



謹賀新年

新しい年を迎え皆様のご健康と
ご多幸を心よりお祈り申し上げます
本年もよろしくお願いいたします
令和二年元旦



東靴協会の皆様、新年あけましておめでとうございます。今年は東京オリンピックが7月24日から8月9日までの17日間にわたり開催されます。1964年以来56年ぶり2回目です。訪日外国人数は東京に決定した2013年が1036万人、それが2019年は3300万人(推定)、今年は4000万人、2030年は6000万人が目標となっています。日本人の人口減少を考え、訪日観光客をターゲットにした商いを考えましょう。

また、靴小売の上場企業でも既存店前年比はABCマーが△3.7%、チヨダが△0.9%。世界に買収され、8月にはケミカルシューズやスポーツシューズ主体の㈱タケヤが民事再生法を申請しました。10月の消費税の値上に伴い、商業動態統計速報(経済産業省)では10月の小売業前年同月比は△7.1%、14年4月の前回の値上時は△4.3%でした。百貨店はより厳しく△17.3%、やはり前回の△12.0%を大幅に上回っています。身の回り品は、百貨店は△23.1%、スーパーでも△15.6%と最悪の実績でした。

① 店舗内外にカメラを設置し、店舗前通行人と自店のターゲット層が合致しているか?また、通行客の所持するスマートフォンにより、国籍

令和二年 年頭所感

一般社団法人東靴協会
会長 栗原 茂



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

が判明し、対策を打てるようになった。
② チャットセンター業務の委託。(チャットとはインターネットを介してリアルタイムに会話をする仕組みのこと。カスタマーセンターから、チャットによる問合せに変える。これにより、カスタマーサポートの効率化、セールス対応、オムニチャネルの強化を図る。具体的にはWEB接客を通じてお客様の関心を高めることで、リアル店舗への来店予約を実施。来店されたお客様に対して、チャットを通じてクラウド接客により店舗人員の効率化を実現する。
③ AIによるデータ分析。FACEBOOK、ブログなどのSNSから年齢、性別、趣味、嗜好、地域をもとにプロフィールングした投稿者の属性分析を行う。それにより競合他社の商品における顧客満足度や顧客属性を可視化し、競合他社のフォローワーに対して直接リーチできる。また、イン스타그램上のアカウントを分析し、繋がりたい人、繋がるべ

き人たちにに対し、ダイレクトにリーチする。さらにキーワードをベースに、企業サービス・商品にとつて親和性の高いインフルエンサーを検索するなど今までと違った方法で客にアプローチができる。
今年消費税の値上後であり、オリンピックが開かれるものの消費不況は続くと思われる。ネット関連でもNONO離れがうわさされ、検索疲れを68%の人が感じているという。
2060年には日本の人口は8674万人に減ります。それに伴い人口減がビジネスモデルを変えられているとい

今まで	これから
大量販売	特色ある商品
大量採用	特定客
急成長	安定成長
オーナー一族の幸せ	関係者すべての幸せ

お客様が買物で重要だと思われるのは、①親切な接客②対応が良い③接客態度が良い④楽しかった、など心理的満足感が上位だそうです。「丁寧な接客」おもてなしの気持にそれと特色ある商品、お客様から考えた品ぞろえといった商いの基本を徹底して、変化する時代に対応していきたいと思います。

業界情報

○大塚製靴

白のエナメルレザーを使った
「2020イヤーモデル」

3型を限定販売

大塚製靴は、上質なホワイ
トの牛エナメルレザーを甲材
に使い、裏材にレッドを配し
た3デザインを各220足限
定で販売する「2020イヤー
モデル」を20年春夏向け商品
として提案した。

「2020イヤーモデル」は、
同社の手縫い技術による柔ら
かな履き心地が特徴の9分仕
立ての「Otsuka 9分」の
特別仕様から2型と、ビジネス
スタイルのカジュアル化が
進むなかで好評の「Otsuka
Sneaker」の特別仕様から
1型の合計3型。

「Otsuka 9分」の2型
は、外羽根ブレーンのOG
1105と内羽根一文字のOG
1104で、ともに4万
9000円。吊り込みから掬
い縫いまで職人の手作業で
つくることにより返りが良く、
ウエスト部を絞って、履いた
瞬間から包み込まれるような
足入れのラストを採用。

さらに前足部の接地面を二
重にしたスピードソールにす
ることで適度なポリウム感

があり、地面の凹凸を拾いに
くく歩きやすい。ライニング
には吸水性の高いビッグスキ
ンを使用した。

「Otsuka 9分」のレギュ
ラーモデルには、内羽根一
字などのデザインをクロ、ま
たはダークブラウンで仕上げ
た。OG1100など4型
(各4万5千円)をラインナッ
プしており、合わせて売り場
展開することが出来る。

