

DAIWA LETTER

特集1

今年も頑張る書店員さんの会2014年

特集2

魅せる!POP&ディスプレイ作成講座

本のがんこ堂 唐崎店 西原 健太さん

PICK UP! 1

CHIENOWA BOOK STORE 朝霞店

PICK UP! 2

メトロ書店本店

professional [プロフェッショナル]

啓林堂書店 営業本部部长

西田 大栄さん

40th
the anniversary



特集2

特集1



今年も頑張る書店員さんの会2014：静岡書店大賞実行委員会



本のがんこ堂 唐崎店

ウラ面

「本屋さんで本当にあった心温まる物語大賞」エピソード募集!

DAIWA LETTER 40号 ダイワレター

2014年1月発行 / 株式会社ダイワインテックス 〒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

ダイワレター39号「日本全国モテる書店化プロジェクト」でインタビューさせていただいた川上徹也さんの著書『本屋さんで本当にあった心温まる物語』の続編となる、『本屋さんで本当にあった心温まる物語2(仮)』の出版が決まりました!!

「本屋さんで本当にあった物語大賞」 本屋さんと本にまつわるエピソードを大募集!

暗いニュースが多い書店業界を少しでも盛り上げたい!そんな思いで執筆した「本屋さんで本当にあった心温まる物語」。2012年秋の発売以来、多くの書店のみなさんに応援していただきありがとうございました。

「うちの店にはもっといい話があるよ」「ぜひ続編を書いて欲しい」という声を多数いただきましたので、2014年秋の発売を目標に始めようと思います。

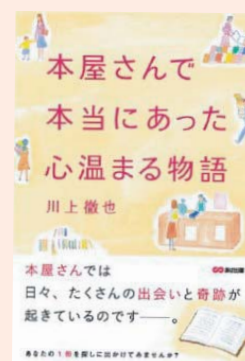
そこで、沢山の本屋さんと本にまつわるエピソードに出会いたい、「本屋さんで本当にあった物語大賞」という形で、広く全国から募集させていただくことになりました。

「お客さまとの面白いエピソード」
「私が書店員になろうと思ったきっかけ」
「書店員をやっていてよかったこと悪かったこと」
「1冊の本にまつわる思い出」などなど
本屋さん、そして、本にまつわるエピソードであればジャンルを問わずぜひ送っていただけたらと思います。

この本によりひとりでも多くの人が、「書店っていいな」「本屋さんに行こう」と思うきっかけになれば、これほどうれしいことはありません。

一緒に書店業界を盛り上げていきましょう!

川上徹也



賞金

大賞 10万円

副賞 5万円

入選 図書カード1万円

告知ポスター貼ってくれる店、
募集中!

申し込みは事務局まで

応募期間：2014年3月31日 まで

応募先：〒171-0022 東京都豊島区南池袋2-9-9

第一池袋ホワイトビル6F 株式会社あさ出版内

「本屋さんで本当にあった物語」大賞 事務局

電話：03-3983-3225

メール：honyasan@asa21.com

応募方法：郵送もしくはメール

詳しくはHPで! →

<http://www.sinkan.jp/special/bookstore/method.html>



社長のつぶやき

代表取締役

大石 孝一



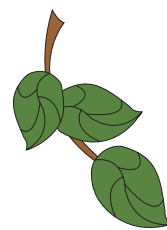
私達の口にする食品が可笑しな事になっている。産地や名称など商標やブランドを偽ったり、見掛けはステーキでも牛脂を注入した加工肉など、バレなければOKみたいな食材の偽称や偽装問題が話題になっている。有名ホテルや高級レストランまでが名乗り出て、私達消費者をバカにした罪悪感の欠如である。一方、そんな事件が起こるのも食通と言えども目隠しテストに自信が持てないように、人の味覚は意外と当てにならない事にも要因があるのではないかと。

また、運送業者が扱う食品の温度管理の不手際が表面化した。荷物が多過ぎた為に、保冷コンテナや保冷バックなどの設備が足らず、人員を含めて中元・歳暮などの繁忙期の対策がおざなりだったのだと言う。恐らく現場の人は、ヤバイというすずき感じていたに違いない。しかし人手不足で忙しく、成す術が無かったのか。誰も溶けたアイスなど届けたくはない。

これらの問題の原因の一つに、過剰な価格競争の結果、限りなくコスト削減が至上命令となっていることにもある。インターネットの普及で、あらゆる価格の比較が容易になった事も大きな影響だ。

モノの価値は価格だけなのか?豊かさとは一体何か?誰もが安いものを欲しがり、安くなければ買わない、安くなければ売れない。その結果、材料費を削り、人件費を削り、安物ばかりの世の中になってしまふ。時間をかけて良い仕事をする。こだわった品物を作る。そして心に残るサービスなどに、正当な評価をし、きちんとした対価を支払うことをお互いに容認しなければ、お互いの仕事を値切るような貧しい社会になってしまう。

