第一回

ちょっと待て！ 書店のこれからを考えよう

日本はもっと面白く楽しい「クニ」になれるはずだ。「コスプレ」という言葉を発明したタカハシが、日本のあらゆる行き詰まりの状況を面白く突破する提案を行う。

高橋信之（東京）
サイバーダイン代表

書店の危機が叫ばれて久しい。書店は生き延びるために、布団だろうがメガネだろうが食品だろうが、何でも売るようになった。「ちょっと待て」本屋さんは本屋さんらしい商品を開発したらどうなんだ。QRコードを使い「蟹工船」リバイバルを更に展開したい。

「本屋でカレーを売るのなら、僕はカニ缶をTシャツにする」

地元の書店がレトルトのカレーやシチューを売るようになった。

食品メーカーへの棚貸しだが「グルメ」「レシピ」「スパイス」など料理の本も、レストランガイドや旅行書などの配架もなく、純粋な食品売場だ。

ちょっと待て。本屋はお腹が空いているヒトが来るところなのか？

空腹なヒトはレストランに、時間とお金を節約するならファストフードやコンビニ、夜の献立を考えるヒトはスーパーや食料品店に行くだろう。

だが本屋は食欲よりも知識欲を満たしたいヒトが来るところだ。

料理やお店についての本、すなわち「知の食欲」との連動、あるいは酒の本との連携配架でこそ、書店内でのフード販売は相乗効果が期待できるだろうに。

せめてレトルトパックに小冊子をつけてご家庭で味を再現するためのレシピを載せればいいのに。

書店のレトルトフード棚▼

書店のサバイバル考察

その書店は駅前で大学至近の好立地。

だが大学の生協では本は10％割引で買えるし、図書館の蔵書は580万冊。

地元住民も集客したいところだが、周辺住民は独身の社会人が多く、少子化もあってこどもをもつ家族居住者は少ない。

書店も学生客を諦めたのか、数年前に常備在庫を減らし通路や書架に余裕を持たせた。さらに駅前に文具店がないことに注目して文具コーナーを拡充した。だが近くの百均、コンビニレベルの普及品が多く差別化は感じられない。

代官山（オトナ）蔦屋書店や丸善の高級文具とまでは行かなくても、中高年齢層向けの上級品とかフライングタイガーのような安価でもデザインの良い輸入文具とかを置いた方がよい。

インストア店舗なら、コンタクトレンズやメガネなどアイケア商品、携帯スマホ関連の商品を展開すべきだと思う。書店に来るのはお腹が空いているヒトよりもメガネくんの方多いし、来場客全員がスマホで電子書籍・コミックは読んでいる。

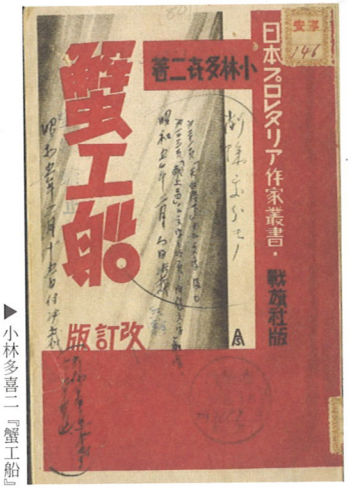
カニ缶Tシャツを売りたいのだ

最近、書籍・雑誌由来のライトアパレルや雑貨が世に出ている。

そんなラインナップに小林多喜二の「蟹工船」Tシャツがあった。

日本を代表するプロレタリア文学の作家にして社会主義者、党活動家であった小林が記した同作は、欧米の富裕層向け輸出品として重宝されたカニ缶製造員や漁船員たちの過酷な労働を描いた小説である。実際の蟹工船は1916年（大正5年）から始まり、別名、監獄船、地獄船と呼ばれたという。時の行政官庁は高級輸出品目として外貨を獲得できるカニ缶を評価し、その労働実態には敢えて目をつぶったという。

小説「蟹工船」（1929年）は、2008年に高橋源一郎と雨宮処凛との対談からリバイバルし、50万部の増刷となった。バブル崩壊、長引く平成不況、非正規雇用という現状はまさに「新しい戦前」であり、労働問題を改めて見つめようとする読者が多くいたのだろう。



▶小林多喜二『蟹工船』

多喜二のメッセージをしっかり伝えたい

既発の「蟹工船」Tシャツはレトロな装丁を模したデザインだが、正直、聞き慣れた書名と書影の模倣でしかない。はたしてデザイナーやプランナーが小説を理解した上で蟹工船の船影や構造、そこで作られたカニ缶とかを調べたのかどうか疑わしい。

そこで我が社も作ることにした。

欧文表記でデザインされたカニ缶ラベルもアイロニーテイストでTシャツに使えそうだ。カニ缶を模したブリキ缶のパッケージに格納してもい