

# JTIA News!



## 2005.10.Vol.32

### ゆうゆうテニス大使任命！

今年4月から6月の三ヶ月間NHK「趣味悠々」で放映されました「沢松奈生子が贈る中高年のためのたのしいテニス」の番組をきっかけに講師役の沢松奈生子さんと生徒役のタレントのヨネスケさんに本協会のシニアテニスブームを興すための親善大使として、【ゆうゆうテニス大使】を任命させていただき今後の活動にご協力をいただくこととなりました。

そこで、10月11日～12日に開催されました、一美しい村・軽井沢スロースポーツライフ事業一軽井沢テニスカンブ（経済産業省支援事業）会場に於いて、お二人に任命状をお渡しいたしました。



\*シニアブームを本気で興す!プロジェクトでは、昨年度より様々な活動を展開しており、10月現在全国各地のテニスクラブ・スクールにおいて今後の予定も含め「シニア対象クラス」を設置されている事業所が約180事業所と報告され、本協会のホームページでリストを公開しております。  
(未報告の事業所がございましたら事務局までご連絡をお願いします)



沢松奈生子さんヨネスケさんが参加した軽井沢テニスカンブ

\*シニアテニスを本協会では「ゆうゆうテニス」と呼称することを推奨しており、現在商標登録申請中です。

# パキスタン地震救援募金送金の報告

10月17日(月)～18日(火)に開催されました「TOPGUN PROJECT 2005」において、講師の松戸テニスクラブオーナー町山様の呼びかけにより、急遽パキスタン地震への募金を行い当日ご参加の皆様から¥65,325の募金を賜りました。

事務局では10月20日に朝日新聞厚生文化事業団「パキスタン地震救援募金」係へ送金をさせていただきましたことご報告させていただきます。

## JTIAの今年の重点課題について

社団法人日本テニス事業協会 会長 雑賀 昇

今年6月の総会で私共は今年、各委員会・プロジェクトチーム等で取り組む諸活動の中で特に次の5課題が大きな問題と申しあげました。

- (1) シニアブームを我々の努力で造る
- (2) 若者をコートに迎える努力をする
- (3) 業界発展の鍵は人材にある、テニスプロデューサー制度を発足させる
- (4) コンサルティング事業を推進する
- (5) 指定管理者制度の活用を推進する

- (1) は昨年来よりプロジェクトチームを編成、アニメテレビ番組「テニスの王子様」で起きたジュニアブームが冷めないうちに2007年問題と言われる高齢化社会に対応、シニア層の開拓をしようとNHK教育テレビ「沢松奈生子が贈る中高年のためのたのしいテニス」製作に協力しつつ、全国スクール事業所に「ゆうゆうテニス・クラス」の開設の努力をし、7月初めで約180ヶ所で始まりました。本件については、メーカー各位及び会員の強力な支援をいただき、誠にありがとうございました。
- (2) については一部クラブで成功されているものの全体的に対応に戸惑っています。大学テニス同好会の意向など参考に各クラブが環境作りに一工夫する事が必要と思います。若者の意向を取り込み、クラブの方向を作ることが大切と思います。
- (3) については、勝ち組、負け組の2極化が激しくなるのが最近の全ての業界で起きています。勝ち組は弛まぬ努力で情報の収集と研鑽をして勉強により育てた人材がいます。テニス事業に精通する人材を育てる制度を確立したいと思っています。
- (4) は、ともすれば規模が大きくない為にオーナー・支配人は事業所を離れられない事が多い。各会員に出来るだけ多く情報を提供し、クラブ・スクールの発展に協力出来る協会でありたいと思ってコンサルティング事業を推進しようと思っています。
- (5) 公営施設におけるこの制度は、我々が抱えている悩み（営業行為や特定利用者の独占、異常な低料金）の一部を解消するものと考えられ、また、事業拡大の一つでもあると思われる会員各位の積極的な取組に対して事業協会として支援したいと考えています。

## 総務委員会より

総務委員長 増井 範男

前号のJTIA News! に平成17年度の事業計画として、9事業を紹介させていただきました。今年度はこの9事業の内から特に重点的な事業として4事業について第1回総務委員会を平成17年7月4日に開催し、下記の通り決定いたしましたので、ご報告させていただきます。

### (1) 指定管理者制度に関する調査及び研究

「指定管理者」申請に関わる共同体協定書の作成

本年度第1回理事会にて指示のあった箇所を修正して最終的協定書とすることとしました。

## (2) 会員制クラブ活性化を目的とする調査及び研究

学生同好会連盟の会長及び役員と当協会の雑賀会長と加藤事務局長が話し合いました。話し合いの内容について雑賀会長、加藤事務局長より発表していただき、委員の方々より意見を聞かせていただきました。

