

若手が新風 奈良の履物店 4万円の本草サンダル

奈良県の地場産業として盛んだった履物づくりに新風が吹いている。履き心地や肌触りに徹底してこだわり、意外なデザインで変身したサンダルも登場。若手が新たなアイデアで価値を高め、老舗企業も刺激を受ける。産業観光につなげる動きもある。

奈良県大和高田市で6月に川東履物商店(同市)がヘップサンダルの展示・販売拠点「ヘップランド」を開業した。ヘップサンダルは女優のオーディリー・ヘップバーンが映画で履いていたことが名前の由来とされる。かかとのない「ご近所履き」だ。



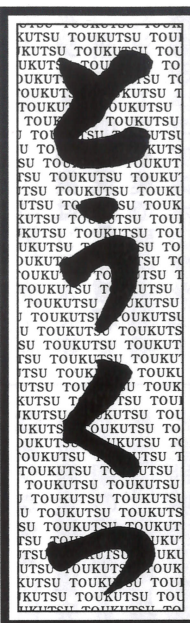
HEPの人気モデル「DRV」

タクシー運転手が履くサンダルをモチーフにした人気モデル「DRV」。ソールの屈曲性やかかと部分の角度調整にこだわり、長時間履けるよう甲の部分も通気性を高めた。売れ筋商品の価格は約1万5千円。本草を使った4万円を

超す商品もある。

HEPは右肩下がりだった業界を刺激している。協力生産工場のひとつ、ダルマゴム工業所(同県香芝市)は「高い価格で販売され、自分たちの技術に自信がついた。自社で展開するブランドも、価値をさらに高めて発信したい」とする。

ヘップランド開業にあたっては、クラウドファンディングで集めた約400万円を活用。ギャラリーやイベントに使用できるスペースや喫茶コーナーなども備える。川東社長は「地域のものづくりに関わる面白い人や場所も知ってほしい。産業観光の場として活用できれば」と説明する。「便所サンダル」としておなじみの、ポリ塩化ビニール(PVC)製のサンダルを変化さ



一般社団法人
東靴協会

千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656

(8月号)



せたのが「BENSAN(ベンサン)」だ。甲部分を革製のキルトで覆って飾り房のタッセルを付けるなど様々な工夫をこらす。スポーツやアパレル事業を手掛けるリアルスタイル(大和高田市)のディレクター、藤沢豊生さん(34)がまず、「トイレと真逆の紳士靴をイメージ」して企画。同社の「bench(ベンチ)」ブランドのひとつで18年前から展開する。



様々な装いに変身させた「ベンサン」

ベンサンの土台に使用するのは同県御所市の老舗、ニシベケミカルのサンダルだ。耐久性だけでなく、質感や細かに再現された縫い目などに藤沢さんが着目。ニシベケミカルに声をかけ協業が始まった。同社の西辺光雄さんは「サンダルを見たときは驚いた。

自分たちでこんな発想は出なかった」と話す。

これまで100種類以上を投入した有名セレクトショップでも扱われ、フランス・パリでも展示会を開いた。

土台のサンダルの価格は1000円台が多いが、ベンサンの主軸商品の価格は8000円台中心と、価格も大きく変身した。

奈良県の履物産業は、農家の副業の草履づくりをルーツとして発展したとされる。ただ安価な中国産の流入などで、最盛期に1000社以上あったというメーカーは5分の1以下に、樹脂製サンダルメーカーは3社まで減少した。

藤沢さんは「奈良の製造業は下請け中心だが、高い技術を持つメーカーや職人も多い。サンダルだけでなく様々な分野で協力したい」と話す。若手が吹かせる新たな風が、地域の製造業も刺激しようだ。(日経MJより)

当協会も「東青会」が靴の記念日、靴まつりイベントを始め、ホームページの見直し等、各事業の企画等に新風の送り込みを進めている。今後の活躍に期待するところだ。

靴小売業決算情報3

前号に続きFW誌7月号に靴小売業各社の決算情報が掲載された。

◎アキレス

プラスティックと

産業資材は伸ばす

当期の連結業績は、価格改定の効果もあり、売上高829億1700万円(前期比9.2%増)となった。営業利益は一層のコストダウン活動や価格改定を推進したが、コスト上昇分を補うには至らず7億1300万円の営業損失(前期は8億5500万円の営業利益)となった。経常利益は、1億1700万円の経常損失(前期は15億9500万円の経常利益)となった。当期純利益は、12億400万円の純損失(前期は1億5250万円の純利益)となった。事業別の売上構成はプラスティック事業54%、産業資材31%、シューズ15%となった。

