
人文会 ニュース

業務用

- 優れた人文書の普及を…………… 中平千三郎…(1)
- 新年度の人文会の活動について…………… 相田 良雄…(3)
- 本年度の役員・幹事・委員会構成…………… (4)
- 販売委員会・今年度の活動方針…………… (4)
- 第2回図書館訪問＝相模原市立図書館…………… (5)

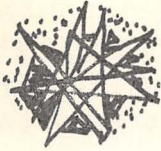
人文書・専門書の効率販売をめぐって

販売委員会・特約店委員会…(6～15)

- 人文書の新刊の売り方について 寒川 浩一…(16～20)
- 編集後記にかえて…………… 弘報委員会……………(21)

'78. 6

20



優れた人文図書の普及を

人文会々長 中平千三郎

人文会は、去る5月12日に本年度の年次総会を開き、多くの難問を抱え、曲り角にきているとさえいわれる出版業界全体の動きのなかで、人文会としての過去1年の活動経過を点検し、今後の展望を踏まえて、新年度の活動方針を検討いたしました。全会員の熱心な討議の結果、図書館委員会を新設し、現行の弘報・宣伝・特約店・販売に加え5委員会構成のもとで新たな飛躍めざして意欲的な活動にとり組むことになりました。これまでと同じく取次会社並びに書店各位の協力のもとで、会員社各社が、人文書の普及と拡販とに情熱を傾け、それぞれの成果をもち寄り、相い携えて日常の努力を積み重ねていくならば、新たな道がひらかれてくるものと思います。

人文会は先刻ご承知のこどく、人文科学に関する図書、社会科学関係図書の出版を主体として、地道な出版活動をつづけている版元20社の結集体であり、企業規模からみれば、200人を越すスタッフを擁して広範な領域にわたる活発な出版活動を展開している版元もあれば、20人にも満たないスタッフで、優れた業績をあげている版元もあります。規模や出版物の内容でこそ、それぞれに異なり、それぞれが強烈な個性を主張しあう20社ではありますが、その各社が共通して持っているものは、本来出版業が担うべき使命感とでもいいいますか、出版を業とする者がもつべき目的意識といいいますか、人文図書の刊行をとおして現代の社会に生きる人間のあり方を、現代の学問が到達し得た水準において探り、それを求める読者に提供するということであり、日々変貌する常に新しい時代の社会的要請に応え、読者が希求する知識や思考のための素材を、最適の著者をもとめて、その学殖を世に紹介するということでありましょう。

現代は、目覚ましいばかりの物質文化の発達により、知的空間は拡大され、時間と距離とは著しく短縮され、国際社会のなかでのひとつの変動も、直接間接に国内の経済実勢や社会動向に敏感に共鳴するという、高度な情報管理社会へ移行しつつあるように思われます。またこの結果として、高学歴社会への傾斜も驚異的な経済の高度成長を背景として必然的に行なわれてきたといえまし

よう。

しかし、その高学歴社会が、人間の本質的な知的欲求の結果としてではなく、こうした社会構造のなかで、より優位な生活条件を取得するための手段として推進されてきたとするならば、本来あるべき学問の姿を歪め、或いは見失わせ、いわゆる人間疎外というような状況を作りだしているということにもなりましょう。

したがって、現代は、このような基本的に問い直す必要のある諸問題を無数に抱え込んだ時代であるということができましょう。それだけに、敏感に社会の変動に即応することもさることながら、人間の生き方の問題として、基本的な視点をまさぐることがより極めて重要なテーマになってきているといえるのではないかと思います。

人文書は、まさにそうした人間の生きざまに直接かかわる問題を、多角的に掘り下げる分野であり、コンピューター・エイジといわれるように、社会構造が新しい管理体制を余儀なくすればするほど、人文書こそが人々のこころの糧としてその必要性を高めてくるといえるのではないかと思います。いい替えれば現代ほど、優れた人文書の出現を待望している時代は、かつてなかったのではないかとさえいえるように思われるのです。

人文会は、この秋に創立満10周年を迎えることになります。10年を経過した今日、人文会の果すべき役割はますます明らかになってきたようであります。われわれは今後も、優れた人文図書を開発し、その普及に一層の努力をつづけてまいります。この活動がよりよき成果をもたらすよう。関係各位の理解あるご支援を心からお願いする次第であります。

筑摩書房の再建に関し要請文を発送

人文会々員社・筑摩書房が、去る12日に突如会社更正法の適用を申請し、財産保全の仮処分が決定をみるという事態を招きました。人文会としては、会員同業社としての筑摩書房が、関係各方面に多大の御迷惑をおかけする結果となったことを憂慮しつつも、過去の優れた出版活動の実績に照らし、一日も早く再建されることを願うや切なるものがありますので、人文会の特約店各位には、この際、同社に対し従前にも増して一段のご支援を賜りたく、会長・中平千三郎、代表幹事・相田良雄の名をもって、取り敢えず要請文を発送いたしました。

