

「まちの本屋」がまちづくりにもたらすもの

—三鷹市における「本屋とまちづくり」を考える—

堀江 富美

1 はじめに

1.1 研究の背景と目的

「本が売れない」「まちの書店が衰退している」と言われるようになって久しい。書店を調査しているアルメディアによれば、2019年5月1日時点で日本の書店数は1万1,446店と前年比で580店減少し、20年前に2万2,296店だった書店数は48.7%減とほぼ半減した（文化通信デジタル 2019: 第1,3段落）。

しかしその一方で、最近では「書店ブーム」と呼ぶ声もある（柴野 2019）ほど、新しく本屋を始める人も増えている¹⁾。いわゆる「まちの本屋」と言われてきた従来の本屋とは異なり、店主のこだわりの選書やイベントの開催、異業種との合体（喫茶など）といった新しい手法で本を提案することがその特徴と言われ、アメリカや台湾など国外でも盛んな動きである。こうした本屋のほとんどは「独立系書店」²⁾と呼ばれる、個人で経営する中小規模の本屋である。三鷹市にもこのタイプの本屋がこの3年間で2軒新しくオープンしている。³⁾

本屋は人々が本と出会う場であり、それは図書館も同様である。しかし、利用者にとって「調べものに行く」目的が強く、基本図書がきちんと揃っていることや本の探しやすさが求められる図書館と比べ、本の見せ方、店に置く本の選択に自由度の高い本屋では、知らなかった本との偶然の出会いや、自分の気づいていなかった興味が喚起されることも多いと言われる（星野 2013）。特に今の時代は欲しい本がインターネットで簡単に手に入るため、本屋にはそうした出会いこそ求められており、そのニーズに応えるかたちで個性を持った新しい独立系書店も増えていると言える。

そうした偶然の出会い、体験の場が地域に増える

ことはまちにとっても豊かなことであり、またチェーン店にはない独立系書店ならではの個性がまちにも良い影響を与えているとは言えないだろうか。そんな本屋の存在が三鷹のまちづくりにも資することを示したいというのが、本研究の目的である。

なお、本研究で対象とする本屋は、実際に店舗を構え家族を含む個人で経営する独立系書店とし、その定義を「チェーン（全国チェーン、ローカルチェーン）でない単独店舗の本屋」とする。最近では本屋の業態も多様化しており、新刊と古書と両方取り扱う本屋も増えているが、本稿では主に新刊を取り扱う本屋を対象とし、経営形態が根本的に異なる古書のみを取り扱う本屋は取り扱わないこととする。また「まちにおける本屋の意義」を考えることから、店舗を持たないいわゆる「インターネット書店」も対象外とする。

1.2 研究の方法と対象

本研究では、三鷹市近隣で経営する独立系書店の事例分析を通じて主に地域との関係性について論じ、これからの三鷹市のまちづくりにおいてまちの本屋の存在がどのような意義をもつか、三鷹市の地域性を踏まえて考察する。

以下、第2章では、まず日本の本屋を取り巻く現状と三鷹市における現状を概観する。第3章では、これまで本屋がまちづくりに関してどのように論じられてきたか、先行研究を確認する。第4章では、三鷹市近隣地域の2つの独立系書店へのインタビューを通じて、今日の独立系書店の実態と地域との関係について考察する。その結果を踏まえ、第5章では三鷹市における本屋が持つまちづくりへの意義について考察し、最後に第6章で、結論と今後の課題について述べる。

2. 日本の本屋を取り巻く現状

2.1 新刊書店数の推移

本稿の前提として、まず「まちの本屋が厳しい」と言われる現状とその背景について概観する。

日本の出版物は売り上げが 1996 年に、書店数は 1997 年にピークを迎え、その後は現在まで減少が続いている。図 1 は、2006 年度から 2019 年度までの日本の総書店数と一店舗当たり坪数の推移を示したデータである。総書店数は前年を上回ることなく継続して減少しているが、一店舗当たりの坪数は反対に増加傾向にあることがわかる。これについて柴野京子 (2013) は、中小規模の書店が閉店する一方で、新たに比較的大規模な書店が開店・または増床 (店舗拡張) していることを示していると指摘している。また同時に柴野 (2013) は、個人の中小書店はすでに 80 年代ごろから、チェーン店やコンビニエンスストアの進出にさらされていたが、2000 年に旧大店法が廃止され、代わって大幅に規制を緩和した大店立地法が施行されたことで、約 10 年間のうちに相当な勢いで大型店舗の出店が続いたことも、個人で経営する中小規模の独立系書店の閉店が相次いだ要因だと指摘している。

星野渉 (2013) によれば、こうしたまちの独立系書店数の減少の最大の要因は、大型店舗に客を奪われたことだけではなく、インターネットや携帯電話

やスマートフォンなど電子媒体で読む人が増えたことによる「雑誌市場の縮小」である。もともと日本の書店、特にまちなかの小規模書店は、売上高に占める雑誌やコミックの比率が高く商品の回転率も書籍に比べて高いことから、書籍の販売だけでは経営を支えることは極めて難しい構造があったために、雑誌への依存度が高かった小規模書店の経営が行き詰まったのは当然だったという (星野 2013)。ちなみに書店で雑誌が売られることは、世界的には一般的ではなく⁵⁾日本独自の流通スタイルであり「量産型で利益率も高い雑誌が、安定した収益源として出版流通全体を支えていたのだが、ウェブコンテンツやキュレーションメディアに代替されて不振となるや、中小書店の経営を直撃した。さらに (業界内でもまったくといっていいほど話題にならないが) 少子化、独自教材を使う学習塾チェーンの隆盛により、近所の書店で買うことの多かった小中高生の学習参考書が消えたことも、地味に影響している」との指摘もある (柴野 2019: 87-88)。まちの独立系書店は、こうした複合的な要因でその数を減らしているのである。

2.2 日本の出版・書店業界にある背景

—「取次会社」と「委託配本制度」

しかしながらまちの独立系書店はその数を大幅に減らしているものの、もともと日本ほど書店が多い

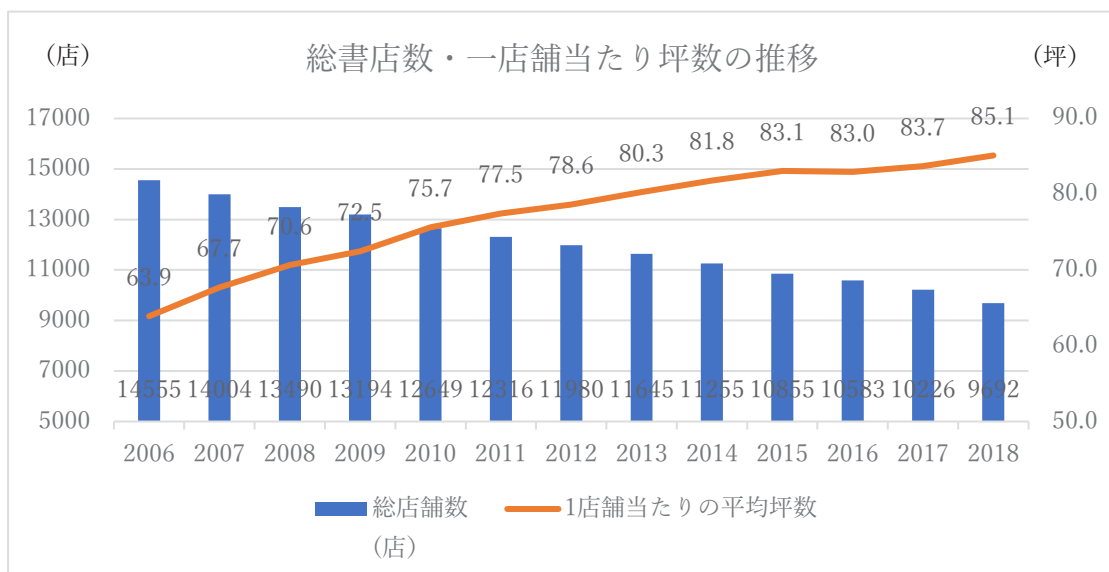


図 1 総書店数・一店舗当たり坪数の推移⁴⁾

国は他に聞いたことがなく、その理由として取次会社の日本独自の仕組みが影響していると、星野(2013)は指摘している。

取次会社とは、出版社から書店に本を届ける会社のことである。一般社団法人日本出版取次協会ホームページを引用すると「このシステムがあるためにベストセラーにならない少量の出版物も大量出版物と同一基準の運賃コストで全国の書店に配送される」という。

