

流通業界の前期の決算は産業界全体の中で優等生の業績を上げていました。

今年はその流通業界が中心に景気を引っ張っていくと予想され大きな期待をいたしておりました。

そうした中で「ダイエー」の再建をめぐることは、西友を傘下に治めたウォルマートが参加することになり、日本の大手流通業界は防衛策として出店拡大競争が展開され、先述の様に東京湾岸に沿って「流通大戦争」の兆しが始まりました。

ところが4月に入ってから経済各紙に発表された流通業界は、イオンの700億円減損を始めとして常勝のヨーカ堂もまた大苦戦、拡大路線から一挙に閉鎖・撤退へと大きく方向を変えております。経済界のスピードの速さに驚かされております。

20世紀の流通業界は価格競争の大型商業時代でありました。いわゆる大量に仕入れてより安く売るといふ販売競争でありました。

しかし今回の結果から判断するならば、「安売り商法」は消費者に通用しなくなってしまった。安い物をいくらたくさん売っても消費者は満足しなくなってしまった。安く売れば売るほど、ライフサイクルが短くなり、利益がとれる商品が売れなくなってしまったという悪循環を作ってしまったからであります。

これは、大型店の世界だけの話でなく、私達中小小売業界も参考事例として活かされなければなりません。

またこれからの小売業が歩むべき方向性を示す一つの考え方として、ヨドバシカメラ藤沢社長は、「商品のジャンルをあまり増やさないで、お客様の期待するカテゴリーの品揃えをしっかりと接客に心掛け、お客様に満足を提供することです。独り勝ちはむしろ損ですから共生することです。」と言っています。この会社の社員1人当たり経常利益は凡そ1,465万円、日本の専門店ランキング1位です。

以前から、友人のオリエンタルランドの専務に君津・富津に広いよい土地があるから「出て来い」と誘っていましたが、先日来返ってきた答えは「大型商業施設時代はもう終わりでしょう。私どもの『ディズニーシー』も方針を変えて、家族や少人数の方たちに楽しんで頂けるように営業方針を変えております」でした。

君津市も商工観光課が中心となって駅前・中心商店街の活性化に尽力をされております。中心商店街が何故必要かと問われるならば、少子化・高齢社会を予測する時に、適正商業地-利便性・・・歩いて暮らせる商店街が必ず必要だからであります。

また中心商店街を消失させれば地価を下落させ資産価値を失ってしまうからであり、税収を激減させている事例が多く、市の財政まで圧迫するからであります。

なお、地域経済社会の発展を期する意味で、あえて苦言を呈するならば「七夕祭り・にぎわい市」は、中心市街地活性化を図る折角の機会ですから、商店街の命運をかける思いで更に一層のご努力を期待して止みません。

今年の初夏から秋へかけて観光入込み人口は昨年より更に多くなりそうです。観光客に「満足」を売ってください。これが勝ち組の答えです。