

工場見学実施

教育研修委員会では2月6日(木)に(株)エイゾーとバレリアン(株)の工場見学を開催した。

当日は19名が参加し朝9時に協会前をバスで出発し、埼玉県八潮市にある(株)エイゾーに到着。見学の後、近くにある商工会議所会議室で昼食と質疑を行い、葛飾区お花茶屋にあるバレリアンシューズ(株)へ、両社で見学と説明を受けた。帰路は上野、浅草を経由し、神田には予定の午後5時に到着した。

◎(株)エイゾー

代表取締役会長・松村栄三
代表取締役社長・松村康信
事業内容・各社のOEMブランドとオリジナルブランドの企画、製造、卸を行っている。

昭和34年に向島に松村製靴所として設立。その後、草加市住吉、現在の八潮に移転し業務が拡大していった。

平成19年にはベトナムホーチミン市にエイゾーシューズベトナムを設立、生産体制を整えていった。

見学は2つの班に分かれそれぞれ説明を受けた。

一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(2月号)



☆企画

デザイン画をもとに木型を製作、サンプルを作り検討を重ねベストの木型を決定する。

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

企画室の各机の上にはパソコンが設置されコンピュータで管理しデザイン等を行っていた。また、沢山の革のサンプルや型紙が見られ熱いものを感じた。



☆製甲

木型をもとに型紙を起し、革を裁断。接着や縫い合わせを行いアップ(甲革)が完成。

ミシンや裁断機も利用しているが、基本は人の手による製造工程になっていた。

職人さん一人ひとりの技術がとても重要になる。

☆底付け

甲革を木型にかぶせ中底を

整えながら接着、かかと部分にヒールを釘で止めその上に本底を接着や釘で止める。
ここでも職人の手が製甲部以上にかかっていた。

☆仕上げ

ブラシやアイロンをかけて表面を磨く。中敷きを張り付け婦人靴は完成する。

☆検査

箱詰めされ、出来上がった製品は箱のままX線検査を行い、異物・抜き忘れた釘等が無いかをチェックし出荷される。

◎バレリアン株式会社

代表取締役社長・遠藤三郎
事業内容・婦人靴、紳士靴の製造販売。昭和42年に設立、各社のOEM生産を行うが紳士靴では自社ブランドも多く生産している。

昭和45年より秋田での生産を進めていたが、昭和61年に本社から分離独立しアキタバレリアンを設立。生産の安定とともに地域振興を図り地域社会と一体となった企業として、発展している。

お花茶屋の工場では、プラットフォーム製の紳士靴の生産が主でこの技術は他企業では、真似が難しい技術を要するそうだ。

☆工程

企画・製甲・底付け等、基本は(株)エイゾー同じだが、プラットフォームのストーム部分の工法は見ても難しそうだった。

ここでも多くの熟練した職人の方々の技術が光っていた。生産のコンセプトは足に優しい疲れにくい靴の生産とのこと。

ここで生産された靴はデザイン、価格など現状の顧客層を考える時、我々シューフィッターが店頭で販売する際、安心してお勧めできる商品として、もっと積極的に説明をして販売していく必要があるのではないかと感じた。

また、一部ではゴアテックスを使用したビジネスシューズも生産していて丁寧な靴作りの現状を見ることができた。



平成二十六年を 考える

いま私たちは大きな変化の途中にいます。明治維新が1868年、それからの77年間で日清、日露戦争、第二次世界大戦があり、侍の世の中から軍隊の時代を経て、民主主義へと変わりました。

すでにそれから68年が経過し、世界情勢は急速に変化しています。特にバブル崩壊後の20年間は国内では低成長が続いたものの、中国は高度成長を遂げ、アメリカにも一置かれる存在となりました。国内ではグローバル化という名のもとに、給与の実質的な引き下げや非正規雇用の拡大が続きました。一般消費者の生活を支えたのは円高や生産地の海外移転による、デフレによる物価水準の値下がりでした。その反面、輸出関連産業は円高に苦しみ、海外へ生産拠点を移しましたが、新興国との激しい競争にさらされ、なかなか利益を上げることができませんでした。

安倍内閣の発足とともに、バブルからの脱却を目的としたアベノミクスが進みましたが、第一の矢のリフレ(再びインフレにする)政策は、輸出産業には多大な利益をもたらしたものの、その副作用として貿易赤字の拡大、輸入物価の値上がりをもたらし、また第二の公共投資の拡大は、赤字国債によるものであり、将来の世代に対する負担の拡大が危惧されます。第三の矢の成長戦略は、各内閣も進めてきたものであり、簡単に成果の出るものではありません。

