

SDGsに係る書店業界/出版業界の 大企業等と地域中小企業の協業に関する調査

令和4年度 地域経済産業活性化対策調査事業 実施報告書



目次

1. 事業の背景・目的・・・・・・・・・・ P2
2. 事前調査及び事業案の提言・・・・・・・・ P3
3. 開発した新商品・キャンペーンの概要・・・ P6
4. 事業結果と検証・・・・・・・・・・ P9
5. まとめ・・・・・・・・・・ P13
6. 添付資料・・・・・・・・・・ P14

1. 事業の背景・目的

少子高齢化と人口減少が進む我が国の地方経済の活性化のためには、大小問わず企業による継続的なイノベーションの創出が行われることが不可欠と言える。そのための一活動として、企業が外部リソースを積極的に活用して行う連携である「オープンイノベーション」は近年その重要性が高まっている。しかし、地方においては大企業と地域の中小企業・ベンチャー企業（以下、「地域中小企業」という。）の間取引以外の接点が少ない、モデルケースとなる成功事例が少ない等の理由から、企業間の協業が思うように拡大していない。大企業が他の業界の知見を欲する場面においても、系列以外の企業から直接的にそれを獲得することは難しく、また地域中小企業も大企業の持つマーケットやニーズ等の情報を得ることができないため、プロダクトアウト型の開発を続けている例が多いという状況にある。

一方、他の業種との連携や協業が比較的少ない閉鎖的な業界の例として書店業界/出版業界に目を向けてみると、その現況は大変に厳しいものとなっている。インターネットやスマートフォンの登場で雑誌類の需要が減少し、出版物の販売総額も急減。地域の文化交流拠点として欠かせない書店店舗数も長期的に減少を続けており、業界として新たなイノベーションが強く望まれる状況である。

他方、地域中小企業や書店業界/出版業界の事業環境を取り巻く課題は、SDGsが対象としている社会課題そのものである。政府としてSDGsへの貢献を目指す2025年大阪・関西万博の成功に向けた取組を進める中、SDGs達成を目的とした書店業界/出版業界の大企業と地域中小企業の協業は、大企業及び地域中小企業の成長と社会課題解決の加速化という相乗効果を生み出すことが期待される。

本事業では書店・出版業界をモデルケースとして、大企業と地域中小企業が連携してSDGs達成に取り組む方策を検討するための調査を実施する。具体的には、書店・出版業界の大企業と地域中小企業が連携し、互いの知見を利用しつつ地域特性を踏まえたSDGs達成に資する商品開発やサービス等の取組を行い、実際の店頭等において実証を行う。それらの過程において協業における課題や必要となる機能を検証して報告書にとりまとめることにより、大企業と地域中小企業との協業モデルによる継続的な新事業創出の環境醸成を行うことを目的とする。

※注 中小企業者とは、中小企業基本法第2条に規定する中小企業者をいう。

- ・製造業・その他の業種：従業員300人以下又は資本金3億円以下
- ・卸売業：従業員100人以下又は資本金1億円以下
- ・小売業：従業員50人以下又は資本金5,000万円以下
- ・サービス業：従業員100人以下又は資本金5,000万円以下

大企業とは、中小企業基本法に規定する中小企業者以外の者であって、事業を営む者をいう。

ただし、以下に該当する者については、大企業として取り扱わないものとする。

- ・中小企業投資育成株式会社法（昭和38年法律第101号）に規定する中小企業投資育成株式会社
- ・投資事業有限責任組合契約に関する法律（平成10年法律第90号）に規定する投資事業有限責任組合

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



2. 事前調査及び事業案の提言

本事業では出版取次である日本出版販売株式会社西日本支社が事務局となり、大企業と地域中小企業が連携して書店からSDG s 達成に向けての発信や取り組みを行うための方策を調査・検討して実施した。具体的には、他業種・同業種のSDG s に関するキャンペーンを調査し、書店においてこれまで無料で配布されていたブックカバーに着目、エコな素材を用いて新たなカバーを開発して商品として販売するとともに、既存のカバーについても有料化するキャンペーン「本のある未来のために。」を、全国32店舗の店頭で実施した。

①事前調査・分析

書店において有効なSDG s 達成に資する商品開発やサービス等の検討の参考とするため、事前に業界内外の小売店店頭で行われている取り組みについて調査を実施した。以下はその事例を類型化してまとめたものである。

書店での取り組み事例

- ・SDG s 関連書籍フェアの開催や専門コーナーの設置
- ・SDG s 関連書籍著者によるトークイベント
- ・大学や企業のSDG s の取り組みを書店店頭で紹介するコーナーの設置
- ・店舗店頭での古本の回収

書店以外の小売店舗での取り組み事例

- ・店舗の取扱商品に類する不要品を持参するとクーポンやポイントなどがもらえるキャンペーン
- ・SDG s に関するクイズに答えると抽選で賞品が当たるキャンペーン
- ・店舗でのグリーン電力の使用やLED照明の導入
- ・店舗で配布している包装資材のエコ素材化&有料化
- ・環境に配慮したプライベートブランド商品の開発

書店においては、SDG s に関する書籍を活かした取り組みなど、本を起点にしたユニークな事例が多く見られた。その一方、書店業界に比べて規模が大きな事業者が多いスーパーなどの小売店では、書店ではあまり見られないプライベートブランド商品の開発なども行われていることが分かった。アパレル業界などでは包装資材を紙袋にする大手の小売事業者も多数出てきており、その際には法令で義務づけられていないビニール以外の資材でも有料化して配布枚数そのものも押さえると共にコストに転嫁する動きがあることも見て取れた。SDG s 活動を継続していくためには企業がサービスを提供・改善していくのみならず、最終顧客からその活動及び対価への理解を得ていくことが重要になると考えられることから、これらは参考にすべき事例と言える。

