

女たちの本屋

多田淳子・他

アリス

山口・Booksみるのゆ
岩手・ブックス青山
愛知・ミルハウス
広島・ブックスマガ
東京・クレヨンハウス

「表現としての書店」
を實踐して

岡山・岡山ブックセンター
兵庫・セントブックス
大阪・わんぱーらんど
神奈川・子どもの本の店 ともだち
京都・ウイメンズブックストア信書館書店

ブックデザイン
山本卓美

はじめに

「本屋をやりたい」——そんな強い願望を抱いて書店を開いた女性たちがいます。

この本は、「本屋さん」についてレポートしたものです。いまの本屋の現状を伝えると同時に、本屋という空間を、また本屋という仕事を誰よりも愛している女性経営者たちの物語であり、奮戦記でもあります。

書店業は、扱っている商品から一見華やかに見えますが、現場では肉体労働が大半で、労働時間も長時間となります。経営の立場から見ますと利幅が薄く、競合も少なくありません。だから、規模が小さければ小さいほどたくさん目の見えない苦勞を抱えることとなります。

それでも「本屋をやりたい」と書店業を選んだ女性たちがいます。

何故「本屋」を選んだのでしょうか。

その答えのなかに、きつと「本屋」というものの魅力と本質が隠されている、そこを探り出した、そう思いました。また、「本屋」という空間で、彼女たちはどんな思いを抱き、どう自己表現しているのか、仕事を通してどう自己実現をはかっているのか、そんな興味が膨らんで取材に入りました。

「本屋」の面白さを引き出そうとスタートを切った当初の関心は、インタビューを重ねるたび、だんだん彼女たちの生き方へとその対象が移っていきました。書店を始めたきっかけをつくる過程、開店してからの運営、将来の課題、店にかける夢——それは個人個人全く異なる、けれどもそれぞれに心を揺さぶられるような魅力的な生き方そのものでした。それからは、彼女たちの物語を伝えたいという思いが先に立ち、「本屋をレポートする」ということがあとからついてくるような形で、本づくりを進めました。

登場する一〇軒の書店は規模、形態ともまちまちです。子どもの本の専門店、女性の本の専門店、まんが専門店、無店舗販売を実践する書店、そして一般書店……、それぞれ個性のある素敵な「本屋さん」です。

「本屋は面白い」ということを彼女たちの生の声から感じ取って頂けたら幸いです。

そしてもうひとつ、書店業に限らず広く仕事を持つ女性たちが、仕事のなかで自己表現を見い出すという点で何らかの共感を持って頂ければ嬉しいなと思います。

もし、お時間があれば、ここに登場する一〇軒の素敵な「本屋さん」に足を運んでみて下さい。

私たちの本屋▼目次

はじめに 3

「女同士が分断されている。それをつなぐことができたらいい」と地元で開店

河野 和代 / Booksみるくうゆ (徳島) 9

- 「限りなく透明に近いブルー」に共感 11 「自立」にこだわり、悩み 15 求める本が手に入らない 16 「ほん・コミ」に出会う 19 「出前本屋」をはじめめる 21 「みるくうゆ」と名づける 23 「喫茶店」のある本屋を 24 取次からは「ノー」 26 専門書は自ら一冊一冊選んで 28 自分なりのカラーを模索して 30 まずプロの流通業者をめざす 33 店が徐々にひとり歩きをはじめる 35

23歳の時、書店を手みやげにリターン。街の本屋として地域に溶け込む

高橋 キララ / ブックス青山 (岩手) 39

- 定規で揃えたように配架 41 “本屋”を手みやげに帰郷 43 “おにいさん”の影響を受けて 45 実家の庭に店を建てて 47 開店当日から徹夜して返品作業 49 顧客の読書傾向を先読みして 51 客にくっついて販売促進 53 売るための本、読むための本 54 できないものではないと 56 小さい本屋が生き残るために 59

幼稚園の先生から絵本と児童書の専門店経営者に転身。店舗は美術館風

鈴木 ルミ / ミルハウス (愛知) 63

書店というより美術館 64 近くに欲しい本がなくてイライラ 66 絵本とおもちゃは成長の
 『童具』 69 店舗設計は納得いくまでこだわる 71 口座開設まで一年半、取次に日参 74
 開店初日、三万円しか売れず 76 顧客リストでコミュニケーション 78 子どもの反応を大
 事にしながら 80 まずお母さんを絵本好きに 83 「好きだから頑張る」 85

女性3人で出版社を設立。のちに女性・家族をテーマにした専門店を開設

高雄 きくえ／ブックス家族（広島） 87

『家族』をテーマに 89 銀行を二年で退職、大学へ 90 自主講座を通じて三人が出会う 93
 「何かおもしろいことをやろう」 96 月刊新聞づくりから専門書店へ 98 モノとしての本の
 楽しさ 104 人との出会いの場として 106 仕事を通して自己発見 108

作家のかたわら子どもの本、女性の本の専門店、自然食材レストランを経営

落合 恵子／クレヨンハウス（東京） 111

本と遊ぶ楽しさを知る 113 立ち読みできる本屋を夢みて 115 女性が一生働ける職場も 117
 スタッフには生き方そのものからの理解を求める 120 雑誌創刊、有機野菜の店、レストランとた
 て続けに 122 女性問題の本独立、専門書店に 124 会員五〇〇〇名の通販ブッククラブ 126
 専門店が持ちがちな権威を排して 127 まだまだ持出しは続くが 129 スタッフの老後も考え
 て 131 クレヨンハウスというスペースを書き続ける 133

