

DAIWA LETTER

34

DAIWA LETTER 34号ダイワライター

2012年7月発行 / 株式会社ダイワライターズ 〒174-0043 東京都板橋区坂下1-34-27

TEL: 03-3558-8131 FAX: 03-3558-8132

年4回発行/発行部数6,000部

実用書

特集

いろは出版 日本ドリームプロジェクト

OPEN!

ブックポート203大和店

professional (プロフェッショナル)

さわや書店 フェザン店

店長 田口 幹人 さん

DH News

- ・シュリンカーの節電対策について
- ・書店備品販売サイト「ショッピィ」オープン!

【表紙】ブックポート203大和店の皆さま

OFF

DH News

夏の節電対策

「シュリンカーの電源はこまめに切ろう！」



こんな時は
電源を切ろう

30分以上使わない時

スタンバイ中でも一定温度に保つための温度制御機能が働くため、電力は消費され続けています。

電気代の
目安

1時間≒30円 (※RAPOシリーズの場合/当社調べ)

管轄の電力会社、ご契約内容、使用環境によって異なりますので、ご参考まで。

各シュリンカー
消費電力の目安

RAPO LS II RAPO 1400	RAPO fullauto	NICO 1000s	NICO 800s	PIKO 300s	PIKO 96s	たすかる	シュリンク コンペア
1500W				1310W	1010W	1160W	1400W

※表記は最大消費電力です

書店備品販売サイト
オープン致しました!

利用
無料

登録
無料



シュリンク袋・シュリンクロールや、ブックカバー・販促シールなどの
売場作りツールが、ネットで簡単にご注文♪

1. 注文履歴が確認できる!!
2. 荷物追跡サービス利用可能!!
3. 本部一括注文が可能!!

まずは弊社宛にTEL
03-3558-8131
※「ショッピィについて」
とお伝え下さい

社長のつぶやき

代表取締役
大石 孝一



今年も軽装のビジネスマンがやたらと目につくように思える。どうやら「スーパークール・ビズ」と言うことらしい。クール・ビズとは一体いつ頃から現れたのか。

実はこのキャンペーンは、2005年に環境大臣に就任した小池百合子氏が小泉純一郎元総理から、「夏場の軽装による冷房の節約」をキヤッチフレーズにしたらどうかとアドバイスされ、環境省が音頭をとり、ネクタイや上着をなるべく着用せず、夏季に28度以上の室温に対応できる軽装の服装をするよう呼びかけたことに始まったという趣旨はよく分かる。くそ暑い時にネクタイをして上着を着用し、まるで我慢大会に参加しているが如く仕事をするのはナンセンスだ。節電のために冷房温度を高め設定した職場はクール・ビズも良いと思う。ネクタイを外すだけでも体感温度が2.3度下がるといふ。

しかし、室温設定28度という数字はどこから出てきたか知らないが、仕事内容によっては相当な率が落ちる事を覚悟しなければならぬ。基準を示すという立場では仕方ないが、現場の大人の判断に任せたい。

また、大して暑くもなく、むしろ涼しいと思える日まで「クール・ビズ」が社の決まりですから」とノーマルなネクタイと遊び着みたいなのをシャツで商談の席に着くのは如何なものか。クール・ビズに託してラクな格好をしていないか。気持ちまでラクして仕事の成果に影響する。夏場であつても涼しい日にはピンとした服装で仕事をしたい。

本来何を装うかはルールではなく、自分の服装は自分で決めるべきものではないか。その場に相応しい服装があるはずである。ビジネスの場では姿勢が服装に現れる。「勝負服」という言葉があるではないか。三つ組のスーツを着て立ち小使はできないものである。

以前にも「省エネルック」と上着の袖を半分切ってしまった奇妙なスーツが登場した。確か羽田元総理と何人かの関係者が着用しているところをテレビで見た時は笑ってしまった。この時も政府主導で仕掛けたのだが、誰も踊らなかつた。

夏は暑いのが当然である。



編集メンバー

中島(鳥) : 校正担当
出口(フラガール) : 取材・編集担当
古瀬(すいか) : 大阪支店取材担当

東京本社 : 〒174-0043 東京都板橋区坂下1-34-27
TEL 03(3558)8131(代) FAX 03(3558)8132
大阪支店 : 〒564-0062 大阪府吹田市垂水町3-2-1
TEL 06(6190)5731(代) FAX 06(6190)5732

楽しく遊び心満載の社内に潜入!!



