



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(9月号)

平成二十六年 夏期学校校外指導開催

毎年恒例の校外指導は今年で62回目となり、8月20日水曜日に「鬼怒川温泉と竜王峡・日光ゆば工場見学の旅」と題し行われた。

午前七時半過ぎに、神田東靴協会前を43名の参加者を乗せバスは出発し、首都高速から東北道を経由し鬼怒川温泉に向かった。車中では朝食のパンと飲み物が配られ、朝早くつため朝食をとつていない人も多く好評だった。

途中羽生P.Aで休憩をとり、最初の目的地「ろまんちっく村」へ、日帰り温泉施設・プール宿泊施設が隣接した大型の道の駅で、朝採れの新鮮野菜や土産品、民芸品などが所狭しと並んでいた。その次の「日光ゆば製造工場」での見学では、工場の担当者からの説明を熱心に聞き入っていた。ホールで

の出来立てのゆばの試食は、さすが出来立ての味だと舌鼓。土産の調達も忘れずに済ませていた。その頃からポツポツと雨の気配。バスは一路目的地「鬼怒川温泉ホテル」へ向かった。



昼食会場では川上副会長の司会で進行し、小堤会長より「この旅行も今回で62回目を迎える。是非楽しんで頂きたい。今後ともよろしく。」と挨拶

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

挨拶があり、続いて矢代副会長が乾杯に先立ち、協会の研修事業を始め各活動について説明をし、「一般社団法人に移行したためこの旅行も福利厚生事業としてレクリエーションに徹しても良いと思う。」と挨拶。

乾杯の音頭で楽しい懇親会がスタートした。

食事はホテルの看板料理「ゆばづくし」で同感激。ボリュームでも、味でも大満足だった。休憩タイムにはカラオケも始まり会場は盛り上がった。

その後ほとんど全員が、露天風呂や大浴場へ向かい、温泉を楽しんで、日頃の疲れを癒した。

その頃になると栃木県特有の夕立が激しくなり、露天風呂での雨と雷は忘れられない思い出になった。

今回の目的地の「竜王峡」は、この雷雨の為「大吊橋」に変更したが、それも車中からの見学となり、予定外の「日光・おかき工房」の見学を取り入れることとなった。そこでは「お



かき」の試食が充実しており、種類の多さや、ドリンクの無料サービス等、大満足だった。帰りの車中では、協会からの土産の「漬物セット」が配られ、それまでの買い物と合わせ、手に持ち切れないほどだった。

途中で休憩を取った羽生P.A上り線は「鬼平江戸処」と呼ばれ、故池波正太郎氏の人気小説「鬼平犯科帳」の世界を表現したP.Aでミニパビリオンの様だった。

途中若干の渋滞もあったが、順調に進み浅草で途中停車し希望者数人が下車したのち、ほぼ予定時刻に神田に到着した。

シューフィッター 既得勉強会開催

平成26年8月28日(木)午前10時より当協会西村記念ホールに於いて39名が参加して、シューフィッター既得者勉強会が開催された。

講師には日本靴小売商連盟講師、FHA実技指導員の木内二郎氏が担当し「FHA対応、新しい計測のポイント」と題し講義を行った。



FHA実技指導員としての実体験を踏まえ、新たな計測箇所や評価の違いについて、実習を交えながら詳細に講義を行った。

この勉強会は今後毎年にも3回行つて行きます。

シューフィッターの皆様におかれては、新しい技術を身に付ける為に、繰り返し学ぶ事が大切です。

今後是非ご参加下さい。

2015年 春夏のファッションの傾向

アジアリング(株)

日本、欧米の景気も徐々に回復傾向となっており、ファッションにも変化が現れてきている。

これまでレディースもメンズも、エレガントな欧州系モードスタイルが流行最先端とされてきたが、景気が良くなってきたことで、カジュアル化が進む。

特にどのゾーンでも『90年代』が復活してきており、商品傾向にも変化が必要となっている。

◆レディースの傾向

レディースでは、シンプル&ベーシック(定番)な傾向が続く。しかし、全体にカジュアル感、リラックステキ感をプラスしたアイテムを、意識的に展開したい。

サンダルの需要は年々下降しているが、これまでのエレガンス系主流から変化し、カジュアル系商品の新たな展開が期待される。丸物、オープン物との組み合わせで、新鮮さを出したい。

