

コロナ禍で3年間で中止になっていた東靴協会夏期レクリエーションを4年ぶりに開催することができた。

この4年間で毎回参加いただいていた方も高齢になるなど、参加者が減少し、今回は16名で実施した。

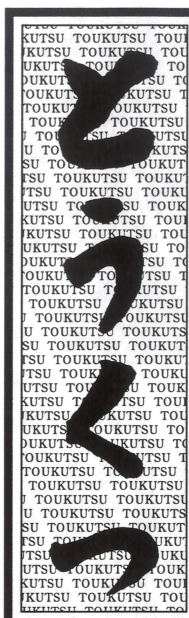
例年通り出発は協会前から、集合が早かったため予定より早めの7時20分に大型バスでスタートした。

神田から首都高速・東関道と進み、車内で松戸事務局長が挨拶、続いて今回もお世話になるタウントラベルの清水添乗員から本日のコース、ガイドの松岡さんより注意事項などの説明があった。バスは酒々井SAで最初の休憩をとり、最初の目的地「香取神宮」へ向かった。

道路もすいていたため予定より早く到着した。参道のマ

第68回レクリエーション

4年ぶりの開催



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(10月号)



イナスイオンを浴びながら、国の重要文化財指定の本殿へ向かった。見学時間も長く、健脚の方は「要石」や「奥宮」まだ足を延ばした。

次の目的地「地球の丸く見える丘展望館」にも早めに到着し、ゆつくりと見学することができた。

屋上の展望台からは太平洋が360度見渡せ、地球の丸さを実感できた。



昼食は「犬吠埼ホテル」で海の幸が中心のコース料理を堪能し、食後にはカラオケや温泉で日ごろの疲れを癒した。次に銚子港近くの「ウオッセ21」で買い物と休憩を取り、バスは神田に向けて帰路についた。



諸事情で参加者が減少していますが、移動はほとんどバスを利用し、歩くところも少なく高齢の方でも安心して参加できるような企画を考えています。奥様やお子様など来年は多くの皆様のご参加をお待ちしております。

GU軽量ブーツ、足取り軽く



GUは厚底ながら軽量の「レースアップブーツ」を発売した

ファーストリテイリング傘下のGUは秋冬向けに軽量化した女性向けブーツの販売を始めた。片足で約300gと一般的な商品と比べ約100g軽くした。長時間履いても疲れにくいのが特徴で、機能性とファッション性を両立した。コロナウイルス禍が収束して高まっている外出需要を取り込む。

GUは女性向けの「ライトウエイトポリウレームソールブーツ」をこのほど発売した。靴の側面が伸縮性の高い布であるゴアを採用した「チェル

シーブーツ」と、靴の前面にひもをあしらった「レースアップブーツ」の二種類。販売価格はいずれも3990円。片足の重さは約300g。GUによると、一般的なブーツは400g程度ある。丈が長いブーツの場合は600g近くになる商品も多いという。履きやすさにもこだわった新商品はEVA(エチレン・酢酸ビニール重合樹脂)という軽量素材をソールに採用した。ランニングシューズにも使われる素材で柔軟性と弾力性が特長。厚底ながら履きやすいという。

GUは2021年に発売した「ウルトラストレッチブーツ」も、この秋冬の販売に向けて刷新した。従来は平べったいインソールを使っていたが、改良後は足裏を包み込むカップ状の「カップインソール」に切り替えた。履き心地を追求したためだ。

同社がブーツの履きやすさといった機能性を追求する背景には「楽さ」への需要が高まっていることがある。コロナ禍で遠出の機会が減り、自宅周辺で楽に着用できるスニーカーやサンダルの上上が伸びた。外出機会が増えた今でも、おしゃれを楽しみたいが楽はしたいといった消費者心理に対応している。

皮革・革製品を

取り巻く誤解

エコ、サステナブル、SDGsなどのワードをよく聞くようになった昨今、ある調査によると、全体の約7割の人が環境問題に関心があり、そのうち9割が、何らかの取り組みを実施していることが分かりました。環境問題への関心は非常に高まってきています。しかし、皮革／革製品については、主に「4つの誤解」が生まれてしまっています。その誤解をSNSやメディアなどで拡散してしまっている例を見受けまます。

(一社) 日本皮革産業連合会では、21年より Thinking Leather Action (TLA) というワーキンググループを発足し(皮革・革製品のサステナビリティーを発信していく)というスローガンのもと、消費者に向けて革に対する誤解を解き、革がエコでサステナブルな素材であるという情報を発信しています。

