

講師のプロフィールから始まり、計測の必要性・方法・その後の靴選びに利用、骨格の基



講師には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、製くつ科講師の鈴木信行氏を迎え「革靴の基礎知識と計測・靴合わせ・アシヤストのおさらい」と題し行った。

8月25日(木)午前10時より表記の講座(SF既得者勉強会を兼ねる)が63名が参加して西村記念ホールに於いて開催された。

# 夏期学校講座開催



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  
(9月号)

なお、参加者全員にアンケート調査を実施しているの  
結果の集計を次回の「とうくつ」に掲載する。

基本的な話から時には踏み込んだ専門的な解説などに及び、参加者は熱心に聞き入っていた。とても参考になる講座となったようだ。



基礎、アーチの役目、と基礎の知識を復習した。  
その後、フットプリントを使い参加者の足型を撮り、その結果からあしの特徴、偏平足ではないか、O脚ではないか、開張足では?等読み取り方の説明があった。

二、靴まじりの実施について

一、夏期学校講座について  
矢代裕夫副会長から、8月25日に開催される講座は応募申込み者数が63名に達し、締め切った。講師に鈴木信行氏を迎え、「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再度報告があった。

小堤幸雄会長からABCマートが粗利益22%と我々の4〜5倍の驚異的な利益を上げています。輸入直販の強さを示しているものと思えます。会員の皆様には当協会の存在意義とかどんな活動をしてほしいか、具体的にお聞きしたいこうと思っています。」と挨拶があり、議事録署名人名を中野一雅、栗原昭宣理事を選出し、川上久和副会長の司会で議事に入る。

田中省二副会長より、「靴まじり」を実施する事と、本日そのツールを配布し、催事実施に当たりその注意点についての説明。

三、秋の校外指導について  
川上副会長より、行き先候補4コースの説明があり、総務委員にコースの選定を指示したところ、2案に絞り込みがなされた。この2案についてさらに意見を聞いたところ、第4案の再度の見積もりと日程確認がなされたとき川上委員長に二任するとの提案があった。一同に諮り承認された。

四、シューフィッター  
養成講座の予定について  
小堤会長より、9月14日(水)15日(木)に大阪講座。  
11月16日(水)17日(木)に東京講座を予定しているが、ともに応募者が少ない場合は開催を中止するとしている。との報告があった。

五、その他  
森理事からのサービスカード提案。櫻本隆三氏からこの夏の節電状況と商売との関連。栗原茂常務理事から、昨今のネット販売の強さ。中村顧問からこの数十年の一般小売店の環境の様変わりについてなど話が紹介された。

日本靴小売商連盟主催のシューフィッター養成講座が11月16日・17日の2日間開催されます。多数のみなさまの参加をお待ちしております。

校外指導コース決定!  
11月10日木曜に開催の校外指導(日帰りバス旅行)は中川温泉に決まりました。  
7時30分・神田発(アサヒビール神奈川工場(見学・試飲)→中川温泉・信玄館(昼食・入浴)→丹沢湖(紅葉)→道の駅・山北(お買物)→神田着5時30分予定

一SFセミナー  
東靴協会より出演  
第43回ISFが10月4日から6日の3日間、池袋サンシャインシティー文化会館で開催されます。4日(火)の午後2時より3時迄、当協会から4名が参加してパネリストとして「生き残りをかけた元気中小店の差別化策」と題し3階セミナールームにおいてセミナーが開催されます。  
是非お聞き下さい。  
パネラーは左記の4名。  
小堤幸雄氏 東靴協会会長  
矢代裕夫氏 東靴協会副会長  
栗原茂氏 東靴協会理事  
栗原昭宣氏 東靴協会理事

シューフィッター養成講座  
東京会場参加者募集

三、秋の校外指導について  
川上副会長より、行き先候補4コースの説明があり、総務委員にコースの選定を指示したところ、2案に絞り込みがなされた。この2案についてさらに意見を聞いたところ、第4案の再度の見積もりと日程確認がなされたとき川上委員長に二任するとの提案があった。一同に諮り承認された。

