



# Biz Com

[ ビズコム : Vol.42 ]

<http://www.rikkyo.ac.jp/sindaigakuin/bizsite/bizcom/index.html>


## Contents

<b>Business Now!</b> 株式会社 夢や 安東 恵美子氏	1-4
BizCom編集部が行く! オープンしたばかり「東京ソラマチ」	5
BizCom編集部が行く! 創業約300年の酒蔵「小澤酒造」	6
11期生のみなさん ようこそ 立教MBAへ!	7
書籍紹介・編集後記	8

## Business Now!

### 株式会社 夢や

A n d o E m i k o

代表取締役社長 **安東 恵美子氏**

#### ◆Profile

安東 恵美子 (あんどう えみこ)

1957年 東京都中央区に菓子元卸(株)四国屋(現コンフェックス株式会社)の長女として生まれる。

1976年 東洋英和女学院高等部卒業後米国ロスアンゼルス(LA)エルカミノ大学に留学、卒業。

1982年 結婚、二娘の母となる。

2005年 4月より医療法人安東病院の経営に携わりその後、2008年8月より株式会社夢や社長に就任現在に至る。



## 古き良き“だかし”を消すことなく「事」をさせることで オンリーワンの駄菓子屋を実現!

「御社の会社概要についてご教示ください。」

「株式会社夢や」は1988年創業以来24年目の会社ですが、4年前の2008年8月に経営が変わり「コンフェックス株式会社」という総合菓子卸のグループ企業の一社となりました。「コンフェックス株式会社」が親会社になったことで、商品仕入れの幅の拡大や迅速な情報の入手も可能になり、更には物流の効率化等他社には真似のできない大きなメリットが生まれています。

ショッピングセンター等からの出店の依頼が  
非常に多いと伺っております。

御社の人気の秘密をどのようにお考えでしょうか?

まず大きく言えることは、菓子小売業の中でも際立った特徴を持つ「駄菓子屋」という業態のチェーン展開に成功したことだと考えております。

「夢や」は「小さいお子様からご年配の方」まで、幅広い方が利用されます。又、来店客数は、多い店舗では1日あたり1,000人以上になる事もしばしばです。ショッピングセンターの中で、ここまで幅広く集客できるお店というのは少ないようですし、何時もお客様が途切れない店舗として、「人が集まるお店」として「夢や」は喜ばれるようです。また全国に100店舗をチェーン展開することによって生まれる様々なメリットをお客様へのサービスや商品品質向上に結びつける事ができ、結果的にお客様に支持され、安心感を持ってもらえる駄菓子屋「夢や」の出店依頼へつながっているのだと思います。



お客様である子供や大人の目線に合わせて商品の配置を変更、また地域の特性を活かして店舗ごとに創意工夫をされているようですが、そのほか何か独自の工夫はございますか？

私たちが日ごろから心掛けているのは、お客様にとって商品を見やすく、「手に取りやすく」、そして「買いやすく」ということです。

「夢や」には、幅広い年代のお客様が来店されますので、そのお客様にどうすれば「商品を見やすく感じていただけるのか？手にとって頂けるのか？そして最終的に買い求めいただけるのか？」、商品の陳列は毎日のように変え、更には当社の特徴でもある「立体陳列」の技法を駆使し、小さな商品でも、価格が10円の駄菓子でも大切に扱い、お子様から大人までが懐かしさや楽しさで目を見張るような売り場作りをしています。小売業は常に、お客様視点のマーチャндаイジングが必要です。「見やすさ」や「手に取りやすさ」の追及は、結果として「お客様が買い求めやすくなる」につながります。

バーコードの導入に伴い、コンビニやスーパーでも駄菓子は販売可能になったと伺っております。その中でコンビニ、スーパーとの差別化はどのように行っているのでしょうか？

簡単に申し上げますと「システムと非システム」、「物売り」と「事売り」の違いを前面に出すことが我々の差別化戦略です。お菓子や駄菓子は日本全国どこにでも売っています。

しかしその多くの場合、単にお菓子(駄菓子)を当たり前のように「物」として扱っています。「夢や」はお菓子(駄菓子)を単に物ではなく「心で食する事」を伴う品と考えています。お客様との会話(コミュニケーション)によって、その品と一緒に「事」を販売しています。駄菓子やお菓子にまつわる様々なエピソード、歴史、作り方、食べ方、遊び方等の情報を加え、楽しさや懐かしさや新しい発見を付加価値として品物に添えた形で提供するのです。

例えば、くじ引きのお菓子は「夢や」の代表的な

「事」付加価値商品です。スーパーやコンビニでは中々販売するのが難しい商品でしょう。駄菓子屋では、俗に言う定番中の定番、糸引き飴、スーパーボール当て、アイスの当たりつき等、様々なくじつき商品を販売しています。お客様は、ワクワク、どきどきを求めます。この糸引き飴もきな粉棒も当たりという「事」がついてなければただのお菓子・「物」になってしまいます。

### 昔は、駄菓子屋ってコミュニケーションの場だったり、遊ぶ前の集合場所だったりしましたよね？

そうなんです！

その場面は皆さん意外と鮮明に覚えています。

「駄菓子屋ってそうだったよね」駄菓子世代で育った人は皆同じ事をおっしゃいます。

ただ、普段の生活の中では、その頃を忘れてしまっていますが、忘れていた空間を再現する事で、「夢や」のビジネスとしての希少価値が出てきます。またそのためには、常に何らかのエンターテインメント性が必要です。そしてそれが出来るのが駄菓子に特化した「夢や」の業態であると考えます。

