

2025年2月7日

## 「書店活性化へ向けた共同提言」

### 1 提言の目的・趣旨

人は「本」を読むことで多様な思考に触れ、創造性や独創性を育み、それによって文化が生み出される。さらに読書は、読解力や想像力、共感力、交渉力、表現力を磨く知的基盤でもある。ごく身近にあって様々な本との出会いをもたらす書店は、本と人をつなぐ「地域の文化拠点」であり、その存在は日本人の教養や人格形成と深く結びついているだけでなく、国力の源にもなっている。

いま、その書店が衰退し、全国各地で無書店エリアが拡大している。本との出会いの場である書店がなくなれば、そうした機能が失われるだけでなく、国の存立基盤や競争力まで脅かしかねない。

海外には、書籍を「生活必需品」「文化財・文化資産」と位置づけ、書店を含めて手厚く保護している国もある。それに対し、我が国は公的な支援が不十分で、書店の減少に歯止めがかからない。もはや一刻の猶予もない。

国や自治体はもちろん、本に関わる全ての事業者が協力して、文化の拠点である書店の活性化へ向け、様々な施策を講じていく必要がある。同時に、「読書離れ」を食い止めるため、幼少期から本に触れる機会を増やし、読書の楽しさや有益性を実感してもらうことも重要だ。

読売新聞社と講談社はこれまで、豊かな人間性を養い、自由で多様性のある健全な民主主義社会を発展させるためには、活字文化や読書活動が欠かせないという認識のもと、それらの普及や推進に取り組んできた。日本社会から書店が急速になくなりつつある現状を、このまま見過ごすわけにはいかないという問題意識を共有し、ここに、必要と考えられる施策を両社で提言する。

### 2 書店を巡る状況

#### <減少する書店>

街の書店は全国で減少が続いている。2003年度に2万880店あった書店は、23年度には1万918店と20年間でほぼ半減した。地域に書店が一つもない「無書店自治体」は2024年11月現在、28.2%と全体の4分の1に上っており、一つの書店しかない自治体も19.7%ある。

背景には、紙の本の売り上げ不振がある。2024年の紙と電子を合わせた出版市場規模は1兆5716億円だが、紙に限ると1兆56億円で、ピークだった1996年(2

兆6564億円)の4割以下に落ち込んでいる。中でも、雑誌の売り上げは1兆5633億円から4119億円でまで減り、ほぼ4分の1となっている。

出版界は「薄利多売」のビジネスモデルで、かつては定期的に刊行される週刊誌や女性誌、コミック誌などの雑誌が大量に売れ、出版社と書店、販売会社(取次会社)に安定した収入をもたらした。しかし、インターネットやSNSの普及などによって雑誌が売れなくなり、従来のビジネスモデルが崩れた。街の書店は売り上げだけでなく、定期的に店を訪ねる習慣のあった顧客も失う結果となった。

さらに追い打ちをかけたのがネット書店の台頭だ。日本の出版界では、米ネット書店大手「アマゾン」が2000年から本の販売を始めた。国内で刊行される出版物を網羅する品ぞろえの良さに加え、送料が無料になるといったサービスを取り入れ、顧客を獲得している。日本出版販売の「出版物販売額の実態 2024」によると、2023年度の出版物の販売額は全体の約58%が書店、約21%がネット書店となっているが、ネット書店の比率が徐々に高まり、街の書店の割合が減少している。

無書店の自治体は、特に地方に多い。地方文化の衰退にもつながる深刻な問題であり、都市との「知の格差」が生じかねない。一方、都市部でも地価上昇に伴う賃料の値上げや人件費、水道光熱費の上昇などによって書店経営が難しくなり、書店が消えている現実がある。書店を活性化し存続させるための対策は、喫緊の課題である。

### <読書離れ>

2023年度の文化庁の調査によると、1か月に本を1冊も「読まない」人が前回調査(18年度)から大幅に増え、全体の6割を超えた。読書量が以前より減ったという人も過去最多の7割となった。本に親しむ機会を増やす取り組みを活発化させ、「読書離れ」を食い止める必要がある。

