



工具をモチーフにしたシャッター



参加者は19名、当日は東急池上駅に10時に集合し徒歩で工場へ向かった。

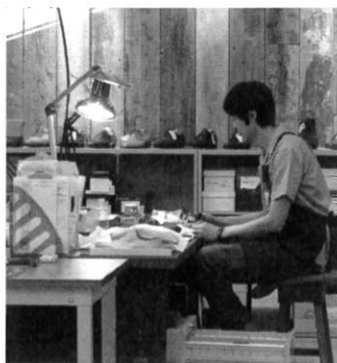
この工場は、竣工から56年続いた日吉工場を、この地(大田区久が原)に移転し東京工場としてスタートしたもの。

教育研修委員会では、2月27日(火)に大塚製靴の東京新工場の見学を開催した。

大塚製靴「東京工場」見学



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(3月号)



東京工場は大量生産ではなく、一足一足を丁寧に製造する靴工房を目指しているそう。

工場の概要は、床面積約258坪(地下・一階・二階計)。従業員26名(パート・バイト5名含む)。年間生産足数4万足(グッドイヤー1.8万足・セメント2.2万足)。

元自動車整備工場を借り受け、改装し、地下は事務所と倉庫、食堂を兼ねた会議室。一階が裁断、製甲、手縫い。二階はつり込み、底付け、仕上げの各工程が入っている。

見学は四つの班に分かれそれぞれ担当者から説明を受けながら各フロアの見学となった。職人の世代交代が始まり、比較的若い職人も多いが、年配の職人はOBの方で若手を指導し手縫いの技術を磨き、熟練の職人を目指して指導しているそうだ。



現在はセメント靴も製造しているが、将来はグッドイヤーに特化した靴工房にしたいとのことだ。

まず地下の会議室で工場の概要の説明を受けた。

「木型の製造から行い、製甲、底付け、仕上げと一貫した手作り工場となっている。」とのこと、まさにハンドメイドの原点を感じた。

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

2月21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。

講師には日本靴小売商連盟・シューフィッター講師の木内二郎氏が担当して「足型

シューフィッター 既得者勉強会

こうした新たな挑戦を行う上で、靴工房として生まれ変わった東京工場の存在はますます重要になってくる。そして「生き残るためにはここで高級ラインをつくる必要がある。」とのこと。大塚製靴の今後の方向性を示唆しているといえる。



大塚製靴は今後の経営方針として、自社工場生産品によるMDと営業力の強化・徹底、紳士靴に新ブランドの投入などを掲げている。

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に、と挨拶。

講義は、FHAの委託となったため、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。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、注意点の説明を行った。

続いて受講者が二人一組になりそれぞれの足型の直接計測の実習が行われ、直接計測が終了すると、間接計測(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、実践に役立つ分りやすい講座となった。



計測実務ポイントと注意点」と題し主に計測のポイントについての講座が行われた。

ロンドン・ミラノ・ミカムを視察して

今年も栗原会長が、ミカム展示会へ行きました。その際各地を視察し、情報を寄せていただきました。

ロンドン

○婦人靴

街のファッションは東京と近く、スニーカー、フラットシューズが多く、ハーフブーツは見かけるが、ロングブーツは少なかった。高級専門店のラッセル&ブロムリー各店ではSALÉが目立ち、婦人靴を扱う店舗では、ロングブーツのSALÉが続いていた。ハロッズ、セルフリッジの両百貨店では、デザイナーブランドのスニーカーを打ち出していた。ドクターマーティンは日本同様人気である。



○紳士靴

ドレスシューズではストリートチップ、ウイングチップ、ダブルモンクと日本とほぼ同じ傾向、ブーツではサイドゴア、チャッカーが多く、色は黒茶中心。ラッセル&ブロムリーでは大人向けのドレススニーカーを打ち出していた。

