

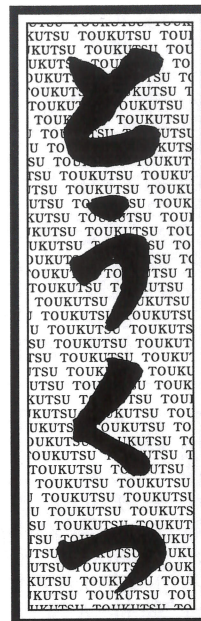


毎年恒例の靴の記念日式典が今回は90回を迎え神田明神御神殿に於いて令和5年3月15日水曜日、午前11時より厳かに執り行われた。

コロナも落ち着いてはきたものの、今年も参加者は日本靴連盟の役員17名とマスコミ関係者、事務局のみの計23名となった。

巫女さんの鈴の音とともにスタートし、次の順序で神事は行われた。

## 第90回靴の記念日式典 神田明神で執り行われる



一般社団法人  
**東靴協会**  
千代田区鍛冶町1-6-17  
〒101-0044 ☎(3252) 5656  
(4月号)

《神事》  
修祓 宮司二礼二拍手  
祓詞

御祓の儀

招魂の儀 宮司二礼二拍手

献饌の儀(お神酒の蓋を開く)

祝詞奏上 宮司二礼二拍手

玉串奉奠 (列席者参加)

撤饌の儀(お神酒の蓋を閉る)

送魂の儀

と続き式典は厳かに行われた。

玉串奉奠の順序は左記の通り

日本靴連盟会長

日本靴小売商連盟会長

小堤 幸雄 様

日本靴連盟副会長

(二社)日本皮革産業連合会

及び全日本革靴工業協同組

合連合会 会長

藤原 仁 様

日本靴連盟副会長

NPO日本靴工業会理事長

山田 晋石 様



日本靴連盟副会長  
笠井 庄治 様

日本靴卸団体連合会 会長

日本靴連盟副会長

日本靴小売商連盟常務理事

栗原 茂 様

日本靴連盟 理事

NPO日本靴工業会 理事

青野 元一 様

(青野様を代表として、参加者一同二礼二拍手で参加)

式典終了後、御神殿の前で記念撮影を行い、解散となった。今回は昨年に続き、会員皆様のご参加や懇親の席も用意できなかったが、中身の濃い心に残る式典となった。

協会の行事もコロナ禍で中止になることが多かったが、セミナーや研修会をはじめ、親睦旅行、工場見学等できることを検討しながら進めていきたい。

止になることが多かったが、セミナーや研修会をはじめ、親睦旅行、工場見学等できることを検討しながら進めていきたい。

理事会・支部連絡会  
だより

令和五年三月二十三日(木)

午後二時、西村記念ホール

出席者15名  
松戸副会長の司会で開始。

栗原会長が「桜も間もなく満開を迎え、季節が早めに来ています。インターネット上で最近C A F A (カファ) ブランドの履きよいという靴の広告をよく見かけます。アッパは布素材を主に使用しているようです。この会社は香港にある会社で、リアル販売ではなくネット販売をしているようです。他にも靴のネット販売をする動きが多くみられ、勢いを感じます。

G A F A (グーグル・アマゾン) と言われる大手もA I

を利用する方に移行するなど本格的にA Iの時代に入ってきたようです。以前からA Iが進歩すると人のすることがなくなり、人間にしかできないことは開発や交渉と言われているが、ほかにまだあるのではないのでしょうか。早いテンポで時代は変化していきます。少しでも時代の変化に乗り遅れないよう、協会も若い人の意見を取り入れ頑張っていきたいと思います」と挨拶。続いて議事に入った。

一、令和5年度事業計画・

収支暫定予算案について

配布された表記の資料に基づいて説明。初めに令和5年度の事業計画(令和5年4月1日~令和6年3月31日)について、基本方針を読み上げ、事業計画について詳細な説明を行った。

