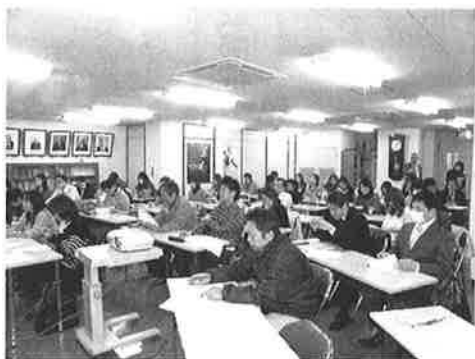


講座はまず、欧米とわが国の消費者の靴についての認識の



去る二月八日、午後二時より東靴協会西村記念ホールに於いて標記の講習会が開催された。タイトルは「足の健康を守るシューフィッターの役割」講師は日本靴小売商連盟シューフィッター委員の角野慶二氏。受講者は五十名で同ホール満員の盛況であった。

シューフィッター 既得者講習会開催



社団法人 東靴協会
機関紙
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(3月号)



違いから開始された。欧米では、靴は足を保護し快適な歩行を助長するものとして、長年重要な生活用具として用いられてきたものであった。これに対して開放性の履物しかなかったわが国に革靴が入ってきたときに日本人が考えたことは地位を表すファッションの一環として捉えられることから始まった。
わが国の革靴の歴史は明治初年から二世紀半ほどのものであるが、一般庶民が革靴を履くようになった第二次大戦後、セ

シューフィッターの皆様へ
住所・勤務先等変更が生じた時は必ず協会までご連絡をお願いします

メント製法が普及してからである。そこで足を保護する大切な道具というより、ファッションのひとつという見方が依然として強いというのが現状である。
現在、高寸のパンプスを通勤や普段履きに用いる女性は多いが、あるフランス女性の言葉によるとハイヒールを仕事に履くことは私たちには考えられない。パーティーとか、特にセックスアピールをするときの特殊な履物として捉えているということである。

次に、欧米とわが国との生活環境の違いをとりあげた。わが国では外出から帰宅すれば靴を脱ぐのが当然である。毎日玄関で靴を着脱することが多いので、それに便利なトップラインの広い靴を好み、スリッポンやカッターシューズのようなものを愛用する。紐付きの靴であっても紐をほどいたり結んだりせずゆるく結んだまま、中には靴ヘラも使わずに履く人が多い。このためカウンター



に無理な力がかかると靴の形は崩れ、歩行時に後足部が靴から浮き上がっているのを気にせず履く人が多い。靴紐をきつちり結んでびったり足にフィットした靴での歩行がどんなに快適なものであるかを知らない人が多い。こうしたことを靴あわせのプロとしてのシューフィッターはことある毎にお客様にアドバイスしなくてはならない。靴の製法、構造から靴の目的別履き別けを正しく理解して接客したいものであると説いた。

次に、お客様が、デザインが気に入ったが自分の足にフィットしないという場合もおおい。そこで履きにくい靴を履きやすくしてあげる技術としてアジャストの話に入った。アジャストは

ゆるい靴にパッキングする場合ときつい靴をストレッチする二つの方法があるが、ここではストレッチを詳しく説明した。
まず、ほとんどの靴店で使うであろうネジ型の使用法から入った。左右対称の型にパーツをつけて木型の左右をはつきりと出してから、伸ばしたい部分に適切なパーツをセロハンテープなどでしっかりとめて、ネジ型を徐々に広げていくこと。アッパーの素材に応じて必ず柔軟剤を用いて時間をかけてストレッチし、木型を抜いたあとは紙を丸めて詰め込み指で形を整えておくこと。

そのほかポイントストレッチャーの使い方、ストレッチマシンの使い方などそれぞれの器具の特徴と効用を具体的に解説した。
また、足の障害の程度によっては、ソールをはがして加工する、アッパーの一部をカットして調整するなど、高度な技術を用いてのアジャストメントについても講師自身の経験に基づいて軽く触れている。

講座の終わりに質疑応答を行って二時間の学習を終了した。

船井総合研究所 SCC研究会報告 ①

表記の研究会に当協会から栗原茂氏が参加しています。セミナーの内容を本号より連載で掲載いたします。

『販促コストが 見えていますか?』

店舗への来店促進、来店客への買上促進のために、販促費を使っていますが、その販促費をどの程度細かく捉えているでしょうか?