○スニーカー

アディダスが強いが、スタンスミスなどのコート系より、ロートップ、カジュアル系の品揃えが充実していた。ナイキタウンではD.O.Sポーツは強いが、AIR MAX、AIR FORCE 1の限定商品のSALÉも多かった。NEW BALANCEは前回よりも多く並んでいた。カムデンタウンではナイキの限定商品の並ぶオフスプリングに、新規出店のサイズ? が加わり、既存のスニーカーショップに影響が出ていた。



ミラノ

○婦人靴

冬物が多いせいかわ、ほぼ前回と同じ傾向。百貨店のリナシエンテでも、コーナーの前面にスニーカーが並んでいた。



○紳士靴

リナシエンテの紳士靴売場では、ドレス靴でもアウトソールの厚いものが見られた。

○スニーカー

リナシエンテでは、ナイキ、プリミエータ、アトランティクススター、サロモン、ディアドラは同じように品揃えしていたが、まだSALÉコーナーが設けられていた。



大型セレクト店(エクセルシオール) ナイキ、アディダス、プーマ、ディアドラ、サッカニーで構成している。



靴専門店 ビットリオ・エマヌエーレ2世通りにあったベルジェリオは既に化粧品店に変わっている。ヤング店のマリレナは営業を継続しているが、ガラス面に50%オフのPOPが貼られており、今後は?である。ベルジェリオは他業態を含め、ミラノ中心部に5店舗を展開していたが、既に3店を閉め、2店だけになっっている。靴店が多く並んでいたトリノ通りも明らかに靴店が減少し、ブティック街のモンテナポレオーナでも同じ傾向がみられる。

靴専門店 ビットリオ・エマヌエーレ2世通りにあったベルジェリオは既に化粧品店に変わっている。ヤング店のマリレナは営業を継続しているが、ガラス面に50%オフのPOPが貼られており、今後は?である。ベルジェリオは他業態を含め、ミラノ中心部に5店舗を展開していたが、既に3店を閉め、2店だけになっっている。靴店が多く並んでいたトリノ通りも明らかに靴店が減少し、ブティック街のモンテナポレオーナでも同じ傾向がみられる。

ミカム

○婦人靴

2017A&Wとほぼ同じ傾向。ロングブーツより、ハーフブーツが多く、ヒールは太めのチャンキーヒールが多く、スニーカーを含め、装飾が加わっていた。スニーカーでは厚底タイプが多く見られた。



○紳士靴

メンズカジュアルでは、タンクソールのような、厚みのあるソールが出ていた。ブーツではチャッカー、サイドゴアは継続、また、スニーカーも多く提案されていた。



今回の印象として、日本人バイヤーが多かった。来年からと噂されるEUからの革靴自由化に備えた動きと思われる。

織研新聞によれば、アパレル、セレクトショップより百貨店、靴専門店のバイヤーが目立ったそうである。

(写真は参考・ミカム展示会資料より)

親和会総会・ 新年懇親会開催

東靴協会親和会の平成二十九年年度の総会および新年懇親会が二月十五日、箱根湯本温泉「河鹿荘」において13名が参加して開催された。



松戸副会長が「お集まりいただきありがとうございます。日頃の疲れをねぎらい、ゆつくりおくるぎください。」と挨拶。続いて小堤前会長の音頭で乾杯に移った。

小堤氏より「会長が海外出張で不参加もあり、参加者が減少し残念です。次回は多くの方々にも呼びかけ増えてくれるとよいですね。では、楽しい時間を過ごしましょう。」

と挨拶に続いて「乾杯！」の発声で杯を挙げ懇親会に移った。おいしい料理を堪能し、カラオケでは自慢ののどを披露し、楽しいひと時を送った。8時からはホテル内のクラブで二次会の席も準備され、幹事さんのお気遣いに頭が下がった。

ここでもカラオケや歓談で大いに盛り上がり、楽しい新年会となった。

日中の 新たな連携に期待

日本と中国の今後の関係

北朝鮮を巡り、日本周辺の国々の関係が微妙に動いている。アメリカは中国に対して、北朝鮮への圧力を強めるよう要請している。しかし、中国が北朝鮮から手を引いたら、ロシアが介入を強めるだろう。アメリカは国内政治を重視し、内向きになると、今度は中国が国際的存在感を増してくる。