○エレガンス系

従来からのエレガントなパンプスは、需要が減少している。ラスト(木型)、ヒールなどの変化を付け、カジュアルなイメージをプラスしたい。

春期における消費者の購買傾向は、必要な商品を購入するという面が強い。そこで、卒業式や入学式に参列される大学生、お母様、お祖母様用のパンプスが必須となる。これまではラウンド(丸い)トウのサテンパンプスがほとんどだったが、これからはポイントテッド(とんがり)トウなどラストパリエーションや、レース、光沢素材などの素材パリエーションを見せよう。



卒業式・入学式用パンプス

初夏以降は、今年よりもオープン物を増やしたい。オープントウ、セパレートなど、かかと部が付いていることで、靴下などと合わせられるので、寒くても履ける利点がある。安心して購入できるので、幅広い層で支持されるようになった。これらを入れることで、サンダルの

展開が減ったとしても、初夏の夏物の展開が豊富に見えるように工夫できる。



オープン物(カウンター付き)

○カジュアル系

今年は春先からスポーティ(スニーカーカジュアル)が大ヒットしたが、来年も人気は続く。紐タイプ、スリッポンタイプの両方とも人気。底周り、素材、ポリウレタン感の出し方などで、変化を見せたい。楽天で流行の商品ということで、ティーンズ、ヤングだけでなく、ミセスにも拡大する。



スポーティ

男靴はオックスフォード(紐靴)、オペラシューズ(スリッポン)が定着。ローファーやモカスリ

ツポン、ドライビングなどにも広がる。

カジュアル系の商品に太めのヒールをつけたカジュアルパンプス系商品にも注目。エレガンス、カジュアルの両面で使える汎用性の高さ、カジュアルでもキレイなイメージになるので、大人世代の支持を得る。

カジュアルサンダルは、暑くないと売れないということ、定価が取れにくく、扱いを減らしているところが増えた。しかし来年は、厚底サンダルや、「コンフォート(快適な)サンダル」が、ファッションとして注目される。



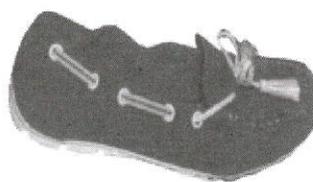
新コンフォートサンダル

定番の健康サンダルではなく、厚底にするなど、アレンジが必要。遊びを入れた素材、色使いなどで、面白さを前面に出したい。

○ミセス

ミセスでも、ヤングと同様の傾向が見られる。歩きやすさ、脱ぎ履きのしやすさ、足当たりの良さなどの機能性も持たせ

つ、トレンドを提案したい。前述のように、スポーティ系はミセスにも人気となる。ミセスには若干のヒール感をプラスすると良い。カジュアル系では、デッキ、ドライビングなどのスリッポン系が根強い人気。ソフト素材、カラーパリエーションなどで、見た目の訴求も高めよう。



ドライビング

暑くなるとサンダルが浮上。ブーサン(アンクル丈のサンダル)、バックベルトなどのサンダルだけでなく、カットワークなどで肌を見せた商品も上手く取り入れたい。

◆メンズの傾向

メンズでは、どの年代でもショーツが一般化。ショーツに合わせる靴の提案が必須となる。

男性の女性化は、まだまだ進む。特にレディースと同じ傾向が、メンズでも同時に出てくるので、商品、色、柄などはレディースの傾向を意識しよう。

○カジュアル

メンズでも、スリッポン系に期

待が掛かる。オペラシューズだけでなく、ローファーもしつかりと展開したい。学生靴タイプではなく、デザインや素材、色などの遊びが欲しい。

メンズでもちよつとした厚底は注目。これまでのような厚すぎ、重すぎのモノは支持されないので注意。

スポーツ系もより拡大する。スニーカーブランドでは提案が少ないスリッポンタイプや柄物を意識的に取り入れたい。エスパドリーユ、ドライブングも含め、素足カジュアルの充実がポイントとなる。



