

業界にとって 黒船よりも 学校教育問題！

報告者 理事長 辻本 昌孝

私は業界にとって海外からやってくる「ザ スポーツ オーソリティー」、「フットロッカー」や「アスリート フット」よりも、文部省が考えている、週休2日制に伴う、体育の時間カットの方が恐いと思います。

私達は大型量販店のパワーに押されて、店売りが弱体化していて、そのマイナスを小、中、高校への外商でカバーしているのが実状であると思います。

その頼りにしている学校体育の時間が、音楽、図工などと共に1時限カットされそうな雲行きであります。同様に、昨年12月に文部省の通達で学校部活動の日曜日の活動は自粛するように通達が出ております。

このような方向が進みますと、私達の業界が打撃を被るのも事実だと思いますが、子供たちから体育や音楽が減った場合、子供の情緒面の教育、チームワークの指導、ルールの指導、弱者へのいたわりなど体育から得られるものの代替はどうするのでしょうか。

私達は、今年の2月、長野冬季五輪におきましてスケートの清水保宏さんを初め、多くの選手から大変素晴らしいドラマと、さわやかな感動を私達に与えてくれました。これらのドラマや感動をスポーツに変わって与えてくれるものがほかにあるのでしょうか。これらスポーツも学校の体育や部活の延長線上にあるものだと思います。

学校体育、学校の部活を大事にしてくれるよう、行政に要望をしていかなければいけないと思います。

アメリカは子供の体育はYMCAやスポーツクラブのような社会体育に移管されているようです。

しかし、日本はまだ、社会体育の受け皿が出来てい

ない状態で学校体育から手を引こうとしているようであります。

ヨーロッパのフランス、ドイツ、スイスでも週5時限の体育の時間を持っていると聞きました。

子供を、スイスへ留学させている親は、スイスでは社会人に、頭脳より体力を求めているようだねと、言っておりました。

イギリスではメジャー首相の時、サッカーの世界カップに出場権を獲得できなかった時、メジャー首相は大変悔やみ、スポーツの衰退は国家の衰退につながるとして、小中高の各学校にスポーツを特定して活性化するように義務付けしたそうです。

行政は時として、グローバルスタンダードの掛け声で持って、アメリカンスタンダードを押し付けようとするきらいがありますが、国際基準を取り違えないで頂きたい。

このように、日本の教育、日本の体育について、行政に働きかけをしていかなければならぬ時に、スポーツ業界が一丸となってまとまりましょう。

私達は政治献金を積んで、政治活動をしてもらうほど裕福ではありません。私達は2,273軒の組合員と、私達と共存共栄の関係にある卸さん、メーカーさんがあります。この共存共栄の関係の仲間が一つになって、パワーを発揮しましょう。

この「JSRレポート」5号に添付された署名の用紙に署名を集めて、事務局まで送ってください。用紙が不足したら「コピー」して願います。

これが集まれば、「全運小連」にパワーがつきます。「全運小連」は皆様のサポートなしには、何の力も発揮できません。

10人、20人の署名を集めてくだされば、それがサポートであり、それが力を発揮させてくれます。

署名を集めて、事務局まで送ってください。

ご意見がありましたら、事務局までお願い致します。前の、サッカーくじの署名の時も、猶予期間がありませんでした。申し訳ありませんが、今回もありません。署名回収の期限は第一次4月30日、第二次を5月8日で宜しくお願い致します。

混迷脱出のシナリオ

《自立・共生・活力》

のテーマのもと

全日本運動用具小売商組合連合会

第47回定時総会

帝国ホテル・大阪にて開催

平成10年3月12日（木）全日本運動用具小売商組合連合会、第47回定時総会が 帝国ホテル・大阪にて、大阪スポーツ用品専門店協同組合（理事長 岡本邦彦氏）の主管、近畿ブロック会の協力のもと、総勢184名の出席でもって開催された。総会は同日、13:00より開催され、事業報告、決算報告、事業計画、予算の順に審議された。

事業計画のところ、[スポーツ券の取扱い加盟促進]の時に、「組合員増強」を、卸さん、メーカーさんに協力して頂くように依頼することとした。その為には事前に各県の組合加盟の要綱を整理したものを準備しなければならないことを確認した。

今年役員改選の年であり、定款により各県から選ばれた理事（各県2人）によって構成される理事会にて互選により選任された新役員が報告され、承認された。新役員は以下です。

