

平成29年1月5日  
日本百貨店協会

## 電子書籍『ヒト・コト・モノ語り(第15部)』の配信について

当協会の広報委員会(委員長:木本 茂(株)高島屋社長)で作成しました電子書籍『ヒト・コト・モノ語り』の第15部(*Episode 15*)を配信(無料配布)しましたことをお知らせします。

『ヒト・コト・モノ語り』は、百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルを紹介することで、業態の魅力をご理解いただくことを目的としており、平成26年9月から隔月(奇数月)で配信しております。

第15部(*Episode 15*)は、(株)そごう・西武の 斎藤 麻美さん～靴業界の未来を見つめるママさんマーチャンダイザー～をご紹介しました。

本誌を通じて、数値では表せない百貨店業態の魅力をご確認いただけますと幸いです。

『ヒト・コト・モノ語り』は、Google Books および  
Apple の Newsstand(ビジネス/投資)にて検索して下さい。

※ お問い合わせは、日本百貨店協会 広報担当(佐藤、森、西田)まで

TEL 03-3272-1666

FREE

百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルたち

日本百貨店協会

# ヒト・コト・モノ語り

~しあわせの百貨店 ハートウォーミング・ストーリー~

*Episode* 15

(株)そごう・西武

斎藤 麻美さん

～靴業界の未来を見つめる  
ママさんマーチャンダイザー～



## 「お客様にご満足いただける一足をプライベート・ブランドで——」

西武・そごうのプライベート・ブランド「リミテッド・エディション」。その婦人靴を担当するマーチャンダイザーの斎藤麻美さんがシューフィッターとともに開発したパンプスは、幅広い層から支持を受けた。靴が大好きという斎藤さんに、ヒット商品を生む秘密を聞いた。

軽快に履きこなして現れた。

マーチャンダイザーとは、市場調査から流行を予測して、どの商品をどれだけ作るか、価格はどうするか、どの店にどれだけ置くかなどを決めていく、商品開発から販売までを総合的に管理する仕事。情報収集力はもちろん、感性や好奇心、営業手腕も求められる。

斎藤さんは、2009年から婦人雑貨部のマーチャンダイザーとして経験を積み、2012年、婦人靴の担当になった。現在は自社の「プライベート・ブランド」「リミテッド・エディション」でママ用パンプスを開発するなど、ヒット商品を生み出している。

「リミテッド・エディションは、2009年から立ち上げた自社のプライベート・ブランドです。百貨店は、どこへ行ってもほぼ同じブランドの品が手に入ります。それは利点である一方、同質化から抜け出せないという問題でもあります。また、売上を考えた時も、同じお取引先様ばかりでは問題が

### お客様の要望に 応えられる靴を 一から作る

西武池袋本店2階の婦人雑貨フロア。そのほぼ3分の1を占めるのが、婦人靴売り場だ。

「ふさわしい靴を与えれば、女の子は世界を征服することだってできるのよ」

これはマリリン・モンローの言葉だが、女性にとって、靴はファッショングアイテムのなかで、特別な存

在。この日、訪ねたのは、その婦人靴のマーチャンダイザーとして活躍する、斎藤麻美さんだ。斎藤さんは、赤いヒールのパンプスを

あります。そこで、独自性と利益という二つの視点を重視して企画されたのが、「リミテッド・エディション」で扱うアイテムは、パンプス、カジュアル・シューズ、スニーカー、サンダル、ブーツなどと多岐にわたる。斎藤さんと、後輩マーチャンダイザーの二人で、そのすべてのアイテムの開発から販売までを手掛けているという。その数は半年で400\*SKUにのぼると



リミテッド・エディションの靴が並ぶ華やかな陳列棚。

\* SKU=Stock Keeping Unitの略で、在庫管理対象物の最小単位。アパレル商材では、一般的に品番／サイズ／カラーの分解機能をもつSKUで管理する。

お客様の足によりフィットした  
一足を送り出したい



「リミテッド・エディションでは、4年ほど前からは、店舗で働くバチュラー（上級）シユーフィッターとともに、木型の開発にも取り組んできました。それまでは、既存の木型を使っていたのですが、それだとお客様のご要望にお応えしきれないとおもてたんです」と斎藤さん。

