

地域の読書環境を維持する書店の存続に向けて

松本, 恭幸

(出版者 / Publisher)

法政大学図書館司書課程

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

The Journal of Media and Information Literacy / メディア情報リテラシー研究

(巻 / Volume)

4

(号 / Number)

1

(開始ページ / Start Page)

230

(終了ページ / End Page)

242

(発行年 / Year)

2023-02

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00030055>

法政大学図書館司書課程
メディア情報リテラシー研究 第4巻1号、230-242

地域の読書環境を維持する書店の存続に向けて In Support of the Survival of Bookstores that Sustain Local Reading Environments

松本恭幸
武蔵大学

概要

近年、全国各地で地域の書店が急速に姿を消しており、過疎地を中心に無書店自治体が増えていく。このように地域の書店がなくなることは、学校図書館や公共図書館の蔵書やサービスの質の低下とも重なり、地域の読書環境の悪化へとつながる。書店がない地域では、多くの大人が本を買って読む習慣を失い、子供たちの世代に悪影響を及ぼす可能性がある。本稿では、書店のない地域が拡大し書店のない自治体が増える中、地域の読書環境の維持に必要な書店の存続に向けて、実際に様々な取り組みを行っている地方書店へのインタビューをもとに考察する。

In recent years, the number of bookstores has been rapidly declining throughout Japan, and the number of municipalities without bookstores is increasing, especially in depopulated areas. This decline in the number of bookstores is also linked to the deterioration of school and public libraries' collections and quality of service, leading to the deterioration of the local reading environment. In areas where there are no bookstores, many adults have fallen out of the habit of buying and reading books, which may have a negative impact on their children's generation. This report summarizes how local bookstores can survive and maintain the local reading environment amid the increasing number of no-bookstore municipalities and the expansion of areas without bookstores, based on interviews with bookstores that are actually making various efforts to survive.

キーワード：

地方書店、読書環境、地域コミュニティ、書店イベント、書店大賞

1. はじめに

メディア情報リテラシーを育む上で、読書機会と読書環境を享受出来ることは必要な要件だが、近年、自治体の財政が厳しくなる中、学校司書が配置されない、あるいは新刊図書購入予算が十分に措置されない学校図書館は全国に多数ある⁽¹⁾。同様に自治体の財政難から、公共図書館が設置されていない自治体も存在し、また公共図書館の図書購入予算も減額されている⁽²⁾。

さらに近年では全国の書店の数が、調査会社アルメディアのデータによると2000年の2万1495店から2020年には1万1024店とこの20年間で半減⁽³⁾しており、これによって全国で過疎地を中心に書店のない自治体も急増している。また都市部でも街中の書店の減少が進み、こうした書店の減少が学校図書館、公共図書館の蔵書やサービスの質の低下とも連動して、地域の読書環境の悪化へとつながっているところもある。実際、書店がない地域では、多くの大人が（必ずしもECサイトでの購入に移行せずに）本を買って読む習慣を失い、それが子供達の世代に悪影響を及ぼす可能性を抱える⁽⁴⁾。

本稿では近年のこうした書店の急激な減少と無書店自治体の増加や書店のない地域の拡大が進む中、メディア情報リテラシー教育にとっても重要な地域の読書環境を維持するため、今後、どのような形で地域の書店が存続していくことが出来るのかについて、実際に生き残りに向けて様々な取り組みを行っている書店へのインタビュー調査をもとに整理したい。

今回、調査を行ったのは、都市部の中心市街地にある書店（熊本県熊本市の長崎書店⁽⁵⁾）、ロードサイド型書店（静岡県静岡市の吉見書店⁽⁶⁾）、ショッピングセンターの中に入居する地方チェーン書店（広島県東広島市の啓文社西条店⁽⁷⁾）、過疎地の書店（広島県庄原市のウィー東城店⁽⁸⁾）、そして近年新たに誕生したユニークな個人経営の2つの書店（愛知県幸田町の幸田駅前書店⁽⁹⁾、埼玉県草加市のペレカスブック⁽¹⁰⁾）である。

2. 地方書店の生き残りに向けた取り組み

2-1 中心市街地の書店の取り組み

熊本県熊本市の中心部に位置する上通り商店街は、熊本市随一の繁華街となっている。長崎書店はこの上通りで1889年に創業し、今年で134年を迎える。

日本の出版市場は1996年の2億6564億円をピークに毎年減少しており、1990年代末には出版不況が囁かれる中、政令指定都市の熊本市の中心市街地のアーケード商店街に立地する長崎書店も、街中でのコンビニエンスストアの増加による雑誌の売上の減少、郊外のロードサイド型書店やブックオフのような新古書店の進出等の影響と、それに伴う中心市街地での競合店との競争激化もあり、2000年頃には経営が悪化していた。そのため代表取締役社長の長崎健一は、2001年3月に東京の大学を中退し、統括部長として書店の経営を担っていくことになった。

