



2020年に創立70周年を迎えた（一社）東靴協会。この3月には70周年記念誌を発行し、4月には浅草で記念イベント「東京ノ街の靴屋さん」物語」を開催した。協会のこれまでの活動や今後の専門店のあり方などについて、11代目となる現会長の栗原茂氏（イケダヤ靴店社長）に聞いた。

栗原茂会長FW誌で語る

当協会会長の栗原茂氏がFW誌5月号「トップに聞く」に取り上げられ、協会70周年記念について語り、次のように掲載された。

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

(6月号)

A standard black and white QR code located in the bottom right corner of the page.

影響で予想しにくくなっていますが、生活者の意識や考え方方は変わるきっかけになるだろうし、これまで常識として疑いもしなかつた生き方さえも変えようとしていることだけは確かです。

★ 東靴協会の設立目的は?

◎ 1949年に設立し、翌年
年に社団法人として発足しま
したが、戦前にあつた日東京

靴同業組合を受け継ぎ、新時代の小売業者としての発展をめざして組織されました。終戦を迎えて、靴産業は軍需から民需に転換し、本格的な洋装ファッショングの時代に踏み出していた時で、東京地区の小売店と注文靴の人たちが集まり、最盛期の会員数は1,900社を数えていました。残念ながら現在は100社を切っています。

残念ながら現在は100社を
切っています。

「東青会」を復活させ
時代に合つて

とにかく、商品企画や商品作りで視野を広げることは大切ですし、世界はますます狭くなっています。

☆ 今後の活動として
考えて いることは、
◎ 協会設立50周年を機に
「東青会（とうせいかい）」と
いう、若手の集まりである青
年部活動がはじまりました。
理事会や常務会とは違う発
想で提案し、推進しようとい
う委員会で、過去にはクレジ
ットカードの団体契約やホー

○ 1990年には協会設立40周年を迎える、「創立40周年歴史」を発行し、新宿・京王プラザで記念パーティーを開催しましたが、今回は多くの人々を集めるためにもいかず、記念イベントも歴史展示だけで、消費者を対象としたセミナーや計測会は中止となりました。

記念誌の発行は、人間でいえば古希を迎えたのを機に、過去や現在を見ると同時に、これからを考えたいということで出版しました。

未来については、コロナの

海外メニカーも活用し革靴で差別化をしたい

☆ 10年ほど前のケミカルブームやスニーカー人気の中で、革靴市場は開いている状態ですが、大手百貨店問屋が消え、百貨店のビジネスモデル

○ 第一回の講座には113名
が受講し、大変熱氣あふれる
講座になつたと聞いています。

など、今の時代に合わせた改革が今後は必要でしょう。

ルが崩れている中で、専門店
が再び革靴を取り込み、活躍
する素地があるのであらう。

販売技術のレベルアップとともに、消費者との接点を持ち、「街の靴屋」として足と靴

貴重な資料

「名人芸の逸品 小笠原氏の手製靴」

昨年、各地で開催された「日本靴150年」関連の展示品の中で、常に目を引いていた「手縫いの紳士靴」。この靴の記事が62年前（昭和34年4月5日掲載）の新聞記事で左記のように取り上げられていた。

名人芸の逸品を

都の名作展に手製靴も

東京都では伝統的な技術と近代的な感覚に溢れる優秀な東京商品を一堂に集め、高く評価されている東京商品の卓越性をより一層広めようと「東京商品名作展」を、日本橋三越において催す。

この催しに応じて東京都靴連盟では傘下各団体に呼びかけ、いわゆる“名人”による名作の推薦を求め、紳士靴十八点、婦人靴二十一点が集まつた。

山の手製靴卸業組合長を委員長とするその道のベテラン六名が委員となり審査し紳士靴五点、婦人靴十三点を推薦し名作展に出品した。展示品の製作者は次の通り。

先日、東京都の主催で「東京商品名作展」が日本橋三越にて開催され、紳士靴、婦人靴の逸品が紹介されたが、審査員の誰もが無条件に第一位と折紙をつけられたのが、小笠原光雄さん（35）が底付けし、弟の茂好さん（22）が製申し

雄氏（底）、小笠原茂好氏（甲）。ほか四組の紹介。
「婦人靴」一位・山田誠一氏（底）、辻浜弁蔵氏（甲）。ヨシノヤ靴店より二組の方。以上が写真とともに紹介されている。

