

◆2024年春夏の
トレンンドシユーズ傾向

**◆2024年春夏の
ファッショニズム傾向**

コロナショックから解放され、通常の生活に戻る事により消費者の気分は「躁（そう）」へ向かっていきます。躁マインドの時は、スポーティやアクティブカジュアルが流行していきます。前回までのエレガント傾向も大人世代で一部残りつつ、ヤングトレンドから、カジュアル色の強いティースト、スポーツ感覚の強いティーストが復活するのが大きな特徴です。

全体的には「メンズライク（ボーアズ風）」が大きなキーワードとなります。大人のモードスタイルでは、引き続きデザイン性の高いアパレルの取り入れが見られますが、男性のモードスタイルとティーストがクロスオーバーしていきます。ヤング世代では、Y2K（2000年頃に流行したファッショニズムのリバイバル）がキーワードとなり、当時、男女兼用で大流行したスリートスタイル、クラブスタイル、

◆2024年春夏の
パンプス傾向

イルが復活します。ボーアズ風の着こなしを、ジエンダーレス感覚で楽しむのが全国的に流行していきます。

カラーリー傾向は白やアイボリーは定番色ですが、ベージュを基調としたエクリュカラーはやや低迷です。また、赤やピンク、オレンジ等のビビッドカラーの部分取り入れも見られます。ブルーグレー、グリーンブルー、赤茶などの中間色（ニュアンスカラー）が大きな流行色となります。

◆レディースシユーズの傾向

これまで拡大してきたエレガント回帰を残しつつ、アクティブラジュアル＆スポーティカルジュアルを再強化させていきます。残すべきエレガントとは、梅春から春にかけてエレガントパンプスを実売していくままで羽織りものが必要な立ち上がり期は、ヒールサンダルから投入していきます。気温高まりと共に、引き続きモードなベタサンダルを実売に繋げていきます。オーブンパンプスは楽しめるので高価格帯をプロパーで継続させて利益に繋げていきます。オーブンパンプスに太ベルト、バックル使い、ビット使いなどワンポイントの装飾を使いも重要です。

2024年春夏の トレンンドシユーズ傾向

◆2024年春夏の
パンプス傾向



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252)5656

(9月号)

ティカジュアルを中心に品揃えを実施し、アクティブカジュアルにティーストを変えていきます。展開時期や気温によって、中心となるティーストを上手に使い分けるのが今回の大きな特徴です。



○パンプス 【対策①オーブンパンパンプスを主力へ】



オープパンパンプス

靴専門店のパンプスと言えば、通勤履きを想定したプレーントゥパンプスの打ち出しが中心でした。コロナ以降の通勤パンプス需要は半減しているので、旬のデザインやトレンド感覚を楽しめるオーブンパンパンプスを中心にお品揃えしていきます。バックルベルトやセパレート、オーブントゥは、ヒールタイプ、フランツパンプスでも必要です。梅春から初秋までオーブンパンパンプスは楽しめるので高価格帯をプロパーで継続させて利益に繋げていきます。オーブンパンパンプスに太ベルト、バックル使い、ビット使いなどワンポイントの装飾を使いも重要です。



ヒールサンダル

○サンダル 【対策②スポーツサンダルは高付加価値を狙う】

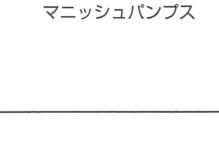
まだ羽織りものが必要な立ち上がり期は、ヒールサンダルから投入していきます。気温高まりと共に、引き続きモードなベタサンダルを実売に繋げていきながら、盛夏や晚夏では付加価値の高いスポーツサンダルで足数稼いでいきます。夏の定番と言われるウエッジやエスニックサンダルは縮小傾向となります。



マニッシュパンプス

【対策②マニッシュパンパンプスで適度なカジュアル感】

パンプスそのものでも、マップのオックスフォード、インストラップ使いのメリージーンパンパンプス、チャンキーヒールのパンパンプスなどです。婦人靴では、エレガントとカジュアルの融合デザインがより加速しています。



