、その特性をふまえられ、理事長や役員の方の力も、結集されまして、自分達の組織の強化と立場の向上への御理解を何卒よろしくお願い申し上げます。

さて、長引く経済の不安定の中で、果たして、今、組合員増強に結びつくような説得材料があるのかという面もありますが、それでもそれぞれの店の維持発展のためにも、自分達の組合の強化への努力は、続けねばなりません。

我々組合員は、自ら組合の事業活動に参画しその中から起こり得る「人との交流」を通じて士気を高め合い、自分を磨くという「人上練磨」の場から数々のヒントを得ることは大きな意欲につながるものと思われまふ。

各組合におかれまして組合員増強のために重点項目として下記の様な施策について御検討頂ければ幸いです。

- 1 会員増強デイを各組合一斉に実施する。
(年数回・ブロック別)
- 2 各組合で、年度目標を設定し、その結果報告
- 3 各組合一増運動(評価の方法)
- 4 退会防止策
- 5 組合総会出席率向上への努力
- 6 理事の増員
(組織の充実)(組合員増強担当理事)
- 7 定期的地区受賞会・懇談会を開催し、地域活動の活性化への努力
- 8 事前に各組合にて未加入店の掘り起こし調査
(未加入店名簿の作成と確認)
- 9 組合メリットの明確化(各組合として、JSRとして入会手引書の作成)
- 10 各組合毎に複数役員で未加入店訪問
(JSRレポート、総会資料、組合員名簿)
- 11 メーカー・卸から後押し協力の依頼

現在直面している諸問題の情報を得る努力をしながら、各組合の固定財源の確保・事業拡大の推進等のためにも皆様の御協力をよろしくお願い申し上げます。

交流委員会



委員長 小関 和夫

1. スポーツ公取協

スポーツ公取協がこれまでに果たされた役割については、申し上げるまでもないことですが、大型量販店との共生の時代を迎え、今後頻発するであろう諸問題の解決には必須の機関であります。しかしこれまで一般の組合員にとり、その趣旨が周知されていないくらいがあったので、今後は定期的に活動報告をして下さるよう宮路専務理事にお願いし、了解をいただきました。組合員諸氏には質問等ありましたら、当委員会までご連絡くださるようお願い致します。

2. 量販店による30%off問題

近畿ブロックで本年初頭に発生した量販店によるチームオーダー30%off(5名以上)の問題が今もってすっきりしていません。これは単に近畿ブロックの問題にとどまらず、全国的な問題としてJSRにとり重要な案件となっています。

辻本理事長はこの解決のために動かれ、卸組合の渡辺会長宛に提出した協力願いの申し入れに対して、業界紙に「コンプライアンス(法令遵守)の立場から、30%offを中止させることは不可能である」旨の回答がありました。

この回答はあまりにも法律の字義にとらわれたまことに冷たいもので、何か評論家の声を聞いているような、同じ業界で苦しんでいる仲間の考えとは信じられないように思います。春物の立ち上がりの最も大事な時期に、カタログ商品をチームオーダー30%offという広告販売を手をこまねいて看過しているのでしょうか。シーズン当初から30%offで販売するのであれば、上代を下げるかあるいはオープン価格にでもしなければ、消費者の価格への信頼を失うことになるでしょう。そしてその結果として、われわれ中小の小売は商売が立ち行かなくなる事態になることは容易に予測されるわけでありまふ。

JSRの安部顧問は、コンプライアンスの解釈とは法令の文言に忠実に従うことではなく、その法の精神をよく理解し、柔軟に対応することであること、そして小売店も量販店と同じ条件で販売できる環境作りこそ大事であると申されております。

