

第 **35** 号

平成18年1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

# 新年明けましておめでとうございます。 「犬も歩けば棒にあたる」



## 今年は経営者自ら、新規開拓の営業に、歩きましょう！

今年の正月も例年のように、1月6日、「新年報道関係者懇談会」が全運団連の主催で、大阪弁天町の三井アーバンホテルにて開催されました。

五団体の名誉会長として鬼塚喜八郎さん、全運団連及び全国卸の会長として渡辺泰男さん、JASPOの会長として民秋史也さん、ゴルフ協の会長として水野正人さん、輸入協の理事長として小池憲治さんが新年の抱負をお話になりました。私は、この記者懇談会は新年の放談会として、色々言わせて頂きました。

### 放言 I

今年は大変な大雪ですが10年ほど前、私もスキーを扱っていました。当時は雪情報も大変気にしていました。しかし、スキーを扱わなくなったら暖冬でも気にしないでおられるようになりました。しかし、スキーの販売を止めた為に売上も、当然の事ですが売上が30%~40%程小さくなってしまいました。当時、私達は大型量販店にスキー用品を私達の仕入価格で販売され、「40%off続出」、「50%off続出」の広告でスキーの商売を断念せざるを得ませんでした。大型量販店は共存共栄の考えはなく、独占状態になったらナショナルブランドはいらないというのが大型量販店の考えのようであり、結果、日本の大手メーカーにおいてもスキーの売上はなくなってしまいました。この時の悔しさは私達と共に、メーカーの関係者各位も忘れないで頂きたい。

私は、JSRの皆様へ大型量販店のお店へ勉強にい



「新年報道関係者懇談会」で挨拶をされる鬼塚名誉会長

って頂きたいと申しております。ナショナルブランドの商品の在庫量を見て頂きたいのです。品薄ですね。品切れでも「他店から取り寄せましょう」などといってくれません。元々客寄せの為ですから。品切れなら自社ブランドを売るのが方針でしょう。しかし、品薄でも、1ブランド50万円/店でも、300店あると、1億5000万円です。メーカーさんとしてもこの1億5000円はどのようなのでしょうか？

そこで昔のスキー用品の商売を思い出して頂きたいのです。独占、寡占状態になれば、それが、0（ゼロ）になってしまうのです。

そこで、放言になるのですが、卸さん、メーカーさんと私達JSRの所属員の皆様とは運命共同体としての意識を持たなければいけないと思うのです。

そして、卸さん、メーカーさんは、直のパイロットショップを作って頂きたいのです。

卸さんからはアウトドアや野球の専門店、そして、スポーツコンビニの提案であったり、メーカー

さんにはノースフェイス、ダンスキンやタイガーシヨップ、歩人館のようなブランドシヨップを提案して頂きたいのであります。

ただし、私達が仕入れることが出来る価格で採算が合わなければ困ります。共に手を携えて歩ける運命共同体として、専門店の出店モデルを提案していただきたいのです。

### 放言Ⅱ

日本人として、ナイキ、アディダス、プーマなどを、商売として扱う事は別として、サッカーの日本代表が何故アディダスを着るのだろうかということです。逆に、以前中村俊介がイタリアのチームにいた時、日本のASICSのユニフォームを着ていました。日本ががんばっているという感じたのは私だけでないと思います。日本は世界の中でお金のある国にはいると思いますが、お金をもらって外国のユニフォームを着るのではなく、儉約してでも日本を代表するチームですから、日本のメーカーのウェアを着ていただきたいと思います。スポーツに関して素晴らしい事をおっしゃっておられる川淵キャプテンです。一度お伺いしたい点であります。

### 放言Ⅲ

また、アディダスのことですが、早稲田大学という学校法人とどのような契約であるか詳しく分っておりませんが、用品の提供を行っているということでもあります。スポーツは子供達に色々な事を教えてくれます。イチローが言っている様に道具は大事に扱わなければいけないといっていますが、無償提供を受けた学生に道具を大切に扱わなければいけないという気持ちが出るのでしょうか？また早稲田大学でもアディダスが顕著に目立っているスポーツはラグビーですが、種目の中でもラグビーは商業主義に最も犯されていないスポーツだと思っていました。ラグビーを愛し、早稲田をも愛する私としては大変残念な事として、大学総長さんに質問状を出したい気持ちであります。

また、早稲田大学といえども小売店のお客さんであると思います。小売店を無視して、無償提供をされたとする小売店とする辛い事あります。

### 放言Ⅳ

これは放言にならないかもしれませんが、愛知県人の私が言うと放言になるかもしれません。

フィギュアスケートの事です。最終的にはトリノへの代表は、荒川静香・村主章枝・安藤美姫の3人に決まりましたが、昨年末のヨーロッパの大会、

NHK杯の段階では中野友香里、恩田美栄、浅田真央、浅田舞、安藤美姫達愛知県の出身者ががんばってくれました。これは20年ほど前、名古屋の大須スケートリンクがあり、そこに山田コーチが居られ、伊藤みどりががんばったお陰で、今の豪華なメンバーがそろったと思います。また、イチローが10年前に名電高からオリックスへ入り振り子式打法で安打の記録を作りました。このような素晴らしい選手のプレーは見る子供達に感動を与え、一時サッカーに寄っていた流れを野球にも、活性化をもたらしてくれました。

ミズノスポーツの100周年行事のテーマでありました「スポーツを全ての子供たちの為に！」のように、素晴らしいスポーツを見て、感動するという事は、スポーツをしたいという子供たちを創造します。

また、松岡修造さんが日本にスポーツの文化を作りたいと言っておられました。スポーツ文化とは「する事」、「見る事」、そして「ささえる事」これでスポーツ文化になるそうです。私達は、地域密着でスポーツを支え、日本にスポーツ文化を創りましょう。

### 放言Ⅴ

最後に、「北陸三県スポーツ小売、メーカー、代理店合同賀詞交換会」が10日に行われ、蓮田石川県理事長が挨拶の中で、まちづくり三法の見直しのため10,000平方メートル以上は工場跡地や、農地などを転用してショッピングセンターを作ることが禁止されるようになった、と話されました。

私達は法律なんか知らなくても、商売をコツコツやっていたら良いのだという考えでしたが、過去少しさかのぼって、2000年大規模小売店舗法から、大規模小売店立地法になったとき、零細店保護から、出店規制緩和に180度転換いたしました。2,004年4月から小売価格表示が総額表示に変わりました。このように、小売を取り巻く法律も頻繁に変わっております。

今年は戌年・Dog yearです。人間にとっての1年は犬にとっては7年に相当するそうです。それだけ変化が早いという事を言っているものと思います。私達もこの変化の激しい環境を把握する為にも、アンテナを張りながら、「犬も歩けば棒に当たる」という気持ちで、弱音をはかないで、経営者自ら、新規開拓に歩く覚悟で、この1年もがんばりたいものであります。

# 大沢親分が率いる日本プロ野球OBクラブの『全国アマチュア野球指導者講習会』のご案内

JSRが法人化するのと時期を同じくして、日本プロ野球OBクラブさんが社団法人全国野球振興会を設立され『全国アマチュア野球指導者講習会』を平成11年からはじめられました。JSRは平成12年からこの講習会に関わってまいりました。地域によりご案内が遅く間に合わない場合がございますが、開催日前でしたらOBクラブの事務局 (tel.03-3238-2900) の手塚さん、木島さんをお願いしてみてください。配慮していただける場合もございます。

受講を希望される方はJSR事務局へFAX (03-3865-7704) で、受講希望開催地区と貴社FAX番号をお伝え下さい。

JSR事務局より、①開催概要 ②受講申込書を送ります。②受講申込書に必要事項を記入の上、OBクラブ (fax.03-3238-2901) へFAXして下さい。原則として開催1週間前までに、詳細資料と請求書が届きます。

## 『全国アマチュア野球指導者講習会』開催概要一覧

### <概要>

1. 名称 全国アマチュア野球指導者講習会
2. 主催 社団法人全国野球振興会 (日本プロ野球OBクラブ)
3. 後援 笹川スポーツ財団 S S Fスポーツエイド事業
4. 協賛 株式会社久保田運動具店、株式会社デサント、株式会社ハイゴールド  
ナガセケンコー株式会社、大塚ベバレジ株式会社、株式会社セミック  
株式会社エス・アール・ピー
5. 協力 全日本アマチュア野球連盟、JSR日本スポーツ用品協同組合連合会
6. 日時 2006年1月～2006年3月の土・日曜日又は祝日の一日 (10～16時)
7. 場所 8会場 (北海道、東北、関東、北信越、東海、近畿、中四国、九州の8地区)
8. 受講者 アマチュア野球指導者 (高野連含む) 1会場：約100～150名
9. 講師 1会場：責任者1名 実技指導者4名 合計5名
10. 受講料 5,000円/1人 (教材費、昼食代含む)
11. 内容 ポジション毎 (各約1時間) に担当講師が実技を交えた講習を行う

