



この校外指導は最初の頃は、参加者も多くバス7台から8台で行っていたそうだ。

今回は参加者も役員を含め43名で、バス1台での実施となった。

# 夏期学校校外指導実施

昨年は大震災の関係で11月に行った夏期学校校外指導は、本年は例年通り8月17日金曜日に行った。

「河口湖とミュージアム館・西湖いやしの里根場の旅」とし、富士山方面のコースで、第60回の記念すべき校外指導となった。

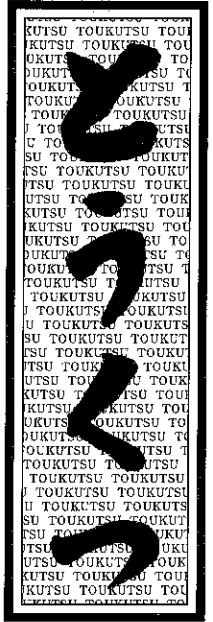
神田の協会前に集合した参加者は朝7時半にバスに乗りしスタートした。

首都高速から中央道を利用し最初の目的地、大月の笹一酒造へ、車内では途中朝食のパンとお茶が配られ旅行気分も盛り上がった。

笹一酒造では担当者の軽快な解説で同大笑い。

利き酒を楽しみ早々と土産を手に入れた。河口湖ミュージアム館へ、ここは人形作家「与勇輝」の美術館。リアルな表情の昭和のノスタルジーを感じる木綿で作った作品に見入っていた。

昼食は「河口湖・秀峰閣湖月」小堤会長の挨拶と役員紹



東靴協会  
機関紙  
千代田区鍛冶町1-6-17  
〒101-0044 ☎(3252) 5656  
(9月号)



ニ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

介に続き井本前副会長の乾杯で懇親会に入った。

食事の後、温泉に入った。カラオケを楽しんだりそれぞれ楽しめ、次の目的地、西湖いやしの里根場へ、それまで雲で富士山は隠れていたが、天気に恵まれます。バスに乗り込んだところから雨が降り出し心配したが、いやしの里へ着き見学しているうちに小降りになっていった。

この里は西湖の西北に位置している根場地区で昭和41年の台風災害で、かぶと造りの茅葺き民家の集落が土石流で、

集落のほとんどが消滅してしまつた。その後40年以上をかけて茅葺き屋根群集落を再生したところだ。

それぞれの棟は郷土料理が味わえたり陶芸体験ができた。資料館や絵手紙など体験ができた。約20の棟が観光ポイントとして活動していた。

最後に河口湖みはらし亭に寄り土産を調達して帰路に着いた。

会長をはじめ役員も参加したこのバス旅行は、一般会員と接点を持つ機会として、情報交換など、とても有意義な時間を持つ事ができた。

この日帰りバス旅行も次回からは協会の一般社団法人に移行のため福利厚生事業として行う予定だ。

次回も多数のご参加をお待ちしております。

## 臨時総会開催 原案どおり可決成立

現在進行中の当協会一般社団法人化に向けて、現在の定款の一部を変更する必要がある。8月23日午後3時より西村記念ホールに於いて臨時総会が開催された。

川上副会長の司会で開会に

先立ち本人出席24名、委任状90名、合計114名の参加で定足数を満たし本会議の成立の確認が行われた。

田中副会長の開会、小堤会長の挨拶の後、議長に小堤会長を選出し議事に入った。

議長は議事録署名名人に恩田勝彦氏、小澤武彦氏を提案され諮問の結果了承され決定した。

続いて議事に移り、議案の審議を行った。

### 議案

定款及び付帯事項承認の件  
矢代副会長より新定款案資料を詳細に読み上げ説明を行った。

続いて佐宗専務理事より付帯事項の解説、説明を行った。議長は一同に諮ったところ満場一致で可決承認された。

閉会にあたり栗原常務理事より「これで一般社団法人化に向け第一歩が踏み出せ、今後とも来春の移行に向けて着々と準備が進んでゆきます。

皆様方のご理解とご協力をよろしくお願いいたします。」と挨拶。

総会は無事終了した。

# 2013年春夏の ファッションの傾向 アジアリング(株)

これまで「デフレ」が進んでいたが、最近では安ければ良いというものではない、自分にとって価値あるモノを適正価格で買いたいという人達が増えてきており、中々高価格品の動きも良くなってきている。  
その一方で、「賢い消費」が広がり、汎用性が高く、気回しの利く商品に人気が高まっている。そのため、「賢い消費」に対応できる商品の開発、販売が早急に求められている。