①皮革・革製品のために

動物を殺しているという誤解
毛皮が問題になり、廃止が相次ぐ中、天然皮革も同様であると、誤解されることが多

い。また、皮革が食肉の副産物であることも消費者に知られていない。「革のために動物を殺している」「革を使うと動物がかわいそう」というイメージにつながっている。皮革・革製品のために動物を殺すことはありません。すでに一部の皮は革製品にならずに廃棄しており、皮は余っている状況です。皮以外にも、血液や骨に至るまで、余すことなく(化粧品や医療、油脂、カラーゲン、ゼラチン、肥料など)活用しています。

革関連業界は、あくまで食肉の副産物で成り立っています。革製品を作るのをやめても、動物からお肉をいただく際に皮は出続け、廃棄に伴う新たな環境問題が発生します。食肉文化が続く限り、命の一部を無駄なく大切に利用しているのです。

②革製品を作るのを

やめれば、畜産での

CO₂が減るという誤解

「革を使うのをやめれば畜産のCO₂が減る」などの誤情報がある。著名人により拡散されています。これにより「革製品を使うこと＝環境に悪い」というイメージにつながっているのです。

もし革製品を使うのをやめても家畜の飼育頭数に影響し

ないため、畜産のCO₂は減少しません。出続ける皮を廃棄しなければならなくなり焼却や埋め立てのため、大量のCO₂を排出することになります。また、代替素材を製造するためさらなるCO₂を排出する可能性もあります。皮革は世界最古のアップサイクル(使わなければ廃棄となる素材の有効利用)素材であり、脱炭素にもつながるエコでサステナブルな素材なのです。

③天然素材は

石油素材に比べ

環境負荷が大きいという誤解

アパレルの世界的な業界団体であるサステナブル・アパレル連合(SAC)が2012年に開発した環境・社会負荷の測定ツールにより、天然皮革は環境に負荷が大きいと発表されました。原因は、化石燃料ベースの繊維が原料物質の製造のみの数値なのに比べ、皮革・天然繊維は製造に

加え、農場のデータが多く入ったためです。現在、このスコアは環境をビジネスに利用しているという理由で、ノルウェーで違法、EUでも限定的な使用に限られ、実質、効力を失いました。しかし、当初のインパクトは強く、当時の天然皮革に対する誤解は

現在も受けたままになっています。

④革の代替素材

ヴィーガンレザーなどは、

皮革よりサステナブル

であるという誤解

ヴィーガンレザーとは、非動物性由来の革を模した素材のこと。キノコの菌糸を使ったりモノが有名だが、最近では植物系の廃棄物(リンゴ・サボテン)を利用したものも多い。非動物だが「レザー」と名乗り、プロモーションに必ずついていいほど「動物を殺さないから良い」「天然皮革より環境負荷が少ない」とうたわれることが多いのが問題なのです。

現状は、つなぎに石油系の樹脂を使ったものが多かったり、製品寿命が短く、強度が劣るものが多数存在します。問題点は、動物由来でない商品品を革に似せて「○○レザー」と呼ぶことが、消費者に誤認を与えるのです。

世界的にISO規格や、日本のJISにおいても「革」「レザー」の定義は「動物の皮」「動物由来のものでなければならぬ」という記載があり、イタリアやポルトガル、ブラジルでは動物由来以外の製品に「レザー」というワードを使用することを法律で禁止し

ています。

【お客様からの問い合わせ

メールの望ましい回答】

お客様からの質問の回答として、参考にしてください。

☆貴重なご意見を、ありがとうございます。

☆我々が使用しています牛革は、畜産、食肉の副産物であり、革製品のために動物の命をいただくことはありません。

また、仮に革製品の製造をやめると、日本だけでも年間約100万頭分の牛の皮が出続け、革素材を利用することなく廃棄しなければならず、莫大な二酸化炭素が排出されます。

☆人類との付き合いが長く忘れられがちですが、天然皮革は、世界最古のアップサイクル(使わなければ廃棄する素材の有効利用)素材と言われ、使用するだけで環境問題に貢献できる素材と判断し、弊社では採用しております。

☆もちろん、使用するにあたり常に動物への感謝を持ち、食肉文化が続く限り、余すところなく製品を作らせていただいております。

☆いただいたご意見も参考にさせていただきます。環境に配慮された他素材などの使用も検討

(三面へ続く)

登山ブームで トレイルラン鞋に脚光

アウトドアから派生して、登山が人気だ。確かに登山を始める人たちが増えたように思う。あまりなじみのない人にはピンとこないが、観光庁が発表した旅行・観光消費動向調査によると、2022年の国内宿泊観光・レクリエーション旅行におけるキャンプ場の利用者は前の年と比べて21%増えた。

