

## 東京ビッグサイト ギフトショー講演「本から始まる空間作り」 有隣堂社長 松信健太郎「書店の再定義の方向性と新たな挑戦」

～ 選書力を活かした空間創造事業 ～

株式会社有隣堂(本社：神奈川県横浜市)の代表取締役社長 松信健太郎は、先の2月10日、東京ビッグサイトで開催された「第93回東京国際ギフト・ショー春2022」(主催：ビジネスガイド社)にて講演いたしましたので、その内容をお知らせいたします。「本から始まる空間作り」と題し、縮小を続ける出版市場と構造変化に対応すべく、当社が打ち出した書店の再定義の方向性と、選書力を活かした空間創造事業についてご紹介しました。

### ■ 講演概要

- ・ 出版業界をめぐる状況
- ・ 有隣堂の書籍販売事業の危機感
- ・ 書店の再定義の方向性と新たな挑戦  
書籍を売ってきた信用力で 書籍以外の「モノ・コト・トキ」を売っていく  
書籍以外の「モノ・コト・トキ」の力を借りて「書籍」を売り続けていく
- ・ 選書力を活かした空間創造事業  
「本」と人々の生活を近づけ自己成長や自己実現のお手伝いをする



松信 健太郎 (49 歳)

早稲田大学卒業。2007 年に有隣堂入社  
以降、主として店売事業部門を担当  
2020 年 9 月 1 日より代表取締役社長就任

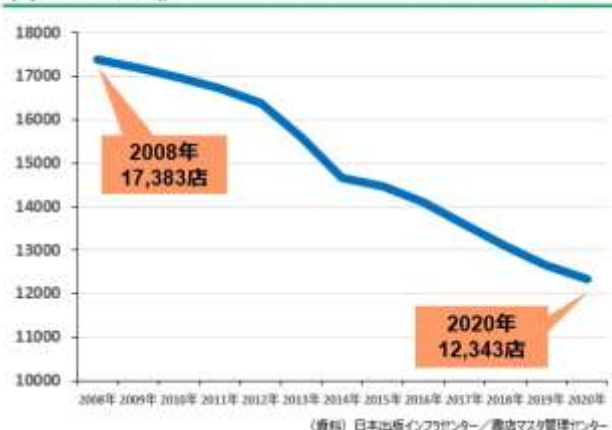
### ■ 出版業界をめぐる状況

書籍の販売部数は 1988 年、雑誌は 1996 年をピークに下降を続けている。販売額ではピーク時 1996 年の 2 兆 6,564 億円から、2020 年は 1 兆 2,237 億円と 46.1%にまで低下し市場が縮小している。(全国出版協会・出版科学研究所調べ)書店数も 2008 年の 17,383 店から 2020 年は 12,343 店に減少した。(日本出版インフラセンター/書店マスタ管理センター)その要因は、アマゾンに代表される EC の台頭や ICT(スマホ)の発達などにより、娯楽の多様化、情報収集手段が多様化されたことにあり、今や雑誌のビジネスモデルが崩壊し、出版社のビジネスモデルも変化している。

