



Japan Sporting Equipments Retailers Association

No. 69

編集/発行:日本スポーツ用品協同組合連合会  
〒111-0053 東京都台東区浅草橋5-8-6  
東京スポーツ会館 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](mailto:jsera@jsera.jp)

(2013/8~2014/7のスローガン)

元気結集! ひとつの力より みんなの力



## スポーツ用器具の町医者になるう

JSERA・日本スポーツ用品協同組合連合会

理事長 重森 仁

6月末の蒸し暑い土曜日のことでした。市のソフトボール協会の理事長の席にあることから、翌日の市シニアリーグの打ち合わせのため、近くのグラウンド事務所を訪れていました。夜に降雨が予想されているため、翌日の試合開始時間、水取りの用具の準備等々を打ち合わせていました。その時グラウンドには大勢の人々がいて、ソフトボール大会が行われていました。様子を見ると、どうやら会社のレクリエーション事業のようです。黄色い歓声も交じって、グラウンドは一層熱いものになっていました。見ている人は、手に手にペットボトルを持っています。多分、選手はベンチに置いているのでしょう。熱中症対策は抜かりないようです。ところが私には信じられない光景が飛び込んできました。それは、捕手がマスクをかぶっていないのです。おまけに眼鏡をかけています。しかも、正規の位置にいます。ファールチップが当たれば、大変なことになります。直接その場に行つて言わねばと思いましたが、大会に水を差すようで、とりあえずグラウンドの管理人に耳打ちして帰りました。あの時マスクを持って行って、強引に買ってもらったほうが良かったのでしょうか、チョッピリ後悔しています。怪我なく大会が終了したことを祈っています。安心・安全のため用具の始業点検は大切ですが、必要なも

のを使用しないというそれ以前の課題もあります。社内のソフトボールと言えば選手クラスから高齢者、女性まで幅広い層が混じっているので、想定外のことが起こることもあります。協会が運営している試合より安全対策は大切かも知れませんが、親睦のソフトボールでマスクやヘルメットの着用がいやだというのなら、Tボールに切り替えるという手もあります。競技レベルに目が行っていますが、レクリエーションレベルにも目を配り、「安心・安全」の場を確保する大切さを垣間見た一コマでした。「安心・安全の場」といえば、製品安全協会。経済産業省等の協力を得て、JASPO様と共同事業で制度化する方向にあります。一定の研修を積んだ社員がいる店を優良店（仮称）と指定し、法令の範囲内で優遇する施策を取るといえるものです。その制度化に向け、調査・研究費として、今年度全国中央会の補助金（約240万円）をいただくことが内定しました。従来から取り組んで参りました『安心の場』講習会を、グレードアップし発展させるチャンスを得ました。今回はJASPO様と共同で行い、経済産業省様の協力を得るものですから期待は高まります。期待に答えられるよう努力してまいりますので、ご協力いただきますようお願いいたします。

この取り組みは、修理点検のスペシャリスト

を養成するというより、どちらかといえば、町医者の養成といった意味合いが強いのと思います。先に熱中症のことを出しましたが、熱中症で町医者に行ったが、症状が軽く点滴を打って返された、としましょう。大事に至らず、それはそれで良かったのですが、本当の町医者なら、過去に同様のことがなかったか、ほかに異常がないか丁寧に問診して次のアドバイスを出すといえます。実は、熱中症の裏には心筋梗塞や脳梗塞が隠れている場合もあるといえます。心臓や脳、血管の精密検査を受けるよう指導することも多いようです。

学校やスポーツ施設の用器具は十分管理されていない場合もあり、時には危険なものが散見されます。このような状態において、われわれ小売店が、研修を積んである程度の技能を身に付け、点検を行い、これは、ネジを締め直せば使用できますよ、これはワイヤーを変えてください。これは危険ですから直ちに使用を中止してください。などとアドバイスできれば、事故の低減に繋がり、買い替え需要を促すことになります。ある学校から注文が来ました。バレーネットのワイヤーが傷んできたので交換してほしいとのことです。直ちにワイヤーを発注することはもちろんですが、すぐに学校を訪問し、ワイヤーの状態を確認し、交換まで使用可なのか、直ちに使用を中止していただき、交換を待っていただくかの判断は当然ですが、それに加えてワイヤーが傷んでいるなら、ひょっとして支柱の滑車がすり減っていたり、滑車の軸が曲がっていたりしてスムーズに回らないことがあるかも（かつて、このためネット張りに滑車が飛んで重大事故になったことがあります）。重大な問題が隠れているかも知れません。このように、踏み込んだチェックができればもう立派なスポーツ用器具の町医者でしょう。

さて、新入生に対する商戦は一段落したことでしょうが、シーズン始めこんなことがありました。

それはある球技種目の公認球や練習球をメーカー自らが小売希望価から大幅値引きをする（異常な量のサービスボールを付け）キャンペー

ンを実施しました。シーズン中にメーカー自らが30%以上の割引をして経営が成り立つなら、もとの小売希望価格は何だったのでしょうか。消費者から見れば、高めの価格を付けていたのではとメーカー希望小売価格の信頼性を失いかねません。我々業界の小売希望価格は、異業種の同様製品より高い水準にあります。それは、メーカーが付加価値を付けている結果と理解します。スーパーに売っているジャージの多くより、スポーツ店のジャージは相当高価であるが、デザイン性、機能性等からユーザーを納得させ得る製品になっていて価格に信頼性があります。価格の信頼性があるからこそ単価を高い水準に維持できるわけです。公認球も、公認レベルを維持するために経費がかかり、そのような価格になっているとユーザーは理解しています。小売の値引きによって割引されていますが、メーカー自らがシーズン真っ最中に大幅割引キャンペーンを実施すれば、定価がおかしいのでは、と推測するほうが自然です。その公認球のメーカー希望小売価格は信頼性を失ってしまうかも知れません。それがボールメーカー当事者だけに止まるなら、まだ良いでしょうが、ほかの商品に波及するなら、たいへんな事です。メーカー小売価格の信頼性に疑義を生じさせる行為をメーカー自らがしたとしたらその責任は軽くないと思います。このことをキャンペーン当初から指摘させていただいたところ、憂慮されて対応していただいた関係団体、メーカー様がありました。感謝いたします。ただ、ご理解いただけなかった関係団体、メーカー様には一抹の淋しさを感じました。関係メーカーが老舗だったことはこの先の不安が一層増幅されま

