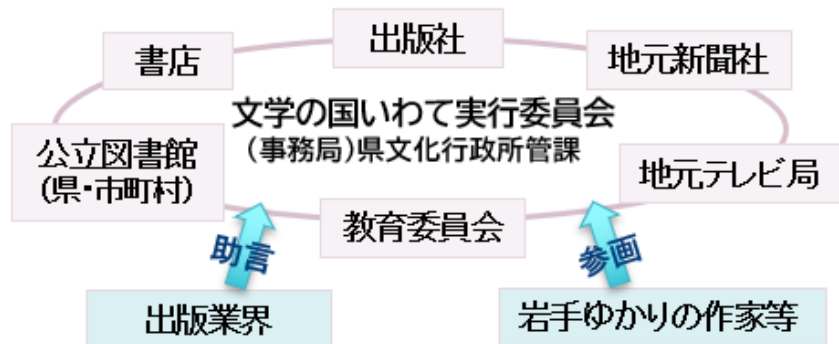


### 事業概要

- 書店や図書館、出版社、地元新聞社、教育委員会との連携体制を構築するため、新たに実行委員会を設置
- 読書に関するアンケート調査や文字・活字文化資源情報の収集などを踏まえ、取組計画の検討を行い、本への関心を高めるオリジナル教材「本のとびら」、及びその電子データを制作し、これら教材の活用に向けた情報発信を実施



### 地域の関係機関との連携体制



### 事業化におけるポイント

- 文字・活字文化の振興に取り組む主要な組織が参画する体制として、「文学の国いわて実行委員会」を新たに構築
- 実行委員会において、参画組織の知見や強みを持ち寄り、教材のコンセプト等を協議し、児童期の本への関心を高める教材を制作

### 取組による効果

- 子どもの読書活動を後押しするため、岩手ゆかりの作家等15名が教材制作に参画
- 制作した教材に関するアンケートでは、子どもが本に興味を持てる内容で読むことのきっかけづくりになった、子どもだけではなく、大人にも読んでほしい、読書の新たな視点が得られたなど、80%を超える好評価の声があがった。
- 実行委員会での参画組織の連携を契機として、図書館で岩手ゆかりの作家コーナーの開設、書店での選書システム開発に向けた試行的取組など、読書への入口を広げる新たな取組に着手

### 今後の具体的な方向性

- 関係機関と連携し、子どもを始め、読書習慣のない層にも本教材の魅力をアプローチし、文字・活字文化の振興を図るとともに、「文学さんぽ」と称して、本教材に関して岩手ゆかりの作品舞台をめぐるモデルコースを作成するなど、岩手の文学を地域活性化につなげる。