2006年に外商を終了して経営資源を店舗運営に特化するとともに、150坪の売場を100坪に

縮小してギャラリーを併設し、その際に学習参考書や青年向けの雑誌やコミックや文庫は競合店に任せて棚を減らし、地域に根差した書店として、文芸や芸術といった人文系の書籍や郷土関係の書籍を充実されるとともに、居心地の良い書店の空間づくりを目指した。2009年に代表取締役社長に就任した長崎は、『ナガシヨ通信』という月刊のフリーペーパーを発行して顧客への情報提供を開始し、2014年には熊本市のかつての城下町の新町で親戚が経営していた長崎次郎書店の屋号を引き継いで2店舗体制となった。2001年には中心市街地にある長崎書店がコロナの影響による来店者の減少もあり、売場をさらに60坪に縮小して残りのスペースにテナントを入れる形でリニューアルして、今日に至っている。

「若い世代を中心にネットのサブスクリプションサービスが普及する中、人々の可処分所得や可処分時間をリアル店舗での本の購入と読書に向けてもらうのは、以前よりも遥かに難しくなっており、そうした中で街中のリアル書店としては、多くの人の話題となっている売れ筋の本を基本にしっかり品揃えし、来店者が限られた時間で店内を回遊してそれを網羅して把握出来るような棚の揃った店づくりを目指したい」（長崎）という。

長崎書店のある上通り商店街は、近隣の人達だけでなく県外からの観光客も来客する広域型商店街で、その立地を活かして長崎書店がこれまで力を入れて手掛けてきたのは、地元の作家や画家とコラボしてのトークライブやサイン会の企画で、特に2021年に地元の画家の作品展と併せて画集や原画の販売を行った際は大きな話題となり、その時は書店全体の本の売上を上回る絵の売上があった。

「今日、どんなに立地が良い自己物件でも、今の出版流通の取引条件で人を雇用して専門書店を続けるのは経営的に成立せず、雑誌や書籍を売る以外になるべく書店と親和性のあるテナントへの不動産賃貸も含めた収益の柱を別途持った上で、持続可能で地域にとって必要とされる良い品揃えの書店を目指すことが重要」と長崎は語る。

2-2 ロードサイド型書店の取り組み

吉見書店代表取締役で静岡県書店商業組合代表理事を務める吉見光太郎によると、「最盛期に300店以上あった組合の加盟書店は、現在ではその3分の1になっている」という。ただ静岡県書店商業組合には、蔦屋書店や丸善ジュンク堂が運営する戸田書店のような全国チェーンを始め、本の大国やBOOKアマノといった地元の大規模チェーンが加盟していないため、この数字は静岡県内の中小書店の数がかつての3分の1にまで減少していることを示したものである。

熊本市同様に地方の政令指定都市の静岡市でも、2000年頃までにはコンビニエンスストアの増加による雑誌の売上の減少の影響等もあって古くからあった街中の個人経営の書店は徐々に姿を消し、吉見書店は静岡市の静岡駅近くの中心市街地の七間町に会った本店を2002年に外商部のみ残して閉店して空いたスペースをテナントに貸出し、現在は1985年にオープンした竜南店、2011年にオープンした長田店の2つの中心市街地から離れた郊外にあるロードサイド型書店と外商での営業に切り替えている。ただその後もAmazonに代表されるネット通販の普及の影響で、「ロードサイド型の竜南店もこの20年間で、売場面積を拡張したにも関わらず、売上は3割程

減っている」(吉見光太郎)という。

そうした中で吉見書店では、「車で気軽に来店可能で、様々なジャンルの本の表紙や背表紙を見て、関心を持った本を実際に手に取ることの出来る空間としての書店の魅力で勝負していきたい」と考えている。また吉見書店では、店舗販売以外に学校の教科書を始めとした書籍、文具、パソコンやプリンタ等のオフィス用品の外商が収益の柱として別途あり、中には Amazon から法人価格で安く仕入れるものもあるので、「ある意味で Amazon とは競合しつつも共存している部分もある」(吉見光太郎)という。

静岡駅から車で10分程のところにある竜南店は売場面積200坪で、2005年に増設した際に20坪程のB-Rサーティワンアイスクリームのフランチャイズ店を入れて、書店とアイスクリーム店を併せて経営するようになった。また静岡駅から車で20分程のところにある長田店は売場面積220坪で、こちらは2011年のオープン時に20坪程のB-Rサーティワンアイスクリームのフランチャイズ店を入れている。吉見書店では他にもB-Rサーティワンアイスクリームのフランチャイズ店を、単独で4店舗運営している。このように書店とアイスクリームのフランチャイズ店の両方を手掛けた理由について、「有名チェーン店の接客の手法について学べ、また書店に来た客がそのままアイスクリーム店に流れて売上面で相乗効果が生まれる」(吉見光太郎)といったことがあり、現在では書店事業を支える経営面での柱となっている。

