



参加者を乗せたバスは朝7時30分に協会前を出発し、途中海老名SAで休憩を取り、最初の目的地アサヒビール神奈川工場へ向かった。工場の敷地は、まるで公園のように手入れされた環境の良い中に立地していた。工場内も広々としていて、清潔な

平成29年度の夏期レクリエーション(夏期学校)は8月22日(火)に丹沢中川温泉方面へ31名が参加して行われた。

環境の中でビールが作られている様子がわかつた。

見学の後の試飲コーナーでは、おいしいビールの注ぎ方等興味深い話が聞けた。3種類のビールと各種のソフトドリンクが提供され、喉を潤した。バスは丹沢湖を抜け中川温泉「丹沢ホテル時之栖」へ。緑が多い丘陵地帯の一角に建つホテルは、一望する景色も見事で落ち着ける環境だった。昼食の会場では、栗原会長が「緑の多い中、また天候にも恵まれお楽しみいただいていると存じます。」

続いて協会の状況の話や、現在の商業環境の変化などについて話した。
「特に若年層が減少している中、若い人向けの商売が厳しくなって来るだろう。ホームページの活用や商品構成の見直しなど、対応して頑張つていきましょう。」と挨拶。
続いて川上顧問の音頭で乾杯に移った。「8月に入り天候



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・フィッターの品様へ
不順が続き夏物の売れ行きが心配でしようが、本日の温泉で英気を養い、今後の活躍を期待します。」と話してから、乾杯の発声で盃を挙げた。

その後、入浴とカラオケで寛ぎ、予定の午後2時に、次

の目的地、平和公園に向かった。公園では、大きな仏舎利塔を見学の後、御殿場カメラドライブインに立ち寄り、帰路についた。帰りは途中渋谷を経由し10名が途中下車し、神田には6時半頃に到着した。

夏休み中で渋滞も心配されたが、ほぼ予定通りの到着となつた。来年は是非多くの皆様のご参加をお願いいたしました。

講師には日本靴小売商連盟・FH Aシュー・フィッター講師の木内二郎氏が担当して「身につけよう足型計測の実務」と題し主に計測のポイントについての講座が行われた。

8月30日(水)午前10時より12時まで、西村記念ホールにおいて13名が参加しSF既得者勉強会が行われた。



佐宗専務理事より講師の紹介と、「計測はシュー・フィッターの基本です。しっかりと勉強して帰るよう」、と挨拶。講義は、FH Aの委託となつたため、新たに増えた点とハイトゲージの使用法などを中心に行われた。はじめは復習を兼ね足の各骨の名称、特に脛側、腓側について説明し、7か所の各計測点を確認した。新たに計測ポイントとなつた第一趾側角度・第五趾側角度について説明した後、講師が計測のデモンストレーションを行つた。スクライバーで足型計測線を描く際、スタート点の位置や爪先を計測する際のコツ、また線が重ならないように、三角定規・分度器の使い方など、注意点の説明を行つた。

更新時、事務局には足形計測用紙が送られてくるが、足底縦軸線や計測点の位置など、基本的な部分が分かつていないうな計測用紙も多く、皆様がこの勉強会に参加して、足量を高めてゆく必要がある。昨今、販売の現場ではシュー・フィッターの期待も多く、必要性が求められている。



続いて受講者が二人一組になり、お互いの足を計測し合う形で実践に移つた。直接計測(作図をして数値を割り出す)に移り、机に向かい熱心に取り組んでいた。今回も実習を多く取り入れたため、実践に役立つ分かりやすい講座となつた。

終了後、受講者にアンケート調査を行ない、とても好評との結果だつた。

そこで、受講者が一人一組なり、お互いの足を計測し合う形で実践に移つた。直接計測(作図をして数値を割り出す)に移り、机に向かい熱心に取り組んでいた。

ここ数年、スニーカーの人気が強く、レディース、メンズ共に苦戦が続いている。その動きにも少し変化が出てきて、靴の復活に期待が掛かる。この流れに乗って、方向転換を図らないと、今後の成長は望めない。

