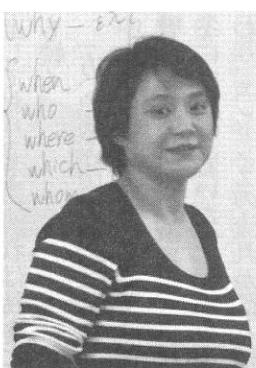


教育・研修委員会では、各会社の中堅社員の人材育成を目的に、研修会を4月15日(水)午前10時より午後5時まで、西村記念ホールにおいて開催した。



講師にアジアリング(株)の坪谷聰子先生をお招きし、「売る」「儲ける」幹部育成指南書」と「対話力」を強化する二つのテーマに、7名が参加して行われた。

前半の「売る」「儲ける」幹部育成指南書の講義は、「売る」と「儲ける」仕組みを図や表を交えながら店舗での対応方法(接客の仕方を含む)と商品(在庫)管理等のオペレーションの方法を説明した。

後半の「対話力」を強化するの講義は、人間関係の基本のひとつである「会話」と「対話」のなかで、①「聞く」力を身に付ける、②「聞く」ことの意味を考える、③「質問力」を高める為のトレーニングをグループディスカッション形式で説明した。

初めてに佐宗専務理事より連絡及び注意事項を、統いて矢代副会長より坪谷先生のご紹介とスケジュール等の説明の後、小堤会長より「本日の研修会での内容は店舗での接客と売上アップに直結する実践的なものになります。売場スタッフの教育だけでなく、自身の成長に役立てていただきたい」と挨拶し、講義に移った。

講義の最後に各参加者から言ずつ感想を話して貰ったところ、多くの参加者が各講義のテーマの内容はもちろん、お客様への接客の姿勢や店舗スタッフとのコミュニケーションの取り方についてもとても勉強になったとの話しをしていた。



また、当日の受講者は例年に比べて少人数ではあったが、店長や店舗の幹部メンバーにどうぞ現場で即活用出来るとしても実践的で有意義な内容であった。

また、応募葉書で行った起毛革に関するアンケートの結果は次のように成了。

☆知っている「40% (1378)」  
☆知らない「60% (2060)」  
☆お手入れは? 方方法はご存じですか?  
☆プロに出す「15% (511)」  
☆自分で「48% (1667)」  
☆しない 「37% (1264)」  
☆受けない「42% (1422)」  
けましたか?

以上の結果となつた。



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

(5月号)

## シユ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願います

## 靴の記念日抽選会開催

平成27年3月1日から31日まで開催した「靴の記念日」イベントの応募葉書抽選会が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さざ300名の当選者を決定した。

当選者には、応募葉書発行店で利用できる5千円のお買物券を発送する。

今回は、専門店1950通、大型店1544通、応募総数は3494通となり、昨年の96.4%となった。一般専門店と大型店との比較では56対44となり専門店の協力があったと伺える。

また、応募葉書で行った起毛革に関するアンケートの結果は次のように成了。

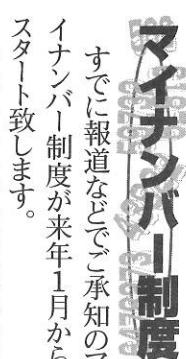
この制度では、社員家族全体の所得がはつきりし、税制のみならず医療・金融などにも広がり、事務の効率化、不正の防

止、国民の平等性などが目的とされています。

事業者としては社員のナンバーを適正に扱うため個人情報保護の観点から、管理に当たり安全装置などが義務付けられます。そのため管理取扱いの規定を決めておく必要があります。当協会でも佐宗専務と田中事務局員が説明を受けました。

また、法人には13桁の法人番号が指定されマイナンバーとは異なり誰でも自由に利用が可能です。

今後、普及に向けた積極的な啓蒙活動が進められることになるでしょう。



# 2015年秋冬の ファッショングの傾向

アジアリング(株)

好況の影響もあり、ファッショング全体はカジュアル化が加速している。スタイル的には70年代、90年代スタイルが主流。スポーティ全盛の中、新たにアメカジが浮上しており、その流れは秋冬にも続く。