会 長	魚見 秀男 (東京都)
副 会 長	成松 峰則 (愛媛県)
	橋本 隆 (石川県)
	*平岡 博 (山口県)
理 事 長	辻本 昌孝 (愛知県)
副理事長	石井 憲孝 (東京都)
	谷 久人 (福岡県)
	*小関 和夫 (山形県)
会計理事	天沼 教作 (埼玉県)
	山崎 治郎 (静岡県)

常務理事	和歌 宏晏 (北海道)
	*石田 豊明 (北海道)
	渡辺 哲男 (福島県)
	*小島 文雄 (宮城県)
	森 健一 (神奈川県)
	*町田 宏遠 (埼玉県)
	服部 昌三 (岐阜県)
	*竹原 和彦 (福井県)
	岡本 邦彦 (大阪府)
	上田 善重 (滋賀県)
	浅野 義之 (岡山県)
	*渡辺 健介 (広島県)
	*浜田 幸一 (香川県)
	*山内 修治 (徳島県)
石田 輝義 (長崎県)	
恒吉 憲一 (鹿児島県)	
監 事	西宮 敬二 (千葉県)
	*藤崎 泰助 (茨城県)

議事の最後に、「次年度総会開催県」の決定については、関東甲信越ブロックの協力の下、「神奈川県運動用具商協同組合」の主管で開催されることが決定、承認されました。神奈川県開催は48回ということになります。

次次年度は、東北ブロックにて開催が内定しております。



三層協議会

テーマ

混迷脱出のシナリオ

《自立・共生・活力》



主管代表挨拶をされる岡本邦彦理事長

三層協議会に先立ち、業界関係物故者追悼が行われました。続いて、主管をされた大阪スポーツ用品専門店協同組合を代表して岡本邦彦理事長（全運小連近畿ブロック会長）は、「昨年、大阪国体が無事終了した。全国大会についても地元組合員一同精一杯頑張りたい。」とあいさつされた。全運小連より辻本昌孝理事長の挨拶があり、続いて来賓の挨拶として、鬼塚喜八郎全運団連名誉会長、井本忠博全運卸会長、そして西田東作JASPO会長の皆様から頂きました。

各ご来賓から「テーマ」について賛同を頂き、テーマ「混迷脱出のシナリオ」《自立・共生・活力》を取り込んだ激励のご挨拶を頂きました。ありがとうございました。

全運小連・功労者表彰

前年対比10%以上upの新規組合員増強を達成された県に対してだされる「特別表彰」には、神奈川県、兵庫県、大分県、宮崎県の4県が該当し、各県理事長が表彰を受けました。

「功労者表彰」各県からの推薦で21名の方が表彰を受けられました。

青森県	杉山 麓 郎
山形県	荒川 与 二
福島県	五十嵐 俊一郎
茨城県	永山 一 郎
東京都	竹内 勢四郎
長野県	小林 功
山梨県	園田 美 明
愛知県	中尾 智
滋賀県	宇川 忠 司
滋賀県	麻野 清
奈良県	橋本 明
兵庫県	田中 克 己
大阪府	飯田 益 宏
大阪府	芝 真 男
和歌山県	野田 博 子
広島県	茸谷 一 之
香川県	前川 盛 男
徳島県	内川 士 示
愛媛県	佐々木 準
福岡県	竹宮 兼 敏
宮崎県	野口 昭 吉

一部 基調講演

テーマ《自立》

「意識の高揚と具体的行動」
ベンチャー精神の気概

講師 中小企業診断士 岩下 清 先生

「悪くなると弱気になりがちだが、出口の無いトンネルはない。業種そのものは長期的に明るい。今の不景気、どん底感は、殆どの経営者にとって初めての経験だろうから、もう一度創業する、起業する、新規参入するといった気概を求めたい。後ろから出てきた大型店などに、侵食されていると思わず、自分がチャレンジャーだという発想の転換が必要だ。このため、経営戦略の再構築から取り組む必要があり、特に、売上の元となる商品構成と品揃えが重要であり、店に売れるものがあるか、どうか、問題である。又、極力集中化し余分なものは扱わない、不採算部門は切り捨てること。その際、商圏の規模、背景や競合店調査の上、自店のポジションをクリアにすることが大切。」