星野(2013)によれば、欧米の諸外国では、出版社から書籍を仕入れ書店からの注文に応じて出荷する機能を果たしているのに対し、日本の取次会社は、日々の雑誌配送と新刊書籍を取引先書店の規模や立地、過去の売れ行き傾向などに応じて配分する「配本」という仕組みが中心になっている。この仕組みによって、日本では大手チェーン店に極端に偏った供給にはならず⁶⁾、いまでも日本で中小規模の書店が比較的多く存在してきた理由のひとつであると考えられるという。いわゆる「金太郎飴書店」と揶揄されるようなタイプの店が全国的につくられた背景もこの仕組みにあるとも言われるが、インターネット以前「日本の書店は地域におけるある種の公共装置として機能してきた」(柴野 2015: 86)時代には必要な仕組みだったとも言える。

さらにこの仕組みによって、日本の書店はほぼすべての書籍・雑誌を取次から納品し売れ残ったら等価で返品できる「委託配本制度」によって供給されているため、取次会社はその配本した商品の代金が回収不能にならないように継続的な取引が可能かどうか信用保証を求める必要がある(星野 2013)。取

次会社と取引を開始するにあたり書店は年間売上高の設定や保証金を納めることが求められ、そのハードルの高さゆえに「最近の新規開店はほとんどがチェーン店の支店であり、新規開業の参入者は全くといって良いほどみられない」のが現状であるという(星野 2013: 317)。実際に、2011年に一般社団法人日本出版インフラセンター(JPO)が行った古書店経営者へのヒアリング調査によると、「古書店ではなくて“本屋”を創業した」、つまり、特別に古書店を希望して本屋を始めたのではなく、開業にあたって取次等の資金面から新刊書店を諦め、古書店から始めたという事業者が多かったという(星野 2013: 317)。

こうした、すべての書店に平等に出版物を行き渡らせ、さらに配本された本を自由に返品できる「委託配本制度」という日本独自の制度について、「もともと書店側のリスクが少ない取引形態が、現状では書店の新規参入を阻む結果になっていると言えるだろう」と星野(2013)は指摘している。今日、老舗の独立系書店、いわゆる「まちの本屋」が減少している背景にはこうした出版業界の構造にも要因があると言われているのである。

一方最近では、そうした条件が緩和されてきたとも言われている。2 大大手が約 7 割のシェアを占めてきた取次会社業界にも小規模の会社が登場したことで、独立系書店にとって大きな壁だった多額の保証金を納める必要なく新刊本が仕入れられるようになってきたことや、取次会社を介さずに出版社から直接書籍を仕入れる「直取引」という仕入れ方が選べる出版社も少しずつ増えてきたことは、最近の出

表 1 都市別出版物販売額と一人当たり年間購入額(2018年度)⁷⁾

	人口	都市別出版物販売額		書店		図書館
	人口 (人) (A)	都市別出版物 販売額(百万円) (B)	1人当たり年間 出版物購入(円) (A/B)	店舗数 (店)	坪数 (坪)	館数 (館)
三鷹市	183,386	1,151	6,277	6	437	6
武蔵野市	143,159	4,932	34,449	18	2,357	3
調布市	230,540	2,942	12,762	15	1,247	11
小金井市	118,651	764	6,437	11	801	4
府中市	254,709	3,034	11,910	11	1,044	13

版・書店業界の大きな変化と見られている（南陀楼綾繁 2018）。まさにこの変化が、最近の新しい独立系書店の増加に繋がっているのである。

2.3 三鷹市の本を取り巻く現状

三鷹市は「太宰が生きたまち」を市のキャッチコピーの一つに掲げ、大手出版社の筑摩書房と太宰治賞を共催するなど、様々な太宰治顕彰事業を行っている。また太宰治だけではなく、かつては山本有三も在住していたり、現在も児童文学者の神沢利子氏や作家の奥泉光氏が在住していたりと「文学の薫り高いまち」というイメージが市の大きなブランドの一つとなっている。

しかしながら、今日の三鷹市はまちなかで本に触れる、親しむ環境が充実しているかと言うとそうだとはいえない現状があることが、下記のデータから読み取れる。

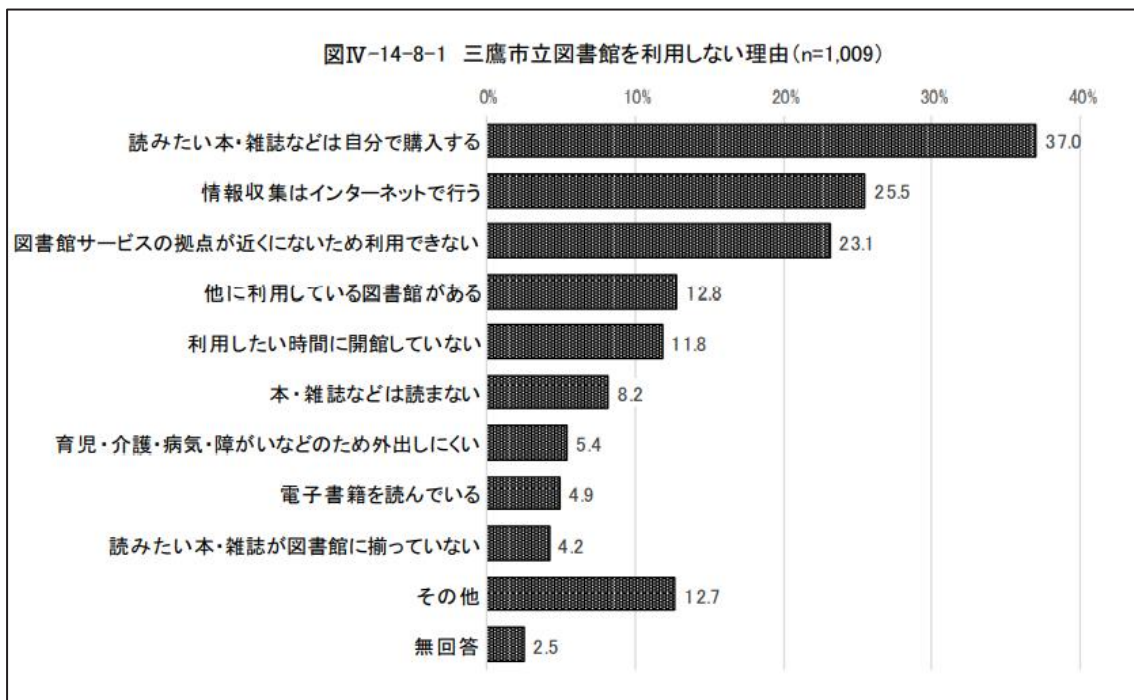
本データは、二大大手取次会社の一つである「日本出版販売株式会社」が作成したものであり、データ内の「都市別出版物販売額」は、その自治体内で購入された出版物の販売額であるため、必ずしもその市民が購入した額を示すものではないことを予め断っておく。あくまで「本を購入する場所の偏差」

