

## 研究ノート

### 駄菓子屋のいま

阿部 菜々子

#### 1. はじめに

「駄菓子屋」という言葉から想像するイメージは、年齢や個人の経験によって様々である。駄菓子屋はかつて、商店の副業や高齢者の余生の営みとして、主に子どもを相手にして菓子や玩具を売る商店であった。現在、地域の駄菓子屋は数を減らしつつあるが、新たな個性を持った「駄菓子屋」も生まれつつある。

そもそも「駄菓子屋」とは一体何なのだろう。駄菓子を買っていただければ駄菓子屋というわけではない。同じ種類の駄菓子を買っているコンビニエンスストアやスーパーを「駄菓子屋」と呼ぶ人はいないからである。近くにコンビニがあっても駄菓子屋に足を運ぶ子どもや大人たちがいる。手間のかかる子ども客を相手にし、儲けも少ない駄菓子屋という商売を続けている店主がいる。駄菓子屋を明確に定義することは難しいが、ただの商店だけではない付加価値があるのではないかと思われる。

本稿では、駄菓子屋の歴史とその中で変わってゆく駄菓子屋の姿を概観したあと、宮城県内にあるいくつかの店について具体的に記述する。それによって、個々の駄菓子屋を創り出し支えている要素は何なのかを考えてみたい。視点は「人と人との関わり合いの中で生まれる文化」である。

#### 2. 駄菓子屋の歴史 — 路地裏からレトロへ —

##### (1) 路地裏の存在

「駄菓子屋」の起源は江戸時代の番太郎小屋だと言われている。「番太郎」とは、江戸時代、町村に召抱えられて夜間に火の番や泥棒などへの夜警をしていた人々で、非人身分の者が多かった。彼らは昼間には住居の一部を店として開放し、日用品を売って

いた。それが駄菓子屋の前身である。その後、明治時代に日用雑貨や菓子、玩具などを販売した店の多くは、この番太郎小屋を継承したものであったが、番太郎小屋の系譜を引かず、このような店を副業として始める人々も出てくるようになる（加藤 1996）。屋号や店主のあだ名で呼ばれ、特定の枠に縛られていなかった子どもの集う商店は、次第に「一銭菓子屋」「一文菓子屋」などといった名前が与えられていくようになる。全国的に「駄菓子屋」という名前が定着したのは昭和の初め頃で、歴史は浅い（加藤 2000a : 104）。仙台市内でも4、50年前までは「一銭こや」「一銭みせや」などと呼ばれていた店が多かったようである。現在でも子どもたちがつけた名前と呼ばれる店や、店主の名前、特色などで呼ばれる店も少なくない。

加藤（2000a）は、駄菓子屋の歴史は、大人からの規制と取り締まりの歴史でもあったと言っている。明治期、お金を使って売買するのは卑しいことと考える封建社会の遺風により、菓子や玩具だけでなく、当てものなどを提供する店であった駄菓子屋は、子どもの健全な成長を妨げるものとして非難の対象になっていた。昭和に入りこのような封建社会の考え方が消えてからも、着色料や保存料が多く含まれた菓子を売っていたことから、親から駄菓子屋通いを禁止されていた子どもも少なくなかった。悪ガキがたむろする路地裏の駄菓子屋には、常に「駄」のマイナスイメージがついてまわった。駄菓子屋を中心に展開された様々な子どもたちの文化は、高級で健全な「学校文化」の対極に位置する、低俗で非教育的なものと認識されていたのである（加藤 1996 : 108）。

しかし一方で、貧しく親が共働きをしていた家庭の多くは、小遣いを子どもに渡し駄菓子屋で遊ばせていた。松田（2000 : 59）はこのような駄菓子屋の特徴を捉え、「一銭で子どもの面倒をみる一銭託児所」と表現している。社会全体でも徹底して駄菓子屋を排斥する動きがあったわけではなく、駄菓子屋の店主は街の見張り番として容認されていたことも多かった。

世間的に低い地位にあった番太郎小屋が元となっている駄菓子屋は、「大人から低く見られる」と同時に「子どもの目線に立てる」存在だったとも言える。このことは子どもたちの自由な想像力を伸ばす力となった。駄菓子屋は、親や教師などから干渉を受けない子どもたちの空間であり、子どもたちだけの社交場であった。親や学校といった大人からの規制も、子どもたちは「大人が禁止するものを楽しむ」エネルギーに変えていった（加藤 1996 : 112）。それ故駄菓子屋から生まれた遊びは子どもをひきつける独特な魅力をもち、子どもたちの間で劇的に広まることとなる。

このように、駄菓子屋には学校や家庭では見られない、子どもたちが自主的に形成する社交場としての側面があった。しかし、地域に当然のように存在した駄菓子屋という空間の、このような存在意義が注目されるようになったのは、ごく最近のことである。

## (2) 駄菓子屋を求める声

「子どもの社交場」「地域に根ざした商店」「学校では学べないことを学べる場所」。このように駄菓子屋の価値が再考されるようになるのは 1980 年代半ばからと考えられる。

