

このたびの東日本大震災で被災された多くの方々にたいしまして、心からお見舞い申し上げます。

DAIWA LETTER

32

新年拡大号!

DAIWA LETTER 32号 ダイワレター

2012年1月発行 / 株式会社ダイワハイテックス 〒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

レポート by ダイワハイテックス大阪支店

BOOK EXPO 2011

秋の陣 ~集まれ!関西書店人~

一昨年、首都圏で始まった取次会社の枠を超えての大商談会「ブックエキスポ」が、去る11月11日関西でも開催されました。全国各地から134社に上る出版社や第三商材社が出演。商談だけではなく貴重な情報交換の場となりました!当日の様子をダイワハイテックス大阪支店営業部隊がレポート!



▲室内はご覧のとおりの大盛況! ご来場頂いた書店様はなんと402店・672名! 130を超えるブースで熱い商談・情報交換が交わされました!



▲大阪・梅田のランドマーク「梅田スカイビル」にて開催されました!

支店長 嶋田

営業 山本

NICO1000sとブックブラッシュ



営業 古瀬

▲弊社のブースはご覧のとおり! 関西では初披露となった新製品 NICO1000sやブックブラッシュ。たくさんの方にお立ち寄り頂き、実際に体験して頂きました。

マネージャー 白

notes...

当日はお足もとの悪い中にも関わらず、多くの方にご来場頂きまして有難うございました。イベントコーナーをはじめ、会場内には関西書店人の皆さまの本に対する熱気がたかこめ、外の雨模様も嘘のようでした。山本 拓之輔

あつという間の5時間半でした。普段お世話になっている書店様から、初めてお会いした書店様、たくさんの方々とたくさんのお話ができて、本当に充実した時間が過ごせました。関わった皆さまに感謝です!! 気分付け帰りの車でおにぎりを食べるまで、みんな昼飯食べてなかったです。白 賢吾

社長のつぶやき

代表取締役 大石 孝一



新年明けましておめでとうございませう。昨年中は格別のご厚情にあずかり、心より御礼申し上げます。本年も変わらぬお引き立てのほど、宜しくお願い申し上げます。

さて、私事ですが十五、六年前より板橋の経営者仲間十数名で「PIO21 経営塾」という勉強会を行なっています。先日、愛知県のI社という優良企業を訪問するベンチマークがありました。その企業は「世界一社風のいい会社を目指す」をミッションとする素晴らしい会社でした。

工場見学を終え、経営陣とのディスカッションの場で常務であるK様から問題提起がありました。顧客満足という視点から『お客様のため』と『お客様の立場に立つ』はどう違うか、という内容でした。お客様のために仕事をしている意識は誰にでも当然あると思いますが、K様は「『お客様のため』という言葉には従属的、隷属的な響きがあるので、お客様に『言われたことをやる』ということになりがち。そうではなく、お客様が言われることの背景に遡って考え、対応する。それが『お客様の立場に立つ』ということです。」と語られていたのです。参加したメンバーは皆うなずいていました。

私自身も「『立場』というのは相手の側に回らなければ分らないよ」という話をします。立場とはその人の置かれている状況や考え方です。川の向こう岸で起っている事を、手前の小高い丘で眺めていても分かることはたかが知れている。川を渡り向こう岸に着いて初めて詳細が分かる。所詮、同じ場所に立たなければ分からないということだとも思います。とても勉強になるベンチマークでした。



編集メンバー

中島(上): 取材・校正担当
出口(左): 取材・編集担当
日比野(中央): 取材担当
古瀬(右): 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

新年特集

今年も頑張る書店員さんin2012



書店巡り日記
SHIBUYA PUBLISHING & BOOKSELLERS
笹部書店 隆祥館書店

professional [プロフェッショナル]
CCC 改装・出店推進部
Leader 児玉 英幸 さん
【表紙】 K-BOOKS 秋葉原新館のスタッフの皆さま

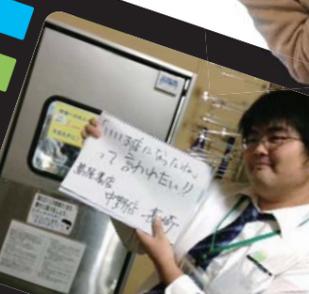
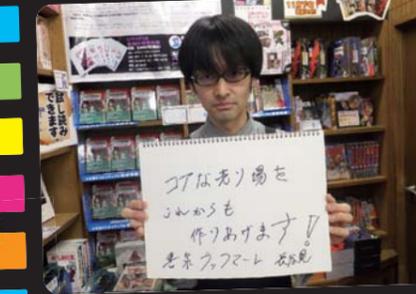
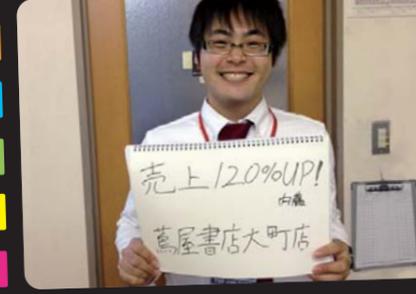
OPEN!
コメリ書房
新潟NEXT21店