新年度の人文会の活動について

代表幹事 相 田 良 雄

5月12日の人文会第11回総会において、昨年に引き続き代表幹事をつとめることになりました。

昨年来、書籍の売上は鈍化の傾向をしめし会員社のなかには、売上が前年より下廻るという事態も起こりつつあります。おそらく書店でも同じことが言えることでしょう。

このような最悪な状態を回避するには、一に努力、二に勉強する以外にはないと存じます。私事になって恐縮ですが、小社の書籍が売れなくなったという書店をみますと、新刊の仕入れをせず、ただ常備図書を置いているという書店であります。新刊を置かないで常備図書が売れるはずがありません。読者が魅力を感じないからです。明らかに不勉強と言えるでしょう。

このような状況のもとでもベストセラー（社会思想社・ルーツ）を出版する会員社がございます。ベストセラーとはならなくとも、一万部以上売れている人文書は多々ございます。

要は出版社にとっては企画を厳選し、読者に支持される出版物を刊行し、それに見合った売り方、販売促進をすることだと存じます。

書店にあって新刊の仕入、棚の構成などに力を入れ、読者と本との出会いをより良くすることだと存じます。

人文会と致しましては、今年度特に「図書館委員会」を新設し、図書館への情報伝達と図書の物流に関して研究したいと存じております。

また「人文会ニュース」19号は「出版ニュース」に取りあげられ、出版社の営業マンは必読すべきであると論じられております。書店員の勉強会にと数社からご希望もございました。お忙がしいなかご出稿された書店の皆様には厚くお礼申しあげます。

「責任販売制」の論義がさかんですが、人文会と致しましても、出来ることから進めてまいりたいと存じております。

取次店・小売店の皆様のご支援をお願い申し上げます。

本年度の役員・幹事・委員会構成

人文会は、去る5月12日、伊豆長岡において、53年度（第11回）年次総会を開き、中平千三郎会長、相田良雄代表幹事はか会員社全員が参加して、現在の厳しい状況のもとで、人文書・専門書のより一段の普及と売上げの向上をめざして、さらに活発な運動を展開すべく、熱心な討議を行なった。特に注目されることは、図書館対策の充実を会の方針としてうちだしたことで、このために新たに“図書館委員会”を発足させ、従来の4委員会を5つの委員会構成として、幹事会をも増強した点である。具体的には今後の各委員会の活動が注目される次第。

なお本年度の役員・幹事・各委員会の構成は下記のごとくである。

会長／中平千三郎（東大出版会） 代表幹事／相田良雄（みすず書房）

会計／穴戸玄徳（誠信書房）書記／山根褒（青木書店）・阿部好文（法政大学出版局）

幹事・販売委員長／八木茂（紀伊國屋書店） 委員／鎌塚正（社会思想社）・石井奈良彦（未来社）・伊藤忠雄（筑摩書房）

幹事・特約店委員長／前田昌男（有斐閣） 委員／根津栄二（春秋社）・清水純孝（東京創元社）

幹事・図書館委員長／中村勝哉（昌文社） 委員／八木田三郎（平凡社）・安藤豊（現代思潮社）

幹事・宣伝委員長／別所久一（東京大学出版会） 委員／川越重行（吉川弘文館）

幹事・弘報委員長／醍醐隆（日本評論社） 委員／石橋雄二（勤草書房）・福村惇一（福村出版）・鈴木弘（大月書店）

販売委員会・今年度の活動方針

販売委員長 八木 茂

去る年次総会において、業界に精通する前委員長鎌塚氏の後を受け継ぎ、販売委員会をまとめることとなりましたが、何分にも力量不足を感じますので、何とぞご指導ご鞭撻のほどをお願い申し上げます。

さて、第1回新販売委員会を去る6月1日に行ない、今年度の活動方針について話し合いをいたしましたので、以下、その内容についてご紹介し、ご協力をお願い申し上げる次第です。

（1）人文図書セット販売の効率化をはかる

今年度分の搬入については、すでに完了しておりますが、来年度は、東販・日販・大販屋の3社の搬入期日を統一する方向で調整したいと思います。セット販売はすでに回を重ね、実績も徐々にではありますがあがっており、書店の注目度も高まっておりますが、より一段とこのセット販売の効果を高めるため、実際に書店さんにどのように受けとめられているのか、改善するとしたらどうすることが望ましいのか、セット販売

の再点検をする必要を感じております。そこで、本年度の展示書店各位にアンケートのご協力をお願いすることになりました。このアンケート実施は7月をめぐりにしておりますので、よろしくお願いを申し上げます。

