

日本靴小売商連盟が3月1日と4月12日の2回にわたり開催した「現場で明日から使える!靴販売の迷いを無くし、お客様の悩みにちゃんと応えられるフィッティングを学ぶ」講座で受講者に行ったアンケートの結果は次の通り。

◎どんなことに課題感や、お悩みがあつて、この講座に参加したか?

- ・フィッティングでの見立てが合っているか確認して、接客に自信を持ちたかったから。
- ・パンプスのフィッティングを、学びたいと思った。また、足部や靴について知識を深めたい。
- ・フットケアで足のトラブルに悩んでいるお客様に対してフィッティング技術と説明の向上を図るため。
- ・机上の勉強だけでなく、それぞれの足にさらに快適な靴をお届け(お買い上げ)

フィッティング カウンセリング講座 受講者アンケート



・特にパンプスのフィッティングを

- ・百貨店内の靴売り場の中で他社との接客の差別化を図りたい。

◎講座で印象に残ったことは?

- ・足部チェックを初めて行つたため、気持ちが高ぶりました。
- ・パンプスのフィッティングで細かいチェックについて。
- ・可動域チェックと動作をしつかり見ることでフィッティング・インサート調整を見極める大切さ。
- ・足には、それぞれの方向に機能する関節や筋肉があることを、教えてくれたこと。
- ・足を見たて、特性から、どんな事が起きるか予測できる。
- ・足を知る事で、より深くお客様と関わる事ができ、現場で何をしたら良いかの判断ができるようになったおお客様の満足度がより上がる

事が知れたこと。

◎講座を受けたことで、何か変化があつたでしょうか?

- ・靴を見るのではなく足を見る気持ちで接客するようになった。
- ・より細かく、足のチェックができるようになった。
- ・できる限り立位での前後の足の状態と可動域チェックを心がけるようになった。
- ・単なるフィッティングにならず姿勢も直すことも考えるようになった。
- ・足の評価(視診・触診)をし、お客様に分かりやすく説明できるよう注意している。
- ・お客様に説明する事により、会話がすすみ、共感を得られるようになった。

◎講座の進行スピードは?

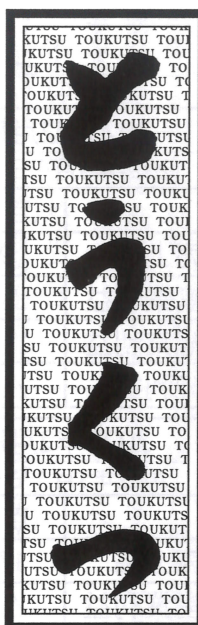
- ☆早い/0 ☆やや早い/1 ☆適度/5 ☆やや遅い/0 ☆遅い/0

◎講座の理解度

- ①全体②解剖学
- ③足部チェック
- ④靴の適合
- ⑤フィッティング見立て

⑤コミュニケーション(設問)の5つの講義の理解度を

- ☆良く分かった☆概ね分かった☆あまり理解できていない☆わからない、の4分類でそれぞれ聞いた。



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



内容やパートは?

その理由や、より聞きたい点を具体的に書きください。

解剖学」骨の動きや名称は分かったが、骨のゆがみでどのような症状が起きるかを詳しく知りたい/動きによる足部(各関節や骨の動き)の変化、例えば過回内である足部の歩行時の状態/動きに対して解剖学の知識が深まればお客様への説明の深さが増し信頼度が増すので深めていきたい/外反母趾にアーチパッドは楔状骨より手前の舟状骨にアプローチすることでより効果的

足部チェック」必要最低限どれくらい見られたら良いのでしょうか/距骨の位置、脚の正しかた/可動域、変化のチェック

フィッティング見立て」方法は分かったが自分の見立てが合っているのか不安が残る/様々な足の状態によるフィッティングをもつと学びたい。足と靴のフィッティングはお客様とのコミュニケーションで役立つ

アジャストメント・調整」調

整は出来ても症状を和らげる事が出来ているのか不安が残る/仕事であまり活用できていないので調整技術を向上させたい

◎この講座をどのような人に勧めたいと思いますか?

