

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）オオサカショウギョウダイガク	フリガナ）オービーピーコース	フリガナ）ハヤシ コウジ
大阪商業大学	OBP コース	林 幸治ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）コクイッテン	フリガナ）フルカワ ハルカ	4
黒一点	古川 晴加	

研究テーマ（発表タイトル）

街の本屋はどのように生き残るか？

1. 研究概要（目的・狙いなど）

目的「街の本屋を生き残らせる」

現在、大型書店が増えていく中、街中にある本屋は減少している。そこで、街の本屋がなくなるとどうなるのか調べた。過疎地域では、唯一の街の本屋がなくなり、隣町まで車で行かないと本が買えないという問題が発生した。インターネットを使えばいいのではと思う。しかし、インターネット書店にはデメリットがある。それは、キーワードに関連する本しか選べないということである。選ぶ楽しさ、偶然の本との出会いがなくなってしまう。よって、街に本屋残すことが必要だという考えに至り、このテーマを選んだ。

私たちはなぜ街の本屋が減少しているのかについて調査し、その原因を解決し、どうすれば街の本屋が生き残るのかを検証する。

仮説「活字離れが原因で街の本屋が減少」

まず、原因は「活字離れ」にあるのではないのかという仮説を立てた。一般的によく言われるのは、「インターネット書店の普及により、減少している」だ。しかし、活字離れを原因として選んだ理由は、私たち自身が最近本を読んでいないと感じたからだ。インターネット書店が普及しても頑張っている街の本屋はある。よって、「本を読む人口が減っているから小さな本屋からつぶれていくのではないか」という考えに至った。