シューズ事業は

市況悪化で減収

シューズ事業では、主力であるジュニアスポーツシュー

ズ「瞬足」、並びにランニングシューズブランド「BROOKS(ブルックス)」は好調に推移したが、コロナ禍での市況悪化の影響を受け、全体では前年売上げを下回った。シューズ事業の売上高は13億8700万円(前年同期より1億1000万円の減収)となった。セグメント損失は、販売費の削減効果もあったが、円安による仕入れコスト増加により9億7100万円(前期は6億8100万円の損失)となった。

アキレス

2023年3月期の連結業績 (2022年4月1日～2023年3月31日)		
	(百万円)	対前期増減率%
売上高	82,917	9.2
営業利益	△713	—
経常利益	△117	—
純利益	△1,204	—

◎アシックス

世界全域で過去最高の売上

当期の連結売上高は4846億100万円(前期比19.9%増)と全地域で2ケタ成長し、為

替の影響を除いても9.6%増の成長となり、過去最高を記録した。粗利益率は、主に仕入為替の悪化や欧米での物流費の高騰があったものの、チャネルミックスの良化や販売価格の適正化に努め、49.7%と前連結会計年度を上回っている。営業利益についても前期比で大幅増益の340億円(前期比54.9%増)と過去最高となり、「中期経営計画2023」における営業利益の目標である250億円を前倒しで達成した。

EC(電子商取引)

全世界におけるECの売上高は863億円(前期比35.3%増)と引き続き伸びた。又、OneSICS 会員数は730万人(前期比35%増)となった。

中華圏地域

中華圏地域の売上高は624億円(前期比18.7%増)と大幅に増加。厳しい消費環境だったが、売上高はパフォーマンスランニングでは、34.5%増、コアパフォーマンススポーツでは58.5%増、スポーツスタイルでは40.7%増と大幅伸長した。19年比較ではパフォーマンスランニングの売上高は137.3%増と2倍

超の成長となった。

パフォーマンスランニング

売上高は2582億円(前期比24%増)となった。地域ごとの売上高について、欧州地域では前期比20%増、中華圏地域やオセアニア地域では同30%増、東南・南アジア地域では同50%増と各地域で大幅伸長した。

オニツカタイガー

売上高は430億円(前期比11.6%増)インバウンド売上高が回復傾向にある日本地域では35.8%増、東南・南アジア地域では2倍超の伸長を見せた。

アシックス

2022年12月期の連結業績 (2022年1月1日～2022年12月31日)		
	(百万円)	対前期増減率%
売上高	484,601	19.9
営業利益	34,002	54.9
経常利益	30,913	39.5
純利益	19,887	111.5

◎ミズノ

2000億円台と

過去最高の増収増益に

グループ成績は、売上高2120億4400万円(前年比22.8%増)、営業利益129億4500万円(同31.1%増)、経常利益は140億3900万円(同27.9%増)、当期純利益は99億1000万円(同28.4%増)となり、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益はいずれも連結決算の開示が制度化されて以降最高となった。セグメントの業績は次のとおり。

ミズノ

2023年3月期の連結業績 (2022年4月1日～2023年3月31日)		
	(百万円)	対前期増減率%
売上高	212,044	22.8
営業利益	12,945	31.1
経常利益	14,039	27.9
純利益	9,910	28.4

日本

新事業環境が改善、世界大会が大きな盛り上がりを見せ

た野球やサッカーに加え、インドアスポーツの商品も好調に推移。加えて、非スポーツ事業であるワークビジネス事業も好調。この結果、売上高は最高の1315億700万円（前年比15.1%増）、営業利益は59億9500万円となった。

海外はゴルフと

ランニングがけん引

欧州 主要事業であるランニングシューズの販売が回復。また、ゴルフクラブの販売も引き続き堅調に推移。この結果、売上高は251億3900万円（前年比31.5%増）、営業利益は16億6900万円と、それぞれ過去最高の結果となった。

