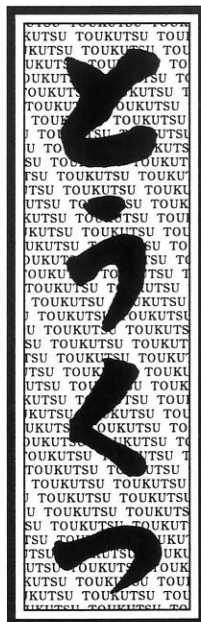


東靴協会創立70周年 記念イベント開催

当東靴協会は昨年創立70周年を迎えることができました。

1949年11月23日に創立し、翌年に社団法人（現在、一般社団法人）として発足、皆様とともにお祝いをを行う予定もコロナ禍で役員のみで式典を挙げる等対応せざるを得ませんでした。

皆様に東靴協会を知って頂き、これからの活動に役立てようと浅草文化観光センターにおいて「東京〆街の靴屋さん〆物語」と題して、展示やセミナーなど記念イベントを企画しておりましたが、予定の3月10日からの開催は延期となり、新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置が発出された中、4月17日より規模を縮小して開催いたしました。計画をしていた「足型計測会」「記念セミナー」は中止とし、午前10時より午後5時30分の開場時間で、7階展示ホールに於いて「東京〆街の靴屋さん〆物語」の展示のみで行いました。



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(5月号)



しかし、途中で3度目となる緊急事態宣言が発出された為、24日の土曜日をもって終了となりました。展示の内容は次の通りです。

〇歴史展示



*東靴協会70周年史年表
活発だった頃の野球大会の優勝トロフィーや賞状。



社団法人東靴協会旗、支部の旗など思い出の品。
*靴店の昔・写真紹介



*チラシなどの展示
各店舗から寄せられた懐かしいチラシなどを展示。



*昭和29年・写真コンテスト
応募作品
優秀賞受賞の写真など傑作作品を一面に展示。

〇活動紹介・展示

*会員店ガイド（写真マップ）
*東靴協会事業紹介
靴まつり・靴の記念日等の
代々のポスター展示。

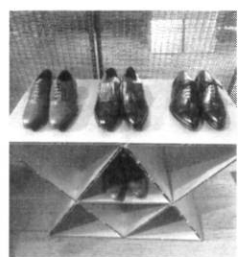
シューフィッター勉強会。
角野氏手づくりの養成講座の教材やDVDで講座を画像で紹介。



*会員小売店所蔵の手製靴
ポスター・チラシにも掲載した、小笠原製靴の手製のグッドイヤー紳士靴は今回も大人気だった。



*昔の靴、道具等。
靴職人が愛用した手づくりの道具。手製の紳士靴。



連日、来場者は予想より多く、8日間の合計来場者数が413名を数え、好評の中の打ち切りとなり、残念な思いの中での終了となりました。

日本靴小売商連盟 総会開催

日本靴小売商連盟は、1月30日、新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言発令にともない、総会を書面で行った。

〇令和2年度事業報告

流通秩序の改善、サービス向上の研究及び人材育成に関する事業では、シューフィッター養成講座を「足と靴と健康協議会」の講座に委託して実施した。認定は16名だった。全国規模の販売促進イベントとして「靴まつり」事業を9月に実施、ポスター330枚、応募はがき付きパンフレット21700枚の広告宣伝を行った。抽選で500名に5,000円のお買物券を進呈し、好評を博した。

〇令和3年度事業計画

前年度に続き、靴小売業の実態調査、従業員表彰、諸資料並びに情報の収集配布事業、流通秩序の改善、サービスの向上の研究および人材育成に関する事業、関連部門との相互連絡および折衝、関係官庁との折衝、ほか目的達成のため必要と認める事項、会員増強を行う予定。

2021年秋冬のファッションの傾向

アジアリング(株)

2021年秋冬はデザインの復活が大きなキーワードとなる。しばらくベーシックなカジュアル衣料が人気だったが、コート等の重衣料でも個性的なデザインが登場。80年代のモードブームを彷彿させる、個性的なデザインがアパレルでも靴でも求められる。この流れは買い替え需要に繋がる大きなチャンスと言える。カジュアル通勤やコンサバスタイル、ミセススタイルでは、引き続きベージュ、白、アイボリー、ブラウン等を基調としたナチュラルカラーの着こなしが人気となるが、ヤングストリートやファッション感度の高い女性から、黒を基調としたデザイン性の高いモードスタイルが登場してくる。すべてのテイストで、モードエッセンス(デザイン性)をプラスさせたアイテムが人気となる。

