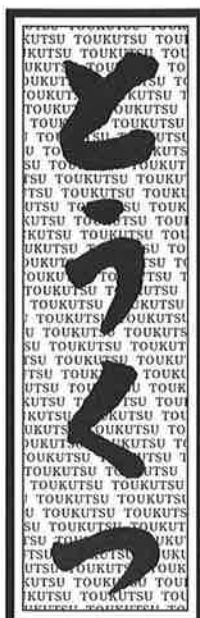
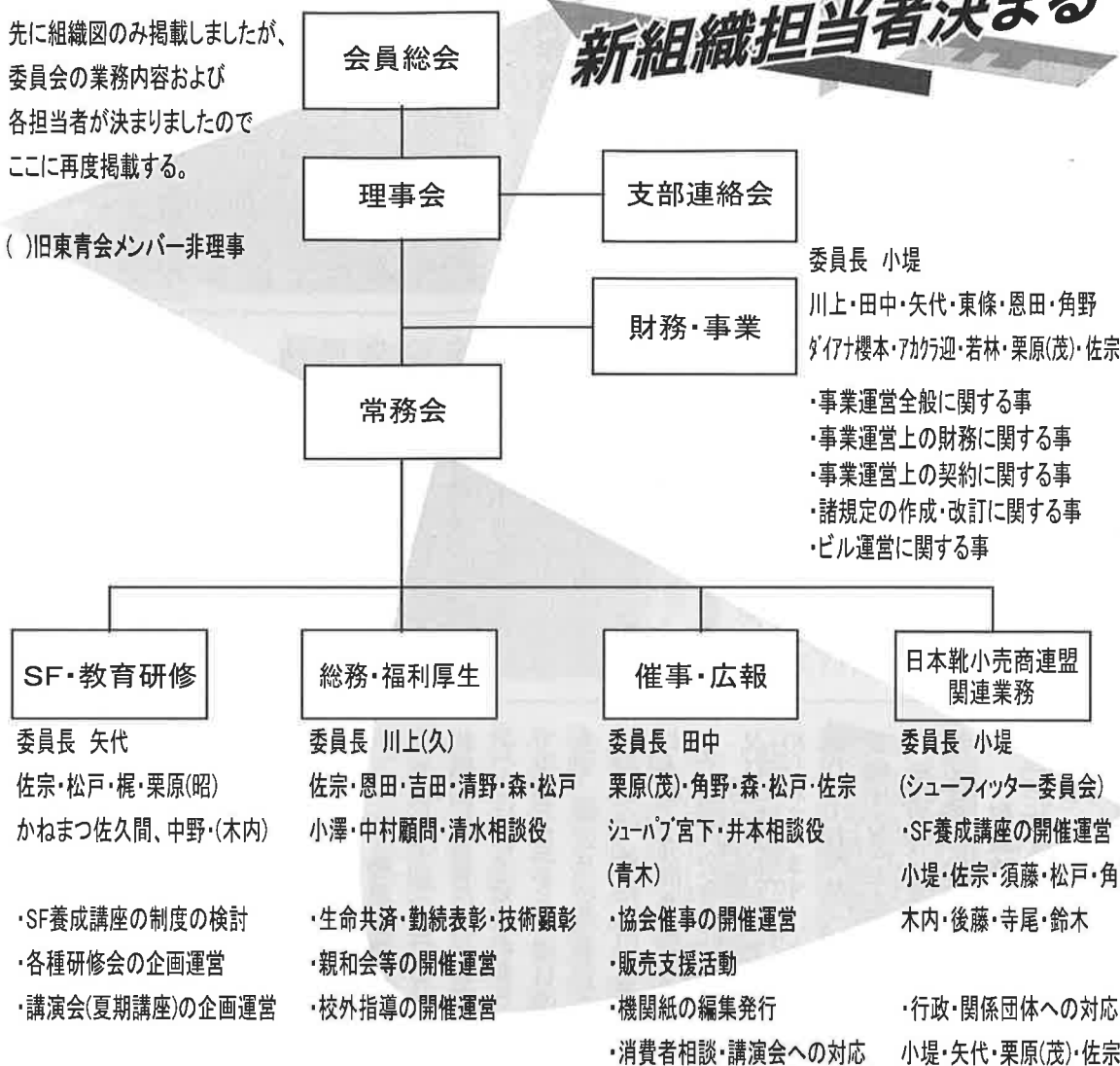