竜南店店長の柳下博之によると、竜南店は在庫数10万冊程で、平日の来客数が300～500人、休日が500～600人の規模の店舗である。売上の比率を見ると、10年前が雑誌とコミック6割、書籍3割、その他(マルチメディア商品、文具、雑貨等)1割だったのに対し、今日では雑誌とコミック5割、書籍3割、その他2割と、本でないものの売上が増えている。また10年が雑誌とコミックの比率が6対4だったのが、その後、多くの雑誌の休刊と一方でコミック市場の拡大により、今日では4対6と逆転している。客層は7割近くが近隣の高齢者で、あとは小中学生が多く、その中間層が静岡駅周辺の大規模書店の方に流れるのか、非常に少ないといった状態である。

吉見書店は全国各地の中小書店が共同で出資して立ち上げた一括して仕入れや取次へのPOSデータの提供を行うNET21に2005年から参加しているが、これは「大型書店と違って中小書店はあらゆる種類の本を揃えるわけにはいかず、自らの店舗で顧客に売れる本をセレクトしてタイミング良く売る必要がある、そのために仕入れに際して取次と交渉力を持つ必要があるから」(吉見光太郎)である。またこちらでまとめてブックカバーや本を入れる袋を調達することで、コストを削減している。

他にも吉見書店では新たな来店者の獲得に向けてSNSに力をいれており、店長がお勧めの本を紹介したり、作家の方をお願いして入手したサイン本の販売の告知を行ったりしている。また書店という場の魅力発信に向けたイベントにも力を入れており、店頭での作家を招いてのトークライブやサイン会、それから「おはなしかご」という地元の市民団体の協力を得て、未就学児とその親を対象に絵本の読み聞かせをこれまで行ってきた。

あと2004年に書店員有志による「全国書店員が選んだ いちばん！ 売りたい本」をキャッチ

コピーに本屋大賞がスタートしたが、この本屋大賞の地方版として静岡県の主に中小書店の有志によって2012年にスタートしたのが静岡書店大賞で、2013年からは書店員だけでなく図書館員も投票に参加して、今日まで継続している。第1回から実行委員を務める吉見書店常務取締役の吉見佳奈子は、「第8回静岡書店大賞でそれまで注目されていなかった作品が小説部門大賞の受賞をきっかけに話題となり、多くの人に知られて文庫本化に至ったが、こうした良い本が売れるように県内の書店員と図書館員同が協力して、読者と本の新しい出会いを生み出していきたい」と語る。こうした個々の書店とは別に書店員有志による地域の読者にお勧めの本をマッチングする取り組みは、地域の読書習慣の維持に向けて重要なものである。

2-3 ショッピングセンターに入居する地方チェーン書店の取り組み

広島県尾道市で1931年に創業した啓文社は、その後、県内各地に出店し、最盛期の2000（ゼロ）年代は岡山市に出店した店舗も含めて20数店で推移したが、2010年代には本の売上の低下とともに規模の小さい不採算店の閉店やコンビニ等への業態変更が進み、現在では書店として営業しているのは11店である。またカフェや室内遊園地やフィットネスジム等、書店以外の事業も手掛けるようになってきている。

広島県内の地方チェーン書店としては、他に広文館、フタバ図書があったが、広文館は経営不振で2018年に取次のトーハンが設立した廣文館という会社に事業譲渡して解散し、廣文館が不採算店の閉店等による経営の見直しを行って存続することになった。またフタバ図書も経営不振で2021年に事業を広島県が出資して設立した投資ファンドの運営会社であるひろしまイノベーション推進機構に事業譲渡し、新たに蔦屋書店等の出資を得て設立した新会社に事業移管して存続することとなった。フタバ図書は実質的に蔦屋書店の傘下に入るが、啓文社もレンタルビデオ事業を行っている店舗に関しては、TSUTAYAのフランチャイズに加盟して行っている。

啓文社は1983年に日本で最初のロードサイド型書店を出店したことで有名だが、その後はショッピングセンターへの入居も積極的に行っている。広島大学のある東広島市のショッピングセンターのゆめタウン東広島にオープン当初の1990年に入居した啓文社西条店は、180坪程の広さの書店で、学生が授業で使う専門書は大学生協に敵わないものの、平日はシニア層、休日はショッピングセンターを買い物で訪れるファミリー層を主な顧客に必要な品揃えをしている。啓文社西条店店長の三島政幸によると、「ショッピングセンターを利用するリピーターが顧客のため、売場はなるべく1週間単位で細かく模様替えするよう努めている」という。

