



Japan Sporting Equipments Retailers Association

No. 58

編集/発行:日本スポーツ用品協同組合連合会
東京都台東区浅草橋5-8-6 東京スポーツ
〒111-0053 会館 301号室
☎ 03-5829-6490 FAX 03-5829-6491
ホームページ <http://www.jsera.jp/>
E-mail jsera@jsera.jp

(2011/8~2012/7のスローガン)

がんばろう東北! 復興に向けて1500の絆



JSERA 総会に寄せて

JSERA・日本スポーツ用品協同組合連合会

理事長 重森 仁

会員のみなさまには、JSERAの運営に対し、平素から何かとご協力をいただき、ありがとうございます。またJSERAをサポートくださっている関係者、関係団体の皆様には、日頃のご指導、ご鞭撻に心より感謝いたします。また、事前準備、当日の運営、そして、事後処理にと大変な労力を費やしてくださっている埼玉県組合員はじめ関東ブロックの皆様には心よりお礼申し上げます。

さて、今年は、東日本大震災、台風12号、15号災害など自然の脅威を嫌と言うほど見せつけられました。お亡くなりになられた方々に心より哀悼の意を表しますとともに、被災された方々にお見舞い申し上げ、1日も早い復興をお祈りいたします。

東日本巨大地震による大災害は、今も、脳裏に焼きついています。とりわけ、津波の恐怖は筆舌に尽くし難いものでした。さらに追い討ちをかけた原発事故に、一時は絶望の淵に立たされました。ようやく、少しは冷静さを取り戻したものの、復興の道のりは、遥かに遠いものがあります。

もともと、東北地方は、地震が多く、津波の危険性は認識されていたし、その対策も取られていましたが、地震の規模といい、津波の高さといい、予想を遥かに超えました。頭書は「想定外」の一言で片付けることはできても、これからは、この規模が、想定内になるわけですから、今後の取り組みは容易ではありません。

また、台風12号による豪雨災害も忘れることができません。大被害を受けた紀伊半島中南部は、もともと雨の多いところで、それなりの対策も取

られていたところですが、各地で72時間雨量が、1000mmを遥かに越える大雨が降り、「想定外」の災害が発生しました。災害現場は、津波の現場と重なり合う惨状でした。今後は、このような豪雨も想定内として対策を立てていかなければなりません。

想定外といえば、私たちの商売にも影を落としています。インターネットは利便性の裏に、あっという間に、情報が氾濫してしまい、時には取り返しのつかない事態になってしまうこともあります。ネットによる乱売は、目に余るものがあります。ソフトテニスや軟式野球の公認球が40%を超えた値引きで販売されるなど、価格(割引率)に頼った販売が目につきます。旧モデルの二重価格表示も珍しくありません。

『9割のお客がリピーターになるサービス』(国友隆一著)で、著者は、「お客様は赤の他人である。その赤の他人に来てもらい、リピーターになってもらうためのポイントの一つに、「お客様にとって価値あるサービスをいかに無料で提供するか」であると言っている。「損をして得を取る」ことを解いていると思うのですが、その前提に「売れば儲かる、言い換えれば、高い利益率が得られる売価になっている」ことにある訳です。スポーツ小売界はどうでしょう。価値あるサービスを無料で行うことは得意であるかもしれませんが、前提は異なります。売れても、リピーターが増えても経営は厳しいです。あまりの薄利設定の売価であることに起因します。先にも挙げましたが、小売の安売り競争(残念ながら組合員も含まれています)とそ

れをサポートする一部の関係者に振り回されて、利益を取って売れない現状が作られています。

では、どうすればよいのでしょうか。先の著書に出てくる収益の高い企業名は、ユニクロ、マクドナルド、セブン-イレブン、餃子の王将、赤福、サイゼリヤ……です。無用な価格競争はしていない。同じものを40% OFFしている店の隣で定価売りしても売れるでしょうか。

価格競争からの脱却は言われて久しい。だが、良くなるばかりか、悪くなっている感じがします。それは、コンプライアンスを意識して、小売に対して、「お願い」というレベルで儀式的になされてきたからであると言っても過言ではありません。

法は、その精神を守らねばなりません。法令順守を念頭に置き、「お願い」から「システム」への質的転換をはからねばならないと考えます。高収益の企業が、製造直売であったり、フランチャイズであったりすることから学べるがあると思います。それぞれの利点を生かした価格競争をする必要がないシステム（オリジナリティ溢れる商品の提供と

価格を気にしないで済む合法的集団の形成)を作ることが、小売から見た3層共栄のカギだと思います。

このような話題を取り上げますと、メーカー・卸様への批判と受け止められることが多々ありますが、全く違います。真の三層協調、手と手を取り合うことをお願いしているのです。とりわけ、卸様のリーダーシップに期待したいと思います。なぜなら、メーカーと小売を繋ぐパイプ的存在だからです。さらに、我々にとっては、協力関係というより、むしろ運命共同体と言ってもいい存在でしょう。卸様にそのようなシステムを提示いただけるようお願いいたします。決断と実行をお願いしたいと思います。

