

明に少く回復時間も小である。これに反し、瘦型は一般に平常時の脈搏が多く、運動直後の脈搏も大で回復時間も大である。

然し運動直後の脈搏回復時間は肥満型は人数が少ないが一定しているのに瘦型では非常に小なるものから非常に大なるもの迄がばらばらにしているのが認められた。

四. 考 察

以上の点から考察すると肥満型は循環機能が安定しているが瘦型には安定したものもいるが非常に不安定なものが相等に多いと言う事が推定される。

尙本調査に当つて平田研究所長平田博士の御援助に対しここに深甚の謝意を表します。

吉田甚吉, 宮田英雄, 信田 力 : 岐阜市に於ける薬局の実態調査

——主として薬局の位置と経営との関連に於いて

Jinkichi Yoshida, Hideo Miyata and Tutomu Nobuta : A factual Business

Investigation of the Drug Stores in Gifu City.

——mainly from the Standpoint of their Location.

1. 序

実態調査は凡て事を為す第一の前提であり、科学の第一歩でもあるが、仲々行われ難い。権力者がその職権を以て為す場合は比較的容易であるが、それでも経済実態ともなれば、税や同業者などの手前、経済主体の利害意識が働き易い結果、文字通りの実態なるものが得られるとは限らない。況や我々の如きが、僅かの労力と時間とで、而も相手の好意のみを頼りとして為す調査が、量的にも質的にも極めて限られたものになるのには已むを得ない所である。本調査もその通りであるが、量よりも質に重点を置いた。従つて或る調査事例に於いては、薬局経営者の言に依らず、調査者自らのひそかなる観察に依つた。その結果は勿論常識的判断の域を遠く出るものではなかつたが、その苦心と常識を事実で裏附けた備住とは認められるべきものと思う。

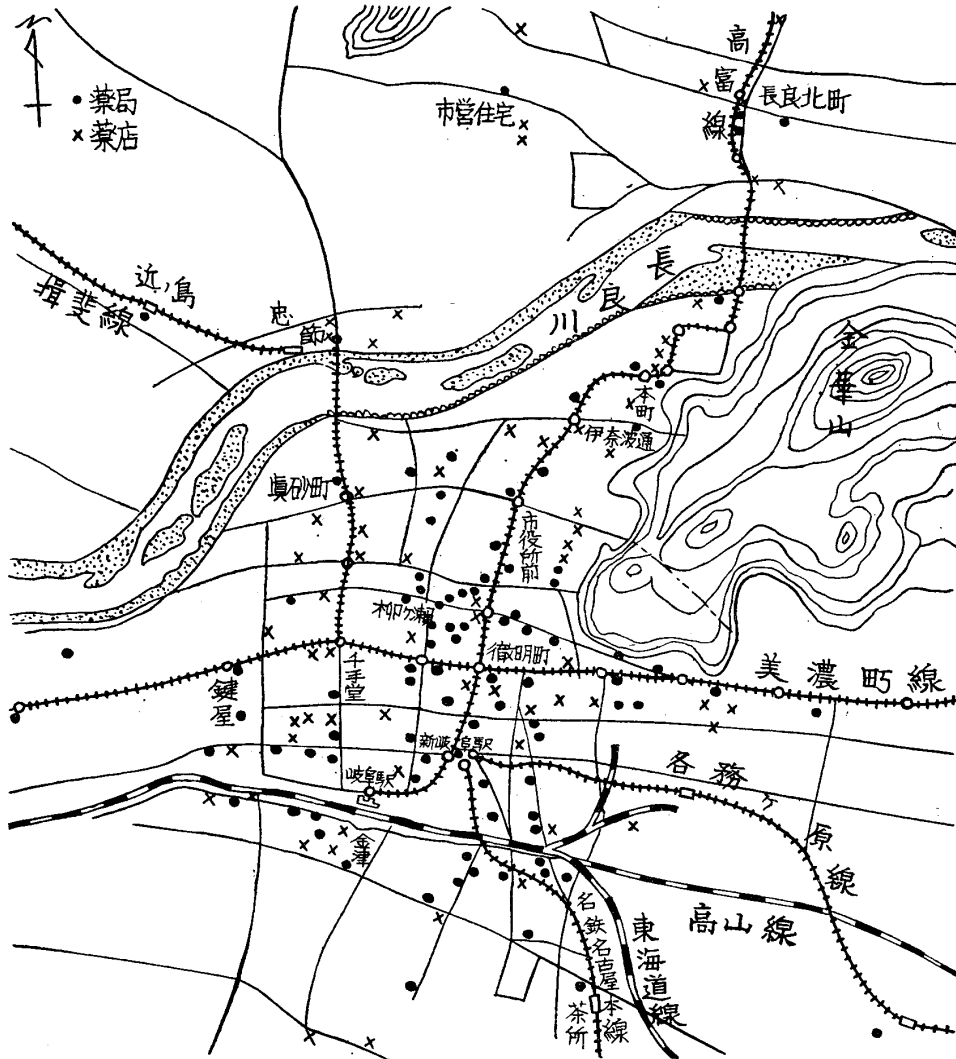
本実態調査は、主として薬局経営と位置との関連に於て行われた。云う迄もなく、薬局の位置が問題となるのは、開局に当り如何なる条件を有する位置が最も有利かと云う事。即ち位置の選定の場合と、或る位置に薬局が存する時、その位置の有する諸条件の下に如何にすれば経営の維持発展が可能であるかと云う事。即ち経営方針を立てる場合とである。薬局の位置が経営主体の営利的自由意思によつて決定される限り、有利な条件を有する位置程多数の薬局が集中し、然らざる位置には疎となり、各薬局の存する位置の有利性は、平準化するであろう。それ故に薬局の分布を明にする事によつて、現在迄の処、如何なる位置が有利であつたかが分るであろうし、又都市計画、商店街の移動傾向等、都市発展の動向に関連して如何なる位置が有利となるべきかを知る一助ともなろう。依つて先づ第一に岐阜市の薬局(薬店を含む)分布状態を調査した。

