マイナーな出版社のフェアで勝負する

東京・杉並の京王井の頭線浜田山駅を降り、地下の駅舎から地上に出てすぐのところに「サンブックス浜田山」がある。入り口には、マンガ誌や週刊誌、テレビ誌が並ぶ。道路に面した目立つ場所には、幼児が喜びそうなおもちゃもぶら下がっている。なかに入ると、向かって右側すぐのところにレジがあり、中央を棚が貫いて、左側がおおむね雑誌や実用書、右側が単行本や文庫、新書、最奥がコミックという、売り場面積二〇坪のこぢんまりとした、こちらも一見、何の変哲もない街の本屋だ。

ところが、よくよく見ると、レジの正面のもっとも目立つ平台と棚では、哲学や小説などを主にする左右社のタイトル二〇〇点を集めた「全点フェア」が開催中（二〇一七年四月）だった。ベストセラーになっている『〆切本』などを除けば、大型書店でさえ左右社の本をしっかり揃えているところはないはず。街の本屋とマイナーな出版社の取り合わせが面白い。

レジで忙しく立ち働いていた店主の安藤弘さん（六十一歳）は「ここに女性誌を置けばどれほど売れるか。本好きがたくさんいるといってもたかが知れているよ」と苦笑する。でも、まんざらでもなさそうだ。

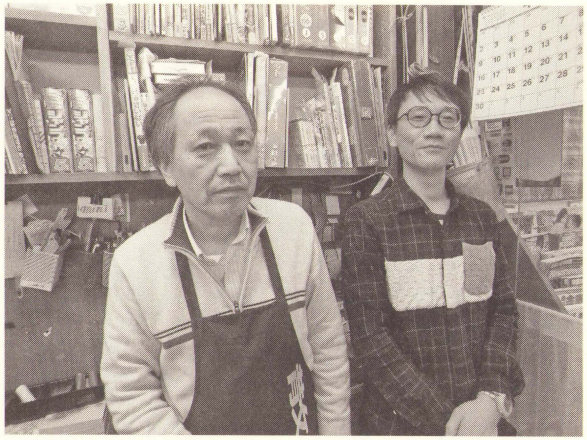
このコーナーは、店長の木村晃さん（四十四歳）が手塩にかけて育ててきた。ほぼ二カ月に一企画というサイクルで、小出版社や硬めのタイトルを集めてフェアを開く。その実績はという、ちくま学芸文庫全点フェアが四五七冊、晶文社が一般書から一時撤退した際に品切れ・絶版本を集めたときには二四〇冊、人文系の藤原書店の本を並べたときには一カ月で九二冊——。ほかにも平凡社や白水社、みすず書房の品切れ本・在庫僅少本のフェア、あるいは幻戯書房、夏葉社、アルテスパブリッシング、以文社の全点フェアなど、ほかの書店ではなかなか見ることのできない企画がめじろ押しだ。

平日の夕刻、帰宅途中のお客が数多く立ち寄る、サンブックス浜田山の店頭

実績も残してきた。木村さんが「ちくま学芸文庫はフェア期間中、日本一売ったのではないか」と自負するような売れ行きだ。左右社フェアも二カ月で五〇冊売った。悪くない数字だという。

「基本的には、街の本屋には行きわたっていないマイナーな出版社やあまり日の目を見ていないけれど、ちゃんとつくり込まれているいい本を集めています。もちろん、うちのお客さまに合う本です。地道に本を出している出版社を応援し、お客さまにこんな本もあったのかと驚きを与えたいと考えて企画しています」

レジ脇には「売れてほしい本&新刊」という棚が二本ある。ここにも渋めの本が並んでいた。現


店主の安藤弘さん（左）と店長の木村晃さん

下のお勧めは『北斎漫画、動きの驚異』（河出書房新社）、『日本精神史　自然宗教の逆襲』（筑摩書房）、『張作霖』（白水社）など。木村さんが毎週金曜日、東京・神田神保町の「神田村と呼ばれる一群の小規模取次」を回って見つけてきた本が主だ。仕入れ部数はそれぞれ五冊前後。これに一冊か二冊しか売れなさそうなマニアックな本を組み合わせて棚をつくる。安藤さんは「毎週新しい本が入るから、一週間経つと、違う棚になっちゃう。売れて入れ替わるんですよ」と言う。お客の嗜好とマッチした棚のようだ。

さらに奥に進むと、「歴史に学ぶ棚」「堅い本　いわゆる人文の棚」「よくわからない棚」などと記された棚が続く。歴史棚にある中央公論美術出版の『若い読者のための世界史』は定価四一〇四円という高額書ながら、数十冊を売るロングセラー。人文棚の著者別コーナーには、鶴見俊輔、内田樹、河合隼雄、池田晶子、小林秀雄などの著書が棚一段ないしは半段ずつ並ぶ。単行本、新書、文庫の区別なく集めているので、まとめ買いも多い。なかでも売れ筋はドナルド・キーンの一連の著作という。自分の棚があると伝え聞き、キーン氏が店にやってきたこともあるそうだ。

「よく本を買われるお客さまは、週に何回も来店されます。見るだけで買わずに帰ったときにはなぜかなと思い、次に来られるときには、棚をガラッと変えて新鮮味を持たせたり、工夫しています。ちょっとでも油断すると、ずっと同じ棚になってしまいますから。それで売れると嬉しいですよ。自分で企画を考えるのが楽しいし、その企画が当たると、お客さまに評価してもらえたようでまた嬉しくなる。本屋はほんとうに楽しい仕事です」

木村さんは高校時代からアルバイトとして働きはじめ、一六年前に店長を任された。安藤さんと木村さんは叔父と甥という関係にあり、安藤さんが経営、木村さんが棚づくりという役割分担になる。ふたりの様子を見ていると、息もピッタリのようだ。

「次々と書店がなくなっているけど、うちも苦しいよ」と安藤さんは言うものの、店頭は活気にあふれていた。一日の購入客数は二〇〇人ほど。駅前ということもあり、来店客は五〇〇人前後にもなる。夕方はてんてこ舞いの忙しさだ。

三者三様ではあるけれど、いずれも魅力的な店である。対象を明確にすることでコアの利用者の支持を得て、そこから波及して新たなお客を呼び込む。あるいは、一般的な品揃えをベースにしつつ、硬い本を置いて思いがけない出合いを演出する。街の本屋のひとつの理想型を見たような気がする。どの行き方にも、書店としての未来を感じた。