三島は啓文社西条店の前は呉市の啓文社ゆめタウン呉店という今と同じようなショッピングセンター内の店舗に長くいたが、「2010年頃からネットの普及による雑誌離れとそれともなう休刊等で雑誌の売上が減少したことが、書店経営を圧迫している」という。また来店者も、「昔は雑誌の発売日に来店して、ついでに他の書籍も見て購入したのが、今ではコミックの新刊の発売日に来店して、ついでに他の書籍も見て購入するといった形に、購買様式が変化している」（三島）という。

こうした中、啓文社では売上を確保するためにこれまで会員カードのポイントをアップするキ

キャンペーンや、各店舗の雑誌や文庫等のジャンルごとの担当者同士での情報交換を行ってきたが、近年、特に力を入れているのが、自社サイトと、及び無料で活用出来る Twitter を始めとした SNS での本に関する情報発信である。

啓文社のサイトでは、自社の店舗で毎週売れた本を集計して「週間ランキング」の形で発表する以外に、「おすすめの本」のコーナーを設け、こちらでスタッフブログを含めてスタッフによる本の紹介がおこなわれている。そしてそこから取次の日販のオンライン書店「ホンヤクラブ」に誘導して、啓文社の各店舗を受け取り店に購入してもらい、啓文社はインセンティブを受け取る仕組みを構築している。Amazon で購入するとプレミアム会員以外は送料がかかるが、書店受け取りにすることで、送料無料で会員カードのポイントが付き、これによって Amazon に対抗しようとしている。

また三島を始めとするスタッフは、SNS でも頻繁に情報発信しており、「若い世代を中心とした本離れはあっても、テキスト離れしているわけではなく、また有名人に限らず書店員が SNS を通して、入荷情報やイベント情報以外に本の魅力を多くの人に訴えることは十分に出来る」（三島）という。

他に啓文社が手掛けている独自の取り組みとして、催事事業部によるアウトレットブックの販売がある。これは発行されてから一定の期間が過ぎて出版社が見切りをつけた本を格安で仕入れ、ショッピングセンターのイベントスペース等でアウトレットブックとして定価よりも安く販売するもので、啓文社は他社に先駆けてこの事業に参入したため、西日本エリアでシェア No.1 となっている。店舗販売の売上が年々減少する中、利益率の高いアウトレットブックの販売が会社の収益を支えている部分がある。

あと広島県でも三島等が中心となって Twitter で県内の書店員に呼び掛けて、2011 年に広島本大賞がスタートした。こちらも静岡書店大賞と同様、有志のボランティアで今日まで続けている。

3. 過疎地の書店の生き残りに向けた取り組み

これまで地方書店の中でも都市部の中心市街地にある書店、ロードサイド型書店、ショッピングセンターの中に入居する地方チェーン書店の生き残りに向けた取り組みについて見てきたが、今日、書店のない地域が急速に広がっているのが大都市から離れた過疎化の進む地域で、こうした過疎地の多くが学校図書館、公共図書館の蔵書やサービスが充分でないことと重なり、書店がなくなることによって地域の読者環境は大きく悪化する。そんな過疎地であって地域の情報拠点としての役割を担って注目されているのが、広島県庄原市のウィー東城店である。

広島県庄原市は、県北東部の中国山地の中に位置し、2005 年に 1 市 6 町が合併して今の自治体となった。この地域の人口は 1990 年には 5 万人を超えていたが、現在は 3 万 2000 人程にまで減少し、急速に過疎化が進んでいる。この庄原市の岡山県との県境の山間にある旧東城町にある書店が、ウィー東城である。ウィー東城の主な商圈となる旧東条町の人口は、現在、7000 人

程である。

店長の佐藤友則によると、「隣接する広島県神石高原町でよろずやを営む父親が、1998年に2店舗目として旧東城町に出店したものの、2001年に経営が悪化して、修行先の名古屋の書店から戻って店長をすることになった」という。そして佐藤が試行錯誤しながら取り組んだのは、徹底して地域コミュニティに寄り添う書店を目指すことだった。

ウィー東城の売場は100坪程で、かつてはその内の60坪が本売場だったが、今は45坪程になっている。ただ入り口を入ると7割方、本の売場に見えるようにレイアウトの工夫をしている。本以外には、CD、文具から雑貨、タバコ、マスク、靴下等に至る様々な商材を扱っている。児童書や料理本や女性誌等の女性向けの棚の近くには、子供連れの母親をターゲットにした化粧品コーナーがあり、店の奥にはエステルームがある。他に地元の物産やアクセサリやさらには中華料理の冷凍食品の置かれたコーナー、コーヒーの飲めるスペース、コインランドリーもある。またレジの中には複合機が置かれ、農産物のラベルから年賀状の印刷まで請け負っている。

このようにウィー東城では、地元の人達の日常生活に関連した本と併せて、関連する商品やサービスを一通り揃えている。「地域に住む来店者とはお互いに顔の見える関係なので、日頃の付き合いを通して何を必要としているかわかり、また頼まれた商品やサービスは、費用対効果が見込めそうなものなら全てチャレンジして顧客対応している」（佐藤）という。