数多くの意見が出た中からいくつか紹介します。

○料金等、条件が合うところに限るが、事業者と学生のニーズがマッチするエリアを探し、低料金での若年層会員獲得のモデルケースが出来るのではないかと。

○学生たちの動向、意見を把握するためにアンケート調査をしたらどうか。

○事業者側と学生側の思惑には大きな開きがあるのではないかと。

○事業者から情報提供することに対して、前向きに捉えてもらえるので、上手に連携をとることによって将来的に接点を持てるような話し合いの場があればよいと思う。

「確認・決定事項」

総務委員会と同好会役員及びOB等の対話の場を設けることとしました。

## (3) 会員数拡大及び新規組織設立を目的とした推進運動

本年度は雑賀会長が積極的に活動していただけるとのことで、各地区宛に会長と共に行動して欲しい旨の依頼を総務委員会より案内する予定です。

また、「シニアスクール開設記念イベント」で、各地を訪問した際、その地区の会員事業所を訪問したところ、大変喜んでいただいた。

この様なことから新規事業所だけでなく、既存の加盟事業所への訪問も積極的に行ってもらうこととしました。

委員会の審議・意見交換の後、確認・決定事項として、本年度は千葉県と東京西部を重点地域とすることを決定しました。

## (4) 賛助会員、意見交換会の開催

昨年度初めて開催したところ大変好評であったので、本年度も是非開催する予定です。この会の目的は賛助会員の増加と賛助会員大事にするという2つであり、また賛助会員同士の情報交換の良い場となっています。

「確認・決定事項」

平成18年1月10日(火)開催を予定

その他 「一泊研修会及び、懇親会について」

審議・意見交換の後、軽井沢で行っては、との意見が出て検討することとしました。

# 事業委員会より

## 事業委員長 栗山 雅則

事業委員会では平成18年4月より『テニスプロデューサー制度』を正式にスタートするために、現在講師の方々にテキストの執筆を依頼しております。

『テニスプロデューサー制度』の目標は「テニスを業とする優秀な経営者ならびに管理者を育成する」ことです。テニス事業者が求める優秀な人材を『テニスプロデューサー』と認定し、今まで JTA・JPTA の資格ではカバー出来ない部分を補い、そして将来的に JTIA の財政基盤として組織拡大を図る目的として準備を着々と進めております。

これはテニスビジネスをプロデュースできる人を認定する制度で、商標登録もすでに済んでいます。

内容につきましては財務諸表が読めて経営戦略に生かす財務管理能力、社会保険全般と労働基準法などの労務管理能力、コートのメンテナン

ス、防火、防災、安全管理の施設管理能力、会員、生徒の管理や個人情報保護などの顧客管理能力、市場調査、分析、計画や人材育成の経営戦略能力、トーナメントやクリニック、ジュニアやシニアなどのイベント企画能力とテニス知識全般です。これらの講習会（1泊2日）を行い（テキストは1ヶ月前に受講者に送付）、その後試験を行います。名称はエグゼクティブプロデューサー、シニアプロデューサー、アシスタントプロデューサーの3つです。

今後の予定としては、12月までにテキストの最終確認を行い、来年2月にテキストの発行を予定しております。初めての試みなので委員だけではなく専門家のアドバイスもお願いしています。受講者のスキルアップ、ステータスアップはもちろんの事、業界全体のレベルアップに寄与すべく努力して参りたいと思っております。皆様のご協力を切にお願い致します。

# 会員活動報告

## 「楽しいレッスンのすすめ」

東戸塚松原テニススクール 松原 雄二

私のスクールでは出来るだけ楽しいレッスンをするように、コーチを指導しています。もちろん、楽しいスクールとして評判になれば、商売繁盛ということで行なっている面もあるのですが、それだけではないのです。

物事を肯定的に捉え、楽しく行なうということにはそれ自体に重要な意味があるのです。テニスを行なえば必ず体力的にも精神的にもストレスを受けます。

このときにある意味のこのストレスをどう考え、どう捕らえるかにより、大きな差が生ずるのです。ストレスを否定的に捕らえ、いやだなと思うと脳の中にノルアドレナリンという物質が分泌されます。このノルアドレナリンは猛毒をもった物質で活性酸素という物質を発生させます。活性酸素は遺伝子を傷つけ、老化を促進し、お肌をかさかさにし、病気の原因になるものです。活性酸素は運動をすれば必ず発生する物質ですがこれがさらに増大してしまうわけです。

一方、たとえ厳しい練習であってもこれを肯定的に捕らえ、楽しく行なうと、脳の中にはβ-エンドルフィンという物質が分泌されます。β-エンドルフィンというのは脳内モルヒネとも言われ、運動するとき、筋肉を動かすことによる快感によっても分泌されます。また、β-エンドルフィンには快感を起こすだけではなく、活性酸素の発生を抑える働きもあります。

老化を抑え、お肌もすべすべに、そして病気の発生も抑えるのです。さらに、楽しくやればやる気が出て、気持ちはさらに肯定的になり、ますますβ-エンドルフィンが出ます。

したがって、レッスンにおいても楽しく行なうことは若さと健康のために大変重要であり、逆に、厳しいだけのいやいや練習は百害あって一利なしということです。ただひたすら耐える、我慢するというのは早死にの元です。日本の体育会的な精神論の世界では、厳しくなければ、つらくなくては練習じゃないという風潮もありますが、これを変えていかないと故障者ばかり多い、選手生活が終わったらみんなぼろぼろという状況からは抜け出せません。

たとえジュニアの練習であっても耐える、我慢するというのではなく、彼ら自身が、『これがんばればうまくなれるぞ』とか、『コーチは自分のことを考えてくれてる』といった肯定的な考え方をし、楽しく練習するようにしむける必要があります。

