



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)



一般社団法人東靴協会 定時総会開催

令和4年6月16日(金)午後2時より 協会西村記念ホールに於いて令和3年度決算の定時総会が開催された。

昨年はコロナ禍での開催となるため、会員には委任状の提出を求め、少人数での開催となったが、今回は通常の形での開催となった。

司会の松戸副会長より、本人参加14名、委任状38名の合計52名の参加となり、定足数の過半数を満たして、総会が成立する旨を報告した。

続いて青木副会長が開会を宣言し、栗原会長の「コロナ禍の為、このような開催が出来ずにいましたが、本日は久しぶりに開くことが嬉しく思います。過日、日本靴連盟、日本皮革産業連合会などの総会も開催されました。コロナで生活様式も大きく変化した、今後の経営の対応策も話題になっておりました。振り



返れば明治維新の大変革の際、海外に目を向けるなど先見の明を持った人たちが、その後の日本をけん引した歴史があります。我々も、このようなことを思いながら頑張つてまいりましょう」と挨拶した。

続いて、議事に先立ち従業員の永年勤続表彰を行った。矢代専務理事より、5年表彰と10年表彰を行っておりますが、今回は10年表彰の方9名

(八戸・株橋文)を日本靴小売商連盟から表彰した。引き続き議事は栗原会長が就き、議長は議事録署名人に小堤幸雄氏、北川雅生氏を選任し議事に入った。

第一号議案

令和3年度事業報告書 承認の件

事務局の矢代専務理事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3年度計算書類 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4年5月30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4年度事業計画案 承認の件

矢代専務理事より資料に基

づき詳細な説明を行った。

第四号議案

令和4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ごとに詳細な説明を行った。

一号議案より四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3年度の収支決算報告を資料に基づいて説明を行った。

すべての議案は原案の通り承認された。

終了後税理士の石田伸泰先生からお話を伺った。

「特に消費税に関しては、従来から簡易課税を選択していましたが、今期は基準期間の課税売上高が5千万円を超えた為、原則課税を選択した。又、インボイス制度もスタートすることでの今後の対応を検討して進めていく」と説明。

足と靴と健康協議会 第25回定時総会開催

一般社団法人足と靴と健康協議会は5月24日に台東区民会館で第25回定時総会を開催した。

21年度の事業報告・決算報告書が発表され、承認された。続いて22年度の事業計画・収支予算書が発表され承認された。21年度は、新たに久世泰雄氏(アルカ代表)が新会長に就任し、事業内容では受講人数は減少したがブライマリーコース受講者は前年より29名増加した。マスターコースはコロナの影響で一年間延期となったが無事終了した。消費者啓発事業としてシューフィッターの知名度アップのためにポスターを製作・配布した。

ブライマリーコースの養成講座は6回開催され、212名が受講し、足型計測提出者174名に対し合格者は154名で、コロナ禍による足型計測提出の延期が多く見られた。マスターコースは22名が認定試験に合格した。

会員は期末で法人33、個人3の計36となった。シューフィッター有資格者は、3月末で3547名(グレイド内訳はマスター11名、パチェラー422名、ブライマリー3114名)。専門コースでは、幼児子供276名、シニア200名。今年度はブライマリー養成講座を4回、パチェラーコースのスクーリングを3回、マスターコースの補習講座を2日間、シニア専門コースを2日間、幼児子供専門コースを2日間開催予定。

アウトレットモールで遊び

アウトレットモールがコロナ禍以前と比較して変化している。本誌5月号で掲載した、立川「グリーン・スプリング」も水の流れや池に生き物を放すなど、遊び心の演出で、家族連れや若者の心をとらえている。モールに行く回数や消費金額を増やしている人が20代を中心に目立つ。

スポーツ施設やレジャー関連を併設するモールも出てきた。今、若者たちからレジャー機能などを備えた商業施設として注目されている。

4月に北九州市内に開業した「THE OUTLETS」。28年間愛されたテーマパーク「スペースワールド」の跡地に完成した。



フットサルコートもある (北九州市・THE OUTLETS)

目玉は「遊び」と「学び」を両立したエンターテインメント施設だ。国内最大級のプラネタリウムがある「スペースLABO」をはじめ、人工芝のフットサルコートも3面ある。

又、英会話体験施設やレストランでは外国人店員に英語で注文できる。他にもドーム型のトランポリン施設「ASO BLE」もある。

イオンモール社長の岩村氏は「アウトレットはデステイネーション(目的地)の場ではなく、地域のハブになった」又、「28年間、地域に親しまれてきた場所。子供の頃に親と行き、父親や母親になつてから子供を連れて行き、孫と共に訪れた思い出の場所が変わっても、さらに新しい思い出を作れる場所にしていきたい」と話す。



