

## 複合書店の複合化の実態に関する研究

### —東京都23区の複合書店を事例として—

#### Research on the Actual Situation of Complex Bookstore Composites

#### - A Case Study of Bookstore Composites in the Twenty Three Wards of Tokyo -

○須藤嵩晃<sup>1</sup>, 田村元二<sup>2</sup>, 白田直輝<sup>2</sup>, 阿部貴弘<sup>3</sup>

\*Takateru Sudo<sup>1</sup>, Genji Tamura<sup>2</sup>, Naoki Shirata<sup>2</sup>, Takahiro Abe<sup>3</sup>

Abstract: The purpose of this study is to clarify the actual situation of bookstore composites in the twenty three wards of Tokyo, including the purpose of the composites and the effects of the composites, based on field surveys and interview surveys.

### 1. はじめに

近年、我が国の書店数の減少が海外の新聞<sup>[1]</sup>でも取り上げられるほど話題に上っている。実際に電子書籍・ネット流通の急成長などにより、2003年に20,880店舗あった書店の数は、2023年に11,495店舗となり、20年間で約50%減少した<sup>[2]</sup>。一方、書店として生き残るための手段の一つとして複合化が挙げられているが<sup>[3]</sup>、その実態は明らかにされておらず、そのため複合化の手法や効果について未だ十分な知見が蓄積されているとは言い難い。書店に関する既存研究には書店の利用目的は多様化し、サードプレイスとしての可能性を有すると示唆した、開放型個人書店に関する研究<sup>[4]</sup>がある。複合書店に関する研究には、神保町を含む4地域での出店経緯、店内構成などの成立過程に関する基礎的研究<sup>[5]</sup>や東京都心6区を対象とした店内レイアウトに着目した基礎的研究<sup>[6]</sup>などがあるが、十分に複合化による書店存続に資する研究成果が得られているとは言い難い。

そこで本研究では、東京都23区の複合書店を対象に、複合化の目的や複合化の効果など複合化の実態を明らかにすることを目的とする。

### 2. 研究対象

本研究では、「全国書店案内」<sup>[7]</sup>及び書店雑誌<sup>[8]-[21]</sup>から、東京都23区にある書店<sup>(1)</sup>659店舗を抽出した。なお、本研究では、“複合書店”を、書籍、雑誌、古本の販売を行う「書店」部と物品販売、飲食物販売、フリースペースの設置を行う「複合」部を含む書店と定義する<sup>[5]</sup>(Table1)。

Table1. Definition of Composite Bookstore

BOOK:「書店」部	「複合」部		
	物品販売	飲食物販売	フリースペース
書籍、雑誌、楽譜、地図、辞典、時刻表、カレンダー、漫画本、古書籍、古雑誌など(貸本、教育用磁気テープ、新聞などは除く。)	「書店」部と「紙・文房具小売業」に含まれないもの(書籍の専門性やイベント内容と関連した紙製品及び、文房具などは「複合」部の物品販売とみなす)	飲食物の販売、飲食スペース(持ち込みのみは除く)	ギャラリー、イベント開催、貸出のためのスペース

### 3. 研究方法

研究方法はFigure1の通りである。

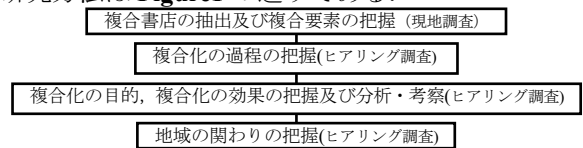


Figure1. Research Flow

### 4. 結果及び考察

#### 4-1. 複合書店の抽出及び複合要素の把握

東京都23区にある659店舗の書店を対象に現地調査を行い、複合要素の有無を把握した(Table2)。その結果、157店舗(23.8%)にTable3に示す複合要素が確認できた。さらに、複合書店の実態の把握のために実施したヒアリング調査にご協力いただいた店舗は、34店舗であった。

Table2. Extraction of Composite Bookstores in the Twenty Three Wards of Tokyo

		東京都23区											
		千代田区	中央区	港区	新宿区	文京区	渋谷区	台東区	墨田区	江東区	品川区	目黒区	大田区
書店数		129	31	34	42	30	36	15	9	29	15	21	28
複合書店数		28	8	13	10	9	16	6	1	9	3	10	1
		世田谷区	中野区	杉並区	豊島区	北区	荒川区	板橋区	練馬区	足立区	葛飾区	江戸川区	合計
書店数		43	14	39	27	13	7	23	19	23	15	17	659
複合書店数		11	1	17	7	1	2	3	1	0	0	0	157

