

4月19日木曜日、午前10時より午後4時迄、店長やリーダーが日々の仕事の中で、メンバーとどのようにコミュニケーションをとるかをテーマに、ヨンをどうしてゆくかをテーマに、やる気を引き出し、コーチングの基本スキルを習得し、実践力を身につけることを目的に、男性21名、女性6名が参加して表記の研修会が開催された。

高島屋グループの教育で実績のある(株)センチュリー・アンドカンパニーの兵藤貴子講師にお願いして、最初に自己紹介からスタートした。続いてコーチングの基礎理解としてコーチングの「基本スキル」「聞く」から「聞く」へ等、講義とワークを交えて進んだ。

午後はロールプレイング実習でさらに基本スキルを体験で学んだ。

実践的な研修会となり参加者は熱心に学んでいた。

終了後、参加者にアンケートを取り意見を伺った。

**アンケート集計結果**

- ◎ 参加者役職
  - ① 店長、8名
  - ② リーダー(副店長)、3名
  - ③ スタッフ、2名
  - ④ その他、11名(部長・人事・総務・本社)
- ◎ 年齢
  - ① 20歳、0名
  - ② 24歳、0名
  - ③ 25歳~29歳、6名
  - ④ 30歳~39歳、12名
  - ⑤ 40歳以上、7名
- ◎ 1 内容については?
  - ① 難しすぎた、0名
  - ② 少し難しかった、3名
  - ③ 良かった、24名
  - ④ どちらともいえない、0名
  - ⑤ 簡単すぎた、0名
- ◎ 2 時間については?
  - ① 長い、2名
  - ② ちょうど良い、25名
  - ③ 短い、0名
  - ④ 3 テキスト資料はわかりやすいか?
    - ① 大変わかりやすい、4名
    - ② わかりやすい、20名

◎ 听くといふことの意味がとても深く、大切であることを学んだ。

◎ コーチングのスキル活用方法。具体的な質問の仕方。業務に直結している事が多く、活用させて頂きます。

◎ 人の話を「聞く」という事、出来ていなかった。

◎ 部下へのコミュニケーションのとり方において活用したい。

◎ 相手の話を聞きだす大切さを感じた。(類似意見3人)

◎ 部下、スタッフとコミュニケーションを図る上で傾聴やミラーリングのスキルを活用することは多い、スタッフの教育は重要で、今日の講義を現場でいかしたい。(類似意見3人)

◎ 相手を否定しないなど

◎ ロールプレイングをやって自分の悩みを相談、聞くことでどう話す、聞けば相手にわかるかが、コーチングで学べたので実践してゆきたい。

◎ スタッフ間のミーティングやスタッフの悩み、もっと仕事の場が活性化できるよう活かしたい。

◎ ほのかの人の考え方や相談(聞き方)(言い回し)が参考になりました。(類似2人)

◎ ロールプレイングを交え、少し身についたと思う。

◎ 大変参考になりました。

(類似3人)

◎ テンポ良く進行し非常にわかりやすかった、グループ分けをもつとあっても良い。

◎ 自分の悩みを客観的に見直すことが出来、課題に対し少し違った角度から対応しようというモチベーションが上がった。後は実践だ。

◎ 先生のたとえ話がとてもわかりやすかった。

◎ 「聞く」ということが難しく

B、日程等のご意見を

ささらに希望する日程や頻度、開催時間や所要時間なども伺い今後の参考とする。

## 中堅社員研修会開催

### ショップ店長のためのコーチング研修



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  
(5月号)

### シユーフィッターの皆様へ

③どちらともいえない、0名  
④少しわかりにくい、1名  
⑤わかりにくい、0名

④講師の説明はわかりやすいか?  
①大変わかりやすい、16名  
②わかりやすい、19名  
③どちらともいえない、0名  
④少しわかりにくい、0名  
⑤わかりにくい、0名

④少しづかれて、16名  
②わかりやすい、19名  
③どちらともいえない、0名  
④少しわかりにくい、0名  
⑤わかりにくい、0名

④今後業務で活かせる、  
⑤活かしたいと思ったことは?

