



新しい年を迎える皆様のご健康と
ご多幸を心よりお祈り申し上げます
本年もよろしくお願ひいたします

令和六年元旦

賀新年



サスー活動調査によれば、靴小売専門店の年間販売額は5100億円。コロナ禍があつたものの、前回調査の2016年と比べると、5年間で24%減少している。店舗数は5100店弱。これは5年間で1100店の減少であり、1年でおよそ200店の店が閉店したことになる。

令和5年の靴小売店の状況は、昨年来の円安進行で輸送

費・原材料費のアップが続いた。製品の値上げが行われた。この影響で、売れ行きの減速、低迷が見られた。

大手3社の半期実績は、製品値上げの影響もあり客単価は前年を上回っているが、一方で、客数は前年を下回っている。

低価格帯を主力に構成する専門店ほど値上げの影響があり、ディリー使いの商品では価格志向はさらに強くなり、これまで扱っていたブランド

響で、サンタルが売れた。また、外出機会が増えたことで、ウォーキングタイプやアウトドアタイプなどが好調だった。

コンフォートに力を入れる専門店も、円安による輸入商材の値上げにより、買い上げ頻度が落ちている。ビジネス需要も回復しているが、ビジネスカジへの移行という形での復活も見られる。

昨年は暮れになつても地方靴専門店が倒産するなど明か

位で、それ以外はブランドの力が強く、ブランドの了解なしには新規口座は難しいそういうである。

い
参加は無料
この1年コロナの3年間で
大きな変化が起り、今まで
の常識を見直さなくてはと
言つてきた。事務局にはご苦
労だと思うが、メール、ワー
ド、エクセルを使い、新しい
考え方に基づいた事務局を目
指して欲しい。

最後に私は令和3年2月に
山梨県富士吉田市の富士急富
士山駅近くに31室のホテルを
開業しました。2年間はコロ
ナの影響もあり苦労しました

令和6年年頭所感

一般社団法人 東靴協会

一般社団法人
東靴協会
〒107-0052 東京都港区銀座四丁目1-6-17

1001 (323)



産業省の「事業再構築補助金」による新事業の展開など難しいと思うが、後継者と話してみたらいかがだろう？ 東靴協会事務局について昨年事務局業務の半を担つていたTさんが退職し、その業務については税理士常勤の事務局代行業務を行う「公益総

が、昨年の3月から急速にインバウンド客が増え、現在でもその勢いは衰えていません。高速バスで新宿バスタードから富士山駅とを往復しているので、気が回らないこともあると思いますが、本年もよろしくお願いします。

るい話題の少ない年であつた。またスニーカーではニューバランスの靴専門店の口座削減があり、グローバルスポーツメーカーの販売戦略が大きく転換し、直営路面店やオンラインストアの拡大に注力するようになつていて。会社案内に60のブランドがあり(株ヒロセ(本社仙台・東京営業所、浅草6-1-2-3電話03-6842-0612担当大塚)に問い合わせたところ、現在販売可能なのは「Skechers」位で、それ以外はブランドの力が強く、ブランドの了解なしには新規口座は難しいそうである。

研株」に委託した。1年過ぎたので、業務内容について両社で検討してみたい。現在の会議の進め方だが、いきなり事務局が会議席上で発表するのではなく、会議出席者に事前にその内容をメールで送り、各自の意見を反映するようにしてほしい。また、毎月の理事会後に理事さんを中心に情報交換を含めた懇親会を開いているので、会員の皆さんにも気軽に参加していただきたい。(事務局にお問合せください、参加は無料)

この1年コロナの3年間で大きな変化が起り、今までの常識を見直さなくてはと言つてきた。事務局にはご苦労だと思うが、メール、ワード、エクセルを使い、新しい考え方に基づいた事務局を目指して欲しい。

最後に私は令和3年2月に山梨県富士吉田市の富士急富士山駅近くに31室のホテルを開業しました。2年間はコロナの影響もあり苦労しましたが、昨年の3月から急速にインバウンド客が増え、現在でもその勢いは衰えていません。高速バスで新宿バスタと富士山駅とを往復しているので、気が回らないこともあると思いますが、本年もよろしくお願いします。