バチュラーやシユーフィッターは、年間で膨大な数のお客様の足を計測し、ぴったり合う靴を選ぶ、いわば、靴選びのプロ。斎藤さんの耳に届いたのは、そんな現場からの嘆きの声だった。

「お客様の足を毎日見ているバチュラーから、甲の薄い方が増えていると聞いたんです。足の幅が見るように見えても厚みがないため、幅広の靴では前に滑ってしまう。店頭の靴ではおすすめできるものが少ないので、甲が薄くてもきちんと止まる靴を増やせないです」と

そこで、斎藤さんは、バチュラーと二人三脚で木型を一から作る決断をした。お客様の足により

フィットした一足を、リミテッド・エ



立ち上げから生産を依頼している株式会社紅谷製靴。社長の紅谷忠男さんと。

工程を要する。しかも、それぞれの工程は分業制。いくつもの会社が、一足の靴の製造に関わる。

「木型を作るには、木型屋さんに頼みます。木型が出来上がつたら、それに合う型紙屋さんを見つけなくてはいけません。そこでないと、靴にしたときにイメージがまったく変わってしまうんです。もちろん、革は革屋さんが別にいますし、すべてそ

れど変わつていつた。

「店頭で販売していたときは、ど

んな具合。

何度も足を運んで、チ

ックや修正を重ねていきます。

パンプスの場合、木型の開発から

足完成するまでには、8カ月くら

いの時間要しますね」

斎藤さんは、入社時から靴の販売を希望し、望みどおり、靴

の販売員として百貨店でのキャ

リアをスタートさせた。それ

は、就職活動 당시に、靴選びの難しさを実感したことが理由だつた。

「せっかくやるのであれば、難しいものに挑戦したかったんです」

そんな斎藤さんの性格は？ と、上司の婦人雑貨部部長の西駄真彦さんに尋ねた。

「ひと言でいうなら、負けん気が強い。相当な負けず嫌いです」

実体験がきっかけで「難しい」と感じた現場に飛び込んだ斎

藤さんだが、マーチャンダイザーとして仕事をしていくうちに、靴に対する思いはさらに深いものへと変わつていった。

「店頭で販売していたときは、どんな人がどんな風にして作つているか、その背景はまったくわからませんでした。店頭に並んでいる商品しか知らなかつた。でも、マーチャンダイザーになつて、足が出来上がるまでにどれだけの人が関わっているかを知ることで、靴に対する愛着はさらに深まりました」

ドア・ストップやリキューるな

## やるのであれば、難しい仕事に挑戦したい

一足の靴が出来上がるまでに、大まかにあげても10以上の

ど、パンプスの形をした物を見る  
と、ついついなんでも買ってしまう  
と笑う斎藤さん。そんな斎藤さ  
んを評して、西駄さんは語る。  
「マーク・チャンドイザーの資質で大  
切なものがいくつかあるとすれば、  
彼女はそれを複数持ち合わ  
せていると思います。一つは、どこ  
とん突き詰める行動力。一つ目  
は、何よりも靴が好きだという



雑誌などのタイアップ企画も多く、  
広報スタッフとの連携も必須だ。



「彼女は働くママとしても女子  
社員のお手本」と西駄さん。

こと。靴の話をしているときの彼  
女は、ほんとうに生き生きしてい  
ます。マーク・チャンドイザーとい  
う仕事は、扱う物のことをほんと  
うに好きじゃないといけない。仕  
事として見ていると、いつか限界  
が来てしまいます。そして  
もう一つ、彼女の武器となっている  
資質が、物怖じしない性格です」

## 飛び込んだ工場で体感。 靴業界への危機感

西駄さんが言う、「物怖じしな  
い性格」をよく表すエピソードが  
ある。斎藤さんはじつは2歳のお  
子さんを持つ働くママだ。2011  
年から9ヶ月、産休をとった。

