

MARKETING 売

底流を読む

長時間営業のSCに休業日を

月末の終電近くの電車に乗ると一枚の紙を手に愚痴をこぼし合う若い女性たちを目にすることがある。どうやらその紙には翌月の勤務表が細かく書いてあるようだった。女性は有名専門店に勤める販売員らしい。

早番、中番、遅番と変わる勤務時間の不満なのだ。生活時間が不規則になりがちだと接客に必要な笑顔も曇りがちになるだろう。消費者の生活パターンが多様化し、それに合わせる形で商業施設の営業時間も

店は限られるから、同質化は避けられない。

SCの開業地域で繁盛する家族経営の専門店にはデベロッパ側から入居の要請がある。しかし、企業規模が小さく、SCが求める営業時間帯の勤務シフトが

休業日を設けるところが登場してもいいのではないかと。勤務形態の障害を取り除いて魅力的な店を誘致することも可能になるだろう。

米国では日曜日は午前11時開店、午後6時閉店とい

不便を感じないばかりか、郊外と都市部の商業のバランスも保たれている(米SC事情に詳しい商い創造研究所の松本大地社長)

最近、社長解任劇のあったセイコーホールディングスは子会社の高級品専門店、和光(東

脱同質化、労働環境改善も

京・中央)に、従業員はこれまで大がかりなシフト勤務を敷かず、日曜日は休業としていたのだ。

ここ10年、全国に大型のショッピングセンター(SC)の開業が相次いだ。そのSCで指摘されるのがどこでも同じような店が並んでいる同質化問題だ。複雑な勤務シフトが組める専門

組めないことを理由に断るケースはザラだ。SC側の事情でみすみす個人的で魅力的な専門店の入居を逃しているのだ。

そろそろ営業時間を短縮したり、年中無休のSCに

うSCが珍しくない。日曜日の午前は教会に行くことや、夜は家族で過ごす習慣があるからだ。郊外の大型SCの閉店時刻が早くても

都市部の店は営業しているところも多い。「消費者はとりに固定客が付いてい

和光は店頭販売員一人ひとりに固定客が付いてい

る。営業時間を延長したり日曜営業にすると販売員はシフト勤務になる。すると固定客が来店した際に、顧客の好みを知り尽くした販売員がいなくて、接客が低レベルになる。接客サービスが低下する。だから和光はこれまで大がかりなシフト勤務を敷かず、日曜日は休業としていたのだ。

休業日のある商業施設。特色のあるお店を誘致するだけでなく、販売員の労働環境改善にもつながる。販売員にも笑顔が戻るはずだ。(編集委員 田中陽)