



立命館大学 経営学振興事業だより

Across

GUEST
—ゲスト—

洞本 昌男氏 株式会社ふたば書房 代表取締役会長
昭和37年3月経済学部経営学科卒



商品販売を通じて 「文化性豊かな知的生活」を 提案するふたば書房

[聞き手] 近藤 宏一 立命館大学 経営学部教授

書店業界の歴史

<洞本>本っていうのは本来お経を写す、写経から出たもんやそうです。書き写した人が売ってた製造販売ですね。今みたいに書店と出版社とが分かれてへんかった時代です。江戸時代から活版印刷、製版印刷など技術が発達して作り手と売り手が分かれたそうです。明治頃から交通網が発達して東西の交流が出来てきて、東で売れたもんを西で、西で売れたもんを東でもういっぺん売ろうと取り次ぎ役が出来たらしいです。本っていうのは版が大事なんで、売れたら刷るだけでおいしいですから。この頃から大体メーカーが威張ってはったんです。こんなことですので、「運び賃やさかい、なんぼかだけちょっと渡しといたりーな」と、そういう商習慣のほうが先行してた、というのが出版流通の特性やと思うんです。そんな流れから、問屋というものが重宝され成長してきた。「今まで3%やったけれども、やっぱり江戸まで行くのには5%、いや8%おくれ〜な」と、未だに出版業界では大きな問屋の事を「大取次ぎ」っていいますね。戦前はたくさんそういう業者

があったらしいですわ。それがだんだん淘汰されていって、7社が中心になったんです。そこから統制経済になった関係もありまして、至誠堂、東京堂、東海堂、北陸堂、その他が1つになって「日本出版配給(日配)」を。

<近藤>あ、配給ですね。

<洞本>そう配給やから、問屋がだんだん偉なってしまうわけ。そんな時代が3、4年続いたんですかね。昭和16年くらいかな。それで終戦を迎えてすぐに、それぞれが独立したというか。旧系列で東京堂というのが東販(現トーハン)の前身。日販は、旧日本出版配給を母体として。今の日販は、日配とはまた全然別のもんなんです。

私の先代、私もまあ2代目ですので。先代やらがその時分に、東京まで仕入れに行こうやないか。京都の本屋さんで、組合の役を持っていた人が主になって輪番制でやろうやないかと。共同仕入機能を持つと。やっぱり小売屋ですから、物売るのは自分で仕入れんとね。売った分だけ儲かるけど。仕入れはただ働きみたいな。それでその頃に、京都図書というのが京都に。大阪は大阪屋というのがありました。

<近藤>今もありますね。

<洞本>その前身なんです。あのまま残ったんです。

<近藤>なるほど。そういうことだったんですね。

<洞本>関西でいうと、大阪は大阪屋としてそのまま本屋さんが出資しましてね。京都の連中も出資しまして京都図書。それぞれエリア毎で作ったんです。トーハンも日販も、昭和23年が創業なんです。京都図書へは、トーハンが傘下に入らないかと声をかけてきた。大阪はその時に「大阪はおまえらの傘下になんか入らへん」というてえらい逆らわはって、まあ大阪人の根性でっしゃろな。「トーハンは必ず大きくなる。しかし、特に物理的に本社との距離もあるし、京都支店をここで作ろうと思うんで、全部権利を売ってくれ」という要望があったんです。

<近藤>うんうん。

<洞本>そうすると皆さんまあ本業があるものですから、輪番の時に汽車の切符取るだけでも大変な時代に、東京へ行くんですから一大事やったんで

す。そんなことがあって、トーハンや日販の京都支店が出来た。そんなこんなで、トーハン系とか日販系とかいうものがだんだん出来上がってきて「トーハンの株を、日販の株を、これ将来必ずあがるから、悪いけど一応株で持ってくれ」といわれて、古い本屋はわりに株を持ってますねん。ただ、今は状態は決してよくないですわ。その辺はトーハンにしろ日販にしろ、ピーク時は年間8千億くらいやりましたしね。それぞれが。それぐらいの数字がいまは半分強ですわ。

<近藤>半分ですか。

<洞本>トーハンは5千億、日販も7千億きれるかな。横への広がり、やってますけどそういう状況です。実は版元の講談社・小学館・新潮社・文芸春秋など出版社が大取次ぎの大株主なんです。そんなわけで、このインフラをしっかりと支えていかんと、自分たちが影響しますから。