良い商品を作る人、良い仕事をする人に正当な対価が支払われなければ、豊かな社会は実現できないのではないかと。



古瀬：取材・編集・校正担当

矢内：取材・編集担当



お便り
お待ちしております★

DAIWA LETTER[ダイワレター]のご感想や、今回の取材店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 ダイワレター係まで!
(e-mail: info@daiwa-hi.co.jpでも承っております!)
東京本社：〒174-0043 東京都板橋区坂下1-34-27 大阪支店：〒564-0062 大阪府吹田市垂水町3-2-1
TEL 03(3558)8131(代) FAX 03(3558)8132 TEL 06(6190)5731(代) FAX 06(6190)5732

京都&滋賀エリア代表

コミックケイジ課

京都と滋賀のマンガを愛するコミック担当者が、面白い作品・作者を見つけ出し、本を売るために作られました。本のがんこ堂西原さん(次ページ紹介)などコミックのプロフェッショナルが月に1回イチオシにする作品を決め、オリジナルの特典やペーパーを付けて各店で展開します！

コミックケイジ課イチオシ！



「干物妹!うまるちゃん」
サンカヘッド/集英社

主人公“うまる”は容姿端麗!文武両道!完璧JK。しかし、一度玄関をくぐれば…あっちにゴロゴロ。こっちにゴロゴロ。そしてゲーム大好きの干物妹へ。販売初日から品切れ続出の人気作品。



コミックケイジ課の皆さん



静岡エリア代表

静岡書店大賞 実行委員会

静岡書店大賞(通称SST)は県内の新刊書店員と全国の図書館が投票し大賞を決定する独自のオープン文学賞。2013年12月に第2回SSTが発表されました。

第2回児童書新作部門大賞



「パンダ銭湯」
tuperatupera/絵本館

「パンダ以外の入店お断り！」そこには、知られてはいけなパンダの秘密があった。可愛いイラストのパンダとユーモアあふれる物語。



▲授賞式表彰の様子

千葉&東京エリア代表

酒飲み書店員の会

本を読むことはもちろん本を売る事はもっと愛し、そしてその次にお酒が大好き！千葉近辺の書店員と出版営業が集まり、売り出したい1冊をコンペで決定しています。

第9回酒飲み書店員大賞



「セレモニー
黒真珠」
宮木あや子
/MF文庫ガ・イン

お葬式とは出発の儀式である、そう教えてくれる。人を想うことの大切さを改めて教えてくれる作品だ。
(ブックエース我孫子店 渡邊森夫さんコメント)



酒飲み書店員の会の皆さん



酒の肴は熱い
本トーク！

今年の目標

たくさんの作品を推したり、作家・出版社・お客さんが一緒に参加できる企画など、楽しく売り上げにつながる施策を考えて行きます。関西で一番盛り上がってるのが、京都&滋賀と言われるようにそして、読者に喜んでいただける活動をしていきたいと思います！

関西&中国地方エリア代表

ほんまかい本真会

関西の言わずと知れた超自発的勉強会！10年前に関西の若手書店人で立ち上げられた同会では、書店運営に関わる様々なテーマについて熱く熱く議論が交わされる。毎年夏には『拡大本真会』として外部から講師を招き100名以上の業界関係者と勉強会が行われています！



▲拡大本真会



▲勉強会の様子

今年の目標

メンバーのモチベーションアップと書店人としてのスキルアップ！

ダイワ社員も参加させて頂きました！

本真会 康コラム 検索

東京エリア代表

きっちよむ吉っ読

(敬称略)

代表 : 花本武(BOOKSルーエ)、空犬

メンバー: 福井広大(BOOKSルーエ)、栗田克明、瀬之口和樹、脇啓浩(バルコブックセンター吉祥寺店)、秋元理志、荏司正之、長真由美、西ヶ谷由佳(啓文堂書店)、佐藤あやぎ、渡辺忠(beco cafe)、島田潤一郎(夏葉社)、山本安寿紗(晶文社)

本紙38号で取材した空犬さん、BOOKSルーエの花本さん率いる吉祥寺の書店員の会。吉祥寺に縁のある出版関係者や、写真のとおり元気で明るい書店員が集まる情報交換の場！書店合同フリーペーパー「ブックトラック」を年に4回発行しています。



▲バルコブックセンター吉祥寺店の皆さん



▲BOOKSルーエの福井さんと花本さん

今年の目標

春には啓文堂書店吉祥寺店が新装開店となり、久しぶりに吉祥寺の新刊書店3店が揃います。それを機に合同フェアの開催・フリーペーパーの特別号の発行を目指したいと思います！