最後になりましたが、和歌山県組合、香川県組合が法人化されましたことを報告いたします。心強い限りです。

これからもJSERA 組合員の力を結集し、サポートして下さる関係者、関係団体の皆様の力をお借りして、頑張りたいと思います。尚一層のご理解、ご協力をお願いし、挨拶とさせていただきます。

全国大会を終えて

埼玉スポーツ用品小売商業協同組合

理事長 関 口 孝 夫

全国から参加していただきました234名の皆様、本当に有難うございました。心から感謝申し上げます。

2011年3月11日午後2時46分に発生した東日本大震災は、日本中を震わせました。全てのことがストップし時間が止まってしまったかのような一夜を過ごしました。私の住む町は深夜まで停電が続き真っ暗な夜でした。

日に日に落ち着きを取り戻しながらも、まだその時点では全国大会のことは考えられませんでした。

ですが、時間が経つにつれ、少しずつ落ち着きを取り戻しながら、現実と向き合いながらの準備作業が始まりました。全国大会は、本当に行うべきなのか、行う必要があるのか、中止すべきではないのか、そんな葛藤を繰り返しながらの日々でした。JSERAの役員の皆様にもそんな疑問を、

投げかけましたが、全員の方から「こんな年こそ、前を向いて前進しよう。被災された仲間のためにも、全国大会を成功させよう」という声を聞き心強く思いました。

私たち組合は、2004年に国体を、そして2008年にはインターハイを経験させていただいており、組織としての活動には少々経験はありましたが、全国大会はまったく違うものだなというのが正直な感想です。

定時総会や、式典の部については、ある程度のフォーマットに沿って行うべきであるため、JSERA本部との打合せを重ねることにより、作ることが出来たと思います。しかしそれ以降の研修会1部、2部の構成については、いかに埼玉カラーを出して行くかということに苦慮いたしました。1部については若干、時間の関係で予

定より短くなってしまい残念な気持ちです。2部については「儲かる商売のために」というテーマのもと討論会を企画しました。参加者全員が発言できるように、いかに本音の意見を引き出すことが出来るか、少しでもそれぞれの皆様がヒントを得ることが出来るように、行ったつもりでしたが、いかがだったでしょうか？また、翌朝までに、その会議録を手書きではありますが、配布させていただきました。ご一読いただければ幸いです。そして、三層懇談会においては賑やかに楽しく、笑顔を絶やすことのない埼玉カラーを発揮できたと確信して折ります。

特に今回は主管、関東甲信越ブロック 開催県 埼玉というスタンスにて実施させて頂きました。関東甲信越の皆様には企画段階からのご協力を頂いたこと重ねて感謝申し上げます。

また、不行き届きなことや、反省点も多数あるかとも思いますが、ご容赦いただきたいと思います。

来年、2012年は、北海道です。皆様とまた、お会いできることを楽しみにしつつ、またJSERA全会員のご発展を祈念し、報告とさせていただきます。

「がんばろう 東北！復興に向けて1500の絆」

JSERA 第12回埼玉大会

埼玉スポーツ用品小売商業協同組合

副理事長 小柳 隆

研修会第二部「儲かる商売のために」本音トークというテーマで10の分科会、各々20人ぐらいに別れ、自由奔放、批判厳禁、量を求め、便乗発展の4つの原則にのっとって討論が100分間行われました。

まず、スポーツ業界の近年の大きな変化が報告され、その現状と課題として「大型量販店の進出」「ゴルフ、アウトドア等のチェーン店化」「ネット販売」「電子入札」などがキーワードとして出てきました。その対応策としてのキーワードは「専門化」「販売方法」「人材」「商品仕入」「差別化」「イベント」「外商」等でたくさんの成功事例が発表されました。

具体例として、専門種目特化して本気で買う人を大切にし、お客様に納得して頂けるまで商品説明をする。その為に能力ある人材を確保し、教育し、接客マナーで差をつける。お客の顔が見えることで、商品構成、品揃え、販売方法等がはっきりし、大会、イベントなどに生かしている。

「利は元にある」の原則にのっとり、儲かる小売を徹底し、粗利39%を出している発表がありました。笑顔で真心こめて接客し、お客様からありがとうといわれれば必ずリピーターになってくれる。

多様なお客様に対して、サイズ・デザイン・カ

ラーなどオリジナル品も含め、ニーズに合わせた商品提案をする。地域の大会、イベントの写真を店内に貼って来店を促し、記念品、スタッフ用品などを展示し、様々な需要に対応する。オピニオンリーダーはいくつかの役員を兼務している方が多く、次なるイベントのヒントや購買につながる。

外商活動は販売員の「顔を売る」それは豊富な商品知識を身につけ、若い人達にも対応できるように人間もデジタル化をはかる。外商＝価格だけでなくお客は早さ、丁寧さ、親切、安心を求めている。メンテナンス、施設管理が近年非常に重要視されてきている。

