

ロンドン・ミラノ・ミカムを視察して

先日栗原会長がミカム展示会へ行ってきました。その際のロンドンとミラノを視察し、左記のホットな情報を寄せて頂きました。

ロンドン

WESTFIELD LONDON

ロンドン市の西側に位置する「ウエストフィールド・ロンドン」は、ルイ・ヴィトンやグッチの出店するショッピングセンターだが、地下鉄のWood Lane 駅側が増床され、廉価の衣料大型店のプリマーク、百貨店の John Lewis が出店している。

すでに9月中旬だというのに、シューズ専門店、スニーカー専門店では、依然として一部コーナーで SALE が続き、靴専門店「JOHNS BOOTMAKER」は閉店セールを、老舗のラッセル&ブルムリーは秋冬商品が必要以上にゆったり並んでいる。毎年金曜日の夕方に来るが、ショッピングバッグを持っていく客がいつもより少なく、今まで感じたことのない消費



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(10月号)

不振を実感する。

実は英国では老舗大型店のマックス&スペンサーが全店の10%の閉店を発表し、また、老舗百貨店の「ハウス・オブ・フレイザー」、同じく百貨店の「デビナムズ」、スーパーの最大手「テスコ」も店舗の大幅な縮小を計画している。

この小売業界の不振の原因は

①英国のインターネット・ショッピングの売上が全体の20%に拡大。

②2016年のEUからの離脱でポンドはユーロなどに対し15%以上下落し、インフレ率は3%に上昇。そのため価格の値上がりに、所得がついていけず、生活が苦しくなった。

③特色のある専門店や低価格大型店との競争が激化。といったことが挙げられる。

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



靴専門店にとっては、オックスフォードストリートの本店を東側に移動した「JDスポーツ」が用具よりもスポーツファッション、スニーカーに力を入れ、そのフロアの広さと商品力で新たな脅威となっている。靴専門店では、店舗が広く、メンズ、レディース、子供を扱い、カジュアル寄りの商品構成の「SCHUCH」は健闘しているが、一部限定スニーカーの並ぶ中型店の「OFFICE」は影響がありそうだ。

最近ナイキが好調だというのでオックスフォード・サーカスの「ナイキタウン」へ。前回エアーマックス、エアージョーダンなどの限定商品がセール価格で売られていたが、今回は基本的に定価。商品の構成は、今までのエアーマックスや、フォースーの売れ筋、

ニューアイテムがこれでもか！という位に並んでいる。この辺は、スタンスミス・スーパースターのクラシックモデルが落ち着いてきたアディダスより魅力的である。次回はどうなっているのだろうか？



ミラノ

リナシヤンテ(百貨店)

レディースでは引き続きスニーカーが目立つが、ヒールの復活に向けた試みも始まっている。メンズではドレスシューズの価格は下がり気味で、トータルなスニーカー売場は拡大。別館にレディースのスポーツシューズの売場ができていた。

大型セレクト店

(エクセルシオール)

改装した後だが、セレクトらしさがなくなり、ブランドスニーカーを直に床に置き、商品の密度も薄くなっていた。次回どうなっているか楽しみだ。

靴専門店が5店舗あったべ

ルジェリオ、マリレナはすべてなくなっていた。これでも等地で目立つ靴専門店は GEOX だけになった。靴店に変わり、現在はフットロッカー、sine(店舗名)のスニーカーショップが目立ち、ミラノの老舗スポーツ店はナイキ、アディダスの売場を縮小し、バッティングしない3ブランドを導入していた。



MICAM (ミカム)

婦人靴

とにかくいろいろな商品が並んでいるが、ブーンス前には必ずと言っていいほどスニーカーが置かれていた。一部ストームの厚い商品も。エスパドリユー人気は続いている。

紳士靴

スニーカーの取り組みが増えてきている。あまりに多すぎでどこで買うか迷うほど。

日本人バイヤーは思ったほどいかなかった。定番的なサンダルなどの発注は行われていた。
(栗原 茂)