全ては相対的であり運動している。こうした状況の中、日本政府は中国との関係を改善しようとしている。

そもそも、一部の領土問題を除けば、日中両国は友好的な関係にある。日本企業は中

国国内に多大な投資をしている。つまり、中国国内には日本の膨大な資産が存在する。中国人観光客も順調に増え続けている。2016年には初めて600万人を超えた。

中国国内の状況も安定している。長年、不動産バブル崩壊の危険が叫ばれているが、政策により過剰な不動産投資は鎮静化し、都市部の不動産価格は上昇を続けている。

治安も向上しており、上海の中心部では夜中に女性が一人で歩いていても安全だ。毎月のように中国に出張しているS氏も「少なくとも都市部では、トイレもきれいなっているし、人々のマナーも向上している。」と言う。

「世界市場」を育成する

中国が経済的に豊かになり、市場が成熟していくにつれ、日本との連携が必要になる。

これまでの「世界の工場」は量の拡大を優先し、市場シェアの拡大を目指してきた。

この段階では、商品のプロモーションが重要だ。商品は安くても見栄えが良いことが求められるので、欧米の商品をコピーするのが一般的だった。需要より供給が多くなり、市場が成熟してくると、まず、差別化が課題になる。欧米の商品をコピーするだけでは、

商品が同質化してしまう。このため、最近では日本と韓国の商品を参考にする傾向が強まっている。

次に求められるのは、リピート顧客の獲得である。いかに固定客を増やし、繰り返し商品を購入してもらえるか。それには「量から質への転換」が求められる。また、顧客とのコミュニケーション、高度なサービスもリピート購買につながる。

この段階では、継続的な教育とトレーニングが必要となる。

「世界の工場」が生まれた要因の一つは、日本の技術指導だった。次の段階は「世界の工場」であり、新たなノウハウが必要になる。日中の連携により、中国企業は国際水準になれるし、日本企業の新たなビジネスチャンスにもつながるだろう。

(FW2月号より)

NHK「超絶凄ワザ」に 目進ゴムが出演

1月29日放送のNHK「超絶凄ワザ」で日進ゴムが開発した「Hyper V スタッドレスソール」を用い、同社技術開発陣が長靴づくりに奮闘する姿が伝えられた。

同番組は企業の技術力などを対決させる内容で人気を誇る。ご覧になった方も多いのではないかな。

今回は、青森・八戸に住む一歳半の女の子の「脱げにくく、かつ滑らないゴム長靴がほしいか」という希望を叶える内容で放映された。

NHK側がそれを実現できるメーカーを10社ほど探した中で、登場したのが日進ゴム。同社の技術開発スタッフが青森に向いて女の子の足型を計測、一足のゴム長靴を試行錯誤しながら開発する様子を伝えるとともに、最後はスタジオに呼んで実際に履いてもらう様子まで伝えていた。

Hyper V スタッドレスソールは、簡単装着・脱着できる、かんじきタイプの氷雪用スタッドレスソールの新製品。

冷蔵庫や雪道などの滑りやすい場所でも優れたグリップ力を発揮する(国際特許出願済み)。

今回の試作品はすべて手作りで、かかと部を観音開きにしてファスナーで締める構造で、表底はHyper V スタッドレスソールの意匠を取り入れている。非売品であるが、放送後には、お年寄りや妊婦の方から問い合わせが多く寄せられたそうだ。

理事会・支部連絡会

だより

平成三十年二月二十三日(金)
午後二時 西村記念ホール出席者21名
松戸副会長の司会で開会。

栗原会長が挨拶の中で、世界最大規模の靴の展示会、イタリア、ミラノのミカムの展示会へ行ってきた際の感想を述べた。それによると、トレンドの大きな変化はなく、ブーツもハーフが目立ち、ヒールも太いものが多かった。日本人バイヤーが前回より多いようだ。これは来年4月からEUの関税のTQ枠が無くなることに影響しているのかも知れない。