二部 パネルディスカッション

テーマ《共生》

パートナーリングの形成

司 会 岡本 近畿ブロック会会長
辻本 全運小連理事長
パネラー 飯田 洋三氏 (株)デサント社長
佐々木恭一氏 (株)エスエスケイ社長
石田 豊明氏 石田スポーツ(株)

三人のパネラーの提言

飯田 洋三 氏

商圏の徹底した再調査
地域密着型の方法論

「地域密着型中小専門店の立場はどうなるのか」とのテーマを頂いた。自らの生きる道を「地域密着型小売店」と規定するならば、「地域とは……」、「密着とは……」をもう一度整理し直すことが出発点だと思う。

果たしてどこからどこまでが自分の地域なのか、また、「密着する」というのが密着するターゲットは誰なのか、そして大型店競合店に出来ないどんなサービスが出来るのか、と言ったことを再度洗い直してみてもうどうだろうか。

その為には、まず、地図を書いて形にすることだ。そして、「自分の商圏」と思うところに色を塗ってみる。そして、商圏の再調査を徹底的にやってみる。自分の決めた商圏の中に、小学校、中学校、高校、大学がいくつあって、またその中に種目別にクラブがいくつあるか、そして自治体や企業にどんなクラブや同好会があるか、これを全部調べてチームのメンバー数、代表者、実力者の名前、趣味、癖などを洗い直して書いて行く。数百にのぼるチーム数が出てくれば、その中で自分の得意な分野が野球とバスケットならなら、野球とバスケットを第一義的に色で塗りつぶし、それぞれ狙うべきチームの先生やディビジョンメーカーの顔写真をそこに貼って見る。そうすれば、自分の狙うターゲットが誰かというイメージもはっきりする。

もしそのターゲットに他の競争相手がいるなら、その競争相手の強み、弱みを調べた上で、攻める種目、チームを決め、チームあるいは先生を一軒、一軒訪問していく。その際、メーカーあるいは問屋の担当者と一緒に訪問する。そのようにして、ターゲットを攻め落とししたら、そこに真っ赤な紙のバラの花を貼っていく。こうすること自体が自分の決意の表明であり、成果が上がっているところを社員が確認できるからだ。この方式は、コンピューターを使うわけではなく、「書いてみる」ことが大切だということ。

三層の《共生》の中で、私もこれからは小売店にとってどことどう取り組むかの、「取り組み」ということが非常に大切になってくると思う。取り組みとは相手を限定して商売することだ。その際、取り組みのルーツとなるのは、目標の共有とレビューだ。毎年シーズンの初めに目標金額を定めて、その目標を達成するためにどうするかを策を立てて、定期的にレビューする。これを繰り返していくと必ず「取り組み」というモノができてくる。

取り組む相手、そして取り組み方をよく考える必要がある大事なことである。



パネラーの飯田洋三氏

佐々木 恭一 氏

「3つの目」で経営を

現在の日本流通業界をグローバルな観点で自分たちの企業のおかれている位置からモノをみる時、「3つの目」が必要と考える。

「目」とは単なる目でなく、視野、思考回路、行動規準まで含めた広い意味での目だ。

1つは、大所高所からマクロの視野で見る「鳥の目」。

2番目は、水面下から本質を見る「魚の目」。

3番目には計画したことに対する実行反復をチェックする「虫の目」だ。

「鳥の目」で見た時、現在は①規制緩和・自由化、②国際化・グローバル化、③情報高密度化・オープン化、④小子化・高齢化、これらの変化が起こると共に、⑤前記四つの「化」の加速度的な変化が起きている。

「魚の目」で、本質を見抜くということは、経営資産をどこに集中するかと言うことであり、自社では人、モノ、金、時間、情報の「経営五資産」をどこに集中的に統合し、先鋭化するかということだ。

「虫の目」については、片手には基本と凡事、もう一方には計画とロマンを持って、事業をしていくことだと思う。



↑
パネラーの
佐々木恭一氏と
石田 豊明氏
→

石田 豊明 氏

アメリカの流通業界を視察
対面販売にこそ可能性

昨年11月にサンフランシスコ、ロスアンゼルスを中心にアメリカの流通業界を視察してきた。

今回、アメリカへ行き、確認したかったことは、「ザ・スポーツ オーソリティ」や「フットロッカー」といったグローバル・リテ일러に凌駕されて、小さな小売店はなくなってしまっているのではないかと、という点でありました。

