



大澤氏

去る4月19日に、このたび皮革産業連合会会長を退き名誉会長に就任されました(株)シヤミオール会長の大澤重見氏を、栗原常務理事と東靴副会長の田中の2名で伺い、今までの豊かな経験と、今後の靴業界の展望などを伺いました。多くの貴重なお話を聞き、多くのことが出来、今月号と次号の2回に分けて掲載いたします。

皮革産業連合会 名誉会長 (株)シヤミオール代表取締役会長 大澤重見氏に聞く ①

大澤 43年前に3社が合併し会社を設立しました。将来の自由化を念頭に入れ、小さな企業では国際競争には勝てな

お話を聞かれますか？
また、早い時期から中国を始め海外にも目を向け、会社を発展させてこられた経緯などをお話いただけますか？

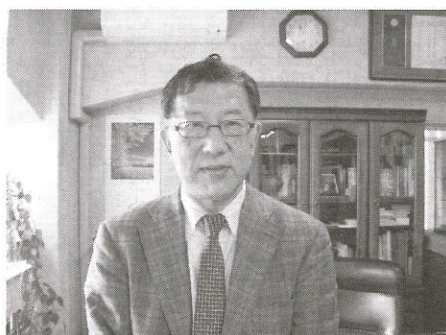
では早速ですが、株式会社シヤミオールについてお尋ねします。3社のメーカーが集り、ひとつの会社としてスタートしたと伺っております。当初から会社の規模を大きくし、競争力を

上げてきました。その際、同じような人が集るより特徴のある人が集るほうが強いと考え、技術力に優れている人、ファッションの点から企画力がある人、それに営業力に強い3人で起こしました。

栗原 皮革産業連合会の会

技術力・企画力・営業力の3つは、今のアベノミクスの3本の矢のように強い力になります。その時は、そこまでの思いは無かった気がしますが、結果的に自由化、グローバル化に向かい強い会社を作ったことになり、正しかったと思っています。

技術力・企画力・営業力の3つは、今のアベノミクスの3本の矢のように強い力になります。その時は、そこまでの思いは無かった気がしますが、結果的に自由化、グローバル化に向かい強い会社を作ったことになり、正しかったと思っています。



栗原氏

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

一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(5月号)

大澤 日本靴連盟は唯一のメーカー、卸、小売の団体です。連携することは勿論ですが、業界全体の問題を話し合うのも良い場ですね。お互いに抱えている問題点の情報交換が必要です。個々の問題はそれぞれが

長としても活躍されましたが、規制緩和や関税枠の問題など困難が山積していた中で業界の健全化、活性化を考え、リーダーシップを発揮されてこれらだと思います。

商業統計では平成3年と平成19年を比較すると、日本全体の小売業の年間販売額は5%減り、売り場面積は35%増加、坪効率は30%も減少しています。これは大規模SCの出店があつたからで、消費は減っているのに売場は増え、面積当りの生産性効率が下がった訳です。実は私の店舗がある上野の大型店の売上を検証すると、A店はピーク時の60%減、他の店舗も半分以上になつて

います。日本各地で、このような大変な現象が起こっています。大型SCは巨大モールだけでなく、地方都市の近隣にはGSM(総合スーパー)の中小の店舗も展開しています。これだけ売り場面積が増えたと今までと同じ経営では成り立たなくなっているのではないでしょうか？

解決しますが、業界として認識を共有した方が、問題解決につながるのではないのでしょうか。今後の業界のあり方を考えますと、FTA・EPA・TPP(別項解説)などといったグローバル化が進む中、国際競争力化の必要が迫られています。まさに先ほど申した技術力・企画力・営業力を持ち合わせる企業しか生き残れないと言つても過言ではないでしょう。

大澤 たとえば、30ドルの品を仕入れた場合、1ドルが80円から100円になると600円の値上がりになる。関税や諸経費を考えると、そこまで利幅が

栗原 今後、消費税の値上げや、今の円安の問題など難しい時を向かえていますか？

しかしながら、一社でこの3つを持つのはなかなか難しいことです。そこで、M&A(企業合併)を行い、それぞれの短所を補完し合い長所をさらに活かす手段も一つの方法です。とはいえ、靴産業は個々の家業としての中小零細が多く、企業として、また事業としての視点が少ないように見受けられます。特にこの点は東京の地場産業である浅草のメーカーに多く感じます。この体質では時代に流されてしまうと危惧しています。

解決しますが、業界として認識を共有した方が、問題解決につながるのではないのでしょうか。今後の業界のあり方を考えますと、FTA・EPA・TPP(別項解説)などといったグローバル化が進む中、国際競争力化の必要が迫られています。まさに先ほど申した技術力・企画力・営業力を持ち合わせる企業しか生き残れないと言つても過言ではないでしょう。