「粗利益率が下がっている」「予算の減少」「景気」「商圏の縮小化」「競争の激化」など悲観的な見方もいくつか発言されました。然しながらさすがJSERAでたくさんの前向きな具体例が発表されました。

我々中小スポーツ店が生き残るためには、我々自身が変わらなければそのユーズに対応できません。「考える」よりも「動け」実行しましょう。やれる事がたくさんあります。「儲かる商売のために」の議事録を大会中に皆様にお渡ししました。努力している方々がたくさんいらっしゃいます。物まねからまず動きましょう。来年の大会でその成果が一つでも増えれば幸いです。

全国大会の開催、運営にあたり

埼玉スポーツ用品小売商業協同組合

大会事務局 山田 幸男

まずは、今大会にご参加いただいた皆様のご協力により滞りなく大会が開催されたことを心より感謝申し上げます。

一昨年の鹿児島県大会、昨年の奈良県大会に参加させていただき見事な運営を目の当たりにし、埼玉県においても何とか前催県に近づけるような大会運営が出来るよう組合員が一丸となり準備を進めてまいりました。

準備にあたり、さて、何から始めよう、観光は何処にしよう、研修会はどうしよう、懇親会の出し物は……、そんなことを考えているうちに月日はどんどん流れ、ようやく具体的な構想が見え始めた頃、東日本大震災の揺れに見舞われました。年度替りの繁忙期と重なり情報は錯綜し、生活物資の買いだめ、流通機能の低下、ガソリン不足、計画停電による営業体制の変更、全てが過去に経験したことのない危機に不安を感じ、被災地の惨状に身を引き裂かれるようなおもいをしながらも全力で業務の正常化に立ち向かっておりました。

世の中は全ての事に対し自粛自粛のオンパレード、確かに当時の状況では不思議な話ではありましたが、JSERA 全国大会はどうなるんだろうと案じていたところに JSERA 重森理事長の『普通にやったらええ』のお言葉。重森理事長のリーダーとしての的確で濃み無く、深くて広いストレートな指示が飛び込んで来た時、よし、重苦しくなく軽やかに、シンプル過ぎず華やか過ぎず“埼玉流”で全国の皆様をお迎えしよう！と気持ちを入れ替えて改めて準備作業を開始しました。

残すところあと半年、会場以外のことはなにも決まっておらず、まずは全体を項目毎に担当を分

割しました。埼玉県の組合員は 77 名、東西南北の 4 ブロック分かれており各ブロックを担当している 4 副理事長の 1 名を実行委員長とし、3 名を先頭に各ブロック長が分割した内容を担当することになりました。『受付・案内担当』『研修会 1 部・2 部担当』『懇親会・観光担当』と 3 つの部門に分け各ブロック長が組合員を取りまとめ、運営を分担し準備をしてまいりました。準備のための全体会議を度々行うことは組合員の負担にもなるため、出来る限り回数を減らし 2 回の理事会で全てを伝達し、それぞれの部門の運営を熟知してもらい当日に臨みました。

大会運営は予算内で全てを完成させ、そして全国からご参加の皆様に有意義な大会になるよう、知恵を出し合い工夫をし費用をかけない心をこめた手作りの大会にすることを念頭におき準備をしてまいりました。しかし、準備が進むにつれ費用はどんどん嵩み膨らむ一方でした。それでも経費の削減を怠らず今大会は完成しました。まだ収支が出ておりませんが、最終決算が楽しみです。

大会がなんとか無事に終了し、ほっと一息をつきながら回想すると、不行き届きの点が多々ありましたことを反省するとともにご参加の皆様に深くお詫び申し上げます。

大会事務局として、改めて当県の組合員の協力と JSERA 事務局スタッフのご協力に深く感謝いたします。

最後に、次年度主管の北海道・東北ブロック協議会、開催県の北海道組合の成功を願い、報告を終わります。

法人化成立に関しての感想及び決意

和歌山県スポーツ用品小売協同組合

理事長 有家輝明

先般、またもや日本の代表が変わりました。未曾有の大惨事となりました東日本大震災からの復興への道筋も見えないままの利権争いや原発事故における放射能汚染への政府の鈍重な対応、マスコミの無責任な報道等が皆様の未来への不安を増長させた結果、消費減速の大きな一因となっています。

またこういった状況の中で私たち小売業者もインターネット通販業者との厳しい価格競争、少子化によるスポーツ人口の減少などの影響で、自分たちのお店をなんとか維持していく事すら大変な時代となりました。しかしこんな今だからこそ私たちがそれぞれ何をしなければならないのか、何ができるのかを考えなければならない時であると思ひ立ち地元の有志共々この度の組合の法人化を成立させるに至りました。