を見るための参考として人口で除してみると、三鷹市は一人当たり年間出版物購入額が6,277円と近隣市に比べ最も少なくなる。また市内書店数を比較しても6とこちらも最も少ない。吉祥寺という大型のチェーン書店や独立系書店が立ち並ぶまちの隣という土地柄も大きく影響しているものと思われるが、三鷹市民は「市内に書店が少ないため、市外での購入が多い」ことが推測される。

一方で三鷹市が平成30年に実施した「第4次三鷹市基本計画第2次改定等に向けた市民満足度・意向調査」の報告書によると、三鷹市立図書館を利用しない理由として最も多かったのが「読みたい本・雑誌等は自分で購入する」(37.0%)であった(図2)。

本調査では購入経路までは分からないが、その他の理由(「本・雑誌は読まない」8.2%、「電子書籍を読んでいる」4.9%)を見ると、紙の本や雑誌を何らかの方法で入手している人は、少なくとも図書館を利用しない層のなかには多いようである。

これらのデータから、三鷹市内における本を買う場づくりにはもっと伸びしろがあるように考えられる。



出典：第4次三鷹市基本計画第2次改定等に向けた市民満足度・意向調査報告書 p139

図2 「三鷹市立図書館を利用しない理由」回答

3. 「本屋」はどのように論じられてきたか

3.1 本屋および本とまちづくりに関する研究

日本においては「本屋」が研究の対象として取り扱われ始めたのは比較的最近で、先行研究の蓄積は決して多いとは言えない。2006年に科研費研究として発表された「英国・日本における古書店街の比較社会学的研究——まちづくり思想の相違について」の序文には「この研究は本屋街として、本が商業的に扱われながら集積している場所(地域)を学術研究の対象として取り上げた初めての試みである」と述べられている(大内他 2006)。この研究が取り組まれた経緯として「インターネットをはじめとする無機質な情報世界が拡大するにつれて、逆に本屋が沢山ある場所の存在感が増しつつある」とあり、本屋が意識的に考えられるようになった社会的な変化が指摘されている。

本屋と地域の関係についてすでに示されていることとして、まず「サード・プレイス」⁸⁾と呼ばれる、地域の居場所であるという指摘(林田他 2003)(渡部 2018)がその筆頭と言えるだろう。また、地域の本屋や市民が一体となった地域活性化の取り組み事例⁹⁾から、本が持つ「メディア」としての力、つまり本をきっかけとして地域住民につながりを生み出すコミュニティづくりへの可能性があることが指摘されている(石井 2009)。

3.2 近年の独立系書店の増加に着目した研究など

独立系書店の全国的な増加については『電子書籍元年』と呼ばれた2010年頃から、むしろリアル書店の機能や役割に対する期待や注目が集まり始めている(星野 2013: 317)という指摘もあるように、実際に店舗数が増え始めた2010年代以降、国内外で少しずつ研究・言及がなされてきている。

柴野(2015: 86)は、新しい独立系書店について「例外はあるものの、サブカルチャーや人文書など、分野を限った選書や雑貨販売を行っていること、家具調の什器やカフェスペースの併設で、居心地のよい私的空間をデザインしている」と、その特徴を説明している。またこれは研究ではないが、最近のこのような傾向について「大型書店との差別化と、実用

書の売り上げ減をおぎなう、利幅と単価のある生活雑貨や服飾品の販売が必要だったのだ」と店存続のための手段であるとの指摘(堀部 2018: 66)や、最近の独立系書店に限った話ではないが「書店論には、人文書や芸術書、海外文学や詩歌の品ぞろえに力を入れたり独自色を出したりする本屋こそが「いい本屋」であるとするものが多い」(本屋図鑑編集部 2014: 137)と、店主の好みに絞った選書をするので、一部の客、特に子どもを対象から排除している面があるとの指摘もある。

また、国外ではあるが最近増えている独立系書店に関しては最近になって研究が発表され始めている。全米書店組合(AAA)によれば、アメリカの独立系書店は2009年から2018年の間に1,651件から2,470件へ49%も増加しているという。この現象に対し、ハーバード・ビジネス・スクールのライアン・ラファエリ助教は、独立系書店はコミュニティ(Community)、キュレーション(Curation; 収集)、コンビーニング(Convening; 開催すること)、という3つのCが要素となっていると指摘している(Raffaelli 2020)。

さらに、台湾と日本(京都市)の書店を比較分析した研究では「独立系書店として、地域密着型、コミュニティ型と観光型の3種類に分類できる」と分析したうえで、「日本は台湾より地域連携性を重視すると考えられる」と指摘されている(Shen Wei-Ting, Lin Chia Hua 2016)。これら2つの研究において「コミュニティ」が共通して指摘されており、独立系書店の特徴として「地域と強い関わりを持つこと」が示されている。

しかしながら、日本の独立系書店については数少ない先行研究でその傾向が示されているものの、研究対象としてはまだほとんどみなされていないのが現状である。何より、国外の先行研究で示されている「コミュニティ」つまり地域との関わりについては、その実態がどのようなものであるかについては明らかになっていない。

そこで次章では、日本の独立系書店の事例分析を通して、店の特徴や地域との関わり方をみていく。

4. 事例研究（独立系書店へのインタビュー調査）

今回、三鷹市近隣地域である荻窪及び西荻窪にある独立系書店2店を対象にインタビュー調査を実施した。1店は2016年に開業した新しい独立系書店「Title（タイトル）」の店主に、もう1店は約半世紀の間経営している老舗の独立系書店「今野（この）書店」の店主に依頼した。両店とも独立系書店が厳しいと言われる昨今でも、地域の人々や本好きの人々の支持を受けている全国的にも有名な本屋である。

この2店を調査対象とした理由は2つある。1つは、近隣にあることから三鷹市と地域性が近いと考えられること、そしてもう1つは、最近では珍しい「まちの本屋の成功事例」をあえて取り上げることで、どのような点が支持されているかを明らかにし、まちづくりへの可能性の一端を見出すことができるのではと考えたことによる。

両店にはいずれも、筆者が三鷹市立図書館勤務時代よりお世話になっている本屋・出版関係者の方より紹介をいただいた。

インタビューは半構造化インタビューを採用し、主に①店の特徴②まちとの関わり③「まちの本屋」としての考え、についてうかがった。インタビューは、2020年9月と10月に、それぞれの店で、いずれも対面で行った。大変お忙しい中、1時間から1時間半ほどお話をうかがわせていただいた。インタビュー内容は逐語録を作成した。なお、いずれの店主からも店名を公表することを承諾いただいている。

分析は、それぞれのインタビューの内容分析を行ったうえで、さらに両店にどのような違い、あるいは共通点があるかを比較分析した。なお、両店には開店時期や店の形態、経営手法に異なる点があるため、一部の質問を変えてインタビューを行っている。

4.1 新しい独立系書店に対するインタビュー調査

インタビューを行ったTitleは、2016年に開店した個人で営む新しい独立系書店である。店主は以前、大型書店に長年勤めており、荻窪の地に独立開業した。1日の来店客数は、商品を購入する人で換算すると、平日は40人程度、土日は約70人程度であり、

在庫数は約1万冊規模の本屋である。この本屋は、店主の考えが反映された品揃え、選書で全国に多くのファンを持つことで知られている。また、新しくできた独立系書店にはほとんど見られない「取次会社」とも契約し、幅広いジャンルを取り扱っているという大きな特徴を持つ。こうした店づくりについて、まちの本屋として「子どもからお年寄りまで幅広い人に開いた店」としての役割を認識していることが、次の語りからうかがえる。

個人店にしてはバランスよくというか、子どもの絵本から漫画から雑誌から、いろいろなものを、小さい空間ですけど、並べられているというのが特徴です。どうしても始めるときは、自分が好きな本とか、当然私にももちろんありますけど、そこからやっぱり始めるというのが大きいんですけど、本は一日300冊くらい出ていますし、毎日毎日、そこからどういうものを集めてきて、それをどう変えていくかというのは、やっぱり世の中に出てくる本とか、ニーズとか、そういったのを知らないと、だんだん独りよがりにもなっていくので。そういうずっと20年近くやってきた経験と、取次と契約できたことから、こういった店になったところはあると思えますね。