駄菓子屋の教育的機能に注目した加藤（1996）は、学校と家庭だけでは補えない、子どもたちの社会性の育成に着目し、そこでの駄菓子屋と店主の果たす重要な役割について言及している。駄菓子屋の教育的価値に着目した研究だけに留まらない。松田道雄は著書『駄菓子屋楽校—小さな店の大きな話・子どもがひらく未来学（2002）』を発行する以前から、活動拠点である山形県で「だがしや楽校」というイベントを開催している。この「だがしや楽校」とは、昔ながらの駄菓子屋からヒントを得た、お祭り屋台を開くイベントである。特に駄菓子を売る必要はなく、あくまでも「駄菓子屋のように」学校では学べない子どもの社会力や想像力を育もうという趣旨がある。松田の著書発行を機に「だがしや楽校」の認知度は全国に広まり、現在では教育評論家や教育学研究者、子ども教育ボランティアやNPO団体を巻き込んで、「だがしや楽校」はますます各地に広まりつつある。

教育的な駄菓子屋の見直しとして市民レベルの活動が活発となる一方、駄菓子屋は大規模な商業的流れの中でも存在感を増すものとなっている。最近では、駄菓子屋には「懐かしの」「レトロな」といった形容詞が付随することがよくある。密かにブームの兆しを見せていた内向的な懐古主義が「レトロ」という言葉によって新しいトレンドと変化し、ブームと呼ばれるほどの盛り上がりを見せたのは 1980 年代後半、バブル期とほぼ重なる<sup>1</sup>。「レトロ」とは「ある時代の様式を真似た様。またそれを好むこと」を意味する（広辞苑 1998:）。レトロへの思いがノスタルジーの対象とするのは昭和 30 年代から昭和 40 年代といわれている。この時期は高度経済成長期で、一般的に戦後を経てものが豊かになった時代である。同時に駄菓子屋が最も多かった時代でもあった。

---

<sup>1</sup> 「レトロ」という言葉が一般的に使われるようになったきっかけは 1986 年、ブルータス誌の特集「いま最高潮！レトロ趣味」だと言われている。

バブルの崩壊後、レトロなものへの関心は趣味のひとつとなり、玩具コレクターなどによって支えられて定着してきた。このような中で、1990年代になってレトロブームは新しい段階に突入した。大きな転機となったのは「新横浜ラーメン博物館」が1994年にオープンしたことである。ラーメン屋に特化したフードテーマパークであるこの施設は、ただ複数のラーメン店を並べただけでなく、内装は昭和33年の下町を徹底的に再現している。ラーメン店以外にも飲み屋、飲食店などがあり、その中に登場したのが「夕焼け商店」という駄菓子屋を再現した店であった。それ以降、大手企画会社によって昭和の商店街を再現したフードテーマパークが首都圏を中心に次々に作られていった。その一つである「台場一丁目商店街」は週末の来客者が多いときで1日延べ3万人に達し、フロア全体の売り上げは1000万円を超えることもある。また、実際に残っている昭和期のままの商店を保存・再現した豊後高田市の「昭和の町」など、昭和の商店街の風景を町おこしに活用する動きも各地でみられる。レトロブームは玩具や駄菓子を収集したり知識を蓄積して楽しむだけのものから、「空間」に着目し、自ら体験することで五感で楽しむ段階に変化したといえる。駄菓子屋に関して、駄菓子自体への興味だけでなく「駄菓子屋」という空間自体が注目されるようになった。

内田(2003:38)は「昭和30年代モノ」がヒットする要因として、①高度成長期、将来に希望を持ち、モノに夢を託せた時代へのノスタルジー、②コミュニケーション不在な社会、家族に対するアンチテーゼ、③3世代(10~20代、団塊ジュニア世代、団塊世代)にアピールする普遍性、の三つを挙げている。若い世代には新鮮に映る昭和の町並みを、中高年層とのコミュニケーションの場として利用したことがヒットの要因だと言える。世代間のコミュニケーションが失われつつある現代において、人と人とのつながりがあった昭和期を再現するものとして、駄菓子屋は象徴的な役割を果たしている。このような中で世代や地域、個人の経験によって様々なはずである「駄菓子屋像」は、昭和30年代を主とした下町の「駄菓子屋」のイメージに普遍化されつつある。

子どもと店主だけの空間だった駄菓子屋に大人たちが介入してくることによって、近年の駄菓子屋のイメージは大きく変化してきたといえる。

### 3. 駄菓子屋のいま

#### (1) 駄菓子屋を取り巻く様々な現実

駄菓子問屋の店主に話を伺うと、「駄菓子屋は儲からない商売」「やめていく駄菓子屋が後を絶たない」とほとんどの人が言う。数十年間卸業をしているIさんは、毎日得意先の駄菓子屋に駄菓子や玩具を運んでいるが、20年前に比べると店の数は7、8割減少したと言う。

「今はこんなちっちゃい車（RV車）でもまわれっけどよ、昔は4トントラックでまわってたんだ。昔はうちのトラックをドンと停めたら、3軒くらい卸せたからね（トラックから歩いて来られる距離に3軒も駄菓子屋があったということ）。よく駄菓子屋を始める若い人もいたけどすぐやめちゃってね。今まだやってんのはどこもおばあちゃん。継ぐ人なんていないからね。うちもおれがやめたらおしまいよ。駄菓子屋がなくなる、なくなるって言ってるけどさ、でもそれはもう前から言われてたことなんださ。この業界では10年くらい前から言われてたよ。こういうのが廃れるのはなんつーのかな、世のならわしだな。」