米州

引き続きゴルフクラブの販売が好調を維持しており、業績を牽引。また、野球やバレーボールなどの競技スポーツ品の販売も堅調に推移した。この結果、売上高は310億6700万円（前年比40.1%増）、28億2600万円となった。

アジア・オセアニア

全域で業績は好調に推移し、ゴルフクラブやランニングシューズ、サッカースパイク

クなど幅広い商品群で業績が拡大した。この結果、売上高は243億2900万円（前年比43.8%増）、営業利益は22億7600万円と、それぞれ過去最高の結果となった。

◎ヨネックス

アジア、欧米で大幅増収

連結売上高1070億1900万円（前期比43.7%増）、営業利益100億6300万円（同49.3%増）と大幅な増益。経常利益は99億6100万円（同37.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は73億3100万円（同26.8%増）となった。スポーツ用品事業の業績は次のとおり。

ヨネックス

2023年3月期の連結業績

(2022年4月1日～2023年3月31日)

	(百万円)	対前期増減率%
売上高	107,019	43.7
営業利益	10,063	49.3
経常利益	9,961	37.5
純利益	7,331	26.8

日本

国内は、バトミントン、ソフトテニス等の部活動需要の回復で市場が活性化し、大幅な増収。売上高は477億5000万円（前期比27.3%増）、営業利益は14億7800万円（同1.1%減）となった。

アジア

中国では、前期に続き地域を拡大して実施している体験型イベント、各種大会の開催により競技のすそ野拡大がみられたことで販売が伸長。円安により円換算の業績が押し上げられた影響もあり、大幅増収となった。利益については、増収による売上総利益の増加により、大幅な増益となった。この結果、売上高は496億6200万円（同60.4%増）、営業利益88億2100万円（同77.2%増）となった。

◎ゼビオ

シューズ部門の後押しで

売上増に

連結業績は、売上高2392億9300万円（前年同期比7.2%増）、営業利益83億2700万円（同66.6%増）、当期純利益53億9700万円（同40.7%増）となった。新規出店及び閉店について

は、31店舗を出店し47店舗を閉店。グループの総店舗数は883店舗となった。

ウインタースポーツ部門

都心部のシェア拡大を図ったことによる新規顧客の獲得はあるものの、低調に推移した。ウインタースポーツ部門の売上高は、前年同期比39%の減少となった。

ゴルフ部門

フィッティング販売による接客サービスの強化を図ったことにより客数も増加し、引き続き好調に推移。ゴルフ部門の売上高は、前年同期比9.1%の増加となった。

ゼビオ

2023年3月期の連結業績

(2022年4月1日～2023年3月31日)

	(百万円)	対前期増減率%
売上高	239,293	7.2
営業利益	8,327	66.6
経常利益	9,242	17.7
純利益	5,397	40.7

行動制限や人流の回復で
シューズ部門は10%増
一般競技スポーツ
シューズ部門

シューズ部門

一般競技スポーツ・シューズ部門では、部活動の活性化や国際スポーツ大会の盛り上がりも後押しとなり前年を上回った。行動制限の緩和や、人流の回復に伴い、タウンシューズやウォーキングシューズも好調。以上の結果、前年同期比10.7%の増加となった。

スポーツアパレル部門

スポーツアパレル部門では、一般競技スポーツの需要回復に加えて、天候にも恵まれたこともあり堅調に推移した。売上高は、前年同期比2.5%の増加となった。

アウトドア・その他部門

アウトドア・その他の部門では、キャンプ市場の拡大が一巡してきている一方で、トレッキングはカジュアル層を中心に山登り需要が回復。売上高は、前年同期比5.3%の増加となった。

☆投稿募集

身近な出来事・コロナ後の取り組み・旅の思い出等、皆様の投稿をお待ちしています。

理事会・支部連絡会

だより

令和五年七月二十七日(木)
午後二時、西村記念ホール

出席者15名
本内副会長の司会で理事会を進めた。

はじめに、栗原会長より「コロナ禍が明けて平常に戻りつつありますが、この数年間で世の中の様子が大きく変化しています。靴業界もスニーカーの販売が更に大きく伸びてきています。インバウンドのお客様も戻りつつあります。その中で、パンプスやビジネスは苦戦しているようです。この変化に乗り遅れないよう、いろいろ模索して新しい日常に向けた取り組みが商売においても必要になっていきます。外国人とスニーカーを取り組みのキーワードとなるのではないのでしょうか。当協会も新しい東青会を中心に活発に展開していますので期待しております」と挨拶を行いました。続いて議事に入った。