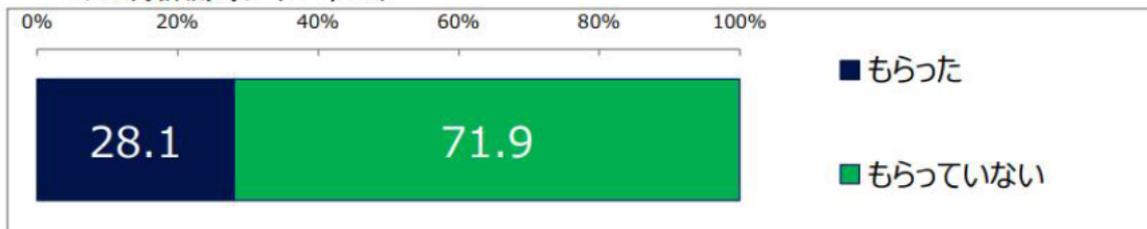
2. 事前調査及び事業案の提言

取り組みの有効性に関するデータ

SDGs 貢献のため、各種小売店でも多くの取り組みが行われていることが分かったが、その成果について定量的な測定が行われている事例はほとんど見られなかった。この点は、SDGs に関する諸活動の課題の一つであると思われる。その中で、法令で義務づけられたビニール袋の有料化については環境省の調査により明確な効果があったことが見て取れた。下記にそのアンケート結果を引用するが、袋をもらった人の割合が約7割から3割以下に減少したと共に、問題への関心が高まったと回答した人の割合も5割を超える結果となっている。

- あなたは、最近1週間以内に買物をした店舗でレジ袋をもらいましたか。(有料で使い捨てのレジ袋を購入した場合も含む) (n=2,100)

<11月計測時> (n=2,100)



<3月計測時> (n=2,100)



- レジ袋の有料化が始まって以降、プラスチックごみ問題への関心は高まりましたか。(n=2,100)



環境省環境再生・資源循環局総務課リサイクル推進室「令和2年11月レジ袋使用状況に関するWEB調査」より引用

2. 事前調査及び事業案の提言

②書店企業へのヒアリング

定量データの調査により、無償サービスの有料化によって大きな成果を出していることが分かったため、事務局で書店で無料配布されているブックカバーの有料とすることが効果的ではないかとの仮説を持った。その仮説を元に、日本出版販売株式会社本社が書店企業の経営者を集めて組織している出版流通学院書店研究会（※詳細は添付資料参照）のメンバーにヒアリングを行った。以下はその回答概要である。

・書店でもビニールのレジ袋が有料化され、他業態ではラッピングなども有料化しているところも多いため、現在無料サービスのブックカバーを有料としても消費者は理解してくれると思う。自社でもいずれはと考えていたが、各書店によって状況が違うので足並みをそろえて実施するのは難しい可能性もある。（A社）

・ビニール・ラッピング有料化の流れでブックカバーを有料化することに抵抗はないが、エコという観点を掲げた取り組みとなると紙の本を販売・返品している書店としては賛同しづらいところもある。エコ活動と有料化を両軸で考えるのは難しいのではないか。（A社）

・ビニール袋を有料とすることはエコの観点からスムーズに始められたが、現在配っている紙のブックカバーをエコではないとすることは、書店にとっては抵抗がある。（B社）

・以前より、ブックカバー有料化の打診が自社のスタッフからあったが、サービスの低下と捉えられるのではと危惧して踏み切れずにいた。この機会に取り組んでみたいと思う。（C社）

・書店にとってブックカバーは特別なもの・文化という印象もある。有料化によってお客様に何か付加価値がないと取組みにくい。（D社）

・方針には賛成する。エコ活動ということであれば、思い切ってカバーの単価を100円くらいまで引き上げて付加価値を乗せるような取組としてもよいのではと思う。（E社）

※匿名での回答のため個々の企業名は非公表

③事業案の提言

①の調査事例と②のヒアリング内容を参考とし、本事業で行う実証事業の方向性を下記3点とした。

1. 単独の書店企業では難しい商品開発に、他業種の事業者と連携して取り組む。
2. SDGs 達成に貢献する商品であることを消費者に伝え、無料でなく適正な対価を求める。
3. 一般の小売店でも可能な普遍性のあるものではなく、書店ならではの取り組みとする。

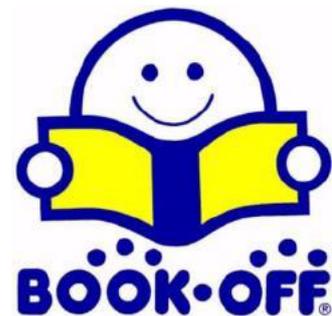
これらの方向性を満たす取り組みとして、ブックカバーを エコ素材で付加価値をつけた新たな商品として製作し、適正な対価を取って販売するキャンペーンを実証事業案とした。合わせて、他の小売業界に倣い、包装資材全体の量の削減と足下の物価高・燃料代高騰を適正に価格に転嫁するため、参加店舗では 既存の紙ブックカバーを有料化することもキャンペーン内容に含むこととした。

3. 開発した新商品・キャンペーンの概要

①新商品の開発

ブックカバーの材料の開発は、異素材を和紙に漉き込む技術を保有する有限会社笹尾印刷所で行った。当社は広島の高尾など、地域資源を素材の一部とした和紙を多数作成してきた実績などを持つ企業である。漉き込む材料としては、書店ユニークな取り組みであることを打ち出すため、古書・古コミックを用いることとした。材料は、企画の趣旨に賛同いただいた株式会社ブックオフコーポレーションの広島店舗より、買取時に値段がつかず、顧客の了承に基づき引き取った書籍や、店舗で販売することが出来なかった書籍・コミックなどの提供を受けた。