JSRとしては、なんとしてもこの危機を脱し、流通正常化を図らなければなりません。そのためにはメーカー、卸のご協力をいただきたくよろしくお願い申し上げます。



ショウバイ考 18

“勝つ”を売るのがショウバイ

JSR顧問

安部 純平

勝ったシャツ

カットシャツといえば、誰でも知っていますが、それがスポーツ品メーカーミズノでつくられ、名付けられ、ミズノの登録商標であることを知っている人は少ないと思います。

明治から昭和初期まで、フォーマルな男性のシャツは、Yシャツでありました。白く糊のきいたカラーを着脱しなければならない手間のかかるものでありました。

そこでスポーツマン向けに、襟を縫いつけて、いま、私達が着ているカットシャツを工夫考案したのです。今様に言えば、Yシャツのレジャーウェア化だといえます。

さて、カットシャツという名前に、どんな由来があるか皆さん想像がつきますか。

それは何と、勝った、負けたの「勝ったシャツ」なのです。

素晴らしいネーミングと思いませんか？

いかにも縁起のよい名前であります。飛ぶように売れたであろうと容易に想像できます。

着脱が簡単で、験（げん）の良いシャツ、カットシャツは、いつの間にか普通名詞になってしまったのです。

スポーツマンは験をかつぐ

人間は多かれ少なかれ、験をかつぐものであります。理性の勝った人でも、何か心に負担がかかってくると、験をかつぐ、これが人間であります。

スポーツをする人にも沢山おられます。

大相撲の力士で、髭をのばすとか、まわしを取り替えるなどよく見ます。高見盛関の気合入れも験をかつぐパフォーマンスではないかと思えます。

甲子園の野球大会で選手の喜ぶご馳走は、テキにカツであります。

スポーツマンが験をかつぐことは決して悪いこととは思いません。

十分な練習をつんだ野球選手が、チャンスで自ら

のバットの縁起を信じ、必ずヒットを打つと自信持ち、気力を充実させることができれば、鬼に金棒であります。

「偶然是準備あるもののみに恵む」とは、パスールの言葉であります。

練習をし、道具に信頼を持つ人へのみ、偶然、ラッキー、靈験が与えられると思います。

商売人は験をかつがせる

商売人にも験をかつぐ人は多いですね。

招き猫を置き、お稲荷さんに参り、エビス詣でに福笹を受けるなどあります。

商売も競争であります。辛いことや苦しいことがつぎつぎに起きてきます。菌を喰いしばって、その辛さ、苦しさに立ち向かってこれを倒して勝たねばなりません。そんなとき、励まし、なぐさめ、勇気づけてくれるのは、猫であり、狐であり、エベっさんであるというわけであります。

しかし、勝ち負けにかかわるスポーツ品を扱う私達には、験をかつぐだけでは済まされません。私達の販売する道具や服装を使用して勝負を争う人達に対して、私達は験をかつがせる人であり、私達の店は、縁起の良い店でなければなりません。

スポーツをする人に、「このクラブを使えば、絶対にエラーをしない」「このバットを振れば必ずヒットになる」「この靴をはけば足が軽く動く」というように、使う人に絶対の信頼を得られる販売をせねばなりません。

その為には、お客様の好むものを売るのでなく、私達の売りたいものを売ることではもちろんなく、お客様のためになるものを売ることには徹しなければなりません。

一品入魂、一品一品に、“勝つ”という強い思いを込めて売らねばなりません。そうすれば、必ずお店は、縁起のよい店と呼ばれて千客万来の賑わいを見せる筈であります。

信じるのです。信ずる者は儲かると申します。

「世界遺産の地、日光での役割は？」



栃木県運動具商協同組合理事長 宍戸 幸市

2005年9月13日。それは栃木県運動具商組合にとって衝撃的な日でありました。

突然の大会開催の指名。県理事長の変更、組合員の減少、等の課題の上にバブル崩壊後の売り上げ減少と大型店の進出、と大波がかぶる中、どう準備し成功までいかなくても恥をかかぬ程度の大会が出来ればいいがなと組合員全員がない頭を持ち寄り、協議を重ねたのあります。幸い、第一回の盛岡大会から理事長、専務理事、副理事長、5・6名が各大会に参加しある程度の知識を飲み込んでいたのはラッキーでした。また、京都大会におかれてはその運営が大いに参考になり、参加した全員がメモを走らせ、タイムを計り我々が出来る範囲、できない範囲を仲間と協議をくり返し少しずつ消火し、手作りの大会となったのであります。京都大会での「努力で活かそう、地域の特性」をどう栃木のテーマに結び付け継続性のある、テーマとするか辻本理事長の叱咤激励を受けながら、「勝ち残ろう、個性と思いやりの地域専門店」が出来上がり、採用されたのであります。