現代のネット空間では、プラットフォームが、可能な限り多くの時間やアテンション(興味・関心)を獲得しようと、多くのコンテンツを提供している。ネットを利用する時間が増えた結果、「読書の時間」が失われたという人は多いだろう。文化庁の調査でも、読書量が減った理由として「(スマホなどの)情報機器で時間が取られる」が43.6%に上っている。今後、生成AI(人工知能)の活用が進めば、そうした傾向にますます拍車がかかるに違いない。

### <コンテンツ産業への影響>

書店は、漫画やアニメといった「コンテンツ産業」の重要な流通拠点でもある。新しい作品を世に出し、ファンの裾野を広げ、人気の作品や作家を育てていく役目を担って

いる。

日本の漫画やアニメは海外で高い評価を得ており、作品の舞台を巡る「聖地巡礼」のために来日するファンも多い。内閣府などによると、世界のコンテンツ産業の市場規模（2022年）は、135・6兆円に上り、半導体産業の77兆円などと比べても大きい。政府は2033年までに、日本のコンテンツ産業の海外市場規模を4・7兆円から20兆円規模に増やす目標を掲げている。世界市場での競争力を高めることで、今後さらに成長が見込める分野だ。

コロナ禍が収束し、外国人観光客が再び増加している。書店は、外国人観光客に日本のコンテンツ産業の魅力を発信する場にもなるはずだ。

その書店が衰退すれば、コンテンツ産業の発展にもマイナスの影響が出かねない。国の競争力強化の観点からも看過できない問題だ。

### 3 諸外国の取り組みと日本の現状

#### <諸外国の取り組み>

海外では、活字文化の振興や書店支援などの取り組みが熱心に行われている。

フランスは2021年、若者の文化活動をサポートする「カルチャー・パス」制度を導入した。15～18歳の年齢ごとに20ユーロ（約3200円）から300ユーロ（約4万8000円）を支給し、書籍や漫画の購入費のほか、コンサートや美術館のチケット代などに充てることができる仕組みだ。書籍の売り上げを押し上げ、日本の漫画も広く購入されているという。

コロナ禍の際は厳しいロックダウンが行われたが、2021年に政令で書店を「生活必需品商業施設」と位置づけ、店を開くことが認められた。

このほか、書店の出店や改装を支援する助成金制度や融資などの制度もある。出版や翻訳などの本に関する様々な業務を担う文化省の外郭団体CNL（フランス国立書籍センター）は、朗読会や読書イベントの支援を行い、優良な独立系書店などの顕彰にも関わっている。

ドイツも、紙の書籍を「文化財・文化資産」と位置づけ、18歳を対象にしたフランスと同様の「カルチャー・パス」制度を導入している。書店で働きたい人は、職業訓練を受けた後、一定の資格を得れば、国家認定の書店員になれる。

業界では、出版社、書店、出版取次が業界団体「ドイツ図書流通連盟」（BDB）を組織し、出版や書籍振興のための政治的活動（ロビー活動）を強力に展開している。その中で、優れた品ぞろえや文化プログラムを提供する書店の顕彰なども行われている。

韓国では、ネット書店の大幅な割引で一時は書店が減ったが、法整備によって「図書

定価制」を強化し、地域書店の活性化支援を出版文化産業振興法に盛り込んだことで、地域に根ざした個性的な書店の数が増加に転じたとされる。日本の文化庁やスポーツ庁にあたる文化体育観光省管轄の「韓国出版文化産業振興院」が中心となり、各種の文化プログラムやサイトの運営、魅力的な本棚作りなどを支援している。

国民のキャッシュレス決済比率は9割を超えており、与信専門金融業法の改正で、小規模書店を含めた中小・零細企業のクレジット手数料が軽減されている。2022～24年の手数料は、売上高が3億<sup>円</sup>（3300万円）以下の零細企業は0.5%、3億<sup>円</sup>超～5億<sup>円</sup>（5500万円）以下の中小企業は1.1%、10億<sup>円</sup>（1億1000万円）超～30億<sup>円</sup>（3億3000万円）以下の中小企業は1.5%に抑えられている。こうした対策が奏功し、2015年に2165店だった書店の数は、21年には2528店にまで回復したという。