東海エリア代表

NSK

(名古屋書店員懇親会)

(敬称略)

代表 : 熊谷隆章(七五書店)

メンバー: 山崎蓮代(紀伊國屋書店名古屋空港店)、久田おり(精文館書店中島新町店)、石本秀一(ジュンク堂書店ロフト名古屋店)、畦崎大蔵(ポプラ社)ほか、愛知県在住の方を中心に作家さん、出版社や図書館など本にかかわる職業の方々。

4年前に愛知県の書店員6名で始めた親睦、情報交換会。今や参加人数40名を超える大型コミュニティに！2013年は「ビブリオバトル東海決戦2013」や「名古屋文庫大賞2013」に企画協力として参加しました。



▲東海エリアの出版関係者勢揃い！！

◆NSK参加書店各店で「ビブリオバトル東海決戦2013」の予選会から決戦までのすべての紹介本を並べた特別フェアが実施されました。

今年の目標

懇親会としてのゆるさを保ちつつ、書店・作家・出版社・取次・図書館へと広がった交流を企画やイベントにつなげていく流れをより広げていきます！

今年もがんばる書店員さん

の会

2014

4回目のこちらの企画。今回は全国の書店員さんの会を紹介！会社の枠を越えて書店業界を盛り上げようと奮闘する、熱い書店員さん達に今年の目標を伺いました。

POP&ディスプレイ 問一答 こんな時どうする？

■沢山の本がある中で、どうやってお勧めする 銘柄を選んだらいいのですか？

「1巻目」の商品に力を入れる。
これはとても重要なことです。当然の事ですが、1巻目の売り上げはそのまま2巻、3巻の売り上げに連動しています。他の店舗と比べても1巻目に力を入れて販売したものは、3倍は売り上げが違ってくる。また唐崎店では**新人作家さん**を応援しています。ディスプレイをtwitterなどで発信することで、他の書店さんに気づいてもらい、同じように応援してもらえればいいなと思っています。



■私、絵を描くのが苦手なんです…

イラストが書けなくても大丈夫！作品のロゴや表紙の絵を印刷し発砲スチロールパネルに貼りつけます。それを切り抜き台紙に貼るだけで、立体感のあるディスプレイに仕上がります！他にも設置台や棚にディスプレイにあった布を敷くだけで一体感が出せます。



▲台座の椅子にディスプレイと同じ色の布を敷いて一体感を出す

ディスプレイ
作成のポイントは

- ・イメージ
 - ・キャッチコピー
 - ・バランス
- です！

▶アフタヌーンコミックスフェア
作成時期が秋ということもあり
キャッチコピーは「マンガの宝石
大収穫祭」人気作「宝石の国」の
キャラがマンガという名の宝石を
収穫しにやってきた！



秘密兵器！

これがあればすいすい立体ディスプレイが作れます！



■ディスプレイを設置する場所がありません。

唐崎店では**お客様の目の高さ**である棚の中段、もしくは上段をディスプレイスペースにしています。そのスペース分だけいろんな本を置きたい…という気持ちもありますが思いきってドンと置く！
一番のオススメがディスプレイの棚(※①)、その次が面陳(※②)、その他は棚ざし(※③)という風に、私たちがどの本を売りたいのか、お客様に意志が伝わるような棚作りをしています。



▲売り場には出来る限り**見本**を置く！
「やはり実際に中身を見て頂く事がご購入に繋がっています。冊子よりも実物の方が手に取られやすいですね。」西原

■作成する時間がありません！

僕は「時間が空いたら作ろう」ではなく「時間を作らなければならない」と思っています。
書店員の仕事は日々忙しく「絶対に作るんだ！」と自分で決めないとなかなか実行に移せないかもしれません。ちょっとした強引ですが、作家さんに「本が発売されたらこの規模で展開します」と約束するなど、絶対に作らないといけない状況を作ったりしますね。作成の際も1人で作るのではなく、スタッフと作業を分担し協力しながら作成していますね。

西原さんから
全国のコミック担当者さんへ

POPやディスプレイの効果というのは見えない部分もあるかもしれませんがPOPを付けたから売れたのか、テレビで紹介されたからなのか…。しかし、僕自身効果を実感していますし、ディスプレイを作るという事は売上につながるだけではない人となりがつくっていくことなんだと思っています。作家さん、営業さん、編集さん、みなさんに喜んで頂ける。そして売り場でお客様に喜んで頂けるなら嬉しいですね。何より、私自身の売ってやるという思いが回り回って、誰かの笑顔になれるかなと思っています。皆さんも是非自分のモチベーションの為に実行してみてください。きっと何かにつながっていくと思います。



