



軌道にのる小売商協同組合

—宇土市ショッピングセンター—

宇土市のショッピングセンターが開店してから満一年。当初、小売商店の共同化ということと、その成否には加入店自体も、半信半疑だったという。しかし、寄合百貨店としての魅力、それにビジネスセンターと旧来の商店街のほば中間部で、近くに住宅団地をひかえらした、立地条件のよさもある、順調な売上げをあげている。

センターの設立にあたっては、加入店は市の都市計画道路にかかる店舗を優先して、一業種一店舗を建前に公募、設立にあたっては一店舗七十五万円を出資して協同組合を結成。設備資金は小売商店協同組合共同資金を、また、運転資金として県の中小企業振興対策資金をフルに活用した。センターの構造は、重量鉄骨ブロック造二階建、

建物面積は延千四百四十平方メートルで、各組合員の売場面積は、約七十五平方メートル。現在、センター内には十四店が、十五種の営業が行なわれている。共同事業で問題となりやすい各店の協調も万全。その一つは従業員の採用にもみられる。

ここでは従業員は、協同組合で採用。その後、各店員の希望によって配置される。給料も組合から支給。従業員の人事異動も組合が行なう。いわゆるセンター自体が一つの店という考え方に立っている。

センターの運営も、各店主が委員となって、企画宣伝、財政金融などにわけた委員会方式で行なわれ、結束は固い。旧来の商店街との関係もスムーズでセンターに刺激を受け、活気を呈するといふ好ましい反応をみせている。

加入店は、設立以前にくらべて販売成績は、平均二倍程度の売上げ増を示しているが、旧来の商店街の売上げに変化がない点から、センター設立によって、市外に流れていたとみられる四〇％近くの客の内、二〇％～三〇％は、市内にひきとめられていること、むしろ、市外の客まで引っぱっているとみられるなど、大きな波及効果をもたらしている。

また、センターが大資本の市商店街への進出をくいとする防波堤の役割を果たしていることも、見逃すことができないよう。

一面、センターが、市の都市計画に伴って誕生したものに、都市計画と住宅団地造成、それに商店街造成の組み合わせで成功した一つの例としても大きな示唆を与えるものがあるといえよう。

消費のこのような購買態度が狭い販売圏を持つ小規模小売店に存立の基盤を呈しているわけである。また零細な小売店は家族従業員が主で、家族従業員、商店主の労働力を低く評価することで低生産性

をカバーしながら、中堅小売店、大規模小売店に対抗しており、俗に言えば「パパ・ママストア」という生業的小規模小売店が根強く存続できるわけである。

(2) 低生産性

資本の自由化と求人難と

商業経営における情勢の変化

生産部門での技術革新、経済の高度成長の結果は経済面にいろいろ新しい現象をもたらしているが商業部門に特に影響を与えるものとしては、(1)労働力需給の逼迫 (2)消費パターンの変化 (3)生産面の変化 (4)社会資本の蓄積 (5)資本の自由化・貿易の自由化などがあげられる。

深刻な人手不足

経済の高度成長の結果、労働力需給がひっ迫し、今後、人手不足は増々その傾向を強めるものと考えられる。

県内における職業安定所の調べによる

提言

成人の学習時代

古川 長雄

(熊本商工会議所指導課長)



農村から都会へ、都心から郊外へ、地方から国の中枢地帯へという三つのコースを人口が移動している。人心の移動は、高度化、合理化、大型化、洋風化、スピード化という軌道の上を走っている。店数の移動は、人口と人心の移動に答えきれず、ある場所では不足し、ある場所では過剰気味となり、人手不足、人件費高、過当競争の現象を生じている。

店の内容は、動く消費者心理と人手不足の両方に答えて、新しい型への小売店へと移動を始めているが、まだ大部分の企業は、新時代に対する新しい構え方が定まらないまま自ら造り出す価格競争、人件費高という現象の中に浸っている。こ

(表7) 求人数と求職数

年 度	求人数	求職数	充足率 %
35年	63,550	48,214	75.8
37	73,332	37,655	51.3
39	48,934	22,877	46.8
41	55,718	22,403	40.2

と、三十五年には職業安定所を通しての求人六万三千五百五十に対して、就職した人は四万八千三百四十人で、充足率、七五・八％であったものが、四十一年には求人五万五千七百八十八に対して、就職件数二万二千四百三十三と充足率が四〇・二％に落ちている。(表7参照)

また本県の中学校卒業生の就職者に対する求人数は、就職者一人に対して、求

(表8) 都市平均消費支出 (一戸当り)

	39年	31年
消費支出	39,311円	26,794円
食料	14,244	11,201
飲料	3,760	3,904
雑費	6,968	5,100
嗜好品	2,449	1,680
外食費	1,067	517
住居費	4,650	2,066
家賃	1,243	725
家具、什器	2,537	
光熱費	1,764	1,260
被服費	5,853	4,022
雑費	12,800	8,245
保健、衛生費	2,044	
教育費	975	
娯楽費	2,277	
交際費	2,105	
損害保険料	95	

人数は五人であり、ここにも深刻な人手不足があらわれています。特に商業部門は、機械化されにくく、労働集約的な部門で、製造業にみられるような画期的技術革新も望めない以上、人手不足という問題は本県の商業部門にとっては頭の痛い問題となるであろう。

年の消費支出に対する食料費の割合は、四一・八％になっているが、三十九年には三六・二％と減少している。また光熱費、被服費はともに同じ割合であるが、住居費、雑費においては三十九年の方が増加傾向にある。(表8参照)

このように所得水準の向上による消費パターンの変化、またテレビを中心とした広告宣伝は消費者の購買態度に大きな変化を与えました。すなわち、

(表5) 就業者一人当り生産所得

	全国(A)	熊本(B)	(A/B) %
全産業	552	423	76.6
農林水産業	261	238	91.2
建設業	625	573	91.7
製造業	610	530	85.9
卸小売業	567	364	64.2
サービス業	581	499	85.9

本県の卸小売業の一人当り県民純付加生産は三十六万四千円、農林水産業の二十三万八千円に次ぐ低い部門となっている。(第5表参照)

(表6) 本県商業の生産性と九州・全国との比較

	全国(A)	九州(B)	熊本(C)	全国と差(C/A) %	九州と差(C/B) %
1店当り販売高	30,619	15,330	8,920	29	58
従業員1人当り販売高	7,458	4,135	2,719	26	66

売店が、家族を中心とした労働力を低評価によって、低生産性をカバーしながら、存続しうるためである。また経営近代化の遅れも低生産性に結びついている。一、四人規模のパパ・ママストアの生業的小規模企業の比重がきわめて高く、これらの企業においては企業会計と家計が分離してないところが多く、企業近代化意識の遅れがみられ、経営管理水準

これは全国平均の卸小売業の純付加生産五十六万七千円にくらべ、六四・二％にしかあたらず、全国平均と本県の産業別生産性を比較すると卸小売部門の格差が最も大きくなっている。また本県の一店当り販売高は八百九十二万円で、これは九州平均一店当り販売高の五八％であり、全国平均の二九％にしか当たらない。同様に就業者一人当り販売高は本県においては、二百七十一万九千円であり、これも九州の従業員一人当り販売高の六六％であり、全国平均の二六％と商業部門の生産性はかなり低いようである。(表6参照)

このような、本県の商業の低生産性は、どのような要因によるのであろうか。これは先に述べたような過小過多性という点に関係がある。とくに、消費単位の倭小性に立脚する生業的小規模小

みんなで
明るい正月を！

★めぐまれない人たちのために、歳末助け合い運動に協力しましょう。