

参加者39名を乗せたバスは朝7時30分に協会前を予定通りに出発し、途中談合坂SAで休憩を取り大月ICから、最初の目的地「笹一酒造」へ向かった。

創業は大正八年だが酒造りは江戸時代から行っていた。笹一の「笹」は酒のこと、「一」は日本一の酒を目指す意味だそう。酒造りに使用する水は自家井戸から湧き出る「御前水」と呼ばれる地下水を使用している。この水は明治天皇が行幸した際に「名水」に選ばれた由緒ある水とのこと。

担当の方から、2013年に機械を使った大量生産方法を撤廃し、工程のすべてを手作りに転換した。時間と手間をかけて、本当においしい日本酒造りの情熱は酒の味に現

第67回 夏期レクリエーション開催

令和元年度の夏期レクリエーション(夏期学校)は8月20日(火)に「石和名湯館糸柳の昼食・入浴と国宝大善寺見学・巨峰ブドウ狩り」の旅」と題して開催された。



原料の米は地元で生産した「山田錦」や「夢山水」なども使用しているなど、コメに関する話や、工場内の説明を受け、皆、熱心に聞き入っていた。店舗では自慢の日本酒を試飲させて頂き、帰りには記念に小瓶の酒が全員に渡され、良いお土産になった。



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(9月号)

続いて国宝の真言宗智山派・大善寺の立派な本堂を見学。国宝にふさわしい見事な檜皮葺きの屋根は鎌倉時代の力強さを感じた。他にも県指定文化財の山門や庭園、国の重要文化財・薬師如来像(葡萄薬師) 日光・月光菩薩像などを見学した。



石和温泉・石和名湯館「糸柳」には予定より早めに到着できた。栗原会長から「ご参加ありがとうございます。心配していた天候もまずまずで、この方面は富士山も近く良いところだと感じています。すぐゆつくりくつろいでください」と挨拶、川上相談役

シニアフッターの皆様へ
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

が「今回のバス旅行は67回になります。当初はバス十台以上で行ったこともありましたが、続けていきたいと思っています」と話し乾杯の盃を挙げ懇親会へと移った。

旅館の会席料理を堪能し、カラオケで自慢ののどを披露して親睦を深め、温泉を満喫するなど、ゆつたりとくつろぐ時間を過ごした。



続いてバスは巨峰ブドウ狩りの「一古園」へ向かった。数名は園内の施設での試食をしたが、高齢の方々もハサミと籠を持ち、徒歩5分の農園へ向かった。農園では、見事に実った巨峰を味わい、新鮮さは勿論、芳醇な甘みに感動していた。

帰路は、石川SAで休憩を取り、途中下車の希望もあり、新宿駅を経由して神田へ向かった。予報では悪天候との

ことだったが、雨はバス移動中に降り、目的地では晴れ間も見えるなど、天気も応援してくれたようだ。



今回は昨年より10名ほど増えましたが、参加者が減少しています。移動はほとんどバスを利用し、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。



2020年春夏のファッションの傾向

アジアリング(株)

2020年の春夏は、都心のトレンドや、通勤等のコンサバスタイルからエレガンス回帰がよいよ本格化していく。この流れは、景気の流れと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。靴業界にとつて、ヒール靴や本革靴を活性化させていく大きなチャンスとなる。春夏は婦人の「サンダル」や「オープンパンプス」から、エレガンステイストを強めて新たな需要を喚起させていきたい。

今回のエレガンスファッションは、「エクリュカカラー(白やアイボリー)」、「ラテカラー(ベージュやライトブルー)」を中心に、ナチュラルカラーで表現するのが大きな特徴。ナチュラルカラーの着こなしに、ビビッドカラーやネオンカラー、パステルカラーのパンプスやサンダルを組み合わせるの、店頭は鮮やかなカラー提案でお客様を楽しませる工夫が必要となる。また、ヤングの方から、ショート丈やスーパージョー