大会は14日、総会、式典、研修会と順調に消化していき、三層懇親会では参議院の栃木運動具商組合顧問、そして日光市長を招き有意義なひと時がながれ、全国の組合員、卸、メーカーがある者は真剣に、ある者は微笑みながら明日への飛躍に向かって英知を養うような時間が過ぎたのであります。

では、この栃木日光大会では何が語られ、何が今後のスポーツ業界にとって有意義な会合になったのでしょうか。当組合で投げかけたグループディスカッションをどう今後のスポーツ業界に結び継がれていくのでしょうか。ディスカ

ッションのなかで、目新しい発表、同じ考えを投げかけた同業者、これは使えるなど、微笑んだ仲間、思いはさまざまであったかと思います。アルコールのようにすぐに利くというものではないはずです。しかし今やらなくては、次代を担う若者に受け継がせることは出来ないのではないのでしょうか。

夢をもち、明るいスポーツ業界があることを、今、我々が態度で示し、乗り越え伝えてこそ、ここに集まった人たちの義務だと思うのは私一人だけではないはずです。

主管県を代表して歓迎の言葉を述べさせていただきましたが、その中に徳川家康の遺訓の一説で「人生、重き荷物を背負って遠き道に行くがごとし」を引用させて頂きましたが、まさに今日の日本スポーツ業界を言い当てている言葉に思えてなりません。

どうか来年度の山形大会では、共に手をたずさえ、語り合い祝杯をあげたく思うと同時に小関理事長を中心に今日、いや今から行動し日本のスポーツ業界を導く役割をお願い申し上げます。幸い小関理事長は高い見識と行動力を兼ね備え、日本スポーツ業界にはなくてはならない人物と聞き及んでいます。そのような理事長の中、今から山形大会が待ちどおしく夢の膨らむ一年間です。最後になりましたが今大会を本当に心配していただいたJSR辻本理事長を初め関東甲信越ブロックの理事長他組合員の皆様、この紙面をお借りして感謝の御礼を述べさせていただきます、そして全国参加44県の理事長組合員の皆様の今後、益々のご健勝を祈念申しあげ御礼の言葉に代えさせていただきます。本当にありがとうございました。



30%OFF今戦わねば、 仲間が30%OUTに!

滋賀県運動具商協同組合

理事長 重 森 仁

今年度より、滋賀県運動具商協同組合理事長に就任しました重森と申します。若輩者で、失礼も多々あると思いますが、熱き思いに免じてお許し下さい。

前年度、当県の中山前理事長が提起し、近畿ブロック協議会で共に戦うことを確認したいいわゆる大型店30%OFF問題（ユニフォームなどチームオーダーに対しカタログ商品を30%OFFで販売するという宣伝や販売行為）が私にとって、現在の、そして今後の、いや永遠の課題かもしれません。

この問題は、JSR内部では、地域によって、店の規模、業態等によって温度差があることは否めません。今、この問題に直面している本県のようなところは熱く燃えていますし、今後、洗礼を受けるであろう地域は、重大な関心を受けつつも幾ばくかの冷静さがあります。すでに一度、大型店の洗礼を受け、それを生き延びた店には、その嵐を乗り切った自負があるでしょう。今、滋賀県が直面している問題などは過去のものと映るかもしれません。

野球・サッカーなどの専門店で特化したり、外商を強化したり、マーケティング中心の店に業態転換したりして成功されたわけで、その努力には、敬意を表しますが、それもつかの間、新たな警鐘を鳴らさねばなりません。

大型店は専門店のノウハウを備え、専門店をターゲットにしつつあります。また、一部の競技について外商を始めた地域があると聞きます。大型店攻勢の第二波がやってくる予感がします。立場がどうあれ、対岸の火事として看過できない状況にあることは明白です。

この問題を放置すれば、全JSR組合員にとって未来を危うくするものであり、「30%OFFは仲間を30%OUTにしてしまう」重大なクライシスという共通認識を持っていただきたいところです。

