

## スニーカーと靴業界が出会った頃

シューフィル <sup>たち</sup> 城 <sup>いっ</sup> 一 <sup>せい</sup> 生

手にはスマホ、足元はスニーカー……そんな老若男女が街に溢れ、今や靴(カジュアルシューズ) = スニーカーとすら言われるほど。だが、1960年代までは、スポーツ分野や輸入靴の1カテゴリーの名称に過ぎず、一般的には運動靴とかズック靴、あるいはスポーツシューズと呼ばれていた。

70年前後からファッションのカジュアル化と低年齢化が進み、テニスやジョギングが幅広い年代層に広まり、ファッションとスポーツのクロスオーバー化が進んでいく。そして、大手のゴム靴メーカーでは従来品より1ランク上の商品を打ち出し、輸入商社は海外のスポーツ靴を展開し始める。それらの商品の多くが“スニーカー”と称され、従来のズック靴・運動靴などとは異なる“気軽に履けるファッションシューズ”であり、“スポーツライフにフィットする機能性”をアピールして、徐々に認知度を高めていった。

75年、そんな市場の動向を捉え革靴メーカー大手の日本製靴(現:リーガルコーポレーション)が「リーガルスニーカー」を発売、2年強で160万足を超える大ヒットとなった。競合する大手メーカーやゴム靴メーカー、スポーツ靴メーカーもスニーカーの展開に力を入れ、市場は急拡大する。さらに雑誌「ポパイ」の創刊、セレクトショップのミウラ&サンズ(後のシップス)やビームスの創業がブームを後押し、若者の間にジーンズ・Tシャツ・スニーカーのスタイルが定



大ヒットしたリーガルスニーカー

初の大型スニーカーショップ、  
アム・スポーツ

着していく。やがて街にスポーツ専門店が次々にオープンし、靴店のスニーカー取扱量も急増する。77年には当時の最大手靴専門店、アメリカ屋靴店が国内外のスニーカーを一堂に集めた大型店舗、アム・スポーツフットウエアを銀座にオープン、それまで靴店との取引を閉ざしていたスポーツ分野のブランド物まで品揃えするなど、消費者だけでなく業界内外からも注目された。

80年代以降、スポーツではフィットネス、サッカー、バスケット、音楽ではヒップホップが注目され、また人気アイドル・近藤真彦のデビュー曲「スニーカーぶるー

す」やスニーカーを履いた主人公の映画「フラッシュダンス」「バック・トゥ・ザ・フューチャー」などのヒットに象徴されるように、スニーカーはスポーツ&カルチャーヒーローに必須のアイテムとなる。そして、コンバース、アディダス、ニューバランス、ブルックス、リーボック、ナイキ、Kスイス、ロット……次々と人気ブランドが誕生していく。

しかし靴業界は、スニーカー台頭と流行時期が重なるDCブランドの展開に傾注し、80年代は伸張するが、90年代のバブル崩壊後には、ストリートファッションやインポート靴に押され低迷してしまう。前出のアム・スポーツも90年代半ばには20店舗を超える展開をしていたが、親会社のアメリカ屋靴店が99年に倒産し、同店が2000年代以降のスニーカー時代に飛躍することは叶わなかった。