足に悩みを持った方にも知っていただけると良い/靴販売に携わる方/フットケアサロン、理学療法士、足に係る職種の方/シューフィッターの方/パンプスを多く取り揃える店の販売員。

さらにアンケートは続いた。熱心に勉強をし、もつと知識を高めたという意気込みを感じさせる内容だった。この講座の第2回目が7月8月に開催される。ぜひご参加ください。

受講者募集

掲載の講座【初級 第2回】を、今回も2日にわたり開催いたします。

日程Ⅱ23年7月26日(水) / 8月30日(水)
両日10時~17時

会場Ⅱ当協会

「西村記念ホール」

主催Ⅱ日本靴小売商連盟
講師Ⅱ(株)キッド 小堤啓史氏
受講料Ⅱ一般参加7万円
日本靴小売商連盟会員4万円
申込みⅡ氏名、所属、住所、電話、保有資格を記入し東靴協会迄メールで
info@toukutsu-kyokai.jp

靴小売業決算情報

FW誌5月号に靴小売業各社の決算情報が掲載された。ここに紹介する。

◎チヨダ

駅前・駅近立地店と

大型SC店が伸びず

立地別売上げの伸び率では、駅前・駅近が10.5%増と最も高い伸びを見せた。次が大型SCで8.8%増、中型SC5.1%増の順。

行動制限の緩和に伴い、仕事や旅行、イベントなどで使用されるビジネス、カジュアルの売上げが伸びた。

PBの「セダークレスト」の手を使わずに履ける「ス

チヨダ

2023年2月期の連結業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	92,119	3.9
営業利益	△2,234	—
経常利益	△1,942	—
純利益	△2,602	—

2023年2月期の個別業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	73,676	4.5
営業利益	△1,641	—
経常利益	△1,298	—
純利益	△1,892	—

パットシューズ」や、透湿防水機能を搭載した「ユートイリティスニーカー」、靴の甲革部分にストレッチ素材を使用した幅広な「ストレッチビジネスシューズ」など、利便性を考慮した機能性商品が人気となった。

「今期の重点施策」

メンバーズビジネス以外で

PB構成比を再拡大

今期の重点施策については①顧客満足度向上②商品開発力強化③業務効率と商品管理体制の見直し④マーケティング手法の変更⑤販売チャネルの拡大⑥サステナブル経営を挙げる。

①ではリアル店舗の付加価値を訴求。現在171名のシューフィッター、シューズ

アドバイザーを全店に配置することを目標。②ではビジネス以外のスニーカーやカジュアルのPB商品開発に新たな活路を開くとしている。⑤ではEC事業と法人事業の強化を計画。自社のECサイトのリニューアルし高い伸びを見せたが、今期は20億円の売上げを計画し、ネットと店舗を融合したOMO推進で店舗受取を強化する。

◎エービーシー・マート

国内外88店の新規出店で

増収増益

売上高は前期比18.9%増の2900億7700万円となった。営業利益は同54.1%増の423億1000万円。連結営業利益率は14.6%。経常利益は同53.4%増の433億

6000万円。当期純利益は同74.1%増の302億5600万円となった。店舗数は、国内外合わせて88店舗の新規出店を行い、合計1457店舗となった。

「国内」

実店舗の売上げが拡大していく中、オンラインと実店舗の相互送客を実現し、トレンドアイテムを中心に実店舗への訴求効果を高める販売促進を実施した。

店舗展開では、郊外のSCを中心に47店舗の新規出店を行い、26店舗を閉店、期末の国内店舗数は1074店舗となった。

既存店では、増床改装を中心に53店舗の改装を実施、都市型旗艦店「グランド・ステー

「海外」

円安の影響で

海外売上げは急増

韓国32、台湾8、初の出店となったベトナム1の計41店舗の新規出店を行った。期末の店舗数は、韓国308、台湾67、米国7、ベトナム1の計383店舗となった。為替は円安水準にあり、韓国では売上高は前期比24.1%増の574億7200万円。台湾も同31.2%増の98億9200万円に。海外売上高全体では、同24.3%増の932億5100万円、セグメント利益は前期比242.0%増の72億2400万円となった。

◎ジーフット

72店の撤退で

売上高は前期割れ

事業再生の初年度となる今会計年度は、経営基盤の再構築を方針に掲げ、不採算事業・不採算店舗の整理と、現状の環境下でも利益を上げている店舗を改装により、アスビーブランドに統一し、経営資源

ジーフット

2023年2月期の連結業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	65,695	—
営業利益	△4,804	—
経常利益	△5,004	—
純利益	△5,523	—