一方、急激な円安傾向により、中小企業、小売業などでは苦戦が続く。景気の減速感と、秋冬には落ち着いた雰囲気が加わり、エレガントの流れが徐々に浮上しつつある。この2つの流れを捉えることが重要になる。

## ◆レディースの傾向

前述のように、ファッショングは転換期を迎えている。

「今」の売れ筋はスポーティ、トラッドなどのカジュアル靴。「先」の流れはエレガントの雰囲気。

売場でも「今」主流となる商品をボリュームで展開しながらも、「先」(次シーズン、1年後)を見据えた提案性のある商品を、数を抑えながら展開することも必要となる。そのバランスが大切だ。

## ○ブーツ

ブーツはまだ本格復活は見込めない。主流はブーティー、ショート。昨年の傾向と同じなので、「新鮮な何か」を見せたいところ。



カジュアルブーティ

ムートンブーツの流行は完全に終った。防寒という機能、価格で選んでいる人がほとんどだ。スノーブーツが登場するので、ムートンブーツを履いていた層を取り込もう。

来年、再来年を見据え、種まき感覚で扱うことが重要。その際は問屋、倉庫に眠っている昨年までの売れ残り商品ではなく、新しさを出した商品でなければいけない。

ムートンブーツの流行は完全に終った。防寒という機能、価格で選んでいる人がほとんどだ。スノーブーツが登場するので、ムートンブーツを履いていた層を取り込もう。

来年、再来年を見据え、種まき感覚で扱うことが重要。その際は問屋、倉庫に眠っている昨年までの売れ残り商品ではなく、新しさを出した商品でなければいけない。

来年、再来年を見据え、種まき感覚で扱うことが重要。その際は問屋、倉庫に眠っている昨年までの売れ残り商品ではなく、新しさを出した商品でなければいけない。

ムートンブーツの流行は完全に終った。防寒という機能、価格で選んでいる人がほとんどだ。スノーブーツが登場するので、ムートンブーツを履いていた層を取り込もう。

来年、再来年を見据え、種まき感覚で扱うことが重要。その際は問屋、倉庫に眠っている昨年までの売れ残り商品ではなく、新しさを出した商品でなければいけない。

## ○エレガント系

ポイントツド(どんがり)トウの人気はまだまだ続く。短めトウが主流なので、抵抗感なく履ける商品が多い。



甲深パンプス

カッターもラウンド(丸)トウのバレエ・シューズ系は飽きが見られる。ポイントツドトウ、スクエア(四角い)トウなど、木型の変化は必須となる。



ポイントツドトウローファー

カッターもラウンド(丸)トウのバレエ・シューズ系は飽きが見られる。ポイントツドトウ、スクエア(四角い)トウなど、木型の変化は必須となる。



サイドゴアブーティ

## ○ミセス

パンプスでも履き口の形状や丈に変化をつけた商品が増えている。サイドゴア人気は継続。カジュアルだけでなくエレガントスにも登場。さまざまな形状、素材感、色での展開が期待される。



サイドゴアブーティ

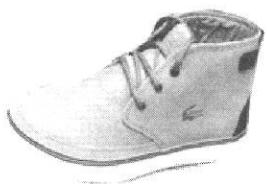
## ◆メンズの傾向

メンズもレディースと流れは同じ。スポーティ人気が継続するので、スニーカーに食われる状態は続く。しかしアメカジ浮上で、メンズシューズも新たな局面が現れる。

また、メンズでも色、素材の傾向が注目されている。これまで、メンズシューズも新たな局面が現れる。

秋冬らしい深い色目でありながら、さまざまな色味を見せていく。

ブーツはレディス同様、丈の短いブーティが拡大。アッパーと底回りのティースト(嗜好)を変えるなど、短靴同様の遊びを入れた。



メンズ・スポーティ

定番として定着しているモノに、色や素材、底回りなどで遊びを取り入れた商品に期待が掛かる。

スポーティ系はより種類も増えるので、お客様の選択肢を広げるような商品構成を心掛けたい。お客様の嗜好、年齢などにより、商品の傾向も異なる。ティーンズ～ヤングはレディスと同じようなデザイン、素材を提案しよう。丈が長い商品は、ブーツ代わりとしても着用される。新たにアメリカジ系が浮上。しかし従来のアメリカジ商品とは異なる。老舗ブランド商品を集めのではなく、アレンジした商品を選びたい。今年は色、素材、シルエットなどをキレイに仕上げるのがポイントだ。

