

学生レポ! 私も 広大です

作家さんへの新刊出版の支援は リアル書店ならではの役割

私が副社長を務める紀伊國屋書店は、国内で69店、海外は米国、アジア、ドバイなど10カ国・42店の書店を展開しています。この20年で日本の書店数が半減する中、全国店売部門の責任者としてオンライン書店に負けまいリアル書店での本の販売数をどう上げていくか、日々奮闘しています。リアル書店の魅力は店頭での想定外の本との出会いです。

書店で本を売る意義の一つは作家さんの育成にあります。初刷りの印税を作家さんにまとめて渡して、次の本を書くための原資にさせていただくというのが従来の出版業界のシステムです。新本を売らず印税が発生しない中古市場や、1冊の本が売れることに印税が支払われる仕組みで成り立つ電子書籍市場では、作家さんの新しい創作に対して十分な支援ができません。面白い本を出版し続けるためにも、リアル店舗の役割は重要なのです。

コロナ禍では営業できない店舗があるなど苦労もありましたが、教科書、学習参考書、専門書、児童書、小説、コミックなどを求める人は多く、本は生活必需品であり、必要な本をいち早くお渡しできることが重要な仕事であると再認識しました。また、コロナ禍で文部科学省が推進するGIGAスクール構想の児童・生徒に対する1人1台端末の整備が加速しました。これに対応するコンテンツの開発・販売も今後の課題です。

多くの本を読み、新たな発見を 本と共に豊かな時間を過ごしてほしい

広島大学での学生生活は、国立大学の安い授業料に感謝し授業をさぼることなく、貪欲に勉学に励みましたが、読むだけではならず、自分でも詩集を作成。詩も挿絵も装丁も全て自分で作った『田舎道』という詩集で、今でも大切に保管しています。また、畑正憲さんの『ムツゴロウの無人島記』(文藝春秋)を読んで、舞台となった嶮暮島(北海道)に行った思い出もあります。残念ながらご本人と会うことはできませんでしたが、のちに奥様と交わした手紙のやり取りは、本が縁となり作家さんを身近に感じる事ができた良い経験です。

現代はLINEやメールで事が済む時代ですが、学生の皆さんにはお世話になった方やお親に折に触れて手紙を書いてほしいと思います。考えを整理する上で、書くことは重要です。また、限りある人生、多くの本を読んで新たな発見をし、豊かな時間を送ってください。そして、自分で読んで良かった本はぜひ周りの方々に紹介してほしいと思います。

広島大学を卒業・修了後、各業界で活躍されているOB・OGの方々に学生がインタビュー。現在のお仕事と大学時代を語っていただきました。



総合科学部 出身

藤則 幸男 さん

株式会社紀伊國屋書店 取締役副社長

ふじのり・ゆきお / 広島大学総合科学部1980年卒業。株式会社紀伊國屋書店に入社し、現在は取締役副社長。全国店売部門の責任者・店売総本部長と総務・経理・人事部を中心とした管理部門を担当している。

▼ お気に入りの本。翻訳され世界でも読まれているヨシタケシンスケさんの絵本『あるかしら書店』(ポプラ社)。夢のような本屋がたくさん描かれています。



Report 学生広報ディレクター

自分の興味のあるものを追求し、その中で思いついたことを行動に移してみることが大切で、次のステップにつながると感じました。残りの学生生活は、行動力をキーワードに過ごそうと思います。また、本を紹介することも大切と伺ったので、ビブリオバトルにも挑戦してみようと思います。

教育学部4年 澤田 彩佳さん



やました・さくらこ / 広島大学文学部2014年卒業。株式会社セブン-イレブン・ジャパンに入社し、愛知県で2年半、広島県で3年半の勤務を経て、2020年4月より東京本社で勤務。現在は商品本部の地区MD統括部・首都圏地区のマーチャンダイザーとして、商品の開発を担当。

文学部 出身

山下 さくらこ さん

株式会社セブン-イレブン・ジャパン 商品本部・マーチャンダイザー



Report 学生広報ディレクター

お客さまのために、もっと良いものを届けたいとひた向きに仕事に取り組まれていることが、ひしひしと感じられ、非常に感銘を受けました。『The 大学生活』を送るにふさわしい、この東広島で、仲間と共に自らをブラッシュアップできるような能動的な日々を送りたいと感じました。

法学部2年 片山 開貴さん



学生時代からセブン-イレブン-筋 お客さまに必要とされる商品を追求する

学生時代に頑張って取り組んだと唯一自信を持って言えるのは、セブン-イレブンのアルバイトです。ポップを作ったり、商品の配置を替えたりと、自分が店長になった気持ちで働いていました。店づくりを真剣に考える姿勢を見た店舗のオーナーさんから「卒業後はセブン-イレブンに就職しては」と言われ、改めて企業研究を行ったところ、その魅力を再認識。小売店だけでなく各種サービスの窓口としての機能を担い、お客さまの利便性を向上する新たなサービスを先駆けて生み出す姿勢に感銘を受けました。そして、日本クオリティのコンビニを世界に広げたいと思い、セブン-イレブン・ジャパンへの入社を決めました。

現在は商品本部に所属し、マーケット分析や商品開発、販売戦略の考案などに携わっています。お客さまから本当に必要とされる商品をつくるため、マーケットリサーチは欠かせません。街に出向き、人の流れ・行動や商品の売れ行きなどを観察。客観的な理論とデータに基づき、新商品を考案します。

商品開発の過程では、「正解は1つではない」という学生時代の学びが生かされています。文学部のゼミで近世の書物について議論する中で、人によってさまざまな解釈が存在し、どのような立場であろうと他者の意見を受け入れることの大切さを学びました。メーカーさまと共同で商品開発を行う際は、主観的になりすぎず、多様なご意見を吸い上げて商品に反映することを意識しています。

社会の変化に合わせて対応 コンビニのイメージを変えたい

セブン-イレブンの創業当時の理念は「変化への対応」。コロナ禍においても私たちの使命は変わらず、お客さまのニーズを掘り起こし、安心や幸せを提供し続けることにあります。昨年、私の担当するお弁当部門では、海外気分を楽しめるアジアメニューの開発や、健康ニーズを反映した商品の開発を行いました。コロナ禍で数カ月先の見通しが立たない今、約半年先に発売する商品の開発には苦労しています。しかし、お客さまに必要とされているものをお届けできた時のうれしさや誇りしさは格別です。

今後もより商品開発に力を入れ、コンビニのイメージを変えたいと考えています。私たちは専門店レベルの商品の提供を目指しており、「コンビニだけおいしいね」という言葉では満足できないのです。コンビニの商品がおいしく、安心・安全であると根付くまで、味や見た目など全てのクオリティを追求し続けます。

いまださまざまな活動が制限された状況ではありますが、先輩の皆さんは学生だからこそできる経験をして、さまざまな立場の人々と接してください。卒業後に放り出される社会は想像以上に大きく、学生時代の経験やそこで出会った人々がきっと道標になってくれるはずです。