メンズ・エスパドリーユ

○ドレス(ビジネス)

ドレスでもローファー、モンクストラップなどのスリッポン系バリエーションが増える。カジュアルスタイルにも履ける汎用性の高さに加え、スリッポン自体がカジュアルで流行となつていることもあり、支持率が高まる。

春期には、新社会人向けの提案が必要。どの場面にどうい

うタイプの靴が適しているか、社会人になつて失敗しないように、売場できちんと説明し、販売することを心掛けたい。

○アダルト

メンズでも、アダルト世代は若々しい人が多い。カジュアルスタイルで過ごす時間が増えているので、ジーンズやチノパン、ショーツに合う靴やブーツを展開しよう。

やはりベーシック(定番)商品が強い。トラッド、アメリカなどの人気のテイストに、履きやすさをプラスした商品が実売となる。ティーンズやヤング同様、デッキ、ドライブング、オックスフォード(紐靴)が主流。ワークブーツ、チャッカブーツなどはアダルトでは強いので、揃えておきたい。



メンズ・アダルトカジュアル

サンダルはシンプルなベルト使いタイプや、甲深タイプが人気。衝撃吸収性の高い底使いを心掛けたい。

◆スニーカー&キッズの傾向

スニーカーの人気は来年も継続。今年はレトロランニングが中心だったが、来年はさまざまな商品が揃う。特に90年代に流行した商品の復刻や、同じような商品が登場するので、注目度が高まる。機能というより、デザイン性で選ばれるので、従来のような感覚だと、お客様との意識とかがみ合わず、難しいだろう。

キッズでは大人化がより進む。これまではベビーと女の子のみでの現象だったが、ジュニアにも拡大する。大人で流行するブランド、商品などの子供サイズが必要となる。

○スニーカー

これまでスニーカーブームを牽引してきたレトロランニングは、来春夏も継続。その中心である「ニューバランス」「ナイキ」は商品不足が多く、売り逃しになる可能性が高い。そのため他ブランドでの対応が必須となるので、いろいろなブランドをしつかりと調べておかなければならない。



レトロランニング

新たにハイテク系が注目。90年代に流行したハイテクランニング、ハイテクバスケが登場する。レトロ系と合わせて展開したい。



ハイテクバスケ

春にはキャンバスを中心としたバルカナイズ(加硫ゴム系)が浮上。真っ白、真っ黒などの定番単色は、レディス、メンズ共に人気が高い。春休み時期は学生を中心とした実売期になるので、通学用商品と共に、可愛い柄、きれいな色の取り入れも欲しいところだ。

ミセスは、パンプスタイルが根強い人気。大手ゴムメーカー商品の中で、ベルト使い、ウェッジヒール、柄使いなどを揃えよう。メンズアダルトでは白ベースのシンプルなスニーカーが人気。品の良さを重視し、革靴風なイメージをアピールしたい。

新しいところでは、サンダルに注目。特にアウトドアブランドのサンダルが、メンズだけでなく、レディスでもファッショントして注目されている。靴下と組み合わせ、オシャレに見せたい。こ

れまでの機能性重視の選択眼ではないので、売場での提案も変化が必要となる。

○キッズ(子供靴)

90年代の影響は、子供にも広がる。当時、流行していたような、ボリウム感のあるコート(バスケ、テニスなど)系商品は、背伸びをした女児、男児に支持される。ダンスにも対応できるの、ファッショニステ実用性の両面を訴求しよう。色も子供っぽいものではなく、大人と同様に黒、白単色に注目したい。

他でもレトロランニング、アウトドアなどは、親子でお揃いにする人達が増えている。親子で同じ商品を揃えて展開することも必要だ。

女児のカジュアル系では、厚底、ウェッジヒールは定着。サンダルがほとんどだったが、子供でもオープン物のバリエーションが必要となる。



アウトドアサンダル

理事会だより

平成二十六年八月二十六日
午後2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27名の報告の後、小堤会長の「増税以来4〜6月は景気後退が予想以上の上です。輸出関連の二部の大手は良いようですが、この夏商戦も天候不順の影響もあり衣類はじめ生活用品大幅売り上げ減となっております。靴小売りではA社のみ意気軒昂のようです。

