

中堅社員研修会 「クレーム対応の勘所」開催

教育・研修委員会では、各会社の中堅・若手社員の人材育成を目的に研修会を4月16日(水)午前10時より午後5時45分まで、西村記念ホールに於いて開催した。

講師に(株)インソースの平泉由美先生をお招きして「クレーム対応の勘所」をテーマに11名が参加して熱心に行われた。



初めに佐宗専務理事より注意事項が、続いて教育・研修担当の矢代副会長よりスケジュールなどの説明の後、小堤会長より「クレームはいやなものですが、処理・対応の方法で固定客になる。本日は、是非その所を学び取っていただきたい。」と挨拶し講義に移った。



講義カリキュラムは左記の通り。

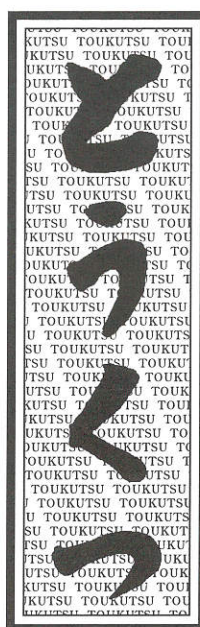
1、クレーム対応の現状を振り返る。

2、クレームとは

①クレームの背景と傾向

②クレーム対応が上手にできない3つの理由

3、クレーム対応の4つの基本手順



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)

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

近畿シューフィッター 養成講座開催

4月9・10日の両日大阪において38名が参加しシューフィッター近畿養成講座が開催された。カリキュラムは左記の通り。

9日(水)

○靴の商品知識

日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄 氏

○ゴム履物の商品知識

(株)ムーンスター技術開発課
課長 秋満 茂喜 氏

○足の構造・足の機能

コープおおさか病院
整形外科 西村 典久 氏

○足の生理・足の病気

西奈良中央病院整形外科
奈良県医科大学
名誉教授 高倉 義典 氏

10日(木)

○足型計測

日本靴小売商連盟・SF講師
大村 康郎 氏

○フィッティング

日本靴小売商連盟・SF講師
西出 一男 氏

○アシヤストメント

日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄 氏

○足と靴の知識

同 大村 康郎 氏

○シューフィッターの心得
日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄 氏

○テスト

この近畿講座は、来年度からFHAとの合同開催となり、講座日程も3日間となる。

近畿靴小売商協会として独自開催はこの秋が最後となる。今回は33名が合格し、日本靴小売商連盟より認定証を発行した。



平成26年3月1日から31日の間、開催した「靴の記念日」の選会が4月24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抽選箱よりあらかじめ準備をしていた応募はがきに付けた番号を引く方法で行った。

参加した理事が10枚づつ引いて合計で300枚の当選番号を決定した。当選者には、応募葉書発行店で利用できる5千円のお買い物券を送付する。

今回は専門店1994通、大型店1631通、応募総数は3625通となり昨年は4252通で昨年比85%と減少した。

一般専門店と大型店との比較は約55対45となり、比率では大きな変化は見られなかった。

岩崎幸次郎氏に聞く ②

前々号に引き続き、日本皮革産業連合会会長、㈱リーガルコーポレーション社長の岩崎幸次郎氏に、栗原茂当協会副会長が、主に社長としての立場を伺いました。

栗原 さて、リーガルの社長さんとして、ブランドの重みを感じ、大変だと思えます。事業内容を見ますと、小売の比重が上がってきていますね。商品構成も定番品の割合が下がり若年層のファッション性の高い商品構成に変化してきているように、感じますが。

岩崎 私はもつと変えるようにと、言っているのですが。変えて良い部分と、変えてはいけない部分があります。品質を維持することは絶対に変えてはいけない部分です。営業は、他社と比較し商品が割高なので安価なものを望みますが妥協してはいけません。

栗原 消費税が上がります。消費者も中間層が多かった時代から、二極化が進んできたような気がします。

岩崎 それは感じています。上の層を対象に考えて行くことになります。リーガルブランドは当たり前に認知してくれているから全員が顧客だと思

うのは大間違いです。リーガルファンは一部の方々のだと認識すべきです。品質は落とさず自社の顧客を大事にしてゆくことが重要になります。商品に誇りと自信を持つことです。