幸いにも私どもの和歌山県は来る 2015 年に「紀の国わかやま国体」が開催される運びとなっており、組合の法人化を進める方針を昨年の総会で決定しておりました。

この際、設立の準備段階で近隣各府県組合の皆様にご指導をいただきました。特に近畿の宗田様にはいろいろと相談に乗っていただき本当に有難うございました。

皆様より組合の法人化は大変だということを聞いてはありましたが想像以上の手間と暇がかかり、つい先日 9 月 1 日に登記が完了いたしました。

この様な混迷している情勢下で私が考える地元スポーツ店がしなければいけないことは、まず良い仕事をし、仕事に自信を持ち、価格だけを比較されるようなただの物販とは一線を画す事、それぞれの地元に必要なとされるお店になるという事です。つまり世間でよく聞く言葉ですが地域の No.1ではなくオンリーワンを目指すという事です。もちろん No.1 がオンリーワンの最も明瞭な形であることは否定しませんが、これは簡単にはいきません。例えば重森理事長が手掛けてきているス

ポーツ用品と器具の安全管理制度などはオンリーワンの一つの入り口ではないかと思ひます。

こういったことを踏まえ、組合はそれぞれのお店がお互いのアイデアを出し合いこのような問題解決の手助けになるうえ、新しいことにも着手できる状況になった事は非常に喜ばしいことであります。

また、入札等での著しく度を越える値引きなど目先の利益だけで行動している小売店などには、大変難しいとは思ひますがこれらを指導していく事も組合の役割であると思ひます。

現在 18 店と少ない加盟店ですが 30 店まで増やしていきたいという目標を掲げており、まずは 1 店舗ずつ丁寧な説明を行い納得して入会していただき目標を達成したいと思ひます。

なお和歌山県スポーツ用品小売協同組合では JSERA に準じまして以下のように各委員会を設けましたので紹介いたします。

代表理事 有家、活性化委員会 川口氏、共生委員会 瀧本氏、広報委員会 仲尾氏、事業委員会 橋本氏、総務委員会 久保氏、会計 山本氏。

最後になりますが現在、組合事業の一環として和歌山の名産品を紹介する事業を順次手掛けていく予定です。手始めに最も知名度の高いと思われ



る南高梅を、この場をお借りいたしましてご紹介させていただきます。

南高梅とは梅生産量日本一を誇る和歌山県を代表する品種であり、日本国内で生産される国産梅の6割は当県産で和歌山のブランド梅であるだけでなく、梅のトップブランドとしてその名は知られています。果実は非常に大きく、種は果実のわりに小さめで果肉が厚くて非常に柔らかいです。

大変おいしい和歌山の梅干し業者を紹介させていただきますので、和歌山県スポーツ用品小売協同組合までご連絡いただければ幸いです。



香川県組合、法人化し正会員に！

香川県スポーツ用品協同組合

篠原正知

初めまして、この度無事組合を法人化し、正会員になることが出来ました香川県スポーツ用品協同組合です。まずはこの度、東日本大震災で被災された皆様に心からお見舞い申し上げます。

我が県では、法人化については賛否両論ありましたが、4～5年位前から、法人化に向かって進んでいこうと決まり、ようやく法人となることが出来ました。

私が初めて組合に参加したのは、平成11年の総会でした。その時、法人化する、しないで色々と議論していましたが、結局は、法人化は色々と調べてみたが、無理だと言う結論に達しました。そもそも法人を立ち上げるのは、やりたい事業があって、その事業を行なうためにするのであって、全国大会が開催されない年はコレと言った事業がない状態では、法人化すると黒字・赤字に関わらず税金がかかるので組合運営の足かせになると言う意見が大勢でした。それに四国では高知以外は法人化されていけませんので、法人化されていない県が全国では少数であることや早く法人化しなくてはいけないという意識は希薄でした。しかしながら、法人化していませんがJSERAの「無害くん」の販売を賛助会員の立場ながら行い、売上も安定しております。つまり金額は少ないですが共同購買事業を法人化していないのに行なっている状態です。それに、全国的にも全県法人化を成し遂げようと言う

流れがあり、香川県より組合員数の少ない県でも法人化出来ているのだから、香川県が出来ない理由はないのではないか。出来ない理由を考えるのではなく、出来る理由を考えよう。まずは、法人化してみても運営できないようなら解散して、また任意団体に戻ればいいじゃないか、まずはやってみよう、と言うことになり、平成22年の組合総会で法人化に向かって進んでいくと言う決議が全会一致で可決されました。そして、このたびようやく法人化設立に漕ぎつきました。本来ならば、昨年の内に法人化する予定でしたが、私がもたついたせいもあって、今年度に持ち越しになってしまい、色々な人にご迷惑をおかけしました。申し訳ありません。

まだまだ法人化して何をやっていこうと言う明白なビジョンはありませんが、まずは共同購買事業を立ち上げ組合員のメリットになる事業を通して組合に所属していて良かったと思われる組合になり、将来的には地域に根ざした事業も展開したいと考えております。組合員の方々から組合に所属していて良かったと思われる存在になればと思います。そしてお店を止める方以外の退会者に歯止めを掛け、組合員数の増強をして組合を活性化して行きたいと思っています。新参者ではありますが皆様のご迷惑にならないよう頑張っていこうと思っておりますので、皆様からのご指導ご鞭撻をよろしくお願いいたします。

