

# 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) チュウキョウダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ヨシノゼミ
中京大学	経済学部	吉野ゼミ

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) ヨシノハンパナイッテ	フリガナ) ミヤギ サラ	5
吉野半端ないって	宮城 紗良	

## 研究テーマ（発表タイトル）

これからの書店のありかた～減りゆく書店の今後～

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は未来の書店のあり方を考察することである。書店には、落ち着ける空間があることや、興味関心の幅を広げることが出来るといった大きな魅力がある。しかしながら近年全国の書店数が減少している。

### 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）

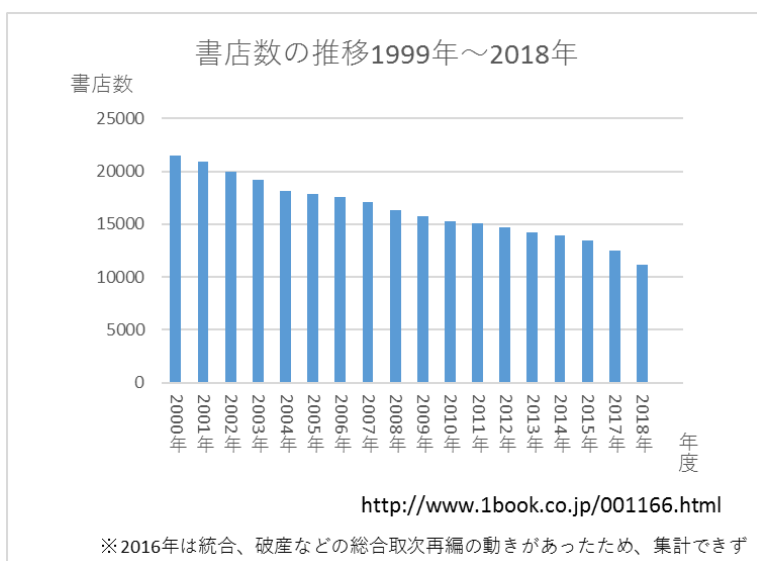
バブル時代以降、全国の書店数は減少の一方であると論じられている。日本著書販促センターの調べによると、書店数は1999年から2018年において11,121軒、1年平均で約556軒減少した。2018年現在では11,175店舗となっている。しかしこれは、本部や営業所、外商のみの本屋も含んだものとなるため、実際に本を店売している「実店舗数」は10,000軒を割っている。今後も減少を続けてゆくであろうリアル書店を取り巻く環境として、インターネットの普及、オンライン書店や電子書籍の市場拡大による購入手段の多様化、そして人口減少が挙げられる。

#### ① インターネットの普及

昔は販売回転率の高い雑誌に売り上げを頼っている書店も多かった。しかし、全国出版協会によると、1990年代半ばをピークに雑誌の売り上げは減少に転じ、20年以上連続でマイナスとなっている。その背景としてインターネットやスマートフォンの普及があり、雑誌から得ていた情報がそちらにとってかわられたという点が挙げられる。

#### ② 購入手段の多様化

日本出版販売株式会社の『出版物販売額の実態』最新版(2018年版)によると、オンライン書店の売り上げは年々上昇しており、2017年には出版物販売額の12.3%を占めている。欲しい書籍があらかじめ決まっている場合、ネット通販を



利用することは効率が良く、便利である。しかし、新しい書籍への出会い、つまり興味関心の幅を広げるという部分では不十分である。

電子書籍の市場拡大にも大打撃を受けている。日本の電子書籍の市場規模は 2013 年から 2018 年の 5 年間で約 3 倍になり、世界第 2 位である。雑誌読み放題サービスの「dマガジン」や無料マンガアプリで、リアル書店の中で大きな割合を占めていた雑誌やコミックスの売り上げがそちらに流れてしまい、書店数の減少に繋がってしまった。

### ③ 人口減少

総務省の調べによると、日本の総人口は平成 20 年の約 128,084,000 人をピークに減少傾向が見られ、平成 28 年には約 126,933,000 人となっている。

I. 書店の売り上げの要であった雑誌がインターネットの普及により市場が縮小、オンライン書店や電子書籍の出現で購入手段が多様化し実店舗で本を買う人が減っている、人口が減少することで書店に足を運ぶ人数が減ることに直結する、ということだ。それらは全て書店数減少の要因である。

II. 以上のデータより、現状のままではインターネットの利便性と人口減少の進行で人が書店に来店する機会は加速度的に減っていくことが分かる。書店の利用者が減ることは書店の減少にもつながると分析される。

## 3. 研究テーマの課題

われわれの課題は書店減少を防ぐことである。そのためには消費者が書店で本を購入することで書店の売り上げを確保する必要がある。実店舗で本を購入してもらうためには、足を運んでもらえるような魅力的な空間にすることが大切である。

また、人口減少がさらに深刻化した場合でも一定の読書人口を確保することも重要である。読書人口の確保という部分で、私たちは子供に着目する。現在読書をする子供は多いが成長するにつれ読書以外の娯楽を見つけ読書から遠ざかる傾向にある。しかし、読書により得られる教養などは個人を豊かにし成熟するまでに身に着けたいことでもあるため、幼いうちから読書を癖づけ、大人になっても読書をさせることが大事なことなのではないかと考察した。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上述の課題を解決するために、私たちは書店の利点を活かした子供特化型書店を提案する。