### <開催地>

NO	地区	開催地	開催日	講師	事務局担当
1	北海道	北海道日本ハムファイターズ室内練習場 (北海道札幌市)	2006年2月19日(日) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年2月3日	責任者：森 徹 投手：高橋直樹 捕手：種茂雅之 守備：水上善雄 打撃：丹波健二	手塚
2	東北	東北福祉大学室内練習場 (予定) (宮城県仙台市)	2006年3月 日( ) 10:00～16:00 ※日程調整中 *受講申込締切日 未定	責任者：森 徹 投手： 捕手： 守備： 打撃：	手塚
3	関東	ロッテ浦和球場 (埼玉県さいたま市)	2006年2月19日(日) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年2月6日	責任者：前田益穂 投手：柴田保光 捕手：淡河 弘 守備：千田啓介 打撃：長崎慶一	手塚
4	北信越	*会場調整中 (長野県松本市)	2006年3月19日(日) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年3月9日	責任者：森 徹 投手： 捕手： 守備： 打撃：	手塚
5	東海	本田技研鈴鹿 稲生グラウンド・室内練習場 (三重県鈴鹿市)	2006年1月29日(日) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年1月20日(金)	責任者：森 徹 投手：中村 稔 捕手：辻 恭彦 守備：阪本敏三 打撃：彦野利勝	木島
6	近畿	湯浅城公園・多目的スポーツ施設 (和歌山県有田郡湯浅町)	2006年2月5日(日) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年1月25日	責任者：小川 亨 投手：小川邦和 捕手：和田 徹 守備：鎌田 実 打撃：石井雅博	木島
7	中四国	津山スポーツセンター野球場 (岡山県津山市)	2006年3月21日(火.祝) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年3月11日	責任者：森 徹 投手： 捕手： 守備： 打撃：	木島
8	九州	中部商業高等学校 (沖縄県宜野湾市)	2006年3月4日(土) 10:00～16:00 *受講申込締切日 2006年2月20日	責任者：森 徹 投手： 捕手： 守備： 打撃：	木島

## 事業委員会



委員 重森 仁

### 1. ショッピングバッグ、デザイン一新!

ショッピングバッグのデザインが新しくなりました。シンプルながらもキラリ目を引くデザインとなっています(下の写真)。シューズ用と紐付きショルダータイプ(一重)の2種類で、シューズ用には赤、緑、紺(ブルー)色の3色があります。価格、購入の方法等につきましては、同封の別紙をご覧ください。ご利用のほど宜しくお願いいたします。



### 2. ラインパウダー「無害くん」の拡販を!

地域の特性があり、販売量にバラツキがありますが、ラインパウダー「無害くん」の販売が軌道に乗りつつあります。たとえば、近畿ブロックでは平成17年5月連休明けからスタートしましたが、9月末までに700袋が販売され、その後も拡大傾向にあります。

いまだに、危険性のある消石灰(水酸化カルシウム)をライン材に使用しているケースがあります。「無害くん」販売のチャンスはかなりあると思います。一層の拡販をお願いいたします。

現在、委員会では販促用のチラシ、マニュアル等を製作中です。完成次第お送りいたしますからお役立てください。

### 3. のぼり旗「ボールを送ろう」の保管を!

体育の日、「健康とともにボールを贈ろう」の事業は、昨年並みの47組合中36組合の参加でした。今後、取り組みを強化し、来年度は全組合が参加していただけるよう努力いたします。尚、「体育の日、健康とともにボールを贈ろう」と赤く染め抜いたのぼり旗は来年も使用いたします。その時季まで各店で保管してください。宜しくお願いいたします。

## I T 委員会



委員長 門田 忠尚

新年おめでとうございます。激動の年私達の業界はどんな方向に向かうのでしょうか?

17年10月25日、神戸でI T委員会を開催しました。出席は辻本理事長、門田委員長、矢野理事委員の浅井、中山、藤本、それにプラネット宮本氏でした。HPについては運用と内容の見直し、ファイル作成者、送信者の決定、その後に加盟店の名簿掲載の件でとまどいましたがJSRレポート、行事報告等でとりあえず立ち上げます。JSR-POSシステムについては導入各店、それぞれいろいろな思いがあり上手くいってる店といてない店があるようです。プラネットには営業のみだけでなく問題点に対するマニュアル化とともに、運用面のメンテナンスを各導入店に行ってほしいと申し入れました。

さてI T社会の進展は私達の業界の流通構造を大きく変えています。特にこの1年、インターネット通販の普及と価格破壊はとどまるところをしません。私の知人は社員20人程で住宅設備の販売と施行業をやっていましたが納入先がインターネットで安く買い施工のみの注文になり(バカらしくてやってられん)と昨年、大手の会社に身売りしました。

インターネット通販の世界は1年毎に変化します。販売する側にもいろいろなりリスクが発生してまだ判明していない未知の落とし穴があるように思います。そんな中でこれからの私達の進むべき方向性としまして①地域密着、地域社会に貢献 ②外商特化、御用聞き型 ③競技専門特化(商圏人口は20万以上は欲しい) ④スポーツ関連施設の運営、及び関連事業への多角化。この4種類に分類できると思います。私の地元、高知のように人口30万の経済力の弱い田舎の町に100坪と800坪の大型店が出現すれば5~6年で子供たちの認知度が変わってしまいました。親に連れられて行った大型店がスポーツ店だと思い込みます。それをもう1度専門店に呼び戻す努力をしなければなりません。JSR加盟店はそれぞれの環境の違いはあると思いますが、早く方向性を確立して頑張らなければならないと思います。

## 活性化委員会



委員長 竹原和彦

昨年は、JSRの第2ステージという事で、委員会の内容を一変し、新しい思いを持って、もっとしっかり取り組んで行うという事で、組織がえを致しました。その中で新しい委員会としてこの活性化委員会が出来たわけですが、今の状況にあって大変重要な委員会であるという事を認識しながらこの一年、「暗中模索」の有様でありました。

新しい年を迎えまして、貫井理事、武宮理事と3人で今年こそ、何らかの形で組立をして、御提案出来たらと思っています。以前、安部顧問から「改善」とか「活性化」をするためには、各組合やその組合員の皆様、物事を自分の問題としてとらえて頂ける様な仕組みを、作る事が大切で、そうした目的を共有する事が必要だという事を、お聞き致しました。

今後、組織としてのJSRの情報がもっと皆様に伝達される事と、こんな組合やブロックに改善したいという組合員の皆様の意欲の引き出しをして具体的改善の方向を探りたく思います。

活性化への皆様のかけ声をどうぞ宜敷お願いします。

### 1. 各組合と各ブロックの活性化（組織づくり）

1. 各組合、各ブロック内にそれぞれ、活性化担当理事の設置を依頼する。

1. 努力している組合、ブロックの評価と事例の紹介

### 2. 各組合と各ブロックの総会内容の充実（魅力づくり）

1. 総会や大会の内容を見直してもっと魅力ある総会への改善

1. 総会の資料の提出依頼

### 3. 組合員増強への努力（人づくり）

1. 勧誘文・入会手引書の作成（マニュアル）

1. 各組合の増強への姿勢と成果への評価

### 4. 専門店化への後押し（店づくり三法）

JSR加盟店内での専門店の具体例の紹介

1. 種目別事例 1. 地域別事例

1. 規模別事例

### 5. 店頭の活性化（加盟店の元気づくり）

1. シーズン性のあるのぼり旗の作成

1. ステッカーの作成

1. 組合員章（プレート）の作成

### 6. 新規事業活動への対策（物づくり）

1. 大型店との商品のすみ分けの模索

1. JSRブランド商品の可能性

今年度は、以上の事について考えて参りたく存じますので皆様のご協力をよろしくお願いします。

## 交流委員会



委員 服部昌三

新年明けましておめでとうございます。

組合員の皆様におかれましては、お元気で新年を迎えられましたこととお慶び申し上げます。

今年は年末年始にかけて、全国各地が寒冷豪雪に見舞われ、大変な被害が出ました。岐阜県も大雪のため交通事故や家屋の崩壊が多く出ました。

本年1月10日に名古屋スポーツ用品商工組合主催により、愛知、三重、岐阜の三県とJSR役員及びメーカー卸との合同新年挨拶会が名古屋にて開催されました。これもひとえに三層結束を第一に考え、今年一年の抱負を各代表が挨拶し、各出席者との交流を深めることにあるのです。