## ◆レディースの傾向

靴でも「賢い消費」は続く。ファッションで商品を選ぶのではなく、行事や気候などで商品を決める「モチベーション(動機付け)需要」が、より一層高まっていく。特に春は卒業・入学などの行事が多く、ここでの取り組みが重要となる。

また、異常気象が続いている昨今では、季節物に頼らない構成を心掛けなければならない。他にも、ファッションの流れが

変わってきている。特に足元の変化が顕著で、カジュアル系の商品の拡大が期待される。

これまでギャルは高寸系を好んでいたが、いまはカジュアル系の靴を選ぶようになってきている。このように、従来とは異なる靴を合わせる人達が増えているので、商品構成の見直しが必要とされる年となるだろう。

## ○ブーツ系

エレガンス系の春ブーツは厳しい。ボリュームソールのショートブーツが秋冬からの継続で一部登場するが、あとはエンジニアなどのカジュアルの定番ショートブーツやスニーカーのブーツタイプで対応したい。

## ○サンダル系

異常気象が続く、季節物の動きが毎年鈍い。来春夏も寒さの長期化、集中豪雨などの異常気象の可能性が高いので、サンダルの扱いには注意が必要だ。足を覆う面積が大きい、靴下と合わせられるなど、「靴」

と同じように履けるサンダルがお勧めだ。また船底などで厚みを出したサンダルも人気継続。逆にベタサンダルは苦戦しそうだ。



ボリュームサンダル

ブーサン(ブーツサンダル)系は歩きやすさとオシャレさで、ミセスにも人気が拡大。来春夏もティーンズからミセスまで幅広い層に支持される商品を中心に、きちんと構成しよう。

## ○パンプス系、カッター系

春はパンプスの好調期。新しさと合わせやすさを訴求し、しっかりと売りたい。

デザインはシンプルなタイプが多く、色で新鮮さを出したい。定番の黒だけでなく、春らしいベージュ、グリーン、ブルー、ピ



サテン系パンプス

ンクなどにも必要。また花やリボンを付け、可愛らしさを表現した靴も増える。

謝恩会にも履けるサテン系パンプスは、年間定番になっているが、やはり春には需要が高まるので、売場も広げて展開しよう。

カッターは木型を変え、新しさを出したい。これまではラウンド(丸)トウだったが、流行としてとんがり系が登場してきているので、短めだが先の尖ったアーモンドトウも入れておこう。

市場で品薄なのは、レインパンプス。ヒールがあつて濡れにくく、短靴なので雨が上がっても普通に履けるところが人気の要因。まだブーツに偏った供給状況なので、来春には期待したい。

## ○カジュアル系

ここ数年シーズン、「OJ1靴」が人気だが、その流れは継続。これまではオックスフォード(紐靴)、ローファーなどが主流だったが、今秋から鬼ぐりスリッポンが登場し、注目される。来春にも拡大しそうだ。

これまではトラッド中心の「良い子」靴が多かったが、来春は「悪い子」靴が注目。ラバーソールなどの厚底、スタッズ(鉄)、ヒョウ柄など、個性の強い靴が

登場し、客層も広がる。

## ○ミセス

ミセスは30代〜50代ミセス向け商材が穴になっている。しかしここが一番有力な市場であり、高品質・高価格品がきちんと売れる。従来のシニア商品では満足できない人達なので、商品の見直しが必須である。

ティーンズ、ヤング向けのデザインでありながら、履き心地や足当りの良さ、歩きやすさをデザインの中で表現している靴。良い品質で、汎用性の高い商品が人気だ。そういう点では、ソフト素材のカジュアル、太線のブーサンなどの人気は継続する。



太線ブーサン

## ◆メンズの傾向

メンズでは、ファッションの転換期になっている。

これまでアメカジ、トラッドと流行が移ってきた。まだまだこの2つの人気は高いが、最先端派の人達はモード(欧州)系

ファッションを取り入れ始めている。まだ一部の人達ではあるが、動きも出てきているので、今後はモード系が拡大してくるはずだ。

転換期では明確な流行がないので、苦戦するだろうが、スニーカーと二緒に展開する、洋服との合わせ方を提案し、従来商品でも、着こなし・履きこなし方で楽しめることをお伝えできると、よりメンズの売上アップが望めるはずだ。