◆レディスシューズの傾向

いよいよファッショントレンドで「ブーツ復活」が見られる。そんな中でもこの秋冬はロングブーツが久しぶりにヒットする。また、ショート丈やハーフ丈でも、デザイン

ブーツやモードブーツなどの登場で、大きな買い替え需要が期待できる。

全体的には、定番志向からの脱却が見られ、ヤング・大人女性まで目新しいデザインが必要となる。例えば、靴のアッパーのデザインはプレーンでシンプルのものが主流となるが、「ラスト(靴型の変化)」や「デザイン&装飾をプラスしたヒール」「新しい厚底ソール」など、ラストと底周りで、モードな雰囲気プラスしていく事が必要となる。この秋冬は売場も定番志向から脱却し、持っていない1足を積極的に提案していこう。

○ブーツ

原宿トレンドでの現在の「ブーツ着用率」は5割程度。ブーツブーム期は8割を超えていたの、「伸びしろ」はまだまだ大きい。今年は6割を超えて、数年後には再び8割を超えるブーツブームが到来するだろう。



ロングブーツ

【対策①ロングブーツ】

今季の目玉はロングブーツ。今回はスムースレザータイプで、ややルーズシルエットになった、ジョッキータイプやプレーンタイプが人気となる。アッパーのデザインはシンプルだが、ソフトスクエア&ポインテッドトゥなどラストで新しさを表現。また、人気のチャunkyヒールに加え、やや厚底のタンクソール、ユニットソール(二体成型の合成樹脂ソール)、フラットソールなどソールのバリエーションが必要。アッパーはエレガンスだが、あえてカジュアルな雰囲気ソールを組み合わせるのが新しい。



厚底ブーツ

【対策②ブーツのソール】

今回のトレンドブーツの大きな特徴は、アッパーのデザインだけでなく、ソールで新しさを表現していく事。主流のショートブーツでも、タンクソールの厚底アレンジ、厚底スニーカーソール、軽量のユニットソール、またデザインヒール、装飾ヒールなど、

今季は底周りとヒールで目新しさを提案する事が欠かせない。ソールを分かり易く伝えていくディスプレイや陳列の工夫も必要だ。



白ブーツ

【対策③ブーツの色提案】

昨年はヤングトレンドで白やアイボリーのショートブーツが大ヒットを記録した。差色の存在だった白がこまめに売れたのはとても珍しい。今年の秋冬も色提案がとても重要となる。具体的には、エレガンス色の強いコンサバ系スタイルでは、人気の白やアイボリー、ベージュに加え、キャメル、ダークブラウンの茶系のバリエーションをしっかりと揃えていく。特に、スムースのロングブーツでも茶色が実売となるので欠かせない。一方、ヤングストリートでは、スニーカー厚底やデザイン性の高いブーツが中心となるので、ここでは黒をしつかり揃える。つまり、定番エレガンスは茶系、モードなデザインブーツは黒で勝負するのが得策だ。

○パンプス

通勤スタイルやコンサバスタイルの多様化に合わせて、より通勤シューズの選択肢を広げる事が不可欠となる。

【対策①通勤対応は自由化へ】

コロナ禍の影響で通勤スタイルの多様化、自由化が見られる。王道のプレーンパンプスは需要が半減しているの、パンプスの打ち出し方は路線変更が必要。通勤対応では、足入れが良くスクエアなど旬のラスト(靴型)を取り入れたフラットパンプスを強化。また、最近では、ヒールアップのオックスフォード、ローファーパンプスなど、パンプスとカジュアル短靴の中間デザインが登場。普段着でも楽しめる汎用性の高いシューズの強化が必要だ。



ローファーパンプス

【対策②休日パンプスは新デザインを提案】

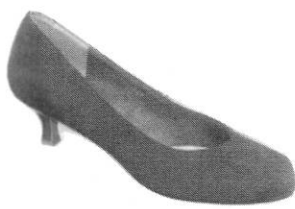
一方、ヒールパンプスは、通勤対応から、休日のお出掛け用にシフトさせて、トレンドカラーや、装飾(飾り)パ

ンプスを提案していく。この秋冬は白やアイボリー、ベージュ、パステルカラー、ビビッドカラー（原色）など旬のトレンドカラーを自由に楽しんでもらう。



装飾パンプス

また、ビッド使いやチェーン使用などワンポイントの装飾使いが注目。ファッションの原点に立ち返り、この秋冬は楽しいパンプスを仕掛けていこう。



カラーパンプス

○カジュアルシューズ

引き続き、オックスフォードやローファーなどのトラッド短靴が主流となる。ヤング向けでは、スーパースロー（一体成型の合成樹脂ソール）、厚底アレンジされたゴム製のタンクソールがよく売れる。一方、大人向けでは、フラッ