ママが子供の靴選びで 大切にしていることは

7・8歳までの子どもを持つママたち486人に、靴選びのアンケート調査をした。

(あんふあんWeb)

- ① 子供靴を買う頻度は?
半年に1回がトップ

普段履きの靴の購入頻度は

「半年に1回」が36.0%でトップ。次は「4~5か月に1回」

が19.5%。ベビー靴と思われるが、「1~3か月に1回」と

いう回答も11.5%あった。ま

た、「良いものがあれば」が

19.3%と不定期で、商品優

先で購入しているママもいる。

② 購入時に気を付ける事は?

着脱のしやすさを優先

靴選びで気を付けているこ

とを複数挙げ、3項目を選ん

でもらっている。結果は「着

脱のしやすさ」が64.0%、「履

き心地」51.0%、「サイズ」37.

9%の順。面ファスナーで、

甲部分が大きく開く等「着脱

のしやすさ」は子どもだけでなくママにとつても優先する

購入条件となっている。

③ 靴選びで不満なことは?

「汚れやすい」「洗いやすい」

子供靴に対する不満を複数挙げ、3項目を選んでもらっている。結果は「汚れやすい」

子供靴に対する不満を複数挙げ、3項目を選んでもらっている。結果は「汚れやすい」

「丈夫さ」26.1%、「デザイン」20.2%、「サイズ」18.3%、「着脱のしやすさ」16.3%、「成長の妨げになりそう」16.3%、「通気性」11.9%の順で不満を挙げている。汚すことが仕事の子どもであり、洗濯などを手入れがしやすく、丈夫な靴を望んでいる。「ちょうどよいサイズ」「5ミリ刻みのサイズ」を求めているママも多い。

- ④ サイズは何を参考に?

販売員の計測による

アドバイス

靴選びの際、「今履いてい

る靴のサイズを参考に」35.4%

、とセルフ・セレクション

がトップだったが、続いて

「時々計つてもらう」21.6%

、「毎回計つてもらう」21.2%

と測つてもらうが合わせて

42.8%あり、販売員による

計測をサイズ選びの手段にし

ているママが多い。また「売

り」20.4%いた。

⑤ シューフィッターの

9割のママが
対応経験は?

アドバイスを望む

シュー・フィッターの対応経験を聞くと「子供靴選びを

シュー・フィッターにアドバイ

スしてもらったことはある」

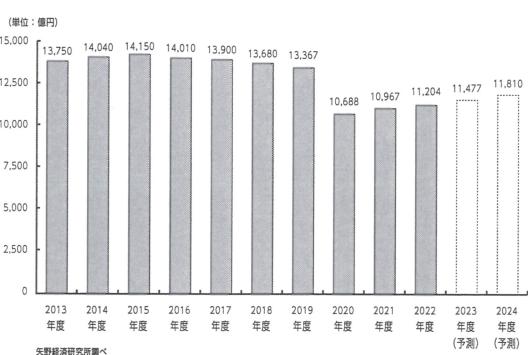
というママは45.1%にとど

ましたが、専門の人にアドバ

イスを受けるト」と興味はあるかは、「とても」「まあまあ」を合わせると9割ほどあつた。子ども靴選びでは専門的なアドバイスを求めているママが多い。

(FW誌11月号より)
イスを受けるト」と興味はあるかは、「とても」「まあまあ」を合わせると9割ほどあつた。子ども靴選びでは専門的なアドバイスを求めているママが多い。

靴・履物 小売市場の調査



矢野経済研究所調べ

(株)矢野経済研究所では、
「靴・履物小売市場に関する
調査」を実施した。

2022年度の国内靴・履物小売市場は、小売金額ペー
スで前年度比102.2%の1兆1204億円と推計した。

左記の表は小売り金額ペー
スでの2013年度より20

兆1204億円と推計した。
2012年度を境に縮小傾向
の行動変容が起きており、そ
れに伴うスニーカーの需要増
加による単価下落などにより
2016年度を境に縮小傾向
が顕著となっていた。その後、
コロナ禍での大幅な縮小を経
て、市場規模は緩やかに回復
に向かっている。

