



第86回・靴の記念日式典挙行

平成31年3月15日、午前11時より西村記念ホールに於いて、表記式典が、来賓を始め靴業界各団体から47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、始めに日本靴連盟副会長の岩崎幸次郎氏が「我が国の靴産業がスタートし149年が経ち、この記念日も86回を迎えることが出来ました。とても嬉しく感じます。本日は西村翁のご苦労や生きざまに思いを馳せ、元気をいただく気持ちで、この日を皆様と共に祝いたいと思います」と開会の挨拶を行った。



山田 晋右 会長

続いて、主催者代表として、日本靴連盟会長の山田晋右氏が「本日は堀田様をはじめ多くの方々にご列席いただき



りがとうございます。ご承知の通り、明治維新に西村翁が築地入船町で靴工場を始めたのが明治3年の3月15日でした。西村翁は靴のみならず、煉瓦製造などの近代産業を手掛けて行きました。本日はその業績をたたえ、とともに現在の靴業界はITをはじめ大きく変化しています。それに対応すべく努力してまいりましょう」と挨拶を行った。続いて、神田明神の神職による神事に移った。

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)

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

修祓・招魂の儀・献饗の儀・祝詞奏上と続き、玉串奉奠は、佐倉藩藩主堀田公の末裔・堀田正典様より来賓の方々が順に行った。神事は撤饗の儀・送魂の儀と続き、厳かに終了した。

引き続き、来賓の堀田正典様より「本日はおめでとうございます。149年間続いている業界団体は、とても素晴らしいと感じます。その中、この記念日の意味をもう一度考え、西村翁の取り組みをもう一度考え、現在にも生かしていかなくては」と励ましのご挨拶を頂いた。



堀田 正典 氏

経産省から製造産業局生活製品課課長・杉浦宏美様より「現在の靴産業は、EPAやTPPなど自由貿易で取り巻く環境が厳しくなっておりますが、西村翁の努力を想いながら、ピンチをチャンスに変え

ていってほしいと感じます。その中「288/i」など積極的に取り組んでおられます。今後少子化に向かい、さらなる改革や取り組みも必要になるでしょう。積極的に取り組んで努力しているところへの支援も積極的に行ってまいります。靴業界の発展をお祈りいたします」と挨拶を頂いた。



杉浦 宏美 課長

日本靴連盟副会長の藤原仁様の音頭で乾杯を行い、懇親会に移った。



○玉串奉奠は来賓者を先頭に左記の順序で行われた。

- 佐倉藩藩主堀田公の末裔 堀田 正典 様
 - 経産省製造産業局生活製品課 課長 杉浦 宏美 様
 - 日本靴連盟会長 山田 晋右 様
 - 日本靴連盟 顧問 大澤 重見 様
 - 日本靴連盟 副会長 岩崎 幸次郎 様
 - 同 小堤 幸雄 様
 - 同 藤原 仁 様
 - 日本靴連盟 監事 山田 憲夫 様
 - 日本靴連盟 理事 春田 英二 様
 - 協同組合資材連 理事長 富田 常一 様
 - 日本靴小売商連盟 理事 矢代 健二 様
- (同時に参加者全員)

◎◎訂正とお詫び◎◎

本誌2月号の「靴小売業売上げランキング」で掲載した、上位50社の表は「Shoes Post Weekly」の表を掲載させていただきました。紙面には「WF(フットウェアプレス)」誌となっております。ここに訂正と、両誌には、深くお詫び申し上げます。

2019年秋冬のファッションの傾向

アジアリング(株)

世界的ブームとなったスポーティカジュアルが終息し、いよいよ2019年の秋冬からエレガンス回帰が本格化していく。

この流れは、景気の流れとも大きく連動しており、好況から不況への移行期は「エレガンス」や「モード」のファッションがジワジワと広がっていく。しばらく売れないと言われてきた「ロングブーツ」や「ピンヒールパンプス」がファッショントレンドとして復活していくので、靴業界にとっては大きな追い風となる。

