

TEL 06(6190)5731(代) FAX 06(6190)5732

入選!!



▲TSUTAYA鴨島店
(佐々木さん作)

そ、そんなに美味しいんですか?! 担当者のひと押しで購入決定!

啓文社コア春日店▶
(高橋さん作)



書籍とDVDのコラボ企画!
ダイオウイカから深海まで網羅!



▲喜久屋書店
明石駅ビル店 (清水さん作)

なんだー! この目力の強いオールスター達は! 画力賞!



◀宮脇書店
ヨークタウン野田店
(熊坂さん作)

「共震」と大きく掲げられたディスプレイ。その横にある黒い顔... 実はLEDが仕込まれており、目が光るんです!!



◀みどり書房
桑野店
(遠藤さん作)

細部まで描かれたキュートな最強美少女「エレン」。色の塗り方もとてもいい感じ☆画力作品!



第3回 POPディスプレイコンテスト

ダイワレター38号から募集した「POP&ディスプレイコンテスト」。お陰様で全国の書店さんから、本への想いがドーンっと伝わってくる力作を頂くことが出来ました!! ダイワハイテックス社員が選んだDH賞5作品と、勝るとも劣らない10作品をどぞ〜んをご紹介します!!

本のがんこ堂唐崎店 (西原さん作)

ク、クオリティが高すぎる! 店内で一際目を引く特大弁当。玉子焼きがリアルすぎます。「しゅららぼん」の文字の曲線も美しい!



発表!! DH賞 5作品

▶SUNMUSIC
HYPERBOOKS
長浜店 (奥村さん作)



ロボットフェア!
ロボットのディテールが細かく切り取りが大変だったとのこと。びっしりと説明が書かれたPOPから店員さんの熱い想いが伝わってきます周囲を飛ぶ円盤にはLEDで光る細工がっ!



◀ヤマダ電機
和泉中央本店
(東野さん作)

人気急上昇の「銀の匙」のディスプレイ。動物たちがポスターを囲い、にぎやかにアニメ化を知らせてくれています!!



◀天辰堂
ビバシティ
ブックセンター
(細江さん作)

「僕の上に乗らないで!!」子供達に大人気のDVD君と店長からの切ない願い...



SHIBUYA TSUTAYA (玉川さん作)

手作りのミニムーコ。柴犬のふわふわ感を羊毛フェルトで表現♪お鼻はデコレーションペンでツヤツヤに仕上げられています。



◀喜久屋書店 漫画館倉敷店 (吉田さん作)

店員さん渾身の作品。壁から飛び出す立体的な「まるん」はなんと! 被ることも出来るんです。証拠写真付き! (笑)



文教堂アニメガ 水戸店 (一澤さん作)

棚の横には等身大(?)の「エレン」アニメの放送に合わせて、床や天井に登場人物が増えてゆくそうです。進化系ディスプレイ!



◀文教堂書店 R412店 (太田さん作)

お酒の小瓶やメニューを置き、物語の中に出てくるBARを再現! 作者のブログでも紹介されました。物語の世界観が表現されています!



伊那店売場作りの 3つのポイント

平安堂初めての導入
特徴的な什器 ※1



▲曲線が特徴のR什器。雑誌が全て面陳されている。華やかな女性誌にはショーウィンドウのように惹きつけられる。



▲足元に平台がなく、中段が吹き抜けている什器。手の高さに平置きをすることで屈まずに本を手にとることができる。

広いイベントスペースを持つ

児童書コーナー ※2

児童書コーナーには大きな木のデザイン什器がある。幼児の背丈に合わせた低めの棚になっている。その背面はソファになっており、座って本を読むことが出来る。読み聞かせなどのイベントが行われる。



趣味の追及を可能とする120種類以上の
バックナンバー



▲真空管雑誌『管球王国』

ホビーコーナーはこれから趣味を始める人や深く知識を得たい人の為に、120種類以上のバックナンバーを揃えている。料理・音楽はもちろん、真空管のみに特化した雑誌なんてのも!とことん追求できる品揃え。