大きな収穫は、小さな小売店も生き残って頑張っているということ、自分の目で確認してきたことでした。

外商で頑張っている店も数多くあり、また、ランニング専門店やシューズとカジュアルウエアだけの形態の店も何件もあり、さらには、グローバルリテ일러程の規模はなくても、1,000坪から500坪といった規模の店を出し地元密着で展開している店もありました。個々の店がそれぞれの形で自分の出来る範囲内で精一杯頑張っていていけばやれると、自らを元気づけられて帰ってきました。

アメリカは人種のルツボというか、いろいろな人、いろいろな層がいて、単一民族の日本とは決して同じではない。例えば、「ザ・スポーツオーソリティ」の客層は昔と比べて変わってきており、安いものしか売れていない。ちょっと良いものを求める人は、セルフの店に飽き足らなくなって、対面販売の店に戻ってきている。

従って、私達も一人一人のお客を大事にしていけば、一生付き合える顧客を作っていけるのではないだろうか。また、一人一人の社員教育をして、商品の絞り込みを図り、得意な分野で対面販売をしていくことが大切だと思う。既に、ユーザーが大型店を認知している以上、彼らの隙間であろうが何であろうが、自分が生き残っていける道を切り開く必要がある。

二部パネルディスカッションの

司会 岡本 邦彦 近畿ブロック会長
辻本 昌孝 全運小連理事長

負（マイナス）の循環からの脱却を

今回のパネルディスカッションは「混迷脱出のシナリオ」をテーマに、小売店の「自立」、取引先との「共生」、そして「自立」と「共生」の結果としての「活力」への道を探ろうとしての企画でした。

三層の話し合いは、いろいろな形で、行われて参りました。話し合いは相手を尊重しあう関係でないと、良い成果が生まれません。相手を思いやる気持ちで、負（マイナス）の循環から脱却して、正（プラス）の循環に切り替わる、この話し合いの場を、そのターニングポイントとなることを期待して開催致しました。

私達の業界は良い業界であると確信します。むしろ素晴らしい業界であると思っています。

いろいろな問題点はございますが、その中でも、私達は夢を持ちましょう。この種目では地域のどの店にも負けない、接客では他の店には負けない、お客様に楽しんで頂けるような店を作りたい、とか、自分の店の夢、目的、目標を絵に描いて、社員など周囲の人にアピールしましょう。

これが《自立》の始まりだと思います。自分の店をこうしたいと言う夢が出来て始めて、取引先と話し合いが始まり、その時も、イソップ物語の「旅人と北風と太陽」のように、北風ばかり吹かせては取引先先のガードがきつくなります。太

陽のように暖かい思いやりを投げかければ、取引先も「取り組み」に変わり、自然と《共生》の雰囲気も生まれてくるのではないのでしょうか。

私はこの《共生》のある所に将来があり、《夢》もあふれてくると思います。

逆に、《共生》、《共存共栄》の無いところには将来の《夢》も無いと思います。

「三層」それぞれの取引先が、《共生》の精神のもと「取り組み」となり、結果、繁栄し《活力》となることを祈念致します。

総会レポートは以上

日本スポーツ用品厚生年金基金レポート

現在、勤めている人は厚生年金計算の基準額（ボーナスを平均化して月額平均支給額）の17.35%を厚生年金へ納付している。17.35%の半分を本人、半分を会社が負担している。

「厚生年金」だけでは、支給額が少なくなることは目に見えてきているので、「厚生年金基金」と言う「厚生年金」の補完的なものが出来た。

それでは「厚生年金基金」はどれだけの掛金があるのかと言うと、厚生年金計算の基準額の1.5%がその額となる。そして、1.5%全額が事業主の負担です。

それで、**事業主のメリット**はというと、事業主、役員も加入でき、掛金は税制上損金扱いになるという点であります。

そして退職者が出た時、退職金の支払時に、資金負担は平準化されることです。

この「日本スポーツ用品厚生年金基金」の前身はスポーツ工業のものでしたが、昨年10月1日より認可を得て、小売、卸、ゴルフ、輸入協も入れるようになりました。

加入は1事業所単位で何人からでも加入できますので関心がある方は、事務局までお問い合わせください。

委託金融機関に説明に行ってください。



司会の岡本邦彦氏と辻本昌孝氏

第3回 スポーツ用品小売ワールドサミット

報告者 全日本運動用具小売商組合連合会

副理事長 小関 和夫

(山形県理事長)

