

モノが売れない 時代に入

今年に入つてガソリン、食料品、電気料金等々、様々な商品の価格が値上がりしている。その結果「物が売れない時代」に入りました。

これは消費者だけの問題だけではなく、テナントを借りて経営している個人事業主や経営者にとっても重大な問題だ。特に地域の商店街は大店法の廃止等によって顧客が大型店に取られ疲弊しているところに、今回の値上げは追い討ちを掛けられた格好にな

テナント誘致の ポイントはこれだ

の1階にファーストフード、コンビニ、ブックオフ等々の物販店が入ることは無かつた。しかし、近年では当たり前のように出店している。

このように時代のニーズは刻々と変化しているので、商店街も時代の変化に合わせた対策が必要になっているのである。

つている。
では、このままでい
いのか。

何の対策もなかっ

た。

「前向き会議」で 商店街を元気に

竹本氏に共感した商店主たちは朝7時に集会所に集まつて「前向き会議」を定期的に行つた。

竹本氏は衰退する商話は変わるが、一昔前まではオフィスビル

主たちは朝7時に集会所に集まつて「前向き会議」を定期的に行つた。

店舗同士の 助け合い重要

竹本氏は衰退する商店街を「日本一元気なり」を真似て始めた祭りも、今日では全国から

竹本氏に共感した商店主たちは朝7時に集会所に集まつて「前向き会議」を定期的に行つた。

第6回

“町おこし”がテナント仲介活性化に

け人だ。四ヶ町も全国の商店街同様、衰退の一途をたどつていた。その現状をみた彼は

買物客の多さに驚いた。竹本氏との話の中

で「自助・互助・公助」という言葉が何度も出てきた。

だが、本来であればテナント仲介に携わる不動産会社が中心に立つて、各地の「町おこし」をリードして欲しいものだ。

そのほか「きらきらフェスティバル（5,000人参加）」など

これがようになつてき

る。

なうにはまず自分で行



エリアコミュニケーションズ
(福岡県福岡市)
西村健社長

昭和31年10月12日生まれ、アットホームで賃貸情報誌編集長を歴任後、地元福岡の管理会社で不動産実務を経験。平成16年テナント専門会社エリアプロジェクト副社長に就任。平成19年エリアコミュニケーションズ設立。代表取締役に就任し現在に至る。