

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

(2月号)



足サイズ計測調査事業報告

(二社)日本皮革産業連合会

一般社団法人 日本皮革産業連合会(JLIA)では、平成21年に発足した成人対象(18歳以上)の足サイズ計測事業報告書のデータを更新するため、平成27年度より足サイズ計測事業を実施し、このほどまとまった。

この報告会が昨年12月21日に皮革健保会館で行われた。ここに報告書から一部を抜粋して掲載する。

○はじめに資料被験者の体格として厚労省資料の日本人平均との差について表を用いて説明。男性は20〜40歳代の方が平均より細身、女性は60歳以上が日本人平均より身長が高めでやや痩せ気味であったが、日本人の平均体格から大きく逸脱するものではないと判断した。

○続いて左記の各基本統計量を記載してある。
一、年齢群別基本統計量

(男性女性別に個々のデータから平均・標準偏差・最小値・最大値の一覧表)

二、足長群別基本統計量(右と同様の一覧表)

三、主要項目の平均値と標準偏差の推移 年齢群別

(男女別に年齢層別の身長・足長・足幅・インステップ高・扁平示数・BMI・足囲・踵幅・第一趾側角度の各グラフ)

四、主要項目の平均値と標準偏差の推移 足長群別

(男女別に足長群別の身長・足幅・インステップ高・扁平示数・BMI・足囲・踵幅・第一趾側角度の各グラフ)

五、相関行列

(男性女性別の一覧表)

六、相関行列サンプルサイズ(男性女性別の一覧表)

七、主要項目間の散布図

(回歸直線・身長・足長・足囲・足長・足幅・インステップ高・インステップ高・内果端高の回歸線上に各サンプルの散布図表)

○示数項目

- ①足幅/足②前足長/足長
 - ③足囲/足長④踵幅/足長
 - ⑤踵幅/(半側幅内+半側幅外)⑥足幅/足囲⑦インステップ高/インステップ高⑧インステップ高/足囲⑨内不踏長/足長⑩内側はみだし面積
- 各図表から読み取れることは、高年齢層ほど足長に対する足幅、足囲、踵幅の割合が大きいく。また、足長に対する①年齢に対する相関係数②足幅/足長③足囲/足長の三項目の割合は、足長が大きくなるほど逆に小さくなる。これらは前回報告書でも説明の

現象で、足はサイズ大小で相似的に形状が変化するのではなく、大きい足ほど細長く、小さい足ほど丸みのある形状をしていることがわかる。

○過去資料との比較

JLIAがこれまでに実施した日本人の足の大規模調査資料と本資料を比較した。1977年資料・1987年資料・2008年資料と本資料の各数値の表が掲載されている。1977年から現在までの40年間の変化について左記のように掲載されている。

【長径項目】男女とも足長第一趾、足長第二趾、足長第五趾は伸長し続けている。さらに、どこが伸びているかでは、女性の前足部は伸びておらずボールジョイントより後方が伸長している。男性においてはそれに近い状況が見て取れる。土踏まずを支える足底縦アーチの低下が生じれば、こうした後足部だけの伸長が容易に発生する。

【幅径、周径項目】男女とも、足囲についてはサイズ変化が認められないのに対して、足幅は広くなっている。ボールジョイント部の断面形状が扁平化してきていることがわかる。すなわち横アーチの低下が生じている可能性が

挙げられる。また同じ幅径項目でも踵幅はほとんど変化していないので、後足部(踵部)と前足部の幅のギャップが40年で拡大した。

【角度項目】男女とも内側角度、第一趾側角度ともに増加している。第一中足骨の内転に連動して第一趾の外反角度が約2度増加したわけで、いわゆる外反母趾の変化が少しずつ進んでいることが示された。この変化は男性より女性で特に強く観察される。このような変化のきっかけは足底アーチの低下がトリガーになっていることがよく知られており、ここでもアーチ低下が生じている可能性が示唆された。

【考察】先の報告書(2008年資料)では、日本人成人の身長の伸びが最近20年間ほど停止しているにも関わらず、足長が伸長していることについて、足底アーチの低下に原因があるのではないかと論じた。ところが最近、日本人の身長は増加停止どころか低身長になっているという研究報告が発表されている。