靴市場はビジネスシーンにおける服装のカジュアル化の流れにより「革靴離れ」や「パンプス離れ」といった消費者の行動変容が起きており、それに伴うスニーカーの需要増加による単価下落などにより2016年度を境に縮小傾向が顕著となっていた。その後、コロナ禍での大幅な縮小を経て、市場規模は緩やかに回復に向かっている。

新型コロナウイルス感染症の影響により中止や、縮小の措置がとられた学校行事を取り戻したことや、紳士靴および婦人靴とともに防水性やクッション性、通気性を備えた機能シューズが好調な売れ行きを示した。

靴市場はビジネスシーンにおける服装のカジュアル化の流れにより「革靴離れ」や「パンプス離れ」といった消費者の行動変容が起きており、それに伴うスニーカーの需要増加による単価下落などにより2016年度を境に縮小傾向が顕著となっていた。その後、コロナ禍での大幅な縮小を経て、市場規模は緩やかに回復に向かっている。

○ 将来の展望
2023年度の国内靴・履物小売市場規模は、小売金額ベースで前年度比102.4%の1兆1477億円と予測した。

原材料費高騰に伴う製品価格上昇などマイナス要因がある一方で、スポーツシューズを中心とした機能性シューズの好調やインバウンド需要の回復などによりプラスに推移すると見込む。特にコロナ禍

で消失したインバウンド需要の本格的な回復が期待される。2022年10月11日に海外からの個人旅行の受け入れを再開されるとビザ免除措置が再開され、訪日客数は急激に増加している。日本政府観光局によると、2023年1月の訪日客数は約150万人であり、コロナ禍前の2019年1月比55.7%まで回復している。都心部に展開するリテラ（小売業者）を中心に免

税売上の増加が報告されており、インバウンド消費の回復が同市場の回復を後押ししている。このような背景のもと、特に革製の紳士・婦人靴の需要が急速に減少しているものの、毎日を快適に過ごすための機能性シューズの人気の高まりや、環境負荷の軽い商品を選ぶサステナブルな消費スタイルの浸透、インバウンド需要の回復といったマーケットにとっての好材料も多く、今後の市場規模拡大に期待する。

☆ 投稿募集

皆様の身近な出来事などお寄せください。

コロナ禍での苦労や、

乗り越えた体験談など、

又、街のことや、旅の思

い出など、お気軽にお送りください。

事務局 FAX03-3252-5657

業界情報報

○ミズノ、カジュアル靴
ミズノのトレードマーク使わず
ランバードマーク使わず
主力の店
心斎橋に初出店した。同社の
イメージは運動用シューズが
強い。この市場は縮小が見込
まれるなかで、同社はカジユ
アルなスニーカーの市場を開
拓する。同分野の売上高を2
026年3月期までに倍増さ
せる計画だ。

このほど「ミズノショッピ
ング」を開設した。直営店
で2階建て店舗だ。カジュア
ルなスニーカー「ミズノス
ポーツスタイル」を中心に販
売している。内装には道路を
想起させる床面やブロック屏
板をあしらった壁面を採用。街
中で履いた時のイメージがわ
かやすいようにした。同社の堀越リテール営業部
次長は「ミズノには『運動靴』
以外の靴もあることを知つて

ミズノがカジュアルなス
ニーカーの販売に力を入れ
る。おしゃれなスニーカーの
開発だけでなくスニーカーを
中心とした業態を開発。大阪・

心斎橋に初出店した。同社の
イメージは運動用シューズが
強い。この市場は縮小が見込
まれるなかで、同社はカジユ
アルなスニーカーの市場を開
拓する。同分野の売上高を2
026年3月期までに倍増さ
せる計画だ。