実際に出た販促費に関しては、把握していますが、その効果のほどを検証するとなるとたんに把握できていない店舗が増えるのが現状です。

ここでは、理由として大きく2つ出てきます。1つが、チラシなどで集客した場合、効果測定できないというもの。もう1つは、凡そ把握しているものの、検証までできないというもの。

そもそも検証しきれない販促に価値があるのでしょうか?

最近では販促費を削減するSCC、店舗が多いのですが、その検証をする前に昨年対比で売上が下がっているから販促費を削ろうという議論になってしま

ないと感じます。

かけた販促コストに対して来店客数をカウントできることが望ましいのですが来店客は購入客ではないため、カウントが難しいのが現状です。

実際には、かけたコストに対して買上がどの程度あるのかを把握することが現実的です。

その1人あたり買上客数に対して、いったい年間・月間での程度販促費をかけているのか?

その1人あたり購入客コストに対して、かけられる限界コストはどのくらいなのかを把握していれば、無理のある販促(回収できない販促)、無理のない販促(回収できる販促)がわかりま

す。そうすれば、かけるべきであった販促のコストを削減してチャ

ンスロスすることも少なくなり

ますし、かけるべきでなかった販促コストを削減することも可能なのです。

販促費は販促費、来店客数は来店客数、買上率は買上率、とどうも独立して考えている店舗が多いように感じます。

1人あたり集客コスト、1人あたり買上コストを知り、自館・自店がかけられる販促コスト、売上計画から見てかけた販促コストの算出をして見直してみたいかがでしょうか?

商訓五十抄

⑧ 宛名広告の要領

宛名広告を書く人たちは、共通の原則があることに、先ず十分な認識を持つ必要がある。これはどの宛名広告も次の四つの原則をもつてかかれねばならぬということである。

第一にその通信は読む人の注意を惹くことが大切である。

第二にその通信は引き付けた読者の興味を持続するだけの興味をもつて書きつがれていなければならない。

第三に、読者はその書かれたことを信じて一つの決意をすることである。

第四に大切な行為に移らすということ。これが最後の目的なのである。

以上四つの条件が、宛名広告には必ず揃っているべきものである。

多くの宛名広告は、曲がりなりに、こうしたことを意識しなくても、これに当ってはまるように書かれてはいるが、ともすると目的意識に強制され過ぎて、却って目的とは遠い結果を招くことになりやすいのである。(新保民八)



足と靴の雑学 9

「アメリカ全土で靴小売店は約八万、従業員は十七万五千と推定され、その中でフィッティングの訓練を受けている人は一割以下の二万七千くらいではないかと思われる。従来フィッティングの技能は徒弟的な人間関係のなかで漠然と伝承されてきた。靴屋の間では、今日の多くの消費者の関心はファッションか価格にしかなく正しいフィットとか熟練したフィッティングのサービスなどは二の次であるという議論がなされている」

この文は「プロフェッショナルシューフィッティング」(ウイリアム・ロッシ著)の冒頭にある記事である。発行は一九八七年(昭和六二)四月、今から二五年も過去のことであった。

わが国でシューフィッター制度が検討され実施されるようになったのは昭和六十年ころからで六二年九月には東靴協会西村記念ホールで第二回の講座が実施されている。

その後シューフィッターの重要性はますます大きくなりつつあるが、消費者の関心にどこまで食い込んできているであろうか。

平成23年度
シューフィッター養成講座
受講者募集
開催日 6月14(火)・15(木)

なお、本年は秋の講座は応募状況により開催されないこともあるので是非今回ご応募下さい。

また、更新時の条件となる既得者勉強会は左記の通り開催いたします。

開催日:8月25日(木)
時間:午前10時~12時
会場:当西村記念ホール
(内容未定)

訃報

大塚製靴株式会社 相談役
日本靴連盟 顧問
大塚 斌 氏

昨年より病氣療養中のごとく三月一日午前五時五十分虎の門病院にてご逝去されました。享年八十七歳。

葬儀はご親族にて密葬を済ませ、後日「お別れの会」を催す予定です。

ユニバーサル デザインの接客



先日、商店従業員を対象に「商店街のユニバーサルデザイン接客」と題し研修会が開催されました。

最近特に、ユニバーサルデザインの街づくりのハード面が注目をされていますが、特に障害をもつ方々に対する接客というソフト面からの取り組みはとて参考になりました。
ここに報告致します。

◎視覚障害への接客

白杖(はくじょう)を利用していたら、視覚障害の方です。(弱視の方で利用していない人もいます。)

