

社会現象、産業変革を引き起こしたブーツブーム ①

シューフィル たち 城 いっ せい 生



60年代後半、フィットタイプのブーツスタイル（「東京シューズ連合見本市協会15年史」より）

ファッションのヤング化をリードしたミニスカートが全盛期を迎えた1968年、靴市場ではフィットタイプのロングブーツが大ヒットした。メーカー40社が70万足を生産、靴産業史などでは“第1次ブーツブーム”

だったと記されている。以後、70年代初めにかけて、ブーツは秋冬のファッションアイテムとして必須のものになっていく。

やがて74年、前年のオイルショックに端を発したモノ不足、買い占め騒動が続く不況の中、アパレルなど他産業の苦戦を尻目に、婦人靴市場では、パンプス類よりはるかに高単価のブーツが100万足を超える売れ行きを示した。パリのプレタポルテコレクションがブーツを強く打ち出し、急拡大中の女性ファッション誌がそれを大きく取り上げたこと、団塊世代以降の女性の社会進出が広まったことなど、その背景・要因は様々だが、巨大な第2次ブーツブームがここから始まった。

翌75年、それまでの編上げやフィットタイプのブーツに変わって、よりスタイリッシュで高品質のルーズフィット、セミルーズフィットが人気となりブーツ生産230万足、販売200万足のビッグヒットとなる。そして婦人靴業界は一気にヒートアップ、ブーツの企画開発、新規参入、設備投資、PRやイベ

ント、関連商品開発などに力がそそがれた。76年は生産400万足、販売370万足。3万円台の国産品、5～10万円の輸入品など高単価商品が増え、ファッション誌はもちろん一般誌や新聞でも頻繁に“ブーツブーム”が取り上げられ、10代の若者から40代50代のミドル世代までブーツの顧客となった。77年も勢いは衰えず生産450万足、販売430万足。ブーム商品ではなく季節商品として定着する一方で、ハーフやショートブーツ、カジュアルブーツなどバリエーションが広がり、余剰在庫が顕在化する。そして78年、生産は480万足とブレキがかからず、それでいて販売は380万足にとどまり膨大な数量の流通在庫を残してしまう。

ブーム6年目の79年、生産は290万足にとどまる。75年以前に比べれば大ヒットの数量だが、新たなブーツのトレンドを打ち出せず、在庫処分に四苦八苦する企業・小売店も多く、巨大ブームは収束する。

とはいえブーツは市場に定着し、以降も話題商品を提供していく。

（ブーツの生産・販売足数は業界誌「靴業界」のバックナンバーより）



1977年、ルーズタイプのブーツスタイル（靴卸スガヌマの商品カタログより）



1979年、東京シューフェアの会場風景