### <日本の現状>

これに対し、日本の取り組みは諸外国に比べて遅れており、国や自治体による公的支援は十分とは言えない。

日本の書店経営者が利用できる制度には、「小規模事業者持続化補助金」や「IT導入補助金」、小規模事業者向けの「事業承継・引継ぎ補助金」「事業再構築補助金」などがあるが、書店だけを対象にした支援ではなく、書店経営者に浸透しているとは言い難い。申請手続きの煩雑さや審査基準の厳しさから、活用は低いレベルにとどまっている。後継者不足に悩む書店も多い一方で、書店開業講座には「本屋をやりたい人」が多く集まるが、その熱意が生かされていない。

読売新聞が2024年の「秋の読書推進月間」（10月26日～11月24日）を前に実施した全国世論調査によると、国や自治体が書店を支援することに「賛成」と答えた人の割合は79%に上った。書店が減ることに不安を「感じる」と答えた人も63%で、国や自治体による書店支援への理解が広がっている。

経済産業省は24年3月、大臣直属の「書店振興プロジェクトチーム」を設置し、対策を本格化させている。関係者への聞き取りを進め、書店活性化のための課題をまとめた。近年は、各地でカフェを併設した書店や、ユニークな選書が特徴の独立系書店などが人気を集めている。作家を招いたイベントや読書会なども盛んになってきた。こうした機運を大切にしなければならない。

## 4 提言

### ▽ 書店向けキャッシュレス決済手数料の引き下げを

クレジットカードなどのキャッシュレス決済の増加により、その決済にかかる手数料

が、特に小規模書店の経営を圧迫している。キャッシュレス決済には、クレジットカードや Suica（スイカ）などの電子マネー、QR／バーコード決済など多くの種類がある。例えばクレジットカードの手数料は加盟店の決済額や業種によってカード会社が個別に決めており、企業の規模が大きいほど手数料は安い。

公正取引委員会が2022年4月に公表した調査によると、加盟店の平均手数料率は2・7%で、売上高が1000億円以上の場合は平均1・61%、1000万円未満の場合は平均3・58%となっている。粗利益率が2割程度とされる書店にとって、負担は重い。

大手書店グループの都心部の書店は、キャッシュレス決済の比率がすでに80%を超えているところも多い。今後確実に増えていくとみられ、キャッシュレス決済の手数料負担による粗利益率の低下は深刻な問題である。特に地方の小規模書店にとっては致命的だ。このため、キャッシュレス決済の導入に後ろ向きな書店も多く、社会のキャッシュレス化に対応できないという悪循環に陥っている。

書店の衰退に歯止めをかけ、文化の拠点である書店を守るためには、韓国の制度も参考にしながら、キャッシュレス決済の手数料を引き下げ、書店の負担軽減を図ることが必須である。

#### ▽ IC タグで書店のDX化を

厳しい市場環境下にある出版業界では、DX（デジタル・トランスフォーメーション）化が遅れている。中堅以上の書店は多くがPOS（販売時点情報管理システム）レジを導入しているものの、街の小さな書店では導入されていない店もまだ多く、売れ行きや在庫の管理がままならない。棚卸し作業は、書店員自ら、あるいは店の発注を受けた外部業者が、手作業で行うところが多く、コストや手間がかかるため、年1～2回程度しか実施できていない。

このため、取次会社や出版社との連携もなかなか進んでいない。出版社や取次では店頭在庫を正確に把握できず、適切なタイミングで商品の補充ができない状況が生じている。結果として、出版社が取次会社経由で書店に供給する本と、客の需要のミスマッチが起き、書店に出荷した本のうち、書籍は約33%、雑誌は約44%が返品されている。年間2000億円を超える損失が出ているとの試算もある。

ICタグを出版物に挟み込み、在庫の電子管理を可能にする技術、RFID（Radio Frequency Identification）が実用化されている。これを導入すれば、棚卸し作業が効率化され、購買傾向の分析も可能になる。その結果、売れ残った本の返品を減らし、粗利益率を向上させることができる。