<近藤>そうですね。

書店業界の現状

<洞本>現場をご覧になったら面白いでしょうけど、本の返品というのが大体40%程度。新刊の洪水で、むやみに本を送っても返品率の上昇に繋がるだけ。特に小さい本屋すなわち小書店にはものがきませんわ。

いまの「倍返し（半沢直樹）」もそうですけども、文庫になったらわりと来るんですけどね。ミリオンも売れたらね。ところが、現実には文芸書の新刊でも3000くらいしか刷らへん本もあります。そうすると全国16000軒の内せいぜい600軒いくかどうかという程度です。その問屋の配給権というのがいかにすごい権力持ってるか。委託販売の世界ですから、メーカー指定があるんですけども、それよりも売れる時期に売れる力のあるところを知っている問屋が配本する。売れへん本屋は、売れるタイミングで本が来ないからギリ貧です。

<近藤>そうですねえ。

<洞本>紀伊國屋さんでいま1100億くらいですかね。スクラップ&ビルドばかりやってはるからね、せやさかいに数字としてはあんまりあがって

けへん。あとはジュンク堂さんもね。まあジュンク堂さんで500億くらいやりますかね。

<近藤>そんなもんですか。

<洞本>そこからは格差ものすごいあるんですわ。特にこの頃のことやから、いろんな手段で本が手に入るし、さらにコンテンツだけやったら他の手段もある。トーハンにしろ日販にしろピーク時は100億の利益出してたんが、いまは利益も半分くらいですわ。

<近藤>なるほどねえ。

<洞本>だから全体にしょぼくしてきた感じなんですよね。京都府下の組合がピーク時420軒くら



FUTABA+

いあったのが半分ですわ。どんどんやめていかはるね。時代の変化から配達もやりにくいし、雑誌は新聞みたいに配達で支えられてきたところあるしね。文芸みたいなジャンルはスタージャンルやけど売れへんのです。そやさかい無くなるかという、そうでもないんですね。文芸のジャンルはいつまで経っても悪いまま推移しています。嗜好品みたいなものですか。

<近藤>んー、なるほどなるほど。

<洞本>不思議にね。ビジネス書は足が速いんです。

<近藤>やっぱり数としては動くって感じですかね。

<洞本>そうですね。単行本より安い新書や文庫にされていってることがありますし。

<近藤>以前に比べるとベストセラーはすごく売れるけれども、あとのそれ以外のところは差が広がっている気がしますよね。

<洞本>そうですね。どこともが新書タイプを増やして行ったでしょ。大層にいうたら昔の百科事典の一項目が、一冊の本になっている感じです。それもだいたい600円くらいなら読み捨てしてもいいかな位で。最近では児童書の版元も新書出しますしねえ。岩波新書はGNPの指標に入ってますね。物価指数の基準なのかな。

<近藤>あー、そうなんですか。

<洞本>それぐらい良心的な本だったんですけどね。岩波さんもやっぱりだいぶ柔らかくならりました。昔みたいに「絶対買い取れ！」というのはなくなりました。売れるところで売ってもらえればというように変わってはきてますけども。書店組合そのもののあり方も果たしてこれでええのかと。協業も今は考えてます。特に小売の我々レベルはね。

<近藤>そうですね。

<洞本>ところで、大日本印刷の件はご存知ですかね。

<近藤>大手書店の統合の件ですよ。

<洞本>はい。あのジュンク堂さんと、それから丸

善さんと文教堂さんの3法人を傘下にグループ統合した件。大量の在庫は、商品の回転率が悪くなるとしんどなってきます。今は大日本さんの支援があるからか、まだ出してはりますわ。大問屋さん、売り場がなくなるということは絶対つらいことですからこちらからも支援があるようです。

<近藤>そうですね。

<洞本>どんどん、どんどん減っていくんやから。だからどっかでリカバリーしていかなとね。となるとここ支援しようか、ここやめとこか、という風な話が出てきます。在庫はだいたい坪50~60万は要りますからね。商品売価で。それで200坪の店でやっぱり億です。

<近藤>億ですか。

<洞本>この業界は委託でしょ、基本が。委託の商売というのが他の業界にはあんまりないんじゃないですかね。問屋は月末で切って翌月末に集金ですわ。そうすると、この一ヶ月間のタームは資金欠になりますわ。その間の資金繰りがね。一周回るまでお金が要りますねん。それも借入金です。