「復帰後の2015年5月から、  
3ヶ月間、工場に机を置かせてても  
いい、製造過程を間近で勉強さ  
せてもらいました」

斎藤さんが飛び込んだのは、靴  
作りの全行程を国内の二つの工場  
で行っている珍しい現場だった。西  
駄さんは言う。

「工場は決して華やかな空間で

はありません。職人さんも彼女  
より一回りも年が離れているよ  
うな方ばかり。そんな職人さん  
が黙々と物作りをしている現場  
に、百貨店から女性が単身で飛  
び込むということは、ふつうは腰  
がひけるものです。でも、彼女は  
まったく平気。逆になかなか帰  
て来ませんでしたからね(笑)」

そうした現場へと斎藤さんを駆  
り立たたるのは、靴業界を憂うる



家族と数人の靴職人が働く。作業工程を目で確認できるのも強みだ。

強い気持ちだった。

現在、靴業界では、海外生産の  
商品が増えているという。価  
格は抑えられるが、大量生産に  
なるので、どうしても1回の発注  
量が多くなる。

「でも、そうすると、たとえば、そ  
ごう・西武では売れていても、ほか  
で数がさばけていないと、問屋さ  
んは次の追加ができません。欲  
しいときに欲しい商品が手に入  
らないという問題も出てくるし、  
職人さんにとっては、最初はたく  
さん発注が入り、生産したはいい  
けれど、その後はぱつたり暇にな  
ってしまう。職人さんは、つねに物  
を作つていていいんです。作る物が  
ないと困ってしまう」

斎藤さんが工場に飛び込み、  
身をもつて体感したからこそその  
言葉には説得力がある。とくに  
斎藤さんが赴いた、全行程を自  
社の国内生産でまかなう工場で  
は、職人を社員として抱える。發  
注が安定しないということは、給  
料も安定しないことになり、それ  
は、高齢化が進む職人にとって、



中敷きを削る手さばきも見事。丁寧な仕事のひとつ一つが性能の良い婦人靴を作る。

技を伝える後継者を育てられないという、さらに大きな問題へとつながっていくのだ。

「国内の工場で小ロットで生産できる仕組みをなんとかして作りたい。課題は山積みですが、各工場とより密に連携して、半年ごとくらいに一緒に計画を立て、安心して回していくよう、目下、改善を試みています」

日本の物作りは丁寧で素晴らしい。「絶対に失くしてはいけない」と語る斎藤さんのまなざしは、どこまでも真剣だ。

「小売業のなかで商品開発は、ま

すます重要なになります。そして物の作りを一から理解した人がお取り引きの交渉をするのと、そうでないのでは、まったくその質が変わってきます。彼女はもともとバイタリティがある人でしたが、お母さんになってさらにつながったと増えたと思いますね。百貨店にとって、女性は大きな戦力。彼女のよう輝いている人は、若い女性社員にも大きな刺激になつていると思います」と西

駄さん。

そんな西駄さんの言葉に照れたようにはにかみながら、斎藤さんは言う。

「自分ではあまり自覚はないんですけど、確かに子どもを産んでから、より強くなつたねと言われます。とくに家族からは(笑)。仕事と家庭の両立はもちろん大変ではあります。わたしは靴が、とりわけパンプスがやっぱり大好きなんです。もうあのフオルムが、好きで好きでたまらない。マニアックな話ですが、

して物の作りを一から理解した人がお取り引きの交渉をするのと、そうでないのでは、まったくその質が変わってきます。彼女はもともとバイタリティがある人でしたら、お母さんになってさらにつながったと増えたと思いますね。百貨店にとって、女性は大きな戦力。彼女のよう輝いている人は、若い女性社員にも大きな刺激になつていると思います」と西

駄さん。

「難しそうだからこそ、靴の販売をしたい」と、百貨店に入社した一人の女性は、母となり、いま自らの足元だけでなく、より広い視野で未来を見つめ、多くの人々の期待を背負う存在となつた。

とくに国産パンプスの、後ろから見たときのお尻がキラキラとしまつところなんて、ほんとに美しい。もう、一つの芸術品だとわたしは思っています」

「難しそうだからこそ、靴の販売をしたい」と、百貨店に入社した一人の女性は、母となり、いま自らの足元だけでなく、より広い視野で未来を見つめ、多くの人々の期待を背負う存在となつた。