まずは、店の入口がわからない為に、音や人の動きを頼りに入口を探す事が多いそうです。

【対応】

☆入口から店内まで障害物が無いようにしておく。

☆店のレイアウトや全体像が分からないので案内をする。

☆ご案内の際は急に手を引いたり、いきなり身体に触れ

ず、近づいて声を掛ける。
☆自分の肩や肘を軽く持つて頂き誘導する。(その方の身体に手を添えて押ししてはいけない。)

☆「あっち」「こっち」「それ」など指示語は使わない。

☆座るときは椅子とテーブルに軽く触れるよう案内し、位置を確認してもらう。

☆白杖の置き場を確認する。

(白杖は勝手に移動しない。)

☆商品の説明は手に触れてもらいながら、色、型、素材など丁寧に説明。

☆その場を離れる際「離れます」と声を掛けてから。

☆会計時には預かり金の確認はもちろんだが、釣銭を渡す際も、お札、硬貨、レシートを種類別に分けて渡す。

◎聴覚障害への接客

外見からは障害があることが分からないです。声をかけた時返事がない、対応が少し遅れるなどに気がついたら、視覚障害があるかもしれないと考えます。

【対応】

☆接客、会話は、筆談で行うことが出来る。メモや筆談器(コミュニケーション支援ボード)

を準備しておく。(手話を希望される方は多いが、手話ができなくても、筆談の他、口の動きで言葉を読み取る人や、ジェスチャーや表情でも伝わることも多い。)

☆質問等の会話は正面から、ゆっくりと、筆談は長文ではなく簡単な単語で。また、簡単な地図やイラストも効果的。

☆後ろから急に肩をたたいたりせず、前にまわり相手が見ている事を確認してから、声をかける。

☆あわてず、ゆっくり丁寧に対応する。

☆店内の音声案内は聞こえないので文字表示をする。

(ポスターやPOP広告)

☆会計時は、レジの数字を見せたり、電卓・携帯電話を利用したりして確認をする。

◎車いす利用者への接客

入店する際、援助を希望されるケースがあるので、入口付近の見やすい個所に店の電話番号を表記しておくなどの心がけが大切です。

【対応】

☆援助をする場合、車いすの扱い方を覚えておく事が必

要になる。また、入口に物を置いたりしない事はもちろん、入口幅はメートルから少なくとも85センチは確保する。

☆足ふきマットも毛足の長いものは障害になる。

☆車いすを押す際も、必ず声を掛けて、お手伝いが必要かを確認の上、援助を行う。

☆会話をする際は、目の位置が低いので中腰で視線を合わせて話す。

☆車いすの方は病気の種類では会話が不自由な方も多い、言っている事が分からない場合も、わかるまで確認する。

(早合点して間違える方が失礼。)

☆会計時にはどのように会計をするかを尋ねる。

「後ろのバッグから財布を出して下さい。」「お金を出して下さい。」などの対応もある。

その際、お客様から見えるように、お金を取り出す。

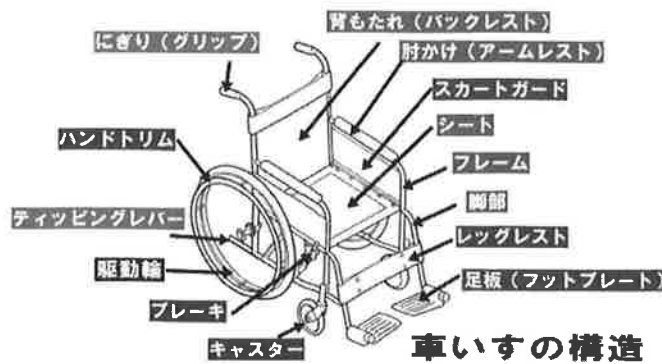
お釣りはお札や硬貨の種類ごとに分けて渡す。(レシートは別にする)

☆車いすから手を離す時は、

◎車いすの扱い

必ずブレーキをかける。
☆段差を越える時は、ゆっくりと、後ろのレバー(ティッピングレバー)を踏み込んで前輪を上げる。

☆急に車いすを動かすことのないよう、声をかけながら行う。



車いすの構造

駅のエレベーターをはじめ、ハード面でのユニバーサルデザインが進み、障害をもつ方々が街に出やすくなり、店内にも多くの方が来店するようになります。

この方々に、いかに満足をして頂くか、更に研究をして行かなければなりません。

理事会だより

平成二十三年二月二十四日(木)
午後二時半、西村記念ホール

司会の清水副会長より参加者25名で会の成立を報告。

中村会長が「製造業では景気もやや良くなったようですが、中東の内乱による石油の高騰や金余りによる食糧などに投機し世界的にはインフレ傾向だが我が国では依然デフレ状態だ。販売価格が下がり利益も下がってしまったが、とにかく利益の確保が経営にとって大事な要素になる。」と挨拶。