コーチとしては、もちろん楽しくて厳しいレッスンをすればいいわけです。もちろん、一般のクラスでは、楽しくて楽しくてしょうがないというレッスンにしましょう。

とにかく、楽しいレッスンです。そうすれば病気や怪我でやめる人も少なく、上達も早く、お肌すべすべの美人の多い、評判のいいスクールになってますます商売繁盛です。



# レジャー白書2005からの抜粋報告

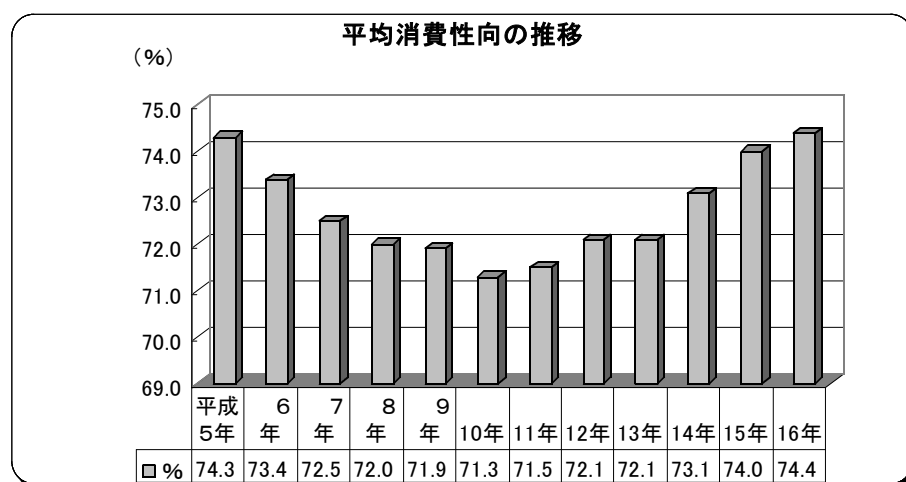
過日、編集、発売されました「レジャー白書 2005」（財団法人社会経済生産性本部）より統計資料や調査結果からの各種データをご報告いたします。

※（財）社会経済生産性本部 〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1 生産性ビル  
TEL.03-3409-1125 （レジャー白書 2005 は 1 冊税込み 3,500 円）

## 平成16年の家計消費の動き ～家計収入は7年ぶり増加～

余暇活動の実態に移る前に、まず、勤労者世帯の家計に関する統計を見てみたいと思います。平均消費性向とは、実収入から税金や社会保険料を差し引いた可処分所得のうち、実際に消費に回した割合を示したものです。一般に、「所得」が減少してもすぐには低下しないため、平均消費性向は見かけは上昇する傾向があるそうです。では、全国の勤労者世帯を対象とした『平均消費性向の推移』と『実収入・可処分所得の実額と名目・実質増加率の推移』を下图に示します。

（出典：総務省「家計調査報告」）



### 平成16年の家計消費（単位：円、％）

|         |         | 対前年比  |
|---------|---------|-------|
| 実収入     | 530,028 | 1.0   |
| 可処分     | 444,966 | 0.4   |
| 消費支出    | 330,836 | 1.5   |
| 食料      | 72,025  | ▲ 0.3 |
| 住居      | 20,804  | ▲ 6.0 |
| 光熱・水道   | 20,909  | 0.9   |
| 家具・家事用品 | 10,419  | 3.8   |
| 被服及び履物  | 14,893  | ▲ 3.4 |
| 保健医療    | 11,531  | 0.3   |
| 交通・通信   | 47,218  | 6.0   |
| 教育      | 19,714  | 8.6   |
| 教養娯楽    | 33,710  | 5.9   |
| その他の消費  | 79,613  | 0.8   |
| 平均消費性向  | 74.4    | 0.4   |

平成 10 年を境に減少傾向が続いていた家計収入は久々に増加に転じた。平成 16 年の勤労者世帯（平均世帯人員 3.48 人）の実収入は 530,028 円、対前年比は名目・実質ともに 1.0 % の増加で、平成 9 年以来 7 年ぶりの増加となった。また実収入から税金や社会保険料等を差し引いた数字である可処分所得についても、対前年比

1.0 % 増（名目・実質）の 444,966 円と増加している。

消費面については、平成 16 年の家計消費支出の合計は 330,836 円で、平成 15 年（325,823 円）より約 5,000 円の増加となっており、家計収入とともに伸びている。

消費支出を科目別に見ると、「保健医療」は対前年比 0.3 % 増と落ち着きを見せている。かわって、「教育」（実質 8.6 %）、「交通・通信」（実質 6.0 %）が大きな伸びを示した。ゴールデンウィークの曜日配列が良かったこともあって外国パック旅行費などの支出増があり、「教養・娯楽」も実質 + 5.9 % と久々に大きな増加となった。家計収支の改善にともない、レジャー消費の締め付けも多少ゆるまったようである。

平成 16 年における勤労者世帯の平均消費性向（可処分所得に対する消費支出の割合）は 74.4 と、前年を 0.4 ポイント上回った。平均消費性向は平成 11 年以降増加に転じて 6 年連続の増加となっている。世帯主の年齢階級別に見ると、60 代以上のこれ迄者世帯の消費性向が 50 代以下世帯を大きく上回っており、旺盛な消費意欲を持つ高齢者世帯の存在も注目される。