モードなベタサンダル

【対策①エレガントはヒール&ベタ】

立ち上がり期はエレガントスタイルに合わせるサンダルから投入していきますが、ヒールサンダルとベタサンダルが引き続き主流となります。ヒールはモードなミュールサンダル、スティンレスストラップが中心ですが、ここでも金具などワンポイントの装飾使いを増やしていく必要があります。ベタはエレガントやモードスタイルに合せるので、黒を基調としたトングやデザインストラップ、装飾使いで目新しさを出していきます。ベタはヤング世代でも本革を打ち出し、高単価を狙っていきましょう。



モードなベタサンダル

【対策②スポーツサンダルは高付加価値を狙う】

スポーツサンダルと言えば、テバ等のアウトドア、シャワーサンダル、また低価格サンダルなどが中心でした。しかし、ナイキのエアマックスココの大ヒットで、デザイン性が高く1万円以上の高単価サンダルが売れるなど、スポーツサンダルの格上げ傾向が見られます。そこで、厚底×スポーツストラップ

『一面より』
のスポーツを継続しながら、厚底×リボン、厚底×ビジューバックル、厚底×シンプルミュールなど、スポーツサンダルのデザインバリエーションを広げて下さい。一方、リカバリーシューズのパイオニアと言われる「OOFOOS(ウーフォス)」のEVAのトングサンダルが男女共に大ヒットが見られます。旧来の低価格路線ではなく、高付加価値、高単価のスポーツサンダルを専門店では強化していく事が不可欠です。



厚底スポーツサンダル

【対策③】

ミセス&シルバー世代も
楽しめる厚底サンダル

厚底サンダルと言えば、ヤングトレンドのイメージが強いですが、50代以上のミセス世代シルバー世代でも楽しめる大人の厚底サンダルを提案していきます。勿論、スーパー厚底は抵抗があるので、3~5センチ程度のプラットフォームタイプで打ち出しています。ここでは、低反発または高反発のインソール使いがポイント。そして、アウトソールでは返りのよいスポーツ底やEVAソールを使用し、抜群の履き心地を体感して

もらいます。近年、この世代はノンエイジ感覚を求める傾向があり高まっているので、サンダルでは厚底タイプで「若々しさ」を打ち出していきましょう。



モカカジュアル

○カジュアルシューズ

アクティブカジュアル、またはボーグ風を強く意識しているがつている、モカカジュアルを実売に繋げていきます。具体的には、3アイレットモカシン、ワラビー、チロリアンを打ち出します。秋冬はイエロー、ブーツが人気となるので、ティンバーランドのレディースサイズは再強化が必要です。また、モカカジュアルに厚底タンクソールを組み合わせるなど現代版アレンジで目新しさを出していくます。

◆メンズシューズの傾向

メンズでは消極的だった夏サンダルの考え方を変革し、夏サンダルでしつかり売上を上げていく戦略を取り入れてていきます。20年以上前のビルケンシュトックブーム以降は、サンダルの提案に消極的な売場が多かつたですが、サンダルの新しいトレンドを打ち出して、メンズMDを変革させていきます。

○カジュアルシューズ
Z世代（25歳以下の年齢の人たち）に向けた新しいカジュアルシューズの提案が専門店で必要となります。ティストは2種化が見られ、黒を基調としたモードスタイルでは、「ヨースケ（レディースで先行ヒット中の靴ブランド）で見られるスープー厚底シューズや、ヒールアップシューズ、そしてローファーやオックスフォード等の厚底タンクソールのアレンジが必要です。

また、レディース同様に、アメリカ感覚の強い「ワラビー」や「チロリアン」「3アイレットモカシン」などのモカカジュアルを靴専門店でも実売に繋げています。ここでは、ラウンド系（丸みを帯びた）のラストとクラフト感覚が楽しめるモカスンやチチが大きなポイントと言えます。30代以上の大人口代は、ビジカジでも楽しめるオンオフ兼用シューズを求めるので、「カジュアルローファー」や「レザースニーカー」、「スリッポン」を継続させていきます。また、黒のドレスチロリアンを追加して下さい。



