

ほんのたまごミニコミ紙

miniたま (みにたま)

2021.1 第120号

コヤ

YouTube JP

コヤちゃんねる



YouTube 始めました！本や映画のことをおしゃべりしています。

ぜひご視聴ください。YouTube トップページ検索画面から

『コヤちゃんねる』で検索していただければアクセスできます。

2021年が明けましたが、新年おめでとうございます、とはとても言えない社会情勢です。

1月7日は、七種粥(ななくさがゆ)を食べている場合ではなく、なりました。新型コロナウイルスの感染拡大を受け、東京、埼玉、千葉、神奈川の1都3県を対象に緊急事態宣言が発令されました。期間は1月8日から2月7日までの1か月間。その後、栃木、岐阜、愛知、京都、大阪、兵庫、福岡が追加され、1月28日現在、対象地域は11都府県に拡大されています。宣言発令は、昨年4月7日から5月25日以来、2度目です。

今回の宣言では、飲食店やバー、カラオケ店などに午後8時までの時短営業を要請しています。応じた店舗には、自治体が払う協力を1日最大6万円、支払いますが、応じない場合は時短を指示し、店名などを公表するとあります。事実上の罰則付きと言ってもいいでしょう。

では、午後8時閉店となった飲食店の実情は？ 読売新聞1月11日付首都圏版朝刊の連載記事「コロナ最前線」に、東京・錦糸町の焼き鳥店主のこんな悲痛な声がありました。「夜8時の閉店は厳しい。休業も考えなければ」。

サラリーマンが午後7時に入店したら、すぐラストオーダーです。協力があっても経営は厳しい、これが現場の切実な声でしょう。昨年の飲食店の倒産件数は過去最多でした。何か打開策はないのでしょうか。

今が旬なこの1冊⑫

内館牧子 著 「今度生まれたら」

講談社 2020年12月刊

「終わった人」「すぐ死ぬんだから」に続く内館氏の最新「老後」小説である。

「終わった人」は定年を迎えた男が主人公の「定年小説」だった。「すぐ死ぬんだから」は78歳の女性の「終活小説」だった。今回の「今度生まれたら」は、70歳になった佐川夏江の「やり直しの物語」である。

夏江は、結婚至上主義時代に生きて来た。将来性のない男を振って、将来をかけて勝ち取った夫と、いまや何の不满もない老後を過ごしている——はずだった。

しかし夏江は70歳にして「人生をやり直したい」気持ちが強くなって来る。

「あの時、あっちの道を選んでいれば……」。いくつかの節目があったのに、自分はそれを選択せず、妻としての務めを最優先に果たしてきた。やり直しはきくのだろうか。

かつて夏江が振った相手が著名な造園家になっていたり、誰からも仲むつまじく見られていた姉夫婦が急に離婚したりと、随所にあっと驚く「内館ワールド」が口を開けている。

家庭に問題が生じ、帰宅恐怖症になっている息子夫婦を見て「男は弱い」と言う夏江に、夫はポツンとつぶやく。「男は弱いんじゃない、もめたくないんだよ」と。女性を描きながら、男性のことも分かってますねえ、内館さん。(K)

発行 ほんのたまご

メールアドレス nasuka@hontama.com

著作権は放棄していません

本紙に掲載されている画像・文章の

無断転載を禁止します



たまたま本の話

第120回 かくて本屋は消えていく

山田 淳夫

1996年だから、もう四半世紀も前になる。ある1冊の本がひっそりと出版された。書店で平積みになるような人気作家の本ではない。版元も大出版社ではなかったが、口コミでじわじわと売れ始めた。何よりもタイトルが良かったのかもしれない。その本——「消える本屋 出版流通に何が起きているか」(山田淳夫著、1996年7月、アルメディア刊)は、やがて出版流通を考えるとときの必読書となった。

筆者の山田は、朝日新聞出版局に勤務(当時)。雑誌記者、新聞記者を経て、調査研究室の主任研究員を歴任している。「再販と本の流通」と題してまとめた社内報告用リポートが、アルメディアの目に留まり、出版の運びとなった。アルメディアという出版社は、「菊地君の本屋—ヴィレッジヴァンガード物語」など、出版や書店などに関する本を多く刊行している。まさにこの本は出されるべくして出された一冊だった。