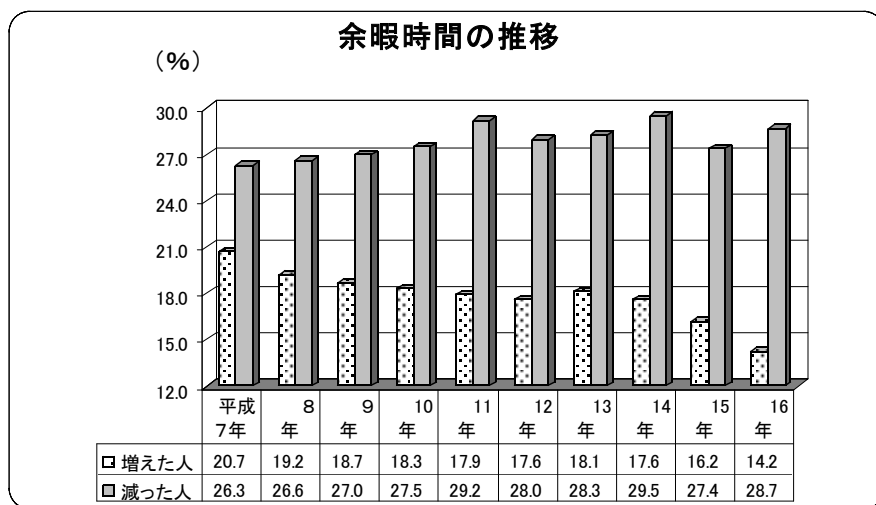
## 実収入・可処分所得の実額と名目・実質増加率の推移

|      | 金額(円)   |         | 名目増加率(%) |       | 実質増加率(%) |       |
|------|---------|---------|----------|-------|----------|-------|
|      | 実収入     | 可処分所得   | 実収入      | 可処分所得 | 実収入      | 可処分所得 |
| 平成5年 | 570,545 | 478,155 | 1.2      | 0.9   | 0.1      | ▲0.2  |
| 6年   | 567,174 | 481,178 | ▲0.6     | 0.6   | ▲1.1     | 0.1   |
| 7年   | 570,817 | 482,174 | 0.6      | 0.2   | 0.9      | 0.5   |
| 8年   | 579,461 | 488,537 | 1.5      | 1.3   | 1.5      | 1.3   |
| 9年   | 595,214 | 497,036 | 2.7      | 1.7   | 1.1      | 0.1   |
| 10年  | 588,916 | 495,887 | ▲1.1     | ▲0.2  | ▲1.8     | ▲0.9  |
| 11年  | 574,676 | 483,910 | ▲2.4     | ▲2.4  | ▲2.0     | ▲2.0  |
| 12年  | 560,954 | 472,823 | ▲2.4     | ▲2.3  | ▲1.5     | ▲1.4  |
| 13年  | 551,160 | 464,723 | ▲1.7     | ▲1.7  | ▲0.8     | ▲0.8  |
| 14年  | 553,277 | 452,501 | ▲2.3     | ▲2.6  | ▲1.2     | ▲1.5  |
| 15年  | 524,542 | 440,461 | ▲2.6     | ▲2.7  | ▲2.3     | ▲2.4  |
| 16年  | 530,028 | 444,966 | 1.0      | 1.0   | 1.0      | 1.0   |

## 平成16年の余暇時間と余暇支出

レジャー白書では、「余暇時間」と「余暇支出」について、前年に比べた増加・減少感につちえの調査を昭和57年以来継続的に実施してきた。

このデータは、実態としての余暇時間（労働時間）や家計消費支出の増減とは別に、意識の上での増減を示しているものと見ることができる。



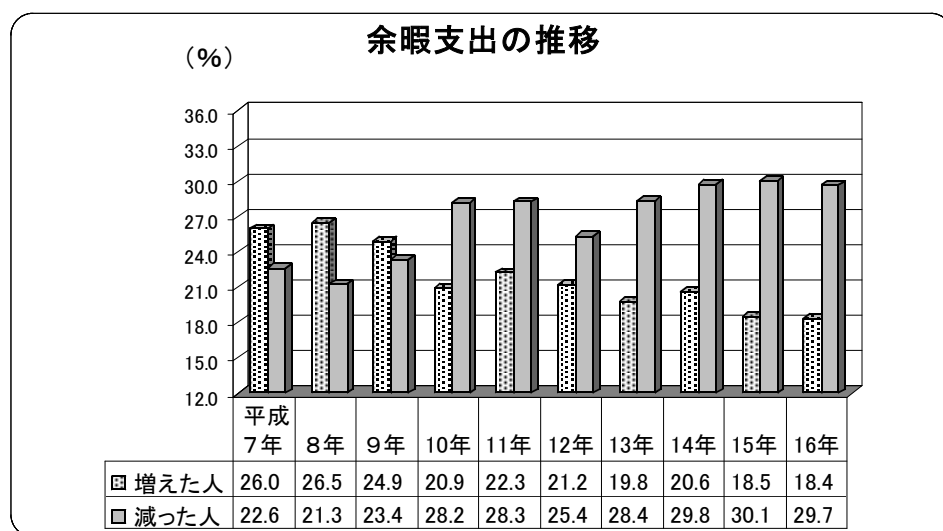
余暇時間が「増えた」とする人は、バブル崩壊を経た平成4年以降減少傾向が続いている。平成13年は9年ぶりに微増となったものの、14年以降再び減少に転じ、16年は前年の15年（16.2%）よりも2ポイント低い14.2%まで低下した。