一方、「Otsuka Sneaker」のOT16022は、
牛エナメルとカンガルス
ムースをアップパーに使ったレ
ザースニーカースタイルで、
セメントド底製法の合成ゴ
ムモールド底モデル。好評の
OT16018のラストを使
いつつ、よりシンプルなデザイ
ンで仕上げた(4万4000円)。



ホワイトのエナメルを使った Otsuka 2020 イヤーモデル

カンガルスムースを使っ
たレギュラーモデルOT16
021(クロとブラウン/2
万7000円)も用意する。

○丸紅フットウェア

メレル・フィラ・イフミーの
3ブランドを複合した
アウトレットショップ開店！

丸紅フットウェアは、同社
が展開する3ブランドの、複
合型アウトレットショップ
「MERRELL・FILA・IFME
南町田店」を11月13日に、同
時にオープンする南町田グラ
ンベリーパーク内の商業施設
グランベリーパークのセント
ラルコートにオープンした。
グランベリーパークは、17
年に閉館したグランベリー
モールを再整備したもので、
商業施設の4割をアウトレッ
トストアが占める。

丸紅フットウェアでは、
ファミリー層の集客が想定さ
れるグランベリーパークで、
アウトレットブランドの
「MERRELL(メレル)」「スポー
ツからファッションまで幅広
いスタイルのシューズを展開
する「FILA(フィラ)」、子ど
もの足の健全な育成をサポー
トする「IFME(イフミー)」
の3ブランドを合わせて展
開することで、幅広い年齢
層のライフスタイルに込め

ていく。

店舗面積は368坪。店内
にはメレルで約半分を品揃え
し、入口手前にイフミー、奥
にフィラをコーナーで見せる。
同社がディストリビュー
ション展開する「メレル」と
「フィラ」、そして自社ブラン
ドの「イフミー」を合わせた
新業態のショップ展開は、以
前から構想していた。今回
はアウトレットショップの
展開となったが、同社では
MERRELL・FILA・IFME
南町田店を運営しつつ「プロ
パー店の展開も視野に入れて
いく」という。

○アシックス

婦人靴専門店「アキュアーズ」
コーナー化を推し進める

アシックス商事が運営する
レディースシューズ専門店
「AcureZ(アキュアーズ)」が
好調に推移している。現在、
ジョイナステラス二俣川、港
南台パース、セレオ国分寺、
飯田橋ラムラに4店舗を出店
している。

商品(モノ)と接客(コト)で

女性の心をつかむ

アキュアーズは、AからZ
までのすべてを癒す(Cure)こ
とを意味する想いを込め
たショップで、買ったその日

から快適に足にフィットす
る、履き心地と美しさが共存
するシューズを販売して
いる。

柔らかな素材を使って足へ
のタッチにこだわって開発し
た軽量ソールの「LIGHT」、
屈曲するソールと中底設計に
よる「FLEXIBLE」の3大
テーマに基づいて開発した
「モノ」と、しっかりとした
商品知識を持ったスタッフが
丁寧に接客する「コト」を合
せ、昨対をクリアできている。

小売店とパートナーシップを

組んで全国に拡大

同社では、厳しい婦人靴
マーケットにおいて、女性に
支持されているアキュアーズ
業態を全国に広げたいという
想いがあり、19年秋冬から小
売店と組んでコーナー化を進
めている。

すでに愛媛県松山市を本拠
地とする靴専門店チエーン
「つるや」との取り組みをス
タートし、つるやイオンスタ
イル松山店に13坪、つるやイ
オンモール綾川店に9坪のア
キュアーズコーナーを展開し
ている。

さらに、ピオレ姫路ヤング
館、大分のトキワ本店での
ポップアップショップも展開
するなどこの活動を進める。

(業界情報は

全1) ShoesPostWeeklyより)

ABCマート 韓国不買より深い悩み

○海外展開ブランドの壁

15年連続の営業最高益を誇るエビーシー・マート。海外展開の主軸は256店と日本4分の1の規模にまで成長した韓国だ。日韓関係悪化で日系小売業は不買運動に苦しむ中、ABCマートは日系ブランドという認識が薄く、影響を抑えられているようだ。だが、ブランド独自の色の薄さは海外展開の足かせという弱みにもなっている。

ABCマートは02年に韓国の合併販売子会社を設立。11年の完全子会社後に本店を加速した。子会社は12月期決算で本体の連結決算には2か月遅れて反映される。19年3～8月期の営業利益は前年同期比37%増の34億円と好調だった。

日本製品の不買運動の本格化で7～8月の韓国の既存店売上高は前年比10%減ったが、デサントなどと比べると影響は小さい。「9月以降は減収幅が狭まったとみられ、そこまでネガティブな要素とはならない」との声もある。取り扱いには海外のスポーツブランドが多く、プライベ