有限会社笹尾印刷所



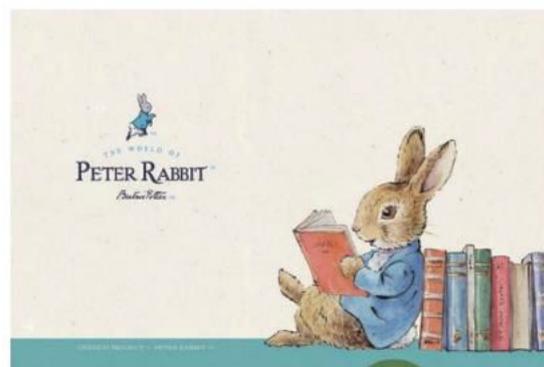
ブックカバーのデザインには、企画主旨に賛同いただいた「ピーターラビット™」・「わちふいーると 猫のダヤン」のコンテンツを使用。外観、手触り共に温かみのある商品に仕上がった。



ピーターラビット™《A》

文庫・コミック用
サイズ

大判・単行本用
サイズ



ピーターラビット™《B》

文庫・コミック用
サイズ

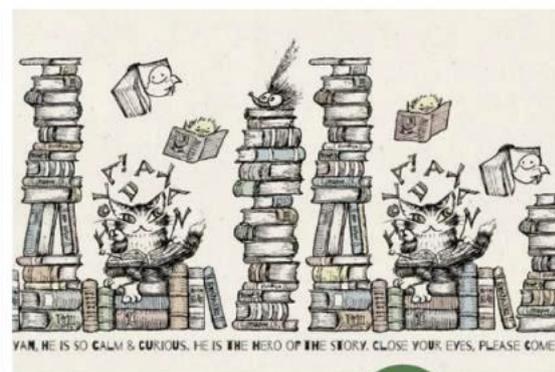
BEATRIX POTTER™ © Frederick Warne & Co.,2023



わちふいーると
猫のダヤン《A》

文庫・コミック用
サイズ

大判・単行本用
サイズ



わちふいーると
猫のダヤン《B》

文庫・コミック用
サイズ

© Akiko Ikeda/Wachifield Licensing, Inc.

3. 開発した新商品・キャンペーンの概要

②キャンペーン概要

キャンペーン名称を、企画の趣旨に鑑み「本のある未来のために。」に決定。事務局である日本出版販売グループが展開しているエコ活動の取り組み「ONE ECO PROJECT」の一環として、下記法人の店舗店頭で実施した。キャンペーンの開始前には日本出版販売よりプレスリリース（添付資料参照）を発出して広報宣伝を行い、参加書店の店頭ではポスターやポップなどを設置してキャンペーンの周知を図った。一部の店舗では同時にマイブックカバーフェアも開催した。また、企画の成果測定や今後の業界としての取り組みの参考とするため、3月11日（土）に店舗店頭で顧客に対してアンケート調査を行った。

■開催時期

令和5年3月1日－3月31日

■対象法人および店舗：32店舗

・株式会社積文館書店

積文館書店アクロスモール春日店／積文館書店有田店／積文館書店伊万里店／
積文館書店大川店／積文館書店大野城店／積文館書店大牟田店／積文館書店上峰店／
積文館書店江北店／積文館書店小田部店／積文館書店新天町本店／積文館書店高田店／
積文館書店天神地下街店／積文館書店本城店／積文館書店前原店／
積文館書店ゆめタウン筑紫野店／ファミリーマート積文館書店三日月店／
ブックセンタークエストエマックス久留米店／ブックセンタークエスト大手町店／
ブックセンタークエスト小倉本店／ブックセンタークエスト鞆ヶ谷店／
ブックセンタークエスト門司大里店／文楽堂サンパークあじす店／文楽堂本店／
文楽堂山口大学前店／文楽堂ゆめタウン山口店

・山口産業株式会社

幸太郎本舗TSUTAYA宇部店

・有限会社都野書店

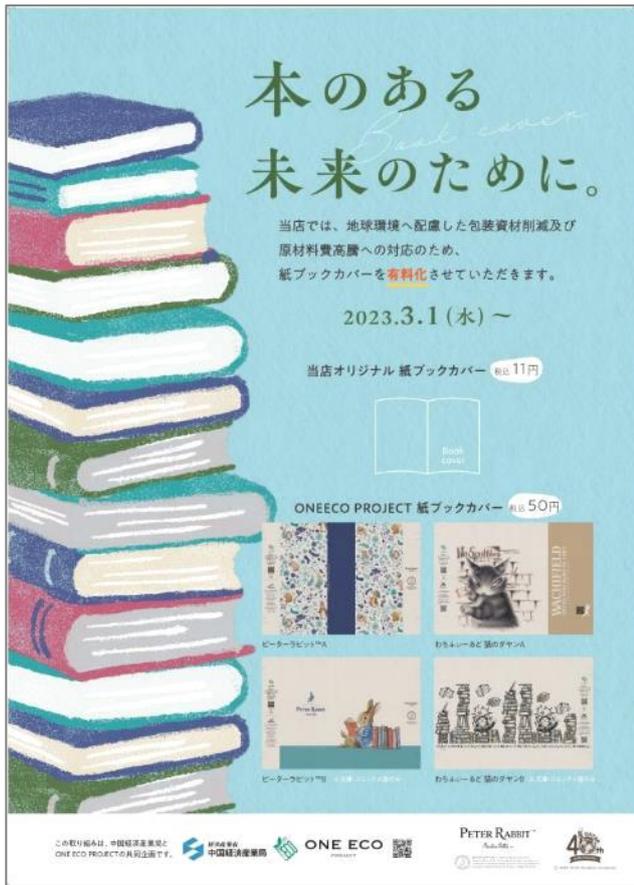
都野書店本店／ブックランド都野サンリブ下松店／ブックランド都野ゆめタウン宇部店／
ブックランド都野ゆめタウン柳井店