(2) 積極的に書店さんとの話合いの場をつくる

(3) 近県特約店訪問を年間スケジュールに組み込む

昨年行なった小グループ別による1泊2日行程での特約店訪問は、書店さんとの話合いが充実した内容をもちえたこと、また地域の実態と書店さんの実状とを調査するうえでもきわめて有効であったと判断されることなどの点で、大変好評でありましたので、このような形による特約店訪問を今後は毎年春の行事としてスケジュール化したいと考えています。

その他検討中のものもありますが、それぞれ確定した段階で、ご協力をお願いすることにしたいと存じます。

第2回・図書館訪問＝相模原市立図書館

図書館委員会

横浜線・淵野辺駅前、新しい郊外地のなかで文化的役割を任じる図書館。開館より3年半、余裕のある間取りにやや素人っぽさがあるが、その開放的感じが今までの図書館と違って、市民に提供された広場になっている。いずこも同じで児童書が多く予算の40%を占め、社会科学総記類はなんと8.7%の予算である。図書館にとって向き不向きの書籍があるわけではないが、予算ワクの面から撰書が強いられるという。年間700,000冊の貸出し(内52%が児童書)が移動図書館も含めてであると聞いて、ふと、小・中・高の学校図書館はなにをやっているのかと首をひねった。が、とにかく橘川管理係長氏は、館の内容のレヴェルアップを序々に、しかも平均的になしとげたいという。人文社会科学書は確かに大切な部分だが、そのみを高めるということは出来ないという。だが日販・東販の店売に出向いて予算を睨みながら仕入するという意欲がある。図書館と出版流通の問題解消を考えると、人文会の申し込みは画期的内容を持つが、見はからい現物撰書で70%採用の条件は大変キツイという。取り扱い書店をあまり気にとめない勇み足が気になった。整理カードは未完成であり、棚構成もジャンル撰別の至難さをそのままに手をやいてか放置してある乱暴さが気がかりであった。特異例は集団貸出し・少年院・地域自治会等にまとめて貸出している。

●取り扱い書店＝相模書房・久保田書店

<資料> 相模原市人口＝391,000人。51年度予算＝15,145,000円

在庫一般書籍 123,000冊(内児童書 49,000冊) 貸出登録人口＝53,466人

1日の利用者＝1730～1740人 土・日曜＝3,000～4,000人 職員 専門職10名 他15名

人文書・専門書の 「効率販売」について

—販売・特約店両委員会ディスカッション—



相田良雄（みすず書房）石井奈良彦
（未来社）石橋雄二（勁草書房）伊藤
忠雄（筑摩書房）鎌塚正（社会思想社）
鈴木弘（大月書店）惣塚一雄（東大出
版会）根津栄二（春秋社）前田昌男
（有斐閣）八木茂（紀伊國屋書店）安
藤豊（現代思潮社）
◁進行＝醍醐隆（日本評論社）

醍醐 「人文会ニュース」の19号において、「人文書・専門書の効率販売について」というテーマを設け、特約店、大学生協書籍部、取次会社の方々に、アンケート形式で、ご意見、ご感想をお寄せ下さるようお願いをいたしましたところ、すでにご覧を願ったように、大変興味深い、そして貴重なご意見や感想が多数寄せられて、好評を博したわけですが、この「人文会ニュース」19号については、特約店や会員社以外からもいろいろとご注文を戴き、現在は残部僅少というようなわけでして、反響がいかに大きかったかということを改めて知らされたような次第なのです。たしかに書店の皆様はいろいろ勉強していらっしゃるし、商売に直接関わる問題ですので、当然といえばそれまでですが、非常に関心が高い。今後こうした企画を編集面に活かしていけば、「人文会ニュース」の活用度も高まるわけで、弘報委員会としても張りあいがあるわけですが、その第2弾というか、折角、特約店や生協の皆さんが多忙な時間を割いて、原稿をまとめて下さったのに対し、人文会は何も答えないということでは申し訳ない。というわけでこの問題について、会としてどう答えていくか。もち論、各社によって、出版物の性格が違ふし、従って販売政策も異なるわけですから、会としてひとつのまとまった答えになるようなことは、期待できないと思いますが、販売委員会の皆さん、特約店委員会の皆さんにお集りを願い、代表幹事たる相田さんにも出席をしていただき、弘報委員会が司会役というか、まとめ役というか、ともかく忌憚のないご意見を交換していただき、それをひとつの答えというふうにしてみても考えた次第ですので、よろしくご協力のほどをお願いいたします。