2023年2月期の個別業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	64,679	—
営業利益	△4,790	—
経常利益	△4,985	—
純利益	△5,439	—

の集中を図るとともに、事業収益力の回復に向けた取り組みを進めた。

不採算店舗の整理では、72店舗を退店した。新規出店は3店舗、32店舗を改装した。

アスビーへの統一は順調に推移

アスビーブランド統一については、地域情報に基づいた品揃えや接客販売重視のオペレーションにより好調な実績で推移している。

行動制限緩和による客数の回復と、店舗特性に応じて細分化させた品揃えによる売上げ拡大を計画したが、客数が当初想定から大きくかい離、売上げ減少による粗利益高減少となった。

販売費、一般管理費は前年

実績より減少したが、粗利益高の減少を補うまでには至らなかった。

◎ダブルエー 中高価格帯の強化と販路拡大で増収増益

卑弥呼ブランドの店舗展開については採算性の見直しにより、3店舗退店し、55店になった。海外店舗はコロナの影響で、中国1店舗、香港2店舗を撤退、21店舗となった。

登録会員88万人 EC化率は21.9%

靴業界では市場規模は減少傾向にあるものの、スニーカーを中心としたカジュアル志向の靴および履き心地を重視した靴の需要は依然として拡大傾向にある。

ダブルエー

2023年2月期の連結業績 (2022年2月1日～2023年1月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	17,598	12.1
営業利益	1,186	14.4
経常利益	1,084	5.1
純利益	689	△2.6

このような状況の中、同社グループは、「いつでも想像以上に満足のできる商品・サービスを提供します」の企業理念のもと、引き続き好立地かつ好条件の店舗展開と、さらなる成長が期待されるECチャネルの事業拡大に取り組んできた。

オンライン強化ではユーザーグループやSNSでの露出を強化、会員登録者数を88万人まで伸ばし、EC売上高は38億円となった。この結果、EC化率は21.9%となった。

◎ロコンド

モール事業の拡充などで取扱高は2ケタ増

同社グループはECモール事業、プラットフォーム(DX)事業、ブランド事業とい

ロコンド

2023年2月期の連結業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	10,464	—
営業利益	991	—
経常利益	963	—
純利益	1,258	—

2023年2月期の個別業績 (2022年3月1日～2023年2月28日)		
	(百万円)	前期比(%)
売上高	9,316	△5.7
営業利益	855	△3.2
経常利益	837	△1.8
純利益	1,204	99.2

う相互補完的かつ各々が競争優位性を有する3つの事業を展開している。

ECモール事業の取扱高は173億6100万円。ウェブ広告などを通じた認知度向上とブランド数や品ぞろえの充実という、需要供給両面での向上に努めた。

ブランド事業に「リーボック」追加

プラットフォーム(DX)事業は55億9100万円。自社公式EC運営、倉庫受託、店舗POSレジ、店舗欠品フォローなど、ITインフラと物流インフラを全て有し、一括受託が可能であること。また、倉庫受託では、百貨店や卸への出荷にも全て対応できることが強み。

ブランド事業では、2020年以降、さまざまなインフルエンサーとコラボレーションブランド企画を展開し、売上げ増とロコンドの認知度向上の2つを実現しながら、インフルエンサーマーケティングのノウハウを蓄積してきた。

さらに、伊藤忠商事との新設小会社であるRBKJを通じて、グローバルスポーツブランドの「リーボック」の国内販売権を獲得し、EC、直営店舗、卸事業を展開した。リーボック事業の展開に際しては、弊社のプラットフォーム事業を活用し、PM(買収後の統合)を予定通り行うことで、スムーズな事業の立ち上げを実現した。

なお、ロコンドは6月1日付けで社名をジェイドグループに変更する予定。

常務会・理事会

だより

令和五年五月二十六日(金)午後一時半より西村記念ホールに於いて、常務会が開催された。

六月十四日に開催される総会に向けて議事が進んだ。一号議案は令和四年の事業報告及び収支決算報告の件、について矢代専務理事より次の内容で説明があった。

本年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により予定していた事業の多くが中止を余儀なくされた。