日本人の若年層の平均身長は低くなる現象にも関わらず、足長の後足部だけが伸長し、ボールジョイント断面が扁平化し、母趾の外反度が大

(二面に続く)

(一面より続く)
きくなる変化は、近年の日本人の足に足底アーチの低下が生じている可能性が否めない。

この原因として、2008年調査報告書ではスポーツ機会の減少やモータリゼーションに頼りすぎる現代の生活様式を挙げたが、加えて健康者でも利用可能なバリアフリー化の普及、ITツールの進化とECの普及など運動器の弱体化に拍車をかけている可能性が挙げられよう。

JISサイズの変化を見ると、男性の全年齢群ではEだが、45歳未満に限ると細いEへとシフトしている。女性の全年齢群ではEだが、65歳未満に限るとDへとシフトした。日本人の足は益々きやしゃで足長形状へと変化している。新型コロナ禍が一年以上続き、今後益々足をきやしゃにしていく一因になる。

《コラム》として興味ある報告が次のように掲載されている。(一部抜粋)

☆荷重時と非荷重時の

サイズ変化

男女とも立位から非荷重にかけて、足長が2サイズ(1cm)小さくなるのは、共通する現象。足は一瞬でこれだけ大きなサイズ変動を示すの

で、シューフィッティングの際には静的な状態だけではなく、動的なフィッティングチェックが不可欠である。絶対値でみると、変化量が最も大きい項目は足囲で、男女とも非荷重時には立位時より16〜20mm程度痩せる。これに対して、足長と足幅は10mm前後の変化量にとどまる。

変化率でみると、最も大きく変化するのは男女とも足幅、次いで足囲、足長の順になる。

性差については、女性の変化量は全ての項目で男性を上回る。女性の足の方が柔らかく、荷重状況によるサイズ変化が著しいことがわかる。

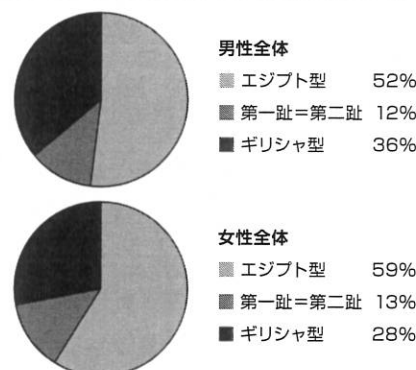
☆爪先形状のタイプ分類

一般に、足の爪先形状は大きく3タイプに分類される。**エジプト型**…第一趾が最も長く、第二趾から第五趾にかけて順に短くなっている。

ギリシャ型…第二趾が第一趾より長く、第三趾から第五趾にかけて順に短くなっている。

スクエア型…第一趾から第三趾までの長さの差がほとんどなく、全体的な爪先形状が四角く見える。

なお、スクエア型については、本資料の調査項目から定義することはできず求めている。



☆足長、足囲の差

足長、足囲の大きさの左右差を観察した。男女とも、足長、足囲ともに右足の方が左足より大きい率が高く、全体の1/4を占める。次いで足長は左の方が大きく、足囲は右の方が大きく、足長、足囲ともに左足の方が大きい。足長は右足が大きく、足囲は左足が大きい。の順となった。

☆利き足／軸足と足長・足囲

サイズの左右差の関係

利き足とは、例えばボールを蹴る際に目的の方向へ意図した強さで器用に蹴ることができる足で、軸足とはその際に体重を支持している反対側の足である。また、エスカレーターに乗る際に最初にステッパーに乗せる足が利き足、その際に体重を支持している反対側が軸足である。

集計したデータを各視点か

ら分析したが、本調査においては、利き足・軸足による足長・足囲のサイズの左右差の法則性は認められず、これは2008年調査と一致する結果である。

☆革靴の自称サイズの分布と実際の足長・足囲との関係
自己申告した「いつも履いている革靴サイズ」と実際の足長・足囲の大きさの関係を観察した。

女性の最多サイズは23.5cm、次いで23.0cm、この2サイズで全体の約半数を占め、さらに、22.5〜24.0cmにまで拡大すると、全体の8割弱をカバーする。それに続いてのサイズは22.0cmではなく24.5cmで、靴を供給する側のサイズアソートの参考になる。男性の最多サイズは25.0cm、次いで25.5cm、26.0cmと続き、このサイズで全体の約半数を占める。さらに24.5cmと26.5cmを加えた5サイズに拡大すると、全体の8割弱をカバーする。なお、サイズの分布は女性より男性の方が広いのでメンズシューズの方がより多くのサイズを用意しないとカバー率が上がらないことがわかる。3年別(45歳未満・45〜65歳・65歳以上)では男女とも若年層が大きい方にシフトしている。