相田 はじめにひとつ提案があるんだが、それは「効率販売」といっても、何を効率と

みるのか、各社それぞれに解釈があって、必ずしも一致しないかもしれないのだから、まず各社の考えている“効率販売”に対する考え方をし合ってみてはどうですか。

“効率販売”をどう解釈するか

醍醐 いままさにそういうことで、人文書・専門書といっても、各社それぞれに発行している書籍の性格が違うし、社によって販売政策も違えば、効率に対する考え方も当然違っているわけで、その点から一応の共通点というか、認識の違いというか、同じ土俵にあがる前に一度ははっきりさせておく方がよいと思いますね。

相田 僕は、効率販売という場合、いかに返品を少なく無駄の少ない販売をするかというふうに解釈するわけなんだけど、社によっては、いかに単期間のうちに売上げをあげるか、というふうな見方をする社もあって、人文会20社が必ずしも同じ解釈から効率販売を考えているのではないのじゃないか、と思うのだけど。

石橋 それはそうでしょう。社によって、或いは発行している出版物の内容や性格によって、同じ社のなかでも人によって、あるいは立場によって、それぞれ違った考え方なり、解釈をすることだってあると思うね。例えば、編集と営業では見方も違ってくるし、営業の下の連中と上の者とでさえも考え方の違いはでてくるし、本によっても違ってくる。

相田 専門書の場合、本によっては違いはでてこないんじゃないの。

石橋 専門書といっても、教材のようなものもあれば、かなり一般書に近い性格の教養書のようなものもあるのであるから、やはり本による違い、本の性格による違いということも当然あるわけだ。

相田 本の性格の違いというよりも、専門書の場合、その本に対する販売政策の違いによって、効率販売に対する考え方が異なったものになるということじゃないかな。

鎌塚 いずれにせよ、われわれは本を売って商売をしているわけで、ゼン勘定のうえから効率ということを考えるので、採算のとれる販売、採算をとるうえでもっとも適した販売が効率が良いということになるんじゃないか。

石橋 それはそうですよ。つまりそのことは資本の論理が透徹されればいいわけなんだけど、本は単にそれだけではすまされない場合も多いんじゃないか。

相田 僕は、効率販売という場合、さっきも言ったけども、いかに返品を少なくした販売をするかというふうに解釈するんだ。だから増売とは明らかに違う、異質なものだというふうに考えている。増売の場合は、いかに限られた期間の間に作ったものをより多く売り上げるかということで、この場合には返品は問題にならない。つまり、効率販売と増売策とは背中合せのもの、全く異質なものというふうに考えているんだが……。

石橋 それは貴方の考え方で、その二つの兼ねあいが販売効率の重点、キーポイントになるんじゃないかと思う。つまり返品もさることながら、西武の山西さんがいっているように（19号参照）、いかに売上げをあげるかが優先するので、限られた期間のなかでいかに多く売りあげるか、そのために販売政策をどうするのか、そこに効率販売の基本的問題があるというふうに思うね。

前田 いままでの話を聞いていて思うんだけど、同じ社内の人間でも効率販売に対する考え方や解釈の違いが生じるのは、どこの社でも同じだと思うんだ。だけど本の愛読者を対象としたアンケート調査などで、「何によってこの本の存在を知ったか」「いかなる動機でこの本を求めましたか」というような質問に対して、「店頭でみて」という答が圧倒的に多いのは、何もうちばかりじゃなく、どこでもそうだと思うんだ。そうだとすると、やはり店頭に並べてもらって、お客の眼にふれる機会をより多くもつということが売上げ増加につながるのであって、いかに返品を少なくするかを考えるまえに、まずいかに多く売るかを考えることが先決じゃないのか。だとすると、効率販売とは、いかにより多く売るか、限られた期間のなかでいかに多くの商品をさばくかに重点があるんじゃないかと思うんだけど。

相田 僕は、効率販売という場合には、いかにして返品を少なくするかという問題で、増売とは根本的に違うという考え方で、この両者はもともと異質なもので、この両極端の間に、各社各様の考え方がそれぞれあるんじゃないかという感じがするんだがな……。

石橋 効率販売を考える場合、返品を問題にするのは非生産的で、まず増売というか、単期間のうちにどれだけ売上げを達成してしまうかと考えるのが普通で、おたくの社でもその点では貴方の考え方と違う人もいないのかな。

相田 いや、効率販売という考え方からは、僕は返品を少なくするということを考えるのだけど、増売策についても効率販売のなかに含めて考えるべきだという意見があるということで、効率販売の考え方のなかに、増売策を考え方として入れるべきか、否かの問題なんだ。