私の町に書店をもう一度
三省堂書店
留萌ブックセンター



昨年につき、今年もやっちゃんしました！
 ご協力してくださった書店員さん、本当に
 ありがとうございます。
 紛れ込むダイワ社員も探してみてください(笑)
 じゃばり 総勢9名

今年も頑張る書店員さん &ダイワ社員 in 2012



OPEN! コメリ書房 新潟NEXT21店

2011.12.7
グランドオープン!

ダイワハイテックス営業部隊が猫の手包装応援に駆けつけたのはコメリ書房新潟NEXT21店。
「コメリ」について&新潟NEXT21店イチオシPOINTをご紹介します!

About KOMERI

「コメリ」と聞いて思い浮かぶのは…そう!みなさんが一度は目にしたことがある、あのコメリなのです!!

株式会社コメリ

新潟県新潟市南区に本社を置き、ホームセンターのチェーン店を沖縄県を除く日本全国に展開、その数は国内最多。農業・園芸資材に強い。「コメリ書房」はコメリのエンターテインメント事業を担う株式会社ムービータイムが運営。新潟NEXT21店はラフォーレ原宿が地下1階より撤退することを受け、地元の名士であるコメリに声が掛かり8店舗目となる出店を決定した。



▲新潟NEXT21店のオープニングスタッフの皆さまと高倉店長(中央)

Principles of KOMERI

高倉店長が常に心に留めるコメリグループの綱領の一端をご紹介します!

一、店は神聖なる殿堂である。愛と真実とまごころをもって世の中の人々に奉仕する。

「利益を生み出す“お客様あってのお店”ということ念頭に置いて店作りに取り組みます。“利益”とは目に見える数字だけではなく、目に見えないクレーム、ご意見等も利益です。そういう意味でお客様と触れ合うことのできる場所である店舗は神聖なる殿堂なのです。」と高倉店長は語る。

NIIGATA NEXT21's Points and Hope

高倉店長にオープンを目前に控えた新潟NEXT21店のイチオシPOINTや今後の意気込みを教えてください!

親子で楽しめるゾーニング



店舗への入口は3つあり、そのうち1つの導線上にあるゾーニングに力を入れました。子育て世代の母親をターゲットとし、母親の目が行き届く範囲に子どもの遊び場を提供、その隣には婦人誌をはじめ料理本や子育て本を置き、子どもがいながらも心置きなく本を楽しめるスペースとなるよう意識しました。(左図参照)

というのもコメリ書房が店舗を構える新潟NEXT21(地上21階、地下3階)の5階に、今年の7月、区の健康福祉課が支援する「子育て応援広場」が移転してきました。(右図参照)建物として親子を取り込んでいくという流れの中、当店もそこに力を入れて店作りをしました。



柱を活かした装飾と豊富な商品展開



見ての通り、店内には太い柱がたくさんあります。この柱を活用してフェア中の商材を上手く見せるなど、装飾にも力を入れています。



どれだけ種類豊富な書籍を置くかが重要だと思えます。コメリ書房新潟田店は23万冊/480坪なのに対し、当店は25万冊/380坪なんです。

今後の意気込み

プロとしてお客様の知らない「本と本のつながり」が分かる売場を提供し、より多くの本を知って頂きたい。例えば人文書、哲学、心理学、精神学は「人間」として一つの括りができますよね。「ニーチェの言葉」や「もしドラ」が流行ったように哲学とビジネスを関連付けた「言葉」コーナーとかも面白いと思う。本の購入理由の7割は衝動買いと言われてますから、最終的には購入に導けるような売場を作っていきたいですね。

(取材は2011年12月1日に行われたものです)



Store's DATA

住所: 新潟市中央区西堀通6番町866番地 NEXT21地下1階
TEL: 025-226-7311
営業時間: 10:00 ~ 20:00
売場面積: 1,250㎡ (約380坪)
蔵書冊数: 約250,000冊
定休日: 不定休 (期末棚卸等で年間数日あり)



高倉 竜 店長

私が店長です。

全くの未経験から「何でもやらせてください!」の一言で書店業界に飛び込む。時代の最先端を把握するために、新しいテレビ番組は必ず録画しチェック。前店では参考書の選定のため自ら学習塾に向き、ヒアリング。他書店への訪問も欠かさない。



ダイワレターも書店員さんの身近な読みにしたい! そんな想いで始めた読者ページ第1回。たくさんのご応募誠にありがとうございます! 記念すべき最初のお題は「書店員とは〇〇だ!」。笑いあり涙ありのお便りをご寄せください!