◆レディスシューズの傾向

多くのお店で、今年もサンダルやパンプスが売れていないという声をよく耳にする。上記のようにファッションの流れが大きく変化しているのに、過去の売上実績を基にした保守的な品揃えが大きな原因と言える。新しい時代のエレガンス観をきちんと把握した上で、「持っていない靴」や「下駄箱にない靴」を想定した、新しいトレンドの提案が必要となる。



ヒールサンダル

○サンダル

サンダルで最も重要となるのが、ソールの形状とボリュウム感である。エレガンスの代表はヒールサンダルとウエッジサンダルだが、更にバリエーションを広げてエレガンスを表現する。先行ヒットする「チャンキーヒール」に「ピンヒール」や「キトゥンヒール」を加え、ジュート素材からウッドや革巻きソールに変更させた「ウエッジ」、そして、女性らしい雰囲気のある「ベタサンダル」を用意してエレガンス売場を活性化させる。



エレガンスのベタサンダル

靴業界でベタはカジュアルサンダルと認識しているが、エレガンス志向の高い女性が求めるベタがまだまだ不足している。シンプルで横ストラップ、カウンター付きのベタサンダル等を本革商品で提案したい。また、90年代ギャルを彷彿させる「ストーム+高寸ヒール」タイプを大人のエレガンススタイルで提案す

るのが新しい。

アッパーは引き続き、ヌーディーな細ストラップや、シンプルでミュールタイプが継続人気となるが、ビビッドカラーや光沢カラー、アニマル柄を組み合わせて、よりモード色を強めて行く。足の露出に抵抗があると思われるので、ミセス世代のサンダルでもヌーディー感覚が広がっていくので、インソールのソフト感を組み合わせながらトレンド色を強めて行く。



オープンパンプス

一方、ティーンズヤングでは、短靴から人気拡大しているバルキー(スーパース厚底)タイプを、サンダルでも提案。90年代に社会現象となったスーパース厚底ブームの再来となる。



オープンパンプス

○パンプス

2019年春夏商戦で提案が少なかったのが、セパレートやオープントゥ、バックベルトタイプの、オープンパンプス。通勤スタイルの自由化に伴いサンダル感覚で楽しめるオープンパンプスのニーズが高まっている。業界では「通勤IIブレンパンプス」の提案に偏り過ぎているので、パンプスの新しさは装飾よりも、適度な足の露出感で、新しいニーズに応えよう。通勤では、ベージュやライトグレー等のナチュラルカラーが中心だが、魅せ筋として、ビビッドカラーやパステルカラーを提案し、カラー展開で新しさを強調していく。



モードなオックスフォード

○カジュアルシューズ

カジュアルシューズ全体も、「エレガンスやモードなデニール使い」が必要となる。人気のローファーやオペ

ラ、オックスフォードは、よりモードな雰囲気のアレンジさせる。例えば、太めのチェーンやスタッズ、フリンジ、プレート使い等でより女性らしくアレンジする。

婦人靴メーカーの提案するスニーカーカジュアルは継続ヒットとなるが、今後は注意も必要。実売年齢はより高齢化していくので、低価格商品から高価格商品に集約させていきたい。ミセス世代にも厚底やダッドスニーカータイプが広がるので、ソールのポリウレタン感がポイントとなる。

◆メンズシューズの傾向

メンズでも「エレガンス復帰」モード化が進んで行くので、靴業界では革靴の魅力をもっと伝えていく事が大きな使命となる。婦人靴と比較して提案が少ない、本革サンダルをしっかりとメンズでも提案し、メンズでも「素足感覚」の革靴をもっと楽しんでもらう。



大人のダッドスニーカー

○サンダル&クロッグ

スポーツサンダルからレザーサンダルに移行させていく。昔の固い印象が強いレザーサンダルとは異なり、快適なインソール、スニーカー感覚のアウトソール、ソフトなレザーアッパーなどの組合せがポイントとなる。シンプルで横ストラップを中心に、クロストラップ、バックベルトタイプのモードなレザーサンダルを提案。シャワーサンダルやアウトドアのストラップサンダルを、本革や合皮でアレンジするのも効果的。ヤング向けでは、レディースのような厚底タイプも加えて、新しいモードサンダルを提案する。



