

一般社団法人東靴協会 定時総会開催

令和3年6月16日(水)午後2時より、西村記念ホールに於いて定時総会が開催された。

今回はコロナ禍での開催となるため、会員には事前に資料の配布をし、委任状の提出を求め、少人数での開催となった。参加者は栗原会長と田中監事及び矢代裕夫理事の3名と事務局、委任状出席は54名で総会は成立した。

定款により議長には栗原会長が就き、議長は議事録署名人に田中省一氏、矢代裕夫氏を選任し議事に入った。

第一号議案

令和2年度事業報告書

承認の件

矢代事務局長により資料に基づき詳細な説明を行った。

第二号議案

令和2年度収支決算書

承認の件

事務局の田中早映子氏より資料に基づき各会計科目ごとに詳細な説明を行った。

続いて監査報告を常任監事の田中省一氏より、「令和3年5月28日に事務局立ち合いで、監査を行った。会計は正確かつ適正に処理されている」と報告をした。

第三号議案

令和3年度事業計画案

承認の件

矢代事務局長より資料に基づき詳細な説明を行った。

第四号議案

令和3年度収支予算案

承認の件

事務局の田中早映子氏より資料に基づき各会計科目ごとに詳細な説明を行った。

一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(7月号)



第五号議案

理事・監事選任に関する件

理事・監事全員の任期満了に伴い、矢代事務局長より理事15名、監事2名の候補者案の報告を行った。

一号議案より五号議案はすべて原案通り承認された。

協会の総会は終了し、引き続き共助会の総会へ移った。事務局より令和2年度の収支決算報告を資料に基づいて説明を行った。また、備蓄用飲料水及び防災用品セットは、今年度配布予定、と説明。すべての議案は原案の通り承認された。

令和3・4年度 役員名簿

(敬称略)

会長・栗原 茂

副会長・松戸福治、青木隆史

矢代健二

常務理事・東條英樹、

兼松孝次、高橋郁夫

須藤教夫、木内二郎

小堤幸雄

理事・吉田弘、森嘉明

山田健介、北川雅生

専務理事・矢代裕夫
常任監事・田中省一
監事・小澤武彦
顧問・井本欽勇、川上久和
恩田勝彦 (以上)

常務会及び各委員会新体制

常務会・栗原会長、松戸副会長、青木副会長、矢代副会長、東條常務理事、兼松常務理事、高橋常務理事、須藤常務理事、小堤常務理事、木内常務理事、田中常任監事、矢代専務理事。

各委員会 (〇は委員長)

催事広報委員会

〇青木副会長、松戸副会長、東條常務理事、木内常務理事、田中常任監事、森理事、矢代専務理事。

総務委員会

〇松戸副会長、兼松常務理事、小堤常務理事、北川理事、小澤監事、矢代専務理事。

教育研修委員会

〇矢代副会長、高橋常務理事、須藤常務理事、吉田理事、山田理事、矢代専務理事。

若手の会 (東青会、ガンバ会につづく会)

〇青木副会長、木内常務理事、小堤啓史、北城照二郎、堀越敏明。

シューフィッター 既得者勉強会

6月29日午前10時より西村記念ホールにおいて3名が参加して行われた。

講師には日本靴小売商連盟・FHAシューフィッター講師の木内二郎氏が担当した。平成30年12月以来の開催となったが、コロナ禍のこともあり密にならずじっくりと実習できた。

初めにプロのシューフィッターとしてお客様にご説明できるような基本を復習し、計測機ではできない直接計測を正しく学んでほしい等講座の目的に続いて、講義に移った。はじめに足の骨の名称を復習し、自分の骨の位置などを指で触れて計測ポイントを確認した。特に外踝端高等の計測に使用するハイトゲージの使用方法など丁寧な講義が続いた。その後講師が実際に計測の見本を示して、計測の実習を行った。質問を受けながらの講義で、参加者は初心に帰る熱心に受講していた。



