

# 地域密着経営

## 経営トップ講義

@県立大

「ビジネス経済の実践」要旨

⑭



「お客さまとの絆を強めるため共感づくりと差別化が必要だ」と語る  
田中丸社長  
県立大佐世保校（山口隆行撮影）

佐世保玉屋代表取締役社長

田中丸 弘子氏

佐世保玉屋は大正7（1918）年10月に百貨店を開業し、今年で100周年を迎えた。小売業を取り巻く環境は変わり、少子高齢化に伴い消費の拡大も難しい。地元皆さんと一緒に地域の活性化を図り、ともに発展したい。

江戸後期の文化3（18806）年に肥前国小城郡牛津村（現・佐賀県小城市牛津町）に荒物呉服商として創業した。明治27（1894）年、日清戦争を機に海軍の鎮守府があった佐世保に進出した。「上質な商品とサービスの

提供を通し、地域社会の発展と人々の幸せに貢献する」を企業理念に掲げている。現在は、百貨店の強みや歴史を生かした事業を展開。福岡市や長崎市に高級ブランドを取り扱うセレクトショップを出店した。佐世保市のレストランでは地元食材の料理を提供。海外の団体客（15〜60人）が1カ月に40組ほど利用している。名物サンドイッチの店も福岡市に出した。

消費動向は少子高齢化とグローバル化、高度情報化に伴い変化した。百貨店は本物志向の商品や行き届いたサービスにこだわってきたが、それだけではニーズに応えきれない。お客さまとの絆を強めるため共感づくりと差別化が必要だ。

佐世保玉屋は「マイストア宣言」のスローガンで①お客さま②地域社会③従業員④と三つの共生を大事にしている。お客さまには、期待を超えるサービスを提供しなくてはならない。日常の買い物に困る高齢者などの家庭に商品を届ける外商活動を強化している。「昔は屋上の遊園地で遊び、レストランでお子さまランチを食べるのが楽しかった」という声を聞くが、今の子どもたちにも思い出づくりを積み重ねたい。

地域社会との共生では、生ごみを土に戻し有機野菜の肥料を作るNPO法人「大地といのちの会」と連携し、食育教室を開いている。平戸の生産者と連携し特産品を東京でアピールしている。甘いミニトマトは、地元で100〜150円で販売していたが、東京では350円の値が付いた。現在は300円で販売している。生産者自らが価値に合った価格を付けるためにも、販路開拓は重要だ。子どもの思い出づくりのため

# 社会での体験増やして

（西村伸明）  
「おわり」

地域社会の一員という意識を持ってほしい。世代の違う人との触れ合いは、社会に貢献する基礎になる。何かを学ぶためには体験する以上にいい方法はない。ぜひこの地域での体験を増やしてほしい。