

チェーン店に負けない駄菓子屋の生き残り戦略

経営学部経営学科 4年 金ゼミナール

B5R11066 齋藤緒里絵

本稿では、駄菓子を消費者が購入する中で、町中にある駄菓子屋がスーパーマーケットやコンビニエンスストアをはじめとするチェーン店に負けずにどうすれば生き残っていくことができるかを過去のデータや現状を踏まえ、同時に駄菓子屋の利用状況に関するアンケート調査の結果から考察し町中の駄菓子屋を無くさずに、後世に残していくことができるか、筆者が案を考え提示することを目的とする。

駄菓子は、今「駄菓子屋」に行かなくともスーパーマーケットやコンビニエンスストアをはじめとするチェーン店でも手に入れることができる時代である。スーパーマーケットやコンビニエンスストアは店舗数も多く、立地の利便性も高いため、駄菓子を購入するうえで1番利用する人が多い。また、ショッピングモール内などに展開する駄菓子チェーン店も存在し、多くの人が訪れるショッピングモールの中に展開されていることで、昔懐かしさから老若男女問わず訪れる人も多い。そういった状況の中、一方で町中にある駄菓子屋は年々減少しているデータがある。町中の駄菓子屋は、地域に密着しているお店が多く、駄菓子を購入し食べる以外にも店主の方とのコミュニケーションや集ってきた子供たちの大切なコミュニティーの場でもある。また、地域に密着していることで、学校が終わった子供たちがみんなで集える場所になり、店主とコミュニケーションを重ね、顔なじみになることで子供たちも安心して行くことができる場である。

町中の駄菓子屋は、人の温かみを感じることができる大切な日本の文化であり、後世に残すべきものである。しかし、町中の駄菓子屋はチェーン店で駄菓子を購入できるということもあり、利用者が減少しており、後継者不足などの問題や経営難など様々な問題を抱えているのが現状だ。後継者がいないため、店主が高齢者であると年齢のこともあり、お店を閉めるという例はよく存在する。

駄菓子屋をチェーン店に負けずに後世に残していくことが課題であるが、まずは利用客を増やすことが重要である。そのために、どのような手法を使えばお店を多くの人に知ってもらうことができるのか考え、インターネットが普及している今、SNS や広告などを利用した宣伝方法やフリーペーパーを活用することで、若者だけではなく中高年の目にも止まりやすいのではないかと考察した。町中の駄菓子屋を、駄菓子を買うということだけではなく、プロモーションを入れて広めていく案を様々な視点から案を提示し、町中の駄菓子屋の発展と活性化を目指して色々な手法を考えていきたい。