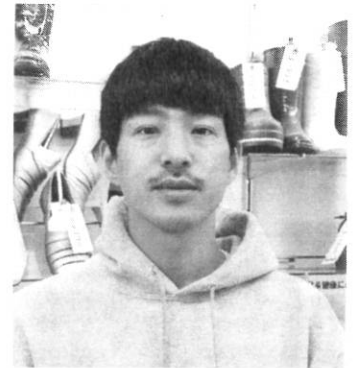
パリーシューズ FW誌に掲載

第9代東靴協学会会長・中村久男氏の店舗「パリーシューズ」がFW誌6月号に次のように掲載された。

○親子3人全員がシューフィッター、丁寧な接客販売で口コミ客を増やす

8000円台までを主力にスニーカーから革靴まで

「パリーシューズ」は1955年に創業、現在は30代の若い中村翔志さんが3代目として店頭に立つ。開業当初は2年間、浅草で乗馬靴の卸業をしていたが、その後は現在の北区西ヶ原に移転し65年にわたって靴専門店を営んできた。経営は2代目の俊久さんと妻の歌子さん、そして翔志さんとの3人で行っている。地域で長年親しまれてきただけに、顧客の年齢層は幅広い。「うちはお子様をはじめ、家族連れ、この地域に長年住まわれている高齢の方がご来店します。子供靴、スニーカー、コンフォート、革靴など品ぞろえはバランスを重視しています。私自身、30代で子供がいる父親の立場から、若い親子がおそろいで履けるタイプのシューズも扱っています」と翔志さん。



いま売れているのはスニーカーだ。「コロナ禍でウォーキングする人が増えたことも大きい」。売れ行きのいいブランドは「ニューバランス」だという。「価格的にも6000円から8000円クラスの商品を置いています。買いやすく、かつお子さんや大人の方でもウォーキングのきつかけになるタイプのものです。常時陳列しているのは20〜30種、男女合わせて40〜50種ほどのバリエーションになります。基本的にカラーは黒が多くなりますが、自分の感覚で選んでいます」。



修理や加工技術を生かし インソール調整も行う

「昨年は大人の革靴が売れなかったぶん、子供靴が売れたことでカバーできた」というように、子供靴の売れ行きがいい。同店ではアシックス、ムーンスター、スケッチャーズなどの製品をそろえている。子供の足型を見て細ければアシックスを、幅があればスーパースターやニューバランスを、と各社のラストを考慮しながら最適なシューズを勧めている。同店では接客にあたる家族全員がシューフィッターの有資格者である。専門知識を備えた技術で、足の状態を把握しながら対応できるのも強みで、「丁寧な接客を心がけることで、ご来店の方の購入につながっています」という。

スニーカーが好評な一方で、革靴やパンプス類は落ち込み、低迷している。それでも「パリーシューズ」では、仕事履きなどで必要とする顧客がいる限り置き続けている。地元客の利便性を考え、地域のニーズに応えるためだ。地域に密着した靴店として、バランスを考えた品ぞろえで対応している。

「パリーシューズ」は店内にグラインダーを備え、靴の修理や調整のほとんどを自店でこなしている。微調整の要

望が多いのは、学生のローファーや会社員のパンプスである。「ローファーやヒールパンプスなど、足にフィットして歩きやすくするために、お客様の足に合わせ、インソールを入れて調整を行っています」。

フリーペーパー配布で 新規住人にもアピール

宣伝はツイッター、イン스타그램、フェイスブックのSNSとWEBショップなど、ネット展開は基本的にはすべてやっている。しかし、実態は口コミによる来店客の方が多いという。「父は40年以上のベテラン。足を見たらおすめの靴がすぐわかるくらいなんです。足にトラブルのある方、靴選びが得意じゃない方、合う靴が見つけにくい方：こういうお客様に、正しいサイズの靴がご案内できます。お客様とのコミュニケーションを密にしながら、これからも身近なお店として、皆様に愛着をもってもらいたい。できるだけよう努めていきたい」。近年は隣接する駒込エリアには新築マンションが増え、新しく住人になるファミリーも増えている。地元店としてその存在と持ち味をさらに知らしめるべく、地域に向けたフリーペーパーの製作、配布にも力を入れている。

