

⑦店舗基本データ

本屋 Title

店名

■ Title (読み：タイトル)

→ Web、店頭などには店名の前に「本屋」を入れた表記にする。

狙い

■ 「本」を連想させる言葉、覚えやすい語感、短さ。

「新しい世界と出会える場所」という意味を込めて。

戦略

■ 本を買うという事が、一つの体験となる本屋。

→ わざわざ足を運ぶ店となれるような、独特の空間、丁寧な品揃、絶え間のない情報発信、時間消費型のギャラリー・カフェ・イベントなど

■ 街の本屋としての機能を失わない実用性、入りやすさ

→ 一般に認知されている本屋の顔を失わない商品構成、レイアウト

→ 周辺には飲食店・カフェも少なく、普段使いの需要が見込まれる地域である

業態

■ 本屋 + Café + ギャラリーが基本の業態

(本屋は新刊がメイン、一部リトルプレス、古本、雑貨などの扱いもあり)

店舗基本データ

■ 場所 / 東京都杉並区桃井1-5-2

■ 2階建て / 1階18.6坪、2階5坪

■ 本屋 + ギャラリー / 15坪

在庫金額 / 9,500千 (上代)、9,000冊

平均月商 / 2,050千

営業時間 / 11時 ~ 21時 (営業時間は一例です)

定休 / 毎週水曜・第三火曜

■ Café / 5坪

席数 8席 / 売上高 450千

カフェは20時まで

⑧店舗図面

本屋 Title

1F 本屋+カフェ

1階は、入口を入ると本屋スペース。

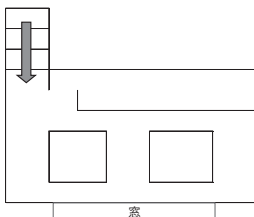
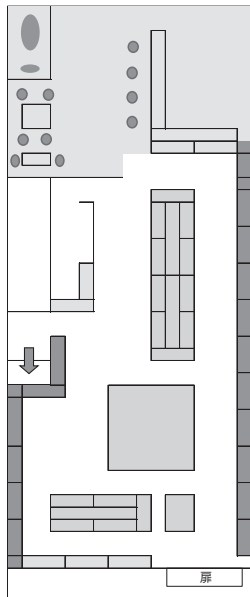
壁面の高い書棚が目を引きま
す。

奥のカフェにそのまま繋が
ります。

2F ギャラリースペース+店舗 バックヤード

2階にはギャラリースペースを
作り、月替わりで様々なジャン
ルのアーティストの展示を行いま
す。窓から差し込む自然光を取
り入れた空間です。

窓と反対方向に、店舗のバック
ヤードを作ります。



営業時間（予定です）

11：00～21：00

（Caféは20：00まで）

毎週水曜・第三火曜定休

オーソドックスな書店分類で親しみやすさを作る一方、通常の書店では並んでいない商品をきめ細やかに拾い、広域から人を呼べるイベントと共に広く発信。地元のお客さまと、目的で来店されるお客さま双方を意識して売場作りをする。

① 新刊書籍＝売上のベース

- 全体の書籍の分類は、従来の書店に近いオーソドックスなもの。
- コア商品：ベストセラー商品＝4：6の割合で商品を構成（次ページ参照）。目立ったセレクト感は排するが、チェーン書店にはない、統一されたテイストの品揃えにはなる。
- ゆるやかにゾーンを構成し、入口付近のアイキャッチは「雑誌・新刊」など新入荷の商品と、「イベント・インディペンデントな出版物」など店舗イメージをつくるもので構成。
奥の棚に進むと在庫が増え、本の奥深さを棚から感じるゾーンに。
- 力を入れるジャンル→暮らし、人文、文学（外文・詩）、芸術、えほん、旅など。
これらを生活の本（生活＝人が〈よりよく〉生きる）と考え、店の骨格にする。

② zine、古本、雑貨、オリジナルプロダクツなど＝差別化のベース

- 個人発行のzineなどは力を入れて取り扱う。イベント連動、Web販売に強い事から一方の柱に。
- 古本、アウトレット本なども和・洋とも積極的に入れる。
古本は近隣店舗との連携含める。
- 雑貨も、平台などでは本と混ぜて展開。オリジナルプロダクツをメインに展開する。

③ イベントコーナー、GALLERY など＝情報発信のベース

- 50点ほど展示が出来るフェアコーナーを常設。
年に数回行う企画展や作家セレクションに使う。
- 2階のGALLERYでは、月替わりのアーティスト作品の展示・販売を行う。
→高額な作家の作品・購入率の高い限定グッズを販売することが、安定した売上の底支えに繋がる。
- 上記は、SNSを使った発信の足掛かりとなり、広域からの集客の動機づけになる。

