

専務理事訪問記
第12回 株式会社三省堂書店

活字離れの中、読書ファンの期待にどうこたえるか

日本小売業協会の理事を務めていただいている株式会社三省堂書店（代表取締役社長 亀井 忠雄 氏）は、明治 14 年（1881 年）に現在の神田神保町（旧表神保町）で開業した。すでに 134 年の歴史を誇る書店の老舗である。そして、創業直後より古本や新刊書の販売とともに出版業も開業した。辞書、百科事典、教科書など三省堂の出版物は日本の近代出版の歴史そのものだ。私などは学生時代からコンサイス英和辞典、国語辞典に散々お世話になった。

三省堂書店は東京を中心に日本全国計 35 店舗を展開する。そこで、小売業という視点から今後の書店経営の課題と展望について同社社長室長 大野 誠さんに話を伺った。

（以下敬称略）



三省堂書店の昔（大正 14 年頃）

SNS などの新しいメディアが作るベストセラー

（岡部）「三省堂書店さんは、個人的にも大変になじみのある書店です。大学時代には特に三省堂書店さんをはじめ神保町の古書店街に入り浸っていました。今も神保町の本店にはよく伺いますが、最近の新刊書の発売部数や売れ筋の変化など、出版市場の現状あるいは傾向について教えていただけますか？」

（大野）「市場全体としては縮小傾向にあります。「活字離れ」という言葉は以前からありましたが、この数年のスマホの急速な普及によって活字への興味も薄れ、また長引く不況で消費者のお金の使い道としての対象から外れてきているように思えます。統計的には出版物の販売額は 1997 年をピークに右肩下がり続け、昨年は過去最低額となっています。またその間、理由は複合的だとは思いますが、全国の書店の 40% 近い 8,500 軒がなくなっています。」

商品でいうと単行本の売れ行きは特に厳しく、爆発的に売れるいわゆるミリオンセラーが出にくくなっています。文芸書の発売 1 年未満での文庫化や、人気作家の書き下ろし文

庫が多くなり、単行本の買い控えに繋がっているのでしょうか。一方で、昨年は翻訳もので経済学の専門書や大人向けの図鑑などの高額な書籍もヒットしており、内容が伴えば金額に関係なく購入される余地がまだあるとも思えます。ぜひ出版社の方には頑張ってよい商品を作って欲しいですね。

最近の傾向という、普段は書店に足を運ばない読者層が、メディアの影響を受けて購入するケースが増えている気がします。以前からもTV・映画の原作本が売れていましたが、最近ではお笑い芸人がTVで紹介したり、Web、SNSで話題になって売れるケースが目立ってきています。直近では芥川賞作品の『火花』（又吉直樹さん）が受賞後100万部を超え、その後2週間で200万部に達しましたが、こういった作品が年間で何本も出ると書店としてはうれしいのですが。」

ネット書店との競合を意識した店づくり

（岡部）「本店をはじめ三省堂書店の陳列はお客様にわかりやすくお目当ての本にすぐたどり着けます。また、書籍以外の雑貨なども販売されていて、魅力的な店づくり・陳列をされていますね。最近特に店舗について気を配っていることはなんですか」

（大野）「気を配っている点としては、売場からのお客様へのご提案です。

「わかりやすい陳列」というのは、本をお探しのお客様にとっては最優先のことだと思いますし、当然私どもも普段より、そうすることを心掛けています。ただ、検索してすぐ購入できてしまうネット書店には、手軽さという点でなかなか勝てません。そこで、ネット書店、ひいては他のリアル書店と差別化を図っていくには、お客様にどれだけ新しい発見を、選ぶ楽しさ、感動といったものを提案、提供できるかだと思います。書店ですので書籍の陳列や見せ方の工夫は当然の事ですが、文房具、雑貨ではさらに新しい発見を提案できると思いますし、もしかしたら食品や他の商材でも「こんなものがあつたんだ!?!」「へ〜、これ面白い」と感じていただく事ができるのはと思っています。」

（岡部）「小売業界の関心事項にインバウンド対応があります。三省堂さんでも最近外国人のお客様も増えていると思いますが、免税コーナーも設けられたとか」

（大野）「はい、神保町本店をはじめ、コーナーというより店舗全体で免税対応をしている店がいくつかあります。支店では、東京ソラマチ店のようにテナントとして入っている商業施設全体で積極的に取り組んでいるところが多いですね。店舗によって多少異なりますが、国別でいうと中国の方が半数以上、購入される商品としては書籍より文房具や雑貨が中心で、お土産としてフリ



三省堂書店東京ソラマチ店

クションボールペンを何十本も、という話も聞いています。まだチェーン全体としての件数はそう多くはないですが、一人あたりの単価が 1 万円を超えるケースが多いので、今後取扱店を増やしていくことになると思います。

課題はやはり、従業員の会話能力です。最終的には商業施設の総合インフォメーションの方に頼るという方法もありますが、店舗単独で英・中・韓国語というのはハードルが高いので、指差し表示などのツールが必要ですね。」

地方活性化にも努力

(岡部)「アベノミクスの重要テーマに地方の活性化、地方創生があります。三省堂書店では北海道の留萌の住民や行政の要請に応じて、数年前にお店を出されていると聞きました」

(大野)「2011 年の 7 月のことです。最初は地元の書店さんが廃業し、学生さんが参考書を買うことができず困っている、という話からでした。弊社は当時より札幌に 800 坪の店舗を営業していましたので、行政関係者からの要請により新学期のみの臨時販売を行ったのですが、その後、地元の主婦の方が中心となった「三省堂書店を呼び隊（現・三省堂書店を応援し隊）」や留萌市、留萌振興局の皆様の熱心な誘致活動により出店が決まりました。当時留萌市は人口 2 万 4 千人ということで、当然社内には出店に慎重な意見はありましたが、「呼び隊」結成後 10 日間で人口の 10%強にあたる 2,500 人のポイントカード会員を集めて下さり、また市内の企業・学校の図書需要のデータを集めて下さるなど、熱意とともに営業面での手ごたえも感じたようです。（現在は留萌市のカード会員数は 1 万 4 千人強）

今でも、隊の皆様には店頭での色々な業務をお手伝い頂いており、また、ご年配でお買い物にご苦労されている方のために商店街や市立病院での定期出張販売をさせて頂いたり、と留萌市、振興局、図書館などの行政、市民の皆様の一役となつたご支援によって営業を続けており、地元住民の方とのつながりが非常に濃い店舗と言えます。」

(岡部)「本日はどうもありがとうございました」

以上