足と靴と健康協議会 新役員

足と靴と健康協議会（FHA）が新役員を発表した。

- ▽会長・久世泰雄（アルカ）
- ▽副会長・楠本彩乃（リーガルコーポレーション）
- ▽同・大丸孝之（大裕商事）
- ▽専務理事・神部俊平（FHA）
- ▽常務理事・霜田清（シューマート）
- ▽同・野村美香（ジェイアル東海高島屋）
- ▽理事・阿部薫（新潟医療福祉大学）
- ▽同・岩井直明（大塚製靴）
- ▽同・遠藤拓（バン産商）
- ▽同・大山一哲（ロカシュー）
- ▽同・金子重雄（カネコ）
- ▽同・高橋伸吾（アシックス）
- ▽同・田島智司（リーガルコーポレーション）
- ▽同・津端裕（アキレス）
- ▽同・長谷川智（トモエ商事）
- ▽同・村井隆（村井）
- ▽同・渡邊祐子（日進ゴム）
- ▽監事・富田常一（富田興業）
- ▽同・山口和彦（コロンブス）
- ▽顧問・印南淳（ダイナス製靴）
- ▽同・矢代裕夫（日本靴医学）

会評議員

業界情報

○チヨダ・トリプルコラボで スニーカー開発

チヨダは「シュープラザ」業態とスポーツブランド「ミズノ」、宝島社発行のメンズファッション誌「smart」による、トリプルコラボスニーカープロジェクトを開始する。

このプロジェクトは、「シュープラザ」と「ミズノ」が、20代男性を中心に幅広い読者を持つ「smart」とコラボし、認知拡大を目指した「シンブルかつファッション性の高いスニーカーを作る」というもの。プロジェクトにはミズノマーケティング担当、デザイナー、「smart」編集部、ライター、スタイリストが集結し、第一回のミーティングでは、市場調査を確認し、今求められている傾向を基にベースデザインを選考し、アレンジで加えるデザイン、履き心地や価格面などが語られた。

次回は、夏ごろにファーストサンプルを確認、第二回のミーティングを開く予定。今年12月ごろ、全国のシュープラザと、公式オンラインショップでの限定販売を予定している。
(FW6月号)

○クラブツーリズム ウォーキング指導のツアー

クラブツーリズムは、アシックスと連携して、運動指導プログラムを組み込んだシニア向けの日帰りツアー商品を開発した。東京都内にあるアシックスのトレーニング施設を訪ねるツアーで、現地で参加者の足形や姿勢から体に負担の少ない適切な歩き方を指導する。健康維持のためウォーキングを目標とするシニア層の需要を取り込む「大人の社会科見学ツアー」の一環として商品を開発した。

アシックスが運営するトレーニング施設「アシックススポーツコンプレックス東京ベイ」を訪ね、足の幅や高さなど7つのポイントを測定して足形をとる。歩幅、足の上がり角度なども計測し、歩行のクセや体への負担を分析する。このデータを元にプロのトレーナーが正しい姿勢やトレーニング方法などを指導するもの。今回のツアーの開発には「アシックスのスポーツブランドとしての求心力が集客につながっている」という。近場の体験型として現地集合で実施するが、ツアーの楽しさを認識してもらい、別のツアーにも目を向けてもらう。
(日経MJ)

○革靴をはいた猫 不要な靴回収・修理し販売も

靴磨き専門店を運営する革靴をはいた猫(京都市)は、不要になった靴を再利用するサービス始めた。履かなくなった靴を提供してもらい、見習い職人が靴磨きの練習に使う。売れそうな商品は磨いたり修理をして販売する。サステナビリティ(持続可能性)重視のビジネスモデルを目指す。

1月下旬、大丸京都店に期間限定店を開設。靴磨きのサービスと同時に不要の靴の回収を始めたところ、1週間で800足以上集まった。想定以上に集まったのは女性の靴だ。履かずに眠っていた靴も多く寄せられた。