1月31日に厳寒の地ミュンヘンのトレードフェアセンターにて開催された上記の会に出席させて頂きましたので、レポート致します。

前夜、キャンドルライトディナーパーティーにご招待頂き、8ヶ国の代表者の方々と懇親を深める事が出来ました。

会議は午前9時に開始、始めにメッセ・ミュンヘンの社長マンフレッド・ヴツルホフファー氏のスピーチが「世界のスポーツビジネスにおけるチャンスとリスク」というタイトルでなされました。

要旨を記したいと思います。

「最近の先進国におけるスポーツ用品小売ビジネスは、他の業種と比較すると一般的にうまくいっていると思います。1996年には、ほぼ横ばいで、ヨーロッパの殆どの国でも同じですが、英国だけは記録的な伸びが見られました。

スポーツは感動によって盛んになります。この感動を抱いて小売店に足を運んで下さる顧客に最も必要なのが、熟練したスタッフによるアドバイスです。特にハイテクの用品を購入なさる時には、助言こそ不可欠です。インターネットによる購入は時の流れかもしれないが、スポーツ用品の場合、特にスポーツウエアを買う時には、実際この目で見、手で触ってみたいと思うでしょうし、シューズやラケットについても同じだと思います。

次にファクトリー・アウトレットが小売のビジネスに大変なプレッシャーを与えています。顧客はいつも、バーゲンセールを期待し見て回るようになります。しかし、ファクトリー・アウトレットは販売単価の大幅なダウンと、ブランドイメージを損なう結果を招いています。



右より ヴツルホフファー氏、ハイツマン氏と筆者

専門店の有能な店員は、顧客によく説明することにより、販売単価をアップし、ブランドイメージを上げています。これこそ専門店が進むべき道と言えましょう。行政もこれに注目し、ファクトリー・アウトレットの郊外への出店を制限し、ブランドイメージを大事にする専門店の、中心街の魅力アップの核にしようとする動きが見られます。

最近、テクノロジーのお陰で、スポーツ用品は丈夫になり、衣装箆箆も一杯のため購買意欲を失わせています。スノーボードやカービングスキー、長野オリンピックやフランスのワールドサッカーでさえ新規の購買意欲を刺激してくれるとは限らない。

しかし、ここでジュニアと女性の事に注目しなければならない。英国で最も成長を遂げたカテゴリーは、スポーツウエアであり12%も伸びました。中でもジュニアと女性のウエアは特に大きく伸び、当分の間は、この傾向は続くと思われれます。

スポーツは感動により繁栄します。しかし顧客は自分独自の好みを大切にします。マーケティングエキスパートは、“Hybrid Consumer”（多種多様な好みを持つ消費者）という言葉を作り出しています。一般の景気があまり良くない時でも、スポーツ用品への需要は依然として高いし、メーカーも小売もそれを確信して力を合わせて前進致しましょう。」

次いで、VDSとFEDASの理事長、ドイツのヴェルナー・ハイツマン氏より歓迎の挨拶がなされました。

三番目に、私がスピーチをさせて頂きました。ごく簡単に触れさせて頂きます。

1. アジア9ヶ国にワールドサミットへの出席の働きかけについての私の活動報告
2. 最近の日本におけるスポーツ用品小売マーケットについて
3. 日本に於けるスポーツシューズマーケットについて

東南アジアに端を発した金融不安、株価下落と円安、グローバルゼーションと規制緩和、消費税アップ等の諸要因による消費者の買い控え。加えてスポーツオーソリティー等の米国ビックボックスの日本来襲、ナイキの典型的なアメリカ商法の導入によるシューズマーケットの混乱。そんな中で私ども組合員が悪戦苦闘している現状についてスピーチさせて頂きました。尚、ス



スピーチ中の筆者

ピーチに当たり辻本理事長より資料を頂きました。改めて感謝申し上げます。

引き続きスポーツシューズに関しての2つの講演と、パネルディスカッションがありました。実はこの度、米国のNSGAが、アトランタのスーパーショウにどうしても出かけなければならずサミットを欠席したのです。従って組織問題等の討議は次回に回し、シューズに焦点を当てたとのことです。