▲料理雑誌のバックナンバー

OPEN! 平安堂 伊那店

2013年6月29日、13年ぶりに平安堂が新規店舗をオープンした。
売り場面積：650坪（内書籍230坪）
蔵書冊数：15万冊

信州で一番美しい書店を目指しています。

歴史クロスオーバー アート&アーキテクチャーコーナー

店内にはカフェを併設しており、購入後の本を読みながら、ゆっくりと過ごして頂く事が出来ます。また、BGMはゆったりとした曲を選曲し、

美しい書店作りの他に工夫をしているポイントを教えて下さい。



▲ホテル並みにキレイなトイレ

平安堂の直営店出店は13年ぶりですが、店作りにはその間蓄積していた知恵や工夫が生かされています。例えば、天井高4m超の中2階式売場冒頭写真や、曲線が美しく面陳が出来るR什器(左ページ※1参照)などは、これまでの平安堂には無い新しいデザインになっています。また、お客様がお店を評価する基準の一つとなるトイレも、グレートの高い作りになっており、お客様からも「すごく素敵なお店!」とお声を頂いております。平安堂社員520名の思いが詰まった久々の新店、しっかりと成功を収めたいですね。

信州で一番美しい書店を目指す為に、どのような取り組みをしていますか?

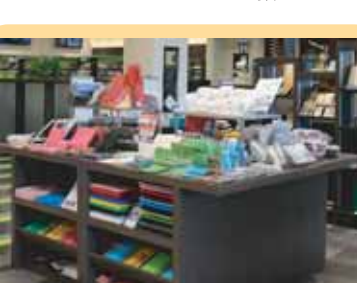
長野県伊那市はどのような町ですか?

門久店長
に伺いました



長野県の南部に位置する伊那市は、東に赤石山脈、西に木曽山脈の2つのアルプスに挟まれており、市内を天竜川が流れる風景が美しい自然豊かな所です。ゴミも落ちていないきれいな町ですね。

落ち着いた雰囲気を出しています。他に、書籍コーナーを店内の奥に配置し、前方に文具雑貨のスペースを広く取りました。女性をターゲットに文具・雑貨の種類を豊富に揃え、書籍の売上向上を目指しています。



▲店内入口にある文具・雑貨フェア台

実はスゴイ! 平安堂の宣伝活動



平安堂は宣伝活動にも力を入れて、本との出会いの良さを伝えています。

●テレビCM

書店では珍しいテレビCMを放送している。FM長野のパーソナリティ三四六さんが出演し、「1冊の本は、一つの旅だと思う。」というセリフが印象的!

●新聞の折り込みチラシ

新聞の折り込みを利用した広報活動も行っている。右の写真は伊那店オープン日の朝刊に折り込んだチラシ。イベント情報がギッシリ!



どのようなお店にしていきたいですか?

週末のイベントを機会に、近隣だけではなく、広域のお客様にもお越しいただきたいです。「伊那にも面白い書店がある」という事を知っていただきたい。そして最終的に本当に「信州で一番美しい書店だ」と認められたいと思います。

また、「本は平安堂だね!」と行ってくださるファンを増やしていきたいです。その為にも、本の展開やお店の雰囲気作りをさらに具体的に考えていきたいと思っています。

伊那店の美しさの象徴であるこのコーナー。(右ページ冒頭写真)ヨーロッパの古い図書館をイメージして設計された天井高4m超の本棚に並んでいるのは歴史書・郷土書など。中2階へ続く美しい螺旋階段は登らずにはられない。当社営業担当日比野・古瀬からもこぼれる笑顔。39号表紙の撮影にもご協力を頂きました。



伊那店の皆さんありがとうございました!



イベント情報はHPでも紹介中!!