ヘリで遊覧できる (静岡・御殿場プレミアム・アウトレット)

既存施設でも新たなサービスが増えている。三菱地所・サイモンの「御殿場アウトレット」では、ヘリコプターで富士山などの観光遊覧するサービスを始めた。20代の友人同士からファミリーや年配夫婦迄人気がある。山岸社長は「EC(電子商取引)が伸長する中、我々の役割は宝探しのような感覚で面白い物を楽しんでもらえる空間作りと、レストランや温泉施設など一日中楽しめるコンテンツを提供することだ」と話す。

2000年の一号店「御殿場プレミアム・アウトレットモール」開業以来、全国9カ所で展開するサイモン。22年間、首都圏を中心とした客層をつかんできた。

6月からは全9カ所のモールでペットを連れての買い物ができるようにした。御殿場では全体の3分の1程度に当たる約100店舗でペットを連れて入店ができる。

高齢者にも快適に買い物を楽しんでもらおうとする試みも実施。広いモール内を移動するのに便利な車椅子型の小型電動車を貸し出す実証実験も行った。

コロナ禍で外出を控えていた高齢者や長い距離を歩くことに不安がある人達に利用し

てほしいとして今後本格導入も視野に入れていく。

もつとも、買い物の場としてのアウトレットの人気は家族で何回も来た場所。高級品も買える場所。楽しい場所。と健在だ。

「THE OUTLETS」には会員限定でカスタマイズした靴を選べるスポーツブランド「NIKE」の日本初業態店など170店舗が軒を連ねている。買い物だけでなく、レジャーも楽しめる一日では回りきれないこともある。



御殿場では2019年小田急グループがホテル(写真右上)と日帰り温泉をアウトレットモールのそばに開業した。ただ国内は人口減少の局面に入り全体的な顧客のバイは減少している。

アウトレットモールを取り巻く環境は決して良いわけでは

はない。サイモンは既存のアウトレットへ送客する取り組みを進めている。

2021年12月からはアウトレットのサテライト店を出店し始めた。三菱地所が運営する富士山静岡空港と高松空港の2カ所に期間限定で出店した。すでに営業を終えたが、今後も出店を検討するという。アウトレットに行きづらい地域の人にも買い物を体験してもらいたいという計画だ。

一度は飽和状態とも言われたアウトレットモール。今後人口減少が予想される中、山岸社長は「これからも出店する余地はある」と強調する。同社は埼玉県深谷市で「ふかや花園プレミアム・アウトレット」をオープンする。併設する土地にはキューピーが農業や野菜の収穫を体験できる施設を作る。また深谷市は大型遊具を備えた芝生広場やバーベキューが楽しめる広場など約3万8300平方メートルの公園を整備する。同社は2024年以降には京都府城陽市でも新たなアウトレットモールの開業を予定している。これまでにない店舗やサービスを取り入れていくことで顧客を呼び込んでいく考えだ。(日経MJより)

靴小売業・各社の決算

(前号の続き)

◎エービーシー・マート

減収減益から一転増収増益

当期連結業績は、売上高は243.9億4600万円、連結営業利益率は11.3%となった。経常利益は28.2億6000万円、当期純利益は17.3億8200万円、純利益の減少は、店舗の固定資産の減損および非連結子会社の関係会社株式評価損を特別損失として計上したことによる。

《海外販売》

海外の店舗展開については、韓国21店舗、台湾4店舗、米国1店舗の計26店舗の新規出店を行った。

期末店舗数は、韓国285店舗、台湾62店舗、米国7店舗の計354店舗となった。

《国内販売》

SNSによるデジタル広告を中心に実店舗への訴求効果を高める販売促進を進め、プロパー販売による客単価の改善と売上総利益率の向上に努めた。

商品展開では、コラボレーションやナショナルブランドの限定商品の販売に注力した。また、昨秋以降、スポーツ以外の商品需要が高まったため、スポーツの構成比が1.3ポイント低下した。キッズは国内外で大きく伸長し、前期

比23.2%増となった。

既存店においては、都市型旗艦店「GRAND STAGE」(期末46店舗)と「ABC-MART SPORTS」(同73店舗)への業態転換と、それらを組み合わせた複合業態への変更を含めた増床改装を積極的に進めた。オンライン販売は、実店舗におけるEC在庫の販売分を含め、デジタル売上高構成比は前期比0.3ポイント13.2%となった。

