



謹賀新年

新しい年を迎え皆様のご健康と
ご多幸を心よりお祈り申し上げます
本年もよろしく願っています

令和五年 元旦



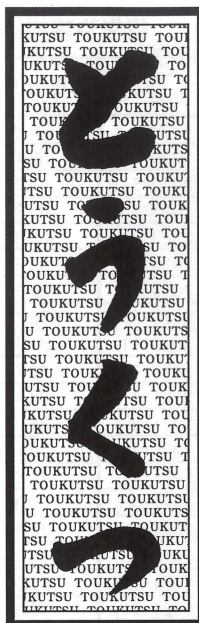
2年以上続いたコロナ禍が
少しずつ落ちつき、10月から
は外国人観光客に対する入国
制限が緩和され街角に外国人
が目立つようになった。ひと
頃の円安も1ドル150円か
ら130円台になり、石油な
どの燃料価格、資源価格も下
がりつつある。

常に戻っている。ようやく日
本も少しずつコロナ禍やウク
ライナ侵攻前の状態に戻りつ
つある。

新年を迎え本当に希望のあ
る年になってほしいと願う。
しかし海外の景気はコロナ後
の好況から、前年の金利引上
げにより不安定になるといわ
れている。またGAFA(Google,
Apple, Facebook, Amazon)と
いったIT、インターネット
の巨大企業からは革新的な

年頭所感 令和5年を迎えて

一般社団法人 東靴協会
会長 栗原 茂



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

(1月号)



新商品が少なくなり、リス
トの話題さえ聞くようになって
た。1995年のWindows 95、
NIKEのAir Max 95の発売か
ら25年、新しい社会に移る混
沌とした時代に入ったのでは
と思う。

東靴協会も最盛期には10
00社あった会員が現在は1
00社を割っている。原点に
返り、継続してきた事柄を見
直す必要があるのではないか。
そのためには東青会を中心
にしたメンバーに運営にも参
加してもらい、過去の常識に
とらわれない考えを期待した
い。

る本当に足に合った靴、また、
歩行を助けるインソールの提
案、靴専門店ではできない
コンサルティングセールス。
東靴協会として販売に役立つ
知識をまとめ、お客様から感
謝されるマニュアルをまとめ
ていきたい。

また、外国人観光客の日本
での買物はお菓子、化粧品に
並んで衣類、靴、カバンの人
気が高いという。東靴協会と
してインバウンドマーケット
に何かできないか?例えば翻
訳機の配布。日本らしい靴の
提案。年間サンダルで過ごせ
る南国からの観光客向け商品。
靴小売で問題なのはコロナ
以降、靴卸は展示会の発注分
しかメーカーにオーダーせず、
今までのサイズ補充という商
いが難しくなっている。(定
番をもつメーカーは除く)こ
れでは中小靴店が残る道は限
られてしまう。お互いどのよ
うにすれば生き残っているの
か、考えてみたい。

商品の供給先を考えると、
今後数年で日欧EPA(日欧経
済連携協定)により革靴の関
税がなくなる。今でもイタリ
ア、スペインからは年2回
メーカーが来日し展示会を開
いている。その展示会に輸入

キャリアのある卸に同行して
もらい、それ以降の手続きを
代行してもらう。イタリアな
どのメーカーは国内の小売に
直販売しており、ミニマムも
小さい。粗利50%を目指して
みよう。

また大型店向きだが、
JITA(日本皮革産業連合会)
の人材マッチング委員会に最
近登録されたアドバイザーは、
日本での輸出、輸入先での手
続きを行い、海外のアマゾン
に商品を登録するまでの業務
を代行している。問い合わせ
先はJITA、03-3847-1451の
鈴木氏まで。

日本でもアメリカでもモ
ルシヨッピングセンターは今
後そのままの業態では生き残
れないと言われている。日本
では地方の人口減少、アメリ
カではEC(電子商取引・楽天、
Amazon)の普及による影響で
ある。

身近なところで驚くような
変化が進んでいる。あふれる
情報から素早く先を読み、ど
のように組み立てていくのか
そして一歩先に行動することが
成功への道である。とにかく
今までの常識から脱却し、
自分の頭で考えてみよう!

