

テーマ

## 商店街のサバイバルを図るには

適用  
分野

商学、流通、マーケティング、  
地域活性



研究  
名称

小売業者の集積としての商店街再考—商店街は何処に向かい、また何処へ向かうべきなのだろうか

氏名  
所属

西村順二 教授  
経営学部 経営学科

内容

### ●特徴

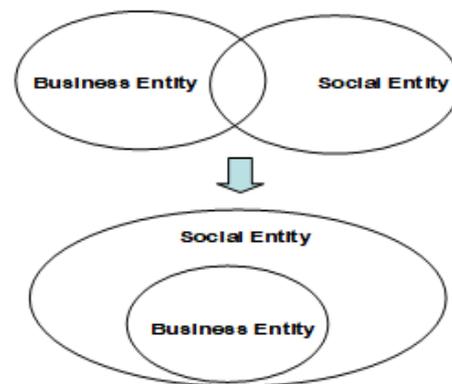
大規模・集約化が進むなか、小売業の集積である長い歴史を持つ商店街が、現代的で魅力的な商店街として生き残る途を検証する。

### ●研究内容

10年間の動向をみると小売業の商店数・事業所数・従業員数・商品販売額は減少しているが、売り場面積は増加している。すなわち、激しい競争と大規模集約化が進行している。商店街の中にある小売商店は、（大阪市の場合）商店数47.5%、販売額23.1%減少している。商店街に代わって効率化を図ることができる小売業態と魅力的な高付加価値を提供できる小売業態が生き残ったと考えられよう。

小売業者そして小売業態の集積である商店街も生き残りのため、効率化推進と高付加価値提供を目指す必要がある。この効率化推進には社会性と事業性の両立が求められる。従来これらはトレード・オフの関係の中で捉えられてきた。しかし、商店街の個々の小売店舗はBusiness Entity（事業的存在）であるだけでなく、地域の商店街であるからこそSocial

Entity（社会的存在）を強く認識し、役割遂行が必要である。効率化については、新たな店揃え形成が求められる。個々の小売店が魅力的な品揃えを行うとともに、商店街全体での品揃え力も重要である。魅力ある店舗が戦略的に集積されて初めて付加価値が提供される。品揃えの適正化により個店レベルのパワーアップを図り、店揃えの適正化により戦略的商店街として再構築し、本来の魅力ある専門店集団とそのシナジー効果をめざし、効率的・効果的に事業性・社会性の両立を目指すべきである。落語の常打ちの「天満・天神 繁昌亭」と連携して活況となった天神橋商店街は地域と密着した好例といえる。



キーワード

事業的存在、社会的存在、魅力ある品揃え・店揃え

連携方法

■ 講演 ■ 研修 ■ 研究相談 ■ 学術調査 ■ コメント ■ 共同研究