

# DAIWA LETTER

43

特集

潜入!

JPIC読書アドバイザー養成講座

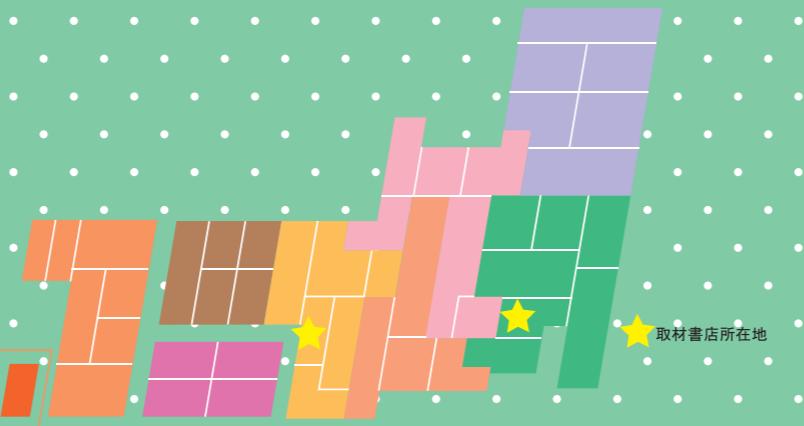
PICK UP!

光進堂

professional [プロフェッショナル]

紀伊國屋書店 グランフロント大阪店

星 真一さん



ウラ面

紐は切っても縁は切れない 書店横断カッターリープロジェクト

DAIWA LETTER 43号 ダイワレター

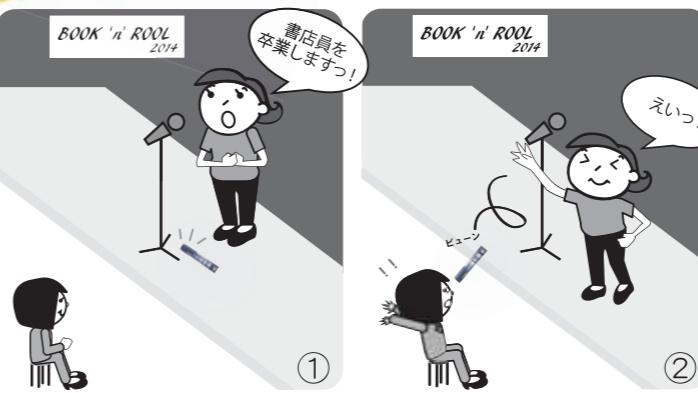
2014年10月発行 / 株式会社ダイワハイテックス 〒174-0043 東京都板橋区坂下1-34-27 TEL:03-3558-8131 FAX:03-3558-8132 年4回発行 / 発行部数6,000部

## 次号 新企画がスタートします!!!



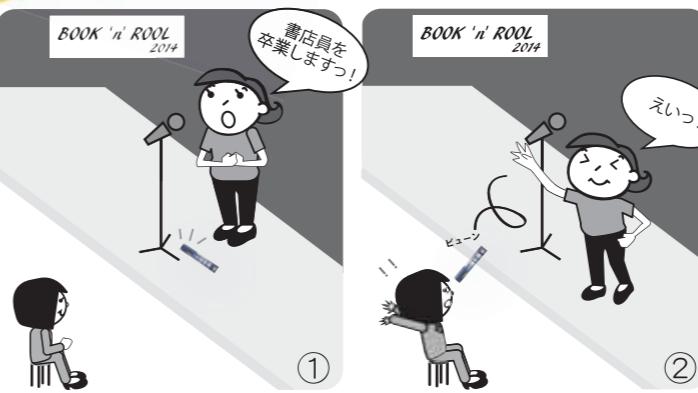
以前ダイワレターでとりあげた本と音楽のイベント『ブックンロール』

取材班は今年も参加しました。そこでこんな事が....



