

第88回靴の記念日式典 神田明神で執り行われる

令和3年3月15日月曜日、午前11時より令和2年度の靴の記念日、今回で88回を迎えた式典は神田明神御神殿に於いて厳かに執り行われた。

コロナ禍、緊急事態宣言発令中でもあり、日本靴連盟の役員14名とマスコミ関係者のみの計17名で執り行った。御神殿に用意された椅子席にお集まりいただき、太鼓の音色とともに次の順序で神事はスタートした。



《神事》
修祓 宮司二礼二拍手
祓詞
御祓の儀

玉串奉奠の順序は左記の通り

日本靴連盟会長
日本靴卸団体連合会会長

笠井 庄治 様
日本靴連盟副会長

(一社) 日本皮革産業連合会
及び全日本革靴工業協同組

合連合会 会長

藤原 仁 様
日本靴連盟副会長



招魂の儀 宮司二礼二拍手
献饌の儀 (お神酒の蓋を開く)
祝詞奏上 宮司二礼二拍手
玉串奉奠 (列席者参加)
撤饌の儀 (お神酒の蓋を閉る)
送魂の儀
と続き式典は厳かに行われた。

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)



式典終了後、御神殿の前で記念撮影を行い、解散となった。コロナ禍で皆様のご参加や懇親の席も用意できなかったが、中身の濃い心に残る式典となった。

東條 英樹 様
(東條様を代表として、参加者一同二礼二拍手で参加)

日本靴小売商連盟 理事

大澤 重見 様

名譽会長

及び全日本革靴工業協同組合連合会

日本靴連盟顧問

小堤 幸雄 様

日本靴小売商連盟 会長

武川 雄二 様

日本靴連盟副会長

NPO 日本靴工業会 会長

事故に注意 防水スプレーは安全に

会員の皆様の店舗でも販売している防水スプレーによる事故が増えている。特に靴にスプレーする際の事故が多い。玄関や室内、浴室などの屋内や自動車の車内など、換気の悪い場所で防水スプレーを使用し、細かい霧状の粒子を吸い込む事故が発生しています。特に一度に沢山使用した場合、大量に吸い込むことがあります。屋外で使用した場合にも、風向きによって吸い込んだ事故が起っています。また、使用した本人だけではなく、近くにいた人が、吸い込むこともあります。

一事故の例

①玄関でドアを開けずに靴にスプレーをしていて咳が出たり喉に違和感があった。
②雨が降っていたので、玄関で靴やコート・バッグに防水スプレーを使った。近くの換気扇は回しながら使ったが気持ちが悪くなった。
③閉め切った部屋で使った息苦しくなった。
④外で使用中、風向きが変わり吸い込んでしまった。
⑤風の強い日にベランダで使用中、急に風向きが変わり、咳が出た。

スプレー事故の一位は革靴となり、東京都では消費生

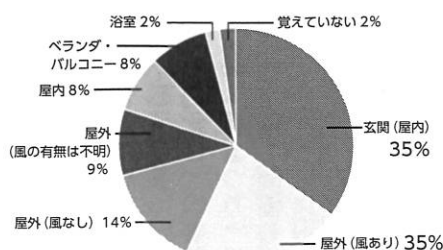
活部生活安全課からパンフレットを作成し、左記のような注意を呼びかけています。
*事故を防ぐためのポイント
①必ずマスクを着用して屋外で使用する
②屋外では風上から風下に向かって使用する
③身に着けたまま衣類に使うなど、顔の近くではスプレーの使用はしない
④一度に大量に使用しない
⑤子供やペットの近くでは使用しない
⑥火気の近くでは使用しない

*吸い込む事故の傾向一症状一
咳が最も多く、次いで、気分が悪くなる・吐き気、呼吸困難・息苦しくなるなどの症状がみられる。

*発生場所
玄関、次いで風が吹いている屋外で多く起こっています。

発生場所

玄関、次いで風が吹いている屋外で多く起こっています。



日本靴小売商連盟会長 小堤幸雄氏インタビュー

FW誌3月号に、前東靴協
会会長、日本靴小売商連盟会
長の小堤幸雄氏が連盟の70周
年を記念してのインタビュー
記事が左記のように掲載され
た。

日本靴小売商連盟は、昨年
70周年を迎えた東靴協会に遅
れて組織された、靴小売商の
全国団体であり、各地区に
あった小売商の団体が集まっ
て誕生した。

コロナ禍の厳しい景況の中
で、最近の動きや今後の進む
べき方向を、小堤会長に聞い
た。



跡継ぎ問題とコロナで、

さらに厳しい環境に

*小売商連盟の加盟者数や

現状からお聞かせください

大手チェーン店も1社とし
て数えて100社ほどです。

組織が誕生した時も、すで
にパママストアーは減って
おり、過去30年の間に半分に
下になっています。以前なら
地方でも4、5店舗が競って
いましたが、最近は地域一番
店しか残れない状況になって
います。