◆レディースの傾向

これまでカジュアル、スポーティの人気が強かつたが、そろそろ飽きが出てきている。ファッショントップ全体で、エレガンス化、フェミニン（女性らしさ）化が求められている。しかし、一度ベタ、低寸、スニーカーを履いてしまった身にとって、高いパンプスは苦痛で履けなくなっている。

春の主役となっていたフェミニンパンプスは、来年も苦戦を強いられることとなる。お客様の生活背景などを踏まえ、商品構成の見直しが必須となってくる。

また、商品展開としては、春期、初夏期、夏期の3期体制とし、初夏期と夏期でサンダルの提案を変えることで、複数買いしていくだけの工夫をしたい。



チャンキーヒールパンプス

○エレガンス系

前述のように、パンプスは苦戦が強いられる。そこでパンプスは低寸、チャンキー（太め）ヒールなど、カジュアル感のあるパンプスの比率を高めたい。

春期では甲が深めの、春入することで、寒さによる買入控えに備える。

初夏期では注目のメッシュ、チュール、カットワークなどでも肌を見せたパンプスが登場。丸物でも涼しげな雰囲気を出せるので、期待大だ。また、

○カジュアル系

カッターを中心としたベタ系は、完全に定着。ボインテッド（尖った）トウが主流だが、

来春夏にはラウンド（丸）トウ、スクエア（四角）トウなど、

バリエーションが必要になる。素材もいろいろと見せて行き



細線サンダル

○ミセス



ソフトスポーティ

ミセスでもスポーティ人気は高い。ゴムやニットなどを用いた、足当たりの良い商品が増えた。また、定番カジュアル、バックベルト、セパレートなどのオープントップに期待がある。

スポーティは流行最先端でなくなるが、完全に定着する。トラッドと共に、春期の

○サンダル

レディースでサンダルが復活したのを受け、メンズでもサンダルが注目されている。現在人気のスポーツ系サンダルを、革で提案した商品が期待

2018年春夏の ファッショントップの傾向

アジアリング(株)

前つまりのミュール、バックベルト、セパレーツなどの比率を増やし、丸物からの移行を促したい。



セパレーツカッター

◆メンズの傾向

主役として展開しよう。若年層向けには両者とも厚底にして、ボリューム感を出す。デザイン的には紐タイプだけでなく、ローファーも含めたスリッポンタイプが増える。

初夏期以降はサンダルが増加。厚めソールで、デザインヒールなどで提案する。色バリエーションなども意識しよう。



メンズ・モードサンダル

メンズファッショントップでは、スporteィ人気は継続だが、足元はスニーカーから靴・サンダルへの回帰が期待されている。まだ明確な次の商品が現れていない状況なので、売場で積極的に訴求する必要がある。

足元は妮ネーから靴・サンダルへ回帰が期待される。まだ明確な次の商品が現れていない状況なので、売場で積極的に訴求する必要がある。



かかと踏み潰し

若々しいデザインの靴が増えるので、積極的に展開しよう。

アダルトではカメサンダルが久々に話題となっている。メンズでも靴下を合わせる人が増えているので、鼻緒タイプは避けたい。ヤングでは黒、アダルトでは茶系や紺などの色で展開する。



メンズ・スポーティ



メンズ・サンダル感覚

○カジュアル

ヤングではサンダル感覚で履ける丸物が注目。サンダルへと一気に移行できない人、より長期的な着用を望む人にお勧めだ。



メンズ・機能ドレス

のシニア世代に支持される。ウォーキングからの移行組も出てくるので、底回り、素材などにもこだわった商品を、しっかりと品揃えしたい。他にもトラッド系定番靴のアレンジは必須。ヤングでは黒、アダルトでは茶系を中心展開しよう。

○ドレス(ビジネス)

ドレスのカジュアル化はより進む。カジュアルで人気となつた靴を、品質を上げてビジネス系で展開する。ローファーやスリッポン系が中心。カジュアル売場ではなく、ドレス売場できちんと展開しよう。



スニーカー・フィット系スニーカー

○スニーカー

スニーカーとは一線を画すスポーティ靴も人気継続。特にスニーカーとカジュアルの中間的商品が、若々しい感覚

○キッズ(子供靴)