平安堂 伊那店 アクセス



平安堂 伊那店
住所：長野県伊那市福島234-1
伊那福島ショッピングパーク
電話：0265-96-7755
営業時間：10:00~24:00

東京駅からJRで3時間30分
飯田線北殿駅から徒歩15分
東京方面→中央自動車道で約3時間
名古屋方面→中央自動車道で約2時間

門久店長オススメ 「歴史クロスオーバー アート&アーキテクチャーコーナー」



モテる書店化プロジェクト活動報告！

ストーリーで書店を輝かせる！ 実践ワークショップ

新しい書店のアイデアを探るワークショップ。
2012年度は東京3回 大阪1回 開催し、
のべ100名以上の方が参加した。



モテる書店 トークセッション ※1

全国の独自の取り組みをする中で、地域のコミュニケーションの場としての機能を果たす書店を東京に招き
川上さんとのトークセッションを行っている。

■これまでのゲスト書店

第1回 宮脇書店大阪柏原店 萩原浩司さん

第2回 ツルハシブックス 西田卓司さん
ウィー東城 佐藤友則さん

第3回 井戸書店 森忠延さん

水井「これまで招いた方たちのお店は、決して規模や品揃えで優位にたっているわけではありません。それでもなぜこの書店さんに人が集まるのか。お話を聞くことでヒントになればと思っています。」



川上徹也

かわかみてつや●湘南ストーリーブランディング研究所代表。大阪出身。
『本屋さんで本当にあった心温まる物語』の作家でもあり、舞台やドラマの脚本家としても活動中。

水井都志夫

みずいとしお●2000年株式会社トーハン入社。神戸出身。
今年7月に開催された、本の学校出版産業シンポジウム「若手社員が語る“取次で働く理由”」のパネリストを務める。企業の垣根を超えて様々な活動を行っている。

日本全国

モテる書店化プロジェクト

「日本全国に『モテる書店』を増やすことは、さびれた地方の中心街を元気にし、ひいては日本全体を輝かせることに繋がるのです」湘南ストーリーブランディング研究所・川上徹也さんは自身のHPでこう語る。
『日本全国モテる書店化プロジェクト』発起人である川上さん、プロジェクトメンバーであり、同じく書店を世に残すため奮闘する出版販売会社勤務の水井都志夫さんにお話を伺った。

「モテる書店化プロジェクト」とは何なのか。

「『モテる書店』とは、お客さんからも社会からも『なくてはならない特別な書店』のことです。悪いニュースが多い書店業界ですが、まだまだ大きな可能性があると考えます。」

発起人である川上さんは語る。

湘南ストーリーブランディング研究所の代表である川上さんは、『物語』を使って会社や、商品の本来持っている価値をわかりやすく見える化する、『ストーリー・ブランディング』の第一人者。小さな会社やお店がどうすれば輝き『モテる会社』になれるのかのノウハウを提供している。

川上「書店業界に関わったのは2008年に『仕事はストーリーで動かそう』というビジネス書を出したときが初めて。ストーリーブランディングは価値や商品力で差別化できない書店にこそピッタリな手法だとは思っていましたが、そのころはまだ接点がありませんでした。」
そんな川上さんがプロジェクトを立ち上げるきっかけになったのは、出版販売会社に勤務する水井都志夫さんとの出会いだった。

水井さんは2000年に入社。取引先の債権管理や与信管理の仕事をしながらプライベートでも書店の在り方について考えるための活動をしていた。

本の新しい遊び方を追求！ ※2

「読書」×「合コン」という異色の組み合わせをした、本と人のマッチングイベントです。

本は一人で読むだけではなく、誰かと「共有すること」でもっと面白くなる。

新潟にある「古本屋いと本」の店主いとぼんさんが主催するこの企画に、我々ダイワハイテックスが潜入取材しました！

自分のお気に入りの一冊を持って参戦！



取材担当古瀬

営業担当高場

潜入!!

古本屋いと本の合コン in東京

2013.9.2 2開催

私たちが選んだのはコノ本。



▲『エジプトが大好きだから』
好きなんです。
ほんとに。古瀬
二人とも完全に個人の趣味に走りました...

▲『最後のストライク』
今年はCS！
カーブ最高！高場

まずは持参した本のPOP作り！



みなさん真剣...

出来た本は誰が持ってきたかわからないようにこっそり回収！



選ばれるかドキドキ...

