

靴卸団体連合会会長

大野晴治氏に聞く

①

去る9月16日に靴卸団体連合会会長・株式会社シンエイ会長の
大野晴治氏に、当協会栗原茂副会長が業界の現況、今後の景況
等について、お伺いした。

栗原 このところ我々を取り巻く環境が大変難しい時代になりました。思い起こせば1868年の明治維新から終戦までが77年それから現在まで70年が経過しました。前の77年の変動を考えるとそれほどではないという方もおいででしょうが、戦後の70年の変化は製造・流通などに大きな変化が生まれ、グローバル化が進み日本人の感覚も大きく変わったようですね。

大野 そうですね。一番大きな変化はITの普及が蒸気機関車の産業革命以上のインパクトがあり、流通を含め商売の方法が大きく変わってしまいました。もう一つの要因は人口の減少です。人口が減ってゆく中、消費を増やすことは大変なことです。さらに高齢化が進み続けています。団塊の世代も定年を過ぎ

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)

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

てきて銀行員もノーネクタイで営業し、カジュアル化は進みますね。マーケットにあわせて商売をしてゆかなければなりませんので、そこをどうするかでしょうね。

栗原 百貨店を見ると客の年齢層が高くなり、コンフォート系のウエイトが高くなっています。高齢化が進み売れるものも変化してきているのでしょうね。

大野 そのシニア層に売れている靴もウエアーも30年前とデザインは大きく違ってきています。70歳の方が履く靴は30年前の人達が履いていたものとは全く違います。その変化の対応が難しいのです。

栗原 会社としても大変な努力をしてこられたのですね、女性のファッションもスカートからパンツやジーンズが幅広く定着していますが、今後の更にライフスタイルの変化が起こるのでしょうか。

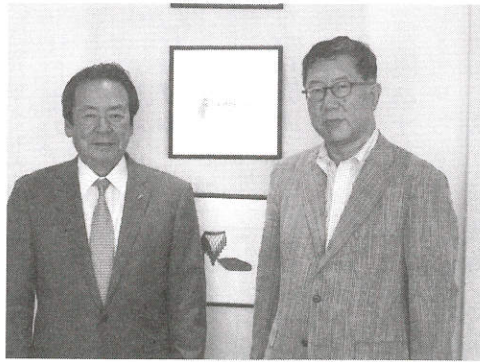
大野 当社は百貨店をメインとして営業を続けてきましたが、客層の変化など大変苦戦されています。百貨店として何をしてゆかなければならないのか、

大型スーパーや量販店などと同じことをしては駄目で、百貨店に期待をしている顧客のニーズをしっかりと把握した靴づくりをしなければならぬ、という大変難しい時代になってきています。

栗原 売れ筋商品も30年前は、かたまりとして捉えられましたが、個性化や多様化の時代になりましたね。

大野 そうですね、皆と同じ事をするのがファッションだったのですが、いかに個性を際立たせるかということで、一つ一つのマーケットが小さくなってきました。とは言っても、かたまりとしてのファッションも、いまだにあります。

栗原 私たちが若いときは一つの流れのファッションのブームがありました。今のは、今の若い方たちには、ありませんね。



大野 ネットからの情報も色々入ってきますね。社員がパリコレに出向きヨーロッパの最新のファッション情報を勉強してきて、日本に戻る前にパリコレ速報としてネットにアップされています。

栗原 そうは言ってもミラノ・ミカム・パリコレのファッションがそのまま日本に通用するとは思えません。

大野 それはそうですね、日本人は日本らしさを意識するようになってきましたね。

栗原 その日本人らしさの靴ということで、苦労されているのでしょうね。

大野 もともと靴は欧米から入ったものですから、今までも日本人に合わせて研究をしてきています。靴の歴史はまだ70年といつたところでしょう、戦前は軍需産業として、バブル期にブーツのブーム等、靴産業は栄えファッションとしての靴が重要視されるようになってきました。

栗原 思い出すと、一番華やかだった時代でしょうか。

大野 そうですね、一足4〜5万円もするブーツが飛ぶように売れていましたから。

栗原 生産が間に合わなかった。という話も聞きましたね。

大野 今はすぐに生産できますよ(笑)。

(次号に続く)

2016年春夏 ファッション傾向

アジアリング(株)

ここ数年シーズン、ファッション全体がカジュアル化している。特にスポーティはレディス、メンズともに幅広い年代層へと広がり、一大勢力となった。しかしそろそろ転換期へと突入する。

世界経済の先行き不透明感や、アベノミクスによる閉塞感が強まったことにより、ファッションはエレガンス、クラシック(懐古的)なスタイルへと変化していく。「今」売れるモノをしっかりと扱いながら、「先」のモノを提案していく。このバランスを取ることが、生き残りのポイントとなろう。