『攻撃こそ最大の防衛』をモットーに多店舗舗化。20店・年商14億円へ

吉田 和子／津山ブックセンター（岡山） 135

「攻撃こそ最大の防衛なり」をモットーに 136 書店ならば簡単に行けると思っ 137 四国
 の書店で「丁稚」 140 お金を送っても本はこない妙な業界 142 販売実績を版元に直送して
 信頼関係をつくる 144 いかにも効率よく売れるかを経営の基本に 146 遊休地をつかって一気に
 支店出店 147 仕入れでは感情をはさまず数字でものを言う 150 売上げ報告は時間ごとに厳
 しく集約 151 とにかく従業員とはよく話をする 153 「よその書店さんの邪魔までしたらい
 けない」 155 お客とのふれあいも書店の楽しみのひとつ 158

会員制の無店舗書店。情報紙ときめ細かいレファレンス・サービスが好評

山田 輝子／ヒントボックス（兵庫） 163

マンションの六畳が「書店」 164 二人で「出会い塾」を主宰 166 レファレンス・サービス
 を柱に 168 会員一七〇人、受注は電話とFAXで 170 受注から請求まできめ細かくシステ
 ム化 173 問合せには常に受け答えできるように 176 コミュニケーションの手段として「通
 信」発行 178 見本本箱が会員の家庭を回る 181 有料の会員制を復活 182 ともに仕事し、
 学び、家事を分担して 183

販売データ、書店紙の発行で全国的に有名なまんが専門店。F1に夢中

南端 裕子／わんだ〜らんど（大阪） 187

バイト先の経営者夫婦の影響を受けて 189 ちょうど夫も退職して 191 得意な分野で専門店
 化 192 レコードとの二本立てでスタート 195 売りたい本を強烈にアピール 197 通信の
 発行、イベントと「学生のノリで」 199 育児と仕事のはざまでたまるストレス 202 十周年
 で二店目を出店 204 女性と子どものための「楽しめる」本屋を 208

子育てをしながら共同経営に参画。読み聞かせの会など地域との交流も積極的

原 容子／子どもの本の店 ともだち（神奈川県） 211

- 児童書専門店の第一号 213 一人一〇万円ずつ出し合って再スタート 215 店番は当番制で
 217 本とともに手づくり品を販売 220 仕入れは直接取次へ 222 積極的に勉強会へ参加
 223 店とは別に「読み聞かせの会」 224 給料の保証が当面の目標 226 営業方針はゆれな
 がら 229 地域に働きかけ自分も成長する 231

最初の女性問題専門店。いまや情報の集発信基地に。出版・企画会社も主宰

中西 豊子／ウイメンズブックストア松香堂書店（京都） 235

- 遠回りして女性問題にたどりつく 236 二十歳で専業主婦に 239 「夫が一番いい話し相手」
 241 店子が出て急に書店を開業 242 生き延びるために専門店化 244 通信販売を大きな柱
 に 248 “相談” から生まれた企画会社 250 他の出版社が出さないから出版も 251

●書店は楽しいか

- | | | | | | | | | | |
|---------|-----|------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| 笠原陌子 | 20 | 水野美花 | 42 | 武田由美 | 46 | 工藤良子 | 50 | 原田宏子 | 54 |
| 弓田悦子 | 60 | 佐藤実紀 | 90 | 長谷川幸子 | 98 | 島田洋子 | 102 | 中島良子 | 108 |
| 南泰子 | 138 | 松田仁子 | 142 | 板垣由美 | 144 | 山口見音子 | 148 | 小林ますみ | 152 |
| 横田元子 | 156 | 間宮鈴世 | 158 | 鈴木典子 | 160 | 山口玉紀 | 172 | 笹部昌子 | 182 |
| 小がらすめぐみ | 190 | 坂田光子 | 200 | 和田安子 | 208 | 本杉豊美 | 214 | 長谷部陽子 | 238 |
| 竹田智子 | 242 | 京極千穂 | 252 | | | | | | |

会員制の無店舗書店。情報紙ときめ細かい
レファレンスサービスが好評。

山田輝子

ヒントボックス

書店勤めでプロとなった書店人のなかには一度は自分の店を持ちたいと願いつつながら、膨大にかかる資金の壁にぶち当たって、諦めてしまったという人が多い。新規出店は都内で億単位、地方でも何千万円単位の資金が必要だ。土地も店舗もなくては、普通のサラリーマンには無理な額である。だが、もし店舗を持たずして書店がやれるならば……。

兵庫県明石市にある「ヒントブックス」は、そんな無店舗販売を実践している書店だ。市民運動の延長で本を扱い始めたという山田利行・輝子夫妻が、通販と配達、読書相談、レファレンス、媒体誌の発行などのサービスを中心に経営している会員制の店である。従業員も夫妻だけ。その二人の織りなすパートナーシップが、顧客へのきめ細かなサービスを実現させている。「ヒントブックス」が生み出した店舗のない書店経営——この既成概念を破るアイデアとシステムは、店を持ちたいと願う人びとに何らかのヒントを提示してくれるのではないだろうか。