みんなが持って来た本を一同に並べ...
さあ、どの本が良いか選びます！

★潜入結果★

ペアトークの時間は15分。初対面の人とそんなに話せるのか...。と思いきや！いとぼんさんの言うとおり、本が人との間にあると、不思議と会話が弾みます。みなさん時間も忘れて大盛り上がり！私たちも取材を忘れて楽しんでしまいました。人と本、人と人が偶然に出会う場として本屋を始めた、いとぼんさん。とっても素敵なお方でした♪



▲読んだことのないジャンルと出逢える『冒険文庫』 先入観なしで袋に書かれた、いとぼんさんの言葉とイラストのみで選びます！



気になる1冊を手にとって、その本の持ち主とペアトーク。年齢も性別も職業も関係ありません！みなさんこぞと本の魅力について語ります。

水井「出版販売会社で働いていると、書店が次々と廃業する場面と向き合うこととなります。僕は書店が好きでこの仕事を選んだのに、目の前で書店が次々と無くなっていく。何とか、その状況を変えたい。書店がある社会を次の世代に引き継ぐため、仕事を頑張ることはもちろんですが、プライベートでも何かできることはないかと思っていました。」
ある日、ストーリー・ブランディングの講師をしていた川上さんが水井さんの目に留まる。
水井「講演の内容を知り、これを書店に特化した内容でできませんか？と相談してみました。快く引き受けて頂き、『ストーリーで書店を輝かせる！実践ワークショップ』というタイトルで、ワークショップを開催することになりました。」
最初の開催は社内の社員有志を集めた勉強会だった。ワークショップは好評で、社外へと広がることになる。同じ時期に「本屋さんで本当にあった心温まる物語」の出版が決まり、川上さんの中で書店への想いがグッと増え、プロジェクトの発足へ繋がった。

モテる書店を増やすために。

川上「モテる書店化プロジェクトは具体的なプランの下に立ち上げたものではありません。僕はコピーライターなので、自分が生み出した言葉に人が集まってくればという思いがある。そして『モテる書店を増やす』ということに共感してくれる人と、一緒に活動していければ良いと思っています。」
プロジェクト立ち上げに伴い、これまで、実践ワークショップに加え全国のお



もしも書店を紹介する「モテる書店トークセッション」(※1)や、新潟県にある古本屋いと本が主催する「本の合コン」(※2)が東京で開催された。
川上「僕が最終的なビジョンとして持っているのは、『本を読むのがカッコイイ』という空気を作ることです。親に勉強しろと言われて勉強しないように、もともと本を読まない人が『本は文化だから読ましよう』と言われて本を読むことは少ないと思う。そうではなくて、本を読む姿がとにかく、カッコイイ、モテる！という空気を作りたい。」

そのためには大々的な広報広告活動が必要だと川上さんは言う。忙しい書店さんの参加人数を増やして行くことなど、まだまだ課題があるようだ。また、書店の魅力を業界の中ではなく外に向かって発信することも重要だと言う。
水井「これまで、イベント参加者のほとんどは出版業界関係者でした。『本の合コン』は、業界と無関係な『読者』をターゲットにしたイベントです。『読者』が『面白い』と感じ、本や書店の価値を再認識してもらえれば、本や書店の価値を書店関係者に紹介し、体験してもらうことで、それぞれお店での取り組みのヒントにして欲しい。という思いで開催しました。」

水井さんは最後にこう締めくくると。
水井「『本』だけではなく、『書店』が面白いと思ってもらいたい。『本と出会う』『本を手にとる』『書店の価値を同じ思いを持っている方たちと一緒に伝えていきたい。自分にお手伝いできることがあるなら、これからは精一杯やっていきたいと思っています。』」



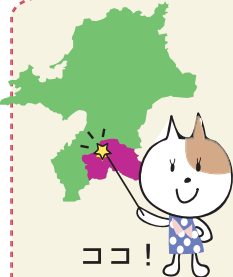
積文館書店八女店のココに注目！！

注目 八女市を応援・地域密着型店舗

地域密着を目指す八女店には八女出身の作家を集めた地元愛フェアなど地元まつわるコーナーがいっぱい！



▲『八女地元愛♥フェア』直木賞作家安部龍太郎さんが売れ筋



八女市ってどんなところ？

福岡県の南西部に位置する八女市は、手すき和紙をはじめ、石灯籠、提灯などの伝統工芸品を生産する、九州最大の産業集積地！それらに携わる職人も多く、裾野を広げれば約1万人はいるのではと言われています。積文館書店八女店の近くには「白壁のまち」と呼ばれる手工芸の町があり、その影響が飾り細工やちりめん細工の本などもとても良く売れるそう。土地にあった商品を発掘することも大切なんですね。ブランド八女茶も有名です★