コロナ禍で自宅の靴を整理する機会が増えている。

革靴をはいた猫は龍谷大学発のスタートアップで、2017年創業。障害者を雇用し、靴磨きの職人に育てている。靴磨きの技術は多くの種類の靴をたくさん磨き、手で覚える必要がある。職人を増やすための練習用に使う大量の靴の確保が課題だった。限定店での回収に加え、郵送による引き取りも受けている。3分の2は練習用に使い、残りは磨いて販売する。(日経MJ)

○コロナ禍、衣料・靴、 回復なお難路

日経MJがまとめた主要な衣料品・靴専門12社の5月の既存店売上は12社中10社が増収となった。

新型コロナウイルスの感染拡大による休業が広がった昨年5月の反動増が多かった。ただ、19年5月と比べるとマインナスが続いており、コロナ前の回復への道のりは遠い。ユニクロの既存店売上高は0.6%減だった。5月は最大で190店舗を時短営業、83店舗を休業した。客数は19.2%増だった。昨年と比べて休業店舗数は少なかったが、緊急事態宣言の地域拡大や期間延長の影響を受け販売に苦戦した。

西松屋チエーンは、客数は増えたが、既存店売上高は5.4%減。昨年5月は消耗品が売れていたのに対し、今年のゴールデンウィークは夏物衣料が振るわなかった。

アダストリアの既存店売上高は28.5%増となった。3カ月連続のプラスとなったが、19年比では4月よりもマイナス幅は拡大した。全店売上高は19年5月比27.1%減とコロナ前までの回復は道半ば。

しまむらは4月に続きコロナ前と比べてプラス基調だった。既存店売上高は19年5月

比で0.1%増、前年同月比では31.2%増だった。デジタル広告を活用した販促が奏功し、ロードサイド型店舗が多かったことが強みとなった。

衣料品・靴専門店 販売実績		前年同月比増減率▲は減		
5月		全店売上高	既存店売上高	既存店客数
カジュアル衣料	ユニクロ	3.6	▲0.6	19.2
	ライトオン	28.4	32.5	15.7
	ユニテッドアローズ	171.8	170.0	149.6
	マックハウス	▲302	7.6	▲1.3
夫人&子供服	しまむら*	31.3	31.2	31.9
	アダストリア	32.8	28.5	9.4
	ハニーズ	30.9	31.5	38.5
	西松屋チエーン*	▲3.8	▲5.4	5.6
紳士服	青山商事	46.4	46.6	25.4
	AOKIホールディングス	9.1	3.0	▲12.4
靴	チヨダ	▲0.4	3.3	5.4
	エービーシー・マート	45.8	7.3	7.0

*は20日締め。複数業態は合算。ユニクロは直営店のみ。AOKIは衣料品部門、チヨダは靴部門のみ。

理事会・支部連絡会

だより

令和三年六月二十三日(水)

午後時、西村記念ホール

出席者15名

松戸副会長の司会で開会。始めに会長より「コロナ禍で皆様も厳しい環境の中での営業となっている事でしよう、基本に返り履き良い靴をお勧めしていくことで、お客様からの支持も得られるのでしよう。前回のオリンピックの際は、首都高速道路や、新幹線の開通などで経済成長しました。今回は第2東名道の工事が進み、数年後には御殿場迄開通するようです、又リニア新幹線も10年かからずに開通しそうです。太平洋側ではなくアルプスを越えるため、経済も大きな変化が起こりそうです。こんな時こそ希望をもっていきましよう」と挨拶。議事に移った。

【決議事項】

一、各委員会の

新人事業について

矢代専務理事より新役員の紹介に続き、常務会、催事広報委員会、総務委員会、教育研修委員会、若手の会の新体制の報告を行い承認を得た。

(一面参照)