④ロールプレイングをやって自分が悩みを相談、聞くことでどう話す、聞けば相手にわかるかが、コーチングで学べたので実践してゆきたい。

④「聞き方」「質問」のスキルを活かしたい。(類似2人)

④相手を否定しないなど

④「聞き方」「質問」のスキルを活かしたい。(類似2人)

(類似意見2人)

◎自店の現状分析を怠っていなかった。 (類似意見3人)

◎後輩に話をする時に役立つそうだ。

◎相手の話を聞きだす大切さを感じた。(類似意見3人)

◎講師の話し方がやわらかく聞きやすく心地よかつた。

◎ワークあり、ロールプレイングあり勉強になつた。

◎日常できるコーチング、仕事をばかりで勉強になつた。

◎現場で日頃、悩んでいることと直結する研修だった。

◎セミナーの内容は初めての事ばかりで勉強になつた。

◎今後のセミナーに関するご意見、要望を

A、希望のセミナーは?

①リーダーシップ、7件

②スタッフ指導、8件

③モチベーションUP、7件

④クレーム対応、6件

⑤接客販売(基本)、4件

⑥接客販売(応用)、4件

⑦商品知識、6件

⑧足・歩行の知識、5件

⑨VMD(ディスプレイ含む)、6件

⑩カラーコーディネート9件

⑪外国語、2件

⑫その他、0件

◎相手を認めて対応することが大切であることを感じた。

◎ワークあり、ロールプレイングもあり勉強になつた。

◎日常できるコーチング、仕事をばかりで勉強になつた。

◎相手を認めて対応することが大切であることを感じた。

◎ワークあり、ロールプレイングがあり勉強になつた。

◎日常できるコーチング、仕事をばかりで勉強になつた。

◎ワークあり、ロールプレイングがあり勉強になつた。

# 2012年秋冬の ファッショントレンド

アジアリング(株)



アパレルの不振が長引き、ファッショントレンドの主役は靴を中心とした小物へと完全に移行した。大流行不在の中、手持ちの洋服でも、靴を変えることで今年らしいスタイルを演出できることを強く訴求し、新たな客層の掘り起しが試みたい。

## ◆レディスの傾向

レディスでは「男前女子」の人気が続く。この数シーズン続けていたテーマなので、今秋には若干の変化もプラスしたい。

新たなるではプリティ(かわいい)系が浮上し、さまざまなスタイルが増える。靴とのコーディネイトの幅も広がるので、売場での提案力が必要となる。

最近では異常気象が続いているので、秋冬といえどもブーツだけでなく、パンプス、カジュアルなどとのバランスを考慮した商品構成を心掛けたい。

今年はパンツ、膝丈スカートが

## ○ブーツ系

今年はボリューム感。ストーム

## ○パンプス系、カッター系

昨年も大活躍のパンプス。今年も期待したいところ。今年は「存在感」がポイント。装飾ではなく、本質的な存在感が求められる。

## ○カジュアル系

一方で、ジョッキーブーツなどの定番ブーツは、流行に関係なく、固定客に人気が定着しているので、きちんと展開しておきたい。

次は素材感。ラメ、サンコール、ベルベットなどの光沢感のある素材が注目。ヒョウ柄などの動物柄も人気は高い。アッパーだけでなく、ラインストーンなどの装飾を施したヒールも新しい。

## ○ミセス

色では黒が復活。注目色はゴールド。差し色では赤系、紫系、グレー系などを、素材感によって使い分けたい。カラーコンビ

ーションだけでなく、女性的な可愛らしいスタイルにも合わせるのが今年風。「カジュアル靴だから、カジュアル客へ」という既成概念に縛られるこどなく、流行最先端商品だからこそ、数多くのお客様にお勧めする工夫をし

