

IKGの旅館経営再生塾

第200回 商店街の衰退のなかで

(株)飯島綜研 代表取締役社長 孫田 猛

ここ数年、全体の売上が極端に落ち込んでいる商店街の研究会に呼ばれた。

テーマは「大型店出店対策とスタンプ事業の今後の展開」。

実はテーマ自体がこの商店街活性化の糸口にはなり得ていない。まず、ある大型店が近々オープンするというが、この大型店と近隣商店街とは競合関係にはならない。競合は周辺の大規模ショッピングセンターである。

また、スタンプ収入が激減した原因は、地元スーパーマーケットの相次ぐスタンプ事業からの撤退であり、独自のポイントカードのみでのサービスに切り替えたこと、および個人商店の廃業である。だから、スタンプ事業そのもののサービス体制を検討したところでよくなるものではない。

個々の商店は後継者が店を継がず、建物の償却もとっくに終わっている。だから自分たちの世代限りでこの商売は終わりだと決めているから、あえて何か新しいことをしようという考えは毛頭ない。

こんなあきらめの雰囲気の中、何とか自分の店を立ち直らせたいと、必死で頑張っている経営者に出会うことが出来た。

この店の対象顧客は大型店へ車では行けない近所のお年寄り。品揃えと価格では大型店やショッピングセンターにはとても太刀打ちできない。でもこの経営者は、自店の客層に対して、何をしたらもっと喜ばれるかをいつも考え、それを実践するようにしているという。

廻りの経営者仲間からは、顧客から喜ばれることをしたところで売上が増えるのか？とか、いくらでも買い物をしない客が、暇つぶしにお茶を飲みに来るだけじゃないかとも言われている。

それでもこの経営者は、たとえ単価五十円の商品でも、その家に商品を届けている。

自分の顧客に対して喜んでもらえることをするのが、わが店の価値だと考えており、喜んでもらえる顧客がいなくなった時が廃業だという。でも自分はそれを望まないから、身の丈で自分ができることをこれからも精一杯やりたいと締めくくった。

商店街は温泉地。商店は旅館という図式にいつも置き換えている。

目の前にいるお客様の満足を上げることをせず、提供商品の改善を怠り、一方で客が来ないと嘆いてばかりいても事態は一向によくならない。

<http://ik-g.jp>

[magota@ik-g.jp](mailto:magota@ik-g.jp)