

「地域に生きる生衛業者」

平成23年10月20日
東京都食鳥肉販売業生活衛生同業組合
理事相談役 越村 良久

1 「株式会社 加賀屋」の概要

- 沿革

- 取扱商品

- 主な販売先
個人 % 卸 %

2 地域活性化への取り組み

- 「新橋こいち祭」
 - ・ 今年で16回目の開催
 - ・ 例年10万～15万人を動員
 - ・ 的屋を入れず地元商店会・町会を中心とする出店
⇒ 今年は、東日本大震災復興支援を兼ねて福島県・宮城県・岩手県のブースを設置、さんさ踊り、フラダンスの発表等も実施

- なぜ我々が地域活動に携わるのか？
 - ・ 生衛業を中心とする地域の商店は、「地域の人々の生活を支え」、また同時に「地域の人々に支えられる」商売を生業としている。

 - ・ 我々が元気を出せば地域は活性化し人々が集まり、地域の人が元気を出せば我々も元気になる。

 - ・ 我々もその地域で生まれ育った地域の一員

3 零細生衛業者にとっての生衛組合

- 個々の力でできることと、組織の力でできること
 - ⇒ 先人の知恵
 - ⇒ 業者としての権利・地位を確保
 - ⇒ 環衛公庫(現日本公庫)
- 組合活動を通じて個々のお店を育てていく
 - ⇒ その結果、地域に貢献できる

4 生衛業者の後継者問題

- 「後継者難」の原因は、商売の不調
- 後継者がいなくなれば、その街からそのお店がなくなる
 - ⇒ 地域活動の支え手がいなくなる
 - ⇒ 地域が不便になり人もいなくなる
 - ⇒ 買い物難民
 - ・ 大手チェーン店の進出 → 小売業者の廃業 → 地域の人口構成が高齢化・消費力低下
 - 大手チェーン店の撤退(経済合理性)
 - 地域の過疎化
- 生衛業にとっての後継者対策は、業者個人の問題であると同時に地域においても重要な課題

5 まとめ

- 多くの生衛業者は、その地域の住民の一人として地域に生まれ育ち、地域を愛し、地域のために商売・地域活動に取り組んでいる。
- 大手チェーン店の進出や厳しい経済環境下、様々な努力を重ねている。
- 業界団体である生衛組合への支援や後継者対策に対する支援等を通じて地域生衛業者を引き続き支援していただきたい。