ペーパースタジオ



◀今回新たに導入した文具コーナー「ペーパースタジオ」八女の特産「紙」を中心とした雑貨が数多く用意されています！



▶紙製品の他にもビジネスマンをターゲットにワンランク上の高額文具も用意している。これまで扱ってきた学童文具だけではなく大人のお客様にも楽しんでもらえるようにとのこと。

▶「日本パッケージデザイン大賞受賞」iroshizuku-色彩雫



注目 可動式什器で簡単レイアウト変更



児童書コーナー

◀八女店には積文館書店初の取り組みとなる、可動式什器が取り入れられています。先ほど紹介したペーパースタジオや児童書コーナーの什器を良く見ると…



キャスター付き！！

レイアウトの変更が簡単！

什器を移動するとイベントスペースに早変わり！



▲福岡県で活躍しているラジオパーソナリティ徳永 玲子さんの読み聞かせの様子。みなさん親子で仲良く参加されています。



ちなみに…

イベント中でも特に子供に大人気なのがキャラクターの撮影会！なんと花生店長自らさぐるみを着て変身(?)することもあるそうです。真夏に過酷なお仕事ですが、それもこれすべて八女の子供たちのため！

TSUTAYA積文館書店八女店

〒834-0005 福岡県八女市大島182-1

TEL:0943225115 FAX:0943225145

売り場面積：595坪

蔵書冊数：約150,000冊



LED照明でエコな店づくり実施！



OPEN!



TSUTAYA 積文館書店 八女店

積文館書店：創業1916年（大正5年）現在、福岡県内に24店舗、佐賀県内に8店舗を構える。

2013年7月20日。積文館書店は福岡県八女市にある八女パイパス店、八女パセオ店を複合移転させ、地域最大級の売り場となるTSUTAYA積文館書店八女店をオープンした。

定期購読移行率8割

パイパス店とパセオ店は小さいお店ながら非常に定期購読の多いお店でした。2店舗の閉店作業と八女店の開店準備の中、600冊ほどある定期お取り置きを不自由なくお渡しするのは大変なことでした。

まず、閉店作業2カ月前からご定期のお客様一人ひとりにお声掛けし、移転のご案内をしました。そして、閉店後のパセオ店を間借りし、店舗がない状態の2ヶ月間も商品をお渡しできるようにしました。

受け取り場所の変更など、お客様にはご迷惑をお掛けしましたが、8割のお客様が八女店でも、そのまま定期購読を継続して頂いています。

■八女店のコンセプト・特徴を教えてください。

コンセプトは「思い思いの時間を過ごせるくつろぎ空間」です。お客様にくつろいで自分の趣味を楽しんで頂く。また、欲しいもの、したいことがライフスタイルに合わせて選

八女店出店の経緯と移転のエピソード

八女パイパス店と八女パセオ店は近い距離にありながら、お客様の年齢層も店舗の特色も違いました。お年寄りの多いパイパス店に比べ、レンタルがあるパセオ店には若者が多かった。その2店舗を複合し、どの世代も一同に集える店舗として、八女店の出店が決まりました。

花生雅文店長に聞きました！



扱えるように、今回新たに、書籍・レンタルに加え、カフェ・文具を設置しました。

文具に関してはペーパースタジオ（※左ページ参照）として八女特産の紙を中心としたコーナーを設置しました。地域密着の店舗を目指し郷土書や八女出身の著者のコーナー等、八女を応援できることを考えて売り場作りをしています。

また八女の子供たちをお客様と一緒に育ていきたい。大人になった時、八女店が町の思い出の場所であってほしい。そんな思いから家族で参加できるイベントを数多く行っています。