2023年 元旦

経営や事業活動への影響《小売り》

年月	数値%	影響あり	今後影響	影響なし	不明
2020・3		79.2	13.9	4.4	2.6
2020・4		88.4	7.5	3.1	0.9
2020・5		91.2	5.4	2.7	0.7
2020・6		83.2	7.7	8.1	1.0
2020・7		85.8	6.4	7.5	0.3
2020・8		86.2	5.9	7.1	0.7
2020・9		82.6	6.5	9.4	1.4
2020・10		78.7	5.3	13.0	3.0
2020・11		81.7	7.6	9.4	1.4
2020・12		82.1	7.1	8.1	2.6
2021・1		83.4	6.3	9.1	1.3
2021・2		84.0	5.9	6.8	3.3
2021・3		76.1	7.3	7.6	8.9
2021・4		76.6	9.1	5.4	8.9
2021・5		77.0	8.6	6.8	7.7
2021・6		75.7	9.1	8.1	7.1
2021・7		78.9	7.1	8.2	5.8
2021・8		82.0	6.0	6.0	6.0
2021・9		73.3	7.7	9.0	10.0
2021・10		65.6	8.0	12.7	13.7
2021・11		68.2	13.9	10.1	7.8
2021・12		61.6	14.8	12.3	11.3
2022・1		73.2	13.2	6.3	7.3
2022・2		73.9	6.3	9.6	10.3
2022・3		73.3	4.2	12.2	10.4
2022・4		65.2	7.9	13.3	13.6
2022・5		59.0	6.5	18.2	16.3
2022・6		57.7	7.8	17.8	16.7
2022・7		67.6	9.3	9.7	13.5
2022・8		67.0	4.0	15.9	13.0
2022・9		58.7	4.9	19.1	17.3
2022・10		51.7	4.8	23.4	20.1

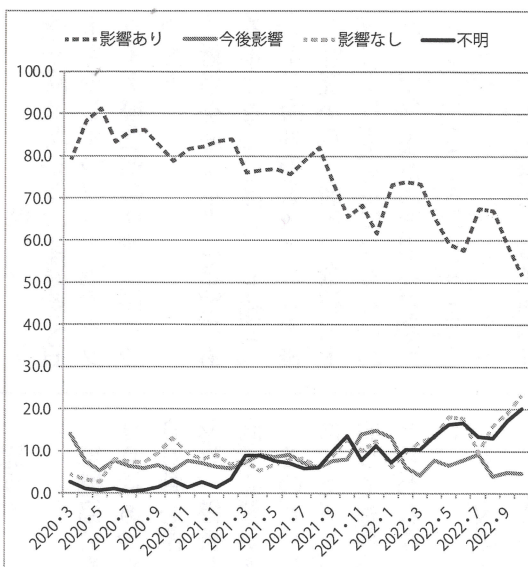
日本での新型コロナウイルス感染症は2020年1月16日、中国湖北省武漢への渡航歴のある神奈川県在住の30代の中国籍の男性が感染していたことが報告され、2月5日に大型クルーズ船ダイヤモンドプリンセス号の乗客乗員で10人の感染者が確認された。2月13日には国内で初の死者が発生した。その後、全国の小中学校の臨時休校、国際オリンピック委員会が東京2020大会の延期を決定した。4月7日に7都府県に緊急事態宣言が発令され、全国に感染症が広がっていった。その後、感染の波が繰り返され第8波を数えるに至った。

新型コロナウイルス感染症 事業活動への影響

しかしワクチン接種も進み、薬も開発されるなど、今は入国の規制も緩和されて経済が動き出している。

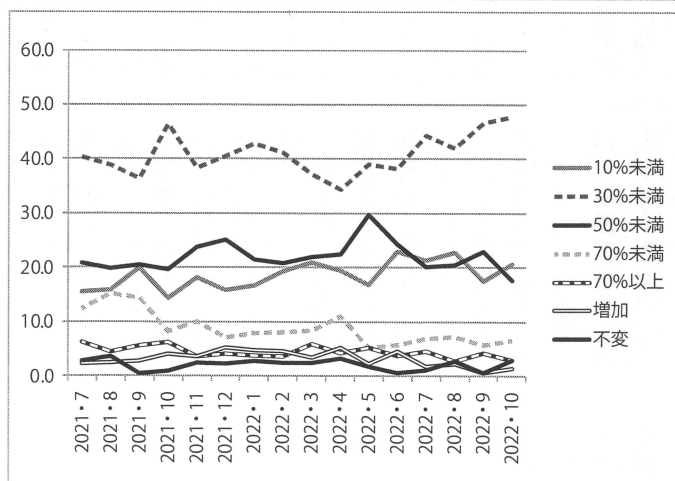
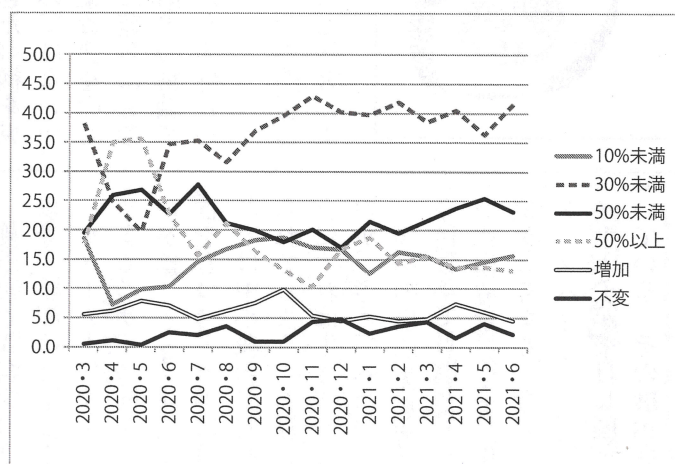
この間、国内の企業では厳しい環境の中、営業活動に大きな影響が出ている。東京都産業労働局が毎月行っている「東京都中小企業