力仕事だ!

毎日重い荷物を運んでます…。
TSUTAYA東京上野店 相川さん
▲星はガテン系!

体力だ!

歩く距離はどこかの業界よりも多いはず!
明和書店 平塚さん
▲星はガテン系!つけてみてください!

電波だ!

お客様からの問い合わせにピン。万引き犯にピン。売れそうな本にピン。
須原屋武蔵浦和店 秋山さん
▲星のものが長たしてもうです!

ときめきだ!

素敵なお本にときめき、そのときめきを全てのお客様に発信していきたいです。
PAPER WALL エキュート品川店 高野さん
▲星はガテン系!

割の合わん労働者だ!

利幅は小さい。よって給料は安い。本は重たい。新刊が年間7万点以上? そんなみんな覚えられないわけないやん。それでも辞められないのはレジに本を差し出す子どもたちの目がキラキラ、ワクワク輝いているから。
旭屋書店 藤川さん
▲うら〜へ〜調に空を刺さります!

本の奴隷だ!

…そのままです。
ジュンク堂書店池袋店 向井さん
▲幸に支配されてる感じが…

第1回

「書店員とは〇〇だ!」

オタクだ!

少なくとも佐原店はそう!
多田屋佐原店 前田さん
▲他の店員さん、耳論はありますか!?

煩惱だ!

好きだから…マンガが。
オリオン書房立川北口店 阿部さん
▲毎日悩んでいます!

名探偵だ!

保谷書店 白須さん
▲コナン君に匹敵!

真心だ!

お客様と作家さんをつなぐ役割を担っています。
明和書店 山下さん
▲まだまだ奮闘です。

忍者だ!

人知れず品を出し、人知れず棚を整える!!
TSUTAYA馬車公苑店 わたなべ様
▲確かに!!いつの間にやっているでしょう。

記憶力との勝負だ!

毎年何千何万冊と出版される本を覚えるのには限界がある!昔、よく雑誌の裏面にあった広告の「記憶術」を今さらやりたい…笑
須原屋キャラ川口店 井内さん
▲書読したら結果を報告して下さい!

書店員とは言わないのだ!

本当に言わないから…。
WAYガーデンパーク和歌山店 森田様
▲うへ〜なんて言うのでしょうか?理由が真になります!



特派員 古瀬の現場に密着ルポ
書店員さんの「特技」ご紹介

●●●の芯を
再利用するスゴ技



←こちらの店員さんが何気なく乗っている踏み台。でもひっくり返してビックリ!!



回転 90°C



気になる?

シュリンクロールの芯でした!

【コメント】うちの棚は背が高いので、お客様が上のほうの商品を一人で取れたら、と目に付いたのがロールの芯です(笑)丈夫だしエコだしとっても良いですよ!
今井書店錦町店 藤原さん

31st, October
 千里ニュータウンの中心駅である千里中央駅から徒歩10分。
 再開発が進む華やか中心地から少し離れたこの場所は、スーパーマーケットも撤退し、シャッターが目立つ商店街。その一角に人々が集まる書店があるらしい。閑散とした周囲とは対照的に、真っ赤な屋根に白い壁、カフェのような外観の笹部書店は異彩を放つ。



▲訪れる奥さまたちからは「子連れで気軽に来られるし、おいしいペンで気分転換になる。」「育児ノイローゼになりかけてたけど、ココで友達が出来て救われた。」などの嬉しい声が。

▼子どもたちが参加する読み聞かせ会の様子。



「子育て世代をターゲットに彼らの交流の橋渡しを担いたい」

と語るのは二代目店主笹部さん。店舗を大幅リニューアルさせた思惑通り、店内はベビーカーを押す奥さま方であふれていた。お店の中央にはテーブルが設置され、絵本の横には焼きたてのパン。買った本を読みながらおいしいコーヒーを一杯。

休日には数々のイベントが開催される。月に一度の読み聞かせ会をはじめ、食育講座、語学教室、ヒーローショーに野菜の直売。はたまた不動産講座なんてのも。
 「この商店街はゴーストタウンみたいでしょ？古くからお住まいの方と、新興住宅地に移り住んできた方が交流する場がなかなかない。うちが周辺住民のコミュニティーの場、世代間の交流の場となって、商店街、町の活性化につながれば。」
 現在ではロコミで話題を呼び、イベントのない日でも以前の倍近い人々が訪れているそう。笹部書店は子育て世代を超えて、まさに地域に無くしてはならない存在となっている。