売り場の変化

福井県スポーツ用品協同組合

理事長 竹原和彦

JSERA 前専務理事

ある卸の支店長から「卓球のラバーやラケットの販売数に比べて、小物の割合が、少なくないですか？」という話があった。

確かに卓球の小物用品の棚にはいろいろまとめて置いてあるのだが、店の状況に慣れた人でなければ、どこに何があるのかすぐには分からないようで、「保護シートは何処ですか?」「ブラシを見せて…」と言われて「はいこちらです。」と言って案内するような分かりづらさである。

どうして今までこんな提案の仕方を、長い間続けてきたのだろう…、次の日早速、卓球の小物を見やすく飾る陳列ネットを思い切り3倍位に広げてみた。レジカウンターの横には、暑い夏に合わせて、卓球のリストバンドやヘアバンドをいろいろ飾り、各社のゼッケンピンや携帯ストラップ・キーホルダー等のマスコット品等で埋めてみた。

安い価格の品ばかりだか、その売場へは早速人が集まって、お客の声が多くなってきた。ワイワイ言って品定めをする姿に思わず嬉しくなって声も掛けたくなくなってしまった。

別のネットには各卓球メーカーのいろんな種類の接着のりを掛け、サイドテープばかりのネットやラバースプレーばかりのコーナー等というように、安い小物を思いっきり強調出来たから気分一新である。

我々はいつも集客力アップのための努力をしなければならぬが、まず第一に考える事が売りたい品を売るための《売り場づくり》で、第2は接客対応力の向上、そして第3は価格や商品等のメリットの明確化だと言われている。

この《売り場づくり》の中で、在庫の商品をどのように、お客に提案したり、陳列の仕方によって、どう売れる仕掛けが作れるかどうか、というのがその店としての商売の姿勢の基本かも知れない。

さて9月から毎朝私も一時間程度店の商品の掃除と整理をする事に決めた。今日はサポータと

テーピングのコーナーの移動と、商品の掃除をやる事にした。このサポーターは、以前はスポーツをやらない人への販売もあったりして、在庫どりに忙しかったが、今ではほこりをかぶってほっているものもある。そこでもっと人からよく見える場所に変更してみる事にした。

何事もそうだが、今の売場ややり方が一番良い形だと決めてしまっただけではいけない。「きっともっと違う何か違う良い方法があるはずだ」という気持ちで、毎日どこかを変化させ、動かしてみる事によって、新しい売り場づくりとなり、思いがけない次への発想のきっかけになったりもするのはないだろうか。

今店をどう変化させるかで、店の状況はどう変わるかを考えてみると、「従来通り＝悪化」・「少しの変化＝少しだけ悪化」・「適応した革新＝改善・向上」という事になるのだろう。

常に考えたい事は、店内のどの売り場も商品の置き場としての売り場であってはならないと思う。又、その店らしい「価値ある売り場」においては、「何を売りたいのか?」「何故それが売りたいのか?」が伝わる場でなければならない。「売り場が変わった」という印象は、きっとお客に新鮮な印象を与え、新たに店内の商品を注意して見ようという気持ちにするから、「価値ある売場」への変化となるだろう。逆にいつもと同じで変化がないとしたら、欲しい品を買うだけで他は何も見なくなってしまう事にはならないだろうか。

仕入れの時あれだけ時間をかけているのに、その一生懸命さを忘れて、売りたい商品の売り場づくりを忘れてしまっただけではいけないだろうか。

あんなに商品力がある大型店は、しっかり対面販売をして陳列にも時間をかけている。我々は単に立っている自動販売機であってはならないし、その販売機の中に商品を入れるだけの作業をしているような事があってもならない。

●スポーツ用品公正取引協議会●

平成 22 年度事業報告書

自 平成 22 年 4 月 1 日

至 平成 23 年 3 月 31 日

スポーツ市場を客観的に見ると、これだけ幅広く、魅力ある市場というのは他の業界にはなく、近年、わが国のライフスタイルの多様化に伴って、「スポーツ市場」も業際化が進み、スポーツ市場においては、スポーツのファッション化や日用品化が進み、販売チャンネルが多岐に分化されております。

例えば、大人とは独立したキッズ市場や、ヤングを中心としたストリートファッション市場、健康志向の高い熟年層を中心としたスポーツライフスタイル市場、更に、介護マーケットに目を転じれば、ケア市場にまでスポーツ業界は広がりを持つことが出来ると思います。そして、私たちは学校体育を中心とした競技スポーツ市場だけが「スポーツ市場」であると見るべきではなく、スポーツ市場を構成する一部分と見るべきであります。

その中で、平成 6 年 7 月 1 日から施行された製造物責任法や平成 21 年 4 月 1 日に施行された改正消費生活用製品安全法に対応すべく、平成 22 年 9 月 3 日に会員 63 名が集まり、リスクマネジメントやリコールの考え方について、経済産業省 日用品室宮村室長補佐様、事故対策室 山崎係長様や消費者庁 消費者安全課 服部係長様等をお招きして勉強会を開催致しました。

