



STANDARD BOOKSTORE

文具売り場探訪記

福永 祥子

なんば駅から御堂筋を北に上り、韓国総領事館を通り過ぎてすぐの角を西に折れると右手に見えるビルの1階と地階がSTANDARD BOOKSTORE 心齋橋だ。「本屋ですが、ベストセラーは置いてません。」がキャッチコピー。260坪の店内には個性的でありながら幅広く本が取りそろえられている。80席以上の本格的なカフェ（購入前の本を持ち込める）を併設し、本以外に雑貨も多く取りそろえている。さらに、様々なイベントも開催しており、本屋らしくない本屋といえよう。ここでは、そんなSTANDARD BOOKSTOREの雑貨コーナーに設けられている文具売り場をレポートしてみようと思う。



▲お店の入口

1階の入り口から店内に入るとまず広がるのが雑誌コーナーだが、頭上には地下への案内板（右の写真）が掲げられている。「Zakka」の矢印を追って左に折れると、そこは地下へと続くエスカレーターだ。地階へ



降り、そこから対角線上の位置に向かうと文具売り場に辿りつく。地下フロアで大きな存在感を見せる雑貨売り場の中でも、30坪という広いスペースで文房具が販売されている。高級万年筆からマンガ・イラスト用画材やスクラップブックキング用品まで、その品ぞろえは本と同じく幅広い。

でもそもそも、なぜこのお店に文房具売り場があるのだろうか。「本との親和性が良さそうだったから。その割には本屋の文具コーナーは画一的で楽しさに欠けていると感じていたから」と文房具好きの社長・中川和彦さんは語る。販売されている文房具はデザイン性と機能性を重視したアイテムが約7000点。オシャレなので見ているだけでも楽しい売り場は、まるで文房具のセレクトショップだ。STANDARD BOOKSTORE で本を買う客層とほぼ同じく、文房具を購入するのも20~30代の男女だそうだ。確かにアイテムはそれぞれ個性が強いが、ユニセックスでスタイリッシュながらも気取らない商品が多い。

しかし、これだけ個性的な文房具たちをどうやってまとめ、どう“魅せて”いるのか。文房具担当のスタッフ・竹中小和さんに陳列のポイントをうかがうと、「はさみやテープなど目的買いの多い事務文具は用途別に。雑貨要素の多い文具はテイスト別に。思わぬ出会いを演出するよう心がけています」とのこと。この「思わぬ出会い」というのはこのお店においてかなり重要なキーワードである。社長の中川さんは、様々な経験から次のような思いを持ってSTANDARD BOOKSTOREを始め、現在に至っている。

目的もなくふらっと入れて、立ち読みでき自由に時間をつぶせて何も買わなくても罪の意識もなく出ていける店。こんな店は他にない。だから思いがけない出会いがある。出会いを創出するのが面白いのではないか？（「HUGE」2013年2月号 pp.78）

この中川さんの熱い思いが文房具売り場にもそのまま反映されているのだ。



▲コミック用品の横にあった文具本コーナー。上3段が雑誌、下1段が単行本。

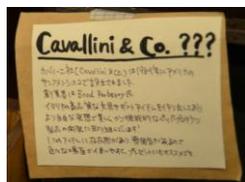
そして、「思わぬ出会い」という目線で売り場を見渡すと以下の3点に気付く。1つ目は、文具本（文具を取りあげている書籍・雑誌）と文房具が同じ場所で売られていること。事務用品店などの一般的な文具専門店でも文具本に出会うことなどめったにない。そして文具本に出てくる文房具がすぐ横で販売されているという光景もそうそうない。本と文房具、文房具と人、人と本が出会える空間になっているのだ。2つ目は、作り手の意図が見えるディスプレイだ。商品のそばにはブランド・メーカーのコンセプトやデザイナーの意図を紹介するPOPが置いてある。普段、消費者として商品そのものの機能は重視するが、作り手の考えまで想いを馳せることは稀だ。

そこにPOPをそっと添えるだけで作り手の顔や想いが見えてくる。商品の向こう側の人に出会えるのだ。3つ目は什器（陳列用具）も商品になっていることだ。文房具は使うものであるが、見て楽しむこともできる。生活の中でどうやって文房具を取り入れるかが、陳列の仕方ごと商品とすることでよりリアルに想像できる。新たなライフスタイルに出会えるのだ。

そこにPOPをそっと添えるだけで作り手の顔や想いが見えてくる。商品の向こう側の人に出会えるのだ。3つ目は什器（陳列用具）も商品になっていることだ。文房具は使うものであるが、見て楽しむこともできる。生活の中でどうやって文房具を取り入れるかが、陳列の仕方ごと商品とすることでよりリアルに想像できる。新たなライフスタイルに出会えるのだ。