マンションの六畳が「書店」

夫妻が住むマンションは、JR神戸線明石駅に隣接する山陽電車明石駅から加古川方面寄りにひと駅、西新町で下車して徒歩四、五分のところにある。この生活感あふれる住まいが夫妻の「自宅兼書店」だ。

山田輝子（やまだ・てるこ）

1946年、神戸市生まれ。

夫の利行氏とともに「出会い塾」を主宰し、環境問題、消費者運動などに関わるなかで、84年「出会い塾&ヒントブックス」をスタートさせ無店舗販売の書店を始める。その後店名を「ヒントブックス」に改称。

ヒントブックス 〒673兵
 庫県明石市西新町2-1-6
 リバーサイドパレス405号
 ☎078(922)7671
 FAX078(922)1188

訪ねた日は利行氏が自宅で仕事中、愛娘の茅ちゃんかやと麻ちゃんあさは保育所に行って留守だった。保育所の送り迎えは利行氏の役目だという。朝、神戸まで車を走らせ、娘さんたちを預けてからトーハンへ行く。配達のある日はそのまま外で過ごし、夕方になると再び娘さんたちを車に乗せて帰ってくる。その間、輝子さんは自宅で本の発注や荷づくり、発送業務に追われる。育児と家事は二人三脚でこなすが、利行氏は夜もパソコンに向かう日が多い、と輝子さんが働き過ぎを心配する。

さて、「ヒントボックス」のオフィスだが、玄関入ってすぐの六畳間が当てられていて、スペースの大部分が本棚、作業机、パソコン台、コピー機、FAX機などが占領している。さらに発送業務に必要なスタンプやゴム印、秤、チラシ類、細々とした文具などがあちこちに置かれている。一見すると書店というより出版社の編集室のイメージが強いが、「05⑤16」と刻んだトーハンの番線印を見つけて、やはり書店だと再確認した。

本棚にはこれから顧客に届ける商品が並んでいる。横並びに棚が四本あり、事典や図鑑類から絵本、料理書、テキスト、文芸書、専門書までジャンルは多岐にわたる。棚の端の方にはメモが帖っており、それぞれの顧客の名前がリストアップされている。毎日この棚を経由して本が動いている。

輝子さんが、市民運動にかかわっていた時から発行する会員向けの「通信」をどっさり居間に運んできた。ファイルされたバックナンバーの束は、すべてが夫妻の手づ



くり。その一頁一頁に二人の足跡が記されている。「読み返してたら面白くて…」と彼女はファイルを眺めつつ、十年余りの道のりをたどる。振り返れば、自ら望んで書店を始めたわけではなかった。利行氏と一緒に市民運動にかかわるなかで彼の感性に共感し、ともに学び、ともに仕事をするというそのプロセスから、書店業に踏み出すようになったのだ。

「いろいろやってるうちに、気がいたら本屋だったから、やっぱり面白かったのかな」

ファイルを繰る指が依然楽しそうに動き続けていた。

二人で「出会い塾」を主宰

一九四六年神戸に生まれた輝子さんは、終戦後の「なんにもない時代」に育った。絵本や児童書には恵まれなかった。記憶する最初の本との出会いは、大学に入り文学部に進んでから。それも実存主義を中心とする哲学書にのめり込んだ。サルトル、ニーチェ、シモーヌ、アラン、カミュ、ブーバー……。

「サルトルは人文書院から出た全集を、ほとんど全部読んだと思うわ。それを古本屋さんに売ったのを覚えてます。当時一万円だったものを六〇〇〇円くらいで。高かったですよ」

哲学に惹かれたのは「なんとなく世の中虚しいって感じだったのかな」。特に感動したのは、マックス・ビカートの『沈黙の世界』（みすず書房）と『神よりの逃走』

(同) だった。

「こんなのは、わからへんなりに本のなかに入っていける。本と自己同一化というか、こういうことをいってるんだなって。努力して読もうっていう姿勢があったんですね」

遠い過去に出会った、かぐわしい本のおい。「ヒントボックス」で「いい本」を扱いたいと願う彼女の原体験がそこにある。

大学を卒業するとすぐに結婚、友くんという男の子を出産し、四年ほどで離婚した。「私は再婚なんですわね。いまのつれあいと三十四くらいで結婚して、十年目か十一年目くらい。"もぐら探検隊" っていうのを山田がやってて……土曜日に子どもたち二、三〇人を連れて遊びに行くって仕事ですが、そこに私の友を入れて、それで知り合っただんです」

結婚する前から自然保護運動にかかわってきた利行氏は、やがて彼女と一緒に「出会い塾」を主宰。環境問題、消費者運動など市民運動レベルの活動に取り組むようになる。「出会い塾」は会員制で、多い時は二三〇人が参加。夫妻はこれら会員とのコミュニケーションを図るべく、八一年「出会い塾からの通信」を創刊した。

「出会い塾の目的は、自分で考え行動しようとする人を増やし、そのお手伝いをする



日常生活に活躍する「モノ」たち

こと。個人が変わらないと何も変わらない。まず個人がしっかりしないといけないと思っから」

集団や組織の一員としてでなく、個として存在する人間を側面から援助する——この考え方は「ヒントブックス」の経営にも引き継がれている。

レファレンス・サービスを柱に

塾の活動は広範囲だった。自然観察、言葉の学習会、消費者運動の勉強会、それに派生する形で、酸化防止剤を使わないニボシや粉石鹼の販売も手掛けた。こうした学びの場において、本はまさに不可欠だった。

