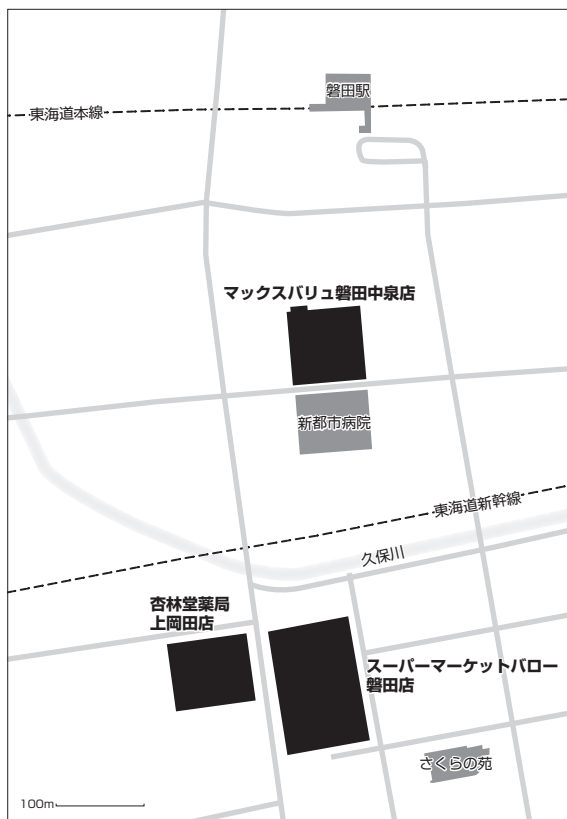


ドラッグストア激戦地視察

静岡県 磐田市(杏林堂薬局上岡田店周辺)  
袋井市(杏林堂薬局袋井下山梨店周辺)

有力SMを改装に追い込んだ  
地元商品と健康のMD力



ローカルと健康配慮の商品を  
売り場にうまく差し込む

静岡県磐田市で杏林堂薬局が有力食品スーパー(SM)パローと対峙している。JR磐田駅から南へ徒歩一〇分の中心市街地に杏林堂上岡田店とパロー磐田店が道路を挟んで向かい合っているのだ。五月中旬平日の午後三時、杏林堂上岡田店を訪れると中にはお客が四三人。五〇〇坪以上あると思わ

れる店内は、日用品や雑貨、化粧品などに加えて、食品売り場が広く取られており、五〇代以上と思しき女性や夫婦連れのお客が買い物をする姿があった。上岡田店では、青果を壁面に加えて平台も使って展開。市場直送のキャベツやレタス、キュウリ、トマトなど、一般的なSMにあるものは一通り扱っている。

精肉は壁面の冷ケースのみの扱いで、近隣の浜松市にある精肉企

業のオオタヤ・ミートが運営している。鮮魚の取り扱いはない。惣菜は中食企業「むすんでひらいて」グループの心夢が「ひとつ星デリ」を運営。国産こめ油だけで揚げた惣菜は管理栄養士のお勧めであることを強調。店内調理の「濃厚たまごのマカロニサラダ」や「鶏ごぼうの甘辛揚げ」など独自のメニューも並べており、一般的なSMに品揃えで負けていない。

加工食品ではアレルギーに配慮した商品が充実しているほか、意外にも静岡県産や隣の愛知県産のしょう油などをNBとともに並べていた。オリジナル商品として、オリーブオイルだけで揚げたポテトチップス「ヘルシーチップス」を販売。「杏林堂限定」を強調した同商品は、一〇〇%無添加が売りで七〇ㄖ入り一八円。NBの高価格チップス(五〇ㄖ)と同価格で、無添加を考慮すればお得感がある。菓子コーナーのエンドの棚五段のうち二段を割いて陳列していた。

店内では、日用品売り場の隣に

飲料が並んでいたりと、ベーカリーの隣がOTC売り場だったりするが、うまく融合しており、回遊しやすい。

S M並みの食品を扱っている上岡田店の利便性はお客に好評だ。

六〇代くらいの女性は、「薬も食品も一度に購入できるから楽でいい」と言い、学校帰りに来店していた女子高生は「なんとなく安いイメージがあるからつい寄っちゃう」と魅力を挙げる。杏林堂は激安を前面に出しているわけではないが、例えば、通常一五〇円前後で売られているレトルトカレーが一二八円で販売されていた。利便性に加えて安さも集客力の高さにつながっているようだ。

## NSCのバローが改装に追い込まれる

続いて午後三時半ごろ、バロー磐田店を訪れた。敷地内にはしまむら、マクドナルド、ドコモショップ、中古買い取りショップ、歯科医院があるNSCタイプだ。ただし、同じ敷地内といってもあまり