減少の大きな原因は駄菓子屋の店主の高齢化である。駄菓子屋を継ぐ人なんていないよ、と各店の店主は口を揃える。消費税が3%から5%に引き上げられたことは、消費税をとらない駄菓子屋にとって厳しい選択を迫るものとなった。他方、小学校が週休二日制になったことや地域の治安の悪化も、駄菓子屋が減少する大きな要因となっている。現代の子どもたちは教師や親の目の届かない場所で遊ぶことが少なくなっているのである。高齢化だけではなく、「子どもが来なくなってやる気がなくなって」というモチベーションの低下によって店主が店をたたんでしまうケースも少なくないようである。運動会や遠足などの行事も簡略化される傾向にあり、昔は行事のたびに恩恵に預かっていた駄菓子屋の出番が少なくなった。長い間のびのびと駄菓子屋で遊んでいた子どもを見てきた店主の中には「なんだか面白くない時代になったもんだね。」と嘆く人もいる。

「でもね、駄菓子業界が衰退したかというのと、全くそうではないんです。」と卸業者は言う。確かに駄菓子屋が多く存在した昭和期と比べても、我々が駄菓子を目にする機会は多い。スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの多くで菓子の棚に駄菓子のコーナーが設けられている。また地域のお祭りで商店街や町内会が催しとして駄菓子屋を開いたり、高校の文化祭に駄菓子の模擬店をつくったりすることは全国的に広まってきた。問屋側の多くも、そのようなニーズに応えるために自社ホームページを作成しており、中にはネット販売を行っている店もある。

駄菓子チェーン店として成功した企業もある。例えばある企業は1992年に駄菓子を

専門に売る第1号店をオープンさせてから、支店を141店まで急増させている（読売新聞：2000）。仙台市内でも、二館のデパート内に一軒ずつ、駄菓子屋のテナントが入っている。その中の一軒Fは、古くから駄菓子問屋兼小売をしていたfという店の支店である。この新しい店を開くことは数年前にデパート側から持ちかけられた。客層は子どもよりも大人や女子高生のほうが多い。店内の商品も、玩具が多く、パーティグッズのような商品も豊富である。「駄菓子屋って言っても、(Fは)少し扱いが違う。衛生面でも安全面でも気をつけなきゃいけない」とfの店主は言っていた。

「駄菓子屋」というかたちは様々な場面で活用されている。これは前述したレトロブームによって子どもが買うものであった駄菓子を買うという行為に大人が抵抗を感じなくなり、親子で駄菓子を買うということが定着したことも大きく作用していると思われる。

## (2) 地域との密着

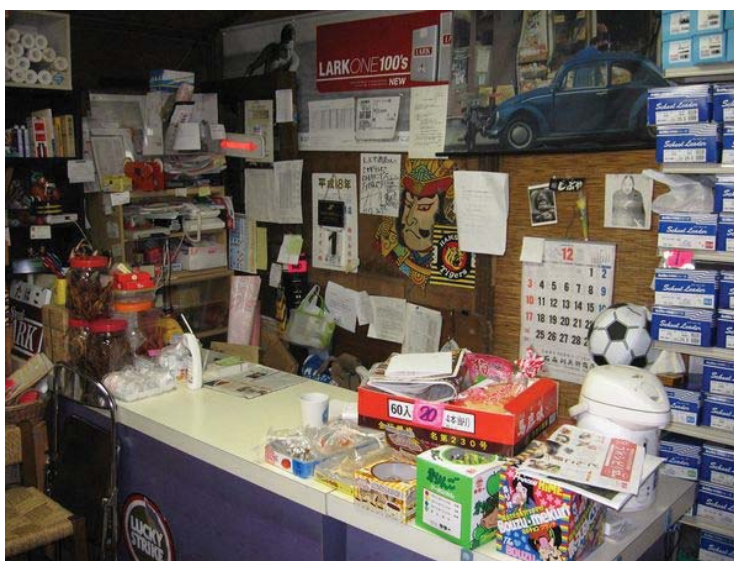
新しい姿で市街地に進出する駄菓子屋がある一方で、かつての路地裏の系統を引くような駄菓子屋もわずかではあるが生き残っている。その一つ、仙台市太白区にあるA商店は、いつも子どもたちが賑やかに集う駄菓子屋である。日用雑貨店であるこの店は、創業40年以上になる。小学校の真裏に位置し、店の前の広い駐車場には車が1～2台しか駐車されていない。長いベンチとテーブルが設置してあり、外にも日用雑貨が陳列されている。プラスチック製品から野菜の種まで、様々な商品が並んでいて、敷地内はバザーを開いているように賑やかである。昼間はお年寄りがベンチに座って休んでいる光景も見られる。この地域は、まだ田畑も残っており、市中心部とはまた違った、のんびりとした環境といえる。放課後の時間帯になると、この駐車場には自転車が乱雑にとめられ、子どもたちが騒がしく行き来する。特価の日用品を見ていたおばあさんが「こんなに子どもが沢山遊んでるの見たことないよ。」と驚く程、子どもたちで溢れかえっているときもある。