醍醐 先程、前田さんがいわれたことですが、専門書といっても、小部数の研究書もあれば一般教養書もあるし、教材もあるわけで、それぞれの性格によって販売の仕方、販売政策も異なってくる。しかし読者と書籍との出会いということになると、読者の眼にふれる機会をより有効なものにしないてはならないわけで、所詮は書店の棚により多く並べておくことが大事になるのだけれど、これには返品問題が当然ついて回る。効率販売とは、この接点の問題をどのように選択してゆくか、つまりは販売政策として単品ごとにどのような施策をたててゆくかということになるんじゃないか、或いはそうした施策に基づいて、取次さんや特約店さんにどのような協力をお願いしてゆくかということにもなるわけだけど、そうした点で、有斐閣さんとは商品内容の点では違うけれど、やはり大量の商品をより多く書店さんに展示し、増売を図っておられる筑摩書房さんの場合、効率販売についてどのように考えておられるか、何しろ月々30点以上の新刊を発行し、非常に固いものから、文芸書のように多量の販売を必要とするものまで、幅の広い商品内容をおもちなので、ちょっとお伺いしておきたいのですが……。

伊藤 販売効率ということになりますと、先程から出ていますように、いろいろ問題があると思いますが、うちの場合は、適正部数といいますか、部数の決定に際して非常に慎重にならざるを得ないわけでして、とくに人文書というよりは文芸書が多いわけですから、この場合の売上予想は大変むづかしいんですね。同じ著者のものでも、外

的条件といいますが、例えば書評にとりあげられるとか、評判になるとかいうことになると大きく動くことになりまして、逆に期待はずれという場合もあるわけで、やはり予測することはむづかしいわけですね。とはいっても読者の眼にふれる条件をより多くもつことが、売上げ増加につながることでありますから、効率販売という場合には売上増進とのからみで考えざるを得ないのではないかと思いますね。

醍醐 筑摩さんの場合には、商品内容がかなり多岐にわたり、専門書という場合でも、一般書なみの読者を対象とされるものが多いわけでしょうから、たしかにむづかしいと思いますね。或る面では量で消化しなければならないし、或る商品については的をしばった売り方を考えなければならないわけでしょうから……。

相田 大雑把に専門書といっても、一般書なみに売れるものもあれば、教材的に売れるものもあるわけで、それを一緒にたにして論議するということが自体、どだい無理があるんだよね。

石橋 いや、そこが問題なんでね。うちのものなんかの場合、2000部でやっているものでは、8割がた売れてしまい、返品率でいえば20%ぐらいということになり、販売効率の点ではすごくいいわけね。だけど内容的にいえばもっと広く読まれていい本だし、或いはもっと読まれていい筈だと思うものもあるけど、仮りに3000部、5000部と刷った場合は、果してどれだけ売れるか自信がないわけ、刷ればそのような売り方をしなければいけないんだろうけど、効率は当然悪くなるわね。専門書のなかでも一般性があって、もっと売れていいと思うものもあるわけだけど、その点の判断がむづかしいよね。例えば、法律書の場合なんか、かなりはっきり対象もつかめるし、従って刷り部数も売上予測もできるけれども、人文書の場合なんかはむづかしい。ことに中途半端なものはむづかしいんだな。

相田 人文書の類というのは、教材は別にしても大体が中途半端なものなんじゃないか(笑い)

集中展示の効率をめぐる

石橋 内容的には、専門書なんだけでも売れ方としては一般書なみに売れるものもあるわけなんで、そんな場合に営業なんかからいつも出てくる意見は、機会損失なんだよね。並んでいれば、書店の店頭の商品があればもっと売れた筈なのに、商品が無かったばかりに売り損じをしたというやつね。さっき前田さんのいわれたように、日本の場合は、店頭販売、現物見本販売というのがもっとも普及していて、カタログ販売というのはどうもなじまない。それだからどうしても機会損失ということが問題になり、書店のいい棚を確保して見本を陳列しなければならないということになるわけで、これはいけそうだというときには宣伝費をかけたり、デモンストレーションをやるわけだけど、やはり部数の決意、定価決定が問題になってくるわね。エディターなんかには“プライスメイキングなんかの場合どうしたらよいか”なんて書いている人がいるけど、なかなかそうはいかんですよ。

相田 僕はこう思うんだよ。うちの本の場合なんか、大体2500部前後ですよ、内容的には専門書なんだけど、売れ方は一般書なんだね、だからこういう本を売る場合、大事

なのは、本と読者との出会いの場なんだ。うちもそういう意味で一時はむやみに広範囲に本をばらまいたこともあったけど、どこにいても大体うちの本があるということになると、その返品とか回転率なんか考えると効率がよくない。そればかりか書店にとってうちの本を置いとくメリットがなくなるわけで、相互に面白くない結果をもたらすんだ。そのことに気づいたから大幅に店を絞っちゃったわけだ、特定の店に絞っておけば、その店にいけばうちの本は揃っているということになるので、書店にとってもメリットがでてきた。店を絞ることによって、書店のメリットがでてきて、展示効果もあがってくる。従って、うちの本の展示率も比較的良くなった。この事が大事なんじゃないかと思う。

