

最近の業況

「家計の節約 鮮明に」という記事があり、実際に支出を減らした品目として「外食」「旅行」に並んで「衣服・履物類」があげられている。

商品やサービスを選ぶ際に重視することを尋ねたところ、首位は「価格が安い」で51.3%

で、前回調査で首位であった「安全性が高い」が46.9%で2番目となり、価格重視で買い物をする傾向が鮮明になつたと述べている。

また、世帯年収1000万円で働き手1人の4人家族の自由に使える実質可処分所得は2011年が767万、それが2016年には719万円と50万近く減少している。これは子ども手当の減少、厚生年金の保険料増、住民税の年少扶養控除廃止、消費税引き上げによるものであり、今後も消費税の10%への引き上げ、配偶者控除の見直し、社会保険料の負担増が議論されている。

靴業界にとっての、最大の課題は婦人靴の不振である。これはスニーカーブームによるパンプスや季節商品の不振、ケミカル

シューズの客離れなどが考えられるが、業界にとっては今まで経験したことのない状況である。

アマガサの小売既存店前年比は今年の3月から9月まで、

「11.3%」「14.6%」「20.0%」「15.0%」「13.8%」「18.9%」「12.6%」である。今年の2月まではプラスマイナスを繰り返していたが、それとは明らかに異なる状況に陥っている。

ケミカルシューズの一部では、この10年ほどで表示方法がcmからS・M・L・LLに変わり、メー

カーによつてはサイズピッチが実質0.5cmから1cmおきに変わつている。これでは下のサイズではピッタリすぎ、上のサイズでは大きすぎるという消費者が出てきてしまう。ましてヒールものではかかと部がパカパカ抜けたり、外側に傾いて歩いている姿をよく見かける。そのような消費者がスニーカーを履いたら、スニーカーのが起きてても不思議ではない。価格も大事だが、もう一度ファッティングの重要さを見直す時期に來ているのでは?

さてスニーカーだが、ナイキの限定モデルを主力とする、テクストレーディングカンパニーの店铺、アトモス各店では、売上が

20%近くも減少しているという。それは円高によるインバウンドに乗り出している。この戦略を需要の減少による影響だとい

う。

しかし最近一般靴店でも、スニーカーのセールを見るようになつた。一気に落ち込むことはないと思うが、自店の客層に合つた、地に足のついた商への転換を心がけるべきであろう。

G

シニアを相手に販路開拓

○カジュアルな品ぞろえ

元気なシニア世代の市場の動向を見る。

シニア市場が注目始めたのは、2000年代に入つてから。

団塊世代が60歳を迎えるの

を前に、シニアマーケットを狙つた動きが出始めてきたからだ。介護事業に参入する企業が新たなマーケットを狙つたものだろう。

イオングループは2011年

発表の中期経営計画から「シニアアート」を立ち上げている。

これまで主力としてきた30代、40代のアーミリーに加え、シニア世代も取り込んでいこうと

きているのでは?

さてスニーカーだが、ナイキの

限定モデルを主力とする、テク

ストレーディングカンパニーの店舗、アトモス各店では、売上

と名付け、シェアマーケット開拓に乗り出している。この戦略を具体化したのは、イオン葛西店だ。4階を全フロアGGモールに変え、旅行や趣味などGG世代がライフスタイルを楽しむための「コト」や「モノ」「サービス」を提供するフロアにしている。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、アウトドアとウォーキングに綱り、歩くことで健康になると提案している。売り場面積もあり、歩くことで健康になると提案している。売り場面積も大きいのでマーケットを考えていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされることが多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行とショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需要が付いてくる。男性は保守的な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、アウトドアとウォーキングに綱り、歩くことで健康になると提案している。売り場面積もあり、歩くことで健康になると提案している。売り場面積も大きいのでマーケットを考えていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

ことが多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行と

ショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需

要が付いてくる。男性は保守的

な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当

時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、

アウトドアとウォーキングに綱

り、歩くことで健康になると提

案している。売り場面積も

大きいのでマーケットを考え

ていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

ことが多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行と

ショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需

要が付いてくる。男性は保守的

な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当

時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、

アウトドアとウォーキングに綱

り、歩くことで健康になると提

案している。売り場面積も

大きいのでマーケットを考え

ていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

ことが多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行と

ショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需

要が付いてくる。男性は保守的

な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当

時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、

アウトドアとウォーキングに綱

り、歩くことで健康になると提

案している。売り場面積も

大きいのでマーケットを考え

ていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

ことが多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行と

ショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需

要が付いてくる。男性は保守的

な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当

時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、

アウトドアとウォーキングに綱

り、歩くことで健康になると提

案している。売り場面積も

大きいのでマーケットを考え

ていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

が多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

ノ」が一緒に消費される。旅行と

ショッピングの消費が中心になり、靴や帽子、アクセサリーなど「モノ」の需

要が付いてくる。男性は保守的

な「コト」の消費が中心になり、若かつたころの趣味を生かし当

時の人気ブランドを再び集める。

イオン葛西店の4階のGGフ

ロアには大型スポーツ店が入り、

アウトドアとウォーキングに綱

り、歩くことで健康になると提

案している。売り場面積も

大きいのでマーケットを考え

ていた。イオングループは当初、55歳からと思っていたが、現在は男女別に考え、ここでは年齢軸でくくるのではなく、ライフスタイルでくくる。

男性は定年後の最終的に職

を離れる66歳からをGG世代

としている。多くの女性がその

男性の定年に伴い、ライフスタイルの変化を余儀なくされる

が多い。一方、女性はそれ以前より、子育ての終了と共に、男

性より早くライフスタイルの変

化を迎えている。定年がライフ

スタイルの変化の大きな機会に

なる男性に対し、女性は様々

要因があり、年齢軸でとらえる

のが難しい。GG世代のマーケッ

トは女性の方が圧倒的に多き

く、流行を追つた「コト」と「モ

とくつ新聞バックナンバー

平成28年1月号から

10月号まで

今年一年間のバックナンバーを掲載いたします。昨年はTPP関連やインバウンド、さらに後半の悪天候など厳しい環境の中での営業活動となりました。皆様にとってどんな年でしたか?振り返ってみましょう。