四、シューフィッター  
養成講座の予定について  
小堤会長より、9月14日(水)15日(木)に大阪講座。  
11月16日(水)17日(木)に東京講座を予定しているが、ともに応募者が少ない場合は開催を中止するとしている。との報告があった。

五、その他  
森理事からのサービスカード提案。櫻本隆三氏からこの夏の節電状況と商売との関連。栗原茂常務理事から、昨今のネット販売の強さ。中村顧問からこの数十年の一般小売店の環境の様変わりについてなど話が紹介された。

日本靴小売商連盟主催のシューフィッター養成講座が11月16日・17日の2日間開催されます。多数のみなさまの参加をお待ちしております。

校外指導コース決定!  
11月10日木曜に開催の校外指導(日帰りバス旅行)は中川温泉に決まりました。  
7時30分・神田発(アサヒビール神奈川工場(見学・試飲)→中川温泉・信玄館(昼食・入浴)→丹沢湖(紅葉)→道の駅・山北(お買物)→神田着5時30分予定

一SFセミナー  
東靴協会より出演  
第43回ISFが10月4日から6日の3日間、池袋サンシャインシティー文化会館で開催されます。4日(火)の午後2時より3時迄、当協会から4名が参加してパネリストとして「生き残りをかけた元気中小店の差別化策」と題し3階セミナールームにおいてセミナーが開催されます。  
是非お聞き下さい。  
パネラーは左記の4名。  
小堤幸雄氏 東靴協会会長  
矢代裕夫氏 東靴協会副会長  
栗原茂氏 東靴協会理事  
栗原昭宣氏 東靴協会理事

シューフィッター養成講座  
東京会場参加者募集

三、秋の校外指導について  
川上副会長より、行き先候補4コースの説明があり、総務委員にコースの選定を指示したところ、2案に絞り込みがなされた。この2案についてさらに意見を聞いたところ、第4案の再度の見積もりと日程確認がなされたとき川上委員長に二任するとの提案があった。一同に諮り承認された。

四、シューフィッター  
養成講座の予定について  
小堤会長より、9月14日(水)15日(木)に大阪講座。  
11月16日(水)17日(木)に東京講座を予定しているが、ともに応募者が少ない場合は開催を中止するとしている。との報告があった。

五、その他  
森理事からのサービスカード提案。櫻本隆三氏からこの夏の節電状況と商売との関連。栗原茂常務理事から、昨今のネット販売の強さ。中村顧問からこの数十年の一般小売店の環境の様変わりについてなど話が紹介された。

# 2012年春夏ファッション&シューズ傾向

アジアリング(横)

ここ数年、レディスもメンズもファッション傾向が変化し、靴もそれに伴い変化が現れている。しかし靴売場や商品が、その変化に対応しきれていないのが現状。まだまだ需要はあるのに、供給がない。売上を上げるには、ファッションの変化を捉え、商品だけでなく展開方法、VMDを含めた提案方法を変えていく必要がある。

## ◆レディスの展開

レディスファッションでは「レトロ懐古」が注目。40年代アメリカのイメージで、トラッドやマリリンが人気テーマとなる。花柄やチェック、ボーダーなどの柄の取り入れが主流。どこか古めかしく、「ダサイ」イメージで、それをオシャレに見せることがポイントとなる。

## ○ブーツ系

昨年から人気となった春ブーツは、完全に定着。その後、オープンブーツ、ブーサン(ブーツ

サンダル)と続き、初夏まで展開できる。来春夏はショートパンプスが広がるので、足元はボリュームのある靴が合う。そこで丈夫の長いオープンブーツ、ブーサンが支持される。履きやすさがあり、ティーンズからミセスまで、全客層に向け提案しよう。



レースのオープンブーツ(トランスベアレント)

新たなところでは、ブーティのオープンタイプが登場。パンプス風なイメージもあり、新鮮だ。

商品的には「トランスベアレント(透ける)」が注目。足は包んでいるが、ストラップなどで肌が見えるデザイン、素材が増える。メッシュ、パンチングが今年らしい。

## ○サンダル系

主流はブーサンに移行し、それが長期化する。初夏から夏にかけて主力化する従来のサ

ンダルは、縮小傾向。特にジュエトサンダルは、大幅に縮小。履きやすい中寸ウェッジや、船底で高低差のないサンダルが面白い。



ブーサン(トランスベアレント)