<近藤>あーなるほどね。

<洞本>仮に1億入ったと。1億入ってもそれがほんとに現金になるまでにもものすごい期間がかかる。仮にその在庫が一ヶ月間で一回転する。すなわち年12回転してくれるなら、まだ回るんやけど。いまは大体平均回転率3回…。

<近藤>あー、やっぱりそうなんですかね。

<洞本>とてもやないけど資金が足らん。

一方で、大手出版社でもここ4~5年利益らしいもん上げてないところがあります。昔はほんまに儲かった。招待旅行ばかりですわ。今や旅行らしきものはほとんど無いし。今でも大手出版社の感謝会がいくつかあるんですが、そんなところに呼ばれる書店いうたら、だいたい100~150法人。出版社も、上手に言わはるけれども、実際はそこらで7割売ってるんでしょ。

雑貨店 ANGERS に乗り出す

<洞本>本の業界というのはだいたいそんなとこ

ですけれども、うちも雑貨の方がだいぶ増えてまいりまして。

<近藤>はい。

<洞本>実際、本屋はどの店も先行きが見えへんで不安ですわ。なんやかんやいうて、大手に食われてたり、インターネットでの購入というスタイルが生活に根付きつつありますね。特にショッピングセンターあたりは、箱の集客力によります。

うちもたまたま河原町通りの御池下がった辺り、ロイヤルホテルの向いにふたば書房河原町店があったんですけども。

<近藤>はい、存じてます。

<洞本>おおかた40何年やったかなあ。河原町通りに、当時、オーム社、京都書院、駿々堂など路面店がありました。今無くなってしもたな～。

<近藤>河原町全体ががらっと客層が変わってしまった、ていうのが大きいですけどね。

<洞本>そう、私もあの商店街の中で役をやっているんでなんなんですけど、ほんまに、カラオケ屋とディスカウント屋とパチンコ屋ばかりです。

<近藤>そうですよねえ、本が売れるような場所がなくなってしまってますよね。

<洞本>なくなってきましたねえ。今ものすごい、何て言うんですか、まあ文化離れていうのか。たまたまですけど、その河原町の店をやっている時に、毎月売上が前年比を割る状況を見てるもんですから。新しい展開を模索していた時に、いまの「アンジェ」がある場所に元々あった銀行さんが閉めるという話を聞いて、「この外観やったらイケる！」とピンときたんです。実は若い頃、ヨーロッパの書店で「本を読む空間」を丸ごと提案していた書店を見たことがあって、いつかは読書関係の商品も販売してみたいと思っていました。葉、ブックカバー、本を読む為の机、メモ、万年筆、電気スタンド、コーヒーカップ、音楽等々そんな夢みたいな事を考えて



アンジェ

たら、生活雑貨屋さんかええなああと、いうふうに、だいたい内部が固まってきたんです。

頭でっかちの素人でしたんで、本にまつわる商品だけでは運営がしんどい事がわかってきて、高校時代の友達に雑貨屋をやっている人がいた

んで、スタッフも含めて指導してもらった事がきっかけで、現在に至ってるという事ですわ。今は開店当初とだいぶと変わりましたがね。

<近藤>そうなんですか。

<洞本>その試みが、世間様よりちょっと早かったんですかねえ。

<近藤>ええ、そうなんですよね。お店作られた時も、へえ、というように私たち思ったところで。

<洞本>ああ、ご興味いただいていた。そういうことがきっかけで、初日からの売り上げは、あがりました。これは二墨打か三墨打やなあ、というふうに最初思ったんですね。で、私どもは委託販売を今までやってきた経営者ですから、開業から数年は、赤字続きで在庫の処分に苦勞しました。やっぱり素人は、あきません。商品構成そのものから、現場のスタッフの声を反映するように転換してから少しづつ好転してきました。今では女性スタッフ1人でも北欧に買い付けに行かせてます。海外の生活を見て、空気を吸って来ると、必ず商品だけでなく体験まで持って帰ってくれますから、その後の売り場作りにはいい影響が出てますね。



蚤の市

<近藤>ええ。

<洞本>それやこれやで、ぼちぼち続けて行っていた最中に、イオンさんが目をつけてくれはったんです。お声を頂いたもんですから、それから店舗数も増えだして、極端な話ですけど、うちでアルバイトしてた名古屋出身の女性スタッフの大学卒業と名古屋への出店が重なったんで、そのまま店長に。