導入の効果は、返本の削減だけにとどまらない。各地の書店は万引きの被害に苦しんでいる。2007年度の調査では、全国の被害額は年間約193億円に上るといふ。売

却して換金する目的での犯罪が多いとされる。防犯ゲートと併せて、本の盗難時に警報が鳴る仕組みを取り入れれば、書店経営を直撃している万引きの防止にもなるだろう。

RFIDは、出版社にとっても書店にとっても、導入・運営のコストが大きく、なかなか導入が進まないのが実情だ。業界で普及を急ぐとともに、国や自治体にも支援を求めたい。

## ▽ 書店と図書館の連携を

書店が減少していく一方で、図書館も自治体の財政難で図書購入費が減り、国民1人当たりの貸出冊数が減少している。書店も図書館も、住民にとっては「本との出会い」の場であり、いずれも重要な「文化の拠点」だ。両者が連携して読書活動の振興を担い、読書人口を増やしていく取り組みを進める必要がある。

読売新聞の世論調査で、読書活動を推進するために書店と図書館は連携すべきだと思ふ」と答えた人は73%に上り、「思わない」は23%だった。国民の多くが書店と図書館が連携した読書活動に期待を寄せている。

文部科学省が2024年6月に公表した「図書館・書店等連携実践事例集」によると、東京都町田市の図書館では、ネットで予約した図書館の本を書店で受け取ったり、返却したりするサービスを実施している。書店に図書館の本を受け取りに来る市民が児童書などを購入することで、書店の売上げが1～2割増えたという。

休館日がなく営業時間も長い書店に、図書の受け取り・返却業務を委託するような仕組みを設ければ、図書館利用者の利便性の向上だけでなく、来客数の増加による書店の売上げ増加にもつながる可能性がある。

図書館が書籍を購入する際には、官公庁の入札によって値引きが必要になったり、貸し出し・返却時にスキャンする「バーコード」や「館名シール」、背表紙に貼る「ラベル」などの費用負担を求められたりする。そのため、地元の書店が書籍を納入しづらい状況がある。鳥取県立図書館のように、原則として地元書店から本を購入することで、図書館と書店との共存を図っているケースもある。「鳥取方式」のようなやり方も参考にしながら、地域に合った図書の納入方法を検討していくべきだ。

公立図書館が同一のベストセラー本などをいくつも購入（複本購入）したり、新刊書籍を発売と同時に貸し出したりすることが、書店での売上げ機会を奪っているという意見がある。日本図書館協会の2023年の調査によると、あるベストセラー作家の小説の1館あたりの複本は平均1.46冊だった。一方で、「利用者のニーズ（貸し出し予約者の数）」を理由として、6冊以上という図書館も6%あり、発売日から1週間以内に貸し出しが始まる図書館も30%に上った。

地域の事情を踏まえ、複本で購入する数や新刊書籍の貸し出しのあり方など、公立図

書館の図書購入に係るガイドラインの策定を検討し、図書館と書店が共存できるルールづくりを考えていくことが求められる。

#### ▽ 地方創生へ、新規書店が出やすい環境整備を

地方の書店が減ることは、地方文化の衰退にもつながりかねない。都市と地方との「知の格差」が生じるのを防ぐことは、政府が最重要課題として掲げる地方創生という観点からも重要である。

交付金を活用した書店活性化は、地域のにぎわい創出にもつながり、地方創生の趣旨に合致する。現行の交付金などを活用した書店活性化はもちろん、中小書店が活用しやすい支援制度の創設や、書店経営者に対する経営アドバイザーの派遣など、書店経営者と伴走するような支援策が求められる。

政府の「デジタル田園都市国家構想交付金」は、デジタル化により地方の活性化を図ることを目的としている。人手不足のほか、人件費や家賃の高騰で経営が苦しくなっている書店に対し、業務負担の軽減に向け、書店運営のデジタル化にかかる費用を交付金で支援することは、制度の趣旨にもかなう。また、地方での起業に移住支援金を合わせて最大300万円を助成する起業支援金を、書店活性化に積極的に活用すれば、書店空白地域の解消にもつながると考えられる。