よく子供たちは、自分の好きな「アイドルカードのくじ」を引きに来ます。この時点で既に、エンターテインメント性が生まれた事がわかりますか？何故なら自分の引いたくじ（カード）に、好きなアイドルのカードが出たら「あたり」違う人のカードが出れば「はずれ」。それが皆楽しそうに見えますね。「東で買ったちゃえば」なんていうと、財布を見ながら「何枚なら買える」と言う会話が生まれてきて……

つまり自分が引いたカードから何が「出てくるの？」というような「楽しみ」や「面白さ」、それは絶対に後世に残さなければならない日本の駄菓子文化の基本であり、コンビニやスーパーでは真似のできない「事」です。そこが「夢や」の強みであり使命でもあると考えます。

### 御社の競合はどこだとお考えでしょうか？

同業他社ではなく、異業種異業態の中に存在します。例えばファストフードでは、100円を持っていくだけでハンバーガーやドーナツが買えます。お腹が空いている時はガムを5個、飴を10個買うより満腹になるハンバーガーを1個買ってしまいますよね？

要するにこの100円を使うお店が我々の競合です。従って、ショッピングセンター等への出店の際も、競合となりそうなこの

ような業態を対象とした戦略を立てます。

御社の経営メッセージとして、駄菓子を敬うために「御駄菓子」と呼んでいらっしゃいます。その他、安東社長独自の経営理念などがございましたらご教示下さい。

私の方針は、とにかく低価格の駄菓子であっても、一つ一つを大切に扱い一生懸命売ること。

そして「毎日が新店オープン」と同じ気持ちで、初心を忘れず接客をして必死で店舗運営を行いお客様に満足のいくお買い物をして頂く事です。

お店はある意味「ステージ」であり、そこで働くスタッフは女優であり男優ですから、精一杯のパフォーマンスをする事で「物」売りではなく「事」を売る楽しい空間作りができるように指導しています。

お客様とのコミュニケーションも大事にしておられるということは、御社では通信販売といった戦略はとらないということでしょうか？

通信販売は、品物に心を添えた提供が出来ない。「物」だけが先行してしまい又、安全・安心のフォローも難しくなります。私は「夢や」に買い物に来て、楽しんで頂きたいと考えているので、対面販売を続けて行きたいと思っています。



**女性社長だからこそその強みなど、そのほか成功談や  
ご家庭との両立のお話などお聞かせ下さい。**

主婦感覚という言葉がありますが、自分では「主婦」に留まらず、「主婦」プラスだと思っています。プラスと言うのは、つまり黙々と家事をしてきた訳ではなく、「夢や」の社長になる前も日々新しい発見をしていました。いろいろな事を自分の目で実際に見て、知見として蓄えてきました。商業施設に関しては、日本国内だけではなく海外へ旅行する事が多かった私は、様々な業態の商業施設を既に見てきていた訳です。又、私学へ通う子供たちの学校で役員をし、様々な立場の方々とも接点を持ち、人前で話をする機会も多くありました。更に病院経営にも携わり、このような経験の全てが現在のビジネスを進める上での推進力になっていると考えます。

**日本の将来の市場動向で、人口の減少といった  
デモグラフィクスの変化が予測されますが、  
これらに対する施策、また海外への出店等の  
戦略についてご教示下さい。**

海外への出店に関しては、現時点では考えておりません。海外では品質管理上の決め事が日本とは異なります。様々な駄菓子を海外で販売しようとする場合、原材料や添加物の使用基準の違い等から、日本の駄菓子をそのままでは販売が出来ません。従って「夢や」が、目指しているお客様への「事」の提供が難しくなる。

しかしながらそうは言っても現在はグローバル化の時代ですし、ますます少子化の速度が加速して行く中で、チャンスと準備が整えば海外進出も視野に入れながらも、まずは国内販売店網の整備を怠らない様にして行きます。

**最後に一言お願い致します。**

経営理念としていつも社員に言っているのは、駄菓子小売業のマーケットで「オンリーワン企業を目指す」ということ。そのような駄菓子小売業業態に事実成りつつあると思いますが、これからも更に視野を広げて拡大していきたいと思っています。

**我々ビジネスデザイン研究科の中には  
起業に興味を持っている学生もおります。  
安東社長からアドバイスをいただけますか？**

まずはお金を貯めなさい！（笑）。

会社勤め経験のある人がいわゆる脱サラ起業する



などという場合は、まずは全て自分のお金で賄う必要があります。商品仕入れや販売、広告営業活動、店舗賃借などありとあらゆる事にお金がかかります。ですからしっかりと資金を貯めてから起業しないと失敗すると思います。

それから仲間同士、友人や知人が集まって起業するというような考え方には賛成できません。まずは成功するまで1人で成し遂げるという強固な意志が必要です。後々何か問題が起きた時に、本来は失ってはいけないような大事な仲間まで失う羽目になるからです。最初は辛くても1人で始め、そしてひとつの目標地点まで達成させるべきだと思います。

最後に3点申し上げるとすれば、

- ①時代錯誤をしない。
- ②将来を見通せる目を養っておくこと。
- ③既存の常識やルール、過去の成功事例から学ぶだけではダメで、自らが先駆者となる覚悟が必要です。本当の意味でのパイオニア精神が必要であり、それが起業に対して最も重要ではないかと、私もこの世界に入り4年が経って実感しているところです。

(取材/記事/撮影:笹本謙一・戸塚裕介・元田絢子)

Information

社名 株式会社 夢や

URL <http://www.yumeya-jp.com>