

出席の理事各氏にご協力をいただき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発送する。

今回は、専門店1670（昨



平成29年3月1日から31日の間、開催した「靴の記念日」の応募はがきの抽選会が4月26日、理事会終了後、同会場で行われた。

## 靴の記念日抽選会開催

年1834）通、大型店2243（2339）通、応募総数は3913（4173）通と

なり、昨年の94%となつた。一般専門店と大型店との比較では43対57となり専門店の回収が減少した。

この抽選イベントも回を重ね、各店舗の協力もあり、別表のように応募数が増加しています。近年大型店舗の協力が見られます。さらに消費者に浸透するようご協力をお願いいたします。

靴の記念日応募葉書推移表							
年(平成)	29年	28年	27年	26年	25年	24年	23年
専門店	1670	1834	1950	1994	2475	2610	1685
大型店	2243	2339	1544	1631	1795	1390	751
合計	3913	4173	3494	3625	4270	4000	2436

専門店・大型店対比表(合計を1とする)							
専門店	0.43	0.44	0.56	0.55	0.58	0.65	0.69
大型店	0.57	0.56	0.44	0.45	0.42	0.35	0.31

特徴はカルフォルニアアプローチで、当選者の声を反映して開発したのがこのサンダルです。このサンダルは軽く歩きやすく、特に暑い季節に履き心地が良いです。

同社から約47年前にデビューアル「銀座ヨシノヤのサンダル」が、夏のリゾートサンダルとして、半世紀に渡って愛され続けている。

「おしゃれで、しかも履きやすい」といっており、今年で110年を迎える。

銀座ヨシノヤは、これまでにわたり多くの軽快感は洋服を選んでいた靴づくりをモットーに今年で110年を迎えた。

同品番の商品は、その年のカラーや素材に替えて、毎年3~4種類を発売。時代と共に真価が加えられた。



ラット製法で、足裏のクッション性がよく、履き心地がいいこと。開発当時、国際的にはカルフォルニアアプローチで繰り返し、発売に至ったという。

シ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

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)

ラット製法で、足裏のクッション性がよく、履き心地がいいこと。開発当時、国際的にはカルフォルニアアプローチで繰り返し、発売に至ったという。

手の込んだ製法のため、生産量が限られ、店頭に並ぶのは3~9月であるが、製造は年間を通して行われており、この10年間で生産量は10万1千足という。

祖母から母、娘、孫と4世代にわたって愛用する顧客や、母や祖母へのプレゼントとして購入するケースや、その年の新色など、毎年購入するリピーターも多い。銀座ヨシノヤのシンボル的なサンダルとして、スタッフにもお客様にも愛され続けています。

当協会の会長を、長年に渡りお願いしていた矢代裕三ヨシノヤ前会長は、常に靴の品格と機能性を追求し、独自性を想像するという社風を信念としていた。このことが継承され、このロングセラーに至つたのではな

いでしょうか。今後の発展に期待致しま

# FW誌に掲載!

## 須藤教夫さん スドウ靴店・店主

当協会、須藤教夫氏が「接客の達人」としてFW(ファウエアープレス)誌に次のように掲載された。

須藤氏はシユーフィッターや養成講座の講師としても長年に渡り活躍されています。



○毎日欠かさず変える  
入り口のディスプレイ

店の「顔」ともいえる、入り口のディスプレイは毎日欠かさずアップデートされている。雨の日にはレイシューズを、暑くなればサンダルをと、その日の気温や湿度を考慮しながら、催事やカレンダーも踏まえつつ、毎日こまめに手を入れています。

第一ポインツは、お客様の言葉を表面的に受け取るのではなく、真に意味するところやイメージを具体的に探すことだ。

「たとえば『ウォーキングシユーズ』といつても、お客様によつて意味するところが違う。散歩に使える靴をイメージされる方もいらっしゃれば、旅行に向いた靴、あるいはスポーツシューズとまではいかなくとも一日しつかりと歩ける靴を考えている方など、さまざまです。表面的に『ウォーキングシユーズ』として受け止めるのではなく、お客様の話をしつかりと聞いて質問を重ねたうえで、実際は何を意図しているのか、お客様なりの定義を確認することが大事です

れている。

店の前を通り過ぎる通行人に驚きと新鮮な印象を与えるディスプレイは、「その日のお客様の気分や心情に寄り添いたい。」という須藤さんの思いの表れだ。

そんな須藤さんの接客の第一ポインツは、お客様の言葉を表面的に受け取るのではなく、真に意味するところやイメージを具体的に探すことだ。

○可能な限り、個々の足に快適な調整を実施

お客様の意図を把握したら、次は条件を絞り靴を提案する。

シユーフィッターの資格を持つ須藤さんは、フィッティングの際には、かかとを支点にして靴が足をしっかりとホールドしているか否か、かかとが前にずれないか、指先が動く余裕があるなどを念入りにチェックしたうえで、個々のお客さまの足に合った微調整を欠かさない。「オーダーメイドの靴ではないので、基本的に既成の靴に、足を合はせることしかありませんが、ストレッチャーを使ったり、横アーチサポートするペロティーを用いることで、個々の足への対応は