BOOK 'n' ROOL 2014

①



BOOK 'n' ROOL 2014

②



③



④

イベント中、とある書店員さんが、必需品テープカッターを足元に置き、夢を追いかけ書店を卒業すると発表しました。そして...

カッターを客席へ投げたっ!!なんと!カッターは取材班に向かってまっすぐに飛んできました。

取材班はカッターをキャッチ!書店員さんの思い出の詰まったカッター。私達に何か出来ないかと考えたのでした....そして新企画が生まれたのです!!

### 新企画 紐は切っても縁は切れない 書店横断カッターリープロジェクト



#### ◆企画説明◆

ダイワ社員が全国の書店を訪問し、書店員さんをつなぐカッターリレーを行います!長谷川さんのカッターを他の書店員さんとのものと交換し、さらにそのカッターを別の書店員さんと...北海道の書店員さんから九州の書店員さんの手に...。

津々浦々とめぐりめぐるカッターと共に全国の書店員さんを紹介します!  
あなたのところにカッターが行くかも!



社長のつぶやき

「ワーク・ライフ・バランス」という言葉を耳にするようになつたが、どうも仕事に傾斜した働き方を否定するとか、女性が得心して励むことができ、かつ仕事以外のプライベートでやりたいことができる状態を指すのではないだろうか。企業としても努力すべき課題である。  
一方で、世間で言うブラック企業が話題になっている。名ばかり管理職や長時間労働などの過重労働で、労働法などに抵触する行為を表す言葉として使われているようになってならない。本来「ワーク・ライフ・バランス」とは会社の担当べき仕事を、本人が得心して励むことができ、かつ仕事以外のプライベートでやりたいことができる企業のことを言うのである。  
それとは別に、働く社員に対し、仕事の役割責任を明確にして、業績の達成度や仕事の成果を厳しく追求する企業がそう言葉で表現されることがある。これらは、責任の重い仕事に邁進していく社員集団に多く、傍から見れば労働環境は限りなくグレーゾーンに近い。しかし、高い業績を上げている企業が多いのも事実である。  
「バランス」と言うのは必ずしも、ものの中間にあるのではないか。「仕事とプライベートのバランスを取る」というのは、業が多いのも事実である。  
「バランス」と言っているわけではない。「仕事とプライベートのバランスを取る」というのは、両者に同じ時間と労力を費やすというだけでなく、ライフスタイルやその時の家庭環境などにより、どちらかのボリュームが変化した時に、柔軟に支点を動かし生活サイクルを安定させることがあります。人は置かれた環境を素直に受け入れ、努力することで成長していく。バランスを先に考えるのではなく、努力していくプロセスが支点を動かし、バランスが整つてくる。「ワーク・ライフ・バランス」と書いつよいは、「ワーク・ライフ・アンバランス」である。人生とはそんなものである。

代表取締役  
大石 孝一



矢内: 取材・編集担当

お便り

お待ちしています★

古瀬: 取材・校正担当

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

# 第14期卒業生『長崎書店』社長長崎健一さんにインタビュー!



代表取締役長崎健一さん

長崎書店では17名の社員の内6名が『JPIC読書アドバイザー』の資格を取得しています。その必要経費は会社が全額負担しているとのこと。

「5年10年掛けてでも社員全員を読書アドバイザーに」と、長崎さんが同講座の受講を決めたのは8年前。当時長崎書店の経営は厳しく、その状況を脱する為には、店舗の大規模なリニューアルに加え、人材の育成など、自店のブランディングに大

評価や信頼となり、スタッフを募集すれば「長崎書店で働くと成長できると思ったから」といつた積極的な態度の応募が増えるなど、自店のブランディングに大

成が不可欠という考え方のもとでコングールで最優秀賞を受賞るなど、本との出会いや楽しさを演出する活発な活動が見て取れるようになつたと言います。

そして、その成果はお客様の評価や信頼となり、スタッフを募集すれば「長崎書店で働くと成長できると思ったから」といつた積極的な態度の応募が増えるなど、自店のブランディングに大