店内に居座る子どもは少ない。ほとんどが外で話したり、野球やサッカーをやったり、店の裏にある小学校に遊びに行ったりする。その遊びの合間に、店内に寄って駄菓子を買うのが多くのパターンである。特に春や夏は外で暗くなるまで子どもが遊んでいる。



道路から見た A 店の様子。奥の水色の建物が A。裏は小学校である。

子どもたちの多くは待ち合わせ場所として A を利用している。特に小学生の男の子たちは A と小学校を往復することが多い。「〇〇今日来た?」「△△ここに来たら学校にいるからって言うておいてね!」などと、子どもたちは店主を伝言板にしている。店はプレハブ小屋になっており、中はとても狭い。日用品や文房具、駄菓子が所狭しと並んでいる。A は 1 年前に道路工事のためにすぐ隣の土地に店を移転した。店は狭くなり、品数も減ったが、自由に遊べる駐車場ができたので、子どもたちにとっては好都合ではないか、と店主は言う。



店内の様子。レジのところにくじや、お湯の入ったポットが置いてある。

A を営むのは二代目の夫婦で、店主であるおっちゃん（子どもたちの多くはそう呼んでいる）は、とても活発で面白い人である。おっちゃんが店内でじっとしていることはほとんどない。いつも店の駐車場から学校帰りの子どもたちに大声で呼びかける。子どもたちと一緒にサッカーや野球をすることもあり、ときには竹とんぼやかんしゃく玉の遊び方も教えている。子どもたちが学校に行っている昼間も、道行く人に「こんにちはー！」と大きな声で呼びかけている。夏には駐車場のパラソルの下で会計をしてしまうので、道行く人や日用品を見にきた客と煙草を吸いながら絶え間なく会話をしている。自転車で通りかかる男子高校生も、挨拶はしないがおっちゃんの顔を見るとニヤッと笑って通り過ぎていく。

奥さんはいつも、子どものいたずらをしっかり見ていながらも、厳しくではなくさりげなく注意している。駐車場でサッカーをしていて店の商品を壊してしまった男の子が、奥さんは「いいよ。」と言ったのに弁償すると自らお金を持ってきたこともあるという。

夫婦は店にやって来る子どもたちの名前をほとんど把握している。おっちゃんは、道を通りかかった高校生がこれからどこのバイトに行くかも知っている。奥さんは、PTAなどの付き合いもあるため、子どもたちの家族構成にとっても詳しい。レジで会計する際に「おばあちゃんは元気なの？」「今日はお姉ちゃんと一緒になのねえ。いいなあ。」などと子どもたちに話しかけている。夫婦には3人の子どものおとこがおり、末っ子のKくんは常連の小学生たちと共に店の前で元気に遊んでいる。時々商品を出したり店の手伝いをすることもある。長女と次女も学校から帰ってくるとおっちゃんと店の前で話をしたり店番をしていたりして、とても仲の良い家族という印象をうける。客としてやって来る子どもたちにとっては、店主は「Aのおっちゃん、おばちゃん」であり「Kくんのお父さん、お母さん」でもある。

裏には小学校があり、表は交差点になっているので、Aの前は沢山の人が行き交う。駐車場で遊んでいる子どもたちは道路を通る友達や先生に大きな声で話しかけている。Aには中高年の客も頻繁に訪れる。孫と一緒に来て駄菓子を買ってやっているお年寄りも多い。向かいにはスーパーがあるのだが、コピーや宅急便の取次なども行っている利便性と、夫婦の親切な対応から、Aに愛着を持ってやって来る客も多いようである。あるおばあさんは、40代になる息子が小学生の頃Aの店主（おっちゃんの父親にあたる）にとってもかわいがってもらったと、懐かしそうに話していた。子どもたちの親からもA



夫婦は信頼されているようである。奥さんは言う。「(子どもたちの親から)『お宅にあずけてるから安心なんだ〜』とか言われるとやっぱり嬉しいしね。『(夕方は)早めに返してね』って言われてるし、6時半には帰ろうねって(子ども達に)言ってるんだけど、今まだ夕方明るいし、子どもは友達帰らないと帰りたくないからね〜。」

このような古くからの付き合いが多いため、店主夫婦も客のことをよく知っていて、安売りの商品を更に安くして売ったり、大きい商品は配達もしている。子どもが貯金していた大量の5円玉を数えてあげたり、お年寄りの長い話に付き合ったり、Aはいつも訪れる客を暖かく迎え入れている。

Aには子どもたちやお年寄りだけでなく小中学校の教師や、中高生もよく訪れる。これは店主の人柄が大きく影響していると思われる。夫婦は中学校の教師とは飲み友達で、家族ぐるみでの付き合いがある。また裏の小学校の教師が煙草を買いに来たり、Aのベンチで喫煙していることもある。