カジュアルな雰囲気のあるシルエツトやファッションは残るものの、靴やバッグ等の革小物から、より女性らしい「エレガンス靴」や「ハンドバッグ」を組み合わせていくのが大きな特徴。

◆レディスシューズの傾向

多くのお店で、レディス靴がなかなか売れていないという声をよく耳にする。それは

前記のように、「エレガンス回帰」に向かうファッションの大きな端境期なのに、過去実績を基にした品揃えが大きな原因と言える。ファッションが大きく変化していくシーズンなので、「持つていない靴」や「下駄箱にない靴」を想定した、新しいトレンドの提案がより必要となる。

○ブーツ

ここ数シーズンでの売場でもショート丈でローヒールの「サイドゴアブーツ」や「レースアップブーツ」など定番の品揃えが目立った。既にお客様は、1足、2足購入しているアイテムなので、ブーツこそ新しいチャレンジが必要となる。この秋絶対に提案したいのが、「①ニーハイブーツ」「②ストレッチブーツ」「③ピンヒールブーツ」。

昨シーズンも全国的に温暖化傾向が見られブーツは売れないという意見が目立ったが、ここで発想を転換させる。温暖化傾向が見られるという事は、冬でも女性のボトムス

の丈が短くなり、ヤングはミニ丈のパンツやスカート、大人女性はハーフ丈のスカートやパンツが大復活していく。丈の短いボトムスを、新しく演出するアイテムとして、「①ニーハイブーツ」「②ロング丈のブーツが活躍するようになる。温暖化だからこそ、ニーハイブーツが大活躍するという新しい視点を持つとう。



ニーハイブーツ

「②ストレッチブーツ」は既に、一部の靴ブランドやアパレルブランドで大人気となった。昨シーズンは残念ながら、多くの靴店の店頭ではほとんど並ばなかったため、今年はしっかりストレッチブーツを提案する。ストレッチも進化しており、「ベロアストレッチ」「人工スエードストレッチ」「エナメルストレッチ」など、素材のバリエーションをしっかりと揃える事もポイントとなる。定番人気となっているサイ

ドゴアやレースアップ等のショートブーツは、「③ピンヒールブーツ」で今年らしくアレンジする。ピンヒールも3〜5センチだけでなく、7センチ前後まで揃えて、選択肢を広げて提案していく。



ピンヒールブーツ

○パンプス

エレガンス回帰で大きく注目なのがパンプス。ただし、昔のような装飾過多のパンプスではないので注意が必要。大事なポイントは「①ヒールのバリエーション」。ブーツ同様に、ローヒールから高寸も含めたピンヒールも復活させるが、この秋冬はまだまだ見せ筋段階。モードな雰囲気のあるチャンキーヒールや変形ヒールもしっかりと提案する。また、通勤対応では、ローヒールやカッターパンプスも着用が広がっているため、ターゲットや客層に合わせた、バリエーションの展開が大事となる。



ピンヒールのパンプス

次に重要となるのが「②色提案」。エレガンス回帰が本格化するものの、一気にエレガンス化するのではなく、適度なカジュアル感を残したエレガンスがポイントとなる。そこで外せないのが、パンプスの色。ベージュやライトグレー、キャメル等のアースカラーと、カーキや深緑など、ナチュラルカラーをピンヒールパンプスで取り入れる。色提案でカジュアル感を表現するのが新しい。

最後に「③曲線カット」。プレーンタイプやシンブルなワンポイントの装飾パンプスが、まだまだ主流となるので、履き口の曲線カット、アシンメトリーカーットなどのさりげないアレンジは今後も不可欠となる。



ローヒールの「オックスフォード」

○**カジュアルシューズ**
 オックスフォードやローファー等のトラッドカジュアルの流れは継続するものの、客層に応じて提案を2極化させていく。大人ミセス層には、ローヒールタイプややや厚底アレンジされたオックスフォードやローファーを本革で提案。特に、ノンエイジ感覚を求める、お洒落なミセス層にも大きく波及していくのでミセス提案も外せない。