創業140周年長崎次郎書店。長崎書店は同店の支店として開店した後経営分離した。

## 各地から参加する受講生を紹介!



### ヤマト屋書店 仙台三越店 鈴木 典子さん

#### ■受講のきっかけを教えてください。

当店はデパートのテナントということで、各フロアにいるコンシェルジュのような存在が書店にもいたらしいのですが？と思い受講に至りました。以前から、本の探偵とも呼ばれる赤木かん子（※1）さんに憧れていたこともあり、お客様の本探しのお手伝いがもっと出来るようになりたいという願望もありました。

#### ■意気込みをお聞かせください！

本についてもっと知識をつけ、お客様に的確な読書のアドバイス、楽しい売り場作りをしたいです。本が好きな人、これから読書をするお子様、沢山の方々に良い本との出会いの場を提供出来るよう頑張ります！！

●書店員歴：19年  
●担当ジャンル  
文庫・新書・実用書  
・児童書  
●好きな本  
「しろいうさぎとくろい  
うさぎ」福音館書店  
※1 赤木かん子  
児童文学評論家。子どもの頃に読んでいた本や作者名を忘れてしまった本を探し出す「本の探偵」として本の世界にデビュー。



### 長崎次郎書店 荒金 由紀代さん

#### ■長崎書店に入社した経緯を教えてください。

長崎書店は以前から好きなお店で、運よく募集があったので飛びついでいました。入社してみると、読書アドバイザーに限らず社員教育にとても熱心な会社で驚きました。その影響で熱意のあるスタッフばかりで毎日刺激を受けている。こうした会社での取り組みを毎日の業務に最大限活かしたいと思いこの講座に臨みます！

#### ■意気込みをお聞かせください！

受講半ばですが、本をより好きになっている感じます。本の楽しさ、面白さを伝えられる人になれるよう、2月修了までしっかり勉んでいきたいと思います！

次回もお楽しみに！

## 自社ブランディング。 「社員全員を読書アドバイザーに」



熊本県熊本市にある『長崎書店』は明治22年創業の老舗書店。その4代目社長である長崎健一さんは「JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー」第14期卒業生です。読書アドバイザーとしてどの様な活動をしているのか、卒業生代表としてお話を伺いました。

熊本県熊本市にある『長崎書店』は明治22年創業の老舗書店。その4代目社長である長崎健一さんは「JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー」第14期卒業生です。読書アドバイザーとしてどの様な活動をしているのか、卒業生代表としてお話を伺いました。

いに繋がっていること）。7月には『長崎次郎書店（※左）』の経営を引き継ぎ、ニユーハウスを手掛けました。木のおもちゃを取り扱う同店では、読書アドバイザーの資格に加え、全員がおもちゃやコサルタントの資格を取る予定だとのことです。

長崎書店では17名の社員の内6名が『JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー』の資格を取得しています。その必要経費は会社が全額負担しているとのこと。

「5年10年掛けてでも社員全員を読書アドバイザーに」と、長崎さんが同講座の受講を決めたのは8年前。当時長崎書店の経営は厳しく、その状況を脱する為には、店舗の大規模なリニューアルに加え、人材の育成など、自店のブランディングに大

長崎書店では17名の社員の内6名が『JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー』の資格を取得しています。その必要経費は会社が全額負担しているとのことです。

成が不可欠という考え方のもとで、『どんなに見てくれを変えても、ければ本当の意味でのリニューアルは果たせません。』と話す長崎さんは。

受講した社員は、店内でのイベント企画したり、ディスプレイコンクールで最優秀賞を受賞するなど、本との出会いや楽しさを演出する活発な活動が見て取れるようになつたと言います。

しかし、肩書を持つ効果といふのは、実は凄く大きいのだと私は思っています。しかし、肩書を持つ効果といふのは、実は凄く大きいのだと私は思っています。

# 潜入!!

## JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー

ダイワレター編集部は今までたくさんの書店員さんと出会い、お話しをお伺いしてきました。そこで感じたこと。それは私達は「まだ知らないことだけ」ということです。業界や本にまつわる色んなことをもっと学びたい！そこで知ったのが『JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー』。受講生として潜入し徹底レポートしました！！

