



参加者29名を乗せたバスは、朝7時30分に協会前を出発し、途中大黒PAで休憩を取り、最初の目的地、城ヶ島へ向かった。整備された公園で、展望台から見た太平洋の一望は壮大だった。

夏期レクリエーション開催

平成30年度の夏期レクリエーション(夏期学校)は、8月21日(火)に「マホロバマインズと横須賀記念艦みかさ見学の旅」として開催された。

続いて三崎港の市場「うらり」でショッピングと休憩の後、昼食会場の「マホロバマインズ三浦」へ向かった。

夏の季節ということもあり、家族連れなどで賑わっていた。二階の宴会場は椅子席が用意され、添乗員から今後の予定など説明の後、松戸副会長の司会のもと、お待ちかねの昼食会が始まった。

栗原会長の「天候にも恵まれ順調に参りました、三崎のマグロを中心にした食事を楽しみ、温泉、カラオケなどくつろいでください」との挨拶の後、川上相談役の音頭で乾杯の盃を上げ懇親会へと移った。温泉、カラオケと和気あいあいの内に出発の時間を迎え、バスは「横須賀記念艦みかさ」へ移動。艦内の映像コーナーで日露戦争の歴史を勉強した。そこではボランティアガイドの方にも説明を受けたが、熱



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

のこもった話し方で一同感動をして聞き入っていた。艦内の案内もしていただき熱心な説明で時間が過ぎるのを忘れるほどだった。

帰りは行きと同じ大黒PAで休憩を取り、三崎で求めた土産を配り帰路に就いた。

参加者が年々減少してしまいましたが、移動はほとんどバスで歩くところも少なく高齢の方でも安心して参加できます。奥様やお子様など来年は多くの皆様のご参加をお願いいたします。

シューフィッター 既得者勉強会

8月17日(金)午前10時より12時まで、西村記念ホールにおいて28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小堤幸雄氏が担当して「靴合わせ&アシヤストメント」と題し講座が行われた。

佐宗専務理事より講師の紹介と、本日のパッキング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、と挨拶し講義に入った。



初めに講師の店舗で扱っている「288分のi」ブランドについて、サイズが19.5cm、27cm。ラスト型が2種類。ワイズがA〜Fまでの全288パターン。のサンプルから、合う靴型を選び、デザインを決めてもらう。という説明を行い、靴が足に合っていることの大切さを説明した。

今回の受講者は既得者ということで、すでに5年以上の経験者が多く、講座内容は実際に店頭で困ったことを聞き、それを考える、という質疑を中心とした講座となった。

「実際には大きい靴を履いているのに足が前に進みつま先が当たるので、靴が小さいのでは?」と聞かれた。

「カカトのカーブが合わず、何を選んでも脱げてしまう。調整方法が難しい。」など参加者からの質問に、パットの種類や使い方など丁寧に説明して講義は進んだ。

別の参加者から体験談で失敗例や、成功例なども聞かれ、

シューフィッター同士の意見交換会などにも必要ですね、との話も出た。
今回は実践的な内容となり、参考になったのではないのでしょうか。

最後に佐宗専務理事より、販売の現場ではシューフィッターの期待も大きく、必要性が求められています。ぜひこの勉強会を有効に活用し、実践に役立てていただきたい、と結んだ。

靴専門店・大手三社の 直近3か月売上推移

客単価は上昇するも客数が減少した。ブランドスニーカー、学生向け定番品、PBブランドも好調に推移。(チヨダ)

台風や天候不順だったが、お盆商戦を中心に順調に推移。猛暑の為サンダルが好調に推移した。(ABCマート)

天候不順ながらサンダルの夏商品は昨年を上回り好調。新学期実需の月ずれや、祝日と日曜が重なった等で売上減となった。(ジーフット)