す。小売組合が上手く運営されていくカギは、老舗と比較的規模の大きい組合店が大所高所に立って組合に協力するかどうかだと思っています。業界もそうではないでしょうか。老舗と大物が業界のことを考えて、自らの企業運営をされることが業界発展につながると考えるのは、私だけでしょうか。

## 第15期 第6回理事会報告

日 時：平成26年4月23日（木） 11：00～16：30  
場 所：東京スポーツ会館4階 会議室

### <報告事項>

#### 1. 委員会報告

##### <事業委員会>

関水委員長

- ・消費税率改定に伴いショッピングバッグの販売価格を変更。
- ・全国理事長会議の際のラインパウダーの卵アレルギーの件は、グリーンテクノ21が会社で出している保証書と書類を添付し対応。

##### <活性化委員会>

土赤委員長

- ・オリンピックに向けてのJSERAとしての活動の対応
- ・ボールを贈ろう事業の対応
- ・“スポーツを安心して出来る場”の講習会の対応

##### <共生委員会>

武宮委員長

- ・3月12日大阪、4月23日東京にて正常化のための懇談会を開催。今回は体育機器メーカーも視野に入れ、体育機器の運賃や組み立て費等について活発に話し合われた。
- ・小売店から学校等への運賃等のカタログ表示について前向きに検討するとの回答を得た。

##### <広報委員会>

角前委員長

- ・JSERAレポート68号（4月20日発行）発行。
- ・原稿が集まらず、毎回書く人が決まってきたしまい限界を感じている。

##### <総務委員会>

蓮田委員長

- ・全国理事長会議の収支報告。
- ・昨年のコスモスクエアよりニューオーサカホテルは交通の便も良く、経費も削減出来た。

### <審議事項>

#### 1. ショッピングバッグ価格改定の件

- ・消費税率改定に伴い4月1日より販売価格（税込）を変更した。

Aセット（シューズタイプ）

……………12,000円→12,300円

Cセット（紐付きショルダー）

……………12,000円→12,300円

ACセット

……………18,000円→18,450円

（全員一致で承認）

#### 2. ボールを贈ろう事業の件

- ・今年は卸商組合と共同で行うこととする。
- ・昨年のアンケートで補助金を増額してほしいという意見が多数あり、今年は補助金を1組合に対し17,000円とする。内訳はJSERA15,000円、卸商組合2,000円。
- ・案内を早目に出し、各都道府県の事業計画に盛り込んでもらう。

（全員一致で承認）

#### 3. 次期理事長会議日程の件

- ・2月3日(火)全国理事長会議、2月4日(水)JSEC連絡会議。会場は今年と同じニューオーサカホテルで開催する。

（全員一致で承認）

#### 4. スポーツにおける安心の場を提供するための講習会の件

- ・昨年より以上の安全安心の強化を諮るため、中

小企業組合等活路開拓事業に応募。

- ・調査研究委員としてJSERAより重森理事長、武宮副理事長、土赤副理事長を専任する。  
（全員一致で承認）

#### 5. ティーボール普及支援事業の件

- ・ティーボールの普及、発展の第一歩として、初級公認指導員資格講習の受講を支援する。詳細を、後日各都道府県組合に案内する。  
（全員一致で承認）

### <協議事項>

#### 1. 全国大会（石川県）の件

- ・石川県の甲秋水理事長、吉田直司氏より説明があった。
- ・JSERA年間スローガン、大会スローガンについては次回理事会にて決定。
- ・研修1部は2020年東京オリンピック・パラリンピック組織委員会会長（元内閣総理大臣）森喜朗氏の講演とする。
- ・研修2部では女性会員参加型の討論会をするが1テーブル20名×10テーブルでは、過去に話し合いの声が聞きずらくなった事例があるためテーブル数や人数、部屋の問題等を検討。

#### 2. 次期役員及び組織の件

- ・ブロック推薦理事を6月10日までに選出してもらい、次回理事会にて検討。

#### 3. 2020年オリンピックの件

- ・オフィシャルウエアの調達については、2015年2月に新組織が出来るので春まで待つ。また、オフィシャルグッズ販売会社に組合店分（1,400枚）を一括購入し店頭でオリンピックをアピールすることについて問い合わせたところ、商売とみなされるので無理との事。
- ・宣伝グッズ（のぼり旗等）については、文言について確認が必要なのでJOCに問い合わせる。
- ・その都度、東京都との人間関係を作っていく。

#### 4. ホームページの件

- ・JSERAホームページについてのアンケートを作成しレポート発送時に同送する予定。内容に関しては今後広報委員で検討する。
- ・Facebookを開設する方向は決まっているので、承認の方法や対象者、リスクに対する対応策等の具体案を提示し、次回理事会で協議することとする。

#### 5. その他

##### ① クレジットカード決算

- ・コイニー(株)が屋内外でインターネット環境があればどこでもカード決済が出来るコンパクトなカードリーダーを扱っている。JSERAの事業として絡めていけるか今後研究していく。

##### ② 『街の酒屋さんを守る国会議員の会』

- ・表題のような会があるのでスポーツ店を守る国会議員の会があってもいいのでは？資金がどれくらいかかるのか？今後検討する必要がある。

## スポーツ用品公正取引協議会

平成 25 年度事業報告書

自 平成 25 年 4 月 1 日

至 平成 26 年 3 月 31 日

消費税の引き上げが、平成 26 年 4 月 1 日から実施され、5% が 8% へと変更されるのにあたって、販売価格表示方法について販売現場でトラブルが起きないように適切な表記方法を周知徹底するよう努めました。

具体的には、スポーツ業界では 4 月 1 日には前年の 6 月ぐらいまでには次期春夏物の製品企画が終了し、継続品番においても税込み販売価格を修正して、カタログも 10 月ぐらいには作成にかかる必要があったので、販売価格の表示方法のガイドラインが最終的に示される以前に対応を決定する必要に迫られました。

また消費税率が変更される場合には、B to B では、商品はそれぞれ流通に存在しているのでプライスカードの変更のための返品等が起きないように、公平で透明なビジネスが出来るよう指導を行い、一方で、B to C では、販売店等での消費者とのトラブルを避けるよう事前の準備を怠りなく行いました。

結果的には、大きなトラブルは起きず、その転嫁も行われたとの調査結果が出ました。

また、通常業務として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・啓もう業務
- ・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
- ・消費税の段階的変更に対する適正な価格表示方法等の周知徹底
- ・その他