業界情報

3Dプリンター使用し展開

シューズポストウイークリーに3Dプリンターを使用してシューズの製造を行うという記事が連続して掲載された。左記に、その二つを紹介する。

カスタマイズ・ミッドソールを製造し店内で体験 デンマーク・エコー社が 革新的シューズづくり

エコー社は今年4月から、AI(人工知能)を活用して個々の足型や歩き方などの情報を計測・解析し、3Dプリンターでカスタマイズしたシリコン製ミッドソールを店舗内で製造する、世界でも初の試みといえる新しいシューズづくりに乗り出している。

革新的なシューズ開発は、QUANTU(クアントウ)と呼ばれ、バイオメカニカルや材料開発、3Dプリンターなどの専門メーカー、研究機関などの支援を得て実現。現在エコー社が出資する、アムステルダムにある次世代の技術開発を専門に行うエコー・

イノベーション・ラボが運営するストア「W・21」で、期間限定により一般販売をしている。

日本でもサービス展開

エコージャパンの犬塚景子社長は「55年に及ぶシューズづくりの歴史があるエコーは、他社に先駆けてダイレクティオンジェクションなどを取り入れてきた。先駆者としてのDNAの先に今回の世界でも類のない究極のシューズづくり、クアントウがある。日本市場には、19年2月上旬にプレビューを予定しており、年間稼働するサービスを考えている」と話す。

クアントウは、①リアルタイムで足の分析を行い、②データを基にデザインを開発、③店内の3Dプリンターを用いる。という3つのステップを行う。

足型の情報は、iPadなどのツールで瞬時に読み取り、左右の足の違い、誤差やアーチハイトのデータも明確に出る。

歩行時のデータも45秒で解析する。そうしたデータを3Dプリンターシステムに連結し、シューズ機能の心臓部であり、履き心地で主要な役割を果たすミッドソールを1足あたり45分で製造する。

ダウの3D用シリコン採用

ミッドソールは、米国のザ・ダウ・ケミカル・カンパニーがクアントウ用の3Dプリンター対応として開発したシリコンを採用。粘弾性、耐久性、温度安定性に優れるミッドソール構造となっている。個人差に応じてシリコン硬度を部位ごとに変えることもできる。

日本市場では、来年2月から本格的な運用が始まる予定だが、犬塚社長は「クアントウはこれまでのシューズ売り場にはなかった、まさに異次元の革新的なシステムである。カジュアルシューズからスタートするが、今後はエコーの他のカテゴリーもヨコに展開することは可能であり、それによりシューズづくりの世界をパラダイムシフトさせていくことになる」と、大きな期待を寄せている。

3Dの「ミリメートル」が 有楽町にショップをオープン

次世代型オーダーメイドを展開するミリメートルが、有楽町マルイ店2階のレディースシューズ売場のリニューアルに合わせて、期間限定で「3D計測器と3Dプリンターで作る木型でその場で手作りする」というショップをオープンした。

ミリメートルは2015年10月、足に合う靴を製造する独自技術によりオーダーメイドの婦人靴を従来の半額で提供することを目的に設立されたベンチャー企業。設立以来、足型計測会をマルイで開催してきた。今回有楽町マルイの婦人靴売り場全面リニューアルに伴い、市ヶ谷にある自社工房「シューズカフェ」を約1か月間、丸ごと移転した。

このショップは、3D計測器や3Dプリンターはもちろん、ミシンや革漉機、グラインダー、圧着機など製靴用機械を一通りそろえ、靴職人の作業スペースを設けている工房一体型店舗だ。

3Dスキャナーを用いて計測した3Dデータをもとに樹脂製木型を3Dプリンターで8〜10時間かけて出力する。その木型を用いて職人が丁寧に手作りし、一人ひとりの足の形に合わせたシューズが出来上がる。さらにデザインや素材、カラーも選ぶことが出来るというもの。注文からおおよそ3か月で試着し、微調整の後に完成・引き渡しとなる。