さて、輸出産業、証券業界には明るさが戻ったものの、皮革関連産業はまだ長いトンネルの中にいます。今年のマイナス要素としては、①消費税の値上げ、②円安による価格値上げ、③原皮高騰、④ヤング消費の低迷などがあげられます。

消費税の値上げですが、3月31日までの駆け込み需要、増税以降の買い控えによる売上低下、プライスカードの差し替えやPOP作成によるコスト増加、レジ、POSの各種システムのプログラム変更、などが考えられます。価格の表示については、本体価格+消費税、総額表示(税込)、本体・総額併記が考えられます。いずれにしても、値頃感が感じられる表示が必要です。消費税値上げ後の動向については70%が節約すると答え、何を節約するかという問いに対して、食費・飲食費が70%、外食・飲み会が66%、次が洋服・ファッション雑貨で63%です。前回の消費税値上げ時には、靴はアパレルより落ち込みが少なかったのですが、買う

気にさせる取り組みが大切でしょう。

価格値上げが進んでいきます。コンバースオールスターは税込3990円から4500円に。ニューバランスなど次々と値上げされるようです。これについては、値上げ前の購買を進めるのが、一番の拡販でしょう。

次に原皮高騰です。アメリカ原皮が50%、ヨーロッパ原皮が2倍になったといわれています。それにより今年の秋冬商品は大きな影響を受けると思われます。すでにリーガルは昨年の11月に続き、再度値上げする予定のようです。ある高級ビジネスメーカーでは、少々傷、汚れのある部分も使い、価格値上げを抑制しています。これは直営店比率が高く、販売員が説明できるからだそうです。今後クラリーノなどの人工皮革を使った製品が増えると思われるのですが、積極的に取り組む必要もあるでしょう。

ヤング消費の低迷ですが、人口ポリウム(若年人口)の多いのは、団塊世代と団塊ジュニアです。60歳以上の世代、40歳を中心とした世代です。逆にヤング世代は減少しています。現在10代、20代の働く女性は、全国で503万人、しかしこの20年正規の職に就ける若い女性は急速に減り、高校卒業の女性の場合、正規の仕事に就けた人はわずか

48%。非正規の不安定な仕事にしか就けない女性が増加し続けています。今、働く世代の単身女性の3分の1が、年収114万円未満。109をはじめとするヤングマーケットが厳しいといわれますが、それは以上のような理由にもよるのでしょうか。団塊世代と団塊ジュニア向けの商品開発に目を向けることも必要でしょう。

いままで書いてきましたが、いずれも大変な問題で、そう簡単に解決策が見つかる訳ではありません。しかし、問題解決の方法として、原理原則の徹底、時流を掴んで時流に乗る、必ず道は開けるはず。

原理原則、来店顧客に対し、接客スペースを設け、お茶、コーヒーのサービスを行ってファインになっていただく。また、接客時間中に履いてこられた靴を磨いて差し上げる。対話だけでなく、会話を通じて店の考え方を伝え、お得意様への一歩をふみだしていただく、などがあります。

また大切なのは、「不況だから売れない」という考えをやめることです。「デフレの正体」の中で藻谷浩介氏は15歳から65歳の生産年齢人口の減少が経済低迷の原因であり、いつか好景気がくれば、売れるようになるという常識から離れるべきだと主張しています。では、どの

ようにすべきでしょう？

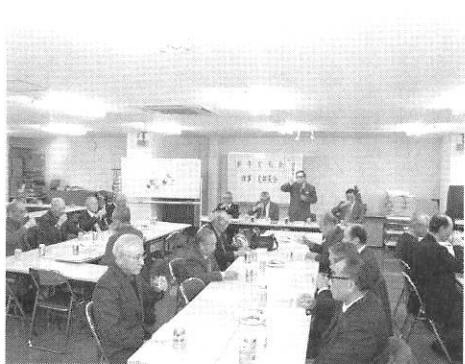
一つのヒントがあります。ワクワク系マーケティングといわれる「小坂裕司」氏の考えです。現在は物の豊かさよりも心の豊かさを求める時代で、顧客の感性に働きかけ「買いたい」のスイッチを押し、買う理由を与え、絆を育む顧客づくりを行うというものです。今年の商業界2月号に詳細に紹介されています。

次に商圏を広げることです。よくコンフォート系の専門店では、はるばる遠くからお客様が見えるといわれますが、何らかの特徴があり、その情報をお客様に伝えることができれば、今迄と違う世界が開けてくるはず。現在はアイフォーンの普及と共に、買い物行動が変わってきています。昼休みでも簡単にインターネットにつなげ、情報を得ることができ、まず、ホームページの立ち上げ、続いて店舗の住所+靴(スニーカー、ブーツ、コンフォート、レインシューズ)などで上位に検索されるようにすることです。具体的なことは、事務局にご相談ください。