### 読書アドバイザーって何？



『JPIC読書アドバイザーネイミングセミナー』は国民の生涯学習推進・読書活動の推進のため、平成5年より一般財団法人出版文化産業振興財團（JPIC）がスタートさせました。

簡単にいって「本と読者をつなげるお手伝い」をする為の知識や見識を学ぶ講座です。ではどんな人が受講し、どんなことを学ぶのでしょうか…？

JPIC 森さん  
に聞きました！



JPIC 読書アドバイザーネイミングセミナー  
第14期卒業生  
一般財団法人出版文化産業振興財團（JPIC）所属  
森 美紀子さん

この講座は書店・図書館・出版社、主婦から学生まで、様々な職種の方が受講しています。受講理由も様々で、会社の研修として受けた方や、単に本が好きだからという方もいらっしゃいます。私どもで「読書アドバイザーネイミングセミナー」というようなことは定めておりません。それぞれの形で地域の読書推進のリーダーとして活躍して頂きました。そのみなさんの活動の実績が『読書アドバイザーネイミングセミナー』といふと考えています。

開講して22年、これまで200人以上の方が修了して行きました。そのみなさんの活動の実績が『読書アドバイザーネイミングセミナー』といふと考えています。

名刺に『読書アドバイザーネイミングセミナー』という肩書を入れてから、読書推進の働きかけが受け入れられやすくなつたという声を聞くことがあります。

『読書アドバイザーネイミングセミナー』は公的な資格ではありませんし、この講座の目的は資格取得よりも、本についての見識を広げて頂くことに重きを置いています。

しかし、肩書を持つ効果といふのは、実は凄く大きいのだと私は思っています。

私が教えられています。

しかし、肩書を持つ効果といふのは、実は凄く大きいのだと私は思っています。

『読書アドバイザーネイミングセミナー』は公的な資格ではありませんし、この講座の目的は資格取得よりも、本についての見識を広げて頂くことに重きを置いています。

# アルバイトのみなさんにお伺いしました

Q 入った当時の光進堂の印象を教えてください。

A 本多さん

雑貨が増え始めた時には、短期間で印象がガラッと変っていましたね。お店の人の趣味とかやりたいことが詰まっていると思います。

A 徳木さん

お客様として来ていた時から、勝手に面白い本屋って呼んでいました(笑)



金魚のパスケースには、徳木さん作成のPOPが! 今にも鳴き出しそう。

Q どのように企画を進めていますか?

A 徳木さん

企画をする際は事前にアルバイト同士でほぼ内容を固め、後は仕入れるのみの状態で店長に棚の割り振りの相談をしていますね。

こんな企画やつてみたい!  
こんな企画やつてみたい!  
こんな企画やつてみたい!

もちろんこのカッブも店内にあります!

本多さん発信企画!  
『レッツゴー ウーキングガールズ』

働くOLが主人公のコミックを集めた企画。店内にはカラフルで女性が目を惹くディスプレイを作成。



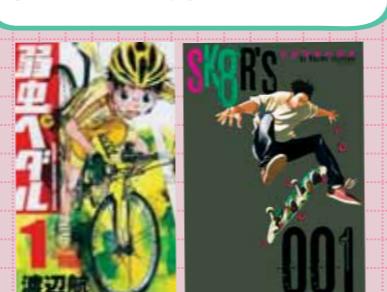
高井さん発信企画!  
『おじ企画』

ダンディなおじ様の恋物語を集めた企画。おじ様の見方が変わると!POPの〇〇が気になる!



徳木さんやってみたい企画!  
『マイナースポーツフェア』

自転車競技とスケートボードのコミックから連想した企画。読めば乗りたくなること間違いなし!