次に、被験者の足長を「足長サイズにあてはめ、実際に履いている革靴サイズのギャップを観察した。男性25.0cmのグループは実足長より平均4mm大きい表示の革靴を選んでいった。また、男女とも実足長が小さい足ほど大きめの革靴を履いていることが分かった。さらに足長・足囲の散布図を見ると、ばらつきが非常に大きいことがわかった。

これほどのバリエーションが生じる理由はいくつも考えられる。例えば、足長／足囲以外のサイズの個性、プロポーションの個性、肉足／骨足といった足質の個性、ゆるさ／きつさの好みの個性、着用する靴下の厚さの個性、靴サイドの表示の個性など枚挙にいとまがない。しかし、少なくとも本分析からわかることは、店頭でいくら正確に足長・足囲を計測したとしても、サイズ計測だけで顧客がジャストフィットだと感じる革靴を提供することは容易ではないし、同時に靴に表示されているサイズはあくまでジャストフィットする靴を探すための「目安」ということである。

*詳細データを掲載した

「足サイズ計測調査報告書」は事務局にあります。希望の方はご覧ください。

靴小売売上高ランキング 2021

(FW 誌1月号より)

順位	企業名	本社所在地	決算期	売上(百万円)	前期売上	増減率(%)	店舗数
1	(株)エービーシー・マート	東京・渋谷区	21.3	151,909	194,029	△21.7	1,032
2	(株)チヨダ	東京・杉並区	21.2	74,543	87,919	△15.2	991
3	(株)ジーフット	名古屋・千種区	20.2	64,872	87,127	△25.5	850
4	ヒラキ(株)	神戸・中央区	21.3	15,962	15,932	0.20	
5	(株)つるや	愛媛・松山市	21.2	11,007	10,769	2.20	
6	(株)ロコンド	東京・渋谷区	21.2	10,275	7,367	39.5	
7	ダイアナ(株)	東京・渋谷区	21.3	10,252	14,625	△29.9	
8	(株)ダブルエー	東京・渋谷区	21.1	9,983	12,350	△19.2	104
9	(株)ステップ	大阪・北区	20.8	8,800	12,000	△26.7	
10	東京靴(株)	島根・松江市	21.8	8,377	8,614	△2.8	39
11	(株)シューマート	長野・長野市	21.1	5,622	8,077	△30.4	30
12	(株)リーガルリテール	千葉・浦安	21.3	5,154	7,866	△34.5	73
13	(株)かねまつ	東京・中央区	20.7	5,100	7,118	△28.4	
14	(株)ワシントン靴店	富山・富山市	20.7	4,160	3,725	11.70	
15	(株)おく田	岐阜・岐阜市	21.2	4,000	5,002	△20.0	
16	(株)ベネクシー	東京・港区	20.12	3,940	5,400	△27.0	
17	(株)ショービ	浜松・東区	21.1	2,800	3,095	△9.5	
18	(株)銀座ヨシノヤ	東京・台東区	21.2	2,785	5,092	△45.3	
19	(株)ビーンズ	福井・福井市	20.7	2,734	2,734	0.0	
20	(株)靴のホッタ	愛知・清須市	21.8	2,564	2,975	△13.8	36
21	(株)アマガサ	東京・台東区	21.1	2,385	4,803	△50.3	
22	(株)テヅカ	宮崎・宮崎市	22	2,022	2,123	△4.8	28
23	(株)ビーンズ	香川・高松市	21.6	1,972	1,654	19.2	1
24	(株)ワシントン靴店	東京・港区	21	1,801	3,115	△42.2	
25	(株)ミハマ商会	横浜・中区	20.4	1,579	1,662	△5.0	
26	マーレ・マーレ・ジャパン	神戸・長田区	20.9	1,576	2,673	△41.0	
27	(株)Welleg	香川・高松市	21.2	1,538	1,771	△13.2	
28	(株)ノーフォール	千葉市・若葉区	20.8	1,300	1,500	△13.3	
29	(株)オージー	大阪・浪速区	21.1	1,036	1,502	△31.0	
30	(株)鈴忠	東京・豊島区	21.2	950	1,100	△13.6	
31	(株)AKAISHI	静岡市・駿河区	20.12	844	916	△7.9	2
32	(株)橋文	青森・八戸市	21.9	821	897	△8.5	5
33	(株)シューパブ	東京・港区	20.12	800	1,300	△38.5	
34	ダイアナユーエスエー(株)	東京・渋谷区	20.7	704	969	△27.3	
35	(株)まつや	和歌山市	21.2	599	700	△14.4	
36	東北リーガルシューズ(株)	千葉・浦安市	21.3	583	798	△26.9	9
37	(有)亀田屋本店	ひたちなか市	20.1	563	515	△9.3	
38	(株)菅原靴店	岩手・盛岡市	20.7	528	533	△0.9	
39	(株)サンテングヤ	福岡・久留米市	20.8	500	550	△9.1	
40	(株)ジェリコ	大分・中津市	20.5	490	650	△24.6	
41	(有)シューズ・モリ	岩手・盛岡市	21.1	470	600	△21.7	9
42	(株)タウン・タウンシューズ	岡山・岡山市	21.8	433	480	△9.8	13
43	(株)イバラキヤ	大阪・高槻市	20.8	408	520	△21.5	9
44	(株)ヌル	大阪・北区	20.7	330	431	△23.4	
45	(株)ダッチカンパニー	東京・大田区	20.6	329	393	△16.3	
46	深瀬商事(株)	札幌・北区	21.1	321	449	△28.5	
47	(株)つるや	高知・高知市	20.8	300	450	△33.3	12
48	シューズラウンジ(株)	東京・渋谷区	20.12	216	183	18.0	
49	(株)岩井信六商店	札幌・中央区	20.12	204	305	△33.1	
50	(株)アルカ	東京・豊島区	20.12	200	290	△31.0	