銀の匙 装飾コンテスト「全国3位」



■本のがんこ堂 唐崎店
■住所 滋賀県大津市唐崎1丁目1-80
■営業時間 10:00~22:00



ハイプロ店頭陳列コンテスト
ランチのアッコちゃん「大賞作品」

受賞履歴

- 2007年 角川文庫夏100ディスプレイ部門「グランプリ」
- 2008年 角川文庫夏100ディスプレイ部門「金賞」
- 2009年 角川文庫夏100ディスプレイ部門「グランプリ」
- 2010年 角川文庫夏100ディスプレイ部門「金賞」
- 2010年 小学一年生装飾コンテスト 「全国1位」
- 2011年 角川文庫夏100ディスプレイ部門「金賞」
- 2011年 文芸社 自分の説明書装飾コンテスト「全国1位」
- 2012年 小学一年生装飾コンテスト「関西最優秀賞」
- 2012年 集英社 ナツコミ飾り付け大賞「作品別部門賞」
- 2013年 講談社 進撃の巨人 装飾コンテスト「全国3位」
- 2013年 日販関西岡山支社長 ハイプロ店頭陳列コンテストランチのアッコちゃん「大賞」
- 2013年 小学館 銀の匙 装飾コンテスト「全国3位」
- 2013年 スクエニコミック2013年夏「ビッグガン賞」
- 2013年 講談社「kissキュンキュンフェア」入賞

西原さんに 聞きました！



本のがんこ堂唐崎店
店長

西原健太

滋賀県大津市出身
趣味：音楽・ギター



すごい作品の数々ですね！西原さんはデザインの実績などには経験はありませんでしたか？
いえ。全くの素人でしたよ(笑)僕が本のがんこ堂に入社したのは7年前。実はそれより以前はいわゆる「引きこもり」でした。帽子をかぶっていますが、原因は17歳の時に発症した脱毛症。高校も中退しています。
ですが縁あって書店に入社することになり、僕に出来ることはすべてしようと頑張り、3年目で唐崎店店長になりました。POPやディスプレイも作りながら少しずつ効果や作り方が見えるようになり、今に至っています。人前で講演をすることになるなど、過去を思うと夢にも思っていないんですけど。

た。本当に縁とは思えないものですね。
思い出に残っている作品やディスプレイの効果があった！というものを教えてください。
「進撃の巨人」ですかね。1巻から応援していましたので。椅子置きの小さなディスプレイが、巻数を重ねることにどんどん大きくなって行きまして。コンテストでは惜しくも3位でしたがとても思入れがありますね。
他には、出版社さんからの強い依頼で「座右の銘」という本を全店で仕掛け販売をしました。5年ほど前に出版された、まったく売れなかった本でしたが、各店で様々なディスプレイを展開し販売した所、1ヶ月で200冊ほど売れました。

本のがんこ堂
唐崎店
西原健太さん

にインタビュー！

魅せる！
POP&ディスプレイ
作成講座



リニューアルポイント
1

お客さんとの接点を作るオリジナル企画

CHIENOWA BOOK STOREでは、人と話すのが大好きなスタッフさんがお客さんとの接点を作る企画を随時実行。数ある企画の中で3つをピックアップ！



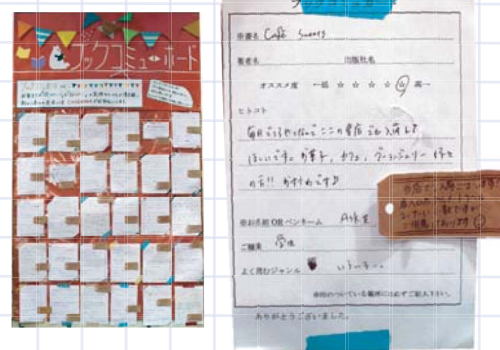
ブックカバーデザインコンテスト

ここでしか手に入れることが出来ないオリジナルブックカバー。デザインを幅広く募集し、お客さんに投票していただいて決定した。大賞に選ばれたのは朝霞市在住の学生さんのデザイン。デザインテーマは「みんな本がだいすき！」これがきっかけで、他業界のパッケージデザインに活動の場が広がり、一躍有名人に！



ぬりえコーナー

壁に貼られた大きな絵に、子供の感性で塗られた絵を飾っていくぬりえコーナー。梅雨の季節に雨宿り中のお客様が楽しめることはないかと考え、始まった企画。家族連れのお客様の来店が多い為、絵本コーナーにクレヨンとぬりえを配置。店員もお客さんも出来上がりが楽しみなコーナー。