そんな「思わぬ出会い」の仕掛け人である竹中さんは、どういった経緯で文房具担当として働くことになったのだろうか。次のように答えてくれた。「開店してまもなくはまだコミックが少なく、展開を拡げるためのコミック担当で入りましたが、一足先に入っていたコミック担当ひとりだけで事足りてしまいました。そんなある朝。

突然の社長からの『文具やってみたいひん？』のひとつこと。ちょうどそのころ、海外のアドバタイジングボールペンに夢中になっていた私は『文具、好きです！』と意気揚々と応じ、文房具担当となりました。7000点もの文房具とそれを取り巻く「思わぬ出会い」は、竹中さんの“文具愛”によって支えられていたのだ。文具愛で売



▲手書きのブランド紹介POP



▲マスキングテープコーナー。下の浅い木箱（什器）にもバーコードがはってある。



▲▼万年筆「ラミー」と『ラミーのすべて』



探訪ルポ ● STANDARD BOOKSTORE 文具売り場探訪記

り場を作る竹中さんにとっての文房具は「仕事をするのに必要なもの。使い手のセンスがでる部分。少し前までは収集の対象でした」という。必需品でもあり自己表現のひとつでもあり嗜好品でもある文房具。そんな文房具への様々な視点が、個性的でバラバラに見えてしまいそうな商品たちを、ひとつの売り場＝文房具ワールドとしてまとめていた。

最後に竹中さんは、雑貨も含めて「お探しの商品が見当たらなければお気軽にお尋ねください。出来る限りですがみなさまのよりよい生活のお手伝いをいたします」とメッセージをくださった。確かにこの空間にいれば日々の暮らしが豊かになりそうだ。皆さんも一度訪れてみてはいかがだろうか。



▲ガラスのショーケースにはいった高級ボールペン。



▲懐かしの文房具コーナーにあったこけし折紙。



▲売れ筋文具のトラベラーズノート（左）とSowMen.（ソウメン）のブックカバー。
売れ筋にブックカバーが入るところが本屋の文房具コーナーらしい。



▲店内 (B1F) の様子。突き当たりが併設のカフェ。

竹中さんイチオシ文具とイチオシコメント

▼ポエペンシル 一行一ダース(谷川俊太郎)



鉛筆の名入れをメディアとして活用する。そのために書き下ろされた1行詩12編。一つずつ独立した一行詩として楽しめますが、好きな順序に並べて一編の詩として楽しむこともできます。一本一本の鉛筆を眺めて「うーむ」とも「うふふ」とも楽しめます。ギフトにも最適（ばらすと12人にプレゼントできます）。

▼10 の話のポストカード(ムーミン)



人の手によって一枚ずつプレスし印刷する国内にも数台しかない明治初期の「手引き印刷機」を使用。版画のようにかすれ、一点一点表情が違う作品のような味わいある印刷に仕上がります。絵を見ながらそのシーンを想像できるように、パッケージにはトーベ自身の言葉で書かれたスウェーデン語の挿絵に合わせた文章が抜粋されています。手作業で一枚一枚刷ってありますのでカスレ・にじみなど仕上がりの雰囲気が一枚ずつ微妙に異なります。

【謝辞】 調査にご協力いただいた「STANDARD BOOKSTORE 心斎橋」の社長・中川和彦さま、雑貨担当・竹中小和さまをはじめとするスタッフの皆さま、年末年始のお忙しい中時間をとっていただいたこと、心より感謝致します。

【参考文献】

中川和彦、「スタンダードブックストア 本屋は目一杯人間臭いところだ！」
『HUGE』2013年2月号、pp.78

【参考 URL】

・いかしごと スタンダードブックストア中川和彦インタビュー
前編「本屋とか、そもそも小売りとかやりたいと思ってなかった。」：<http://ikashigoto.com/archives/461>
中編「『自分らで壁建てたらええんや』って思えましたね。」：<http://ikashigoto.com/archives/482>
後編「ほんまはみんなにもできること」：<http://ikashigoto.com/archives/488>

奈良女子大学文学部人文社会学科文化メディア学コース編
(2012年度後期「文化社会学演習」報告書)

『文房具—ぶんぐ大学への招待—』

2013年8月12日発行

編集・発行 奈良女子大学文学部 人文社会学科
文化メディア学コース (小川研究室)

〒630-8506 奈良市北魚屋西町 電話&FAX 0742-20-3259

E-mail ogawax@dream.com

印刷 株式会社 実業印刷