ウィー東城は、Amazonがネット書店を通して獲得した顧客を囲い込んでそのライフスタイルに必要な様々な商品やサービスを販売するのと同様のことを、高齢化と人口減少で疲弊した過疎地の地域のコミュニティを再生することを目指して、リアル店舗で取り組んでいる。ウィー東城では、売場面積当たりで通常の書店の1.5倍のスタッフを配置し、アルバイトも含めて来店者とはアパレルショップのように時間をかけて会話して、個々のニーズを汲み取り、本やそれに関連した商品やサービスを提供することに務めている。

多くの書店が経営難でスタッフの数を減らして人件費を削る中で逆行する取り組みだが、ウィー東城ではAmazonのようなネット書店に対抗して差別化するため、ネット書店には出来ないリアル書店ならではの顧客との直の対話を通じたコミュニケーションを重視している。そのため希望があれば、閉店後に書店のスペースを提供して、これまでトークライブ、ミニコンサート、料理教室等の様々なイベントを数多く行い、地域を盛り上げるとともに地域の人々との関係を深めて来た。また「地域の子供達とは、手品を披露したりして仲良くなり、彼らが生涯に渡ってウィー東城の顧客となるよう努めている」（佐藤）という。

ウィー東城の来店者は1日150人程で、主婦層を中心に高齢者から子供まで訪れる。そうした地域の様々な層に合わせて、料理とかイラストとか特定のテーマのコーナーを設けて、ブックフェアを行っている。また個々の本に挟んだスリップが浮いているかどうかで、どんな本が購入に至らなくても立ち読みされたかどうかをチェックし、顧客のニーズの把握に努めている。また地方の中小書店の場合、ベストセラー本がタイミング良く必要な冊数入荷出来るわけではないので、平台にはベストセラー本よりもロングセラー本を置いて、それをブックフェアでいかに売るかに力を入れている。そして顧客の要望に極力応えるため、必要な冊数入荷出来ないベストセラ

一本については、佐藤自ら県内の大型書店を車で回って図書カードで購入して集めたものを、自らの店舗に並べて提供するようにしている。

もう1つウィー東城が行っているユニークな取り組みとして、アメリカのAmazonに出店して、そこで漫画やアニメやゲーム等の日本の文化に関心のある人達を対象に、日本語の学習書やフィギュアやコミックの画集等を販売する事業で、こちらは現在、年間数千万円の売上があり、ウィー東城の経営を支える大きな柱となっている。

4. 近年誕生した個人経営の書店の状況

4-1 地方チェーン書店から独立して開業

近年、全国各地で多くの書店が廃業する一方、新たに大都市圏の近郊では一部でユニークな個人経営の独立系書店が誕生している。その多くは他の書店で経験を積んだ人が独立して立ち上げたものである。愛知県幸田町のJR幸田駅の駅前にある10坪程の幸田駅前書店は、愛知県名古屋市に本社のあるチェーン書店のあおい書店から独立した藤城博基が、2014年に立ち上げた書店である。

大学で落語研究会にいた藤城は、卒業後に旅行会社に勤めたものの、落語家を目指して退職し、結局、落語家になれずに家業の手伝いをしていた時に、求人誌で書店員の募集を見て、本が好きだったことから応募して採用された。もともと独立志向が強かった藤城は、何年か修行するつもりであおい書店に入社したが、結婚して家族も出来たことで、18年間勤めることになる。そしてやりたいことをやるために独立した藤城は、「自分のワールドをもとに、好きな舞台空間を様々な個性を持ったお客さんを主役に空想して設定してつくるイメージで、自らの表現の場として書店を立ち上げて経営している」という。そのため幸田駅前書店は、人口4万2000人余りの町の書店としては極めて異例な、様々なジャンルのニッチでコアなマイノリティの人達を対象にした本が置かれており、個人の自宅の蔵書に近い棚の配置となっている。

幸田町は名古屋の中心市街地から1時間圏内のベッドタウンで、町内には工業団地もあって人口は減少していないが、そうした地元の状況と関係なく、常連客の多くは幸田町の外の愛知県内、さらには県外各地から来ている。もちろん様々なジャンルのニッチでコアなマイノリティの人達を対象にした本は大型書店にも置かれているが、幸田駅前書店はそうした本を求めて来店した人を相手に、藤城が街中の喫茶店やスナックのマスター的な立ち位置で話し相手を務めることで、リピーターを獲得している。「本を買って読みたい人の多くは、その本の内容について誰かと話したいという欲求も併せて持っているものの、大型書店では店員との間で会話が発生せず、それに対して幸田駅前書店では来店者が店主とトーク出来る書店を目指している」(藤城)という。SNSでの発信にはあまり力を入れておらず、新規来店者の多くは口コミでその存在を知って訪れる人達である。