東靴協会組織図(担当者及び業務内容)

先に組織図のみ掲載しましたが、委員会の業務内容および各担当者が決まりましたのでここに再度掲載する。

()旧東青会メンバー非理事



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
(8月号)

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

会長インタビュー

フットウェアプレスに掲載
小堤幸雄会長のインタビューがフットウェアプレス8月号に左記のように掲載された。

小堤幸雄さん(日本靴小売商連盟会長東靴協会会長)
「小売店の活性化に貢献したい」
1月に日本靴小売商連盟の、5月には東靴協会の会長に就任した小堤幸雄さん。連盟および協会を今後、どう運営していくか聞いた。

*協会の活動から
お教え下さい
組織は一緒に学ぶ場、親睦の場であると同時に、奉仕・貢献する組織にしたいと考えています。ここでは委員会を4つに分け、役員の若返りとオープンな組織にすることも進めていきます。

共同行事は3月と9月に行う靴の記念日と靴まつりがあり、商品券のプレゼント販促が有力な集客イベントとなっています。これは今後も推し進めたいと思います。

もうひとつシューフィッター養成講座を年2回、東京と大阪

で開催しています。1回に30名以上の参加があり、売り場の接客販売に役立つことを目指していますが、研修は座学であり、現場で経験をつむことが必要だと考えています。
これからの高齢化社会の進行や、地域に根ざした靴店という会員の特徴を考えれば、こうした資格はますます必要になると思います。

*会長が考える今後の小売店活性化については
他の店と差別化するためにもシューフィッターの資格を活用した業態開発や、特化した商品による店づくりが必要だと考えています。

自店(キッド)でもラージサイズを辛抱して続けてきたことで、同時に固定客化が進んでいます。
協会の小売店同士が共同で仕入れをするというようにな、VC的な活動も考えられます。現状の中小店の課題は原価率をいかに下げられるかという点。そのため手段として共同仕入れもあると思います。

他にも廃業店舗を会員店が活用するようなことも検討していいと考えています。

理事会だより

平成二十三年七月二十二日(金)午後時半、西村記念ホール

小堤幸雄会長から当理事会、常務会、「支部連絡会」の運営方法を本日より変更するなどの挨拶があり、議事録署名人を栗原茂常務理事、小澤武彦理事を選出し、川上久和副会長の司会で議事に入った。

一、夏期学校講座(8月25日)(既得者勉強会兼ねる)について

矢代裕夫副会長から、日本靴小売商連盟シューフィッター講師であり、東京都立城東職業能力開発センター台東分校、製くつ科講師である鈴木信行氏を迎え、「革靴の基礎知識と計測靴合わせ・アシヤストのおさらい」という演題で開催される旨報告があった。現在、既に40名以上の応募があることも併せて紹介された。

二、「靴まつり」の

実施内容について

田中省一副会長より、昨年と同様の期間、企画で「靴まつり」を実施する事と、8月5日の「催事広報委員会」においてポスター、応募用紙等の検討

を行い8月22日の理事会、支部連会の時に配布する事が報告された。

三、11月の校外指導の日程

検討について

川上副会長より、夏期の校外指導が延期となり、前回の理事会では11月に実行とまで決まっているが、具体的な日程について意見を求めた。佐宗専務理事より前後の協会行事報告があり、小堤会長から11月10日(木)が適当ではないかとの提案がなされ、川上副会長が一同に諮ったところ、満場一致にて決議された。