・有限会社宮沢書店

宮沢書店本店／宮沢書店TSUTAYA館山店

3. 開発した新商品・キャンペーンの概要

■店頭用ポスター



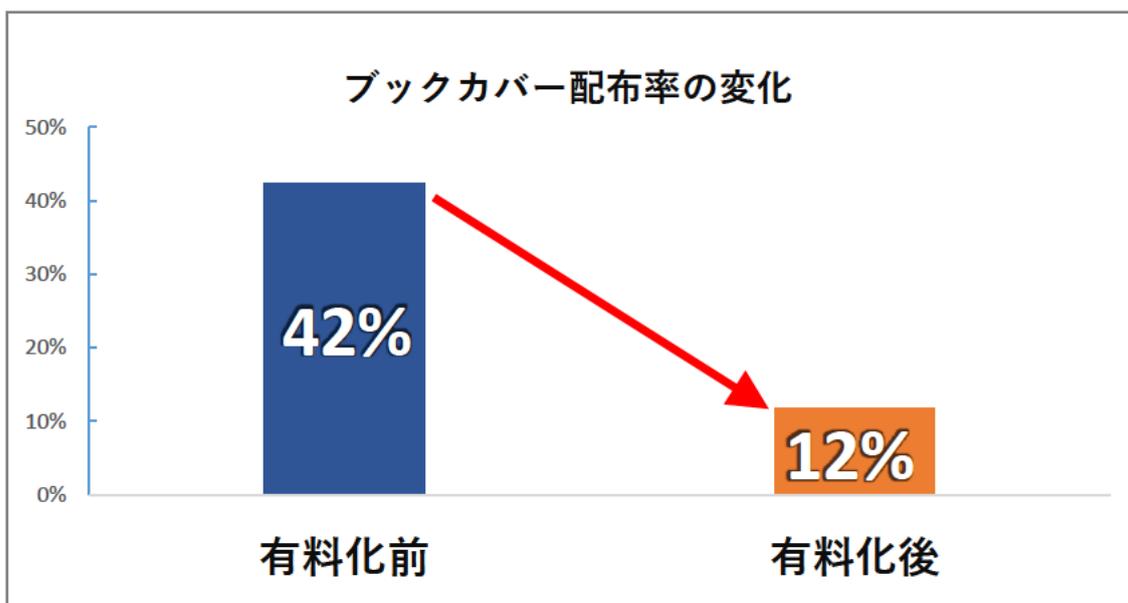
■店頭での展開例 (幸太郎本舗TSUTAYA宇部店)



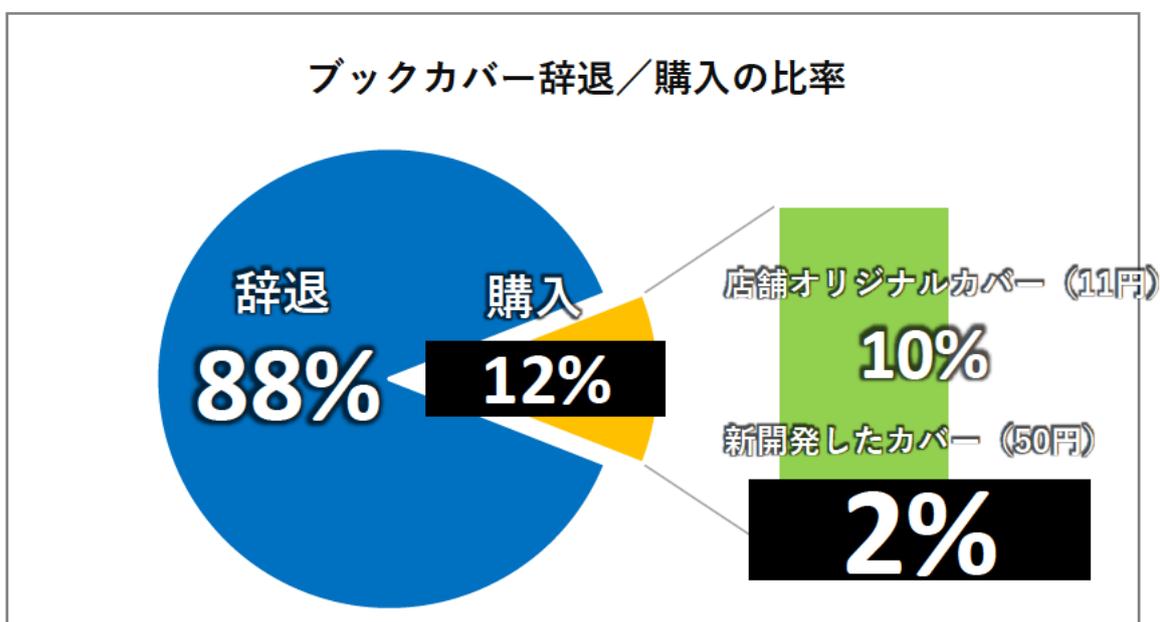
4. 事業結果と検証

①ブックカバー配布率の変化

調査に協力の得られた25店舗において、キャンペーン前後のブックカバーの配布数をカウントしたところ、有料化前の令和5年2月には、売上冊数に対して約42%だったブックカバーを配布数の割合が、キャンペーン開始後の1週間では約12%まで低下した。使い捨てるカバーを求める顧客の割合が1/3以下となった結果から、包装資材削減に対して本キャンペーンのアプローチは相当の効果があったと言える。



