

開放型個人書店における人やまちの繋がりに関する研究

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪市立大学大学院工学研究科都市系専攻 公開日: 2022-04-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 都瑠, 南々帆 メールアドレス: 所属: 大阪市立大学
URL	https://ocu-omu.repo.nii.ac.jp/records/2011531

開放型個人書店における人やまちの繋がりに関する研究

A STUDY ON CONNECTIONS WITH PEOPLE AND TOWNS OF OPEN-TYPE PERSONAL BOOKSTORE

建築計画・建築構法分野 都瑠 南々帆

Architectural Planning & Building system Nanaho TSURU

書店では、全分野との関連性を持たせることができる本の性質を活かした柔軟な空間づくりが進んでおり、独自のやり方で人やまちに開放している個人書店が増加傾向にある。本研究では、個人書店の運営形態、建物、活動体制の実態を把握し、個人書店のまち・人の繋がりといった開放性の明確化を行った。本を商うことによる人やまちの繋がりや利用目的の拡大、居心地の良い空間づくりが見られ、個人書店の存在意義が多様化していることを明らかにした。

Bookstores are creating flexible spaces that take advantage of the nature of books that can be related to all fields, and the number of individual bookstores that are open to people and towns in their own way is increasing. In this study, we grasped the actual conditions of the operation form, building, and activity system of individual bookstores, and clarified the openness such as the town of individual bookstores and the connection of people. It was clarified that the significance of the existence of individual bookstores is diversifying, as the connection between people and towns by selling books, the expansion of the purpose of use, and the creation of a comfortable space can be seen.

1. はじめに

1-1. 背景・目的

物としての本にはどの分野にも関連性を持たせることができるため、本を扱う書店空間では老若男女問わず利用でき、近年では多機能の併設も行われ、本を買うためだけの場所ではなくなっている。現在では、その書店ならではの個性と独自のやり方でまちや人に開放している個人書店が増加している。個人書店の強みである柔軟な店づくりと人との距離が、現在の書店の役割とされる本との出会いを提供することにおいて重要な要素であると考えられる。また、本を商うことによって利用目的が多様化する個人書店空間の重要性は高いと予測される。

そこで本研究では、個人書店において運営形態、建物、活動体制の実態を整理・分析し、個人書店と人やまちの繋がりといった開放性の明確化を行うことで、個人書店の存在意義の多様化と、存在意義によってどんなことをもたらしているのかについて解明していく。本研究は、個人書店の成立によって生まれる個人間や店舗間、まちの中での繋がり、各店主が行う独自の体制を把握・分析することに独自性がある。

1-2. 用語の定義

個人で運営しており、店主自らが選書を行う（大取次の口座を開き、そこから仕入れるという方法に頼ら

ない）ことで独自の店づくりを行い、人やまちに開いている書店を「開放型個人書店」と定義する。

取次とは本を卸す問屋の事であり、出版社→取次→書店のルートが主要な本の流通経路である。取次の中でも、大取次はその一社であらゆる本を網羅的に備える役割を果たし、中小取次は基本的に特定の役割に特化しているため、一部の出版社とだけ契約をしている。

1-3. 調査概要

(1)アンケート調査：書籍・インターネットで情報があつた 115 店舗にアンケート調査の依頼を行い、依頼の承諾を得た 56 店舗に対し「個人書店に関するアンケート調査」を実施した。56 店舗中 45 店舗(80%)の書店から回収することができた。主なアンケート項目は、①書店開業の経緯②書店開業によって生まれた人やまちの繋がり③建物や店内の工夫④本販売以外の取り組みやその取り組みで生まれたものである。(2)ヒアリング調査：(1)のうち立地・建物・運営体制が異なる 8 店舗と、ヒアリング調査のみ協力可能であった 1 店舗の店主にヒアリングを実施した。主なヒアリング内容は①人との繋がり②店同士の繋がり③まちとの繋がり④客との繋がりについてである。(3)実地調査：(2)のうち、立地・建物・運営体制が異なる 3 店舗に行き、実際の書店の設えを確認しつつ、ヒアリングを行った。