また2月15,16日には名古屋スポーツ用品見本市が商工組合主催により行われ、我々JSRの組合員の来場者に中部ブロック協議会より記念品の贈呈をしています。当日はJSR中部ブロック理事長会議が開かれ、メーカー卸との交流を深めることを期待しています。

さて最近学校教材、学研とスポーツ用品小売店との販売合戦が全国的に行われていると思います。

昨年より県、市、町村では公開見積入札が実施されており、価格競争では残念ながら教材関係の業者に太刀打ちできない状況が続いています。考えられる理由としては、

① 教材関係の業者は卸を通さず、メーカーとの直接取引のため、仕入れ価格が私どもより安いらしいこと。

② 彼らは教材関係が主であり、学校との関係を作ることに主眼に置いているために、入札価格が非常に安く設定しているらしいこと。

③ 非常に見易く、充実したカタログを作っており各学校で注文しやすいといわれていること。

以上のようなわけで今後とも学校教材関係業者が私どもの怖い競争相手であり、今後公開入札制が普及すると益々脅威になると予想されるわけでありませう。メーカー各社はこのことをどのように考えておられるのか、JSRとしてもその対策について検討していくべきと考えます。

# ショウバイ考 19

## 商売の王道は正売 その1



JSR顧問

安部 純平

### 三井越後屋の新商法

今から320年程前、徳川五代将軍綱吉の時代、江戸駿河町に店を構える三井越後屋の店頭から、革命的な新商法が始まりました。

それは“正札販売”であります。

当時、大店の呉服商では、武家が主たるお客様であり、屋敷に見本を持参して選ばせ、仕立て、納入して節季に支払いを受けるのが普通であり、店頭では番頭や手代が、相対で品を選ぶので、懐に余裕のない者には近寄り難い閉鎖的な商法でありました。

三井越後屋の当主、三井八郎兵衛高利は、幕府始まって80年、ようやく落ち着きを取り戻し、江戸町民にも購買力がついてきたことを見定めて、顧客のターゲットを武家から庶民へ移したのです。

「店前売り、即時仕立て、現金安値、掛売りなし」

これが三井高利が示した新しい商法の根幹をなす考え方であります。そして、

「現金安売り、掛売なし、長屋のお客様大歓迎」という引札（いまでいうチラシ）を配り宣伝をしたのです。

結果は大繁昌、正札のついた反物が、店頭一杯に並んで、長屋の住人も懐具合を心配しないで、好きなだけ手に取って品選びをすることができると大評判を呼んだのです。

更に高利は、店頭にいつも番傘を置いて、夕立や俄雨にはお客様にお貸しする、その傘には大きく越後屋という文字が入っていると、芝居作者に頼んで、越後屋という台詞を入れて貰うとかアイデアをどんどん実行して業績を伸ばしたのです。いま、よくいわれるCI（コーポレート・アイデンティティ）活動の上手な人であり、革命児であったと思います。

### 商人の気概を示す秋（とき）

正札販売は、消費者にとって最も安心して買物が

できるはずなのに、「いまどき正札販売などとてもできません。2割引、3割引と派手に宣伝されて、お客様も価格について疑心暗鬼ですよ」とおっしゃいます。

これは皆さんのお考えの中で、正札と値札が、ごちゃごちゃになっているのです。

正札の正とは、正一合とか正八時とかいうように、きっちりその量、きっちりその時間という正なのです。正札とはきっちりその価値のある価格ということであります。

値札はメーカーのつけた定価であり、希望小売価格であり、小売店にとっては、参考にする価格という程度のもの、だから独自の考えにより、独自の価格を決めれば、差が生じ、何%引という表現が生まれるものもやむを得ないと思います。

ダイエーを引退された中内功さんは、「商人はお客様のご満足のために働く。その為商人は、お客様のニーズを常に真剣に聞きとり、求められる商品価値を持った商品を調達して提供する。だから商品の価格の決定権は、小売にあるのだ」といっておられますが、私も賛成であります。

お客様の求められる商品価値に見合う価格が正価であり、正価を表示して売るのは正札販売であります。ですから正札販売にはニーズを適確に把握するという大きな責任とリスクがあるのです。お客様に対して無責任に、2割引いて駄目なら3割引きますという割引商法とは異なり、気概がないとできない大変な決断なのです。

今私達は、三越百貨店の遠祖、高利のように、責任とリスクを背負って、お客様のご満足のために働くという、商人の王道に立ち帰るべきときではないかと思えます。

正月は1年の計を樹てるときです。商売は昔も今も正売が王道と決して、計画を樹てて頂きたいと思えます。



## めざせ超地元密着店! 町のスポーツ屋さんに学ぶ。

大阪スポーツ用品店協同組合

理事 前田 哲

「あら、いらしゃい山田さんの奥さん。このあいだ買ってくれはったウインドブレーカーどうやった。え、今日はご主人のも見に来てくれはったん。それやったら…」

「おお田中君こんにちわ。昨日の試合どうやった?今日はP皮のつけかえか?よしわかった、ちよっと待っときや…」

皆さんのお店では何人のお客様を名前で呼ぶことができますか?そしてどの様にお客様とのコミュニケーションをしておられますか?

私の仲の良い同業他店の店主で、初めて来店されたお客様には決まって声をかけ、何処から来られたのか名前まで聞き出し、二度目に来られた時は必ず名前を呼んでお客様に気軽に挨拶をするのを特技としておられる方がおられます。それは正に神技。本人は別に特に努力しているという訳でもなく、ごく自然体で開業以来当たり前のように同じパターンでお客様と接し現在に至っておられます。「何人ぐらいお客さんの名前覚えているの?」「そんなん数えたことないわ。でも名前で呼んだらお客さんも瞬間『なんでこのおっちゃん僕の名前覚えとるんや?』』というような顔もするけど、結構親しみ感じて話しもしてくれるし、相談もしてくれるし、まあ話のついでに商売してるようなもんやな。大体皆わかるで。」とけろり。

これぞまさしくこのデジタル時代にはめずらしいアナログ型超地元密着店の模範の姿。もちろんりっぱな繁盛店です。同年代相手ならいざ知らず、

来店してから買い物を終えて出店するまで一言も発することのないのが普通の若年世代相手でも、二度目の来店の際には旧知の友を相手に語りかけるのが如くこのテクニックに強く感動しました。

これにあやからぬ手はないか?お客様を名前と呼んで気軽に話しかけられるフレンドリーショップ。顧客を囲い込むため、大型店に真似のできないシステムづくりは?お客様も自分の名前を知ってくれている店なら親近感があり馴染みの店という実感を持ってくれると信じて考えついたのが新しいメンバー制度です。その特徴は、①会員証等カード類は一切発行しない。②基本的にはポイント加算システムですが、ポイントカードは競技別に全て店でファイル管理する。③お買い物の際は必ずお客様の名前を聞いて、目の前でポイントの加算と確認をしてもらう。④一連の作業中はお客様との会話を絶やさない。⑤名前を知っているお客様のカードはお客様が名乗る前に用意する。

今まで何度となく失敗を繰り返したメンバーシステムですが、この方式に改めて丸2年。メンバー数は現在約5,000名です。とにかく「お客様の名前を覚えよう。お客様に喋ってもらおう。」をモットーに店頭のスタッフは四苦八苦。最終目標はリピーターのお客様の名前は全て覚えてようと努力の毎日です。お客様との会話は店の潤滑油のようなもの。以前と比べて店の雰囲気はぐっと活気づいたような気がします。めざせ超アナログ型地元密着店!乞うご期待!