ね。」と話す。



さらに、靴のお手入れ方法の案内も、丁寧に行つてある。売り場の奥にはお手入れ製品を揃えたカウンターを設けている。また、本底の取り換えなどリペアにも熱心に取り組んでいる。

「最近は、靴を丁寧にメンテナンスされる方が少なくなったのは残念ですが、素材の革について説明し、それぞれに合ったお手入れ方法を紹介しています」と話は続く。

○自家栽培の夏みかんを店内に飾り、希望するお客様にプレゼント

現在、店頭のブランドは、

できます。できるだけ痛みを軽減し、快適に履いて頂けるよう調整を心がけています。

できること、できないことを明らかにしたうえで、可能な限り、足に快適な調整を行い、良心的な対応が固定客づくりに繋がっています。

靴の距離を縮めて、お客様との距離を縮めて、足に優しい靴を提案したい」という店主の思いを感じさせる接客と売り場演出が、スドウ靴店の人気の秘密だ。



## 知つてある「不当表示」

### 景品表示法について

四月の理事会で経済産業省の生活製品課増田課長補佐が来席し、ABCマート関連で、表記の表示法について説明と注意があつた。

景品表示法の概要は左記の通り。

#### ☆不当表示の禁止

景品表示法では、うそや大げさな表示など、消費者をだますような表示を禁止しています。

不当表示には大きく分けて3つの種類があります。

#### ① 優良誤認表示

商品やサービスの品質、規格などの内容について、実際のものや事実に相違して競争事業者のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示を禁止しています。

#### ○品質

商品に関する成分や属性を指し、前者には、原材料、純度、添加物などが、後者

には、性能、効果、鮮度などが含まれる。

#### ◎ 規格

国、公的機関、民間団体などが定めた一定の要件を満たすことで自動的に又は認証などを経て表示する事が出来る等級などをいう。

#### ◎ その他の内容

商品・サービスの品質や規格に間接的に影響を及ぼすものも含まれ、例えば、原産地、製造方法、受賞の有無、有効期限などをいう。

「簡単に言うと『これはとっても良い品質（規格・内容）だ！』と消費者に思われておいて、実際にはそうではない表示のことです！」

#### ② 有利誤認表示

価格を著しく安くみせかけるなど取引条件を著しく有利にみせかける表示は、有利誤認表示に当たる。その一つとして消費者に有利であると誤認される不当な二重価格表示を禁止している。

#### ○ 通信

実際には、自社に不利となる他社の割引サービスを除外した料金比較であるに

もかかわらず、あたかも「自社が最も安い」かのように表示。

#### ◎ 食品

実際には、他社と同程度の内容量しかないにもかかわらず、あたかも「他社商品の2倍の内容量」であるかのように表示。

#### ◎ 家庭用電化製品

家電量販店の店頭価格について、競合店の平均価格から値引きすると表示しながら、その平均価格を実際の平均価格よりも高い価格に設定し、そこから値引きしていた。

「簡単に言うと『これはとつてもお得だ！』と消費者に思われておいて、実際にはそうではない表示のことはそうではない表示のこと！」

#### ③ その他誤認されるおそれのある表示

優良誤認表示や有利誤認表示だけでは、複雑な経済社会において、一般消費者の自主的かつ合理的な商品の選択を妨げる表示に十分に対応することができない場合があると考へられるため、二つの項目以外にも消費者に誤認さ

れるおそれがある表示を行つてはならない。

#### ◎ 無果汁の清涼飲料水についての表示

無果汁・無果肉若しくは果汁又は果肉の量が5%未満の清涼飲料水、乳飲料、アイスクリームなどについて「無果汁・無果肉」であるかのように表示。

#### ◎ 原産国に関する不当表示

一般消費者が原産国を判別することが困難な場合、次の表示は不当表示となる。

#### ◎ 原産国以外の国名、地名、国旗等の表示

原産国以外の国の事業者、デザイナー名、商標などの表示

#### ◎ 国内産の商品について文字表示の全部または主要部分が外国の文字で示されている表示

「まぎらわしい表示は正しい判断が出来なくなるから」

係がある売り出しなどの景品賞品にも、景品表示法では、過大な景品の提供を禁止している。

#### ◎ 一般懸賞（表1）

商品・サービスの利用者に対し、くじ等の偶発性、特定行為の優劣等によって景品類を提供する事。

#### ◎ 総付景品（表3）

商品・サービスの購入者全員に提供、来店者全員に提供、申し込む、入店者の先着順に提供、など。

#### ◎ 共同懸賞（表2）

商品・サービスの利用者に対し、一定の地域や業界の事業者が共同して景品を提供。商店街の中元・歳末売り出し等。

#### ◎ 懸賞による景品の限度額

懸賞による取引価格	一般懸賞における景品の限度額	
	最高額	総額
5,000円未満	取引価格の20倍	懸賞による売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	予定総額の3%