ブックコミュボード

子供から大人まで各々のオススメ本や、入荷して欲しい本をカードに書いてもらい掲載をするコミュニティボード。寄せられたカードに店員が「入荷しました」や「映画も素敵ですよ」等、1件ずつコメントを添えて壁に掲載する。お客さんとのコミュニケーションが見て分かる素敵なボード。

リニューアルポイント
2

什器の再利用でコストダウン



▲HOBBYコーナーには、“知恵の泉”項目が！評論書籍や入門書籍が並んでいます。

デザイン什器

旧店舗の什器を再利用することでリニューアル費用を削減。オシャレに生まれ変わった什器は、デザイン性のあるジャンルサインがあしらわれ、サブタイトルを付け細かなジャンル分けをするなど、求めている内容の書籍をピンポイントで見つけ出せるよう工夫されている。

リニューアルポイント
3

本屋の機能にプラス プレゼント商品もラインナップ



▲ブランド文具・写真集等が置かれている。

「プレゼントも選べる本屋」

来店動機の一つとして、新たに導入したギフト向け商品。高価なブランドのペンや、年齢を問わず喜ばれる写真集などのオシャレな商品を揃えている。また、事務用品やパズル誌などの商品も備える事で街の本屋としての役割も果たしている。

利用頻度の高い駅ナカの立地の為、普段の雑誌の買い物のついでにプレゼントも買うという使い方が出来ると喜ばれていますね。



塩澤店長

◆CHIENOWA BOOK STORE 朝霞店◆
〒351-0011 埼玉県朝霞市本町
2-13-1EQUIA朝霞2F
TEL:048-450-6760
営業時間:月～金7:00～22:00
土日祝日8:00～22:00
URL: http://chienowa-bs.com/
◆有限会社一進堂◆
〒351-0011 埼玉県朝霞市本町
2-4-24
TEL:048-464-3515
←詳しい店舗の
情報、事業
内容はHP
から!!

ご紹介した3つのポイントを活かして
店舗リニューアルプロデュース
しています。

山崎社長に伺いました!

企画実行・什器リノベーション・プレゼント向け商品の導入を行いながらも、返品率を抑える事を意識した運営を行った結果、リニューアル前に比べ売上が2.5倍の伸びにつながりました。この実績が、評価され2012年に「BEST PARTNERS アワード 改革推進賞」に、翌年には「BEST PARTNERS アワード 返品率改善賞」に表彰をされました。

(有)一進堂では、その朝霞店のノウハウを活かして、「店舗リニューアルプロデュース」事業を展開しています。業界に誇めを感じている中小書店のみなさんに再び「書店はまだ捨てたものではない!」と思っていただきたいです。ブランドの服を着る様に、「この本屋に行く事がステータスだ」と感じて頂けるお店と一緒に作っていかれたらと思います。

PICKUP! CHIENOWA BOOK STORE produced by 一進堂



▲旧店舗

あさが
一進堂朝霞駅構内店(旧店舗)は、駅の全面改装に伴って退店を余儀なくされました。山崎社長は低迷している出版業界の中で、一時は撤退を考えましたが、再び出店することを決意。これから先も生き残れる本屋を作ろうと25年間続けてきたやり方を改め、売場を大幅にリニューアルしました。

「CHIENOWA BOOK STORE」として再び朝霞駅に出店して3年半、現在の様子を山崎社長・塩澤店長に伺いました。

店舗コンセプト

新店のコンセプトは「人が集まり賑わうお店」です。本が好きというだけでなく、他の理由でも来店していただき、沢山の人が賑わっているお店にしたいと決定しました。来店動機を増やす為にお客様との接点を作るオリジナルの企画や、新たにプレゼントコーナーを導入しました。

詳しくは左ページへ

異業種経験者を店長として採用

書店は歴史が長く、時代に合わせた業態への変化を起こしにくい。業態にとらわれず、新しい取り組みを加え店舗を変化させられる人材を採用する為、一般公募を行いました。

100名以上の応募の中から書店ではなくアパレル業界の経験者である塩澤店長を山崎社長が抜擢!!

Q:塩澤店長を抜擢した理由は?
A: 店長を選ぶにあたり、書店の経験は選考判断基準に入れていませんでした。発想力があり、自信にあふれている事に魅力を感じたからです。



山崎社長

メトロ書店の魅力その1

ダイレターの大大先輩！メトロニュース

メトロ書店では1994年から、毎月5日に「メトロニュース」という新聞を発行しています。お客様のご投稿、活字中毒者のコラム、はたまた書店業界の裏話まで…
気軽に楽しめる書店新聞メトロニュース！
『浜町店開店記念にチラシを作ろうとしたが、お伝えしたいことが多すぎて、結局、B4版両面印刷の新聞になったんです。』と創刊のきっかけを話す編集長の川崎部長、なんと創刊当初から今に至るまで**20年間一月も発行を休んだことがない**とのこと。2014年1月発行のメトロニュースが**224号目**！…凄すぎます！
現在1万部が印刷されメトロ書店全店舗と出版社や一部作家さんに配布されています。