### 《お知らせとお願い》

アイドリングストップのステッカーを3枚ずつ同封しました。車の後部ウィンドウとハンドル等に貼って、啓蒙にご協力お願いします。

申し上げるまでもなく、アイドリング(車のエンジンのカラふかし)こそCO<sub>2</sub>発生の元凶であります。地球温暖化防止の一石として、こぞってキャンペーンしてまいりましょう。

尚3枚では不足の方が多いと思いますが、予備が事務局にありますので、必要枚数をファックスでお知らせ下さい。すぐお送り申し上げます。



JSR事務局 ファックス  
03-3865-7704

## 九州ブロック協議会定時総会 報告書

九州ブロック協議会  
事務局 浅利克美

## JSR中国ブロック協議会 ・島根大会



JSR中国ブロック協議会  
会長 尾坂真人

佐賀県唐津市で（九州ブロック協議会定時総会）が11月16日、17日に開催されました。

11月16日（水）

12：00より 理事会の開催。オブザーバーとして本部より門脇忠尚副理事長が出席されました。

13：30より 総会の開催。開催県の吉川理事長より開会の挨拶、笹淵九州ブロック会長の挨拶、門田副理事長より来賓の挨拶をいただきました。

続いて審議事項に入り今年度の事業報告、会計報告、監査報告、そして平成18年度の事業計画（案）、予算（案）の承認をいただきました。続いて各県理事長より、近況報告があり無事総会を終わりました。組合員出席数71名

14：40より 三層協議会の開催

恒吉副会長の開会の挨拶、笹淵九州ブロック会長の挨拶。

大阪卸商組合副理事長 佐々木恭一様、(株)アシックス常務取締役清水祐一郎様に来賓の挨拶をいただきました。

今回の三層協議会は、全国大会で行われましたグループディスカッションの九州版を行いました。卸、メーカーさんも参加していただき6つのグループに分かれ、各店の実践例を発表していただきました。

この実践例は、グループディスカッション終了後再び全員集合して各グループの書記が約5分から10分間の時間で内容発表をしました。各自のノウハウを惜しげもなく公表され全国大会に劣らぬ成果が上がったと思います。また各組合員からも良い評価をいただきました。この実践例は、事務局でグループごとに収録し、各県理事長に配布いたします。

18：00より 三層懇親会の開催

吉川理事長の開演の挨拶、(株)DM商会羽田野洋社長の来賓挨拶、谷顧問の乾杯の音頭で懇親会が開宴、次期開催県の長崎県松原理事長より挨拶、藪下日本スポーツイベント専務理事より万歳三唱、中島佐賀県理事より閉宴の挨拶。

去る11月15日、JSR中国ブロック協議会（島根大会）が松江市で開催された。小売18社 卸6社 メーカー7社と些か小振りな会となったが、その分本音トークの大会となった。16年度の事業報告、決算報告が承認され、続いて新年度の事業計画案、収支予算案が概ね原案通りに承認された。最後に「今後中国ブロック大会を、2～3年おきにしてはどうか？」という動議が出された。ブロック会の意義に疑問が持たれ「形式的な物なら毎年でなくても良い。」との主張であった。又「開催するなら交通の便の良い広島、岡山でやって欲しい。」との意見も出て併せて審議となる。「卸・メーカーを加えた参加者には、広島、岡山での定期開催が便利かも知れないが、島根、鳥取といった小規模県では旅費負担から、少数の参加とならざるをえない…」「5年に一度の当番だからと、会員に呼びかけ、理解を求めて一致団結で、事に当たる結束の機会としての機能も有り、地元会員には、組合活動の何たるかを理解頂く機会にもなっている」又「年に一度位はこういう情報交換・意見交換の場があっても良いのでは…」との意見も出され、2月の全国理事長会議の日程に合わせブロック役員会を開いて再検討する事になる。引き続き三層協議会に移り、各県報告がなされた。広島県組合の「第4回JSR杯グラウンドゴルフ大会」に1977名の参加者が有り盛況だった事。島根県組合が立ち上げた「島根県ソフトバレーボール交流大会」は参加者120名ながら、組合売店等も設置して、今後の盛り上がり期待している事等が特筆される。協議事項は4グループに分かれてのグループディスカッションとし「小売よりメーカー問屋に対する要望」「メーカー問屋より小売に対する要望」をテーマに意見交換がなされ、最後にグループリーダーがまとめを発表した。懇親会に移り、三層共々、日頃の苦労話や情報交換に花を咲かせるうちに会を終えた。昨年同様「早い、安い、旨い（日帰り日程で参加費を安く内容を充実）」をテーマに松浦理事長以下島根県組合の一生懸命さと工夫が伝わる大会だった。

## 近畿ブロック協議会総会報告



近畿ブロック協議会  
副会長 重森 仁

昨年11月16日、「近畿はひとつ 3層の良識で活性化」をスローガンに、JSR近畿ブロック協議会の平成16年度定時総会が奈良県橿原市、橿原ロイヤルホテルにて開催されました。

清水誠一会長、JSR小関和夫副理事長の挨拶の後、議案審議、各県の近況報告を行いました。

今大会は、かねてから当ブロックが全国的に訴えている「大型店問題（チーム割引30%OFF）への対策と3層の今後の取り組み」を最大のテーマとしました。テーマの核心に迫る三層懇談会では、メーカー、卸にアンケート用紙を配布し、事前に考えていただいたためか、活発な意見交換がなされました。

事前アンケートの内容は要約すると

1. 販売政策として、量販店ではなく、われわれ小規模店にウェイトを置いていただいていますか？そうであるなら、そのことをどのような形で展開されていますか（展開しようとしていますか）具体的にお聞かせいただきたい。
2. 解決の糸口として
  - (1) 商品の棲み分け供給は可能ですか。
  - (2) オープンプライス制は可能ですか。
  - (3) 商品供給サイクルを年2回程度にできないですか。

という内容でした。

三層懇談会では、組合員への配慮からか、メーカーや卸からは小規模小売店に対する支援を惜しまないという趣旨の発言が殆どを占めました。ただ、その中身は、小売店の自助努力を支援する内容が中心で、メーカー、卸が主体的立場に立ち積極的に改革（たとえば、大型店と一線を画した商品群を企画するなど）しようとする姿勢は乏しく、今後も粘り強く、話し合いを重ねる必要を痛感しました。

公正な競争とは名ばかり、ヘビー級とフライ級とが、同じリングで試合させられているのが今の商環境です。その状況を打破するため、JSR会員皆様の結束を今一度、近畿から呼びかけて報告を結びます。

## 北海道・東北ブロック総会報告



北海道・東北ブロック協議会  
会長 小関和夫

平成17年6月22日に札幌ジャスマックプラザホテルにて開催。総会の次第に則り、事業、決算報告並びに予算等を審議可決し、各道県の状況報告等で終了。次いで研修の部に入る。

北海道組合が何度も討議して決められた、全員参加のテーブルディスカッション。全員をA～Fの6つの分科会に分け、北海道組合員が座長と記録係を担当し、各グループより発表者を選定して討議の後に総括。

各グループの発表の要旨の一部を記します。

- A：メンテナンス中心の経営に注力したい。
- ・顧客管理を徹底すべく、ポイントカード、メンバーズカードを利用したい。
  - ・各種競技のイベントに出店したい。
  - ・自分の顧客のことをよく知り、その上でメーカー・卸に提案する。
- B：顧客に支持される特色のある場の提供
- ・職人技を高め、地域密着で。
  - ・スポーツの楽しいステージ作り、顧客からの信頼感を。
- C：三層がface to faceで腹を割って話し合おう。
- ・利益を出す努力、自分の力量で勝負。
  - ・地域に貢献し、汗をかこう。競技の審判や役員を進んで引き受けて。
- D：プラス志向で生き抜け、夢ある店づくりをめざして。
- ・自分のスポーツ大会を開催。
  - ・これからは地域小売店の時代。メーカー、卸さんの応援をよろしく。
  - ・北国の冬の文化を伝えていこう。
- E：付加価値をつけた専門店。（メンテナンス、思いやり、スピード、マーク加工などで他店との差別化）
- ・顧客の囲い込み。（注文書の作成、イーメールの活用、カードの発行）
- F：地域密着型の店舗、お客様の顔の見える店。
- ・店内に顧客の写真を貼る。（大会等の）
  - ・大会に積極的に参加し、ユーザーとのコミュニケーションを図る。