◆光進堂◆

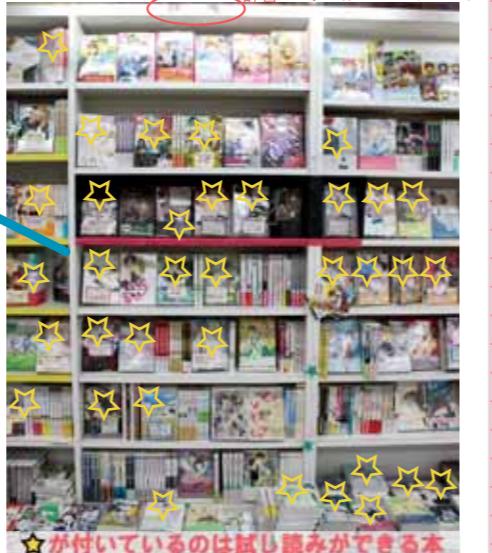
〒207-0022  
東京都東大和市  
桜ヶ丘3-44-32, 1F-101  
TEL: 042-566-2323  
売り場面積: 50坪  
スタッフ人数: 12名

お店の入口でお出迎えしています。

ショッカー戦闘員  
募集 (ガツツのあるお)  
昇給有、幹部へ登用有、制服貸与  
スイカアフリカに海外支店有  
お問い合わせ、ショッカー事務局

BLコーナー

試し読み 欽迎!



お店の外とコミックコーナーに大きく掲示されている「試し読み歓迎!」の文字。表紙だけの情報で購入して失敗して欲しくないという想いから、棚の半分以上のコミックが途中まで読めるようになっている。人気No.1のコミックももちろん惜しまず立ち読みOK! 1つの棚で展開していたBLは、今では隣の辞書コーナーだった棚にも売り場を拡大。棚の上にはその名残が(笑)

A 本多さん

企画中はアルバイト会議をして、自分の企画した棚の反応やどんな本が売れたか等を報告し、お客様の動向を共有しています。

Q 棚を任されてから、気持ちや働き方はどのように変化しましたか?

A 徳木さん

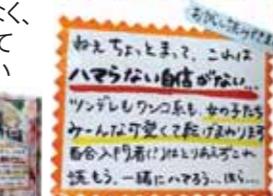
普段本を読んでいても、「これならこんな企画が出来るな。」と意識するようになりましたね。

Q 本をオススメする際、意識している点を教えて下さい。

A 高井さん

ほとんどのコミックにPOPを付けています。帯と同じ内容ではなく、読者の目線になって書くことを意識しています。

►心から出る言葉がPOPの要!



A 本多さん

自分がその本のどんなところをなぜオススメしたいのか、個人的な趣味を添えて押出しています。「このお店だからこそ、この本に出会えた」と感じてもらいたいです。

Q 光進堂はみなさんにとってどんな場所ですか?

A 高井さん

どんな企画や棚を作っても、ちゃんとお客様の反応があり、成果が出れば店長が褒めてくれます。また、企画の提案に即決してくれるので、期待されている感じが嬉しいです。

A 本多さん

何でもやらせててくれて、私達の成長を見守ってくれている場所です。たとえ店長が知らない本でも、私達のチョイスを信じてくれていますね。今までバイトした中で一番楽しいです。



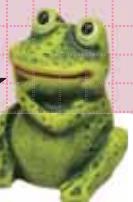
PICK UP!

# 光進堂

東京都の多摩地域北部に位置する玉川上水。ここには1974年創業の書店「光進堂」がある。

2011年宗武店長は、普通の本屋から面白い本屋へ売場作りの改革を決意。コミック棚を女性アルバイトに任せなど、新たな取り組みを打ち出した。今回は宗武店長とコミック担当のアルバイトさんにお話を伺った。

