

特集

地域に
愛される店とは？

「店」にはさまざまな魅力がある。たとえネット通販が飛躍的に発達したとしても、「店」が全く存在しない街が繁栄し、近隣からも大勢の人びとがそこに集まるようになるとは、ちょっと想像ができないだろう。もしかしたら、「商い」というものとは全く無縁の空間が「繁華街」と呼ばれ、そこを歩いて人々が憩い、楽しむ時代がいつの日かやってくるのかもしれないが、それはかなり先の時代の話である。

かつては、生きるために必要不可欠なモノを手に入れる場が「店」だった。やがてそれは、生活を楽しむためのモノをも手に入れる場に進化した。それはつまり、買い物そのものが楽しみとされる時代の到来である。そして、モノを手に入れるだけならば、必ずしも「店」に赴く必要がなくなりつつある今日、店舗は新たな機能と魅力を獲得することを求められている。

今号の特集は、そうした「店」のあり方を生協の事業としてあらためて考えるにあたって、参考となる事例をいくつか読者に提供しようというものである。

まず、生協における店舗の現状を見て、その到達点や課題を確認する。

つづいて、地域に密着して地元の人々か

ら強く支持されている生協以外の店舗や商店街を見てみる。

そして、協同組合がつくる店舗がいかにして地域に役立つ店となるのかを考えるために、生産者がつくる協同組合の店舗を取り上げる。

それぞれの事例で取り上げられたのは、全く異なる条件下におかれた、全く違ったタイプの「店」であるが、いずれの事例も、その地域の人々にいかに愛され、役立つ存在となれるか否かが「店」の最大の課題であるという認識においては一致している。

かつてデパートが輝いていた時代があった。商店街が賑わいを誇っていた時代もあった。総合スーパーこそ新しい小売りのチャンピオンだともてはやされた時代もあった。そしてわれわれは郊外型ショッピングセンターが他業態を圧倒し、地域を根こそぎにする時代を迎えている。次に来るのはなんだろうか。そして生協はそれにどう向かうのだろうか。