



出版クラブ会報
第203号

報告・アメリカの書店事情

明屋書店安藤明社長を団長とする書店大学の一員として、アメリカ西部の研修旅行に参加する機会を得た。書店人として見た感じをご報告してみたいと思う。

I アメリカの書店も労働集約型業種になりはじめたか

日本の書店に比較して従業員数の少ないのがアメリカの書店の特色であった。百坪に二、三人の社員の書店は普通であったが、今回の研修旅行で、従業員が総体的にふえたなと感じたのは特筆すべきことである。これは私一人ではなく、前にアメリカの書店を見学した人のほとんどの共通した意見であった。

書店がふえたからである。従来アメリカの書店といえば、ハードカバーを中心とした書籍だけを扱うのが書店であって、雑誌は全く扱っていないかった。雑誌はマガジンブックス、スタンド、ドラッグストア、スーパーなどで売られ、雑誌店ではいっさいブックは置いてなかったのである。ところが、ここ数年にこの商業形態が変化し、書店で雑誌を扱うようになったことは、特筆すべきことである。

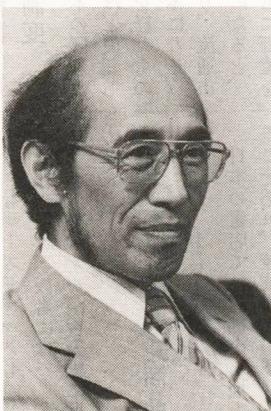
第二の原因はペーパーバックスの普及と、ページンブックの安定である。アメリカの出版界は自由価格制をとっている非再販制度であり、書店の店頭では定価本と値引本が整然と陳列されている。混然と並べられているのではなく、整然と並べられていることを強調しておきたい。

すなわち、アメリカではごく一部の書店(例えばクラウンブックス書店)を除けば、ほとんどの書店は新刊書はブックカバーに印刷されたブライズで売られているのである。

新刊に関しては値くずれがないのである。非再販国であるから、何でも彼でも自由価格かと思うのは間違いであった。

II チェーン化の激しいアメリカの書店

アメリカのチェーン書店と日本のチェーン書店を比較してみるとまるで問題にならない。ウォルデン書店のチェーン数は六百五十店、ビー・ダルトン書店五百十九店が、目下アメリカ書店界を代表している双壁のチェーン店といえるだろう。ロスアンゼルスにあるピクウィック・ダルトン書店(十一年前にピクウィック書店がダルトン書店に身売りし、現在はダルトンチェーンの傘下である)のブレン・ブラックリー店長によれば、現在は一、二週間に一店舗



能勢 仁氏

今回の研修旅行で感じたことだが、店長クラスの年令の若いことが、

の割合でチェーン展開をしているという。恐るべき資本力、組織力というべきだろう。サンフランシスコのアップスター・クロウ書店は現在八店舗のチェーン店であるが、二年後には二百店舗にするので期待して欲しいと言われた。これまた驚かされた次第である。

III アメリカのチェーン店はマニアル書店か

日本の書店では児童書の陳列場所が総体的に店頭附近、入口近くに並べられていることが多い。この理由は店頭児童雑誌が並べられていること、婦人雑誌がひきつづいて陳列されているので、ドッキング販売に便利なように児童書が雑誌周辺に陳列されているものと思う。アメリカの場合、雑誌はもとと陳列されていないのであり、雑誌との関連は考える必要はない。店頭周辺はペーパーバ

IV 児童書コーナーが充実している

に感心すると同時に、アメリカらしさを強く感じた。日本では社員の男女比は三三・一対六六・九(S56書店経営指標による)であるが、アメリカでは女性の比率はより高い。

商品知識・計数知識については、日本の方がはるかにすぐれていることが、数多くの質問の中でわかったが、しかしそれでアメリカの店長、社員が劣ると短絡的に決めつけることはできない。平均勤務年限が短いこと、社員の採用方法が未組織、未分化であることは事実である。しかし彼等には、各店に素晴らしい営業マニアル、就業マニアルが完備され、また書籍検索用のコンピュータ、と本部直結のPOSが設備され、道具を駆使することによって、各個人が暗記する部分を十分に補い、能率を向上させていた。経営のマニアル化は、今後日本が大いに学ばべき点である。

能勢 仁

(のせ まさし)

主な記事

- ▽報告・アメリカの書店事情
 - ▽ペーパーバックの開拓社
 - ▽ぶらり散策・私の出版業界(4)
 - ▽流星群③あのおスシ
 - ▽受勲に思うこと
 - ▽伴淳三郎さんと絵
 - ▽出版歳時記/不振のなかで思うこと
 - ▽出版クラブ理事・評議員会開かる
- 能勢 仁：一、二
出川沙美雄：三
内田勇輔：四、五
池田嘉子：六
小谷一三：七
大橋祥安：七
企画人：八

クが占めることが多く、児童書は店内一番奥まった所に位置することが多かった。日本では専門書が奥に陳列され、ゆっくりと落着いて品選り出来るように書店は考えられている。アメリカでも児童書は静かな雰囲気の中で、お母さんが熱心に選書している姿をよく見た。児童書を独立した部門として扱い、重点商品であることを感じた。分類は就学以前、就学後の年齢別が多かった。なお絵本であるが、日本の「育児・赤ちゃん絵本」に相当する本の絵本塔は見当らなかつた。日本独特の、スペースを効率的につかった立体陳列は、広大なアメリカには必要ないのかもしれない。

