

本を手渡す場をつくる：
学生参加型プログラム「書物を学ぶ、書店で学ぶ」
の実践報告

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2020-06-12 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 嶋崎, さや香 メールアドレス: 所属:
URL	https://osaka-shoin.repo.nii.ac.jp/records/4472

本を手渡す場をつくる

— 学生参加型プログラム「書物を学ぶ、書店で学ぶ」の実践報告 —

嶋 崎 さや香

はじめに

大阪樟蔭女子大学学芸学部国文学科（以下、本学科）では、その教育研究上の目的に「日本の言語・文学に関する幅広い知識を教授することにより、日本文化に対する造詣を深め、豊かな情操を涵養し、言語運用能力を養成する。日本文化を継承・発展させ発信する能力を以って、異文化間の交流を視野に入れつつ、社会で活躍できる人材の育成」と掲げている¹。その目標達成に向けて、講義中心の学びだけでなく、フィールドワークやグループディスカッション、プレゼンテーションなど、学生の主体的な学びを促す取り組みを積極的に取り入れている（取り組みの詳細は後に述べる）。

本稿で取りあげる「書物を学ぶ、書店で学ぶ」も、産学連携のもと、教育課程外の学修として一年目の取り組みを開始し、二年目には教育課程「インターンシップ」としてカリキュラム内に位置付け

られた授業である（資料1）。以下では、その実践内容を概説するとともに、学生たちの活動や学習成果を授業担当教員の立場から報告する。

一．授業開設の社会的背景と栗林書房について

まず「書物を学ぶ、書店で学ぶ」開設の意義について、社会的背景から述べる。近年、いわゆる「活字離れ」や書店数の減少にともない、活字文化そのものの衰退が懸念されている²。また一日の読書時間が「ゼロ」と回答した大学生が全体の四八％を占めるといふ調査もみられる³。しかし、「はじめに」でも述べたような「言語運用能力」の養成と、「日本文化を継承・発展させ発信する能力」を育むために読書が重要であることは論を俟たない。

こうした状況を受けて本学科では、二〇一八年度以降、学生の読書習慣を定着させるための様々な取り組みを行っている。例えば

【資料1 授業内容一覧】

13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
インターンシップ体験報告会	インターンシップ（八月二十六日～二十八日）	インターンシップ事前準備（課題設定）	「私のおすすめ図書」○選（学生発表）	マーケティングとは	課題発表・インターンシップ説明会	書店見学レポート報告	隆祥堂書店見学	書店を取り巻く現状を学ぶ（学生発表）	本・本屋に関する知識を深める二（学生発表）	本・本屋に関する知識を深める一（資料を探す）	ガイダンス・栗林書房見学	授業前ガイダンス・エントリーシートの配布
26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14
まとめ	店頭販売（一月一日～一月二四日）	店頭販売に向けたグループ活動二	店頭販売に向けたグループ活動一	本発表	本発表リハール	本発表にむけたグループ活動三	本発表にむけたグループ活動二	本発表にむけたグループ活動一	中間発表	中間発表にむけたグループ活動三	中間発表にむけたグループ活動二	中間発表にむけたグループ活動一

「読書へのいざない」は、本を読むだけでなく、グループディスカッションや発表、ポップによる作品紹介といった様々な方法で読書に親しんでもらうことを目的に開かれた授業である。さらに国文学科の学生が大学で学ぶための羅針盤となる一〇〇冊を、教員が選び作成した「樟蔭国文百選」も図書館内に設置された。こちらは図書館に足を運ぶきっかけとなるよう、「読書へのいざない」とも連動した企画となっている⁴。