「『消費者リポート』とかいろいろ本が要るわけですよ。勉強会するのに本を取り寄せたり……。そういうのって流通してないから、わりと直で取るもんでしょ。でも、もつと他の情報も取れたらいいと思ったん違うかな」

特に利行氏は学生時代に図書館学を学んだことで、レファレンスにも通じていた。会員たちの読書相談に乗りアドバイスをしていくうちに本を扱えればと考え始めたそうだ。

「そこでトーハン（取次）に飛び込みで行ったら主旨を理解してくれて、現金払いで買ってことになった。その後すぐ平凡社の『大百科事典』が発売になって、すごい売っ

たんです。六五セットはいったと思うわ……。それで取引口座をもらったわけです」

八四年、トーハンとの本格的な取引を開始したのに続き、名前も「出会い塾&ヒントボックス」に改称。レファレンス・サービスを特色とする、全く新しいタイプの書店としてスタートを切った。「ヒントボックス」としたのも、そのレファレンスをイメージさせる「本の手掛かり」の意味をこめてのこと。

「もともとお金がないからお店は出せないし、人は雇えないから二人でしかできないし……。でも、最初からそんなたくさんの人とき合いたくはなかったんですね。『出会い塾』の頃から個人個人ってこと、何度も言ってますから」

不特定多数の客を相手にするのではなく、これまで塾を支えてくれた会員を中心に顧客づくりをする。会員制という点でも、従来の書店の概念を越えていた。

無論、最初から経営的な見通しがあったわけではなかった。それでも不安は感じなかったという。やってみなければ何もわからない、収入も少ないのは覚悟の上。金銭にあまりこだわらなかつたからこそ、続けてこられたのかもしれない。「勇敢で即実行型」の利行氏から受けた影響はやはり大きいという。

幸い、店は順調に売上げを伸ばしていった。毎月一六ページの通信を発行し、無店舗による販売が徐々に顧客に浸透していった。店名も、以前の活動の印象が残る出会い塾の名を外し、「ヒントボックス」のみに改めた。そんな折のこと、二人に嬉しい誤算が訪れたのだった。



顧客用の棚

「なかなか子どもができなかったのに、もういいわって思ったら茅かやができたんです（笑）。できた途端に仕事ができなくなって、一六ページの通信を出すのってすごく日にちがかかる。それで会費を頂くのをやめて、終刊にしたんです。みんなもできる時にしたらいいわって言ってくれて……。で、茅がちょっと大きくなって、さあと思ったらまた下の子ができて……」

核家族、共働きという夫婦にとって子育ては重労働。友くんを頭に茅ちゃん、麻あさちゃんの三人の子どもを抱えて、「いい顧客がいっぱいいるのに仕事があと回し」になることも多かった。その茅ちゃんが五歳、麻ちゃんが三歳を迎え、友くんも大学生になって下宿生活を始めるようになり、次第に仕事に専念できる状態が整い始めた。

これを機にと夫妻は九二年夏、再び有料の会員制に戻し、通信も八ページ立てで月二回刊とすることを顧客に知らせた。過去十年間に蓄積したノウ・ハウを元手に、店の個性をより鮮明にしていきたい、と。その意味では「ヒントボックス」はいま、新たな充実の時期にさしかかっている。

会員一七〇人、受注は電話とFAXで

彼女の語る店の個性——つまりシステムやサービスは一般書店のそれとはまるで異なるものだった。

「他の本屋さんには、うちのやり方を全然わからないと思います」

まず販売する本のほとんどが客注品。無店舗の場合来店がないので、受注は電話とFAXが主力になる。時間外は電話は留守電、FAXは自動受信で二十四時間注文を受け付ける。例えば九二年一月の受注件数は計一六九件、うち電話が九六件、FAXが三二件を占める。また、配達に回った先で直接頼まれたり、注文のメモ書きを玄関に帖しておく顧客も多い。店独自の注文書を作製して利用を促しているものの、それに記入してくる客は少数派だ。

顧客と個人的なつき合いが始まると、その人の人柄はもちろん生活や趣味などトータルな情報も知るところとなる。

「入会申込書に『どういう分野の本を読みますか？』『あなたのいま一番の関心事は何ですか？』とアンケートをとっています。それでほしいの傾向をつかんで、おつき合いしているうちに、だんだんその会員の傾向をつかみます」

FAXを使つての会員との情報交換、そこからその人の読書傾向をつかみ関心のありそうな本を書店の側から勧めることができる。また、配達を通じて「顧客の顔は大体知っている」というのも「ヒントボックス」ならではの強味だ。

会員は現在約一七〇人。配達で届けているのが一二〇人ほど、残りは郵便もしくは宅配便で発送している。配達は水曜日と金曜日でコース分けをし、会員の多い神戸市内を小刻みに回るほか、地元明石や六甲方面にも出向く。この配達を担当するのが利