### 表示に係る公正競争規約に係る具体的事案

#### 1. 事前の注意喚起

大型チェーン販売店及びファクトリーアウトレット運営企業に対して、大規模なセール時期を前に、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 週間販売して実績が有ること。

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かい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

真贋の判定依頼

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

## 3. 相談事例

### ①原産国表示

質問：輸入時にゴルフクラブヘッドに「JAPAN」と刻印のあるモノの通関時において、東京税関から通関書類上はゴルフクラブヘッドの製造国が原産国と書くべきであり、「JAPAN」の上に「中国製」を示すシールを貼るべきとの指摘を受けたメーカーから、円滑な通関を行うための方法とゴルフクラブの原産国の考え方の問い合わせがあった。

この背景は、乙仲と税関の話し合いで「ゴルフクラブの原産国は組み立て地を言う」と言う事がわかれば「JAPAN」の上に「中国製」を示すシールを貼らなくても良いとの回答を得ていた。

回答：「昭和49年10月3日公大取第802号公正取引委員会事務局大阪事務所長から大阪百貨店協会宛での回答例(4) 雑貨 ①ゴルフクラブの原産国は組立地である。」を示した。

### 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タイムセールの考え方

質問：タイムセールを行うことは、比較対象価格・通常販売価格とタイムセール実施期間中の販売価格との三重価格表示になって消費者を惑わせないか？

回答：(表示対策課と相談して回答)

タイムセールは、濫用しなければ不当表示に該当する恐れはない。

根拠 不当な価格表示についての景品表示法上の考え方(平成12年6月30日改正平成14年12月5日・平成18年1月4日公正取引委員会)

第4 二重価格表示について 2 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示について (1) 基本的な考え方

ウ タイムサービスを行う場合の二重価格表示

特定の商品について、一定の営業時間に限り価格の引き下げを行ったり、または、生鮮食料品等について売れ残りを回避するために一定の営業時間経過後に価格の引き下げを行ったりする場合、当初の表示価格を比較対照価格とする二重価格表示。

要件①一定の営業時間に限ること

要件②一定の営業時間経過後(生鮮食料品等について)

結論 販売店等において、消費者が当該店舗について一日中タイムセールを実施しているような印象を受ける表示は不当表示にあたるおそれがある。

## 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) (6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販価格との二重価格表示(3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、チラシの配布時には、違反事例となった例
- 2) メーカーが製品の表示を再検証する過程で発見した表記ミス  
繊維製品における繊維の組成を誤ったもの(3件)

## 5. 表示対策課からの情報提供を求められた事案

### (公正競争規約第20条による警告 1件)

1. 内容：販売店がブリジストンスポーツ(株)製ゴルフボール 品名V10の価格表示の際に、「★8,820円を¥3,990 55% off」と紙面で表記したうえ、脚注において、「★印はメーカー希望税込み価格の略です。」と表記して、あたかも8,820円という比較対象価格が「メーカー希望小売価格」のように表記していた。しかし、ブリジストンスポーツ(株)では、現在この商品について、オープン価格であることをWebカタログで謳っている事実が存在した。
2. 結論：客観的根拠が存在しない価格を比較対照価格とし、実販価格とのかい離を利用する不当な二重価格表示である。
3. 適用：スポーツ用品の表示に関する公正競争規約第10条第3号

## 平成26年度 スポーツ用品公正取引協議会 役員名簿

役 職	所 属	会 社 名	氏 名
会 長	J S P	(株)小賀坂スキー製作所	小賀坂 道 邦
副 会 長	小 売	(株)重森スポーツ	重 森 仁
	卸	三共スポーツ(株)	山 口 直 樹
	製 造	ミズノ(株)	水 野 明 人
	ゴルフ	ダンロップスポーツ(株)	馬 場 宏 之
専務理事	専 従	スポーツ用品公正取引協議会	宮 地 弘 孝
理 事	小 売	(株)武宮スポーツ	武 宮 兼 敏
	小 売	(株)球友堂	角 前 博 道
	小 売	(資)関水スポーツ	関 水 正 章
	小 売	(株)フットジョグ	土 赤 光 宏
	卸	ヒロウン(株)	出 野 正 昭
	卸	ヤバネスポーツ(株)	村 川 満 均
	卸	ゼット(株)	渡 辺 泰 男
	卸	(株)エスエスケイ	佐々木 恭 一
	卸	(株)イソノ運動具店	須 山 武
	製 造	ヨネックス(株)	米 山 勉
	製 造	(株)アシックス	尾 山 基
	製 造	トーエイライト(株)	大 江 俊 英
	ゴルフ	東京洋傘(株)	別 府 幹 弘
	ゴルフ	(株)島田ゴルフ製作所	島 田 和 夫
	ゴルフ	日本シャフト(株)	石 神 由 紀 夫
	ゴルフ	(一社) 日本ゴルフ用品協会	蓋 孝
J S P	マーカーフォルクルジャパン(株)	中 澤 泰 明	
J S P	HEAD Japan (株)	関 口 千 人	
J S P	(株)ロータスインターナショナル	内 山 訓 治	
監 事	卸	(株)イモト	井 本 忠 嗣
	製 造	(株)エバニュー	岩 井 大 輔

## 全国運動用品商工団体連合会

平成 25 年度事業報告書

自 平成 25 年 4 月 1 日  
至 平成 26 年 3 月 31 日

スポーツの実践のあり方として、「Do スポーツ」のカテゴリーでは、競技スポーツとライフスタイルスポーツに分かれて存在し、市場もこれに対応してきております。我が国では、昨年 9 月 8 日の 2020 東京オリンピック・パラリンピックの開催決定以降、冬季ソチオリンピックでの我が国選手団の好成績、2014 ブラジルワールドカップサッカー等々、スポーツのビッグイベントに係る話題は豊富であります。

そして、お茶の間の TV 観戦からスタンドで応援する「見るスポーツ」も市場に定着して来ていると思います。トップアスリートの優れたパフォーマンスは、人々に感動を与えます。そして、私たちスポーツ業界は、スポーツが果たす大きな効果を支える産業として、少しでもお役にたつ産業としての意義を確立していくべきであります。

この動きは、WHO 等の国際機関でもスポーツの健康維持・回復・教育等の機能に着目して、すでに始動しており、生活習慣病の撲滅やリハビリテーション・少子化によるコミュニケーション促進等の運動を推奨しております。