オーダーメイドの敷居を 低く、イメージを変える

今回の期間限定ショップについて粕谷社長は「この

ショップの目的は、注文靴に対する消費者のイメージや概念を変えることにより、オーダーメイドの敷居を低くすることにある。特に婦人靴の中で製作が一番難しいとされるパンプスで、踵部とボールガース部の2点でフィット感を出さなければならぬ。1ミリ単位で修正し、ジャストフィットのパンプスを作ることを目指している」と話す。

3D技術を駆使した独自の計測システムは2016年に国内特許を取得し、翌17年には国際出願を完了している。今後は自社開発の3D計測器の量産と全国の靴職人とのコラボレーションを加速し、全国に拠点の拡大を図る計画。

ベンチャー企業を支援

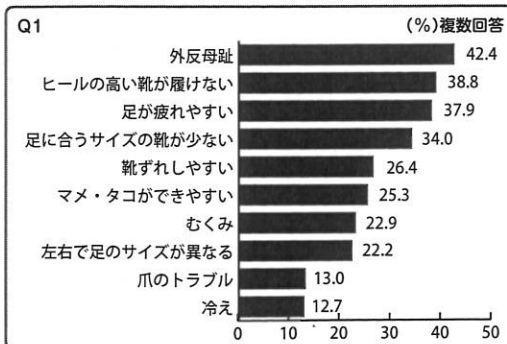
丸井のレディースシューズ事業部テナント課長は、「当社は現在マルイを27店舗展開しているが、売り上げは有楽町が一貫してNo.1を維持している。今回のリニューアルを機会に一番目立つ場所にベンチャー企業ショップを提供することにした。第一弾として東京都革新的サービス優秀賞を受賞したミリメートルに提供することになった。今後もしイベントを通してベンチャー企業を支援していきたい」と話す。

足の悩みに関する意識調査

本誌（フィットフィット）がインターネットにより、全国の40～60代の女性1413人にアンケート「足の悩みに関する意識調査」を行った。

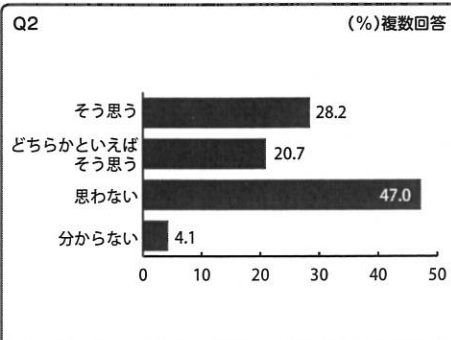
Q1 足・靴に関する悩みを抱えていますか？

この質問に、81.1%が「はい」と回答している。最も多かったのが「外反母趾」。次いで「ヒールの高い靴が履けない」「疲れやすい」となった。



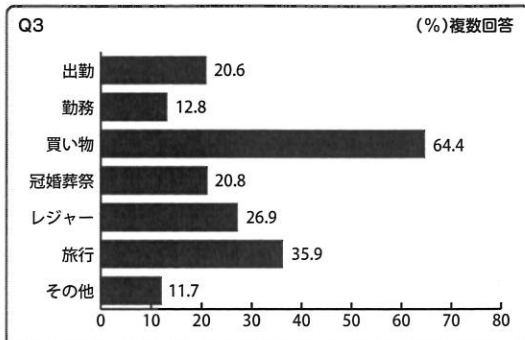
Q2 自分は外反母趾だと思いますか？

外反母趾の自覚症状を持っている方が、約半数になった。年齢が高くなるにつれ増加。



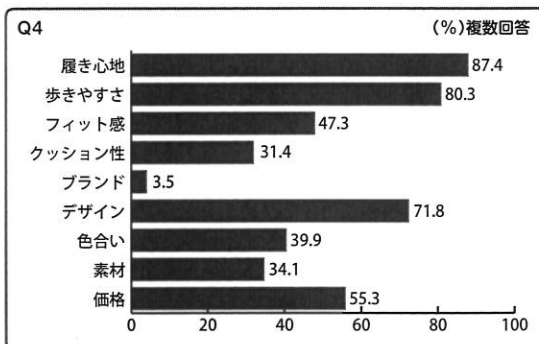
Q3 外出時、足のトラブルを感じたことは？

「はい」の回答が94.8%に上り、感じたシーンは「買い物」が多く、次いで「旅行」「レジャー」となり、年齢を重ねるにつれ、足のトラブルでショッピングや旅行が楽しめないという実態が明らかにした。



