

第 37 号

平成18年7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

ユーザーを
巻き込んだ
新しい企画!

JSRは、「体育の日」の活性化を狙い **事業①** を新しく展開致します。

『Tシャツ 背文 (せぶみ) コンテスト』

「君の背中が輝く時！」優秀賞に背文Tシャツ20枚プレゼント



新企画

この企画は店頭ของทีมユーザーも、外商ของทีมユーザーをも巻き込んだ、大変魅力的なコンテストです。

お店に50枚の応募の「チラシ」が9月上旬に「体育の日・活性化セット」として届きます。

「体育の日・活性化セット」の中には ①ブルーの旗、②パッケージの時の飾り用シール50枚、③背文応募はがきのチラシ50枚④背文コンテスト・投函袋等が入っています。

この ③背文応募はがきのチラシ50枚のチラシの応募はがきの部分にお店のゴム印が押してないと無効になりますから、お店の方は即ゴム印を押してください。

そして、はがきの付いたチラシを店頭ของทีมユーザー、外商ของทีมユーザーにお渡し下さい。

当選すると20枚のTシャツが当たります。当選発表は12月10日です。優秀賞が当たったチームにはクリスマスイブにでも、お店か、ユーザーのグラウンドか、体育館で贈呈式を企画願います。またその時の様子をレポートよろしくお願ひ致します。

この賞品、[Tシャツ20枚にプリント付き]は卸さん、メーカーさんに1セットの協力をお願いしております。

全運団連の総会でこの企画の発表をしましたら、総論で評価をいただきました。各論では卸さん、メーカーさんに直接お願ひする事になっておりますので、プリントつきのTシャツ20枚のご協賛宜しくお願ひ致します。

Tシャツ・背文(せぶみ) コンテスト

チームの言葉を君の背に!

チームで考えて20枚のTシャツを当てよう!

●募集作品:

スポーツ選手を讃えたり、励ましたりするメッセージ。
選手自身が自らを鼓舞する為の言葉
自作未発表の30文字以内の言葉

●対象:

地域や学校部活でスポーツに熱中している青少年
チーム及びその関係者(指導者、保護者)

●応募方法:

応募用紙のはがきに、必要記載事項を記入の上、
取り扱いスポーツ店の応募の袋に入れるか、切手
を貼って投函願います。

取り扱い店のゴム印無きものは無効となります。

●評価表彰:

最優秀賞	1本	Tシャツ20枚(2色刷り)
優秀賞	10本	Tシャツ20枚(1色刷り)
特別賞	若干	Tシャツ20枚(1色刷り)

三層を
巻き込んだ
新しい企画!

JSRは、「体育の日」の活性化を狙い **事業②** を新しく展開致します。

《店頭・ボール写真コンテスト》

対象はお店と卸・メーカーさんの営業マン

「大切な人に 健康と共に スポーツ品を贈ろう！」の事業を活性化させるために今年から初登場の事業です。昨年は赤い旗を作りました。7月末に送ったので、何処かへ行って消えちゃったなどと不評でしたので今年は、9月上旬に「体育の日・活性化セット」をお送りしますので、即店頭に出して活動開始してください。

《 店頭・ボール写真コンテスト 》

●タイトル：

「体育の日」大切な人に、健康と共に、
スポーツ品を贈ろう！キャンペーン

●対象：JSRの所属員

●期間：2006年9月9日～10月9日

●締切日：2006年10月20日

●内容：*元気のいい店頭写真

*ボール・旗などで人目を引く陳列

●告知：

*大阪卸展示会 2006年8月23、24日

*9月上旬「体育の日」活性化グッズ・セット
の中の書類に記載

●応募：応募用紙にL版写真2枚貼り

●目標：300店（各組合 5～10店）

●賞品：店頭活性化大賞 1本

優秀賞 10本

努力賞 10本

●発表：

大阪卸展示会 2007年2月7、8日

東京スポーツショー 2007年2月21、22日

名古屋スポーツショー 2007年2月27、28日

JSRレポート・業界紙 2007年1月

●成果目標：各店の意識の高揚と店頭活性化

《 魅力発見写真コンテスト 》

●タイトル：お見事！訪問店のこんな陳列

●対象：卸・メーカーの営業担当者

●期間：2006年9月9日～10月9日

●締切日：2006年10月20日

●内容：*独特の提案の仕方・見せ方

●告知：*大阪卸展示会 2006年8月23、24日
*卸・メーカーの本・支店へ書類で依頼

●応募：応募用紙にL版写真2枚貼り

●目標：400店（各社10～20件）

●賞品：魅力発見大賞 1本

着目努力賞 10本

●発表：

大阪卸展示会 2007年2月7、8日

東京スポーツショー 2007年2月21、22日

名古屋スポーツショー 2007年2月27、28日

JSRレポート・業界紙 2007年1月

●成果目標：営業マンの意識の高揚

訪問店への注目度改善



【写真上】あるお店の2005年の「体育の日」の飾りつけ

スポーツギフトへの スポーツ店の チャレンジ!