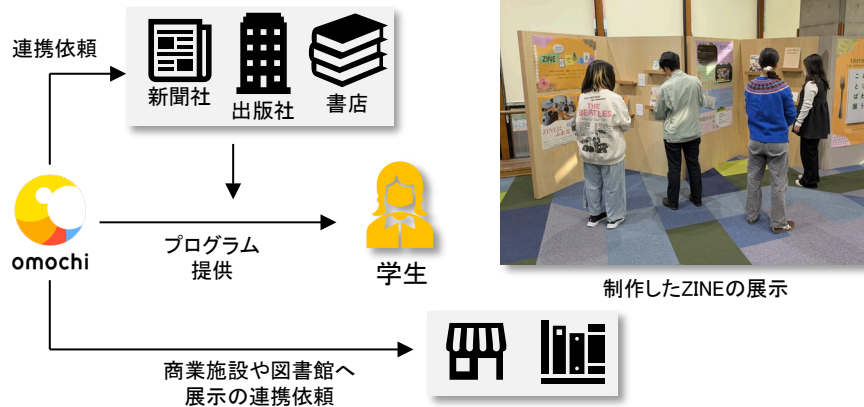
### 事業概要

●兵庫県内の高校生・専門学生・大学生が、地域の「食」をテーマに、若者ならではの感性で編集したZINE(小冊子)を制作・発信した

参加学生が  
制作したZINE→



### 地域の関係機関との連携体制



### 事業化におけるポイント

- 「食」を入り口にすることで、普段本を読まない無読者層にも関心を促した
- 完成された本を読ませるのではなく、学生自身が「編集者」としてZINEを作る(アウトプットする)過程で、能動的に文字・活字文化へ触れる仕組みを構築した。
- 書店や新聞社、出版社と連携し、プロからの文字・活字を使った表現活動に関するレクチャーなど学生への支援
- 地域の図書館や商業施設等と連携し、学生が制作したZINEの展示会を開催し地域住民にも公開

### 取組による効果

- 地域の書店や新聞社、図書館、商業施設と連携し、学生が能動的に文字・活字文化に触れる仕組みを構築
- 普段読書をしない層(参加者の55%が年に数冊かほとんど読まない層)へ能動的な文字・活字文化にへ触れる仕組みを構築
- 取組の実施後は、「月に数冊」読む層が25%から37.5%へと増加しており、中間層の読書頻度が向上

### 今後の具体的な方向性

- 本事業のノウハウを活かし、他地域への水平展開を目指す
- まちづくり・観光分野との連携:「食×若者×文字・活字」の取組と親和性の高い異業種(不動産会社、鉄道会社や観光協会等と連携し、文字・活字文化振興に携わるプレイヤーの拡大を目指す

### 事業概要

- 書店や自治体、図書館、出版社、出版取次等が連携した文字・活字文化のエンタテインメント化へのイベントを実施
- 京都由来の古典、文学作品、昔話伝承事業や地域の書店と図書館が連携したスタンプラリーを実施



### 地域の関係機関との連携体制



### 事業化におけるポイント

- 書店を中心として自治体や図書館、出版社、出版取次等が連携し、それぞれの強みを生かした取組を実施
- 多くの出版社(70社)と連携することが、作家やイベンターとの連携につながる等、相乗効果を発揮
- 普段から本を読む層だけでなく、読まない層に対しても関心を広げるため著名人や声優などを招聘した文字・活字文化のエンタテインメント化のイベントを実施(11月8日、11月9日:梅小路公園)
- 京都府内の176団体(書店97と図書館79)が連携した大規模なスタンプラリーイベントを実施

### 取組による効果

<イベント来場者のアンケート結果>

- 文字・活字文化振興のため増やすべき : 79.5% ●京都だけでなく地方でも開催すべき : 92.3%
- 本イベントに参加して、書店に足を運ぶ回数が増えると思う : 79.4%
- 本イベントに参加して、本を読みたくなった : 94.8% このうち、書店(ネット書店を除く)での購入希望 : 94.6%

### 今後の具体的な方向性

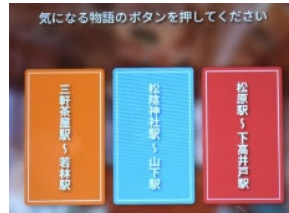
- 令和8年秋も開催を予定  
出版社・書店・図書館等がお互いのノウハウを共有し、さらなる文字・活字文化への関心を深める企画を実施する予定

物語の自動販売機 (株式会社トーハン)

ランダムで選ばれたショート物語がロール紙で読める「物語の自動販売機」設置

①世田谷文学館(及び周辺文化施設)

- 世田谷文学館より区内文化施設へ巡回設置
- 企画展「世田谷線・100年間のものがたり」と連動
- 東急世田谷線の駅にゆかりの物語(約25作品)



②フェリシモ チョコレート ミュージアム  
(株式会社フェリシモ)