訪問中、「ただいまー！」と近所の子どもが元気に飛び込んでくる光景も。なんて温かな空間なんだと心が癒された。(古瀬)



▲地元の学生さん手描きのメニューボードは食欲をそそる。ペンは近所のおいしいペン屋さんから、クッキーは地域の福祉施設から仕入れている。

▶笹部さんオススメの『D列車でいこう』阿川大樹(著)徳間文庫「ビジネス書の苦手な人におすすめ！小説なんだけど、自己啓発の要素が含まれてます！」



リュウショウカン ショテン
隆祥館書店

Address : 大阪府大阪市中央区安堂寺町1-3-4
 Tel : 06-6768-1023 Open : 8:30-24:00

17th, November

「日本一お客様を知っている書店」

と呼ばれている書店があるという。その名は隆祥館書店。雑居ビルの立ち並ぶ長堀通沿いにある隆祥館書店は、敷地面積13坪の小さな書店。「日本一お客様を知っている書店」と呼ばれる由来は店主の二村知子さんにある。なんでもお客様にピッタリの本を薦めてくれるからだと言う。一体どのようにしてお客様の趣味、嗜好を知るのか。

「来店したお客様には必ず話しかけますね。お客様一人一人が、何を求めてうちに来られているのか、どんな人なのか、すごく興味があるんです。」と二村さんは言う。会話の中から嗜好を探り、買った本を覚える。そんな風にして把握した約1500人の顧客情報を従業員3人で共有しているから驚きだ。右図はちょうど私が訪れた日に発売されたローカル雑誌『大阪人』。今月の特集は鉄道である。実際に「鉄道だったら〇〇さんと××さんと…あつ△△さんにもいけるわ。」と名指しで話合っているという具合。お客様がどんな人か知っていれば、自然にその人に合う本を薦められる。前回買って頂いた雑誌を覚えていけば、次号が出た時に新しいものが出ましたよと紹介できる。また、お客様が欲しい本は絶対に手に入れる主義。出版社に掛け合っただけの本をコピーして送ってもらったこともあるという。そんなお客様一人一人を大切に二村さんの姿勢が「本は隆祥館でしか買わない。」という数多くの熱烈なファンを生み出しているのだ。今日、二村さんとたくさんのお話をした。次回訪問時には、私にどんな本を薦めてくれるのだろうか。想像するだけでワクワクする。(古瀬)



▼現在、原発関連の書籍に力を入れる隆祥館。「テレビだけでは分からないことを書店は伝える義務がある。」と語られた。原発事故後、twitterを使い原発に関する知識を普及させようと努める二村さん。そこには書店員という枠を超えた人間としての使命感に燃えるもう一人の二村さんの姿がある。

Twitter : ryushokanbook



書店巡り日記

シブヤ パブリッシング アンド ブックセラーズ

SHIBUYA PUBLISHING & BOOKSELLERS

Address : 東京都渋谷区神山町17-3 Tel : 03-5465-0588 Open : Mon-Sat 12:00-24:00 Sun 12:00-22:00



▲三田さんがSPBSの価値観を最も体現させているという平台。オーストラリア発の植物系スキングアブランド「Aesop」のスキングア用品と一緒に並べられている本は、ヘンリー・D・ソロー『森の生活』、谷崎潤一郎『陰翳礼讃』、丸鬼周造『「いき」の構造』etc「自然」と「人間の生き方」について一貫したテーマのもと、セレクトされた商材が並び。

SPBSは専門書店ではなく、あくまで一般書店。並べてある本の95%は大型書店にも置いてある。それではSPBSのような約30坪の書店はどのように生き残るのか。「僕たちは統一した視点での品揃えや見せ方で差別化していきたいです。」と言う三田さん。それを顕著に表すのが3月の震災発生後だ。多くの書店で震災にまつわる書籍が店頭で並び、SPBSが前面に出した本はサン＝テグジュペリの『人間の土地』をはじめ、谷川俊太郎や宮沢賢治の詩集であった。「震災の悲惨さではなく、人間の強さ、人間の本質が分かる本をお客様に読んでもらい、元気になってもらいたかった。」と語る。

40's

▼店内の壁にはアンティーク感漂う棚から近未来風な棚までズラリ。それもそのはず。これらは40年代~00年代の各世代の名家具なんだとか。

00's



24th, November

独自性の強い書店があると聞き、僕が訪問したのは渋谷区神山町にある「SHIBUYA PUBLISHING & BOOKSELLERS」(以下SPBS)。企業としてのコンセプトは名前の通り、出版社と書店の融合。売場のガラスで隔たれた向こう側では、同社が出版する雑誌「ROCKS」(右図)の編集が行われている。品揃えの基準は、SPBSの価値観に沿うモノ。価値観・思想の発信を目的としているため、その本から派生する服やバッグ、小物等も置かれている。創業者の福井さんによれば