杏林堂薬局上岡田店は利便性の高さと安さで集客力を高めている（上）、NSCタイプのバロー磐田店は昨年10月の改装で客数を改善した（下）

に広大なため、バロー店舗の外にあるマクドナルドやドコモショップは、バローから徒歩で五分以上かかる。

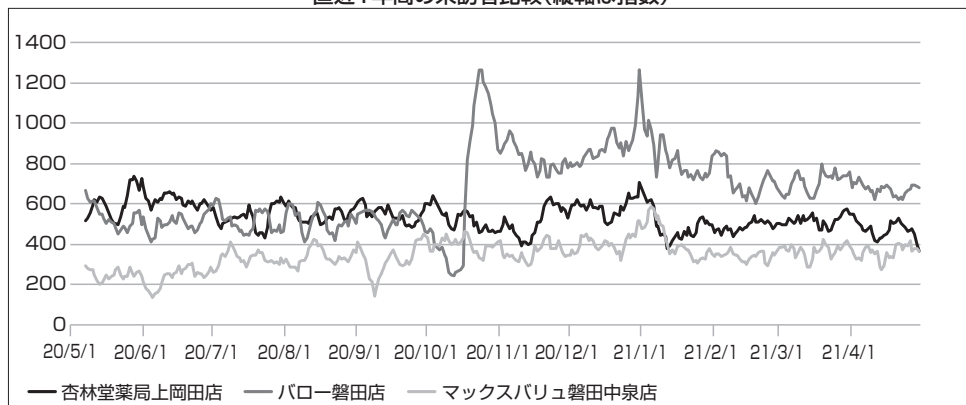
バロー店内は売り場面積が一〇〇坪と見られ、杏林堂よりも広い。ただ、その店内にいるお客は二三人と、広さの割に少なく見える。もちろん、品揃えは杏林堂より多いのだが、健康配慮商品や地元産品は少なかった。価格面でも、前述のレトルトカレーは杏林堂より五〇円以上高い。バローはNB

の品揃えの多さで勝負しているように見える。

午後四時。杏林堂から五〇分ほど離れているマックスバリュ（MV）東海の磐田中

泉店には五三人のお客がいた。青果はMV東海が力を入れる地域産品を「じもの」として大きく打ち出している。客層は杏林堂とは異なり、三〇〜四〇代と見られる女性が一人か子連れで来ている。価格は冷凍食品や食用油は杏林堂より

直近1年間の来訪者比較(縦軸は指数)



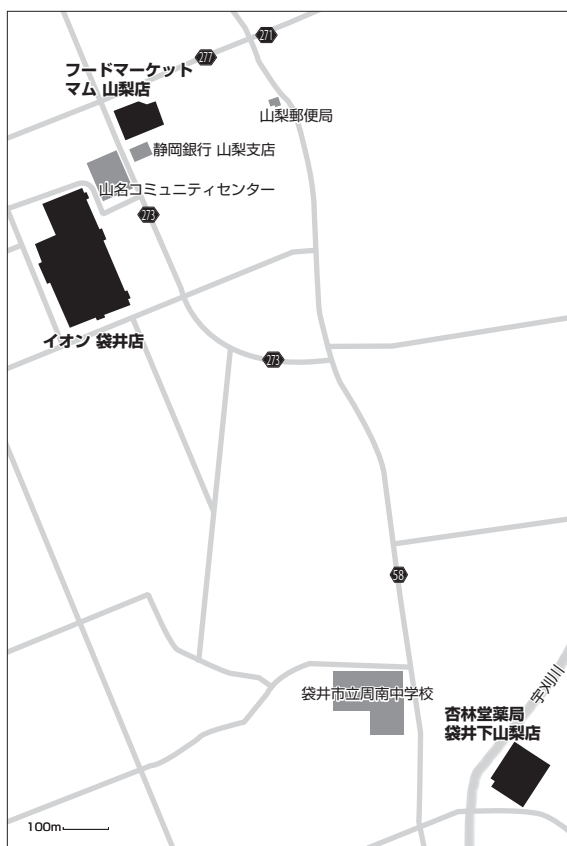
技研商事インターナショナル、KDDI協業開発の「KDDI Location Analyzer」で作成

も安かったが、それ以外は全般的に高かった。

磐田市内の直近一年間の来訪者比較を見ると、杏林堂がバローをリードしていたが昨年一〇月を境に逆転し、バローが大きく突き放している。実は、一〇月一日から一五日にかけてバローは改装を実施。一六日以降リニューアル効果で客数が跳ね上がっているのだ。地元客によれば、バローは改装後、鮮魚や弁当、冷凍食品の品揃えが格段に良くなったと評判だ。今回の訪問時は三店舗で一番少なかったが、夕方以降の時間帯や土日では客数が大きく異なる可能性がある。バローにとって杏林堂は脅威になっていったわけで、今後も警戒の手を緩めることはないだろう。またMV東海も訪問した日に特売の「火水曜市」を実施していたことが客数の多さにつながったと予想され、そうでなければ杏林堂にリードされていると言える。

## 生鮮三品に惣菜、ベーカリー、ジューススタンドまで設けた店も

磐田市内から一〇キロ離れた袋井市北部では、生鮮フルラインに調



剤併設、高齢者向けゴルフコースまで備えた杏林堂がある。JR袋井駅から車で二〇分ほどの山あいを切り開いた住宅地にある袋井下山梨店だ。

五月一日午前十一時ごろ、同店を訪れると一〇〇台近く収容可能な駐車場には八〇台以上の車があり、店内にはすでに八三人のお客が買い物をしていた。同店では食品のコンセとして精肉は肉のくわばら（浜松市）、鮮魚はさかな