また登山地図GPSアプリ「YAMAP」についても、ダウンロード数は累計で370万を超えた。合コンのハイキング版であるゴーハイ（合同ハイキング）も行われているらしく、実際に山で出会った人と結婚したという話も耳にする。



2019年のリブランドを機に、アウトドアファン以外にも人気を集める米国初の「メル」

ハードなイメージのある登山だが、個人的にはとても

ファッション要素が多いと思う。というのも、街で着られるギア（アウトドアではアイテムをギアと呼ぶことが多い）が豊富、ブランドも多彩、そして何より機能に導き出されたミニマルなデザインは老若男女問わずコーディネートとして取り入れやすいからだ。

実際ストリートでも人気で、現在ではさまざまなカテゴリーを用意する「ザ・ノース・フェイス」も元々はアウトドアが出身。ブランド名は、山岳で登山が難しい「北壁」を意味する。高機能素材の代名詞になった「ゴアテックス」も、初めての受注はアウトドアメーカーからと言われている。死に直結する出来事が多い登山において素材や形が生まれ、それをうまくスペックダウンすることで現代の様々なフィールドに転用されるさまは、まさに上から下へ、である。

そんな登山アイテムだが、特に着用者が如実に増えた実感するのがトレイルランニング用に開発されたトレイルランシューズ。スニーカーライクな厚底ソールに軽量化に仕立てられたアッパーが特徴で、今街で履かれているスニーカーとの共通点も多い。カラフルなカラーリングや、

ハイキング時に小枝などの内部干渉を防ぐラバーコーティングなど、ディテールはしっかりとトレッキング仕様になっているのがロードランスニーカーとの違いだ。

そもそもこれまでのトレッキング、アウトドアシューズは「ダナー」に代表されるようなゴツいしつかりとしたブーツが主流だった。しかし、ライトな登山やハイキングユーザーを対象に、より馴染みやすいスニーカータイプが主流となった。トレイルランではアウトドアブランド以外にも新興スニーカーの雄「オン」や「ホカ オネオネ」、長年トレッキングシューズを提供してきた「サロモン」など様々なブランドがアイテムを発表している。面白いのがハイカットよりもローカットの方が人気という点。従来ならしっかりと足首をホールドしてくれるものが支持を集めていたが、できるだけ軽く可動域を広げるといってポイントカットが好まれているところが、登山のライト層が広がっていることを思わせる。

最近では「コム デ ギャルソン」が「ソロモン」とコラボレーションするなど、ランニング、バスケットボールといったコラボものにもトレイルランシューズが選ばれ始めている。

る。登山は登り優先だが、このトレンドの「登り調子」もどれほどか目を離せない。（日経MJより）

社長になりたくない91%

ビッグモーター前社長親子の違法で非常識な運営が露呈。一代で年商5千億円企業を築き、目黒区青葉台に470坪、噴水や茶室もある60億といわれる大豪邸に住み、熱海と軽井沢にも広大な別荘を持つ。無茶だがすごい実行力だ。

ビジネスコーチの「昇進昇格についての調査」で、「社長になりたい？」の質問に一般社員500人の91.4%が「なりたくない」、うち管理職566人中87.6%も「なりたくない」と回答。理由は「責任が重すぎる」が最多で「興味がない」「大変そう」と続く。緩く育ち、ハングリー精神無しが、現在日本は安全・自由・清潔で、民主主義で、戦争はせず、国民皆保険。給料は増えないが、昔、社会党や共産党が唱えた理想の社会をはるかに超えている。上昇志向はスポーツ以外で生まれにくい、人間としては品や質の醸成を目指せば良いのか。

（二面より）
討てていきたいと考えております。今後ともよろしくお願いたします。

（TLAホームページ（10月末開設 <https://tla-jia.or.jp/>）



企業の動き

チヨダ

トモエ商事を完全子会社化

チヨダは7月14日付けで、トモエ商事の株式取得（子会社化）を公表したが、8月28日に全株式取得手続きを完了し、完全子会社化したことを発表した。

移動する子会社の概要

名称・トモエ商事株式会社
所在地・東京都台東区浅草
事業内容・紳士靴卸販売
資本金・3000万円

創業・1948年4月
トモエ商事の業績は、2024年2月期第3四半期よりチヨダ連結業績への取り込みを予定している。

理事会・支部連絡会

だより

令和五年九月二十七日(水)

