

大地の創造所 松本大い創造所 商研

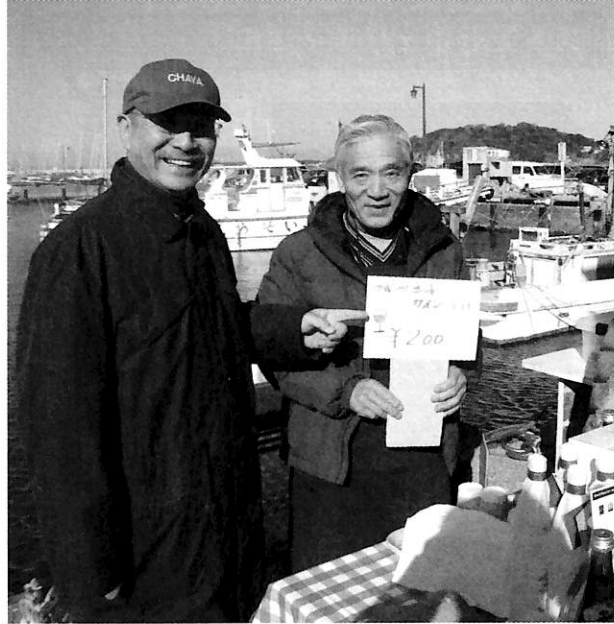
時代感知力と創造力を養う
実践マーケティング

津波のような急速な需要の取縮が押し寄せ、淘汰されていく小売業が急増している。果たして日本経済は何の展望も開けないのだろうか。展望を開くには、時代に流されてはいけぬ。常に時代をつくっていく攻めの姿勢こそが、厳しい現実から突破口を見つける手段であり、商いの正道である。

この世界同時不況が叫ばれる時代であっても、街自体が成長を続け、その街で堅調に売上げを伸ばしている小売業は存在する。今回取り上げる神奈川県三浦郡葉山町は、理想的な「人と街と商いのリンケージ」がつくられている街だ。街の生き方と共鳴する、個性

模でもないのに、なぜ19年間も盛況を続けることができるのか。その理由は、観光目的の朝市ではなく、地元住民のための生活市（ライフスタイル・マーケット）としたコンセプトにある。住民が生活する上でなくてはならない市、いつも豊かな葉山の食の恵みに出合える市の軸が保たれているのだ。

マーケットの人気商品は、日影茶屋グループの「朝市タルト」と「ケーキの切り落とし」や、新鮮な魚と野菜類。また、その場で海鮮丼やつみれ汁、アイスクリーム、コーヒードリンクなど食することができる。そこには、ペットを連



葉山マーケットの仕掛け人角田庄右衛門氏（左）と、葉山オリジナル酒にこだわるリカーカサはらの店主

的で創造的な商業者、地産地消のモノをつくり続ける生産者、そしてこの街に愛着を抱く住民が存在し、いかに楽しく良い暮らしができるかという葉山スタイルがはぐくまれている。この葉山のキーワードは「こだわりと個性の尊重」ではないだろうか。

例えばヨーロッパでは、オリジナルティとは最も誇らしい褒め言葉だというが、そもそも消費不況の根源にあるのは、同質性の行き詰まりである。つまり、あってもなくてもいいような商



葉山コロッケを求める人でにぎわう旭屋牛肉店

れた人や散歩がてらに訪れる地元住民の姿が目立つ。

とかく朝市も大きくなり、観光客が増えてくると、売れるものなら何でも売ろうとなり、次第に本物ではなくなり、質も下がりが廃れていく。葉山マーケットでは「葉山マーケット振興会」をつくり、出店許可や商品内容のコントロールをし、コンセプトの堅持と質の進化に努めている。会則には規約に反する場合に對しての罰則規定もある。

この葉山マーケットを通じた交流から、生産者と小売業、住民、そして来街者との心地よいリンケージが生まれた。まさにモノではなく、葉山のライフスタイルを売っている街だといえる。