「人・モノ・情報が行き交い新たな知性や価値観が育まれる場所、その機能こそが書店」

だから何も本だけを扱うことにこだわってはいない。

出版事業、書店事業に加え新たに始めたのがイベントセミナー事業である。例えば、雑誌「relax」の元編集長を招いて雑誌制作から販売までを体験できるワークショップを開催。出来上がった雑誌は完売したとか。またライターへの通信講座(月額8400円)も大好評で、受講生は100名以上に上る。まさに、人・モノ・情報が行き交う場としての書店を提供している。



▲従来とは異なる個性的な香りが好評のCOMME des GARCONSの香水も取扱う。既成を破壊し、新たな生き方・価値観を構築するギャルソンのコンセプトにSPBSが共感した。

▶三田さんにおすすめされ購入した一冊。『宇宙飛行士オモン・ラー』ヴィクトル・ペレーヴィン(著)群像社



SPBSを訪れることがライフスタイルの一環となって欲しいという三田さんの願いを裏付けるように、訪れるお客様のうち9割はリピーターだという。「本って洋服と違って直感的にその価値を判断できないと思います。色や質では計り知れない。読んでみなければその良さは分からない。だから他の商材に比べてより丁寧に創り込まなければいけないと思います。」三田さんが創り出す新たな切り口の本の世界に僕たちはどんどんとリコにされていくのだろう。(日比野)



▲店長の三田さん。2008年のオープンより店の切盛りから品揃えまでこなす。



▶店長の二村さん。シンクロナイズドスライミングの元日本代表という輝かしい経歴を持つ。



▲オススメする本は『羅針盤の針は夢に向け』木下繁喜(著)東海新報社モスバーガー創設者の物語。職種は違えどおもてなしの心は同じ。関西では隆祥館にしか置いていないレア本です！



▲ちよいと悪親父の愛読書、雑誌『LEON』(上図)は大阪近辺の大型書店を含めても関西No.1の売上げを誇る。発売日には店の外にずらりと車の列ができるとか。

三省堂書店

留萌ブックセンター

る も い

中小書店の休業・閉鎖が相次ぐ近年、北海道の道西に位置する留萌市では2010年12月に市内最後の2書店が閉店し、「町から書店が消滅」という事態に発展。危機感を抱いた市民が「書店呼び隊」として立ち上がり、大手書店の誘致に成功、臨時出店を経て2011年7月に待望のオープンを迎えた。誘致に応じた三省堂書店の佐藤取締役、札幌店の横内店長、留萌ブックセンターの今店長に話を伺った。



私の町に書店をもう一度

Q、臨時出店にはどのような経緯で応じられたのですか？

昨 年の12月に留萌市最後の2書店（誠文堂書店・留萌ブックス）の閉店を受け、留萌には本屋が一店も無くなってしまった。新学期前でしたから、参考書を買う場所が無いということ、市民の方が留萌市に働かかけをしたんです。そこからトーマンの札幌支店と北海道教科書に「どこか書店を紹介してくれないか」という話が持ち上がり、うちの札幌店店長の横内が「そこまで困っているなら期間限定で」と動いたのです。市が借りしているショッピングモール内のスペースに、家賃は無しという契約で3月末〜4月いっぱい期間限定で参考書やベストセラーを販売させて頂きました。

Q、人口2万4千人の町に出店するのは異例中の異例だと思いますが、どのような経緯でお決めになったのですか？

4 月いっぱい閉店した後、これからは出店の要請がありました。しかし我々はいくまで商売なんです。一般的に考えれば北海道は遠隔地ですし、こちらから人を赴任させる人件費等も考慮しなければならぬ中で、ま



三省堂書店 取締役 佐藤 英之さん

して2万4千人の町への出店は商売にならない。そこで家賃交渉や、従業員に旧店舗のスタッフを雇うこと、旧店舗の売上を調査する等、出店をする上で赤字にならないための試算をしました。三省堂の持つネームバリューや版元との関係性も加味し、何とか黒字になりそうだという試算が出たのです。

また旧店舗が残っていた什器も無料で譲ってもらおう等、極力あるもので賄ったため出店経費もだいぶ抑えられました。行政のお力添えもあり、社内では反対の声もある中、こういう経緯で出店を決定しました。（※旧支庁のことで北海道独自の行政区画の一つ）