スポーツ産業としても欧米の企業が積極的に取り組み始めていると同時に、少子高齢化の打開策として、高齢者や非健常者が使用して効果のある運動器具の開発とその基準作りが必要となっております。

ビジネスの範囲や方法が多岐にわたる環境の中、業界 5 団体を架橋する当協会の役目はスポーツ業界の基盤整備につながる情報の収集と発信にあると思います。

そこで、平成 25 年度の具体的事業として、

1. オープン情報ネットワークの構築のための研究会の実施 (S 研)
2. スポーツ産業における企業の社会的責任の普及啓もう
3. 平成 26 年新年記者懇親会の開催
4. スポーツ用品公正取引協議会への協力
5. その他

の活動を行いました。

### 1. スポーツ業界基盤整備事業

(スポーツ用品オープン情報ネットワーク開発事業)  
(スポーツ用品情報システム研究会(S 研)活動計画)  
スポーツ用品情報システム研究会は、スポーツ業界の横断的組織であります。

その目的は、メーカー・卸の現場担当者(営業部門・システム部門問わず)への支援になる業界標準情報化マニュアル作成を目指しています。S 研ホームページを有効活用して標準 EDI への理解と JAN コードの必要性等、業界標準化への啓もう普及に努めることであります。

スポーツ用品情報システム研究会 (略称：S 研)

2014 年 4 月 11 日

## 2013 年度 活動報告

S 研会長 鈴木 利忠 (株)デザート

### ■ 1. RFIDの現状と可能性

<ul style="list-style-type: none"> <li>・読込精度格段に向上</li> <li>・チップ価格は約 20 円 (アンテナ付き) に</li> <li>・再検運用で棚卸し対応有効に</li> <li>・新たな偽造防止ツールとして使える</li> <li>・出入り、行き来のあるものへの管理に有効</li> </ul>	
小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レジ効果期待、コストが見合うか。</li> <li>・流通の上流から下流での協力が重要課題。</li> <li>・全商品への対応が効果の源泉はない。</li> <li>・防犯での利用は期待できない。</li> </ul>
卸し	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカー・卸・小売 3 層での取り組みが必要。</li> <li>・独自では利用はできない。</li> <li>・物流面での効果に期待。</li> <li>・業界で進めるには時間がかかる</li> </ul>
メーカー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外生産比率が高く生産拠点多数地域、全商品対応困難。</li> <li>・製造原価アップに繋がり、流通での転嫁方策は要検討。</li> <li>・固体識別機能の価値大。別注、カスタムオーダーの SCM 管理期待。</li> </ul>

全体として広範囲の普及には、RFID は JAN ソースマーキングと同様に生産側での対応が望ましい。

↓

・このコストをどのように転嫁するかが課題。

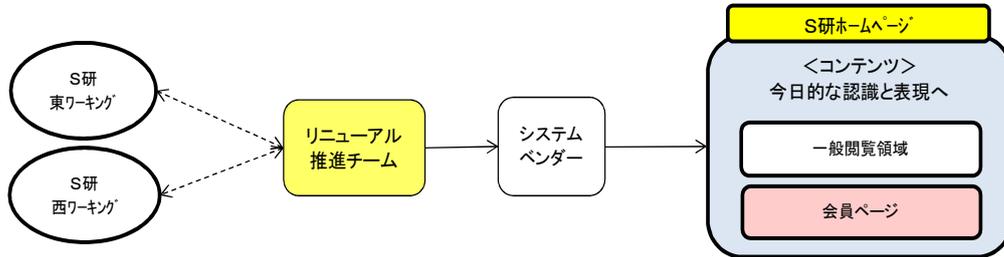
・JAN ソースマーキング徹底にスポーツ業界では 5 年～10 年を要した。

・これらが整備できるまでは、SPA 型ビジネスでの効果のみ？

・商品以外の活用領域も多い。  
※ 通い箱、カゴ台車の出入り管理

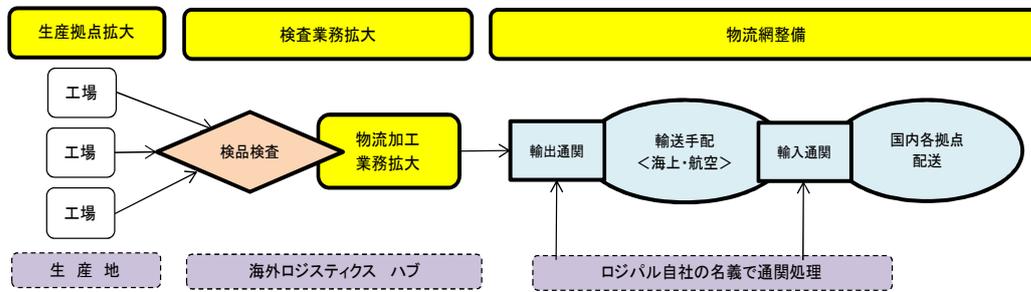
## ■ 2. S研ホームページのリニューアル

リニューアル推進チーム、東西ワーキング、システムベンダー(トッパンフォームズ)  
三者連携し、効率的にリニューアルオープン



## ■ 3. バンダイロジパル殿の視察

- ・バンダイナムコホールディングスのロジスティクスを担う物流会社
- ・調達物流を取り込み、一貫物流のシステム構築がなされている。
- ・SCMを根底に据えた様々な領域でのトライが先進的である。



## ■ 4. その他

- ・消費税率変更に関わるシステム面での情報共有、ディスカッション。多くの時間をとり、有意義であった。

以上

## 2. スポーツ産業における企業の社会的責任の普及啓もう

企業の社会的な責任として、人権・環境・コーポレートガバナンス・コンプライアンス等、様々な社会的責任があります。ここでは、人権団体が行うアジテート目的とも思われるスポーツ業界への要求に対する対応や、欧州委員会の「PEACH」規制での30,000種にも及ぶ削減対象薬品や米国のCPSIA（フタル酸の制限）に関わる情報提供等々を行いました。

同時に消費者への情報提供作業として、

### 1) 重大事故発生にかかわる対応／製品事故発生時の事故処理対応に協力

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し、リスクマネジメントやリコールの考え方について周知徹底を図りました。

重大事故が起こった場合、報告をすることによって製造業者の義務を果たすと同時に、消費者庁の重大事故公表（第1報はメーカー名は原則公表されない）と独立行政法人 製品評価技術基盤