後継者不足に悩む書店は多い。書店の事業を継承する際に税制優遇を図ったり、第三者に事業譲渡する際のマッチングを支援したりするなど、「本屋をやりたい人」をバックアップする仕組みも必要だ。

無書店自治体が4分の1以上に上っているのに、肝心の自治体の動きは鈍い。大手出版取次のトーハンは2024年10月、現行より小規模な書店を対象とした書籍少額取次サービス「HONYAL（ホンヤル）」をスタートさせた。開業時の連帯保証人、信託金を原則なくし、新規出店のハードルを下げて小型書店を開業しやすくする。書店の個性や選書が光る独立系書店、カフェなどと併設した兼業書店の開業支援策として注目されている。自治体は、こうした民間の取り組みも活用しながら、自ら「無書店」解消に動くべきだ。

コロナ対応のため、2020年度に新設された地方創生臨時交付金では、全国の多くの自治体が子供たちの教育機会を守るため、図書カードを配布した。大阪府は府内の幼稚園や小中高校に通う約100万人に1人2000円分の図書カードを配った。大阪府書店商業組合は「大型商業施設の休業で大型書店が閉まり、街の小さな書店に子供たちが買いに来てくれた。街の書店にはとてもありがたい事業だった」と話しており、フランスの「カルチャー・パス」と同様の効果を生んだようだ。緊急時以外でも地方創生交付金を有効に使い、書店の活性化につなげるべきだ。

## ▽ 絵本専門士など活用し、読書教育の充実を

「読書離れ」に歯止めをかけるには、本に触れる機会を幼児期から増やす必要がある。幼児にとって最も親しみやすいのは「絵本」だ。絵本は言語力、感性、理解力を発達させるものとして極めて重要であることから、国立青少年教育振興機構は2014年、絵本に関する高度な知識を持つ「絵本専門士」の養成制度をスタートさせた。毎年約70人の講座受講枠に約1300人の申し込みがあり、これまでに600人以上が絵本専門士に認定されている。2019年からは、大学や短大などと連携し、必要なカリキュラムを受講することで「認定絵本土」を養成する制度を創設した。すでに約4900人が認定絵本土となっている。

こうした「絵本専門士」や「認定絵本土」は、幼稚園や学校、図書館など様々な場所で、絵本の読み聞かせや読書イベントをボランティアで行っている。

本の読み聞かせについてはこのほか、出版文化産業振興財団（JPIC）が認定している「読書アドバイザー」という資格を持つ人たち（約2900人）も活動に加わっている。

こうした人たちの活動はあまり認知されておらず、十分に活用されているとはいえない。貴重な読書推進人材の活躍の場を、国や自治体が十分に提供できていないことが一因だと考えられる。

各地で草の根的に行われている読書のフェアやイベントに、国や自治体はもっと目を向け、絵本専門士や認定絵本土、読書アドバイザーを派遣するなどの取り組みを積極的に進めていくべきだ。国もそうした地域の取り組みを支援していく必要がある。

とりわけ、作家の名が冠された各地の文学館や記念館は、地域の住民にとっては特別な文化資源である。そこには本好き・活字好きの人たちが多く存在し、地域活動に根付いた読書イベントが開催されている。そうした人々の力も借りながら、地域を巻き込んだ読書イベントを公的に支援していくことが重要だ。

学校教育では、「朝の読書」や夏休みの「読書感想文コンクール」などを通じ、子供たちに読書を習慣づける取り組みが行われてきたが、「読書離れ」は深刻な状況にある。持続可能な書店の運営サポートなどを行っている未来読書研究所のアンケートで、本が嫌いな理由で最も多かったのは、「なぜ本を読まないといけないのかを教えてもらったことがない」という回答だった。学校教育において、読書の大切さや楽しさ、本の読み方や選び方などを教える「読書教育」の充実が急務である。