サービスでは、酒売り場近くにメニユー提案の「キッチンカウンター」を設置。コロナ下のため試食販売は中止しているが、現在は土日祝日限定でパイんとイチゴ、ブドウとレモン、キウイとパイなどのミックスジュースを販売するジューススタンドとして活用している。

屋外には高齢者向けに考案されたスポーツ「グラウンドゴルフ」のコースが敷地内を囲むように設置され、一〇番ホールまで楽しめる。調剤薬局も併設されているため、袋井下山梨店には「医療」「食」「スポーツ」の杏林堂の主力三事業が集約されている。周囲にはコンビニが一軒しかないこともあり、「何でも揃っている店」として地元客からの評判が高い。

その袋井下山梨店から一・九キロほど離れたところにあるのがイオン袋井店だ。衣食住に加え、HBCを展開するほか、ショッピンセンター「パティオ」やホームセンターのケーヨーデイツーなども併設。一〇〇台収容できる広大



「何でも揃う」と地元客から支持が厚い杏林堂薬局袋井下山梨店

な駐車場を備えている。正午過ぎに訪れると、食品とHBCにいたお客は一〇〇人ほど。子連れの女性と五〇代以上と思しき女性が多く見られた。

イオンは面積が広い分取扱商品のボリュームが大きいが、地元産品は取り扱いが少なく見える。価格についてはレトルトカレーや冷凍食品が杏林堂より安いほかは全般的に高めた。また、食品と雑貨、

HBCはレジを境に分けられているため、杏林堂と比べて回遊しにくい感じだ。

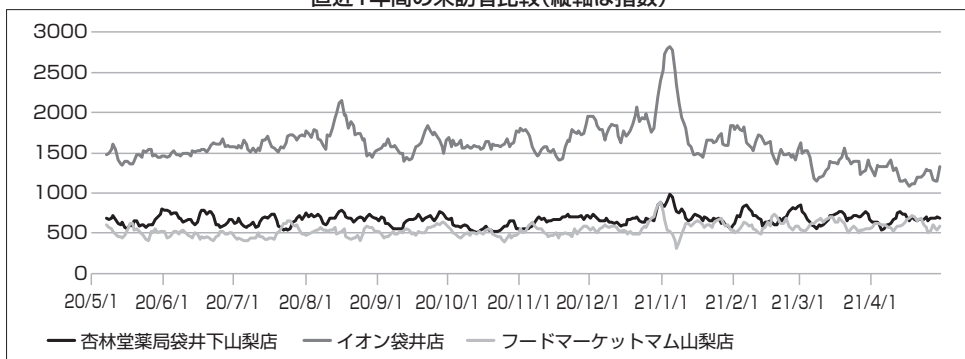
その後、イオン袋井店から三五〇メートル離れた地元S.M.フードマーケットマム山梨店に向かうと、敷地内には一〇〇円均一のセリア、ベスト電器、美容室、コインランドリー、飲食店など八店が出店。日常利用するサービスは十分揃っている印象だ。経年変化が目立つマムの店舗に入ると、お客が二五人。杏林堂やイオンと違い、カート利用者はごく少数だ。訪問したのが午後一時ということもあり、おにぎりや弁当を購入する人が多かった。

価格面では三店舗ではもっとも高い。国産の豚こま肉や若鶏もも肉は杏林堂よりも一〇〇グラムあたり一〇円以上高かった。品揃えでも健康を意識した商品はあまりないうえ、地元S.M.ながら地場産品の取り扱いも少ない。

袋井市北部の直近一年間の来訪者比較を見ると、イオンがダントツに多い。ただ、パティオやケー

ヨーデイツーなどへの来訪者も含まれているため、イオンの食品と

直近1年間の来訪者比較(縦軸は指数)



技研商事インターナショナル、KDDI協業開発の「KDDI Location Analyzer」で作成

HBCに限定すると、杏林堂との差はもう少し小さくなるだろう。またフードマーケットマムに対しては杏林堂がリード。今年一月については杏林堂の来訪者が大きく伸びた一方でマムは減少している。これはマムが正月三日を休業としたことが要因で、年中無休の杏林堂は通常の集客に加えて年末年始の需要も取り込んだことを表している。

杏林堂は静岡県二カ所の商圈において、食品を主体とするGMSやSMに対して善戦していた。ドラッグストア各社が食品強化に取り組んでいるが、生鮮はやりきれない企業がほとんどだ。この点、杏林堂は精肉と鮮魚、惣菜はコンセに委ねて、自社のリソースを青果とベーカリーに注力し、店舗全体を買い物しやすい環境にすることで地元客から厚い支持を得ている。このフォーマットでさらに拡大しようとしている杏林堂は、ドラッグストアの県内トップシェアをより強固なものにしようとしている。