栗原 今後、ビジネス・ドレスシューズを履かなくなった団塊の世代が増えますが、その層に他の提案をして頂きたいと思っています。

岩崎 コンフォートシューズの流れは大きくなって行くでしょうが、まだまだ研究不足だと思います。カジュアルは安いというイメージが有りますが、高品質のカジュアルのマーケットは必ず有ると思います。まだまだ、アイディアも冒険心も不足しています。顧客の要望の方が先に進んでいるようにさえ感じていますね。

栗原 現在の商品は、団塊の世代の方々が満足して履いているとは思えません。男性も女性も、もつとオシャレな靴を求めているのでは？

岩崎 女性靴は少しヒールも高く、カラフルで、もつとオシャレな履きやすい靴を望まれています。

栗原 履きやすい靴のイメージも変わってきていますね。百

貨店でもパンプスよりカジュアルやスニーカーが売れているようですが、靴の嗜好も変化していますね。

岩崎 団塊の世代の方々は良いものを身につけてきました。それを知った層は品質の落ちたものでは満足しないでしょう。高品質のカジュアルは望まれています。

また、専門店が疲弊しているといわれ、自由化が原因といわれますが、流通の形態の変化の方が大きいと思います。都内の百貨店もリニューアルするとインポートの売り場が増え、ますます安価の商品が台頭してきています。小売りも良品をじっくり販売する姿勢が大切になりますね。

栗原 団塊の世代、団塊ジュニア層は人口も多く、日本の良き時代を知り、靴の良さもわかる層なので、そこを狙うことが必要ですね。

岩崎 ブランドイメージを再検討する必要もあるでしょうね。リーガルは紳士靴のブランドであり、婦人靴のイメージは堅いパンプスのイメージですが、要望に応えられワクワクするような靴作りが、スタートする運びとなりました。

栗原 描いている理想的な靴

作りが進展するのですか。

岩崎 現在は百貨店を中心に行っていますが、地方の元気な専門店でも扱えるようにしたい。その際も接客がとても重要になります。革のこと、靴のことを、さらに勉強してもらったところから始めます。それには、研修施設の設置も必要になりますね。もつと、作る部分と販売部分が近づき、一体となつて取り組み、商売をしていかなければなりません。メーカーや卸の方に良く言いますが、店頭で実売されて初めて利益につながるのです。これを忘れてはいけません。

栗原 グローバルな展開もして、上海で店舗の出店をされていますが、今後の方針についてはどうでしょうか？

岩崎 上海店は二〇年が経過しました。身の丈に合ったことしかできませんが、外国で販売することは、今後とも考えて行きます。

栗原 銀座の店舗などでは、中国人などのインバウンド需要は有るとお聞きしますが？

岩崎 震災で減少しましたが、今はまた増えてきています。

栗原 先週ヨーロッパの展示会へ行ってきましたが、この場で発

注すれば値引きをされると言っていて、急いでいました。相対的に品質も劣ってきているように思えます。

岩崎 かつてはイタリアのメーカーに発注すると、その工場が生産したので期日に確実に間に合いました。近年では、近隣の国に委託生産しているため、入荷も思うようにならなくなつてきているようです。

栗原 ミカムの展示会の開催日が早くなっているのも、そんな事が影響しているのでしょうか。

岩崎 そうです。販売時期に納品できなくなるのです。

私は海外に出張することが多かったのですが、リーガルと云えば分ってくれる。それだけでも大変に助かりました。他社と比較しての優位性があるとすれば、企画から生産・卸・小売と一定の規模で一連の流れを持つているということでしょう。これにより価格の決定も独自で行うことができます。単なるメーカーだと大手納入先から価格の条件を出され、経営は厳しくなつてしまいます。総合的な主導権を持つことが必要です。このことは、自社の利益が上げれば良いということではなく、マーケットが安定し消費

(2面より続く)