Q4 靴を購入する際に重視する点は？

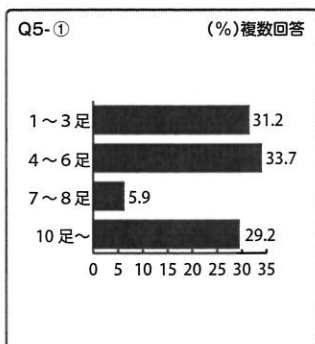
「履き心地」「履きやすさ」が8割以上となったが、デザイン、価格も重視するという結果となり、厳しくなる中高年女性の眼が表れている。



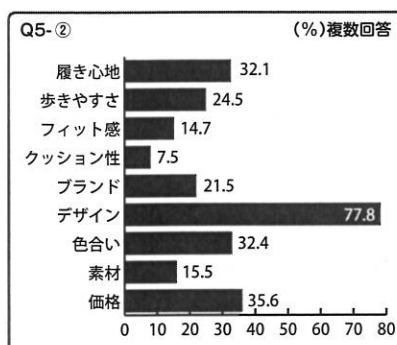
Q5 ① 一年以上履いていない靴はありますか？

「ある」が9割以上で、その靴を買った理由は「デザイン」「価格」と続いた。

①それは何足ありますか？



Q5 ② その靴を買った理由は？



経産省製造産業局
生活製品課長に
杉浦宏美氏が就任

我々靴業界を所管する製造産業局生活製品課長に7月より杉浦宏美氏が就任した。これまで研究開発や通商政策に関わったほか、出向経験ももつ。織研新聞のインタビュー記事は左記の通り。

◎自然災害が各地を襲いましたがい

日用品など様々な生活製品を扱う課として、支援物資を調達し被災地に送る。避難場所での仮設トイレ、被災事業者への復興支援、など最大限の対応をさせて頂きます。

◎就任にあたってー

当課としては「生活をよくする製品」「消費者本位でのものづくり」「適正な価格」「コネクテッド・インダストリーズ」の四つの視点と「商品・

サービスの高付加価値化と消費者への訴求」「サプライチェーンの再構築」「積極的な海外展開」「地域ブランド化」「IoT(モノのインターネット)などの活用」「人材の確保・教育」「取引の適正化」の七つの方向性で産業政策に取り組んでいきます。

その中で、インバウンド（訪日外国人）需要の拡大も含めた海外市場の開拓支援が柱の一つになると思います。

一つは、IoTなど新技術を活用した商品・サービスの高付加価値化。その典型がスマートテキスタイルです。衣服に新しい概念をもたらすものであり、健康・介護など社会的な課題にも対応する。そんな商品・サービスの開発、市場開拓の取り組みを応援していきたい。

◎生活製品産業についてー

繊維なら日本のテキスタイルの品質。それを支える技術力はすごい。既に情熱を持って海外市場の開拓に取り組む事業者の方もいます。今まで輸出をしてこなかった事業者の方もインバウンド需要を機に、輸出への関心が高まっています。日本の生活製品はポテンシャルが高いし、輸出産業になり得るとみています。私たちは、リーダーシップを発揮し、課題に対して意欲的に取り組もうとしている事業者の方々と一緒に考えています。

理事会・支部連絡会

だより

平成三十年九月二十六日(水)
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「八月の猛暑に
続き、九月は雨が多く売り上
げにも響いていると思われま
す。業界でも三鈴商事がロコ
ンドの傘下になり、シンエイ
以来、靴の流通に大きな変化
が生まれています。その中で
日本橋高島屋が本店に隣接し
たグレートアップした専門店
ビルの開店や、渋谷の再開発
も進み新しいビルの完成など
都心の再開発が進んでいます
す。その反面伊勢丹が相模原
と府中の店舗を閉鎖すると発
表し、郊外店舗は厳しいと感
じます。また、過日イタリア
のミカムの展示会に行つてま
いりました。トランプ大統領
の政策などで、ヨーロッパも
環境が大きく変化しているよ
うです。(詳細は一面を参照)」
と挨拶し、議事に移った。