続いて収支予算案については、公益目的事業会計、収益事業等会計、法人会計について説明した後、正味財産増減計算書総括表の説明を詳細に行った。

この議案を場内に諮り原案の通り承認された。

二、「靴の記念日」催事及び

式典について

催事については現在各店舗の協力で実施しています。

式典については3月15日11時より神田明神で行いました、と説明。(一面記事参照)

三、その他

今後の予定について説明。総会は6月14日(水)午後2時より開催の予定。今期は役員改選の年となりますので、新役員案も含め議案となります。

続いて、皮革産業連合会では「じつは革ってサステイナブル」という冊子を作成し、消費者の天然皮革に関する認識がまだまだ不十分なので、正しい情報を伝えるために作成した。この冊子は近日中に各店舗で配布できるように準備をしています。

また、来月4月の理事会終了後に、皮革産業連合会の川北様にこの冊子に関しての「皮革・革製品のサステイナビリティー」のテーマで講演をお願いしていますので、ぜひお聞きください。と説明し、理事会は終了した。

# 2023年秋冬の トレンドシューズ傾向

## アジアリング(株)

### ◆秋冬のファッションの傾向

この秋冬はコロナ禍が継続するのではないかの警戒感が広がる「鬱(うつ)」と、コロナ禍から解放されるのではないかの期待感による「躁(そう)」の、相反する心理の混在がファッショントレンドに大きく影響していく。「鬱」ではエレガンススタイルが広がるが、「躁」ではアクティブなスポーツカジュアルが流行する。そこで、2023年秋冬は「①女性的エレガンス」と「②男性的カジュアル」の異なる要素が混在する流行に変化していく。全体的に広がったエレガンス傾向も継続しつつ、一方でメンズライクなカジュアルや、スポーティなテイストが浮上してくる。また、ファッションは20年周期と言われるが、今から20年程前に流行したテイストやデザイン、アイテムがZ世代(10代中盤から25歳ぐらいまで)の若者を中心にリバイバルヒットしていく。具体的には「お姉さん系コンサバスター」の再登場や、「セクシー

なストリートスタイル」の再燃など、2000年頃にも流行した一癖あるスタイルが広がっていくだろう。

一方、カラー傾向は、グレーやシルバーをベースとしながら、「ニュアンスカラー(中間色)」を楽しむ傾向が見られる。ナチュラルな色合いの人氣は継続するが、中間色を中心とした目新しいトレンドカラーが次々と登場していくのが大きな特徴だ。

### ◆レディスシューズの傾向

2022年秋冬では「ブーツ」が大きく注目され、ヤング世代ではロングブーツが完全復活したが、25歳以上の大人世代は買い控えも見られ、まだまだ「伸びしろ」が大きいアイテムと言える。ただし、以前のように寒さ対策でブーツを買い求めるのではなく、あくまで旬のコーディネートを楽しむ為にブーツを選択する。その為、大人世代でもストレッチ(伸縮性のある人工素材)やニット素材の広がりが増速するだろう。また、ブー

ツのアップデザインはシンブルなブレンデザインが主流となるので、引き続き「ラスト(木型)」や「ソールやヒールのデザイン」「ブーツのカラー」などで新しさを求める傾向が強くなる。



フラットソールの  
ロングブーツ

女性の通勤スタイルや年末のオケージョンスタイル(結婚式やパーティ)では、汎用性の高い靴を求める傾向が強くなる。旧来のように「お仕事専用靴」や「パーティ専用パンプス」など用途が限定される靴には魅力を感じないようだ。そこで、普段のお食事会や、百貨店でのお買い物、休日デートなどでも兼用できる靴を求める傾向が高まる。このようにシーンを限定させない汎用性の高いパンプス(ヒール靴)を打ち出す必要があるとなるだろう。