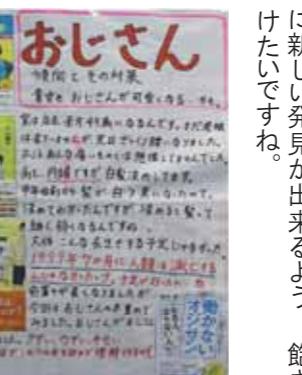
店長にお伺いしました



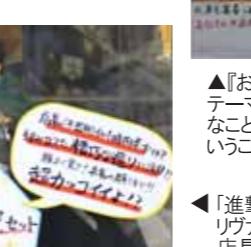
## 行くと必ず意外な発見のある面白い本屋



▲店長の一目惚れで入荷したカエルの置物。1日で6匹完売した幻の商品。



▲『おじさん 傾向とその対策』がテーマの本の紹介。「店長!そんなこと言っちゃっていいの?!」とここまで書いてあります(笑)



◀「進撃の巨人」人気キャラ、リヴァイ兵長のプラモ。店長自ら組み立てた代物!

新刊本に頼るのをやめ、まだスポットの当たっていない本を中心、自分が読んで面白いと思った本を販売するようにしています。既刊本であればすぐに入荷で新刊本と同等です。また、本以外にもユニークな雑貨を仕入れたり、お店の外に大きなポスターを貼り、自虐的で少し笑ってしまうような文章で本を紹介しています。お客さんが初めて目にしたならばそれが新刊本と同等です。光進堂のお客さんはほとんどがリピーターで、内3割の方が週に5回はいらっしゃいます。来店の度に新しい発見が出来るのは、飽きさせない努力を続けたいですね。

店長に就任した当時はまだ、本と文具とタバコを売っていた、いわゆる普通の本屋でした。しかし、大型書店が増えたことで、小さな書店には十分な配本がされなくなりました。大型書店では山積みにされる人気作品が、うちのお店では出版社へ足を運んでも仕入れることが出来なかった。今まで通りのやり方ではない。品揃えで勝負できないなら、特色のある本屋にしよう。そう考え光進堂は『なんでも揃う良い本屋』ではなく、「行くと必ず意外な発見のある面白い本屋」を目指そうと決意しました。

店長に就任した当時はまだ、本と文具とタバコを売っていた、いわゆる普通の本屋でした。しかし、大型書店が増えたことで、小さな書店には十分な配本がされなくなりました。大型書店では山積みにされる人気作品が、うちのお店では出版社へ足を運んでも仕入れることが出来なかった。今まで通りのやり方ではない。品揃えで勝負できないなら、特色のある本屋にしよう。そう考え光進堂は『なんでも揃う良い本屋』を目指そうと決意しました。

Q 具体的な取り組みについて教えて下さい。

店長に就任した当時はまだ、本と文具とタバコを売っていた、いわゆる普通の本屋でした。しかし、大型書店が増えたことで、小さな書店には十分な配本がされなくなりました。大型書店では山積みにされる人気作品が、うちのお店では出版社へ足を運んでも仕入れることが出来なかった。今まで通りのやり方ではない。品揃えで勝負できないなら、特色のある本屋にしよう。そう考え光進堂は『なんでも揃う良い本屋』を目指そうと決意しました。

Q 売り場の改革を決意したきっかけを教えてください。

店長に就任した当時はまだ、本と文具とタバコを売っていた、いわゆる普通の本屋でした。しかし、大型書店が増えたことで、小さな書店には十分な配本がされなくなりました。大型書店では山積みにされる人気作品が、うちのお店では出版社へ足を運んでも仕入れることが出来なかった。今まで通りのやり方ではない。品揃えで勝負できないなら、特色のある本屋にしよう。そう考え光進堂は『なんでも揃う良い本屋』を目指そうと決意しました。

## アルバイトさんが棚を企画

Q 任せた後、アルバイトさんにどのような変化がありましたか?