▲運がいいと会えるかも!?



いろは出版の社員の皆さま



朝礼の恒例行事
Happy & Thanks

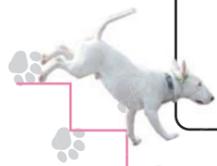
◀左のボールを社員で投げ合い、受け取った社員が最近あったハッピー&サンクスな出来事をお話するのだそう。



☆2F 似顔絵部門



▲作家による手づくりの似顔絵を制作・販売している「WORLD1」。結婚式の定番!



+



= Welcome

☆B1F デザイナー部門



▲いろは出版の出版物・広報物全般に関わるすべてのデザインを一手に引き受けている。
◀天井にはちょっとしたしかけが、一見穴だらけですがよく見ると・・・!?

☆いろは出版小浜物流センター



▲キレイな本をお客様に届けることにこだわるきむ社長。こちらで包装され書店に届けられる。



▲物流センターのスタッフで、はいチーズ♪

「いろはプレス」

毎日更新

ある少女の「息苦しい」という言葉がキッカケとなり、日本中で息苦しさを感ずる人々に「このころのききゅう」ができる場所を提供したい、との想いで作られました。「今日のきむ日記」をはじめ、写真、ゲーム等多くの心を動かすコンテンツが盛りだくさん! 試しに覗いてみてください。

いろはプレス

ドリームプロジェクト 次回予告!



現在企画しているのは、『世界の夢』です。と言っても、なかなか世界中の人の夢を集めることは難しいので、外国語大学の学生に協力してもらうことにしました! 今、実際に関西外国語大学の学生がプロジェクトを組んで、留学先で夢を集めてくれています。僕も、そのプロジェクトの下見としてインドに夢を集めに行ってきたんですよ! 楽しみに待っていてください!



2月に出版された『僕が旅に出る理由』。現在第5刷まで増刷され、書店員さんなら何度も目にしているのでは?

どんなチームがつくっているか、知っていますか?

「夢の本シリーズ」をつくっているのは、いろは出版「日本ドリームプロジェクト」。今回は、夢を集めるところから、夢の本のつくり方を教えてもらいました!



一『1歳から100歳の夢』『働く人の夢』など「夢」に気づかせてくれる本をつくる「日本ドリームプロジェクト」に密着

IROHA PUBLISHING

詩人兼写真家の「きむ」が設立。現在では「きむ」ブランドを扱う「KIM COMPANY」に加え、夢を題材にした書籍の出版「日本ドリームプロジェクト」、似顔絵制作の「WORLD1」、雑誌の企画販売「AIEO」等、出版社の枠を越え活動展開中。

- いろは出版株式会社
- 〒606-0032 京都府京都市左京区岩倉南平岡町74番地
- 設立 平成15年10月

いろは出版

Q2. これまでどんな夢を集めたの?

まず初めに、3千人の夢を3年かけて集めてつくらせてもらったのが『1歳から100歳の夢』。次に、子どもたちの夢が育つ環境をつくるきっかけをつくりたくて、日本中から2万人の中高生、先生の夢を集めてつくらせてもらったのが『中学生の夢』、『高校生の夢』、『先生の夢』。大人になっても夢がある、と伝えたくてつくらせてもらったのが『働く人の夢』。そして、夢を持つためにはそもそも「家庭」が大切、ということで『家族への夢』をつくらせてもらいました。今では夢をお書きいただいた方は3万人を超えて、シリーズも12作品出版させてもらっています。

Q1. なぜ夢を集めるの?

高校時代に「バスケット選手になる」という夢を諦め、その後詩人になった「きむ」。「自分には夢がない」と思いながらも、「目の前の人を笑顔にしたい」と詩を書き続けてきた。そして、ある日のサイン会でファンの方に「きむさんって夢がありますね」と言われ、「目の前の人を笑顔にする」こんな小さなことでも夢と呼んでいいんだとファンの方に気づかせてもらったのが始まり。どんな小さなことでも「自分には夢がある」って思えるだけで、人生を前向きに生きられる。そう気づいた「きむ」が、「それなら日本中のの人に夢を聞いていこう!」とスタートしました。

Q3. 夢を集め続ける理由は?

