

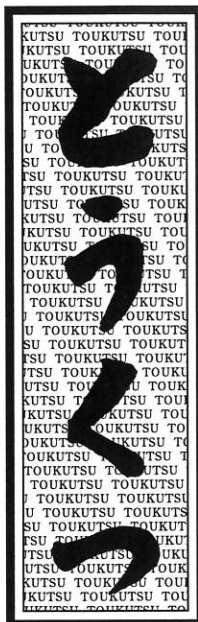
秋冬の展開は、大きく初秋期、秋冬期の2シーズン。冬期は秋期に動いた商品の中から絞り込みながら継続させていく状態なので、その見極めが重要となる。

初秋期はまだ暑さが続くことが考えられるので、秋素材のサンダルなど、暑くても履ける秋商材をスポット展開しよう。あまり追

◆レディースの傾向

レディース、メンズ共に、靴を含めたファッション全体が端境期にあり、大きなヒットが出てきていない。その中では、売場から積極的に打ち出し、お客様へ訴求していくことが重要になってくる。

2018年 秋冬のファッションの傾向 アジアリング(株)



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(4月号)

かけすぎず、売り切りの形を取りながら、本格的な秋物へ移行させていきたい。

○ブーツ

ここ数年、苦戦を強いられているブーツだが、今年も期待はできない。ボトムスの丈が長くなるなど、ボリュウム感が出てくるので、ロングブーツは合わせられない。一部、30代以上の方にきれいなロングが支持されるが、ヒットには繋がらない。

中心は今年も短め丈。シューティ(丸物に近い丈)、ブーティ、ショートを中心に展開する。

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



ブーティ



チャンキーヒールパンプス

ヒールや底回りで、客層に合わせて差別化したい。チャンキー(太め)ヒール、低く中寸の人気はより高まり、歩きやすいブーツが拡大する。

デザインはシンプル系が継続。サイドゴア、ベルト使い、レースアップ(紐)などの定番デザインが中心となる。

○エレガンス系

パンプスの主流はチャンキーヒールに移っている。そこでヒールの太さのバリ



オックスフォード

オックスフォード(紐靴)、ローファー、オペラシューズ(鬼剥りスリッポン)などの定番カジュアル靴は、カッターも含め、大人世代の通勤靴として期待される。これまで「通勤靴IIパンプス」と思われてきたが、通勤スタイルのカジュアル化が定着し、カジュアル靴、スニーカーまでもが通勤OKとなってきた。そこで、売場にあるこれら定番カジュアル靴を集積し、「カジュアル通勤」として訴求

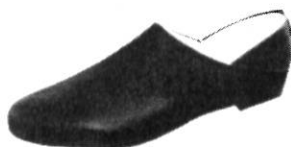
○カジュアル系

カッターを中心としたベタ系は、完全に定着。ラスト(木型)も多様化しており、さまざまなタイプが出てきている。

エーションを揃え、選択肢を広げておきたい。従来のチャンキーヒールでは抵抗感のある方もいるので、少し細めタイプを増やそう。

○ミセス

ミセスではソフト素材を用いたアッパーが人気。パンプス、カジュアル、ブーツの全カテゴリーで、ソフトさを意識したい。より強くアピールするため、ギャザーを寄せたデザイン、バブーシュー(かかと踏み潰し)も展開しよう。



バブーシュー

秋冬でもスポーティ感覚は根強い。そこでスポーティソール、モールドソールなど、歩きやすい底ではあるが、少しエレガントに表現している商材を提案したい。インヒールやウェッジヒールスポーティなどにも期待が掛かる。

◆メンズの傾向

メンズでは、スニーカーから靴・ブーツへの履き替えに期待が集まっている。靴・ブーツをしつかりと売るためにも、積極的な提案が必須と言える。スニーカーには飽きている人も増えているので、次に何を履くべきかを、きちんと伝えていきたい。



メンズ・アメカジアレンジブーツ

○ブーツ

従来のワーク（仕事用）、アメカジ系ブーツは、一部のファン層向けになっており、マスまでは広がらない。そこで今年は、アメカジやスポーティ、モードなどのさまざまなテイストを組み合わせた商材をお勧めしたい。アメカジブーツもコイデインイトによってイメージは異なる。そういう面白さを演出することで、お客様の層を広げよう。