メンズの本革サンダル

大人世代には、ローファーやオペラシューズのクロッグ、踵潰しタイプを提案する。先行するグルカサンダルと合わせて、素足で楽しめる革靴を仕掛けていこう。

○ビジネスシューズ

ビジネスシューズで大きなキーワードとなるのは、「①ハイブリッド化の追求」と「②オンオフ兼用のカジュアルドレス」。



ハイブリッドドレス

ハイブリッド化では、これまで「機能ドレス」と「デザインドレス」が棲み分けされていたが、「デザイン性+機能性」を更に融合させて、新しい時代のビジネスシューズを確立させていく。リーガルやマドラスが提案する、「スタイリッシュな通気性」や「お洒落な防水や消臭」「見た目にはクラシックなスニーカーのような履き心地」は、まだまだお客様に伝わっていないので、長期的に打ち出していく。一方、ビジネススタイルの自由化に伴ったオンオフ兼用のカジュアルドレスは更に需要が拡大。スリッポンやチノパン等のパンツの丈は9分丈など

短くなっており、足首をチラ見せさせながら、ロングノーズのローファーやオペラシューズを組み合わせる着こなしが広がっていく。春夏はドレスカジュアルでも、スリッポンタイプを充実させてしっかりと実売に繋げていこう。



オンオフ兼用のスリッポン、ローファー

◆スニーカー&キッズ傾向

スニーカー全体はより進化したデザイン性が求められる。本格アスリートシューズをファッションでも楽しむ人が増えるので、靴専門店では、「①スポーツブランドはアスリートシューズ」、「②クラシックタイプはカジュアルブランド」と棲み分けていく戦略が必要となる。

○大人スニーカー

近年スニーカー傾向は、男女共にデザインやカラー傾向

で、ユニセックス化が見られた。2020年春夏は、メンズとレディースで傾向が大きく分かれて行く。メンズは、「ハイテク化」傾向が強まり、ランニングやトレッキングに加え、アウトドアのトレッキングやハイテクバスケット、厚底ランニングなど多様化していく。ダッドに限定されない、ポリウレタン感のあるハイテク系が大きなキーワード。

一方、レディースは「ダットスニーカー」ブームはミセス層に広がり、トレンドでは、「アースカラー」や「パステルカラー」「ビビッドカラー」など、トレンドカラーを重視した、クラシックタイプに移行していく。メンズはデザイン追求、レディースはカラーを重視したアイテム選びとなっていく。

○キッズ(子供靴)

小学生以下のキッズシューズは引き続き、大人トレンドと連動した提案が必要となる。ファミリー世代が親子お揃いで楽しみたいアイテムが人気となるので、「デバ風アウトドアサンダル」や「母娘でダッドスニーカー」、「親子でアースカラーのキャンパス」など、大人トレンドと連動させたキッズスニーカーの提案がもっと欲しいところ。

理事会・支部連絡会

令和元年八月二十三日(金)
午後二時、西村記念ホール

出席者18名

松戸副会長の司会で開会。始めに会長より「気温も少し下がり多少過ごしやすくなりました。先日のレクリエーションも天候もまずまずで気持ちのいいひと時を過ごせました。店の売り上げですが、このところ異常なような気がしていましたが、スーパの既存店売り上げも4か月連続でマイナスイナス。さらに衣料品はマイナスイナス16.2%と、18年ぶりの悪さだそう。原因を、梅雨明けの遅れ、消費増税前や、年金問題での節約などとしている。百貨店もマイナスイナス2.9%でしたが、婦人服に関してはマイナスイナス7.1%と良くありません。靴業界もABCマートがマイナスイナス4.9%、チヨダがマイナスイナス17.8%、ジーフットがマイナスイナス11.1%、アマガサがマイナスイナス16%と各社とも良くありませんでした。5月の連休後から良くないとの声も多く聞かれます。これから先の秋物の動きが心配です。まだ先だと思っていた消費増税は間もなく実施されま