『中学生の夢』、『高校生の夢』で、2万人に夢を書いてもらったとき、「夢がない」と書いた人が1割(2千人)いました。でも、またそのうちの9割の人(1,800人)が「夢を見つけることを夢にしたい」と書いていたんです。みんな、ほんとは夢が持たたい。ただその環境がないだけという事実気づかせてもらって、ドリームプロジェクトの必要性を改めて実感させてもらいました。

Q4. 夢の集め方は?

夢をお書きいただく人は、特別な人ではなく、自分の周りの人から始まり、その人の知り合い、そのまた知り合い...という感じで広がっていきます。みなさんにたくさん協力していただいて、数珠つなぎのように夢が繋がっていくんです。『働きだして見つけた夢』には書店員さんの夢も掲載させてもらっていますよ!

日本ドリーム「夢」の本のつくり方プロジェクト



日本ドリームプロジェクト
大塚 啓志郎さん
入社5年目。兵庫県明石市出身。大学時代にバックパッカーとなり世界各国を巡る。その経験で感じたことを誰かに伝える楽しさから、「人に何かを伝えたい」と、いろは出版に入社。日本ドリームプロジェクトでは『家族への夢』より制作に関わる。

Q6. 大塚さんの夢は?

「あなたが生きる今日が素晴らしい」というきむの詩があるんですが、僕はこの言葉がすごく好きなんです。夢の本に載っているのは、普通の人の普通の暮らし。でもその普通の毎日を素晴らしいと言えることって大切だと思って思うんです。夢の本を通して、自分の人生を肯定してもらえれば、そのお手伝いをすることが僕の夢です。

Q5. どうやって夢を開き出すの?

夢を書くことって、自分のありのままの心を書いてもらうということなので、すごくプライベートなことでもあるんです。だから、飾らないありのままの夢を書いてもらうためにも、まずは僕たち自身のことを信用してもらい、心を開いてもらうことから始まります。僕が初めて制作に携わった『家族への夢』では、815名の方に夢をお書きいただいたんですが、夢を書いてもらう前に、お子さんと一緒にお風呂に入った家庭もありました(笑)でも、そのおかげでありのままの夢を書いてもらえた方が多かったのか、『家族への夢』に寄せもらった作文は、ほとんど校正せずに掲載することができ、素敵なお本になりました。

たくさんの心配り

1 作者の紹介 書店ではなくギャラリー!?



▲作者に興味を持ち、他の作品も読んでみたいと思わせる「作者の紹介POP」。



▲宮下奈都の『窓の向こうのガーシュウィン』はtwitter仲間で作った仮想書店「あひる書店」による第一回「アヒル本大賞」決定だとか。

2 作品紹介 もはや攻略書!?



▲成川店長イチオシの『ジェノサイド』。しかし初心者には分厚めで、値段も張る。そこで何とか関心を持ってもらうためにこんなもの作っちゃいました。



▲表：本の概要と書店員の声



▲裏：ストーリーの人物相関図

3 作者のまめ知識



地味に笑える!?

- ◀プレートの情報
- ◎緑色…存命
 - 百田尚樹 (ひやくたなおき) 1956~ 作家・兼・放送作家
- ◎黒色…ホラー
 - 平山夢明 (ひらやまゆめあき) 1961~ 恐怖作家
- ◎灰色…故人
 - 藤原伊織 1948~2007 男性作家

4 オリジナル装丁 え!?ここまでする!?



背表紙をOPEN!



よりこの本の面白さを伝えたい!と思ったらオリジナル装丁まで作ってしまう手の込みよう。

▲おどろおどろしいこちらの装丁

「書店王にオレはなる!!!!」 成川船長が発信!

話題のSNSを使用し、自ら船長に扮して積極的に情報発信・意見交換を行う成川店長(船長)。今回は紙面にて、全国の書店員へ向けた熱いメッセージを発信!



全国の書店、書店員が「本のおもしろさ」をもっと伝え、本好きを増やしていけたらと思っています。小さなパイを奪い合うのではなく、もっと大きくできればいい。そのために、書店・取次会社・出版社・作家、すべてが協力していければ、今までにない何かができるのではないかと、と思っています。自分ひとりでは探せなかった、そのままでは埋もれていたであろう本を、多くの本好きと繋がることで掘り起こし、お客様に伝えることができる。facebookやtwitterは、情報収集であり、相互協力のツールであり、お客様への販促の足がかりです。

「全国の書店員よ!今こそ立ち上げが!待ってて本が売れないなら、こっから売ってやればいいじゃないか!今こそ書店員が自ら動いて『本というメディアのファン』を増やすのだ!」