JSR は、「体育の日」の活性化を狙い **事業③** を継続展開致します。

『大切な人に、健康と共に、スポーツ品を贈ろう!』

昨年、「健康と共に、ボールを贈ろう!」という赤い御旗の元に「贈り物」が売れる店作りを狙いました。

今年は、「大切な人に 健康と共に スポーツ品を贈ろう!」という青い旗に変えて、今年も引き続き「贈り物」が売れる店作りを提案いたします。

この事業は、バレンタインデーにチョコレートを購入するという習慣は神戸の洋菓子屋さんの企画提案でした。30年間の努力の結果、今ではバレンタインデーの時期に、年間の30%以上のチョコレートがこの時期に集中して販売できるまでになったそうです。

私達の業界の記念日である『体育の日』は、東京オリンピックの開会式の日を記念して決められた記念日ですが、お母さんに「ソフト・バレー・ボールを贈ろう」とか、お孫さんに「サッカー・ボールを贈ろう」『8・9（野球）の日』に兄弟にキャッチャーミットとグローブのセットを贈ろう。というように、スポーツ用品のプレゼントをきっかけにスポーツに目覚めたり、復活していただくきっかけになることを願っての企画です。

「体育の日」は本来、スポーツを振興する為の日であると思いますが、贈り物によりスポーツをするきっかけになってくれれば素晴らしい事だと思います。

欧米人はお土産を買うとき、箱などパッケージはいらないうち身だけ持ち帰るケースがあると聞きますが、日本人はパッケージに金を使ったり、お土産の数だけ、袋をつけるのが一般化しております。

今までは贈り物はパッケージの綺麗な百貨店でという考えが多くありました。

しかし、多くの専門店もおしゃれなパッケージを用意して、贈り物の対応をしております。

私達スポーツ店も、贈り物の売上を増やす為にパッケージを研究してゆきましょう!

プレゼントされて喜ばれる包装を勉強しましょう。

JSR では今回のボールを贈るお客様のために。そして、スポーツ品を贈って下さるお客様のためにシールを製作いたしました。御社のテープを使って、プレゼント商品のパッケージの改善にお取り組み頂きたいと思えます。

スポーツギフトへのスポーツ店のチャレンジについて、今後の為にご意見を聞かせていただきますようお願い致します。

【写真右】 →
今年の旗の新しいデザイン (案)

体育の日

大切な人に 健康と共に
スポーツ品を 贈ろう!



日本スポーツ用品協同組合連合会



【写真上】 ↑

ラッピングの材料の一つ [シール (案)] にお加え下さい。

【写真下】 上のJSRのシールを使って、スポーツ用品をギフトに使うように、ラッピングの研究を致しましょう。



JSRは、「体育の日」の活性化を狙い **事業④** を継続展開致します。

ボランティア活動のボールを贈ろう！が新聞記事にも

「大切な人に 健康と共に スポーツ品を贈ろう！」の事業のイメージアップの為に、恵まれない子が沢山いる児童養護施設へボールを贈ろうという「もう一つ」の事業です。

3年前、近畿ブロック協議会が児童養護施設へ「体育の日」にボールを贈り、大変喜ばれたという報告を頂き、JSRでも調べたところ各都道府県に格差はありますが平均15箇所くらいの施設があり、全国では約550の施設があり、5年間で全施設にボールを贈りたいとして、1年に100箇所の施設に贈ることを目標に致しました。初年度は47組合の内、参加していただいた組合は30組合で120ヶ所の施設へ、昨年は36組合でほぼ同数の施設に廻っていただきました。

児童養護施設は保護者がいない子供、虐待されている子供、親が行方不明、死亡、離婚などにより養育が困難な子供たちの為の施設で近年は家庭内暴力にあった子の入所するケースが増えているようです。子供たちの日々の生活は朝食を取り、地域の学校へ通い、授業が終わると部活などにも参加して、夕食を取り、就寝するというごく普通の生活ではありますが、施設によっては幼稚園児くらいの子から小学生までの施設であったり、中、高校生が主体の高学年の子が多い施設があったり地域と施設によって、施設のタイプも変わっているようです。

色々なタイプがありますので、贈る前に施設長さんに相談し、どのようなボールが要望されるかをお伺いして、贈るボールも決めていただきますようお願い致します。

愛知県副理事長の染谷運動具店・望月英昭社長は、当初は報告書類初め何故こんな面倒な事をさせるのかといていたのですが、この事業をきっかけに交流が始まり、ボランティア活動にも発展し、JSRがこの事業を止めても、愛知県としては継続すべきだとまで言ってくれております。

まだ着手しておられない組合も10箇所ほどありますが、今年の体育の日には、各組合100%の参加率で施設へ廻っていただきますよう、お願い致します。



【写真左】 岐阜県美谷学園の園児に囲まれる服部理事長



【写真右】 愛媛県吾子苑の園児に贈呈中の真鍋理事長

【読売新聞多摩版カラーの写真】

「体育の日目前のプレゼント」として東京の組合の貫井副理事長が「れんげ学園」に11ヶのボールが贈られた様子が紹介された。同学園には様々な理由で家庭から離れて生活をしている3～18歳の子供たちが50人生活していると紹介されていました。



ボールを受け取る横田施設長（右から2人目）

10日の「体育の日」を前に、東京スポーツ用品専門店協同組合は5日、児童養護施設れんげ学園（東大和市）、至誠副理事長は「大いに活用し、ボールに親しんでほしい」と語り、横田寿恵施設長は「子どもたちは球技が大好き。運動会で使いたい」と話していた。