の景況調査」の中で新型コロナウイルス感染症による事業活動への影響を2020年3月より調査してきたものをここにまとめてみた。



売上高への影響《小売り》

年月	数値%	減少				増加	不変
		10%未満	30%未満	50%未満	50%以上		
2020・3		18.6	38.1	19.5	17.7	5.6	0.5
2020・4		7.2	24.8	25.9	34.9	6.1	1.1
2020・5		9.8	19.6	26.8	35.5	7.9	0.4
2020・6		10.3	34.7	22.7	22.7	7.0	2.5
2020・7		14.5	35.3	27.7	15.7	4.8	2.0
2020・8		16.7	31.6	21.1	21.1	6.1	3.5
2020・9		18.2	36.9	20.0	16.4	7.6	0.9
2020・10		18.7	39.6	17.9	13.2	9.8	0.9
2020・11		17.0	42.9	20.1	10.3	5.4	4.3
2020・12		16.7	40.2	17.1	16.7	4.4	4.8
2021・1		12.6	39.7	21.4	18.7	5.3	2.3
2021・2		16.3	41.8	19.5	14.3	4.4	3.6
2021・3		15.5	38.4	21.6	15.5	4.7	4.3
2021・4		13.4	40.5	23.7	13.7	7.3	1.5
2021・5		14.5	36.3	25.4	13.7	6.0	4.0
2021・6		15.7	41.5	23.1	13.1	4.4	2.2
ここのより		減少				増加	不変
		10%未満	30%未満	50%未満	70%以上		
2021・7		15.5	40.3	20.8	12.4	6.2	2.7
2021・8		15.9	38.9	19.8	15.1	4.4	3.6
2021・9		20.0	36.3	20.5	14.4	5.6	0.5
2021・10		14.4	46.4	19.6	8.2	6.2	1.0
2021・11		18.2	38.4	23.7	10.1	3.5	2.5
2021・12		15.8	40.4	25.1	7.0	4.1	2.3
2022・1		16.7	42.8	21.4	7.9	3.7	2.8
2022・2		19.3	41.1	20.8	8.1	3.6	2.5
2022・3		21.0	37.1	22.0	8.3	5.9	2.4
2022・4		19.5	34.3	22.4	11.0	4.3	3.3
2022・5		16.9	39.0	29.7	5.2	5.2	1.7
2022・6		22.9	38.2	24.2	5.7	3.8	0.6
2022・7		21.3	44.3	20.1	6.9	4.6	1.1
2022・8		22.7	42.0	20.4	7.2	2.2	2.8
2022・9		17.4	46.6	23.0	5.7	4.3	0.6
2022・10		20.6	47.8	17.6	6.6	2.9	2.9



業界情報

日経MJに、我々昭和時代の男性にとって気になる記事が二つ掲載されていた。ここに紹介する。

男性化粧品売り場4倍に拡充

JR名古屋高島屋は、7階の男性向け化粧品売り場を従来の約4倍の広さに拡充した。東海地区最大規模で、専属のスタッフからのメイク指導を受けられるサービスも始めた。好調な男性化粧品市場をけん引する若年層をきめ細かいサービスを武器に開拓し、売り上げ拡大を目指す。

「資生堂メン」など4ブランドの専用売り場を導入したほか、それ以外の一般売り場のブランド数を2倍に増やした。専属のスタッフによるメイク体験や人工知能(AI)による肌質測定ができる専用カウンターも新設した。