### 成長と衰退



### 書店数の推移

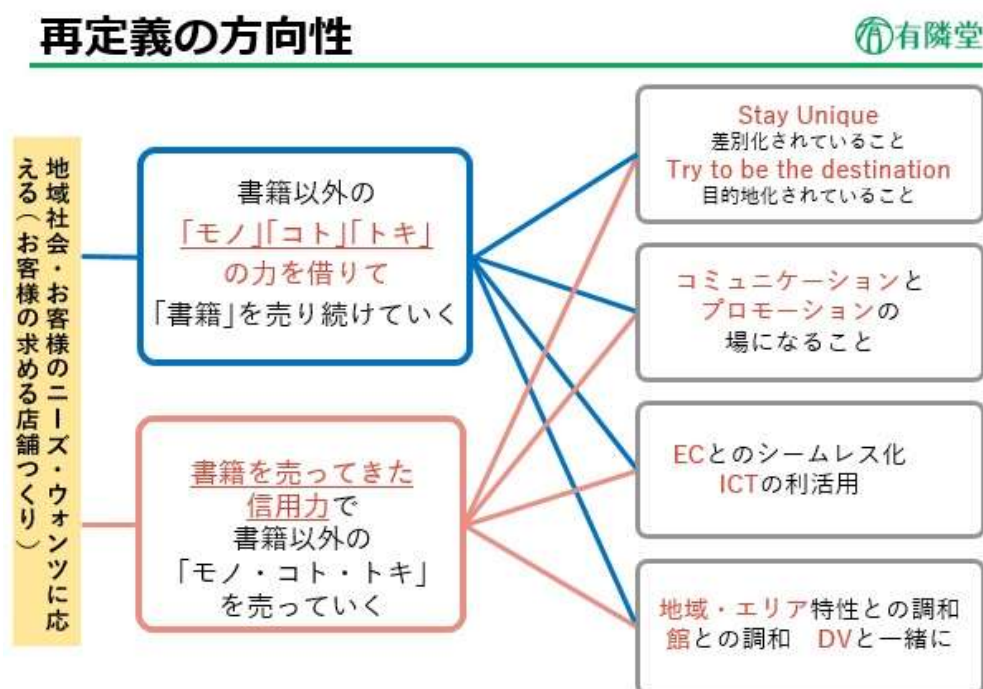


## ■ 有隣堂の書籍販売事業の危機感

出版業界の市場縮小と構造変化は止まらない。社会は壮絶な勢いで変化をしており、従来の延長線上の組織や意思決定では企業として存在しえない。

「何かをやって」「それを成功モデル」に育てること、書店を再定義しなければならないと強く意識し、その方向性を定めた。

## ■ 書店の再定義の方向性と新たな挑戦



●書籍を売ってきた信用力で 書籍以外の「モノ・コト・トキ」を売っていく ➡ ヒビヤセントラルマーケット 2018 年 4 月開業

●書籍以外の「モノ・コト・トキ」の力を借りて「書籍」を売り続けていく ➡ 誠品生活日本橋 2019 年 9 月開業

### ・挑戦 1 < ブックカフェ >

書店の強みを発揮できるカフェとして人気作のコラボカフェを積極的に展開した。代表例としては、2017 年 7 月 STORY STORY(新宿) 併設カフェで、くまのプーさんとコラボした「はちみつカフェ」をオープンし話題を呼んだ。



STORY STORY はちみつカフェ

### ・挑戦 2 < コミュニケーションの場を創出 >

藤沢本町トレアージュ白旗店では、店内に「トレアージュガーデン」と名付けたフリースペースを設けた。椅子やソファ、テーブルを配備し地域の人々が無料で利用可能とした。地元のサークル活動、PTA NPO 団体の活動の場として予約が埋まるようになった。



藤沢本町トレアージュ白旗店

### ・挑戦 3 < イベントの開催 >

書店ならではの作家トークショーから、科学実験や読み聞かせなどの体験型イベント。フラダンスショー、ライブペインティングなど様々な企画を実施した。新型コロナウイルス感染予防対策を行いながら徐々に再開している。

#### ・挑戦4 ＜ オリジナル商材開発 ＞

売切れ・重版未定の商品から、当社客層に合うものをセレクトしオリジナルカバーを作成し限定販売を行った。松下幸之助著『道をひらく』では、女性にも手に取ってほしい思いから、小花柄の文庫カバーデザインを作成したところ、約 4,000 冊販売することができた。

文具の展示会「文具女子博」では、セーラー万年筆とコラボした限定オリジナル色インクを開発し好評を博した。

当社 YouTube チャンネル「有隣堂しか知らない世界」番組 MC の R.B. ブックローのキーチェーン付きぬいぐるみは、初回限定版が即日完売した。

#### オリジナル商材開発



YouTubeチャンネル「有隣堂しか知らない世界」  
番組MC R.B.ブックロー オリジナルグッズ第1弾



キーチェーン付きぬいぐるみ

イラスト入り  
ジェットストリーム4 藍 1

#### ・挑戦5 ＜ ファンづくり ＞

YouTube チャンネル「有隣堂しか知らない世界」は有隣堂しか知らない様々な世界をスタッフが愛をこめてお伝えするチャンネル。2020 年 6 月から毎週火曜日に配信する現在のスタイルを開始し、2022 年 1 月末現在で登録者数 13 万人を超える人気チャンネルに成長している。

一般的に知名度が高いと思われる小売企業の公式チャンネルと比較しても登録者数で上位に入っていると認識している。(自社調べ)チャンネル独自企画を上げていくスタイルは珍しく、内容のおもしろさでファンが増えている。



### ■ 選書力を活かした空間創造事業

#### ・選書事業を行う理由

日本の国際競争力は高度成長期を迎えた 1989 年～1992 年までは総合順位 1 位であった。そこから下降を続け、IMD「世界競争力年鑑 2021 年」では 31 位、アジアでは 5 位にまで下がり、各国に比べ GDP 推移も低い水準のままである。一方で日本の学生の学力低下も大きい。2018 年度 PISA 各国ランキングでは、数学的リテラシーで日本は 6 位、科学的リテラシーで 5 位であったのに比べ、読解力では 15 位と大きく劣っている。このことは、書店にも責任があると危機感を感じている。

文科省の見解でも、家にある本の冊数が多い児童ほど、教科の平均正答率が高い傾向がみられると発表されている。また、貧困の連鎖を断ち切るためには、身近に本があり読書を習慣づけることが第一歩であるとする。「読書」により得られるものとは、語彙力の向上、豊富な知識の取得、非日常の体感である。特に、語彙力の向上と豊富な知識の習得が学力アップや業務成果の向上につながり、日本の競争力を高めることができる。