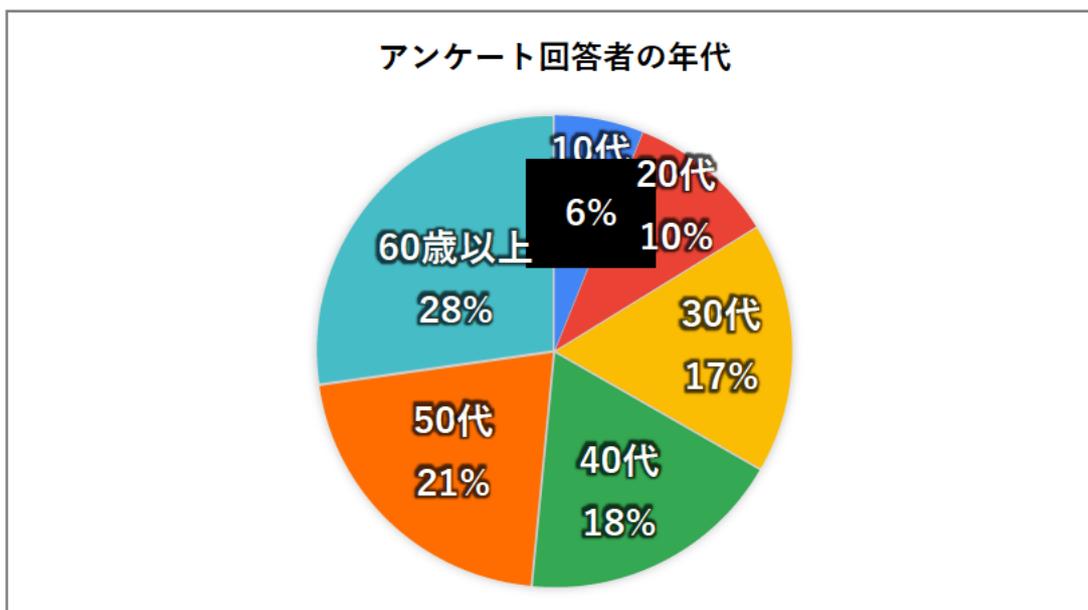
有料化後もブックカバー配布を選択した約12%の顧客のうち、2%弱の顧客に本企画で製作した新商品のブックカバーを購入いただいた。本商品は50円に価格を設定しており、11円で販売した店舗オリジナルのカバーとは5倍近い価格の開きがあったが、エコ素材の訴求やデザイン性の高さにより一定数の顧客を引きつけることができたと思われる。次項の顧客アンケート分析で詳しく述べる。



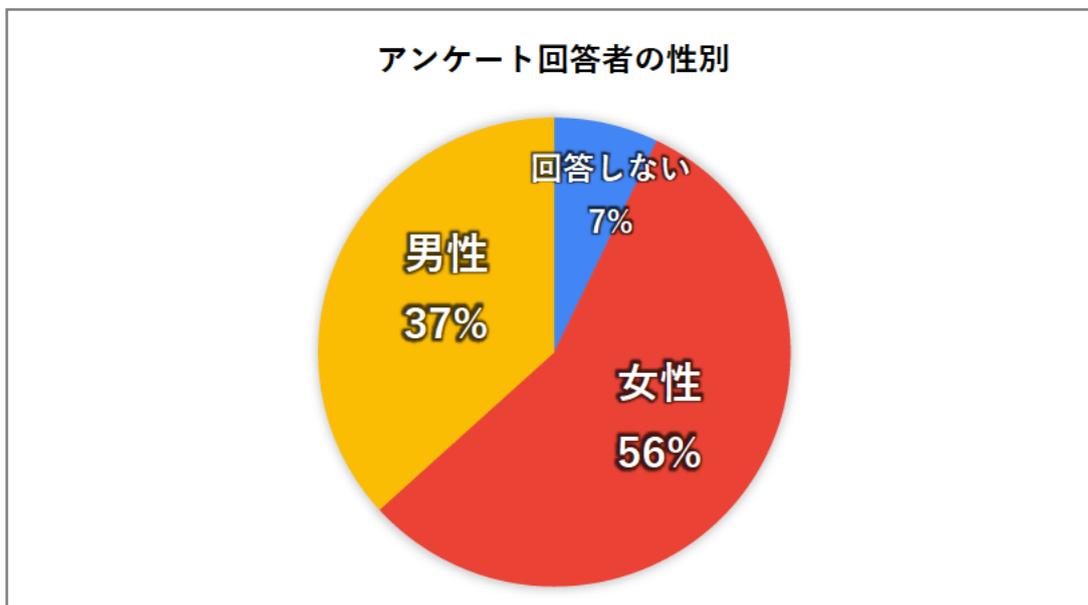
4. 事業結果と検証

②顧客アンケート結果

本企画の成果測定や今後の業界としての取り組みの参考として店頭で行ったアンケートの結果を以下にとりまとめて記載する。母数である有効回答者数は99名で、その年代と性別の割合は下記の通りである。10代20代がやや少なくなはあるが、全ての世代から有意な偏りなく回答を得ることができた。

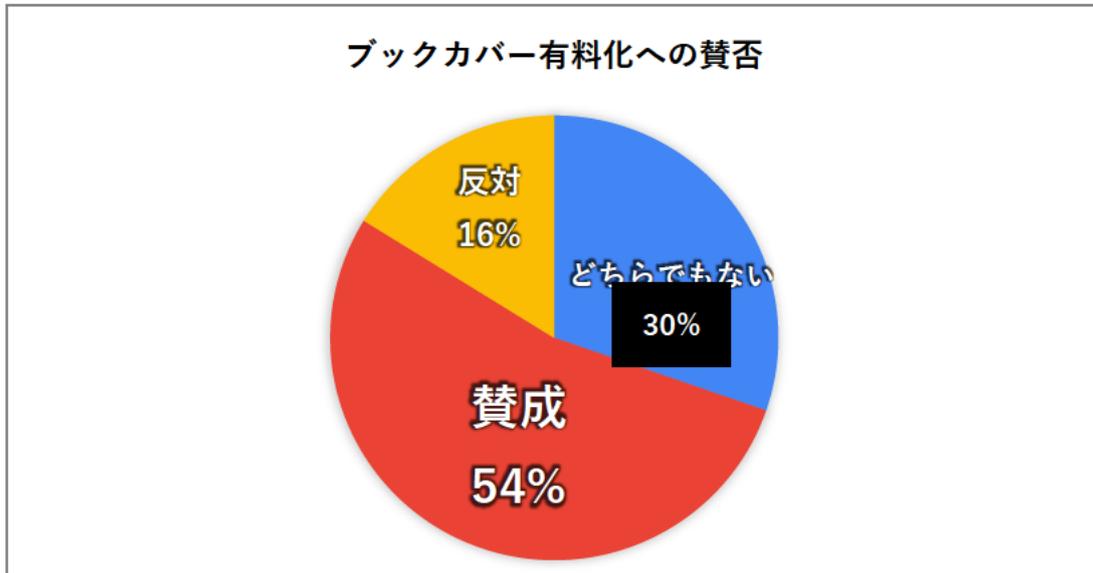


回答者の性別の割合についても大きな偏りなく回答を得た。男性の割合が若干少なくなっている点については、今回の企画の作成したカバーのデザインがやや女性に支持を受けやすいものだった可能性が理由として挙げられる。



