

I K G の
旅館経営再生塾

第 1 2 5 回

商店街の衰退とその生き残り策からのヒント

執筆担当者

孫田 猛

街中の商店街がシャッター通りとなつて久しい。全国どこでも見られる現象だが、郊外のロードサイドの中・大型店に客を取られ、閑散とした街中の商店街。この活性化がなかなかすすまない。

ある商店街で経営者を対象にして今後の経営に関するアンケートをとったことがある。その結果、子供は店を継ぐつもりはなく、自分たちが食べていけるだけの年金とそれを補うだけの収入でよしとし、自分たちが働けなくなつたときには、その時点で店をたたむつもりという回答が大部分を占めた。

同じ質問を、ある温泉地の観光関連業者を

対象として実施したときも同じ結果であつた。もう無理して経営をしないでいきたいはないという意識である。このとおりになれば、10年後には店舗数が三分の一以下になるという試算がでた。

シヨックを受けた一部の経営者や地元青年部がこれではいけないと、イベントをしかけたりはしているが、そのときだけ一時的に集客があつたりはするものの、次の日からはやはり閑古鳥が鳴いていくという状態が続く。

「いや、やめられるのはまだましだ。うちは借金が多すぎて、やめるにもやめられないのだ」という声も多く聞く。

いずれにしても、ここには自分の店の発展を目指し、今以上の商品を顧客に提供していかない。これは他人がどうこういつても、結局は経営者自身がそのパワーを失つてしまえば

それまでである。

さきほどの商店街では、イベントは二の次にして、自分たちのテリトリー内の高齢者に対して、共同で御用聞きや宅配サービスを開し始めた。その結果少しづつではあるが固定客をつかみつつある。

見渡してみれば、この地域は車で郊外の店に行くことができない高齢者ばかりなのである。これはまさに自分たちの対象顧客であり、地元商店しかできないデリバリーサービスが必要だと気がついたのである。

とにかく、いままでどおり店で待つていたのでは衰退するばかり。商品はいか？提供方法はこれでもいいか？この試行錯誤で実行を繰り返すのである。自らがあきらめてしまった段階で、その店の命は絶たれる。これは小売商店も旅館も同じだ。

<http://www.ik-g.jp>

e-mail: magota@ik-g.jp