Table3. Extracted Composite Elements

複合要素番号	複合要素	合計
1	物品販売のみ	49
2	飲食物販売のみ	21
3	フリースペースのみ	21
4	物品販売+飲食物販売	17
5	物品販売+フリースペース	20
6	飲食物販売+フリースペース	19
7	物品販売+飲食物販売+フリースペース	10
合計		157

#### 4-2. 複合化の過程の把握

ヒアリング調査より、複合書店に関して、出店時から複合書店であった店舗を「継続型」、後から複合要素

1: 日大理工・院(前)・まち 2: 日大理工・学部・まち 3: 日大理工・教員・まち

を取り入れ、複合書店へと変化した店舗を「追加型」と分類し、複合要素と書店の関わりを見るため、追加型15店舗の開店から現在に至るまでの変遷を作成した(Figure2)。

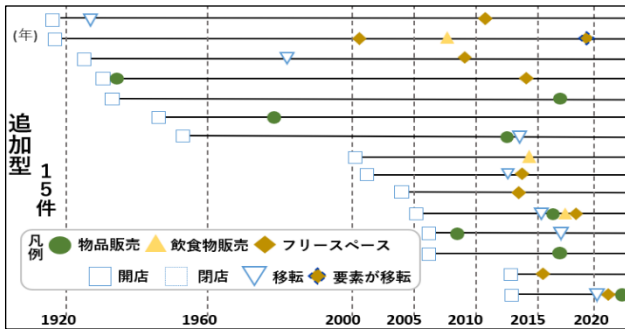


Figure2. Transition to a Composite Bookstore

9/15店舗(66.7%)でフリースペースの追加が行われていることがわかる(Figure2)。フリースペースは、店舗の売り場面積を変化させスペースを生み出し取り入れられることや作家の作品を展示し、書籍との関連性を高めることができるため、多くの店舗でフリースペースの追加が行われていると推察する。また2006年以降、複合要素の追加が増えていることがわかる。その背景に、2006年以降 Amazon の Kindle 発売やスマートフォン、タブレット端末の普及などにより電子書籍の売り上げが大きく伸び、実店舗での生き残りの摸索のため、複合要素の追加が増えたのではと推察する。

4-3. 複合化の目的、複合化の効果の把握及び分析・考察

ヒアリング調査より得られた複合化の目的、効果を用いて複合化の実態について分析、考察をしていく。複合化の目的と各複合要素の関係性について、Table4に示す結果を得た。

Table4. Relationship Between the Purpose of Composition and Composite Elements

目的番号	目的	複合要素			書店数
		物品販売	飲食物販売	フリースペース	
①	客層の拡大	8/15(53.3%)	4/15(26.7%)	4/15(26.7%)	15
②	利潤の追求	5/11(45.5%)	4/11(36.4%)	3/11(27.3%)	11
③	書籍の魅力付け	5/10(50.0%)	0/10(0.0%)	5/10(50.0%)	10
④	コンセプトの実現	2/11(18.2%)	2/11(18.2%)	7/11(63.6%)	11
⑤	交流の促進	0/6(0.0%)	4/6(66.7%)	3/6(50.0%)	6
⑥	滞在の促進	0/8(0.0%)	3/8(37.5%)	6/8(75.0%)	8
⑦	お客様の要望に対応	1/6(16.7%)	1/6(16.7%)	4/6(66.7%)	6
⑧	先代の遺志	1/3(33.3%)	1/3(33.3%)	2/3(66.7%)	3

「①客層の拡大」「②利潤の追求」など経営存続に關する目的では、各複合要素一定の比率が得られていることから、各複合要素を取り入れ経営の継続を図る意図が読み取れる。飲食物販売を見ると、「③書籍の魅力付け」の回答がなかった。飲食物販売では飲食物が単体で販売されるため、書籍との関連が難しいと推察する。一方で、「⑤交流の促進」を見ると飲食物販売が他の要素に比べ比較的高いことがわかる。飲食物販売では、書籍に直接関連はないものの、飲食物の販売に加

え、飲食を行えるスペースを設けている書店があり、お客様同士での書籍を通じた交流を促進しやすいため「⑤交流の促進」を目的として飲食物販売を追加したのではと推察する。