4. 事業結果と検証

本企画で実施したブックカバーの有料化に対しては、全体の5割以上から賛成の回答を得ることが出来た。その一方、16%は反対意見であった。回答理由のコメントについては下記にその例を示す。昨今のSDGsに関連した資源削減や原材料費高騰などを背景に、適正価格で販売することに対して一定の理解が得られたものとする。



「賛成」の理由コメント例

- ・ブックカバーが必要ないから。
- ・必要な人だけ買えばいいと思う。
- ・環境保護、ごみの削減につながるから。
- ・有料にする価値がある。そもそも無料でやるのに疑問がある。ただ、ネット書店とのサービス差別化という意味ではあり。
- ・物価が上がっているので、有料にするのは自然なことだと思う。販売する側が我慢したり利益を削ったりするのはおかしいと思う。
- ・原料費高騰で仕方ないから。

「反対」の理由コメント例

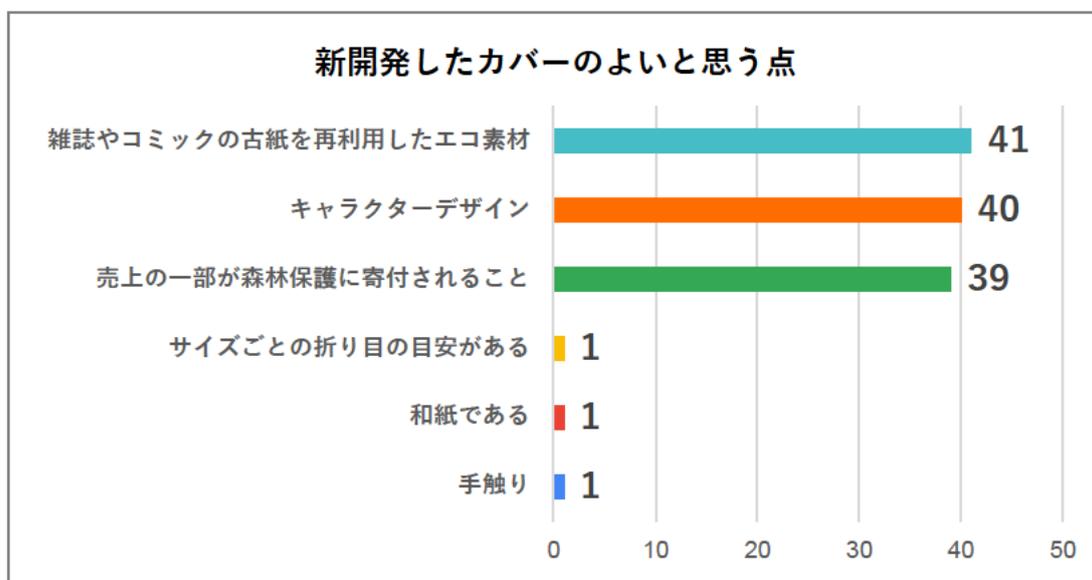
- ・本屋さんの個性があるカバーが、良い宣伝になると思うから。
- ・カバーが必要なので有料になると困る。
- ・無料のカバーを使っているのだから反対だが、綺麗な柄であれば有料でもよい。

「どちらでもない」の理由コメント例

- ・賛成ではないが、反対する理由もない。
- ・自前のブックカバーを使っているから。
- ・無料だと嬉しいが、使うかと聞かれたら使っていないので。

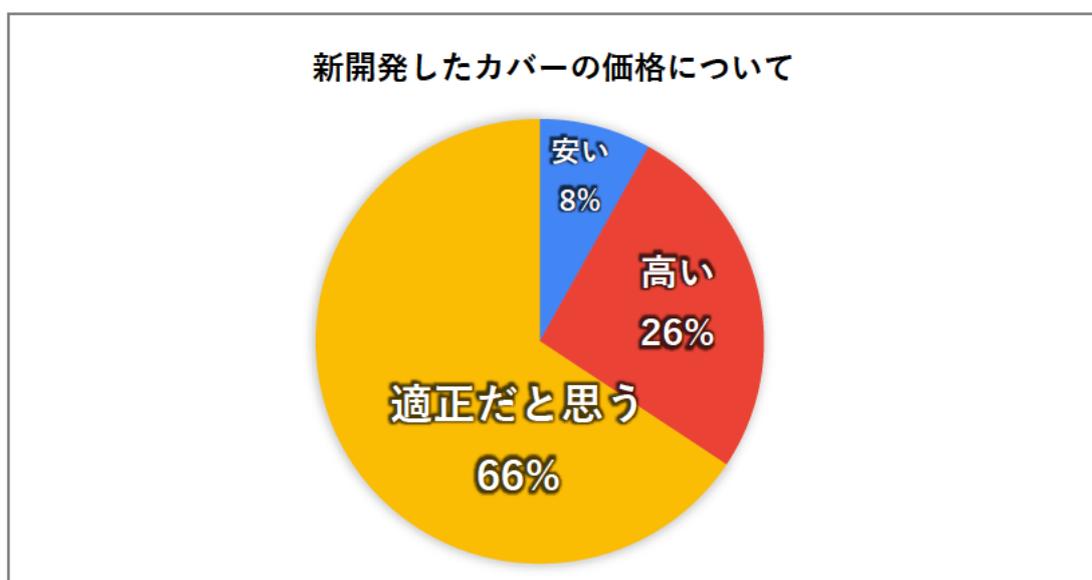
4. 事業結果と検証

本企画で開発したブックカバーについてのよいと思う点への回答は下記の通りであった。キャラクターデザインに対して、エコ素材であることや売上げの一部が寄付されることがほぼ拮抗した結果となっている。このことは、SDGsに貢献することが、商品そのもののデザインや品質と同じように顧客に訴求できる要素になる可能性を示していると言える。