定番として定着しているモノに、色や素材、底回りなどで遊びを取り入れた商品に期待が掛かる。

## ○カジュアル

カジュアルスタイルが大丈夫な職場が増えてきており、靴でもオンオフ兼用商品の動きが活発化している。ドレスブランド、カジュアルブランドに関わらず、スニーカーにも合わせられる商品を提案し、お得感を打ち出したい。



オックスフォード

今年はブーツを積極的に展開しよう。カジュアル系よりも、ドレス対応でブーツを提案した方が、訴求力も上がる。サイドゴア、オックスフォード(紐靴)、ベルトやファスナー使いなど、デザインバリエーションを広げたい。色も黒、茶、紺、深緑など、落ち着いた色物の展開が欲しい。

## ○アダルト

団塊世代が増加してくるので、従来の商品構成を変えている必要性がある。素材、デザイン

今年はブーツを積極的に展開しよう。カジュアル系よりも、ドレス対応でブーツを提案した方が、訴求力も上がる。サイドゴア、オックスフォード(紐靴)、ベルトやファスナー使いなど、デザインバリエーションを広げたい。色も黒、茶、紺、深緑など、落ち着いた色物の展開が欲しい。

## ◆スニーカー&キッズの傾向

ミセス同様、スポーティ流行の影響もあり、ウォーキング、コンフォートからスポーツ系に移行している人が増えている。そこはスニーカーも合わせて展開し、新たなカジュアル商品群を提案したい。

仕事を辞め、趣味の生活を楽しむ方も増える。バイク用ブーツ、山登り用シューズなど、趣味の視点からの商品提案も行うと良いだろう。

ミセス同様、スポーティ流行の影響もあり、ウォーキング、コンフォートからスポーツ系に移行している人が増えている。そこはスニーカーも合わせて展開し、新たなカジュアル商品群を提案したい。



アダルトスポーツ

ン、ブランドなどにこだわりを持つ人達が多いので、その点は重視をしつつ、新しい生活提案をすることで、需要喚起をしていこう。

見せる努力をしよう。

## ○スニーカー

スニーカーでは、ランニング系が人気継続。「ナイキ」「ニューバランス」が大人気だが、商品供給面で難しい状況にある。そこで、他店との差別化も見据え、「パトリック」「アシックス」など、大手小売店で扱いづらいブランドをしっかりと揃えたい。

レトロランニング  
(パトリック)

男児では、大人でのアメリカジ

復活を考え、ワーク(作業)ブーツ、エンジニアブーツ、トレッキング(軽登山)ブーツなどのアレンジ商品を提案したい。短靴でもスリップオン系のバリエーションを増やし、大人っぽさを演出しよう。

男児では、大人でのアメリカジ商品を提案したい。短靴でもスリップオン系のバリエーションを増やし、大人っぽさを演出しよう。

して訴求したい。  
アダルト向けには秋の行楽シーズンを見据え、軽登山まで出来るトレッキングを提案したい。

ご夫婦で楽しまれる方も多いので、男女一緒に展開すると良い。提案が必要。大人世代でブーツが主力となっているので、女児向けにもブーティの提案を増やしたい。ヒール、厚底、ベタなど底回りは多様化。サイドゴアも展開しよう。色も子供っぽい明るめカラーではなく、黒、グレー、紺などの定番となっている落ち着いた色目を増やしたい。

