

座読スペースをもつ書店の普及可能性 - 一般消費者に対する WEB 調査から -

飯野 有紗

日本では長期化する出版不況を背景にして 1990 年代半ばをピークに書店数が減少している。2000 年以降のオンライン書店の台頭や電子書籍の参入により、書店の規模も変化しつつあり、競争力のない中小規模の書店が閉店する一方、大型書店が目立つようになってきている。オンライン書店に対抗すべく、品揃えやサービスの拡充を行う大型書店は、同時に空間性を生かしたサービスも提供し始めた。「椅子・ソファの設置」や「カフェの併設」は、従来の「タダ読み・立ち読み禁止」といった概念を大きく覆すもので、顧客に店内で長居しながらゆっくりと本を選ぶことを許容したものであると言える。しかし、従来の概念と全く逆の考え方を、顧客は受容する方向にあるのだろうか。より具体的には、試し読みを許容することで商品としての本が汚れる問題や、飲食しながら本を読むという行為に対してどのような意識を持っているのだろうか。そもそも、このようなサービスを取り入れる書店に対して良い印象を持っているのだろうか。そこで本研究では、一般消費者に対して、新しいサービスの利用に対する意識や、新しいサービスを取り入れる書店全体のイメージを調査する。そして、このような書店が今後普及していく可能性はあるのか、利用者の意識の観点から論じることを目的とする。

本研究では、一般消費者の座読スペースをもつ書店の利用に関して広く調査をするため、株式会社マクロミルに依頼し WEB 調査を行った。質問項目は 9 項目で、椅子・ソファや併設カフェ（以下、座読スペースと略記）の認知度、座読スペースに対する意識、座読スペースをもつ書店に対するイメージの 3 つの観点を明らかにするものである。

調査の結果、書店を利用する者ほどサービスに有用性を感じているが、併設カフェで飲食しながら未購入の本を読むという行為については、書店利用頻度に関わらず良くないことだと考える者が多いことが分かった。しかし書店を利用する者ほど、座読スペースをもつ書店に対する利用欲求を持っていることから、全体的に見たとき、書店利用者は座読スペースを受容する傾向にあるという現状把握ができた。現在、座読スペースの存在を知っている者は半数程度であった。座読スペースの利用経験がある者はサービスに対して良いイメージを抱き、受容する傾向にあり、利用経験はないが知っている者は受容とも拒否とも言えない結果になった。一方、座読スペースの存在自体を知らない者は、あまり良いイメージを持っておらず、受容しがたい傾向にある。ここから、サービスを認知すればポジティブな姿勢に転じ、受容する可能性があることが分かった。現在は座読スペースをもつ書店が流行しているわけではないが、今後このような形態の書店が増えていけば、書店の利用に対する考え方が徐々に変化し、結果として普及していく可能性があることが示唆された。

（指導教員 松林麻実子）