最近の新しい独立系書店は、店主こだわりの選書がその一般的な傾向と言われており、それは同時に資金面のハードルから取次会社から仕入れることができないことにも要因があることは先述している。Titleはそうした傾向とは一線を画し、まちの本屋としての間口の広さを重視し、地域の人が気軽に入ることのできる店づくり、品揃えを「取次会社を介して仕入れる」方法によって実現していた。それによって、大人向けの月刊誌や週刊誌、さらに子ども向け漫画雑誌も取り扱っており、一見「こだわりのある通好みの本屋」という印象を受けるが、実際には「子どもが一人でコロコロコミックを買いに来ることもある」という。

この本屋がそうした経営を可能にしたのは、店主のこれまでの経験や力量は当然あったと思われるが、本屋を経営するうえで三鷹市を含めたこの辺りの「地域性」が大きいとも語っている。

三鷹もそうですけど、この辺りの方は本の好きな人が多いですし、昔から中央線って言えばいろいろ、作家の方とかデザイナーさんとか編集者とか今もたくさん住んでいますし、各駅に何かしら良い古本屋さんや本屋さんがあつたりしますから。本に関して言うとすごく寛容なまちというか、感度も高いし。こういう場所で近所の人が例えば「みすず書房」とか「岩波書店」とかいわゆるそういう専門書を扱った、5千円とか7千円とかするような本も割と普通に買っていかれたりするので、そういう意味ではちょっと特殊な場所なんですよ。日本で見ても、東京の中で見ても、近所の人がどういう本を読まれるかっていうのだと、かなりいい場所というか。

いま、取り扱いジャンルを限定せず、地域に開かれた「まちの本屋」がやっていくには厳しいなかでも、三鷹市を含むこの地域には、そんな本屋が存続するための地域性、強みがあると言えるのかもしれない。

さらに次の語りにも、最近の新しい独立系書店にはほとんど見られない、地域で営むうえでの「子どもへ果たす責任」という認識を持っていることが表れている。

「このまちに対して責任がある」というか。お客様がいいと思っていればそれは売って当然だろうという意見もあるのですが、(中略) このお店で本を買って育てていく子どももいると思うんですけど、そういった子が変な本を読んで…って言うとその本に悪いんですけど(笑)、何か間違った人生を歩んでしまわれても困るし(笑)。本屋って、それぞれ読む本は違いますが、何か自分を育てていくような本を自然とその人たちは選んでいくわけだから、やっぱりそういう本を、自分が「これいいな」っていう本を人が読んでくれて、その人になっていくっていうような。そんな本を選びたいし、そういう本を置く。責任っていうとちょっと強い言い方になりますけど、やっぱりそういうこともあると思うんですよ、まちとの関わりとして。」

地域の将来を担う子どもたちへのこうした視点を持つていることは、まちの

本屋として「まちづくり」の担い手でもあるという考えが表れていると言える。

また店主は、開業してからこの約5年の間に店の品揃えに変化があったと語っている。まちと店が相互に影響し合っている様子が、次の語りに表れている。

近所の人が入ってきて、何か聞かれたり買われたりすることで、こういう本が求められているんだとか、やっけていてすごく気づくことが、この5年くらいで多かったの。そういうことを繰り返していくうちに、だんだん中に置いている本も変わってはいくんですよ。なので、そういう本を通してそのまちに求められている、全員が求めているかはもちろんわかりませんが、そういうものにだんだん店自体がなっていくというか、そういうこともありますね。

ある雑誌で本屋を特集した記事の中に「今回の取材でハッとさせられたのは、想像していた以上に、書店の人は地元を強く意識して、店に反映させている、ということだ」(北條 2018)との一文があった。まちの本屋は、毎日約300冊も出版されるという膨大な数のなかから、そのまちに合うものや求められるものは何かを日々考え、限られた空間のなかで置く本を選び、店頭から提案しているのだ。

しかし同時に店主は、自身の店を「まちの本屋」としてではなく、「本屋」という意識を持っているとも語っている。

「まちの本屋」というふうに、自らを思っているわけでもないんですけども。かと言って別にまちの人を相手にしないっていうわけでもないです。本をこう、毎日、今日も入ってきていますが、その中から自分がいいなと思って出しているのは、割とまちとは直接関わらない部分なんですよ、どちらかという。もっと広い「社会」に対して言っている意識の方が強くて。「まちの本屋」というか、単なる「本屋」という、そういう職業意識に基づいて言っている部分は大きいですね。(中略)「自分が残してお

きたいものにお金を使おう」みたいな、そういう人っていうのは、本屋に限らず、そういうお金の使い方は考えられている時代なので。それは人によってやっぱり違うと思いますけど、そういうときに「みんなのための本屋」というか、あまりそういうのがなくて、相手にしていると、何かあったときにズンと（売り上げが）下がってしまうけど、特定の何かコミュニティとか、そういうのがあつたりすると、そういう時でも買い支えをしてくださることもあったので。

ここでいう「コミュニティ」とは、地域のコミュニティではなく、Title の発する雰囲気やメッセージ、紹介する本のセレクトに共感し、それを支持する客（ファン）のことを指している。店主にとって、地域に住んでいる人も、こうした全国にいる常連客も、関係性にそれほど違いを感じないという。これは、インターネットや SNS を活用することで、地域を限定せず情報発信ができる今の時代ならではの価値観であると言える。またそうした客は、このコロナ禍の前には遠方からでも店を訪れていたという。「まちの本屋」の存在が、地域に人を呼び込む力を持っていることが、この語りには示されていると言えるだろう。

4.2 老舗の独立系書店に対するインタビュー調査

インタビューを行った今野書店は、西荻窪駅前に店を構える、昭和 40 年代に創業した老舗の独立系書店である。1 日の平均来店客数は 1,500~2,000 人ほど、スタッフ数は約 20 人、在庫数は約 8 万冊規模の本屋である。昔ながらの「駅前にあるまちの本屋」であり、その品揃えから地元の作家に常連客も多い「本のまち」として知られる西荻窪を代表する本屋である。

店頭の販売に加え、近隣の中高校への教科書販売を行っていたり、地域の図書館へも雑誌を納入していたりするなど、その事業内容は地域に深く根ざしている。

子どもからお年寄りまで、地域のすべての人に向けて本屋をやっている使命感を持っていると同時に、高い選書力を武器に「地域の本好き」を満足させる品揃えで、地域の人々から長年にわたり高い支持を

受けていることがインタビューから分かった。

普通のまちの本屋で、奇をてらったところはないです。「昔からあるまちの本屋」として、よく言われますが、子どもの本から学習参考書も置いていますし、大人の本まで老若男女すべての方にお越しいただいています。大満足とはいなくても、ある程度満足できる品揃えを目指してやっています。客層は選ばないというか、うちはあえてそうしているところがあります。最近では、いわゆる民度の高い 40~60 代の年齢層で本好きの人や、あるいはもうちょっと若い人をターゲットに絞ったりしたお店が増えてきていますが、うちはそういうお店ではないですね。

新しい独立系書店に多く見られる「個性を強調し、ターゲット層を絞る」という傾向に対し、自身の「昔ながらのまちの本屋」としてはそうではなく、地域のすべての人に向けてやっていることへの使命感を強く感じさせる語りである。その一方で、自分たちのような「普通のまちの本屋」も、平均的な品揃えをするだけではなく、本好きの人に共感されるような店づくりが重要であるという。