気軽に楽しめる書店新聞

メトロニュース

バックナンバーは
 コチラ



<http://www.metrobooks.co.jp/mnews/>



メトロ書店 METRO BOOK STORE

Nagasaki, Fukuoka, Kobe



長崎県に本店を置き、福岡県3店舗、兵庫県に1店舗計5店舗を展開しているメトロ書店。代表取締役の川崎孝氏は、1982年に今や書店になくはならない書店在庫管理システムの先駆け「メトロシステム」を構築。書店業界を驚かせました。日々新しいことに挑戦し、変化していくメトロ書店。その魅力をメトロ書店三代目川崎綾子さんにお話を伺った。

メトロ書店の魅力その2

METRO MUSEUM

本店と神戸御影店に設置された専門書コーナー「MET ROMUSEUM(メロミュージアム)」。

美術書や写真集が並べられたこの什器は、本の美しさが引き立つよう暖かみのある木材で出来ている。ニューヨークのメロポリタンミュージアムをモチーフにした美しい売り場です！



メトロ書店の魅力その3

スタッフの接客対応

お店のファンになってしまう重要なポイント…それが接客！

本店ではお客様に投票してもらう接客コンクールを開催するなど、接客に対する高い意識を持っています。また、テナントビルが主催する接客コンテストで決勝に進出するほどのスキルをもったスタッフさん多いらしいです！



▶コンクール入賞坂口さん
 丁寧で物腰がやわらかな対応が高ポイントだったとのこと！
 本番は凄く緊張して何があったか覚えていないとのこと(笑)新人スタッフもあこがれるこの笑顔！素敵です！

「昔から書店はブティック等とは違い、積極的に声をかけての営業はしないイメージだと思います。ですが本屋もしっかりと接客を勉強するべきだと、あえて他の業種の方も参加するロールプレイングコンテストに出場してもらいました。」川崎

メトロ書店の魅力その4

自社の在庫検索システム



書籍の在庫だけではなく、電子書籍化の有無も分かる。レシートをレジに持っていくとその場で購入でき、ダウンロード用パスワードをもらえる仕組み。

メトロ書店は1964年に創業し、今年で50年目を迎えます。
 書店を創業する前は、「ニュース劇場」という映画館を経営していました。その映画館のロビーで映画の原作小説やロードショー雑誌などを販売し始めたのが書店創業のきっかけです。
 ニュース劇場は地元の方に親しまれた人気の映画館でしたが、当時ビデオデッキが普及し始めた頃で、映画事業は斜陽化していきだろうと言われていました。テナントビルがホテルに建て替わるといふ事もあり、思いきってロビーの小さな本棚の売り場を本格的な書店へと転換させたのです。
 そうして創業した一号店が地階にあったため「メトロ書店」と名づけました。

メトロ書店は映画館だった。



川崎部長に聞きました！
 メトロ書店の歴史インタビュー

プロフィール

経営企画部部長：川崎綾子
 長崎県初のJ P I C読書アドバイザーに認定された。長崎放送NBCラジオ「読書しょ！」コーナーレギュラー出演。長崎しおかぜ総文祭図書部門講師など幅広く活躍中。
 「読書は趣味というより生活の一部です。」

1964年の日本

メトロ書店が創業した1964年。東京オリンピック開催に日本中が沸き、気分で、デパート・ホテルの拡張が盛んな時代でした。



ベストセラー

・「愛と死の間に」(大和書房)
 河野 実・大島みち子
 ・「おかあさん」(オリオン社)
 サトウハチローなど

現在メトロ書店では、系列会社メトロコンピュータサービスが開発する在庫単品管理システム「メトロシステム」を活用し、運営しています。
 現代表の川崎が本店の店長だった当時、書店向けの在庫管理システムを作っている会社は「一社もありませんでした。在庫本・返品本・注文品：すべて管理するのはあまりに大変で、夜中まで休む暇も無かった。そこで、システムが無いのであれば自分で作ろうと、PCの知識は全くありませんでしたが、独学で在庫管理システムを作ったのです。メトロ書店に導入したところ、事務処理にかかる時間が減り、一ヶ月の売上は1.5倍になりました。これは他の書店さんにも使えると、「メトロコンピュータサービス」を立ち上げました。販売当初は「書店の複雑なシステムをコンピュータ化出来るはずがない」と言われていましたが、導入して頂いた書店さんの口コミにより、現在は全国で1000店の書店さんにご使用頂いています。また近年では、即戦力をもつSEを育てるべく「メトロ総合ビジネスカレッジ」を設立しました。