次に現に特定位置に於いて営業している薬局は, 多かれ少かれ, その位置の制約を受け, それが営業状態に反映する筈である. 換言すれば位置と経営との関連が見られる筈である. 此の見地から販売品目, 顧客, 宣伝等について不十分であるが調査した. 尙調査時は昭和28年の後半である.

2. 薬局の分布

岐阜市薬局分布図(28年10月現在)

(第1図)



同業者迄の最短距離

(第1表)

柳ヶ瀬附近

距離	10m以下	20	40	50	60	80
薬局数	1	2	2	3	1	2

柳ヶ瀬を除く他の全地域

距離	30m以下	50	100	150	200	250	300	350	400	450	500	600	1000以上
薬局数	2	2	5	12	4	6	5	0	3	1	1	2	3

薬局が一種の商業経営なる以上, 顧客の吸引力が最大の立地因子である. 従つて人口稠密な地区, 人の密集する地区, 通行量の大きな位置に薬局が集中する. 都心商店街, 歓楽街, 交通機関の発着地点などがそれである.

岐阜市に於いても之は明かに見られ, 柳ヶ瀬附近(岐阜市の中心的盛り場), 金津(岐阜駅南特飲街), 新岐阜駅附近(名鉄電車終点)に集中している(第一図参照). 密集度合を同業者迄の最短距離で計つて見ると第一表の