月二回刊の通信

◆おまけのサービスからの通信

「おまけのサービス」は、毎月2回発行される通信です。内容は、最新の書籍情報、読者の声、そして「おまけのサービス」ならではの企画です。

◆おまけのサービスからの通信

「おまけのサービス」は、毎月2回発行される通信です。内容は、最新の書籍情報、読者の声、そして「おまけのサービス」ならではの企画です。

行氏。彼女は運転ができないため、いままでは時折同乗する程度で利行氏に任せていた。

「でもね、これからは水曜日は必ず行こかなと思ってる。山田が運転して、私が各家庭のポストまで走って行って本を入れてくるっていうように。でないと、運転して止まって、また後ろに回って本出してポストに入れるんじゃ、乗り降りがものすごいきつから」

特に月はじめの水曜日は忙しい。『たくさんのふしぎ』（福音館書店）を定期購読者に届ける「福音館デー」に当たっているからだ。その数も六〇人以上、これに通常の単発注文を合わせると、配達量がぐつと膨らむ。

一方、郵便と宅配便で対応する主に県外の会員にも、「BOOK快送400」と銘打ったサービスを展開している。注文が一万五〇〇円以上だと送料は無料、それ以下だと四〇〇円だけ支払ってもらい、四〇〇円を越えた分は店が負担するというものだ。また、海外にも発送代行を行っている。いまはオーストラリアとアメリカへ送っている。その発送作業は速やかだ。

「荷づくりができるとすぐ出す。ほとんどうちに置かないですね。廊下しか置くところないし、廊下に置くと下の子が蹴つまづいてこけるから」

こうした配達と「BOOK快送400」を駆使した納品システムの確立もあって、「ヒントボックス」では受注から納品までが全部ひっくるめて「平均八日」だという。

●山口玉紀▼光書房木の宮店（静岡） 自分の好きな空間

の中での仕事。そういう意味で、私にとって本屋の仕事は楽しいものとなっています。というより、こち良いと言った方がいいかもしれない。文庫の並び、コミックの並び、童話・旅行誌etc. 本の並びに目を重ね、手を触れながらの仕事。そこには常に夢あふれ好奇心あふれ、大げさでない刺激があふれています。毎日の仕事の中、ふと思うことがあります。昔、教師になりました。夢は実現しなかったが、教師が落ちこぼれの子をすくうよう、人の手に触れられず埋もれ残っている本たちを、私の空間、私の表現の中で、人の心に触れさせることができたらと。近頃、本が生身の物に思えてきた。

一般書店の客注が二週間とも一カ月ともいわれる流通状況において、この日数は非常に早いといえる。しかも飽くまで「平均」である。もし受注した本がトータル店売に在庫されていれば、翌日に配達日が重なり最短二日になる計算だ。

「八日」のなかには、納品システムだけでない、顧客には見えぬ「商品調達」の部分でのサービスも隠されている。基本的なことかもしれないが、出版社への直接注文、そして取次からの直接仕入れである。

「出版社への注文は九八パーセントFAXで流します。一番早いのは偕成社。必ずいついつまでに納入しますって返事が来る。で、三、四日で入ってくるかな。すごく努力してると思うわ：偕成社大好き」

調達日数も版元の対応如何でまちまち。大抵は一冊注文のため、ベストセラーは入らない。ただし顧客の方もわかっていて「ベストセラーを注文してくる人って三人いるかな？」と首をかしげる。

受注から請求まできめ細かくシステム化

ところで、受注、発注、入荷、納品と、「ヒントボックス」のすべての本の流れを管理しているのは、一台のパソコンだ。「コンピュータと機械にめっちゃ強い」利行氏が市販のソフトを利用して日々の売上げを入力、伝票や請求書を作成してきた。

「いま切り換え中なんです。『桐』っていうソフトで独自にプログラム組んで、私が易しくできるように作ってもらったのをちょっと始めているところ。いままでも文書作成は私ができただんですよね。でも『定期』ものの管理とか会計の入力とか、コンピュータにやらした方がいいようなことはできてなかったんです。で、わりと簡単だからできるかなって思ってた」

やはりひとつの事務処理には一時間、二時間とかかる。配達から帰り夜再びパソコンに向かう利行氏の姿に、自分が昼間入力を済ませればずっと楽になると、そう考えた。

「一番最初にするのが注文を発注する時、コンピュータに誰が何を注文したかを入力するんですね、本の名前、お客の名前……。それができてたら全部『お届け伝票』になって出てくる。あと『定期改正』とか『定期』が入荷してきたってところの処理を教えてもらってる」

毎日の注文のほかにも、定期購読のテキスト類や巻数物のシリーズ、全集がある。「定期」は別途タイトル別に検索を行い、購読者の名前と定価の確認をし、変更があれば随時修正していく。

そうして打ち出されてきた「お届け伝票」が、納品システムの要の役を果たしている。利行氏がトーハンから仕入れてきた荷を解くと、まずはオフィスの棚に顧客別に仕分け、伝票を見ながら荷づくりをする。

「大体一日の配達がダンボール二箱から三箱でいっぱいになる。その人が注文した本とあといろいろ情報を入れて、その上にお届け伝票を置いて、その上にまた次の人の本を置いて、お届け伝票を置いて、平になるようにずうっと並べていく。伝票から本までがひとり分。大体配達の順番です。だからでき上がった段階では、一番最初に配達するところが一番上に来ています」

「お届け伝票」には、注文品だけでなく店が発行する通信やチラシ、請求書、出版社の新聞案内など、本と一緒に納入するものが明記されている。入れ忘れがない。請求書の発行は月一回。二十一日から翌月二十日までをひと月分の請求額として打ち出し、支払いは郵便局の口座自動引落しを利用してもらう。配達のために集金しているのは時間のロス。また郵便局には県外、遠くは沖縄まで散在する会員をカバーする全国ネットがあるからだ。現在、ほとんどの会員がこの自動引落しの手続きをしている。