醍醐 みすず書房とは、比較的出版内容も近いと思われる紀伊国屋書店の場合はどうですか、八木さん。

八木 その前に、版元の効率販売とは、先程来皆さんのお話にもいろいろでているわけですが、書店の側からの効率販売とはどうも違う。相田さんのいわれるように、返品が少ないのが効率販売とばかりはいえない、売れ足の良いものは余分に仕入れても、売上率を伸ばすようにするとすれば、当然、必要悪である返品が多少なくてはなりたない。ですから効率販売と一口にいても、版元、取次、書店のそれぞれにあてはまる最大公約数的な考え方として“効率販売”をとらえようとするのはむづかしいと思いますね。そこで、効率販売と版元の側でいう場合、版元として書店に何をしてあげることができるのか、そのことを考えていくことが大事なのではないか、そう思います。

石橋 版元のいう効率販売と書店の側でみる効率販売とはたしかに違う、だって、版元の方では自分のところの商品について、限られた商品での効率を考えているけれども、書店の場合は何百社の出版物を扱い、そのなかで売れるもの売れ足の鈍いもの、すべて含んだうえでの商品構成のなかで、効率販売を考えるわけで、返品は当然、必要悪として折り込んでいて、そうでなければ商売はできない。

相田 書店さんにとっては、総商品のなかでの採算を考えているわけだから、返品は必要悪とは思わない。むしろ無駄があって初めて、効率という考え方がなりたつんじゃないかと思うね。

石橋 それはそうですよ。しかし版元の場合、特に編集者なんか、初めから売れないと思って本を作るばかりはいない。皆、自分の作った本は売れると思ってやっているんだと思うよ。だけど、部数を余計刷って大量の返品を抱えるというような、積極的な失敗はものすごく叩かれるから、部数については慎重になる。逆に消極的な失敗はまだ救われる、機会損失ということではまずかったということになるんだけど、まだ実質的な損害を与えたわけではないから、叩かれても、それ程苦にすることじゃないんだけど、売れ残った場合は実にいやなんです。僕は、手前味噌をいう気はないけど、編集者こそ効率販売について、神経質にならざるを得ないと思う。だって編集者は仕入れ責任者なんだからね。営業の人からみたってそうでしょう。営業の人は他人の作ったものを売ってくれといわれるんだから、質の悪いものを売られていわれても困るわね、実際。だから僕は、仮りに2000部でもいいから半年のうちに完売できるもの、

少なくとも1年のうちにはあら方売りさばけるものを、編集者は作らなくちゃいけない、僕はいつもうちの編集者にはそういってるんだ。

醍醐 先日、朝日新聞社で西谷さん（未来社社長）に遇ったんだけど、そのとき、お宅の“民話”は売れていて好調ですね、といったら、彼は、“民話”は良いけど、何といても、丸山真男さんのものには及ばない。あれこそ本というべきものだ、といっておられたけれど、出版社にとってはそういう財産を蓄積することが何よりも大事なんだな。

石橋 それはそうですよ、でも丸山さんの本のようなものが各社にどれだけあるというんだ。（笑い）とも角、そうした財産ともいうべきものが、だんだん先き細りになっていくのを、年々どう補ってゆくか、これが問題ですよ。

特約店制度とその成果

前田 先き程、人文書と一概にいうけど、内容によって随分異なるという話がでていたけど、私のところを出している心理学の本と、みすずさんで出している心理学の本では、読者対象も違えば、販売政策も違う、だけど売上げを伸ばすということさえいえば、集中展示によって読者の目にふれることが大事であることに変わりはないので、その点からいえば相田さんのところとそんなに変わっているわけではないんだが、書店の立場からみた場合は、版元に対するイメージが違うことで、扱い方が違うというようなこともあるんじゃないかと思うんだ。

石橋 みすずの場合は、装丁も大体同じだし、内容的にも比較的近いものが多いんで集中展示の効果をあげているけど、私のところの出版物の場合は、分野別に展示しなければ売れない。前田さんのところでもそうじゃないですか。

前田 それは有斐閣の場合、分野別にしなければ売れませんよ。

石橋 勁草の場合なんか、法律、経済もあれば哲学を初めとする人文書もあり、自然科学みたいなものもあるわけで、書店さんの棚に入る場合は、やはり分野別に入れてもらわなくては売れないですよ。

八木 版元側からみて、売上げを伸ばすためには、書店さんの商品構成なり、書店さん自体の人文書に対するとり組み方なりについて、ちゃんとした考え方をもちてもらうことが大事で、書店さんの意識を変えてもらうしかないし、きめ細かな単品管理による商品動態の把握が大事じゃないかと思うんだが。