一、「靴の記念日」お買物券

回収結果について

田中催事広報委員より報
告。

9月末で締め切った靴の記
念日お買物券は219枚の回
収(昨年224枚・昨対比
97.8%)なお、300枚の
発行で219枚の回収という

ことで、回収率は73.0%
だった。各店舗でも修理や、
付属品などにも利用できる
等、利用し易い環境を整えて
ほしい。また、今月から「靴
まつり」も行われているので、
ご協力をお願いした。

二、シューフィッター委員会の 報告について

佐宗専務理事より報告。

更新のために行つていた勉
強会も、参加者の減少や対応
する講師(委員)の減少など
で、継続することが厳しい状
況になった。

委員会では、2019年か
ら更新希望者は、全員に問題
集及び足型計測10枚を提出す
ることに切り替える。それに
伴い年3回開催していた既得
者勉強会は12月13日(木)(木
内講師担当)を最後に終了す
ることになった。

三、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、前号記
事掲載の通り、講師は小堤幸
雄氏が担当し、8月17日(金)
午前10時より12時まで28名が
参加して開催された、と報告。

四、防災用飲料水配送について
佐宗専務理事より、防災用
飲料水は今年28日着予定で手
配が済んだ。

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

SF養成講座、若干の余裕
があるので早めに申込むよう
と説明。

☆情報交換会開催☆

次回の情報交換会は
11月22日(木)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。



中央支部

中央支部(松戸支部長)で
は9月14日金曜日、午後5時
半より「中央支部 第67回定
時総会」を開催した。会場の
「銀座らん月」には、支部長
を始め9名の支部の方と、協
会から、小堤前会長、佐宗専
務理事の2名が招待され、11
名が参加して行われた。

松戸支部長の挨拶に続き総
会の議事に移った。中央支部
の事業年度は9月1日より8
月31日までとなり、ここでの
開催となった。

平成29年度事業報告及び決
算報告の説明に続いて寺尾会
計より会計報告が行われ、議
案が承認された。

引き続き松戸氏より平成30
年度の事業計画案、収支予算
案の説明があり、原案通り承
認された。

東京都中小企業景況調査(8月)

業況: わずかに改善
見通し: 上昇期待続く

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	8月		今後3か月間 見通し(当月比)	
875	346	39.5%	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	8月		今後3か月間 見通し(当月比)	
875	278	31.8%	悪い	良い	悪い	良い
			-100	0	-100	0
衣料・身の回り品	1. 呉服・服・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					



続いて来賓の小堤前会長よ
り「業界の環境が厳しい中、
中央支部では活発に活動され
ています。協会をけん引する
意味でも是非頑張ってください
」と挨拶。
その後懇親会に移り、話題
も多岐に亘り盛り上がった。
中央支部の団結と結束力を感
じる総会となった。

靴専門店・大手三社の 直近3か月売上推移

台風21・24号の影響で地域
により影響があったが、他の
地域では堅調に推移し、昨対
でプラスとなった。(チヨダ)
自然災害に悩まされる月と
なったが、後半からは気温の
低下とテレビCMが奏功して
秋物が好調だった。

(ABCマート)
北海道胆振東部地震や、二
つの台風の影響が大きく、悪
天候によるレインシューズや
買い替え需要は好調だった
が、昨対減となった。
(ジーフット)

社名	7月	8月	9月
チヨダ	全社売上	-7.6	-6.0
	客数	-6.9	-7.7
	客単価	-0.6	1.8
	店舗数	1069	1061
ABCマート	全社売上	-2.2	3.4
	客数	-5.6	3.7
	客単価	3.6	-0.3
	店舗数	967	968
ジーフット	全社売上	-0.2	-3.3
	既存店	-1.1	-4.0
	店舗数	898	893