一、夏期レクリエーションについて

松戸専務理事より、9月12日(火)に「銚子犬吠埼ホテルの昼食と地球の丸く見える

丘展望館見学と香取神宮参拝」について現在まで参加希望者が少なく、実行できるか検討中。今後参加者が増えなければ中止としたい、と説明した。

二、シューフィッター養成講座について

FHAに委託をして行っている表記講座は、令和5年10月18日～20日まで両国「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までお申し込みください、と松戸専務より説明した。

三、靴まつりの実施内容について

松戸専務より、9月1日より毎年行っている靴まつりは催事広報委員会が中心になって企画している。今回からデザインも他のところに依頼し、イメージが刷新された。夏休み明けにポスター等配布物をお送りいたします。各店舗の協力をお願いいたします、と説明した。

四、防災用飲料水について

9月以降に例年通り発送いたします。送付先変更の方は連絡ください、と説明した。

五、その他

松戸専務より今後の各委員

会、理事会等の予定を説明した。

東青会では多くの皆様の意見も聞きながら進めたい、とのことから次回の8月23日より関心のある方はぜひご参加いただきたい。さらに本内副会長より新しい靴店が協会に加入したいと感じる協会でありたい。そのためには何をしたい。と補足し、理事会は終了した。

スマホ3時間で 脳の発達ゼロに

東北大学のインターネット使用と脳の発達調査によると、11歳223人の3年間追跡調査で、スマホを毎日3時間以上使うと脳が全く発達せず、勉強を頑張っても、睡眠をきちんととつても、成績が平均以下だった。

脳の広い範囲、認知機能を支える前頭前野、記憶や学習に関わる海馬、言葉関係領域、感情の処理領域などで発達に悪影響が見られ、脳の神経細胞の本体が集まる灰白質の状態の画像が公開されたが、広い面積が黒ずんでいた。

また、紙の辞書で言葉を調べた時とスマホで調べた時で、前者は脳の前頭前野が活

発に働くのに対し、後者は脳が動かずボーとした状態に近かった。

しばらく後に単語の意味を思い出せるかのテストでは、紙の辞書利用が4割を思い出し、スマホの場合は0だった。

サンプル数が少ないが画期的な研究で、日本の将来や世界の将来に極めて重要だ。内閣府の22年度調査、10～17歳5000人対象で、平日のネット平均利用は小学生3時間34分、中学生4時間37分、高校生5時間47分。ティクトックやユーチューブなど動画視聴が多い。子供は感情をコントロールする前頭葉が未発達だが、SNSやネット動画は五感を刺激するものが多い。視聴時間抑制のルールは必須だ。(FW7月号より)

東京都中小企業景況調査(6月)

業況：小休止

見通し：慎重な見方、わずかに強まる

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	6月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	337	38.5%	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	6月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	295	33.7%	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					

靴専門店・大手三社の 直近3か月売上推移

全般的に気温が高く、外出機会の増加により、売上は増加した。サンダルをはじめ季節商品が好調に推移。

(チヨダ)

夏休み需要もあり、都心路店や商業施設を中心に好調に推移。猛暑が続く夏物商品の購買が好調。(ABCマート) 記録的な猛暑の影響でサンダル等シーズンアイテムや、旅行など外出の増加でスニーカーも好調。(ジーフット)

社名		5月	6月	7月
チヨダ	既存店売上	5.8	7.4	9.7
	客数	-2.9	-2.4	0.8
	客単価	8.9	10.0	8.8
	店舗数	922	917	915
ABCマート	既存店売上	15.6	19.5	24.2
	客数	4.1	6.7	11.7
	客単価	11.0	11.9	11.2
	店舗数	1085	1085	1082
Gフット	既存店売上	4.2	4.9	12.0
	客数	-7.6	-8.3	-0.6
	客単価	14.5	15.9	20.7
	店舗数	694	689	684