四、常務会・理事会・支部長

懇談会の進め方について

小堤会長より、常務会で特別に審議しなければならぬときを除き、常務会・理事会を合同で開き、終了後「親和会」「支部連絡会」を開催し、理事会の報告をしながら堅苦しいこと抜きに、また、支部長以外の会員にも参加してもらい懇談をして戴きたいと重ねての提案があった。一同に諮ったところ、了承された。

五、新組織の各委員会の

役割確認について

矢代裕夫副会長より、新組

織の各委員会の位置づけと役割について再度説明があり、公益法人制度改革に当たり「一般社団法人」として新たな組織となる礎となるよう結成された組織である。と報告され、全員で了承した。

六、各委員会の

委員委嘱について

矢代裕夫副会長より、別紙組織図を参考に各委員会のメンバーについて発表があり、続いて小堤会長から「過日の理事会で、総会及び理事会で定めた役員は、新組織の4委員会(日本靴小売商連盟のシューフィッター委員会を含む)の何れか又は兼任で所属することを定められていきます。」と再確認があり、それぞれ、この理事会で委嘱することを提案したところ、満場一致で承認された。

七、合同ビル関係の第三次

耐震検査実施について

佐宗専務理事より、今週の7月14・15日から、耐震補強実施図面並びにその工事費用見積もりの為の調査準備を開始したと、3.11大震災以降の不動産賃貸事業の環境並びに公益法人制度改革に伴う新制度の財務状況につい

て詳細な説明、報告があった。一同より、報告の了承と本格調査続行を承認する旨了承を得た。

八、その他

矢代裕夫副会長より、経産省会議の国際貿易関係等について報告があった。

栗原昭宣理事より(社)皮革産業連合会・青年部会の報告があった。

資源エネルギー庁・電力需要抑制対策事業 事務局 林辰所氏から 節電対策について説明があった。

佐宗専務理事より、新職員「田中早映子」氏の紹介があった。

以上、報告され、一同の了承を得た。



「靴まつり」開催

毎年好評の「靴まつり」が本年も例年通り開催される。

期間：9月1日～30日迄

方法：期間中各店舗でお買い上げ頂いた方に応募はがきを進呈。締め切りは10月1日(消印有効)。

10月の理事会の日に抽選会を行い300名の当選者を決定、事務局より発行店で有効の5千円のお買い物券を発送。

金券の有効期限は平成24年2月28日(以後無効)まで。(詳細は説明書をポスターなど販促物と一緒に配布)

夏期学校・校外指導 11月に実施

震災の影響で延期となっていた校外指導(日帰りバス旅行)は11月10日(木)に実施することとなりました。

目的など詳細は今後検討し決定致します。

会員の皆様におかれましては、是非予定に組み込んで頂き、ご家族、従業員など多数の皆様のご参加をお待ちしております。

会員店舗紹介 レディスキッド

今回より頑張る会員の店舗を順次紹介する。最初は新会長のレディスキッドを取り上げた。

レディスキッド

☆ポイント

一、BF、2階をSS、LLサイズコーナーとし、客動員の難しいフロアを活性化させている。

二、特殊サイズ中心にインターネット販売を行い、実績とともに知名度も上がっている。

小堤会長の店で、JR池袋の東口を出て明治通りを渡り、鈴屋の角に入った場所、駅より2〜3分という好立地である。



売場は3層で、1階が15坪のケミカル売場、B1が10坪でSSサイズコーナー(20cmから22cm)、2階が15坪でモデルサイズコーナー(24.5cmから27cm)、3フロア合計で40坪である。対象客層は1階が10〜30代、B1が20〜40代、2階が10〜40代で、シルバード向けの商品は少ない。客単価は4000円で、陳列はサイズ別の全品出しが基本である。従業員は正社員2名、パート7人で、常時5人が出勤している。



取引先はケミカルがセブン商事(メインブランドミントドロップ)、アミー(以前の金重の関係者の経営)、アマガサで、革靴はFプラスが中心である。店売りのほかにネットショップ