また、昨年来のコロナの影
響で、この機会に廃業するこ
ろも出てきており、さらに
厳しい状況になっています。

*靴小売店の今迄の変遷は

日本の靴店の多くは戦後の
オーダーメイドからスタート
しています。

その後、既成靴の時代とな
り、さまざまな種類の靴が大
量に作られるようになり、市
場の需要拡大とともに、商売
としても成り立つようになり
ました。

流れが変わってきたと感じ
たのは、ケミカルシューズの
隆盛時期とスニーカーブーム
のときで、これ以降、エレガ
ンス商品が低迷はじめ、カ
ジュアル化の傾向がスパイラ
ルのように、拡大しながら続
いています。

シューフィッターの資格で

靴店は使命感を持つ

*靴小売店の取組みの変化は

80年代後半から海外の健康
靴が輸入されるようになりま
した。足と靴と健康協議会(F
HA)が組織され、シュー
フィッターを養成するといっ
た動きもこのころから始まっ
ています。

FHAに3年ほど遅れて日
本靴小売商連盟も独自に
シューフィッター養成講座を
スタートしました。

広く消費者の間にシュー
フィッターの存在が知れ渡る
ようになるにつれて、組合員
の受講者も増えてきました。

同時に靴を売るだけでなく
「足の健康を守る」といつ
た新たな使命を持つように
なってきました。

*シューフィッター養成の

現状は

シューフィッター養成につ
いては講師の問題もあり、F
HAに委託する形に変えて小
売商の支援をしています。

現状、資格は5年ごとに更
新していますが、一般の売り
場では計測をする機会も少な
く、フィッティングのレベル
も下がってしまっています。

このため、日本靴小売商連
盟での更新時には試験問題の
解答と一緒に、10人の足型計
測を義務付けています。



消費者の靴への関心は高い

消費者講座の再開も

*消費者の足や靴への

関心は高まっています

数年前まで、日本靴小売商
連盟では年に数回、消費者講
座を行っていました。

靴の選び方や履き方、歩き
方などについてお話をします
が、消費者の関心は非常に高
く、講演会場はいつも定員
オーバーで、立ち見の方も出
る状態でした。

こうした足の健康や靴に対
する知識についての啓蒙活動
は、靴の需要拡大のためにも、

再開したいと思っています。

*消費者対象では、春と秋に
イベントを開催していますが

春の「靴の記念日」は東靴
協会が、秋の「靴まつり」は
靴小売商連盟主催で開催して
います。

昨秋の「靴まつり」では、
売り場に配布した「お買物券」
が当たる応募はがきに、5千
通近い返信がありました。

この中から500人の方に
5千円のお買物券を提供しま
したが、イベントは毎回、来
店の機会になっています。

*今後の靴店のスタイルで

参考になるものは

現在、私の店でもパート
ナーショップとして展開して
いる「i/288」は、ひと
つの方向だと思っています。セミ
オーダー業態であり、ためし
履きの足入れ用の靴以外、在
庫を持つ必要がありません。

また、対応できるサイズが
多く、足に合った靴を提供で
きることは、消費者の健康志
向に沿ったものです。

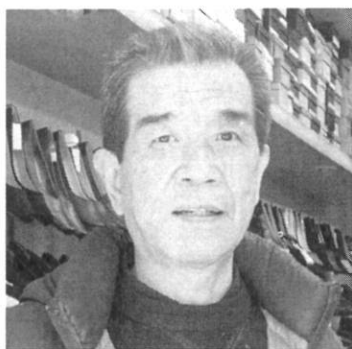
今後、デザイン点数が増え
てくれば、さらに訴求力のあ
る業態になると考えていま
す。(FW3月号より)

地元の店舗

FW誌3月号に地元の店舗が紹介されていた。世田谷支部の店舗で京王井の頭線、東松原駅にある小池靴店だ。

10坪の店で70年の路面店

庶民的な商店街の一角にある「小池靴店」創業は1945年で70年以上にわたり営業を続けている。現在は二代目の小池賢一さんが店主。地域に根ざした靴専門店である。



生き残りの秘訣は「お子さんからお年寄りまで対応できる品ぞろえと丁寧な接客」という。「特に専門分野はありません。バブル期のいい時代もありましたが、今は薄く浅くですが、地域の幅広い年齢の方をカバーできるような靴を扱っています」と小池さん。広さに限りはあるが、地場

