

ぴったり靴ですくすく育て

「成長助ける」機能や親子おそろい人気



上幅の狭いものや足首を包むものなど様々な子ども靴=東京・練馬のコンフォートアルプス光が丘店で④足形をとってもらう山田優太くん=東京・新宿の伊勢丹本店で

95～5880円（税込
み）と多少割高だが、売り
上げは年々伸び、03年度は
前年比5割増しの10億円。
昨夏には、1～12歳の35

以前は「子どもは成長がはや
いから、大きめの靴をはかせて
おけばいい」という感じで、サ
イズも1㌢刻み、好きなキャラ
クターが付いているかどうかが
選ぶ基準でした。最近は、外反
母趾や扁平足など足の障害を防
ぐため、靴への関心が高まつて
います。

10歳くらいまでは成長が著しく、3ヶ月から半年で小さくな

つま先に余裕あり指動くものを

日本靴医学会常任理事 いのくち すぐる
井口 傑さん

い靴は、痛いし、不快です。
0・5^{センチ}刻みで、足幅も選べる子ども靴が出てきたのは歓迎です。ただ、高価なものは買い替えも大変。安価でも、ちようどよいサイズの靴をこまめに買いたい替えるのがいいでしよう。

ポイントは、かかとをしつかりつけた時、つま先に少し余裕があること。靴を履いてトントンとつま先の方に足を寄せたとき、かかとに子どもの手の小指が入る程度のすきまができるのが目安です。そして、靴の中で足指が動かせること。親指が靴の外から浮いて見えるようになつたら、もう小さすぎます。

メー カー、新商品続々と
足の成長を助ける」靴
離けばアシックス（本
神戸市）。独自の中敷
採足に近い感覚を追求
ブランド「スクスク」
年から展開し、現在は
から0・5秒刻みで20
00人の調査をも
の細い種類も発売
「全国の百貨店」
測会はいつも満員。
地方の子育てサーキ
も「選び方を教えて
頼ります」と曰

月星化成（本社・福岡県久留米市）は昨夏、摩擦に強い、砂が入りにくいなどの素材を工夫し、遊びの場面別に「自転車遊び用」「砂場遊び用」を販売。差別化を図る。14才から21才の子ども版を「ルコックスポルティフ」ブランドの子ども版とし、これまで0・5秒刻みで、260円（税込み）だ。

記念にとつておける箱入りのタイプは出産祝いなどに選ぶ人もいるという。

デサント（本社・大阪）は、「ルコックスポルティフ」ブランドの子ども版を昨年11月に発売した。大人に入気の定番モデルをアレンジした。

「運動量が多いし、毎日のことなので」と由紀子さん(43)。ランバイヤー、日朝さん(53)は「足の成長が早いから靴を買わなきゃいけない」と話す。靴割は重要です。めぐらしく同じように、靴も選んでほしい」と話す。

京都練馬区のコンフォアルプス光が丘店では認定する上級シューフィッターの資格を持ち、昨年は仲間と勉強会も開いた。

「足と靴と健康協議会」が同開発で、土踏まずのアーチ形成を助けるという中敷きを採用。12枚から0・5枚刻み、3990円(税込)で用意する。

「姿がよく見られるという。子ども靴売り場の面積は6年前の開店時の約10倍に広がった。「子ども靴に力を入れるメーカーが増え、買い手の関心も高い」と小林徹司店長(41)。靴メーカーは「足と靴と健康協議会」が認定する上級シューフィッターの資格を持ち、昨年は仲間と勉強会も開いた。

ミズノ(本社・大阪市)も昨年12月、3歳から7歳ぐらいを対象にした従来のシリーズに加え、歩き始めた1歳から4歳向けの販売を始めた。靴と足の発達などを研究するNPOとの共通開発で、土踏まずのアーチ形成を助けるという中敷きを採用。12枚から0・5枚刻み、3990円(税込)で用意する。

トウエア事業部マーケティング部の川島恵美子さん。ニーカー世代。子どもも同じブランドを、という人も多い」というのはナイキジャパン(本社・東京)。子ども靴にもロゴが付き、親子一緒に足元のおしゃれを楽しめる。

「今、親はスポーツ・ツューズの街履きに慣れた『スニーカー世代』。子どもも同じブランドを、という人も多い」というのはナイキジャパン(本社・東京)。子ども靴にもロゴが付き、親子一緒に足元のおしゃれを楽しめる。

子ども靴がにぎやかだ。サイズや種類が増え、「足の成長を助ける」と機能うたつた靴や、親子おそろいの靴が続々登場。売る側も、足の成長記録をカルのように保存するなど知恵を絞り、少子化時代の親心をくすぐる。（藤原泰子）

足長や幅、データを保存

東京・新宿の伊勢丹本店の子ども靴売り場。週末になると、レジ横のホワイトボードに、ずらりと名前が並ぶ。足の計測や相談の予約だ。店が独自に認定したシューーカウンセラー10人が無料で応じる。1人30分程度。足形をとり、足長や幅などを計測した約1万人分のデータは、「カルテ」のようになどを保存されている。

サッカーの練習用と普段用の靴を買いに来た川崎市立の小学1年、山田優太くんは、2歳のころから通つて

「運動量が多いし、毎日のことなので」と由紀子さん(43)。ランバイヤー、日朝さん(53)は「足の成長の役割は重要です。め同じように、靴も選よ」と話す。

姿がよ
子供
6年前

く見られるという。も靴売り場の面積はの開店時の約10倍にた。「子ども靴に力あるメイカ」が増え、の関心も高い」と小売店長(41)。靴メイカを治めて。靴と足の絆達成シリーズに加え歩き始めの1歳から4歳向けの販売率が、も昨年12月、3歳から7歳ぐらいを対象にした従来のシングル部の川島恵美子さん。ミズノ(本社・大阪市)トウエア事業部マーケティング部の川島恵美子さん。

「今の親はスポーツシユーズの街履きに慣れただ「スニーカー世代」。子どもも同じブランドを、という人も多い」というのはナイキジャパン（本社・東京）。子どもも靴にもロゴが付き、親子一绪で足元の揃いやん