

第 12 回テーマ

ステークホルダーへの「根回し」について

有楽町の西武百貨店が今年 12 月 25 日をもって閉店するというニュースを耳にした。昨今の不況の影響もあって撤退という苦渋の選択を強いられたのだと思うのだが、早くも「撤退後にはどのお店が入るのか？」という話題も出ているようだ。大型電気店やユニクロなどを始めとしたファストファッション店、餃子の王将など成長著しい飲食店などの入居もあるのではないかと気の早いコメントも出ており、改めて事の大きさを感じた。

例えば同じ西武系列だが、高知西武跡地を巡っても問題が発生している。市民は跡地を「公共用地」として県や市に買い取りを求めているが、財政難で困難であるとの回答。その跡地にはパチンコ事業を主体とした複合ビルが建設されるという背景もあり、地元住民の署名 3 万人をもとに直談判しているといった状況のようだ。

店舗を構えて事業を行う「有店舗事業」においては、立地要件というのは最重要課題であり、同時にその「地域に受け入れられる」という点においても対策はとても必要だ。マーケティング要素はもちろんだが、多くの消費者が感じているその街全体の「イメージ」をも考慮せねばならない。まさに「地域に溶け込む」という成功要因がある為、当然ながら事業によって相性というのにも出てくるものであろう。

その時代背景や経済状況により、生活環境が変化し、価値観や消費者心理の変化も著しい。当然、人も変われば街や地域も移り変わっていくのは自然の流れである。これを止める事はできないかも知れないが、企業としては「事業活動」の前提条件として「社会性」というものも重要視すべきではなからうか。十分な話し合いの中から妥協点を見つけ出していかねば、決して先には進めない。そこをショートカットしてはいけないし、理解・賛同を得る努力は企業側にも必要ではないだろうか。

ビジネスだからこそ、超短期的に様々な判断が必要であると同時に、中長期視点でも判断を考慮しつつ、ステークホルダー（利害関係者）に対する、良い意味での『根回し』というのも大事だ、と感じた。