新しくできている本屋を見てみると、地方にもいっぱいできていますが、見て感じるのは、「自分の好きな本」を置くじゃないですか。セレクトショップとして自分の好きな本を置いて、それに共感する人たちがお客さんとして来てくれるわけで、その限られたお客さんたちだけで成り立つ、というか、それで十分成り立つんですよ。それだけそういうお客さんが地域にいるってことですよ、結局。それと同じことを、普通のまちの本屋もやればいいんですよ、本当はね。

本当なら、本の好きな人をしっかりとつかまえていると、そういう人たちはすぐ買ってくれるんです。リピーターにもなりますし。そういう人たちは「この本屋には欲しい本がたくさんあるな」とか、あるいは「親身になって取り寄せもしてくれるな」とファンになってくれるというか。」

実際に今野書店は、人文書や社会系、ノンフィクションなど「本好きの方の琴線に触れるような本」の品揃えに地域の好きから高い評判を得ており、それが店の一番の強みとなっているという。昔ながらのまちの本屋であると同時に、いまの新しい独立系書店に多く見られる「選書力の高さ」も強みである両方の面を持っていると言える。

ただ、このような店づくりは、他地域の店からは「この地域だからやっつけける」と言われることがあるという。しかし、そうした地域に育った背景にこそ本屋の存在があり、それが今の地域のイメージをつくっていったと店主は語っている。

よく、地方の書店さんから「このまちにあるから今野書店さんにはそういう本の好きなお客さんが集まってくる」と、半分うらやましいというか、そういうことをよく言われるのですが、そうでもないかなと個人的には思います。それから、若い書店員が言った言葉ですが「地域を耕す、根付かせる」というか。また、ある作家さんかライターさんからも「このまちに本の好きな人が集まっているから今野書店に来るのではなくて、今野書店やいい本屋がたくさんあるから、このまちに本好きが集まってくる、そういうことなんだよね」と一度言われたことがあります。そういうことが大事なんだと。いい本を集めている本屋があると、そこにそういう人たちがだんだん、時間はかかるけれど、何十年もかかりますが、集まってくるようになるし、このまちに作家さんや編集者の人がすごく多いのは、うちだけじゃなくて、そういったいい本屋さんが昔からあった、ということで、そういう人たちが集まってくるようになったということだと思います。」

地域性は一朝一夕につくることはできない。しかし、この本屋のように「まちの文化」を形成していく存在が長くあり続けることによって、そのまちの地域性、ブランドが育っていくことが、この語りには表れている。

またそのように、長くそのまちにあり続けていることが、地域の人にとっていつでも気軽に行ける場

所として親しまれる場となっていることが分かった。店主自身も、この店が地域のコミュニティのような機能を持っている認識を持っていることが、次の語りに示されている。

地域の人たちとの関わりというかコミュニケーションがすごくあります。他の本屋の方が見学に来ることもありますが、よく言われるのが「こんなにお客としゃべっている本屋さんは見たことがない」と。コミュニティではないですが、それに近いような感じで、スタッフがお客さんとしゃべっていることは多いですね。しっかりと（地域と）繋がっているという感じはあります。

実際に私が取材にうかがった時も、多くの客が店員にあいさつをしていたり、小さい子どもが親と来店した際に、当たり前のように店員に話しかけていた光景が見られた。また店主は、最近の「カフェ」を併設する本屋に対して、自身の店にとっては、今はその必要性を感じないと語っていた。それは本の売り上げを補填する手段としての必要性だけではなく、すでに今の「本を売る場」という店のかたちが、地域の人々の居場所としての役割も果たしているという考えもあつてのことかもしれない。

今野書店は、このように「地域に愛されるまちの本屋」という側面が強い一方で、Title と同様に、地域の人だけでなく遠方からも人を呼び込む力を持っていた。

あとはやっぱりネットとかもあるのかなと思います、SNS とか。最近なぜかわからないけど少し注目されることも多くなって。まちの本屋を長くやっているところが大分減ってきているので、取材を受けることもあつて。そういったこともあつて、たまに遠くから来たとか、そういう人も増えたような気はします。遠いけれど、ネットで見るとここは信用できるから注文しにきたと言ってこられた方もいました。

「普通のまちの本屋」であることが厳しくなっているいまは、今野書店のような存在自体が店の個性

となっていると言えるだろう。店主も、そのリアルな厳しさをインタビューで語ってくれた。それでも、地域と信頼を築きながら長年このまちで営んできたことで、今日では一部遠方からも本好きを呼び込むほどの店となり、そのまちの個性にもなっていることが分かった。

4.3 インタビュー調査の結果

以上のインタビューで語られた内容について、カテゴリ別に分類し表にまとめた。インタビューを比較すると、開業時期や店舗の規模、経営手法や形態といった物理的な面に違いはありつつも、まちに対する考え方や地域との関わり方は多くの面で共通していることが分かった。

カテゴリ	語り (Title)	語り (今野書店)
地域性の認識		
	本好きが集まるまち	
	三鷹もそうですけど、この辺りの方は本の好きな人が多いですし、昔から中央線って言えばいろいろ、作家の方とかデザイナーさんとか編集者とか今もたくさん住んでいますし。すごく本に関して言うと寛容なまちというか、感度も高いし。	いい本を集めている本屋があると、そこにそういう人たちがだんだん、時間はかかるけれど、何十年もかかりますが、集まってくるようになるし、このまちに作家さんや編集者の人がすごく多いのは、うちだけじゃなくて、そういったいい本屋さんが昔からあった、ということで、そういう人たちが集まってくるようになったということだと思います。
地域への役割認識		
	地域に広く開かれた店づくり	
	どうしても始めるときは、自分が好きな本とか、当然私にももちろんありますけど、そこからやっぱり始めるというのが大きいんですけど、本は一日 300 冊くらい出ていますし、毎日毎日、そこからどういうものを集めてきて、それをどう変えていくかというのは、やっぱり世の中で出ている本とか、ニーズとか、そういったのを知らないと、だんだん独りよがりにもなっていくので。そういうずっと 20 年近くやってきた経験と、取次と契約できたことから、こういった店になったところはあると思いますね。	客層は選ばないというか、うちをあえてそうしているところがあります。最近では、いわゆる民度の高い 40~60 代の年齢層で本好きの人をターゲットに絞ったり、あるいはもうちょっと若い人をターゲットに絞ったりしたお店が増えてきていますが、うちはそのようなお店ではないですね。 お客さんの要望に対してはしっかりと応えるというか、例えば注文をいただいた本はなるべく早く取り寄せるとか、そういったことも含めて、そうすると注文するお客様も、お子さんであってもお年寄りであっても平等にやるとなれば、これは品揃えもどこかに特化するのではなく、すべてのお客様が平等に來られるような環境をつくってあげないと。
	子どもへの視点	
	「このまちに対して責任がある」というか。お客様がいいと思っていればそれは売って当然だろうという意見もあるのですが、(中略) このお店で本を買って育てていく子どももいると思うんですけど、そういった子が変な本を読んで…って言うとその本に悪いんですけど (笑)、何か間違った人生を歩んでしまわれても困るし (笑)。本屋って、それぞれ読む本は違いますけど、何か自分を育てていくような本を自然とその人たちは選んでいくわけだから、やっぱりそういった本を、自分が「これいいな」という本を人が読んでくれて、その人になっていくっていうよ	基本的にはお子さんを対象にした「おはなし会」を 2 か月に一度、定期的に必ずやっていました。コロナでできなくなってしまったのは痛いところです。お子様に本を好きになっていただくのは大事なことだし、それによって子どもの頃からうちで本を買っていただく、本に親しんでいただくためにやっています。 例えば教科書販売やってるのに学習参考書がない書店となるとやっぱりまずいだろうな、といったそういうことをいろいろ考えざるを得なかったりします。