幸田駅前書店の来店者は1日10～15人程で、年齢層は若者から高齢者まで様々である。幸田町の外から来る来店者以外に、近隣の人が野菜等の差し入れを持って、主に会話目的で訪ねて

くることもある。幸田駅前書店ではベストセラー本や小説は置かず、ロングセラー本や常連客のニーズに合ったマニアックな本を置いている。店の真ん中には書架でなく机が置かれていて、イベントスペースとして貸出しており、様々なトークライブや読書会や音楽ライブとかが不定期に行われ、口コミで集客している。幸田駅前書店でイベントを行うグループは20余りあり、中には毎月行っているグループもある。「イベントの売上が全体の3割を占め、その分で家賃や様々な経費を賄っており、残りの本の売上の内、地域の病院や店舗への雑誌の配達がかなりの部分を占めている」（藤城）という。

幸田町にとってもこうした書店の存在は重要で、「町長を始め役場の職員が駅前に書店を存続させたいという想いもあってか、町で行うイベントの相談等で店を訪れることがある」（藤城）という。今日、新刊書の売上だけでは個人経営の独立系書店の存続が難しい中、藤城は地域コミュニティ、そして本を媒介した様々なテーマ型コミュニティと密な関係を構築し、そうしたコミュニティの人達にとって必要な空間を提供することで、自らのライフワークとしての幸田駅前書店の存続を考えている。

4-2 副業で書店経営を維持

埼玉県草加市の旧日光街道沿いにあるペレカスブックは、イラストレーターの新井由木子が2016年に立ち上げた、売場面積が5坪程で在庫数200冊余りのミニ書店で、他の店主が経営するカフェと同じ建物の中に隣接して入居している。

文芸誌の挿絵や絵本の制作を手掛けていた新井は、「開店する時は主に絵本を扱う書店を構想したが、来店者の多くが市内にキャンパスのある獨協大学を始めとした大学の学生で、ジェンダー関係からカフェ&グルメ関係に至るまで、そうした来店者との会話を通して知ったニーズのある面白い本を中心に、一般書の品揃えを増やしていった」という。ペレカスブックのように店主の個性で品揃えをしている個人経営のユニークな書店は、最初から間口が狭く、そこに置かれている本が好きな人を常連客として掴むことが出来ればやっていけるため、都市部では一般の書店が減少する中、各地で新たに誕生している。

ただペレカスブックの本の売上は、開店した初年度で年間100万円程、今でも年間200万円程である。取次は子供向けの本は子どもの文化普及協会、それ以外はトランスビューという買い切りのところを使うか、出版社と直取引しているので、掛け率は多少良くなるが、この売上では書店経営はまったく成立しない。書店としてだけでなく、本以外のより利益率の高い商品やサービスを提供し、トータルで採算を確保することが必要になる。ペレカスブックでは、イラストレーターの新井が自ら制作した地元のランチスポットやパン屋を紹介した「草加を歩きたくなる地図」、葉やブックカバー、本箱、トートバッグ、麦わら帽子等のオリジナル製品を販売したり、カフェのスペースを借りてイベントを開催したり、また新井個人が地域の事業者や自治体からデザインの仕事を受注して、本の売り上げを上回る収益を得ている。新井は、「本の魅力とSNSの発信で集客して、併せて副業の売上を確保しないと、こうした個人経営の小さな書店は成り立たない」と語る。

ペレカスブックで行っているイベントとして、読書会やゲストスピーカーを招いてのトークライブがある。読書会は参加費 1500 円で、その内、1000 円分はペレカスブックで使えるクーポン券を購入してもらおう形にしている。トークライブでは、女性落語家を招いての落語のイベントが人気で定期開催しており、毎回、遠方から来る人も含めて 30 人程が参加している。

5. これからの書店の存続に必要な取り組み

5-1 地方書店が存続するために

これまで6つの異なるスタイルの地方書店について見てきたが、まず地方都市の中心市街地にある中小書店は、90年代後半から街中でのコンビニエンスストアの増加による雑誌の売上の減少、そして同じ街中への新古書店の進出や郊外へのロードサイド型書店の進出によって、ネット書店が登場する以前に、既に苦境に立たされてその数を減らしていった。そして郊外のロードサイド型書店やショッピングセンターに入居した書店も、2010年代にはネットの普及による雑誌離れで雑誌の休刊が進み、また若い世代を中心とした本離れやネット書店との競合もあって売り上げを減らしている。特に今後、電子書籍のサブスクリプションサービスが普及すれば、さらに大きな影響をリアル書店に与えることになるだろう。