そのためにはまず、学校の教員に読書の意義や価値を知ってもらうことが大事だ。読書活動に熱心な教員がいる学校では積極的な指導が行われ、子供たちの意欲も高い反面、そうした教員がいない学校では、取り組みが十分に進まず、学校図書館の整備も遅れている実態がある。大学の教員養成課程に「読書教育」を盛り込み、教員を目指す学生が体系的な読書の指導法を身につけられるようにしてはどうだろうか。本の魅力や読書の楽



しき、本の選び方などを子供たちに伝え、本好きの子供たちを増やしてほしい。

バリアフリー図書の拡充も欠かせない。2019年に施行された読書バリアフリー法は、誰もが書籍にアクセスできる環境整備を国や自治体に促している。その根幹をなすバリアフリー図書が図書館に十分配備されているとは言えない状況にある。

バリアフリー図書には、視覚障害者向けの「点字本」以外に、特殊なインクを用いて印刷した挿絵を指で触って認識できる「点字つきさわる絵本」、布で立体的に作った「布の絵本」、耳で音声を聞いて読書をする「オーディオブック」など、障害の程度や種類に応じて様々なものがある。それらを使った学校からは、読み書きの学習に困難を抱える子供だけでなく、障害のない子供に気づきを与えるという効果も報告されている。近年は読字障害の子供たちのために、文章が短い数ページの絵本が多言語化されている。こうした図書の普及は、今後増えていく外国人居住者が日本で暮らしていくためにも必要である。

バリアフリー図書を普及させるには、図書館への配備数を増やすことに加え、図書の展示や読み聞かせといった普及活動のため、図書館司書への研修を実施するなど、図書館側の体制強化が必要だ。

## 5 結び（書店の価値を見直そう）

街の書店には、ネット書店とは違う様々な機能がある。思いがけない1冊と出会える魅力はその一つだ。これまで興味や関心を持たなかった分野の書棚を眺めているうちに、気になる本が見つかり、実際に手に取ってみる。その1冊が、その後の人生を変えることもある。

SNSの普及で、他者と容易にコミュニケーションが取れる時代になった。一方で、関心のある情報ばかりに囲まれる「フィルターバブル」や、似た考えの人たちばかりとつながり考え方が偏ってしまう「エコーチェンバー」によって、自分と異なる考えや価値観に触れる機会が失われる危うさが指摘されている。書店に並んだ多種多様な本に触れることは、自分と異なる意見も存在することを知り、幅広い考え方を受け入れる素地になるだろう。

街の書店は人々の「居場所」としての機能も持っている。地域の住民が集い、そこで本が好きな人同士の交流や対話が生まれる。じっくりと本を選びたい人は、気兼ねなく長居することもできる。子供たちにとっては、一人で安心して立ち寄れる場所であろう。書店員とふれあい、ゆっくりと自分に合った本を見つけ出す時間は、心を育むことにもつながる。だが、書店のない地域では、子供たちは遠方まで親と一緒に本を買いに行かなければならない。これでは、読みたい本が出てきた時、すぐに買いに走るのは難しい。

高齢化の進行で、地域にはインターネットを使いこなせず、足腰が弱って遠出も難しい高齢者も多い。そうした人たちにとっても、近所で医療や介護などの生活情報や、地震対策などの防災情報を扱った本を入手できる書店は大切な存在だ。こうした書店の価値を、社会全体で改めて見つめ直したい。

そのためには、書店も自ら変わらねばならない。日頃さほど読書に親しんでいない人にとって、大量の本が並んでいる書店は入りにくい存在かもしれない。「本は読んでみたいが、何を讀んだらいいかわからない」「どんな本があるのかよく知らない」という人もいるだろう。書店はそうした人たちに魅力的な本を紹介できているだろうか。

書店員の質をより高め、欲しい本のある場所を尋ねるだけの相手ではなく、本選びの手助けができる存在になる必要がある。そうすることで、新刊をただ並べるのではなく、書店の顔が見える書棚づくりにもつながるだろう。

地域には読書や活字文化を大切に考えている人たちが少なからずいる。本の魅力を知ってほしいと、イベントなどを開いている団体もある。こうした力を結集し、これからも書店と読書文化を守っていきたい。

株式会社読売新聞グループ本社

株式会社講談社