

視点(1968)

(専門店編)

書店のタイプと今後!!

書店(リアル店舗)は現状において長期低落化の道を歩み、アメリカでも1960年代までの成長期から1990~2000年代には成熟期となり、「バーンズ&ノーブル」(図書館型書店)及び「ボーダーズ」(書籍とCD・DVDの店)の2大企業とその他大勢の0.5の「2.5体制」でした。しかし、2011年以降にボーダーズは倒産してリアル店舗ではバーンズ&ノーブルのみとなり、逆にネット店舗(バーチャル店舗)として「アマゾン」が大成し、アメリカではバーンズ&ノーブルとアマゾンの2.5体制(0.5はその他多数)になっています。書籍業界ではネット店舗が席卷してリアル店舗は苦戦しているのが現状で、アメリカでは図書館型の書店(座り読み自由で椅子やテーブル、さらにカフェ付きの本屋)であるバーンズ&ノーブルがアマゾンのネット書店に対応できる体験・体感型販売でネット書店に対するポジショニングを確立しています。日本の書籍業界でもアマゾンのネット販売の勢いは素晴らしく、「当日宅配システム」により利便的書籍の購入者にとって書店の必要性は希薄化しています。それゆえに、スタンダードタイプ(標準的な特色のない品揃え型の書店)は長期低落化の道を歩んでいます。どのような業態でも、中規模・中品揃え・特色のないMDingはモダン消費時代には繁盛しますが、ポストモダン消費・ニューモダン消費時代では「中道業態」(当たり前化して特色がなくなる標準店)は長期低落化します。

今後の書店のタイプを分類すると次の通りです。

分類	リアル店舗					バーチャル店舗	
	タイプ①	タイプ②	タイプ③	タイプ④	タイプ⑤	タイプ⑥	
タイプ名	ファスト書店	スタンダード書店	巨艦型書店	図書館型書店	ライフスタイル型書店	ネット書店	
内容	コンビニエント&トレンド志向の書店	品揃え型の中規模書店	書籍のスペシャリティ百貨のメガストア	図書館のような自由に座り読みができるカフェ付き書店	図書館風書店に異次元空間と付帯機能を付加した書齋をイメージしたライフスタイルショップ	ネットの即日配送のバーチャル書店	
事例	アメリカ	CVS CVC	普通の書店	パウエルブックス	バーンズ&ノーブル	—	アマゾン
	日本	キヨスク CVS	普通の書店	マルゼン&ジュンク堂梅田店(チャスカ)	ジュンク堂	TSUTAYA T-SITE	アマゾン
商品タイプ	モダン消費時代			ニューモダン消費時代			

スタンダード型の書店が中道業態化して長期低落化し、書籍業界の大きな方向性は、1つはネット販売のバーチャル店舗、もう1つは「異次元区間の図書館型・居場所型(プレイスメイキング)の店舗」への二極化(2.0体制)に、利便型(どこでも簡単に買える)、トレンド型(売れ筋のみが買える店)、特化型(書籍に関してないものがない巨艦型の都心立地のメガストア)の3タイプの0.5体制が付加され、ニューモダン消費時代における「書籍業界の2.5体制」が確立されつつあります。

今、SC内の単なる大型書店の存在性が希薄になっています。通常の書籍ニーズはネット販売にシェアを奪われ続け、体験・体感型の書店である図書館型あるいはライフスタイル型でないとネット販売に対する差異化にはならなくなっています。また、単に座り読みとカフェがある図書館型も、日本の多くの書店がバーンズ&ノーブルを参考に取り入れ展開しているため客(マーケット)から見た目新しさは激減しており、SCの核店としてのパワー(集客力・売上高)はなくなりつつあります。

では、SCの中に書店は必要ないのでしょうか。SC内の書店の存在意義に2つのタイプがあります。

- ①核要素としての役割ではなく、SCの総合性の中で不足業種の補完としての書店で、ファスト書店機能と品揃え機能を十分に持った書店。
- ②SCの核要素としての書籍を切り口とするライフスタイル型書店で、集客力と斬新さ、SCでの居心地感を提供する書店。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之