夕方にはAにたむろする男子中学生もいる。奥さんは「悪い子たちじゃないんだけどね。みんな結局寂しいんだと思うのね。もっと寛大に見て欲しいと思うんだけど、中学校(学校側)としては決め付けてるといふか、目を光らせているといふか。こっちも一応(彼らが悪さをしないか)見てはいるんだけど。コンビニとか、変なところでたむろするよりはいいと思うんだけどね。」という。おっちゃんはとても子どもの教育に対して積極的に活動していて、教師たちとの意見交換だけでなく、ときどき小中学校を訪問したりもしている。いつも子どもたち一人一人に話しかけ、「学校ではどうなんだ?」「家の手伝いしてるか?」などと聞いている。店内にやってきて「おっちゃん今何時?」と聞きに来る子どもには「今何時だ?」と問い返す。今の子どもの中には、小学生になっても時計の針の見方が分からない子どももいるからだという。奥さんも今日は学校で何をしたか、ということをついつも子どもたちに聞いている。校庭に流れる学校の放送が店にも聞こえてくるので「今日は運動会の練習どうだったの?」「みんな〇〇先生に怒られてたでしょ」などと子どもたちと会話を弾ませている。このように、夫婦は毎日の地道な働きかけの中で子どもたちを育んでいこうとしている印象を受ける。店に来ていた子どもが学校で問題ごとを起こすと、自分の子どもの事のように落ち込んでいる。ときには学校の教師たちの考え方と夫婦の考えが食い違うこともあるようだ。子どもたちの話になるとおっちゃんは言う。「俺と〇〇(奥さんの名前)が認められるのは何年後かなあ。それまで(店が)潰れなければいいけどなあ。」以前店があった場所は今空き地

のままである。おっちゃんは「あそこに何作るかな。バスケのコートかな。なんか遊べる場所にすっかな。そしてどうするつもりだって話だけどな。お金儲かんないのに」と笑っていた。



店から見た交差点の様子。

自動販売機の裏の空き地が以前店があったところ。奥はスーパー

Aは地域の見張り番の役割を果たしている。そして店主夫婦が求心力となって、様々な世代、立場の人々が気軽に訪れることのできる場を提供しているといえる。

若林区にあるお店 B もおじさんとおばさんのご夫婦が営んでいる点、すぐ裏手に小学校がある点で A とよく似ている。このご夫婦の子どもたちもかつては客の子どもたちと店で遊び、店番などもしていたようである。B も、話の面白いおじさんと温厚なおばさんという夫婦の人柄もあって、小学生だけでなく部活帰りの中学生も店で長居をしている。B はもともと日用品の卸業を営んでおり、8年程前から駄菓子と玩具だけを売る駄菓子屋となった。以前の日用雑貨の卸業の経験を生かし、駄菓子の卸にも力を入れている。そのため店内の駄菓子の種類もとても豊富である。



B 店内の様子。駄菓子の種類がとても豊富である。入り口付近にベンチがある

「駄菓子ってのはほんとに儲けになんないよ。」といつもおじさんは言っている。しかし大手カラオケ店やゲームセンターからの需要は年々増えている。数百円分のパックとして駄菓子を卸しているため、子どもたちが来ない時間帯には袋詰め作業に追われている。

「子どもたちは気まぐれだから、すごい沢山くる日と、来ない日と、いろいろだね。」とお婆さんは言う。子どもたちが多くいる日は店内がとても賑やかである。店内と外にベンチがあるが、放課後の時間帯はよく小学生の男の子がたむろして、駄菓子を食べたりトレーディングカードを見せ合ったりしている。女の子は比較的店内に滞在することが少なく、駄菓子を買って他の場所に遊びに行くことが多いようである。

店主夫婦は、子どもたちの名前や学年をよく把握している。常連だった子供はいまだに道で会うと分かると言う。「『(久々に会った高校生の女の子に)おまえそんなに化粧してもわかるぞ』って言ってやるんだ」とおじさんは笑う。おじさんは冗談をよく言う楽しい人で、小学校高学年、または中学生の女の子たちと談笑している光景がよく見られる。店内の奥で袋詰め作業などをする傍ら、子どもたちに話しかけたり会計をしたりしている。

お婆さんはとても温厚な人で、子どもたちにも優しく声をかける。お金を多くもっている子どもにはさりげなく「誰からもらったの?」「そんなにつかっていいの?」と聞く。息子が中学生なので、学校の行事のことや、授業のことなど、子どもたちの話題も

理解できるようである。小学生の男の子の中には当てものやトレードカードをしていて店内で騒いだりするが、ときにはおばさんも大きな声で注意する。

夕方になって暗くなると小学生たちは次々と帰っていき、代わりに部活帰りの中学生が店にやってくる。中学生は女子のほうが長時間店に滞在しているようである。学校であったこと、部活のこと、親の言動に対する愚痴などを店主を交えながら話している。

Bでもよく見られるのが孫と共に来るお年寄りたちである。また夫婦の子どもが客としてやってくる子どもたちと同じ世代ということもあり、学校などの教育現場との付き合いや、近所付き合いから顔見知りの大人客も多い。

このように、駄菓子屋という商売を通じて店主は地域の人々と広く深くつながっている。地域だけでなく、駄菓子屋が学校や PTA ともつながりがあるのは、店主自身も地域に身を置き、自身の子どもを地域の中で育てている「親」としての一面を持っているからであろう。かつては「おばあちゃんの店」というイメージで語られてきた駄菓子屋だが、子どもたちの親の世代である若い夫婦が店を営んでいるという点は、新しい傾向であると言える。

### (3) 新しい駄菓子屋のかたち

駄菓子屋の多くは A や B のような小中学校の付近にあり、子どもや地域の人々との交流によって支えられてきた。しかし現在、新しく生まれた駄菓子屋の中にはそのような枠にとらわれない個性的な店も見られる。

