

離島にある書店の現状

石川 淳

■はじめに

少子化や amazon に代表されるインターネット通販、加えて電子書籍の普及が進む中、リアル書店が今後も読者から支持され続け、発展していくためにはどのような取り組みが必要になるのでしょうか。離島の書店からそのヒントを探って行きたいと思います。

■離島の定義

我が国は 6,852 の島嶼（周囲 0.1 km 以上）から構成され、本州、北海道、四国、九州、沖縄本島を除く 6,847 島が離島と定義とされています。また、有人島は平成 22 年の国勢調査によると 418 島あります。（出典：国土交通省 HP）

■最北端・最南端の書店

最北端の書店は北海道の礼文島にありますが、全国でも珍しい図書館併設型の町営書店です。平成 25 年 4 月に佐賀県武雄市図書館が TSUTAYA と併設されて話題になりましたが、その 20 年も前に開業されています。購入と貸出しという調達方法は異なりますが、活字を読みたいという消費者の単純な欲求を施設の複合化でうまく具現化した事例と言えます。一方、最南端の書店は石垣島にあります。書籍・雑誌以外にも文具・CD・DVD・ゲームなど多様な商材を取り扱っており、エンターテインメントをワンストップで楽しみたいという島民のニーズを商品の複合化で実現しています。

■取り組みの事例

一般的に離島の書店は多くの書店が代々続く老舗企業です。それは島の教育文化発展のため教科書販売を通じてその役割を担ってきた背景があるからです。例えば、島根県隠岐諸島にある老舗書店では、「隠岐」に関係する地元の本を集め「隠岐学スクエア」というコーナーがあります。また、島の歴史に関するセミナーも定期的を開催しており、次世代に継承する取り組みも行っております。更にポイントカードを導入しこれらの情報を会員へメールで配信しています。他の離島書店でも地元関連の書籍コーナーはほぼ必ずあり、観光客の購入や口コミにより遠隔地から注文をもらうなどで、ここだけのロングセラー商品となっている銘柄もあります。本以外にも地元の農産物、お菓子やお酒の併売あるいは地元アーティストを招いて店内でのミニコンサートやアート作品の展示会、または地域のイベントや催しなどをポスターで店頭告知したり、それらのチケットの販売代行などを行っているところもあります。

■離島にある書店の特徴

離島の書店は、島の文化情報発信機能を期待されており、商品面で個性化や専門性、プロモーション面では独自性を実践し、特に、閉鎖商圏ゆえに「顧客の名前や好みを知っている」という接客面での強みを活かし、積極的に（必然的もあると思いますが）顧客や地

域とのコミュニケーションを図っていることが特徴と言えます。

■絶海の孤島に本を！ 書店のない離島の事例

沖縄県の南大東島・北大東島には書店がありませんが、年2回（北大東島では年1回）2日間だけの書店が開かれます。「島の子供たちに新刊本に触れ合う機会を作りたい」と島から要請を受けたのがきっかけで、本島にある東京の書店が本島から船で本を運び出張販売を行っています。島の教育関係者の協力をもらい体育館のような会場に折り畳み机を70本設置して開店します。子供達にはコミックや絵本が好評ですが、親たちも自分の本を買うのをとても楽しみにしているとのこと。また、島には商店が限られているので買い物の訓練や金銭感覚を養う貴重な場となっているそうです。



沖縄本島から 360km
台風の通り道として有名な南大東島
(南大東村 HP より)

■インターネット通販の状況

本土と比較して、離島においてはパソコンの所有や配送料の問題があり、インターネット通販の利用はまだ少ない状況です。しかしながら今後は、スマートフォンの普及と合わせ amazon や楽天で書籍のインターネット通販が配送料無料となりましたので、若者を中心に利用が拡大していくと思われます。一方で、書店に商品を流通させる大手出版物取次会社は、自社で書店が参加できるインターネット通販のインフラを作り参加する書店も増えています。インターネットで注文した本が通常の物流を利用して納品されるので、店頭で受け取る場合は配送料無料です。また、店舗到着日が明確な点やこれから発売される本の情報をいち早く取得できる点では amazon などより優位性があると言えます。

■まとめ/今後の戦略

教育文化発展や地域の歴史伝承を担い「なくてはならない存在」として、離島に限らずリアル書店の果たす役割は大きいものがあります。今後も amazon 等のネット通販や電子書籍と対抗していくことが必然となることが予想されますが、離島の書店に見られるような「品揃えの個性化・専門性」「プロモーション面での独自性」「顧客の名前や好みを言える接客技術」などをヒントに、積極的に情報発信し地域とのコミュニケーションを図ると共に、自社のホームページを入り口に取次会社のインフラを活用したネット通販やポイントカードといった CRM ツールも検討し、費用をかけずに商圏の拡大と顧客の囲い込みをしていくことも戦略の一つとして有効と思われます。

以上

参考文献：「離島の本屋」 著者 朴順梨 出版社 ころから