ワールドサミットに出席する目的の1つが、情報の交換にあることはご承知の通りであります。私は更なる情報を得たく、ドイツの理事長ハイツマン氏に単独インタビューを申し込みました。彼は忙しい日程を調整してくださいまして、2月1日午前11時30分にISPO会場で会見することが出来ました。

インタビューには、法律顧問のドイツの弁護士フランク・ダッスラー氏も同席して下さいました。ハイツマン氏は冒頭に「どんな質問でも結構、何でも聞いて下さい。」と言われてまして、私はすごく感激致しました。

インタビューはジャスト30分続きましたが、ここでは2つの事に絞って報告させて頂きます。

1. 「VDS（ドイツの組合）のナイキへの対応について」

2年前にナイキシューズは大変強かったが、その後売上がダウンしています。ウエアはまだかなり評判が良いようです。ところが、ナイキは最近我々の地盤にファクトリー・アウトレットを開店し始めたのです。これは大きな問題であり、許す事ができません。対抗上、組合のメンバーにボイコットを呼びかけ、自分の地盤にファクトリー・アウトレットを出している限り、買うな、注文するな、販売するなと呼びかけました。これが私のとった戦略であり、今でも正しい手段であると信じています。

VDSはメーカーと何の繋がりもない独立した組合です。小売組合は、メーカーから独立したものでなければなりません。それで私は何で

も言うことが出来るし、何でもすることが出来るのです。

実は、リーボックも4, 5週間前に、我々の地盤にファクトリー・アウトレットを出したのです。従って、私の組合のメンバーに、彼らがファクトリー・アウトレットをやめない限り、買わないよう、注文を取り消すよう言いました。私自身も勿論キャンセルしました。

私はVDSを守るためのボディガードの役目を果たしているのです。

2. 「VDSの活動について」

主なものに3つあります。

① Education (教育)

若い人にはEducationがもっとも大切です。

時間はかかりますが、必ずお店に良い見返りをもたらすはずで。方法としては、PUMA Education Systemとか ADIDAS Education Systemなどを利用して頂いています。

② 従業員の雇用と解雇の問題

組合としてこの事に積極的に関与し、アドバイスをしています。(終身雇用を伝統にしている日本との違いを痛感した次第)

③ 情報提供

毎月1回、メンバーに情報誌を流しています。日本でもやっているでしょうと聞かれましたのでJSRレポートのことを話しました。

因みにVDSの会員数と加入率は、2,500名で60%とのこと。デパートは加入していませんのでと付言されました。

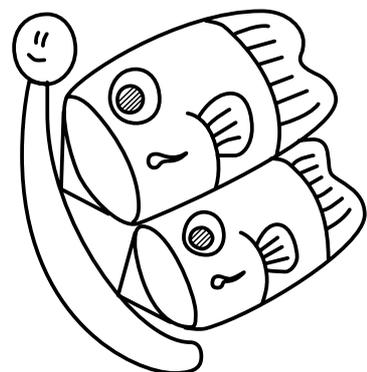
最後にこの度ドイツで気づいたことを一つ付け加えさせていただきます。昨年12月の地球温暖化防止京都会議において、EUが当初15%のCO2削減案を提示(結果は日本5%、米国6%、EU7%)された時、EUにはそれを可能にする何かがあるに違いないと考えていました。

私はこの度ミュンヘンで、8回タクシーを利用しましたが、車はいずれもベンツで、厳寒の地



左よりインタビュー中の顧問弁護士ダッスラー氏、ドイツ及びEUの理事長ハイツマン氏と筆者

なのに、どのタクシーもエンジンを止め、ドライバーは防寒衣を着て客待ちをしており、客が乗ってから始動してすぐに走るのです。話によると、赤信号で止まる時、少しでも混んでいるとエンジンを止めることも珍しくないとのこと。アイドリングはガスの不完全燃焼のため最も環境に悪いと聞いてはいたものの、ここまで徹底しているドイツ国民の合理性に驚くと共に、心から敬意を表した次第。そして、私ども日本人が、同じ地球人としてこのままでいいのかと深く考えさせられました。