2. 開放型個人書店の運営形態・建物・体制の実態

アンケート集計から、全体の傾向と運営種別、店主の思いによる活動体制の特徴を把握する。

2-1. 運営・管理

(1)開店目的(図1)「収入源として」を挙げている書店が7割弱、「本の魅力を周知」を挙げている書店が5割となっている。一方、「趣味や特技の表現」を挙げている書店は1割強と最も少ない。理由として、店主自身を表現する目的よりも本そのものの面白さを周知する目的の方が強いということが挙げられる。

(2)運営(図2) 週六回で営業を行っている書店が17店舗と最も多く、次に週五回が10店舗と続く。営業頻度には統一性がなく、運営の自由度の高さが見られる。また、37店舗(82%)の店主が本職として働いている(図3)。店主以外のスタッフについては「いない」が21店舗、「妻・夫・両親」が11店舗と単独または家族で成り立っている書店が約7割を占める(図4)。

(3)本販売以外の常時活動(図5) ギャラリースペースを設置している書店が4割強と最も多く、次にカフェが3割弱と続く。本の利益率はかなり低いため、本販売だけでなく、場所の賃貸や飲食・雑貨等の販売によって利益率を上げることが重要である。幅広いものと親和性がある本だからこそ多機能の併設が可能となる。

2-2. 開放型個人書店の建物

(1)場所の選定理由(表1) 多くの書店において、居住地や馴染みのある場所であること[1]、周辺のお店や客層の雰囲気が理想に近いこと[2]、自宅からのアクセスが良いこと、人出を見込める場所であること[3]を重要視して場所を選定している。

表1 店主による場所の選定理由

- [1]地元、実家があるため。子どものころからよく遊んでいた場所の付近だったから。
[2]既に魅力的な個人店がいくつもあり、街としての土壌があるエリアだったから。
[3]学生街であり、大きな公園や神社など様々な人が行きかう場所だと感じたから。

(2)規模(図6) 20㎡以上40㎡未満の書店が19店舗と約4割を占め、次に40㎡以上60㎡未満の書店が11店舗と続く。60㎡未満の小規模な書店が全体の約7.5割を占めている理由として、店主の手の届く範囲で経営を行うために店舗面積が小規模になっていると言える。

(3)建物種別(図7) 戸建ての建物に入っている書店が16店舗(36%)と最も多く、次にマンションの低層部が9店舗(20%)、長屋が7店舗(16%)と続く。

(4)お店づくりの方法(図8) 改修・リノベーションを行った書店が27店舗と過半数を占めている。一方、新築は2店舗とかなり少なく、初期費用の削減が見られる。また、書店は飲食店とは異なり、本棚を置くだけで最低限の書店空間を成立させることができるため、比較的小店づくりを行いやすいと言える。

(5)インテリアやレイアウトの工夫(表2) 狭い面積の中で、客が落ち着いて過ごせるようにする工夫[4]、イベントを行う際にスペースを確保できるようにする工夫

夫[5]、圧迫感を感じさせないようにする工夫[6]、本棚に統一感を出さない工夫[7]がされている。多機能併設を行う書店では、飲食する人と本を読む人の空間を完全に分けている書店と分けていない書店があり、併設によって書店空間の自由度が大きいことが分かる。カフェ併設書店の一例として、目的に応じた動線づくりや、景色を生かした空間づくりがされている(図10)。

