

「ならでは」の追求

最近、まちのあちこちに新しい飲食店が増えていると感じます。会頭としては、地域で新しく商いを始めてくださる方々が増えること、また、食べることが好きな一市民としては、おいしいお店が増えることは、嬉しく、ありがたい限りです。

その中でも比較的小さなお店で自分が店に立ってやっぴらっしゃるオーナーの方々とお話しすることはとても勉強になります。地元出身でない方もいます。お客様の数や仕入れの便利さ、働き手の確保のしやすさなどを考えれば、東京や横浜のほうがいいのではと思いつつ、「なぜ、小田原で開業したのですか？」とお訊きします。「小田原を選んできました。小田原は食材が豊富です。東京からも近いです。温かく迎え入れてくれる感じがします。」と答える方が多いです。「確かに東京では食材は何でも揃います。便利なことですが、同時にそれは星の数ほどある他店（＝競合店）との違いを出しにくいことにもなります。小田原は魚、野菜、果物、肉、卵など地元産の豊かな食材を使って、特徴のある料理が提供できます。いい料理を出せば、地元だけでなく、それこそ潜在的なお客様の多い東京からも食べにきてくれる時間距離にあります。地元のお客様だけでなく、切磋琢磨できる仕事仲間、同業者とも顔の見える関係がつけれます。そして、何より家賃等のコストがリーズナブルです。」これらのオーナーたちが言っていることは、特徴を出す、他店との違いを際立たせることに一所懸命努力をし、その場所として小田原が適しているということかと。

そんなお話を聴きながら考えました。自社、自店の強みとは何だろう？と。確かに一昔前は東京に代表される大都市が、そして、資本力や規模の大きな会社が有利な世の中だったかも知れません。しかし、少子化、高齢化を伴いながらどんどん人口が減り、モノが溢れ、大量生産大量消費のビジネスモデルが陳腐化し、直近の酷暑や豪雨などから地球全体の気候変動が体感的に認識され、海洋プラスチックのような新たな環境汚染などが判明し…というように、私たちの商いにも大きな影響を与える社会環境、自然環境が激変する中、何が強みになりうるかも変わってきているように感じます。

以前に「小田原・箱根の観光ビジョン」

<http://www.odawara-cci.or.jp/global-image/units/upfiles/5739-1-20160523100004.pdf> の冒頭にも書きましたが、「らしさ」から脱却し、「ならでは」を追求すべき時代なのではないでしょうか？

大きいことや単に便利で効率がいいことが必ずしも絶対的に有利ではなく、小さく、「ならでは」と言える特徴があることが強みを発揮する時代だと思ひます。SDGsもその証左だと思ひますが、確実に世の中のゲームチェンジ、ルールチェンジは起こっていると実感します。

時代は、私たち中小・小規模事業者のありようを問うているように感じます。自社、自店のならでは何か？それは小田原、箱根のまちづくりにも通底する課題だと思ひます。

会頭 鈴木悌介