機構（NITE）の公表により消費者に対する注意喚起となり、また、不幸にして重大事故の当事者となった場合にも、正当な手続きを適正に行うことによって、悪意をもった者を排除することにもつながるので、重大事故発生時に消費者庁や独立行政法人 製品評価技術基盤機構（NITE）への報告を経済産業省の担当課の協力を得て積極的に行いました。

### 2) 普及啓もう事業（消費者への情報提供）

公表されている重大事故情報等で、その原因に消費者による誤用や当初予定された使用方法以外の使用方法による事故、同時に、消費者に注意義務があるにもかかわらず事故となった例が散見されるので、当協会では継続して消費者が安心してスポーツに親しむことができる情報を提供してきました。

### 3. 平成26年新年記者懇親会の開催

日時：平成26年1月6日（月）

10：30～12：30

場所：三井アーバンホテル

大阪ベイタワー 5階（会議室）

## 4. スポーツ用品公正取引協議会への協力

スポーツ業界の業際化が進んでいるのと平行して、スポーツ業界が異業種に進出しているケースも目立ってきています。この状況下で、意識の高い消費者がメーカーの消費者相談窓口や、販売店の店員の説明では満足せず、公的機関に苦情やクレーム、相談を持ち込む例が増えてきています。当連合会は、スポーツ用品公正取引協議会をサポートして、公正取引委員会をはじめとして、JARO、国民生活センター、消費生活センター等、消費者からの苦情やクレーム、相談の直接の窓口と意見交換・情報交換を行いました。

## 5. JSERA 勉強会「スポーツにおける安心の場を提供するための講習会」の応援

JSERA が主催して開催される「スポーツにおける安心の場を提供するための講習会」を通して、スポーツにおける事故の未然防止を図るとともに、地域の販売店がオピニオンリーダーとなって、学校及び公共施設の管理者を取り込んで、地域住民がスポーツにおける安心の場を提供する活動を応援しました。

## 平成 26 年度 全国運動用品商工団体連合会 役員名簿

役 職	所 属	会 社 名	氏 名
会 長	J S P	(株)小賀坂スキー製作所	小賀坂 道 邦
副 会 長	小 売	(株)重森スポーツ	重 森 仁
	卸	ゼット(株)	渡 辺 泰 男
	卸	三共スポーツ(株)	山 口 直 樹
	製 造	ミズノ(株)	水 野 明 人
	製 造	(株)アシックス	尾 山 基 之
専 務 理 事	製 造	ダンロップスポーツ(株)	馬 場 宏 哲
	製 造	ブリジストンスポーツ(株)	梶 哲 也
専 務 理 事	専 従	全国運動用品商工団体連合会	宮 地 弘 孝
常 任 理 事	小 売	(株)武宮スポーツ	武 宮 兼 敏
	小 売	(株)球友堂	角 前 博 道
	卸	(株)エスエスケイ	佐々木 恭 一
	卸	ヤバネスポーツ(株)	村 川 満 均
	卸	(株)イソノ運動具店	須 山 武 信
	製 造	山本光学(株)	山 本 為 之
	製 造	ヨネックス(株)	米 山 勉 生
	製 造	(株)ダンロップスポーツマーケティング	水 野 隆 生
	製 造	東京洋傘(株)	別 府 幹 弘
	理 事	小 売	(資)関水スポーツ
小 売		(株)フットジョグ	土 赤 光 宏
卸		ヒロウン(株)	出 野 正 昭
製 造		日本卓球(株)	北 岡 功 輔
製 造		(株)エバニユー	岩 井 大 義
製 造		ホワイトプロダクト(株)	渡 邊 俊 紀
製 造		トーエイライト(株)	大 江 英 雄
製 造		(株)ゴルフニューオオシカ	大 鹿 武 雄
製 造		日本シャフト(株)	石 神 由 紀 夫
製 造		(株)島田ゴルフ製作所	島 田 和 夫
製 造		(一社)日本ゴルフ用品協会	蓋 孝 明
製 造		メーカーフォルクルジャパン(株)	中 澤 泰 人
製 造		HEAD Japan (株)	関 口 千 人
製 造		(株)ロータスインターナショナル	内 山 訓 治
監 事	卸	(株)イモト	井 本 忠 嗣
	製 造	(株)スワロースキー	丸 山 哲 幸
	製 造	ヤマト徽章(株)	出 井 久 幸
	製 造	(株)レンドスポーツ	蓮 田 茂 樹
	製 造	アメアスポーツジャパン(株)	岸 野 博



## 「全国大会とは」

石川県スポーツ用品協同組合  
理事長 甲 秋水

私が思うには、全国大会は主管県の組合の結束力を診る最高の実験装置です。

早いもので6月に入りましたが、全国大会の準備の進捗状況は当初の予定通りには進んでいません。心穏やかと言う心境ではありません。と言うのも予算と言う裏付けの必要なデジタル面と「おもてなし」と言う情緒的なアナログ面とのバランスに苦慮しています。

ところで、全国大会とは組合員にとってどう言った意味があるのか。

ただ単に年に一度全国から組合員が集合する事に意義があるのか。また異郷の地に集まることで、厳しい現実から目をそらし非日常の世界で楽しいひと時を過ごしたいと思うのか。そうではなく、全国大会を千載一遇のチャンスと捕えて、全国組合員の数の力を借りて個々の小売店では聞き入れてもらえない事案を、メーカー、問屋に要望する。全国大会でこそメーカーのトップに小売店の現状を知ってもらう絶好の機会である。メーカー、問屋のトップと単なる懇談の場で終わりにせず、直接向き合えるフィフティフィフティの場を継続的に設定できるシステムを作りあげ、組合員に目に見える成果をしめす。

全国大会が意義あるものになるには、組合員の想いをどれだけ吸い上げられるかに尽きる。またメーカー、問屋のトップが出席するメリットのある全国大会になるには、何が必要なか検討しないと、義理に一度は出席しても継続して出席しないとまったく意味がない。出席しないといけないと思わせる仕掛けが必要では。私が参加した今までの全国大会を見ていると、単なるタイムスケジュールの消化で大半が来賓の挨拶に時間を割いている。しかも内容は外交辞令に終始している。これだと費用対効果を考えると甚だ疑問です。そう思っていたのが私だけでなく、これではダメだとおもった北海道の組合員が、新たに全国大会に女性フォーラムを設定されたと聞きました。全国大会が本来の組合員の為の大会にしたいと言う想いが伝わってきました。今回の石川大会も既に2回開催されました女性フォーラムの集大成にしたいと言う想いで計画していますが、どう運営したら良いか想い悩んでいるのが現状です。男性目線ではなく、女性目線で運営しないとうまくいかないと言う意見もあり、一度女性を交えて検討会を開く予定です。何事もそうですが、実際にやる段