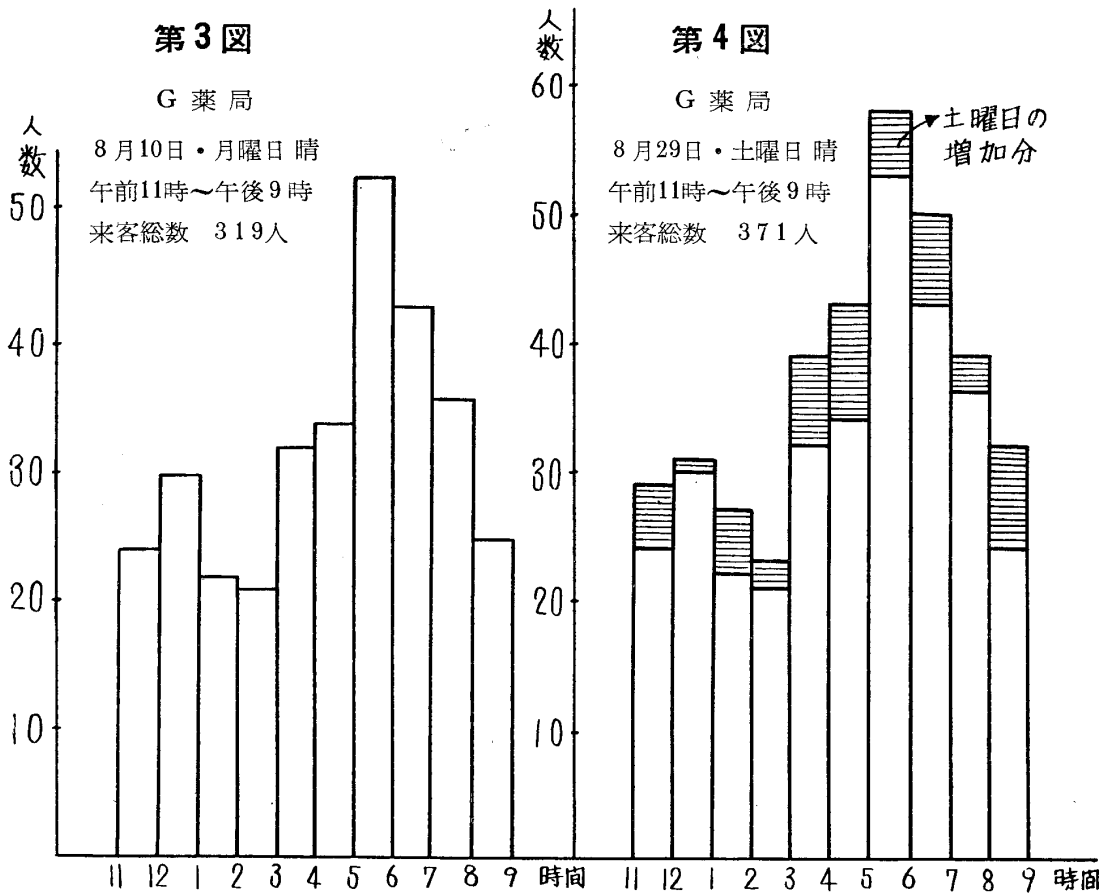
之に依れば余り明瞭な傾向は把握し得ないが、(イ) 全体として見れば、兼営品目の売上割合は、概ね 20~30 % である事。(ロ) 位置との関係に於いては、通行量の多い所程その割合が少く、又 それが大きくともその取扱品目が少い。即ち専門化の傾向が強い様に思われる。尙比較の為め一薬店のも表の末端に掲げたが、兼営品目の割合が大である。之は勿論医薬品部門そのものの弱体を表わしている訳である。