表1

共同懸賞における景品類の限度額	
最高額	総額
取引価格にかかわらず30万円	懸賞による売上予定総額の3%

表2

総付景品の限度額	
取引価格	景品の限度額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価格の20%

表3

## 理事会・支部連絡会

だより

**平成二十九年四月二十六日(水)**  
**午後二時、西村記念ホール**

出席者27名

松戸副会長の司会で開会。

小堤会長の「報道では、不穏な空気が流れていますが、何事も起こらないでほしいと感じます。業界では婦人靴が低迷し続けていますが、やや取り戻し傾向になるか?」と言わされました。」と挨拶。続

いて経済産業省の生活製品課、増田課長補佐から「景品表示法」に關しての話があつた。  
これはABCマートがチラシ表示の違反で措置命令が下つたことを受け「消費者との信頼関係が大事だ。その為にも景品表示法を始め関連法の順守をお願いしたい。」と要請を行つた。(別項参照)

引き続いて議事に移つた。  
**一、夏期学校「レクリエーション」について**

松戸副会長より、タウントルベル社と打ち合わせを行い、ビール工場見学などを取り入れ企画中。日程は8月22日火曜日、昼食は西丹沢中川温泉を予定している。詳細は次回

櫻本氏は「長い間お世話をになりました。ダイアナの谷口代表の代理として参加させていただきました。長期に渡り皆様方のご支援で無事に務めさせていただきました。感謝

栗原茂副会長より業界情報としてSCは増え続けているが、ここ3年間で新設された店舗は、どこも低迷し成功しているのはわずか5%というデータもある。差別化が進まないことや、ネット販売の影響など考えられる。織研紙によるとアパレルで売れる商品は、①すぐに役立つ品。②今まで見たこともない品。③それを使用することで新しい自分になれる。だそうだ。新しくものも取り入れ目先を変えることも重要になる。と報告した。

又、ダイアナ株式会社の櫻本氏が退任され、新たに後任の平岡氏が紹介され、それでご挨拶を頂いた。

**A  
B  
C  
マ  
ー  
ト**

**チラシ表示違反で措置命令**

消費者庁は3月28日にエービーシー・マートに対し、景品表示法に基づき、措置命令を行つた。

チラシ掲載の47商品で、メーカーが希望小売価格を設定していないにも関わらず、

の理事会で報告。  
**二、「靴の記念日」応募内容と抽選会について**

田中理事より「靴の記念日」の応募はがきについて状況を報告。本日の理事会終了後に抽選を行うため協力を要請した。

### 三、その他

栗原茂副会長より業界情報としてSCは増え続けているが、ここ3年間で新設された店舗は、どこも低迷し成功しているのはわずか5%というデータもある。差別化が進ま

ないことや、ネット販売の影響など考えられる。織研紙によるとアパレルで売れる商品は、①すぐに役立つ品。②今まで見たこともない品。③それを使用することで新しい自分になれる。だそうだ。新しくものも取り入れ目先を変えることも重要になる。と報告した。

続いて、平岡氏からは「櫻本顧問の後任という大役を引き受けることとなり、役割の重さを感じ緊張しております。東靴協会と皆様のお役に立てるよう頑張りますので、今後ともよろしくお願ひいたします。」と挨拶を頂いた。

続いて佐宗専務理事より今後の各会議などの日程を報告。本日は経済産業省からの話があつたが、次回は消費者庁からも参加の予定がある。と説明を行つた。

景況についてのアンケート結果 (対象月…29年4月)			
▶ 全体的な業況	良 い	1	11.1%
	悪 い	7	77.8%
	変わらず	1	11.1%
▶ 売上げ	前月比	増えた	5 55.6%
	減った	1 11.1%	
	同じ	3 33.3%	
前年同月比	増えた	3 33.3%	
	減った	4 44.4%	
	同じ	2 22.3%	
▶ 販売価格 (前月比)	騰貴した	0 0.0%	
	下落した	0 0.0%	
	同じ	9 100.0%	
▶ 販売経費 (前月比)	増えた	1 11.1%	
	減った	0 0.0%	
	同じ	8 88.9%	



メーカー希望小売価格を併記し、実際の販売価格がメーカー希望小売価格に比べ安いのかのように表示していたもの。実際には自らが製造(PBブランド)し、自ら小売り販売している商品に、メーカー希望小売価格の「メ」印を付

けて販売していた。  
ABCマートは以前にも労働基準法違反で東京労働局に書類送検されるなど、マナーが問われている。  
我々もお客様に誤解を招かないよう注意を払い対応して行こう。