映画もTVもゲームもSNSも音楽も楽しいでしょう。しかし、深く広い世界に沈み込み、すばらしい体験ができる「本のちから」、魅力は疑うべくもない。もし、本が売れないのだとしたら、本がつまらないのではなく、その魅力を伝えきれていないボくら出版・書店業界の責任です。

だからこそ、既存の古い考えに固執せず、挑戦し、開拓し、新たな道を切り開いていかなければならないと思っています。そのための新しい発想、意見などがfacebookやtwitterで飛び交い、刺激され、いくつも新しいことを創り上げてきました。

今の自分があるのは、そこで繋がった方々のおかげであるし、それ以前とは比較にならないほど、成長の速度が増したと実感しています。これからも、新しいことに彼らとともに挑戦していければ、と思っています。

「船長」の由来(※念のため)

『ONE PIECE』が大好きで、twitterで「ブックポート率いる船長」と自己紹介したところとても好評で、それ以来仲間内では「船長」と呼ばれるように。ちなみに現在は大和店と戦艦大和をかけて「艦長」とも(笑)

実は僕たち愛しあっています?



twitterで積極的に情報交換を行い書店業界の活性化を目指すお二人。成川さん、時代小説は田口さん任せだとか(笑)

さわや書店フェザン店 田口店長 (※次ページ参照)

是非のぞいてみてください!

成川真@chobikunn

STORE'S DATA

ブックポート203大和店
住所: 神奈川県大和市大和東1-2-1 1F
電話: 046-261-1680
営業時間: 10:00~23:00
面積/蔵書冊数: 95坪/67,000冊

新店・リニューアルオープンのお店をレポート!

2012/4/10 OPEN

ブックポート203 大和店



2012年4月10日。神奈川県ほぼ中央に位置し、小田急江ノ島線、相鉄線が乗り入れる大和駅のすぐ隣に店舗を構えたブックポート大和店。「おもしろい店」、「本を読むきっかけの店」となるべく、そこにはお客様に向けた細かい心配りがいたるところに。その一部をご紹介します。

Q 大和店のコンセプトを教えてください。

「そこに行けば何かおもしろい本が置いてある書店」、「本を読まない人の一歩目となる書店」です。自宅近くの書店・それが金太郎飴みたいな全部同じだったら、一か所にしか行かなくていいわけで、この業界はどんどん衰退していきますよね。書店はその一店だけで終了するのではなく、「ここ」になったら、「こっち」と繋がり、全部合わせて書店なんです。例えば1000坪の書店だったら、お客様の期待が「あそこにはあるだろう」と思うので、品揃えを重視するでしょう。うちくらいの坪数だと、より多くのお客様の心を動かせる本の選定に重心を置きます。だから、まず大和店で本を好きになってもらい、そこで物足りなくなったら「多くの本が揃う別の店に行ってみよう」となればすくく嬉しいですよ。

Q 具体的にどんなことをされていますか?

現在、『インシエーション・ラブ』で有名な乾くるみさんの『スリプ』を、文庫化されたのを機に前面に押し出しています。本の初心者の方にもすくく読みやすい本だと思っんです。おそらくこの本を一番に推している書店はほとんどないでしょう。また、同時に「作者の紹介POP」も展示しています。作者に興味を持って欲しいんですよ。「えっ?乾くるみって女じゃ

Q 今後の抱負を教えてください。

そこであれば自身も確認せずに「よし、買おう」となるくらいの信頼関係を、お客様と築くことです。鶴見店ではこの信頼関係を積み重ねてきましたが、「ここ」ではまたゼロから始めなければいけません。まだまだ『スリプ』の売行きは鈍いです。でも、次にこちらが新たな展開をした時「この前良かったからまた買ってみよう」となり、またその次、と徐々に信頼関係を築いていければと思います。『郊外でどうお客様を集めるか』というところで勝負をかけてきたブックポートにとって、初のターミナル駅出店となった大和店は試金石であり、その期待の大きさを肌で感じています。やりがいも責任もあります。

なるかわ 成川店長にインタビュー!



