



田村 善弘氏

オープン カレッジ

韓国では2012年より、

大型店の強制休業が実施されている。対象となるのは、大型マート(全体で3000平

たむら よしひろ 消費者問題論、食料経済論。九州大学大学院生物資源環境科学府博士課程修了、博士(農学)。韓国政府(農村振興庁)、佐賀大学の研究員を経て2011年から現職。1980年生まれ。

方跡以上の店舗で衣食住を扱う。近年では、PBを積極的に、セルフサービス主体)、に導入しており、増加傾向にある。専門店、百貨店、ショッピングセンター、複合ショッピングモール、その他の大型店である。以下においては、大型マートを中心にみていくことにしよう。

もちろん、韓国国内の居住者に限らず、海外の観光客にとっても、韓国の土産物(主として食品や化粧品など)が安く購入できるため、利用す

韓国の大型店強制休業と消費者利益

韓国で大型マートが登場したのは90年代前半であり、現在は言つまでもないが、ソウル在ではEマート、ロッテマート、ホームプラスがビッグ3となつている。これらの小売業者は品揃えの広さ・深さ・価格の安さを武器にしており、多くの消費者が利用している者も多い。空港周辺の店舗は言つまでもないが、ソウル市内の店舗のなかには、明らかに観光客をターゲットにした

魅力発信こそ集客の本質

が分かる店員が配置されているところもある。このように、大型マートは登場して20年ほどで韓国の小売市場で影響力を持つ業態となった。その一方で、このあ

おりを受けたのが在来市場である。大型マートに比べて施設面での課題などを抱えており、大型店の成長の影で衰退してきている。こうしたなか、在来市場を保護する目的で「流通産業発展法」が2012年に改正された。大型店の強制休業が実施された。これに対しては、大

型店を運営する業界からの反対の声が上がっているが、そのほかにも消費者団体からの反対の声も上がっている。つ

まり、従来であれば在来市場と大型マートという選択肢があったものが、その選択肢が1つのみになり、消費者の「選ぶ権利」が狭められたというものである。一方で、大型マートには核となる店舗以外にも小規模の店舗が入店している場合もあり、大型店の成長の影で衰退してきている。こうしたなか、在来市場を保護する目的で「流通産業発展法」が2012年に改正された。大型店の強制休業が実施された。これに対しては、大

以上のことから、強制休業という措置は消費者にとっても事業者にとっても好ましいものではないと考えられる。いくら休業にしたとしても、消費者が魅力を感じなければ、集客には結びつかない。それぞれの魅力を打ち出して消費者にアピールしていくことが、真に重要なことではないだろうか。また、観光客の立場からいうと、これまで利用できていた小売店が利用できなくなるため、不便になったと感じることも多い。いずれにしても、第2週ならびに第4週に韓国を訪問する場合は、この点にも注意する必要があるといえよう。