このことから、出版業界の市場縮小により、書店は減少していくが、本のタッチポイントを減らしてはならない。もっと増やしていきたい。この思いに基づき、書店としての社会的責務を果たすため、読書推進活動に取り組み、ビジネスモデルとしても選書事業を行っていくこととした。

#### ・選書事業を立ち上げた目的

「本」と人々の生活を近づけることによって、自己成長や自己実現のお手伝いをする。

創業から 112 年の歴史を持つ当社が、各事業(部門)のノウハウを活かし、「本」の持つ力を引き出すことで、新しい空間や価値の創造をご提案する。空間創造のトータルプロデュースが可能となった。

例) <店舗運営部> 各ジャンルのスーパーバイザーによる選書

<書籍外商部> 図書コーティングスキル、ライブラリー運営管理  
ノウハウのご提供

<ビジネスソリューション営業部> オフィス内装、演出、備品のご提案

#### 選書事業を立ち上げた目的



「本」と人々の生活を近づける  
ことによって、自己成長や自己実現  
のお手伝いをする

- ▶ 本のタッチポイントを増やす  
(会社・マンション・病院の待合室等)
- ▶ 書店員の活用・活躍の場を増やす  
(成功体験がない／本に触れるやりがい)
- ▶ 新たな収益の確保
- ▶ 本業へのシナジー  
(来店動機になる／装飾や什器販売)

## ・今後の展望

当社の強みとして、特定のタレントが活躍しているわけではなく、本を愛するエキスパートの社員がチームを組んで心を込めて選書していることにある。今後は、ジャンルを横断して選書ができる人材、空間をトータルプロデュースできる人材の育成が課題となる。また、積極的に働きかけを実施し、ご提案していく。

## ・お客様(施設利用者)のメリット

本のある空間があることで・・・

- コミュニケーションの機会増大
- 空間コンセプトの強調（本を通してメッセージを伝えることができる）
- 空間の価値向上
- 本との偶然の出会いから始まる知的探求
- 学びのサイクルの実現
- リフレッシュ、リラックスできる場所の提供

## ・これまでの実績



新築マンションや商業施設の共用エリア、ライブラリー



オフィスエリアライブラリー



商業施設共有部キッズスペース



他社経営ブックカフェ



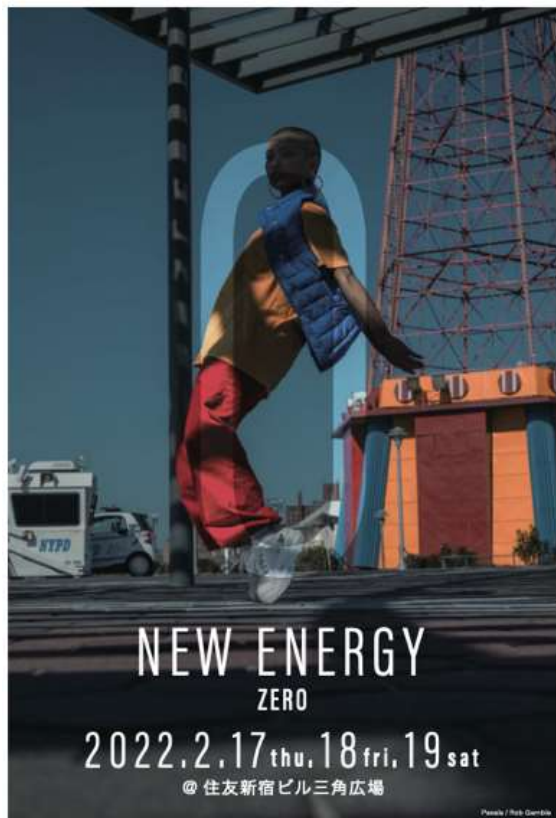
学習型ワークスペース



レクサス武蔵小杉店様オーナーラウンジ

「NEW ENERGY ZERO」への出展

日程：2022年2月17日(木)～19(土) 場所：新宿住友ビル三角広場



# NEW ENERGY

2022年2月、東京に新たな場所が生まれます。

社会の明日を考える上で現代は、昨日こうだったから明日こうだろうと考える時代ではなく未来のあるべき絵があって、だから明日はこうしようとする時代です。

クリエイションやアートには、そういった未来のヒントやエネルギーがあります。

NEW ENERGY（ニューエナジー）は、繊細で美しく、豊かな創造性をもつクリエイターと、それらを楽しむ人々が集う場所（合同展示会＋マーケットイベント）です。エネルギーに満ち溢れた、特有の高揚した空間で皆様にお会いできることを楽しみにしています。

## 開催予定

NEW ENERGYは東京、海外、地方それぞれの拠点で年1回ずつの開催を予定しています。

NEW ENERGY ZERO：2月17,18,19日@TOKYO  
NEW ENERGY NY 2022：8月予定@NY  
NEW ENERGY TOKYO 2022：9-10月予定@TOKYO