その中、消費者に対する情報の提供事業として「靴の記念日」の由来のリーフレットを5年3月に2万部を発行し各店舗より配布した。本誌と「うくつ」は480号から490号を11回発行した。又、情報収集の手段としてSNSが不可欠となり、リアルタイムの情報発信ツールとしてインスタグラムを活用した。

靴市場の活性化と消費者への感謝をこめ、令和4年9月に靴まつり事業を展開した。育成事業としては、FHAに委託してシューフィッター養成講座が4回開催され、参加

した。さらに中堅社員研修会も「即・役立つ販売学」と題し開催した。工場見学は中止となったが、代替として「靴のお手入れについて」と題し元(株)コロンブスの市川氏にお願いし講演会を開催した。

恒例の「靴の記念日式典」は令和5年3月15日に神田明神で主催団体17名が参加して開催した。3月1日からは「靴の記念日」イベントとして300名様にお買物券5千円が当たるイベントをポスター200枚・応募はがき1万7千枚を作成し開催した。他にも保険の斡旋や従業員表彰も行った。

親和会の総会を箱根湯元温泉「河鹿荘」に於いて開催した。

続いてビルの維持管理、会員増強、支部活動活性化、販売促進ツールなどの説明。理事会を始め各会議の開催の報告を行った。

続いて収支決算報告で、貸借対照表、正味財産計算書(公益目的・収益事業・法人会計)正味財産増減計算書総括表と詳細な説明を行った。

監査報告の後、令和5年度の事業計画案の説明を行った。新型コロナウイルス感染症も5類となり5年度はコロナ禍でできなかったレクリエーショ

ン、工場見学、講演会等も予定している。また「靴の記念日」式典も大勢の会員の参加で開催したい、と説明し承認された。これをもつて理事会・総会に臨む。

睡眠11時間

世界一の野球選手となった大谷君。今春から野球用品の契約先を日本のアシックス&デサントから、996や574で有名なニューバランスに変えた。

クラブ、スパイク、手袋の他、トレーニングウェアやカジュアル服もニューバランスに。バットは米国のチャンドラーだ。

大谷君といえば高校時の目標達成シート(目標とそれを達成するための具体的な項目を可視化する)が有名だが、睡眠時間の長さも知られ、趣味を睡眠とコメントしたこと

もあった。昼寝4時間、夜7時間が基本で、移動の多いMLBなので一日延べ10〜12時間らしい。

昼寝は日ハム時代から西川がサポート、マットレスと枕は最新計測器で身体データ1

20万か所を測って作られ、遠征先や飛行機の中でも使う。

健康の3要素は睡眠、バランスよい食事、適度な運動だが、食事は管理栄養士の指導の元で、自炊、日本食店の独自弁当、チーム提供食の組み合わせで1日7食。外食はほぼなし。

筋トレもすさまじく、毎日11種5セットで、デッドリフトは585ポンド、265kg。野球をやめる日まで強くなる気持ちで、ケガのリスクと向き合いながら、フィジカルを高めていきたいとしている。

日本野球はかつて筋トレに批判的で「もつと走れ」しか言わず、最新メニューを持ち込んだトレーナーの練習を禁止させた監督もいたほどだ。

(FW誌より)

東京都中小企業景況調査(4月)

業況：回復基調の中で横ばい
見通し：ほぼ横ばいで推移

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	4月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	366	41.8%	悪い	良い	悪い	良い
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	4月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	301	34.4%	悪い	良い	悪い	良い
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		3月	4月	5月
チヨダ	既存店売上	12.8	10.9	5.8
	客数	2.7	1.5	-2.9
	客単価	9.8	9.2	8.9
	店舗数	925	925	922
ABC マート	既存店売上	23.2	22.8	15.6
	客数	11.4	11.1	4.1
	客単価	10.6	10.5	11.0
	店舗数	1081	1087	1085
Gフット	既存店売上	9.7	6.2	4.2
	客数	2.7	-3.7	-7.6
	客単価	6.8	10.2	14.5
	店舗数	708	707	694

靴専門店・大手三社の直近3か月売上推移

前年より日曜が1日少なく客数は下がったが、客単価がアップし、売上はプラスとなった。

(チヨダ)

ゴールデンウィークの人も多く、都心部の路面店や郊外のSCが好調。夏物のサンダルや防水機能付きシューズが好調だった。(ABCマート)

ゴールデンウィークから月の後半にかけて気温が高く夏ものが好調だった。

(ジーフット)