## ○キッズ(子供靴)

昨年からテニス系も人気が高まってきた。ランニングアダルト以上

の世代に、カジュアルスニーカーとして支持されている。品の良さもあり、コーディネイトの広さも人気の要因だ。

新たにバスケット(バスケット)系も

浮上。アッパー、底などにボリュームがあり、90年代のストリート(街)ファッション全盛時に大流行した。今年はその復活が期待される。これまでレトロ(懐かしい)ランニング系など、華奢な商品が多かつたが、レディスでの厚底復活などもあり、ボリューム感のある商品への注目度が増している。ブランドに関係なく、似たデザインの商品を集積



女児系ブーティ

女児、男児共に、ムートンブーツは絞り込みが必須。長靴代わりの意図も含め、スノーブーツの展開も視野に入れたい。

## 理事会・支部連絡会

だより

平成二十七年四月二十三日  
午後2時、西村記念ホール

司会の川上副会長より参加者27名の報告に続き、小堤会長が「天候が不順で、春を飛び越え夏になつたような気候です。商売にも影響があるでしょうが、ご自愛ください。」と挨拶。

引き続き議事に移った。

一、「総会スケジュールの検討」と「委任状提出方法変更について」

会長より、理事、監事の改選の準備を含め総会スケジュールについて、5月22日に通知、27日に監査、6月1に申告、6月10日(水)午後2時より総会開催と提案。続いて佐宗専務理事より昨今の状況から委任状の集め方を往復はがきによるものに変更したい旨提案があり、その方法について詳細なる説明があった。同時に諮り承認された。

### 二、「中堅社員研修会」の結果について

矢代副会長より、4月15日(水)に行われた。売り場の計数管理、MD、社員教育等々執業界に精通した坪谷講師に受講者参加型の講座を開催してもらい、少ない参加者ではあつた。

たが高い評価を得た。と報告。

(別項参照)

## 「インバウンド」需要

佐宗専務理事より、マイナーバー制度の実施について当協会においてもこの制度遂行の為、会員、ご家族、従業員の皆様のマイナンバーはじめ個人情報を正副会長管理の下、事務局担当者の佐宗秀行、田中早映子が取り扱うことになる。と説明。一同意義なく承認した。

四、「夏期学校(講座・レクリエーション)の予定について」

矢代副会長から夏期講座について(株)村井の先芯、カウンターなどの製造している川越工場見学の予定(8月5日又は6日)を予定している。場所は検討している。川上副会長より、レクリエーションは8月19日(水)を予定している。中との報告があつた。

### 五、「靴の記念日」催事抽選について

田中理事より、今回の「靴の記念日」催事の応募総数、アンケートほかの結果報告、この後の抽選方法について説明があつた。(別項参照)

### 六、その他

栗原 茂副会長から、セント

メリーフジヤマ、スーカー他の輸入業者トライデントが倒産、ヨーロッパが1センチ刻みの靴の販売再開するようであるなどの情報が披露された。佐宗専務より理事会など出席簿の記入方法の変更の説明と、今後の予定を報告。

台湾3544億円、韓国2090億円、米国1475億円、香港1370億円と続く。他にタイ、マレーシアなど大幅に伸びた。

○一人当たりの消費額は、ベトナムがトップで23万7814円、2位が中国の23万1753円。以下20万円を超えるのがオ

ー

景況についてのアンケート結果 (対象月…27年4月)		
▶ 全体的な業況		
良 い	10.0%	
悪 い	50.0%	
変わらず	40.0%	
▶ 売上げ		
前月比	増えた	40.0%
	減った	30.0%
	同じ	30.0%
前年同月比	増えた	20.0%
	減った	50.0%
	同じ	30.0%
▶ 販売価格は前月比		
騰貴した	30.0%	
下落した	0.0%	
同 じ	70.0%	
▶ 販売経費は前月比		
増えた	20.0%	
減った	10.0%	
同 じ	70.0%	

東京都中小企業景況調査(3月)  
業況: 5か月間ほぼ動きなし  
見通し: 全業種・全規模で改善への期待



○消費動向は  
ストラリアとロシアだ。  
消費科目では買い物代がト  
ップで35%、宿泊費が30%飲食  
費が21%となっている。  
今後東京オリンピックなど、  
さらに伸びるであろうインバウ  
ンド客に対応し、品揃え、接客  
など対応してゆくことが重要  
になる。(FW誌より)