体育の日目前のプレゼント

1ツ用品店が加盟。ボールプレゼントは「児童養護施設の子どもたちが少しでも元気になってくれたら」と、昨年から始めた。5年をかけて、都内50ヶ所の児童養護施設にボールを贈る計画だ。

このような、写真、新聞、子供たちの本当に可愛い礼状、施設長さんからの礼状などを沢山事務局でお預かりしております。



サッカーワールドカップ In GERMANY

報告者 辻本昌孝

日本がブラジルに敗れて、ある人は「これで終わった」と言いました。しかし、サッカーを知っている人は「これからがワールドカップであり、素晴らしい試合をこれから見られるのだ」と言っておりました。

しかし、4年前の日韓共催の時は本戦にまで残れ、日本は良い試合をしてくれたように思います。だから期待したのですが、ホームとアウェーとの差もあるのだろうということも感じました。

また、報道のことが言われておりますが、報道のあおるのは仕方がないとしても、報道のスポンサーの為か、日本にライブで放映するのに、スポンサーの意思を尊重して試合時間を日本の放映に都合の良い時間を選択し、ドイツの現地では熱い時間ばかりを希望選択し、また選択できたとする、これは大きな問題ではなかろうかと感じました。

コンゴだったでしょうか、本戦に残れて初戦で敗れはしたけれど、ワールドカップに参加でき、開催国のドイツに来てその場にいることを楽しみ、勝ったブラジルと仲良く一緒になって騒いでおりました。

国民性のせいか、審判のせいか判りませんが、イエローカードが10枚以上出た試合もありました。だから、喜ばば良いというものでもなく、国民性や、国と国との歴史的関係など、色々なものが見えてくるように思いました。

子供の頃、私の田舎、飛騨高山におけるスポーツは小学校の頃は相撲とドッジボール、冬はスキーで野球は恵まれた一部の子だけでした。中学になって男子にバスケットボール、女子にバレーボールが追加されたくらいで、その他のスポーツは身近に見ることはありませんでした。

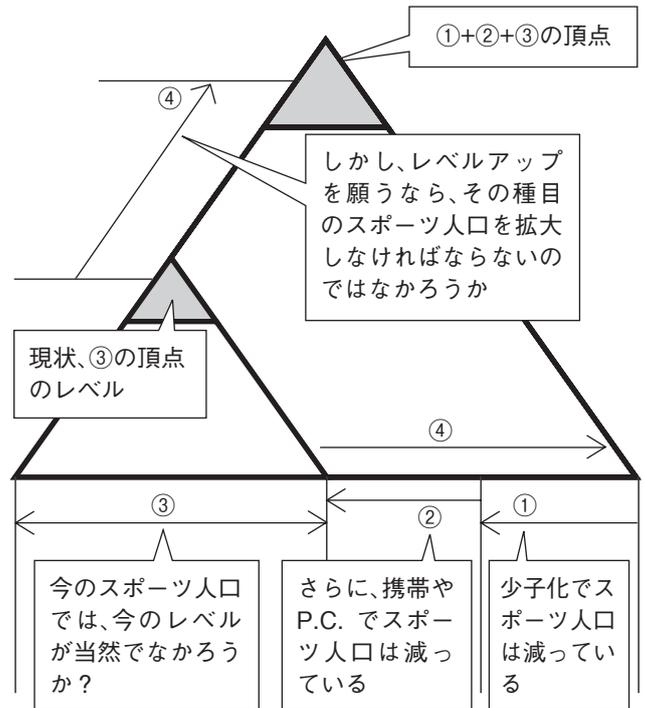
スポーツの業界に身をおく者の言うべき話ではないかもしれませんが、ニュースポーツの紹介や勉強会があります。しかし、スポーツ人口の少ないスポーツ種目の取り扱いを始めても、中々商売にならないという考えもあります。

逆に今グラウンドゴルフなどのニュースポーツの専門店として、指導教室を開きながら、販売を拡大

しておられるお店もあります。

話を最初のサッカーの話に戻し、別の視点から考えて見たいと思います。

冬季オリンピックでメダルを1ヶしか取れないからといって情けないと言ひ。サッカーで予選に勝ち残れないと、何故残れないのだ、と言う。下図を①から④の順番で見てください。



メダルを取ろうと思うなら、何でも狙わないで、日本人の体力、身長など考慮に入れ日本人の特性に合った、得意な種目に集中して、スポーツ人口を増やせばメダルを獲得できるようになるのではなかろうかと、このところ考えております。ただニュー・スポーツを増やすのではなく、限られた種目のスポーツ人口を増やせば、底辺が広くなり、その頂点は高くなり、世界と競い、メダルを狙えるのではと考えた次第であります。

同じ事が私達の商売にも言えるのではないのでしょうか。

過去においては何でも売っているお店が総合店として、注目される店舗でしたが、それは今では多くの種目はあるが、ほしいものが何もない店ということでユーザーに支持されなくなってきているのではないのでしょうか。お店のある町の規模により、競技種目を絞り込み、専門店としての品揃えをする事がユーザーから支持を獲得できる事なのではないのでしょうか。