アメリカスポーツ流通視察と買い付けセミナー報告Part II

北海道スポーツ用品小売商組合
専務理事 石田 豊明

終戦後急速に拡大してきた我々のスポーツ業界はその守備範囲の拡大と共に一つの業態ではユーザーニーズを満足させられないという難しさを抱えたのではないだろうか。

そこでスキー等の大型スポーツビジネスを中心にした郊外型大型店の出店が始まりその増大とともに我々の苦悩が始まったと思う。

だが視点を変えればある面で我々はまだ楽なのかもしれない。

なぜかと言えばグローバルリテラーはまだ先人が足を踏み入れたことのない前人未到の世界にいつもチャレンジして膨大なリスクを背負いながら突っ走っているわけで、我々は彼らを仮想敵国にしなからその隙間を捜して彼らの手が届かないビジネスの方法を模索していけばいいからである。

今回の視察に行って一番の収穫——それはまだまだ我々は勝ち残ることが出来るという少し明るい希望——そのためには元気を出して大型店の出来ない隙間に特化して全力で向かえば道は開けるということであった。

私なりに感じたその具体例を下記に列記したいと思う。

◎外商主力点

●ブルースカイ・スポーティング・グッズ

(サンフランシスコ郊外ピノーレ市)

チーム・セールスに特化した外商専門店
外商比率80~90%ながら年商400万ドル(約5億2千万円)を達成している。

彼らの持ち味はそのマーキング・システムの強さで、次に述べるオールスポーツ&サインより旧式の機械を使いながらもトータルでマネージャー1名、セールス5名、マーキングの責任者2名マーキングのパート15名という陣容でユーザーの支持を

得ながら頑張っていた。

●オールスポーツ&サイン

(2大都市の中間点サンタ・マリア市)

ことマーキングに関してはどこよりも優れた技術を持っていて他店の追随を許さないと自負する同じくチーム・セールス専門店。

シルクスクリーン印刷、刺繍などを柱にコンピューター・グラフィックを駆使してハイテク的な技術を売り物にしている。

オーナーが若く(30代後半?) 個性的で、自身でもトライアスリーターであり自社の顔として大変魅力的な人物であった。



オールスポーツ&サイン

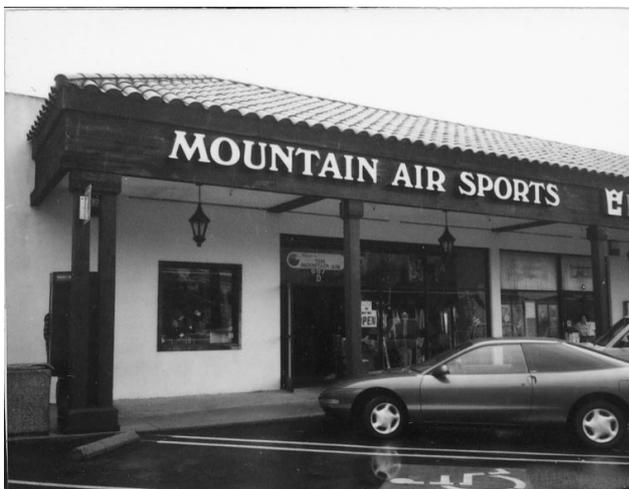
◎単品専門店

●マウンテンエア・スポーツ

(カリフォルニア中部、人口4万人のサンルイオビスポ市に立地する避暑地)

アウトドアとスキー、スノーボードに特化した日本にもありそうな山の店。

売場面積120坪、従業員(パート含)15人ながらアウトドア、スキーともスペシャリストがカスタマー(顧客)にコンサルティングセールスをしてい



マウンテンエア・スポーツ

る。

従業員をバッグパッキング、ハイキング、クライミングそれぞれのスペシャリストに養成していて初心者が様々な相談をしながら買い物できるお店になっていた。

ここのオーナーは学生時代にここの店を創業しており、現在47才で自身もスキー、アウトドアのエキスパートであり3年前に隣の市に240坪の新店を出店、快活で明るい性格が社内に満ち溢れているようであった。

◎地元資本の大型店

●チックス・スポーティング・グッズの新店

(ロサンゼルス郊外ウエストコビーナ)

売場面積1,100坪、従業員(パート含)80人。

百貨店の売り場を彷彿させる素晴らしい売り場。

ウエアが主力でビジュアル・マーチャнда



チックス

イジングに優れた地元総合店。

現実にはレベルの違いを感じるころだが、私の一生の目標になりそうな売り場であった。

●スポーツ・シャレの中型店

(ロサンゼルス郊外グレンドラ)