2021年
靴小売売上高ランキング

FW(フットウェア・プレス誌)では、2021年版靴・バッグ・資材の売上高ランキングを、各データを参考に集計し1月号に発表した。ここ

から、「靴小売り」を掲載する。
EC販売で伸びがけん引
靴小売業50社の売上合計は4300億円、前期比19.6%減と、皮革業界では最も低迷した。
50社のうち、前期割れは42社だった。21年はコロナの影響が大きく、実店舗では来客数

の減少がそのまま売上低迷に結びついている。特に都心立地で店舗展開している小売りは厳しい状況が続いた。
一方、コロナ禍の中でも伸ばしている企業を見ると、EC主力の企業で、オンラインでの販売が順調に推移している。
M&Aによる店舗数の拡大

で売上が伸びた企業もある。
又、コロナをきっかけに、今後も採算が見込めない店舗の整理も見られ、売り上げを下げた企業もあった。
21年6月期決算のビーンズ(高松市)は、当期19.2%の伸びとなった。「売り上げの90%はECでの販売によるもの。オリジナルの《アミアミ》

ブランドが認知され、3000円台のパンプスやバレエシューズが売れました。コロナで買い物に出かける機会が少なかったことも、ECには好影響となった」と山口社長。
EC関連では他にヒラキやロコンドが伸ばしている。
(FW誌より)

理事会・支部連絡会

だより

◆12月

令和三年十二月二十三日(水)

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「今年もコロナで大変な一年となりました。業界では、リーガル、チヨダ、ジーフット、ABCマートの大手各社とも厳しい内容となっております。アマガサはさらに厳しい内容でした。その中、通販のロコンドはECや百貨店を中心に善戦しているようだ。以前からも言われていましたが、この低迷の時期はますます女性の感性が大事です。女性物はもちろん、紳士物や、居酒屋を予約するのも女性が多いいわれま

す。商売にも生かしてくださ

い」と挨拶し、続いて、議事

に移った。

一、(株)太陽エージェンシーより

加入保険内容について

前回に続き、太陽エージェ

ンシーの山村様より説明を頂

いた。前回は事業所(会社)