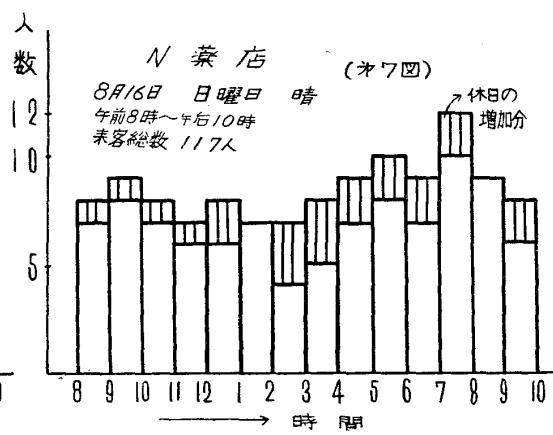
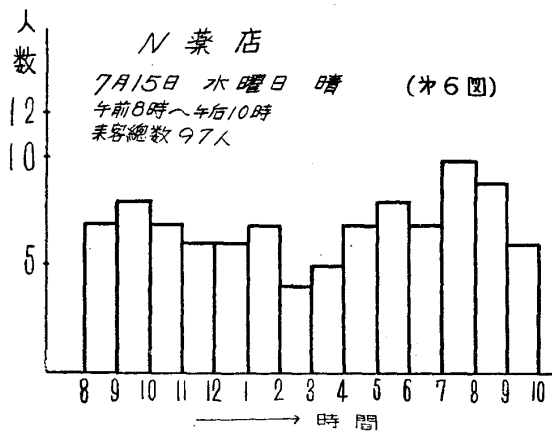
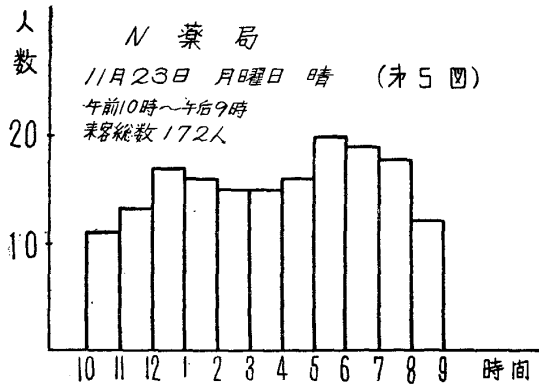
4. 顧 客

薬局の顧客は、その位置によつて、色々の点に於いて相違があると思われるので、次の諸点について調査した。即ち、(1) 時間的に見た来客数変動。(2) 固定客と流動客との割合。(3) 顧客層。

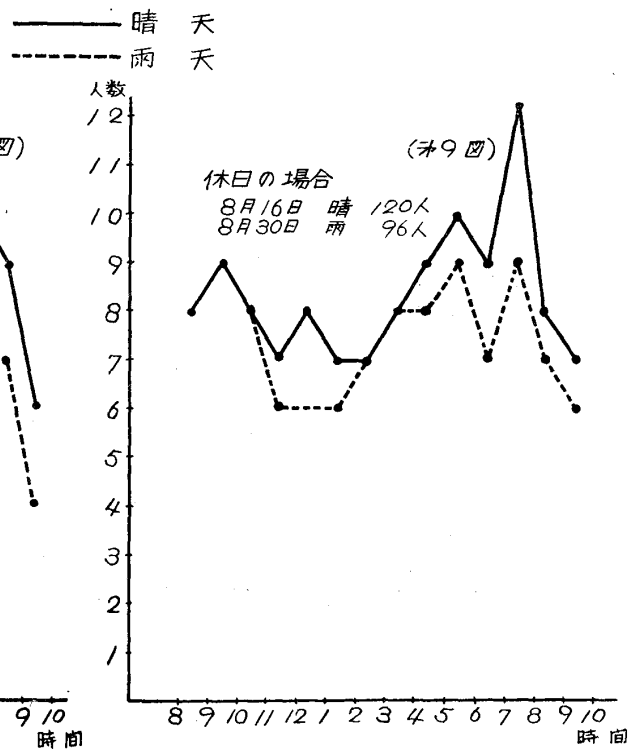
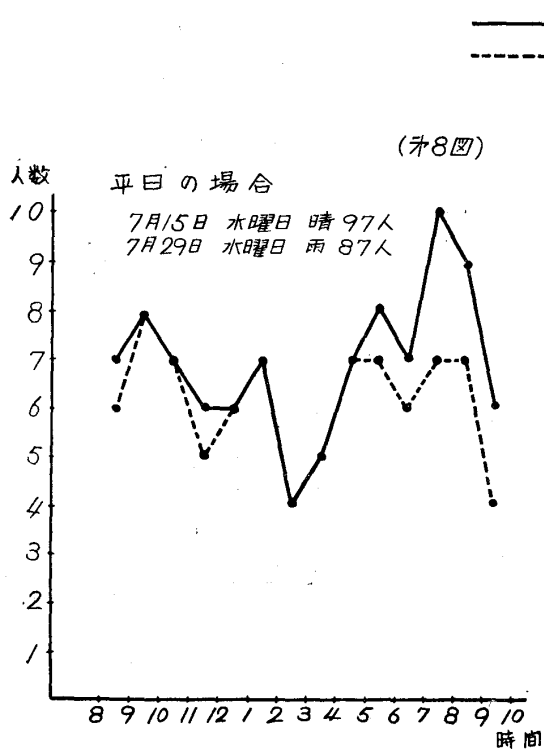
(1) 時間的に見た来客数変動