社名	6月	7月	8月
全社売上	-3.5	-7.6	-6.0
チヨダ			
客数	-3.5	-6.9	-7.7
客単価	0.0	-0.6	1.8
店舗数	1069	1069	1061
ABCマート			
全社売上	5.8	-2.2	3.4
客数	4.1	-5.6	3.7
客単価	1.6	3.6	-0.3
店舗数	966	967	968
Gフット			
全社売上	1.7	-0.2	-3.3
既存店	1.0	-1.1	-4.0
店舗数	898	898	893

2019年春夏のファッションの傾向

アジアリング(株)

ここところ、スニーカーの人氣が強く、レディース、メンズ共に苦戦となっていた。その動きもかなり変化してくる。

社会情勢も先行き不安な状況で、ファッション的にもモード(欧風)、エレガンスの方向性が強まってくる。しかし、カジュアルを経験した後に、カジュアルの良いところを残しつつ、そこにモード、エレガンスを加味するというミックスされたスタイルが主流となる。

これまでのスニーカーに頼った商品構成から脱却し、レディース、メンズの「靴」をきちんと売る体制を作っていくことが重要になる。

◆レディースの傾向

レディースではカジュアルの楽さ、気軽さは残しつつも、きれいに仕上げた商品に期待が掛かる。ファッションでもカジュアルアイテムをきれいに仕上げた着こなしが支持されており、それに合わせる靴として、カジュアルとエレガ

ンスを合わせたような商品が求められる。

商品展開としては、春期、初夏期、夏の3期体制が定着。特に初夏期の比率が高まる。初夏期と夏期でサンダル

○サンダル

一時、低迷していたサンダルだが、ここ数年、復活の兆しを見せている。初夏期に定価で動くサンダルを展開し、より売上増を狙いたい。

春は靴下などと合わせてサンダルを履くスタイルを提案しよう。まだ寒いうちからサンダルが動くように仕掛けることが重要だ。



ベタサンダル

初夏からは夏を意識したサンダルへと移行させる。注目はベタタイプのサンダル。ベタサンダルというと、盛夏のリゾートサンダルを思いがちなが、ベタでもきれいに見えるサンダルで、エレガンス好きの大人世代の方にも対応できる商品を意識したい。

サンダルをきちんと売る体制にすることで、売上アップを図りたい。

○エレガンス系

高寸、ピンヒールの苦戦は続き、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商品が主流となる。ベタタイプのキャッターも、パンプスとして着用されるようになる。



カッター

初夏期では、各種オープン物を取り入れ、サンダル感覚の商品を増やしたい。メッシュ、チュール、カッ

トワークなどで肌を見せたパンプスも登場。カラーバリエーションも加え、華やかに見せていこう。

木型も変化していく。ポインテッド(尖った)トゥ、ラウンド(丸い)トゥが主流だったが、新たにスクエア(四角)トゥが広がる。

○カジュアル系

オックスフォード(紐靴)、ローファーなど、トラッド靴をアレンジした短靴は、完全に定着。アレンジ方法により、幅広い世代へと提案できる。

ティーンズ・ヤングには厚底が注目。足元にボリューム感を持たせるのが、来春のスタイルの特徴となる。



厚底カジュアル

大人世代にはヒールアップさせてパンプス風にするなど、きれいに仕上げた靴が広がる。

○ミセス

ミセスではリラックス感と若々しさの融合が求められる。その最たるものが、スポーティ。流行最先端からは外れてきたが、完全に定着している。ミセスの需要に合っていることで、より拡大が進む。



ソフトカジュアル

◆メンズの傾向

メンズでも、スポーティは定着しているが、モード感をプラスしたスタイルに移行する。そのため、スニーカーから靴へと履き替える層が出てくる。そういう人達のために、新たな提案が必須になってくる。

また、一枚革でソフトな靴も人気継続。デザインはベーシックで、ソフト感や履きやすさをプラスした靴を、ウォーキングに満足できないミセスに、提案していきたい。

○サンダル

レディースでサンダルが復活したが、メンズでもサンダルに期待が掛かる。これまではスポーツサンダルに取られていたが、来年は革サンダルが復活。一枚革、二本ベルトなど、デザインはシンプルで履きやすいサンダルを展開する。底は少し厚めで、衝撃吸収性にも富んだ商品がお勧めだ。