急に涼しくなりましたので皆様体調に留意してお仕事に当たって下さい。」と挨拶があり、議事に入る。

一、夏期学校工場見学の結果について

矢代副会長より、8月7日に行われた工場見学には、32名の参加者が有った。コロンブスさんには送迎のバス他のお手配を頂き、また服部社長直々にお出迎え、ご挨拶を頂きました。見学内容は本日配布の「とうくつ」に詳しく掲載してあります。と報告。

二、レクリエーションの結果について

川上副会長より、8月20日に行ったレクリエーションはバスの定員ほぼ満席の43名が参加

し、昼食後の一時的な雨で部見学先を変更したが、大変賑やかに和気あいあいのレクリエーションになりました。と報告。

三、「靴まつり」の実施詳細、ポスター他配布について

田中省一理事より、本日配布のポスター案の決定過程と応募はがきに載せるアンケートの内容についての説明と注意事項の説明をした。

四、シューフィッター既得者勉強会の予定について

小堤会長より、8月28日に開催の既得者勉強会はすでに40名を超えた応募があります。FHAに講座を委託したばかりでまた養成講座の応募者は少ないが、講師を務める木内二郎氏は既にFHAの実技指導員の資格を取り当方の講座について反映させている。と説明した。

五、10月シューフィッター養成講座の予定について

佐宗専務理事より、10月の委託養成講座は既にFHAの応募者だけで締め切られたこと。1月の養成講座も10月前半までに応募を決めないと受講できない状況であること。「とうくつ」にも掲載したが、FHAの受講者職種内容を見ると、整形外科医、介護関係者、スポーツブランド、セレクトショップをはじめとする衣料関係者等々他業種の方が30%以上を

占めている現状に靴小売業界人として改めて危機感を覚える。と報告した。

六、その他

栗原茂副会長より、今月の「とうくつ」の編集内容について市況関係、ファッション含め詳細なる解説があった。

佐宗専務理事より、経済産業省からの不当表示防止法の改正、つまり罰則が付くことについて周知するよう要請があったと報告された。

中国の高級品に注目!

日中の政治的対立が続く中で、中国のイメージは下がっている。偽物商品、粗悪品ばかりが紹介されているが、実際には品質の良い中国製品も多い。欧州ブランド企業も中国生産しているし、中国でしかできない高級品も有る。

日本国内製造業は、ローテクとハイテク双方に強みを持っているが、どちらにもコストが高く、生産能力も高くない。一定の生産量と品質レベル、リーズナブルなコストを実現するには、日本生産では対応できないのだ。

確かに日本市場にあふれている中国製品の品質レベルは低い。しかし、その原因は日本側社が原価を抑え、より安い工

場へと生産を移しているからだ。中国国内向けの製品レベルより、日本向け輸出の製品レベルのほうが低くなっている事を消費者は知らない。

中国市場も日本と同様に高齢化、上質化が進んでいる。ネット流通へのシフトも日本以上だ。新しい日本市場と中国市場に注目した生産戦略が求められている。(FW8月号より)

東京都中小企業景況調査 (6月)

業況：わずかに減少
見通し：回復への期待感、わずかに弱まる

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	401	45.8%	-100	0	100	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	280	32.0%	-100	0	100	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8月)

▶ 全体的な業況			
良い		0.0%	
悪い		54.5%	
変わらず		45.5%	
▶ 売上げ			
前月比	増えた	0.0%	
	減った	81.8%	
	同じ	18.2%	
前年同月比	増えた	27.3%	
	減った	45.4%	
	同じ	27.3%	
▶ 販売価格は前月比			
	騰貴した	27.3%	
	下落した	18.2%	
	同じ	54.5%	
▶ 販売経費は前月比			
	増えた	18.2%	
	減った	18.2%	
	同じ	63.6%	