我々は柳ヶ瀬(都心盛り場) G 薬局, 新岐阜駅前 N 薬局, 住宅地に近接街する商店にある N 薬店につき、夫々調査した処、次の如き諸図表を得た。(第3図~第9図)



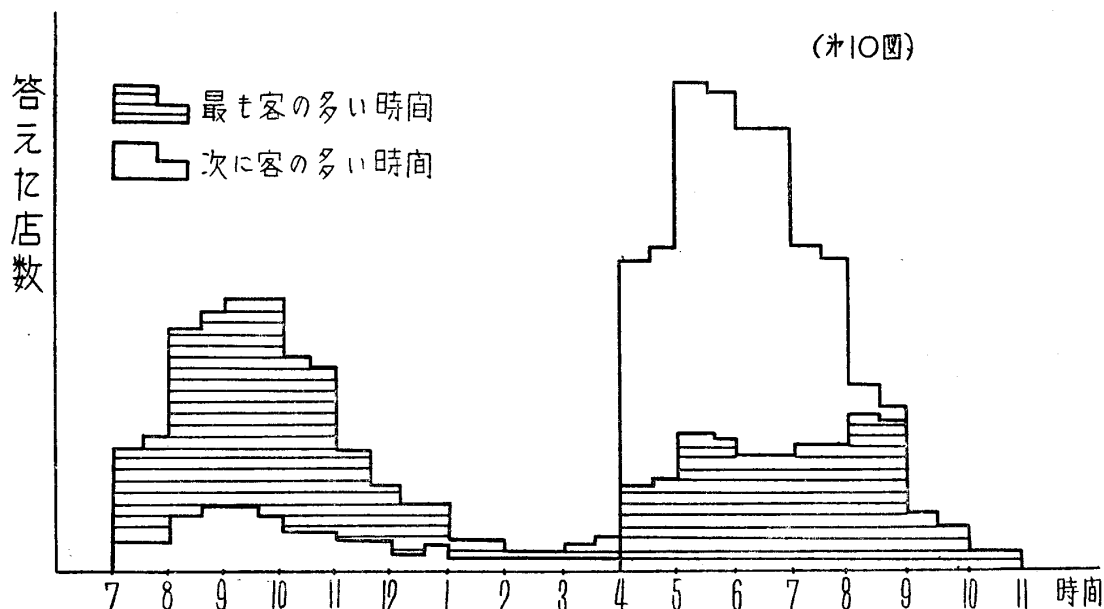


晴雨による顧客変動(N薬店)



薬局に来る客の時間

(電通の薬局調査, 1953. 7号)