- 『チャーリーとチョコレート工場』関連企画展と連動
- 『ロアルド・ダールコレクション2 チョコレート工場の秘密』評論社より11シーン抜粋

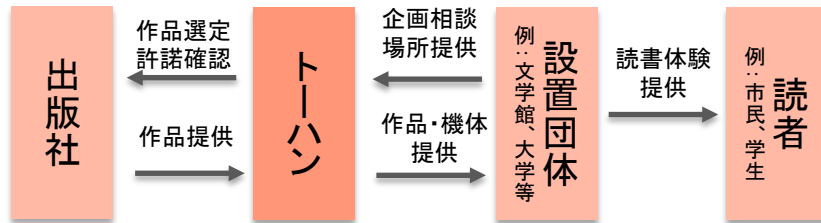


③青山学院大学

- 青山キャンパス学生食堂設置
- 青学生おすすめ書籍  
事前アンケートからの選書作品  
学生が執筆した  
オリジナル作品など  
約60作品



地域の関係機関との連携体制



事業化におけるポイント

- 待ち時間が発生しやすい文化施設・教育機関などに適した設置場所を選定
- 出版社と連携し、設置場所に適した企画・作品の選定
- ECサイトや書店への回遊を促す書籍販売に向けた動線設計
- 感熱紙使用および操作の簡素化による運用負担の削減

取組による効果

- サービス利用実績(3企画合計7か所設置)：約8,500枚利用
- 利用者満足度：95.5%
- 利用者の普段の読書量は月1冊以下が64.3%(うち6.9%は普段「読まない」と回答)  
⇒利用後「作品の続きが読みたい」76.3%  
→「どういった方法で対象書籍を読みたいか」の回答は、紙の本が69.6%(「図書館で借りる」36.6%、「書店で紙の本を購入」33.0%)

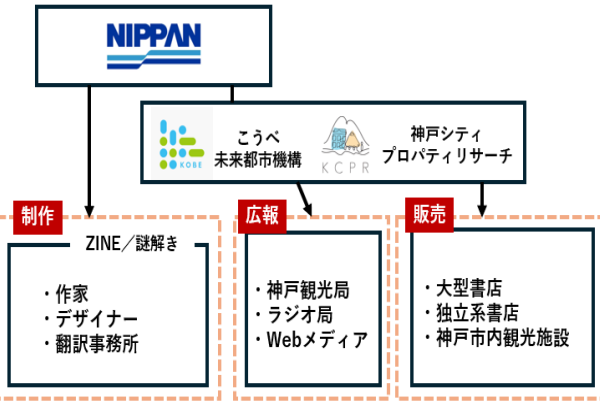
今後の具体的な方向性

- 利用者満足度向上 / サービスリピーターの獲得(対応事項:アプリの機能充実、物語の増量、実施企画の充実)
- 新規導入先の開拓、企画の水平展開(対応事項:実施企業での定量データ検証)

### 事業概要

- 文字・活字に触れる機会の創出のため、インバウンド対応を鑑み、「文芸」と「周遊型謎解き」を組み合わせた英訳併記による冊子『zine KOBE』を制作し、神戸ゆかりの作家による書き下ろし文芸作品、及び神戸エリアを周遊する謎解きを掲載
- 神戸／大阪エリアの書店及び公共施設と連携し、イベント出展・SNSでの広報を通じて、読書と地域体験を結びつける新たな文字・活字文化活用モデルの構築に取り組む

### 地域の関係機関との連携体制



### 事業化におけるポイント

- 「文芸と謎解きの融合」をテーマに、謎解き好きと読書好きの両面に訴求でき、他エリアでの実施が可能な事業モデルの確立
- インバウンドに対応した日本語/英語併記構成とアルファベットに対応した謎解きの制作
- こうべ未来都市機構／神戸シティプロパティリサーチとの連携により、神戸市内の観光施設(こども本の森、神戸ポートタワーなど)での同冊子の販売/展開
- 神戸観光局情報サイトでのPR記事掲載、地方ラジオ局内での冊子紹介、神戸市中央図書館での館内展示



