

ネット書店

福井県のある企業の不祥事が週刊誌の記事になりました。その記事を読んだ関西の営業から、福井県の本社に問い合わせがあったそうです。ところが本社では、記事の内容を知らず、しかも週刊誌は次の日しか手に入らないことから、急遽、本社の営業が隣の滋賀県まで週刊誌を買うために走ったという話がありました。

そうです、福井県では、週刊誌は1日遅れ、単行本などは1日から1週間もの遅れがあるのです。私自身も月刊誌や新刊本が出ると、待ちきれなくて滋賀県まで買いに出かけたり、月に一度は京都まで本の買出しに出かけたりします。

本の好きな人にとって、「欲しいときが読みたい時なのに、本を手にした時にはすでに気持ちが萎えている」ことがよくあります。残念ながら、福井の書店では新刊は入荷が1日以上遅れがあり、欲しい本の注文を出したとしても、出版社が全国の書店の店先から売れ残りが返本されてくるのを待ってから送ってくるので2週間から3週間もかかり、忘れた頃に本が届くことがよくあります。福井県では、全国翌日配送が可能な宅急便全盛の時代にスピードが求められる本のような情報商品の流通がこの有様なのです。

郊外には次々と大型書店が作られてはいますが、それは「規模の論理を追求しなければ顧客を誘引できない」という書店業界の常識があったからでしょう。しかし、書店の売り上げの中心は雑誌や平積みの新刊本が中心で、一度棚に入ってしまうと商品回転は極めて悪くなります。

本屋で見つけた新刊本で「ああ、いい本が出ているな」と思いつつ、つい買わずじまいのまま、買おうと思いたって本屋に行ってみるといつの間になくなっていったという経験をした方は多いのではないのでしょうか。こうなると、その本を入手するのは困難です。

さて、ちょっとした駅であれば、たいてい駅前に大きな本屋があります。敦賀駅は北陸本線が通っており、小浜線のターミナルでもあります。さらに、原子力関係の施設も多く人の出入りも決して少なくはありません。

ところが、駅前には本屋は1軒もなく、駅前の商店街は昼間からほとんど閉まっており、時間つぶしをする場所が全くありません。駅のすぐ近くに大きな本屋でもあれば、時間つぶしに訪れる客も多くなり、さらに時間つぶしが必要な人達が商店街に流れていくといったことも考えられます。このくらいのことは誰でも考えるでしょうが、駅前の地価は高く、何十万冊の「動かない在庫」を抱えるのは大変なコストなのでしょう。本は定価が決められている商品です

から、安売りに晒されない代わりに、同じ 1,000 円の本は 1,000 円で売らなければなりませんから、家賃の高さを価格に転嫁できないという悩みがあるのでしょう。

私がホームページを開設した 1 ヶ月後の 2000 年 11 月に、ネット書店のアマゾン・ジャパンが営業を開始しました。実は、アマゾン・ジャパンが開業する前から、アマゾン・ドット・コムには 18 万人もの日本の顧客がいたそうです。現在の日本法人の売り上げは既に 1000 億円以上といわれています。

人口の少ない敦賀の本屋は品揃えもとても貧弱でさびしい限りです。そういった事情もあり、実は私もアマゾン・ジャパンの常連の客になってしまいました。大書店でも 15 万冊を店内にそろえるのがやっとという時代に、アマゾンはもう一桁上の在庫を抱えているといわれています。

アマゾンには面白い機能があります。その一つが「リコメンデーション機能」です。例えば、ある書籍を購入しようとするユーザに対して、「この本を買った人は、こんな本も買っています」と別の関連ある本を勧めてくるという機能です。こうして自動的に提示される本は、選択した本との関連が深いものが多く、ユーザである私は更なる関心をかきたてられるというわけです。もともと、今現在は私自身は「他人がどんな本を読んでいるか」などということには余り興味はありませんが、新しい本の発見があつたりしてとても便利です。

アマゾンのもう一つの機能に「カスタマー・レビュー」というのがあります。

どんな本でもそうですが、出版社が提供する本の概要だけでは、本の中身はよく判りません。

- ・ 文章は読み易いか。つまり、文章のトーンやニュアンスはどうか。
- ・ 実用的な有益性はあるのか。
- ・ 筆者の視点はユニークか、またどの辺に重点を置いているか。

など、第三者が読んだ印象から浮かび上がる本質もあります。だからこそ、書評が必要とされるわけです。

かつて、アマゾンでは、書評欄は専門家による「エディトリアル・レビュー」が設置されていきました。ところがある時、重役会で話題になったのは、「このまま社内の編集者やフリーランスのライターに高いお金を払って本のレビューを書かせるのと、「カスタマー・レビュー」に重点を移すのとどちらが良いだろうか」という問題でした。

確かに、「カスタマー・レビュー」を送ってくる人は数十万人にも上り、しかも彼らは無報酬で喜んで書いてくれるというわけですから、これを放っておく手はありません。実際、専門スタッフが書くよりもはるかに多量の記事がユーザーから投稿されるようになっていました。

メディアでの書評は、普通、専門家やある特定の知識を持つ人達によってなされ、その本の内容に関する勘所が記されています。しかしその反面、すべての読者を対象とするため、内容が平板的で、ある種の専門性を求める読者にはあまり人気がありません。ところが、「カスタマー・レビュー」で記されているのは、基本的に読者ごとに専門性も記されており、そこに良さがあります。かりに、一人一人の書評が不完全なものであったとしても、一定量揃うことで補完しあい、全体を見渡すことも出来るというわけです。

レビューの中には、自分に似た思考回路を持つ人も多く、彼らが書いた書評は、とても役に立つことがあります。この辺の事情は「価格コム」のカスタマー・レビューでも似たところがあります。

さて、インターネットの時代だというのに、情報商品である本の文化から1日ほど取り残された福井県ですが、時代は大きく変わって、これらを補って余りある「アマゾン」の出現で、遅れた環境を嘆く必要もなく、首都圏の本屋の近くに住んでいる感覚を味わっている人も多いのではないのでしょうか。本を好む人達のうち、最新の情報に敏感な高感度な消費者ほど、「ネット書店」に流れる可能性が大きくなっています。

福井の本屋は、「客が来るのをただ待っていれば良い」という消極的な販売です。アメリカのように本の価格競争もなく、売れ残りの心配もないわけですから、マーケティング発想もありません。また、商品構成も書店が考えるよりも、殆んど取次店による押しつけですから、どこの書店も品揃えに特徴がありません。さらに県内の本のチェーン店などは店のレイアウトまで同じで、商品構成も同じですから、敦賀市の書店になれば、県内のどの書店に行っても勿論ありません。日本の書店の問題点は、せつかく何らかの「関心」なり、「きっかけ」を持って本屋に行っても、品数の少ない本屋などでは、それが発展していく場がありません。

アメリカでは書店は本を買取で仕入れるのでバイヤーの個性が品揃えに現れ、本が売れるまでディスカウントを続けるなど経営努力をしています。

週刊誌や新刊本は早くても1日遅れ、客層を考えた積極的販売などに工夫をこらす姿勢も殆んど見られない福井県の本屋などは、インターネットで「立ち読み」が出来るような時代になれば、近い将来「アマゾン」などの「ネット書店」に駆逐されていくのかも知れませんね。

2006. 10. 11