

昨年からかねがね噂されていた「大型 SC ちはら台ユニモ」が開店しました。

昨年 5 月新聞紙上に出店記事が報じられたので早速現地へと視察にまいりました所、ちはら台と言う所は迷路な街ですので発見できず、近くで農作業をしていた老夫婦に聞くと「旦那さんその話は来年ですよ」と言われ大笑いして帰りました。

9 月 8 日の開店に遅れて、秋分の 2 3 日に朝家を出て木更津南から館山道を北上して蘇我インターからちはら台へ入り、少し迷いましたが調度開店時の 10 時に着きました。

千葉側の駐車場へ入ったせいか、車のナンバーはほとんど千葉ナンバーの車でした。袖ヶ浦ナンバー 2~3 台、県外は岡山等遠方の車でした。昨年更地の時、大盆地に見えた部分は 1 階になり台地は 2 階となつて、地形をそのまま上手に利用したレイアウトでありました。

延面積 7 万 2 千平方メートルの店内は、楕円ドーナツ型の回廊に沿って、色彩豊かな店作りでした。華やかな店作りは、専門店 189 店となり、ファッション店はすべて横文字のブランド名の店ばかりで、98 店もありました。顧客設定は、35 歳前後の団塊ジュニアと言われますので、私達男性物などは全く見られませんでした。私が入れたのはスポーツ用品の店位のものでした。グルメフード店もまた多く、43 店もの名物飲食街が軒を連ねる様に続いておりました。

ふと気付くと、この名店街の中に『上総名水仕込 あのを吟水饅頭』の看板が目につきました。「さすが!」との思いでした。

他にはリビング 29 店、サービス 22 店、クリニックも 2~3 店準備しておりました。

生鮮三品はヤオコーマーケット一店が広いスペースを持っておりました。ちはら台ユニモの商圈は車で 45 分以内。袖ヶ浦、茂原、東金、佐倉あたりまで? 集客予定 1 千万人、2 百億の売上目標と思われる規模でありました。この後私達は武蔵村山『日産工場跡』に出来た、イオンダイヤモンドシティを見学して参りました。店作りはほとんど同じで、ファッション店名物飲食店が主力で、延べ面積 15 万平方メートル、専門店 180 店、集客目標 1 千 600 万人 420 億売上目標でありました。

共に目立つのはブランドファッションを主力として名物飲食店が増加しておることです。

今までは大型店が来ても地元の飲食店街へ回遊して地元店の生き残る可能性があったが、難しくなったとの感慨が強く残りました。

今一つユニモもダイヤモンドシティも新興住宅地で古くからの商店がない所であるので、地元の影響は余りないのではと思った。

しかし、ダイヤモンドシティも築地イオンも街から離れた広大な工場地跡地は回遊性がまったく無いのでは。或いは集客力を利用したコバンザメ商売ができないと私は思いました。

会議所とは商店企業にはそれぞれの夢、目標がありますが、大型店相手では零細小売業者が一人では難しいから小さなもの程互いに助け合い、分かち合い、支え合って共に生きていくために必要なものだと申し上げたい。

もうダメだ! との戦わずして退くことは良くない。小売業はもう退くところはない。進むことによって道を開くべきだと考えるべきだと思う。