<近藤>へー。アルバイトで来てた方をそのまま名古屋の店長に。それも大胆ですよ。

<洞本>大胆というかね。優秀なスタッフではあったんですけど、地元に戻らなければならないというタイミングが合いましたんで社員にしました。うちの社員は、全員アルバイトからの採用です。雑貨が大好きな子が多いですな、平均的には、やっぱり心

が豊かな人が多い気がしますわ。

<近藤>まあ、そうですね。一つ一つがそんなに安いものではないですから、やっぱり、楽しもうと思ったらある程度余裕がないと。

<洞本>まあ、この数年は全国から出店依頼のお話を頂いて最近のヒットは東京の上野ですわ。

<近藤>ああ、上野の駅のところですよ。

<洞本>あの店はホンマに、「こんなに売れんの」いうほど極端な動きを見せます。お取引のメーカーさんが一番驚いてますね。あれは、JRさんが梅田のハーヴィスエントの店を見て頂けたようで、この感性をこのまま東京に持って行ってくれと依頼された記憶がありますね。向こうからのお誘いやさかい有難いですわ。

<近藤>なるほど、なるほど。

<洞本>それから、行かれたかなあ。大丸さんまっすぐ上がって行って、三条の手前に八百一本館さん。3階に畑がある、ビルまるごと八百屋さんの建物で、生鮮を1階。うちは2階の一角でキッチン雑貨を販売させてもらってます。

<近藤>ええ。一時ちょっと話題になってましたよね、たしか。

<洞本>アンジェ河原町本店とも近かったんで、お声頂いてキッチンまわりだけを主にやってるんですけど。うちのジャンルの中のひとつだけ切り出した新しいタイプのお店です。

<近藤>はい。

<洞本>今も、数件東京の方からお声いただいているものもあります。うちにとって大変ありがたいことです。それから、春に東京駅前の「KITTE」の中も出さしていただいたんです。元郵便局長室が再現されてる話題の商業施設ですわ。

<近藤>そうですね。

<洞本>うちみたいな雑貨屋が他にないのかなと思うんやけどねえ。

<近藤>うん、うん。でもないことはないですけども。やっぱりそこは違いがあるってところがあるんじゃないでしょうかねえ。大規模にやっ

てらっしゃるとこあんまりなくて、個人経営か、それに近いところが多いので。

<洞本>そうそう、そうなんですよ。法人格が少ない。

<近藤>やっぱり「ふたば書房」さんがきっちりした書店をずっとやっておられるから、テナントを集める側としてもたぶん安心感と、信頼があるんじゃないですかねえ。

<洞本>まあセレクトショップは、人材育成とお店の質を維持するのが難しいですからね。いろいろ含めて、そういう安心感が向こうにもあるのかな。

<近藤>なるほどね。

<洞本>今度、来年1月には、東京丸の内に書店も決定してます。地方からもたくさんそういうお話しいただきますけど、結局東京の人口は魅力です。うちも点だけじゃつらいから面にしたい。行くのやったら3軒か4軒あればね。一応管理職つけられるし。

<近藤>そうですね。

<洞本>そんな関係からか、心齋橋の大丸さんで書店と雑貨店の複合店もやってるんですけど、求人募集したら、エライたくさん応募がきてねえ。それもアルバイトなのに、申し訳なくてね。

<近藤>いやいや、書店とか、ファッション性の高い雑貨屋さんというのは懂れている人はいっぱいいますから、働き甲斐とか、面白みとかっていうことを考えれば、やっぱり面白いほうをとるという人は結構、沢山いると思います。

どの店も個性があって、現場に結構そういうのは任せておられるんだろうなあ、と思ってたりしてます。むしろ人材を育てる、こうしてきた考え方とかコツみたいなものが、お持ちなんじゃないかと思っているわけですけども。

<洞本>まあ、育ててるというよりも、寄り添って見守ってるって感じですかね。信頼して任せていると勝手に賢くなってきはってね。その人なりに成長してきはるもんですよ。

<近藤>そういうものですか。

書店の生き残り策は

<洞本>大店法撤廃からメガストアが、乱立して

地元書店があおりを受けてます。そのメガストアが今は、アマゾンさんの攻勢に苦勞している状況です。

<近藤>書店は書店でしんどいわけですね。雑貨の方が伸びてるといことになると、これから、段々、重点としては、そっちへシフトしていくような感じになりますか。それも難しいとこですけどね、確かに。