しかしながら、一社でこの3つを持つのはなかなか難しいことです。そこで、M&A(企業合併)を行い、それぞれの短所を補完し合い長所をさらに活かす手段も一つの方法です。とはいえ、靴産業は個々の家業としての中小零細が多く、企業として、また事業としての視点が少ないように見受けられます。特にこの点は東京の地場産業である浅草のメーカーに多く感じます。この体質では時代に流されてしまうと危惧しています。

ある商売はなかなかないので、以前のままでやって行けませんか。更に関税や国際通商条約の問題なども迫っております。すでにASEAN諸国とはEPA条約締結により無税の流れで進んでおり、中国に変わる産地として国際競争がますます激しくなっています。

また、国内の流通を見ましても、大手小売は特惠関税の生産国から大量に仕入れることで仕入れコストを安くし、利益をしっかりと維持しています。

こういった店では市場が低迷しても、ゆとりのある商売をしているので体力を維持できまが一般店は厳しくなるでしょう。企業全般、国際力を強くしていく必要があります。また、SCも増えています。今や大手店舗を入れないとSC自体が成り立たないのです。高級品のイメージの百貨店でも大手店舗を誘致する時代になりました。

栗原 いま、問題のTPP、TQ枠や通商条約などの動きについて、どのようにお考えですか？

大澤 経済産業省と一緒に交渉相手のメキシコや東南アジア各国へ出向き、交渉をしてきました。その中で感じたことは、国

際化は避けて通れず、各国々にもそれぞれ事情や課題も多く、時には交渉の中で受け入れることも必要であり、その結果がに日本の靴産業を守って行くことになれば良いということです。靴業界もグローバル化は避けて通れません。これからはメーカー、卸、小売全てにおいて主体性を持った経営が必要になります。そのために「同業種や取引先もどこも悪いので、当社が悪いのは仕方がない」ではなく、自分でしっかりと理念を持って経営していく。常に足腰が強い経営、健全経営を目指すべきです。「自らの経営は自らが責任を持つ。」このために特に技術力と開発力が重要になります。小さい企業は高度な技術や小回りがきく長所を生かし、大きい企業は規模を武器にするなど経営の見直しを行って欲しいですね。

栗原 日本の靴産業は明治維新から始まり、現在まで発展を遂げてきましたが、バブル崩壊後、低迷が続いています。また環境やビジネスの方法も大きく変わりました。今の時代にあつた経営には何が必要だと思われますか？

大澤 日本の靴業界は三つの大きな創業期があります。ま

ずは西村勝三翁などが明治維新後に靴産業を興し、材料はおろか製造技術など何もないところから創業した第一期です。大変な苦労があつたと容易に想像できませんが、軍靴の製造を受注したことから、産業としての基盤が固まっています。第二の創業期は戦後です。街は焼け野原になり、物はなにもありませんでした。欧米諸国から文化やファッションが入り、特に女性が下駄や草履から靴を履くようになりました。しかし、統制経済の中、材料が不足したため魚の革まで使うなど、供給不足で物があれば、とにかく売れる時代でした。さらに時代が移り、製造技術も進歩を遂げ、大量生産時代になり、企業も本当の経営者でないとやっていけないようになる。高度成長の波にも乗りメーカーと卸、小売が連携して業界は発展してきました。

第三の創業期は、現在の国際開放期です。材料は豊富にあり、生産も量産体制が整っている。国内の経済は成熟し、競争が激化し、新たな市場を求め、海外への展開をも考える時代になっています。更に急速に円高から円安に変わり、価格競争力がついてきて輸出が出来るような環境になっています。イタリアや上海、香港で開催される展示会でも、日本の技術は高く評価されています。国際開放の中、諸外国は日本に力を入れ靴を輸出してきますが、逆に日本から高品質の靴を輸出する「まさに海外へ向けての市場開放の扉が開いた」と考えます。

勿論、どこでも商機があるわけではありません。海外市場の動向などを積極的にマーケットリサーチし、慎重にかつ大胆な動きが必要となります。

併せて、重要なこととして、先ほどの技術力、企画力、営業力に合わせ基本的な語学力と経験が必要です。諸外国にはカンバンひとつで展示会を中心、各国で営業活動をするセールスマンがいますが、日本ではほとんどいません。海外を対象に営業をする人材の育成も急務です。

(次号に続く)

栗原 日本には技術力、企画力を含め良い製品は有ります。

それをどのように発信してゆくかが、今後の大きな鍵です。先人たちが残した品々を見ると、その技術力の高さと独創性、完成度の高さに日本人としての誇りを感じます。古いものからのエッセンスを取り入れ、日本らしさを再発信していく。