鎌塚 意識を変えてもらうということより、人文会内部の意識も変えてかなくてはいけないわけで、その意味から、人文会が過去4年間にわたりやってきた特約店制度が年々整備されてきたことが大きいんじゃないかと思う。書店さんは、一軒々々がそれぞれ個性をもっているし、仮りに神保町界隈の書店をみても、わかるようにそのひとつひとつが個性をもっているわけですから、その中でも一応の基準をもうけて選定した特約店が整備されてきたので、昔のようにバラバラに常備を出し、試行錯誤していた時代とは違って、一社の集中展示から同系版元のセットによる展示ということでも、読者の注目率なり、顧客の吸引力という点でもメリットかでてきているといえると思う。反面、取次が間に入っているのも、そのサジ加減があるから、必ずしも意図した

通りになるというものではないけど、展示店を絞ることによりメリットは、一社だけの評価でなく、会員社20社の評価のうえに、かなり客観的に行われるようになっていくわけで、この点、これからの運営次第ではさらに効果がでてくるんじゃないかと思われる。

醍醐 特約店制度の発足が、いわれるような効果をあげてきている点は大きいと思うし、人文会の大きな成果だったと思うね。ところで春秋社さんの場合は特殊な出版物をおもちだし、販売という面でも効率率ということをどうとらえておられるか、根津さんお聞かせ下さいませんか。

根津 うちの、人文書といっても宗教書が多いので、多少条件が違っているんじゃないかと思うんです。宗教書、学術専門書が主体になっているうちの場合は、作ってもほとんど配本しない。現在取次のやっているパターン配本なんかには全く乗らないし、乗せられないんですね。従って1000部作れば、1000部在庫しておいてポチポチ売ってゆく、これがうちの効率販売という考え方だったんですが、これですと倉庫ばかり増えてどうしようもなくなる。在庫商品ばかり増えて非効率になるわけですから、最近では、といってもこの4月からですが、販売促進を考えての新体制を組み、在庫商品を少しでも店頭に展示してもらって、売る方向をとってきたわけで、その意味では皆さんのところとは大分立ち遅れているわけですが、とも角遅ればせながらも、在庫商品売っていくためには、書店を回って歩いて、売り方を相談しているというのが現状で、お恥しいんですが。

相田 それでやっておられるんだから、実にうらやましい話だと思いますよね。

人文書の対象読者は不特定ではない

醍醐 毎度いようですが、忙しい世の中になってきてますんで、書店さんでも資金効率のうえからも当然のことながら、坪当りの売上げ効率、棚差し平積み商品の回転効率などを経営の基本にすえて、商品構成を考えるようになってきている。ことに書店さんの場合は限られた展示スペースをどのように有効に活用するかが重要なわけで、回転率の比較的低い専門書の場合は、商品構成を変える場合のキーポイントになる。顧客の傾向とか、どのような方向で顧客の固定化を図るかとか、経営方針を検討する場合、専門書の棚を大幅に削るのか逆に大幅に増やすのか、いずれにせよ専門書がキャスティング・ボードの役割りを担うことになるんじゃないかと思うんだけど……。例えば、顧客の層としては固定している大学生協の場合でも、最近では、売場面積と坪当りの売上効率のうえから、学生向きの教養書、専門書なら何んでも良いというんじゃないくて、その大学の教科内容や学生の読書傾向をきちんと把えて、限られたスペースでの効率的な展示を真剣に考えてきていますので、動く実績のある商品は買い切っても置くが、向かないと判断する商品については、仮りによそで売られていても置かない。というふうに、かなりはっきりしてきているんじゃないかと思います。これはむしろ版元側からしても良いことなんじゃないかと思うんですがね。

惣塚 人文書というと不特定の読者を対象としていると一概に考えられがちですが、私は最近、本当に不特定の読者なのか、疑問に思えてきているんです。人文書という場

合のワクは幅が広く、先程も誰れかがいわれていたように、内容的には同じ心理学であっても、対象読者が異なるというように、一見、不特定なような条件をもっているみたいだけど、読者は必ずしも不特定ではなく、ある程度の特定性がある。最近イタリアでのモロの暗殺にしても、その背景にある思想の問題は、表面的な事件の経緯とは別に、考えさせられるものがあるのであって、そういう思想の問題として捉えるという読者は、モロの事件ばかりでなく現代の思想の諸断面に関心をもち、そうした文献なり、書籍に関心を寄せている。かつては「三太郎の日記」が、どこの大学にいても皆読んでいたし、学生にとっては一度通過しなければならない本であったけど、最近では、「甘えの構造」にまでそれがなってきたし、コミック的なものにも思想性や、人文書的発想のものを求める傾向があるわけで、読者の多様性はたしかにあるけど、人文書そのものの読者はやはり不特定な客ではないんじゃないかと思うんだ。