長崎書店の長崎健一社長が語るように、今日、どんなに立地が良い自己物件でも、今の出版流通の取引条件では、人を雇用して経営する専門書店は成立しない状況になっている。そのため中心市街地の中小書店は、売れ筋の本を品揃えして、来店者が店内を回遊して網羅して把握することの出来る居心地の良いコンパクトな空間を目指し、余ったスペースを使った不動産賃貸や教科書等の外商も含めて他の収益の柱を確保して、地域の多くの人達にとって必要とされる書店を目指すことが、存続に向けて必要な戦略になるだろう。

なお今の出版流通の取引条件では専門書店の経営が成立しない問題に対応するため、吉見書店を始め全国各地の中小書店が参加する、一括仕入れ等による取次との取引条件（正味）の向上を目指した NET21 の取り組みは重要だが、ただこれだけでは書店経営は成り立たない。郊外型の書店は、ショッピングセンターに入居しているところは別にして、書店単独ではなく書店と親和性のある店舗事業を併せて行い、来店者が相互に流れる仕組みを構築して、書店経営を支えることも必要になるだろう。レンタルビデオ事業やカフェの併設等を行っているところが多いが、吉見書店によるアイスクリームのフランチャイズ店と併せた運営も、そうした取り組みの1つである。また店舗事業以外にも収益の柱を確保出来ればさらに望ましく、啓文社のアウトレットブック販売は、ある意味で新刊書店が新古書店の事業に進出する取り組みだが、その利益率の高さが全体の経営を支えることになった。

そしてリアル書店に来店してもらおうためのフリーペーパーや SNS を始めとするネットでの情報提供は、今後、ますます重要になる。これは単に書店のスタッフがお勧めの本の魅力を紹介するだけでなく、自社の店舗で売れた本を集計した週間ランキング等の情報提供も有効で、また啓文社のようにそこから自社の店舗を受け取り店にポイントサービスを提供する形のネット通販に

誘導する仕組みも、Amazon への対抗手段となる。

さらに街中の書店から郊外型の書店まで、リピーターとなる顧客との関係強化に向けて力を入れているのが、作家を招いてのトークライブやサイン会と関連商品の販売、未就学児とその父母を対象にした絵本の読み聞かせ会等のリアル書店でしか出来ないイベントで、こうした書店イベントは書店という場の魅力を多くの人に伝えるものになる。

5-2 過疎地で書店が存続するために

地方都市の中心市街地やその郊外に立地する書店以上に厳しい状況にあるのが過疎地の書店で、今日、こうした過疎地で無書店自治体、あるいは書店のない地域が急速に広がっている。学校図書館、公共図書館も充実していない過疎地で、地域の情報拠点として読書環境を支える役割を担っているウィー東城は、本を媒介した地域のよろずやとして、地域コミュニティで暮らす人々の生活に寄り添い、彼らの抱える様々な課題解決に取り組み、ある意味で公共図書館が担うレファレンスサービスからビジネス支援までを、書店のビジネスに取り込んでいる。

ウィー東城の佐藤友則は、Amazon が書店を通して囲い込んだ顧客のライフスタイルに必要な商品やサービスを提供するプラットフォームとして果たしているのと同様の役割を、過疎地の地域コミュニティの再生のためにリアル店舗で担おうとしている。地方都市の中心市街地やその郊外の書店と異なり、地域の住民全てが顔の見える顧客となるため、ネットでの情報発信は重視しておらず、来店者とのリアルなコミュニケーションを重視し、そして書店イベントは、閉店後のスペースを利用してトークライブから音楽ライブまで様々な内容のイベントを行い、書店が地域コミュニティで暮らす人々のサードプレイスになっている。

また地域外でアメリカの Amazon での通販を店舗事業以外の収益の柱にしており、過疎地の書店の理想的なモデルとして、近年では全国各地から視察に訪れる書店関係者も多い。

5-3 個人経営書店が存続するために

ウィー東城が地域コミュニティに密着することで地域と一体となった書店の存続を目指すのに対し、必ずしも地域に限定しないテーマ型のコミュニティに密着することで書店の存続を目指すのが、近年、大都市圏の近郊で誕生しているユニークな個人経営の独立系書店である。

こうした個人経営の書店は、店主が自分のワールドをもとに書店の空間をデザインし、サブカルチャー等の特定のジャンルに関心のあるニッチでコアな層を常連客に抱え、書店が発信する SNS の情報以上に口コミでその存在を知って訪れる地域の外からの来店者も多い。そして店主と来店者との会話によるリアルなコミュニケーションが、リピーターの獲得に大きな意味を持っている。また閉店後に、トークライブや読書会や音楽ライブ等のイベントが頻繁に行われ、それが書店の収益の柱になるとともに、地域の外と繋がるサードプレイスとしての空間を育んでいる。

またペレカスブックのように、本を購入する顧客が想定出来るため、買い切りや出版社との直取引で掛け率を良くするとともに、本よりも利益率の高い自家製の雑貨等の商品やサービスを提供し、副業の売上と併せてトータルで経営を成立させている。