《海外販売》

海外の店舗展開については、韓国21店舗、台湾4店舗、米国1店舗の計26店舗の新規出店を行った。

期末店舗数は、韓国285店舗、台湾62店舗、米国7店舗の計354店舗となった。

《国内販売》

SNSによるデジタル広告を中心に実店舗への訴求効果を高める販売促進を進め、プロパー販売による客単価の改善と売上総利益率の向上に努めた。

22年2月期の連結業績 (2021年3月1日～2022年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	243,946	10.8
営業利益	27,446	40.7
経常利益	28,260	32.8
純利益	17,382	△9.6
22年2月期の個別業績		
売上高	169,776	11.8
営業利益	25,053	48.9
経常利益	26,286	38.0
純利益	16,452	△11.6

◎リーガルコーポレーション

各種販促効果で売上げ増

当期の連結売上高は20.8億1400万円(前年比8.4%増)、営業利益は1億5900万円(前年同期は営業損失21億8100万円)、経常利益は2億9900万円(同経常損失20億8700万円)、当期純利益は1億3800万円(同当期純損失44億1700万円)の計上となった。

小売りは増加・卸は減少

《靴小売事業》

国内の直営小売店では、「リーガル」ブランド日本上陸60周年を記念し、インターネットを介した広告宣伝活動、有名ブランド・企業とのコラボレーションモデルを発売するなど、革靴の魅力訴求に注力した。加えて、最需要期である3月には、創立120周年を記念した販促キャンペーンを行うなど各種販促施策が功を奏し、年間売上げの増収に貢献した。

店舗展開は、3店舗を出店し、不採算7店舗を閉店した(直営小売店舗数118店舗)この結果、当期連結の売上高は122億5200万円(前年比16.5%増)、営業利益は2億4800万円(前年同期は営業損失10億6900万円)となった。

22年3月期の連結業績 (2021年4月1日～2022年3月31日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	20,814	8.4
営業利益	159	—
経常利益	299	—
純利益	138	—
22年3月期の個別業績		
売上高	1,811	16.1
営業利益	156	—
経常利益	156	—
純利益	75	—

《靴卸売事業》

売上高は第3四半期までは6.2%の増収と回復傾向にはあるものの、年間では1.2%の減収と厳しい状況が続いている。

主力の百貨店業態を中心に各業態ともに売場・店舗の縮小、撤退・廃業などの影響が著しく、さらに婦人靴やカジュアルを中心に海外生産品の大幅な納期遅れも発生し、計画どおりの商品展開ができない状況が続いていた。

また、一部のフランチャイズ加盟店の店舗閉鎖、リーガルコーポレーションへの営業譲渡(直営小売店化)が見られるようになり、取引先の減少傾向に歯止めが掛からない。

この結果、当連結会計年度の売上高は88億5700万円(前年比1.2%減)、営業損失は2億3000万円(前年同期は営業損失12億2100万円)となった。

22年3月期の連結業績 (2021年4月1日～2022年3月31日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	20,814	8.4
営業利益	159	—
経常利益	299	—
純利益	138	—
22年3月期の個別業績		
売上高	1,811	16.1
営業利益	156	—
経常利益	156	—
純利益	75	—

◎ロコンド

D2C売上構成比下がり減収

当期の業績は表の通りです。主力とする靴の需要自体は大きく減少したものの、既存ブランドの伸長および新規ブランドの導入が順調に進み、商品取扱高は21.2億1700万円(同3.2%増)。売上高については、D2C(小売テク

ノロジー)を掛け合わせユーザに対して製品を直接販売するビジネスモデル)ブランド商品の売上げ構成割合が低下し、前年実績を下回った。

《ECモール事業》

「LOCONDO.jp」|「FASHION WALKER」ほかの運営、「楽天市場」をはじめ他社モールへの出店を行っており、売上高は78億8600万円だった。

《プラットフォーム事業》

自社公式EC支援ブランド数は34ブランド。当期の商品取扱高は39億6400万円、売上高は16億3100万円となった。(FW6月号より)

22年2月期の連結業績 (2021年3月1日～2022年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
商品取扱高	21,217	3.2
売上高	9,875	△3.9
営業利益	883	△38.6
経常利益	852	△41.2
純利益	604	△53.3
事業別		
	売上高 (百万円)	前年比 (%)
ECモール事業	7,886	△7.6
プラットフォーム	1,631	37
その他の事業	357	△35.1
合計	9,875	△3.9

理事会・支部連絡会

令和四年六月二十三日(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。

栗原会長より「コロナも落ち着きを見せ、世の中も徐々に平常に戻りつつあります。街中の人出や電車の乗客など増えてきているようですが、

我々の商売にはまだお客様は戻ってはいないのではないのでしょうか。新生活様式の中、靴業界も変化してきています。今までのように小売りが売れたものを補充して商売していく流れが、変化しています。特にスポーツ関係は補充しても商品はなく、事前に展示会等で手配していくこととなります。小売店としての要望も示すことも必要ではないでしょうか。いずれにしても、今後の商売の方法など検討して行く必要があります。皆様と共に切磋琢磨して頑張っていきたいと思えます」と挨拶。引き続き議事に入った。

