



▼/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/ *▼*/

明日から使える!? 商売繁盛のヒント

サービスコンテンツプランナー 小島章裕

《 vol.35 》

[オモチャ屋でスポーツ店]

来店動機は、親の“願望”？

今年も残り少なくなり、年末の話題が出る時期になりました。子どもがいるご家庭では、ちらほらと「クリスマスプレゼント」の話が出ていることと思います。そこで、こんなイベント企画を考えてみました。親として、正直、すぐ飽きるオモチャよりスポーツ（グッズ）を選んでほしいと願っています。

オモチャ屋で「スポーツコーナー」////////////////////

その名の通り、オモチャ屋さんで特設の「スポーツコーナー」をイベントとして開催します。出店者は、スポーツ用品メーカー。オモチャ屋の店舗内に、メーカーの専任スタッフがイベント期間中に常駐し、来店客に対応します。この特設店のコンセプトは、「『はじめてやるスポーツ』選び」。野球（ソフト）、サッカーをはじめ、バスケやバレーなど、さまざまな初心者向けスポーツグッズを店内に並べ、体験してもらい、購入に結び付けます。「これではオモチャ屋さんは損するじゃないか？」というご意見もあると思います。実際、オモチャ屋にも「オモチャのスポーツグッズ」が販売されています。イベントの狙い（来店動機）は、親の願望です。親は、すぐ飽きるオモチャ（しかも価格が高い！）より、できればスポーツに興味を持って欲しいと願います。だから、子どもはオモチャ屋へ行けるから喜んで行きますが、親もこんなイベントがあるなら、ちょっと体験させたいと“利害関係”が一致します。（笑）もちろん、

選ぶのは子どもなので出店したメーカー側も安心はできません。しかし、メーカー側もそのイベントでの売り上げより、スポーツ人口の拡大を目的とします。今、子どもたちの中でもスポーツをしない子がとても増えています。少子化の上、スポーツをしない子が増えたら、ますますスポーツ市場が縮小していきます。そのためにも裾野を広げる企画が必要です。基本的に子供は体を動かすことは好きです。

*-**

★アイデアコンセプト★

裾野拡大キャンペーン

*-**



《アイデアの解説》 「だったら、スポーツ店でやればいいじゃないか」と思われますが、スポーツ店は子どもにとってオモチャ屋より華やかさがなく、ワクワクしません。あのオモチャ屋さんのワクワク感は、どこにもかないません。そのため、少々強引にでも子どもが集まる場所に出店し、スポーツに接してもらい、興味を持ってもらうことが大切です。テレビアニメは子どもにとって絶大な人気があります。アニメに関連したスポーツイベントなら、より子どもも喜ぶでしょう。机上の空論ではありますが、実現したら面白いと思います。

※本コラムの内容は作者の意見です。各人の責任においてご利用ください。本件により生じる損害・トラブル等について、一切責任は負いません。

※本コラムの無断転載を禁じます。