更に同号では、左記のように小笠原兄弟が再び取り上げられている。

手製靴を育てる

「名人貧乏」は時代遅れ

話はいささか逆説めぐが、靴は機械化によるマスプロダクションにつれて、かえって手工作製の“味”のある高級靴が益々その存在価値を高め、人気を呼ぶようになるのではないか。ところが業界の現状をみると手製の職人は九分製、七分製へと転向し、また手製の技術を身につけようとする若い人たちは皆無といつてよい状態である。そこで若いながら“名人”といわれ、次代の手製靴を担う青年を黙々として育てている小笠原光雄さんをここにご紹介する。

この催しに応じて東京都靴連盟では傘下各団体に呼びかけ、いわゆる“名人”による名作の推薦を求め、紳士靴十八点、婦人靴二十一点が集まつた。

た紳士靴であつた。
もつと手製に理解を

ついては業界として大いに考えるべきではないのだろうか。

「名人」揃いの製造一族

そこで、更にメーカーとしての現状をたずねると「製甲が四名、底付けが十名余り、これが私自身が目を通して仕込むことが出来る限界だからだ。誰もが腕を磨きたいと、弟子入りして来たものばかり。

得意先は銀座など盛り場有名靴店数店だけで、取引先を増やすと、粗雑になる恐れがあり、納期が遅れると迷惑をかけるからお断りしている

とのこと。

今回の入選靴も“製甲の名人”熊野喜一さんの免許皆伝を受けた弟の茂好さんが製甲し、光雄さんが底付けしたもので、当の熊野さんが製作申しこそして、この兄弟が作成した、紙面掲載の紳士靴は、昨年の150周年記念の各地での展示会場、更に先日浅草文化観光センターで開催された「東京“街の靴屋さん”物語」会場にも展示され、常に人気を集め、話題になっていた。

この兄弟が作成した、紙面掲載の紳士靴は、昨年の150周年記念の各地での展示会場、更に先日浅草文化観光セ

ンターで開催された「東京“街の靴屋さん”物語」会場にも展示され、常に人気を集め、話題になっていた。

この兄弟が作成した、紙面掲載の紳士靴は、昨年の150周年記念の各地での展示会場、更に先日浅草文化観光セ



当時の小笠原兄弟（昭和34年の新聞より）

2019年・ 世界の靴の消費

ボルトガルの靴メーカー団体APICCAPS(アピカツ・プラス)が集計した2019年のデータから、世界の靴消費の動向を見ると、各國が消費した靴の総数は220億足だった。上位10か国の消費足数は133億足で、全世界の60%を占め、北アメリカとヨーロッパがともに15%を占める。

中国の消費は41億足 一人当たり3足

消費足数トップは中国の41億足、世界シェアは19%となる。2位はインドで、25億足となり、シェアは12%になる。ともに人口が13億人を超えていることで、消費量も多いが、一人当たりの消費足数は中国が3.0足、インドは1.9足と少ない。

中国の消費は国内生産の3分の1ほどで、数字上では十分賄えるが、輸入が2億足ほどある。輸入の56%はベトナムからで、輸入価格（FOB）は20ドルほどだ。インドも国内生産が国内消費より多いが、輸入も1億6900万足ほどある。輸入の86%は中国からで、輸入価格は2ドルほ

5位のブラジルは8億2千
00万足で、一人当たりの消費
足数は3.9足とインドネシア
より多い。同国の国内生産
は消費量を超える9億足ほど
あるが、輸入は2800万足
と少なく、輸出に向ける靴は
1億1500万足に留まる。
6位は日本。消費量は7億
2200万足。対して国内生
産は7100万足しかなく、
6億5300万足を輸入して