<洞本>いやいやうちは、どこまでいっても本屋です。たしかに難しいですが…。大手さんなんかは、本一筋ですが、うちは複合も視野に入れながら、うちでやれるというものをやって生き残ります。雑貨は本より利益率が高いですから、ミックスして販売してやっていきます。雑貨との複合で1番大きな店舗は320坪、その次が200坪くらいですかね。

<近藤>うん、うん。

<洞本>これとて、やっぱりね、都会の賑わうとこでない。在庫抱えてるのが、ものすごいしんどいですわ。そのあたりの兼ね合いで、ウチらで本屋をやるのは、まあ、まあ、今まで育てて頂いた地元への恩返しのようなところもあります。書店のお客様は、ご年配から赤ちゃんまで幅広い。地元の皆さんが気軽に楽しめる知的空間ですから、街に書店が無くなってはいけません。

<近藤>それで、紫野店は最近、ひきとったような形で。

<洞本>はは、あれは、いま流行のシニアシフトの実験店です。これから迎える高齢化社会への対応策を練る為と、ウチも教科書扱ってるもんですから、紫野高校の教科書の売り場ということもあったんです。

<近藤>200坪ぐらいの店舗が多いというお話をされていたと思うのですが、ジュンク堂さんや大垣さんだと店舗が大きいので数で勝負できるというか。200坪ぐらいというのはわりと難しいですよ。品揃えをどうするか。ある程度のは揃えられるんだけど。その辺の難しさというのはどうやって。

<洞本>それぞれの目指す道でしょうか。あまり大きい店は、私自信歩きつかれますからね。その辺にいる店員に声をかけて聞く方が早いですし。専門書は揃えだしたらキリが無い。医学書を置くか置かないか、仏教書なんかもありと直売が多いんです。相手が決まっているもんやからね。

<近藤>棚には並べない？

<洞本>というのもありますし、メーカー自体が通販で売ってしまう。

<近藤>なるほどなるほど、もう頭越しに売ってしまうのですね。

<洞本>ところが学校相手というのは、なかなかいろんな意味でいろいろ難しい。実績のある本屋やないと。学校、特に小中なんかの図書室は専門の業者がいますしね。

<近藤>そうですか。なんでこんなことをお伺いたかということ、個人経営の書店さんで個性が強いところは京都にはいっぱいあるわけですけど、ふたば書房さんの店舗というのは、いくつも店舗があって、それぞれなりに個性があって面白い品揃えだと私の周りの本好きもいっている。昨日ゼストのお店にうかがったんですけど、当然今だったら半沢直樹がどさっと積んでいるであろう場所に違うものが積んであって、これは、ここのお店の人はこれを売りたいんだとわかる構成になっています。たいていのところには1番目立つところに半沢直樹を置かざるのに。その辺のユニークさがあって、周りの本好きから、ふたば書房さんにうかがうなら是非その辺の秘密を聞いて来いと。



店内風景

<洞本>そんな秘密というものはなんにもありませんわ。「売れる本」と「売りたい本」の違いみたいなもんですか。「倍返し」みたいなもんは、あれだけTVで人気やったらほっといても売れるんです。結局は、これから売れそうなテーマ、ちょっと気になる話題をアニマルチックな感覚で嗅ぎ分けるのが本屋ですからね。1人ね、うちに40年いる目利きに、ようメーカーから聞きにきよるんです。これいけますか？とかね。

<近藤>なるほどね。やはり職人的な人がいはるんですね。

<洞本>これを前列に並べてとか、これは鮮度が落ちたとか、わりときちっと指示してるもんだから。

<近藤>そうすると、その世間的な流れとちょっとずれているように見えても、案外そこが売り上げというか、動いていくところになっていくような。

<洞本>そんな素敵な動きなんですかね。京都駅八条口の店なんかもその点、結構観光のお客さんがリピーターやったり、面白いんです。何で京都まで来て本買うの?と。荷物になるのにと怒られているご主人を良く見かけます。

<近藤>案外そういうのも人によってはあるだろうなと思いますね。

<洞本>大体日立て坪何ぼという計算の基礎はあったのですけれど、今は月に格上げして、例えば坪30万だとすると、1日1万円、ということがあるんです。

<近藤>そういう意味では、ちょっと、ユニークのように見えても、売り上げのツボのところは押さえている。

<洞本>そうやけど実際、担当者の好みが、どうしても出よるんですわ。そんなもんいらんやないかいというんやけど、さっきの話じゃないですけど、その本が置いてあるだけでほかに影響があるとわけのわからんことをいうとる。