本稿で取り上げる「書物を学ぶ、書店で学ぶ」も、こうした取り組みの一環として開講された。ただし重要なのは、この授業は(1)個別の読者を育てること、だけを目的としてはいない点である。他にも、(2)書店に入ってその業務内容を知ること、(3)書店で接客もしながら地域ではどのような本が求められているか、その志向やニーズを捉えること、(4)本の流通や移動についても考えることで社会における商品としての書物の特質を捉えること、そして、(5)これらを学ぶことによって地域における読書文化の担い手となることなどを開講の目的としている。すなわち、人々が実際に本を手にする場所を支えて、それを発展させる主体となることも目指している。

この授業に協力いただいたのが株式会社栗林書房(代表取締役社長 栗林秀一氏)である。「知性と教養に奉仕する」、「読書でより豊かな人生を」をモットーに、一九三二年から河内小阪駅前に店舗を構え、約九〇年にわたって地域の読書文化、教育文化を支えてきた「町の木屋さん」である。今回の授業では、店舗でのインターンシッ

プ受け入れだけでなく、学生が企画した店頭販売コーナーの設置も引き受けていただいた。また、授業開設に当たっては全面的にアドバイスをいただいた。

二. 参加する学生について

本授業は、二〇一九年度に開講された国文学科独自の科目である。受講できるのは二年生から四年生である。インターンシップ受入人数が限られていることから、六名を上限としている。受講希望者は事前に「エントリーシート」(履歴書・自己アピール)と、「エントリーレポート」(志望理由書)を提出する。その後、担当教員による選抜が行われる。二〇一九年度は三年生が二名応募し、プログラムに参加した。本稿に登場する学生はこの二名である。

三. 授業の展開

この授業の実践形態は、以下【A】～【E】の五つに分けられる。はじめに、学生たちは【A】…本と書店の現状を学ぶことで、これから自らが取り組むプログラムについての基礎知識を吸収することを目指した。その後【B】…販売・選書のコツを知る【C】…書店の具体的な業務を体験することによって、栗林書房から示される課題の実践や解決に必要な知識と、具体的な業務を学んだ。そのうえで、【D】…販売企画の準備とブラッシュアップ【E】…現場で

の実践】をおこなった。

本授業の特徴は「書物を学ぶ、書店で学ぶ」という授業名にもある通り、インターンシップ体験で得られた知識を活用して、栗林書房より提示された課題に取り組みという点にある。以下では、この課題を進めるために行われる【A】から【E】の各実践について、順に紹介していく。

【A…本と書店の現状を学ぶ】

〈I. 書店についての知識の収集〉

この【A】では、まず本や書店に関する基礎知識を持つことを目的に、書店を取り巻く現状について教員が解説した。特に二〇〇〇年から二〇一七年にかけて、三〇〇坪以下の中小規模の書店が全国で減少していることに触れたうえで従来、書店が地域でどのような役割を担っていたのか、学生とディスカッションを行った⁵⁾。

その後の授業は学生が主体となり、本や書店に関する情報を集め、その内容について互いに発表することで、教員が講義した基礎知識をさらに深める方法をとった。

学生たちは大学図書館の蔵書やデータベースを活用して、本や書店に関する情報を一〇件集め、互いに発表を行った。この時、教員からは書籍と雑誌記事、新聞記事からそれぞれ二件以上選ぶこと、また授業内容と関わる視点から発表内容をまとめることの二点を課題として伝えている。

集めた一〇件の情報については、書誌情報・キーワード・内容を要

約をまとめた一覧表を作成し、それをもとに発表を行った。ここでは、「目利き書店員が作る渾身の本棚」⁷⁾、「本が売れない」というけれど⁸⁾、「ミステリー小説（『レジまでの推理』）⁹⁾などが紹介された。

さらに書店についてより深く学ぶために、関連する本をそれぞれ一冊選び、概要紹介と内容考察を行った。ここでは「本が売れない」というけれど⁹⁾と『紙の本は、滅びない』¹⁰⁾が選ばれた。前者では地域密着型の小規模書店が置かれた現状が論じられており、後者ではそうした書店の工夫と実践がまとめられている。今後のインターンシップ等の経験を深めるためにも、これらの記事や書籍から情報を得ることは重要な準備であると思われる。