これに対し、余暇時間が「減った」という人は15年の27.4%から1.3ポイント増の28.7%となった。この結果、余暇時間が「減った」という人と「増えた」という人の差は15年（11.2%）→16年（14.5%）と3ポイント以上も開き、心理的「ゆとり感」（時間面）の回復は依然として見られない。

余暇支出が「増えた」という人は、やはりバブル崩壊後の平成4年をピークに減少を続けていたが、平成16年は18.4%と、15年からほぼ横ばいであった。

一方、余暇支出が「減った」と答えた人は15年には30.1%と3割台に達し、過去最高値を更新したが、16年は29.7%と3年振りに微増となった。「減った」という人と「増えた」という人の差も、平成15年11.6%→平成16年11.3%とほぼ横ばいである。平成16年は家計収支面で久々の回復が見られた年であり、実施面の動きが心理面のゆとり感にもある程度反映しているようである。





## 平成16年の余暇～スポーツ・テニス産業・市場の動向～

### ○余暇市場、国民総支出、民間最終消費支出の推移 (単位：億円)

|                         | 平成13年          | 平成14年          | 平成15年          | 平成16年          | 伸び率(%)      |             |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
|                         |                |                |                |                | H15/14      | H16/15      |
| ス ポ ー ツ 部 門             | 47,260         | 45,380         | 44,670         | 43,800         | ▲1.6        | ▲3.2        |
| 趣 味 ・ 創 作 部 門           | 117,300        | 116,960        | 114,930        | 116,390        | ▲1.7        | 1.3         |
| 娛 楽 部 門                 | 551,770        | 556,790        | 557,360        | 547,690        | ▲0.6        | ▲1.0        |
| 観 光 ・ 行 楽 部 門           | 109,720        | 108,130        | 104,590        | 105,310        | ▲3.3        | 0.9         |
| <b>余 暇 市 場</b>          | <b>826,050</b> | <b>831,260</b> | <b>821,550</b> | <b>813,910</b> | <b>▲1.2</b> | <b>▲0.5</b> |
| 対 国 民 総 支 出             | 16.3           | 16.7           | 16.5           | 16.1           | ▲1.2        | ▲1.8        |
| 対 民 間 最 終 消 費 支 出       | 28.9           | 29.2           | 29.0           | 28.5           | ▲0.7        | ▲1.4        |
| 国 民 総 支 出 ( 名 目 )       | 5,058,474      | 4,982,756      | 4,978,209      | 5,048,207      | ▲0.1        | 1.5         |
| 民 間 最 終 消 費 支 出 ( 名 目 ) | 2,859,655      | 2,847,966      | 2,832,147      | 2,854,393      | ▲0.6        | 1.0         |

単位：億円、%

| 単位：億円    | H8     | H9     | H10    | H11    | H12    | H13    | H14    | H15    | H16    | 15/14 | 16/15 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 球技スポーツ   | 8,380  | 8,000  | 7,460  | 7,170  | 7,020  | 6,830  | 6,620  | 6,630  | 6,640  | 0.2   | 0.2   |
| テニス用品    | 1,030  | 940    | 850    | 810    | 750    | 760    | 740    | 740    | 750    | 0.0   | 1.4   |
| スポーツ施設   | 29,660 | 29,350 | 28,160 | 27,150 | 25,670 | 24,380 | 23,200 | 22,720 | 21,970 | ▲2.1  | ▲5.7  |
| クラブ・スクール | 540    | 520    | 500    | 490    | 480    | 500    | 540    | 590    | 600    | 9.3   | 1.7   |

平成16年の余暇市場は81兆3,190億円となり、平成15年の81兆7,660億円から0.5%減少した。同時期の国民総支出と民間最終消費支出の伸び率は、それぞれ1.5%増、1.0%増であり、余暇市場は伸び悩んだ。

市場が回復期に向かいだした矢先に、猛暑と週末の相次ぐ台風上陸に加え、アテネオリンピック開催で消費者がテレビに釘付けになり、外出が控えられたことは、多くの分野に打撃となった。

業績回復に向けて、さまざまな対策を講じてきたレジャー産業界では“人づくり”が最大の課題だという共通認識が広がりつつある。

若者は、費用負担が大きく、時間や手間のかかるレジャーを敬遠する傾向が強くなってい

る。いくつかの業界では、少子化により将来の市場が不安視され、ジュニア・キッズファン育成に力を入れるようになった。逆に、団塊の世代が定年を迎え、お金も、時間も、気力も、体力もあるアクティブシニアが急増する。この層がどのようなレジャースタイル、ライフスタイルを選択するのかといった、いわゆる、“2007年問題”について、レジャー業界の関心も高まりつつある。

平成16年のスポーツ部門の市場規模は、4兆3,800億円で、前年比3.2%のマイナスとなった。

テニス用品の売上は、前年比1.4%増加した。売上の伸び以上に市場は活性化している。大ヒットしたTVアニメ「テニスの王子様」に

次いで、ドラマ「エースをねらえ」が放映され、子どもたちのテニス熱は更に高まっている。業界をあげて長年取り組んできたジュニア、キッズの育成は一定の成果をあげ、今後はシニアの育成に力点が移ってきた。