のニーズに合わせた商品を厳選し、店内には常時1000足を超える陳列をしている。

リピーターのため

サイズを切らさない

人気はムーンスター、アサヒシューズ、オタフク、パンジーの商品だ。「昔から仕入れの半分ほどはムーンスターで、今は「イブ」が売れ筋。アサヒシューズでは「快步主義」が中心です。一万円を超える商品は極力扱いません」という。

品ぞろえは地域ニーズに応じてバランス良く、という指針は一貫している。若年層に人気のニューバランスも置いてはいるが、一万円を超えないものはほとんど発注していない。常時並べている革靴においても同様だ。

展示会仕入れでは

必ず足入れして決める

「親切にいいねに、ということに心がけています。気に入って買っていたけど、履きやすいと買っていたけど、ここまでする大切にするので、こまめやってきました」。

ためし履きや商品の説明にあたっては時間をかける。小さなお子さんやジュニアだと15・20分、外反母趾の方にはそれ以上費やす。お客様も、こういう意思疎通のしやすさ

が、地元の靴屋の良さだと心地よく感じるところがある。履きやすさを大切にするため、仕入れる靴はとことん吟味する。「家内とふたりで展示会に足を運びますが、婦人靴は必ず家内が履いてみてから仕入れられます。足入れしてみても履きにくかったら絶対仕入れない。自信を持つてお勧めできる靴だけを扱いたいからです」。

ただし、今年に関してはこの姿勢を貫くには難しいところもある。コロナ禍によつて展示会が開かれなくなつてしまったからだ。しかし、「小池靴店」は幸運にも深刻な状況に陥るほどの大きな影響を受けていないという。これからも「お客様に満足して帰っていただきたい」という姿勢を貫いていく。

靴修理のみで30年

川村加工所

高級な革靴も受注

信頼される町の靴修理店

京王線桜上水駅から徒歩5分。利便な都市機能と住宅街に恵まれた地で靴の修理業を営むのが「川村加工所」だ。開業は1992年、今年で30年目を迎えた。地元で長年親しまれており、気軽に訪れるお馴染みさんも少なくない。同店が手掛けているのは靴の修理とミシン掛け。ミシン

は靴底の縫い直しがメインで、マッケイ縫い、ダシ縫い（グッドイヤー）を専門に行っている。ファスナーの縫い直しにも対応している。

「何年も付き合ひがあるし、満足していただくことで、そのお客様が口コミで他の人にも宣伝してくれます」と店主の川村敏夫さん。修理チェーン店にはまねのできない、ミシン掛けなどの修理にも対応している。



靴好きの若い人は

「ヴィブラム」指定

利用者の年齢は高めだが、最近では若い人も増えている。「高齢者はスニーカーを愛用するようになり、修理の頻度はおちます。若い人の靴は2極化しており、履き捨てていいと考えている人がいる一方で、靴好きの人が革靴のいいものを履いていて、修理にこられ、中間はないようです」。靴の修理では、踵の減りを直すのが大半を占める。多い

のは、イタリア製など高級な革靴だ。底が縫われた靴だけでなく、糊付けによるアウトソールでも直す。修理用のパーツはヴィブラムやトピーといった著名なブランド製品を使つて対応している。「ヴィブラムは良く使いますね。一般のお客様もよく知っていて『コレで修理して』と要望が来る。ファッション誌など見て来られる方もおり、以前と比べてこだわる方が増えてきました」。

東日本一帯の依頼にも応える

個人客だけではなく、靴店からの修理依頼にも応えている。確かな腕前は地元靴店の評価も高く、業者間で広く伝わり、埼玉・千葉・神奈川など関東一円に加え、青森・岩手・宮城など東北各県からも依頼が来ている。

地場で築いてきた信頼と、店を愛用してくれる一般顧客、修理依頼をしてくれる靴店など、商売の支えとなる柱がしっかりと存在しているのも事実。「一人なのでお店は続けていきますよ」と川村さん。

幸い、医者にかかったことはないというほど自身が元氣なのも強みだ。職人らしくない気さくな人柄は、常連さんを気軽に店に訪れさせる。
(FW3月号より)

理事会・支部連絡会

だより

令和三年三月二十三日(火)
午後二時、西村記念ホール

出席者20名

松戸副会長の司会で開会。始めに会長より「皆様の手元の東靴協会70周年の記念誌は、とても立派に完成したと思っています。事務局を始め携わった皆様に感謝いたします。ぜひ後世に伝えていきたいと感じています。」

