

リアル書店における書籍・雑誌の購入促進策

市村しおり

本論文では、他の流通チャネルではなく、リアル書店で購入してもらうためにはどうすべきかについて明らかにする。

第1章では、本を作り出す側についてまとめる。第1節では出版業界の中で登場する出版社・取次・書店の役割と販売制度について説明する。第2節では、出版業界の現状について整理し、第3節では出版不況の要因を把握していく。

第2章では、書店に焦点をあて、書店の実態と書店の種類を分けて各書店の特徴や課題を整理する。第1節では、出版物の入手手段のうち最も多く選ばれている実店舗型書店（本文では、ネット書店と区別するため、リアル書店とする）が存在し続けなければならない理由とリアル書店数の減少について述べていく。第2節では、多様化する流通チャネルを整理し、各チャネルの現状と利点・欠点を把握していく。

第3章では、本を消費する側についてまとめる。第1節では、消費者の本に対する接し方は近年大きく変化したことを述べる。第2節では、出版業界と消費者に不一致があることを提示する。

第4章では、本を作り出す出版社と本を消費する消費者に挟まれたリアル書店の実態を調査した。調査は、書店店長へのインタビューと、リアル書店を訪れる消費者行動観察調査の2つである。

結果を述べていく第5章では、第4章でおこなった2つの調査から考えられる結論を出し、結論から導かれる示唆と本論文の貢献と今後の研究課題を示す。