トタイプ、スニーカーソール、低反発のインソール使用で、スニーカー感覚を楽しめるローファースニーカーが大人気となる。秋冬でも白やアイボリー、ベージュなどの明るいカラーを加えてスニーカー感覚で楽しんでもらうのがポイント。

◆メンズシューズの傾向

メンズでも目新しいブーツや短靴の提案が必要となる。また、ビジネススニーカーやハイブリッドドレス（スタイリッシュな機能ビジネス）など、時代の変化に伴った進化するビジカジ靴が登場していく。保守的だったメンズシューズ市場だが、持っている1足を提案し、買い替え需要を喚起させていこう。

○カジュアルシューズ

ヤングトレンドでは、厚底やヒールアップアレンジされたモードブーツが登場。30代以上の大人世代では、レースアップやサイドゴア、クライミングブーツ等のアメカジブーツのモードアレンジが人気となる。



厚底ローファー

短靴では、すべての世代でローファー人気が拡大する。ヤング世代はラウンドタイプ（丸いラスト）、アダルト世代はロングノーズタイプ（つま先の長いラスト）が実売となるので、世代によって提案をしつかり棲み分けていこう。

○ビジネスシューズ

働くスタイルの多様化に伴い、ビジネスシューズでは、スーツからジャケットスタイル、普段着でも楽しめるなど「汎用性」を求める傾向が高まっている。また、スニーカー感覚で楽しめる快適な履き心地や、足入れのし易さ、インソールのソフト感などが重視される。



メンズのドレスローファー

そこで革靴ブランドの提案する「ビジネス対応レザースニーカー」や、「ハイブリッドドレス（スニーカーソールのドレス）」が大活躍する。いよいよ国内革靴ブランドでも、ハイブリッドドレスの提案が充実し、全国に広がっていくだろう。



ビジネススニーカー

◆スニーカー&キッズ傾向

ファッショントrendは、モードを基軸とした革靴が注目であるが、メンズのストリートスタイル、アダルトの休日カジュアル、スタイリッシュな運動や休日レジャーなどのシーンでは、引き続きスニーカーが活躍する。この秋冬は世代によって人気カテゴリーに違いが見られるので正しく把握していこう。

○大人スニーカー

ヤング世代では、クラシックコートやクラシックバスケット、クラシックスケートなど、90年代に大流行した復刻スニーカーが話題の中心となる。一方、30代以上の大人世代では、健康志向の高まりと連動した、本格ランニングやトレイルランニング、トレッキングスニーカーなど、ランニングとアウトドアのカテゴリーの人氣が拡大していく。また、レディーススニーカーでは、ヤングトレンドから、

ピンクやパープル、パステルグリーンなど甘いレディスカラーが復活していく。



スタイリッシュランニング

○キッズ（子供靴）

小学生以下のキッズシューズでは休日近場のお出掛け、アウトドアレジャー等で大活躍するアイテムが人気を集める。秋冬は親子揃いで楽しめるアウトドアブーツ（スノーブーツ）、ダッドスニーカー（厚底スニーカー）に加え、コールドロイやウール素材を使用したカジュアルスニーカーが活躍。30代のヤングファミリー世代のママとパパの好きなテイストが子供靴でも求められるだろう。



キッズのスノーブーツ

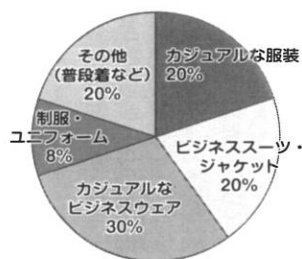
スニーカー通勤 アンケート

FW誌4月号に、表記アンケート調査の記事が掲載されていたので紹介する。

Q1 どんな服装で通勤していますか？

通勤時・仕事でどんな服装をしているかを聞いた。結果はカジュアルなイメージのビジネススウェアがトップ。カジュアルな服装とビジネススーツの中間にある、あまり崩さず、動きやすい服装が。

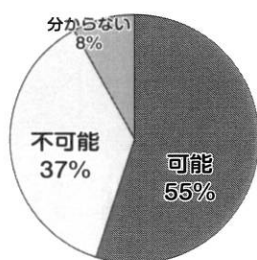
Q1 どんな服装で通勤していますか？



Q2 「スニーカー通勤」が可能ですか？

ビジネススタイルのカジュアル化が進んでいるが、スニーカー通勤は可能かを尋ねた。「可能」が半数を超えている。2017年にロックポートが調査したアンケートでは「不可能」が56%だった。3年が過ぎ逆転している。