Q、実際の売行きはいかがですか？

かなり良いですね。なんせ1店舗しかないから競合店がない。大都市では、書店も多くお客様が分散します。例えば旭川は人口が30万人といっても、書店が10店舗くらいはある。そしたら単純計算で1店舗当たり3万人。でも実際は中でも序列が付きますよね。その点留萌市は、2万4千人だけで全てがお客様です。しかも留萌市以北に住む方々は、留萌まで南下して旭川や札幌に出ます。その方々の来店も見込むと振興局全体で長崎県に匹敵する商圏があるんです。年齢層の偏りも心配しましたが、若い世代から年配の方々まで幅広く居住していることも分かり、ふたを開けると児童書やコミックがとでも売れました。



三省堂書店 留萌ブックセンター 今店長 拓己さん

Q、勤め先（誠文堂書店）が閉店、さらに留萌市から書店が無くなるという危機に直面した時のお気持ちを教えてください。

32 年の書店勤務から無書店の町に放り投げられる恐怖感を味わいました。体調不良も手伝って、とても前向きに気持ちの舵取りはできませんでした。図書館通いの毎日でしたが、三省堂書店が臨時出店した際にお誘いを頂きました。不安でしたが皆さまに助けられ何とか成就することができました。

Q、「三省堂書店を留萌に呼び隊」とはどのような組織でどのような活動をされていたのですか？

「三省堂書店を留萌に呼び隊」は、留萌の本好きの方々でどうしても留萌に本屋を！という意志を持った婦人方が集ったものです。後々、私の高校時代の同級生も一員となっていたことを知りました。彼女たちが三省堂書店の誘致が決定される前からクラブ三省堂会員を募り、約2千5百名の承諾を得たと聞いた時の驚きと喜びは例えようがありません。

図書館、留萌市、留萌振興局の熱意と、彼女たちの計り知れないパワーが小さな町を奮い立たせました。（※現在は名称を「三省堂書店を応援し隊」に変更して活動続ける）

Q、臨時出店には横内店長が中心となつて応じられたとのことですが、どのような想いで応じられたのですか？

子どもたちにとって書店とは、文字や絵に触れることにより夢・希望・感動を与えてくれる場所だと思います。そして本とは「ページを開くと未来が見える」生きていく上での知恵や知識の宝庫であり、悩みや不安を抱えた時の良きアドバイザーでもあります。

この度留萌市内が書店空白地帯となり、行政、教育委員会、市民からの強い要望を受け、少しでも子どもたちの役に立てばとの想いで応じさせて頂きました。

Q、本格的な出店に反対の声もある中でどのように周囲を納得させたのですか？

自身、人口2万4千人の町に出店したことは今でも信じられません。仮に出店した場合を想定し、経営的に成り立つよう、人・モノ・金・情報などの経営資源を最大限バランスが取れるように対外折衝した結果だと思っています。それに加え地域から書店が無くなり読書難民化している現状や、何よりも、留萌市民が「三省堂書店を留萌に呼び隊」を結成し、ク

Q、正式出店が決定し、待望のオープンから現在までの様子を教えてください。

臨時 時出店終了後は、万が一にも人口2万4千人のこの町に再び書店ができ、そしてその店の店長を申し付かるなど夢にも思いませんでした。

オープン時は店の中を駆け回る子ども、ミックコーナーの中高生、ファッション誌に集まる女性などで混み合いました。ムックを何冊か手に「今夜は嬉しくて眠れそうにないね」とおぼあちゃん。「やつぱり手にとつて見て買えるのが良い」と高校生。以前にこりともせず佐伯泰英をレジにお持ちになったおじいさんは「これで続きも留萌で買える」とつこり。嬉しい汗と涙の毎日で、励ましの言葉は今でも尽きません。

呼び隊のパワーで「本屋ができるかもしれないぞ」と盛り上がりを見せたポイントカード会員の獲得も、現在では近隣町村の方も含めて7千名を超えました。

Q、留萌ブックセンターの展望をお聞かせください。

皆 皆さまに創ってもらい育てて頂く書店です。足運びができていない方には出前に出てでも本に接してもらおうと思つています。お客様の声を聴き、時代の声を聴き、そして仲間の声を聴き、末永く可愛がられる書店でいたいのです。



三省堂書店 札幌店 店長 横内 正広さん (現:取締役 営業推進第一部長)

「心はぐくむ読書の街」とは高橋定敏留萌市長の宣言。

高橋はるみ北海道知事も来店された。

オープン当日。開店前の入り口付近は多くの人で溢れていた。

看板には「留萌ブックセンター by 三省堂書店」とある。

ラブ三省堂※の会員を2千5百名も集めた熱意を伝えることにより、出店を決断して頂きました。（※全国の三省堂書店での買物によりポイントが貯まる、オリジナルのポイントカード）