〈II. 実際の書店を見学〉

書店の現状を知るためには、実際の店舗を見ることも重要である。そこでまず栗林書房に伺った。店員の方に授業に参加する学生を紹介し、ご挨拶するとともに、店内の雰囲気や棚の配置などを見学した。

次に伺ったのは、株式会社隆祥館書店（代表取締役 二村知子氏）である。同店は大阪市内の谷町六丁目駅近くで七〇年にわたって書店を経営してきた。近年、作家を招いた読書イベントの開催や、小規模書店を取り巻く配本事情について問題提起を行うなど、多角的な活動に取り組んでいる。見学当日は二村氏よりイベントの様子や小規模書店が直面する配本事情についてご説明いただくとともに、地域の書店が果たし得る役割やその意義についてうかがった。

以上のような活動を通じて、学生は本や書店の現状についての学びを深めていた。

【B…販売・選書のコツを知る】

八回目の講義にて、栗林書房より課題が提示された。課題内容は次の通りである。

課題…(店舗の)北側、南側のテーブルにおける商品提案。

自分自身が自信を持って、これはおすすめしたい!

という本を展開してみよう。

提案書籍…一人一点

期間…二週間(二〇二〇年一月)

留意点…南側出口は女性客、樟蔭学園の学生や職員が多く通る。

北側は男性客が多い。いずれも年齢層は高めで六〇代。

〈I. 企画についてのディスカッション〉

学生が紹介したい本を一点選び、その商品提案を企画実践して本の販売につなげることに、これが今回の課題である。これを受けて、まずどのような本をすすめるべきかを話し合うこととした。具体的には、各自が「自信を持って」すすめる本を一点ずつ持ち寄り、内容を紹介しあう時間を設けた。キーワードやジャンル、読後感などを資料に一覧して共有することで、どういった本を選ぶのか、その観点を見つけ、広げることを目的としたものであった。ディス

カッションを通じて、学生は本の大きさ(文庫は軽い、値段が手頃)や表紙(目を引きやすいデザインや色)、読者の幅(幅広く読まれる本か、コアな読者を惹きつける本か)など、本を選ぶ際に注目すべきポイントを確認した。

〈II. マーケティングを学ぶ〉

では、「本を販売する」ことを目的としたとき、どのような点に注目する必要があるだろうか。こうした「販売」に関わる知識を得るために「マーケティング」について学ぶ機会を設けた。講義は加藤卓哉先生(元本学教授)にご担当いただいた。授業では特に「誰に」「何を」「どのように」届けるのか。この三つの視点を、栗林書房での商品販売に当てはめて企画を立てる必要があることが示された。例えば「誰に」という項目も、ターゲット層の選定だけでなく、企画を行う季節や時間帯、来店目的別のグループなどで分析することが可能であるといったヒントをいただいた。

以上ここまで、栗林書房から提示された課題内容と、その実践に必要な選書や販売に関する学びの内容について述べてきた。

【C…書店の具体的な業務を体験する(インターンシップ)】

ここではインターンシップ内容と報告内容について述べる。本授業のインターンシップは、書店に入ってその業務内容を知ることだけでなく、さらに、書店で接客しながら地域ではどのような本が求められているか、その志向やニーズを捉えること、さらにそこで

得た経験や知識を糧に、店頭販売を企画、実践に活かすことも目的として行われた。インターンシップについては、教員が参加していないため詳細な報告が難しい。そこで、彼女たちがその後の振り返りでまとめた内容から簡単に紹介したい。

