

引き出しの多さ売りに

ぎふ新時代 昭和元禄からの飛躍

高度経済成長期からの半世紀、「買い物」の在り方も変わってきた。個人店の対面販売からスーパーマーケットへ。そして今、店舗にさえ出向かない、ネット注文の宅配サービスも広まりつつある。

可児市のスーパーマーケット「パロー」の一角に、店頭と並ぶのと同じ食料品や日用品を集めた小部屋があった。複数のスタッフが手元の機器を確かめながら商品を探し、コンテナボックスに詰めていく。しばらく

③ 変わる買い物

すると、別のスタッフがボックスを軽ワゴン車へ。車は店を出ると狭い路地をすいすいと走る。ある住宅の前に着くと、玄関で「パロー ネットスーパーです」。届けられたのは、ネット注文した商品の数々。受け取った家主の女性は「新型コロナウイルスの感染予防で利用を始めた。そしたら便利。買い物に行く時間を自分の時間に使えるようになった」と笑顔を見せた。

◆ ◆ ◆

今や県内企業で最大の売上高を誇るパローホールディングス(HD)。創業は、高度成長期に入ってから1958年。恵那市の駅前商店街に、創業者の伊藤喜美氏が開いた「主婦の店恵那店」に始まる。

主婦の店は、57年の大垣市を発祥とするスーパーマーケットのボランティアチェーンだ。食料品や日用品をまとめて買える総合店を米国流のセルフサービス方

日用品、配達・ドライブスルーで



式で展開し、買い物に在り方を一変させた。パローに限らず、ダイエーやオークワといったスーパーも主婦の店を起源とする。

パローの歴史を振り返ると、暮らしの変化が見えてくる。郊外暮らしのマイカー時代が到来すると、駐車場完備の郊外店を展開。マイホームブームや健康志向の高まりを受けて、ホ

ームセンターやドラッグストア、スポーツクラブ、ペットショップといった他業種にも参入した。

パローHDの田代正美会長は「他業種参入は、他社に出店を呼びかけても岐阜県まで来てくれなかった。ローカルゆえに全て自前でやるしかなかった」と振り返るが、結果的に「引き出しが増え、多様な経営資源

を持つことができた」と評価する。

◆ ◆ ◆

そして今。店舗を飛び出し、自社ブランドのネットスーパー事業を2019年に開始。職場配達や店舗でのドライブスルー受け取りも可能にする。時代はより「個人主体の社会になってきた」といい、「働いていないので買い物に行く時間がないという人も増えている」と田代氏は語る。

特に高層マンションの建設で、郊外に出た人々の都

自宅まで食料品を届けるパローネットスーパーの配達員(左)。玄関への置き配も可能だ(可児市内)

心回帰が進む。宅配のネットスーパーは都市部の「買い物難民」問題の解消にも有効なほか、都市部の出店はスペースが限られたテナント型が多い中、ここへ来て「引き出し」の多さがプラスに働いているという。

例えば、岐阜市の「柳ヶ瀬グレース35」。下層階にパローグループの「Vドラッグ」が入る。「スーパー一本だとバックヤードを取れない場所は断るしかないが、ドラッグストアなら出せる。引き出しが多いからこそ、個の時代の多様なニーズに対応できる。追い風が吹いてきた」と、次の時代を見通す。