われわれの危機感に対し、全運卸の渡辺会長か

らは「コンプライアンスの立場から30%OFF中止を求めることはできない」旨の返答が寄せられて、寂しさを感じた会員は多かったでしょう。（ただ、この返答は文書のため、回答のための回答で渡辺会長の真意とは思いたくありませんが）

JSR安部顧問は、コンプライアンスについて、畑村洋太郎東京大学名誉教授の論文を引用しながら、「文言の一字一句より、その法令の精神をよく理解し、その時代の社会要求にフレキシブルに対応することである。」旨のことをスポーツ用品ジャーナルに書いておられる。

公正な競争を促し、製造者、販売者、消費者お互いの信頼関係を醸成することが、法の精神の根底にあると思います。新製品が5人まとまったからといって30%OFFになるなら、その大型店が企業努力しているを見るより、30%OFFで売っても、赤字にならないほど元の定価が高過ぎるか、大型店に特別な待遇で卸しされていると考えることのほうが、自然ではないでしょうか。自由な競争、信頼関係醸成どころか、ユーザーや小売への欺瞞が見え隠れします。このような観点から見れば、30%OFF容認こそ、コンプライアンスに反すると言えなくもありません。メーカー・卸の方には、スキーの二の舞の道を選ぶか、地域に密着し、スポーツ愛好家を掘り起こし、種をまき、育ててきたJSR会員と手を取り合うのか賢明な判断をお願いしたいところです。

30%OFFは大型店問題の氷山の一角に過ぎませんが、本質に繋がる象徴ととらえています。この問題を切り口に対大型店対策の取り組みを前進させなければなりません。

具体的には、*オープンプライス化*スケールメリットによる対抗など考えられますが、当面のところ、可能で、実効性が高いのは大型店とは別の商品群を売ること（第二のすみわけ）と考えています。このことはメーカー・卸と連携すれば可能であると考えます。有志の取り組みですが、実行に向けて動きだしました。第二のすみわけにさらに、地域小売店がバッテングしない仕組みを組み入れた欲張りな構想を現実になりたい。挑戦は始まったばかりですが、近い将来、皆様に報告ができればと熱い思いが込み上げてきます。



笹倉 泰治

徳島県
ササクラスポーツ社
代表取締役社長

先日のJSR日光大会で、交流委員長の小関さん、教育委員長の門田さんより、JSRレポートの「スポットライト」欄に何か書く様に言われました。しかし、この道37年になりますが、何一つ皆さんに自慢出来る様な事がございませんで、今回はポスレジと係数管理について感じた事を書きます。皆様も一緒に考えて戴きたいと思います。我々が商売を始めた頃は、アナログで売買をやってきました。つまり経験、勘、度胸、ともすればどんぶり勘定になりがちでした。目先の売上ばかりに目が行き効果、効率は勘でした。

顧客のニーズが多様化し、多品種、小ロットの時代を迎え、手計算では追いつかなくなりました。そこでパソコンとやらを習い使っているうちに以外と簡単に操作でき、何と便利なものかと思ひ始めました。

最近のパソコンは、容量も大きく多機能ですが全部使おうとするから、難しいと言われ、自分のやりたい事、したい事柄だけに絞り込み、それだけに集中してみました。

売上・仕入・在庫で構成されている3つの項目を列べて、作業をしているうちに粗利益、資金効率と、核心の儲けに辿りつき、目が輝いて来ます。これをアイテム、商品、ブランドに落としていきました。しかしパソコンは画一的で時代の流れや、気候（冬が温かい）売れ筋の変化、感覚は出ません。パソコンに頼るところと、人為的な修正が必要です。結局機器を操るのは人です。独自性を持ちどう使いこなすかは店の裁量かと思ひます。つまりITと人、デジタルと、アナログやっぱ両方必要かと思ひます。

そこで、我社もJSRのポスレジを導入しました。売上、仕入、在庫、粗利、デットストック等、見たい時、知りたい時、アイテム、商品別に、いつ

でも必要な資料が出るので、大変便利です。

仕入れも夜のうちにデータが送信され、朝出勤すると、今日到着する商品内容を、知ることが出来ます。よくメーカーさんが来て在庫を取っている光景を見受けますが、瞬時にして在庫数がわかります。それらを、どう活用するかオリジナリティーを出せばよいと思います。未導入のお店には、ぜひお勧めします。