インターンシップ内容

日 程：二〇一九年八月二六日（月）～八月二八日（水）

九時から一六時

場 所：栗林書房

業務内容：開店準備（清掃、什器設置、商品設置）

販売準備（商品の検品、付録準備、ビニールかけ）

発注作業（注文書の作成、発注連絡）

顧客対応（レジ対応、商品入荷の連絡、質問対応）

販売促進に関わる業務（ポップ作成）

インターンシップ終了後に行われた報告会では、体験した業務内容のふり返りと反省、さらに店頭販売の企画に関する情報の共有を行った。学生からは店舗清掃から商品の検品や配架、販売から接客まで様々な業務に携わったことが報告された。本の購入者ではなく、販売者として書店をみることでできた貴重な機会となったようである。特に教員として印象的だったのは、書店で働く方の「本への愛情」や、「人と本をつなぐ仕事への自負」を肌で感じることができたといった感想を学生から得たことである。

なお、店頭販売の企画については、商品提案を行うテーブルの情

【資料2】納品予定の本を検品、箱詰めしている



報（配置場所や大きさ）や、来店者の特徴などが報告された。具体的には次の三点である。

○顧客は男女半々で年齢層が高いため、おすすめする本のターゲット

ト層とギャップがある。ターゲット層の変更、あるいはすすめる本や告知方法について検討が必要。

○商品提案を行うテーブルを設置する出入り口は、足を止める人が少ない。ポスターを貼る、スタンドを立てるなど目をとめる工夫が必要。

○ポップを強調するためには、ポップと本の表紙の色を重ねないなど工夫が必要。

このように、インターンシップで得た情報と振り返りにより、学生たちは自身の販売戦略をより明確化させていった。

【D・販売企画の準備とブラッシュアップ】

栗林書房から提示された課題について、学生たちは様々な準備をすすめた。ここではこの販売企画の準備をする際に、主な検討項目となった三点について述べる。

〈I. ターゲット層〉

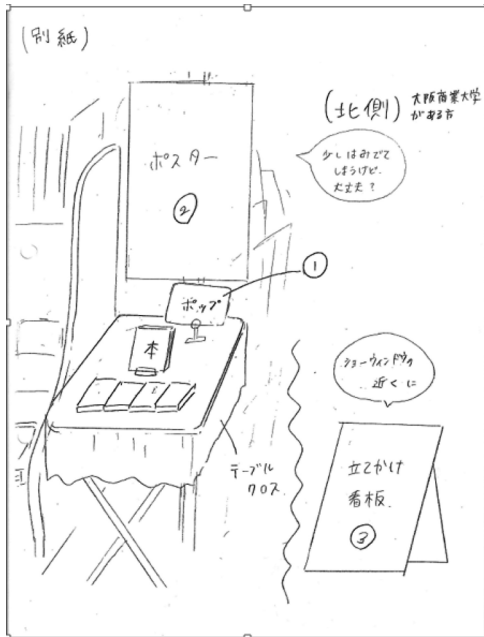
「おすすめする本」を選ぶに当たって、まずはターゲット層を検討する必要があった。栗林書房のメイン顧客は「六〇代以上」の地域住民である。そのため最初はターゲットをメイン顧客に絞ることで、販売数を確保できる可能性が高くなると予想した。しかし「常

連客の高齢化」と「新規顧客の獲得不足」が栗林書房の課題であること、さらに大学との連携企画を積極的に活かすことを重視した結果、本学学生を中心とした「女子学生」をターゲットとすることが決まった。

〈II. 販促物の作成（ポップ・ミニ黒板・ポスターなど）〉

本を手にとってもらうためには、ポップの設置も有効な手段の一つである。学生は、言葉やデザインの異なる複数のポップ案を発表

【資料3 販売テーブルのイメージ】



しあい、相互に評価しながら制作を進めていた。インターンシップでのポップ作成体験から、本の装丁や帯の紹介文にも注意を払う様子が見られた。また店舗の入り口二箇所同時に本を紹介することから、共通する目印を作り統一感を出すとともに、目をとめてもらう機会を増やす工夫（ポスター・立て看板・旗）が必要など、就業体験を活かした意見が出されていた（資料3）。