売場面積400坪、従業員(パーと含)30人。

1980年オープンの少し泥臭さも残る売場だが、それだけに我々に近い感があり、地に足のついた経営姿勢を感じた。

扱い品目も絞られており11月中旬における品揃えはスキー、スキーウエア、テニスなどが中心であった。

随所に専門店を意識させる売場で前回も述べたがスキー靴の試し履きコーナーやテニスのガット張りマシンに特色のあった、どちらかといえばグッズ中心の地元総合店であった。

◎最後にスポーツビジネスサポート主宰浪川氏の分析を紹介させて頂いて私の雅拙な報告書の締めくくりとしたい。

アメリカの生き残っているこれらの店、タイプは異なるが次のような共通項あると思われる。

- ①大型店の出来ないサービスを行い、情報を提供する。
- ②自社の強みを明確にし、深く掘り下げている。
- ③トレンドに流されず、独自の道を歩む。
- ④顧客との“ワン ツー ワン”の関係作りをしている。
- ⑤経営者が常に意欲を持ち、仕事を楽しんでいる。

これからの中堅・中小スポーツ点はこうした企業に見られるように、何を自店の強みとするかを決断し、それに“フォーカスし”(焦点を当てる)、資源を集中させることが大切である。このことがとりもなおさず、自店の方向付けを明確化することになるのである。

会議は人々の語り合いの場である。その意味で会議は人間社会が始まった時から存在している。

たとえば私達の家庭の中でも会議は行われている。例えば、連休の家族旅行を計画している時、場所、日時、費用、その他皆で話し合う。この話し合いが皆の意見を出し合って調整して話し合いがなされた家族は幸福である。

しかし、ワンマンな父親がいて一切を自分で決めてしまった場合、必ずやひずみをもたらすでしょう。

会議こそ知識・経験を統合し相違なる意見を調停し、人々に協働という宝を与える唯一の機会を作るのであります。また、集団の決定は、その決定に客観性を持たせ、参加者に諸情報を知らせることにより、全員の心を統一し、偏見を是正し、人々に決定に参加したという感銘を与えることが出来る。

私達の組合の会議はいかがでしょう。各県の理事会はいかがでしょう。ブロック総会の会議の運営は？全運小連の常務理事会はいかがでしょう。

果たして効果的に会議が持たれているでしょうか。会議の運営のまずさから、時間と経費と労働の浪費に終わると感ずることはないでしょうか。

これから、スポーツ業界において、素晴らしい会議の運営により、みなのがちがまとまりますよう祈念して、ロバート議事法について少しずつ勉強して行きたいと思ひます。

「ロバート議事法」について===

アメリカで南北戦争が終わって間も無い1876年米国陸軍少佐ヘンリーマーチン・ロバートが英米議会の運営規則を元に民間企業も運用できる会議運用のルールブックを作成した。これが「ロバート議事法」です。沢山の人の人々が一つの意志決定するための公平と平等な議事法として採用されている。

「ロバート議事法」の精神

四つの権利

1. 多数の権利
2. 少数者の権利（少数意見の尊重）
3. 個人の権利（プライバシーの侵害、個人攻撃）
4. 不在者の権利（委任状）

四つの原則

1. 1時1件の原則
2. 1時不再議の原則（重要な場合3分の2の賛成で再審議もあり）
3. 多数決の原則
4. 定足数の原則（2分の1の出席）

編集後記

第47回の全国総会が大阪の岡本理事長さんを中心に、近畿ブロックの皆さんの応援を頂きまして、素晴らしい会場で、盛大に終了することが出来ました。国体、インターハイに続いてご苦勞様でした。本当にありがとうございました。

商売に関して、大変厳しい時であります。ザ・スポーツオーソリティーやアスリートフットよりも、もっと恐い問題が、今の教育問題でその中の体育の時間カット問題でないかと思ひます。体育の時間が減って週一回しか体育の時間が無くなったら、学納ジャージ等買ってもらえるでしょうか。

私達の業界は今、店売りが弱くなり、外商に頼っている時に、学校の体育の時間を減らさないようお願いするために、「石川晋（すすむ）さん」の署名運動に努力しています、ご協力願ひます。

今回も猶予期間が無くすみません。問屋さんも、メーカーさんも、輸入協さんも、ゴルフ用品さんも宜しく願ひ致します。

(S)