### ○サマーシューズ

節電が定着したことで、夏のショート(短いパンツ)が一般化した。その影響で、シューズに合わせる靴が拡大している。

夏の定番と化したデッキは来年も継続。ドライビングシューズなどモカスリップソンのバリエーションを増やしたい。昨年から主流となってきた起毛カジュアル(オックスフォード、紐靴、チャッカブーツなど)は若干下降するので、新たな商品を導入しよう。メンズでも色は重要になってきているので、どの商品もカラーバリエーションで見せていきたい。

サンダルは動きが鈍いが、定番のビルケン系健康サンダルが手堅い。デザインや色をプラス

し、価値観をみせよう。

### ○カジュアル

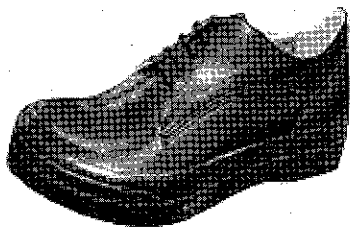
トラッド、アメカジなどのベリック(定番)が主流だったが、来春夏は変化が現れる。

顕著なのは「ボーダーレス化」。トラッドもアメカジも完全に大衆化しているので、トラッド、アメカジなどの異なる特徴を合わせることで、どちらの客層をも取り込むことができる。また汎用性も広がる。

新たに、レディスからの影響が出現。ポリウム感やスタッズ(鉾)などの金具使用で、个性的に仕上げた靴、ソフト感を全面に出した靴などが注目だ。

### ○ドレス(ビジネス)

クールビズの拡大&継続により、従来の「ドレス」には括れない、新たな商品が拡大する。特に注目なのが、スニーカーのビジネス対応商品。歩きやすく、汎



メンズ・ビジネス対応スニーカー

用性も高く、売上に貢献しそうだ。

デザインではスリップソ系に期待したい。カジュアルでのモカスリップソンの拡大、オンオフ兼用の拡大により、ローファーを含めたスリップソが実売となる。

### ○アダルト

ベリック(定番)なデッキ、ドライビング、チャッカーなど、ヤングで人気の靴は、アダルトにも支持される。機能性を加えて、歩きやすさを考慮した商品を選びたい。逆に、ウォーキングなどの機能靴でも、若々しいカジュアルなデザインが揃ってきた。新たな客層の掘り起こしのためにも、積極的に提案したい。

### ◆スニーカー&キッズの傾向

スニーカーの「脱・運動靴化」に加速が掛かる。これまでの大手スポーツメーカーブランド主体の売場では、売上も利益も難しい状態。これからはスニーカーもブランド力ではなく、商品構成力で勝負しなければならぬ。

キッズは少子化が進んでいるので、低価格化と高価格化の

二極化が進んでいる。現在は低価格(辺倒)の状況なので、中高価格帯が穴になっていく。商品的にも穴はまだ多く、可能性は非常に高い注目ゾーンだ。

### ○スニーカー

靴やブーツタイプのスニーカーは、完全に市場の主流となった。この傾向はまだまだ続き、よりバリエーションも増えてくる。

メンズでは革靴風スニーカーに期待。デザインもオックスフォード(紐靴)、デッキ、チャッカーなど、カジュアルでの人気商品と同じようなものが増加。靴と二緒に展開するなど、より一層の訴求力強化に努めたい。

レディスでは今年、キャンパススニーカーの人气が高かったが、来春はより拡大する。来春がピークになるので、積極的に新鮮な打ち出しが求められる。

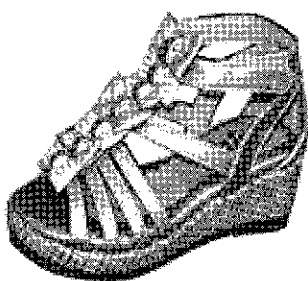
メンズと異なり、春らしい軽い素材、可愛らしい柄が揃うので、売場も華やかになる。

スタッズ(鉾)使い、厚底など個性的なスニーカーも増加。ポリウム感と印象度を強調しよう。

○キッズ(子供靴)  
女兒では大人化が加速。厚

底カジュアルなど、ヤングでの注目靴も登場する。

パンプスやサンダルなど、ヒールタイプの需要はより高まる。トドラーではキラキラとした装飾付きの従来系サンダルが人気だが、ジュニア以上ではヤング同様に、装飾は控えて、色、素材で見せる靴が人気。ピンク、サックスではなく、黒、茶、ベージュなどの定番色を中心とした品揃えになる。トドラーとジュニアではデザイン、色などの違いがあるので注意したい。ヤングでは定着、下降となったプーサン(グラディエーター)も、キッズでは人気が高い。ナチュラル系を中心に品揃えしよう。