事業委員会



委員 重森 仁

J S Rラインパウダー

「無害くん」の拡販を

チラシの活用も！

中部ブロック石川県組合は平成18年上半期(1月～6月)に1700袋の「無害くん」を販売されました。また石灰石の本場、赤坂のある岐阜県組合でも同期に750袋を販売していただきました。価格、競合品の関係など難しい状況の都道府県もあると認識いたしますが、販売しようという心構えは持ち続けていただきたいと思います。炭酸カルシウム系のライン材がかなり普及してきましたが、まだまだ、危険な消石灰を使っている団体もあります。拡販のチャンスも十分にあると思います。尚、すでに御案内させていただきました通り、拡販用チラシが完成しています。500枚¥2,500で各組合事務局に配送させていただいています。ご希望の組合はJ S R事務局までお申込(F A X 03-3865-7704)ください。

ショッピングバッグ

各場面でご利用ください！

デザインを一新したショッピングバッグ、尚一層のご活用をお願いいたします。17年度の販売実績はAセット(ショルダー300枚、シューズ型600枚)96、Bセット(ショルダー300枚)69、Cセット(シューズ型1200枚)89の合計254セットで、昨年とほぼ同数でした。メーカーの袋と一線を画したい店頭ラッピング、各種協同販売お買い上げ商品用は勿論のこと、独自のバッグをお持ちの店も、一寸したイメージチェンジに活用してください。

(価格) Aセット ¥23,000

Bセット ¥14,000

Cセット ¥18,500

(セット内容、F A X番号は本文中)

「体育の日」活用化事業

別ページの報告、「新しい挑戦」をご覧ください。

教育・情報委員会



委員長 門田 忠尚

J S Rホームページが開設されました。

(アドレス <http://www.jsr-jp.com>)

内容は諸会議(定時総会 ブロック協議会)資料、事業内容、委員会活動、J S Rレポート、業界スケジュール等、まだ内容は不十分ですが順次充実させていきます。

P O Sシステムの稼動状況は標準版59社(100店舗)外商システム23社(26店舗)合計72社(126店舗) オプションシステムでは顧客管理システム18社(28店舗)本部システム7社(43店舗)です。本年度は(株)プラネット他のご努力で手数料収入も240万円を越えました。引き続き改良とバージョンアップをしながら普及に努めたいと思います。

次に私達の委員会のテーマであります総合型地域スポーツクラブへの取り組み方についてですがスポーツ振興くじ(toto)からの補助金を当てに全国に多くのNPO法人が設立されました。しかしご存知のようにtotoの不振で補助金が当てにならなくなりました。現状の大部分のクラブは今までの地域体育会やスポーツ少年団などをやや広域にまとめ組織化しただけで活動内容は以前と変わらないように思います(勿論例外も多いですが)国の目指したクラブはこんなものではないという気がしますが私達の仕事に直接影響する重要なことです。ですから地域のクラブがどんな方向に向うのか注意しながら対応しなければならないと思います。

さて現在の私達の市場は大型チェーン店とインターネット通販にかく乱されています。通販の利便性はみとめながらも益々価格破壊は進み他の流通業がそうであるようにならずスポーツ店の数も激減するでしょう。私達の築いてきた人と人の商売がパソコンによって放逐されようとしています。物流の合理化という大きな時代の流れには抵抗できないでしょうが(地域密着)(種目専門)(外商専門)(クラブ運営)などそれぞれの店にベストの対応策を早くみつけて早く実行しなければならないと思います。次の飛躍のために。

活性化委員会



委員長 竹原和彦

“活性化”への役割

6月に中部ブロック大会が富山県の高岡市で開催されましたが、その思いがけない新しい企画に出席者は皆、びっくりし又、感動致しました。

当日の大会参加者は64名でしたが、そこへ、一般ユーザーが260名も加わって、デューク更家氏のウォーキングライブが盛大に開催されたのです。

ブロック大会に、組合員とメーカー卸そしてその何倍もの一般ユーザーが一緒になって盛り上げる等という事は考えてもみなかった事ですから「こんな事も出来るんだ・・・」と、その新鮮さに、「自分達も何か考えてよう」という思いを熱くさせられました。

富山県では東部の富山中心と西部の高岡中心の交互に開催しているのですが、今回は高岡のスポーツ店が中心となって、皆で議論し合いましたが、高岡市の定塚スポーツさんの考えが、役員会を動かし、とり入れられたのです。その後彼はいろんな所へ連絡し交渉をして東京のデューク氏の事務所にまで出かけて自分達の予算に合わせてもらえるよう交渉する等いろんな役割を果たされたのです。

我々の組合や、JSRの「活性化」もそうですがいろんな改善や改革は、このように思いをもった人の一人ひとりの行動次第だと思います。「役員や執行部が分かってくれないから・・・」ということで簡単にあきらめないで、ぜひ納得させるための行動をお願いしたいと思います。今回の様に、「なにがなんでも！」の気骨は必ず実を結ぶという素晴らしい見本を見た思いが致しました。今「組合員の増強」や「組合体質の強化とメリットの発見」は“組合の活性化”のためには、とても大切な事だと思います。