この勉強会の目的は、会員企業の意識を高める事を目的とすると同時に、リコール制度を考えたときに、製品安全に関わる側面と、安心・安全とは別に、表示の誤りが自由な購買動機決定作業を阻害する場合にも行われなければならない事を理解しました。

この結果、表示の訂正もリコールの手続きを経て行うべき事を理解し、会員企業が一斉に、カタログや下げ札の見直し作業を行うところとなり、瞬間的に表示の誤りによるリコールが増えまし

た。

当協議会は下記の活動を行いました。

◆通常業務

- ・スポーツ用品の表示に関する公正競争規約の普及・啓蒙業務
- ・表示に関わる違反事例の是正・指導業務
- ・会員企業からの相談受付業務
- ・自由・公正取引に関わるコンセンサスの醸成業務
- ・スポーツ業界の一つのあるべき姿の提案
- ・その他

1. 事前の注意喚起

大型チェーン販売店に対して、季節的なチラシの大量頒布時期を前に、チラシの作成上の留意点を具体的に示して注意喚起を行っていました。

1) 二重価格表示について

(オープン価格商品の取り扱い方)

§10 条 二重価格の表示基準 同施行規則 §20 条

①二重価格表示が可能なのは、現行のカタログ商品で、かつ、マークダウンされていないもの。

②自店平常価格は、当該店舗において(同一地域)、当該商品の販売時期に実際に、継続して8週間販売した実績が有ること。

但し、スキー用品等季節商品であっても、当該店舗が通年してスキーを販売しているという実績が有る場合には、当該店舗に限って夏期における販売実績として考えることができる。(他店舗への、流用は認めない)

③メーカー希望小売価格の設定について

(著しくメーカー希望小売価格と実売価格に乖離が有ることについての相談)

⇒メーカー希望小売価格は商品を製造するメー

カーや輸入する代理店など、小売業者以外の者が、自己の供給する商品について設定した販売参考小売価格であって、その商品の実売価格を拘束するものではないとしても、徒にメーカー希望小売価格を高く設定し、卸価格等を低く抑えることによって実売価格とのかい離を利用するようなメーカー希望小売価格の設定はギミックであると言える。

2) 割引率表示の簡素化

・ポイントカード等の利用による割引の根拠の明示
⇒会員特典の割引（当日の割引加算）かポイントを貯めることによって、後日の買い物に利用できるのか、チラシ上誰にでも容易に理解できるようにすること。

3) メーカー・卸に対するカタログ上での必要記載事項の再確認を要請

同時に、Web カタログにおけるマークダウンの際の留意点

2. 消費者からの相談・クレームに対応

①真贋の判定依頼

⇒Web 上で、商品を安く買ったが、購入者が安いことに不安を覚え真贋の判定を求めて来た。

②トレッキングブーツを購入したが、後に、トレッキングブーツが加水分解を起こすことを知り、購入したブーツの製造年を調べたら、購入時に既に6～7年経過していた。

⇒公取協が扱うべき事案ではないが、信頼すべき販売店で今後購入する事を勧めた。

3. 相談事例

①原産国表示

質問：製品の基本的性能は日本で仕上げて、一旦それをアメリカに送付し、アメリカの特殊技術（特許）で製品の機能を向上させた場合の原産国表示。

回答：2 国表示（基本構想を日本で製造し、加工をアメリカの特殊技術で行っている事を示す。）

②カタログの表記チェック

質問：販売店が作成するお客様向けのお薦め商品カタログの校正作業に協力

③特定用語の使用について

質問：最高性の客観的基準について

回答：自社製品との比較においてその優秀性を示すために「最高」を使う場合であっても、比較する商品が同等ものであるべきである事を理由に、個別商品ごとにする「最高」を使つての優秀性の訴求はギミックである。

4. 公正競争規約によって注意実績（§20 の警告に満たない注意）（16 件）

（違反と認められるおそれの事実は認められるものの、当該企業の普段のコンプライアンスと、その事実が比較的軽微なもの、そして、違反と思われる事実が、副次的に生じたようなもの）

1) 既にメーカー希望小売価格が撤廃されているか、PB 商品としてオープン価格商品として扱うべき商品について、メーカー希望小売価格或いは PB 商品においては過去の価格を比較対照価格として実売価格との二重価格表示（6 件）

⇒原因

①ケアレスミス（担当部署でチェックしているが、不注意でチェック漏れ）

→最近の大型チェーン販売店の例は、ほとんどがこの例である。（A3のチラシに2～3点のチェック漏れ）

②納入業者（メーカー・卸）から特価商品を仕入れて、商品の内容を精査しないでチラシを作った場合

③マークダウンの時期とチラシを作る時期が重なってしまったため、チラシの配付時には、違反事例となった例

2) メーカーが企業理念を表す標語として「最高」を使用した、広告原稿作成段階で削除した「最高」表現が印刷段階で過って削除されないままの原稿を使用してしまった事例（1 件）