ABCマートが取り扱うブランドは海外発が多い

	ブランド名	所在地	取り扱い状況・特徴
他社	ナイキ	アメリカ	共同開発や仕入れ販売。相対的に知名度は高いが粗利益率は低い。
ブランド	アディダス	ドイツ	
PB	VANS・バンズ	アメリカ	商標権を取得。相対的に粗利益率は高いが、海外での知名度は低い。
ブランド	ホーキンス	イギリス	

トブランド(PB)として展開する「バンズ」や「ホーキンス」も元は海外発だ。日本のイメージが薄いことが影響しているよう

だ。足元の韓国の落ち込みより、市場が懸念しているのは中長期の成長戦略だ。国内の靴販売はすでにシエ

トップ。19年2月期の売上高営業利益率は16%と高く、上積み余地は小さい。都心部での訪日客需要の取り込みや高価格商品の販売増を狙うが、「中長期の成長のけん引役は欠如している」との見方は強い。

韓国、台湾、米国以外の新地域の開拓が課題だが、その障壁となっているのが品揃えだ。粗利益率が高いPB商品では、契約を結ぶホーキンスは世界では知名度は高くない。「バンズは製造や販売できる国・地域が現状では限定的」との指摘もある。一方、知名度が高いナイキやアディダスは仕入れ販売や共同開発品を展開しており、ABC

マートにとって粗利益率は低めだ。

○余剰資金の活用が課題に

品ぞろえ強化のカギを握るのは余剰資金の活用だ。フリーキャッシュフロー(純現金収支)は6年連続でプラスを維持し、8月末の現預金は1437億円と3～8月の売上高に匹敵する規模に積み上がっている。

M&A(合併・買収)で世界進出につながる新ブランドを得るのが得策に見えるが、現実には容易ではない。有力ブランドの争奪戦ともなれば、時価総額などで桁違いの規模を誇るナイキやアディダスが相手になりかねないからだ。稼いだ資金をどう使うか、難しい局面が続く。

(日本経済新聞より)

日本の現状 給料では日本は8%減、 英仏は25%増

消費税率アップで細かなトラブルは多発したが、全体では、そこそこスムーズな移行となったようだ。

税収を見ると18年度60.4兆円で、バブル期の90年度60.1兆円を超え、所得税19.9兆円、消費税17.7兆円、法人税12.3

兆円、法人税はピーク時の3分の2ほどに減り、率も下がったが、抜け穴？が色々あり、純利益1兆円超えのソフトバンクはグループ内処理で欠損として法人税がゼロらしいし、アマゾンジャパンや大手銀行グループも法人税は減少のようだ。

一方、消費税は導入時の4倍近くにまで増え、今回の10%で5.6兆円の上乗せを見込んでいる。

大企業中心だが好業績が続く、その内部留保は設備投資も含み463兆円と7年連続過去最高で、法人税収の38倍、消費税の26倍もある。

しかし、賃金を見ると、平均賃金は97年をピークに8%も減少し、OECDデータによるとその間、仏・英の賃金は25%増え、独・米も15%増えている。

労働の国際比較では日本は失業率も低く、男女の賃金差が大きく、正規雇用と非正規の格差から低所得者が多く、正規雇用者の転職が少なく、有休休暇を残し、サービス残業を含めて労働時間が長い。労働生産性も低いとされるが、実際は規模が違いすぎる米国の農業を除いて、欧米と大差はない。

外国人旅行者がおもてなしや商品の精巧さ、伝統に感動してくれるように、非正規を

含めて労働の質は国際標準を凌駕している。

(FW11月号より)

キッズ「アワード」 パビリオンデザイン コンテスト開催

ムーンスターと「キッズニア東京」の企画・運営を行うKJ GROUPは、10月23日から12月31日の期間限定で「KIDZANIA AWARD PROG RAM 2019/スニーカーデザインコンテスト」を開催。テーマに基づいて考案した靴のデザインを募集した。

ムーンスターは2018年から、キッズニア東京でオフシャルスポンサーとして「くつ工場」パビリオンを出展。子ども達は靴のデザイナーとして靴の構造を学び、タブレットを使ってパーツごとに色や模様付けなどを行い、最終的にデザインシートから立体的なペーパークラフトを作ることが出来る。コンテストは、くつデザイナーを体験した子ども達の、自分の考えたデザインが本物のスニーカーになったらうれしいとの声を受けて実施した。詳細は左記のHPをご覧ください。