メンズサンダル

レディース同様、靴下と合わせるスタイルを提案し、早い時期から動くように、心掛けたい。

○カジジュアル

ヤングではサンダル感覚で履ける丸物も必要。サンダルと組み合わせ、訴求力を高めたい。

また、メンズでも厚底カジジュアルは注目。個性的なファッションを楽しむ客層に向け、見せていきたい。

大人層では、通勤にも対応できるような、品の良い商品が必須。



革スポーティ

アダルトでは革のスポーティを核とすることも考えたい。

○ドレス（ビジネス）

ドレスのカジュアル化は進化し、完全に定着。カジジュアルで人気となった靴を、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拡大する。カジ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。



ドレス

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。従来のドレスアップパーをのせ、全体のバランスを取りたい。

◆スニーカー&キッズの傾向

大手ブランドの商品の制限がより厳しくなり、専門店では扱えない商品が増えていく。新たなブランド、商品の模索と、お客様への啓蒙も含め、より自主編集による売場提案が重要になってくる。

キッズは大人化への対応を進めると共に、価格アップを図ることが重要。少子化は加速している中で、その中でも売上を上げていける工夫を考えていきたい。

○スニーカー

大手ブランドと、国内を中心とした他のブランドと、扱う商品を分けて考えよう。

大手ブランドは、運動靴タイプを中心とする。「運動するため（アスリート）の靴」も、ファッションとして履く人達が増えている。デザイン性と機能性の両面で、注目度が高い。



アスリートスニーカー

国内を中心とした他のブランドでは、カジジュアル感のあるベーシックタイプを選びたい。こだわりを重視する大人層の支持が高い。

スニーカーは色の重要度が高まっている。そこで、運動靴タイプをヤングに提案する場合、黒や白、大人世代に向ける場合はカラフルを意識する。ベーシックタイプでは流行色を必ず展開する。



ベーシックスニーカー

サンダルも必須。安いシャワーサンダルではなく、価値観のあるアウトドアサンダルを提案する。

○キッズ（子供靴）

最近では、親子でレジャーやファッションを楽しむ家庭が増えていく。そこで靴でも親子提案を拡大していきたい。

靴では大人と同じデザイン、色をキッズでも展開。親子でお揃いを気取るスタイルを意識する。ベーシックタイプだと、ブランド、商品に関わらず、統一感を出すことができるので、提案しやすい。



キッズ アウトドアサンダル

また、夏を意識して、アウトドア系のサンダルや靴を親子展開する。キャンプやフェスなどの状況を売場で提案すること、訴求力を高めることができる。サンダルと、ウォーター系、トレッキング系などがお勧め。鮮やかな色の展開もすることで、楽しさ、明るさも提案できると良い。

理事会・支部連絡会

だより

平成三十年八月二十三日(木)

午後二時、西村記念ホール

出席者23名

松戸副会長の司会で開会。

栗原会長が「8月3日に皆様も取引があったと思います。三鈴商事が、10月1日付けでネット販売のロコンドへ株式を譲渡する。という報道がありました。(下記参照)婦人靴は依然として厳しい環境が続いています。我々小売りも商品構成など改めて見直していないとまらないのでは無いでしょうか」と挨拶し、議事に移った。

一、夏期レクリエーションの結果について

松戸副会長より8月21日に本年のレクリエーションを行った。参加者は、96歳の最高齢者を含め29名が参加、好天に恵まれ、楽しく行うことができた。来年は参加者からの声でブドウ狩りなど山梨方面の要望もあり、検討する、と報告があった。(1ページ参照)

二、シューフィッター

既得者勉強会結果について
佐宗専務理事より、8月17日(金)午前10時より12時まで当西村記念ホールにおいてシューフィッター既得者勉強会が開催された、と報告した。(1ページ参照)