Q、大型書店と小さな書店で店舗経営に違いはありますか？

経 営に小さいも大きいもありません。個々の業務量は店舗の大小に関わらず変わりないはず。業務内容は小さな店舗は返品から仕入れまで、あるいは人事管理までトータルで行わなければいけません。これは留萌ブックセンターのみならず、小さな書店はそうしなければ成り立ちません。いかに売上と経費のバランスを取るかです。

留萌ブックセンターのスタッフは、書店で働きたいと心から思っている方々です。熱意と情熱を持ち続け留萌市民に恩返しをしなければなりません。小さくても市民から愛され、おこることなく謙虚な経営を行うことが、地元から愛され続けることに繋がってゆくのだと思います。

Q、今後、地方における書店経営のモデルケースとなるための展望をお聞かせください。

産 ・官・民が一体となって書店を誘致したことは全国的にも初めてのことで。今後、地方の小さな都市には留萌と同じような書店空白地帯が出てくるでしょう。留萌を成功させ、モデルケースとしてさらに飛躍させたいと思います。

そのためには、何よりも市民の大きな熱意が必要だと感じます。

7千情報

【The summary】

留萌市は、北海道西北部における留萌振興局管内の中心都市であり、水産加工を基幹産業とし、沿岸漁業の基地としての役割も担う。

【The origin of the name】

アイヌ語のルルモツベが語源。ルルは(汐)モは(静)ツベは(ある)べは(水)のこと。「汐が奥深く入る川」という意味。

【The famous place】

「黄金岬」(右)と「日本一の落陽」(左)から眺める夕陽は「日本一の落陽」とも呼ばれ「日本の夕陽百選」に選ばれている。



(※取材は2011年10月に行われたものです)

professional

〔プロフェッショナル〕

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
 改装・出店推進部 改装・出店支援 商品プランニング Leader

第14回 児玉 英幸

“ 私たちにできることはプロとしての付加価値を与えることです。 ”

音楽・映像ソフトの販売店チェーンとして、全国1400店舗以上を誇るTSUTAYA事業を中核に据えるカルチュア・コンビニエンス・クラブ（以下CCC）。1983年の創業以来「世界一の企画会社」を標榜し、近い将来中国への進出も計画されている。今回は「生活提案」をドメインにTSUTAYAの新規出店を数多く指揮してきた改装・出店推進部のLeader、児玉英幸さんにお話を伺った。



「児玉さんご自身について、また、CCCに入社された経緯を教えてください。」

高校生の頃、小田実の『何でも見てやろう』や沢木耕太郎の『深夜特急』に衝撃を受け、若い頃は一人で放浪の旅に出て世界の至るところを巡りました。例えばイスラエル、シリア、ミャンマーとか。現在も当時も危ないと言われている所ばかりですが、現地に行ってみると全然危険じゃない。外国人が多く入って来ない国ほど人が純粹だと感じます。お金お金という価値観に毒されていないんでしょうね。自分たちの最低限の生活をしながら人に優しく接せられる。こういった旅の数々は私の人格形成の源となっていると思います。大学卒業後は大手機械メーカーに入社し、中国に携帯電話のインフラを売るために一年の半分を中国で過ごしました。その後通信事業者に転職し法人営業を担当しました。そして30歳のときに自分の可能性を広げることのできる新規事業に携りたいと考え、CCCに転職。経営企画で応募したんですが、まずは本からということで、本の新店チームに配属されました。

「新店がオープンするまでの過程や、チームの役割を教えてください。」

【店舗プランニングの流れ】
 売上予測・投資計画
 出店決定
 マーケット調査（人口、年齢層等）
 店舗のコンセプト立案
 品揃えリスト作成
 オーナー様への提案

出店情報が分かるのが6ヶ月ほど前で、実際に動き出すのは約3ヶ月前。この間に全てを行います。構想段階は上図のような流れで進み、オーナー様の合意を得られたら、商品の調達、什器や内装関係

の手配から棚割りまで、オーナー様に代わりオープン前の一連の業務を担います。これが我々にできるFC店への価値提供の一つだと考えています。

「最も印象に残っている店舗やそこから学ばれた事を教えてください。」

日販の現役専務が社長を務める株式会社メルツ様が経営する津田沼店ですね。オープン時の商品選定の際、書籍部門を持つTSUTAYA600店舗から弾き出した数字が良くないという理由で、専務がこだわった商品を入荷しなかったんです。しかし、専務にとって「その本屋のアイデンティティや方向性を決める商品を決める」ということに繋がってしまった。今では当たり前のようにチームメンバーに言っていますが、当時専務に言われたのは「入れてない商品は売上実績には出てこない」と。私はTSUTAYAの実績から考えて導入しなかった。でも、実際に商品を並べてみて自分がお客様だったらこちらの品揃えの方が欲しいと思いました。数字に囚われて商品の幅を狭めることは顧客価値ではないということも学ばせて頂きました。