新素材・新構造のラケットが続々と登場しており、性能は飛躍的に良くなっている。インターネットによる販売が伸びているが、その一方でガット張りの技術や専門知識を売りとする対面販売を活かした専門店も需要は根強い。縦糸と横糸を特性の異なるガットで張り分けるストリングのハイブリッド化が注目されている。

テニスクラブ・スクールは、前年比1.7%市場を拡大した。経営状況の悪いところが淘汰され、1事業所当りの売上は伸びている。特に、インドアスクールが年々増加しており、いずれも堅調である。天候の影響がない、日焼けの心配がない、冷暖房完備で快適であることが受けている。

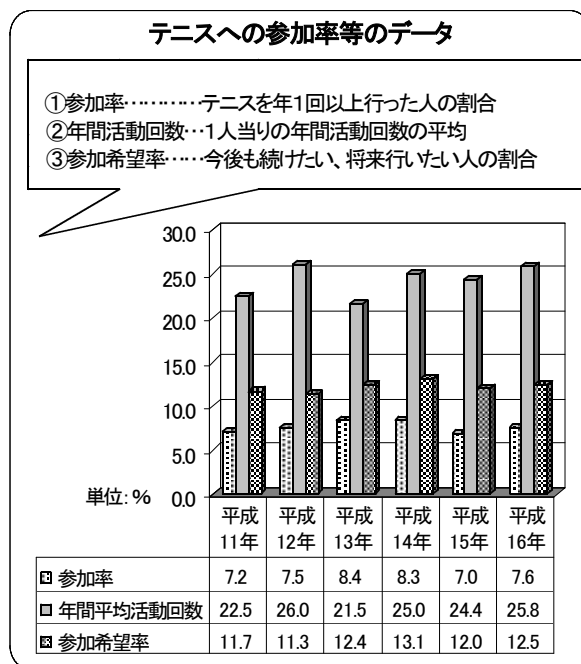
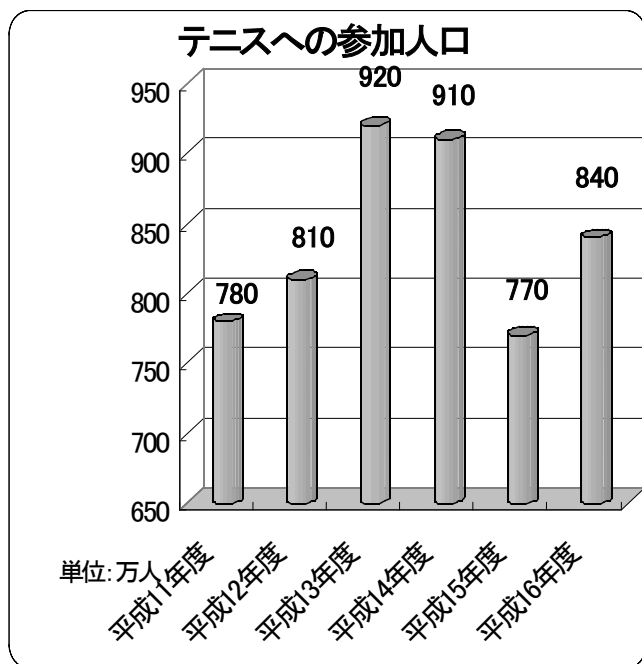
空前のジュニア・キッズテニスブームで、テニススクールは習い事として定着した。仕掛け

さえできれば、スポーツ参加人口は増えることをテニス業界が証明した。従来の会員制クラブ事業は停滞しているが、スクール受講生がレッスン後に自然な形でコミュニケーションの場をつくっており、スクールライフが広がっている。

インドアテニススクール事業は、堅調な需要にさええられビジネスモデルとして確立しつつあり、儲かる商売としてチェーン展開をするところが増えている。

業界では、シニア向けの顧客開拓に重点を移し、シニアのためのプロジェクト「ゆうゆうテニス・ゆうゆうクラス」が始まった。NHK番組「たのしいテニス」とも連携し、全国に100ヶ所以上のシニア向けスクールとコーチの育成、スクールノウハウを構築する事業を進めている。テニス事業を担う「テニスプロデューサー」の育成事業も平成18年から始まる。現在業界ごとに進められている人材育成事業を、業界の枠組みを超えて共同で実施して欲しいという要望もある。