全国学校図書館協議会と毎日新聞社が実施する読書調査によると、小学生の平均読書冊数は増加傾向にある。成長してからもその読書習慣を維持することができれば、読書人口の確保や書籍の購入を期待できる。

また、14歳以下の若者人口は1982年から減少しており、少子化は社会問題になっている。ゆえに一家庭当たりの子供の人数は減っているため、親が子供一人当たりを使う教育費は近年上昇している。ソニー生命保険株式会社の「子どもの教育資金に関する調査 2018」の学校以外での教育費の平均支出金額（子供1人当たり・月額）の合計によると、2016年末就学児の親は4,164円であり、2018年には7,471円に増加した。小学生の親は2016年11,685円だったものが2018年には15,456円に増加した。

子供の教育に熱心な親が増えていることで子供用品市場は拡大している。そのため、子供に特化した書店を作り、子供はもちろんのこと、教育のために熱心な親から注目を集めることができる。

通常の書店の利点は、関心のあるコーナーに行った際新しい分野を知ることができる、イベントを開催できる、店員に自分にあつたおすすを聞くことができる点にある。

私たちが考える子供特化型書店とは、上記の利点に加えて、3つの特徴を持つ。

1つ目は、子供に関する本だけを置くことである。本の種類は、児童書だけでなく、子育て本も含めることである。様々な子供関連の書籍を置くことで、親は子供の興味関心を知ることができ、子供は本を通して能力を伸ばせるきっかけになる。

2つ目は、飲食できる場やキッズスペースを併設することである。このことは、リラックスして本屋にいられるだけでなく、子供同士、親同士の交流の場となる可能性を生み出す。

3つ目は、子育てに精通している者をスタッフに雇うことである。保育士経験者を雇うことも効果的である。このようなスタッフを雇うことで、キッズスペースに安心して子供を預けることができるだけでなく、子どもに関する相談をも可能にする。

上記3つ以外にも絵本の読み聞かせ、子育て相談会などの実店舗ならではのイベントを開催することも考えている。

現在、人口減少と少子化が進む一方だが、幼少期から子どもにお金を投資する親は増えている。そして、子どものころから読書に親しみを持つことは、将来自分の子に本の魅力を教えてあげることも期待できると分析した。親子特化型書店を実現することは、書店の来客数を確保し、リアル書店数の減少を食い止めることにつながると私たちは考える。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

実地調査（ブックカフェ等併設型店舗と一般的な店舗の比較、実店舗ならではの取り組みを調査）

蔦屋書店 枚方 T-SITE、草叢 BOOKS 新守山店、ジュンク堂書店 ロフト名古屋店、秀才堂書店、三省堂書店 名古屋本店、三省堂書店 タカシマヤゲートタワーモール、ジュンク堂書店 名古屋店、フタバ図書 mozo ワンダーシティ、丸善 名古屋本店、ジュンク堂書店 名古屋栄店、ON READING（2018年10月10日）

こみかるはうす 藤が丘店（2018年10月15日）

## 6. 結果や今後の取り組み

現在、書店数が減少していることについて、このままだとリアル書店は限られた都市にしかないものになってしまうことが危惧されるが、今後子供に特化した子供書店のような特化型書店がこれから増加すれば、今まで読書に興味がなかった人も、その人の趣味などに特化した書店を見つけ、その空間に浸ることが目的で訪れるようになると推測できる。

趣味の空間を提供することが可能であれば、顧客となり一定の集客は見込め、また空間から更なる読書人口を増加させる導入剤にもなるのではないかと考察した。

## 7. 参考文献

星野渉(2013)『書店の可能性とリスク』情報科学技術協会

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/63/8/63\\_KJ00008761526/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/63/8/63_KJ00008761526/_pdf/-char/ja)

柴野京子(2013年)『書店をめぐる現在』情報科学技術協会

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/63/8/63\\_KJ00008761525/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/63/8/63_KJ00008761525/_pdf/-char/ja)

佐瀬智春(2007年)『書店業界の現状』千葉大学文学研究科

<https://core.ac.uk/download/pdf/96965327.pdf>

日本著書販促センター 書店数の推移（2018年11月1日）

<http://1book.co.jp/001166.html>

総務省 インターネットの利用状況（2018年11月2日）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd252120.html>

データディスカバリー 『電子書籍が変える読書 世界市場4年で急成長』（2018年11月2日）

<https://vdata.nikkei.com/datadiscovery/21book/>

株式会社インプレス 『電子書籍ビジネス調査報告書 2017』（2018年11月5日）

<https://www.impress.co.jp/newsrelease/2017/07/20170727-01.html>

MMD 研究所 電子書籍の利用に関する調査(2018年11月5日)

[https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1732.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1732.html)

全国出版協会 日本の出版統計（2018年11月6日）

<https://www.ajpea.or.jp/statistics/>

ガベージニュース 出版物の分類別売上推移（2018年11月6日）

<http://www.garbage news.net/archives/2101334.html>

ガベージニュース 販売ルート別売上推移（2018年11月7日）

<http://www.garbage news.net/archives/1984893.html>

総務省 人口減少社会の到来（2018年11月7日）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc111110.html>

ガベージニュース 平均読書冊数（2018年11月9日）

<http://www.garbage news.net/archives/2255769.html>

総務省統計局 日本の人口推移 (2018年11月10日)

<http://www.stat.go.jp/data/nihon/02.html>

ソニー生命保険株式会社のプレスリリース 子どもの教育資金に関する調査 2018 (2018年11月10日)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000156.000003638.html>

●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、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、著作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は記載しないでください。