しかし最も大切な事は、それぞれの組合員自身が、どんな思いをもってどんな役割を果たしているかではないでしょうか…。富山県の組合では一人の組合員が県の組合を動かし、ブロックを動かしたのです。「JSRの活性化」や「ブロックの活性化」また「各組合の活性化」そして「各組合員店の活性化」等も又、その「行動の源」である願う気持ちの強さ次第といえるかも知れません。

交流委員会



委員長 小関和夫

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要旨を列挙する。

1. マークダウン商品の価格表示

メーカーがマークダウンするという意思表示をしたことは、メーカー希望小売価格を撤廃するという意思表示をした事になるので、その後は全てオープン価格商品として取り扱い、二重価格表示は出来ないのをご注意ください。

2. 新素材を用いた製品の表示について

爽快感・清涼感等の爽やかな感じを表す表現に留めおくこと。その理由は、冷感・ヒヤッと感・接触冷感等、冷たさを表す表現を用いる事は、実際にはその素材が有する効能効果を著しく逸脱した表現である恐れがあること。

3. ファクトリーアウトレットでの価格表示

ファクトリーアウトレットの本来の意味は、いわゆる非継続商品やサンプル、キズ物等を廉価に販売する直営店の意味ですから、すべてオープン価格商品として扱われるべきものであり、メーカー希望小売価格を比較対照とした実売価格との二重価格表示は許されません。同時に、消費者保護の観点から、商品のデメリットは必ず表示されるべきことは当然であります。

4. メーカー直売店での価格表示

ファクトリーアウトレットの場合と同様です。さらに重要なことは、「メーカーがスポーツ用品を一般消費者に直接販売する場合には、メーカー希望小売価格を表示してはならない」という規定があることです。

2006JSR 全国大会が山形で開催

9/13～14 山形グランドホテルにて

◆記念講演 14～15時 (9/13)

森 喜朗日本体育協会会長 (前内閣総理大臣)
拝聴し、幸せと元気を頂きましょう！！

◆基調講演 安部純平 JSR 顧問

◆パネルディスカッション

「これからのスポーツ店のあり方」

会場の皆様との合同の討議です。是非ご参加下さるようお願い致します。

WELCOME to YAMAGATA !

シヨウバイ考 21

商売の王道は正売 その3

JSR 顧問

安部純平



商売は世のため、人のため

自給自足の古代から、物々交換の時代を経て、貨幣が生まれ、商業は大いに盛んになりましたが、封建的社会の身分制では、士・農・工・商という序列があって、商人は最下位の地位に置かれてきました。

士は、ひとたび大事が起きれば、身命を賭して、藩(国)と領民(国民)を守るのだから順位第一位。

農民は、人々の命をつなぐ米やその他の食料品を生み出すから第二位。

工人は、戦や人々の日常生活に必要な、様ざまの道具を造り出すから第三位。

商人は、人の造った物を、動かすだけで利を得るから第四位。

確かに、古い諺には、「商人の空誓文」とか、「商人の元値」、「商人は、損して、いつか倉が建つ」というように、一部の商人の嘘実とりまぜた口上手を揶揄(やゆ)して、口だけで多くの利を得る信用ならない人達が商人だと観ていた類いのものが多くあります。

しかし、江戸初期の鈴木正三(しょうさん)や、江戸中期の石田梅岩(ばいがん)が言うように、商人が物資の流通に果した、大変な努力が、人々の生活に利便を提供し、豊かさをもたらした、いわば人々の生活向上の推進者であったことを忘れてはなりません。

天秤棒を担いで行商をして歩いた近江商人の通る道は、佛の道として評価されていたように、また三井高利の正札販売によって、正直・公平な商売を通じ、どれほど庶民に豊かな暮らしと生活の夢をもたらされたかを忘れてはなりません。

松前船は北海道から大阪へ昆布を運び、巨利を得ました。紀ノ国屋文左衛門は、荒れる海を和歌山から東京にみかんを運んで、お大尽になりましたが、この人達は、単に口上手で物を動かして、大儲けし

たものではありません。それぞれに男一匹、命を張って、必要とされる物を必要とされる所へ運んで、報われたのです。世の為、人の為に働いたから利益をいただいたのです。

商売の神様と称された松下幸之助翁に、「商売戦術三十ヶ条」というのがあります。

その第一条には、

商売は、世の為、人の為の奉仕にして、

利益は、その当然の報酬なり

と書かれております。

これは商人の気概と誇りを謳ったものであると思います。

激しい競争の時代ですから、私達の業界でもいろいろな厄介事が頻々と起きて、そのつど、神経を高ぶらせることになってますが、私達は冷静に競争の本質を分析して、哲学なき競争、例えば、その時ばかりの値引き競争などに振りまわされて、「世のため、人のため」に働く商人の矜持(きょうじ)を失ってはならないと思います。

正直・公平を旨として、世のため人のために奉仕する気概をもって、日々の商いに精進すれば、道は必ず拓けると思います。

皆様に心よりお礼申し上げます。

平成十二年一月のJSRレポート第十一号から今回の第三十七号まで、エッセイということで、気楽に書かせていただきましたが、多くの方々より、ご叱声や励ましをいただき、お陰様で私も、本当に元気をいただきました。心より有難くお礼申し上げます。