2-3. 来客傾向

(1)所在地(図9) 地域住民ともう少し広域からの客の

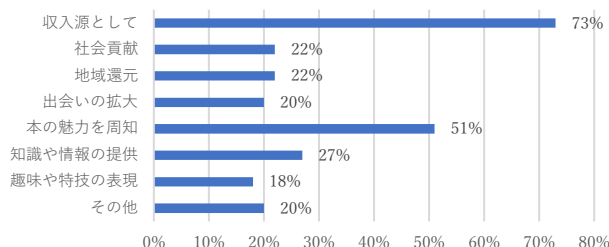


図1 開店目的 (複数回答可、n=45)

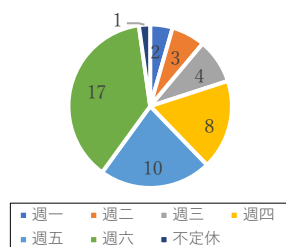


図2 営業頻度 (n=45)

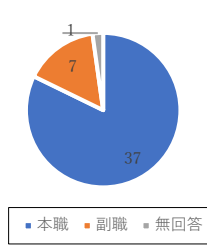


図3 働き方 (n=45)

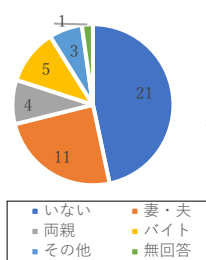


図4 店主以外のスタッフ (n=45)

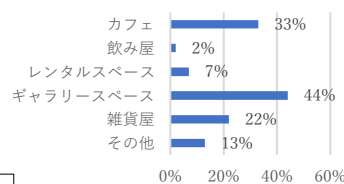


図5 常時活動 (複数回答可、n=45)

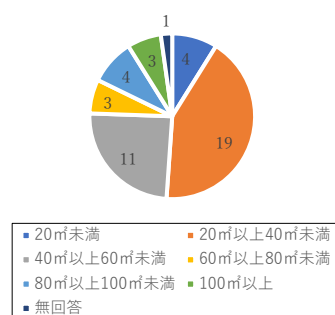


図6 規模 (n=45)

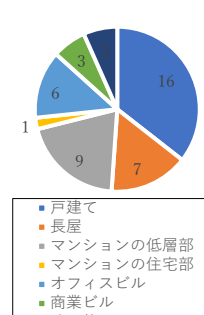


図7 建物種別 (n=45)

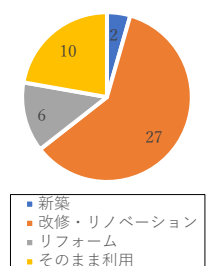


図8 お店づくり方法 (n=45)

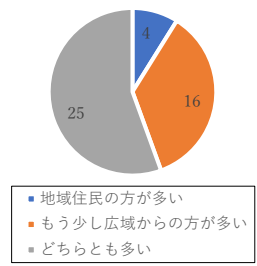


図9 来客者の所在地 (n=45)

どちらとも多い書店が 25 店舗と過半数を占める。一方、地域住民の方が多い書店は 4 店舗と 1 割も満たない。理由は個性ある書店を目指して各地からの来客が多数存在しているため、幅広い所在地の客が訪れる。

(2)来店目的(表 3) 本の購入以外の目的には、併設されている機能の利用を目的とした回答[8]が多く見られた。他にも書店空間を味わう・勉強や仕事をする・店主とのお喋り・子どもたちの居場所[9]・目的のない来店[10]・生存確認[11]等が見られた。書店は誰もが気軽に立ち寄れる場所であり、本を通して居心地の良さを感じられるため、多様な利用目的が見られる。

2-4. 店主と来客の関係

(1)店主の取り組み(図 11) 約 9.5 割の店主が気軽にお店に立ち寄ってほしいと思っており、そのために入口を開けておく、看板や暖簾で何のお店か分かりやすくする、レジの位置を工夫する等独自の工夫が見られた。