<https://www.moonstar.co.jp/>

kidzania/award2019/

理事会・支部連絡会

だより

令和元年十月二十六日(火)
午後時 西村記念ホール

出席者19名

松戸副会長の司会で開会。

始めに会長より「暮れの売り出しに入り如何でしょうか？現在の靴業界は転換期を迎えているような気がします。本日の日経新聞にABCマートが取り上げられ、今後の経営も難しい局面になっているようだ(3面参照)。チヨダは新宿と上野のシュープラザ店を大規模に改装して、スニーカーの売り場をリフレッシュし、ゆったりとした雰囲気のお店になるなど、変化していました。今後日本の人口が減少していく中、経済も下がっていくのは当然で、それに向かい変革をしていく必要が出るでしょう。例えばナイキも日本のマーケットより人口の多い中国に力を入れていく。アディダスもクラシックモデルの人氣も下がり苦戦しているようだ。今後新しい取り組みをする企業が増えそう。専門店として、何をしたいのか考えていかなければならないと感じます」と挨拶。

一、「靴まつり」お買物券について

矢代事務局より前回の抽選会で選んだ500名の当選者にお買物券を本日発送すると報告した。

二、シューフィッター養成講座

東京開催について

表記の講座は1月22日より24日まで開催されます。参加希望の方は12月末までに事務局まで連絡をお願い致します。三、親和会総会及び新年会開催について

松戸副会長より説明。

2月13日・14日に箱根湯本・河鹿荘で開催される親和会の総会は、詳細なご案内を12月の理事会で資料を配布致します。ぜひ多数に皆様のご参加をお願い致します、と説明した。

四、年末年始のスケジュール

矢代事務局より、年末年始は12月28日(土)より1月5日(日)まで休業とします。又、エレベーターの工事を12月27日より1月10日まで行います。エレベーターは停止しているのご注意下さい、と説明。

五、その他

矢代事務局より、令和2年は日本で革靴産業が始まってから記念すべき150周年を迎えます。記念イベントの一環として、靴メーカーの見学ツアーが企画されています。

す。9時に浅草をスタートし、マドラス東京工場見学、靴工場発祥地の碑を見てオーツカ東京工場見学、リーガルコーポレーションで靴の資料館見学とセミナー、世界長ユニオン鎌ヶ谷工場見学と各地を巡るコースとなっています。実施日は12月4日(木)となります。希望者は事務局まで申し込みください、と説明した。

又、毎年3月15日に開催している靴の記念式典を、今回は、記念日を多くの皆様にも知って頂きたいとの思いなどから、神田明神で行うこととなった。日曜日ですが、皆様も予定しておいてください。続いて、12月の理事会は19日に開催する等、今後の予定を報告した。

続いて、小堤理事より皮革産業連合会の情報として、毎年選んでいるベストレザーニスト2019は「沢村一樹さん」と「速水ももこみさん」が選ばれ、レザーの普及に役を買っていただく。また、150周年の記念に向かい、レザーにもっと関心を持ってもらおうと、記念講演や記念イベント等の計画を進めています。記念セミナーなどぜひご参加ください、と説明した。

さらに、会長より「10月は消費増税と台風や豪雨など悪天候で大変厳しい月となりました。11月に入り私の店では、特価品の売上げが下がり、

プロパー品が好調です。郊外の店舗の方と話す機会がありましたが、そこでもセールの品より高額商品が売れているそうです。二極分化の表れや、変革の流れかもしれない。各店舗により状況は異なると思いますが、一つの傾向として考えてみてください」と話した。

会員計報

清水 岩男 氏

当協会元副会長
新宿支部長

(有)清水屋靴店

令和元年11月 享年93

情報交換会

☆開催☆

次回の情報交換会は1月23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いです。ぜひご参加下さい。

東京都中小企業景況調査(10月)

業 況：駆け込み需要の反動減や台風の影響等により大幅に悪化
見通し：やや改善

卸売業			業 況			
対象数	回答数	回答率	10月	今後3か月間(当月比)	見通し	通し
875	341	39.0%	悪い 100	良い 100	悪い 100	良い 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	10月	今後3か月間(当月比)	見通し	通し
875	269	30.7%	悪い 100	良い 100	悪い 100	良い 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		9月	10月	11月
チヨダ	全社売上	0.1	-0.9	2.7
	客数	0.7	2.5	5.6
	客単価	-0.6	-3.3	-2.8
	店舗数	1036	1037	1040
ABCマート	全社売上	7.4	-3.9	2.4
	客数	3.2	-4.7	1.7
	客単価	4.1	0.8	0.7
	店舗数	1009	1015	1020
Gフット	全社売上	3.9	-14.9	-5.6
	既存店	3.9	-14.6	-4.4
	店舗数	882	882	885

月の後半から降雪のあった北海道などで防寒・防滑アイテムは好調だったが、紳士カジュアルが低調だった。(ジフット)

ブラックフライデー(29日)のセールが好調に推移、最終週の売り上げが伸びた。冬物も好調な出だし。(チヨダ)

後半からの気温の低下とブラックフライデーセールが好調。TVC Mの影響でブーツを中心に婦人が好調。

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移