商品ではトラッドの流れで、サイドゴアブーツが注目。定番のカジュアルタイプだけでなく、ヒールをプラスしたエレガントタイプも登場。いろいろなアレンジがなされる。オックスフォード(紐靴)ブーツとの展開で、バリエーションを見せよう。

## ○ミセス・ソフトパンプス

クレープソール、ソフト素材などを使用した商品も、歩きやすく、足当りが良いので人気が高い。従来のシニア商品から、こういう年齢を選ばないデザインで、履きやすさを考慮した商品へ、移行させたい。

## ○ミセス・ソフトパンプス



サイドゴアブーツ



とんがりトウパンプス



OJI靴・オペラパンプス

木型もラウンド辺倒から、とんがりトウやぶつた切りタイプのブタ鼻スクエアトウなど、バリエーションが増える。甲もこれまで浅いタイプばかりだったが、甲深タイプが登場。懐かしさもあり、期待される。

昨年から続くOJI靴(おじさん風靴)の流れは続く。これまでオックスフォード(紐靴)、ローファーが中心だったが、今春にスリップオンが浮上してきた。タッセルリップポンなどは、より拡大が期待される。秋には新たに、そこに可愛らしさをプラスしたい。スリップポンに可愛らしさをプラスということで、オペラパンプスが注目されている。

ショートが主流。暑い時期でも履けるので、異常気象が続いている状況下では、この傾向はありがたいところ。

部が厚い高寸ウェッジは継続。新たにストーム+ヒールが拡大する。ヒールもチャンキー(太め)ヒールが増加。またストラップも太めが主流となる。

ミセスは過去に、トラッドの流行を体験しており、トラッド好きな方が多い。それが若い層でも流行となるので、ミセスでもテイレンズ・ヤングの商品を求める方が増える。履き心地の良い商品を選び、若い心を持つミセスに積極提案しよう。

## ○カジュアル系

昨年から続くOJI靴(おじさん風靴)の流れは続く。これ

までオックスフォード(紐靴)、ローファーが中心だったが、今春にスリップオンが浮上してきた。タッセルリップポンなどは、より拡大が期待される。秋には新たに、そこに可愛らしさをプラスしたい。スリップポンに可愛らしさをプラスということで、オペラパンプスが注目されている。

## ○ミセス

ミセスは過去に、トラッドの流行を体験しており、トラッド好きな方が多い。それが若い層でも流行となるので、ミセスでもテイレンズ・ヤングの商品を求める方が増える。履き心地の良い商品を選び、若い心を持つミセスに積極提案しよう。

## ○ミセス・ソフトパンプス



ミセス・ソフトパンプス

問題なく売れている。この秋はより一層の充実が期待される。また、シーン(生活場面)の境界消滅も続いている。オンライン・オフライン・ブランドなどの定番ブーツが兼用は一般化しているが、その提案のできない売場がほとんど。進む消費者に取り残されないよう、小売店としての情報発信力をつけなければ生き残れない。

商品の境界も消滅してきている。スニーカーブランドでも、靴売場に置いた方が効果的な商品が増えているので、靴と緒の展開を増やしていく。

### ○カジュアル短靴

レディース同様、ボリューム感が求められ、厚底タイプが増加。しかし実重量は軽く、見た目だけが重いことがポイント。

今春はオックスフォード(紐靴)やチャッカーブーツなどの起毛カジュアルが主流だったが、秋には素材や色のバリエーションが広がる。メンズでも色展開は必須で、差し色を入れたい。



メンズ・ソフトジッパー靴

### ○ドレス(ビジネス)

履きやすさとデザイン性の高さから、スニーカーの導入を図りたいところ。定番色単色であれば、ビジネス対応も大丈夫な商品が多い。履きやすさを訴求し、機能ビジネスと組み合わせての展開が効果的だ。