二、東靴協会の新ロゴについて

事務局より新ロゴについて説明があった。新しい協会のロゴについて催事広報委員会を中心に検討をしてきました。今までは昭和6年に採用された、亀甲の中に靴の文字を挿入し、組合の存在を率直に表したもので、協会旗やバス旅行の小旗などで馴染みがあるでしょう。その靴の文字をそのまま生かし、令和の時代に合うデザインを採用しました。

今後ポスター、HPのアイコンやインスタグラム等の販促物、広告などに使用し、会員の方にも使用してもらいた。と説明し、承認された。



TOUKUTSU
SINCE 1950

【報告事項】

一、技術認定・永年勤続表彰

矢代専務理事より報告。技術認定者は、浅草支部の小澤弘利氏が受賞され、栗原会長より技術認定証が授与された。続いて永年勤続表彰5年は、シユーパブの元木氏、松村氏、東福寺氏、他3名が表彰された。勤続10年には小澤

氏、熊谷氏の2名。

二、その他

○靴まつりの件

9月に行っている「靴まつり」は準備を進めています。ポスターとパンフレットのデザインは掲示の通りですが、今回のパンフレットは、「防水スプリーの正しい使用方法」として注意喚起の内容となっています。

○各委員会開催

各委員会のメンバーが決まりましたので早めに会議の開催をお願いします。

○理事会・支部連絡会の日程

コロナ禍で開催が難しい時期もありますが、次の日程で予定しております。
7月28日(水)、8月25日(水)、9月22日(水)、10月27日(水)、11月25日(木)、12月22日(水)。各14時より開催、と報告をした。

続いて矢代健二新副会長より「この度ご指名を頂き担当させて頂いたきます。教育研修委員会の担当ですが、まだわからない部分もあります。先日70周年事業が終わりまして、コロナ禍で先の見えない中、会長の挨拶にもあったように原理原則は不変です。皆様のお力をお借りして進めてまいりたいと考えます。よろしくお願致します」と挨拶を行い理事会は終了した。

撥水加工を店で・ジーフット

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

イオンの子会社の靴販売店ジーフットは足の3次元(3D)計測と靴のはつ水加工サービスを始めます。主力店の「アスビー」や「グリーンボックス」の約400店で年内にも導入する。コロナ禍で販売が苦戦しており、付加価値のあるサービスで来店や購入を促す。3D計測機は足の甲やくるぶしの高さを測ってよりフィットする靴の提案に繋げる。靴のはつ水加工はデンマーク製の機械を用い、1分ほどで対応する。新たに買った商品以外に他の売場での物も対象で、料金は1回550円。

コロナ禍で在宅勤務や外出を控える動きが広まり、靴の販売は落ち込んでいる。3D計測やはつ水加工は、成長期の子供や健康を意識する中高年のニーズがあるとみている。(日経MJより)

下旬の緊急事態宣言解除後は回復基調となったが、前半の売り上げ減少の影響が大きく響いた。(ジーフット)

緊急事態宣言、蔓延防止の継続で売上回復が遅れた。昨年は10万円の特別定額給付金による消費感があつた反動もあり減少した。(チヨダ)

今月は、ほぼ全店で通常営業に戻ったものの、前年の緊急事態宣言明けの売上の反動増が大きかったことから、減収となった。(ABCマート)

東京都中小企業景況調査(5月)

業況：わずかに上向き
見通し：引き続き悪化

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	5月		今後3か月間見通し(当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	395	45.1%	-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	5月		今後3か月間見通し(当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	352	40.2%	-100	0	-100	0
衣料・身の回り品	1. 呉服・服・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	4月	5月	6月
チヨダ	既存店売上 43.4	3.3	-24.1
	客数 45.1	5.4	20.7
	客単価 -1.2	-2.0	-5.6
ABCマート	既存店売上 65.2	7.3	-15.6
	客数 67.8	7.0	-18.0
	客単価 -1.6	0.2	3.0
Gフット	既存店売上 113.6	4.9	-25.9
	客数 118.9	-0.2	-28.8
	客単価 -2.4	5.1	4.1
	店舗数 835	829	828