人を、街を大事にしてこそ商いは成立する

JRや私鉄の駅もない葉山は、逗子駅からバスもしくは車でしか行けない場所であり、道路も狭い街である。しかし、身の丈に合った開発を続けてきたことで

第10回

人と街と商いが リンケージする葉山町は、 三方よしの偉大なスモールタウン

品や店が多く、この店がなくなると生活がつまらなくなると思える店が少なくということだ。だが、葉山にはオリジナリティあふれる店が多数存在する。その葉山オリジナリティの象徴であり、今や葉山の街づくりの原動力となっているのが「葉山マーケット」である。

葉山の食材を葉山の人が 葉山に住む人の ために売る市場

「葉山マーケット」は、葉山漁港で19年間続いている地元商業者の日曜市場のことだ。開催のきっかけは、地元で江戸中期に料理茶屋として創業した日影茶屋の10代目店主・角田庄右衛門氏の呼び掛けだった。葉山には魚、野菜とブランド化したものがある。特に、葉山牛は知られ

美しく豊かな自然環境が残り、葉山マリーナや良質な住居、御用邸の存在、そして土地のライフスタイルや生活習慣をしっかりと押さえた店が点在する、偉大なるスモールタウンとなったのである。

商業も大きさや安さを競ったり、有名ブランドショップばかりが並ぶのではなく、その街の人にとって心地よいもの、なくてはならない節操のある店世代を超えてロイヤルカスタマーになれる店が支持されていく。葉山コロッケが人気の旭屋牛肉店、オリジナルの酒づくりに励むリカーカサはら、天然酵母にこだわったベーカリーなど、住宅に併設した個性的な雑貨店や素敵なカフェ、レストランなどが、葉山スタイルをつくっている。

葉山に似合わないのは、チキンレースのような価格競争に走る店舗であり、村意識に凝り固まる見の狭い商業者であり、また変わり身の早いしたかな消費者である。駅がなくても、大きなショッピングセンターがなくても、ロードサイドの大型店がなくても、素敵なライフスタイルはつくられる。人間本来の心豊かな生活は、身近な自分たちが住む日常生活の充実にあると得心できる。

そして、この街が好きという意識が

るところだが、地元にはほとんど流通せずに、東京方面に出荷されていく。そんな現実を見て、葉山の自然の恵みや各商店の伝統の味を住む人が享受する場、ヨーロッパの都市にある楽しいファーマーズマーケットのようなものができないかという思いがあったのだ。

そして、1990年に「葉山マーケット」はスタートした。地元の漁協組合、農協、酒店、レストラン、料理店、和洋菓子店、雑貨店など幅広い賛同者や出店者で構成されたマーケットには、地元葉山の店舗の、葉山でしか買えない品物が所狭しと並ぶ。オープンまでに紆余曲折はあったものの、現在は18の出店者と、自店商品を委託販売する10店の計28の個店と団体となった。

毎週日曜日9時から11時まで、葉山漁港の棧橋と漁港組合事務所が開かれているのだが、夏の時期は早朝6時前から人が並ぶという。さほど大きな規

一番のパワーとなり、人々のモラルが形成されていく。モラルによって、街への尊厳、規範が知らず知らずに継承されていく。道が狭ければ、車がすれ違うときには譲り合う精神が生まれる。葉山御用邸前には葉山警察署に車を止めるときは、決して後ろを御用邸に向けないという礼儀がある。

この良質な社会関係の資本が築かれているのは、持続的な「人と街と商いのリンケージ」が成立しているからである。言い換えれば、「人と街と商いのリンケージ」は、近江商人の経営理念に由来する「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」とも近しく、社会全体の幸福につながっていくものである。

葉山は、商いは人づくり、街づくりにつながることを教えてくれる、偉大なスモールタウンである。

PROFILE

まつもと たいち
株商い創造研究所代表取締役。山一證券、鈴屋での実務経験を経て、1988年丹青社入社。商業施設のプロデュースを担当後、SCマーケティング研究所所長に就任。数々のSC、駅ビル等のコンサルティングや研究活動を推進。2007年、商業マーケティング、業態開発などを専門とする商い創造研究所を設立。地方自治体での街づくりアドバイザー、小売店、デベロッパーのコンサルティングから全国での講演や大学での講義、執筆活動を行う。現在、日本SC協会誌や織研新聞での連載を執筆