矢野経済研究所によると、
22年の国内スポーツシューズ
出荷数量の39%がカジュアル
スニーカーで占められている。
特定競技に特化した
シューズのシェアよりも大き
い。同社がカジュアルスニ
ーカーの開発に力を入れるのは
こうした背景などがある。

15年に日常アパレル製品な
どをつくる「ライフ&ヘルス
事業部」を設立。おしゃれな
靴の開発に取り組み始め、16
年にはミズノスポーツスタイル
を発売した。ランバード
マークはあえて使わず「M」
をモチーフにしたデザインの
靴や、「BEAMS」「EDW
IN」などとコラボした靴を
市場に投入してきた。ミズノ
売れ行きは好調だ。ミズノ

品ぞろえにもこだわってい
て、空洞のある独特な靴底デ
ザインの「WAVE PRO
PHACY B2」(2万7
500円)は8月に発売した
人気商品だ。海外限定モデル
も販売している。

ミズノスポーツスタイルには「M」の文字を
モチーフにしたデザインの靴もある



ミズノショッピング心斎橋の売
上高は24年3月末までに約6
500万円を目指す。足元では
堅調な売れ行きで、今後の
店舗展開については「心斎橋
店の状況を見て検討する」と
している。(日経MJより)

○アシックス
ブラジル店舗3倍以上に

アシックスがブラジル事業
を拡大する。現在は15店舗に
とどまる店舗を、2026年

スポーツスタイルの23年4
9月期の売上高は前年同期の
2倍以上を記録した。ミズノ
全體の売上高は15%増の11
45億円。同期間としては過
去最高となるなど同社の業績
を牽引する。

広田康人社長は「ラジアル市場
1つとして位置づけていく。
広田社長が訪問先のサンパ
ウロで10月29日、日本経済新
聞の取材に応じ明らかにし
た。アシックスは現在、大都
市中心に直営店を15店を構え
ている。24年以降は地方部で
はフランチャイズ契約を活用
して、店舗網を大幅に広げる。
ブラジルは日本の22倍超の国
土面積があり、地域によって
気候や運動の習慣も異なっ
て、効率的に売り上げを伸
ばしていくべきと考えた。
ブラジルでは「売上高を毎
年10%程度のペースで伸ばし
ていきたい」と展望していた。
南米ではブラジル以外に注
力する国として、チリとコロ
ンビアに言及した。両国では
「売上高を毎年3~4割の
ペースで伸ばしていく」とい
う。

三起商行は「メイド・イン・
ジャパン」を売り物に海外市
場を開拓しようとしており、
シスターは本社のある久留米
市と佐賀市に自社工場を支え
、きめ細かな物作りを得意
としている。両社は安定した
取引関係を築くことで、相乗
効果を引き出すことを狙う。
(日経MJより)

○ミキハウス
ムーンスターの筆頭株主に

増やす。ランニングやテニス
向けの靴に力を入れていく。
府八尾市)は、靴製造大手の
ムーンスター(福岡県久留米
市)の筆頭株主になつたと発
表した。投資ファンドが保有
する全株式(24%分)を取得
した。ミキハウスは主力製品
の一つである靴の半分をムー
ンスターに生産委託してお
り、安定調達につなげる。

三起商行は、国内投資ファ
ンドのアント・キャピタル・
パートナーズ(東京千代田区)
が保有していたムーンスター
の全株式を買い取った。価格
は非公表。出資比率は第2位
の従業員持ち株会を上回る
が、ムーンスターの経営に関
連するつもりはなく、買い増
す計画も今のところないとい
う。

三起商行は「メイド・イン・
ジャパン」を売り物に海外市
場を開拓しようとしており、
シスターは本社のある久留米
市と佐賀市に自社工場を支え
、きめ細かな物作りを得意
としている。両社は安定した
取引関係を築くことで、相乗
効果を引き出すことを狙う。
(日経MJより)

理事会・支部連絡会

だより

令和五年十一月二十二日(水)