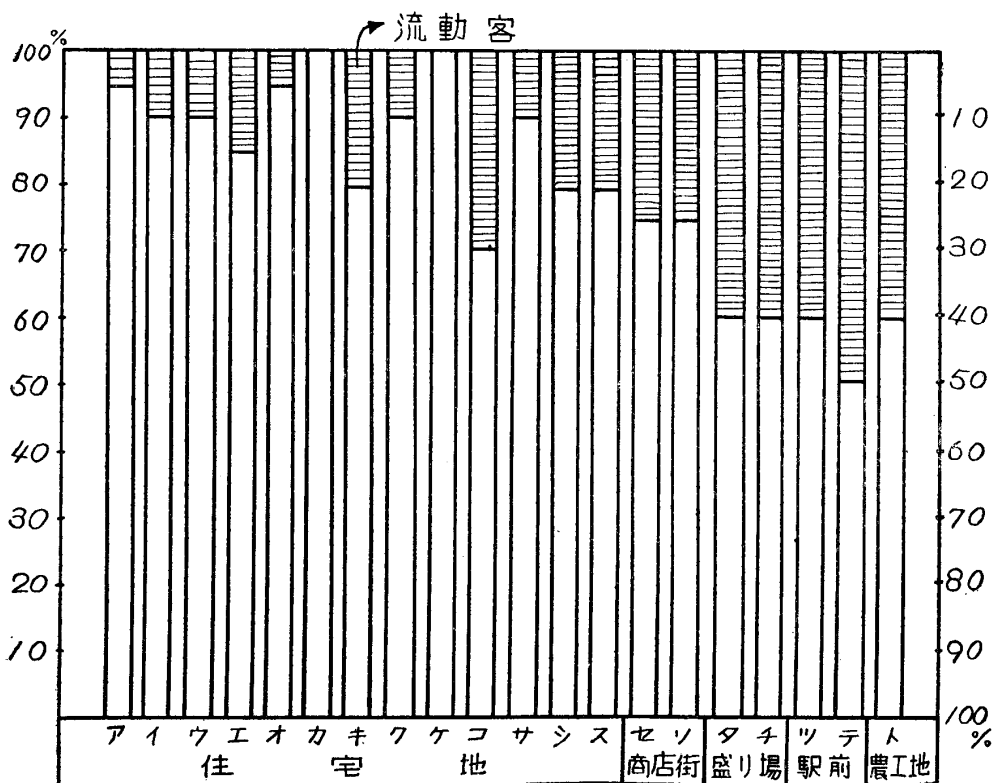


以上の調査は、調査事例が少ない事、調査時点の異なる事などにより、余り一般的な事は云えないが、一応次の諸点が観ぜられる。(A). 程度の差はあるが、来客数の多い時間と少ない時間とは、各店とも大体一致している。而して此の事は電通の調査と対照しても同様である(第10図参照)。(B). 時間的凹凸は通行量に影響される部分が多いと思われる。此の事は盛り場、駅前に著しいであろう。G 薬局の場合、此の点かなり明かであるが(第3.4図)、N 薬局の場合、余りそうではない(5図)。之は急ぎ客の多い故でもあろうが、顧客吸収の努力が不足している事も一因ではあるまいか。(C). 平日と土曜日、平日と休日、晴の日と雨の日との差異が、位置の相違によりどの様に現われるかは調査し得なかつたが、夫々の比較は、G 薬局、N 薬局に於いて為された。先づG 薬局について、平日と土曜日とを比較すると(第4図)、土曜日の客数増加が、午前中は固定客で余り見られず、午後の客数増加に著しい。盛り場の人出の影響と思われる。N 薬局について平日と休日とを比べると(第7図)、休日の客数増加が時間的凹凸の程度を減じている。之又都心を離れた商店街の特徴でもあろう。最後に又N 薬局について晴雨の日を比較すると(第8図、第9図)、雨の日には午後の客数増加時に増えず、特に夜間の減少が著しい。之れ雨天には、その日に必要なもの以外は翌日に繰越す為めであろう。

(2) 固定客と流動客との割合

薬局は、医薬品などの必需品、便宜品の販売を主体とするものであるから、近くの住民、或は毎日前を通る顔なじみの通勤者が客となる。又薬局は調剤の如き信用を重視する営業面があるので、特に遠方から来る客もある。之等が所謂固定客を形成する。従つて薬局の固定客の割合は非常に大きいものである。岐阜市の薬局20軒について固定客と流動客との割合を調査した処、第11図の如くなつた。即ち大部分の薬局は固定客の割合が60%以上になつている。流動客は、盛り場や駅前程多いのは当然であつて、もし此の様な所に位置し乍ら流動客の少ない場合は、宣伝、店舗、接客術等経営方法に改善の余地ありと云わねばなるまい。

薬局の固定客と流動客との割合 (第11図)