夏休み自由研究



お菓子のつかみどり

参加型イベントの様子

■今後の目標を教えてください。

オープン以来、沢山の人にご来店頂いています。今まで少なかったニューファミリーや学生のお客様も増え、お陰様で来場人数は今までの倍以上になりました。

今後は、そのお客様達がいつも「わくわく」し、新しい発見ができる店舗を目指したい。ただ本を積んでいるのではなく、その本を勧めている気持ちで伝える売り場、またそれを提供できるスタッフがいる店舗になりたい。

現在八女店のスタッフは全員、ジャンルを問わず、品出しをする事ができます。低コストの中で一人が色々な仕事を出来るよう、あえて担当を作っていない。まだ深堀出来ていない部分があるのは事実ですが、全員が幅広い商品知識を持って、一歩ずつ確実に進んでいきたいと思っています。

professional

【プロフェッショナル】

三省堂書店
企画事業本部

第21回 秋山 弘毅

“ 紙でも電子でも、「本」とお客様の
接点を作るのは我々リアル書店だ ”

古書中心の本の街である神田神保町に本店を置き、日本で初めて百科事典を作成し出版も行っていた三省堂書店。創業明治14年の長い歴史と伝統でありながら、常に新しいサービスに取り組んでいる。時代の声に応えた本屋で買える電子書籍サービスは、紙と電子の共存となっている。今回はそのサービスを通じて、書店の持つ可能性・本の本質を追及し、リアル書店が電子書籍を販売できる環境作りに情熱をそそぐ秋山さんにお話を伺った。



どの様な経緯で書店員になりましたか？

学生の頃に小売業に興味があり、書店を含めコンビニなどの色々なアルバイトを経験しました。その中でも、本を売るということが他のものと比べ、特に責任のある仕事だと思ひ、働きたいと思ったんです。本を扱う業界の中でも、よりお客様との接点に近い売り手である書店を選びました。

書店には何かを学びたい、始めたいというモチベーションの高いお客様が沢山いらっしゃいます。もし、品切れや接客の不手際があると、お客様の視界を閉ざしてしまう可能性がある。我々は先の世界を知る第一歩のお手伝いをしており、真剣にお客様に向き合う必要があるという事を今でも心掛けて働いています。

書店での経験から得た販売の
コツはありますか？

前年の状況を把握することで今年の売上を予測し、昨対比を超えるために何をすべきか考えること。それが売上確保のコツだと思います。

私は初めて店長に赴任した時から、毎日の売り上げ数字はもちろん、その日の天気や出来事を全て日記に記録していました。翌年それを参照することで売上の予測をしてきました。不思議なもので、その日の条件が同じならば、売上数字もほぼ同じになるんですよ。予測した売上が目標のマイナス30万だとすれば、プラス30万の要素を加える必要があると分かる。そうすることで売上を確保できます。

また、数字から現場の状態を推測することも売り場管理に必要です。例えば、通常であれば3冊売れる雑誌の販売冊数がゼロだった。それは、何らかの原因が必ず売り場にあるということなんです。雑誌の販売は棚整理がとても重要で、売り場が乱れていれば必ず数字に反映されます。実際に現場を確認するとその本が裏返しで置かれタイトルが見えなかったということが

今後の展望を教えてください。

紙対電子の構造を作らず、電子書籍を書店で販売出来る環境を作ることが大事だと思います。

「電子書籍は敵対業種」と書店が認識していると、その市場はネットのものとなり、電子に慣れ親しんだ子供たちが育った時、書店は衰退してしまう。電子書籍も書店の商品とし、市場を書店のものとする事で、書店業界内で競争することが出来ますよね。

実は、電子書籍には、ネット企業が対応しにくいマーケットが沢山あります。例えば、現在の電子書籍では、タイトルが完璧に分かなければ検索できません。我々書店は店頭でお客様がタイトルを知らなくても本と出会える様に工夫してきました。それを電子書籍端末にも生かせば、お客様を獲得できる有利な立場に立てると思います。

これまで、書店以外の企業が電子書籍を販売してきましたがあまり上手くいっていないのは、売り手の本に対する想いの違いではないでしょうか。本の売り方を一番よく分かっている我々書店だからこそ、電子書籍を成功させることが出来ると思います。