まさに受注から請求まで、全体の流れを計算したきめ細かなシステムが、二人だけの無店舗販売を可能にしている。システムがはじき出した「お届け平均八日」は大きなサービスのひとつだ。だが、もうひとつ、「ヒントボックス」ならではの特色がある。読書相談、レファレンスを中心にした顧客サービス、それに関連した顧客づくりや販促である。

配達カード

月 日 午前・午後 時 分

配達にきました

品名 数量 袋・箱・冊・個

…メーカーBOXに入れています

…ドアの前に置いています

…いつもの所に入れています

様

ヒントボックス ☎ 078-922-1188

あなたに代って本を送ります。ギフトは《BOOK快递》をご利用ください

問合せには常に受け答えできるように

当初から夫妻は店で扱う本にある種のイメージを抱いていた。

「堅い本じゃないですよ、でも読んで楽しいとか、前向きに生きていこうとか、視野が広くなるとか：いい本っていうのがものすごくイメージにあった。だから最初からあまり下らない本って注文来ないです」

顧客は主婦が約半分を占めるが、年配客や専門職の男性なども含めて層は幅広い。一カ月の購入額も一〇〇〇円以下から数万円までと様々。特に万単位の買い物をする上客には、彼女自身「読みたいなあって本を注文してくる」人も目立つ。

「新聞記者のTさん、その人が一番。いま府警詰めで夜中の十二時とかにFAXが入ってきてる。脳死とか現代性のある本なので、なかをバラバラみたり、もつと読みたかったら自分で注文を出すし：私の場合ちょっと長くなるんですね。立ち読みみたいなもの。仕事がかどらなくてよく怒られる（笑）」

Tさんに限らず「すごく本の好きな人たち」は多い。例えば沖縄からはこんな注文も届いた。

「田中美知太郎の本を全部知りたい、と。でもこんなことうちの能力を越えるから、答えられる範囲でお答えしますって、またFAX流したんです。そしたら全集が注文

になったんですよ。すごい高い値段：お金がないから毎月一冊ずつって。で、次に井伏鱒二になった。今度はね、できるだけ巻数の多い出版社でいいっていうわけね。ところがあまりなくてね、いま入るのはこれだけってことで新潮社の目録を拡大コピーして流したんです。これもまた、一冊ずついうてきたんで、毎月二冊ずつ。田中美知太郎の方はものすごい巻数だったから、二年くらいかかる」

本に関する検索ツールは、各種揃えている。『日本書籍総目録』や『ブックページ』の年度版をはじめ、児童書、シリーズ物、事典、全集、文庫などの各目録と出版社別の刊行図書目録。合わせて「トーハン週報」「新文化」「朝日新聞の書評」などで新刊をフォロー。さらに「TONETS」ができてからは、取次の検索機能を最大限利用している。これらの検索ツールを活かしたレファレンス技術、「何か聞かれたら、何か受け答えできるようにしてる」という姿勢が、ひいては顧客の信頼を集め、注文に結びついていく。——こんな例もある。

「鳥のカセットが欲しい、いうて来たんです。でも漠然としてるからこちらからお尋ねしたんですね。鳥の名前を覚えるために使うのか、BGMに使うのか、予算は、と探してたらいま新しい鳥のテープがいろいろ出てて、用途によって違うから。で、向こうが返事してくるんですね」

もちろん、四〇万点以上の出版物から一冊を探すのだから、なかにはわからない本も出てくる。その時は逆に会員に教えてもらうこともあるという。「あの人に聞けば



知って「いそう」と専門職の人に問い合わせ、版元がわかって注文が出せたこともあった。

「コミュニケーションの手段として」「通信」発行

読書相談やレファレンスを行うということは、単に本を売るということではなく、そのなかに情報の受渡しという新たな関係を生む。

「いまは多様化の時代、いろんな情報があるんだけど、ひとつ困ったことがあったらわりと知りたいことがわからないこともある。いわゆる店で売っている本屋さんは、本でしか情報に答えられないでしょ。例えば「アトピー」の本でいいのありませんかって聞かれると、何冊か本はあるんです、いっぱい出てるから。だけど、その時は講演会もありますよ、とか、映画会もありますよ、とかいえるわけです。うちだと……」

顧客は本を買うと同時に「ヒントボックス」でしか得られない情報を求め、店はそのニーズに応じることでよりパーソナルなつながりを深めていく。それは本というモノを媒介にした、ひとつのコミュニケーションのあり方だといえる。

「出会い塾」の時代から「個人」にこだわり、個として存在する人間相互のコミュニケーションを模索してきた夫妻は、その手段として長年「通信」の発行を手掛けてきた。店名が変わるたびに誌名変更を行いながら出し続けた。子育てに追われて一度

は中断したものの、二年足らずで再開。その時は「かわら☆ばん」と名づけたB4判一枚の情報紙でスタートし、九二年六月一日に「ヒントボックスからの通信」を再創刊して現在に至っている。

内容は、本の特集や新刊案内をはじめ、夫妻のコラム、会員からの寄稿、茅ちゃん麻ちゃんのイラストまでと実に多彩。レイアウトにめりはりがあり、校正も行き届いているためか、非常に読みやすい。