費用の方ももっとリーズナブルであれば普及も早いと思いますが…ただシステムで今一つ、納得いかないところが有ります。

例えばメーカーは、自社の商品マスターを作り、問屋も又、同じ商品なのに自社で商品マスターを作り、又小売も同じ商品マスターを作ると言う三層が、同じことをする手間、費用は膨大なものです。

それなら、メーカーが商品マスターを作れば問屋、小売にも共有出来るシステムにすればよいと思います。

例えば可能かどうかわかりませんが、JSRのサーバーを置き、そこに各メーカーが商品マスターを入れて、問屋、小売は、必要な時に、必要なものだけ利用する。システムも、メーカー、問屋、小売の利用出来るマスターを作ってもらいたい。セキュリティの問題とか難題山積みですが…

ポスレジ業界にも、門扉を開放してもらってもっと安価で解りやすいシステムを提供して欲しいと思います。

今こそ、メーカー、問屋、小売が信頼関係を築き、一体にならなければ、迅速で正確な対応が出来ません。ITは勿論、商品、企画、提案、どれをとっても同様、皆バラバラです。結局、小売にしわ寄せが来る様な気がします。この商品マスターの件に関しては、どういう方法がよいかわかりませんが、ぜひ前向に考えて戴きたいと思います。JSRの役目はこの辺にあると思います。

それぞれの立場で共通した悩みも、あろうかと思いますが、もっとメーカーはメーカー同志問屋は問屋同士、しいては、三層で話し合ってよりよい業界にしていかなければ、と思います。



「チャレンジスピリット・デサント」

株式会社デサント

第一事業部西日本販売第一部

部長 木下和彦

「カラダ動く、ココロ動く」というキャッチフレーズを掲げるデサントはスポーツウェア業界で、その品質と機能性、上品さで確固たる地位を築いているとの世評も頂き、少子高齢化という社会現象にも、いち早く敏感に対応させて頂いて居ます。「チャレンジスピリット」を、新たな分野に向けて燃やしている、その一部をご紹介します。

1. 介護ビジネス

高齢化社会に向けて、医療費負担や通院回数の軽減の為に「元気な高齢者」を増やす事かと思えます。そこで、私共は改正介護保険法の施行を2006年4月に控え、「介護予防」分野の事業化をスタート致しました。去る2004年9月に経済産業省から委託を受けて、大阪産業大学・ハウス食品・吉本興業・三洋電機と共に、「大東ダイナミックプロジェクト」を実施致しました。大東市の高齢者に対し健康老人増加の為に、特殊な運動プログラムを提供したり、中高年女性の体型に合うトレーニングウェアを開発したり、明らかに参加者の方々の若返りが図られたイベントを企画致しました。さらに、そのノウハウを、東京の豊島区にも水平展開「としま・おたっしや・タ〜イム」という教室を、現在も、継続実施中です。2005年7月には、社内に「デサントヘルス・マネジメント研究所」を発足させ、本格的な介護ビジネス参入の為に中心的役割を果たす機関も出来ました。

2. 生涯スポーツ分野

首都圏の小学生を対象に、夏休み中に「サマーキッズスポーツ教室」を、春休みには「ウィンターキッズスポーツ教室」を開催しています。デサントが契約するトップアスリートやスキーデモを講師として招き、本格的指導を直接受けることが出来るイベントです。

合宿中には、英会話教室やキャンプファイヤー等多彩なプログラムと共に、小さい時からスポーツを楽しむ「場」を提供しています。

3. ナースウェア分野

スポーツのノウハウを異分野に生かす事が出来ないかとの調査の結果、アスリートと同じように身体を動かす看護師にフォーカスを当てました。

動きにくく透けやすい布帛素材を動きやすく透けないニット素材に代えて制作しました。またよごれにくく、洗濯しやすく、さらに透湿吸汗速乾素材は、デサントならではの自家芸かも知れません。