カジュアル化と女性化の流れ

### ◆スニーカー&キッズの傾向

スニーカーは「運動靴」としての需要が減り、靴やブーツとしての需要が高まっている。前述のように、売場を分けるのではなく、メンズとスニーカーの両方に置ける商品は、両方の売場で展開することも必要にならなくなっている。

### ○キッズ(子供靴)

女児では大人と同じような



キッズダンスシューズ

デザインが人気。ヒールタイプのブーツは、ギャルでの売れ筋を参考にして商品構成しよう。カジュアル系でも、大人の商品で見ただけで、さまざまなタップが登場する。

レディースでも人気のソフト素材使用のブーツ、ジッパー使いのブーツは、メンズでも人気にこれまでスムースがほとんどだったが、エードをプラスする。

レディース同様、若い心を持つている方が増えた。ここ数年の定期商品の流行により、好きな靴がヤングにも支持を得、より手を出しやすい状況になっている。そこで、定番商品のアレンジタイプを充実させ、より幅広い層へと訴求したい。

最近ではウォーキングでも、カジュアルデザインを充実させていく。そういうデザインと機能を融合させた商品は、団塊世代の労働市場からの完全引退が予想される今年、より充実を図らなくてはならないだろう。

スニーカーは、ジニアス・スポーツを変更も視野に入れよう。また、そのほとんどがメンズで、レディース商品がほとんどない状況。これからはレディースの商品展開も必須だ。

運動靴タイプでは、ランニング、アウトドアの動きは堅調。しかし最近では、初心者よりも経験者が主となっているので、商品もより本格的なものが人気になり、販売員の知識も求められている。商品と知識の充実が図れないと、売上はより厳しくなるだろう。

男児では、ジニアス・スポーツをきちんと揃えながら、カジュアル対応できる商品も導入しておこう。親子提案ができるものだと、雰囲気を伝えやすい。

女児、男児共に必要なのは、ダンスシューズコーナー。中学校での必修化、ダンス教室の人気などで、ダンスはあらゆる世代で注目されている。ブランドに関係なく、ダンスシューズ風商品を集め、コーナーで見せることが大切だ。



キッズ・女児ヒールアップブーツ

から、ローファー、ブーツにも期待したい。紐靴、モンクストラップなどばかりで、デザインが少なかつたので、これらの投入で新鮮さを出そう。

スニーカー  
靴やブーツタイプのスニーカーは、価格も取れ、差別化にもなり、根強い人気となっている。現在はブランドが限られているので、秋にはブランド、デザインなどを増やし、売場を充実させたい。その際、従来のネット什器では合わないので、棚などの什器変更も視野に入れよう。また、そのほとんどがメンズで、レディース商品がほとんどない状況。これからはレディースの商品展開も必須だ。

デザインが人気。ヒールタイプのブーツは、ギャルでの売れ筋を参考にして商品構成しよう。カジュアル系でも、大人の商品で見ただけで、さまざまなタップが登場する。

レディースでも人気のソフト素材使用のブーツ、ジッパー使いのブーツは、メンズでも人気にこれまでスムースがほとんどだったが、エードをプラスする。

レディース同様、若い心を持つている方が増えた。ここ数年の定期商品の流行により、好きな靴がヤングにも支持を得、より手を出しやすい状況になっている。そこで、定番商品のアレンジタイプを充実させ、より幅広い層へと訴求したい。

最近ではウォーキングでも、カジュアルデザインを充実させていく。そういうデザインと機能を融合させた商品は、団塊世代の労働市場からの完全引退が予想される今年、より充実を図らなくてはならないだろう。

スニーカーは、ジニアス・スポーツを変更も視野に入れよう。また、そのほとんどがメンズで、レディース商品がほとんどない状況。これからはレディースの商品展開も必須だ。

運動靴タイプでは、ランニング、アウトドアの動きは堅調。しかし最近では、初心者よりも経験者が主となっているので、商品もより本格的なものが人気になり、販売員の知識も求められている。商品と知識の充実が図れないと、売上はより厳しくなるだろう。