「スターの靴職人」と称されたイタリアのサルバトーレ・フェラガモは、「自由に歩けるということは、人生を、自信をもつて歩いていくことだ」という言葉を残した。斎藤さんが多くの力を結集して、ともに生み出する一足の靴。それは、たくさんの人々が自由に人生を闊歩するための、未来を切り開く靴になるだろう。

## 西武池袋本店



営業時間:10:00-21:00 ※日・祝日は20:00まで  
〒171-8569

東京都豊島区南池袋1-28-1

TEL:03-3981-0111

<https://www.sogo-seibu.jp/ikebukuro/>

昭和15年、株式会社武蔵野デパートとして創業。昭和24年、株式会社西武百貨店に社名変更。平成21年、ミレニアムリテイリング、そごう、西武百貨店の3社が合併し、「そごう・西武」となる。現在は、そごう・西武を代表する本店として営業している。



## *Profile*

神奈川県出身。2005年大学卒業後、西武百貨店に入社。2009年から婦人雑貨部のMDとなる。2012年より婦人靴MDとなり、2015年5月から3ヵ月間靴工場で生産工程を学ぶ。現在は西武・そごうのPB「リミテッド・エディション」を担当。

# リミテッド・エディションの パンプスはココが違う!

バチュラーシューフィッターと一緒に木型作りから始め、  
お客様の足によりフィットしたパンプスが完成。その履きやすさの秘密を探る。

## <上級シューフィッター監修>

### 脱げにくいパンプスのヒミツ

甲

厚みは薄く、幅はしっかり持たせて  
前に滑りにくい設計。

かかと

人の足裏の形に近い、  
丸みのある木型を使って  
包み込まれているよう  
な履き心地を実現。

本底

柔らかく、  
返りが良い  
底材を使用。

つま先パット

痛くなりやすいつま先を、  
内側パットでやさしくカバー。

クッション

中敷きのクッションは  
低反発+高反発で  
クッション性をキープ。



通常、靴を作る際の木型は  
足裏が平らになっています。  
人間のかかとの形に合わせて  
かかと部分に膨らみをつけ、  
甲は薄く、前に滑りにくい靴を  
作る木型を開発しました。



パンプス【上から時計回りにラウンドトゥ、  
カラーベタンコ、チャンキーヒール】(リミ  
テッド・エディション／西武・そごう限定品)

「ママ用として打ち出しましたが、細部までこ  
だわり抜いたパンプスは、思いの外、幅広い方々  
にも受け入れていただけました」  
愛おしげにパンプスを見つめるそのまなざし  
は、優しい母のものだった。

情報網を生かして、ママ友からの意見も集  
め、開発に生かした。無料通信アプリ「LINE」  
で情報を配信するなど、初の試みも取り入れ  
ると、ママ層ではない顧客からの反応も大き  
かつたという。

「ママ用として打ち出しましたが、細部までこ  
だわり抜いたパンプスは、思いの外、幅広い方々  
にも受け入れていただけました」  
愛おしげにパンプスを見つめるそのまなざし  
は、優しい母のものだった。

## 女性誌と「ラボ ママ用パンプスがヒット

女性誌『VERY』と西武・そごうの「ラボ

で生まれたママ用パンプスは、2016年春、誌  
上で紹介されるやいなや、問い合わせが殺到し  
た。この「ラボ」を仕掛けたのは、斎藤さんだ。

「職場に復帰して、いちばんに思ったのは、『やっ  
ぱりまたパンプスを履きたい!』でした。産休

中に愛読していた『VERY』は、カッコいいママ  
のための雑誌。ぜひお力を借りしたいと思  
い、お話をさせていただきました」

情報網を生かして、ママ友からの意見も集  
め、開発に生かした。無料通信アプリ「LINE」

で情報を配信するなど、初の試みも取り入れ  
ると、ママ層ではない顧客からの反応も大き  
かつたという。

「ママ用として打ち出しましたが、細部までこ  
だわり抜いたパンプスは、思いの外、幅広い方々  
にも受け入れていただけました」

愛おしげにパンプスを見つめるそのまなざし  
は、優しい母のものだった。