◆レディスの傾向

レディスでは、シンプル&ベーシックが続いてきたが、若干の装飾が戻ってくる。これまでとの違いを演出できることもあり、期待ができる。

ラスト(木型)、ヒールなどの底回り、素材、色のバリエーションが広がる。

ラストではポイントッド(尖り)トウが主流。ラウンド(丸い)トウは卵型のように自然な丸みへと移行。ワイドスクエア(広め四角)トウが増加する。

素材ではスモース、エナメルだけでなく、スエードや雑材が増

加。色でも今年のような白、黒、光沢といった無彩色から、ナチュラル(自然)カラーが拡大し、温かみのある色味が増える。特にオフ白、アイボリー、ベージュ、茶などは、定番色ではなく、「流行色」として考えたい。

○エレガンス系

春は、パーティー用パンプスがよく動いたが、鈍くなってきた。カジュアル化の進行により、ハイヒールを履けない人が増えていることも要因だ。そこで、パーティーパンプスも、ポイントッドトウ、レースやラメなどの素材使い、低く中寸や太めヒールを増やすなど、新しい商品の提案が必須となる。

初夏にはオープントゥ、セパレートが人気となるが、それに加えて、前つまりバックベルトやミュール、一枚甲や2/3本ベルトのミュールが登場。足をしっかりと押さえ歩きやすいが、脱ぎ履きもしやすく、尚且つきれいに見えるということで、幅広い層に支持される。



一枚甲ミュール

これまでエレガンスサンダルはウェッジヒールばかりだったが、来年はヒールタイプも展開し、バリエーションを広げたい。

夏は、パーティー用パンプスがよく動いたが、鈍くなってきた。カジュアル化の進行により、ハイヒールを履けない人が増えていることも要因だ。そこで、パーティーパンプスも、ポイントッドトウ、レースやラメなどの素材使い、低く中寸や太めヒールを増やすなど、新しい商品の提案が必須となる。

○カジュアル系

昨年、今年とスポーティ人気が爆発したが、来春がスポーティブーム最後と考え、品揃えしたい。スリッポン、紐タイプ、ベタ、厚底、インヒールなど、多様化しているが、自店の客層に合わせた商品に絞る。またアップパーは短靴タイプで、スニーカー底をつけるなど、より「靴らしい」商品に移行させることも考えたい。



丸物×スポーティー

ここ数年、オックスフォード(紐靴)、ローファーなどのトラッド系が人気となっている。定番なので来年も続くが、ヒールを付け、パンプスのように履けるなど、きれ

いに昇華させた商品が期待大。30代以上の大人の女性が履けることで、革物を中心とした中々高価格帯が動く。

○サンダル

今年は靴下と合わせる提案をしたことで、サンダルを寒いうちから展開でき、流行した。その流れを継続したい。

今年人気だったのは、ビルケン(健康)系サンダルとスポーティサンダル。どちらもティーンズ中心に動き、一気に低価格化した。リラックスの人氣もあり、ビルケン系などのフットベット(健康的な敷き)サンダルは続くが、アレンジが求められる。中敷きの素材感、ヒールの有無、アップパーのデザインなどできれいに仕上げたい。



フットベット系サンダル

来夏の注目はサボ。本来の木靴ではなく、アップパーをスタッズ(鉚)留めしているサンダルのイメージだ。ファッションでボヘミアン(遊牧民)、ウエスタンなどが注目されており、足元はサボをアレンジしたサンダルが期待される。スエード、雑材、ステッチ、フリンジ

使いなどがポイントだ。

○ミセス

ミセスのヤングトレンドの取り入れは、加速している。特に団塊世代以降が増加していく。ファッション性と機能性の融合は、これからもっと求められるようになるので、扱いブランドや商品の見直しは、早急に行いたい。

スポーティ人氣は継続。カットワーク、パンチングなど、手間ある素材感で見せたい。



ミセススポーティー

リラックス感は重要。ゴムを含めたストレッチ素材使いは、ミセスには人氣が高い。

◆メンズの傾向

ブーツでも、春と初夏での提案を変え、購買意欲を湧かせる演出が必須となる。

メンズでもファッション全体のことで、足元に何を合わせるかと

いう「コーディネート」からの提案が求められる。特にメンズのシューズは年齢に関係なく、初夏以降の定番と化した。シューズに合わせる靴は？サンダルは？という視点で、商品構成と、デイスプレイを考えたい。

