

## ◆ 青年部の概要

(平成 24 年 2 月現在)

青年部の名称	東京都書店商業組合 青年部		
代表者氏名	会長 牛房 邦夫		
U R L	<a href="http://www.tokyo-shoten.or.jp">http://www.tokyo-shoten.or.jp</a>		
設 立 年	平成 2 年 (1990 年)	会 員 数	142 名
会 員 資 格 及び定年年齢	東京都書店商業組合の組合員並びに後継者及びこれに準ずる者で、 青年部の趣旨に賛同する者。定年年齢はなし。		
親組合役員への登用の有無	なし		

## ◆ 組合の概要

組 合 の 名 称	東京都書店商業組合		
組 合 の 住 所	東京都千代田区神田駿河台 1-2		
電 話 番 号	03-3291-0853	F A X 番 号	03-3294-7230

### PRポイント

本青年部は、行動する青年部です。業界に激しい環境変化が押し寄せる中で、新しい経営の在り方や業界全体で取り組むべき活動を創案して提案するだけでなく、それを事業として実現させています。

### 青年部の設立の背景と目的について

書店経営を根底から脅かすような環境変化が、書店小売業に次々と押し寄せています。そうした脅威の解決策を探るために設立されたのが青年部であり、若手経営者の親睦や勉強会といった枠を超え、新しい書店経営の在り方、出版業界での書店の存在感の低下を防ぎ、また存在感を高めるために様々な方策を立案し、親組合に提言する活動組織に取り組んでいます。

このため、地域のなかでの書店の存在価値をアピールするキャンペーン活動や、書籍流通スピード向上のための組織の設立、携帯電話による電子書籍事業、Web による書店案内システム構築など具体的な事業を立案提言して、実際に実現させています。(一部事業は親組合が運営を引き継いでいます)。

## 主な事業活動における成果や今後の目標

本青年部が提案して、運営している事業には以下のようなものがあります。

### (1) 受発注システムを構築し短納期を実現（平成 11 年 12 月開始）

本青年部のメンバーにより、インターネットを活用し、書籍の検索、納期の確認、受発注システムを構築する目的でティーエス流通協同組合を設立し、短納期の実現に取り組んでいます。

従来は、店内に在庫のない書籍を顧客からの注文を受けて取次店に注文しても、納品までの明確な期間が分りませんでした。そこで顧客の要望に応えるために受発注システムを構築し、受注を受けた組合が直接出版社に出向いて書籍を受けとることで最終的には 3 日間での納品を可能にしました。この事業の効果により、今日では取次店も配送の迅速化を図るようになりました。

### (2) 電子書籍販売サイト「ケータイ書店 Bookers（ブッカーズ）」

（平成 20 年 10 月開始）

出版社約 310 社のコンテンツ（書籍約 22,000 タイトル、コミック約 15,500 タイトル）を DoCoMo、au、SoftBank という主要携帯電話会社 3 社の携帯サイトで販売する事業に参画しています。運営は、ソフトウェア会社の株式会社 ACCESS と親組合が共同で行っています。

### (3) 東京都内の書店案内（平成 22 年 2 月開始）

東京都書店商業組合の組合員全店と組合員外の店舗も含めて、1000 店以上をネット上の地図に登録し、消費者が書店を検索できるシステムです。このうち 22 店舗についてはリアルタイムで店内在庫の検索が可能になっています。この事業は青年部が制作して運営しています。

書籍小売業を取り巻く主な環境変化には次のようなものがあります。再販売価格維持制度の継続に対する不安、大手書店のチェーン化の進展、異業種大手資本の大手書店に対する資本参加や買収、電子書籍の登場、消費者の読書離れなどによる書籍需要の減少などです。すでに親組合の組合員数は全盛期の半分以下であり、書籍小売店の経営は厳しくなっています。書店経営の厳しさが増している中で、このような課題が生じており、それは都内に古くから存在して町の文化拠点の一翼を担ってきた書店にとって、存在基盤を根底から揺るがしかねません。

こうした状況の中で青年部は、積極的に活動してきました。守りの姿勢ではなく、

慣行になっている書籍流通システムに風穴を開けて改革し、小売店による書籍販売を揺るがせかねない電子書籍販売事業への進出など、新しい時代を自ら開拓しているところでは。

## 青年部活動における課題や今後の方向性

役員会を毎月開催し、書店経営の未来を様々な視点から議論しています。置かれた状況や経営理念の違いによって、書店経営の未来のためにどの様な経営を目指すか、また業界として何を行うべきか。考え方の違いだけでなく、直接の利害も異なる為、その方策に対する考え方も多様です。また、方策の具体化や親組合での事業としての採用などは、一般的な親睦や地域貢献を中心とした青年部活動よりも、多くの時間が必要になります。その様な様々な課題を抱えながらも本青年部では、議論を積み重ね、具体的な事業として成果を上げてきました。

しかしながら 30 代会員の参加が積極的ではなくなってきました。また、新たな会員の参加も少なくなっています。積極的に事業に参画する青年部員を増やすことが今後の課題です。

## その他特徴的な取り組みなど

一般に組合青年部の活動は勉強会や親睦活動が中心です。そのなかにあって、業界や組合員の企業経営を直接向上させたり、時代の変化に沿って変革しようとする活動が本青年部の特徴です。業界慣行や従来 of 経営の枠組みを超えて、若手経営者の新鮮な感覚で新しい事業経営や組合活動を創造することが、今日の企業経営に求められているからです。



【東京都書店商業組合青年部の HP トップページ】