## 【トリノオリンピックへの取り組みについて】



株式会社アシックス  
大阪支社エリアスポーツ販売部

部長 黒川 雅己



<http://www.asics.co.jp/>

新年明けましておめでとうございます。JSR組合員の皆様方には旧年中大変お世話になりありがとうございます。おかげさまでスポーツ業界で育てて頂いたオニヅカブランドのシューズが海外で評価されグローバルレベルでの業績は好調に推移しております。しかし私たち国内の担当者は依然厳しい戦いを続けています。当社は昨年11月18日の中間決算発表時に「アシックスチャレンジプラン」(略名ACP)を社外に発売しました。これは5年後の2010年に連結売り上げ高3000億という数値目標を明確にした『新たな挑戦』の為の中期経営計画です。3000億の内訳は日本で1000億、欧州で960億、北米で710億、アジア・オーストラリアで330億です。事業部別にフットウェアで1800億、アパレルで900億、イクイップメントで300億となっています。この目標を達成する為に、全社員一丸となって発想を転換し、一味違った商品を市場に出して皆様に貢献出来る様攻めの活動を致します。団塊世代のリタイアが始まる2007年問題もビジネスチャンスと捉え、生活とスポーツの関わりの中で新しい提案を行う覚悟です。

さて本年2月10日よりイタリアのトリノ市で第20回冬季オリンピック大会が開催されます。アシックス・イタリアはこの大会の公式スポンサーであり、アシックス・グループとしてオリンピック公式スポンサーとなるのは、レークプラシッド、バルセロナ、ソウルに続いて4回目となります。

併せて今大会の公式サプライヤーとしてイタリア代表、オランダ代表へスポーツウェア、シューズ、バッグを、そして日本代表へはTシャツ、シューズをサポートさせていただきます。

昨年7月から各地で行われた2006年春夏総合展を皮切りに「アシックスがトリノ・オリンピックの公式スポンサーとして日本国内でも積極的にマーケティングする」事をPRしてきました。千葉インターハイや岡山国体等、主要イベントにおけるサービスブースの設営、業界紙、当社ホームページにおけるアピールも行っていきます。

販売活動としては展示会でトリノオリンピック公式ロゴ入りウェアを発表し、イタリア代表公式ウェア、バッグのレプリカ商品を全国300の売り場でコーナー展開しています。

店頭コーナー展開と共にユーザーへのアピールも行っていきます。異業種とのタイアップ活動として、VISAジャパンが行うオリンピックキャンペーンにも協賛していますので皆様の目に留まることも有ると思います。是非ご注目下さい。

まず社員の意識高揚を図ろうと昨年9月より名刺へトリノ・オリンピック大会公式ロゴの印刷を行っています。社員の胸にも社章として、アシックスロゴとコンビネーションさせたオリジナルピンバッジを身につけている姿を目にして頂いていることと思いますが、これは引き続き大会終了まで着用します。

勿論、大会期間中は、イタリア、トリノにおいてアシックス・イタリアを中心に公式スポンサーとしての活動を展開します。すでにマスコミ等での視認効果は高まっていますが大会期間中は日本人選手の活躍と共にピークに達する事が予想されます。世の中から大きな注目を集めるこの機会を業界全体のビジネスチャンスとして活用できるよう盛り上げていく所存です。



## 松井 智治

高知市

ワールドスポーツ(株)

### (1) 創業

昭和57年、趣味のバドミントンが高じてフットワークという店名で開業。当初はバドミントン専門店でしたが、現在はソフトテニス、バスケットが加わっています。その他営業で総合的にスポーツ用品全般をフォローしています。

当初は人が病院に入る手前まではスポーツの範疇だ、の経営理念で営業しており、スポーツの範疇には、競技スポーツ、レクリエーションスポーツ、健康のためのスポーツ、リハビリのためのトレーニング、スポーツをするための施設を維持管理する道具、器具も含まれると思います。営業アイテムはスポーツ用品とグラウンド及び施設の軽メンテナンス、フィットネスの機器及びその他の関連機器の販売もしています。

### (2) バドミントン

高校生から始め、大学、社会人と今でもずっと続けています。20歳の頃、競技としてのバドミントンを追いつづけて見つけたものをフィードバックしたいと思い、そのためにはある程度自由になる時間を取れる立場にいたいと今の仕事を始めました。

当初は小学生、中学生、高校生、大学生、社会人と県下全域に指導に走り回っていました。最近では、さすがに全地域までとはいかなくなり、自分の作ったクラブでジュニアの指導と、バドミントン協会の方で強化の担当をしています。若い頃からコーチすることが好きでしたので、自分が得たものを伝える喜びを味わっています。

これまでの戦歴を簡単に記します。

高校時代：県高校総体でシングルス、ダブルス、団体の三冠王を達成したもののインターハイでは一回戦で敗退。

社会人時代：日本シニア選手権大会で平成15年（鳥取大会）、平成16年（山形大会）、平成17年（埼玉大会）、50歳以上シングルスで3連勝中。

平成17年第2回世界シニア選手権大会（マレーシアのクアラルンプールで開催）で50歳以上のシングルスで準優勝。優勝者はデンマークのアンデルセン選手。

今年も第3回世界シニア選手権大会（ドイツで開催予定）に出場するつもりです。国際化時代を迎え

ている今、国境のないバドミントン競技を通して世界の選手と交流を図り、少しでも世界平和に貢献できる一人でありたいと希望しています。

### (3) トレーニング

一昨年1月にひざを痛めて手術したので今は走れないが、それまでは週に3-4回10km走っていた。今は毎日、腹筋、背筋、スクワットなどの体幹のトレーニングを中心にしています。

バドミントンは非常にハードな競技といわれており、スピードとスタミナが要求されるので、社会人になってから続けるためにはトレーニングは欠かせません。私は今52歳。仕事をしながらプレイを目指して、楽しみながらがんばっています。



レフェリー アンデルセン 松井氏 レフェリー  
(マレーシアの世界大会決勝戦にて)

### (4) 家族

家族は、妻と長男、長女の4人です。妻は銀行に勤めており、長男は大学卒業後に一般企業に勤務しています。長女は大学生でバドミントンをしています。長女とバドミントンで共通の話題があるのは楽しいものです。

### (5) 趣味

私の趣味は、バドミントンとゴルフと銭湯通いです。私は内風呂は好きではありません。銭湯の大きな風呂と、木製の水桶が奏でるこんこんという音が大好きです。一週間のうち一週間、毎日銭湯通いをしています。おかげで顔なじみの友人も多く、文字通り裸の付き合いで明るい会話を楽しんでいます。

### (6) 人生訓

私の人生訓は、先を見て今を努力する（先に目標を置いて今を努力する）ことです。私は大学時代にこれからの自分のバドミントンを続けるための目標として、自分の体力がピークになる時に、日本でどこまでいけるかやってみようと思ひ、それからが私としての第二のバドミントン人生になりました。その時立てた目先に目標を置かないで、先に大きな目標を置いて、今努力することが私の人生訓になっています。これからもこの人生訓を大事にして、仕事に趣味にがんばって行きたいと思っています。

(リポーター：小関)

### 奈良県組合

奈良県組合では国際協力事業団（JICA）派遣のボランティアを通じて、アルゼンチン・ケニア・ジンバブエ・ブラジル等の子供達に、バット41本やグラブ61個、キャッチマスク1個、新品ボール5ダース等の野球用具を贈った。この程アルゼンチンの子供達から「こんな事は今までなかった…本当にありがとう」という礼状が届けられた。組合員一同の力を合わせた事業がこうして喜んでもらえて、本当に良かったと思っている。

一昨年（2017年）の8月9日の「野球の日」から10月11日の「体育の日」までの2ヶ月間「世界の子供達にスポーツを贈ろう!」というキャンペーンを実施した。

中古の軟式野球やソフトボールの金属バットやグラブを引き取る活動を展開した結果、手入れや修理を加えて昨年（2017年）の8月によくアルゼンチン等4ヶ国に贈る事が出来た。JICA等によると、アルゼンチンではブエノスアイレス等3地区の12才以下の少年野球チームに対して、バット15本が届けられたのである、現在アルゼンチンの野球人口は約1000人位と少ないため野球用具もなかなか手に入りやすく高価だと言われている。このような組合事業を実施することは初めてであるが、我々はこれからもスポーツ用品を通じて、自分達でも出来る小さな貢献が出来たらと思っている。

### 広島県組合

広島県組合主催の第4回JSR杯グラウンドゴルフ大会を今年度も開催した。今回は、過去最高の1977名という多数の参加を得る事が出来て、組合員は、大変忙しい思いをしたが次回への意欲につながる盛大な大会であった。

### 愛知・岐阜・三重県組合

「JSR愛知・岐阜・三重活性化セミナー」を、3県の組合主催で26名の参加を得て開催した。

今回の受講セミナーは、サプリ・卓球・テニスの三種目で、卓球ラバーのはり方やテニスのガット張り等ごく初球レベルの段階からスタートした。

いろんな考え方のある中で、とにかく、やれる事からやり始める事が、自分達の活性化や意欲につながるという思いを持っての出発だったが、第2回目は、さらに、次のステップをめざして努力して行きたい。