キッズ・プーサン

男児では、ジュニアスポーツをきちんと揃えながら、カジュアル対応商品も導入する。アウトドアなど親子提案ができるものだと、雰囲気も伝えやすい。  
女兒、男児共にダンスシューズコーナーは必要。

### 理事会だより

平成二十四年八月二十三日(木)午後二時半、西村記念ホール

川上副会長の司会の下、参加者29名で会の成立を確認、議事録署名人に森嘉明氏、梶泰和氏を選出し議事に入った。

#### 一、夏期学校講座結果報告

矢代副会長より8月8日に東京都皮革技術センターで行われた「皮から革へ」の講座と工場見学の結果報告があった。

今後このような研修を国内で開くことが困難になってきているので委員会としては近いうちに同様の講座を企画したい旨の報告。

#### 二、夏期学校校外指導結果

川上副会長より今回で60回を迎えた校外指導の詳細な報告。(二面参照)次回より会員従業員の福利厚生事業としてレクリエーションに特化した企画を立てたい旨提案され満場一致で承認された。

#### 三、「靴まつり」の実施説明

田中副会長より今回の企画の詳細説明、正しい靴選びを一般消費者に啓蒙するため公益事業としての部分と会員店舗の販売促進事業の部分の関係で印刷物を分けてある旨の説明。

#### 四、シューフィッター

##### 養成講座の今後の予定

小堤会長より9月の近畿要請講座と11月の東京養成講座の実施要項について説明。

受講者が減少しているが、シューフィッターの養成は協会としても大事な事業である。と強調した。

##### 五、その他

小堤会長、矢代副会長より、現状の会費規定の確認と移行申請の為に会費規定の修正を行わないとならない。と提案し、二回了承した。

#### 夏期講座アンケート報告

8月6日に行った講座は工場見学を取り入れ東京都皮革技術センターで開催した。

講座終了後、参加者にアンケート調査を行い集計がまとまったのでここに報告する。

◎参加者・管理職9名、店長1名、リーダー主任3名、スタッフ11名。

◎年齢・25〜29歳5名、30〜39歳5名、40才以上16名

◎内容について

- 難しすぎた ..... 0名
- 少し難しかった ..... 3名
- 良かった ..... 23名
- どちらとも言えない ..... 0名
- 簡単すぎた ..... 0名

##### ◎所要時間について

- 長い ..... 2名
- ちょうど良い ..... 23名
- 短い ..... 1名

◎今後、業務で活かせる、活かしたいと思ったことは？

商品発注・2件。商品企画開発・7件。接客・8件。商品知識向上と伝達・12件

##### ◎テキスト資料は？

- 大変わかりやすい ..... 6名
- わかりやすい ..... 16名
- どちらとも言えない ..... 3名
- 少し分かりにくい ..... 1名
- 分かりにくかった ..... 0名

##### ◎講師の説明は？

- 大変わかりやすい ..... 8名
- わかりやすい ..... 14名
- どちらとも言えない ..... 3名
- 少し分かりにくい ..... 1名
- 分かりにくかった ..... 0名

##### ◎今回の感想を

\*実際の工程を見学し、理解が深まった。

\*工場の方での説明がわかりやすかった。

\*ビデオを見た後の工場見学で、理解しやすかった。

\*はじめて聞く語句が多く説明がわかりづらかった。

\*質疑応答が良かった。

\*製造を実感できる機会を多く持たたい。

\*普段見慣れないところを見学したい。

\*革の伸び方向を理解した。  
\*革が貴重なものであると感じた。

他に今後希望の日程や頻度および開催時間や所要時間など、ご意見を聞いた。

希望セミナーでは、工場見学・商品知識・足・歩行の知識などの希望が多かった。今後の参考とさせていただきます。

### 会員討報

倉持作次郎氏

豊島支部

サンコーシューズ会長

平成24年2月16日

老衰

享年九十三歳。

#### 東京都中小企業景況調査 [7月]

業況：弱含み  
見通し：慎重な姿勢

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	375	42.9%	-100	0	100	0
森・考回り品	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	279	31.9%	-100	0	100	0
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・24年8月)

▶ 全体的な業況		
良い	9.1%	
悪い	72.7%	
変わらず	18.2%	
▶ 売上げ		
前月比	増えた	0.0%
	減った	54.5%
	同じ	45.5%
前年同月比	増えた	9.1%
	減った	27.3%
	同じ	63.6%
▶ 販売価格は前月比		
	騰貴した	0.0%
	下落した	27.3%
	同じ	72.7%
▶ 販売経費は前月比		
	増えた	0.0%
	減った	9.1%
	同じ	90.9%