(2)来客との会話(図 12) 来客に対して話しかける店主が約 6.5 割で、過半数の書店が会話を交わしている。話の内容としては、本の話が 8 割と最も多いが、次に世間話が 5 割強を占める(図 13)。本は人の内面的な部分や考えに触れることができ、コミュニケーションツールにもなるため会話が生まれやすいと言える。会話の効果として、主に客の緊張の緩和、購買率の増加、再来店の促進が挙げられる。その他にも客の好みや趣味の把握、来店の目的の認知等の効果も存在している。

3. 開放型個人書店のまちや人の繋がり(表 5)

開放型個人書店の実態を踏まえ、立地タイプや運営形態の異なる 9 店舗にヒアリング調査を行い、書店を

表 2 インテリアやレイアウトの工夫

[4] 狭い店だが、お互いが干渉しないように。本や什器を詰めすぎないようにしている。間接照明の使用や、明るすぎない照明による落ち着いた雰囲気づくりをしている。
[5] イベントしたいという想いから、平台等の家具を可動にして広いスペースができるようにしている。そのため、真ん中に本棚を置くのとは違って、真ん中に平台を置いている。
[6] 天井が元々低く、作品をとり付けたときに天井の圧迫感を感じると思ったため、元々あった天井を改修の時に剥がした。そうすることで、展示可能な作品の制約が減った。
[7] 最初にもらった棚や持っていた棚が多かったため、あえて什器は統一感を出さない。一つに揃えると増やしたり減らしたりが難しく、今後の事も考えたうえでの工夫。

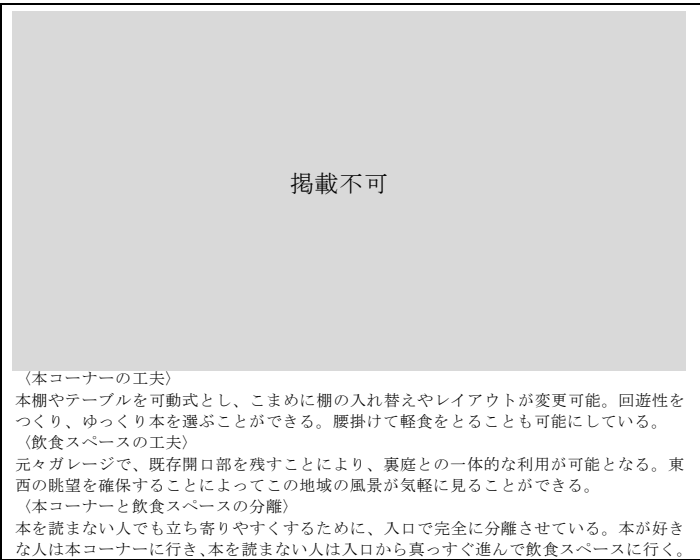


図 10 カフェ併設書店のレイアウト

中心とした多面的な繋がりについての明確化を行う。
表 4 にヒアリング対象概要を示す。

3-1. 店の支援

(1)開店支援(図 14) 店づくりの段階で 7 割弱の書店が人から支援や助言を受けた。【TH】では NPO 法人の知人によって物件の紹介、大家さんや地域の方々との仲介、共同イベントの運営等、開店前から現在に至るまで店主に大きな影響を及ぼしている[12]。【YR】では古本市で出会った方々、【RG】では個人書店を運営している方々やクラウドファンディングによる支援を受けて開店に至る。出版業界の不況が続く中、書店を残していきたいと思う人がいるからこそ書店同士でも支援し合う関係がつけられていると考えられる。

(2)店環境支援 【HT】では常連客が花壇の花を植えて外観作りの支援、【RG】では車いすの客によるスロープの提供[13]が行われており、書店がその人にとって憩いの場として機能しており、一緒に店をより良くしたいという想いから支援が行われていると考えられる。

3-2. イベント

(1)外部イベント 【AS】では開店前に道の駅でのイベントに参加し出店をすることで、物件情報の収集や、自分の人柄や趣味の表現が可能であった。イベントにより人間関係の形成やまちに馴染むことができ、理想の書店開業へと至った[14]。【HY】ではイベントで出会ったコーヒーロースターの方にカフェで扱う豆を卸してもらっている。