者に対しても安定して、良いものを提供し続けて行けることになりとても重要です。

栗原 では最後に、皮産連の会長さんとしてのお考えをお話頂けますか。

岩崎 リーガルの社長も皮産連の会長も、基本的には同じだと思っています。企業もただ利益を追求するだけではなく、靴が好きなのだから、ひとつになつてまとまって行動をして行かなければなりません。皮産連の鞆バッグのチームが「靴・バッグ・小物の基礎知識」という冊子を作成しましたが、非常に好評で2万部の増刷をしました。

顧客への啓蒙はもちろんですが、販売員の教科書としても役立つ、靴売り場の強化にも繋がっています。このように団体も企業も、一つにまとまらなくてはなりません。

FHAと日本靴小売商連盟・東靴協会が協力して行くということも業界にとって良いことだと思います。

栗原 良いものを売る体制づくりは、まず販売の現場を強化することなのではないでしょうか。

岩崎 フィッティングや、コンサルティング販売をしないといけないでしょうが、この認識を共有して現場の力をどのように強化して行くか、皆で考えないといけませんね。メーカーが生き延びる為には商品はもちろん大切ですが、その良さを説得し、納得頂いて販売することが必要です。売り場の力が、とても重要になり、その部分を応援しないといけないと考えています。

栗原 今は現場での手法も変化してきましたね。

岩崎 経費のかけ方も、テレビやチラシの効果が減少してきましたが、口コミの効果は大きいですが、メールでの販促策を考えていますが、アドレスの取得がネックになっています。

栗原 各メーカーでは小売りへの進出が増えていきますね。

岩崎 卸を通さない流通がこれからの流れになるのでしょうか。また、専門店との関係も見直して行くことが必要でしょう。最近大きなモールが増えていますが、マーケットは限られていますから、つぶしあいの激戦りになってきています。今後人口の減少を受け、生き残るために企業として何をしていくのか、先の読めない大変難しい時代になりました。

栗原 本日はありがとうございました。

消費増税後の 売り上げ

4月1日から、消費税率が5%から8%へ引き上げられました。3月末までは増税前の駆け込み需要で、一部の日用品や高額品の売り上げが増えました。その後には待っているのは増税による反動減です。家計が消費の中心である自動車や住宅、家電製品などは、比較的大きな影響が出るのではないかと懸念されています。

靴業界大手3社とアパレル等の2月から4月までの売り上げ昨対比を表にまとめてみました。(各HPより)

2月は、靴業界はプラスとなりましたが、前年比マイナスと落ち込んだ企業が多く、これは大雪の影響が原因と考えられます。

れます。

3月は消費増税を前にした駆け込み需要によるもので、自動車や家電製品、宝飾品、高級化粧品などの高額品が押し上げました。

しかし、肝心の「現金給与総額」がほとんど増えていません。雇用環境の改善から、比較的短期間に動きやすい非正規雇用者の給与は、建設業や介護業界を中心に上昇傾向ですが、正規雇用者の給与改善は4月までは行われないと考えられます。4月の賃金上昇が大きな焦点となりますが、3%の消費税増税分を十分にカバーできるかどうかは、微妙なところだと思います。

個人消費は好景気により、伸びた部分もありますが、駆け込み需要の影響も大きく、一方で給与は消費税を相殺するほどの増えない可能性も小さくありません。増税後は消費の落ち込みが予想以上に大きくなる可能性も考えられます。今後、注視して行きたい。

大手3社の 業績

靴専門店大手3社の2014年2月期決算が出揃った。3社合計の売り上げは、4338億3800万円。今期は、さらにABCマートが2000億円、チヨダが1500億円、Gフットが1000億円台の売り上げを見込んでいたため、3社合計は4600億円を超えそう。