まことに心残りではありますが、今回をもって、筆を擱かせていただくことになりました。

まだ元気ですので、皆様方に、いつか、何処かでお目にかかることもあると思います。

皆々様いつまでもお元気で“正売”に精進されまじよう、心より祈っております。



伊藤 禮嗣

島根県スポーツ用品協同組合 前理事長
 (有)二協社 代表取締役

日本の故郷・山陰。歴史と神話の地、八雲たつ出雲。近年では『全日本大学駅伝』の地としても著名な縁結びの神様・出雲大社のお膝元・出雲市で御商売を営まれる(有)二協社の伊藤禮嗣さんをお訪ねしました。島根県は人口75万人。東隣の鳥取県の60万人に次ぐ、人口最少県です。出雲市は平成の大合併で人口14万人となりましたが、旧市規模では8万人。松江市に次ぐ中核都市です。二協社さんは昭和21年に先代の芳郎さんが創業。創業時、ご親戚の方とお二人で始めた事から『二協社』と命名。禮嗣さんが二代目社長となりますが、既に御息も大阪での学生生活&社会人生活を経て帰郷。後継者問題も磐石です。30年続くと老舗と呼ばれる今日。創業60年を迎える『二協社』は島根県随一の老舗スポーツ店です。先代を良く知る人たちはその人柄を、『出雲の大旦那さん』と親しみを込めて呼びましたが、禮嗣さんもその親しみ易さ、風格、懐の深さと、先代を想わせるものがあります。センスの良さ、ウィットに富んだ会話、抜群の洞察力は、若き日を東京の地で過した立教ボーイの為せる業。学生時代は水泳、出雲に帰ってからはスキーに打ち込み、今はゴルフと奥様との旅行、麻雀を少々(笑)と屈託が無い。奉仕活動としては『出雲南ロータリークラブ』に属しSAA、幹事など要職を歴任、次期会長候補の呼び声も高い人柄です。

さて、組合活動に関してですが、その歴史・信用・信頼・人柄故に、組合創設時から先代・芳郎氏が深くかかわって来られました。島根県組合は県東部(出雲東部地区)、中部(出雲西部地区)、西部(石見地区)で理事長持ち回り制を採っている為、その都度、理事長・副理事長を歴任。後を継いだ伊藤社長も直前理事長職を務め、今は副理事長の要職に在ります。直前理事長時、中国ブロック大会で、『比較的、定価で売れる繁忙期(3月~7月)には、特設会場バーゲンを(三層共に)自粛して欲しい』と、島根県組合の『要望書』を提出。三

層に検討と改善を迫られた迫力は、その慧眼と共に、見識の高さを物語るエピソードです。一昨年は、島根県を中心とした『中国04総体』が開催され、組合員数も23社にまで増えましたが、今は20社に減少。更なる減少傾向に、法人維持か任意団体転落かの論議に揺らぐ現状で、松浦理事長と共に伊藤副理事長の苦悩が続きます。それもこれも、小泉内閣の『景気回復宣言』とは程遠い、地方経済の疲弊・低迷と言った、組合員の苦悩と苛立ちが根底に有る様に思われます。

ご商売の方ですが、店舗は創業時からの『二協社・本店』(中心市街地立地)と、ロードサイド立地の『スポーツプラザ二協社』の二店舗。地域一番店としての信用・信頼をベースに堅実な経営を続けて来られました。一例がサッカーくじ toto です。島根県組合唯一の取扱店ながら、常に販売実績で上位ランキングを占め、人口比率で比較すれば、常時トップクラスで、如何に地域の人達に、身近で親しみ易い店であるかを物語っています。又、地方の食品スーパー等では間々有りますが、スポーツ業界では珍しい、移動販売車を駆使。主に職域を中心に販売活動を行っています。ご本人は「全然儲かって無い」と笑われますが、地域密着・ユーザー密着を図る、その意気込みと着眼点には大いに学ぶべき所が有ります。一昨年、ヒマラヤさんが600坪で、ベスト電器さんの跡地に居抜きで進出。隣接する松江市にはアルペンさんの存在もあり、小商圈故に影響は大都市圏の比ではありません。「地方都市のスポーツ店は、地域のスポーツ振興のお手伝いをしながら商いを続けて来た。又、そうしないと地域のスポーツは育たず、商いが成り立たなかった。今、すべてのサービスを価格に集約し、効率の一辺倒の販売方法で、果たしてお客様は幸せなのだろうか? スキー市場の二の舞を演じてはいけない。」

伊藤社長は熱く語り、決意を新たにされている。
 (リポーター：尾坂真人)

商いは飽きない！お客様と感動体験 「Tシャツ背文コンテスト」に懸ける



重 森 仁

私たち組合員を取り巻く商環境は、大型店の攻勢など厳しいものがあります。とはいえ、業界の主たる勢力として今一度、業界活性化の主演としてその心意気を示す元気も必要かと思えます。メーカー、卸、小売の三層に何かと不協和音を感じる今日この頃、「体育の日」活性化こそ立場の違いを超え、業界が一致団結して取り組める課題と認識し、組合が率先して取り組みたいと思えます。