○平成28年1月号(411号)

ダイアナ株式会社、第9回

製品安全対策優良企業表彰。

一面・板橋区消費者講座。

業界情報・ムーンスター本社移転。SGSが破産。

ハギワラ(ケミカル鉄)破産

手続き開始。

三面・平成27年度(1月号)11月号)パックナンバー。

大手3社売り上げ状況。

四面・理事会・支部連絡会(1月25日・26名)。

生命共済事業報告について。

会員訃報(杉田晴彦氏)。

*協会アンケート、都中小企業景況調査は毎号掲載。

○平成28年2月号(412号)

一面・シューフィッター既得者勉強会(12月15日・13名参加、小堀幸雄講師)。

日本靴小売商連盟通常総会開催(1月29日・17名)。

新年交札会開催(1月22日)。

一面・年頭所感。

一面・平成28年1月号(411号)

一面・板橋区消費者講座。

業界情報・ムーンスター本社移転。SGSが破産。

ハギワラ(ケミカル鉄)破産

手続き開始。

四面・理事会・支部連絡会(2月17・18日・南風荘・18名参加)。

一面・親和会総会新年懇親会開催(2月17・18日・南風荘・18名参加)。

二面・昨年度靴小売業売り上げランキングベスト50。(好不調の明暗分かれる)

二面・支部だより(中央支部・新年会)投稿募集。

三面・2016年を考える(栗原茂氏)。

今年の参考図書「商売繁盛の極意」「売れる店長の全技術」。

インバウンド需要に対しキチッとした対応を。(メイドインジャパン、わかりやすいサイズ表示を)。

四面・理事会・支部連絡会(28年1月22日・30名)。

商工会議所景気観測。

四面・理事会・支部連絡会(3月23日・24名)。

支部だより(新宿支部・3月6日・支部総会)。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

三面・二面続き、平成27年度の補正予算について。

米国スポーツオーソリティーが経営破綻。

新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(5月23日・25名)。

中堅社員研修会参加者募集。

夏期レクリエーション募集。

四面・理事会・支部連絡会(3月23日・24名)。

支部だより(新宿支部・3月6日・支部総会)。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(3月23日・24名)。

支部だより(新宿支部・3月6日・支部総会)。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(3月23日・24名)。

支部だより(新宿支部・3月6日・支部総会)。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(3月23日・24名)。

支部だより(新宿支部・3月6日・支部総会)。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

一面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(2月24日・23名)。

支部会だより(世田谷支部・新年懇親会)。

二面・大手三社の決算、売上昨年(2月24日・23名)。

二面・新刊情報・「靴の記念日式典挙行」(3月15日・49名)。

二面・TPP説明会開催(3月30日・12名参加・経済産業省橋本智之企画官)。

二面・新刊情報・「靴の夜明け」関根宏而著、「日本で初めての労働組合牧民雄著。

四面・理事会・支部連絡会(5月23日・25名)。

中堅社員研修会参加者募集。

夏期レクリエーション募集。

四面・理事会・支部連絡会(6月23日・25名)。

小堤幸雄当協会会長が日本皮革産業連合会の副会長に名参加)。

一面・日本皮革産業連合会設立30周年記念祝賀会開催。

皮産連より当協会矢代裕夫相談役が特別功労賞を受賞。

四面・理事会・支部連絡会(6月24日・26名)。

祖父母から孫へのプレゼント。

一面・新刊情報・「靴の記念日」抽選会。

二面・東靴協会・第4回定期総会開催(6月8日・28名参加)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

業界情報・レディース苦戦続く。

カジュアルス「カーパー」が好調。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

業界情報・レディース苦戦続く。

カジュアルス「カーパー」が好調。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

業界情報・レディース苦戦続く。

カジュアルス「カーパー」が好調。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

三面・生産は先進国に回帰する(小島健輔ブログ)。

二面・工場見学実施、アキレス足利工場(8月3日・23名参加)。

夏期レクリエーション日帰りバス旅行実施、(8月18日・43名、房総半島方面)

二面・二面(2017年、春夏ファションの傾向(アジアリング株)。

四面・理事会・支部連絡会(8月23日・28名)。

業界情報・バレリアン・シユーズ株破産手続き。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

会開催(8月25日・27名参加)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

鈴木信行講師)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

国・都からの助成金の説明会開催。

大手三社の売り上げ情報。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

布靴も生産国が中国からASEANへ。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

支部だより(世田谷支部・親睦旅行・中央支部・定時総会)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

スリーカーブームの効果。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

ノーロンドン)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

百貨店閉店相次ぐ。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

(9月23日・26名)

請。FHA創設50周年。

四面・理事会・支部連絡会(7月22日・25名)。

ジョブズルックに見るノームコア。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

会開催(7月25日・27名参加)。

一面・新刊情報・「靴の記念日」(4月22日・23名)。

委任状含め93名)。

今年度役員名。

大人の街履きサンダル。

委任状含め93名)。

今年度役員名。

大人の街履きサンダル。

大人の街履きサンダル