## ○テニスへの参加人口や参加率



## ○テニスへの参加率、男女別・年齢層別参加率 (年に1回でもやったことのある人)

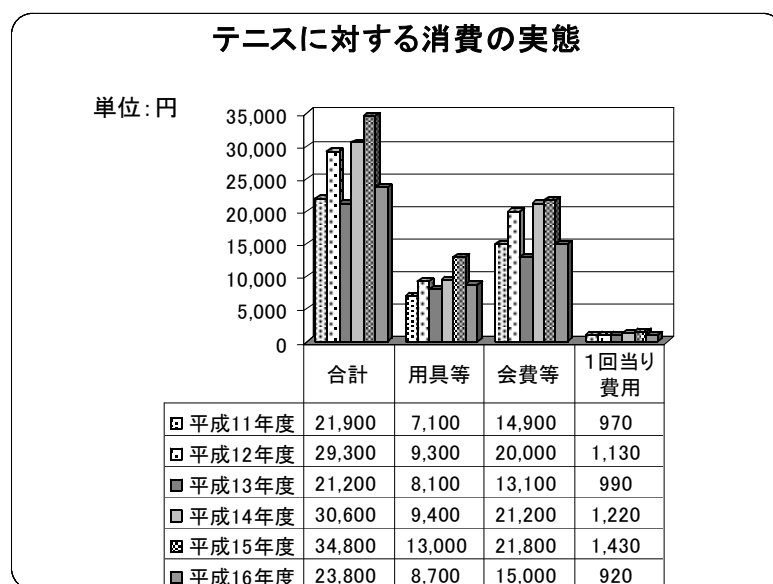
単位: %

| 15年度     | 男性  |      |      |     |     |     |       | 女性  |      |     |     |      |     |       |
|----------|-----|------|------|-----|-----|-----|-------|-----|------|-----|-----|------|-----|-------|
|          | 全体  | 10代  | 20代  | 30代 | 40代 | 50代 | 60代以上 | 全体  | 10代  | 20代 | 30代 | 40代  | 50代 | 60代以上 |
| 参加率: 7.0 | 7.4 | 20.5 | 10.8 | 7.8 | 8.9 | 5.2 | 2.0   | 6.7 | 20.3 | 9.7 | 7.8 | 11.2 | 2.0 | 1.9   |

| 16年度     | 男性  |      |     |     |     |     |       | 女性  |      |      |      |      |     |       |
|----------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-------|-----|------|------|------|------|-----|-------|
|          | 全体  | 10代  | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代以上 | 全体  | 10代  | 20代  | 30代  | 40代  | 50代 | 60代以上 |
| 参加率: 7.6 | 7.1 | 16.4 | 9.6 | 7.1 | 8.2 | 6.9 | 2.9   | 8.0 | 25.7 | 10.2 | 10.6 | 12.2 | 4.3 | 0.6   |



## ○テニスに対する消費の実態



### 注 1：

(財)社会経済生産性本部の調査は一般に対しては、全国の人口5万人以上の都市部で15歳以上の男女3,000人に対して、訪問留置法にて行い有効回答数は2,469であり、参加人口とは、参加率に平成17年2月現在の総務省統計局の推計による15歳以上の人口11,001万人（男性5,321万人、女性5,680万人）を掛けたもの。

## 新入会

### ●新規入会 正会員 （平成17年8月～）

- ◆みさとテニスクラブ（三重県：代表 飯嶋 優太） H17. 8月～
- ◆立川テニス倶楽部（東京都：代表 金子 劭一） H17. 8月～
- ◆グリーンヒル・インドアテニススクール（個別：代表 小坂橋 悦子） H17. 9月～

## 新入会 正会員事業所のご紹介

### ■みさとテニスクラブ

／三重県テニス事業協会

TEL：0593-28-3181

FAX：0593-28-3168

ホームページ：http://www2.cty-net.ne.jp/~misato/

Eメール：misato@m2.cty-net.ne.jp

コートサーフェス：インドアハード1面、インドアオムニ1面

定休日：第5週目

会員数等：スクール生200名



# 賛助会員のご紹介

## ■特別賛助会員 (50音順)

大塚製薬株式会社 (医薬品及び健康関連飲料・食品の製造・販売)  
101-8535 東京都千代田区神田司町 2-9 03-3293-3160 担当 繁沢 肖  
サントリーフーズ株式会社 (清涼飲料水及び加工食品の販売)  
102-0083 東京都千代田区麹町 5-7-2 第31森ビル 7F 03-5210-3866 担当 長谷川源一郎  
株式会社ダンロップスポーツ (スポーツ用品メーカー)  
108-0075 東京都港区港南 3-8-1 森永乳業港南ビル 03-5463-7324 担当 小澤 和彦  
テニスサポートセンター (オリジナルテニス商品・テニス用品販売、中古ラケット買取・販売)  
181-0003 東京都三鷹市北野 4-1-25 03-5314-3734 担当 中山 和義  
有限会社ネットイン (インターネット関連全般)  
182-0024 東京都調布市布田 6-8-1-202 0424-87-4282 担当 大前 勝巳

## ◆協力賛助会員 (50音順)

株式会社エス・アール・アイシステムズ (テニスクラブ・スクール運用ソフト販売等)  
太陽工業株式会社 (大型膜面構造物の設計・施工)  
東京ウェルネス株式会社 (テニス施設・インドアコート・スポーツ施設設計・施工)  
東京海上火災保険株式会社 (損害保険全般)  
株式会社ビー・アール・オー (テニスクラブ・スクール運用ソフト販売等)  
ホクエツ印刷株式会社 (印刷業)