こうした地域コミュニティとともにテーマ型のコミュニティにも依拠した個人経営の書店は、今後、出版不況が続く中でも新たに誕生する可能性があり、大型書店には品揃え以外で真似の出来ない、特定のジャンルに関心のあるニッチでコアな顧客のコミュニケーションのニーズを満たす場として、存続していくことだろう。

6. おわりに

地域の読書環境を維持するため、地域の書店の存続に向けて必要な取り組みについて整理したが、特に大都市圏と教育・文化環境の格差が広がる過疎地において、ある意味で公共図書館が担うべき地域の情報拠点としての様々な役割を、十分な予算措置のされない図書館に代わって地域の書店が担い、地域に必要な存在となっているケースが見いだせたことの意味は大きい。ただウィー東城の成功は店主の佐藤友則の属人的な力によるところが多分にあり、今後、他の過疎地でこうした書店を誕生させることがどれだけ出来るかは大きな課題である。また個人経営の独立系書店が新たに誕生して成立している背景に、地域コミュニティとその外のテーマ型のコミュニティにまたがる交流の場としての役割を担うことで、ニッチでコアなファン層に必要な存在となっていることもわかった。

地方都市の中心市街地、あるいはその郊外に立地する中小書店、地方チェーン書店は、上記のような地域コミュニティ、あるいはテーマ型のコミュニティに密着したサードプレイスのような場を提供することは困難だが、それでも書店以外の収益の柱を確保しつつ、可能な限り地域に寄り添うことで、今後とも書店が地域にとって必要な存在として存続していくことは十分に可能と思われる。

特にこうした書店が行う絵本の読み聞かせのような地域の子供達が本に関心を持つきっかけをつくるイベントは、その後の読書習慣を育む上でも重要である。

あと個々の書店の存続に向けた取り組みとは別に、静岡書店大賞、広島本大賞のような地域の書店員有志が連携して、書店の現場から本の魅力を多くの人に伝えて、書店に足を運んでもらおうとする取り組みが各地に広がっていることは、書店の存続とその地域で暮らす人々の読書習慣の維持に向けて大いに期待される。

-
- (1) 全国学校図書館協議会の調査によると、2010年度の学校図書館の1校あたりの平均図書購入費は、小学校56.3万円、中学校72.1万円、高等学校84.2万円だったが、2020年度は小学校47.0万円、中学校59.8万円、高等学校71.7万円と減額になっている。(https://www.j-sla.or.jp/material/research/gakutotyousa.html)
 - (2) 日本図書館協会の調査によると、公共図書館の資料費の予算額は、1999年度の350億7383万円をピークに、2021年度には271億4236万円に減少している。(https://www.jla.or.jp/library/statistics/tabid/94/Default.aspx)
 - (3) 公益社団法人全国出版協会出版科学研究所のサイトで公開しているデータによる。(https://shuppankagaku.com/knowledge/bookstores/)
 - (4) 学研教育総合研究所の白書シリーズWeb版「小学生白書」の調査データによると、全国に2万店以上の書店があった1989年には、小学生の1カ月の読書量は平均9.1冊だったのが、四半世紀後の2014年に

は平均 5.6 冊にまで徐々に減少し、さらに近年では 2020 年に平均 3 冊（他に電子書籍 0.4 冊）と急激に減少している。2020 年の調査で小学生の 87% は電子書籍を読まないため、多くの小学生は電子書籍に切り替えたわけではなく、読書をしなくなっている。（<https://www.gakken.co.jp/kyouikusouken/whitepaper/index.html>）そしてちょうどこの時期、読売新聞（夕刊 2015 年 9 月 14 日号）が日本書籍出版協会の資料をもとに、全国の自治体の 2 割弱に相当する 332 の自治体が無書店自治体であることを報じ、さらに 2 年後に朝日新聞（2017 年 8 月 24 日号）がトーハンの資料をもとに、無書店自治体の数が 417 にまで増えたことを報じて、無書店自治体の急増が大きな話題となり、生活圏に書店がないことによる若年層の読書習慣への影響が論じられるようになった。

- (5) 2022 年 3 月 14 日に長崎書店で行った、代表取締役社長の長崎健一へのインタビューにもとづく。
- (6) 2021 年 10 月 28 日に Zoom で行った、代表取締役の吉見光太郎、常務取締役の吉見佳奈子、竜南店店長の柳下博之へのインタビューにもとづく。
- (7) 2021 年 11 月 3 日に Zoom で行った、啓文社西条店店長の三島政幸へのインタビューにもとづく。
- (8) 2021 年 8 月 25 日にウィー東城店で行った、店長の佐藤友則へのインタビューにもとづく。
- (9) 2021 年 8 月 4 日に幸田駅前書店で行った、店主の藤城博基へのインタビューにもとづく。
- (10) 2021 年 12 月 23 日にペレカスブックで行った、店主の新井由木子へのインタビューにもとづく。