岩沼市にある C は 5、6 年前に開店した店である。プレハブの建物に入り口がふたつあり、内装の半分は駄菓子屋、半分は居酒屋になっている。駄菓子屋と居酒屋の間には仕切りもなく営業時間帯も一緒に、店主が一人でどちらの客の相手もする。居酒屋に来る大人たちの中にはスルメなどの駄菓子をつまみに酒を飲むのを楽しみにしている人もいるそうである。一方子どもにとっても、夜遅くまで営業しているこの店は塾帰りにも立ち寄れる店になっているようである。しかし、一時期に比べると店に来る子どもの数も減ったね、とご主人は寂しそうに言う。



C 店内。左写真が居酒屋部分、右写真が駄菓子屋になっており、店内でつながっている

仙台市青葉区のビジネス街にある D は、店主曰く「子どもの来ない駄菓子屋」である。主な客層は中年層の大人たちである。古いたたずまいの外装と、昔のお面やブリキのおもちゃといった玩具や駄菓子が所狭しと並ぶ内装は、昭和30年代の駄菓子屋を彷彿とさせる。多くの地元メディアにも「懐かしの駄菓子屋」として取り上げられており、それを見て遠方から訪れる客も多い。訪れる大人たちは「懐かしいなあ」と感激して駄菓子や玩具を子どもや孫へのお土産に買って行く。子どもが単独で店にやってくることはほとんどなく、親に連れられて来店し、初めての駄菓子屋に少し戸惑っているような子どもの姿がよく見かけられる。50代後半の店主は、様々な骨董品、玩具や絵本などのコレクターという一面ももっており、各メディアに度々登場する有名人である。自身も少年時代には駄菓子屋に通っていたそうで、駄菓子屋という空間にも思い入れがあるようである。

C、Dのように大人の顧客を獲得した駄菓子屋は増えている。前述の F のようにファッションビルで女性客を獲得する駄菓子屋もあれば、昭和期の駄菓子屋の内装を再現した居酒屋も県内に数軒あり、多くの客で賑わっている。

一方、大人の入り込まない子どもだけの世界を保っている店もある。宮城野区にある E の前には、開店時はいつも10台以上の自転車が乱雑に駐輪されている。店内は少し薄暗く、夕方になるとオレンジ色の裸電球が灯される。古めかしいレコードプレーヤーからポップスが流れていることもあり、店のガヤガヤとした雑音に溶け込んでいる。E は隣接する古民具店店主の息子さんが営んでいる。その影響もあって、少し傷のついた木製の棚や、着物のはぎれで作ったらしい座布団が、古いものの暖かみを感じさせる。

壁には店長の描いたイラスト入りの様々な貼り紙が貼ってある。駄菓子屋は店の壁際やレジ近くのいくつかの棚に分けて所狭しと並べてあり、上からは玩具やシールなどがぶら下がっている。コの字型になったカウンターに囲まれて店長が座る椅子があり、子ども達は様々な方向から駄菓子を買ったり店主に話かけたりしている。また店の端には布がつるされて隠れ家のようにになったベンチや、一段高い座敷もあり、そこで男の子が駄菓子を食べたり、漫画を読んだりしている姿が日常的に見られる。レジも子ども専用になくなっていて、大人が会計をしようとするとうまく屈まなければならない。模様替えをするのが好きだという店主が作りだした独特な空間は「子どもたちの隠れ家」というイメージを感じさせる。



E 店内の様子。左写真が男の子たちの溜まり場。右写真は低くなっているレジ。

E の子どもたちはとても元気で活発である。しかし駄菓子屋を外で遊ぶための待ち合わせ場所にしてきた A や B の子どもたちとは異なり、店内にいつまでも居座って漫画を読みふけったりノートパソコンでネットサーフィンを楽しんだり、現代っ子らしい一面がよく見られた。彼らの金銭感覚にもそれは反映されている。E では、くじ付き菓子や金券くじを買って儲けた金額をそのまま使わずに、「貯金帳」というノートの自分のニックネームの欄に書き込み、「貯金」しておいて他の日につかうことができる。その他商品の品出しや店内の清掃をしたり、店主の昼食を買ってくると数十円分の買い物ができる「アルバイト」もある。これらは子どもたちが自然につくっていった制度であった。

他にも子どもたちのポラロイド写真やプリクラを貼り付けた「常連帳」は子ども同士の交換ノートになっている。また縁日の屋台などで見られる「型抜き」も難易度の高い

形から点数をつけ、子どもたちの間で大流行した。このように E 独特の遊びやきまりごとのなかには、子どもたちが自主的に作り出したものが多い。子どもたちは店主を「店長」と呼ぶ。放課後の忙しい時間帯は、あちこちから「店長!」「店長一!」と子どもたちの呼ぶ声がある。店長さんは積極的に子どもたちに干渉したりすることはない。子どもたちの取りとめのない話に相槌を打ったり、会計にきた子どもに軽く話しかける程度である。店長さんは「大人の席（子どもたちのスペースと分けたカウンター。しかし繁忙期には子どもたちが侵食してきている）」で煙草を吸いながら、子どもたちの面白い言動を観察してはいつも笑っている。このような関係が子どもたちが自由に店の決まりごとをつくっていく基盤になっているように思われる。子どもたちの中にも「自分たちがこの店を支えている、店長を助けている」という意識の強い子どもが多い。忙しいときには会計をしている店長を手伝ったり、下級生に様々なことを教えたりしている女の子のすがたもよく見られる。