海外ブランドのまねだけでは世界には通用しません。日本でし

かできない製品開発が必要になるでしょうね。

大澤 「歴史を学び現在を見極め将来を展望する」この気持ちがあればいけないですね。

私はリベラリストですので、「前を切り開き新たな歴史を作る。将来につながる若い人に承継してゆく時、我々が行っていることが歴史の1ページになる。」と思って行動しています。技術力、企画力を含め、日本の靴作りを承継していく。そのためには若い人材の育成が大切になります。また、企画開発、研究、人材育成など先行投資が必要になります。そのためには会社の体力を強くしておかなければならないのです。

FTA(自由貿易協定)

「特定の2カ国間(または複数カ国間)で行われる関税撤廃や数量制限などの貿易障害を取り除く協定」

EPA(経済連携協定)

「FTAの協定を結んだ2カ国間が、更に貿易連携を強化する協定」

TPP(環太平洋経済連携協定)

「APEC加盟国間で行われる貿易における関税撤廃を目指す協定」

中堅社員研修会開催

4月17日水曜日午前10時より午後4時まで西村記念ホールにおいて、「ショップ店長のためのコーチング研修」と題し各ショップより15名が参加して中堅社員研修会が開催された。

今回の研修会は、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っていくかは、ショップの活気やメンバーの働き甲斐と能力向上に大きな影響を与える。そこでコーチングの基本を学び、さらなるメンバーのやる気を引き出し、ショップの活性化につなげることを目的として開催された。

講師には百貨店などの社員研修を行っている、株式会社セシユリアンドカンパニーの兵藤貴子先生にお願いした。



担当の矢代副会長より本日のスケジュール、注意事項など説明の後、小堤会長より「本日の勉強でコーチングの技術に身に付け各店舗で役立てていただきたい。」と挨拶の後、研修会に入った。

講義はまず自己紹介からスタートしたが、通常の自己紹介ではなく、2人が組になり相手の氏名・会社名・家族構成などをプライベート部分などをインタビュで聞き取り、それぞれ相手の紹介をするところから始まった。



研修プログラムは次のように進行的。

①コーチングの基本理解

☆コーチングの基本心得

☆ティーティングとコーチングの違いと使い分け

たとえばティーティングは指導者が相手に教えるが、コーチングは相手の能力をコミュニケーション

をと引き出す。

②コーチングの基本スキル

☆聴き方のスキル

言葉さええがららず、相手の言いたいことを聴く。

☆承認のスキル

相手の考え・発言を認め、励まし、支持する。

☆質問のスキル

適切な質問により、相手の中にある答えを引き出す。

③コーチング活用方法

☆タイプ別コミュニケーションについて

人のタイプは様々、同じ発言も、受け止め方はそれぞれ違う。タイプ観察は時間をかける。先入観を捨てる。ほか

☆自己理解と他者理解

☆モチベーションアップのために

☆効果的な指導方法

④事例研究

ここでは新人の教育担当の悩みなどの現場でのケースについて、問題点・対応策などを検討した。

今回の研修はグループでのディスカッションやロールプレイングも多く取り入れ実践に役立つ内容となり、参加者も熱心に取り組んでいた。



平成25年3月1日から31日まで開催した「靴の記念日」の

抽選会が4月23日、理事会終了後、同会場で行われた。出席の理事各氏にご協力をいただき300枚の当選番号を決定した。当選者には、応募葉書発行店を利用できる5千円のお買い物券を発送する。今回は、専門店2475通、大型店1795通、応募総数は4252通となり、昨年の105%となった。一般専門店と大型店との比較では58対42となり専門店の協力があつたと伺える。

業界情報

靴専門店大手3社

四月上速報

4月は日曜日が1日少く、3月の暖かく好調だった反動かやや低迷だった。大手3社の実績は次の通り発表されました。

☆チヨダ

○既存店売上高 ▲9.7%

客数 ▲10.9%

客単価 ▲1.3%

○全店売上高 ▲8.4%

客数 ▲9.8%

客単価 ▲1.5%

○一部地域では降雪があるなど厳しい寒気で春物が苦戦した。

○月末時店舗数1114店

☆エービーシーマート

○既存店売上高 ▲1.8%

首都圏GW商戦

気温は低めだったが、連休前の不安定な天候から一転し期間中は晴天に恵まれ、近場の人も多く、売上増になった。特に百貨店では改装を実施した店舗は大きく売上を伸ばし、改装しない店舗でも昨年を上回った店舗が多かった。大型商業施設では、連休が前半と別れ後半に向けて「お出かけ前需要」が多く購買意欲の高さがうかがえた。後半はファミリーやカップル、ヤング層が都心に繰り出し低単価品だがまとめ買いも目立った。売れ行きは気候に大きく左右されるが、GW期間中は気温が低く、夏物衣料など本格的な需要は連休明けからがカギを握る。