学生アルバイトのみなさんは卒業をすれば、趣味でいい。好きなように棚を作つて。」と頼みました。最初はどう手を付けていいか悩んでいたのですが、すぐに手書きのポスターを作成したりと、主に取り組み始めました。担当になると、自分が気になりはじめ、学校帰りに棚を替えて来るようになりました。棚を任せることで、ミックの売り上げを3割以上伸ばすことが出来ました。

Q 今後の意気込みを教えてください。

彼女達には、「1冊も売れなくていいよ。自分の趣味でいい。好きなように棚を作つて。」と頼みました。学生である彼女達は、普段から本を買う際、ないお小遣を出す価値があるのか、かなりビックリしていました。光進堂のお客さんは「7割が女性です。そこで、店では注目されない、BLコミックの売り上げを伸ばそうと、女性アルバイトに棚を任せようと考えています。つまり本屋よりも読者に近い目線に持っています。そこに期待をし、女性が食いつくような棚を作つて欲しいと提案しました。

(奥)宗武信吾店長  
(前列)アルバイトのみなさん左から)  
徳木さん、本多さん、高井さん



「協力ありがとうございました！」



## 紀伊國屋書店 星さんの いちおし☆BOOKS 「西加奈子と地元の本屋」

大阪の本屋発行委員会/編

### ～大阪で働く書店員が作った本ってどんなん？！～

食べ物や言葉もあるように「本」にだって「地域性」があつても良いんじゃないかな。そんな想いから大阪の書店員が集まり結成されたのが大阪の本屋発行委員会。そして、大阪を代表する作家・西加奈子さんの『円卓』が映画化されるのをきっかけに『西加奈子と地元の本屋』という一冊の本が出版されました！

「大阪を書くことは、ほんまはしんどい」か？と題した特集ページでは西さんとこれまで地元の作家である津村記久子さんが、大阪人であることはどのように作品に影響しているか対談しています。「二人の会話が本当にもしろくてコレだけで買う価値がありますよ！」と星さんのお墨付き。

他にも超ローカル書店員アンケート、なんでこの本、ウチでは売れるんでしょ？など地元色満載！内容から文章から大阪っぽいな～が溢れています。

中でもダイワ取材班が心打たれたのは「編集後記」。大阪の書店員さんの本屋に対する熱い想いがひしひしと伝わってきて胸が熱くなりました。是非ご一読ください！

#### 全国の書店員さんに一言お願いします！

何か新しい事を始めた人、分からぬ事のある人は一番最初に本屋にいらっしゃる。それは、あらゆる事が本に書いてあるからです。本というのは色々な所に繋がっていく扉みたいなものなんですね。つまり我々は何十万という“どこでもドア”を扱っている。その僕らが本屋は本しか売ってはいけない、という先入観で働いていてはもったいない。

本屋というのは私たちが感じている以上に、何をやつても許される場所だと思います。何を売ったってどこと繋がつて行つたって良いじゃないですか。だつてそれはどこかの本に書いてあることですから。

## 紀伊國屋書店 & 古書店合同企画 「手紙がつなぐもの ～拝啓 きみへ～」フェア

「手紙」をテーマに行われた古書店との合同フェア。書肆アラビク・トンカ書店・「本は人生のおやつです！」の、いずれも関西で名のある3店舗が参加しました！新刊から絶版本まで幅広い品揃えが出来るのは合同フェアだからこそ。7月には隣接カフェで同店のスタッフ、古書店店主、一般の方を交え『ブクブク交換』という名の文庫本交換会が行われました。もちろんカフェへの交渉は言ったもん負けのスタッフさん自らが行ったとのこと。



▲『西加奈子と地元の本屋』と『円卓』のワゴン販売。そこに掲げられたパネルが凄い…。物語のワンシーンを彷彿させる、主人公「こっこ」のイラスト。スタッフさんの手書きだそうですが、クオリティが高すぎる！



グランフロント大阪店 店長  
ほし しんいち  
星 真一さん

東京都出身。

1994年に新卒で入社し、以来紀伊國屋書店一筋20年。シンガポールに2年間の出向経験を持つ。グランフロント大阪店の企画から立ち上げに携わり、店長に就任。

「学生から社会人なる為の橋渡しになれば」と社員だけでなくアルバイト教育にも熱心に取り組む。『大阪の本屋発行委員会』に所属。

## 第25回 星 真一

“本屋というのは私たちが感じている以上に、何をやっても許される場所だと思います”