3) メーカーが製品の表示を再検証する過程で見つけた表記ミス（9 件）

①繊維製品における繊維の組成を誤ったもの（5 件）

②原産国表示を誤ったもの（1 件）

③効能効果を誤ったもの（3 件）

国歌君が代と国旗日の丸について

広報委員長 角 前 博 道

今回はすこし改まった題材を選んでみました。人によってはいろいろな考えがあらうかと思いましたが、少し頑張って自分が普段思っていることを書いてみました。

店売り中心から外商中心の店に移行して20年程になります。親の代の時は店売り中心でしたが、私の代になりこの様に変えて来ました。そして特に学校との結び付きが強くなるにつけ、表題のことをかなり考える様になりました。学校にセールスに行くと色々な教師がおります。右寄の先生、左寄の先生がおられて生徒達とそれぞれが真剣に教育をしている訳ですが、我々が毎日接触している体育会系の先生達は、国歌君が代と日の丸に命をかけて学生時代をすごし、又現在も自分の弟子にあたる生徒には、その様に言い聞かせておられます。ところが一方では入学式、卒業式に君が代の斉唱、国旗日の丸の掲揚を強く拒否される先生もおられます。同じ教育と云う場でこんなに考え方が違っては生徒達もたまらないと思います。私は別に自分自身国粹主義者とも思っておりませんが、もう少し国旗と国歌を大切にさせて頂けたらなあと思っています。それで少し国旗日の丸と国歌君が代について考えてみたいと思います。先日少し古い書物を読み返していたら、有吉佐和子さん（結構進歩的な考え方の女性作家）がスエズ運河を通る時に日本の商船が日の丸をかかげてあの運河の中を進んでいるのを見た時に、涙が出る様な感動を覚えたを書いておられます。そういう民族感情はどんな人でも持っていると思いますし、又それが自然だと思えます。日の丸を見ると胸糞が悪くなる人は、ほかの国の国旗はどうなのでしょう。日本が中国を侵略した時の記憶があるから、国旗を見ると胸糞悪いともし言うのなら、ユニオン・ジャック（イギリスの国旗）はどうなのでしょう。アジア侵略の度合いから言えば、イギリスは日本の比じゃないんじゃないのでしょうか？

また古い話しですが、ハンガリーやチェコ、ポーランドの自由をおしつぶしていたソ連の国旗を見た時胸糞悪くならないのはおかしいと思いませんか。国旗掲揚の時起立しないのは、国旗に対する侮辱、即ちその国に対する侮辱だと思います。これも聞いた話しですが、青年海外協力隊の若い隊員がその国の為になるよい仕事を随分行い感謝されていたのだけどその国の国旗を掲揚する時皆立ったのに、座ったままでいたら殴られたと云う話しです。彼は日本の国では、国旗掲揚に反対と云う教育を受け続けて来たので、国旗に対する礼儀なんか全く教わらずに成長してしまったのだと思います。

ここで少し日の丸の由来を考えてみたいと思います。日の丸の起源は、神話の時代からだという説を物の本で読んだ様な気がしますが、戦国時代上杉謙信や武田信玄などの武将が旗印にしていた様です。又豊臣秀吉も軍船の旗印にしていたようですし、徳川幕府も寛永年間には、船に日の丸を掲げていたそうです。幕末時、開国を外国から迫られた時、徳川幕府は薩摩の島津斉彬公の意見を入れて、安政元年に異国船と紛れない様に日の丸を日本の船に掲げることにしたとNHKのテレビで見た覚えがあります。正式には、明治三年大政官布告によって制定されたそうです（インターネットで調べて下さい）。日の丸が太陽をあらわしていることは、間違いないと思われます。農耕民族としての日本人は古くから、太陽崇拝の風習がありましたし、（私は太陽神天照大神の鎮座されておられる伊勢の地の神領民であります）植物を成長させて五穀の豊穰をもたらすのは、太陽だから、日本の古くからの信仰として太陽崇拝があり、それが日の丸の源だと思われます。だから別に国歌権力の誇示というような意味はなく、自然発生的な平和な国旗だと思われます。

（次号に続く）

イタリア旅行

高知県スポーツ用品小売商協同組合 顧問

有) プロエース 代表取締役 門田 忠 尚

イタリア フィレンツェにいる娘の家族とバカンスを過ごすようになって4年目の夏です。

仕事をセミリタイアした私と妻はオーストリア国境のドロミテの山に2回、サルデーニャ島、そして今年はスイスとの国境アオスタ近くの標高2000m 川沿いのキャンプ地ポンツのホテルに1週間滞在しました。



フィレンツェを出発してピサ、ジェノバ、そしてトリノの近くを通りアオスタへ約6時間のドライブです。

トスカナ地方から北イタリアへの道中は広々とした稲作の田園風景が続きます。ヨーロッパで最も稲作の盛んな地方でレンガの建物を除くと日本の東北地方に似た風景です。

アオスタ周辺は国立公園でキャンプ地は非常に良く管理運営されています。調理室、電気、シャワー室まで完備され大きなキャンピングカーが20台程並びテントはドーム型と家型をセットにした型で家族で長期滞在しているようでした。

