

今井書店は今年5月、旗艦店舗である松江本店（旧グルーブセンター店）を全面リニューアルし、ブランドオープンした。内装を一新するとともに、本格的なカフェを開設。「すぐ隣の書店」をコンセプトに、来店客がくつろげる長時間滞在型の店舗となった。近年なかなか見られないロードサイド店の本格リニューアルだが、オープン以降、書店売上は前年比1200~1300%の伸びを實現し、カフェも大きく売上を伸ばすなど順調な船出になっている。

今井書店は今年5月、旗艦店舗である松江本店（旧グルーブセンター店）を全面リニューアルし、ブランドオープンした。内装を一新するとともに、本格的なカフェを開設。「すぐ隣の書店」をコンセプトに、来店客がくつろげる長時間滞在型の店舗となった。近年なかなか見られないロードサイド店の本格リニューアルだが、オープン以降、書店売上は前年比1200~1300%の伸びを實現し、カフェも大きく売上を伸ばすなど順調な船出になっている。

[illegible]

た。別棟でテナント文房は、日常使したコーナーに特化したコーナーにした。以前よりスペースは縮小したが「好評です」(板垣氏)という。雑貨や食雑貨は拡大し、食雑貨は成城石井コーナーを設けた。「成城石井は伸びています。いまの店舗の雰囲気と客層にも合っていて、分かりやすいのだと思います」(板垣氏)という。

出版物の在庫 木製什器には地元山陰を増やせたの（鳥取県智頭町）の杉材は、天井を外しを利用。木材を産地から空間を縦に広直接購入し、すべてオーバードで、書ダーメードで作成した。

棚を180センチ、什器作りは設計段階から170センチ、高さを反映し、書架と高したた庫、コミックスなど、棚の品の判型に合わせる、児童書の棚空間は広かったのを姿えたり、児童書の棚印象を受けたもの見え高さで面出し、商品の選択ができるようにするな
枝は広がった。わった。

外壁も鉄骨と同じ錆止め色に



天井を外し吹き抜けにすることで圧迫感をなくした



子どもの目線に合わせた児童書コーナーの棚



反映されているので、従業員が輸送費なども掛からず、東京の巨社のポイントやクーポンの
 からも使いやすいと好評です」と什器メーカーから棚を購入するお知らせ、イベント告知、受賞

判型に合わせたオーダーメイドの棚



やと新刊告知などを行い、クリサーを務める入川ひと氏の入て手作り
型タイプの製作や配信は自社
と、Wsカンパニーが店舗設計
カフェは、店舗プロデューからメニュー開発、運営指導なト同伴で

どを行ない、大幅にリ
ニユアルし、
カウンター席
テابلル席、ソ
ファアなどを用意
し、仕事や食事、家
族やグループでの利
用など、さまざまな
シーンに合わせて席
を用意。フリーワイ
ファイや電源設備も
設けている。

メニューは、本格
的なピザ窯を設置し
てさまざまなピザを
提供。ピザの他、外
から見える場所
にテーブル、また、ベッ
クで利用できる席や、カ
マは子どもと連れの若い家族な
どを想定。リニューアル後の
客層について板垣氏は「以前か
ら近くに小中、高校もあり老
若男女幅広い客層でしたが、い
まは子どもと連れの若い家族な
どが増えています」と
の反応だ。

その結果、児童
書や実用書の伸び
が顕著なか、理
工学書やビジネス
書なども好調とい
う。

今後、イベント
などが本格化する
ことで、さらに幅
広い客層の来店が
見込めそうだ。
(増刊『Book
Link』9月16
日特集)

〒690-0058 島根県松江市田和山町 88
営業時間：9:00 ～ 22:00

今井書店松江本店が持つ大きな特徴の一つは、店舗のメイン入り口部分に約100席を展開するカフェだ。本格的なビザサを備えて飲食メニューを提供し、カウンスター席から家族が食事を楽しむテーブル席まで用意。日常的な飲食利用からイベント開催など、書店と来店客とのコミュニケーションをサポートする役割を担う。カフェや店舗のコンセプトについては店舗プロデューサーを務めた入川ひとみ氏が関わっている。過去にTSUTAYA TOKYO ROPPONGIをはじめとした多くのコンセプト型書店のプロデュースを手掛けてきた入川氏氏に、店舗づくりのコンセプトやカフェの狙いなどを聞いた。