<近藤>やっぱりそういう意味では大型店が数で勝負されているときに、そういう個性が垣間見れるようなのは、一つの戦略と想ったりしていたものですか。

<洞本>本当はその店の大将が店にでて、お客さんとのコミュニケーションが取ればベストですね。案外、こちらもお客さんとのコミュニケーションを楽しみにしてることもあるんですわ。昔は、大学の

先生が、ようこっちの事務所にきて、自分の専門のことを、個人的にレクチャーを受けてたりした事もありましたわ。知的な内容を話す相手としての本屋。そういう本屋のあり方っていうのもいいんじゃないですかね。



近藤先生

<近藤>ゼストのお店にもよくいくのですが、おもちゃとかもあって、感じのいいスペースにさせていただいているので、母親が子どもに「そこで見ていなさい」といいつつ、自分は本見に行ったりさせていただいています。

児童書のコーナーに質の高いおもちゃを置くっていうのは、児童書専門店とかが昔からやっていまして、大手の書店さんでそういうのをやってはるっていうのは、よっぽどビル全体のようなお店ならともかく、あれくらいだと大胆だな、と思っ

ていたりしてます。

<洞本>面積取りますしね。

<近藤>その割に売り上げにならない。単価は高いけれども、遊んでいるだけでなかなか買うまではいかないと思うので。

<洞本>アメリカ行った時、エデュケーションという分け方しているところに一緒に置いてはりましたね。そういう分け方もあるのか!と。でも街から玩具屋がなくなっている状況からして、これからの地域書店の使命になると考えています。

<近藤>なるほどなるほど、知育玩具と本と一緒にセットにしてね。なるほど。そういうのはアメリカに視察に行ったり?

<洞本>いや、それはせがれですけどね。

学生時代の思い出

<近藤>学生時代とか、若い頃はどんなご様子だったんでしょうか。

<洞本>うちは先代から本屋だったんですが、歴史もなんにもなくて、おやじとバイトと2人でやっ

とったさかいに。

<近藤>そうですか。

<洞本>高校まではラグビーしてたんでね、本当は大学入ったらラグビーしようかなあと思ってた。昭和33年か34年やから高度成長の始まる直前ぐら

なんかでも「がちゃまん時代」で、がちゃんと織ったら1万円儲かった。だから、持っていったらなんぼでも買ってくれはるんですわ。これは、商売する方がおもしろいな、と思った。真面目にいうたらおかしいけど、ちゃんと授業受けて、その間にだいぶ友達もできました。そやけど、半年ぐらいしてきたら、家の商売が、結構手が足らんし、集金かばん持って学校行ったりね。

まあ、足がありますからね。オートバイで行って、だんだん出席とらはる授業だけ、あとは夜間もよう行きました。あの時分は、昼の授業の先生が、夜も同じ授業やった。そやさかいに、それで十分や。あの藤棚へんでみんなたむろしてたら、もうそれでなんや、事が済んだような。

<近藤>ははははは。

<洞本>それで、まあ、職業学生いうんですかねえ。それこそ、詰襟着てね学校へたまに行ったら「あ、あんた、タクシーに就職しはったんか。」と、そんな時代でしたさかいにねえ。面白かったですわ。よう儲かったしねえ。

<近藤>は一、そういう時代…。

<洞本>あまりに売れるんで、西陣織りの職人さん向けに専門書を作ったりしてね。出版社を立ち上げた時は、儲かりましたね。

<近藤>でもそうですね。それが出版側の目があるって言うのが、おそらく、書店とか、事業全体を見渡す上でも、たぶんきつとふたば書房さんでいえば、有効なものになっているんじゃないか、という気がお話伺っているとしました。

<洞本>それはたしかにね。

若者の感性が大事

<洞本>数年前に息子を社長にしたんです。やっぱり若い発想というのは必要ですね。我々の持っている感性はほんまに、旧態依然たる組織論というようなものを、認めてしまいますやん。クリエイティブしていく部分が少のうて。まあこのごろ、京都本屋大賞というのを、うちのせがれが中心になってやっとなんですけれど。郷土愛らしいんですけど、その賞のために、この本を読んでくれと、メーカーからの働きかけいうのも結構多いですわ。間違っ私へ送ってきはる。