JSRは昨年までの「健康と共に、ポールを贈ろう！」のキャッチフレーズを「大切な人に、健康と共に、スポーツ品を贈ろう！」にバージョンアップし、昨年を越える取り組みを企画し、より一層の「体育の日」活性化をねらいます。その目玉になる企画のひとつとして新しく「Tシャツ背文(せぶみ)コンテスト」を実施いたします。

今、流行のTシャツのバック文字プリントとスポーツに賭ける選手の情熱、サポーターの熱き思い、スポーツを通じた人間形成そして健康への想いを吐露した創作文のドッキングに私たちの未来を明るくする一筋の光を見出したいと思えます。

背中に文字をバックプリントしたTシャツを着ているスポーツ選手は、以前はごく一部に限られていましたが、ここのところ爆発的に増えているように思います。

先日も店頭で常連の高校野球部の選手たちが井戸端会議をやっていました。どうやら夏の大会メンバーが発表になったようです。ところが残念なことに人数の制限でベンチ入りできない仲間が何人かいるようです。その仲間のために考えたことが、背文を入れたTシャツをプレゼントし、スタンドで着て貰おうということらしいです。どんな文にしようか、「夢を共に…」「スタンドもベンチも…」「君がいるから…」…。

今回の企画を先取りし、お株を奪うかのような熱のこもったやり取りでした。このシーンに遭遇し、このコンテストが旬のものであり、JSR会員全員が手をつなぎ、共に取り組めるものと確信させられた1コマでした。

優秀者には作品をバックプリントしたTシャツを賞としてプレゼントします。

応募はがきには担当店を記入していただき、店頭で、外商での販促を兼ねて応募を募っていただきます。目標として全国で5000通以上の応募を目指します。

入選作品の担当店は、表彰式の一役を買っていただき、店頭の活性化の一助とします。また、賞品のバックプリントTシャツ20枚を超える分の増し刷りも担当店を通してとなり、拡販にもつながる可能性もあります。

組合員の皆さん、汗を掻きましょう。足を使い、頭を下げて応募を呼びかけ、お願いしましょう。

あなたが呼びかけたチームの方が入選されたとき、あなたと入選者は感動を共有することでしょう。そして心のこもった表彰式を執り行ってください。きっと感動は倍加することでしょう。さらに新しい商売の1ページが開かれるかもしれません。

「Tシャツ背文(せぶみ)コンテスト」は、「体育の日」活性化の一翼を担った、ユーザーを巻き込んだ取り組みとしてなんとしても成功させなければなりません。その成否は組合員皆様方の奮闘にかかっています。どうかこの企画の趣旨をご理解いただき、積極的に応募を働きかけてください。お願いいたします。

**「背文コンテスト」
応募依頼して『体育の日』活性化！**



鶴見 理事長



定塚 理事

新たな企画で中部ブロック大会開催

富山県スポーツ用品協同組合理事長
理事

鶴見 瑞夫
定塚 崇志

今まで何回か経験した中部ブロック富山大会は何れも温泉やリゾートホテルを利用したもので、どちらかといえば懇親会メインの親睦交流会といったイメージでしたが、今回は街中で温泉抜きの企画も面白いのではと考え企画してみる事にしました。

当初は、理事長の希望もあり、グループディスカッションや分科会をセットし、業界について真面目に？語り合おうと考えましたが、即効性があり、三層の皆が学べ事業所へその体験を持ち帰り、日々の仕事に役立てる企画はないかと考えてみました。以前TBS系「情熱大陸」で知っていた一風風変わったウォーキングインストラクター「デューク更家」氏のDVDを娘が持っていたのと、アシックスと製品契約していた事もありウォーキングセミナーの開催を理事会に提案しました。理事長も理事諸兄も、内容の把握しやすいディスカッションへ傾いていましたが、「お前が運営できるならやってみろ！」とお許しがし、活動開始となりました。とはいっても何の伝もないので、まずアシックスの営業担当にお願いし、デューク氏の事務所の電話と担当者を教えてもらいました。

JSR・中部ブロック・富山県組合の概要を書面で送り、今回の企画の意義と、デューク氏の今後の活動にとってもスポーツ業界への働きかけは有益である事を力説しました。数日後、運良く本人のスケジュールが調整出来た事もあって、デューク氏本人が当方の提示全額で来てとも良いと電話が入りました。正直ダメモトで依頼していましたが、大幅に譲歩して頂く形でまさか本人と契約できると思っていませんでしたので、逆にあわてたのは私の方でした。

中部ブロック大会の経緯から教えても、一般のお客様と組合員、メーカー問屋の皆さんが同席する事についてはそれで良いのかと悩みましたが、視点を変え組合員がユーザーと一緒に学び、理解し合うセミナーへと方向性を修正してみる事に致しました。

まず定員を350名と設定し、組合員に対して一口15,000円で20口の協賛を求める（入場整理券

を15枚進呈）、全ての組合員に対して入場整理券を2枚発進しました。同時に県内のテレビ局、新聞社に援護依頼し、中部ブロック協議会・デューク氏のセミナーを告知してもらい入場整理券にプレミアを持たせると共に、業界のPRも行ってもらった事にしました。又メディアには一般公募分として40組の入場整理券を用意しました。