も展開しており、楽天にも出店している。小堤会長のご息子がネットショップの店長を務めており、後継者にも恵まれている。

伊勢丹新宿店にもコーナーを出店していたことで分かるように、サイズの実力店である。



『経済性優先時代から環境性優先時代へ!』

今はまさに時代の転換点ですが、この点について、数年前から私は、2015年を境に「経済性(エコノミー)優先時代」から「環境性(エコロジー)優先時代」に入ると伝えていきます。

前者は「価格性優先時代」のことで、いくら環境に良い商品でも価格が高ければ売れず、逆に価格が非常に安いのであれば、たとえ環境が悪くても売れる時代のことです。

一方、後者は、価格が安い商品でも環境に悪ければ売れず、環境に良ければ価格が若干高くても売れていく時代のことです。今、問題になっている原子力発

電所は、まさに「経済性優先時代」が生んだエネルギーシステムです。火力発電・水力発電あるいは太陽光・風力よりも、経済性が優れていると言われてきました。より大量の電気をより安く作る。これを経営的に言うといわゆる「儲かる商品」だったのです。

電力会社や国は、原子力発電所が儲かるので推進してきました。それが今、破綻したのです。その代償として放射能という環境汚染を引き起こしています。もう目先の経済性だけを追求した考え方ではこの先やっていけないのは明白でしょう。

経済性だけを追求すればするほど悪循環に陥り、気が付けば手を加えられないほどに崩壊してしまうのです。そして、自ら手が付けられないだけでなく、周囲にも撒き散らし、他者の幸せをも奪ってしまうのです。

来たるべき「環境性優先時代」では、「消費拡大型」ではなく「節約型・低エネルギー型」のビジネスモデルが繁栄するでしょう。

それは、新製品をドンドン売りさばき、煽り立てて買い替えを強引に促進するよりも、良

いものを末長く使ってもらって、1個1個の商品を大切に扱うようなビジネスモデルです。「現代版の江戸時代型ビジネスモデル」と言っても良いかもしれません。

ただし、今はまだ2011年。「経済性優先時代」の真っ只中。したがって、価格性優先の考え方はまだ続きます。それどころかむしろ、これから数年間は、価格志向が極限を迎えて、「超価格志向の時代」に突入していくのではないのでしょうか。

2015年以降、来るべき「環境性(エコロジー)優先時代」の前に、「超価格志向による熾烈な戦い(戦国時代)」が始まるように感じます。短期的には、そういう覚悟が必要になるでしょう。

大震災により危機的状況になる企業がある一方で、特需で賑わう企業もあります。短期的な流れに振り回されずに中長期的な視点を持ちビジネスを見直していく時だと思えます。

菊池功氏のコラム「『経済性(エコノミー)優先時代』から『環境性(エコロジー)優先時代へ!』」より転載

新定款案の紹介①

公益法人制度改革により、我が社団法人東靴協会は、今後公益社団法人でなく一般社団法人として活動していくことになった。これは公益社団法人を選択すると、活動の半分以上を一般消費者向けに行わなくてはならず、会員向けの活動が制限されることからの苦渋の選択である。

それでも社団法人東靴協会時代の余剰金は長期間(数十年)かかっても、一般消費者向けの活動資金として有効に活用していかなくてはならない。また、もし社団法人東靴協会が解散する場合は、資産を会員間で分配する行為は禁止されており、類似の社団法人、または東京都に寄付しなくてはならない。

このようなしほりがある中で、今後の活動の基本となる定款についてポイントの説明を連載して掲載する。

新定款案は第1章から第11章までできており、第1章の総則からふれたい。

第1章 総則

名称、事務所はほぼ同じだが、変更点のあった(目的)はより具体的になっている。

「本会は必要な事業を行うことにより、生活者のニーズに応

え、靴小売業界の安定的発展を図るとともに、ゆとりと豊かさのある都民生活の向上に寄与することを目的とする」

その必要な事業とは、

- (1) 靴製造・流通・小売りに関する情報収集・調査研究事業並びにその情報の提供。
- (2) 靴小売に関する専門的人材の育成。
- (3) 靴小売専門店の福利厚生に関する事業。
- (4) 国内外の行政機関及び業界団体との連携・協調・交流。
- (5) 東靴合同ビル等の維持管理に関する事業。
- (6) 生活者への啓発、情報提供活動及び情報収集活動。