になると大変難しい。確かに JSERA の活動に女性の意見を入れて新風を吹き込み風通しをよくする事で JSERA の活性化になります。また次世代への遺産として女性部会を立ち上げる契機になればとの想いでいます。

そもそも組合の存在意義は。大変な難問ですが自問自答する事があります。

先日竹原和彦氏が書かれた「雑感」を読んで「お隣様」と言う表題に書かれている事が一つの答えではと思いました。組合員同士、お互いに反目しあい意地のほりあいの様な関係から、もっと尊重しあえる関係への努力が大切である。そうすることで共に生き延びることができると書かれています。正にその通りだと思います。

お互いを尊重し、理解できる契機に全国大会がならなければならないと思います。

誰の為の全国大会なのか、単なるセレモニーとして、労力を無駄にするのではなく、全国大会を組合員の抱える問題を提起できる場、組合員同士が向上できる場にあるべきです。それには、組合員一人一人が意識改革をして全国大会に臨むべきです。莫大な費用、エネルギー、時間を割いた全国大会がただのお祭りに陥らないためにも、是非こうあるべきです。

また、全国大会の参加人数を増やすには、第一義的に組合員自身が参加したくなる大会に変革していくことが必要です。それには組合と何なのか問い直さないと変革は始まらないのでは。あくまでも、組合を組合員の為の組合員による組合員の組合にする。つまり、組合に求めるだけでなく、組合に対して何が出来るか考える時に来ている。組合には、自助、公助、共助の三助が求められている。

以上のことを理解した上で石川全国大会に参加して頂ければ実りある大会になると思います。最後に石川大会のスローガンを披露させていただきます。

### 「加賀百万石から全国へ

女性のチカラと『おもてなし』の心で、  
スポーツ界に新風を！」

## 2014JSERA 全国大会

### in 石川県へ衆知結集

愛知県スポーツ用品商業協同組合  
理事長 土 赤 光 宏

JSERA 全国大会成功に向け主管ブロックとして、中部ブロック理事長会議を6月4日石川県加賀屋会議室にて、主題「JSERA 全国大会 in 石川県の成功に向けて」を掲げ、澤田基朗会長始め11名の出席で、確認申合わせを行いました。

澤田基朗会長の心和む笑顔満点の挨拶で始まり、主催県である石川県スポーツ用品協同組合甲秋水理事長から「石川県として加賀百万石から全国へ向けて、女性のチカラと『おもてなし』の心で、スポーツ界に新風を！」、大会スローガンにする力強い挨拶をいただきました。

お話を聞いて私たちも改めて衆知結集への思いを強く感じました。

概要説明に、時として10月22日（水）～23日（木）会場に石川県金沢市「ANA クラウンプラザホテル金沢」で開催するとありました。前日21日には、前夜祭の計画も予定しているとの事。

主題について、基より澤田基朗会長から「今ここに中部のチカラを結集してスポーツ界を明るく楽しいものにしませんか」の思いから、中部ブロックとして後援していく事を申し合わせました。

次に、今大会で石川県組合が特に力を注いでいるのが「女性フォーラム会議」。

スポーツ界は、女性の力に頼るところが益々増えている現状から本年も行う運びとなりました。

中部ブロック組合県からも多くの参加者を募り応援していきます。中部ブロックの組合員さんにはこの機会ですので石川県で全国の組合員さん方と、親交を深めていただく予定であります。

今大会もう一つの大きな目玉となるのが、2020 オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会会長森喜朗氏に講演が決定していることです。我われスポーツ業界に於いて必要不可欠なオリンピック大会についてお話が聞け、また情報を取り込むことの出来るまたとないチャンスだと思います。合わせて、JSERA 顧問橋本聖子参議院議員にも出席をお願いしております。

結びに、毎年必ず実施される全国大会。どこの主催県も一年掛けて全国の組合員さんのために、『おもてなし』をするための準備を一生懸命してみえる。私も大会を良いものにして参加するために相応しい心を身につけてお手伝いさせていただきます。





## 生き残ることができるか

長野県運動用品専門店協同組合

**竹内 靖長**  
(有)マスヤスポーツ

創業53年目を向かえる弊社(有)マスヤスポーツは昨年2013年2月に市街地の2店舗を閉店し一店舗にして郊外へ移転。その販売拠点は、売り場面積100坪のサッカー専門店、店舗名リアルスポーツとして生まれ変わりました。経営形態は①店頭販売(サッカー)②外商(すべてのスポーツ競技)③地元Jリーグ松本山雅(やまが)FCのサポーターむけグッズ販売等が売り上げの多くを占めます。移転して初年度昨年売上は3億7,700万円、移転前の2店舗の合計は2億9,000万円、新店に移って売上は伸びました。

しかし、この20年の経営状態は良くありませんでした。創業から20年近くは、取締役の海外旅行、お客様を連れてのスキーツアー等かなりの利益が出ていたようです。量販店が台頭する1980年後半までは順調な商売していました。スポーツ業界全体が潤っていた時期でした。1990年代にはいり、スキーのセントラルの出店から始まり、アルペン、ヒマラヤ、ゼビオ、デポ、スーパースポーツゼビオと出店が始まります。現在はアルペン、デポ、スーパースポーツゼビオの大型量販3店がしのぎを削り、この四半世紀で地元の老舗スポーツ小売店は半数がなくなりました。

私自身、父親の興したお店に、従業員として入社した1990年代初め、この頃地方都市には、スポーツナショナルチェーンの出店は少なく、大型電気屋が次々とオープンしていた時代です。スポーツ業界もこうなるのではないかと危惧していたところ、その思いはすぐに、現実的なものとなりました。次々と出店するスキーの量販店、年々落ち込むお店の売上。スキー、ゴルフ、登山用品、テニスなどレジャースポーツからの撤退、販売競技をサッカーと野球に絞り1995～2005年ごろまでは何とかしのいでいました。しかしスキー需要

の落ち込みと同時に、量販店がスキーの商売から春物アスレにシフト、当店は窮地に追い込まれます。

この頃2009年2店舗の総売り上げは1億8,000万円従業員アルバイト含め11名である、家族経営であったため役員の給料を削り、銀行からの借り入等で、経営をしていました。春物中心のお店は、秋口になると売り上げが減り、運転資金を銀行に調達に行かなければならず。經理をつかさどる母親は「鈴虫の鳴く頃になると、本当寂しかった。」と振り返ります。