Ⅲ．中間発表と本発表

中間発表（十一月）と本発表（十二月）は、学生による店頭販売企画を栗林社長にプレゼンテーションし、承認やアドバイスを得るために設けられた。中間発表では、各自が一冊ずつ本を販売する場合（A案）と、同時発売の関連書を二冊販売する場合（B案）が提案された。

A案で提示されたのは『この冬、いなくなる君へ』（ポプラ社、二〇一九）と『無人駅で君を待っている』（スタートツ出版、二〇一九）の二冊。著者はともに、いぬじゅんである。この二冊が選ばれた理由は、高校生から大学生の女性の間で人気が高く、スタートツ出版だけでも五〇万部を売り上げていること、寒い時期の店頭販売だからこそ「温かい気持ち」や「温もり」を感じる物語が手に取られやすいと予測できること、などである。またテーブルやポスター、看板のデザインも合わせて提案された。

B案は、二〇一六年にハヤカワ文庫から出版された乙野四方字の『僕が愛した全ての君へ』と『君を愛した一人の僕へ』を販売する

企画である。この二つの作品は、同一の主人公が異なる人生を歩む二つの物語である。読む順番によって作品の印象が大きく変わるという特徴をいかして、互いの販売テーブルへ誘導することを目指した企画となっている。

プレゼンテーション終了後、栗林社長よりターゲット層と本を選んだ理由について質問があった。学生からは、小阪駅を利用する本学学生（女子学生）が潜在的な顧客層であること、また大学の学びにつながる書籍が充実していることを周知するために、人気の小説を紹介することで店内に誘導したいとの説明があった。またテーブル全体のイメージについて、ポップやポスターの大きさや配置場所、色について具体的なアドバイスをいただいた。

学生が提案したA・B案のうち、店頭販売ではA案を採用することが決まった。栗林社長からは、作家の人気が高く栗林書房でも販売実績があること、作品内容が一月の販売時期にあっていることの二点を評価していただいた。

そして二月の本発表では、A案のポップやポスター、立て看板についてプレゼンテーションを行うとともに、販売までのスケジュールを確認した。二回目の発表ということで、学生たちの発表資料の質やパフォーマンスは著しく向上していた。

【E…現場での実践】

A案に取り組むことに決まった。では学生は、そのプランをどう実現していったのか。ここでは販売準備と完成した販売テーブルに

ついで述べる。

〈Ⅰ. 活動告知〉

まず、自分たちの店頭販売の活動をどう告知したかである。学生が主体となり行ったのは、学内ポスター（学科掲示板、図書館掲示板）とブログ作成、チラシの作成と配布がある。また栗林書房には、ホームページとフェイスブックによってイベント情報を発信していた。さらに本学企画課は、生協前掲示板でのポスター掲示と大学ホームページでのイベント告知を担当した。

担当教員もまた、ブログ作成とプレスリリースの依頼を行った。こうした働きかけの結果、店頭準備の一月一〇日（金）には、東大



【資料4】販売テーブルの準備

阪経済新聞社と東大阪市広報課に取材いただいた。¹¹

〈Ⅱ. 販売準備〉

販売準備は、販売初日の九時半から一時間ほどで行った（資料4）。店頭準備はスムーズに終わったが、それは事前にテーブルやその周辺を含めたデザイン画を作成していた結果といえる。テーブルの大きさや高さ、ポップを支える道具まで視覚化することで、ポップ等の販促物以外にも気を配ることが可能となった。

もちろん、実際にはいくつもの問題があった。例えば、テーブル上に商品をどのように並べるのか。縦に高く積むのか、島のように配置するのか。屋外で風にあおられて倒れるポップをどう固定するのか。こうした問題を事前に考え、クリアすることで完成した販売テーブルが次の写真（資料5・6）である。