<近藤>ああいうので名前が出ると売り上げの桁が違ってきますから。でもそうやって息子さんに任せて新しいことをやろうというのを励ましていかれてるといのが、やっぱり素晴らしいなと思いますね。なかなかそこは意外に難しいところで。

<洞本>いやそれはね、例えば寄り合いやと、どっちがいくねやと。もし、参加者でわしが一番年上やと、仮に行ったら、中締めか閉会の辞かね。そんなもののために行ってられん。それよりもやっぱり新しい人脈を掴んでね、頑張ってる方が。それでいまうちのせがれが、考えとるのはやっぱ共同仕入れですわ。

<近藤>さっき仰られた配本の問題…。

<洞本>それがあから。売れるところがパワー



ストール

集めて、「これ売ってくれ」、「こんだけ売ろう」というのを餌に次から配本を増やせとか、そういうのは力になりますね。どっかのローカルのスーパーで結構売り上げが大きいところ、その息子さんと喋っていると、私とこも本屋もやろうと思ってますし、ちょっと教えてくれませんかと話がでてね、ほんなら、といつの間にやら仲良うなると。ほんとに共同でなんかやるとなったら、そういうこのパワーはごついですからね。

他業種からみたら、書店はええ商売や。お客さんがセルフで買っていく。値引きせんでも返品は効く。腐らへん。

<近藤>まあそりゃそうですね。その代わり多

品種少量が半端ではないですから。半年に1冊売れるかどうかかわからないという本も並べておかないと、ボリューム感にならないというところありますよねえ。

<洞本>あるいは本来ジョブ契約というのをやるわけですけどね。メーカーさんの扱ってあげてんのか。おいしいところだけを抜粋したいんやけど、それはメーカーはなかなか認めへん。

<近藤>そうですね。向こうは向こうの商品の都合が。

<洞本>売れへんもんも一緒に売ってくれ、言うことがある。

<近藤>常備もだんだん厳しくなってきたらと思ったんですけど、まだまだありますかやっぱり。

<洞本>まあでも、やっぱり刷り部数も減らしますし、取次ぎも返品率がうるさいので減ってますね。

<近藤>出す側が逆に、あーなるほどなるほど。そうかあ。いやいや面白い話をいっぱい伺えて、やっぱり伺ってよかったなあと思います。今のお話伺って、一方で現場に自由にやらせる部分があって、そこでそういう雑貨みたいなものをはじめようと

いう思い切ったところはやっぱり、思い切りよく判断されているというところが、非常に勉強になりました。

<洞本>いやー。せやけど、やりながら迷って迷って、よかったのかなー、これでよかったんか、なんべんもなんべんも。

<近藤>あはははははは。

<洞本>もういろんなもん。飛行機のビジネスクラスの椅子。二セット…かな。そんなもんも仕入れてきおるしね。ウインドウに並べとったんです。マニアってやっばおるんですなあ。

<近藤>売れましたですか。

<洞本>売れましたわ。30万で。

<近藤>ふははははは(笑)。50万でも売れたと思いますよ。

<洞本>ひとつ売れたらやれやれって。そんなばっかりですわ。

<近藤>会長は心配しはるやろうけど、売れさえすれば怒られへんはずやと思えるかどうかっていうのは結構大きくて、やっぱり、雑貨なんかはそういう風に現場が思えるかっていうので相当分かれると思います。

会社概要

株式会社ふたば書房

■メッセージ

ふたば書房は地域のお客様に、商品をただ販売するだけではなく、その商品を通じて「文化性豊かな知的生活」を提案したいと考えております。

その実現の為に商品知識を蓄え、おもてなしの心を忘れぬよう、日々自己研鑽しております。

■本社住所

株式会社 ふたば書房
〒600-8216 京都市下京区東塩小路町721-1
京都タワービル3F
TEL 075-343-6500 (代表)
FAX 075-353-4567

■資本金 10,000,000円

■代表者 代表取締役会長 洞本 昌男
代表取締役社長 洞本 昌哉

■創業 昭和5年10月

■従業員数 260名

■取扱品

雑誌・書籍・美術書・教科書・CD・DVD・
インテリア雑貨 他

■店舗一覧

<ふたば書房>

西陣店(外商部)、京都駅八条口店、御池ゼスト店、山科店、
ヒカリ屋山科店、大久保店、
アルプラザ野洲店、草津近鉄店、大丸京都店、
大津西武店、つかしん店、
FUTABA +大丸心齋橋店、FUTABA +京都マルイ店、紫野店、
卸事業部