(3) 顧客層

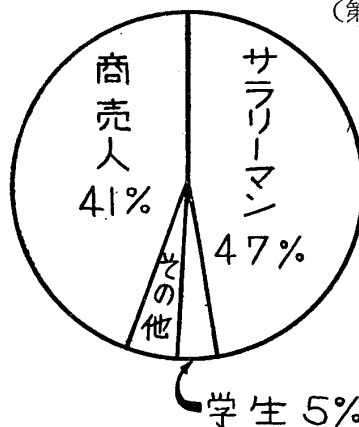
顧客層も薬局の位置によつて異なると思つて調査したが充分には出来なかつた。第4表は21軒の薬局について、如何なる顧客が多いかを調査した結果で当然の事乍ら市の中心程、商売人、インテリの多い事が分つた。例えば柳ヶ瀬 G 薬局の顧客の職業別割合は第12図の如くである。

薬局が多いとする顧客層 (第4表)

1.	商売人が多いとするもの	12	軒
2.	インテリ	4	軒
3.	農民	3	軒
4.	その他	2	軒

G薬局顧客の職業別割合

(第12図)



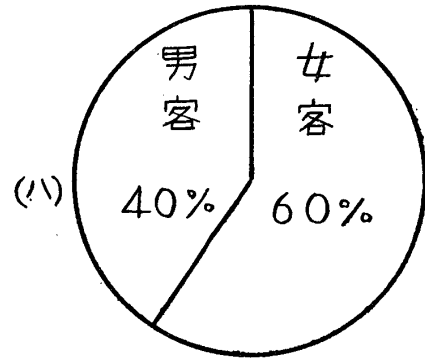
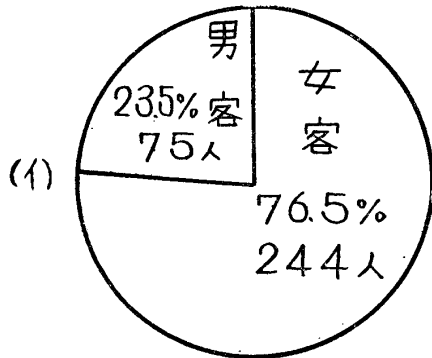
次に薬局の顧客を性別に見ると第13図の如くで女客の割合が大である。G薬局の如き化粧品に力を入れている店は特にそうであるが、薬品のみ購入客について見ても矢張女の方が多い。薬局が女性の身の廻り品、家庭用品の一部を取扱うのも当然と云え様う。

最後に顧客の年齢別割合を G 薬局と N 薬店について調べたのであるが、盛り場と、住宅地近接商店街との差異が、かなり明かに出ている様うに思われる (第14図)。即ち G 薬局の場合には、盛り場を歩く年齢層が矢張り多くを占めていると云う事である。

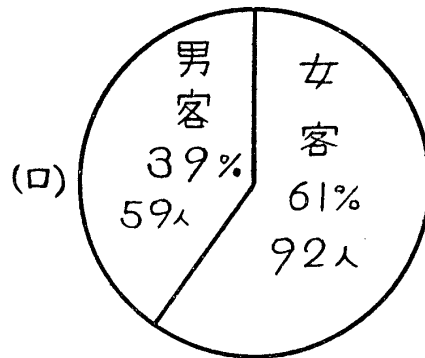
顧客の男女割合 (第13図)