Ⅲ. 完成した販売テーブル

【資料5】 西川さんの販売テーブル



【資料6】 室田さんの販売テーブル



Ⅲ. 販売期間中の諸活動

販売テーブルは屋外にあるため、商品は砂や埃がつきやすく、数日でさらさらとした手触りに変化してしまふ。またテーブル上の整頓も必要となる。こうした課題については、事前に教員から学生に伝えていた。商品を最善の状態に保つことの重要性についても皆で確認を行っている。

結果的には月曜日、水曜日、金曜日に学生が交代で埃の拭き取りと商品整頓を行うことで、最後まで整った状態を保つことができていた。こうした状態を維持して販売につなげることは容易ではないが、学生はその必要性を十分に理解し、行動に移していた。

四. 身についた力について

これまで、授業内容【A】から【E】について説明したが、ここでは授業に参加した学生が何を学んだのか、述べていく。

最終回到「この授業を通じてどんな力が付いたと思いますか」との質問を学生に投げかけたところ、次のような回答があった。この授業の到達目標ともかわるため、いくつか紹介したい。

○発表する力

「就業体験報告や中間発表、本発表と三回発表機会があり、その度に『こうしたほうがいい』という改善点や良い点などの評価を貰えたので、発表する力が身についたと思います。」

「基本的なレジュメの作り方やパワーポイントの作り方を学ぶことができました。」

○行動する力

「自分から何をしなくてはいけないか考えて、実際に動くシーンが多かったと思います。積極的に行動する力が付いたと感じました。」

「行動に移す力がついたと思います。今まではあまり行動力がなくて、グループ活動していても仕切ってくれる人に頼ってばかりだったが、力が付きました。」

○考える力

「本選びやポップ、テーブルレイアウト、広告の仕方など、考えることがたくさんありました。何かをするにせよ、その前に何か問題があるなど、大変ではありましたが、考える力も身についたと思います。」

○コミュニケーション力

「栗林書房の店員さんや企画課の方と接する機会が多かったので、自分から話しかけることが苦手でしたが、頑張ることができたかなと思います。」

どちらの学生にも共通していたのが、「発表する力」と「行動す

る力」であった。教員から見ても、発表を重ねることで効果的な資料作成と、伝えることを意識した発表が行えるようになっていた。また学生主体の活動が中心のため、すべきことを自ら考え、実行することを重ねたことで、最終目的であった販売テーブルの完成にまで至ったといえるだろう。

また、この「行動する力」を支えたのが「考える力」である。行動するために何が必要なのか、問題が起きた場合にどう対処して次の段階に進めるのか。対応するための思考力が必要とされる課題も多かったようである。さらに「コミュニケーション力」について言うならば、こうしたメンバー同士での対話のみならず、グループ活動でお世話になった方々や担当教員とのやり取りも、こうした能力を培う糧となったと言えるだろう。

以上のように、四月から一月までの一〇ヶ月間、自分たちの力で様々な活動を立案し、実行し、報告を重ねてきた。こうした彼女たちの体験は、平常の講義では得難い貴重なものであったと思われる。最後に学生の感想も紹介しておきたい。

「初めてのことが多く、すごく貴重な体験ができたなと思います。最初は二人で不安でしたが、その自分分で動く機会が多かったので、いろいろな面で成長できたかなと思います。栗林書房の方や、企画課の方が優しく対応して下さったので、本当に感謝の気持ちでいっぱいです。大変だったけど、楽しかったので受講してよかったなと思います。」(西川さん)

「一年をかけてインターンシップ企画に取り組みました。とても忙しく、でも、充実したものになったと思います。やる事が多く大変でしたが、その分、テーブルやポスター、広告チラシができた時の達成感をすごく感じる事ができました。実際に自分が選んだ本やポスターが店に出されることはとても嬉しかったです。」(室田さん)