## □賛助会員 (50音順)

アイリス株式会社 (インターネットによる個別学習指導システムの開発・普及)  
アメアスポーツジャパン株式会社 (スポーツ用品製造・販売)  
株式会社イーウェル (従業員福利厚生メニューの開発・提供)  
有限会社宇舎設計集団 (建築設計・監理)  
有限会社エイムスネット (インターネット広告代理業等)  
株式会社小野設計 (建築設計・監理)  
株式会社カフェテリアクラブひまわり (福利厚生とライフサポートのメニュー提供と開発)  
NPO グローバル・スポーツ・アライアンス (スポーツを通じた地球環境保全活動)  
株式会社ゴーセン (テニス用品製造・販売)  
ゴーツスポーツ (屋外スポーツ器材・備品の販売及びメンテナンス)  
ジャパンリスクマネジメント株式会社 (生命保険・損害保険代理店)  
株式会社新光トレーディング (スポーツサーフェイス輸入販売、施工管理)  
スポーツサーフェス株式会社 (テニスコート設計・施工)  
住商鉄鋼販売株式会社 (鉄鋼建材製品販売、土木建築工事請負設計及び監理)  
体育施設建設株式会社 (テニスコート・インドアコート企画・設計・施工)  
ダイワ精工株式会社 (スポーツ用品の製造ならびに販売等)  
地業建設株式会社 (テニスコート施工)  
中録サービス株式会社 (音と映像に関するパッケージメディアのプロダクト事業)  
長永スポーツ工業株式会社 (スポーツ施設の企画・設計・施工)  
東亜ストリング株式会社 (テニス・バドミントン・スカッシュのストリング製造・販売)  
株式会社ドリームエックス (レンタルテニスコートの予約代行業)  
日本毛織株式会社 (テニスコートサーフェスの製造販売)  
日本ラケットストリングーズ協会 (ストリング技術の普及)  
有限会社ファイナリスト (経費削減コンサルティング業務)  
福田道路株式会社 (スポーツ施設の設計・施工)  
ブリヂストンスポーツ株式会社 (ゴルフ・テニス用品製造・販売)  
ペイントマノン (建築塗装)  
前田道路株式会社 (スポーツ施設の設計・施工)  
ミズノ株式会社 (総合スポーツメーカー)  
明治安田ビジネスサービス株式会社 (預金口座振替による集金事務代行業務)  
ヨネックス株式会社 (テニス用品メーカー)  
ワールド通商株式会社 (テニス・スカッシュ用品の輸入・販売、ウェア・バッグ等の製造・卸売り)

## 広報委員会からのお知らせ

### ■「JTIA News!」への広告掲載のお願い

従来本協会では会の刊行物につきましては会員各位の直接あるいは関連する事業についての広告はその掲載を行わないこととして参りましたが、昨年度よりその方針を変更し、会員各位の事業に関する広告の掲載をお受けすることと致しました。

「JTIA News!」は毎年4回発行することと致しておりますので広告の掲載についてご検討賜るようお願い申し上げます。

#### 「JTIA News!」 広告掲載要領

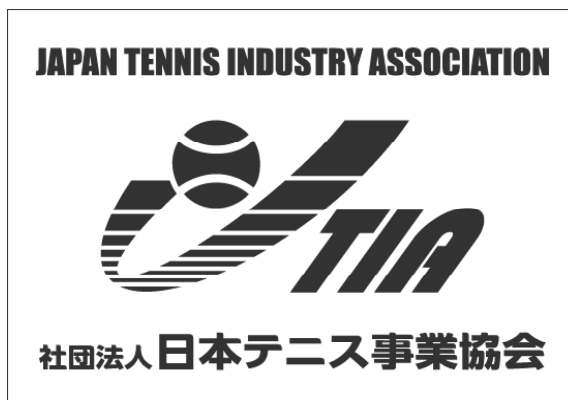
- ・ 申 込 掲載を希望される広告の原稿を添えて、事務局までお申し込み下さい。  
(原稿はできる限りデータでの入稿をお願い申し上げます。)
- ・ 印 刷 A4版モノクロ1色刷りとなります。
- ・ 掲 載 料 1ページ 100,000円  
1/2ページ 50,000円  
1/4ページ 30,000円

### ■「JTIAロゴ入りバナー」のご案内

この度、本協会では右記のバナー（カラー）縦 140mm × 横 200mm を作成しご希望の会員様へ販売をすることとなりました。素材はポリエステルで大変きれいに出来上がっております。

価格：¥2,300（税込み）

購入ご希望の方は、事務局までご連絡ください。



## 編集後記

JTIA News! も回を重ね早「Vol.32」を発行することになりました。創刊号以来、我々会の活動報告やテニス界の状況を捉えた各種の白書等のご紹介を行い、さらに顧問の先生方をはじめ広く各界の方々から「特別寄稿」をお願いする等ご協力を頂いて参りました。

今回の発行から、今までの News の編集項目に加え、JTIA が今どういう活動をしているか！各委員会は今何をしようとしているか！を具体的に皆様にお伝えし、会員の皆様により JTIA を身近に感じていただけるよう努力したいと、編集内容の一部に変更を行いました。さらに今後の編集についても、皆様のご意見、ご批判がちょうだいできればと考えております。

### JTIA News! 2005.10 Vol.32

発 行 : 社団法人日本テニス事業協会 発 行 日 : 平成17年10月31日  
発行責任 : 雑賀 昇 編集責任 : 大野 康夫(広報委員長)  
発 行 所 : 社団法人日本テニス事業協会 TEL. 03-3346-2007 FAX. 03-3343-2047  
〒160-0023 東京都新宿区西新宿1-8-3 小田急明治安田生命ビルB1

<http://jtia-tennis.com>

E-mail : [mails@jtia-tennis.com](mailto:mails@jtia-tennis.com)