

自己啓発から自己表現へ 変化する読書会の役割

07年からm:xi-1のコミュニティとして活動が続けるうちに支持を集め、参加者を増やしていった。運営会社「猫町代表・山本多津也氏によると、最近の参加者は読書会に「議論」ではなく「共感」や「受容」を求めているという。「空気を読むことを強いる日常の中で、現代人は慢性的に自分の嗜好や思想を抑制している。だからこそ、読書会という趣味の共同体内でパーソナル部分を出せる『解放感』は大きいようです」。

猫町倶楽部の独自性のひとつに4人の小規模なサークルだったが、



文学作品を
読む「文学サークル」月曜会」の様子。ビジネス書を読む「ワクトラット勉強会」と、
猫町倶楽部 読書会の2種類がある。参加者は20〜30代が中心。

「ドラスコト」があるが、この制度を導入したことで参加者が増えたという。「ドラスコトが好評なことからも、参加者が読書会を自己表現の場として楽しんでいることがわかる。最近では、読みたい本だから参加する、というより、参加したいから読む、という傾向がより顕著になっていると感じます」。

もともと昨今の読書会テーマは、自己啓発や勉強法として注目を集めたため、課題図書はビジネス書が中心だった。しかし山本氏は今後、よりパーソンナリテを表現できる文学や哲学書の読書会が増えていくと考える。「ビジネス書の読書会が提供するのは実利への近道ですが、特に若い世代は、それよりも自己を受容してくれるコミュニティを求めている。職場や家庭、地域などへの帰属意識が薄いこの層を回収するのが読書会の役割になると思います。また、ソーシャルリーディングはますます定着してくるでしょうが、リアルで催される読書会には運営のリテラシが必要。そこを、供給側である著者や出版社、書店が担う動きも増えていくのではないかと思います」。

取材を終えて

自己表現の欲求満たす ——役割の変化に対応した コミュニティカ

業界全体で販売部数の低下に苦しみ出版界。一方で、PRが上手く機能したり、社会的な出来事とテーマが会致して思わぬベストセラーが生まれることもあるのが、この業界の面白さ。今年は特に、生活者マインドが震災の影響を受け、書籍に求められるものの変化が顕在化した年でもありました。

そのひとつが、「自己表現」としての読書。出版コミュニティに、生活者にとって自己表現の材料という新たな役割が与えられ、その要求に応えるサービスも多様化しつつあります。そこで供給側の出版に必要なのが、ソーシャルメディアで拡散したくなるようなコンテンツの企画です。その本を読んでいることを周囲に発信したくない、自己実現ニーズを満たす意味での拡散を獲得できるかどうか。それが、ソーシャルコアエス時代のマーケティングでは重要になってくるのではないのでしょうか。