今CCCで本を扱ってくださっているブックエース様、ヤマト屋書店様、中央図書館など元々書店業のオーナー様に対して、複合化でレンタルもやりましょうと持ちかけても最初は「何ができるの？」と思われていたでしょう。しかし、直接会ってご提案をさせて頂くと、一日の終わりには「TSUTAYAにも本を知っている人がいるんだね」と言って頂けるようになり、大変嬉しく思います。

私たちは「本屋の視点に囚われない様々な角度からの視点を持つこと+本屋と同じ知識量を兼ね備えること」が必要だと考えます。本屋に関する知識は、全てお客様が鍛えてくれます。その都度お客様とのやりとりを通して、多くを吸収し成長し続けていきたいです。



カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
 改装・出店推進部 改装・出店支援 商品プランニング Leader

こだま ひでゆき 児玉 英幸さん

神奈川県横須賀市出身。36歳。
 大手機械メーカー、通信事業者を経てCCCに入社。改装・出店推進部では新店の構想から商品調達に至る一連の流れを一手に引き受け、これまで手掛けた新店は200店舗を超える。趣味は海外旅行で現在まで約60カ国を訪問。好きな食べ物はひじきの煮付けと筑前煮。日本食は世界一だと言う。

働く上で大切にしていることを教えてください。

メンバーに常々言っているのは「プロ意識を持つ」ということ。プロとして胸を張ってお客様に提案し、プロとして恥ずかしくない仕事をしよう。企業のオーナー様は1店舗あたり3〜6億円もの投資をします。その投資を我々が担っているわけですが、プロじゃない人にそんな大金任せたくないですね。私なんか、4、5千円の床屋でも、プロ意識を持ってない人に髪の毛を切ってもらいたくない。

CCCの行動規範で私が最も好きなのは「顧客の言うことを聞くな、顧客のためになることをなせ。」というフレーズです。前職で悩んでいた時に読みあさっていた本の中で「お客様の欲しいものを売るな。お客様は自分が何を本当に欲しいのかわかっていない。お客様が困っていることの改善案を出すのではなく、プロとしてこちらが整理して逆にお客様に提案せよ。」ということが書いてあり、私はすごく納得したんです。そしてCCCに入社後、この行動規範を知り、最も大切な真理なんだと再確認しました。

例えば、お客様が導線をこうとりたいと図面を持ってきて「ここは違う、店内全体をくまなく回遊させるのが導線の役割だからこうしましょう。」と、プロとして自信を持ってお客様のために遠慮なく提案します。私たちにできることはプロとしての付加価値を与えることです。

全国の書店員さんに一言お願いします。

一般に売れているものだけではなく、自分が本当に読んで欲しい、伝えたい、と思うものの提案をプロ意識を持ってすれば、どれだけでも仕事の幅が広がると思います。一緒に出版業界を盛り上げていきましょう。本屋は絶対になくなりません。

Kodama's Store Planning Presentation. 児玉さんが店舗プランニングに使用した実際のプレゼンテーションを一部公開！

こちらのプレゼンテーションは蕪屋書店前橋みなみモール店の店舗プランニングの際に作られたもの。CCCの基本理念に沿い、本屋とカフェに加え新たに「コミュニケーションを演出する場である公園」という要素が組み込まれた同店舗は必見です。

▲普段持ち歩いているノート×3冊！黒が好き。

▲一番大きいノートは図やデッサンを描く時に用いる。

▲CCCの行動規範。2番は児玉さんが最も好きな規範。▲増田社長が役職者用に作った社員教育本。

CCC 児玉リーダーの
いちおし★BOOKS

「professional」【プロフェッショナル】へのご感想や、今回取材した児玉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！)

「星野リゾートの事件簿」
 中沢康彦（著）日経トップリーダー（編）
 日経BP社

◆作品解説◆

破綻したホテルや旅館の再生ドラマ。星野リゾートが再生を手がけた全国各地のリゾートが舞台。星野リゾートが運営するホテルや旅館がなぜお客を引きつけるのか。星野リゾートのホスピタリティの原点が明かされる。

★オススメの理由は？

経営の一番の醍醐味且つ苦勞する店舗企画を、全社員で考え、廃業した旅館の立て直しを図る星野社長。社員の首は切らない。どうしたらお客様が戻ってくるか全員に問題提起する。その手腕に感銘を受けました。自分たちにも応用させたいです。