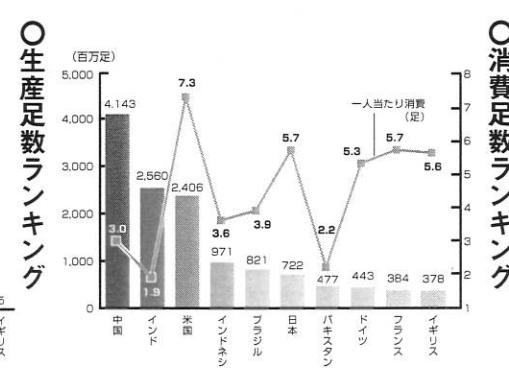
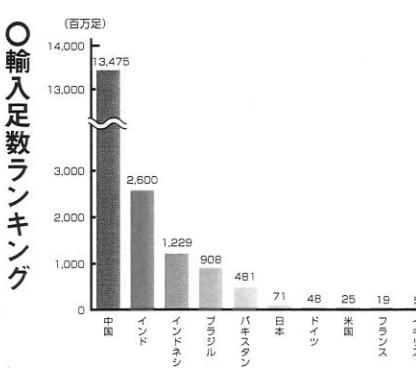
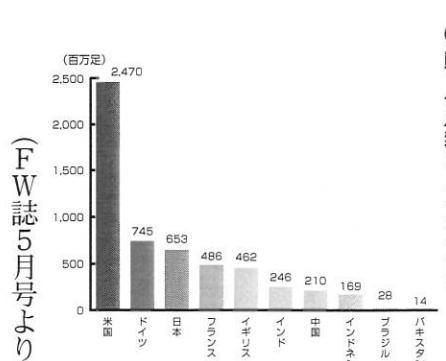
上位3か国と4位以下の消費足数は大きく差があり、4位のインドネシアは9億7100万足となり、世界シェアは4%ほどに留まる。一人当たりの消費足数は3.6足となる。同国の国内生産量は消費量を上回る12億足ほどあるが、輸入も1億6900万足ある。この輸入の91%は中國からである。

3位の米国は24億足、世界シェアは11%ほど。インドと同じような数量だが、人口は4分の1で、一人当たりの消費量は7.3足と最も多い。同国の消費足数は国内生産の96倍ほどで、消費の97%は輸入に頼っている。輸入の67%は中国からで、21%はベトナムからである。

消費を上回る輸入量を再輸出するヨーロッパの消費足数は5.7足あり、上位消費国の中では2位である。いる。消費に対する生産の割合は10%に過ぎず、90%を輸入に頼っている。一人当たりの消費足数は5.7足あり、上位均単価(FOB)は46ドルだ。3カ国までは近隣ヨーロッパだ。イタリアからの輸入の平勢で、ドイツ、フランス、イギリスの順。

ドイツは4億4300万足の消費で一人当たりの消費足数は5.3足。生産量4800万足に対しては9倍の消費だしかし、同国の輸入量は7億4500万足と大きく、消費量の不足分を大きく上回って輸入している。これは再輸出分である。その輸入相手国は、金額ベースで中国、ペトナム、イタリア、インドネシア、オランダで、輸入足数の全体シェア47%は中国からである。

フランスの消費足数は3億8400万足で、一人当たりの消費足数は5.7足と日本と同じ。同国の国内生産は1900万足と少なく、4億8600万足を輸入しているが、ドイツと比べると少ない。主な輸入相手国は金額でイタリア、ベルギー、ドイツと上位だ。イタリアからの輸入の平



新型コロナウイルスの感染拡大が続くなが、2020年の日本のキャッシュレス決済比率は、概算で約30%（19年は約27%）まで上昇したと見られる。だが決済手段別の動向に目を向けると、コロナ前とは異なる状況が浮かびあがつてくる。キャッシュレス決済の拡大をけん引してきたクレジットカードが低迷し、代わりにデビットカードや電子マネーの伸びが目立つ。

20年1～3月までは政府のポイント還元もあり、クレジットカードの決済額は約10%（前年同期比）の伸びを示していたが、緊急事態宣言が発令された20年4月～6月は約10%（同）減と、民間最終消費支出を上回る減少となつた。その後もコロナ前水準を回復するまでには至っていない。代わりに増えたのがデビットカードや電子マネー。決済のスピードの早さや非接触が支持されている。

今後はますます現金からキャッシュレス決済へと移行しつつあるが、事業者間で消費者を奪い合う状況になつていい。



令和3年3月1日から31日迄、各店舗の協力のもと、開催した「靴の記念日」の応募はがきの抽選会が5月7日、催事広報委員会終了後、会議参加者で行われ、慎重に300枚を選び出した。当選者には応募葉書を発行した店舗で利用できる500円のお買い物券を発送する。当選者には応募葉書を発行した店舗で利用できる500円のお買い物券を発送する。

今回応募総数2879通・専門店1429通・大型店1468通と、専門店と大型店の比率はほぼ同じだった。当選葉書は専門店と大型店を150枚づつ、合計300名を選出した。

