

会員の皆様には年の瀬を迎えられてお元気にてご活躍のことと拝察いたしております。

本年も会員の皆様には一方ならぬお世話様になり、ありがたく御礼を申し上げます。

お陰様で諸行事につきましても無事成功裏に過ごさせて頂くことができました。

ありがとうございました。

会頭就任以来、念願といたしておりましたことは、諸事業を通じて会合し、汗を流すことによって、会員間に新しい絆が生まれ、変わり行く次の時代へと自信を持って下さることでありました。少し暇がかかりましたが、今、その芽が大きくなり始めた実感があります。いく度が申し上げて参りましたが、私達の街づくり、街の活性化とは、企業、商店のみのためでなく、市民生活を支えておられる人たちの働く場所を守り育て行くことでもあります。

来年は隣市に巨大なSCのオープンが予定されております。売場面積等から推測しますと商圏内消費額の限界点を目指すでしょうから、400億円位が目標と思われれます。隣接地に一つの街が生まれ、商圏内の一つの街が消滅する大激震であります。

しかし時代の流れはすでに大型SC離れが始まり、メガモールの時代は終わったと言われております。「ヤオハン、西友、いなげや、ダイエー、そごう、マイカル、ヨーカ堂、そしてコンビニ」とウォールマート上陸の影におびえて、陣取り合戦によって疲弊、自潰しております。

唯一、残ったイオングループも骨肉争いによって、内部崩壊が噂されております。

県内中小スーパーが打ち勝って頑張っていることが何よりの証明であります。

新しい街作りとは拡大志向ではなく、少子高齢化によって市場が収縮して参りますので、コンパクトで安全、便利さが求められております。

年内、いくつかの大型SCを視察いたして参りましたが、そのレイアウトは中高年齢の専門店はほとんど見当たりませんでした。

この事は大型SC側も中高齢者は地元で買い物をすると判断していると思われました。一方、大型店内には名物飲食店が多くなっております。地元飲食店は先ず、オーナーサービスを心掛けられ、特性を生かされて域外から訪れてこられる噂の名物店、マスコミをフル活用される工夫努力で勝ち組になっている店を知るべきであります。

鈴木市長は「君津ブランド」をと強く望んでおります。市長が望むブランドとは昔、私達が幼かった頃、祖母や曾祖母が作ってくれたものであり、この美しい山野、湧き水で生まれ、育てられた産物に、この地の山、川、谷、村の名前を冠にして、この地でなければという希少価値であります。

市長が望む夢と誇りのあるまち作りとは、郷土愛であり、次の世代を育て、継承していくことでもあります。難しいことではありません。仲間達のつながり、友人達との絆を深く、太くする事でもあります。

一人では限りがありますが、仲間がいれば出来ます。

どうぞ皆さん御揃いで、よいお年をお迎え下さい。