

コンビニの成人向け雑誌コーナーと領域性

市後恭佳

これまでの考察

- ・コンビニの成人向け雑誌コーナーは仕切り板で区域が分類されており、領域性をもっている。
- ・コンビニの客層が多様化したことで女性や家族連れから、成人向け雑誌コーナーに対する苦情に耳を傾けざるを得なくなっている。
- ・2018年からミニストップは成人向け雑誌の販売を中止している。

・空間の管理には、主にオーナーの判断によるところが多い。成人向け雑誌は単価が高いので売り上げに貢献している店舗もある。

・出版社による懸念の声も、コンビニ側が販売中止に踏み切れない理由の一つとして挙げられる。

・出版不況は実際かなり深刻だ。2016年の出版物の推定販売数は前年比3.4%減の1兆4709億円で12年連続のマイナス。特に雑誌は5.9%減の7339億円と19年連続マイナスだ。

(日経速報ニュースアーカイブ 2017/11/30)

○倫理面

- ・有害とも言われる雑誌が手軽に手に入る、子どもの目に触れやすいところにあることは倫理的に問題があるので販売中止は評価できる。
- ・出版社側は、表現の自由が侵害されているとも言えるので問題視している。

○経済面

- ・過去には雑誌本体ではなく付録が有害とされ、全国の書店やコンビニに置くことができなくなり廃刊に追い込まれた二誌がある。こうした事例からも出版社は危機感を抱いていると言える。

結論

・ある特定の層だけに利益があり、その他の層に害を与えかねない社会の仕組みは見直しが必要だ。

・東京オリンピックもあり、今後さらに販売中止の動きは加速すると予想できる。出版社は販売方法や販売場所など今後見直しが必要だろう。時代や社会の変化に合わせていかねばならない。

参考
日経速報ニュースアーカイブ 2017/11/30
朝日新聞朝刊 2017/11/22
日本経済新聞 地方経済面 千葉 2017/11/22