<雑貨事業部>

アンジェ河原町本店、アンジェラヴィサント梅田店、
アンジェラヴィサント新宿店、
アンジェビューロー エキュート上野店、
アンジェビューロー KITTE 丸の内店、アンジェ伊丹店、
アンジェボン・ルパス、クロッシェ大日店、
クロッシェ名古屋店、ノイシュタット

<ウェブショップ>

セレクチュアー株式会社



店内風景

<洞本> そら、おっしゃるように、現場第一主義というのが、そりゃ結局なんでもそうでっしゃろねえ。

<近藤> まあ、そうなんですよねえ。

<洞本> 京都の雑貨店で大手なのはイノブンさんですね。

<近藤> あそこはたしか文房具屋さんからきたんですよねえ。そういう意味では、イノブンさんのがっちりした感じで、遊び心はやっぱアンジェさんって感じがしますねえ。

<洞本> へー、遊び心。場所がまあいうたらどうしてもええ所にいかんとね。うちの場所は、ちょっとはずれというたらはずれなんですけどね。でも今のところおかげさまでまだ順調にまだ伸ばしてますわ。そんでもう20年すんだかな？だから中身はだいぶ商品構成変えとるんやと思うんやけどね、それでも仕事となったら利益率をきっちり追っ

ているんです。あれもひとつの芸やなとって笑ってたんやけど。こんなちっちゃいちっちゃいもんもありますしね。まあ、あの事業部の責任者なんかは、この業界の中ではかなり頑張っていて、大学からも講演の話がきたりね。

<近藤> まあそういう方の薫陶をうけたアルバイトの方が名古屋に行かれたり。

<洞本> たまたま、そんなこともありましたしね。その点、なんにもいわなくても、きっちり朝の朝礼の挨拶の順番やとか、敬語の使いかたやとか、ラッピングの方法やとかいうのもね。みんな下へ上手に伝達してますわ。

<近藤> いやー、マニュアルで縛るよりも現場で大事にしていくほうがいいんだっていう風に理屈の上でも言ってるんですけども、今のお話伺ってほんとに、ああ、自分たちが喋っていることは間違ってたなかったなと言う感じがします。

<洞本> まあ。こんだけなんていうんですか資本主義が停滞してきたというか、そうなる喜びとか生きがいとかいうものがちょっとプライベートな部分が浸透してきているかも判りませんね、こんな喜びがあるんや、と。これからの若い人達にも知ってもらえる機会が持てればいいですね。

<近藤> 本日は長い時間、いろいろお話をお聞かせいただき、ありがとうございました。

(2013年10月8日インタビュー)

アクロス ACROSS ネーミングの由来

BKCのシンボルである、経営・経済両学部の図書研究棟「アクロスウイング」に由来した名前です。ACROSSには交わる・交差するという意味があります。「アクロスウイング」はその名の通り、知と情報が行き交うアカデミッ

クな「交差点」であり、未来に羽ばたく人材をイメージした名称です。

私たちも大学と産業界との交差、若い学徒とベテランの実業家・ビジネスマンとの交差を通じて、新しい経営学を創造しようと考えています。経営学部校友会は、21世紀への飛翔を目指した、産官学交流の組織でもあります。そこで、この会報を「ACROSS」と名付けました。

編集後記

いつも行くふたば書店さんのお店は、他の大手書店さんとはちょっと違う「何か」があります。平積みでプッシュされている本が、いまの「話題本」とちょっとずれています。知育玩具のコーナーが児童書のところにあって、見本で子どもが遊ぶことができたりもします。小さい支店でも「売れ筋」でない本が棚をひとつとっています。また、京都の書店の「副業」からはじまった「アンジェ」が、東京でも話題をよんでいます。書店をとりまく環境がいっそう厳しくなる中で、その「何か」ができるのはなぜだろう・・・というのが、今回インタビューにおうかがいした私がかかっていた疑問でした。

3時間にもおよぶロング・インタビューとなりましたので、誌面の制約でお話の半分も掲載することができませんでした。けれども、その「何か」の片鱗はお伝えできるのではないかと考えています。長時間、多方面にわたるお話をいただいた洞本会長に、あらためて感謝を申し上げます。(近藤)