### 島根県組合

自分（自店）は、島根県スポーツ用品協同組合の一員であるという事を再認識して頂く事と、店頭の活性化のために、この度、組合名を明示したペナントを製作し、店頭や、レジの前に吊して頂くことにした。図柄は島根県の花（ボタン）、魚（とびうお）、木（黒松）・鳥（白鳥）の中から、白鳥を選び、白鳥にスポーツを取り入れるいろいろな案が出たが、サッカーボールを蹴るのに決定。図案を東京工芸堂・皆川氏に送って作成を依頼。島根県は東西に長く、松江より益田まで車で3時間以上かけて、一店一店手渡し、各店に2枚を配布。当組合の定款第1条目的（組合員の相互扶助に基づき…）を再確認した。

### 滋賀県組合

滋賀県組合では、体育の日を前に、「体育の日」に健康と共にボールを贈ろう!と印刷したシールテープを作成し、全店に配布した。又、モルテンの協力を得て、ボールを贈る際に使用するボール用の化粧箱と包装紙もそれぞれ組合員に配り、「体育の日」の盛り上げに努力した。のぼり旗の展示を促す等、今後も組合員の理解を得るための努力を続けて、この「体育の日」が自分達の大切な日であるという事を認識して頂けたらと思っている。

### 福井県組合

10月、「体育の日に健康と共にボールを贈ろう!」のJSRとしてのキャンペーンが行われたが、福井県組合では各組合員店での「店頭ボール写真コンテスト」を実施した。14店から38枚の写真応募があったが、店名を表示しないで、それぞれに番号をふり、11月1日の組合総会の場で、出席者が投票をして1位から10位を決定したが、最優秀賞にはカナヅスポーツが選ばれた。赤いJSRの“のぼり旗”の表示をされていない写真も見られたが、「体育の日」にボールを意識して飾ったり、演出する事で自分達の姿勢をアピールする事は、それぞれの店頭の活性化にもつながるものと思われる。

店頭の活性化や改善への意欲は、こうした一つひとつの機会をとらえた取り組みから始まるのではないだろうか…将来的には、全国的企画への発展を期待したい。

## “地域住民として”



静岡県スポーツ用品商業協同組合  
理事長 中田 敏彦

平成17年度県組合通常総会において理事長をお受けすることとなりJSR理事長会議への参加をさせていただきました。

JSR第5回京都全日空ホテルでの理事長会議には前理事長の代理として、翌年の第6回栃木県日光には新米理事長として参加、いづれの総会においても会場地である県の方々の開催地として準備等、又JSR本部の理事長はじめ多く役員の皆様が業界の運営・発展のためにご尽力下さり、真剣に取り組まれておりますことに敬意と感謝を申し上げます。

さて、最近のマスコミの報道等を見ますと「税込順調」、「景気動向指数50%上回る」・「穏やかな回復基調」・「踊り場脱却ほとんど間違いなし」等の見出しが増えてまいりました。

しかしその実態は全企業を中心とした今までの合理化の成果や、自動車・機械等製造業を中心とした輸出による大幅な増収増益によるものが大きく、中小企業、又我々のような小規模小売店にはまだまだ厳しいというのが実感ではないでしょうか。

景気の動向も大変気にはなりますが、今全国的に治安の悪化が大きな社会問題となっています。こうした中で、自分や家族、地域の安全を驚かしている犯罪を減らすためには一人ひとりが防犯意識を高め、犯罪に遭わないように注意して行動するとともに、地域の連帯感を高め、住民の目の行き届いた犯罪が起きにくい地域づくりが叫ばれております。より直接的には、地域の中で一番犯罪は遭いやすい子どもやお年寄りを地域で守ることができる。ということがあります。このまま治安の悪化が続くと、子どもやお年寄り、あるいは女性でも、夜間のみならず日中も安心して歩くこと

ができなくなる可能性があります。

このような状態となることは避けなければなりません。

例えば地域の中で、青少年が不健全にタムロするなどの状態を放って置くといずれは非行や犯罪の発生につながる恐れがあります。

家庭や学校だけでなく地域が協力してこれらの課題に取り組むことにより、青少年が犯罪に関係することを防ぐことができ、青少年の健全育成を図ることにもなります。

犯罪が起りにくい地域とするためには、住民活動による地域の清掃、落書きの消去、公園などの花植えなどの環境美化が犯罪を防止することに役立ちます。結果として地域が清潔で美しくなったり、地域をより大切に思う気持ちも育ちます。地域ぐるみで取り組むことで、あらためて近隣住民の相互交流の契機となり、さらに祭りやその他の地域活動など従来のコミュニティ活動に防犯の視点を加えて実施することにより、目的意識が明確になり活動が充実し、これらの結果、コミュニティ自体が活性化し、防犯だけでなく防災や交通安全などについても地域の力が発揮されていくことと思います。

具体的には地域活動の推進により、地域住民が犯罪の危険を避けること、犯罪者が犯罪行為をしにくい状態に、犯罪者を近寄らせない、みんなの目で地域を見守ること、といった効果が期待でき、犯罪が起らない、あるいは起りにくい地域が実現できると思います。現在活動としては不審者による児童つれさり防止のために運転者の人達による子どもまもり隊パトロール中というステッカーをはったり、車内の見やすいダッシュボードに置いたり、児童の登下校の際の不審者対策として商店、昼間在宅の民家をお願いして子ども110番の看板を店頭、軒先にかざして子どもの駆け込み場所、自治会役員による町内危険場所のチェック等子どもをはじめ地域のお年寄り、女性と安全な町づくりが推進されている中、我々も地域の一員として考えていかなければと思います。