ブックポート203鶴見店 店長を経て大和店店長に。



▲現在のフェア台

細かいところですが、こういう楽しみ方があってもいいと思っんですよね。(※ページ参照)

そして本を読まない人に本を好きにならうには、どこに何が置いてあるかを明確にすることが必要です。「経済の本はどこにありませるか?」などと聞いてくれるお客様は1割にも満たないと思います。残りの9割の穴を埋めるために、本のジャンルをワンスパンで区切った棚にしています。売れる本を多く置くために、棚の下端から違うジャンルの本が置かれていても分かりやすいですよ。本の見つけやすさというメリットでお客様を掴んでいきたいです。(トップ写真右下参照)

ないの?」って(笑)。その延長でまだ完全に統一はできていませんが、文庫棚に差し込む作者ごとのプレートに生年月日や性別、ご存命か否か等を示しています。

professional

〔プロフェッショナル〕

株式会社さわや書店 商品管理部 文庫・新書担当
兼 フェザン店 店長

第16回 田口 幹人

“ 毛細血管が僕たち地域の書店ならば
たまには血の巡りを逆流させてもいいかな ”

1947年（昭和22年）に、盛岡市の中心街である「大通り商店街」の一角に店を構えたさわや書店。店づくりのコンセプトは「本好きが集まり、本好きに支持される店」。現在岩手県内に本店・支店合わせて9店舗を展開。近年は郊外に進出した大型SCに人々の足が流れ苦しい状況を強いられる中、JR盛岡駅ビル内に店を持つフェザン店は、独自の取り組みを行い奮闘中である。



株式会社さわや書店
フェザン店 店長
たぐち みきと
田口 幹人さん

岩手県西和賀町出身。39歳。
「町の木屋の息子」として生まれ、幼い頃から本と親しむ。仙台の大学を中退後、岩手に戻り第一書店に就職。その後実家を継ぐも志半ばで断念。当時さわや書店本店店長だった伊藤清彦氏の誘いを受け、現職に就く。大の酒好き。スタッフとのコミュニケーションの場はもっぱら居酒屋だとか。

書店員になったきっかけを教えてください。

この話をすると、単行本2冊くらいになりますよ？

（笑）僕は岩手県と秋田県の県境、人口が数千人の町に生まれ、実家が木屋を営んでいました。仙台の大学を中退後は実家と付き合いのある取次業者の縁で、当時さわや書店本店の真向かいにあった第一書店で5年半働き、その後実家を継ぎました。僕の場合は「本屋になる」というよりは「地域の人間になる」ということが非常に大事だった。20坪の店で本だけでなく化粧品、保険の代理店、もちろん農家もやってました。まあ、田舎の商売ですよ。それが当たり前で環境で育ってきたし、全く嫌じゃなかった。

しかし現実には厳しく、大型SCの進出に伴い商店街は衰退。僕も店を閉め、さわや書店に入りました。今思えば「木屋の末期」を味わいましたね。結局僕の町には木屋が一軒も無くなってしまったんです。確かに車を走らせれば、ネットを使えば本は買える。でも、なぜ「木屋」にこだわることかというと、その地域のコミュニティの一つだったんです。木屋は地域と共に生きて、地域の中のひとつのもの。難しいけど、「書店」とはニュアンスが違う。それは今でも根強く思っています。

フェザン店では「地域の木屋」として
どのような点を意識されていますか？

フェザン店は、店の正面に郷土の棚を置いています。それを徹底的にやろうと。いつも取次さんには「変えてください・・・」って頼まれるんですけどね。僕らが扱う必要の無い話題は勝手に任せます。

その観点から『震える牛』（※左ページ参照）に力を入れています。この本が出ることはずっと前から分かっていて「地方の現状」というフェアを組み、売るため

それから「さわや急便」と名付けた車で毎日釜石に書籍を運びました。そこには本を求める多くの人がいる。本って生活の一部なんですね。僕は本を売りたいたくても売れなくて店を閉めた。だから、こうして多くの人に本を手渡せる喜びは人一倍強い。それを釜石では痛切に感じました。

フェザン店のお客様といえば、週刊誌も発売当日に一冊残らず釜石に持って行ったものだから、当然「あれ？ジャンプないの？」って聞くんですよ。「こめんなきい、釜石に持って行きますよ。」とこちらが答える。これが私たちとお客様の関係だと思えます。

震災から一年以上が経過し、テレビもラジオも新聞も一時的にしか取り上げなくなっていますよね。しかし沿岸部の人たちは今でも「絶賛被災中」なんです。「今こそ被災地に想いを」というフェアを一ヶ月前からやっていますが、これを単発で終わらせる気はありません。風化を防ぐという意味で「本」の果たす役割は大きい。店頭、ネット、ラジオ、地域の情報誌、使えるツールは全て使って一冊の本を売ることに全力を注ぎます。売行きはとも良いです。