今井書店松江本店が持つ大きな特徴の一つは、店舗のメイン入り口部分に約100席を展開するカフェだ。本格的なビザサを備えて飲食メニューを提供し、カウンスター席から家族が食事を楽しめるテーブル席まで用意。日常的な飲食利用からイベント開催など、書店と来店客とのコミュニケーションをサポートする役割を担う。カフェや店舗のコンセプトづくりには店舗プロデューサーを務めた入川ひとと氏が関わった。過去にTSUTAYA TOKYO ROPPONGIをはじめとした多くのコンセプト型書店のプロデュースを手掛けてきた入川氏によると、店舗づくりのコンセプトやカフェの狙いなどを聞いた。

——書店併設には本格的なカフェですが、狙いを聞かせてください。イベントやワークショップの会場になり、それを来店客に告知するミニレストランのような諸窓口にもなるし、お客さんの反応メニューは作りません。むしろ、うちのカフェでは

書店が人との関わりをしつかりを書店にフィードバックする役割
作っていくには、カフェ機能が必要も果たします。

お客さんから聞かれたら話すき
かけになるじゃないですか。お

「カフエは書店と人の

また、書店が本を売る さんからメニューを見せて「本
のためにはお客さんと本と
がご関わるのかを表現
することが必要です。例
目は常に常連さんになりま
す。入はイベントなどで作家
実際に以前、楽天ブックスネ
のバックグラウンドを伝
える。そのためにはお店
とお客さんとの距離をよ
う近づくことが大切で
す。そこでも力をつけて
ます。その役割があると考
えて

シヨンの起点になるわけですか。
——お客さんとのコミュニケーション

中で、来店している人々の嗜好に合わせ、作家さんと呼んでイベントをするといった感じで、広げていきた」と考えています。

——イベントも積極的に開催するのですね。

本は人に勧められることが手に取るきっかけになることが多い。そういうリレーションを作るために、もいくつかのイベントは大事です。カフェでは音楽ライブもできる、トークショーもできる。あと、おじいちゃんや孫に絵本を買ってあげるとか、親が子どもの誕生日に本を選んであげるときには、やはり家族で来店して、お昼も食べてゆつくり過ごせる場所が必要なんです。

——店舗の内装が以前と大きく変わり、倉庫のような感じで。以前の店舗は天井が低く、天井を閉鎖的な空間でして、天井を外したままに、解放感を出しました。また、天井を外すと錆止めの井書店のロゴをリスペクトしつつ、空間に本があるというのが、書いていますか。

店本来の姿だと思っています。なので、飾り気のない倉庫のような空間にして、本を主役にして、だから店にボスターもあり貼っています。

棚は以前より高くなりましたが、天井がなくなったので圧迫感は全くありません。ブックカバーや包装紙のデザインも一新しました。以前、平日は高齢の方が多かったのですが、カフェやお店の雰囲気合った若い夫婦や大学生などが増えています。

このお店はリニューアル前（グランドオープン）店も繁盛店でした。が、改装のために約7カ月間閉めていました。5月のグラントオープンから3カ月弱ですが、以前のお客さんに加えて、新しい顧客層も増えて、客数は伸びています。

びていますか。

このお店はリニューアル前（グ
ルプセynter）店も繁盛店でし
たが、改革のために約7カ月閉
めていました。5月のブランド
オープンから3カ月弱ですが、以
前のお客さんに加えて、新しい顧
客層も増えて、客数は伸びていま
す。以前、平日は高齢の方が多かつ
たのですが、カフェやお店の雰囲
気に合った若い夫婦や大学生など
が増えています。

店舗入り口に設けたカフェ



ペット同伴可能な席も



外からも見えるピザ窯