スニーカーは、来春夏も人気。ラン

機能性はより高まる。滑りにくい、走れるなどの機能底材使いは継続。来春夏はゲリラ豪雨への対応もあり、防水仕様のドレスを強化したい。若々しいデザインでないが重

キッズでは大人化がより拡大。少子化が進むがゆえに、一人の子供に掛ける金額が増えていく傾向もあり、きちんと複数買いが促される効果もある。



スニーカー・アウトドアサンダル

○キッズ(子供靴)

子供に、自分と同じ格好をさせたいという親が増えている。親とのお揃い、家族でお揃いという感覚だ。そのため、



キッズ・スリッポン

サンダルでも大人との統一感が欲しい。大人ではアウトドア系サンダルが拡大するので、キッズでもアウトドアを意識した商品構成を心掛けた。ウオーターサンダル(水)系靴は大人でも浮上してきているが、足を保護しつつ、濡れても丈夫な靴として、子供では圧倒的な人気を誇る。来夏も忘れずに展開しよう。



キッズ・大人系

足元も大人と似た靴でまとめる。ブランドも多様化し、トレンド(流行)から完全に定期へと移行。レディースを中心店では扱えないものが多くなってきている。そこで、これまでのよなメーカー主体の動きに乗るのではなく、自店独自の視点で商品を選び、訴求していく必要が出てきて

いる。余力があるうちに、早めに手を打つておかないとけない。

キッズでは大人化がより拡大。少子化が進むがゆえに、一人の子供に掛ける金額が増えていく傾向もあり、きちんと複数買いが促される効果もある。

アウトドアブランドのサンダルは、ヤングのトレンドとしてだけでなく、アダルトの休日靴としても定着するので、来夏も動く。ブランド、色々のバリエーションを持たせて展開する。

サンダルでも大人との統一感が欲しい。大人ではアウトドア系サンダルが拡大するので、キッズでもアウトドアを意識した商品構成を心掛けた。ウオーターサンダル(水)系靴は全く同じデザイン、ブランドでなくとも、同じような雰囲気で合わせることが重要だ。定番的デザインでは、ナイロンメッシュなど、大人と同じ素材、色での展開が必須。大人靴と合わせて展開することで、親子需要に訴求しよう。

◆スニーカー&キッズの傾向

スニーカーは大手ブランドの制限が厳しくなり、靴専門店では扱えないものが多くなっている。そこで、これまでのよなメーカー主体の動きに乗るのではなく、自店独自の視点で商品を選び、訴求していく必要が出てきて

いる。余力があるうちに、早めに手を打つておかないとけない。

キッズでは大人化がより拡大。少子化が進むがゆえに、一人の子供に掛ける金額が増えていく傾向もあり、きちんと複数買いが促される効果もある。

アウトドアブランドのサンダルは、ヤングのトレンドとしてだけでなく、アダルトの休日靴としても定着するので、来夏も動く。ブランド、色々のバリエーションを持たせて展開する。

サンダルでも大人との統一感が欲しい。大人ではアウトドア系サンダルが拡大するので、キッズでもアウトドアを意識した商品構成を心掛けた。ウオーターサンダル(水)系靴は全く同じデザイン、ブランドでなくとも、同じような雰囲気で合わせることが重要だ。定番的デザインでは、ナイロンメッシュなど、大人と同じ素材、色での展開が必須。大人靴と合わせて展開することで、親子需要に訴求しよう。

理事会・支部連絡会

だより

平成二十九年八月二十四日(木)
午後二時、西村記念ホール

栗原会長の挨拶の後、議事に
移った。
出席者23名
松戸副会長の司会で開会。

講座東京会場は10月25日(水)より27日(金)に開催される。次回は来年1月24日(水)より26日(金)に開催される。と説明した。

六、その他

佐宗専務理事より、今後の予定の説明と昨年と同様に防災用飲料水は近日中に配達予定、と報告した。

一、中堅社員研修結果について
栗原(昭)副会長より、8月8日(火)に開催され、研修会は無事に終了した。と報告。(詳細は8月号に掲載)

二、夏期レクリエーション
松戸副会長より8月22日(火)に実施された夏期レクリエーションの結果が報告された。(詳細は一面に掲載)