○カジュアル

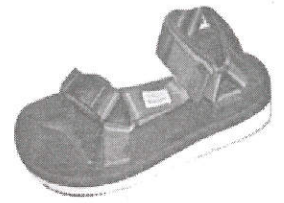
メンズでも、スポーティは継続。スニーカーでは提案できない素材感、スリッポン系での提案を強めたい。ティーンズとミドル(30代~40代)、シニアなど世代により表現方法が異なる。その年代に合った商品を選ぶことが重要だ。

メンズでは、アメカジが復活するが、70年代、90年代に流行したアメカジとは異なる。ソフト感などをプラスし、女性的、モード感(欧風)のあるアメカジであり、老舗ブランドの堅いブーツが復活する訳ではない。

○サンダル

これまでは夏でも「素足カジュアル」が主流で、サンダルはほとんど動かなかった。しかしレディスで流行したことにより、メンズでも注目度が増している。

やはりビルケン風サンダルが一番人気。鼻緒タイプではなく、2本などのベルトタイプが中心。白などの流行色単色での展開が望ましい。



メンズ・アウトドア系サンダル

また「テバ」「キーン」などのアウトドアブランドのサンダルも継続。こちらも靴下と合わせて履くことをお勧めしたい。

○ドレス(ビジネス)

ドレスでもスポーティ感覚が増加。スポーティ底使いのドレスが、歩きやすさからも浮上してきている。

オンオフ兼用できる商品の人氣が高まり、従来のドレスブランドではなくカジュアルブランドの中から、通勤対応できる商品を選びたい。

ゲリラ豪雨の問題が高まるに連れ、ゴアテックスなどの防水性の優れた靴が求められる。普通のドレス靴の顔をしていながら、防水、蒸れないなどの機能性がある商品は、訴求力を強めて展開しよう。

○アダルト

メンズのアダルトも、年々若々しくなっている。従来のシニアカジュアルでは対応できなくなっているの、仕入先の見直しなど

も含め、商品構成を早急に見直そう。

スポーティ人氣は根強い。ウオーキング代わりにスニーカー風商品をお勧めしよう。スリッポンなら雑材を取り入れ、軽さも提案できる。



メンズ・アダルトカジュアル

デッキ、ドライビングなどの定番商品は、素材感と価値観を上げることが重要だ。

◆スニーカー&キッズの傾向

スニーカーの人氣は強いが、そろそろ危機感を持たないと先がない。

前述のように、ファッションの転換期であり、徐々にエレガント方向へと向かっている。ファッション的には来春夏がブームの終焉と捉え、他の切り口を探ることが重要となる。

また、大手ブランドが取引制限を掛けて来ている。中小小売店では扱えないブランド、商品が増えることで、大手チェーン店との差が出てきてしまう。その際にスニーカーでも「自主編集能

力」が求められる。これまでのブランド依存型から脱却しないと、先は望めない。

キッズでは親子提案を中心に、差別化が進んでいる。従来の低価格化志向から、自店ならではの切り口を前面に出した展開で、価格競争に陥らない売場が増えてきている。

○スニーカー

これまでレトロランニングがブームを引っ張ってきたが、そろそろ飽きが来ている。分野としては定着するが、ファッションとしては難しくなってくる。色、素材などでの変化はもとより、ハイテク感をプラスして、新鮮さを表現するのが来年の傾向と言える。



ハイテク系スニーカー

カジュアル系では定番風商品が主流。春夏は白が人気だ。素材、柄などでバリエーションも見せたい。

差別化を図る中で、「日本製」ブランドが注目されており、実績も高まっている。高価格でも問題なく動き、固定客化につ

ながっている。

スポーツ系ではランニング、アウトドア、フィットネスが主流なのは変わらず。ブランド、価格帯で自店に合った商品構成を心掛けたい。フィットネスでは女性特有の色を差すことも忘れないようにしよう。

○キッズ(子供靴)

親世代で定番系商品が流行していることで、同じような商品を親子提案するブランド、売場が増えていく。特にベビーでは、親の趣味での購買が大きいので、まだまだこの傾向は強まる。ジュニアでも従来のジュニアスポーツからの脱却が進んでいる。小学生の中でも、ジュニアスポーツを「子供っぽい」と避ける子達が出てきた。大人と同じ大手ブランドのジュニアサイズを選ぶ。価格もジュニアスポーツとそれほど変わらないものもあり、手を出しやすくなっている。



キッズ・ベーシックスニーカー

サンダル、スリッポンが大人世代で流行したので、キッズでも同様のデザインの商品を展開したい。

理事会・支部連絡会

だより

平成二十七年九月二十五日(金)
午後2時、西村記念ホール小堤会長より「このところ雨が
多く路面店は大変ですが、皆
様健康に留意して励んで頂き
たいと思います。」と挨拶。続いて司会の松戸副会長よ
り、本日の出席者数が32名との
報告の後、議事に入った。