## 2004年 世界スポーツ用品小売ベスト

順位 Rank	社名 Retailer	国 Country	売上・米国ドル (単位：100万ドル)		各国通貨 Currency	売上・各国通貨 (単位：100万)		
			2004	2003		2004	2003	Change
INTERNATIONAL BUYING GROUPS (共同仕入機構)								
	Intersport International	Switzerland	\$9,110	\$8,079	EURO	7,334	7,150	2.6%
	Sport 2000 International	Germany	\$4,840	\$4,034	EURO	3,897	3,570	6.4%
1	Foot Locker	USA	\$5,335	\$4,779	USD	5,335	4,779	11.6%
2	Decathlon (1)	France	\$4,262	\$3,523	EURO	3,431	3,118	10.0%
3	The Sports Authority	USA	\$2,436	\$1,760	USD	2,436	1,760	38.4%
4	Dick's Sporting Goods	USA	\$2,109	\$1,471	USD	2,109	1,471	43.4%
5	Bass Pro Shops	USA	\$1,980	\$1,600	USD	1,980	1,600	23.8%
6	Cabela's	USA	\$1,556	\$1,392	USD	1,556	1,392	11.8%
7	Alpen (2)	Japan	\$1,442	\$1,332	YEN	155,850	154,371	1.0%
8	L.L.Bean	USA	\$1,400	\$1,150	USD	1,400	1,150	21.7%
9	Karstadt Quelle (2)	Germany	\$1,390	\$1,311	EURO	1,119	1,160	-3.5%
10	JJB Sports	U.K.	\$1,300	\$1,188	GBP	710	727	-2.3%
11	Academy Sports	USA	\$1,200	\$1,050	USD	1,200	1,050	14.3%
11	The Finish Line	USA	\$1,186	\$986	USD	1,186	986	20.3%
13	Pacific Sunwear	USA	\$1,100	\$1,040	USD	1,100	1,040	5.8%
14	Sports World (incl Sport Soccer)	U.K.	\$1,022	\$719	GBP	558	440	26.8%
15	Xebio	Japan	\$890	\$791	YEN	96,215	91,718	4.9%
16	R.E.I.	USA	\$888	\$805	USD	888	805	10.3%
17	John David Group	U.K.	\$864	\$748	GBP	472	458	3.1%
18	Groupe Go Sport(3)	France	\$819	\$721	EURO	659	638	3.3%
19	Big 5 Sporting Goods	USA	\$782	\$710	USD	782	710	10.1%
20	Forzani (A)	Canada	\$757	\$791	CAD	985	1,108	-11.1%
21	Gander Mountain	USA	\$642	\$489	USD	642	489	31.3%
22	Modell's (B)	USA	\$566	\$510	USD	566	510	11.0%
23	Blacks	U.K.	\$540	\$417	GBP	295	255	15.7%
24	Canadian Tire (2)	Canada	\$538	\$468	CAD	700	655	6.9%
25	El Corte Ingles (2)	Spain	\$537	\$461	EURO	432	408	5.9%
26	Stadium	Sweden	\$527	\$441	SEK	3,874	3,565	8.7%
27	Journey's	USA	\$522	\$469	USD	522	469	11.3%
28	Cisalfa Sport (A)	Italy	\$503	\$429	EURO	405	380	6.6%
29	Sport Eybl & Sports Experts (A)	Austria	\$472	\$441	EURO	380	390	-2.6%
30	Gresvig (A)	Norway	\$434	\$381	NOK	2,928	2,698	8.5%
31	Hervis Sport (4)	Austria	\$393	\$316	EURO	316	280	12.9%
32	Hibbett (B)	USA	\$378	\$321	USD	378	321	17.8%
33	Sports-Scheck(A)	Germany	\$345	\$365	EURO	278	323	-13.9%
34	Sportsman's Warehouse	USA	\$340	\$200	USD	340	200	70.0%
35	Joshuya	Japan	\$331	\$308	YEN	35,803	35,699	0.3%
36	Allsports	U.K.	\$330	\$330	GBP	180	202	-10.9%
37	Sport Chalet	USA	\$309	\$264	USD	309	264	17.0%
38	Golfsmith	USA	\$296	\$258	USD	296	258	14.7%
39	Himaraya	Japan	\$290	\$271	YEN	31,308	31,367	-0.2%
40	Dunham's (B)	USA	\$280	\$268	USD	280	268	4.5%
41	Victoria	Japan	\$276	\$286	YEN	29,884	33,118	-9.8%
42	GSI Commerce	USA	\$275	\$217	USD	275	217	26.7%
43	Hat World	USA	\$260	\$200	USD	260	200	30.0%
44	Manor Group	Switzerland	\$254	\$230	CHF	316	310	1.9%
45	Play It Again Sports	USA	\$243	\$245	USD	243	245	-0.8%
46	Scheels	USA	\$240	\$225	USA	240	225	6.7%
47	Migros (includes Globus) (2)	Switzerland	\$233	\$193	CHF	290	260	11.5%
47	Ochsner	Switzerland	\$233	\$164	CHF	290	220	31.8%
47	Rebel Sport	Australia	\$233	\$198	AUD	317	305	3.9%
50	The Sportsman's Guide	USA	\$232	\$195	USD	232	195	19.0%
51	Murasaki	Japan	\$231	\$191	YEN	25,000	22,100	13.1%
52	Niki Golf	Japan	\$225	\$216	YEN	24,291	25,001	-2.8%
53	VIM	USA	\$200	\$200	USD	200	200	0.0%
53	Dr. Jay's	USA	\$200	\$200	USD	200	200	0.0%
53	GI Joes	USA	\$200	\$155	USD	200	155	29.0%
56	Royal Sporting House	Singapore	\$195	\$158	SGD	330	276	19.6%
57	Jimmy Jazz	USA	\$160	\$145	USD	160	145	10.3%
57	Olympia Sporting Goods	USA	\$160	\$135	USD	160	135	18.5%
59	MC Sports	USA	\$155	\$150	USD	155	150	3.3%
60	Zumiez	USA	\$154	\$120	USD	154	120	28.3%
61	Bob's Stores	USA	\$150	\$165	USD	150	165	-9.1%
62	Honma Golf	Japan	\$138	\$150	YEN	14,890	17,410	-14.5%
63	Golf Garaxy	USA	\$133	\$100	USD	133	100	33.0%
64	Road Runner Sports	USA	\$130	\$130	USD	130	130	0.0%
65	Takamiya	Japan	\$128	\$129	YEN	13,830	14,987	-7.7%
66	Sierra Trading Post	USA	\$108	\$95	USD	108	95	13.7%
67	Eastern Mtn. Sports	USA	\$100	\$105	USD	100	105	-4.8%
	<b>TOTAL</b>		<b>\$46,539</b>	<b>\$39,972</b>				<b>12.1%</b>

摘要 データはすべて2003年12月31日時点

- (1) イタリア、ドイツ、ベルギー、スペイン含む
- (2) スポーツ用品のみの売上げ
- (3) ゴースポーツグループ：ゴースポーツ、クーリエ、ムービースポーツ
- (4) 他国分を含む
- (A) インタースポーツのメンバー
- (B) ベストスポーツ共同仕入メンバー

Weighted Change in Local Currency  
通貨換算 Conversions:2004:EUR .805\$/;2003:EUR .885/\$  
(OECDレートに基づく) 2004:JPY 108.1\$/;2003:JPY 115.9/\$  
2004:GBP .546\$/;2003:GBP .612/\$  
2004:NOK 6.739\$/;2003:NOK 7.708/\$  
2004:CHF 1.243\$/;2003:CHF 1.345/\$  
2004:CAD 1.301\$/;2003:CAD 1.400/\$  
2004:AUD 1.359\$/;2002:AUD 1.542/\$  
2004:SEK 7.346\$/;2003:SEK 8.078/\$  
2004:SGD 1.690\$/;2003:SGD 1.742/\$

2005年1月31日時点で世界トップ67社のスポーツ小売の連結売上は16.5%アップの465億ドル現地通貨で12.1%アップであった。この二桁増の数字は、特筆すべき合併が少なかったにも拘わらず、スポーツ用品市場で大型店がさらに大きくなりつつあることを示している。

2005年の最大の合併は、米国のディックススポーツディンググッズとギャリアンであり、1位のフットロッカーによるフットアクションの吸収である。欧州市場では、28位のイタリーのシサルファスポーツがロンゴニススポーツを吸収したことである。景気が低迷している欧州では、数ヶ月のうちに更なる合併と吸収が起こりうるであろう。36位の英国のオールスポーツが2~3週間前に倒産して、17位のジョンデビッドグループに買収された。日本では、ゼビオがビクトリアを買収した。

最大の共同仕入れ機構のインタースポーツは、欧州及び世界のスポーツ用品業界の進展と共に大きく

なって来ており、この度トルコ及び東欧にも侵入を果たした。さらに米国、日本、中国のような重要な海外市場に足を踏み入れることが出来たら、また新しい局面が展開される事になるであろう。

近年見られるように、大型店はさらに巨大化しつつあり、トップ14社のチェーン店は2004年に19.0%アップの10億ドル超の売上を達成している。

次の5億ドルから8.9億ドルまでに位置している14社は13.6%の成長を示しており、それ以下の1億ドルの67位までは成長率が12.2%ダウンしている。

トップ14社のうち9社は米国である。

日本は9社がランクされており、ゼビオ、ビクトリアの合併により、第10位クラスに躍進するであろう。

欧州からは10億ドル水準には、デカスロン、カルシュタットクエレとジェージュースポーツの3社だけランクされているが、その理由の一つとして、強大な共同仕入れ機構の存在があるといえよう。

## 2004年 世界ブランド競技シューズマーケット

(単位：米国ドル 100万ドル 卸価)