転機が訪れたのは2010年。SBS橋本塾に入塾。「マーチャンダイジング」「数字を基にした経営」「日々の積み重ね」が大事なこと、商売では逆転満塁さよならホームランのような奇跡は起こらないこと、等々たくさんのお話を教えて頂きました。



このままでは自身の店が消滅の危機にある事。「このままではつぶれてしまいますよ」はっきり言われました。ではどうしたら良いのか？良いお店・良い事例、生の現状を惜しみなく教えて頂きました。一人ではどうにもなりません、学びそれを皆に生かす事で何とか生き残る事が出来ました。

やっと利益の出る会社になりました、ここ数年を振り返るにつけ「運が良いですね」とよく言われます。私自身まさにそのように感じる時もあります、果たしてそうなののでしょうか？日々の積み重ねの中に、たまたま良いことが転がり込んでくるわけで。何もせずにもよいことは起きず、悪いことが転がり込んできたときに、俺はいつも“運が悪い”“周りが悪い”“景気が悪い”となります。実際私自身の20年前は後者でした。

北欧バイキングには「いつでも船出のできる準備をしておきなさい」という言葉があったそうで

す。こつこつと日々の努力が欠かせないのです。

これから先はどうなっていくのでしょうか？

その昔戦国時代は日本国内だけでの戦いでした。これから先はグローバルな戦いになって行きます。地方豪族のまま生き残れるのか、強者に就くのか、消えてなくなるのか。10年後 Amazon だけが生き残り。町から商店は消え、お店はショールーム化してしまうのでしょうか。

そうは思えません、今の時代様々な業種、いろんなお店が専門店化して生き残っているのですから。

9月にアシックス東京新社屋にて、SBS 橋本塾主催の「スポーツ用品業界サミット」を開催致します、スポーツ小売業界に少しでもお役に立てればと思います。興味のある方は、

(有)マスヤ 店舗名リアルスポーツ 0263-87-7241  
竹内靖長 090-1653-5017 まで。

## ハイブリッド経営にも限界？！

福島県運動具商業協同組合

**桑原 勇 偉**

(有)バンダイスポーツ

福島県会津バンダイスポーツの桑原です。JSERA の皆様には、3.11 後の御支援並びに応援感謝いたしております。



4月からの消費税増税に伴い、販売価格の便乗値上げ（あわよくばの仮定が付きませんが）を模索してはいましたが、見事撃沈いたしました。実際の価格政策は真逆で「実質値下げ」の様相となりました。

3月末までの販売価格は実質総額表示（税込）。混在期間を経て4月より外税表示（+税）に切り替え完了しております。店頭でのお客様の反応が正直不安でしたが、新たに別途8%の消費税をいただくことについての混乱は特にないという状況です。

4月前半の経験は「これが増税された直後の反応なのか」でありました。気持ち悪いほどに買い控え。生活必需品のスポーツ用品。「救われたのが4月で新入生に代表される必然性のある需要

## 商いのみせどころ

期であったこと」でした。最終的には4、5月と忙しく過ごせました。ところが「売り上げが伴わない忙しさです」。

売り上げは想定したよりも上がらず、逆に仕入は計画通りに在庫しており、その結果の「在庫過多状態」に陥っております。

JSERA 会報より「価格競争の抑制」について、本当にそうならばよいと願っております。消費税の上げだけに止まらず、

- ・送料（運賃）に代表されるコスト増
- ・円安、原材料高騰等による原価増 他

下がるどころか上げざるをえない現状。それなのに販売価格は実質値下げの様相とは一体何なのか！

量販店の隆盛。売る力があるからのバイイングパワー。そこに来てのネット通販の拡大。

弊社のような地方基盤の零細店が危機的状況に直面しております。



- ・外商だけで（もしくは入札を取って）
- ・学販だけで（もしくは部活動のみで）
- ・地方の例えば100人もいないような種目専門特化に移行したとして
- ・少子高齢化の超スピード化。次年度は必ず販売数が減る環境。

食べていけるでしょうか？ 発展していけるでしょうか。

- ・売り上げを追うことが正義
- ・利益確保しつつ売り上げを追うには？
- ・利益を確保するための仕入れ、取組とは？
- ・お客様に喜ばれることとは価格？ 技術？ 他
- ・リスク分散するハイブリッド経営存続可？

このようなことを考えながら、考えただけでは絵に描いた餅。販売実践しておりますが答えがないまま6月もう終わり。サッカーは日本が負けた時点で一気に熱が冷めています（語弊があったら申し訳ありません）。

地方の若輩経営者一人だけでは路頭に迷っていたはず。何とか今があるのは、JSERA そして、「SBS 橋本塾」に参加させていただいたからだと思っております。

9月にアシックス東京新社屋様のお借りして「SBS 橋本塾サミット」を開催します。塾生の今までの経過報告他、何かヒントを得られるサミットです。興味のある方のご参加お待ちしております。

担当は

長野県マスのスポーツ 竹内様まで。

20年前、今、20年後

## 「田舎のスポーツ店の悩み事」

新潟県スポーツ用品小売商協同組合

野澤 昭夫

(株)エビスヤ

新潟県十日町市、豪雪地帯として有名な「雪と蕎麦とこしひかり」の町です。周りを山に囲まれた「閉鎖商圏」ともいわれ、大型スポーツ店までは車で約1時間はかかります。今から20年前、1995年の商圏人口が8万人でしたが、10年前の2005年には7万人に、そして現在は、65,000人になってしまいました。さらに、今から10年後の2025年には57,000人に、そして20年後の2035年には5万人を割り込むと予測されています。さらに65歳以上の高齢者比率が38%と3人に1人が高齢者という未来が到来することになりそうです。画期的な産業が起きない限り、状況が変わるとは考えられない状況です。

思い起こすこと20年前、中心市街地に店舗がありました。地元商業者と共に、郊外にショッピングセンターを作ろうと行動し、車で約5分のところへ、150坪の店舗を出店いたしました。おかげ様で、順調に売上を伸ばし、10年前には「新潟県中越大震災」を経験し、店舗も町も大きな被害を受けましたが、何とか復興することが出来、今年20年目を迎えました。今後の店舗の売上を考えたとき、人口減は死活問題で、ましてや、主力ターゲットの学生の減少は大きな痛手です。さらにネット販売の拡大により、目の見えないところで、売上を取られている現状があります。外商売上も、子供の減少による、部活の廃止や学校の統合、又競合店も生き残りを掛けて価格競争