(2)店内イベント 【AH】では展示を行うことで作家との繋がりが拡大している。理由は、作家から作家、常連客から作家の紹介等が頻繁に起こっているからである。【RG】では客が企画した幅広いイベントにより、客層拡大の効果がえられる[15]。地域を巻き込んだイベントが、お店の支援に繋がっていると予測される。

3-3. 多機能併設

表 3 店主からみた客の来店目的

[8] お酒を飲み。物販のみの目的。美術館の訪問と合わせて、展示を見に来る。
[9] 家の鍵を忘れて親の帰りを待つまで書店で過ごす。毎日放課後の暇つぶしに。怪我をした子どもが手当てをしてもらうために。
[10] ゆっくり一人の時間を過ごしに。息抜きに。買い物や散歩のついでに寄った。
[11] 生存確認し合いに。

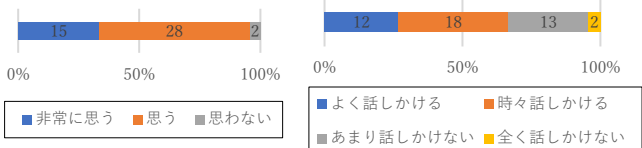


図 11 お店に気軽に立ち寄ってほしいか (n=45)

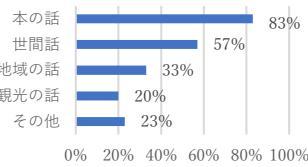


図 13 客との会話の内容 (複数回答可、n=45)

図 12 客に話しかけるか (n=45)

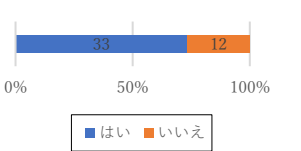


図 14 店づくりに関わった人の有無 (n=45)

(1)飲食店の併設 ヒアリング対象書店の9店舗のうち4店舗が飲食店を併設している。効果として、人の出会いの増加[16]や、仕事・勉強・趣味の場や居場所のような憩いの場の提供に繋がっている。【AS】ではお店を貸す取り組み(表6)を行っており、利用する客は家のような使い方をする人が多く見られる[17]。多機能を併設することによって、より長時間滞在が可能な空間となり、利用目的の多様化を促進している。

(2)本以外の取り扱い 【TH】では地域で有名な金魚をイラストにしたラムネを販売している。店の大家さん企画のもので、大家さんとの繋がりから取り扱いに至り、地域の特色を店内にも表現する要素の一つとなっている。文化に触れる場でもある書店では有効である。

3-4. 個人間のやり取り

(1)近所の方々との会話 【HY】では毎日店の前に本の一冊が書かれた看板を置いている。毎日変化する看板は店の前を通る人々の楽しみでもあり、店の前を通った人と会話をするきっかけにもなっている[18]。客と仲良くなってプライベートの仲に進展することもあるが、多くの店主は適切な距離を保ちつつ、店主と客の関係によって会話をする事で人との繋がりを大切に

している。

(2)地域活動 【HN】では子ども食堂に本を持って行き置くことによって、来た人が無料で本を持って帰ることができるようにしている。店主は書店が居場所になってくれた経験を活かし、生活が困難な人を支援する取り組みを行っている。

(3)差し入れ 【AS】【HN】【RG】では地元の方から野菜をもらうという行為が頻繁に行われている[19]。他にも、店主の娘に贈り物を渡したり、お店に合いそうな家具や絵画を持ってくる方も存在している。

(4)選書による相談 【YR】【HY】では学校の先生が来店し相談されることが多い。悩んでいる人からの相談[20]もアドバイスをする立場ではなく一緒に考える時間を大切にして選書している。