○カジュアル

主流は大人世代に向けた「オンオフ（通勤&休日）兼用」商材。着用の機会が多いので、品質の良い高価格品も購買して頂ける。通勤スタイルのカジュアル化が進む中で、より拡大が期待できるゾーンと言える。



メンズ・厚底カジュアル



メンズ・オンオフ兼用

○ドレス（ビジネス）

一方で、ドレスのカジュアル化も進む。スニーカーソールなどの機能底を付け

逆にティーンズ、ヤング向けの商品が出てきている。厚底靴など、注目商品は出始めているので、どう訴求するかが問題。洋服とのコーディネート提案し、お勧めしていきたい。

たドレスがより拡大する。ドレス、カジュアル、スニーカーの枠を超え、「カジュアル通勤」をより推し進めていきたい。



メンズ・機能ドレス

◆スニーカー&キッズの傾向

一時期のブームは落ち着いたが、まだまだ強さを発揮しているスニーカー。専門店では扱える商材も少なくなってきたおり、商品展開に対する意識がより重要になってくる。

誰の、どういうシーン（場面）、スタイルに対応する商品かを意識し、売場独自の品揃えをしていくことが必要となる。

キッズでは大人目線での展開が必須。子供自体の大人化もあるし、「家族」としての需要も高まってきている。その両方に対応するためにも、大人の視点が重要

になる。少子化が進む中で、価格を上げていくことが求められている。

○スニーカー

ティーンズやヤングの流行としてのスニーカーは、その比率が下がっていく。これから注目したいのは、30〜40代の家族需要。休日には外に出掛け、家族でアウトドアを楽しむ世代。スニーカーもアウトドア系の人気が根強い。メンズ（父）、レディス（母）、キッズ（子供）と揃えて購入することも多いので、ここはきちんと家族対応できる品揃えを図りたい。



スニーカー・アウトドア系

ランニングなどのスポーツ実需商品でも、ファッション対応されるので、扱えるブランド、商品の中から、きちんと選択しよう。

これまでスニーカーは白、黒が圧倒的人気だったが、色が求められるようになってきた。季節の色を意識し、売場で色を見せることも重要だ。

スノーブーツは機能性だけでなく、ファッション性も高く、特にレディスで人氣が高い。有名ブランドの支持が高いので、ブランドも意識しながら、冬にきちんと揃えておこう。

○キッズ（子供靴）

前述のように、家族でアウトドアを楽しむ人達が増えている。そこでアウトドア系のキッズ商品を揃えよう。親とブランドも一緒に揃えたいところだが、キッズは雰囲気が出れば大丈夫なことが多い。ブランドを気にせず、デザインや色で選びたい。



スニーカー・スノーブーツ



キッズ・スノーブーツ

スノーブーツは例年、品不足になっている。雪寒地以外でも降雪が毎年あるので、子供用のスノーブーツも意識しておこう。

大塚製靴株式会社 東京工場を見学して

(株)ワシントン靴店 営業二部
佐藤 純

2月27日に大塚製靴様の東京工場見学会に参加させていただきました。

建物の中に案内していただくと、初めに私たちを迎えてくれたのは靴の資料館でした。歴史的に価値のある靴や、世界の珍しい靴など、初めて見るものがたくさんありました。

目を引いたのは足長120cmの「ジャンボシューズ」と、親指ほどの小さな靴でした。「大きい靴は、云わば『万業』だが、小さいほうは力だけでは作れない。技術が要るのは小さいほうです」とのこと。どちらもただのオブジェではなく、製品と同様のハンドソールで作られていました。こういったものにもメーカーならではの技術が詰まっていると感じました。

実際に靴の製造現場へ案内していただき、まずはセメント製法の靴づくりを見せていただきました。セメント製法と言うとシンプルな製法と思いがちですが、接着面の丁寧なパフがけ、つり込み前の加熱など、底付けの前にも様々

な工程がありました。さらに底付けの機械にも、それぞれ「クセ」があるとのことでした。そのクセも知り尽くした職人さんが底付けをすることによって、一足一足が均一で高いクオリティになるのだと思います。