す。5%の還元等準備もありますが、登録店舗の申請等進めて対応してください。不明の点はお問い合わせください」と挨拶。その後議事に移った。

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20日に開催された「笹一酒造、国宝大善寺、石和名湯館一糸柳、巨峰狩りの旅」バス旅行は39名が参加して無事終了した、と報告。

続いて川上相談役より「この会も67回を重ねました。最初の頃はバス数十台で行ったこともありましたが、参加人数は年々減少し今回は39名になりました。次回は是非お誘い合わせて多数の参加をお願い致します」と付け加えた。(一面参照)

二、中堅社員研修について

矢代事務局より8月27日午後1時より銀座ヨシノヤ本部で開催する中堅社員研修会は、本日、追加も含め16名の申し込みがあり、これをもって締め切りとさせて頂きます、と報告した。(詳細は次号に掲載)

三、「靴まつり」実施内容について

田中監事より9月1日より行われる表記の内容についてポスター及び応募集書等提示し例年通りの方法で行うと

説明、印刷物は本日配布又は、発送します、と報告した。

四、防災用飲料水の配送について

矢代事務局より表記の飲料水配布は9月末〜10月中旬に届くよう発送の準備をしています、と説明した。

五、FHAシューフィッター養成講座の募集について

矢代事務局より表記の講座は、ダイアナ様から4名、橋文様から2名の申し込みがある。まだ多少枠はあるので希望者は、早めに事務局へ、と説明した。

六、その他

事務局より今後のスケジュール(催事・広報委員会・記念誌編集委員会、理事会等)を連絡した。

☆情報交換会開催☆

次回の情報交換会は
9月26日(木)2時半より開催
飲み物や、おつまみ等を
準備いたします。
街の様子や、仕事のことなど
語り合いたし。
ぜひご参加下さい。

(株)タケヤ

民事再生申請

靴専門店100店舗以上展開している(株)タケヤ(資

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

七月の反動とセール実施から、客数の伸びが今期最高となった。サンダルなど夏物が全体に伸長した。(チヨダ)

風などの影響もあったが順調に推移。猛暑によりサンダルが好調。(ABCマート)

全国的な猛暑と局地的な大雨や台風など気象変化が激しかった。その中スポーツ靴・サマー商品など好調だった。が、紳士カジュアルが下回りマイナスイナス要因となった。(ジーフット)

本金5000万円、立川市錦町)は8月30日に東京地裁に民事再生法の適用を申請した。負債総額は33億5千万円。タケヤは1931年創業の老舗業者で(株)タケヤとして1962年に設立。婦人靴・スニーカー・サンダルなど靴商品全般を取り扱う小売業として、相応の規模を有し、ショッピンモールなどに専門店「ROCEED(クロシード)」「Take5」「coche et coche(コシエコシエ)」など、全国で100店舗以上を展開していた。ブランド品からオリジナル企画商品まで幅広く取り扱い、ピーク時の1998年2月期は売上高130億3300万円をあげていた。しかし、競合激化などから売上高減少に歯止めが掛からず2019年1月期は売上高約65億円にまで減少、4期連続赤字で債務超過が拡大し、経営悪化も深刻化する中、資金繰りも限界に達し今回の措置となった。

東京都中小企業景況調査(7月)
業況：わずかに持ち直す
見通し：4か月ぶりに改善

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	349	39.9%	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	286	32.7%	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					

社名		6月	7月	8月
チヨダ	全社売上	0.6	-7.8	5.0
	客数	-1.3	-10.6	6.3
	客単価	1.9	3.1	-1.3
	店舗数	1043	1043	1036
ABC マート	全社売上	5.5	-4.9	1.3
	客数	3.6	-9.9	-1.0
	客単価	1.8	5.6	2.3
	店舗数	1008	1005	1006
Gフット	全社売上	0.3	-11.3	-4.1
	既存店	0.7	-11.1	-3.5
	店舗数	887	888	885