「私は何も書くことを勉強してないから、ものすごい注意を払って書いてるんですね。使ってはいけない言葉とか、文章を短く書くとか：。私がわあっと書いた原稿をあの人が直すんです。とにかく全部チェックします。投稿してもらっても「ここはちょっと直させて下さい」ってちゃんと了解を得て出しています。ワープロも私が雑に入れて、あの人が全部レイアウトしてる。最後のしめがびしつとしてるから、わりと読めるんですよ」

通信づくりは二人の「家内工業」。印刷も自宅のコピー機を用い、毎回約二〇〇部を発行する。かつて休刊時期を経て「かわら☆ばん」で再出発した時、

「やっぱり出すのと出さないのでは、電話の回数が違ってくる。やっぱり何か手段を持ってないと——」
と、改めて実感した。

この独自の媒体で「いい本」を紹介し、注文に結びついた例は多い。出版社の受け



売りではない、「ヒントボックス」の視点を通した紹介のし方が、顧客の関心と呼ぶのだ。

以前、『完本料理大百科』（主婦と生活社）を販促して、六九部売上げたことがあった。彼女自身厚手の料理書は好みでなかったが、利行氏が持ち帰った見本を見てその本づくりにほれ込んだ。まず料理の腕を持つ年相応の女性客に、新刊案内を注文本と混ぜて五〇部ほど播く。反応は抜群。そこで「かわら☆ばん」に「テルコからのおすすめ」と題して、四〇部突破の記事を載せた。「見やすい、しかも全部カラー。載ってる料理の感覚が新しい」にはじまり、

「これで三九〇〇円は安いとお客さんは言ってるし、私もそう思います。何故安いかというと、製本がわりと簡単なつくりになってるからで、＼ていねいに扱わないと弱ってくるかもしれません＼とお客さんに説明したら、＼もしそうなたらカード代わりにして使ってもいい＼と言ったので、さすがヒントボックスのお客さんだと感心しました」

さらに、

「私はこういうぶ厚い本は嫌いですが、このたびは気に入りました。他の本をいろいろ調べるしんどさと比べれば、やはり便利だからです」

実感のこもった記事が、さらに部数を上積みしていった。なかには「あの宣伝の文を読んだらほんと欲しくなります」と、自ら知り合いに情宣してくれる顧客も現われ

るほど。媒体を絡めた販促が効を奏した例だった。

見本本箱が会員の家庭を回る

もうひとつ、「ヒントボックス」には面白いアイデアの販促方法がある。「毎月のリレー箱」がそれ。「通信」で紹介した本を、実際手で触れて読んでもらおうというのだ。四〇センチ四方の籐かごに収められた見本本は、一週間単位で各家庭を回る。顧客はその間、家族で本を楽しみ、気に入れば注文を出す。例えば九二年一月の「リレー箱」は、①『はじめての国語じてん』、②「オイコス6〜10号」、③『写真集 水俣』、④『宇宙はてない社のえほん』、⑤「モノマガシンーいま、地図が面白い」、⑥『もう一品ほしい時の料理のブック』、⑦『ギリシャ神話』——というラインナップ。特に『写真集 水俣』は好評で「この本に限り手渡しでお願いします…私の出会った最高の本」と注文を出してきた顧客も。

「ほとんど全部買う人もいた。そんな買わなくてもいいのにといたら、みんな欲しくなったからって…。何かしたら必ず反応があるのは嬉しいですね。とにかく一週間お貸しするからひと月四人くらい、ほとんどぼちぼちです。その人によって夜ゆっくり読むのが好きなタイプと、忙しくてとても読めないわって人もいますよ。だからぼちぼちでいいん違うかなと」



毎月のリレー箱

この月ごとに衣替えする箱のほかにも、不定期で「ミニ・リレー箱」を用意し、性教育や家庭菜園などテーマ別に時機を得た選書を行っている。店舗がない本屋の小さなブックフェアといったところだろうか。

有料の会員制を復活

本を扱うようになってほぼ十年。アイデアが生み出した様々なサービスやシステムは無店舗の書店を実現させ、さらに飛躍を遂げようとしている。九二年夏、夫妻は有料の会員制を復活させた。ここ数年、配達やレファレンスをはじめすべてのサービスを無料でやってきたからだ。利幅の薄い売上げから、ガソリン代、電話代、印刷代といった経費を捻出するのは厳しい。その一部を会員相互で少しずつ負担してもらい、サービスの拡充を図りたいというのだ。会費は月三〇〇円。手始めに受注専用の留守番電話を設置し、浮いた時間を読書相談に当てたり、イベントや行事も企画している。会員たちを誘って自然観察に出掛けたり、また高齢化社会などをテーマにした学習会を開いたりも。

有料制にしたことで「うちの主旨をよくわかって会員になってくる」人が増えた。以前より忙しくなってきたが、何より気心の知れた会員たちとの交流が深まり、人の輪が広がっていくのが面白いという彼女は、いまでも気持ちよく仕事に打ち込んで

●笹部昌子▼笹部書店(大阪)