また、ナースシューズも超軽量で蒸れないソールなど、至るところに、ナースの方々の今までの悩みを解消する機能が盛り込まれ喜ばれています。

フランス生まれのルコックブランドで展開中です。

4. 整体機能分野

「鴻江ベルト」という骨盤のバランス補正機能を持つウエストベルトを発売開始しました。

世界トップアスリートのトレーナー経験を持つ鴻江寿治氏の経験と勉強心から生まれた傑作をデサントが協力し、具現化し、商品化に成功致しました。

野球界では、王貞治ソフトバンクホークス監督や木佐貫洋読売ジャイアンツ投手、バレーボール界でも日本を代表する加藤陽一選手からも好評いただいています。

腰の負担を軽くし、下半身を安定させ、さらにウエストを引き締めるシェイプアップ効果も期待できます。

アスリートのみならず、高齢者の方々にも、とても身体に優しい商品です。只今、インターネットでの問い合わせも殺到中です。

以上の様な新分野、異業種への挑戦は、まだ始まったばかりですが、スポーツを「核(コア)」とした健康産業へも大きくチャレンジして参りたく思っています。





大阪府組合の活動

大阪スポーツ用品専門店協同組合 理事長 水島 隆 司

JSRの本部や各組合で、いまホームページの立ち上げの話が多くなってきましたが、私共大阪組合でも、若手のメンバーを中心に4年前から、その活動を始めてきました。また来年2006年にはインターハイが大阪を中心として開催される事となって居ます。今大阪組合は、この2つの大きな事業に対して気持ちを込めて取り組みをさせて頂いて居ます。

〈IT委員会の経過報告〉

組合でのネットビジネスの立ち上げは組合事業として運営する事によって、社会貢献や、組合本体の経費節減等にも、力を注げるようにという思いからであります。今、最も力を注いでいる内容はホームページ内で、組合員のみ閲覧出来、また発言出来る“組合会議室”であります。それはホームページの利点である“好きな時に誰もが利用出来る”という特性を生かし、組合の定款や会議資料等すべての組合員に報告出来るようにして行く事です。と言いますのは…組合員の皆様がホームページを見て頂く事によって、もっと組合の活動内容を御理解頂けるものと思うからです。

又、御意見がある時は、無記名で掲示板にて発表も出来ますから、組合員のどなたも在宅にて、積極的に組合の活動に御参加頂けるという利点があります。ところが上記の利点を有効にするため、パソコンをある程度操作出来るという事が必要となって参ります。ホームページを立ち上げていざ事業を遂行するとなりますと、インターネット、メール等が出来ない組合員もおられ、まだこの問題は、解決出来て居りません。インターハイもありますので、今年と来年は、組合会議室を重点に組合活動の内容を知って頂き、その後問題点を解決する方向に向かい、あわよくばサイト内にて組合の物販もして行きたいと思っております。IT委員会では、メーカーのバーゲンやメーカーのネット上でのユーザーへの直接販売も懸念事項に入っています。この問題は組合のホームページで、事業として三身一体で解決出来たらという思いで考えて参りました。しかし、昨年ナイキさんと、この問題につきまして討議の折、双方の意見の接点

すらなく、残念な結果に終わったという経過もありますが、引き続き委員会で議論して参ります。

IT委員会の今後の方向につきましては、以上の様な問題点の解決と“組合でしか出来ないこと”への実現への努力だと思います。

〈'06年 インターハイを迎えるにあたって〉

私共大阪組合は3年前より各大会の現地の下見を重ね、来るべき2006インターハイ開催のため、入念な準備を進めて参りました。

今年は千葉大会を見学させて頂きましたが、その際千葉県組合の皆様には大変御世話になりました。

特にお忙しい8月1日～2日に理事長をはじめ実行委員長、財務責任者それに各担当の責任者の方々が一同に御参加下さいまして私共の質問にも適切な御解答を頂き、それに参考になる御意見も頂く等いろんな成果を持って帰られました事感謝申し上げます。