高島屋によると「マスクを着けることで女性の化粧への意欲が減った一方、ウェブ会議で自分の顔を見る機会が増えたという。調査会社の富士経済(東京・中央区)によると、2022年の男性化粧品品の市場規模は前年比2%増の15

83億円を見込む。

JR名古屋高島屋でも22年9〜10月の男性化粧品品の売上は前年の1.5倍に伸びている。

従来は高価格帯の商品が多かったため、男性用化粧品売り場の利用者は40〜60歳代が半数を占めていた。価格帯に幅を持たせ、若者に人気のブランドも取りそろえることで、顧客層を拡大する。

若い男性もレディース服

レディース服を着こなす若い男性が増えている。女性がメンズ服を取り入れたコーディネートを楽しむ傾向は以前からあったが、その逆だ。理由はいたってシンプルで、メンズにはないデザインや色があり、着てみたいと思うから。ジェンダーレスファッションの広がりや男性の買い物行動から見取れる。

「コロナ禍に入ってからですね。レディースのパンツが男性に売れるようになったのは」というのはジーユー(GU)の広報担当者。

細めのシルエットで裾にかけて広がるフレアパンツや緑や赤など鮮やかな色のストラップが人気だ。その流れはパンツからトップスへと広がる。今ならボリュームのある

袖でふんわりした「パフイータッチパフスリーブカーディガン」。やはり明るい色が10〜20代の男性に人気だ。

都内で美容師として働く男性(24)はGUのフレアパンツをお薦めしている人のイン스타그램を見て、翌日吉祥寺まで買いに行った。「見た瞬間、いいと思った。価格が安いので挑戦しやすかった。レディースだろうとメンズだろうと、あまり関係なく着たい物を選んでいただけ」。

楽天ラクマが調べたところ、レディースファッションアイテムカテゴリの購入者に占める10代、20代の男性の割合が年々伸びている。10月単月で9.5%(2017年11月は3.9%)と、この5年で2倍以上となった。帽子やコート、バッグなどの小物がよく売れているという。

購入理由で最も多いのは「デザインが好きだから」。

調査では好きなアティーストで「BTS」の名前が多く上がった。ピンクやフリルなどを着こなすBTSの存在も、また影響しているようだ。もともとレディース服への関心はあった。服の売り場をカッパルで訪れた男性が「レディースはデザインや色の種類が豊富でうらやましい」と

彼女に話しかけていた場面に何度か遭遇した。レディースの方が売れるから凝ったデザインの服が作りやすい。コロナ禍で他人にどうみられるかより自分が何を着たいかをより重視するようになり、潜在ニーズが顕在化した。

こうした変化を受け、GUでは幅広いサイズを展開したり、同世代の男性スタッフがアプリでレディースのアイテムを着こなしたコーディネートを積極的に発信したりする。ジェンダーレス売り場をつくる予定はいまのところはない。同世代はレディース売り場で買うことに抵抗感がないのだ。

内閣府男女共同参画局が性別による無意識の思い込み(アンコンシャス・バイアス)について昨年に実施した調査がある。20代男性でも4割強が「男性は仕事をして家計を支えるべきだ」と考えていた。それでも40〜60代に比べればその割合は低くなっている。

ファッションは人の内面と密接に関係している。ジェンダーレスで自由な着こなしの広がりとともに、男らしさの思い込みも、これからはもっと薄れていくだろう。

(日経MJより)

サッカーボール素材でスニーカー

高級スニーカー製造のスペイン・カンパニー(広島県府中市)は、サッカーボール素材を使ったスニーカーを発売した。ボール製造のミカサ(広島市)とコラボした。

スペイン・カンパニーのブランド「スピングルムーブ」の20周年のモデルとして販売している。

靴本体には合成皮革にポリウレタンをコーティングしたミカサのサッカーボール素材と、サッカースパイクに利用されるカンガル革を組み合わせた。

デザインはサッカーワールドカップの開催に合わせてサッカーボールをイメージし、足の甲を覆う部分に黒い五角形や白い六角形のマークを付けた。男女兼用のサイズがあり価格は2万4200円。自社店舗やオンラインショップなどで販売している。靴本体と硫黄を加えたゴム底を熱と圧力で接着するバルカナイズ製法を用い、底がはがれにくく、形崩れが少ないのが特徴だ。生産効率の低さからこの製法を採用するメーカーは少ないが、自社工場で手作業の生産を続けている。

