

流通業界の変遷について

経営トップ講義

@県立大

「ビジネス経済の実践」要旨

⑬



「今は『大企業』一治安泰」という図式ではない」と語る
中村会長
県立大佐世保校（山口隆行撮影）

エレナ代表取締役会長

なかむら くにあき
中村 國昭氏

エレナは「エレファントナカムラ」の略だ。象のように大きく立派な会社に成長することを目指している。平成4（1992）年に大塔店を出す際に「新しい店を作ろう」と思い社員から店名を公募した。2011年に会社名を中村ストアから変更した。

現在スーパーマーケットは2万484店あり、暮らしを食の面から支えている。東日本大震災などを受け、水道や電気とともにライフラインと呼ぶ人もいる。

スーパーマーケットは1916年に米国で生まれた。57年にダイエーが「価格破壊」をスローガンに創業。72年から97年まで小売業のトップだった。現在はイオンとイトーヨーカドーが競う。衣料品や家電製品も扱う業態を総合スーパー（ゼネラルマーチャンダイズストア、GMS）という。しかし20年前の流通上位10社のうち存続しているのはイオン、イトーヨーカドー、イズミだけだ。

GMSがうまくいかなかった背景には郊外の大型専門店（しまむら、ユニクロ、ヤマダ電機、ABCマートなど）の拡大がある。百貨店の売上高も91年の9兆7130億円から2016年は5兆9780億円に減少。三越・伊勢丹など四つのグループに収められた。流通業態は専門店（青果、鮮魚、衣料品など）、百貨店の時代からスーパー・GMSの時代に移った。その後コンビニエンスストアやドラッグストアが登場。インターネットストアに多様化している。

私たちの店はお客さまの嗜好（しこう）を考えた商品をそろえている。かつて佐世保にもダイエーが出店していたが、地元で好まれる商品が欠落していた。東京で商品を仕入れていたからだ。地域で食習慣は異なる。GMSがうまくいかなかったのは東京一極集中の商売をしたことにも理由があった。社は「正しい商売」だ。

食材を厳選するため私たちは経営陣は自ら早朝に市場に行き買い付ける。精肉は店内の調理場で加工するなど、手間はかかるが新鮮さにこだわっている。チラシは、主婦のパート従業員を中心に、主婦の視点で商品を選んでいく。

昨年、松浦市に地元産の養殖マダイやブリ、ヒラスを1次加工する水産加工場を新設。高品質な鮮魚をリーズナブルに提供できるようにになった。青果の生産者が店内で直売できるよう西海市と諫早市に出荷場を設置。多店舗での販売を可能にするなどさらなる改善にも取り組んでいる。

今は「大企業」一治安泰」という図式ではない。中小企業の方がやりがいのある仕事が見つかると。東京や大阪に行きたいと思うだろうが、生活するのにはいい環境だろうか。佐世保や故郷で地域とともに生きていけば人生は豊かになる。

地元で好まれる商品を

（西村伸明）
次回は30日に掲載します