どう考えても売上を上げることは簡単なことではありません。当たり前ですが、売れる側の都合で考えていないか？お客様からの視点から考える習慣こそが、繁盛店へとつながる一歩でしょう！

新年交礼会開催

本年より新年交礼会は1月の理事会終了後に開催することとなり、23日に開催された。会長「新年お目出とう。」の音頭で乾杯をし、懇親会に移った。矢代副会長より「このころの円安で原皮の価格の上昇はもろろんだが、原皮そのものの不足が起り、価格が高騰している。各メーカー共価格を上げて対応するしか方法が無いと言っている。原皮の仕入れ手配も相当な量をまとめないと資材の確保が困難な状況にまなっている。さらに消費増税で商売を取り巻く環境は厳しい状況になっている。新年からこんなお話で申し訳ありませんが、状況をお話させて頂きました。」と情報の発信があった。



参加者は、厳しい環境の中、今年も健康に留意し楽しく頑張つて行こうと盛り上がった。

業界情報

靴専門店大手3社

1月度速報

一月は正月商戦が一日少ない状況でした。比較的天候には恵まれ、各社とも正月は好調に推移した。

☆チヨダ

○既存店売上高 ▲8.5%
客数 ▲9.7% 客単価 +1.2%
○全店売上高 ▲7.6%
客数 ▲8.9% 客単価 +1.4%
○月末時店舗数 1108店
初売りから季節商材のクリアランスに入り、北海道・中部地区が引き続き好調に推移した。関東・東北地区は、前年大雪によりスノーシューズの販売が非常に良く、今年はその反動が響き、全体では前年を下まわる結果となった。

PBの販売状況は、紳士靴部門で超軽量本革ビジネス「ハイドロテック・ウルトラライト」が、昨年の発売以来引き続き好調に推移。

婦人靴ではカジュアルブーツや、スニーカー部門のセダークレストが若年層の高評を得、販売数を伸ばした。

☆エービーシーマート

○既存店売上高 +3.4%
客数 +1.4% 客単価 +2.0%
○全店売上高 +7.5%
客数 +5.6% 客単価 +1.8%
○月末時店舗数 753店

地域別では、都心部、地方郊外のアウトレット業態の既存店が好調だった。

商品面では、スニーカーを中心に引き続きスポーツが好調となった。

☆ジフット

(店舗名アスビー、ニーステツプ、グリーンボックスほかグループ各社)
○既存店売上高 ▲3.5%
○全店売上高 +1.8%
○月末時店舗数 738店

靴小売業

こんなに減少

総務省・経済センサス(確報)によると、靴小売業の店舗数が、12年2月現在で7961店舗になっているという。もちろん大手3社の店舗を含めて、俄かには信じられない数字である。経済産業省統計による07年時点の店舗数は1万61

5店舗であったから、この間に年間で平均630店舗も無くなっていることになる。15年前に比べると半減しているのだ。

靴小売業の年間販売額は12年で5548億円、07年の6664億円に比べ1116億円減、20年前の半分になっている。

一方、シューズポスト紙推定での靴小売市場全体の販売額は、この20年間で1兆5千〜6千億円台で推移しており、規模が縮小していることはない。これは、靴小売業(狭義での分類)とされている以外の小売業での販売が拡大していることによる。つまりスポーツ、アパレル、セレクトショップ等の小売業、百貨店、GMS(総合スーパー)、ホームセンター、急成長しているネット通販などである。ちなみに靴小売市場全体のなかでの靴小売業の販売額比率をみると、94年は1兆5140億円のうち9894億円、64.5%を占めていた。07年に42.9%、そして12年には33.2%と、急速にその比率が低下しているのだ。

最終報告シンポジウム

参加募集

経済産業省と一般社団法人日本皮革産業連合会(JLII)は連携して「足入れの良い

革靴プロジェクト」を推進しています。このプロジェクトでは、低価格品とブランド品の流入及び少子化といった市場環境に対抗すべく、履き心地が良く、歩きやすく、美しく、靴に起因する足のトラブルが少ない、「Made in Japan ブランドの革靴」の確立を目指し、日本人の足形状や歩行パターンに適合する革靴製造のための靴型の研究を進めてきました。そこで3年間の研究成果報告とともに、開発した靴型の展示、製造した革靴の試履などを体験できるシンポジウムを開催致します。履物に関連する幅広い方々にご参加頂きたく企画いたしました。是非ご参加ください。