曲線カットのパンプス

一方、ヤング向けでは、プラットフォーム(船底)やチャーンキーヒール等のスニーカー厚底に集中させる。船底タイプでもヒール高10センチ以上のスニーカー厚底が必要。90年代のギャルブームを彷彿させる空前の厚底ブームとなる。

◆**メンズシューズの傾向**
 メンズトレンドも徐々にエレガンス回帰が見られる。メンズの場合は、革靴を着用したモードファッションが広がっていくので、スニーカーに履きなれたヤング世代へモードな革靴を提案させていく事が靴業界の大きな使命となる。



スーパー厚底の「オックスフォード」

や「ローファー」等のドレスカジュアルや、「ドクターマーチンの3アイレットシューズ」。その流れがさらにモード化していき、厚底アレンジされたオックスフォードや、ヒール高でショート丈のモードブーツの提案が必要となる。大人世代では、オンオフ兼用のドレスカジュアルが継続人気となるので、ソフトロングノーズやラウンドトゥのオックスフォードとローファーの強化が必要。大人向けは基本的にオンシーンでの着用も兼用するので、本革の国内ブランドを中心に提案する。

○**ビジネスシューズ**
 デザインの美しさと機能性を組み合わせた、「ハイブリッドドレス」の深堀が必要となる。旧来の低価格の機能ビジネスとは異なり、見た目の美しさを損なわないデザイン性



モードブーツ(男)

○**大人スニーカー**
 前記のようにスニーカーはどんどん新しいデザインを提案していく。ポイントは①厚底スニーカー。厚底ブームは世界的な流れで、海外の

◆**スニーカー&キッズの傾向**
 ファッション全体はエレガンス回帰が見られるが、スニーカートレンドは真逆にハイテク化がどんどん加速していく。定番商品に依存しないので、ファッションでもスポーツでも楽しめるアスリートシューズを強化していく。



カジュアルローファー(男)

の向上が大きな違いと言える。先行する米「コトルハー」を筆頭に、「リーガル」や「マドラス」等、国内大手メーカーの提案商品もかなり充実してきた。見た目はクラシックだが、スニーカーのような履き心地のビジネスシューズをどんどん提案していく。

○**キッズ(子供靴)**
 小学生以下のキッズシューズは引き続き、大人スニーカーと連動した提案が必要となる。この秋冬はキッズでも「厚底スニーカー」の提案が必要となる。フィラリィボックスで見られる、80年代90年代に大流行したハイテク風デザインが、大復活しているのでキッズスニーカーでも親子お揃い履きを提案していく。

高級ブランドもこぞって提案する程、大きなブームとなっている。男女共に、大ヒットとなるので、先行するフィラリィやリーボックスを筆頭に、スケットシューズやプーマ等のスポーツブランドから、靴ブランドの提案するカジュアルスニーカー、インポートブランドまで売れる。秋冬はより大人の客層に広がるのでミセス層まで提案していく。

もう一つは、「②本格ランニング&アウトドア」。ファッションスニーカーのハイテク傾向が広がり、本格的なアスリートスニーカーをファッションで取り入れる人が増えている。ランニングやトレーニングシューズに加え、この秋冬はアウトドアのトレイルランニングが大きな目玉となる。

理事会・支部連絡会 だより

平成三十年三月二十二日金 午後時、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「桜の便りも聞かれる季節になりました、景気も明るい便りが届くと良いですね。過日発表された地価では上昇率で浅草がベストワンのになりました。全国的にも上がったそうです。都市ではホテルの建設も多く、インバウンドに向けてと感じますが、商売もインバウンド需要に対応した取り組みが必要です。外国のある投資家が、日本には有望な産業が三つある。それは、観光、農業、教育だそうです。観光は2020に向け増え、それ以後も増加が見込まれています。日本の農業は丁寧な上質な作物を作ること、外国に輸出できる。教育では人口減に向かい、外国人も受け入れるなど発展の余地がある。とのことだそうです。

