

織維月報

vol.616
2011
since 1960

8

毎月1回発行

発行：伊藤忠商事株式会社 織維経営企画部
大阪市中央区久太郎町4-1-3
TEL：06-6241-2027 FAX：06-6241-2008
URL：http://www.itochu-tex.net
本紙に関するご意見・ご感想をお寄せ下さい。osaxp-ad@itochu.co.jp

Vol.616 CONTENTS

Special Feature /	広がりみせる「ランニング」	1-3面
Topics /	ニュース・クリッピング	4面
World Report /	大阪ステーションシティ「駅」と「まち」が変わる(中)	5面
Fashion Report /	結婚ブームから見る新たなコミュニケーション力とは	6面



ITOCHU Mission
Committed to the global good
豊かさを担う責任

“ブーム”から“文化”へ進化

広がりみせる「ランニング」



成人男女における健康志向は年々高まりを見せています。中でも「楽しさ」や「爽快感」を味わう手ごろなスポーツとして「ランニング」「ウォーキング」がエコロジー・ブームを背景にますます注目されています。また最近では、健康志向やランニングブームをきっかけに走り始めたランナーたちが、ランニングの継続やステップアップを目的に、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）に登録したり、専門指導を求めて仲間同士で練習会に参加する姿も多く見受けられるようになりました。昨今のランナー、そしてランニング市場について生の動きを、ランナーと日々接している各企業の方々うかがいました。

出席者 (社名50音順) 株式会社アトスポーツ 取締役 近藤 達也氏 株式会社ランナーズホールディングス 社長 橋本 治朗氏 伊藤忠商事株式会社 ブランドマーケティング第一部門長 諸藤 雅浩
株式会社ニューバランスジャパン 社長 林 喜弘氏

ランナーと共に成長

諸藤 わたしは4年前からランニングを始めました。フルマラソンは2010年12月のNAHAマラソン（沖縄県）で初めて走り、完走することができました。まだまだ初心者ですが、マラソンの魅力にはまってしまったひとりです。きょうはオーソリティーの皆さんからランニングを取り巻く状況について、また、今後のランニングというものがどのように変化していくのかお聞きしたいと思います。まず、自己紹介を兼ねて、「ランニング市場」に向けての取り組みをご紹介します。

橋本 ランニング専門誌『ランナーズ』を発行する株式会社アールピーズを中核に、ランナーズホールディングス（HD）は出版、マラソン大会の企画・運営などを手がけています。1975年にランニング仲間が集まって会社を設立、翌1976年2月の青梅マラソン開催時に創刊号5000部を会場に並べて販売したのが最初です。当時、米国に『ランナーズワールド』という専門誌がありました。『ランナーズ』は世界で2番目のランニング専門誌となったわけです。

青梅マラソンの会場でテーブルに雑誌を並べて販売したのですが、あまりに薄っぺらだったもので、チラシか何かと勘違いされて黙って持っていくランナーが多く、「これ、売り物です」と（笑）参りました。

振り返ると当時は健康ブームのはしりで、ランニング専門誌が受け入れられる土壌ができていたのかもしれませんが、編集長が女性で、スポーツ専門誌では珍しかったのか多くのメディアに取り上げられ、順調なスタートを切ることができました。

本格的に日本人が参加し始めた1977年のホノルルマラソンには、250人くらいの日本人参加者の6割を占める、150人あまりのランナーが当社の組織したツアーに参加しました。これがその後の、ピーク時に日本人だけで2万人を超える参加者を数える同マラソンの発展に寄与できたと自負しています。

創刊から10年くらい経ったころに、自治体

の皆さんから「ランニング大会を開きたい」といった相談を受ける機会が増えました。ですが、アドバイスしてもどうにも堅苦しく、大会が金太郎飴的に似通ってくる。それなら自分たちでやっちゃえ、と大会そのものの運営にタッチしていくことになりました。

いまマラソン大会の計時は参加者に渡したチップを読み取って行う形式が一般的ですが、昔は人海戦術、目視でやるわけで、参加者が増えると大変でした。青梅マラソンではあまりの参加者に、30km走ってもなかなかゴールできず、隣の駅まで行列ができるということもありました（笑）。

大会参加の申し込みも昔は現金書留のため郵便局まで行かねばなりませんでした。それでクレジットカード決済を導入するなど申し

込み方法そのものも開発しました。今では祖業の『ランナーズ』を中心とする出版が全社売り上げの30%程度となるまで、業態が「ランニングサービス業」へと変化してきました。

日本では年間1400ものマラソン大会がありますが、そのうち約700大会に関係しています。エントリーだけなら80%くらい関わっています。

諸藤 物販もされていますね。
橋本 ランニングショップが近くにない地方の方々から望まれることが多く、ウェアやシューズ、帽子などの小物を中心に通販サイトを運営しています。オリジナルのダチョウのマークの帽子を作ったのが最初ですが、知らない者同士がすれ違うときなど、同じマークの帽子をかぶっていると仲間意識が芽生えて

うれしい、という声をいただきました。

ランニングは文化になった

林 ニューバランスジャパンの社長に就いて6年が経過しました。当社は「ニューバランス」ブランドの靴を手がけ、アパレルは株式会社エヌ・エフ・シーが企画・生産・販売を担当しています。

わたし自身はスポーツ業界で30数年間、過ごしてきました。その長い経験を通じて思うことは、ランニングにとって2007年2月の東京マラソンは大きな転換点になったということです。しかし、ブームというものは水物で、あっという間にしぼんでしまう。例えば1988年前後のスキーブームがそれでした。



写真左から：橋本治朗氏、林喜弘氏、近藤達也氏、諸藤雅浩