新たにベタ系のOJ系サンダルが注目。おじさんが夏に履くようなサンダルで、トラッドアレンジ、レトロやナチュララレンジがポイントだ。

## ○エレガンス

昨年から続く、男前系のエレガンスは、来春も続くが、よりダサさがプラスされ、OJ系靴(おじさん風靴)の比率が高まる。主流はトラッドアレンジ。オックスフォード(紐靴)だけでなく、ローファー、スリッポンなどの商品、キルト、タッセル、ベルトなどのディテール(細部)使いが増える。

女性らしいタイプでは、可愛らしさを前面に出した、ダサかわいイイメージが新鮮だ。素材コンビなどで面白さを出すのも今年風。

どちらもショートノーズで、ダサさを演出するのが増える。また、ダサさの演出という面もあるが、全体的に太めのヒールが流行る。歩きやすさもあり、幅広い層に支持される。



ダサかわ、パンプス

## ○カジュアル

トラッド系商品のバリエーションは広がり、多種多様になる。今春はヒールアップローファーが一般化した。今秋の注目はベタのローファー。来春はその流れから、より昔風なローファーやスリッポンなど、OJ系靴が出てくる。オックスフォードは素材で遊びを入れ、新OJ系靴に昇華。

カッターなどは素材感、花やレースなどの可愛いモノを使つて、ダサかわ系にアレンジする。

集中豪雨が頻発するようになっており、レインシューズも常設が必須となっている。デザイン性や汎用性を高め、訴求したいところ。

## ○ミセス

ミセスでもオープンブーツ、ブーサンの人気が定着。セパレートタイプも含め、バリエーションを広げたい。



ミセスオープンブーツ

ウェッジサンダルの人気が根強いので、ヒールの素材や柄など、他では見られない工夫を入れよう。毎年、エスニックサンダルが人気となるが、エスニックは表現を控えめに、今年との違いを出したい。

ミセスにもトラッド人気は派生。ドライビングシューズ(運転靴)は実売にもなる。ナチュラなカッター、ソフトカッターにも期待。ウォーキングからの履き替えも増えそう。

## ◆メンズの展開

メンズファッションは境界消滅が加速化している。まずは女性化。女性が男性化する一方で、男性の女性化が顕著だ。しかし靴にも売場にも、女性化した男性に対応しているモノは

ない。完全に穴になっっているの  
で、早期の開発が望まれる。  
また「クールビズ」の一般化  
で、シーン(場面)の境界も崩れ  
ている。オン・オフ兼用の拡大な  
ど、これまでになかった価値観  
と商品が、求められるようになる。

○季節商品

メンズではサンダルを始めと  
する季節商材が、レディースに比  
べ、毎年苦戦する。特にサンダ  
ルは、敢えて展開しない売場も  
出ている。しかし男性が女性化  
することで、サンダルの需要は  
増える。これまでの健康系サン  
ダル以外にも、プーサンなどレ  
ディースから派生した商品も増  
える。



メンズ・グラディエーター風サンダル

シヨーツ(半ズボン)スタイル  
が増えるので、足元にポリウ  
レム(重要)感を持つてくる着こ  
なしが注目される。これまでメ

メンズではブーツ、秋冬商品だ  
が、来春は「春夏ブーツ」の需  
要が高まる。素足で履くので、  
ソフト素材で足当りのよいブー  
ツが人気となる。

○カジュアル

メンズでもレディース同様、トラ  
ッドのアレンジが主。オックスフォ  
ード、ローファー以外にも、デッ  
キやスリッポンのバリエーション  
が増え、かつちり感は減る。素  
材、色も出てくるので、レディ  
スの傾向を取り入れたい。特に  
カラーバリエーションは、来春夏  
では必須。

○ドレス(ビジネス)