※本項は複数回答のため回答数の合計は回答者数の合計を超えている。

本企画で開発したブックカバーの価格についての回答は下記の通りであった。既存のブックカバーがこれまで無料で配布されており、キャンペーン開始後も11円で販売されていることを考えると、価格差は顕著なものになっているにもかかわらず、全体の7割以上が「安い・適正だと思う」との回答であった。この結果は、SDGsへの貢献が付加価値となりうること、及びその付加価値を適正に価格に転嫁することによる利益獲得の可能性を示しているものと思われる。



5. まとめ

考察

本事業では、大企業と地域中小企業が連携して書店からSDG s 達成に向けての発信や取り組みを行うための方策を調査・検討して実施した。企画の立案に当たっては、事前調査によっていくつか方針の要点を抽出し、それに沿ってキャンペーンを展開した。内容については本報告の前項までに記載したとおり、業界内外で本企画の趣旨に賛同を得られた大企業・中小企業と連携してSDG s への貢献に資する新たなブックカバーを開発、書店店頭で実証販売するというものであった。合わせて、当該店舗では無料で配布されていた既存のブックカバーの有料化も行った。

事後検証の結果、ブックカバーの着用を求める顧客が1/3以下になったことから、目的の一つに設定した資源削減はある程度達成することができたと言える。有料化への賛否において反対意見が2割以下に留まったことから、事業の趣旨も理解いただけたものと思われる。また、有料化後にカバーを購入した顧客のうち、全体で約7人に1人は5倍もの価格差があるにもかかわらず新開発したカバーを選択しており、店舗によってはそれが2人に1人となっている書店もあったことから、SDG s への貢献は商品の訴求力向上にもなり得ることを示すことができた。カバーの魅力に対する顧客アンケートの回答で、人気のキャラクターコンテンツを配したデザインと、SDG s 貢献への要素がほぼ拮抗していたことからそのことが伺える。

本企画はSDG s への貢献を掲げたことが一端となって、有限会社笹尾印刷所、株式会社わちふいーど※株式会社ブックオフコーポレーション、参加書店などの多くの企業の協力を得ることができた。その結果、単独の企業では難しい商品開発を実現させることができ、同時に包装資材の削減による環境保護、参加企業のイメージ向上、経費の削減など各々がwin-winとなる取り組みになったと考える。書店業界においては、今回の調査結果を参考に、賛同される企業において同様の取り組みが進むことを期待したい。

※今回の取組で実効性のある商品開発を行える中小企業が中国地域管内におらず、当地域での活動に積極的であった有限会社笹尾印刷所、株式会社わちふいーどと連携して実施することとした。

結論

本事業では、同業種・他業種の小売店を事前に調査した結果を受け、下記3点を方針として掲げた。

1. 単独の書店企業では難しい商品開発に、他業種の事業者と連携して取り組む。
2. SDG s 達成に貢献する商品であることを消費者に伝え、無料でなく適正な対価を求める。
3. 一般の小売店でも可能な普遍性のあるものではなく、書店ならではの取り組みとする。

これらは書店業界のみならず、SDG s 達成に向けた取り組みを考えると普遍性を持って考慮が必要となる事項であると思われる。特に適正対価の獲得については、持続可能なサービスを構築するために肝要であると言える。

今後、多様な業種・業態において、他の業種と連携しつつ持続可能な形でSDG s 達成に貢献するためのサービスが実現することが望まれる。

以上

6. 添付資料

出版流通学院 書店研究会について

出版流通学院 書店研究会は、日本出版販売が開催する書店運営に必要なナレッジやスキルを習得していただくための場である出版流通学院の卒業生が、相互啓発を目的に組織した同窓会。出版流通学院・第1期卒業生により、1991年6月に発足され、各種研修会、セミナーや懇親会を通じて情報交換を行っている。

【会員企業一覧（企業名五十音順）】

うさぎや株式会社	株式会社日光堂升井商店
株式会社沖縄教販	日本出版販売株式会社
株式会社オサダ文昭堂	有限会社長谷川書店
株式会社落合書店	株式会社光書店
有限会社小野久商事	株式会社久美堂
株式会社煥乎堂	株式会社ビッグワン
株式会社恭文堂	有限会社平井書店
有限会社くさの書店	株式会社フェイスコーポレーション
株式会社さわや書店	株式会社ブックエース
株式会社シナノ・グループ	株式会社BOOKSあんとく
株式会社湘南ブックセンター	株式会社ブックセンター名豊
株式会社真光書店	有限会社マル五中尾書店
株式会社精文館書店	株式会社ミツハシ
株式会社成文堂	株式会社MIDORI
株式会社積文館書店	有限会社宮沢書店
株式会社WAP	株式会社ヤマト屋書店
有限会社都野書店	株式会社有隣堂
有限会社長倉書店	株式会社横山書店
中田図書販売株式会社	株式会社リプロプラス

6. 添付資料

令和5年2月27日付けプレスリリース

NEWS

日販

報道関係各位

2023年2月27日
日本出版販売株式会社
東京都千代田区神田駿河台4丁目3番地

無料配布していたブックカバーを有料化
中国経済産業局×日販「本のある未来のために。」
ONE ECO PROJECT から和紙製ブックカバーを提案



※画像はイメージです。実際の商品とはデザイン・仕様が一部異なる場合がございます。

日本出版販売株式会社（代表取締役社長：奥村 景二、略称：日販）は、グループを挙げて推進する ESG の取り組みの一環として、書店店頭にてエコ活動を企画、支援する「ONE ECO PROJECT」を実施しています。このたび、その活動の一環として中国経済産業局（局長：青木 朋人）と共同で、3月1日（水）より、全国の対象書店において、書籍やコミックの古紙をアップサイクルした、「ONE ECO PROJECT」和紙製ブックカバーを販売いたします。また、和紙製ブックカバー販売書店では、これまで無料配布していた紙製ブックカバーを有料化し、包装資材の削減にも取り組みます。