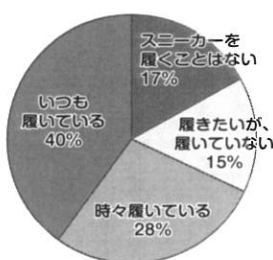
Q2 「スニーカー通勤」が可能ですか？



Q3 「スニーカー通勤」の頻度は？

どれほどの頻度でスニーカーを通勤に使用しているのかには、4割が毎日と回答。「時々」は28%でTPOに応じ履き分けているようだ。

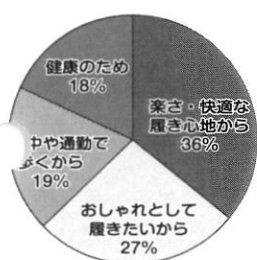
Q3 「スニーカー通勤」の頻度は？



Q4 「スニーカー通勤」している理由は？

通勤やビジネスシーンでスニーカーを履く理由を聞くと、トップは「楽さ、快適な履き心地から」。最近ではドレスでも機能的な底回りで快適な靴もあるが、スニーカーに目が向いている。女性ではスニーカーが「おしゃれ履き」となっていることもあるようだ。

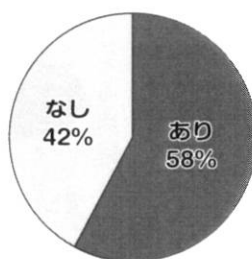
Q4 「スニーカー通勤」している理由は？



Q5 今後も「スニーカー通勤」はあり？

今後のスニーカー通勤は、「あり」が58%を占めた。

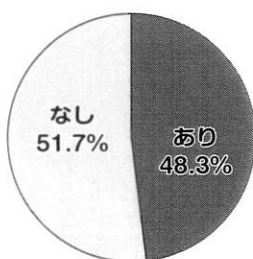
Q5 今後も「スニーカー通勤」はあり？



Q6 「スーツにスニーカー」はあり？

この問いに対しては「あり」48%、「無し」52%でスーツではスニーカーは合わないと考えている人が多い。

Q6 「スーツにスニーカー」はあり？



不要衣類の再生素材 ランニングシューズに

アシックスは不要になった衣類をリサイクルした再生ポリエステルを一部採用したランニングシューズを発表した。

石油由来のポリエステルと比べて二酸化炭素(CO₂)排出量を25%削減できる。過剰生産で環境負荷の大きいアパレル産業が循環型に転換する動きを後押しする狙いがある。

発売した「メタライド」の最新モデルは、足の甲の部分に再生ポリエステルを使った。従来、ランニングシューズに使用していた再生ポリエステルはペットボトルなどが主な原料だったが、今回は衣類をリサイクルしたものを採用。中底には鋼鉄の約5分の1の軽さ、5倍の強度を有する植物由来の次世代素材「セルロースナノファイバー(CNF)」を使った。つま先部分のカーブにより機能性も備えた。直営店やECサイト、全国のスポーツ用品店で販売。

靴専門店・大手三社の 直近3か月売上推移

一部地域で、緊急事態宣言、まん延防止の発令はあるが、昨年同月に発令された緊急事態宣言の対象は全国と広く、店舗の休業も多かったため、前年比は増えた。(チヨダ)

160店舗の休業や2006店舗の時短営業の中、業績は大きく改善。尚、昨年は575店舗が休業した。(ABCマート)

前年同月に発令された緊急事態宣言の影響で今期の昨対比は大幅に改善した。(ジフット)

社名	2月	3月	4月
チヨダ			
既存店売上	-17.6	2.1	43.4
客数	-15.5	3.5	45.1
客単価	-2.6	-1.4	-1.2
店舗数	991	995	992
ABCマート			
既存店売上	-9.8	16.3	65.2
客数	0.3	19.4	67.8
客単価	-10.1	-2.5	-1.6
店舗数	1032	1036	1042
Gフット			
既存店売上	-11.5	17.6	113.6
客数	-5.7	17.2	118.9
客単価	-6.1	-1.6	-2.4
店舗数	824	838	835

東京都中小企業景況調査(3月)
業況：持ち直しの動き続く
見通し：2か月連続で期待高まる

卸売業			業 況					
対象数	回答数	回答率	3 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
875	371	42.4%	悪い	良い		悪い	良い	
			-100	0	100	-100	0	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	3 月		今後 3 か月間 見 通 し (当月比)	
875	321	36.7%	悪い -100	良い 0 100	悪い -100	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					