G 薬局. 8月10日. 客総数 319人

N 薬店 概算割合



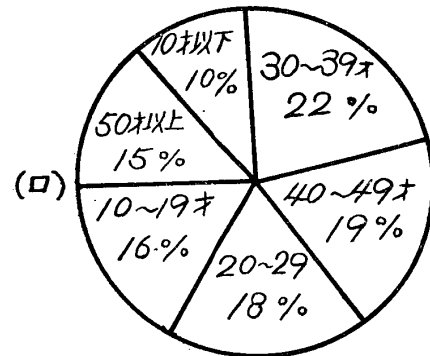
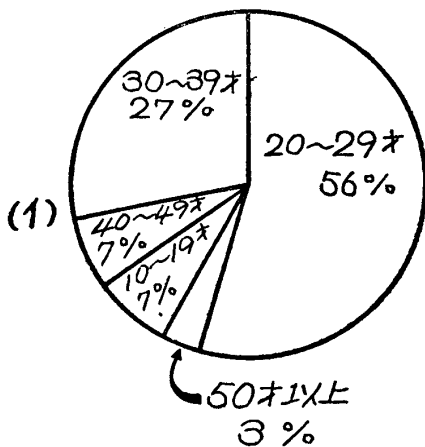
G 薬局 薬品のための購入客男女割合
総数 151人



顧客の年齢別割合 (第14図)

G 薬局の場合

N 薬店の場合



5. 宣 伝

医薬品の広告宣伝は、他の如何なる品目より盛んであるが、薬局自体のそれは、必ずしも多いとは云えない。

恐らく固定客が多い事、資力に乏しい事、医薬品には銘柄品が多いが、それ等はメーカー乃至発売元の広告で売れるのであつて、個々の薬局のそれで売れるのではない。従つて個々の薬局としては、経営上の特徴を示し難く従つて広告の必要性に乏しい。などに依るのである。然し乍ら、通行量の多い盛り場、駅前など同業者の多い所では、流動客の争奪を有利にする為め、又そうでない所でも固定客維持増大の為、広告宣伝は或る程度必要である。然し乍らその位置によつてその方法も異なる筈である。斯る見地から調査を試みた。先づ37軒の薬局について調査した結果、積極的に広告する薬局は4軒に過ぎない。従つて此の薬局について、広告方法、広告費を見ると第5表の如くである。

薬局の広告方法と広告費 (第5表)

店名	項目	場 所	同業者迄の距離	広告の方法	売上高に対する広告費
A		駅 前	40 m	新聞、電柱	1 %
B		盛 り 場	30 m	新 聞	2 %
C		商 店 街	50 m	チラシ	1~2 %
D		農 工 地	1300 m	チラシ、ウチワ、カレンダー	2 %

都心の盛り場、駅前等では、遠方より都市へ出て来る人を誘引し流動客を獲得する為めに、新聞広告は有効であろうが、そうでない位置で近くの住民を相手とする店では、その他の方法が用いられている事が分る。広告費も2%が限度の様である。

此の外、薬局の広告方法に、看板、店頭広告などあるが、店頭にかかげる店名に、地名、駅名を冠した方が民衆に親しまれ易い。従つてその様な店名を附した薬局が多いのであるが岐阜市の場合には、第6表の如くである。

位置と薬局名 (第6表)

電停駅名によるもの		地名によるもの		そ の 他
金 園 町	金 園 薬 局	近 ノ 島	島 薬 局	岐 東 薬 局 (岐阜の東の意)
千 手 堂	千 手 堂 薬 局	岐 阜 市	岐 阜 薬 局	
鍵 屋	鍵 屋 薬 局	日 ノ 出 町	日 ノ 出 薬 局	
森 屋	森 屋 薬 局	柳 ケ 瀬	柳 ケ 瀬 薬 局	
徹 明 町	徹 明 薬 局	金 津	金 津 薬 局	
本 荘	本 荘 薬 局			
茶 所	茶 所 薬 局			

6. 結 び

以上で我々の調査報告を終る。題名に忠実な内容を盛り込んだ我々の意欲は、必ずしも小さくなかつたが種々な制約に屈して十分な成果を挙げ得ず、従つて調査報告も、事実の断片的羅別となつて体を為す迄に至らなかつた。遺憾乍ら羊頭狗肉の非を甘受せざるを得ない様である。近年此の業界に於いても、頓に事実発見、真相把握の機運が生じ、種々調査が行われる様であるが、それ等の調査成果がどしどし公表せられ、累積されて、科学乃至政策の基礎を築き上げて欲しいものである。我々の此の調査報告が、もしその様な基礎工事の小さな捨石にでもなれば、それで充分満足である。(吉田文責)