3-5. 店同士の交流

【TH】【HY】では周辺の個人店同士で情報共有等の会話を交わすことで一体感や心強さを感じている。

【HN】では周辺の三店舗の書店と競合関係ではなく交友関係を築き、三書店あることを地域の特色にするといったことを目指している。【RG】では常連客のゲストハウスと協力し、本の寄贈によるゲストハウス一泊

表4 ヒアリング対象概要

書店名	【AS】	【HN】	【HT】	【CL】	【TH】
所在地	福井県	東京都	愛知県	大阪府	奈良県
開店年	2020年	2021年	2021年	2004年	2014年
営業頻度	週4回	週6回	週3回	週5回	週6回
規模	126㎡	33㎡	50㎡	50㎡	26㎡
建物種別	戸建て	マンションの低層部	長屋	オフィスビル	戸建て
店舗物件種別	路面店	テナント店	路面店	テナント店	路面店
お店づくり方法	改修・リノベーション	一部リフォーム	改修・リノベーション	改修・リノベーション	改修・リノベーション
開店目的	社会貢献 本の魅力を周知 知識や情報の提供	収入源として 知識や情報の提供	収入源として 本の魅力を周知	収入源として 出会いの拡大 本の魅力を周知 知識や情報の提供	収入源として
常時活動	カフェ	雑貨屋	レンタルスペース 雑貨屋	カフェ ギャラリースペース	雑貨屋
臨時活動	—	ギャラリースペース イベントスペース	イベントスペース	イベントスペース	ギャラリースペース ポップアップショップ
本以外の取り扱い	○	○	○	○	○
地域活動	学校との連携 地域の清掃活動	外部でのイベント	外部でのイベント 図書館への選書	外部で読み聞かせ お祭りの出店	お祭りの手伝い 外部でのイベント
書店名	【YR】	【RG】	【AH】	【HY】	
所在地	奈良県	香川県	福岡県	長崎県	
開店年	2019年	2017年	2020年	2010年	
営業頻度	週4回	週6回	週6回	週6回	
規模	約10㎡	89㎡	35㎡	26㎡	
建物種別	戸建て	マンションの低層部	長屋	アパート	
店舗物件種別	路面店	路面店	テナント店	テナント店	
お店づくり方法	改修・リノベーション	改修・リノベーション	改修・リノベーション	改修・リノベーション	
開店目的	収入源として 出会いの拡大 本の魅力を周知	収入源として 本の魅力を周知 趣味や特技の表現	収入源として	収入源として 本の魅力を周知	
常時活動	雑貨屋	カフェ	ギャラリースペース	カフェ	
臨時活動	読み聞かせ、お菓子屋出店 レンタルスペース	読み聞かせ イベントスペース	—	—	
本以外の取り扱い	○	—	—	○	
地域活動	外部でのイベント	学校との連携	—	—	

無料サービスを始めた。本を通して繋がることに楽しみを感じ、その繋がりを大切にしていると考えられる。

4. 開放型個人書店のまちや人の繋がりの特性

4-1. 開店前の繋がりによる分類 (表 7)

開放型個人書店の多方面との繋がりは開店前から始まっていることが分かった。また、開店前の繋がりとして、①旧知派生型 ②活動参加派生型 ③新規派生型の3つに分類することができる。

4-2. 分類による評価

ヒアリング対象書店の9店舗の内4店舗が①旧知派生型、4店舗が②活動参加派生型、1店舗が③新規派生型となり、①旧知派生型と②活動参加派生型のように元々の知人による支援を受ける人が多い。図 17 は分類した4店舗の各書店を中心とした多面的な繋がりを示す。②活動参加派生型では知り合う方が多く、繋がりが派生しやすい傾向にあり、開店前のイベントや団体の参加は開店に有効であると言える。開店後の繋がりについては型による傾向は見られなかった。

表 5 ヒアリング内容 (まちや人の繋がりについての質問に対して)