おわりに

「書物を学ぶ、書店で学ぶ」は本や書店、マーケティングに関する知識と、職場体験で得られた実践的な経験を活用して、店頭販売を企画、実践する。そして、それを通して、学生が地域における読書文化の担い手となることを狙いとする。とはいえ、まだ二年目のプログラムであるため、教員も学生も試行錯誤で授業を進めているのが現状である。今後の課題としては、次の三点が挙げられる。

一点目、店頭販売のタイミングについて。期間を一月一〇日から二四日までとしたが、ターゲット層の本学学生にとっては期末試験やレポートの時期に重なっていた。そのため企画への関心呼びびにくかったようである。対象を絞る場合は、選書やポップ内容だけでなく、効果的なイベントの時期についても検討が必要であった。なお、学生からは学期末ではなく「読書の秋」と連動させてはどうか、との意見も出された。

二点目、応募者の数について。活動期間が一年と長く、学外での活動も多いことから参加希望の学生が少ない状況にある。充実した活動を行うためにも参加者確保は重要であるため、活動スケジュールや参加学生の感想などを具体的に伝える等の工夫が必要である。

三点目、学内告知について。栗林書房での店頭販売に関する情報周知が徹底できていない。特にチラシを手渡す方法で告知を行ったのは、国文学科の学生や教員にとどまっていた。しかし、大学生の半数近くが一日の読書時間がゼロ分と回答している現状においては、国文学科以外の学生にも読書習慣を定着させ、知識を身につける機会を磨いてもらうことは重要な課題と言えるだろう。このようなことから、多くの学生に本プログラムの活動を知ってもらうための告知方法は、改めて検討すべき課題と言えよう。これらの点に留意しながら、三年目の開講に向かって、いっそうプログラムの充実を図っていきたい。

【謝辞】

栗林書房の皆様には、学生の活動に対して、丁寧なご指導とご支援を継続的にいただきました。特に栗林秀一代表取締役社長には、本プロジェクトの立ち上げから運営まで全面的にご協力いただきました。心より感謝申し上げます。

また学内では、企画部企画課太田真理氏をはじめとする職員の皆様、プログラム実施環境の整備ならびに当該活動の広報、学

生への支援などにおいて尽力を賜りました。厚くお礼申し上げます。

注

- 1 「教育研究上の目的」(<http://www.osaka-shoin.ac.jp/univ/about/idea/purpose/>、最終確認日、二〇二〇年一月二六日)
 - 2 「書店ゼロの街、2割超」(『朝日新聞』二〇一七年八月二四日)では、地域に書店が一店舗もない「書店ゼロ自治体」の増加を指摘する。さらに二〇〇〇年から二〇一七年の間に、全国の書店数が四割強も減少し、「文化拠点の衰退」を懸念する声が挙がっていることを伝えている。
 - 3 全国大学生協同組合連合会・「第五四回学生生活実態調査の概要報告」(二〇一八)より。
(<https://www.univcoop.or.jp/press/life/report.html>、最終確認日、二〇二〇年一月二六日)
 - 4 この授業は国文学科一年生の必修科目である。一年生を四グループに分けて、四名の教員が担当している。教員は「樟蔭国文百選」に選ばれた本を活用した授業を展開している。
 - 5 永江朗『本が売れない』というけれど』(ポプラ社、二〇一四年)、「総店舗数推移」(四三頁)参照。
 - 6 「目利き書店員がつくる渾身の本棚」(『ダ・ヴィンチ』、二〇一九年四月)
 - 7 注5に同じ。
- 8 似鳥鶏『レジまでの推理』(光文社、二〇一八年)
 - 9 注5に同じ。
 - 10 福嶋聡『紙の本は、滅びない』(ポプラ社、二〇一四年)
 - 11 「大阪樟蔭女子大生が栗林書房で販促企画 同世代に書籍を提案」東大阪経済新聞 (<https://higashiosaka.keizai.biz/headline/1132/>、最終確認日、二〇二〇年一月二六日)