このように、子どもたちだけの世界であるかのごとく見える E だが、やはり「子どもだけを相手にしては、店の儲けにならない」という現実を店長さんはよく理解している。E も、後々は大人も集えるような場所にしたいと店長さんは言う。最近になって E では小学校の体操着も扱うようになり、大人の客も度々見られるようになっている。

## 4. 創り出される駄菓子屋

### (1) 「駄菓子を置く店」から「名乗る駄菓子屋」へ

フィールドワークを通じて、現代の駄菓子屋は各々多様な個性をもち、様々な経緯を経て「駄菓子屋」と呼ばれるようになったことが分かった。どの店も開店当初は店主に「駄菓子屋」という意識はなかった。A は日用雑貨を販売しており、店の半分は駄菓子が占めているが、「A 商店」という名前のみであることから、当初は日用雑貨店であったことがわかる。A のように、日用雑貨店や酒屋、八百屋などが次第に駄菓子屋色を強めていくことはよくあるようである。

D も、かつては蒲団店であったため、看板は「D 蒲団店」のみである。D が駄菓子屋になったきっかけは、蒲団屋に来る客について来る子どものために玩具を置きはじめたことであった。それが「懐かしい」とビジネスマンや OL が買って行くようになり、次第に菓子類も置くようになっていったという。一番初めに置いたのは「蒲団屋=綿」

にかけた綿菓子であった。それは丁度バブル期で、レトロブームが盛り上がっていた時期と重なっている。駄菓子やくじを置くようになると、近所の子どもたちもDにやってくるようになった。客の七割以上が男の子になり、店主曰く「客の質が落ちた」という。それから小学校高学年の男の子集団が店の前にたむろし始め、低学年の女の子や、玩具目当ての大人の男性が店に入りづらい雰囲気になってしまった。そこでくじやブロマイドをおくのをやめ、駄菓子も店内、店周辺ではなく家に持ち帰って食べることに、と店の方針を転換した。それから子ども客の数は急激に減っていったという。それから客層の大多数を大人が占めるようになり、商品も駄菓子と玩具のみとなっていく（蒲団店としては、手ぬぐいやタオルを売っている程度である）Dは今に至っている。

Eの店長も、はじめは駄菓子屋をやるつもりなどなかったと話す。店長がEを始めたのは4年前の2002年のことである。初めの1年程は隣の両親が営む古民具店と共にやっていて、自作のTシャツなどを販売していた。駄菓子を店の入り口に置くことに決めたのは開店2週間前のことである。「子どもも集まったらいいかなあ。」という軽い気持ちからだ。しかし駄菓子の反響は大きかった。初日から子どもが大勢来店し、その後も店内が子どもで溢れるようになった。Eの近所にも駄菓子屋はあったのだが、丁度その時期に店を閉めてしまい、そのことも関係するようだと店長は話す。4年たった今、Eは「駄菓子屋」という看板を掲げている。「実はここ1、2年くらいですよ。やっと自分駄菓子屋だな〜って思うようになったのは。」と店長さんは話す。

加藤（2000）は、郷土史に記された商店街の店の種類と店名の中で、「子供用小菓子店」だけが「約20店」とあいまいで、店名が明らかでない店も多いことに着目した。これを踏まえて、「駄菓子屋」という名称についてこのように言っている。

つまり駄菓子屋とは、店の経営者である大人が、子どもたちを顧客とした子どもたちのための店を開こうと思って開いた店ではないのである。需要に応じて品揃えをしていった結果、子どもたちに駄菓子屋として認知されるようになっていった店をさしていたのである。（中略）・数ある店の中から、子どもたちが自分たちの店、として認知した店が駄菓子屋になったのである（加藤：154-155）。

高齢者が営んでいた頃の「駄菓子屋」は、文房具店であったり、靴屋であったり、多くは駄菓子だけを商品としていた店ではなかった。何か別のものを扱う商店の傍らに、お年寄りが副業として菓子も売る店が多かった。そこに子どもが集まってくることで、自然に「駄菓子屋」と呼ばれる空間が発生したと言える。このように、駄菓子屋は店主



の意図だけで突如として生まれるものではなく、子どもを中心とした客がひとつの商店に働きかけ、それに店主が応えるという相互作用の積み重ねによって形成されていったことが分かる。

一方で、現在は駄菓子屋の多くが「駄菓子屋」と名乗る傾向にある。はじめは異なる商品を買っていたDも、後に駄菓子屋と名乗るようになっていく。このことから、地域の子どもたちが駄菓子屋を見つけ出す時代は終わり、今は商店が自発的に駄菓子屋を名乗ることで客を呼び寄せる必要性が出てきたとも考えられる。これは高齢者の副業であった駄菓子屋を若い世代が本業として営むようになったため、大人や地域の外の人間も集客しなくてはならない現状が背景にあるだろう。また「昔はふつう、駄菓子屋と名乗りたがらなかったもんだ」というC店主の話からも、彼らが「駄菓子屋」と名乗るようになったことは、駄菓子屋が健全な店として認められるようになった社会の変化を反映したものであることも分かる。小さな商店である駄菓子屋も、社会からの影響も受けながら変化していることが見出せる。