○月末時店舗数693店

○既存店売上高 ▲2.4%

○全店売上高 ▲2.6%

夏物パンプスやヒールスニーカーが好調に推移したが、全国的に気温が低く、売り上げが減った。

理事会だより



平成二十五年四月二十三日
午後2時、西村記念ホール

参加者29名

議事録署名名人に恩田勝彦
常務理事、松戸福治理事を選
出し、議事に移る。

一、「靴の記念日」催事結果の件

田中副会長より、「靴の記念
日」催事の応募結果について報
告がなされ、理事会終了後抽
選を行う旨報告。

二、シューフィッター養成講座

近畿結果と東京実施について

小堤会長より、近畿靴小売
商協会・大阪講座、会長自身と
木内二郎講師も参加し実施さ
れ、36名認定した。5月15・16
日の東京講座状況報告と11月
の講座は受講者が多くなると
予想されるので、今回の受講を
促進するよう要請があった。

三、中堅社員研修結果の件

小堤会長より、受講者15名
の参加で非常に充実した講習
であった。コミュニケーション能力
を高める研修は評判がよく、
部下を持つ中堅管理職にとっ
てはとても役立つものなので、
今後も続けてゆきたいと提案
し、賛同を得た。

四、夏期学校予定について

佐宗専務理事より、8月の

講座について左記の詳細説明。

*8月7日(水)の講座は、佐野
市カネコビル・栃木レザーの工
場見学を実施。バスで神田午前
9時出発、帰途は浅草、上野経
由で神田へ午後5時ごろ戻る。
募集は30名、参加費は二千元。

川上副会長より、8月の校

外指導リレーションについて日
程の確認があり、お盆明け8月
21日(水)とし、候補地は遠方
ではない地域で検討し次回理
事会に提案。

五、催事・広報委員会

教育・研修委員会の報告

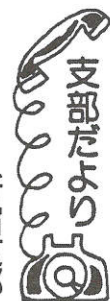
田中副会長より、9月の「靴
まつり」について、応募者が増え
ているので昨年同様の企画を
予定。

広報では「とうくつ」の3月
15日「靴の記念日」式典はじめ
紙面編集内容について詳細な
説明。

六、その他

佐宗専務理事より、5月の
スケジュール並びに決算総会に
関する正会員、賛助会員の区
分けや委任状の集め方について
注意事項が説明された。

小堤会長より、株式会社シュ
ーパブ須永社長の紹介があっ
た。



支部だより

— 新宿支部 —

新宿支部(佐藤清吉支部
長)では3月3日土曜日に、歌
舞伎町近くの「東京大飯店」に
おいて、来賓に小堤会長・佐宗
専務理事をお招きして平成24
年度の通常総会を開催した。



平成24年度の事業報告、決
算報告及び平成25年度の事業
計画案、予算案は原案通り満
場一致で承認された。

会長より「数年間かけて進
めてまいりました一般社団法人
への移行申請は、東京都からの
認可が下りることとなりました。
また、阿部政権下で円安株
高に推移していますが、我々に

実感が表れるのはまだ先にな
りそうです。協会の組織改革は
青木さんをはじめ若手ガンバの
会に検討を頂き、前向きに頑
張っていきなさい」と挨拶。
懇親会では和気あいあいの
中「次年度はより一層支部活動
の充実を計り、この状況を克服
してゆこう」など話し合い、有意
義な時をすごし終了した。

景況についてのアンケート結果
(対象月…25年4月)

▶ 全体的な業況	
良	16.7%
悪	66.6%
変わらず	16.7%
▶ 売上げ	
前月比	
増えた	16.7%
減った	66.6%
同じ	16.7%
前年同月比	
増えた	16.7%
減った	50.0%
同じ	33.3%
▶ 販売価格は前月比	
騰貴した	0.0%
下落した	0.0%
同じ	100.0%
▶ 販売経費は前月比	
増えた	0.0%
減った	0.0%
同じ	100.0%

東京都中小企業景況調査 (3月)

業況：2か月連続で上向く
見通し：模様眺め

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	3月		今後3か月間 見通し(当月比)	
875	379	43.3%	悪い	良い	悪い	良い
			-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	3月		今後3か月間 見通し(当月比)	
875	265	30.3%	悪い	良い	悪い	良い
			-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					

★投稿募集★
これからの皆様には喜
ばれる記事として、身
近な出来事も取り上
げてまいります。
街のこと、業界のこ
と、旅の思い出など、情
報、投稿をお待ちして
おります。