メンズの厚底サンダル

○サンダル

2023年はメンズでも「グルカサンダル（革の編み込みサンダル）」を再提案します。レディスでは大ヒット中ですが、メンズでは都心に偏っているので、地方都市でもしっかりと販売していきます。
そして、メンズでもスポーツサンダルの付加価値を上げて単価を狙っていきます。キーンやメレル、テバのアウトドアサンダルは継続させつつ、サロモンやナイキ、ニューバランスのストラップサンダルを強化します。また、厚底スポーツサンダル、EVAのトングサンダルを新提案し、低価格サンダルは半分に減らして下さい。スポーツサンダルの格上げです。



グルカサンダル



ドレスチロリアン

○ビジネスシューズ

ビジネスは2種化傾向に備えます。1つは「信頼感のあるクラシックドレス」。対面商談の

再評価が図られ、より信頼感のあるアイテム選びがビジネスマシンに注目されています。ここでは、スパーゴングノーズではなく、セミロングノーズやラウンジ系（丸み帶びた）の新しいラストを取り入れます。更に、Zインを仕掛けていきます。

2つめは、テレワーク（在宅勤務）やノマドワーク（カフェなど様々な場所で仕事をする事）等の広がりに対応した、ハイブリッドシューズ（デザインと機能性の融合）を更に追求していきます。ビジネススニーカーだけではなく、足入れの良いドレスローファーやオペラシューズを揃え、オンオフ兼用で楽しめるカジュアルドレスを打ち出していくのもポイントです。



ハイブリッドシューズ

◆大人スニーカー & キッズ傾向

しばらく男女共にクラシックコートが主力でしたが、靴専門店ではメジャーブランドの人気品番の取り扱いに制限がある為、大きな売上となつていな

**履き心地とおしゃれさ両立
サロンドグレー 女性の心にフィット**

購入者は累計で100万人以上。年齢層は50歳以上が約60%、性別はほぼ女性だ。この製品の何が中高年に受けているのか。理由の1つ目は、足にフィットする履き心地と着脱が楽なこと。東京都のYさん(52歳)



お洒落だが脱ぎ履きも楽な100年シュー

気に入ったデザインの靴なら、若いころは多少つま先が窮屈でも我慢して履いていた。だが、歳をとるにつれ足の痛みに耐えられず、お洒落な靴を履くのをあきらめているのがクレッセント(大阪市)の婦人靴シリーズ「サロンドグレー」だ。

一般的木型でつくる革靴は利用者の足にぴったり合う割合が100人に一人と言われる。差が、サロンドグレーの靴は独自の素材と加工によりやわらかく伸縮するため、履けば履くほど利用者の足にじんでいく。この特性が履いた時の痛みを嫌う中高年女性に評判が良い。

理由の2つ目は、お洒落なデザインと素材の上質感。大坂府のSさん(68歳)は「久しぶりに食事会に出かけたら『素敵なお靴ね』とほめられた。歩くたびにキラキラと光る靴はウエートレスも注目するくらい目立っていた」とほほ笑む。

サロンドグレーは量産品とは異なり、熟練の職人たちが技を駆使してひとつひとつ丁寧に作り上げる。軽くて柔らかな天然皮革に加え、裏材や中敷きの素材選びも厳選して行っている。利用者はこうしたこだわりを感じる。

3つ目の理由は、メード・イン・ジャパンへの信頼が厚いこと。兵庫県のMさん(65歳)は「気に入った靴は修理しても長く履いていた。サ

は「とにかく革がやわらかくて足になじむところが気に入っている。着脱が簡単なので靴の脱ぎ履きに手間取らないものいい」と言う。

一般に婦人靴の生産は労働集約型のため、労賃の安い海外製が多い。これに対してもサロンドグレーは靴作りの全工程が自社で一貫生産されている。日本人のきめ細かなものづくりの姿勢や技術が利用者からの信頼を得ている。

一方、コロナ禍で明らかになつたように、外出機会が減ると婦人靴の需要は減る。このため、新たな市場開拓が重要な要素となつてている。

神奈川県鎌倉市のOさん(54歳)は「老人ホームに入居した85歳の母親にサロンドグレーの赤い100年シュー(写真)をプレゼントしたら大変喜ばれた。その靴は老人ホームの他の入居者に大評判で母の部屋に靴を見に大勢やつてきた」とのことだ。