この事業は東京都内で行うものとする、と明記されている。また、前定款の会計年度という表現から、事業年度に変更になっている。

このように考え方は変わらないが、現実には即した内容に変更になっているのである。

(次号に続く)

船井総合研究所 SC研究会報告⑤

『昨年を振り返る』

2010を振り返ってみますと、リーマンショック以降落ち込みが続いていた売上が、ようやく底打ち感が出て持ち直してき

たSCも増えてきました。ただこの売上減トレンドというのは今後もしばらく続くと思います。これまでと同じやり方、これまでも同じ発想、というものが通じなくなってきました。新しい発想新しい取り組みが必要と常々感じます。「他社がやっているから」もアテにならない時代です。自分の目でお客様を見て、自分の頭で考え、自分の責任で実行するほかありません。

そこで今後の取り組み方を簡単にまとめますと、次のようになります。

- ☆売上至上主義から粗利獲得へ
- ☆長時間営業から働きやすい労働環境へ
- ☆仕組み掛け省力化よりマンパワーの向上を

これまで大手流通業が中心となつて取組んできたシステム化、効率化の全てを否定するわけではありませんが、業界トレンドとして実施されていることの多くに疑問を感じており、それらをやめたほうが良くなるのではないかと感じるものが少なくありません。

年中無休の長時間営業でよい人は育つのでしょうか? ポイントカードを導入したら本当にお客様を囲えるのでしょうか? 売上しか知らない店長スタッフばかりで利益の出る店舗運営ができるのでしょうか? 自

動発注で仕入れる力は向上するのでしようか? 在庫を減らし、売上は上がるのでしょうか? デベロッパにしても、チラシやポイントに頼った販促ではなく、店と対話して店が潤うための対策をとるとも協議してゆく時代になつてきたのではないのでしょうか。「テナント使い捨て」的な発想で、いまの店が出て行

つて、はたして次にもっと魅力ある店が出店してくる商業施設になつていくのでしょうか。これからは、これまでと同じようなことをやっていてはジリ貧になるだけです。多くの取り組みを短期間に変化させてゆかねばなりません。次回からは、そのような取り組みについてご紹介できればと思います。

東京都中小企業景況調査 [6月]

業況：回復に向けて踏み出す
見通し：上昇期待が高まる

| 卸売業 | | | 業況 | | | | | |
|----------|--------------|-------|------|----|--------------|------|---|-----|
| 対象数 | 回答数 | 回答率 | 6月 | | 今後3か月間見(当月比) | | | |
| | | | 悪い | 良い | 悪い | 良い | | |
| 875 | 349 | 39.9% | -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 | 6月 | | 今後3か月間見(当月比) | | | |
| | | | 悪い | 良い | 悪い | 良い | | |
| 875 | 310 | 35.4% | -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7月)

| | | |
|------------|------|-------|
| ▶ 全体的な業況 | | |
| 良い | | 0.0% |
| 悪い | | 66.7% |
| 変わらず | | 33.3% |
| ▶ 売上げ | | |
| 前月比 | 増えた | 11.2% |
| | 減った | 44.4% |
| | 同じ | 44.4% |
| 前年同月比 | 増えた | 11.2% |
| | 減った | 33.3% |
| | 同じ | 55.5% |
| ▶ 販売価格は前月比 | | |
| | 騰貴した | 0.0% |
| | 下落した | 33.3% |
| | 同じ | 66.7% |
| ▶ 販売経費は前月比 | | |
| | 増えた | 0.0% |
| | 減った | 11.2% |
| | 同じ | 88.8% |