過日、大阪日販会の主催で一日奈良に散策に出かけた折のことです。入江泰吉写真美術館(奈良市立写真美術館)の前で、感慨深い思いにひとり居りました。何年か前のことですが保育社のNさんが、世に出たい人がいるので書店さんの協力が是非必要と力んで話される一つ一つのことばに打たれ、「世に出そう」を合い言葉に一途になったこと、あの時の熱い思いが実ったこと、全国から訪れる人々が言葉では語れない美の感動に出会い、そして文化を残すことに役立った自負の喜びに出会いました。書店の仕事は、地味で辛苦多々。しかし見えない部分での喜び、文化への貢献と書店人のみが味わえる幸福の思いがあります。

いる。

「こういう仕事してると、＂お客さん＂ってひと言でいっても、みんな全部違うんですよ。みんな個性があるから。一概に＂お客さん＂ってこういうもんですよ」とは絶対いえない。あの人はこうだし、この人はこうだしっていいたいし、いろいろ知ってるってことはどこかで愛情とつながってくると思うんですよ」

夫妻にとって「物を売っておつき合いする時代」は既に過去のものだ。本を買うだけなら大きい書店に行けばこと足りる。ならば本を通して生まれるパーソナルな読書相談や、交流といった「一番おいしいところ」を顧客につかんでもらうことで店の個性を打ち出していく。そのためにも「おつき合っていて、気持ちのいい」会員をもっと増やしていくことが課題なのだという。

ともに仕事し、学び、家事を分担して

「アイデアマン」の利行氏とパートナーシップをとりながらやってきて、「気がついたら本屋だった」と語る彼女だが、夫婦二人だけの無店舗販売が成立した裏側には、もうひとつ鍵がありそうだ。

「普通は大変だと思うんですね。働いて、家事もして……。でも、うちは半々とはいわないけど、ものすごく向こうがするから、そんな大変じゃない。時間的に無理なこと

もあるけど、気持ちが変わろうとしてるから、新しい男性です。新しいというか、すごく個性的です。あの人は」

常に利行氏と一緒に仕事をする彼女を、周りの主婦たちはよく羨ましがるといふ。

「いつでも一緒にいるしね、同じような考え方をしてるし、すごくいいわねえっていうのね、みんな」

とはいえ、最初からそうではなかった。

「ここ二、三年、大体びったしになってきました。それまでは喧嘩もしたし、感じ方も違うから……」

二人の人間が考え方を合わせていくというのは、そう簡単なことではない。ともに仕事をし、学び、家事も分担するという生活のなかで、互いへの思いやりや理解があつてこそ同じ考えに寄り添えるものではないだろうか。

「やっぱり二人でやってみることかな。多少のばらつきはあるけど、私も時には配達について行ってどんなもんかわかるし、時には仕入れにもいくし。普通だったら会社でしてること全然わからないってことあるでしょ、そういうことないし、一応仲がいいから」

さて、これからの十年、働き盛りの二人の「ヒントボックス」は、一番いい時期を迎えそうだ。

「あと二年くらいで大体一〇〇パーセントくらいの力が出せるようになって、あと十年くらいいやね。人生五十年の人生設計を立ててるから、いまが起承：転くらいかな。四十過ぎたらね、自分のやりたいことしかやりたくなくなるのね。もう残ってる時間があんまりないと思うもの。それまではいろんなことに手を出したりするけども、これからは選んで選んでね」

絶えず「明日のこと、明日しなきゃいけないこと」を考えたためか、昔のことは思い出しにくいと笑う輝子さんが記憶をたぐり寄せるようにして語った「ヒントボックス」の足跡。そして振り返りながらも、

「やっばり、後ろがあって、いまがあって、前があるから、頑張らないと——」

本屋に子育てにと充実した日々を過ごす彼女の言葉に気負いはない。四十代半ばから「子育てをやりながらやりたいことをやっていく」というその生き方に、人生への力強いアプローチのし方を見せられた思いがした。

著者紹介

多田淳子 (ただ・じゅんこ)

1963年徳島生まれ。

専修大学文学部卒。

新文化通信社「新文化」編集部を経て、現在、

フリーライター兼編集者として活躍。

初版第1刷発行 1993年9月9日©

著者 多田 淳子

発行者 加賀美幹雄

発行所 株式会社アルメディア

〒171 東京都豊島区南池袋2-47-4-901

電話 03 (3980) 3565 振替東京 2-758180

印刷・製本・用紙 新栄堂 長苗印刷 ナショナル製本 中庄

Printed in Japan

●アルメディアの刊行物

ブックストア全ガイド 92年版

出版流通インフォメーション——I

アルメディア編 A5判・1、638頁・18、540円

全国22、465書店の営業データ集▼調査項目 ■書店名 ☎ FAX
郵便番号 住所 売場面積 商品構成 取引先 取引コード 営業時間
定休日 立地 代表者 役員 職制 店長 仕入・販売・外売責任者 フ
ロア・ジャンル責任者 外商部

FD版ブックストア全ガイド

「ブックストア全ガイド」のフロップीडイスク版。コンピュータに対応したデータベース用のデータ。会員のみ提供。

●近刊

菊地君の本屋

永江朗著 四六判・240頁・予価2、200円

名古屋・ヴィレッジ ヴァンガードの多店舗展開と商品戦略を明らかに。
倉庫風の店舗、はしごが掛かった壁面棚、平台はビリヤード台や卓球台、
書店とは言い難いヴィレッジ ヴァンガードの営業の秘密に初めて迫る。