### ○ブーツ

「ロングブーツ」の復活が騒がれているが、2022年は原宿のヤング世代のロングブーツ着用率はブーツ全体の30%まで拡大した。一方、銀

座の大人女性の間ではロングブーツは10~15%の着用率で推移した(アジアリング調査)ので、大人世代ではまだまだ伸びしろの大きいアイテムと言える。昨シーズンは値上げの影響等で買い控えも目立ったので、2023年はしっかりと実売に繋がっていききたい。

### 【対策①ロングブーツは

#### 適度なリラックス感】

以前のロングブーツと言えば、女性の脚の形に沿った美脚ラインとピンヒールの組み合わせで女性らしいアイテムが中心だった。今回のロングブーツは、女性らしい雰囲気を残しつつ「適度なルーズシールエット」と「フラットソール(ヒールのない底)」「タンクソール使い(ワークブーツ用のゴムソール)」使いなど、足入れも優しく履き心地もより快適で、適度なリラックス感をプラスしたアイテムが人氣となる。見た目の美しさと、快適な履き心地の「ハイブリット感」がロングブーツで重要となる。



ニュアンスカラーの  
ショートブーツ

### 【対策②ブーツもニュアンスカラー(中間色)で差別化】

近年は、ショートブーツを中心に、白やアイボリーの明るいカラーが大流行した。昔のように黒一辺倒ではなく、ナチュラル系の様々なカラーを楽しむのが近年の特徴。2023年は「ライトグレー」や「ニュアンスカラー(中間色)」を取り入れるのが新しい。このニュアンスカラーとは、「グレーとブルーの中間色」「グリーンとグレーの中間色」など、流行色に灰色を混ぜて彩度を下げた色合いがショートブーツで広がっていく。同様に茶色でも、「栗色(赤茶色)」「杏色(黄赤)」など、茶色と赤の中間色や、赤茶色と黄色の中間色などで新しいカラーを打ち出していくのが得策だ。



装飾使いのブーツ

### 【対策③ブーツでも

#### ワンポイントの装飾使い】

しばらくブーツでは、装飾を排除したプレーンデザインが主流となってきた。しかし、この秋冬は、ワンポイントの

装飾使いが大きく復活する。ブーツでも、ゴールドを中心に、ビットやプレート、バックル、チェーン等の金具をデザインアクセントとしていく。大人世代では、さりげなくワンポイントの装飾使い、ヤングトレンドでは、インパクトのある派手な装飾使いで、目新しさを出している。ラストやソールでモードアレンジが充実してきたので、次は金具使いでモード感を更に強調させていく。

### ○パンプス

中間的デザインが広がっていく。例えば、ローファーとヒールを組み合わせた「ローファーパンプス」や、オペラシューズ（オペラ鑑賞など紳士用礼装靴）とヒールを組み合わせた「オペラパンプス」などが登場。カジュアル短靴とパンプスの融合デザインが人気となる。このように、さりげなくマニッシュ感覚（男性的デザイン）の取入れが広がっていく。



ローファーパンプス

### 【対策①】「ローファーパンプス」を売売へ

通勤スタイルの多様化に伴い、オックスフォードやローファーなど、男性風短靴を通勤靴で取り入れる女性が増えている。その進化版として、適度なカジュアル感と女性らしいヒールを組み合わせた「ローファーパンプス」は、新しい通勤シューズのスタンダードとなっていく。お仕事のパンツスーツにも様になるが、その一方で、休日のカジュアルスタイルでも合せやすい。働く大人女性の万能シューズと言える。この秋冬はビット使い、ツイードチェックの部分使い、色コンビなど、流行ディテールも取り入れて店頭でしっかり訴求していきたい。