向けに説明したが、今回は個

人向けに説明をいただいた。

配布資料に基づき、皆様の保

険がダブって掛かっていないか

など説明を頂いた。

二、シューフィッター

養成講座について

続いて矢代専務理事より説明。直近の東京でのSF養成講座が2022年1月26、28日に開催されます。参加希望者は事務局まで連絡ください。と説明した。

三、親和会総会について

松戸副会長より前回報告の通り、箱根湯本温泉「ホテル河鹿荘」に於いて行われる親和会の総会と新年懇親会の案内と参加要請を行った。

四、その他

矢代専務理事より年末年始の事務局の体制の説明を行った。

続いて新年の各委員会等会議の予定を報告して終了した。

◆1月

令和四年一月二十日(金)

午後二時、西村記念ホール

出席者17名

松戸副会長の司会で開会。

始めに会長より「あけましておめでとうございます。コロナも落ち着き終息するかと思

っていました。今年に入りオミクロン株の急速なまん

延が報じられ心配です。協会も色々な事業が実施できない

ことが多かったのですが、皆様のご意見を伺いながら事業

を進めていきたいと考えています」と挨拶(詳細次号)し、続いて、

議事に移った。

一、親和会総会について

松戸副会長から、事務局と

も相談しましたが、現状を考

えるのと延期せざるを得ないの

では、と発言し了承された。

二、「靴の記念日」催事について

協会の各事業について東京青

会が中心になり再検討を進め

ております。最初の事業が靴

の記念日事業となります。

本年はポスターにキャッチ

コピー「靴に、ありがとう」

を入れるなど新しい企画、又

インターネットを利用するな

どし、大きく変化致します。

ご期待下さい。

※販促物の使用について、詳

細説明を同封しますののでよく

ご確認ください。

三、「靴の記念日」式典について

3月15日に例年行っている

記念日式典は、コロナの推移

により、昨年同様に日本靴連

盟役員のみでの開催となる可

能性もある。

四、日本靴小売商連盟について

1月28日に予定していた日

本靴小売商連盟総会は、コロ

ナ禍のため書面での開催と

なった。

五、アジアリング(株)主催

業界セミナーについて

表記のセミナー「コロナ難

局に打ち勝つ営業戦略」が2

月16日午前10時30分より、

すみだ産業会館で開催されま

す。参加希望者は事務局まで、

と説明した。

(議案二五は矢代専務より)

その他

事務局より今後の予定を報

告し、終了した。

靴専門店・大手三社の

直近3か月売上推移

◆12月

12月の売上は前年の大雪で伸びた寒冷地では減少もあったが、コロナ感染者も低い水準となり、全国的に回復基調となり、初めてコロナ前の比較でプラスとなった。(チヨダ)

北海道、東北、北陸での降雪

需要が高まり、インバウンドを

除きコロナ前の水準に近い状

況となった。(ABCマート)

冬物が感染症影響前を上回

る実績となった。(ジーフット)

◆1月

初売りから中旬にかけて好調に推移したが、コロナ感染拡大を受け、下旬に失速したが前年比でアップした。(チヨダ)

好調に推移していたが後半

は感染拡大の影響で客足が伸び

び悩む。北日本の降雪でブー

ツ類が好調。(ABCマート)

中旬までは昨対を上回り好

調に推移。感染拡大の影響で

客数が減少した。(ジーフット)

社名	11月	12月	1月
既存売上	3.9	7.7	5.9
客数	4.1	4.0	0.6
客単価	-0.2	3.6	5.2
店舗数	969	968	962
ABCマート			
既存売上	-0.9	14.1	12.8
客数	-4.4	8.5	4.8
客単価	3.7	5.2	7.7
店舗数	1059	1061	1057
Gフット			
既存売上	-1.5	8.8	7.5
客数	-7.1	1.7	-1.0
客単価	106	7	8.6
店舗数	797	797	784

東京都中小企業景況調査(11月)

業況：横ばいで推移
見通し：慎重な姿勢

卸売業			業 況			
対象数	回答数	回答率	11 月		今後3か月間 見 通 し (当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	331	37.8%	-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	11 月		今後3か月間 見 通 し (当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	297	33.9%	-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					

東京都中小企業景況調査(12月)

業況：足踏み状態
見通し：先行き懸念

卸売業			業 況			
対象数	回答数	回答率	12 月		今後3か月間 見 通 し (当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	345	39.4%	-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	12 月		今後3か月間 見 通 し (当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	289	33.0%	-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					