いよいよ開場となりましたが、心配していた一般来場者も概ね予定数に達していました。

私自身デューク氏のセミナーは始めてなので、司会の傍らその運営に気をもみましたが、デューク氏の講演には気迫があふれていて、最後まで参加者全員が判るような丁寧さで指導をして頂きました。開場では組合関係者（全員男性）と、一般来場者（ほとんど女性）が夫々にウォーキングとストレッチを、真剣にそして楽しそうに受講する姿はとても微笑ましく、満足出来るセミナーとなりました。

私自身としてはホールの前で各メーカー様にウォーキングや健康関連商品を展示して説明して頂き、ナショナルチェーンとは、一味違う地元の運動具店をアピールしたかったのですが、準備不足と、メーカー様へのPR不足等で実現出来ず、100点満点の出来とは言えませんが、新しい試みとしては、今後につなげる事が出来たのではないかと思います。

セミナー自体も、組合員の定休が多い水曜日だったり、時間も19時位からであれば、従業員や日中勤務のお客様それに学校の先生の御来場も見込め、もっと充実した結果が出たのではないかと思います。

少子高齢化と人口減少をかかえた日本…我々を取りまく環境は一段と厳しさを増していますが、我々はまず出来る事からコツコツと！

徐々に地域のスポーツ店を理解してもらえば良いのではないのでしょうか…。ステージに出たと同時に全身を使い、全神経を集中してセミナーに取り組むデューク更家氏の姿にプロの意識と人気の片鱗を見た思いですが、今回の中部ブロック大会を通していろんな事を学ばせて頂きました。

（定塚記）



組合に求められている事

JSR 副理事長 竹原 和彦

全国にはいろんな業界の組合がたくさんあって、その数は、5万とも6万ともいわれている。しかしそのほとんどの組合が「組合員の減少」という問題をかかえていて「組合員の増強」は今、最も大きい課題となっている。

現在の我々の組合は規模や経験、経営姿勢、年齢等と色々な面で異なる経営者の集まりであるから、組合活動に対する思いや考え方も多種、多様である。

組合メリットを求め続ける…

それぞれの考え方であるかも知れないが、我々は組合に入っている事を、これも一つの資格であるという風には考えられないものだろうか…。

そのためにはもっと組合の魅力やメリットを求め続け、さらに産み出す努力も大切となってくる。その結果、もっと魅力のある組織となれば組合員はきっと自然に増えることになるだろう。しかし、組合が変化のないままでマンネリ化すれば、当然魅力がなくなってしまい、加速度的に組合員が減少し続ける事は明白である。JSRや各県組合は、今後どうしたら「魅力のある組織」として、支持を得る事が出来るかという事を、真剣に考えてみるべき時を迎えているのではないだろうか…。

又この事は、役員だけの責任としてあきらめてしまってはならない事でもある。

我々の気持ちがたとえ他力本願的であっても、せめて「組合活動ではこんな面を求める」という様ないろんな願望をもちたいものである。又、「こんな事業をやって欲しいし、こんな事もやってみたいではないか」「役員は役割を果たしているの?」というような建設的な“けしかけ”があれば「組合の存在意義」はもっとお互いに理解出来る事になるのではないだろうか…。

組織としての求心力

1. 組織としての共助の精神と独特の理念があり、多くの組合員の共存と共生のための協調性と連帯感が感じられる。

1. 現在のような厳しい商況の中で、組織の中に同じ悩みや問題点を語り合える人や友人と成り得る考えの人も居て、最も身近な仲間として情報交流も可能で、人間的つながりが感じられる。

1. 問題があった時、元気付けたり、その解決のために調整し、公平な解決のための調整能力が感じられる。

1. 各組合員が、発言、発案出来て、執行部とも論議し合う事も出来、各組合員の立場が尊重されているので参加しやすく意見を出しやすく感じられる。

時代の大きな変化の中で、組合活動についてはそのメリットを求める事も大きいですが、それだけでなく以上のような「感じられる」求心力を持つ事が出来ればもっと新鮮な意見も反映されるし、組織としての活性化につながる事だろう…。

今、求められているのは、我々の気持ちに何を感じさせるかである。そこから新しい仲間へのよびこみが始まり、時流にあった論議と行動となって必ず道は開かれるのではないだろうか…。

編集後記

暑中御見舞い申し上げます。毎日うっとうしい天気が続きますが、皆様お元気でしょうか。

◆サッカーワールドカップはイタリアが優勝し、欧州勢の強さが目立った大会でしたが、一勝も出来ずに予選リーグで敗退した日本チームには、いささかショック。我が業界に少しは期待した経済効果も尻すぼり。ストレスの解消が出来ずに困った方も多かったのではないのでしょうか。

◆「体育の日」活性化事業の特集を組みました。この企画の成功はひとえに私共の熱意と実践にかかっています。業界活性化のきっかけにできるよう皆で力を合わせて頑張りましょう。

◆JSR 全国大会、9/13～14に山形市で開催。森前内閣総理大臣の記念講演と安部顧問の基調講演に引続きパネルディスカッション。「これからのスポーツ店のあり方」について皆で討議しましょう。

WELCOM to YAMAGATA! (K.K)