開催日時・平成26年3月14日(金) 13:30~16:30

開催場所・台東区民会館(都立産業貿易センター台東館) 第2会議室(本会場) 第4会議室(展示)

申し込み・URLリンクより「参加登録」を(定員120)

URL:
http://www.sanbo.metro.tokyo.jp/access/tai_map.pdf

参加費・無料 3月13日締切



役員会・支部会

だより

平成二十六年一月二十三日
午後二時半、西村記念ホール

司会の川上副会長より、本日の参加者26名の報告の後、「昨年末は記録的に良くなかった、さらに消費税の値上げを控え心配だ」と挨拶。

続いて会長が「昨年は父と母の葬儀が続きお世話になりました。円安が進んでいるが、革の輸入価格が5割から倍近くになり、さらに品薄も重なり大変な状況だ。消費増税も重なりダブルパンチになる。しかし悪い時こそ知恵を出し、新しいことや新市場を考えるなど、皆様と共に切磋琢磨して乗り切っていくましよう。」と挨拶。議事に入った。

一、親和会総会について

川上副会長より、親和会総会は2月19・20日に箱根湯本・南風荘にて開催することになりました。現在の参加予定者は昨年より若干少ないようですので、奮ってご参加下さいと要請した。

二、各委員会報告について

矢代副会長より、2月6日メーカー工場見学について、スケジュール他詳細の説明があった。

また、来年度の4月に開催する中堅研修(仮題・苦情対応)について企画段階の報告があった。

三、靴の記念日の催事について

田中理事より、「靴の記念日」催事のポスター原案、しおりの内容について具体的な説明があった。また、「靴まつり」のお買物券の扱いについても再度確認があった。

四、日本靴小売商連盟

総会についての件

小堤会長より、日本靴小売商連盟総会が1月29日11時より西村記念ホール於いて開催の確認があり、関係者の出席を要請した。

五、シューフィッター既得者

勉強会について

小堤会長より、2月13日(木)午前10時より開催の既得者勉強会は、既に40名以上の応募がありますが、まだ余裕がありますので、希望者は事務局まで連絡して欲しいと要請。

六、その他について

佐宗専務理事より、12月18日に行われた「ガンバの会」の審議内容を報告。TPPほか今後の自由化に関する情報交換を行った。また、出席したアジアリング坪谷、半田両講師からの当協会に対する提案を聞いたことを報告。また、2月のスケジュールについての提示があった。



中央支部

中央支部役員新年会開催

中央支部(井本欽勇支部長)では1月17日金曜日、午後5時30分より、「まこと寿司」において今年最初の支部役員会が開催された。

来賓として小堤会長、佐宗専務理事が参加した。

井本支部長より「2020年のオリンピック開催決定とアベノミクスの効果で本年は景気回復が期待される。また、3月の靴の記念日セールもあり、4月からの消費税値上げを、元気に乗り切っていく。」と挨拶。

続いてダイアナ靴店の桜本氏の乾杯の音頭で新年懇親会がスタートした。

和気あいあいのうち親睦を深め、午後9時に、皆様の健康と商売繁盛を期待し閉会となった。



☆生命共済会

加入の御礼



東靴協会の団体生命保険は会員の減少で継続が危惧されておりましたが、若手社員の方々からの加入があり、継続することができました。

ここに厚く御礼申し上げます。なお、引き続き入会を募集しておりますので、ご協力をお願い申し上げます。

会員計報

小倉常二氏

東靴協会品川支部

有限会社オグラ靴店社長

平成二十六年一月十一日

享年八十歳

東京都中小企業景況調査 {12月}

業 況：横ばい
見通し：小幅ながら漸進

卸売業				業 況					
対象数		回答数	回答率	12 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
875		304	34.7%	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	12 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
875		267	30.5%	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								

景況についてのアンケート結果
(対象月…26年1月)

- ▶ 全体的な業況
- | | | |
|------|---|-------|
| 良 | い | 7.6% |
| 悪 | い | 46.2% |
| 変わらず | | 46.2% |
- ▶ 売上げ
- | | | |
|-------|-----|-------|
| 前月比 | 増えた | 23.1% |
| | 減った | 53.8% |
| | 同じ | 23.1% |
| 前年同月比 | 増えた | 15.4% |
| | 減った | 46.2% |
| | 同じ | 38.4% |
- ▶ 販売価格は前月比
- | | |
|------|-------|
| 騰貴した | 0.0% |
| 下落した | 7.7% |
| 同じ | 92.3% |
- ▶ 販売経費は前月比
- | | |
|-----|-------|
| 増えた | 7.7% |
| 減った | 15.4% |
| 同じ | 76.9% |