

百貨店が冬の時代を迎えている。いやどうの昔に冬の時代に入っていたのだが、このところまた減速が目立ち始めている。この先はどうなるのであろうか。

百貨店の減速は、とくに地方で目立っている。地方都市の一等地で町の顔として君臨してきた名店が消えていくのは、地元の人にとって寂しいものがある。百貨店のイメージは、高級品を定価で売る店とか、特別な買い物をするときに行く店という別格の感じがある。そして、気取ってはかりではなく、漫画の「サザエさん」に出てくるようにバーゲンのイメージ

もある。だが、サザエさんの設定が時代にそぐわなくなってきたように、百貨店も時代にそぐわない部分が増えてきている。

サザエさんの中での買い物風景

が、いま買い物するならスーパー、あるいはコンビニとなる。さらに、スーパーも順調ではない。よく引き合いに出されるユニクロやニトリなどの専門店にシェアを奪

か。それよりも、近くにコンビニがあるかどうかの方が大きな問題であろう。百貨店は身近な存在で

そうではないと思う。どうすればサイトに人が集まってくるのか、どんな物が売れるのか、いろいろな課題は多い。クレーム対応でピッチになるケースもある。

## 社説

# リアル店舗の反攻

## ネット販売への過大な期待危険

は、昔ながらの八百屋さんや魚屋さんだったり、用聞きに来る酒屋さんだったりする。スーパーやコンビニは見たことがない。もちろん現代の百貨店は進化している

さてわが業界の小売業者も、苦しい状況の所が少なくないのではないだろうか。ネット全盛で、ネットを使って販売すればバラ色の経営で、花の魅力をそいでいないだろうか。

れ、食品やテナント導入でなんとかやっている状況だ。どうだろう、百貨店が店をたたき合は残念がるだろうが、若者は

進めたいから店がどんどん減っているのだが、減りすぎると業界の存在感も薄くなっていく。経費を低く抑えるためにネットの方で展開するのではなく、リアル店舗での販売を再構築して、もう一度