一、「靴の記念日」の

結果速報について

田中省「理事より、表題の買
い物券の換金は本日が最終日
でやや回収率が良くない状況で
す。」と説明がなされた。

二、「靴まつり」の途中経過

について

続いて田中理事より、応募は
がき締め切り日も近づいていま
すが、用紙の配布に力を入れて
頂きたい。と要請した。

三、既得者勉強会の報告について

小堤会長より、8月27日に
行われた表題の件、鈴木信行
講師の担当で「靴合せ」の演題
で開催され、22名の既得者が参
加した。既得者の方々のブラッ
シアップに役立つように講座を
充実させてゆきたいと報告。

四、委員会からの報告について

栗原茂副会長から、来月の
「とうくつ」の記事内容の説明。

五、シューフィッター養成講座

10月東京について

小堤会長から、講座の応募
状況について、かねまつさんから
6名他3名と言うことで計9
名が受講する予定であること。
これからの靴店はお客様の足と
靴の関係の知識を身に着けた
人が接客をする時代になってい
る。是非受講して戴きたいと思
います。と要請。

六、その他

栗原茂副会長から、ミカムの
展示会に先日出張しての201
6・S商品印象について報
告があった。スカートブームがま
だまだ続きそうとのことであっ
た。浅草支部、北支部の近況の
話があった。引き続き、佐宗専
務理事よりスケジュール他の連
絡。

協会及び日本靴小売商連盟の会員宛情報

TPP交渉大筋合意

靴業界の影響

報道でご承知の通り10月5
日にTPP交渉は大筋で合意し
た。農産物や、工業製品などの
影響は報道されているが、我々
靴業界の影響についてはどうな
るのか。○合意結果は左記の通り、関
税を10～15年で撤廃する。一、従来非譲許(自由化してな
い)は毎年均等削減し15年で撤
廃する。(毛皮・スエード・靴・グ
ローブ等革製運動手袋・甲革にか
わ等)
二、関税割当(TQ枠)対象品目
発効時に二次税率(TQ枠)を超える部分)を一次税率(TQ
枠)に下げ、10年で撤廃する。☆皮革二次税率、12%→20%。
二次税率30%の現行税率は発
効時に全て一時税率になり、毎
年均等削減し10年で撤廃する。☆革靴一時税率17.3%→24
%。二次税率30%の現行税率は
同じく二次税率を撤廃し一時税
率になり、毎年均等削減し10
年で撤廃。三、関税割当対象外品目
品目により3.4%→16%の税
率は、毎年均等削減し10年で
撤廃。(かばん・バッグ・ケミカルシ
ューズ・サンダル・繊維製履物ほか)

新生アカクラスタート

民事再生を進めるアカクラは
9月15日、投資ファンドを運営
するシテック・キャピタル・ジャ
パン・リミテッドからの支援により
会社分割を実施。優良店舗を
継承し新生アカクラとしてスタ
ートを切る。新社長にはコンサル
タントとしてアカクラの経営に参
画していた、ストラテジクス・パ
ートナーズの山田政弘社長が就く。
アカクラは今年6月に民事再生
法を申請、シテックが新生アカ
クラに100%出資した。商標
権や人材も含め新会社に移行
し、不採算店は閉め、60店を残
した。仕入れを本部による単品
管理に切り替えるなどで初年度の売り上げは80億円弱、経
常利益率10%増収を計画し、
新規出店も開始する。
シテックのサポートを受けて
中国での調達強化やインバウ
ンド需要の対応も行い、中期的
には中国市場進出も視野に入れ
ている。

会員計報

伊藤 清子氏 下谷支部
平成二十七年九月二十四日

享年九十一歳 老衰

関 美江子氏 中央支部
平成二十七年七月十三日
享年九十二歳 心不全

東京都中小企業景況調査 {8月}

業 況：2か月連続で後退
見通し：慎重な見方変わらず

卸売業			業 況					
対象数			8 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
回答数			悪い			悪い		
回答率			良い			良い		
875			-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			8 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
回答数			悪い			悪い		
回答率			良い			良い		
875			-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…27年9月)

▶ 全体的な業況		
良 い	11.1%	
悪 い	77.8%	
変わらず	11.1%	
▶ 売上げ		
前月比	増えた	33.3%
	減った	55.6%
	同じ	11.1%
前年同月比	増えた	11.1%
	減った	55.6%
	同じ	33.3%
▶ 販売価格は前月比		
騰貴した	22.2%	
下落した	0.0%	
同じ	77.8%	
▶ 販売経費は前月比		
増えた	33.3%	
減った	11.1%	
同じ	55.6%	