又、これまで長崎、島根、千葉の各県を組合役員で見学させて頂き勉強して参りましたが各県共和国体同様、各市町村との共同出店となり、各市町村が、各競技団体へかなりの支援を行っていました。来年度の'06年大会は近畿各府県で行われますが、大阪では19競技が開催される事になっています。大阪では平成9年に国体を開催し競技施設等に関し充分整備されていますが、運営に於いては今回初めて「インターハイ大阪府実行委員会事務局」が19競技を一括して行うという形になりました、そのため当組合は03年より、06年開催に向け高体連と'03年はTシャツの共同販売（約35,000枚）し、'04はスポーツタオルの共同販売（約35,000枚）'05年はランドリーバックの共同販売（約35,000枚）等の共同事業を行い、協力、支援を行って参りました。高体連、実行委員会とは今後ともインターハイの成功のためさまざまな形で協力していく予定です。又、現在当組合は大会開催時のシミュレーションをくり返し、効率の良い組織づくりに着手しています。

その後もジェーシック、NESとの細部にわたる打ち合わせ等を続け、開催に向け準備に全力で取り組もうと組合員一同にはりきって居ます。



JSRレポート、 ありがとう

北海道スポーツ用品小売商組合
スポーツショップ古内 古内 一枝

「JSRレポートに何か寄せて下さい。」との電話をいただきました。北海道・東北ブロック大会でお目にかかった小関広報委員長さんからでした。いろんな情報紙に目を通すことがありますが運動用品を扱っている仲間のJSRレポートが届けられるとすぐに開封し、読ませていただいています。私達の業界が置かれている現状をわかりやすく、一面に辻本理事長さんが書かれているからです。それと安部純平顧問の「ショウバイ考」では、「そう思います」「同感です。」とうなづき、ホッとする点が多いからです。このレポートの編集をされている方々の御苦勞を思うとむげに、「出来ません。」とお断りする訳にいかないいなあーと思ひ、お引き受けしました。

さあーて何を書けばよいのか……。

まず、先のJSR北海道・東北ブロック大会のことにします。準備の為に役員で何回か打ち合わせいたしました。展示会で挨拶する程度の方々とも親しくなることの出来る機会でもありました。皆様それぞれ第一戦の時間を割いてでの集まりです。持っている得意分野を分担し当日までの準備にかかりました。まずメインの記念講演会をどのようにするか・予算・人選をどうするか、という中から「受身の時間でなく」皆で共有でき、参加出来るテーブルディスカッション形式はどうかということになりました。メーカー、問屋、お会いしたことない他県の仲間の方々、皆いっしょにテーブルを囲み現状の問題点、これからどう活きるか等、真剣に、意見なしの方はひとりもないよう、進行役は北海道の役員が務めました。共通の悩み、共通の想いを持っている同志、活発な意見が飛び交い、予定の時間をオーバーする熱心なものになりました。

受身でなく自ら行動する・参加したと実感できるこの形式に出来て良かったーと思いました。最

後に発表したグループの「学んでも実行するしかない。」「最後は自分達がどうするかが問題。」と締めくくりの発言は納得のいくものでした。

私の店は28年前、主人と二人で始めました。

振り返るといろんな経験をさせてもらいました。15坪の店に夏はゴルフ用品も有り、冬は定番のスキー用品。今の大型店の超縮小版です。その頃、情報収集は週に二度程、来訪する問屋の営業マンが伝えてくれるのが唯一外の情報の手がかりでした。今の様に、納品はトラック便、営業マンは営業のみとは違って、納品が有るから必然的に来訪する機会が多く、入り替わり出入りが有ったものです。

何年か前のJSRレポートの中で竹原和彦副広報委員長さんが書かれていた「訪問が待ち遠しい営業マン」を再読してみました。注文はFAXかネットで品番だけが行き来し物さえ届けばOK。提案も見本もない。何でもコスト削減で訪問回数も減りパソコンが有れば仕事が済む。残念ながらこれが「商い」なの？と思う昨今です。

私は20年間外商の担当をしています。学校・役所・地域のサークルへと営業活動を出かけます。竹原さんの文章の中の「注文をしてあげたい人」「訪問が待ち遠しい人」になっているだろうか時々、自分を振り返ります。何より人と人のつながりの中から物が動くといつも思っているからです。私への刺激剤として、この言葉を大切にしています。

そして、安部顧問のショウバイ考での「商売とは毎日、お店という舞台上でショウをすること。」場面、場面に合ったショウだそうです。そして読み返してみても又新たなことは「焦売は身を滅ぼす。」安売りに走らず自分のお客様はどなたなのか見極めて小さいけど出来ることをコツコツ続けて地域の皆様に、「俺の店」「私の店」と安心・信頼していただけるよう精進することが、私に出来ることです。