<p>うな。そんな本を選びたいし、そういう本を置く。責任っていうとちょっと強い言い方になりますけど、やっぱりそういうこともあると思うんですよね、まちとの関わりとして。</p>	
<p>地域の居場所としての認識</p>	
<p>本屋ってもともと、別に用がなくても来れるというか。買うものがなければそのまま出て行ってもいいし、何かちょっと「開いている場所」があるといいですよ。この店にはカフェと本屋と両方ありますけども、別に本を買わなくても、奥のカフェだけ来て、ちょっと落ち着いて帰っていかれたりとか。そういう場所というか、少し落ちつけるような、そういう場所になっていると思います。こういった姿でここにあって、自由に人が出入りして、されているっていうのは、ひとつはそのまちの風景の一つになっていくというか、そういう役割は果たしていると思うんですよね。</p>	<p>地域の人たちとの関わりというかコミュニケーションがすごくあります。他の本屋の人が見学に来ることもあります。よく言われるのが『こんなにお客としゃべっている本屋さんは見たことがない』と。コミュニティではないですが、それに近いような感じで、けっこうタップがお客さんとしゃべっていることは多いですね。しっかりと（地域と）繋がっているという感じはあります。</p> <p>最近よくある「カフェ」や雑貨を中心に力を入れる、なぜそうするかというと、それは利益率が高いからで、本を売るよりはるかにそちらで儲けた方が利益になるからなので、そうした書店も最近見受けられますが、うちはまだそういう風にはしないというか、そこまでの必要性は感じていません。</p>
<p>まちと店の相互作用</p>	
<p>近所の人が入ってきて、何か聞かれたり買われたりすることで、こういう本が求められているんだとか、やっついてすごく気づくことがこの5年くらいで多かった。そういうことを繰り返していくうちに、だんだん中に置いている本も変わってはいくんですよ。そういう本を通してそのまちに求められている、全員が求めているかはもちろんわかりませんが、そういうものにだんだん店自体がなくなっていくというか、そういうこともありますね。</p>	<p>（再掲）いい本を集めている本屋があると、そこにそういう人たちがだんだん、時間はかかるけれど、何十年もかかりますが、集まってくるようになるし、このまちに作家さんや編集者の人がすごく多いのは、うちだけじゃなくて、そういういい本屋さんが昔からあった、ということで、そういう人たちが集まってくるようになったということだと思います。</p>
<p>まちの魅力を高める力</p>	
<p>「ファン」をつくる店づくり</p>	
<p>「自分が残しておきたいものにお金を使おう」みたいな、そういう人っていうのは、本屋に限らず、そういうお金の使い方は考えられている時代なので、…やっぱりあの「顔の見える関係」というか、そういうのが非常に大事になってくると思います。そこに例えばインターネットのようなものが重なってきて、「場所を選ばなくても繋がれるようになった」とか、そういうところは昔とは違うとは思いますが、</p>	<p>本当なら、本の好きな人をしっかりとつかまえていると、そういう人たちはすごく買ってくれるんですよ。リピーターにもなりますし。そういう人たちは「この本屋には欲しい本がたくさんあるな」とか、あるいは「親身になって取り寄せもしてくれるな」とファンになってくれるというか。</p>

図書館との違い	
本の選び方・出会い方	
<p>「買ってその人のものに本になる」っていうのは、やっぱり借りて返すのとはちょっと違うんじゃないかと思います。それはやっぱり手元に置いておきたいとか、何回も見て、別にちゃんと読むわけじゃないかもしれないけど、「これ自分に近いものだからここに置いておく」みたいな、そういう心の動きだと思うんで、それはやっぱり最終的には買わないといけないと思うんですよね。ちょっと切実なのかもしれないですね。</p>	<p>本屋の場合はまず「売れるかどうか」を見ながら本を置く、というのが大前提で「この本はいい本だから薦める」のではなくて、「この本売れそうだな」というところから発想して置く、平積みするという部分はあります。図書館は売れる本売れない本関係なく、問題なのは「貸出率」だとかそういうところで。私が図書館に思うことは、貸し出しがある本を一生懸命揃えるのではなくて、図書館としてなくてはならない本をしっかりと購入してもらって。その方が本屋との両立としては成り立ちやすいかなと。</p>

まず共通していたのは、両店とも店のある地域に対し「本への感度の高いまち」という認識を持っており、そうした地域のニーズに応える高い選書力を強みとしていたことである。両店ともそうした選書力、店づくりがメッセージとなり、独立系書店の経営が厳しい今の時代でも本好きの間で高い支持を得て、遠方からの客をも呼び込むこと、まちの魅力を高めることにも繋がっていた。特にTitleは、インターネットを活用して店のメッセージを発信することで全国にファンを持ち「地域を問わない繋がり」も併せ持っていた。

それと同時に、両店とも「まちの本屋」として、地域に広く開かれた場所であることを重視していた。なかでも、地域の子どもたちが気軽に通うことのできる本屋であることを「まちの本屋」としての役割であると認識していたことが、大きな共通点であった。Titleは、新しい独立系書店にはほとんど見られない児童向け雑誌の取扱いも、取次を通す形態をとることで実現させており、今野書店も「お子様に本を好きになっていただくのは大事なことだし、それによって子どもの頃からうちで本を買っていただく、本に親しんでいただくために（おはなし会を）やっている」「教科書販売をしているのに学習参考書がない書店ではいけない」とも語っており、地域の子どもたちへ向ける意識の高さがうかがえた。

一方、両者の違いが見られたのは、地域の居場所としての在り方と、図書館との違いの認識であった。前者については、カフェの持つ価値に対し、それが「本屋経営の手段」としてのものか、「地域の人の居場所」としての役割と見ているかで認識の違いが見

られた。しかし両者とも、店の存在が地域のあらゆる人の居場所であることに対する思いは同じであった。また図書館との違いに対する考え方は、Titleは利用者の目線、今野書店は運営する側の目線というところに大きな違いがあった。今野書店のいう、いわゆる図書館の「複本問題」は数年前に大きな話題となったが、今野書店自身が地域の図書館に納品していることもあり、図書館の実態も知ったうえで、現在でもまちの本屋であり続ける立場からのリアルな声と言えるだろう。

このように一部の考えに違いは見られたが、まちの本屋としての地域との関わり方、重視しているところは共通していることが分かった。

5. 三鷹市の地域性を生かした「本屋とまちづくり」の可能性

5.1 事例研究の考察

インタビューにご協力いただいたいずれの独立系書店も、まちに開かれた場所であることを重視し、ターゲットを絞ることなく幅広い品揃え、店づくりをしていた。同時に、まちのニーズに応えつつ、新たな興味・関心を引き出すような高い選書力を兼ね備えていた。後者については、いま注目されている新しい独立系書店に見られる特長であり、そうした店づくりがまちに影響を与えるものではないかと調査前は考えていた。しかしそれは新しいか老舗かではなく、その本屋の「人」が作り出しているものであった。いわゆる「昔ながらのまちの本屋」的な、いつでも誰でも受け入れてくれる安心感と「ここに

は自分の欲しい本に出会える、新たな発見がある」という信頼感や期待感が寄せられていることが、まちな本屋の経営が非常に厳しいと言われる今日でも、両店が高い支持を得ている背景にあると分かった。

そんな本屋がまちにあることが、まちにどのような影響をもたらすのか。インタビューの語りから、これまでも指摘されている、地域のサードプレイスやコミュニティとなることに加え「子どもたちの本への興味を高める」「まちの個性を反映し、地域性をつくり出す」、この2つが大きいと考える。