〈店の支援〉 [12]町おこしの活動をしている NPO 団体の人と知り合いで、物件を紹介してもらった。NPO の方がその辺で色々お店紹介して、地域に根付いてやっているから、他のエリアでポツンってお店始めてそこから地域と一緒にとか、周りの人と一緒に繋がってやっていくよりも、最初からネットワークのある NPO 団体さんのところに来たら、最初から一緒にやっていくのではないかって、少し頼りにしてここに来たという感じ。【TH】 [13]車椅子で来てくださるお客さんがいて、お店の入り口の段差のところを、何人かかかって入れていた。それでそのお客さんがスロープがあった方がいいと考えられて、作って持ってきて使ってねって感じで。何名か常連で車椅子の方もいるので、助かっている。【RG】
〈イベント〉 [14]お店持つ前は、道の駅みたいな物産施設の横に、町の人が出店できる場所があって、私も古本並べてコーヒーいれてやっていた。そこにいる人とかは結構空き物件情報が回ってきやすかったりする。外に住んでいきなりお店始めるっていうのはできなかったと思う。最初に 3 年住んで、ある程度その人となりや、お菓子と本に興味がある人だな、お店始めたいのかな、みたいな風なおいを出しといて。そこから情報をくれるようになった。そういう意味では、お店を始めるにあたって人間関係っていうのはつくってないかと思う。だからこそ自分のやりたいお店というか、自分を表現できるお店っていうのは、そこからまたしやすくなるのかなと思う。【AS】 [15]だいたい月に 7、8 本ぐらいはイベントを何かしていて、結構そのうち 6 割 7 割ぐらいはお客さんからの持ち込みな気がする。例えば読書会をしたいけど場所がないから使いたいか、朗読会したいとか、知り合いで本をかいいた人がいるのでトークショーをさせてほしいとか、創作ダンスの発表の場みたいな感じや、ジャズライブ、パントマイムとか、お客さんがしたいイベントをする。お客様の幅はやっぱりイベントがあるごとに増える。【RG】
〈多機能併設〉 [16]田舎なのでやっぱりみんなちよつとずつ知り合い。それでたまたま再会してそこでお喋りが弾んだりとか、例えば最近だと、短歌に興味があるという方がいらっちゃって、短歌の会に入ろうかなみたいなことを言っていたので、入っている方から紹介しますよってその二人を引き合わせて仲良くなりとか、そういうこととかもある。【RG】 [17]家のように使ってくれる人がいる。今までやったら家でおしゃべりしてたやろうなっていう近所のおばちゃんたちがここ使っておしゃべりしたり、保険屋さんが来るから家でしゃべるんじゃないかって、ここで珈琲もらって、ここで話をしたいとか。地元の工務店さんは会計士さんが来るから接待としてここを使うとか。【AS】
〈個人間のやり取り〉 [18]店で会話を交わすよりかは通勤時とか外で会話を交わすことが多い。僕が看板を出しに行くタイミングとか出勤するタイミングとか。下で看板出したら、「いつも見てるよ」とかって声かけていたんだとかそれが良い。そうだったのは嬉しく思う。【HY】 [19]隣の店の食料品屋さんが自分で読みたい本をうちでよく注文してくれるんですけど、時々豆腐いただいたり、野菜いただいたりしている。【HN】 [20]僕も個人的に精神医療とか興味あって、例えば棚をお見せすると、この辺とかは精神科医の方が書いた本。そういった本を読まれる方は多少は生きづらさを抱えてたりするので、どういった本が良いですかねみたいな話になり、僕がアドバイスをするという立場ではもちろんなくて、一緒にいるんなことを考えたりする時間もある。【HY】

表 6 【AS】における活動内容

活動名	内容	実際の利用状況	客の使い方
ゴロゴロ日和	定休日の水曜日。 午前・午後の二部制。 1ドリンク1スイーツで1人1600円。 何をしても良い。 飲食を出した後店主は何もしない。	月に1組か2組予約がある。 コロナもあり、安心安全にも繋がっている。	昼寝、読書、習い事の習字、勉強、 親子連れで子は宿題、親は仕事の電話 自然を見ながら過ごす、 何もしない、等