介護用品や福祉用具は、概して商品にファッショニ性が乏しく、改善の余地が多い。高齢者向けの靴も同様だ。

滑りにくい、着脱しやすい、足に負担が少ないなどの機能優先で、お洒落にはほど遠いものがまだ多い。実はこれが潜在顧客の購買意欲を萎えさせ、機会損失になつてている。

女性はいくつになつてもお

洒落をしたい。その気持ちに寄り添うデザインと履き心地を両立した製品が求められてることをサロンドグレーは再認識させてくれる。

(日経MJより)

日本靴連盟 総会開催

日本靴連盟は6月21日、神田・西村記念ホールで第67回通常総会を行つた。

令和4年度事業報告及び収支決算報告、監査報告を行い承認された。事業報告では靴の記念日は3月15日に神田明神で式典を行つたと報告。

(二社)東靴協会では、300名様に5000円のお買物券が当たる催事を開催し4077通の応募があつたと報告した。

統いて、令和5年度事業計画案及び予算案を承認した。今期の事業計画案としては、靴産業に関する調査・資料・情報の収集・配布のほか、P.L対策として靴の取り扱いなどの消費者への啓蒙。さらに「靴の記念日」式典の挙行などを挙げている。

役員改選では、新会長に全日本革靴工業協同組合連合会会長の藤原仁氏が就任された。

○キッズ(子供靴)
小学生以下のキッズシューズでは引き続き、親子お揃い需要が大きなキーワードとなります。30~40代の親世代の男女で人気のアイテムを、子供靴でもしっかりと揃えていきましょう。

現在も主流と言える「クラシックコート」と「クラシックランニング」は継続し、男児向けで「クコート」と「クランニング」はテバやキーン風のアウトドアサンダルを強化します。

小学校高学年のジュニア対応では、これまでニットスニーカーが中心でしたが、ここでも



コートスニーカー

点が大きな課題です。そこで、「インポートのザースニーカーをビジカジに提案する」、「紳士靴ブランドの提案するコートスニーカーをカジュアルセットアップで楽しんでもらう」「休日のレジャーシーンを想定し、アウトドアブランドを狙つていく」など、ブランド訴求型ではなく、ターゲット層とシーンを想定した自主編集力がとても重要な点となっています。

セントアップで楽しんでもらう」「休日のレジャーシーンを想定し、アウトドアブランドを狙つていく」など、ブランド訴求型ではなく、ターゲット層とシーンを想定した自主編集力がとても重要な点となっています。

セントアップで楽しんでもらう」「休日のレジャーシーンを想定し、アウトドアブランドを狙つていく」など、ブランド訴求型ではなく、ターゲット層とシーンを想定した自主編集力がとても重要な点となっています。

セントアップで楽しんでもらう」「休日のレジャーシーンを想定し、アウトドアブランドを狙つていく」など、ブランド訴求型ではなく、ターゲット層とシーンを想定した自主編集力がとても重要な点となっています。

理事会・支部連絡会

だより

令和五年八月二十三日(水)
午後二時 西村記念ホール

出席者17名

青木副会長の司会で理事会を進めた。

はじめに、栗原会長より「暑い日が続いておりますが、いかがでしょうか。お盆休みも終わりましたがサンダルを中心夏物の売れ行きが良いようですね。上野では外国のお客様が増えてきました。足元は圧倒的にスニーカーで、ますます普通の靴が厳しい状況になっています。協会の事業は通常に戻り、各講座なども予定しております。ぜひご協力ください。4か月の試算表が出ましたが、現在黒字となっています。2か月後に半期の数字が出ますので、参考にして今後の取り組みを考え運営していきましょう。会員も減少し事業の内容も変わっています。よろしくお願ひいたします」と挨拶を行った。

一、夏期レクリエーションについて

松戸専務理事より、9月12日

日(火)に「跳子犬吠埼ホテルの昼食と地球の丸く見える丘展望館見学と香取神宮参拝」については、参加人数が少ないので予定通り実行することになりました、と報告した。

二、シュー・フィッタ・養成講座について

F H A に委託をして行っている表記講座は、令和5年10月18日～20日まで両国「国際ファッショングセンター」で開催される。参加希望者は事務局までお申し込みください、と松戸専務理事より説明した。

