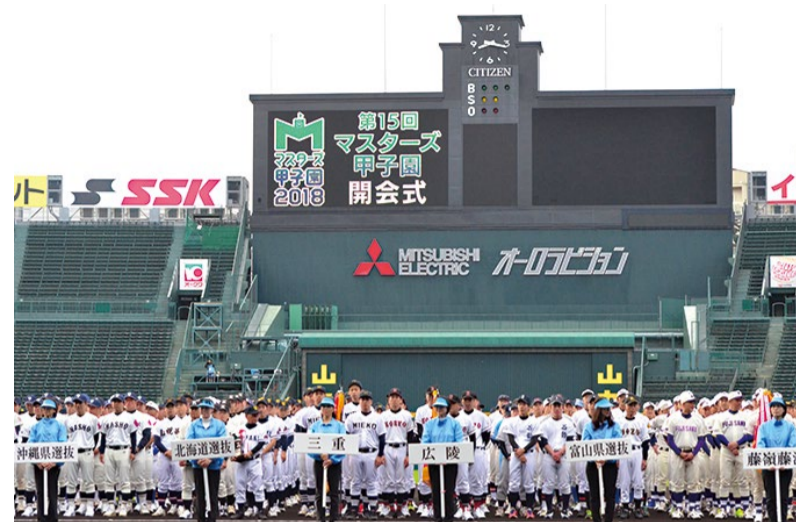


City Life NEWS

全国で注目される施策や課題は、地域で暮らす私たちにどう影響するのか?身近に起きた出来事やトレンドなど、幅広い分野のニュースを紹介していきます。ネットでもさまざまなニュースを紹介しています。



シティライフNEWS で検索



昨年の開会式の様子。

永遠の高校球児たちへ マスターズ甲子園

第101回全国高校野球選手権大会は今年も熱戦が繰り広げられ、令和初の夏の甲子園の幕が下りた。皆さんは秋に甲子園球場で行われる”もうひとつの甲子園”があるのをご存知だろうか。

「マスターズ甲子園」は別名「秋の甲子園」ともいわれ、元高校硬式野球部関係者(部員、監督、部長、コーチ、マネージャーのOB・OG)で、高校の野球部に一時期でも在籍したことのある者のみ出場資格が与えられる大会である。全国で200万人いると推計される元高校球児が、各地域でのOB・OG野球クラブの活性化、生涯スポーツとしての野球文化の発展、熟年(マスターズ)世代はもちろん、現役の高校球児や若い世代への応援メッセージの発信などを行っている。

ベンチ登録者は選手、監督、部長、コーチ、代表者、マネージャーを含めて最大50名までで、登録者は全員が試合に出場することができる。試合は9イニング、もしくは1時間30分打ち切りで延長戦は行わない。3回までを34歳以下のチームで行い、4回以降は35歳以上のチームで行う。投手は全て2イニング以内の登板とするなど、19歳から80歳を超える幅広い年代や性別の選手が出場するため、ルールや試合方法にマスターズ甲子園独自の規定が設定されている。

真剣勝負でありながら、多様性を認めて楽しみながら勝負するのがマスターズ流。そして、高校時代は行くことができなかった夢の舞台・甲子園球場に母校のユニホームを身につけて共に出場する父と息子、全国制覇してもなお、またあの聖地を目指す選手たち…など、様々なストーリーが。

今年は大阪のPL学園が地方大会に出場して話題となった。甲子園に高校1年の夏から5季連続出場、通算20勝を挙げ、プロ野球・読売ジャイアンツでも活躍した桑田真澄さん(51)がマウンドに上がっている。現在硬式野球部は休部中だが、春夏連覇を含め春3回、夏4回の優勝を誇る超名門校・PL学園がマスターズ甲子園で復活となるか、注目だ。

第1回大会(2004年)の開催当時、各地区の予選大会参加校は4県82校だったが、昨年の第15回大会には16都道府県305校の参加となった。マスターズ甲子園実行委員会の長ヶ原誠 委員長は「目指せ甲子園という思いは何歳になっても変わらない。終わらないんですね。生涯、



秋の甲子園でも毎年熱い戦いが繰り広げられている。

野球を楽しんで各地区でも同窓会として盛り上がってほしい」と話す。

16回目となる今年の大会キャッチフレーズは「あの日の9回裏のその先がある」。11月8日(金)に前夜祭、9日(土)と10日(日)に試合が行われる。



歴代の大会ポスター。

増え続けるドラッグストア 近距離に集中出店する理由とは

同じ地域に続々と増え続けるドラッグストア。近年特に、一定の距離内で多くの店舗を見かけるようになった。果たして、そんなに近くで出店をして採算が取れるのか。その疑問に対して、箕面エリアに4店舗目をオープンさせたスギ薬局スーパーバイザーの徳永さんは、「ドミナント戦略という経営手法が、近距離に多く出店している大きな理由です」と言う。

この戦略はチェーンストアの展開によく見受けられ、特定の地域内に集中して店舗

を展開することにより、経営効率を良くするとともに、地域内におけるシェアの拡大を狙うのが目的の一つ。また同じエリアに出店することで、地域の特性をデータ化し、出店計画の効率化や消費者のニーズに合う店舗の複数展開が可能に。地域における知名度が高まり、より多くの人々が足を運ぶと同時に、競合の出店意欲を抑える効果も期待できる。さらに、効率的な配送ルートが設定できることで物流コストの削減、地域を絞ることにより広告宣伝費の削減を図る仕組みとなっている。

今夏オープンした「スギ薬局 箕面今宮店」。薬剤師やビューティーケアアドバイザーなど、専門性に特化した人材も配置。



徳永さんは、「ドラッグストアはただの小売業ではなく、接客業という意識のもと、同じエリア内でも店舗ごとに特色を持たせています。従業員の接客サービス向上はもちろん、ドミナント戦略を用いて地域に根差した店舗づくりを心掛け、ドラッグストアが地域の方にとって欠かせない存在になれば」と話す。



一部店舗において血管年齢や骨強度など、無料で診断が可能。体組成測定では診断結果をもとに、管理栄養士がその場でアドバイスをくれる。※測定できる項目は店舗により異なる。