三、「靴まつり」の詳細について

田中催事広報委員より9月1日より行う「靴まつり」について、詳細な説明をし、抽選会は10月の理事会で行う、と報告した。

四、防災用飲料水

配送について

佐宗専務理事より、協会より配送している防災用飲料水は9月中旬に予定している、と説明。

五、FHAシューフィッター養成講座の募集締め切り

について

佐宗専務理事より、FHAに委託して開催しているSF養成講座が、10月17、19日に両国の国際ファッショセンタで行われるが、参加希望者は9月18日までに事務局へご連絡ください。

六、その他

佐宗専務理事より今後の予定が報告された。

☆情報交換会開催☆

次回は10月24日水3時より飲み物つまみ等を準備します！ぜひご参加いただき、皆様の声をお聞かせ下さい。

業界情報

(株)ロコンド

Mitsuru & Co. の株式取得靴とファッションの通販サ

イト、LOCONDO.jpを運営する(株)ロコンド(本社・東京都渋谷区)は三鈴商事株式会社(本社・東京都台東区)をスポンサー支援し、2018年10月1日付で同新設分割子会社「Mitsuru & Co.」の全株式を譲り受けることをお知らせします。(株)ロコンドから

左記の内容で発表があった。発表では、株式取得の実行は、三鈴商事の取引先金融機関などの金融債権者による同意が得られることを条件としております。尚、株式取得額としては12億円を予定しております。

ロコンドはMitsuru & Co.の全株式を譲り受ける事によって、グループ内のブランド事業における第二弾戦略として位置づけることに加え、ロコンドグループとしても百貨店事業、及び卸売事業に本格進出します。

平成30年8月3日付で、三鈴商事(株)の間でスポンサー契約を締結しました。

1、スポンサー契約及び子会社の移動の理由

三鈴商事(株)は1951年の創業より「ブーツの三鈴、商品開発の三鈴」を基本に歴史を刻んできました。(中略)

(株)ロコンドは「業界に革新を、お客様に自由を」を経営理念のもと、「自宅で試着気軽に返品」できる、靴とファッションのECサイト「LOCONDO.jp」を軸とするECサービス、ECサービス

で構築したIT・物流インフラ等を共有・活用した「プラットフォームサービス」の2つを運営している。

三鈴商事(株)を支援することにより高いサービスを提供し、収益力を向上させる。

2、スポンサー契約及び子会社の移動の内容

当社および三鈴商事(株)は本スポンサー契約に基づき、事業継承を行う。

三鈴商事(株)が、平成30年10月1日付で、新設分割により「Mitsuru & Co. (株)」を設立し、三鈴商事(株)の事業を承継した後に、全株式を譲り受ける。ただし、取引先金融機関等の金融債権者の同意を条件とする。

以上の内容で(株)ロコンドから発表があった。(発表内容から抜粋)

マルチウ産業株式会社

民事再生法の適用を申請
マルチウ産業(株)(資本金5000万円、横浜市西区平沼

12-23、代表小川陽清氏)は、8月28日に横浜地裁へ民事再生法の適用を申請し、保全命令を受けた。昭和43年5月に設立。ビーチサンダルやリゾートサンダルなどのサンダル類を主力に、スニーカーやケミカルシューズ等の靴類を外注で製造し、全国約120社の販売代理店を経由して販売。パンダイやサンリオなどの人気キャラクターをデザインした商品は人気が高く、2002年3月期の年売上高は約54億1600万円を計上していた。

その後、少子化や廉価な同業他社製品に押され、売り上げは減少傾向で推移する一方、人件費や外注費の高騰で収益性が悪化。2017年3月期の年売上高はピーク時半減以下となる約19億8600万円にまで減少。厳しい資金繰りが続くなか、8月31日付けの手形決済における資金調達が困難となったことで今回の措置となった。負債は約27億円。

東京都中小企業景況調査(7月)

業況：2か月連続で後退
見通し：ほぼ横ばいで推移

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)	
875	366	41.8%	悪い	良い	悪い	良い
			100	0	100	0
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	7月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	279	31.9%	悪い	良い	悪い	良い
			100	0	100	0
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					