続いてグッドイヤーウェルト製法を見せていただきました。頭の中ではその製法を理解していたつもりでしたが、実際の靴づくりを見るのは初めてでした。何より驚いたのは、アップヤーやリブ、ウェルトといった決して均一ではない天然素材を、いとも簡単に縫い合わせていく職人さんの技術と集中力でした。出し縫いをしていく職人さんも、簡単な印をちょこちょこつけて、ものの数十秒で縫い上げてしまします。経験のうえにある技術であるとは言え、まさに職人技だと感じました。そして最後にコバを整え、飾り釘やファッジングを施され、私たちが慣れた「靴」となります。

最後に手縫いによるハンドソールウェルト製法を見学いたしました。これまでの機械によるソーイングとは違い、一針一針丁寧に縫い進めていき、そのステッチには人の手によるぬくもりが感じられます。グッドイヤーと違いリブを使わずに掬い縫いをするため、ウェルテッド製法でありながら、非常にソフトな履き心地であるとのことでした。このプロセスを目の当たりにしてから、あらためてハンドソール製法の靴を見ると、堅牢な佇まいのなかにもふっくらとした柔らかさがあるように思いました。

以上のような多くの手間と、職人の方の技術があつて出来上がっている一足一足の靴の良さを、果たして店頭のお客様に伝えきれているのかと考えさせられます。今回の見学会で体験を通じて得られた「付加価値」を、しっかりと伝えて参ります。

この度は貴重な体験をさせていただきまして、ありがとうございました。うございました。

(株)ワシントン靴店 営業一部

宮沢 伸和

このたび東靴協会主催で、大塚製靴株式会社様の東京工場を見学させて頂きました。テーマは、「紳士靴のハンドメイドの工程見学」で、普段見ることの出来ない生産現場を見させていただく、貴重な体験の場となりました。

高級紳士靴といえば、まず最初に頭に浮かぶ言葉は、グッドイヤーウェルテッド製法です。そのグッドイヤー製法と、底付けにおける手法が

異なるセメント製法の工程を見学させて頂きました。様々な製法がある中、比較するの非常に分かりやすい2つの製法です。また、各工程における職人さんの技術を拝見できて非常に勉強になりました。

知識では、「加工された中底と甲革、裏革とウェルトをすくい縫いで縫い合わせた後隙間をコルクなどの中物で埋め、そのウェルトと本底を出し縫いで縫い合わせる製法がグッドイヤー製法」と説明することはできますが、判っていると思っていたことも、自分の目で見て聞く事により、良い靴はしっかり手間をかけて作っている事が、改めてわかりました。

特に印象に残っているのが、「すくい縫い」の工程です。手馴れた職人さんが、靴を機械の前で回転させて、わずか10秒程で一足分が完成してきます。手縫いだ、といったどの位の時間がかかるのでしょうか。機械で行うミシンの威力と、グッドイヤー製法の心臓部ともいえる工程を、いとも簡単に仕上げていく職人さんの手の動きに、目が釘付けになってしまいました。そして、一足が出来上がるまでの工程の多さと、細部に拘った仕上げ、それをこなす技術力に圧倒され、あつという間に時間が過ぎていきしました。

さらに生産現場の最奥には検品所があり、釘のチェックや出来上がりのチェックを行っています。そこには「C級候補」と貼られた靴が数10足ありました。あれだけ細心の注意をし、各工程を経てきた靴が、最終的にちよつとした仕上げなどの不具合で、やり直しに回ってしまう靴です。ここに、靴作りに対し妥協を許さない大塚製靴様の拘りを、改めて感じる事ができました。

見学会を終え思う事は、靴作りの奥深さと本当に良いとされる靴は、手間と時間を割き作られている。そして何より、それを支えている職人さんの技術力が必要不可欠であるという事です。今後、靴小売業に携わる上で、目に見えない靴作りの拘りや、一足にかかる時間と手間があつてこそ「価値」と言うものをお客様に伝えていく必要性を感じました。

また、大塚製靴様の靴作りに対する拘りを拝見し、改めてメイドインジャパンの靴の良さを感じる事が出来ました。「高価だから良い靴ですよ」ではなく、今後は「なぜ高価なのか」をお客様にお伝えし、自信を持って日本製の靴をおすすめしていきたいと思えます。

このたびは貴重な体験をさせて頂き、誠にありがとうございました。

理事会・支部連絡会

だより

平成三十年三月二十八日(月)