まず1点目について。両店主とも、まちな本屋の担う役割として、地域の子どもたちに向けた品揃え、店づくりがあると語っていた。本屋の価値として、地域の「サードプレイス」であることはすでに先行研究でも指摘されているが、サードプレイスは大人だけが必要なものではないだろう。特に子どもが一人で気軽に足を運ぶことができる場所は今やどの地域にとっても貴重であり、またそれが、Titleの店主の言葉を借りると「自分をつくるもの」に出会える本屋という場であれば、子どもたちにとって豊かなまちとも言える。また、行動範囲が広くない子どもたちにとって、歩いて行くことができるまちな本屋の存在は、自然に本と出会える貴重な接点の一つとなる。「最初に、本を読みたい、図書館がほしい、という需要があったわけではない。きめ細やかな供給があり、そこで初めて需要が生まれるのだ。供給が貧乏ければ、需要は生まれない。」(島田 2016)は、図書館に対する言及であるが、まさにまちな本屋にも当てはまるものと言える。

次に2点目について。まちな本屋は、日々膨大な点数が出版される本という商材を、その限られた空間に厳選して並べている。『「棚」の魅力こそが、書店が持っている力であり、本と人が会うために果たす書店の役割である。』と星野(2013)も指摘しているとおり、特に独立系書店やまちな本屋には「棚」にその書店主の考え、メッセージが強く表れていると言える。

しかしながら、その「棚」は本屋独自の目線だけでつくられるものではないことも、両店のインタビューの語りからはっきりと示されていた。Titleの店主の、独りよがりにならないように取次会社を通しての選書も行っていることや、また「だんだんと置いている本も変わってきた」と語っていたよう

に、その棚は、本屋がまちを反映してつくり出すものでもある。今野書店の店主も、お客さんの要望に応えることが大事であると、インタビューで繰り返し語っていた。

また、今野書店には「西荻本」と冠し、地域に関する本や雑誌を、ジャンル問わず揃えているコーナーを設けている。そこで発信する情報やメッセージは、そのまちの魅力や個性を表しており、それは「そのまちにあること」を強く意識するまちな本屋だからこそ生み出せるものである。

まちに根ざし、長くまちにあり続けることは、今野書店の店主の言う「地域を耕す」こと、その地域の文化を時間をかけて醸成していくということである。まちな本屋が成り立つことが厳しい今日、長い目でまちにあり続けようとするのは難しいと思われるが、三鷹市周辺の本への感度が高い地域性により可能となっている面があった。Titleの店主は、上記のような地域性は出店を決める際に重視した点であると語っていた。これらのことから、三鷹市を含む周辺地域には、長いスパンで本に携わろうとする人財を呼び込める強みがあると言えるだろう。

5.2 追加インタビュー（三鷹市における本屋とまちづくりの可能性）

今回のインタビューで共通して語られた「この地域の本への感度の高いまちというイメージ」は、三鷹市においても本屋によって築かれてきた面があったのかを確認すべく、三鷹市の文化的な歴史に詳しい市内の印刷会社である株式会社文伸の川井社長にかつての三鷹市の本屋事情をうかがった。川井氏によれば、三鷹駅前にも1990年代頃までは多くの独立系書店が点在していたという。なかでも、三鷹駅南口の目の前にあった第九書房は「数ある書店のなかでもピカ一だった」と語っていた。第九書房は昭和27年に開業した独立系書店である。創業者の父親から書店経営を引き継いだ店主の石田弘二氏は、自身で詩集や小説も出版するなど、本屋経営のみならず作家としても活動しており(三鷹駅前60年史編集委員会編1989)、地元の本屋好きには有名な名物書店として通っていたようである。1995年に三鷹コラルがつくられる駅前再開発を機に実質的に店は閉じられ、その後2003年には、現在も三鷹コラル内

い」と、たぶんそういう思いがあったのだろうと、今思うとありますよね。

第九書房は「実に狭い店」だったらしいが、その店内に厳選した岩波やみすず書房等の本が並び、文庫本も充実しつつ、反対側には子ども向けの雑誌なども置いてあったという。こうした特徴は、まさに今回取材した2つの書店と共通するものであった。今野書店の店主が語っていたように、三鷹市でも、店主のメッセージが発信された本屋の存在があり、時間をかけ地域を耕し根付かせることで、インタビューした両店が持っていたような三鷹市のまちの印象がつけられた歴史が、実際にあったのだ。

さらには次のようなイベントも川井氏ら市民の手によって開催されていたことが、今回の調査を通じて知ることができた。

本イベントは、1995年に駅前の商業施設である三鷹コラルができ、大きく三鷹駅前が再開発される時に開催されたものである。これまでの駅前では「三鷹駅前文化」といえるものがつけられてきたのではないか、それが再開発されても残るのかを検証しようという目的で、川井氏を中心とした「みたか市民ネットワーク」という市民グループが主催したものである。当時どのような人が参加され、どのような話がされたのかまでは確認できなかったが、このイベントタイトルが“みたか「駅前文化」”と掲げられていることに注目したい。第九書房をはじめとした本屋や、今も名前を聞くことのできる映画館「三鷹オスカー」といった文化的な店や施設が、三鷹駅前の雰囲気や文化をつくっていたと考えられていたのである。

1995年当時は今よりずっとまちに本屋などが「あって当たり前だった」時代だったと思われる。しかしその存在に対し、再開発によって失うかもしれないという大きなきっかけはあったにせよ、市民自身が市を巻き込んで、それがまちの文化をつくってきた存在なのだと発信したことは、三鷹のまちづくりに当時非常に新しい視点を与えたのではないだろうか。駅前という限定されたエリアではあるが、三鷹市の文化がこうした市民の思いや活動によっても築かれてきたという歴史は、今後のまちづくりを考えるうえでも、大きな示唆を与えるものと考えられる。

6. おわりに

最後に、本研究で得られた知見と、三鷹市における「本屋とまちづくり」における可能性、そして今後の課題について述べる。

これまで、本や本屋の持つ価値は「本を介して人を繋ぐ、コミュニティを生み出す力」「あらゆる人々を受け入れるサードプレイス、居場所」と言われてきた。本研究ではそれに加え、特にまちの本屋は、子どもたちの本との出会いの場として大きな役割を持つこと、そして店づくりを通じてまちの地域性を表す存在であり、まちの文化を、長い目でみると作り出している存在でもあることを示すことができた。

もちろん、これらは2軒の独立系書店の事例を分析した結果であり、まちの本屋すべてがそうだと言いつけることはできないが、少なくとも三鷹市にもそうした本屋がかつて実在していたこと、三鷹市を含むこの辺りの地域には今もそうした土壌が根付いていることが分かった。

「これからの町の本屋は、町にあるからこそ、その個性が問われてくるのかもしれない」とは、今回インタビューにご協力いただいたTitleの店主が著書で語っている言葉である(辻山 2017: 212)。そんな本屋の存在は、市民にとっては自分のまちの魅力を再発見するきっかけとなるかもしれないし、そのまちを訪れる人には、まちの魅力を伝える働きをするかもしれない。まちの本屋の存在が再注目されている今、そのような本屋が存在しうる地域性を持つことは強みと言えるのではないだろうか。

最近では「本屋」を活かしたまちづくりに取り組む自治体も少しずつ出てきている。佐賀県武雄市を皮切りに全国各地につくられている、いわゆる「ツタヤ図書館」が有名なところであるが、駅前に大型書店のジュンク堂と市立図書館を併設し、双方の強みを生かした相互連携を進める兵庫県明石市や、八戸ブックセンターという「公共施設としての本屋」を自治体でつくり、市内の民間書店では経営的に取り扱うことが難しいジャンルの本を取り揃え、市民に多様な本との出会いを提供している青森県八戸市などもその先進自治体である。大型書店との連携事例が多い現状ではあるが、いずれも図書館とは異なるかたちで本を提案する本屋の力を活かして、市民