街の本屋調査

仮説を踏まえて、本当に「活字離れ」が原因か調べた。実際に街の本屋を2軒訪問した。

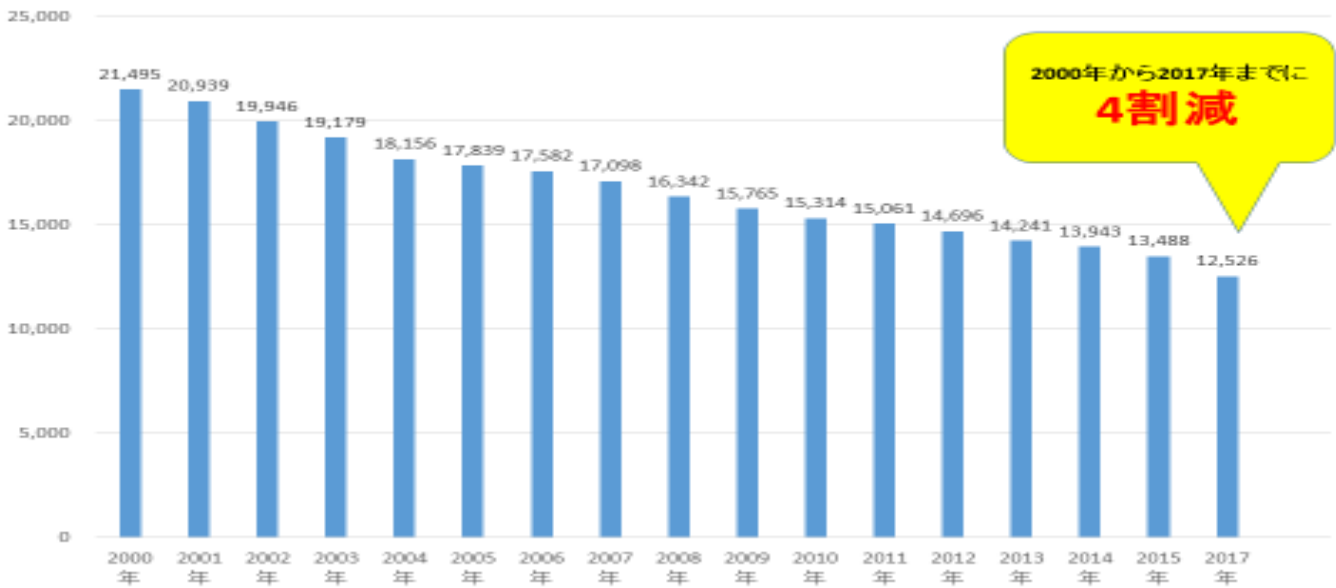
検証

2軒の比較をすることで、問題点を見つけ解決策を導く。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

2000年から2017年までの間に減少している書店数は、約9000店に相当する。これは2000年から約4割減少していると言える。これには雑誌の売上が主である中小書店の廃業が関係している。また、農村部や一部の都市部では書店が1店舗もない「書店ゼロ自治体」が増加している。

書店数の推移



<https://www.houdoukyoku.jp/posts/17136>

3. 研究テーマの課題

発見した課題

調査の結果、街の本屋の減少は「活字離れ」ではなかった。訪問した街の本屋 2 軒の比較から、「差別化・本を売る工夫がない」「情報発信がない」「利益率の高い雑誌が足かせ」「ターゲットが地域の人だけでは足りない」という課題があるということが分かった。「活字離れ」よりもこれらのほうが重要な課題であると位置づけた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

まず初めに、差別化が重要であるため、今の街の本屋ができる差別化を考えた。

- 本屋が教える料理教室
 - 街の本屋で事前に料理本を買ってくれた人に参加権利
 - 料理本に出てくる料理を本屋が教える
 - 地域の公民館を借りる
 - 事前に SNS で発信
- 本屋の宣伝+出張販売
 - 料理教室を生かして宣伝・本を出張販売

上記で述べた課題解決策は「街の本屋ができるの？」と思う人がいるだろう。しかし、今できる努力をしなければ、生き残れないということ私たちは伝えたい。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

北海道砂川市にあるいわた書店を訪問し、代表者の岩田徹さんに話を伺った。

大阪市港区にあるオリオン書房に訪問し、代表者の森直樹さんに話を伺った。

6. 結果や今後の取り組み

調査・取材の結果

街の本屋減少の原因は、「差別化・本を売るための工夫がない」「情報発信がない」「利益率の高い雑誌が足かせ」「ターゲットが地域の人だけ」である。

今後の取り組み

大型店にはない差別化をする→情報発信→地域住民だけでなく、他の地域の人に来てもらうという流れが街の本屋に必要である。

7. 参考文献

- 「書店ゼロ自治体」が増加!最も書店が少ない地域は? 2018.10.15 アクセス
<https://www.houdoukyoku.jp/posts/17136>
- 文化庁 平成 25 年度「国語に関する世論調査」の結果の概要 2018.8.22 アクセス
http://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/pdf/h25_chosa_kekka.pdf
- 総務省 「社会課題解決のための新たな ICT サービス・技術への人々の意識に関する調査研究」(平成 27 年) 2018.8.22 アクセス
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc122310.html>
- 日本経済新聞 2015.02.15「本購入、10代は書店で ネット購入は40～50代中心」 2018.8.22 アクセス
https://www.nikkei.com/article/DGXLASDG15H0U_V10C15A2000000/
- 読者と本を繋ぐ。ローカル書店から届く“自分だけ”の1冊 2018.6.26 アクセス
<https://kinarino.jp/>

- 「電子書籍利用3人に1人」 2017/03/20 日経MJ (流通新聞) 2ページ
- 「出版市場落ち込み最大」 2017/12/27 日経MJ (流通新聞) 5ページ
- 「17年度日本の卸売業調査(第47回) – 書籍・CDほか、リアル店舗から足遠のく」 2018/08/01 日経MJ (流通新聞) 9ページ
- 「書籍・雑誌が落ち込み」 2018/07/31 日経産業新聞 5ページ

● パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

● 発表時に使用する成果物 (例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート)

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ(合同研究会) 大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。
- ・電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。