どこもコロナ禍で厳しい経営に直面している中、チヨダの社長が交代するなど変化が起きています。経営に人材の手腕が問われる時でしょう。最近、販売方法で好調なのが、百貨店など商業施設や空き店舗、イベント会場などに突然出店するポップアップと呼ばれる売り方が実績を上げています。このように今までの概念を変えた商法も考え、経営者の個性を出すなど、靴屋の垣根を超えた店舗も進出しています。売り方、商品構成など時世に合わせた商売が重要になると感じます。

又、販売員が商品が好きで、知り尽くしているとお客様はついてくる。更に人対人のコ

ミュニケーションを大切にしたい接客が良い、と言われています。いろいろな側面がありますが、リアルとオンラインを上手に使うていくことが大事なことになるでしょう」と挨拶。議事に移った。

一、令和三年度事業計画及び収支予算案の

骨子について

矢代事務局長より、配布された資料に基づき、各事業の計画案について、詳細な説明を行った。昨年度はコロナ禍で中止になった事業も多かったが、三年度も従来通りの計画案となった。

続いて事務局より、予算案を資料に基づき、公益目的事業会計、収益事業等会計、法人会計、総括表について説明した後、場内に諮り承認された。

二、保険事業について

昨年3月に54年間続いた「東靴生命共済」は加入人数の条件が満たせず終了となっていました。会員の皆様の福利厚生のため、代わるものを、アンケート調査を行う等、検討してまいりました。

神田法人会のメンバーでもある保険代理店(株)太陽エージェンシーには幅広いメニューがあるので、今回ご説明を頂きます、と紹介し、担当の山村氏、清氏の二人から説明を聞いた。各保険会社の取り扱い

いがあるので、お役に立てるメニューを提案させていただき、と挨拶を行った。

三、靴の記念日式典について

（二面参照）

四、70周年記念展示会

「東京 街の靴屋さん物語」について

3月10日から予定していたが、コロナの緊急事態宣言延長に伴い、会場が使用できず、4月17日から29日までに延期して開催することとなった。

これに伴いポスターを刷り替えて会員の皆様に配布いたしました。計測会、セミナー、展示などイベントの内容は従来と同様に行います。担当の方は、ご協力よろしく願っています、と報告とお願いをした。

五、FHAシューフィッター養成講座(東京)について

4月21日、23日に東京講座が両国国際ファッショセンタールに於いて行われます。参加希望者は至急お申し込み下さい。

今後のスケジュールは6月8日より神戸会場で、7月28日より東京会場、10月6日より東京会場、令和4年1月26日より東京会場で、2月15日より大阪会場で、それぞれ

3日間の予定で行われる、と今後の予定を報告した。

六、その他

70周年の記念誌と記念品を各会員様に配布いたしました。記念誌はまだ在庫があるので追加の希望は連絡ください、と報告。

続いて、東京都消費生活部生活安全課から届いた「防水スプレーを安全に使いたしよ」のリーフレットについて、防水スプレーの事故が多く、安全対策について、マスクの着用や屋内や車内など密閉した場所では使用しないなど、小売店でも注意喚起を行うようにと内容の説明を行った。配布用に必要な会員は事務局までご連絡下さい。

又、4月の理事会は23日に予定していたが、浅草での展示会期間中のため、中止いたします。展示会場にはぜひ足を運んで下さい、と説明した。

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

緊急事態宣言が、首都圏でも解除されたものの、本格的な回復とはならない。しかし前年の落ち込みが大きかったため、前年比は上がった。

(チヨダ)

数が徐々に増加しました。新生活に伴う春物の需要が増え、特にスニーカー、子ども靴が好調。(ABCマート)全国的に暖かい日が多く、売上げ、客数とも増加した。スポーツPBのATHREAMやアウトドアPBのColeman、新商品が好調。(ジフット)

社名	1月	2月	3月
チヨダ			
既存売上	-13.9	-17.6	2.1
客数	-10.2	-15.5	3.5
客単価	-4.2	-2.6	-1.4
店舗数	998	991	995
ABCマート			
既存売上	-25.2	-9.8	16.3
客数	-19.7	0.3	19.4
客単価	-6.8	-10.1	-2.5
店舗数	1037	1032	1036
Gフット			
既存売上	-25.5	-11.5	17.6
客数	-16.5	-5.7	17.2
客単価	-10.8	-6.1	-1.6
店舗数	849	824	838

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：持ち直しへの期待高まる

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)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	372	42.5%	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	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	325	37.1%	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					