書店在庫管理

システムの先駆け

取材後記

スタッフさんの接客もさることながら、取材を受けてくださった川崎部長も、とても丁寧で綺麗な話し方が印象的でした。
 「すぐわくわくする店づくりをしています。スタッフみんなでアイデアを出しあい、毎日来ても飽きない書店にしたいですね。」と話される川崎さん。近日ではお客様からアンケートを取り、懐かしのコミックフェアを行ったとのこと。メトロニュースのお客様投稿コーナーなど、お客様との距離が近いメトロ書店だからこそ、実現できるのだと感じました。



川崎部長
 ありがとうございました！

ACCESS

■本社 川崎興産株式会社
 〒850-0862 長崎市出島町5-2 川崎ビル
 TEL:095-826-0433/FAX:095-824-6977

■メトロ書店本店
 〒850-0058 長崎市尾上町1-1
 アミューザ長崎3F(JR長崎駅ビル)
 TEL:095-821-5400 /FAX:095-821-5490
 (取材は2013年9月に行われたものです)

professional

【プロフェッショナル】

啓林堂書店
営業本部 部長

第22回 西田 大栄

“ 便利で楽な時代だからこそお客様に近い、
手触りのある仕事をしなければならぬ。 ”

1974年、奈良県大和郡山市に創業した啓林堂書店は、郡山店をはじめ奈良店・西大寺店・奈良三条店・新大宮店・学園前店の計6店舗を奈良県内で経営。書籍を通じて地域文化の振興に貢献する企業を目指し、奈良県に深く根づいている。今回は、リアル書店のあり方を常に考え、奈良県にもっと本が好きな人を増やすべく奮闘する、西田さんにお話を伺った。



これまでの書店人生で印象に残っていること、
大切にしていることを教えてください。

高校二年生の時、幼いころから通っていた書店からお誘いを受け、アルバイトを始めました。しかし、ある日突然、「倒産するからその前に辞めなさい」と告げられました。アルバイトに退店作業をさせられなくなったのでしよう。毎日のように通っていた書店が無くなったことはショックでした。その後ブックオフに入社し、不採算店の閉鎖にかかわり、スタッフを解雇してお店を閉めるつらさを知りました。だからこそ啓林堂書店の6店舗を大切に守りたいと思っています。一度出したお店は決して閉めてはいけません。その地域から書店が無くなることも、そこで働く書店員を失うことも絶対にあってはならないと思っています。

啓林堂書店で意識的に
取り組んでいる事を教えてください。

一冊一冊の本を大事に売ること、無駄な仕入れをやめ、厳選した商品を返品せず確実に販売することが書店が生き残るカギの一つだと考えています。

私の前職はブックオフの店長でした。中古書店では、売れ残った本を返品することも、必要な商品を選んで仕入れることもできません。フェアをやる際は在庫の中から選書して棚を作り、売れ残った商品は値下げして売り切るということをしています。

新刊書店はどうでしょうか。希望の商品を仕入れ、売れ残った本はすべて返品。そして売上不振の理由は「ワンピースの配本が少なかったから」。そうではありませぬよね。「配本が少ないから売り上げが悪い」と言いつつ、「売れなければ返品したら良い」という考えであれば、いつまでも新刊など送ってもらえるはずがありません。我々新刊書店は、作り手の魂がこもった本を、もっと責任を持って販売しなければいけません。そうしなければアマゾンどころか中古書店にも負けてしまいます。

具体的にどういった

取り組みをされていますか？

一番新しい店舗である学園前店、ここの売り場には検索機を置いていません。

それは、学園前店の三年前に出店した奈良ビブレ店（テナントビル閉鎖の為閉店）での経験を受けてのことです。売り場面積500坪であった奈良ビブレ店は、県下最大級というブレッシヤもあり、とても形にこだわって作った店舗でした。入口にはずらっと検索機を並べ、棚に番号を付けたロケーション管理や自動発注システムを導入しました。結果、スタッフは毎日大量に入荷する本を、決められた番号の棚にもつていき、確認するのは商品ではなくバーコード、お客さまをお迎えするのは検索機になってしまった。これが本屋なのか、アマゾンと一緒にではないのかと思いました。機械で手触りが無かった。どれだけ機械化を行ってもアマゾンにスピードで勝てるわけがありません。我々が絶対に負けてはいけないのは、接客力と提案力だったと気づかされました。

そして、学園前店は入口に検索機を置かない、ロケーション管理、機械任せの自動発注も行わない本屋にしよう。もう一度原点に立ち返り「顔が見える本屋」を作ろうと決めたのです。