## (2) 「作られた駄菓子屋」と「なってしまった駄菓子屋」

かつて身分の低い平民や高齢者によって営まれてきた小さな店、駄菓子屋は、減少と共に、新しい意味付けが成されるようになる。世代を越えたコミュニケーションが不足している地域社会の現状に危機感を覚える声に、人とのつながりが強かった過去を取り戻そうというノスタルジーが重なって、駄菓子屋を求める社会的風潮が生まれた。懐かしさの演出に特化したものや子どもの教育に重点を置いた活動に共通するのは、求められているものが「あの頃の駄菓子屋」であり、過去の再現に重きが置かれるということである。また、駄菓子屋の断片を切り取ったにすぎないイベントの中での駄菓子屋は、「どんな駄菓子屋」を客に提供するのか、という目的が明確である。そのため駄菓子屋は一瞬にしていとも簡単にできあがる。

しかしこれまで見てきた駄菓子屋は、今のかたちができるまで様々な段階を経てきた。特に地域に密着した駄菓子屋には、店主の意に反して子どもたちに見つけられ、いつのまにかできあがっていく過程が存在する。店主は商売として儲けなくてはならないという現実と、客や地域とのつながりの中で彼らの要望に応えたいという気持ち、そして自らの店に対する思いの中で揺れ動き、常に試行錯誤を繰り返している。ここには、イメージが先行し、短期間で完成した「作られた駄菓子屋」がもつ明確な方向性は存在しな

い。だからこそ、多くの駄菓子屋が「子どもたちが集まってきて、いつの間にか駄菓子屋になっていた」という発生過程をたどるのである。店主の考え方や、子どもたちの求めるもの、そして親たちや地域が求めるものが混在して駄菓子屋が形作られている。ここではじめて地域の中での駄菓子屋の存在感が生まれるのであろう。そこから教育や地域の活性化といった効力が総体的に表れてくるのである。定義が曖昧で、主体も様々であるからこそ、フィールドワークで見てきた多様な個性を持つ駄菓子屋が存在している。そして、店は地域の中で存続していくため、常に変化を求められている。

そこから、大人が駄菓子屋を復活させようと創り上げた「駄菓子屋」と、地域密着型の「駄菓子屋」との相違点が見えてくる。前者が断片的で一時的な「作られた駄菓子屋」なのに対し、後者は包括的かつ現在進行形的な「なってしまった駄菓子屋」なのである。

## 5. 終わりに

駄菓子屋という看板を掲げない近所の商店、都心の大規模なテーマパークの中にあるテナント、このどちらも人々は「駄菓子屋」と呼ぶ。このように一見異なって見える商店やイベントを「駄菓子屋」という言葉でくくることが出来るのは、「駄菓子を売っている」という共通点があるからだけではない。駄菓子屋のもつ側面が多様であるからこそ、「駄菓子屋」という言葉の範囲は広くなるのである。路地裏のちっぽけな存在であった小さな商店にこのような多面性が見出せるのは、その主な担い手が無限の創造力を持った子どもであったこと、そして子どもを介して様々な世代の人々が駄菓子屋というものに関わってきたという証である。

一商店を「駄菓子屋」にしているものは、駄菓子という商品（物質）だけでなく、駄菓子屋独特の雰囲気である。それは、店主と客の相互関係によって生まれた。フィールドワークで訪れた駄菓子屋の中には、イメージ先行式に作られた駄菓子屋もあるが、子どもたちが集まってきたことによっていつの間にか「駄菓子屋」となっていった店も多い。店主の方針と、訪れる子どもたち、あるいは大人達、そしてそれらを取り巻く社会によって、それぞれの駄菓子屋の独自性は支えられている。

## 引用文献

加藤理

- 1996 「子どもの文化・社会に果たしていた駄菓子屋の役割について」『子ども社会研究 (The Journal of child study) 』 2 : 103-116, 日本子ども社会学会。
- 2000a 『駄菓子屋・読み物と子どもの近代』 東京：青弓社。
- 2000b 「駄菓子屋と言う空間——子どもの金銭感覚形成の場としての(特集 子どもの金銭感覚)」『子ども+もの文化』 32(12) : 2-6 子ども文化研究所。

松田道雄

- 2002 『駄菓子屋楽校—小さな店の大きな話・子どもがひらく未来学』東京：新評論。

新津タコ

- 1987 「レトロ・ブームの仕掛け人たち—よくわかるレトロ・ブームのしくみ—」『言語生活』 430 : 52-57

台場一丁目商店街

<<http://www.odaiba-decks.com/ichome/>> 2006年12月10日取得。

だがしやオン・ザ・ウェブ

- 2006 「だがしや楽校」 <<http://www.dagashiya-gakko.com/>>より 2006年12月8日取得。

昭和の町

- 2006 <<http://www.showanomachi.com/index.html>> 2006年12月8日取得。

新横浜ラーメン博物館

<<http://www.raumen.co.jp/home/>>より 2006年12月10日取得。

---

**Doña Mariana:  
Una historia de vida de la mujer maya**

Akiko Ishibashi