午後二時、西村記念ホール

松戸副会長の司会で開会。出席者20名。栗原会長が「靴の記念日に合わせ、浅草文化観光センター6・7階で靴産業の歴史展示や記念トークライブなども予定されています。ぜひご覧下さい。また、スニーカーの動きも鈍くなっているようですが、これから4月にかけては繁忙期になります。頑張らしましょう」と挨拶し、議事に移った。

一、平成30年収支

暫定予算案について事務局の田中氏より、配布資料に基づき表記の予算案について詳細な説明があり、承認された。

二、その他

小堤前会長より、皮革産業連合会の理事会で、先般スニーカーがスニーカー通勤を推奨したことに関し、靴業界16団体が連名で抗議をし、今後は注意をする、と回答された。続いて佐宗専務理事より今後の予定が報告された。



―新宿支部―

新宿支部(清水岩男支部長)では、3月17日(土)午後7時より西新宿「謝朋殿本店」に於いて協会より栗原会長、松戸副会長をお招きして総会及び懇親会を開催した。須藤理事の司会で進行。清水支部長より「高齢の上には季節の変わり目で体調管理が難しい時期ですが、皆さんも身体に気をつけて頑張りましょう」との挨拶があった。

第85回
靴の記念日式典挙行

平成30年3月15日、午前11時より西村記念ホールに於いて

て、表記式典が、来賓を始め靴業界各団体から49名が参加して執り行われた。

式典は日本靴連盟監事の栗原茂氏の司会進行のもと、日本靴連盟副会長の岩崎幸次郎氏の「今年は明治150年にあたり、明治3年に靴工場ができて年月が経ちます。当時は世の中の仕組みも大きく変化し、ご苦労も多かったでしょう。現在も大きく世の中が変化していますが、西村翁が工場を始めた時の苦労は、今以上であつたでしょう。西村翁の魂を受け継いでこの厳しい現状を乗り切つてまいりましょう」と開会の辞に続き、主催者を代表して日本靴連盟会長の山田晋右氏が「諸先輩の方々のご苦難の歴史の中で現在があります。精神を受け継ぎ今後業界として海外にも目を向けグローバルな経営をしていく必要があるでしょう」と主催者挨拶を行った。続いて、神田明神の神職による神事に移った。



修祓・招魂の儀・献饌の儀・祝詞奏上と続き、玉串奉奠は、佐倉藩の末裔・堀田正典様、経産省・杉山真様、日本靴連盟会長・山田晋右様、同顧問・大澤重見様、同副会長・岩崎幸次郎様、同・小堤幸雄様、同・藤原仁様、同・笠井庄治様、同理事・春田英二様、協同組合資材連副理事長・一條真見様の順に行い最後に、日本靴小売商連盟理事・東條英樹様と一緒に参加者全員で行った。神事は撤饌の儀・送魂の儀と続き終了した。

靴専門店

大手3社の売上推移

毎号協会調査のアンケート結果を掲載していましたが、今号より、大手3社の直近3か月の売り上げ推移を掲載することといたしました。ご参考にしてください。

東京都中小企業景況調査(2月)
業況：踏みとどまる
見通し：わずかに上向く

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	356	40.7%	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	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	268	30.6%	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					

社名		1月	2月	3月
チヨダ	全社売上	-3.7	-6.7	-1.1
	客数	4.8	-8.2	-1.0
	客単価	1.1	1.7	-0.2
	店舗数	1085	1080	1079
ABC マート	全社売上	5.4	6.7	7.9
	客数	5.6	4.9	8.8
	客単価	0.1	1.7	-0.9
	店舗数	941	939	955
G フット	全社売上	-2.2	-2.1	-0.7
	既存店	-3.3	-2.8	-1.3
	店舗数	893	890	897

引き続き、来賓の西村勝三翁の主人、佐倉藩の末裔・堀田正典様より励ましの挨拶を頂き、経産省から製造産業局生活製品課課長・杉山真様より「現在の靴産業は、長い間培われた、諸先輩方のご苦労の結果だと感じます。国もやる気のある企業にはしっかりと応援をしていきます。一緒に頑張りましょう。」と挨拶を頂いた。日本靴連盟顧問の大澤重見様の音頭で乾杯を行い、懇親会に移った。