男児では、ジニアス・スポーツをきちんと揃えながら、カジュアル対応できる商品も導入しておこう。親子提案ができるものだと、雰囲気を伝えやすい。

女児、男児共に必要なのは、ダンスシューズコーナー。中学校での必修化、ダンス教室の人気などで、ダンスはあらゆる世代で注目されている。ブランドに関係なく、ダンスシューズ風商品を集め、コーナーで見せることが大切だ。

# 理事会だより

平成二十四年四月二十三日(月)  
午後二時、西村記念ホール

小堤会長の挨拶に続き川上副会長より参加者27名で理事会の成立を確認し、議事録署名人に田中省二副会長、佐藤新宿支部長を選出し議事に移つた。

## 一、靴の記念日の結果と本日の抽選について

田中副会長から応募総数、その内訳等詳細な説明があり、大震災の影響が大であった昨年と比べると166%との実績であった。昨年を超えているので好成績であった。この会議終了後抽選会を実施するとの報告。

## 二、シユーフィッター養成講座(大阪結果・東京の予定)

### 既得者勉強会について

小堤会長より、4月11日・12日に開催された近畿シユーフィッター養成講座の結果報告と18名が認定承認したとの報告があった。また、5月15日・16日に開催の東京養成講座の応募状況と、6月に開催予定の

既得者勉強会を13日に小堤氏自身が担当して「アジャストメント」の講義をする予定と報告した。

## 三、夏期学校校外指導の日程について

川上副会長より、今年の校外指導の日程について候補日の選択肢が少ないことが説明され、8月21日火曜日としたと提案があり、「同じく」ところ満場一致で決定された。

## 四、「中堅社員研修」

矢代副会長に代わって小堤会長より、当日の充実した講座の様子を詳しく述べられ、近日研修会社よりアンケート集計等が出されたら「とうくつ」に掲載すると説明した。(三面参照)

## 六、合同ビルに関する

佐宗専務理事より、協会が所有する不動産について現在の価値を調査することになり、費用対効果ほかを考慮し不動産鑑定を行つた。鑑定結果について、江原財務顧問に評価をお願いしていると「同じく」説明した。

## 第44回-SF開催

4月11日～13日に池袋サンシャインシティー文化会館において表記展示会が開催された。出展者数は140社(国内68社・海外72社)海外からはドイツ13社、中国36社、台湾17社ほかの出展があつた。

3日間の来場者数は470

3人(前年比4.8%減)となつた。

初日一日目は前回より増えたが、3日目は金曜日の為か大きく割り込んだ。

恒例になつた役に立つ各種のセミナーにも多くの参加者が熱心に聞き入つてゐた。

今回も東靴協会では一角にブースを設け活動報告をPRすると共に会員増強活動を行つた。

を報告した。

## 夏期講座参加者募集!

○日時 8月8日(水)

○集合 京成「八広」駅  
午前10時

○会費 2,000円

○テーマ 「革についての勉強会」

○講師 東京都皮革技術センター  
副参事研究員 吉村圭司氏

○見学工場 福島科学工場(株)

○内容 革のできるまで(講義)  
工場見学(福島科学工場)  
革の知識(講義)

○午後5時・現地解散  
☆ 先着40名 ☆

景況についてのアンケート結果 (対象月…24年4月)		
▶ 全体的な業況	良い	33.3%
	悪い	25.0%
	変わらず	41.7%
▶ 売上げ	前月比 増えた	41.7%
	減った	16.6%
	同じ	41.7%
前年同月比	増えた	41.7%
	減った	16.6%
	同じ	41.7%
▶ 販売価格は前月比	騰貴した	0.0%
	下落した	8.3%
	同じ	91.7%
▶ 販売経費は前月比	増えた	0.0%
	減った	16.6%
	同じ	83.4%