本の出た1996年当時、筆者の山田は東京の都心から電車で40分ほどの住宅地に住んでいた。20年前(というから1970年代半ば)に越して来たとき、駅に近い自宅周辺には7軒の本屋があった。10年前(1980年代半ば)、駅前に郊外型デパートができて、1階に大手書店の大型店舗が入店した。それからわずか1年、7軒の本屋のうち6軒が閉店してしまった。残った1軒も実用書と雑誌主体の品ぞろえに変わった。近くに24時間営業のコンビニエンスストアができたことも大きかった。

筆者はここから本の流通の変化について調べていくが、何よりも本屋の強敵、コンビニエンスストアの急成長についてページを割く。それが本屋の衰退に密接にかかわっているからだ。該当部分を要約しておこう。データやシステムなどはいずれも1996年時点

のもの。

スーパーマーケットは終戦直後の1947～49年生まれの団塊の世代とともに成長してきた。それと全く同様にコンビニエンスストアは団塊ジュニア世代とともに成長してきた。コンビニエンスストアの登場は1969年、大阪・豊中市の「マミー」が最初。73年にファミリーマート、74年にセブン-イレブン、75年にローソンが第1号店を開設した。

団塊ジュニア世代は1971～74年生まれで、大学生か社会人のホヤホヤ。コンビニエンスストアの成長とぴったり重なる。団塊の世代の人々が同じ価値観のもとに激しい競争を強いられてきたのに対して、彼らの子供たちに当たる団塊ジュニア世代は、「価値観の多様化」と「競争回避」が特徴。合計810万人に上り、市場にとって最後のボリュームゾーンである。

コンビニエンスストアの目覚ましい成長の理由は、情報を駆使した売れ筋商品への徹底的な販売集中と、死に筋商品の排除にある。そこで威力を発揮するのがPOS(Point of Sales scanning、販売時点情報管理)システム。売れた商品の①商品名②数量③販売時間④客層がたちどころに本部に伝えられる。レジスターには通常の「現計」キーの代わりに「客層」キーがある。

例えばセブン-イレブンのレジには「12」「18」「29」「49」「50」の数字がついたブルーとピンクの2列のキーが並んでいる。それぞれ12歳以下(小学生)、18歳以下(中高校生)、29歳以下(若者)、49歳以下(壮年)、50歳代以上(熟年)、ブルーは男性、ピンクは女性。これはレジ係の見た目の判断による。こうして全国6300店、1日630万人の客が何時何分にどの商品をどれだけ買ったかという膨大な集積データが、年代性別とクロスされてたちどころに集計される。

——と、ここまで引用すればお分かりだろう。雑誌などの出版物をコンビニエンスストアで買う客も、同様にPOSシステムでデータ集積されているのである。

同書には「1992年度小売書店の売上高ランキング」というデータが載っている。出版物の売上額の1位は何とセブン-イレブンで1016億円。2位の紀伊國屋書店の896億円を大きく引き離す。確かに紀伊國屋書店の32店舗に比べてセブン-イレブンは約5300店舗(1992年当時)と、けた違いに多い。が、ベスト20社中、9社をコンビニエンスストア・チェーンが占めている。書籍は一切扱わず、雑誌とコミックス、新刊の文庫本に絞っているにもかかわらず、である。POSシステムを駆使して売れ筋だけを販売するコンビニエンスストアに、何もしていない書店はとてかなわないことが突き付けられた形である。

POSシステムはさらに驚くべき読者像を伝えてくれる、と同書は指摘する。男性向けファッション誌「MEN'S NON-NO」購入者の4割が女性なこと。女性誌は朝、売れる傾向にあるが、「MORE」は夕方から夜にかけてよく売れる。なぜかと言えば、グラビア主体で重いため、持ち歩かないで済むように帰宅途中に自宅近くのコンビニエンスストアで購入する傾向にあるらしいこと。あるとき「週刊少年ジャンプ」の返本率が上がってきたので調べると、「29」のキーの売り上げだけが落ちている。ちょうどその時期にある連載漫画が終わっている。その漫画のファンが19歳から29歳の年代だったことが推定できた。

以上は1996年当時の話である。すでに四半世紀前に、ここまでの分析をしていた「消える本屋」には驚かされる。

時はめぐって2021年。消費の中心は、団塊の世代、団塊ジュニア世代から、その孫であり子供である若い世代に移ってきている。いわば団塊ジュニアジュニア世代である。この世代もコンビニエンスストアの日常的利用は多いが、四半世紀前にはなかったインターネットというシステムを当たり前のように使いこなし、商品購入に活用する点が特徴的である。本屋にとっては、アマゾンなど、さらなる強敵が出現している。2021年、新たな「消える本屋」が書かれねばならない。(こや)