三、靴まつりの詳細について
田中監事より9月1日より実施する「靴まつり」について実施要領やポスター配布などについて説明があった。

四、シユーフィッター
既得者勉強会について
佐宗専務理事より、前回説明の8月30日(水)に行われるSF既得者勉強会について重ねて説明を行った。

五、シユーフィッター
養成講座について
佐宗専務理事より、FHAに委託して行っているSF養成

健康で活動的な生活を

運動で健康寿命を長く

中年期、高年期という肉体的には衰退期といえる時期の生活者に対する、シユーズビジネスの役割を考えてみる。

成長期、安定期において足と靴の関係を比較的無事に過ごしてきた人にとつては、この時期は健康で活動的な生活をいかに長く維持していくか

といふことが大切だ。未曾有の長寿・高齢社会を迎え、健康新ブームといえるほど国民の健康への関心は高まっている。その中核に中・高年期の生

活者がいる。医食同源で食事に対する関心が高まっている。その中のキーになつていて。その中でも歩くことへの関心と重要性が認識されている。

幸いウォーキングもブームといえるほどの高まりで全国的なウォーキング大会から近場の散歩まで多様に広がつて

いる。これに応えて業界からは様々なウォーキングシューが供給され、売り場では個人個人の歩きに適したシユーズの選択も容易になってきた。ウォーキング、ハイキング、旅行などで様々な文化に触れ、自然に親しむことで心身ともに健康を保持し健康寿命が延びれば、病院などにお世話をになる期間が短くなり、本人の生活も豊かになる。

また、適度な運動をすることで、脳は足からの刺激を非常に受けやすいもの、足を動かすことで刺激され、その刺激は脳に伝わり、血流が良くなるれば認知症の予防にも効果があるのだそうだ。それともに、医療費の無駄使いもなくなり、次世代への負担を抑えることにもなる。

ウオーキングやハイキングのみならず、近年各地で健康のサークルやスポーツ教室などが活発に行われている。積極的に参加するなど、少しでも運動を続けることで、毎日の生活が劇的に健康な生活へと生まれ変わるものです。

(参考 シューズポスト誌)

新刊紹介

靴の「ソムリエ」と呼ばれる専門家集団

シユーフィッターに頼めば

足と靴と健康協議会(FA)では、「靴に关心の高い皆様に一番伝えたいことがこの本の中あります。」のキャッチコピーで、婦人靴・紳士靴・子ども靴・シニア靴・ウォーキングシューズの最前线にいる6人の上級シユーフィッター達が初めて語るフィーリングについて、豊富な経験、

景況についてのアンケート結果 (対象月…29年8月)

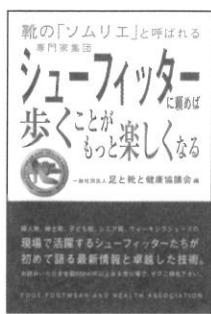
▶ 全般的な業況	
良 い	0.0%
悪 い	100.0%
変わらず	0.0%
▶ 売上げ	
前月比	増えた 0.0%
	減った 100.0%
	同じ 0.0%
前年同月比	増えた 0.0%
	減った 100.0%
	同じ 0.0%
▶ 販売価格(前月比)	
騰貴した	0.0%
下落した	20.0%
同 じ	80.0%
▶ 販売経費(前月比)	
増えた	0.0%
減った	40.0%
同 じ	60.0%

東京都中小企業景況調査(7月)

業況: 上昇傾向が一般
見通し: 期待感高まりつつも模様眺め

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	363	41.5%	-100	0	100	-100 0 100
森	1.男 子 服				○	
・	2.婦人・子供服					
身の回り品	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 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					



定価¥1,400+税

A)足と靴と健康協議会(FH)では、「靴に关心の高い皆様に一番伝えたいことがこの本の中あります。」のキャッチコピーで、婦人靴・紳士靴・子ども靴・シニア靴・ウォーキングシューズの最前線にいる6人の上級シユーフィッター達が初めて語るフィーリングについて、豊富な経験、

知識、技術を網羅している。全国500か所以上のシユーフィッターのいる店舗も紹介している。