続いて議事録署名人に井本副会長、川上常務を任命し議事に入った。

日本靴小売商連盟総会 の報告について

過日の日本靴小売商連盟在京役員会で推薦を受け総会で選任された小堤新会長より、役員改選の人事、役職、新体制の方針について詳細な説明、報告があった。

二、親和会総会報告について

井本副会長より二月十五日に箱根湯元「南風荘」で行われた親和会総会について、詳細な説明がなされた。次回はより多くの参加を期待する旨の要請があった。

三、靴まつり

「お買い物券」について

佐宗事務局長より9月に行われた「靴まつり」についての最終結果報告がなされた。

応募も、お買い物券の回収とも昨年を上回る良い結果が出た事が報告された。

四、靴の記念日の式典 及び催事について

佐宗事務局長より「靴の記念日」の催事の実施要項についての説明があった。

また、三月十五日に開催される式典についての内容説明があった。本日参加者の出欠を聞く旨の報告があった。

五、平成23年度事業計画案 について

佐宗事務局長より、理事会に付議すべき平成23年度事業計画案についての資料の説明があった。検討の結果、原案通り承認された。

六、平成23年度収支予算案 について

佐宗事務局長より、理事会に付議すべき平成23年度収支予算案についての資料の説明があった。検討の結果、原案通り承認された。



世田谷支部一

世田谷支部(依田重夫支部長)では二月七日、箱根強羅温泉「アサヒホテル」において平成二十三年度総会及び新年懇親会を開催した。

十二時四十分新宿発の小田急ロマンスカーで箱根湯本駅へ、そこから登山電車に乗り換え強羅温泉へ、直接車で向かった二名と合流して合計十名の参加者は午後3時に会議室に集合し総会を開始した。

支部長を議長に任命し議事に入った。

一、号議案・平成二十二年度事業報告の件及平成二十二年度収支報告の件。続いての監査報告は、それぞれ担当者が説明し承認された。

第二号議案・平成二十三年度事業計画案及び収支予算案承認の件。を、それぞれ担当が説明し満場致で承認された。

第三号議案 役員改選の件では、任期満了に伴い依田支部長が勇退された為、次の支部長を田中氏にとの案が上程され満場致で承認された。



その後新支部長は会計に山中氏を指名し承認され新体制が決定し総会は無事に終了した。その後温泉でくつろいだ後、会場を移し新年懇親会を行った。

祝支部設立60周年
板橋支部長 鎌田正雄
新年会&ボーリング大会
参加者10名
ゲーム終了後、支部長より先輩方への感謝の言葉があり、当支部60周年の記念品が全員に配られた。
不況の嵐の中だが、皆で頑張ろうと誓いも新たにしました。

東京都中小企業景況調査 (1月)

業況：改善傾向に一服感
見通し：回復の期待感がやや弱まる

卸売業			業況					
対象数	回答数	回答率	1月		今後3か月間見通し(当月比)			
875	341	39.0%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
衣料・身の回り品	1. 男子服							
	2. 婦人・子供服							
	3. 靴・履物							
	4. かばん・袋物							
	5. 装身具・身の回り品							

小売業			業況					
対象数	回答数	回答率	1月		今後3か月間見通し(当月比)			
875	241	27.5%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
衣料・身の回り品	1. 呉服・服地・寝具							
	2. 男子服							
	3. 婦人服							
	4. 子供服							
	5. 靴・履物							
	6. かばん・袋物							
	7. 雑貨・身の回り品							
	8. 時計・眼鏡							
	9. ジュエリー製品							

景況についてのアンケート結果 (対象月…23年2月)

- ▶ 全体的な業況
 - 良い 0.0%
 - 悪い 80.0%
 - 変わらず 20.0%
- ▶ 売上げ
 - 前月比 増えた 0.0%
 - 減った 80.0%
 - 同じ 20.0%
 - 前年同月比 増えた 0.0%
 - 減った 100.0%
 - 同じ 0.0%
- ▶ 販売価格は前月比
 - 騰貴した 0.0%
 - 下落した 40.0%
 - 同じ 60.0%
- ▶ 販売経費は前月比
 - 増えた 20.0%
 - 減った 0.0%
 - 同じ 80.0%