例えば、学園前店ではお客様が本の中身を確認しやすいように、スリップの差し替え作業（※1説明）を行っています。その作業の際「この本はカラーなんだ」とか少しでも中身を確認し、自分の店にどんな本があるのかしっかりと認識する。そうして問い合わせを受けた際は全力でお手伝いし、お客様のお探しの本があれば在庫から類似書を探してお勧めする。こんな便利で楽な時代だからこそ、お客様に近い、手触りのある仕事をしなければいけないと思っています。

スタッフ教育については
どうお考えですか？

闇雲に叱るのではなく、どうしてこうするのかしっかりと理由を伝えることが大切だと思います。

学園前店の出店の際、自分たちがどんな本屋を作りたいのか、店長やスタッフと何度も何度も話し合いました。そして現在、担当ジャンルに限らず全ての商品を確認できるようにスタッフの配置換えを試みるなど、店長が自発的に行動してくれています。こうやって伝えてくれる店長がいて、それを受けるスタッフがいる。やはりおのずと返品率も下がってきました。全店舗に理解して行動してもらうことが今の私の課題ですね。

— 今後の展望を教えてください。 —

啓林堂書店がもっと深く地域に根ざすことで、奈良の皆様から必要とされ続けたい。そうすればアマゾンも電子書籍もナショナルチェーンも怖くありません。普段なかなか書店にこない人いかに楽しんでもらえるか。また来たいと感じて頂けるか。来店価値の向上を目指し、啓林堂書店はこの夏、子ども読書マラソンを初めて開催し、多くの子供たちが参加してくれました。本店である郡山店は創業当時、語学教室や音楽スタジオを併設し、本だけでなく楽器も販売し、多くの若者が集う文化の発信地だといわれていたそうです。書店が本を買うだけの場所ではなく、地域の情報発信の場所になればと思います。

— 全国の書店員さんに一言お願いします。 —

業界の事情を嘆くのではなく、もっとお客様と会話してどんな本を必要とされているか、聞いてみたら良いと思います。6次の隔たり（知り合いを6人たどれば世界と繋がる）はもう古い。SNSの時代にフェイスブックでは4・7人で繋がるそうです。よく来て下さるお客様が実はあの作家の知り合いかも知れない。そんな人のつながりを大切にすることで深く地域に根ざせば、書店は未来永劫きつと必要とされ続けるでしょう。



「顔の見える本屋」へ ～学園前店の取り組み～

① ②

棚番号がない什器。検索機がないためより細かくジャンル分けがされている。

③ ④ ※1説明

ページ後ろに差し替えられたスリップ

「現物商売をしているのでやはり中身を見て買ってもらいたい。スリップが後ろにあればスムーズにページをめくって頂けますよね。」西田



①



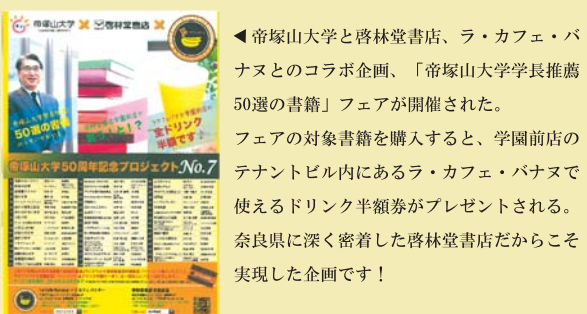
②



③



④



◀ 帝塚山大学と啓林堂書店、ラ・カフェ・バナナとのコラボ企画、「帝塚山大学学長推薦！50選の書籍」フェアが開催された。フェアの対象書籍を購入すると、学園前店のテナントビル内にあるラ・カフェ・バナナで使えるドリンク半額券がプレゼントされる。奈良県に深く密着した啓林堂書店だからこそ実現した企画です！



▶ 全店舗で行われた夏休み読書マラソン
学園前店以外でも奈良三条店へのワークショップスペースの導入や、秋の正倉院展ブックフェアなど全店舗で地域に密着したイベントを企画している。



啓林堂書店 西田さんの

いちおし★BOOKS

センス・オブ・ワンダー
レイチェル・カーソン（著）



◆ 作品解説 ◆

化学薬品による環境汚染にいち早く警鐘を鳴らした書として、いまでも多くの人々に読み継がれている名著『沈黙の春』。その著者レイチェル・カーソンの遺作として、彼女の友人たちによって出版された。本書はレイチェルが過ごしたメーン州の海岸などの情景が詩情豊かな筆致で描かれている。

★ オススメの理由は？

50項程度の短い本文から生命の輝きに満ちた地球の美しさがあふれる素晴らしい作品です。3月11日の大震災から3年。自然への畏怖の念を再認識させてくれるこの本を今こそ多くの方に読んで頂きたいと思います。