⑩初回商品発注イメージ

本屋 Title

1、コア商品、ベストセラー商品の比較、割合（メイン取次発注）

コア：ベストセラー＝4:6の着地点を目指す。

	コア商品	ベストセラー商品	備考
性質	<ul style="list-style-type: none"> ・何もない状態から一冊ずつ店舗に合うものとして選ばれた商品 ・店舗の独自性を作るが、客層が狭い・限定的 	<ul style="list-style-type: none"> ・取次データを基に、一般書店の売れ筋が広く網羅された商品 ・あまり印象付けはされないが、広く買われるアイテムが多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・バランスを取る必要あり。遠目は普通、よく見ると違う、など ・外に向けての宣伝で来店される方は、コアなものを求められる ・ベストセラー商品は近所の方が買っていくと推測される
発注方法	<ul style="list-style-type: none"> ・点数多い出版社→一覧表（一覧表は版元より入手／Web、FAX、メール、郵送） ・その他、著者・キーワードより引いたものをデータ化 ・注文発注時に、表ごと取次渡し。 	<ul style="list-style-type: none"> ・物件から来る棚割が完成後、コア商品以外の発注量をジャンルごとに作成 ・取次からくるベストセラー情報を基に、ジャンル毎に選定し、まとめて表ごと取次渡し。 	<ul style="list-style-type: none"> ・後の管理方法を確認して、エクセル登録 ・ブックリストのリトルプレスと連動させるものは、コア商品より
割合	7割	3割	<ul style="list-style-type: none"> ・セレクトショップ色が強まり、客層を絞ってしまう危険性あり。→「自分の店ではない」「わからない」などの意見が多そう ・バランス的には、セレクトの息苦しさなくなり、丁度良いか？ ・雑誌・文庫などもあるので、「本屋感」が出る。 ・ベストセラーに負け、店舗の独自色が薄くなる。→「案外ふつう」など。コア7割よりはこちらの方が良いが。
	4割	6割	
	3割	7割	

- ・ベストセラー商品とはいえ、リストから選んでいく訳なので、余りカラーが違ってくる事はないと考える。
- ・商品が8千アイテムであれば、コア商品は3千アイテム。実際には、文庫・新書・雑誌は、一覧表からコアもベストセラーもまとめて発注するので、事前に自分で選定するのは1千〜2千アイテム位。

2、その他、直取引先初回発注（表は一例）

取次	こどもの文化普及協会、ツバメ出版流通、八木書店、フォリオス、NBC、TBL
出版社	トランスビュー、ミシマ社、夏葉社、ゆめある舎、アルテス、エクリ、書肆サイコロ、青花の会(新潮)、ディスクヴァー21、東京余井重里事務所、イオグラフィック、ゲンロン、荒俣英、夜間飛行、SLANT、SUPER BOOKS、編集グループSURE、トムズボックス、ウィンドチャイムボックス、龍島経済新聞社
リトルプレス	サルビア、murren、日々、talking about、APIED、歩きながら考える、d design travel、murmur magazine、てくり、Tomag、伊丹十三記念館、仕事文脈、北と南、ぼかん、子午線、ロケット、四月と十月、岡本仁、アアルトコーヒー、ほんまに、つるとはな、のんべえ春秋、生活考察、NORA、PLANETS、HB、民藝
雑貨	倉敷意匠計画室、HASAMI、garden、福永紙工、D-BROS、リアクセント、ディスクユニオン、PORT、エフスタイル、遊星尚會、銀河通信社、月光荘、noritake、サブレッタープレス、パワーショベル、彦坂木版工房、美鷲堂、にじゆら、水編、白根ゆたんぼ、eroor403、made in west

- ・〈個人で行う、持続可能な本屋〉を目指しているため、直取引は導入し、値入率の向上を図る。
- ・あくまでも独立系の本屋なので、一般書店では置いていない、ニッチなアイテムが差別化の鍵にもなる。

⑪カフェ提供メニュー

本屋 Title

Coffee

¥450 ~ ¥500

コーヒーはハンドドリップ、ラテ以下はマシーンで。
コーヒーは浅・深2種のオリジナルブレンドを作る。
アルコールも産地がわかるものを提供。

Sweets

¥400 ~ ¥500

バイクドチーズケーキ／クッキー／チョコレートなど。
フードに手数を加えるため、ここは購入予定。

Food

¥700 ~ ¥1000

オリジナルのスパイスカレーがメインフード
ホットサンド／サンドウィッチ／グラタン
スープ+パンセット（バケット）
食材は、安心出来る取引先と契約し、新鮮なものを使用。

カフェの方向性

- ・地元の食材を重視した仕入を目指す。
- ・自然光も取り入れた、落ち着きのある内装、空間。
- ・50冊くらいのライブラリを作り、その本は自由に閲覧が可能。
（きれいな本を、お客様に買って頂きたいので、購入前の商品は、持ち込みが出来ません）

■メニュー表(イメージ)

- | | |
|--|--|
| ・コーヒー(L・Sあり)
オリジナルブレンド
今月のコーヒー(ストレート)
アイスコーヒー | ・ビール 2種
・ワイン(ココ・ファーム・ワイナリー/栃木・足利)
・チキータ
・バイクドチーズケーキ |
| ・ラテ(ice)/カプチーノ/エスプレッソ
・紅茶(Hot / ice) | ・スパイスカレー
・ホットサンド |
| ・りんごジュース ムカイ林檎店(青森)
→三鷹に直売所があります | ・ミックスサンド
・グラタン |
| ・コーラ/ジンジャーエール | ・スープ+バケットセット …etc |

*フードをご注文の方にはドリンク割引サービス有