紙でも電子でも「本」とお客様の接点を作るのは我々リアル書店だと思い、お客様の読書の時間を増やす事を目標に仕組み作りをしようと思進んでいますね。

全国の書店員さんに一言お願いします。

書店には活用しきれしていないメリットがまだあると思っています。売場を離れた2年間、「本」の可能性や将来性などわかった事が沢山ありました。電子書籍を売ることというのは、「本」の本質とは何かを突き詰めなければならなかったのです。

電子書籍を否定せずに受け入れて欲しいと思います。そうすると書店の可能性が見えてくると思います。

三省堂オリジナルブックカバー



電子書籍への想いが書かれている。本のイラストに混ざり、Lideoも描かれている。

本読む楽しさが広がるなら、
紙でも電子でもいいと思う。



電子端末「Lideo」

世界最軽量170g約3000冊を持ち歩ける。日本製の端末で使いやすく読みやすい。約10万冊の本が電子書籍化されている。もしも読みたい本が無くて、三省堂書店に行けば紙の本も揃っているので安心。

◀秋山さん手作りの端末カバー。まず形から入りたい、個性を出したい読者の為に、現在カバーの商品化を考えている。

電子書籍で 読書の時間が増える・出会いが広がる



本は片手ではページをめくりにくい。スマホでゲームして過ごそうかな....

こんな瞬間に電子書籍があれば!!

指1本で読書出来る♪



店頭でオススメされている本も好き。でも、出会えないような本も読んでみたい。

電子書籍なら、
全ての本が面陳!!

思わぬ出会いがありそう♪



文字が細かくて読めない...でも、本を読みたい。

電子端末ならば!!
文字の拡大可能!

無理なく文章が読める♪

拡大!
文字

三省堂書店 秋山さんの

いちおし★BOOKS

◆作品解説◆

1969年に第61回芥川賞を受賞。この作品を第一作として、『白鳥の歌なんか聞えない』『さよなら快傑黒頭巾』『ぼくの大好きな青髭』が続く四部作。真面目で卑屈な主人公が、様々な不運を経験したことにより心持ちが変わっていくストーリー。

★オススメの理由は？

芥川賞の作品は、非常に内容が難しかったり、表現が新しく分かりにくいものが多いです。その中で、初めて面白いと思った作品です。作者の庄司さんはこの4部作を書いた以降小説を書いていないので、今小説を書いたらどんな作品になるのか気になります。また本を出して欲しいですね。

Lideoで
電子書籍化
されています!!

「赤頭巾ちゃん気をつけて」
庄司 薫(著) 中央公論新社



新業態事業室はどのような想いで
電子書籍を扱っているのですか？

私たちは、電子書籍で届けようと思っているではありません。電子書籍を通じて読書する人間が増えれば良いという想いを持っているのです。

電子書籍は、文字が小さくて読めない人、近所の本屋が無くなってしまった人にも読書環境を与えることが出来ます。字を大きくすることは紙の本には真似できません。本を読む手段がなければ、その時間はスマホなど読書以外の時間に充てられてしまいます。

電子書籍を読書のツールとして提供することは、読書文化を育てること。ひいては我々リアル書店を守れるのではないかと。ということが私たちの考えです。

ありました。このように数字を突き詰めていくと全てが予測可能になります。

商材開発室では書店の可能性を
どのように活かしていますか？

書店では、本という「もの」ではなく「中身」を売っているという認識をすると、なんでも販売出来ます。例えば、音楽の本とスピーカーなど関連するものを結びつけると売れるんですよ。

従来から本との親和性が高いと言われる文具を扱ってききましたが、今は本とは一番遠いところにある生鮮食品をどう結び付けられるかを自分に対する課題としています。その売上が立てられれば、間にあるものなんでも売れると思っています。可能性はまだありますね。



▲東京スカイツリーソラマチ店
書店で販売した「盆栽」

盆栽を始めるのに、最初から盆栽屋に行くのは敷居が高いと感じる人もいます。そこで、本屋で入門の書籍を購入し、且つ盆栽が購入出来たら良いと思い店頭に盆栽を配置。観光で訪れる海外の方へ日本のアピールも出来る。