

今、日本の食べ物の市場は凡そ80兆円。躍進の著しい中国のGDPが100兆円ですから、どんなに大きい数字がお分かり頂けると思います。

国内の個人消費で見えますと、衣料と家電の需要あわせて26兆円、乗用車の需要が13兆円ですから、経済界にとって食はまさに黄金の市場であります。

食べ物の需要は大別して、内食47.1兆円、外食25兆円、中食5.3兆円であります。この巨大産業は今や異業種からの参入が多くなっております。例えばクロネコヤマトが鮮魚の販売、金型商社が居酒屋へ食材を売り、ビックカメラは酒の分野、ドイツのメトロも日本へ進出してきました。しかし、飲食店の主役は依然として個人経営の中小飲食店であります。

そうした日本の飲食・食品業界を思いながら、先日、市内の飲食店の会合に出席させていただき、会議資料に出されたアンケート（凡そ380店）結果のデータを見て大変驚きショックを受けて参りました。

①売上減少65%、②粗利益減少56%、③自分の代限り・後継者がいない67%。

この③の「後継者がいない」ことが非常に心配です。同族会社・中小企業は、これまで家族を守り次世代を育てることを生き甲斐として頑張ってきたはずで、後継者に夢を託すことにより日々努力し、大型店、大手チェーン店等との競争に取り組んできたはずで、

今、全国で活性化が叫ばれています。私は時々、「活性化！って何ですか？」と聞いてみます。活性化の理念をしっかりと持っている人がいないような気がしてなりません。「街が景気よくなること！」ぐらいしか答えが返ってきません。この街に生まれ、この街で育ち、この街で学び、この街で働き、この街で結婚し、この街で子を育み、この街で余生が送れる街でありたいと私は思っています。

商いとは、企業とは、仕事を通して人を育てる役目がかつても大切なのだと私は思っています。後継者と共に将来に明るい展望の持てる店、会社作りを私達は怠ってきたのかもしれない。(続)