「靴の記念日」抽選会開催

応募総数の昨年対比では56通の減少で、コロナ禍の影響もあつたのではないだろうか。25年との対比では約三分の2に減少した。(表参照)

靴の記念日・応募数推移

実施年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	H31年	R2年	R3年
大型店	1,795	1,631	1,544	2,339	2,243	1,709	1,463	1,752	1,468
専門店	2,475	1,994	1,950	1,834	1,670	1,679	1,659	1,383	1,429
応募総数	4,270	3,625	3,494	4,173	3,913	3,388	3,122	3,135	2,897
昨対比/%	105	84.9	96.4	119.4	93.8	86.6	80.3	100.4	92.4
25年比/%	100	84.9	81.8	97.7	91.6	79.3	73.1	73.4	67.8

返礼品は一足3万円からと決して安価ではなく、受け取るには11万3千円の寄付が必要になる。広川雅一社長は区の依頼を受けて出品を決めたものの、「ここまで反響は想定していなかつた」と振り返る。コロナ禍で百貨店や直営店での販売が苦戦する中、ふるさと納税が売り上げを定める。川社長は区の姿勢に共感。「ス

カワ製靴が1978年から製造する紳士靴ブランドだ。ドライヤーウェルト製法で職人が一足ずつ仕上げる。すり減った靴底は何度も取り換えることができ、長く履き続けるほど足になじむ。

スコッチグレインは、ヒロイックやフランスなどから取り寄せた本場の牛革を、グッドイヤーワエルト製法で職人が一足ずつ仕上げる。すり減った靴底は何度も取り換えることができ、長く履き続けるほど足になじむ。

東京都墨田区が2020年3月にふるさと納税の返礼品に追加した紳士靴「スコッチグレイン」が人気を呼んでいる。新顔ながら初年度の寄付金は2089件、金額にして2億4600万円と一番人気に躍り出た。素材や製法にこだわり抜いた国産革靴が、ものづくりが息づく街の魅力発信に一役買っている。

墨田区、返礼三番人気は革靴

東京都中小企業景況調査(4月)
業況:下向きに転じる
見通し:先行き懸念

卸売業			業況					
対象数	回答数	回答率	4月		今後3か月間見通し(当月比)		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	4月		今後3か月間見通し(当月比)		悪い	良い
			-100	0	100	-100	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							

スコッチグレインのヒットもあり、19年度比7割増の7億300万円を確保できたという。区の地域力支援部長は「ふるさと納税を通じて、ものづくりの街の魅力発信と世界に誇る北斎の美術品の保存を両立していく」と話す。

(日経MJより)

墨田区はふるさと納税で集めた資金を、主に葛飾北斎の版画を収集・展示する「すみだ北斎美術館」の運営基金に積み立ててきた。20年度はコロナ禍で来館客が7割も減り、入場収入が落ち込んだため、基金の取り崩しを余儀なくされた。

ただ、ふるさと納税自体はスコッチグレインのヒットも

靴専門店・大手3社の直近3か月売上推移

コッチグレインという名称から英國製と勘違いする人もいる。ふるさと納税をきっかけに国産ブランドだと知つてもらえれば」と出品を決めた。墨田区はふるさと納税で集めた資金を、主に葛飾北斎の版画を収集・展示する「すみだ北斎美術館」の運営基金に積み立ててきた。20年度はコロナ禍で来館客が7割も減り、入場収入が落ち込んだため、基金の取り崩しを余儀なくされた。

ただ、ふるさと納税自体はスコッチグレインのヒットもあり、19年度比7割増の7億300万円を確保できたといふ。区の地域力支援部長は「ふるさと納税を通じて、ものづくりの街の魅力発信と世界に誇る北斎の美術品の保存を両立していく」と話す。

緊急事態宣言、まん延防止措定があり、売上回復に遅れが見られたが、影響は前年よりも小さく、前年比ではプラスになつた。(ABCマート)(ヨダマート)

緊急事態宣言が拡大したコロナ禍で、土・日のみの休業により、営業は継続できることで、売上は伸長した。(ABCマート)緊急事態宣言、まん延防止措定があり、売上回復に遅れが見られたが、影響は前年比ではプラスになつた。(ヨダマート)

緊急事態宣言等の延長及び休業および時短営業でゴールデンウィークの客数が減少した。月末にかけては回復基調となつってきた。(ジーフット)