ちなみに私の娘の家族（伊人の旦那 7歳の娘、5才の息子）は昨年連続17日間キャンプ生活をしたそうです。

イタリアの夏休みは6月、7月、8月、9月10日までの長期間でそれから新学期になります。8月の初め、フィレンツェの町は子供達の声が聞こ

えません。孫達のクラスメイトは、ほとんどお祖父ちゃんお祖母ちゃんのいる田舎で過ごすそうです。そしてファミリーで食事をするのが大好きなお国柄です。

小さな田舎町（村）にも立派なレストランがあり10人位がテーブルを囲みワイワイ大きな声で語りながらお年寄りを中心に食事をしているのを見掛けます。

町と田舎、老人と若者の繋がりが大変濃く繋がっているのは日本にも昔あったなと羨ましく思います。

娘むこは1k程離れて住んでいる母親に1日3回は電話をしてほとんど毎日のように会いに行きます。“イタリアでは男の子が母親を大事にするので男の子が生まれて良かった”と娘が言っていたのを思い出しました。

さてポルツではほとんど毎日6～8時間山を歩きました2000m地点から300mほど高度を上げると森林限界線を超え草原が現れます、そしてあらゆる植物が花をつけて今の時期は少々遅いそうですが1面お花畑が続きますまさに“ハイジ”や“サウンドオブミュージック”の世界です。子供達は蝶々を追いかけて夢中で走りまわっていました。草原を越えると岩山になりますがカモシカ、キツネ、そしてマーマットが岩の上に顔をだして迎え



てくれます。

この地方は緯度でいうと北海道の北部地方位ですが温暖な地中海気候に恵まれて日差しは強いながら湿度が低い為（20%前後）木陰にいと寒く感じる程です。



車で1時間程のコーニエという町は牧場と川と氷河を頂く山に囲まれた美しい町でした。町を歩いているとカンツオーネが聞こえてきてのぞいてみると庭で5～6人を前にギターをもって中年の男の人が歌っていました。そして教会の鐘の音が町全体に響きました。

そして次の日はイタリア側マッターホルンの近くプラトローザにロープウェイで一気に上がりました。3480mの終点はスイスとの国境です。この時期でもスキー客がほとんどでした。イタリア側とスイス側に滑り降りる広大なスキー場はリフトの総延長が250kmと聞きました。多分世界で最も大きな規模のスキー場でしょう。ロープウェイを降りて階段を登る時初めて酸素の薄いのを経験しました。

私達のバカンスはいつも7～8日間1か所に滞在するやり方です。日本と違って長期滞在型ホテルですので非常に安い値段です。立派なコース料理がついて今回は素朴な三ツ星ホテルでしたが2人で1泊130ユーロ（15000円）でした。

ドロミテのホテルは四ツ星で200ユーロ（23000円）程でした。

滞在型バカンスシステムが出来上がっていることが羨ましく感じました。イタリアだけでなく長期のバカンスを楽しむヨーロッパの国々の生活に憧れます。子供の時からこの環境で育つためアウトドアを楽しむ習慣ができるのですね。

こんな事を考えました。日本は経済成長のみ追いかけて失敗しました。心豊かな生活をおくるために2週間以上の連続休暇をとらなければならない

という法律をつくればどうでしょう。いろいろな弊害はあるでしょうができないはずはありません。新しい需要が生まれ国民に心のゆとりが生まれきっと成功すると思います。

イタリアといえばジェラートフィレンツェの中心サンタクロチエ広場の正面に向かって左手前を30mほど入ったところに“ビーボリー”という店があります。ジェラートの果物の味が絶品です。



● 編集後記 ●

すこし古い話しになりますが、（紙面発行の日時の関係で）なでしこジャパンの大活躍を我々業界人として大いに喜ぶべきだと思います。すでに世界の女王となっている訳ではありますが、中々その実力を本当に発揮して、五輪の切符を勝ち取るのは、大変なことだったと思われます。勝って当然と日本人達が思っている中での快挙ですから…。

さて、我々はなでしこジャパンの彼女達が作り上げてくれたサッカーのおもしろ味、醍醐味を来店してくれるお客様達と供に喜び、出来れば商売に結びつけていきたいものと思っています。この快挙は決してサッカーと云う種目だけではなく他のスポーツにも伝って行くと思われます。野球は、セパ両リーグとも、クライマックスシリーズが始まっています。ゴルフ界も後5試合となって来ました。プロスポーツの選手達の真摯な態度を見るにつけ、我々も景気が悪いと他人の様に云わないで頑張りぬくしかないのではないのでしょうか。埼玉での全国大会、大成功だったと思います。特に10のテーブルに分かれて行った分科会、いつもだと他のグループの話しが聞えてこないのですが、埼玉県の発案でしょう。翌日、解散する前に我々の手元に集計し中身を見せて頂くことが出来ました。

地元へのよいおみやげとなった様に思います。

(H. K)