しかし、ペーパーバックスの陳列には回転塔陳列が多く、低単価商品の売場生産性を考えたものと評価してよいと思う。

V 陳列見出しが

細分化されている

広大なアメリカ大陸のごとく、書店内部の分類が大味と思つたが、それは見当違いであつた。サンフランシスコ、ステイシー書店では三百二十七の分類がしてあつたという。(新潟文信堂書店、西村俊男専務報告) 特に関心をひいたのは、同一主題の中が整然と著者別アルファベティカルに陳列されてあつたことである。カタログの陳列化といってよいだろう。また店によっては柱を利用して、当店の分類は次の通りですと表示してある。ダイレクトリーの

解説である。主題と棚番号が明示されてあるので、目的をもった読者はその指示に従つて該当の棚にゆけばよい。日本では店内案内図を大型書店で見かけるが、アメリカでは棚を番号化することによつて、読者をその棚に導いている。

日本では図書館の日本十進分類法(N・D・C)と書店の見出しに利用しているのを時々見かけるが、アメリカの書店ではD・C(デュイの十進分類法)の標識はほとんどみられなかつた。書店独自の見出しが工夫されてあつた。

面白いと思つたのは、州立ハワイ大学・生協書籍部の陳列標識で、緑の棚、緑の表示板はたのしむ本、青色は大学関係のテキストブック、教養書、黄色はそれ以外の文具、雑貨類と色別によつて一目瞭然であつた。国電秋葉原駅の

山手線、総武線、京浜東北線の乗り換え階段の色別標識を連想した次第である。

VI 使用済み教科書の買いあげ、販売制度

日本では新刊書と古本の区別は明確である。本がどれほど真新しい場合でも、一度人手を経たものは新刊書ではなく、古本になる。

出版社に在庫が無くなり、流通市場にも余り出ないようになると、古本が古書となり、次第に価値を増してくる。出版社で見限つて、第二市場に流した場合、この本が新本特価という名称になる。

アメリカの大学では、学生の使用済みの教科書を買ひあげる制度があり、ユーズドブックの販売が盛んである。例えば、ロスアンゼルス(U・C・L・A)の生協書籍部では、ユーズドブックを定価の五〇%引きで仕入れ、三〇%引きで販売するという。そしてユーズドブックの売上は年商売上六百万ドルの六分の一というから大きい。

また、州立ハワイ大学生協書籍部では、ユーズドブックの仕入れは、定価の五〇%であり、販売はユーズドブックスカタログより二五%引きで販売するという。

興味深いこととしては、ユーズドブックはどんなにいたみのはげしい本でも、新本同様の本でも、買上げ価格が同じであり、再売り出し価格が同じだということである。アメリカ人の気質をみる思いがする。

日本の古書感覚でゆけば、

「美本」、「少し汚れあり」、「汚損本」の三段階があり販売価格に差があつて当然であるのだが。

なお、教科書の陳列は、ユーズドブックもユーズドブックも同じ場所に並べられ、後者にはバーゲンプライスのシールが背表紙に貼られてある。

VII 本以外の関連商品の取り扱いが少ない

日本の書店では、都市と地方の差こそあれ、兼業書店が多い。また専業書店であっても、店内には本以外の関連商品が取り扱われ、陳列されてある。ところが、アメリカの書店にはその光景はあまりみられない。専門業種として書店(書籍店)、雑誌店(マガジンブックス、スタンド、ドラッグストア、スーパー等)の性格が強くうちだされているために、文具店の併営、レコードの兼業等、日本の営業形態にはほとんどお目にかからなかつた。ステイショナリー、レコードショップは独立した立派な専門店として、書店と同規模で経営されている。SCのテナントミックスとして、書店、文具店、レコード店、玩具店等が集まっていたのは、日本同様、文化関連業種として集合させている姿勢はみられた。

アメリカの書店で扱っていた関連商品の主流は、カレンダー、ブックマーク(しおり)、ブックプレート(蔵書票)、拡大鏡、ページストッパー、ペーパーナイフ、本を入れる布製袋(五ドル〜十ドル)

ル)、手帳等が主であつた。陳列場所はレジ周辺が断然多く、独立してブックアクセサリコーナーをもっていたのは、サンフランシスコのブレンターノ書店だけであつた。

VIII バーゲンブックについて

注目のバーゲンブックであるが三通りある。a 人集め用に値引きした本、b バーゲン用に作られた本、c 売れ残り、シヨタレ本の処分としてバーゲンした本である。人集め用にするバーゲンは新刊本の値引き販売をすることであり、クラウンブックス書店が大々的に行っているだけで、他はあまり見かけない。クラウンブックスでは、ハードカバーのベストセラー三五%引き、ペーパーバックスのベストセラー二五%引き、その他のハードカバー二〇%引き、その他のペーパーバック一〇%引き、マガジン一〇%引き、カレンダー一〇%引き、写真が入っているカレンダー三五%引きで販売している。

対抗上、ダルトン書店、ウォルデン書店が値引きを開始したと報じられたのを最近聞いた。バーゲン用に作られた本の値引き率はあたかも協定したかの如く一定であり、驚いた次第である。バーゲン商品の将来性については、どの書店でも有望と答えており、我われのこれからの大いなる研究課題である。

(多田屋常務取締役)



〈写真〉
ロスアンゼルスダルトン書店