また、展示会のスペースも前々回より小さくなってきている。これはイタリアの景気低迷の影響もありそうだが、なご情報提供を行った。

引き続き議事に移った。

一、「靴の記念日

式典・催事」について

佐宗専務より靴の記念日式典は、今年も3月15日午前11時より行う。神田明神など打ち合わせは終わっている。ぜひ

ひ参加してほしいと要請した。続いて田中氏より3月1日から始まる靴の記念日イベントに関して、今回も応募はがきによる抽選を行い、発行店で利用できる5千円のお買い物券が300名に当たる内容の催事方法の説明が行われた。

二、シューフィッター既得者

勉強会の結果報告について

2月21日(水)午前10時から行われた表記勉強会は13名が参加し、木内二郎講師により「足形計測の実務ポイントと注意点」と題し開催された。と佐宗専務より報告した。

(二面参照)

三、親和会総会の報告について

松戸副会長より、2月15(16)日に箱根河鹿荘で13名が参加して行われた。

内容も充実し、楽しく盛り上がった。次回は多数の参加を期待します、と報告した。

(三面参照)

四、シューフィッター養成講座

FHA委託講座について

佐宗専務より4月25(27)日に、両国・国際ファッションセンター11階でFHA委託講座として行われる。参加希望者は3月末までに事務局まで連絡するようにと説明し、参加の要請をした。

五、大塚製靴工場見学について

栗原(昭)教育担当副会長より2月27日(火)に開催する表記工場見学について、現在20名の申し込みがあり、定員になっている。

池上に移転した大塚製靴の新工場は、主にハンドメイドを中心に靴づくりを行っている。今では見る機会が少ないため貴重な見学となりそうだと報告した。(一面参照)

六、その他

栗原会長より、アマガサの社長が交代した。また、一月末に、大手婦人靴卸のスガヌマが倒産してしまった。小売りでも、業績悪化での吸収の話などあり、まだまだ靴業界は厳しい状態が続いており、情報では大手企業の業績は上がってきているようです。我々中小零細店にも、この先波及してくることに期待します。

続いて佐宗専務より今後の予定の説明があった。

◎◎訂正とお詫び◎◎

前号(2月号)の「上位50社売上ランキング」の40位「神戸シュートレーディング」の前期比が6.5%とありましたが、正しくは96.5%となります。ここに訂正をして、お詫び申し上げます。

靴専門店大手3社報告

今年に入り、景気の回復が期待されていたが、あまり良い情報が入ってこない。皆様の店舗は如何でしょうか。大手3社の直近3か月の売り上げ推移は下記の通りです。ご参考にしてください。

社名	12月	1月	2月
全社売上	-5.6	-3.7	-6.7
客数	-6.1	4.8	-8.2
客単価	0.5	1.1	1.7
店舗数	1087	1085	1080
A 全社売上	5.9	5.4	6.7
B 客数	6.1	5.6	4.9
C 客単価	-0.2	0.1	1.7
D 店舗数	948	941	939
G 全社売上	-3.7	-2.2	-2.1
既存店	-4.3	-3.3	-2.8
店舗数	898	893	890

東京都中小企業景況調査(1月)

業況：再び下向
見通し：わずかに改善

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	1月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	362	41.4%	悪い	良い	悪い	良い
			-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	回答数	回答率	1月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	277	31.7%	悪い	良い	悪い	良い
			-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…30年2月)

▶ 全体的な業況			
良い	0	0.0%	
悪い	2	33.3%	
変わらず	4	66.7%	
▶ 売上げ			
前月比 増えた	0	0.0%	
減った	4	66.7%	
同じ	2	33.3%	
前年同月比 増えた	2	33.3%	
減った	3	50.0%	
同じ	1	16.7%	
▶ 販売価格(前月比)			
騰貴した	0	0.0%	
下落した	1	16.7%	
同じ	5	83.3%	
▶ 販売経費(前月比)			
増えた	2	33.3%	
減った	1	16.7%	
同じ	3	50.0%	