次に、複合化の効果に関して、Table5に示す分類視点より分類を行った。

Table5. Classification of the Effects of Composition

複合化の効果	書店数	分類視点
利益の拡大	18	利益や宣伝など経営に関する効果
交流の促進	3	書店内の交流に関する効果
書店の魅力増進	7	書籍や書店の魅力に関する効果
意識変化	2	店主の意識に関する効果
地域との関わり	2	地域など外部とのつながりに関する効果
感じない	8	—

複合化に関して効果を感じないと回答したのが 8/34店舗(23.5%)であった。効果を感じなかった 5/8店舗(62.5%)は継続型であり、出店当初から複合要素を取り入れているため、複合化による効果を感じづらいのではないかと推察する。また、「利益の拡大」では、18/26店舗(69.2%)の回答を得ていることから複合化が書店の経営存続に寄与していると推察する。加えて、「書店の魅力増進」や「地域との関わり」では複合化により休憩の場や地域の相談窓口など従来の本を販売する役割に加えて新たな役割としての書店が効果として挙げられた。

4-4. 地域との関わり の把握

複合化の効果をもとに波及するため複合要素を活用した地域連携方策については、書店を通じた地域との関わりについて24/34店舗(70.6%)があると回答を得た。一方、複合要素を活用した、地域との取り組みについては、3/24店舗(12.5%)と摸索段階であることが分かった。

5. まとめ

本研究では、東京都23区の複合書店を対象に、複合化の実態の把握を行った。書店の複合化が経営の存続に寄与していると推察できるだけでなく、新たな書店の役割としての効果も挙げられた。今後は引き続きヒアリング調査を進めると共に、複合化の目的や効果、店内レイアウトなど複合化に関連する分析を精緻化し書店存続に寄与している要因を明らかにしていきたい。

補注① 住所が不明な書店や生協など大学構内、駅構内にある書店は対象外とした。  
 参考文献① 人口減少に伴う日本の書店数の減少、ハワイ報知社、2022年10月22日紙面、p.1  
 ② 出版科学研究所(最終閲覧日2023年9月30日)https://shuppankagaku.com/knowledge/bookstores/3  
 ③ 日本書店商業組合連合会、「全国小売書店経営実況調査報告書」、日本書店商業組合連合会、2016年④ 中島菜穂ほか4名、「開放型個人書店のハードとソフトの工夫による人やまちの繋がりに関する研究」、日本建築学会大会学術講演集、建築計画、20巻、22号、p.651-654、2022年⑤ 石黒木夏、「複合書店の成立過程に関する基礎的研究」、日本大学理工学部学術講演会予稿集、p.403、2017年⑥ 須藤陽亮、大野琴美、「複合書店に関する基礎的研究」、日本大学理工学部学術講演会予稿集、p.272、2022年⑦ 東京都書店商業組合青年部：全国書店案内http://seme.nbu.tokyo-shoten.or.jp/kumaimap\_ut8.htm(最終閲覧日2022年4月30日)⑧ 田村美葉、東京の美しい本屋さん、エクスナレッジ、2019年⑨ 屋敷直子、東京こだわりのブックショップ地区(散歩の達人 POCKET)、交通新聞社、2017年⑩ 和氣正幸、東京わざわざ行きたい街の本屋さん、ジーピー、2017年⑪ 荒井宏明ほか、全国旅をしても行きたい街の本屋さん、ジーピー、2018年⑫ 本の雑誌の編集部、ニッポンの本屋、本の雑誌社、2018年⑬ マガジンハウス、BRUTUS特別編集合本・本屋好き、マガジンハウス、2014年⑭ 小山力也、古本屋ツアー、イン・ジャパン、原書房、2013年⑮ 田中佳祐、街灯りとしての本屋 11書店に聞く、お店のはじめ方・つづき方、雷鳥社、2019年⑯ Premium 2015年3月号、マガジンハウス、2015年⑰ 建築知識、2022年1月号、エクスナレッジ、2019年⑱ 東京古本とコーヒー巡り(散歩の達人 INTELLIGENT TRIP 04)、玄光社、2012年⑲ TOKYOブックストア&ブックカフェ案内(散歩の達人ブックストア大人の自由時間)、交通新聞社、2003年⑳ 東京ブックストア&ブックカフェ案内(散歩の達人ブックストア大人の自由時間)、交通新聞社、2003年㉑ デジタルテクノロジーは商空間デザインを変えるか、商店建築社、2019年