各業界2～4月上高前年対比

業種	会社名	2月	3月	4月
靴	ABCマート	15.3	30.6	6.3
	チヨダ	17.9	15.5	-8.2
	Gフット	18.7	30.2	-0.5
靴平均		13.3	19.1	-5.1
バッグ	東京デリカ	-1.5	18.3	7.1
	ユニクロ	0.8	0.6	5
アパレル	良品計画	3.1	22.2	12
	ユナイテッド・アローズ	7.7	12.3	0.7
	ポイント	-4.5	-0.6	-2.2
	トリニティアーツ	-4.9	5.4	0.5
	ハニーズ	-3.3	-7.9	-9
	バレモ	-12.7	-8	-6.8
	マックハウス	10.5	-4.5	-5.8
	シーズメン	-16.7	2.5	-2
	コックス	2.7	2	-0.6
	タカキュー	-3.1	9.9	0.8
	AOKI	-2.1	17.3	-7.5
	青山商事	-2.4	12	-14
アパレル平均		-2	4.9	-3.5
ホームセンター	ワークマン	14.1	21.8	0.2
メガネ	JIN	-25.1	-1.9	-12
スポーツ	アルペン	-4.5	9.9	-10
	ゼビオ	-1.8	10.8	-4.2
	ヒマラヤ	-1.4	10.7	-7
スポーツ平均		-2.6	10.5	-8.2
総平均		-0.26	8.65	-5.08

売上高(百万円)	ABCマート	チヨダ	Gフット
2014年2月期	188,045	147,423	98,370
2013年2月期	159,418	150,323	102,454
増減率(14/13)	17.96%	-1.92%	-3.99%
当期営業利益	34,126	10,531	4,465
当期純利益	19,989	5,847	2,180
今期(2015)予想	203,000	150,021	107,000

初めに佐宗専務理事より注意事項が、続いて教育・研修担当の矢代副会長よりスケージュールなどの説明の後、小堤会長より「クレームはいやなものですが、処理・対応の方法で固定客になる。本日は、是非その所を学び取っていただきたい。」と挨拶し講義に移った。



講師に株式会社インソースの平泉由美先生をお招きして「クレーム対応の勘所」をテーマに11名が参加して熱心に行われた。

教育・研修委員会では、各会社の中堅・若手社員の人材育成を目的に研修会を4月16日(水)午前10時より午後5時45分まで、西村記念ホールに於いて開催した。

中堅社員研修会 「クレーム対応の勘所」開催



講義カリキュラムは左記の通り。

1、クレーム対応の現状を振り返る。

2、クレームとは

①クレームの背景と傾向

②クレーム対応が上手にできない3つの理由

3、クレーム対応の4つの基本手順



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)

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

近畿シューフィッター 養成講座開催

4月9・10日の両日大阪において38名が参加しシューフィッター近畿養成講座が開催された。カリキュラムは左記の通り。

9日(水)

○靴の商品知識

日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄氏

○ゴム履物の商品知識

(株)ムーンスター技術開発課
課長 秋満 茂喜氏

○足の構造・足の機能

コープおおさか病院
整形外科 西村 典久氏

○足の生理・足の病気

西奈良中央病院整形外科
奈良県医科大学
名誉教授 高倉 義典氏

10日(木)

○足型計測

日本靴小売商連盟・SF講師
大村 康郎氏

同 木内 二郎氏

同 西出 一男氏

同 矢野 哲子氏

○フィッティング

日本靴小売商連盟・SF講師
西出 一男氏

○アシヤストメント

日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄氏

同 大村 康郎氏

○足と靴の知識

○シューフィッターの心得

日本靴小売商連盟・SF講師
小堤 幸雄氏

○テスト 終了

この近畿講座は、来年度からFHAとの合同開催となり、講座日程も3日間となる。

近畿靴小売商協会として独自開催はこの秋が最後となる。今回は33名が合格し、日本靴小売商連盟より認定証を発行した。



平成26年3月1日から31日の間、開催した「靴の記念日」の選会が4月24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抽選箱よりあらかじめ準備をしていた応募はがきに付けた番号を引く方法で行った。

参加した理事が10枚づつ引いて合計で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5千円のお買い物を発送する。

今回は専門店1994通、大型店1631通、応募総数は3625通となり昨年は4252通で昨年比85%と減少した。

一般専門店と大型店との比較は約55対45となり、比率では大きな変化は見られなかった。