

飯島賢二の『恐縮ですが・・・一言コラム』

第 160 回 必ず来るぞ！商店街復活の日！！

2006.7.30

コンビニの雄、セブン-イレブンの1日1店当りの来店客数は986人である。(04年度) およそ12年前の1992年は938人だから、その成長率は僅か1.05倍に過ぎない。しかしその中身は大きく変わっている。70年代初めに登場して以来、コンビニは20~30歳代の男性のものだった。その比率は92年度でも58%、約6割を占めている。04年度の調査では30歳未満の比率は約42%、30~49歳が36%、50歳以上は22%であり、年々益々高齢化が顕著になってきた。

各社がシルバー世代向けの戦略を強化してきた。ローソンの新型店では白髪染めや糖尿病患者用食品など「らしくない」商品が並ぶ。レジカウンターには杖掛けフック、ご近所高齢者同士が交流できるような、マッサージチェアつきの休憩スペースまで作った。今後8,300店のうち約2割をこのタイプの店舗とし、50歳以上のアルバイト店員も強化する予定。セブン-イレブンは高齢者からの連絡を受けて自宅に出向き、注文を受けて無料で商品を配達する。正に「御用聞き」に力を入れる。全国約1万1千店の約半数店舗で実施している。サークルKサンクスは高齢者向けに小分けした和食惣菜を充実、ファミマは、中高年向けの弁当開発に力を入れていくとの事である。(以上、2006年7月21日朝刊、朝日新聞「コンビニ、高齢者に狙い」特集記事より)

一方、コンビニまで行く前に、駅ナカで...と首都圏中心に「エキデパ」(駅のデパート化)展開を促進するJR。「エキュート大宮」は69店舗、88億円、「エキュート品川」は46店舗、63億円、「アトレ上野」は54店舗、122億円の実績を挙げている。来年度は「エキュート立川」が63億円の売上目標でオープン予定。

周りの商店、商店街は堪ったもんじゃない。今でもヒイヒイ言っているのに、もう、お店閉めるしかない...そんな悲鳴や愚痴が聞こえてくる。

でも、本当にそうなのか？ 小生、実は全く逆と思っている。街づくり3法の法改正は好機会、少子高齢化もチャンス、今こそ、商店街復活の日が訪れると信じている。具体的にはどうするか...かっこつける訳ではないが、一度小生のセミナーを是非！と終わってしまったら「コラム」になるまい。最後に「商店街復権のキーワード」を...。この言葉の羅列から、あなたなりにイメージを創って頂きたい。つまり、コンビニや大型店、JRにできない事を、考え、実行することに他ならない。たとえば...

新鮮、生鮮3品、自分用、わがまま注文、小分け秤売り、御用聞き、出前、配達、自iliki、販売のプロ、安心、安全、心のバリアフリー、介護・介助、ご近所の底力、地元力、周辺情報の提供、コミュニケーション、「若者、馬鹿者、よそ者」プロジェクト、自助努力、無限な発想、現場力、空き店舗の自由活用、経済波及効果...と際限なく続くはず。