「ショウバイ考」より大切なこと不易なこと学ばせてもらいました。

JSRレポートありがとうございます。



「たかをくくる」

JSR 副理事長 竹原和彦

「想定を越える」という事柄が最近非常に多くなった。昨年から、引き続いて、全国各地で地震や台風、大水等と災害が多くて、大変な事になっている。年老いた人も「生まれて以来こんな事は知らないし、とても考えられない…」とも言っている。「余りにも突然」「余りにも大量に」という自然の災害に人々は大きな恐怖を感じているが、それは大きく想定を越えたものだからであろう…

さて、我々の周りにも想定を越えるというような事は、いくらもある。大型店の進出というのは我々にとって想定以上の迷惑な話で、台風であり大水害同様かも知れない。その大型店が今でもなおやっているチーム対応30%offという非常識なセールは長い長い地震であり全国各地がゆれ続け、苦しんでいる。その余震は、小売店にとってもメーカーや卸にとっても想定外の出来事であったのかも知れない。しかしそれに対し小売側からの“卸へのお願い”に対する卸組合からの解答も、また「想定を越えたもの」ではなかっただろうか…。昔の言葉に「たかをくくる」というのがある。それは武士が相手方の“武力”をはかる時の言葉であって「たか」とは「石高」の事であるから、その「石高」を見れば相手の動員出来る兵力が予想出来る事になる。「大体、そんなもんだろう…」という事で、相手の事を甘く見る場合に「たかをくくる」と言うようである。我々にとって最も身近な存在の卸側に対して、お願い文を出したが、それは小売の事情を最も分かってくれている理解者として「きっと、共に考えてくれるだろう…」という思いで一方的にたかをくくっていたのかも知れない。又、同時に、うがった見方かも知れないが今日まで、卸やメーカーの見方として、我々小売店を見る時、その石高に対して、たかをくくってきたのではないかと思えてしまうのである。なぜなら、その解答が余りにも冷静であって「法令遵守」という事だけの言いのがれでしかなく、配慮のないものであったからである。今回の大型店の“チーム対応30%offセール”の様に、チームへの対応の仕方や、スポーツウェアの価格の出し方等で余りに

も独断的で、我々が築き上げてきたものを、根底から破壊する様なやり方に対して、強い憤りと失望を感じるものである。まさに、地震で言うなら、それは震度6や7にも等しく、そんな大変な問題が発生しているという異常な状況の中での悲痛な小売店の声に対しての卸の解答としては、余りにも、冷ややかで、小売店の現実を知らない様な分析の仕方ではなかったかと思うと残念でならない。問題があった時、人間の人間に対する考え方の違いでもあるが、どこまで当事者意識を持てるかが大切な分れ道なのだろう…。近年JSRとして小売側はメーカーや卸と共に考えるという協調の時代を続けてきたが、そんな中であって今回の様な卸の「たかをくくったような姿勢」というのは驚きであったが、我々もそれによって「とてもたかをくくっている状況ではないんだ」という事が、今ようやく理解出来たのかも知れない。

編集後記

台風、ハリケーンのニュースが一段落と思いきや、パキスタン地震によりおおくの死傷者が出たとの報道。頻発する自然災害に加えて、果てしないテロによる殺戮。同じ地球市民として、平和共存は不可能なのか???

- ◆ 盛会裡に終了した日光での全国大会。立派な運営、研修等、栃木県組合ご一同様に心から感謝申し上げます。
- ◆ 大型量販店安売り問題に揺れている業界。日光大会でも論議されたように、魅力ある、個性的な店づくりは先決ですが、安売りの広告に客足が流れるのは自然。無謀な競争を無くし、市場拡大の手立てを考えることこそ三層の責務。
- ◆ 今号は「スポットライト」を都合により休刊しましたこと、お詫び申し上げます。次号以降をご期待くだされたく願います。
- ◆ 新しい方々に多くのご寄稿をいただき有難うございました。フレッシュな記事は紙面の活性化にもなり、今後とも皆様のご協力をお願い致します。(K. K)