今夏の「スーパークールビズ」  
の広がり、カジュアルでも大丈  
夫になった通勤スタイル。そこ  
で「ジーンズやシヨーツに合わせ  
る通勤靴」の需要が高まってい  
る。



メンズ・オフ・オン兼用ドレス

これまではいくつもの機能が

搭載された低価格なビジネス  
が横行していたが、これからは  
機能よりもさまざまな場面で  
履ける汎用性が求められる。  
素材感、ラスト(木型)ソールな  
どでカジュアル感を出した通勤  
対応靴の展開で、これまで通  
勤靴に満足していなかった層に  
訴求したい。

○アダルト

アダルトもヤングの影響か  
ら、トラッドやモード系の人気  
は定着。スポーティ系はデザイ  
ンと機能の両面から、幅広い層  
に、さまざまなタイプが受け入  
れられる。

他では姿勢を正しくする  
「アースシューズ」、本格的なト  
レイルウオーキング(山歩き)な  
どの機能的商品の充実も図ら  
れる。

◆スニーカー&キッズの展開

スニーカーはファッション性が  
薄れてきており、逆に靴との境  
界が崩れてきている。靴やブー  
ツ化したスニーカーでないと、お  
しゃれな消費者には支持され  
なくなっている。そうすると、こ  
れまでの「靴売場」「スニーカー  
売場」という区分けも意味を  
成さなくなる。商品によつては  
両方の売場で展開するなど、  
臨機応変が必要とされる。

スポーツ需要としては、個人  
競技が主流。最近では参入が  
増えているところも多いので、  
扱い方には注意が必要だ。  
子供靴では「ファッションの大  
人化」に対応できる商品が少  
ないことが問題。

特に女兒は化粧やアクセサ  
リー、ヒール靴が一般化してい  
るのに、靴売場には大人風靴が  
ほとんど存在しない。洋服屋に  
とられている状態だ。ジュニア  
スポーツだけではない商品構成  
が、より一層求められている。

○スニーカー

街履きではデッキやチャッカ  
ーブーツなど、靴やブーツ風デ  
ザインのスニーカーが拡大す  
る。メンズ、レディースともに、色や  
柄の取り入れも多く、華やか  
なイメージだ。あらたにローファ  
ータイプも登場し、よりスニー  
カーと靴との境界線が曖昧に  
なるので、どちらのお客様も取  
れる売場構成や陳列を心掛  
けよう。

スポーツ対応では「歩くだけ  
で痩せる」トニングが下火に。  
低価格品が二気に増加し、玉石  
混合状態となっているので、こ  
こで商品の絞り込みと、扱い方  
の見直しを図りたい。

それに代わり、ベアフット(裸  
足の)が登場する。足を守るの



スニーカー・ベアフット系

ではなく、「足を鍛える」こと  
を目的としているが、説明もな  
くこれで走ると、足を痛める。  
販売員にはきちんとした商品  
知識と、その明確な説明が必  
要となる。

○キッズ(子供靴)

女兒では大人と同じような  
サンダルや靴は、少しずつ登場  
してきているが、まだまだ品  
薄。提案も子供っぽいものが多  
く、おしゃれな子では満足でき  
ない。そこでトラッドなどの流  
行を入れたヒール物、プーサン  
などは積極的に展開しよう。

男児ではジュニアスポーツ辺  
倒になりがちだが、アウトドア  
系のサンダルやスニーカーは、親  
の人氣も高く、子供にも人氣  
となる可能性が高い。

注目のダンス系は、男女とも  
に強化。子供っぽいデザインで  
はなく、大人も履けそうなデ  
ザインで提案しよう。

### 会員店舗紹介② ハッシュパイプ SS 千歳烏山店

今回は田中副会長の「ハッシュパイプSS千歳烏山店」を取り上げた。

#### ポイント

- ①フルライン店から、ハッシュパイプSS店へ転換。
- ②6,000名にも及ぶ顧客リストの活用と固定客化。

京王線千歳烏山駅より徒歩2分、売場は15坪、倉庫、階段を含めて約20坪である。

今年の3月1日、1階の総合靴コーナーをやめ、2階のハッシュパイプショップを1階に移転しての再スタートである。売場面積は減ったものの、売上は3月から7月迄で前年実績を確保している。客単価は1万円。従業員は田中さんを含め、正社員2名、パートアルバイト2名である。