一、あなたと靴のエピソード

作品選定結果について

先の靴まつりの際に実施した「あなたと靴のエピソード」募集について、応募作品から入賞の選定を行いました。応募数は55件、47名から応募が

ありました。審査の結果39名の方に賞品の「コロナブス製スニーカーケアフォームセット」を発送致します。

二、夏期レクリエーションの件

第68回・東靴協会レクリエーションはコロナ禍で実施できませんでした。3年ぶりに行うこととなりました。

「銚子絶景の宿・犬吠埼ホテルの昼食と地球の丸く見える丘展望台と香取神宮参拝」と題し、9月13日に実施いたします。

今回は定員を30名に減らし、バス1台で実施いたします。お申込みは先着となります。詳細は本日お渡しした、案内をご覧ください。(松戸副会長)

三、シューフィッター

養成講座について

SF養成講座は、7月27日(29日)に東京両国の国際ファッションセンターで開催される。参加希望者は事務局迄お申し込みください、と説明した。(矢代専務理事)

四、その他

ノンフィクション作家の武井優氏の著書「渋沢栄一と社会事業」が鳥影社より発刊された。著者の武井氏には、以前協会に問い合わせがあり関連の書籍等をお渡しするなどの協力をしていただいた。西村勝三との関係なども掲載してあります。¥1980で販売しておりますので、希望者はお申し込みください、と案内した。

次に、靴産業150周年記念事業として、全日本革靴工業協同組合連合会から「百靴事典」が発刊されました。この「百靴事典」は2004年12月に発刊され、これが2冊目となります。靴業百年祭行事のひとつとして昭和46年に刊行された「靴産業百年史」とともに靴まつり販促物に同梱して8月中旬に皆様にお送りいたします。2冊とも靴産業に関連し興味深い内容となっております。是非ご一読下さい、と説明した。

アパレルがビジネス靴

テレワークの広がりやカジュアルなスタイルが定着する中、アパレルが衣料品で培った技術を生かしデザインや機能性を生かして相次ぎ商品化している。

ワークマンは、池袋に靴専門店「ワークマンシューズ」を開業、女性向けを扱う「#ワークマン女子」の隣にあり、働く女性をターゲットにしたパンプスやバレエシューズが並ぶ。「アクティブパンプス」は地下足袋の技術を生かし、足にフィットする履き心地が特徴。履き口に

伸縮性素材を使い脱げにくく靴擦れもしにくいという。将来は靴で500億〜600億円を目標。今年度中に8店舗に広げる計画。

紳士服の青山商事は革靴メーカーのマドラスと組み、6月から防水機能付きのスニーカーを発売。ビジネスにも合わせやすく、定番の革靴と並ぶ人気だという。

AOKIも3月、靴の履き口をストレッチ素材にして、フオーマルな印象とスニーカーのリラックス感を融合した「パジャマシューズ」を売り出した。

衣料品大手ジーユーはもともカジュアル向けの靴を展開していたが、昨秋冬シーズンから本革製の「オペラシューズ」を発売した。

背景には、コロナ禍による仕事着の多様化で従来のビジネス靴が合わせにくくなり、スニーカーなどが受け入れられ、トレンドの変化によることがある。(読売新聞より)

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

前半に梅雨入りしたものの、後半は猛暑が続く防水関連、後半はサンダルが好調だった。(チヨダ)

梅雨明けが早く天候も良好であつたため好調に推移。特にファッションビルやショッピングセンターに集客があり、サンダルを中心とした夏物の販売が好調。(ABCマート)

記録的に早い梅雨明けや異例の猛暑等により、スポーツ・キッズの夏物商品が好調に推移。中国・上海のロックダウンの影響で婦人盛夏の展開が遅れ販売機会減少を招いた。(ジーフット)

東京都中小企業景況調査(5月)

業況：堅調に推移
見通し：4か月連続で上昇

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)	
875	383	43.8%	悪い	良い	悪い	良い
			-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)	
875	312	35.7%	悪い	良い	悪い	良い
			-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					

社名		4月	5月	6月
チヨダ	既存店売上	9.3	8.8	6.1
	客数	5.4	5.1	1.1
	客単価	3.7	3.4	4.9
	店舗数	954	951	952
ABCマート	既存店売上	12.9	10.1	6.8
	客数	7.7	3.9	1.2
	客単価	4.9	6.0	5.5
	店舗数	1070	1070	1070
Gフット	既存店売上	2.7	10.8	-1.7
	客数	3.6	8.2	0.2
	客単価	-0.8	2.5	-1.9
	店舗数	770	766	765