を仕掛けてくるので、厳しさは変わりません。弊社も遅まきながら、3年ほど前からネット販売に参入し、こちらは順調に売上を伸ばすことが出来ています。が、今後は大手スポーツ店を巻き込み競争激化が予想されるので、安心はしてられません。家電業界では、ヤマダ電気が商圏人口10万人以下の小商圏に300坪～400坪の店舗展開をしています。(あまり成功しているとは思いませんが) われわれスポーツ業界も大型店が同様の出店をしてくる可能性は十分あります。そんな環境を考慮しながら、これからどう行動をしていったらいいのだろうか！こんな悩みをお持ちの地方の中小スポーツ店は沢山あるのではないのでしょうか？自分はまさに20年前に決断したような、会社の存続を掛けた決断をしなければならないときにきている訳です。何もせずじり貧、そして廃業か？それとも、チャレンジか？

私の答えは「チャレンジ」です。



オリンピック・こぼれ話し(4)

広報委員長 角前博道

さてここで、オリンピックと女性のかかわりを考えてみようと思います。前にも書きましたが、古代オリンピックでは、女性が参加することは無論、見ることもゆるされていませんでした。そしてその禁をおかしたら死刑、オリンピア近くの山頂の断崖から突き落とされる決まりだったのです。ではなぜ参加することも又見物することも出来なかったのか、その女人禁制について、文献はないようですが、参加する競技者が男性であり、すべて全裸だったという問題ではない様です。

考えられる理由の一つとしては、「女性の存在が男性の競技力をそぐ」と思われたのではないかと考えられています。又古代ギリシャの社会的差別が反映していたことも考えられます。又競技の内容が甲冑を着けた徒競争や、二輪戦車競争等々、大半の競技が戦闘技術を基にしていることも、その要因と考えられます。又古代五輪競技は、ゼウスの神に捧げられた競技であったから、ゼウスの神の妻ヘラは大変嫉妬深かったので、若い女性が裸で競技するのはちょっと問題だったと云うこと、つまり女神ヘラを競技者の妻に置き換えると、なるほどと思える所もあるかもしれません。

さて古代ギリシャでのオリンピックで、女性の参加が認められなかったことは、紀元前の話ですから、ある程度わかる様な気がしますが、それから1500年経て開催された近代五輪で、クーベルタンが依然強い調子で拒否し続けた、その後進性はなんなのだろうか？彼はたびたび書いています。「女性の五輪参加に私は強く反対する。女性の参加増は私の意思に反したものと」。

このクーベルタンの女性観は、社会風潮を映しています。特に当時の上流階級では、男性ならばその勝利に対して勇者であるとたたえられるところを、女性が汗を流し肌を出し、肉体的に争うのは、はしたないと云う概念が強かったのです。「スポーツを通じて国際平和や青少年健全育成」と云う、大変開けた考えを持っていた彼が、こと女性の参加に関してこれ程保守的だったとは…？足首がチラッと見えるのが「セクシー」だった時代(日本の江戸時代もその様だった)、テニスをするにもロングスカートが必須だった時代なのだからでしょうか…？

しかし英国の産業革命以後に始まった女性の選挙権獲得運動や、第一次世界大戦で、戦争に行った男達のかわりに、女性達が男性的仕事に進出したこと等、社会の概念は大きく変わって行きます。IOCの方針もその様な外圧によって変わらざるを得なかった様です。クーベルタンがIOC会長を務めていた1896年から1925年の間に、女性の参加

者数は第2回のパリ大会では19名だったのが、第8回大会では、136名に増加して行きます。第1回大会では全て参加を許されなかった女性達が、今の様に五輪の花と咲き、その一方の主役の座を占めるまでになった訳ですが、それには数多くのドラマがありました。たとえば長く認められなかった(中断されていた)女子の陸上中距離種目だとか服装が問題になる女子水泳競技、それに性別検査等、どうであったか考えてみたいと思います。スポーツと云う概念は、18世紀の後半は、見せ物と云うか賭け事、酒と八百長などが付き物の娯楽が主流であった。特にボクシング等、それが「若者の人間形成に資する」意義であるとか、フェアプレーと云った近代五輪の素地となる品性を備え始めたのは英国のオックスフォード大学とケンブリッジ大学のボートレースが始まったところからだと考えられる。そして経済力を付けた中産階級が、下層階級の娯楽と差別化するため、同等の力の好敵手同士が八百長や賭け事なしに正々堂々と規則を守って渡り合う、純粋なスポーツの理念を求め始めたからだと考えられます。それでも未だ女性の参加はタブーであったのです。前にも書いた様に、レディーが汗を流し、肌をさらし、必死になって競い合う姿は、不道德だと云う社会認識が浸透していたからであります。

「スポーツはそもそも、男が男の為に作ったもの」又「初期には、戦争の為の鍛錬」と云う側面もあり、平和と法整備により、暴力発散の場がなくなつたので、そのはけ口としてと云う特性を強めていったと思われまふ。笑い話ではありませんが、もし女性が男性並みにサッカーやボクシングを始めたら、男らしさの根源、そしてその誇りが侵される等、真剣に考えた様です。又女性がスポーツで精力を使うと、子供を産む機能に支障が出ると云う医学的理論もあります。それは今でも無理に成長期に食を制限(いわゆるダイエット)をしてしまうと無月経症になる選手がいるではありませんか！？新体操・長距離選手などに見られます、この医学的理論と肌を出さない為の競技衣服の丈、又その時代の女性観(クーベルタンの考え方)が女性の参加を阻んだ三大要因ではないでしょうか。

(次号へつづく)

編集後記

ワールドカップでの日本選手の成績について組合員の皆様はどの様に評価されますか？テレビで観るかぎり、世界の一流選手と言われる人達とスピード・スタミナ・技術のいずれの面でもかなりの差が未だある様に思われました。

日本メディアはその辺、前もって解っていないのでしょうか。大会の始まる前にあのように騒ぐと、国民はかなりやるのではないかと感じてしまいます。静かに送り出してやり、良い結果が出た時には思い切り誉め、騒いでやる。その様にならないのでしょうか。記者会見で残念さのあまり、涙を流しながら席を外した選手がかわいそうに思いません。(H.K)