これも「逆流」ですね。

全国の書店員さんに一言お願いします。

おそらくみなさんが想像されている「さわや書店」は、5、6年前のさわや書店です。これまでは伊藤というカリスマがいましたが、もういない。今はスタッフみんなが店を作って行かなければいけないし、「誰かがやっている」という意識はありません。僕たちの「さわや書店」は発展途上。まだまだ伸びます！

しかし変わらないものもあります。何十年も前からさわや書店が使い続けているブックカバーに書かれている「わたしは、わたしの住む街を愛したい」という気持ち。これが全てです。（下図参照）

一冊の本に全力を注ぐ！
さわや書店 フェザン店

※背景はさわや書店オリジナルのブックカバー。昭和32年頃の盛岡市のメインストリートであった大通り商店街が描かれている

▲2011年さわや書店年間おすすめランキングを本の種類ごとにチョイス。
年に一回居酒屋で開催される「推し本の総選挙」。今年も店員さん同士による熱いバトルが開かれる！

▲田口さんの得意ジャンルである時代小説はPOPの量もダントツに多い。

▲文庫の平台。必ずしも新刊を並べるわけではなく、季節に合わせて売れる本を置く。

◀『震える牛』の隣には関連性のある『限界集落株式会社』が置かれる。

『震える牛』の登場人物で巨大権力と闘う警察官、女性記者が発する一言一言に、地方出身者なら共感するところも多いはず。

なぜオリジナルPOPにこだわるのか？

A. POPをつけた本に責任を持ちたい、これが今うちの売りたい本なんだ、という強い意志表明です。

ズバリPOPとは？

A. レシピです。本屋も八百屋も同じ。本屋にとっての産地は出版社。中身は味。味がわからないのに野菜を買いたいんですか？そういうことです。

さわや書店フェザン店 田口店長の いちおし★BOOKS

“professional” [プロフェッショナル] へのご感想や、今回取材した田口さんへのメッセージを募集しています。宛て先：〒174-0043 東京都板橋区坂下1-34-27 ㈱ダイワハイテックス「ダイワレター プロフェッショナル」係まで！
(e-mail: info@daiwa-hi.co.jpでも承っております！)

「これからの誕生日」

穂高明 (著)
双葉社

◆作品解説◆

どうして私だけ生き残ってしまったの。たったひとり、少女はバス事故で助かった。深い心の痛みを抱えて過ごす日々の一。とりまく人々の心模様を絡めて描いた、優しい強さが沁みわたる「再出発」の物語。

★オススメの理由は？

この本が出たのは震災直後の5月。「なぜ自分だけ生き残ったのか」と苦しみ続ける少女と、自分が重なりました。この本が示す「優しさ」というものが、一年経ってやっと分かってきた気がします。今だから読める本。今こそ読むべき本です。

この震災を通じて、「地域の繋がりを」を感じたことは数えきれないほどありました。

ここ盛岡市は沿岸部から離れているため、幸い津波の被害は免れました。しかし沿岸部に位置する釜石市では、うちの支店以外全ての木屋が流されてしまったんです。すぐ釜石店に足を運んでみると、本を求める被災者が集中したため、既に本が無くなっていました。物流が止まり書籍の入荷も不可能な状況の中、自然な流れでフェザン店の商品を持って行くことになりました。釜石では何十年もお世話になっている。うちに本が無くてもお客さんは分かってくれます。〜と。

震災を経験され、さわや書店が果たす役割について教えてください。

「大型書店が動脈、静脈を担っているとしたら、毛細血管が僕たち地域の書店なんだ」と伊藤（さわや書店元店長）に教わりました。その毛細血管が詰まり、血液の循環が上手くいかなくなっている今、たまには血の巡りを逆流させてもいいかなって。だから僕は『震える牛』にこだわります。末端の僕たちが声を上げ、そして中央の人たちが声を上げ始めたら業界は変えられると思います。



▲郷土本が並ぶ店頭

の準備をしてみました。多分ピンとこないと思いますが、僕の生まれは全人口の55%を高齢者が占め、更にその多くが独居老人世帯という超高齢化社会。何かあっても動ける人がどこにもいない、いや、でも何も知らずにそう呼んで欲しくないんです。