### 取組による効果

- 同冊子のアンケート結果では満足度は約87%であり、謎解きファンのうち約86%が「今後本を読む機会を増やしたい」と回答。謎解きと文芸を組み合わせた設計が、読書への心理的ハードル低減に寄与
- 神戸ゆかりの作家及びクリエイターを起用したことで、地域文化の発信及び振興に寄与。独立系書店や公共施設との新規取引、ZINE関連イベントへの出展等を通じ、新たな地域連携体制を構築
- 『zine KOBE』vol.2の発行や神戸エリア以外での展開を望む声が、9割を超える結果となった

### 今後の具体的な方向性

- 特定の作家1名による中編作品や、文芸作品を読むと解答を導ける謎解きを導入するなど、「文芸×謎解き」の融合をより深化させることで文字・活字文化に触れる機会をより広い層に向けて届ける
- インバウンド展開に向け、ホテルや観光案内所と連携した展開方法を取り、告知にあたっては、海外メディアでの情報発信や旅行代理店と連携した外国人向け冊子体験ツアーなど日本に来る前の時点での情報訴求により認知拡大を目指す

## いばらき読書フェス・副読本『読書の時間 みと・いばらき』（株式会社ブックエース）

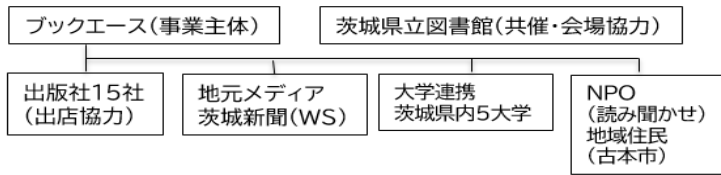
### 事業概要

- 地域書店が主体となり、児童生徒に「文字・活字文化」に触れる機会を創出することを目的として実施
- ① 地域連携型イベント「いばらき読書フェス」の開催
- ② 水戸市内小学校を対象とした読書推進副読本『読書の時間 みと・いばらき』を制作・配布し、作家・出版社編集者等を講師とした出前授業の実施

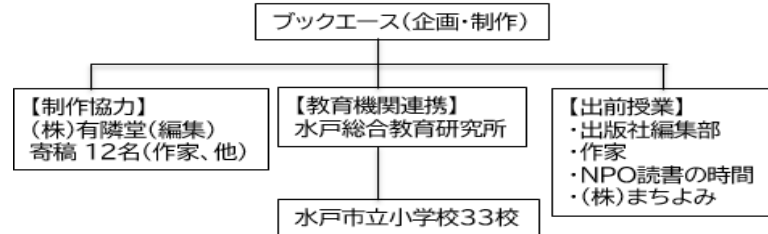


### 地域の関係機関との連携体制

#### ● いばらき読書フェス



#### ● 副読本事業



### 事業化におけるポイント

- 地域書店がハブとなり、出版社・作家・教育機関・NPO等を連携させる体制を構築
- 読書フェスでは、より多くの来場者を確保すべく、屋外エリアでの児童書系出版社の出店ブース、あおぞら一箱古本市などを実施
- 読書フェスおよび副読本事業においては、出版社は書籍提供・執筆協力、作家は講演および執筆協力、教育機関は児童への導入および活用、NPOは運営補助など、それぞれの強みを生かした取組を実施

### 取組による効果

- 読書フェスは、総来場者数8,841名、来場者アンケートにおいては、本イベント参加を機に「書店で紙の本を購入したい」「図書館で本を借りてみたい」と約6割が回答
- 副読本事業、出前講座アンケートでは、9割以上の児童生徒が授業を機に「紹介された本を読みたい」と回答
- また、約5割の児童が「本づくり・編集の仕事にも興味を持った」と回答し、職業理解・関心にも波及効果が確認された

### 今後の具体的な方向性

- 読書フェスは、官民学の連携、参画団体を拡大し、運営も持続可能な事業へ発展させる
- 副読本事業は、自走化に向け、自治体や出版社と連携し、成果の検証や予算化を目指すと同時に、他市町村への横展開を推進する