オケージョンパンプス

### 【対策②】汎用性の高い

#### オケージョンパンプス

（パーティパンプ）の新提案  
秋冬のオケージョンシーン  
たとえば、結婚式や謝恩会、クラス会などが中心となる

が、女性のオケージョン靴選に大きな変化が見られる。旧来は独特な装飾使いや光沢感特徴としたピンヒールタイプが中心だったが、近年は光沢感を極力抑えたデザイン、普段着でも楽しめるシンブルなデザイン、フラットソールやチャンキーヒールの取入れなど普段着でも着用できるアイテムを求める傾向が高まっている。そこで、旧来のオケージョンパンプスだけでなく、カジュアルパンプスやバックベルトパンプス、フラットパンプスなども一緒に組み合わせる提案していく。このようにパンプス全体はシーンを限定させず、汎用性の高いアイテム選びに対応するのがポイントとなる。



モカシューズ

### ○カジュアルシューズ

しばらく「オックスフォード」や「ローファー」などトラッド短靴が中心だったが、この秋冬はボーイズライクなアメカジ靴の人气が広がって

いく。前回紹介したように、ワラビーやチロリアンなどモカステッチをデザインアクセントとした「モカシューズ」が復活してきたが、ここにティンバーランドの定番イエローブーツ（今回はローカットタイプ）なども加わり、ストリート色の強いアメカジ短靴人氣が拡大していく。これまでは「おじ靴（おじさん風）」がキーワードだったが、今回は「ボーイズ靴」新勢力となっていく。

### ◆メンズシューズの傾向

メンズでも目新しいブーツや短靴の提案が必要となる。特に、次世代のヤングトレンドでは、ジェンダーレス化（男女の性差をなくした流行）が騒がれている。レディースで流行したデザインやディテール使いを、メンズシューズでも取り入れていく事が求められる。一方で、ビジカジはデザイン性と機能性を融合させた「ハイブリッド感」の深掘りが引き続き重要となっている。

### ○カジュアルシューズ

ヤングトレンドでは「ヒールアップブーツ」や「厚底のタンクソールブーツ」など女性トレンドに強く影響されたモードブーツを強化していく。ヒールブーツや厚底ブーツは、ヨーロッパのインポートブランドでも充実しているが



メンズの厚底ブーツ

価格が高く実売には程遠い。そこで、国内企画の「フープデイドウ」や「レッドカバ」や「ヨースケ」などで対応し、人気のドクターマーチンの厚底ブーツと合わせていく。一方で、カジュアル短靴ではレディスと同様に、ワラビーやチロリアン、スリーアイレットモカシン、イエローブーツのローカットタイプなどのアメカジ系が再登場。アメカジ色の強いコディネイトが再びヤングストリートで盛り上がっていく。



イエローブーツ

(3面より)

大人世代では、引き続き「カジュアルローファー」や「オペラスリッポン」「モカスリッポン」「オックスフールド」などが継続しよう。ヤング世代と異なり、ここではビジネスと兼用で楽しみたいので、スーツやジャケット・パンツスタイルでも様になるトラッド短靴が人気となる。また、イタリアンカジュアルを好むシニア世代の間ではトリコロール（フランス国旗の配色）やマルチカラーなど、派手な色使いのレザー・スニーカーが休日スタイルで人気拡大していく。メンズカジュアルは世代によってテイストとデザインを棲み分けていく。



ラウンドトゥのドレスシューズ

○ビジネスシューズ  
ビジネスは2極化傾向に備えていく。1つは「信頼感のあるクラシックドレス」。対面営業や国内出張の再開に伴い、信頼感のある靴選びを行うビジネスマンが増えてくる。ここでは、ロングノーズ

（つま先の先端が細い木型）中心から、ラウンド系（つま先のフォルムが丸みを帯びている木型）の新しいラストに切り替えて、タイドアップしたビジネススーツやレザーブリーフと組み合わせる「真面目なドレス靴」を再提案していく。



サイドゴアスリッポン

2つめは、テレワークの定着化に対応した、ハイブリッドシューズ（デザインと機能性の融合）を更に追求させていく。ビジネススニーカーだけでなく、足入れの良いドレスローファーやオペラシューズ、サイドゴアスリッポンなどを揃え、オンオフ兼用で楽しめるカジュアルドレスを打ち出していく。