午後二時、西村記念ホール

出席者20名

矢代健二副会長の司会で理事会が始まり、最初に栗原会長が「先日イタリア・ミカムの展示会へ行ってきました。朝7時半に羽田空港へ着き、そこではアジア系の出国者が目立ちました。飛行機のコースもロシア上空を避けて飛行したためロンドンまで以前は12時間のところ14時間、帰りも同じく14時間かかりました。日本航空便を利用しましたが往復ともほぼ満席で、円安ユーロ高騰と言われているが海外旅行へ行く方は大勢いるのだな、と感じました。コロナ禍のため展示会は数年ぶりでしたが、イタリアのメーカーもだいぶ変化が見られ、スニーカーの生産が多くなっていました。世界的にカジュアル化が進んでいます。商品は来春夏のものですが、ペタンコの底のサンダルが多く感じました。会場は以前は8つのブースに分かれていましたが、今回は6つになりました。バッグの展示も多くなっていました。それぞれのメーカーが市内にショールームを構えるようになって、しかもイタリア人のみが入れるとのこと

で困りました。数年前から、特に中国メーカーのコピーを警戒しての対応のようです。またミラノ市内の靴店も、私が90年代に行き始めたところと比べると小さな靴店が多かったのですが、大きく減少していました。米国のブランドスニーカーショップは増えていますが、個人店舗が減少して、わが国でも同じ現象だと感じました。

また、長年お世話になってきたアジアリングさんが会社を整理することです。いろいろな観点から大きく業界が変化しています。我々も良く考えて対応していかなければならないでしょう、お互いに頑張りましょう」と挨拶を行った。続いて議事に入った。

一、第二回フィッティングカウセリング講座について
講師をお願いした小堤氏より説明を行った。この講座は3・4月で第一回、7・8月で第二回と行い、好評の中終了いたしました。今後は、次のステップの上級の要望もあり、現在先生のご協力もいただき、カリキュラムを作成し進めているところです、と説明した。

二、防災用水の各店発送状況
事務局松戸氏より説明。9月8日に会員各店舗に配布いたしました。この件についてご意見を伺ったところ、2

容器は大きいので500mlで対応しては、とのご意見がありました。今後検討して進めます、と報告した。

三、「シューフィッタープライマリー講座」について
FHAで行っている表記の講座は10月18日より20日の3日間開催されます。希望者は申し込んでください。と要請した。

四、夏期レクリエーションについて
事務局松戸氏より報告。4年ぶりに9月12日に行い無事に終了した、と説明。
(二面参照)

五、その他
事務局より今後のスケジュールの報告を行い理事会は終了した。

東京都中小企業
収益動向調査

令和4年度の売上状況

売上高は前年比で増加した企業が51.4%、減少した企業が48.7%となり、増収企業の割合は7.3ポイント増加した。中でも小売業は41.4% (前回30.0%) と増加した。規模別では規模が大きくなるほど割合が高く大規模は64.8% (同61.8%) となった。

令和4年度の経常利益状況
4年度の経常利益状況は増加した企業が24.0%減少した企業が44.1%となり、前回調査からほぼ横ばいとなった。

経常利益増減の主な要因

要因を増益企業で見ると「販売数量」が64.8%と最も高く、「販売単価」が18.0%で前回より2.9ポイント増加した。減益企業の経常利益減少の要因は製造、卸売業、小売業は「原材料・仕入れ価格」の割合が増加し、中でも小売業は35.2% (同14.1%) と20.8ポイント増加した。規模別にみると大規模では「人件費」が25.0% (同15.2%) と高い。

令和5年度の収益見通し

好転見通し企業が17.2%、悪化見通し企業が33.5%となった。

東京都中小企業景況調査(8月)

業況：わずかに下向き
見通し：弱含みで推移

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	8月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	331	37.8%	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	8月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	261	29.8%	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		7月	8月	9月
チヨダ	既存店売上	9.7	8.6	8.1
	客数	0.8	0.8	-0.1
	客単価	8.8	7.7	8.2
	店舗数	915	908	904
ABCマート	既存店売上	24.2	20.8	19.3
	客数	11.7	13.9	7.8
	客単価	11.2	6.1	10.6
	店舗数	1082	1074	1076
Gフット	既存店売上	12.0	10.5	5.2
	客数	-0.6	-4.1	-6.4
	客単価	20.7	16.9	14.8
	店舗数	684	672	661

靴専門店・大手三社の
直近3か月売上推移

気温が高く秋冬物の動きは鈍かったが、ビジネスシューズやスニーカー等年間商品が好調に推移した。(チヨダ) 都心部路面店や商業施設、ショッピングセンターの売上が好調。秋冬の新作スニーカーも好調に推移。

(ABCマート) 厳しい残暑が続く、秋冬物の動きは鈍かったが、ウォーキングシューズやスクールシューズが好調だった。(ジーフット)