理事会・支部連絡会
だより

令和四年十月二十四日(木)
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「コロナも先
行きが見えない中でも、この
ようにお集まりいただけるよ
うになりました。入国制限も
緩和され、インバウンドの
方々が目に着くようになりま
した。どこも外国人の方々が
増え、以前の爆買いこそあり
ませんが、買い物をされてい
る姿を多く見かけるようにな
りました。外国でも高齢化社
会が進みお年寄りの健康志向
で機能性の靴が売れているよ
うです。皆様の店舗でもス
ニーカーを始め商品の見直し
も考えていきたいと感じま
す。又、前月号で紹介しまし
た、踵を踏める紳士靴、ビジ
ネスで外出するときは踵をた
て、社内のオフィスでは踵を
踏んで楽に仕事をする。など
我々の常識が変化していま
す。時代の変化に取り残され
ないよう感覚も変える必要
もあるのかもしれない。こ

れからの見通しも難しいもの
があります。インバウンド
需要を取り込む努力をし、も
う一度商品構成も見直す機会
だと感じます。又、関税が下
がり自由化が進むと考えられ
ます。メーカーさんは大変だ
と思いますが、小売りはどの
ように対応していくかを考
え、これを機会と捉え頑張っ
ていきましょう」と挨拶。
続いて田中早映子事務局員
から病氣療養のため、休職さ
せていただくこととなりまし
た、と経過の説明を添えて挨拶があり、場内からは「お大
事にしてください」「療養に
専念して下さい」との声が
あった。

引き続き議事に入った。

一、「靴まつり」お買物券の
扱いについて

矢代専務理事より、表記の
お買物券は11月18日に加盟店
舗へ当選者リストを発送。25
日に当選者にお買物券を発送
する。各店舗での対応をよろ
しく願います、と説明し
た。

二、親和会総会について

松戸副会長より、来年の親
和会総会は、2月16日(木)・17
日(金)に箱根湯本温泉「河鹿荘」
で開催いたします。本日から

申し込みの受付を行っていま
す。ぜひご参加ください、と
説明し、参加要請を行った。

三、その他

矢代専務理事より、先ほど
本人から話したように、病氣
療養のため休職せざるを得な
い状況です。事務局としては、
代わりの方を探しております
が、お知り合いの中で引き受
けてくださる方がいれば紹介
ください。

その関係で事務局の対応時
間も午前11時から午後4時ま
でとさせていただきます、と
説明し承認された。

続いて今後の催事広報委員
会、東青会、日本靴小売商連
盟在京役員会、理事会のスケ
ジュールの説明を行って、理
事会は終了した。

終了後、久しぶりとなる懇
談会を行い、和やかなひと時
を過ごした。

事務局対応時間変更

当面の間、当東靴協会
事務局の対応時間を
午前11時～午後4時
とさせていただきます。

親和会総会・新年会

日時：令和5年2月

16日(木)・17日(金)

会場：箱根湯本温泉

「河鹿荘」

是非、ご参加下さい。
お申込みは事務局迄
ご連絡ください。

お知らせ

前号で1月25日・27日の
SF養成講座の募集を
掲載しましたが、
開催がなくなりました。
次回は4月に行う予定です。
是非、ご参加ください。

東京都中小企業景況調査(10月)
業況：わずかに上向く
見通し：一進一退の局面続く

卸売業			業 況					
対象数	回答数	回答率	10 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
875	343	39.2%	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	10 月			今後3か月間 見 通 し (当月比)		
875	277	31.7%	悪い	良い		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							

社名		9月	10月	11月
チヨダ	既存店売上	10.8	12.9	-0.4
	客数	6.3	5.7	-4.8
	客単価	4.2	6.8	4.6
	店舗数	939	937	931
ABCマート	既存店売上	18.1	20.2	12.9
	客数	6.3	8.6	2.8
	客単価	11.1	10.7	9.9
	店舗数	1069	1078	1081
Gフット	既存店売上	6.9	6.8	4.4
	客数	8.4	6.3	4.7
	客単価	-1.3	0.4	-0.3
	店舗数	743	736	734

暖かい日が多く降雪エリア
でブーツや防寒・防滑の販売
が遅れた。スポーツシューズ
は好調に推移した。
(ジフット)

靴専門店・大手三社の
直近3か月売上推移

11月は気温が高く、前年降
雪で好調だった北海道・東北
地域での冬物の販売が落ち込
んだ。冬物以外は比較的好調
に推移した。
(チヨダ)

全国旅行支援がスタートし
たこともあり、都心部や観光
地を中心に人が多く、好調
に推移、都心部のインバウン
ド需要も徐々に回復してき
た。
(ABCマート)