サイドゴアのスニーカーブーツ

### ◆スニーカー&キッズ傾向

男女共にブーツ・スニーカーが話題の中心となる。しかし、これまでの防寒性の高いスノーブーツではなく、レディーズでは、スニーカーブランドの提案する「サイドゴアブーツ」や「厚底ブーツ・スニーカー」が登場する。一方、メンズではアウトドアブランドの提案する「トレッキングブーツ」が話題となる。アマカジ色の強いトレッキングブーツ・スニーカーを、ストリートスタイルや大人のモードスタイルに組み合わせるのが新しい。

### ○大人スニーカー

上記のようなレディーズではトレンドブーツにデザインをスニーカーブランドでも楽しむ。メンズはアウトドアのトレッキングブーツを新提案したい。一方、カジュアルスニーカーは男女共に、クラシックコートとクラシックランニングの継続ヒットが見られる。靴専門店の場合、メジャーブランドの売れ筋品番は、取り扱いに制限が出てきたので、「ヨーロッパのマイナーブランド」や「国内新進クリエイターブランド」、「靴ブランドの打ち出す本革スニーカー」、「韓国などのアジア発ブランド」などに注目し、店頭で差別化を図っていく。

### ○キッズ（子供靴）

小学生以下のキッズシューズでは引き続き、親子お揃い需要が人気だ。30〜40代の親世代の男女で人気のアイテムを、子供靴でもしつかり揃えていく。中でも「クラシックコート」と「クラシックランニング」は2大勢力となる。クラシックコートではボリュウム感のあるハイカットタイプを男児に提案し、厚底アレンジされたクラシックランニングは女児に揃えるのが得策だ。親子仲良く揃えるのが活性化させていく。



トレッキングブーツ

### 靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

行動制限の緩和に伴い日常生活の回復がみられ好調に推移。商品カテゴリーではPBブランドの「スパットシューズ」が計画を上回り好調。（チヨダ）  
気温も高く天候にも恵まれたため人出も多く売り上げは順調、特にSCや都心の商業ビルの店舗が好調。

（ABCマート）  
気温の高い日が多く新入学・フレッシュヤーズ等の需要により春物商品や学用品、スポーツシューズが好調。  
（ジフット）

| 社名     | 1月    | 2月   | 3月   |
|--------|-------|------|------|
| チヨダ    |       |      |      |
| 既存店売上  | 1.7   | 20.9 | 12.8 |
| 客数     | -0.6  | 15.1 | 2.7  |
| 客単価    | 2.2   | 5.0  | 9.8  |
| 店舗数    | 927   | 921  | 925  |
| ABCマート |       |      |      |
| 既存店売上  | 21.8  | 39.8 | 23.2 |
| 客数     | 112.2 | 26.5 | 11.4 |
| 客単価    | 9.5   | 10.5 | 10.6 |
| 店舗数    | 1076  | 1074 | 1081 |
| Gフット   |       |      |      |
| 既存店売上  | 12.2  | 32.7 | 9.7  |
| 客数     | 14.0  | 30.8 | 2.7  |
| 客単価    | -1.5  | 1.5  | 6.8  |
| 店舗数    | 722   | 704  | 708  |

### 東京都中小企業景況調査(2月)

業況：横ばいで推移  
見通し：先行きに期待感高まる

| 卸売業      |              |       | 業況   |    |                |            |
|----------|--------------|-------|------|----|----------------|------------|
| 対象数      | 回答数          | 回答率   | 2月   |    | 今後3か月間見通し(当月比) |            |
| 875      | 367          | 41.9% | 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   | 2月   |    | 今後3か月間見通し(当月比) |            |
| 875      | 297         | 33.9% | 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  |       |      |    |                |            |