三、靴まつりの実施内容について

松戸専務理事より、9月1日より毎年行っている靴まつりは催事広報委員会が中心になつて企画している。今回からデザインも他のところに依頼し、イメージが刷新された。夏休み明けにポスター等配布をお送りいたします。各店舗の協力をお願いいたします」と説明した。

四、防災用飲料水について

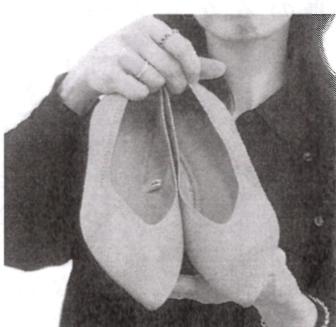
9月以降に例年通り発送いたします。送付先変更の方は連絡ください、と説明した。

五、その他

松戸専務理事より今後の各委員会、理事会等の予定を説明した。

その中で東青会に多くの皆様の意見も聞きながら進めたい、関心のある方はぜひご参加いただきたい、とお願いし、理事会は終了した。

ニット素材 履き心地と機能性両立



衣料品大手ジーイー(GU)の女性向けパンプス「ウォッシュアブルニットフラットシューズ」(¥1990)が好調に売れている。ニット素材を採用し、洗濯機で洗える。材

乾きやすい構造にしたほか、耐水性の接着剤を採用した。課題となつたのが、手入れのしやすさと履きやすさの両立だ。洗濯機で洗つても、形が崩れないように靴を固くするなど、履きやすさを損なつてしまふ。素材の編み方や糸の種類を細かく調整。試作品の試着回数は、通常の倍以上となつた。好調な売れ行きを受け、秋冬に向けイエローとオリーブの2色を追加した。今後もお客様の要望を受け、商品を発展させていく計画だ。(日経MJより)

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

| 卸売業 | | | 業況 | | | |
|---------|-------------|-------|------|----|----------------|------------|
| 対象数 | 回答数 | 回答率 | 7月 | | 今後3か月間見通し(当月比) | |
| | | | 悪い | 良い | 悪い | 良い |
| 875 | 354 | 40.5% | -100 | 0 | 100 | -100 0 100 |
| 森・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 | 7月 | | 今後3か月間見通し(当月比) | |
| | | | 悪い | 良い | 悪い | 良い |
| 875 | 282 | 32.2% | -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 | | | | ○ | |

| 社名 | 6月 | 7月 | 8月 |
|--------|------|------|------|
| 既存店売上 | 7.4 | 9.7 | 8.6 |
| 客数 | -2.4 | 0.8 | 0.8 |
| 客単価 | 10.0 | 8.8 | 7.7 |
| 店舗数 | 917 | 915 | 908 |
| ABCマート | 19.5 | 24.2 | 20.8 |
| 客数 | 6.7 | 11.7 | 13.9 |
| 客単価 | 11.9 | 11.2 | 6.1 |
| 店舗数 | 1085 | 1082 | 1074 |
| Gフット | 4.9 | 12.0 | 10.5 |
| 既存店売上 | -8.3 | -0.6 | -4.1 |
| 客数 | 15.9 | 20.7 | 16.9 |
| 客単価 | 689 | 684 | 672 |

台風の影響で西日本の店舗休業があつたが、都心部路面店や商業施設を中心に好調に推移。猛暑が続きサンダル等のしやすさと履きやすさの両立だ。洗濯機で洗つても、形が崩れないよう靴を固くすると、履きやすさを損なつてしまふ。素材の編み方や糸の種類を細かく調整。試作品の試着回数は、通常の倍以上となつた。好調な売れ行きを受け、秋冬に向けイエローとオリーブの2色を追加した。今後もお客様の要望を受け、商品を発展させていく計画だ。(ジーフット)

夏物が順調。(ABCマート)西日本で台風の影響もあつたが、全国的に猛暑日が多く、夏ものが好調。旅行・レジャー需要でスニーカーも好調に推移した。(Gフット)