きそうです。すでに店頭でも、レディースやスニーカーで厚底のものが多く見られます。また、高齢の方々にも、安価なものではなく機能性に優れたスニーカー等、着実に売れているものもあります。自店の商品構成もスタートラインから見直すことも必要でしょう」と情報を交え挨拶をした。引き続き議事に入った。

一、平成31年度事業計画案
及び収支予算案について
事務局より配布された資料に基づいて、事業計画案を読み上げ説明を行った。
続いて予算案の説明を行った。
議場に諮り満場一致で原案どおり承認された。

二、シューフィッター
認定者の報告について
佐宗専務理事より過日FHAで行われた養成講座の後、3名の方が課題を終了したとの報告があった。本日この場で日本靴小売商連盟のシューフィッターとして認定したい、と説明し承認された。3名の方々は「かねまつ・ダイアナ・橋文」から各1名、となった。
後日認定証をお渡しした。

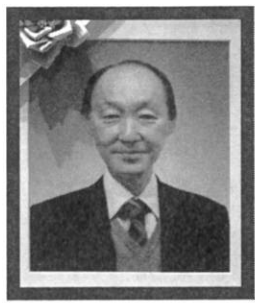
三、その他
佐宗専務理事より今後の各委員会の日程予定が報告された。

☆ 情報交換会開催 ☆

次回の情報交換会は
5月23日(木) 2時半より
ぜひご参加下さい。

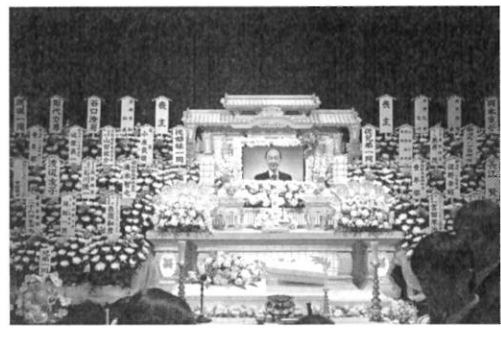
会員訃報

栗原 昭宣 氏
当協会副会長
(教育研修委員長)
(株)大塚屋商店社長



昭宣氏は昭和37年生まれ。昨年2月より体調を崩し療養中のところ、4月2日に57歳の若さで、ご逝去されました。昭宣氏は町会の役員をはじめ地域の青年部長等いくつもの役員をされるなど活躍されました。当協会でも、東青会発足より積極的に活動、昨

年2月に行われた大塚製靴東京工場見学では委員長として企画し実施されました。



葬儀は西日暮里の「メモリアルセレス千代田21」において4日に通夜、5日に告別式が行われ多数の参列者が昭宣氏の早すぎた別れを、惜しんでいました。

靴専門店・大手三社の 直近3か月売上推移

前半は春物商品を中心にして好調に推移。後半の売り上げが伸び悩んだ。部門別では、子供靴、紳士PBが好調だったが、主要のブランドスニーカーが落ち込んだ。
(チヨダ)
春の新作スニーカー、子供靴が好調だった。

(ABCマート)
スポーツ靴と新学期、新入学等社会行事関連商品で売り上げを伸ばしたが紳士春物が苦戦した。
(ジーフット)

社名	1月	2月	3月
チヨダ			
全社売上	-8.9	-2.7	0.4
客数	-9.4	-0.8	1.2
客単価	0.5	-2.0	-0.9
店舗数	1052	1047	1045
ABCマート			
全社売上	-0.2	2.7	5.0
客数	-2.2	0.7	3.1
客単価	2.0	2.1	1.9
店舗数	989	987	999
Gフット			
全社売上	-11.2	-2.5	-1.5
既存店	-11.2	-2.7	-1.5
店舗数	895	887	886

東京都中小企業景況調査(2月) 業況：ほぼ横ばいで推移 見通し：やや改善

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	343	39.2%	悪い 0 100	良い 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	2月	今後3か月間見通し(当月比)
875	272	31.1%	悪い 100 0	良い 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				