出席者15名

松戸専務理事より 理事会に先立ち、「先日、元事務局勤務の田中早映子氏が病のためご逝去され、先日ご葬儀も無事に終わりました。ここで哀悼の意を表し皆様で黙とうをささげたいと思います」と全員で黙とうを捧げた。

め、以前のような消費には絶
びつかないようです。では、
何が売れたのかを考えると、
好調だったのはスニーカー
で、この夏の猛暑が続いた影
響のサンダル、アウトドア関
連のカジュアルシューズも好
調だったようです。ビジネス
シューズは、以前からビジネ
ジと言われ、機能的なビジネ
スシューズが出回るなど、大
きな流れが変わってきていま
す。

更にブランドスニーカー各
社も一般店には卸さない流れ
になってきているようです。
一般店での仕入れ先も問屋も
減少し苦戦を免れません。現
在、山崎製パン、「」

め、以前のような消費には結びつかないようです。では、何が売れたのかを考えると、好調だったのはスニーカーで、この夏の猛暑が続いた影響のサンダル、アウトドア関

日の3日間、両国の「国際ファッションセンター」で、シユーフィット・養成講座を開催します。ご希望の方は、事務局までお申し込みください、と案内した。

湯本（河鹿莊）で開催いたします。奮つてご参加ください、と説明し参加要請した。

中央支部 定期総会開催

ロセ」は一般小売店にも卸しているようです。出張所も浅草にあり、取り扱いブランドもスケッチャーズ等あるようです。今後、我々中小店舗はますます厳しくなりますがお互い頑張っていきましょう」と挨拶した。続いて議事に移った。

一、「靴まつり」のお買物券の取り扱いについて

松戸専務理事より、先日の中選会で当選された方について、加盟店にはすでにリストを発送済みです。当選者には11月24日に発送予定となつて

一、「靴まつり」のお買物券の
取り扱いについて
松戸専務理事より、先日の
抽選会で当選された方について、
加盟店にはすでにリスト
を発送済みです。当選者には
11月24日に発送予定となつて
います、と説明した。

二、シユーフィッタ養成講座 東京会場開催について

開催した。
初めて議長に松戸支部長を選出し議事に入った。
第一号議案 令和4年度事業報告、二号議案 収支決算報告。三号議案 会計監査報告を担当者から説明した。
続いて、四号議案 令和5年度事業計画案及び予算案についても担当者から説明を行った。各議案とも、満場一致で承認された。

東京都中小企業景況調査(10月)

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	338	38.6%	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			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.婦人・子供服			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.靴・履物			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.かばん・袋物			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.装身具・身の回り品			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

小売業		業況		今後3か月間見通し (当月比)	
対象数	回答数	回答率	10月	悪い	良い
875	275	31.4%	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
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					

親和会総会・新年会
日時：令和6年2月
会場：箱根湯本温泉
「河鹿荘」
15日(木)～16日(金)
多数のご参加を
お待ちしています。
お申込みは事務局まで

社名		9月	10月	11月
チヨダ	既存店売上	8.1	2.1	14.5
	客数	-0.1	-4.8	3.6
	単価	8.2	7.2	10.5
	店舗数	904	899	899
ABCマート	既存店売上	19.3	7.6	14.1
	客数	7.8	-1.9	7.0
	単価	10.6	9.7	6.6
	店舗数	1076	1077	1060
Gショット	既存店売上	5.2	3.1	5.6
	客数	-6.4	-12.6	-14.1
	単価	14.8	18.0	22.9
	店舗数	661	661	663

需要や、プラックフライデー、セールが好調。(ABCマート) 全国的に寒い日が続き北海道・東北・北陸を中心いてレインシューズや防寒・防滑アイテムが好調、ブラックフライデーセールでスニーカーも好調な販売だった。

氣温が低下したため、ブーツ等の冬物が好調。東北、北海道を中心^{シテ}に雪関連商材が伸びた。

**靴専門店・大手三社の
直近3か月売上推移**