現在の商品構成は、ハッシュパイプ、ボンステップ、ヨネックス、アサヒメディカルウオーク、三鈴商事である。リーガルのデジフットも導入済みで、インソールの販売も行っている。

強みは商店街のダイヤスタンプの会員3,000名、ハッシュパイプの3,000名、合計6,000人の顧客リストであり、各

顧客に年2回、店としては年4回DMを送っている。ダイヤスタンプは100円で1ポイントがもらえ、350ポイントで500円の金券となる。店舗は、スタンプ1枚を2円で購入し、余った分は商店街の販促として使われている。ハッシュパイプのDMは商品紹介が主で、メーカー企画による「グッズプレゼント」も実施されている。



平成19年の商業調査によれば千歳烏山商店街の年間商品販売額は22.1億円、売場面積は15,956㎡であり、競合関係にあると思われる隣の仙川駅周辺の年間商品販売額20.4億円、売場面積14,787㎡とほぼ同規模である。

さらに仙川地区には10年10月に「島忠ホームズ仙川店」がオープンし、ABCマート、GAP ジェネレーション、西松屋(子供服)、しまむらが出店している。また、G-FOOTの「キックゾーン」や、ABCマートも路面店を出店しており、新宿への流出はもちろん、ヤングからファミリー層の動向には注意が必要

である。

世田谷区の靴履物小売業は78店、従業員282人、年間商品販売額は52億5700万円、売場面積は3,794㎡である。1店当たり直すと、年間商品販売額は6740万円、従業員3.6人、売場面積14.7坪である。世田谷区全体から靴履物の構成比を出し、千歳烏山に当てはめると、靴履物小売業の売上高は1億5785万円と推定される。千歳烏山の推定商圏は、商圏人口約8万人、世帯数4万世帯である。このうち30-40代が34%、50-70代が31%であり、シルバードで2万5千人のボリュームがありそうだ。この層に合わせたハッシュパイプのようなMDはこの立地に合っていそうである。

### 業界情報

モード・エ・ジャコモ エンカレッジ・パートナーズの100%子会社に

モード・エ・ジャコモは8月1日、投資会社のエンカレッジ・パートナーズの100%子会社になり、エンカレッジ・パートナーズの瀬山剛社長がモード・エ・ジャコモの代表取締役就任し、財務管理を担当する。前社長の熊本克明氏は、商品開発、業態開発を担当する代表

取締役として今後も残留する。モード・エ・ジャコモは09年7月期の売上81億円が10年7月期には63億円と20%減少し、なおかつ09年の決算は10億円を超える赤字を計上した。そのため10年11月エンカレッジ・パートナーズと業務提携し、財務強化などを進めてきたが、11年7月期を終えた段階で、

このような決断を下したのである。エンカレッジ・パートナーズは09年6月に民事再生を申し立てたシンコーともスポンサー契約を結んでおり、2社の相乗効果で、靴業界での業容を拡大していく方針であろう。なおエンカレッジ・パートナーズは税理士集団が立ち上げた投資会社と言われている。

### 東京都中小企業景況調査 [7月]

業況：小幅ながら回復傾向続く  
見通し：震災後、4か月連続で上昇

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	355	40.6%	-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	7月		今後3か月間見通し(当月比)			
			悪い	良い	悪い	良い		
875	285	32.6%	-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8月)

- ▶ 全体的な業況
  - 良い 0.0%
  - 悪い 60.0%
  - 変わらず 40.0%
- ▶ 売上げ
  - 前月比 増えた 0.0%
  - 減った 70.0%
  - 同じ 30.0%
  - 前年同月比 増えた 10.0%
  - 減った 50.0%
  - 同じ 40.0%
- ▶ 販売価格は前月比
  - 騰貴した 10.0%
  - 下落した 30.0%
  - 同じ 60.0%
- ▶ 販売経費は前月比
  - 増えた 10.0%
  - 減った 0.0%
  - 同じ 90.0%