今回販売する和紙製ブックカバーは、越前和紙と漆喰を組み合わせた和紙「銀雪」などを開発する、有限会社笹尾印刷所（代表：笹尾 昌敏）が製造した、温かみのある手触りの伝統ある和紙で製作されています。和紙に漉き込む古紙の一部には、ブックオフコーポレーション株式会社（代表取締役社長：堀内 康隆）の店舗で買取時に値段がつかず、お客様のご了承に基づき引き取った書籍や、店舗で販売することができなかった書籍やコミックを資源として活用しています。

デザインについては、趣旨にご賛同いただいた「ピーターラビット™」、「わちふいーど 猫のダヤン」それぞれのコンテンツのイラストを使用しており、オリジナルの4種類のブックカバーとなっています。日販は、「ONE ECO PROJECT」の活動として、コンテンツを通じて、エコに対する知識の啓蒙、アップサイクルされた製品を手取るきっかけづくりに更に取り組みでまいります。

6. 添付資料

■商品概要

「ONE ECO PROJECT」和紙製ブックカバー

価格 : 50 円 (税込)

サイズ : S サイズ / コミック・文庫・新書用 (II218×W308mm)
: L サイズ / 四六判・単行本用 (II295×W441mm)

素材 : 和紙

※売上の一部は環境保全団体に寄付されます。

※本商品は、原料に古紙を規定の割合以上利用していることを示す「グリーンマーク」認定商品です。

<ピーターラビット™柄> ※BはSサイズのみ

A



B



※画像はイメージです。実際の商品とはデザイン・仕様が一部異なる場合がございます。

「ピーターラビット™」とは
『ピーターラビットのおはなし』は、作者のビアトリクス・ポター™が 1893 年に知人の病気の息子、ノエル少年に送った「絵手紙」から誕生した物語



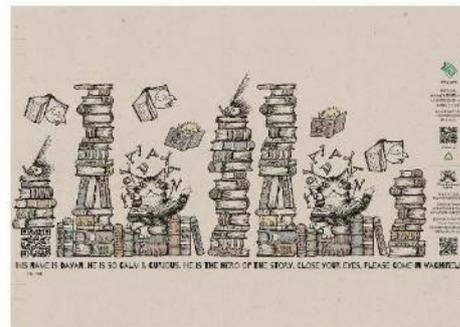
BEATRIX POTTER™
© Frederick Warne & Co., 2023.
All Rights Reserved.

<わちふいーど 猫のダヤン柄> ※BはSサイズのみ

A



B



※画像はイメージです。実際の商品とはデザイン・仕様が一部異なる場合がございます。

©Akiko Ikeda / Wachifield Licensing, Inc.

「わちふいーど 猫のダヤン」とは
絵本作家池田あきこが創作した不思議な国わちふいーどに暮らす猫のダヤンの物語

6. 添付資料

■対象法人および店舗：32店舗（店舗名五十音順・敬称略（2月27日時点））

・株式会社積文館書店

積文館書店アクロスモール春日店／積文館書店有田店／積文館書店伊万里店／
積文館書店大川店／積文館書店大野城店／積文館書店大牟田店／積文館書店上峰店／
積文館書店江北店／積文館書店小田部店／積文館書店新天町本店／積文館書店高田店／
積文館書店天神地下街店／積文館書店本城店／積文館書店前原店／
積文館書店ゆめタウン筑紫野店／ファミリーマート積文館書店三日月店／
ブックセンタークエストエマックス久留米店／ブックセンタークエスト大手町店／
ブックセンタークエスト小倉本店／ブックセンタークエスト粕ヶ谷店／
ブックセンタークエスト門司大里店／文栄堂サンパークあじす店／文栄堂本店／
文栄堂山口大学前店／文栄堂ゆめタウン山口店

・山口産業株式会社

幸太郎本舗 TSUTAYA 宇部店

・有限会社都野書店

都野書店本店／ブックランド都野サンリブ下松店／ブックランド都野ゆめタウン宇部店／
ブックランド都野ゆめタウン柳井店

・有限会社宮沢書店

宮沢書店本店／宮沢書店 TSUTAYA 館山店

※今後対象店舗が追加された場合は公式サイト（<https://oneeco.jp/post/941>）に随時掲載します。

■店頭用ポスター



＜中国経済産業局とは＞

中国地域5県（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）を管轄する、経済産業省の地方支分部局です。地域や産業の振興を通じて地域の活性化を図り、安心・安全で質の高い生活を構築するため、ビジョン策定、調査、許認可、資金援助、産業界などへの支援などを行っています。

6. 添付資料

<ONE ECO PROJECTとは>



「ONE ECO PROJECT」は、“楽しみながら行うエコ活動こそが持続可能なものである”との考えから、出版業界の財産ともいえるコンテンツやキャラクターの魅力を通して、生活者にとってエコ活動が身近なものになり、活動への理解を深め、参画を促すことを目的としています。

「ONE ECO PROJECT」公式サイトでは、生活者にとってエコ活動が身近なものになり、活動への理解を深め、参画を促すことを目的として、引き続き様々な情報を配信してまいります。

「ONE ECO PROJECT」公式サイト：<https://oneeco.jp/>

■本件に関するお問い合わせ

日本出版販売株式会社 西日本支社 エリアマーケティング課 担当：谷川
TEL.082-568-8118 FAX.082-568-8122

■「ONE ECO PROJECT」に関するお問い合わせ

日本出版販売株式会社 文具雑貨商品本部 文具雑貨MD課 担当：石橋
E-mail:hmmm-official@nippan.co.jp

■取材に関するお問い合わせ

日本出版販売株式会社 社長室広報課 担当：吉野／吉田
TEL.03-3233-3829 FAX.03-3233-6045
E-mail:press@nippan.co.jp