4-3. 開放型個人書店の実態と繋がりの関係

(1)立地と繋がり(表 8) 都市部の書店と比較して、地方の書店では地域の中での繋がりが生まれやすい傾向にある。また、学校の通学路にある書店であれば、怪我をした小学生が手当てを求めて書店を寄る等といった立地タイプによって繋がり方が変わる可能性もある。都市部ではテナント店でお店が分かりにくいという欠点もあり、地域の中でも知名度を上げるために工夫が必要である。図 15 ではまちとの繋がりの評価を示しており、30 店舗(67%)が満足と評価していた。やや不満の回答理由としては近所の人に認知がされていないことが挙げられた[21]。

(2)店づくりと繋がり 改修・リノベーションの方法で店づくりを行った書店では、客や地域の方と建物に関する会話が生まれやすく、リノベーションがコミュニケーションツールにもなる。

(3)多機能併設と繋がり イベントスペース・ギャラリースペースを併設している書店、本以外のものを扱っている書店では作家を通した繋がりが多く見られる。また、店同士の交流も生まれやすい傾向にある。図 16 では人との繋がりの評価を示しており、34 店舗(76%)が満足と評価していた。やや不満の回答理由としては、コロナウイルスの影響でイベントができず人が出会う場として未成立であることが挙げられた。

(4)本と繋がり 文化的な物事を発信し、人に刺激を与え、多様な世界の広さや深さを体感でき、幅広いものとの親和性が高い本を商う店だからこそイベントや様々な業種と手を組むことができる。また、本を通して似た価値観の人が集まって安心して交流したり、関わりがなかった人との接点をつくったり、家でも職場

表 7 開店前の繋がりによる分類

分類名 (開店前)	分類の内容
①旧知派生型 【HN】 【CL】 【TH】 【HY】	開店のためのアクションを起こす前からの知り合いによる繋がりの派生が大きく影響し、支援や助言を受けて開店に至った書店。
②活動参加派生型 【AS】 【HT】 【YR】 【RG】	開店前にイベント参加や団体の加入によって知り合った方々による繋がりの派生が大きく影響し、支援や助言を受けて開店に至った書店。
③新規派生型 【AH】	開店するために支援や助言を受けることを目的として、新たな出会いを求め、そこで知り合った方々による繋がりの派生が大きく影響し、支援や助言を受けて開店に至った書店。支援や助言を求めてイベントや団体に参加する場合は除く(②に分類)。

表 8 ヒアリング内容 (まちとの繋がりの評価の質問に対して)

[21]近所のたちにやっぱり認知がされてなくて。恐らく SNS を見ない世代の人たちには届いてないので、ポスティングを一回したらポストに入ってたから来てくれた人もいた。隣の商店街でやってるイベントにこの前も出たんですけど、そうするとこの前出ただよねみたいな風で来てくれる人とかもいた。だから、ポスティングをもうちょっとやるとか、ちょっと地元の SNS 以外の世代に届ける方法もちょっと考えないかっていうのは思ってます。そこに届いていけばもうちょっと地域的なところで何かができたりするのかなかと思ったりしてるんですけど、まだやっぱり遠くから来る人の方が割合としては多分多いので。【AS】
--

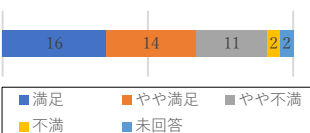


図 15 まちとの繋がりの評価 (n=45)

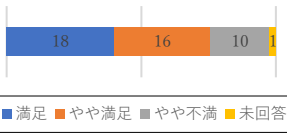


図 16 人との繋がりの評価 (n=45)

図 17 各書店を中心とした多面的な繋がり