JR大阪駅、大型商業施設グランフロント大阪の6Fにてテナント構えるのが紀伊國屋書店グランフロント大阪店。

近隣には業界屈指の売り上げを誇る梅田本店がある。駅前で利便性の高い梅田本店との差別化を図り、同店は文学棚や短歌詩集などを充実させ、ゆっくりと過ごせるよう椅子や机が設置されている。

お客様の声を反映させながらも紀伊國屋らしさを追求した店づくりを目指す店長・星さんにお話を伺った。

学生の頃、毎週日曜日になると駅に新聞を買いでいました。日経・朝日・読売・毎日…各社の書評を全て読むんです。それくらい本が好きでしたね。就職先を考えた時、ふと紀伊國屋書店には自分の好きなものしかないということに気付きました。その頃僕は演劇をやっていた、紀伊國屋ホールは演劇をする学生にとってあこがれの場所でした。本屋で劇場もあって、ここで働いたら楽しさ樂しいだろうなって。甘い考えですけどね（笑）。以来20年間、紀伊國屋書店で働き続けています。

僕は演劇をやっていた、紀伊國屋ホールは演劇をする学生にとってあこがれの場所でした。本屋で劇場もあって、ここで働いたら楽しさ樂しいだろうなって。甘い考えですけどね（笑）。以来20年間、紀伊國屋書店で働き続けています。

書店員になつたきっかけを教えてください。

安易に本のことを悪く言わないということです。ここ10年くらいの間に、出版社と書店が一緒に本を販売していくような雰囲気が高まり、作家さんと会う機会が飛躍的に増えました。その中で感じたことは、作家さんも普通の人間だということ。作家、というと遠い存在に感じるかもしれません。しかし、やっぱり作品を褒められると嬉しいし、貶されれば悲しいんですね。特に売り手である書店員の言葉は彼らを深く傷つけると思います。そして何より、たとえ僕が好きじゃなくても、その本を楽しみに待っている人がどこかにいるはずです。

売り手として、プロとして安易にネガティブなことは言わない。それが、その本を届けようとしている人、買ってくれる人に対する礼儀なんじやないかなと思っています。

うちの店には「これをやつてはダメ」という事はありません。スタッフが何か企画やフェアをやりたいときつかけはスタンダードブックストア代表・中川和彦さんの「若い世代の書店員が遊べるプラットホームを作ろう」との声掛けです。現在、書店業界で何か発言をしていたり、著者や編集者と関係を作っているのをつて作成した本です。



▲『ソルトコーディネーター青山志穂(著)『塩図鑑』と共に販売された100種類の塩。



▲『世界で一番美しいイカとタコの図鑑』と一緒に展示された超リアルなイカ模型。出版社に交渉して作ってもらったところ。

言えば基本的に許可をしています。その代わり、言つたもん負け」とスタッフの中では言われています（笑）ですがみんな凄く面白い企画を考えてくれますね。

例えばこれまで、書籍の発売に合わせ、様々な関連商材の販売を行いました。雑貨、食品、キャラクターグッズなど、スタッフが新しい仕入先を見つけ、交渉も全て自分で行っています。

また、関西にある古書店と、店舗の棚を貸し出す形で一緒にフェアやイベントを行つたりもしています。古書を扱うには警察に申請する必要があり、少し手間は掛ります。しかし、絶版本も扱えますし、新刊書店とは違う視点での選書はお客様にも楽しんで頂けています。

何かを思いついた時、出来ない理由を探しても仕方ありません。実現する為に何をどうすれば良いのか、一つ一つクリアしてきた結果が今のお店の形になっています。

古書を扱うには警察に申請する必要があり、少し手間は掛ります。しかし、絶版本も扱えますし、新刊書店とは違う視点での選書はお客様にも楽しんで頂けています。

今後の展望を教えて下さい。