COMPANY	2004						対比	2003						対比
	米国		世界		合計			米国		世界		合計		
	売上	占有率	売上	占有率	売上	占有率		売上	占有率	売上	占有率	売上	占有率	
1 Nike(1)	\$ 3,225	36.3%	\$ 3,555	31.0%	\$ 6,780	33.3%	12.2%	\$ 3,005	36.6%	\$ 3,039	29.9%	\$ 6,044	32.9%	3.3%
2 Adidas(2)	\$ 795	8.9%	\$ 2,355	20.5%	\$ 3,150	15.5%	5.2%	\$ 750	9.1%	\$ 2,243	22.0%	\$ 2,993	16.3%	3.5%
3 Reebok	\$ 1,087	12.2%	\$ 876	7.6%	\$ 1,963	9.6%	6.9%	\$ 1,036	12.6%	\$ 800	7.9%	\$ 1,836	10.0%	11.8%
4 Puma	\$ 209	2.4%	\$ 1,187	10.3%	\$ 1,396	6.9%	25.3%	\$ 173	2.1%	\$ 941	9.2%	\$ 1,114	6.1%	45.1%
5 New Balance	\$ 1,020	11.5%	\$ 337	2.9%	\$ 1,357	6.7%	10.8%	\$ 891	10.9%	\$ 334	3.3%	\$ 1,225	6.7%	-2.4%
6 ASICS	\$ 197	2.2%	\$ 723	6.3%	\$ 920	4.5%	32.9%	\$ 178	2.2%	\$ 514	5.1%	\$ 692	3.8%	16.7%
7 Converse	\$ 305	3.4%	\$ 600	5.2%	\$ 905	4.4%	15.3%	\$ 245	3.0%	\$ 540	5.3%	\$ 785	4.3%	35.3%
8 K-Swiss	\$ 395	4.4%	\$ 85	0.7%	\$ 480	2.4%	12.1%	\$ 371	4.5%	\$ 57	0.6%	\$ 428	2.3%	51.8%
9 Vans(1)	\$ 275	3.1%	\$ 120	1.0%	\$ 395	1.9%	26.6%	\$ 204	2.5%	\$ 108	1.1%	\$ 312	1.7%	-4.6%
10 Fila	\$ 120	1.3%	\$ 185	1.6%	\$ 305	1.5%	-7.6%	\$ 130	1.6%	\$ 200	2.0%	\$ 330	1.8%	13.8%
11 ASG(3)	\$ 205	2.3%	\$ 98	0.9%	\$ 303	1.5%	1.7%	\$ 200	2.4%	\$ 98	1.0%	\$ 298	1.6%	1.7%
12 keds/Pro Keds	\$ 136	1.5%	\$ 67	0.6%	\$ 203	1.0%	-7.7%	\$ 153	1.9%	\$ 67	0.7%	\$ 220	1.2%	-1.3%
13 Hi-Tec	\$ 59	0.7%	\$ 132	1.2%	\$ 191	0.9%	12.4%	\$ 50	0.6%	\$ 120	1.2%	\$ 170	0.9%	13.3%
14 Foot-Joy	\$ 124	1.4%	\$ 56	0.5%	\$ 180	0.9%	9.1%	\$ 123	1.5%	\$ 42	0.4%	\$ 165	0.9%	5.8%
15 And1	\$ 95	1.1%	\$ 80	0.7%	\$ 175	0.9%	18.2%	\$ 83	1.0%	\$ 65	0.6%	\$ 148	0.8%	18.4%
16 Mizuno	\$ 99	0.7%	\$ 81	0.7%	\$ 140	0.7%	9.4%	\$ 15	0.2%	\$ 113	1.1%	\$ 128	0.7%	18.5%
17 Lotto	\$ 6	0.1%	\$ 135	1.2%	\$ 141	0.7%	-4.1%	\$ 7	0.1%	\$ 140	1.4%	\$ 147	0.8%	27.8%
18 Saucony	\$ 104	1.2%	\$ 37	0.3%	\$ 141	0.7%	24.8%	\$ 82	1.0%	\$ 31	0.3%	\$ 113	0.6%	1.8%
19 Sole Technology	\$ 100	1.1%	\$ 40	0.3%	\$ 140	0.7%	64.7%	\$ 5	0.0%	\$ 0	0.0%	\$ 85	0.5%	-2.3%
20 Brooks	\$ 54	0.6%	\$ 72	0.6%	\$ 126	0.6%	5.9%	\$ 43	0.5%	\$ 76	0.7%	\$ 119	0.6%	10.2%
Top Brands	\$ 8,570	96.4%	\$ 10,821	94.3%	\$ 19,391	95.2%	11.8%	\$ 7,824	95.4%	\$ 9,528	93.6%	\$ 17,352	94.4%	8.8%
Others	\$ 320	3.6%	\$ 650	5.7%	\$ 970	4.8%	-5.7%	\$ 379	4.6%	\$ 650	6.4%	\$ 1,029	5.6%	24.7%
TOTALS	\$ 8,890	100%	\$ 11,471	100%	\$ 20,361	100%	10.8%	\$ 8,203	100%	\$ 10,178	100%	\$ 18,381	100%	9.5%

Exchange: 2004 - Euro 805/\$, Japan¥108.1/\$; 2003 - Euro E.885/\$, Japan¥115.9/\$

世界ブランドの競技シューズ市場は、2004年に卸価で200億ドルを超過、10.8%アップの203億6100万ドルを記録。トップ20位の売上は昨年より11.8%アップした。ナイキは33.3%のシェアを占めて引続きトップに位置し、次いでアディダスとリーボックがシェアを15.5%と9.6%に落としている。プーマはなんと前年比25.3%アップして、ニューバランスを飛び越して第4位に進躍した。しかし、ニューバランスは米国ではプーマより強い人気を博している。欧州では14%アップし、ナイキ、リーボック、プーマ

がそれぞれアディダスのシェアを奪っている。

アシックスとコンバースはNo. 6、7に位置し、僅差で続いている。現在両社は大変好調に推移しているが、強烈に若返った復古調の傾向に支えられた、強いスポーツ志向のファッションブームに乗って人気を博している。両者の売上はそれぞれアシックス32.9%コンバースが15.3%アップした。ミズノは16位にあり前年比9.4%アップしている。

(リポーター：小関)



## “活性化” への一人ひとりの役割

JSR 副理事長 竹原和彦

「活性化」とは人の心をハツラツとさせる事です。その活性化の程度が、組合活動に取り組むエネルギーの大きさを決定します。組合員の一人ひとりや、役員の一一人ひとりの心を、いかに明るく生き生きさせてやる気いっぱいにするかという事が、大切です。

我々は夢を語り合うと同時に、その夢の実現のために、目標を定めて、一人ひとりが、それをめざして努力を続ける事が大切ではないでしょうか…。

### 1. 人材を育て、人材を活用する

組合活動（店の仕事）の柱となる人を育て、増やす事が活性化につながります。

#### 7人の侍づくり（「持ち味」と「強み」の活用）

1. 発想者（仕掛役）言い出す人 提案者
2. 同調者（盛り上げ役）賛同し応援する人
3. 組立者（演出役）企画・立案し研究する人
4. 引き受け人（行動役）行動の中心となる人
5. 後押し人（協力役）賛成し手伝い力となる人
6. とりまとめ人（説得役）公平な判断をし説得する人
7. 仲介者（広報役）いろんな人に知らせ、とりもつ人

一人で何役でも良い、二人以上の複数の人間と共に、気持を合わせて努力する事が出来るかどうか…又、その人らしい「持ち味」を発揮して、気持を高め合う事が出来るかどうか…

### 2. 常に、建設的にプラス思考で対応する

相互の気持の中の悪い面を追放して建設的に…  
九ズの追放

1. 理解しようとせず（自分から動き、人にも説明する）
2. 協力せず（心と頭と体を使って協力する）
3. 損をせず（勝手な理屈で自分だけは損をしない）
4. 反省せず（あの時、こうしていたらとふりかえる）
5. 自分は先に立たず（提案して率先して行動する）
6. 集まらず（いろんな人の話からヒントを得る）
7. ホンネを言わず（人の話は聞くが自分の事は言わない）
8. 他人をほめず（自分の事は理解させ、人を評価しない）
9. 感謝せず（喜ばず、感動せず）

### 3. 組合を身近で大切な存在として尊重する

商売をやって行く上で必要で大切な組織であるという認識を持って、共同の力を活用することを考える。

#### 仮定の原則

1. もし、この組合を続けるとしたら…
2. もし、この組合がなかったとしたら…
3. もし、別の方法でやるとしたら…

### 4. 組合の問題点を考える

不都合があった時、その原因の究明と改善への努力  
各組合の今の問題点は何か

1. 体質上の問題点は何か…
2. 活動上の問題点は何か…
3. 今後の方向での問題点は何か…

### 5. 各組合として何をすべきかを考える

1. 役員意識の改革（各組合の「組織づくり三法」）
2. 活動の仕方を考え、活動方向の明確化

#### 問いかけの原則

1. その目的は何か…
2. 何故、それをやるのか…
3. 何故、そのやり方なのか…

#### やり方の追求

1. どうしたら、もっとうまく出来るか…
2. どうしたら、もっと早く出来るか…
3. どうしたら、もっと安く簡単に出来るか…

## 編集後記

A Happy New Year

to all our members of JSR !

皆様には2006年の新春をお元気にお迎えのことお喜び申し上げます。豪雪の地域の皆様には無事乗り切られますよう御祈念申し上げます。

◆ スポットライトにご登場の松井様には、世界的なご活躍に心からの声援をお送りいたします。お仕事も非常に好調と聞いていますが、軽快なフットワークときめ細かいサービスで、ユーザーからの絶大なる信頼があればこそと納得した次第です。

新年早々元気を頂き改めて感謝いたします。

◆ 本年も直面する諸問題に力を合わせて前向きに取り組んで参りましょう。 (K, K)