に新たな本との出会いを提供している。そして同時に、本屋を文化施策の一つとしてではなく、「どんなまちにしていきたいか」という視点から活かそうとしているように思う。

まちづくり＝政策課題を解決するものだけではない。また当然ながら行政だけが担うものでもない。特に文化的な面では、そのまちに携わっている、まちで営む一人ひとりが醸成する空気によって、長い年月をかけてつくられていくものである。今回インタビューさせていただいた方々も、自身の自身の仕事を通じて自身のまちのことを考え、そのメッセージを地域さらには広く社会に向けても発信しており、その蓄積がまちの個性の一つとなっていた。また、実際に三鷹市では、そうした人たちの発信するメッセージをまちづくりに活かそうとする、川井氏のような活動もあった。こうした人財は、まちの財産である。

まちに根ざし、地域に広く開かれた本屋には、高い公共的価値があると同時に、地域性を育てていく力がある。それは具体的なかたちとして見えるものではなく、行政の視点に入りにくいものかもしれない。しかし、地域の価値を高める存在として文化施策の一つとして考えるのではなく、都市整備や産業振興やコミュニティ創生など、総合的なまちづくりを考えるうえで、一つの重要な存在となるのではないだろうか。

本稿が、三鷹市がこれまで築いてきた地域性や人財の強みを再認識し、これからのまちづくりに新たな視点をわずかでも投じることが出来たら幸いである。

謝辞

本研究にあたり、毎日の営業でお忙しいなか、インタビューにご協力いただいた Title 様、今野書店様、また三鷹市の本屋事情、まさにまちの本屋が地域を育ててきた歴史があったことを教えてくださった、株式会社文伸の川井社長に、この場を借りて御礼申し上げます。そして、私が三鷹市立図書館勤務時代から大変お世話になっている出版関係者の空犬太郎様には、今回のインタビューのために仲介くださったことだけでなく、論文執筆にあたり何度もご相談に対応していただき、本当にお世話になりました。空犬様のお話からも、多くの示唆をいただ

きました。本当にありがとうございました。

【注】

- 1) 本稿では、書店を本屋と同義に用いる。
- 2) 独立系書店という言葉については、厳密な定義は無いが、外国の「independent bookstore」の訳語であり、資本が独立しているという意味であるとする考えが示されている（星野 2019）。いっぽうで、いわゆるチェーン店に対する名称であるという見方もある（大原 2019）。
- 3) 蓬 Books（2017年3月開店）、ミタカノバ（mitaka nova）（2019年3月開店）
- 4) 日本出版販売株式会社「出版物販売額の実態」（2019年版）より筆者作成。なお、「1 はじめに」で紹介した書店数とは、調査元が異なることから、数値に若干の違いがある。
- 5) 欧米など諸外国では、雑誌の流通は新聞に準じている（柴野 2013）。
- 6) しかしながら、まちの中小規模の独立系書店からは、「欲しい本が入ってこない」という声は多い。それは星野によれば「多くの場合、ベストセラーのように需要が多くて供給が追いつかないか、そもそも製作部数が少なく市場に行き渡らないというケースである」という（星野 2013）。
- 7) 日本出版販売株式会社「出版物販売額の実態 2019」より抜粋し筆者作成。
本表で使用されているデータは以下のとおり。
人口：「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（平成31年1月1日現在）」（総務省 自治行政局住民制度課）
都市別出版物販売額：「平成26年商業統計 確報 第4巻 品目編」（経済産業省）を元に算出
書店数：2019年3月31日現在 日本出版販売株式会社調べ
図書館数：「統計でみる市区町村のすがた 2019」（総務省統計局）
- 8) レイ・オルデンバーグが提唱した概念で、家庭、職場とは異なる「居心地のよい場所」のこと。書店の他、図書館や公園も当てはまるとされる。
- 9) 不忍ブックストリート（2004～）、西荻ブックマーク（2006～）
- 10) インタビュー時に川井氏より提供いただいたもの。

【文献】

- 石井清輝, 2009, 「本と観光・まちづくりの接点 日本における「ブックタウン」の試み」『三田社会学』14: 8-11
- 大内田鶴子他, 2006, 『英国・日本における古書店街の比較社会学的研究——まちづくり思想の相違について』2004-2006年度文部科学省科学研究費補助金研究成果報告書（16330101）, 江戸川大学。
- かんき出版ホームページ, 2020, 「あなたの街の本屋さん」かんき出版 vol.5 啓文堂書店三鷹店 山之内誠さん,

- (2020年12月16日取得,
<https://kanki-pub.co.jp/pub/bookstore/vol5.php>)
- 柴野京子, 2013, 「書店をめぐる現在」『情報の科学と技術』63(8): 310-314
- 柴野京子, 2015, 「「読者」はどこにいるのか——出版業界の最近の動向から (特集 トピックスで追う図書館とその周辺)」『図書館雑誌』109(2): 84-86
- 柴野京子, 2019, 「誰のための書店」, ユリイカ 6月臨時増刊号 総特集 書店の未来, 青土社, 87-91
- 島田潤一郎, 2016, 「あらためて市民とともにある図書館と書店を考える——前川恒雄著『移動図書館ひまわり号』(夏葉社)の復刊にあたって」『出版ニュース』出版ニュース社, 2425: 6
- 辻山良雄, 2017, 『本屋、はじめました 増補版』筑摩書房.
- 南陀楼綾繁, 2018, 「「出版流通」の新しいかたち。(特集 本屋は挑戦する 小さな本屋から老舗まで)」『東京人』都市出版, 404: 57-61
- 日本出版販売株式会社, 2019, 『出版物販売額の実態 2019』.
- 林田大作, 舟橋國, 木多道宏, 2003, 「職場周囲に構築される「サードプレイス」に関する研究: 神田地域・品川地域の比較分析」『都市計画論文集』38(3): 433-438
- 文化通信デジタル, 2019年, 「日本の書店、店舗数は1万174店 売場面積は126万872坪」, 文化通信デジタル 2019年5月27日, (2020年6月21日取得,
<https://www.bunkanews.jp/article/118948/>)
- 北條一浩, 2018, 「今日も寄りたい、駅前書店。(特集 本屋は挑戦する 小さな本屋から老舗まで)」『東京人』都市出版, 404: 45
- 星野渉, 2013, 「書店の可能性とリスク」『情報の科学と技術』63(8): 315-321
- 堀部篤史, 2018, 「遠くのまち、わたしの本屋。(特集 本屋は挑戦する 小さな本屋から老舗まで)」『東京人』都市出版, 404: 66
- 本屋図鑑編集部編, 2014年, 『本屋会議』夏葉社.
- 三鷹駅前60年史編集委員会編, 1989, 『三鷹駅前60年史』三鷹駅前銀座商店会.
- 渡部晶, 2018, 「図書館・書店を拠点とした地域活性化への展望——日本における「サードプレイス」の可能性」『ファイナンス』53(11): 35-42
- Raffaelli, Ryan, 2020, "Reinventing Retail: The Novel Resurgence of Independent Bookstores", Harvard Business School Working Paper, 20-068
- Shen Wei-Ting, Lin Chia Hua, 2016, "The Constructs of Formation of an Independent Bookstore and Typological Analysis", 日本デザイン学会第63回研究発表大会概要集, 108-109

[参考文献]

- 全国の本屋と市民が、町の本屋について考え、話しあったことが記録された本。
- 私が「本屋とまちづくり」を考えるきっかけとなった本です。
- 本屋図鑑編集部編, 2014年, 『本屋会議』夏葉社.

プロフィール

堀江 富美

かつて市立図書館に勤務していた三鷹市職員です。図書館時代に、とあるきっかけで三鷹市近隣の出版関係や本屋で働く方々と出会い「本でまちを、社会を良くしたい!」という熱い思いを持って本を届けていらっしゃることを知りました。行政は「本とまちづくり」というとまず図書館を思い浮かべがちですが、図書館とは違う視点や発想で地域に本を届けているまちの本屋もまちづくりを担う大きな存在であることを示し、その力を生かしたまちづくりを三鷹市でも…!という思いで、今回の研究に取り組みました。