醍醐 惣塚さんのいうことの意味は、こういうことなのかな、人文書と一概にいっても、人文科学のなかに包含される学問分野は広範であって、学問としてはそれぞれに奥ゆきを深くもっている。従ってそれなりに専門領域としての読者は固定性がある。これはいうまでもないことなのだけど、専門分野に直接かかわらない人々でも、人間の生き方の問題として思想なり社会なり、歴史なり、何らかの問題に関心をもつ場合、いわゆる人文書に何らかの形でかかわってくる。従って不特定な読者が一見、その対象に含まれてくるが、本来人文書は、不特定な読者を対象にしているものでないんじゃないか……と。従って、展示店を絞ることも、販売政策において効率を考えるうえでの目標を設定することもやりやすいんじゃないか。一般書なみな売れ方をするものがあるとしても、一般書なみな配本の仕方をするのがよいかどうか疑問ではないか、こういうことになるのかな。

惣塚 書店さんが、どのように客をとらえるのか、版元も自分のところの本をどのように効率よく売りあげるかも、ともに共通の利益が基盤になるので、その辺の相互のコミュニケーションが大事ということになると思うんですね。

相田 展示店を絞るということは、西谷さん流に言えば禁欲したということになるのだろうし、そのことによってメリットが生じてきたということなのだと思う。

醍醐 ところで、前田さん、有斐閣の場合は、出版される分野が広範だし、常備して展示されている店数も非常に多いと思うんですが、効率販売を考える場合、大変むづかしい点が多いんじゃないかと思うんですが、その辺どうでしょうか。

前田 うちの場合、常備店は600店以上になります。しかし、部数の多いものばかり出しているわけじゃないんで、なかには、1000部、1500部というものもあるわけで、相田さんのところのように、こういう少部数のものについては、事前注文制という形をとれば或いはいいのかもしれませんが、うちでは現在それはやっていません。むしろ社の方で、過去の実績やデーターをもとにして決めているので、芳林堂さんなんかには歓迎されないのだけれど、300部とか500部とかを社の方で割り当てをきめてやっているわけです。このやり方がいいか悪いかはとも角として、返品率の面では一般配本よりはずっといいことはたしかです。20%前後の返品率におさえることができるからです。一般的な配本をすれば、40%からものによっては50%の返品になりますから、

しかし、これが即効率販売といえるかどうか、販売としては、主体はいかに沢山、短期のうちに売り上げるかですから……。

相田 どの方法がよいか、一度、部数の多いもので実験されるといいじゃないですか。出版物というのは同じ商品で、異なった実験を二度やるということは不可能なことですから、一度テストしてみて効率を計るデーターを出してみるのも手ですよ。

前田 ことに最近うちの場合は、毛色の変ったものもかなりあって、広く書店に置いてもらわないと売れないものも多いんです。ことに短歌・俳句の本などの場合は、従来のうちの常備店だけでは駄目で、どうしても文芸書を得意とする書店さんにまで、守備範囲をひろげざるを得ないんですね。

相田 俳句の本などの場合はそうですね、うちでも、配本をしていない書店さんから電話で問い合わせがあったりするんですが、そんな時は、いま注文していただければ、注文部数は出しますよということで、やっているんです。

醍醐 有斐閣さんとは違った意味で、かなり幅の広い出版活動をされている東京大学出版会の場合はどうですか、大変むづかしい問題があるんじゃないかと思うんですが。

惣塚 たしかにうちの場合はむづかしいですね。UP選書を土台として、読者をひろげようとしたこともあるんですが、なかなかうまくいきませんね。受注配本に切り替えることで、配本率は従来の60%ないし70%であったものが、30%ぐらいに縮ってしまい、逆に読者の目に触れる機会を狭めてしまったということもありますので、この点やはりむづかしいと思います。

石橋 UP選書には、ミルズの「パワー・エリート」なども入っていて、強いんじゃないの。

惣塚 「パワー・エリート」の場合は、UP選書を充実する意味で、ああいふ力のある本を入れておこうということになったんですが、逆に部数的には伸び悩んだということがありますね、本来はもっともっと力のある本だと思うんですがね。やはり、効率販売を考えるうえでは、本の売れるタームをぬきにすることはできない。ある程度のスピードをもって売っていかなくてはならない。例えば3カ月とか、半年とかの区切りで何%売れているか、というようなことを一応の基準として、販売指数を測定していますが、それをしておかないとどうしても手抜きができてしまう。販売期待度に対して実売り上げのズレとか、販売政策を検討するうえでも、販売促進の面でも、そうした実績の分析、測定は重要になってきていますね。

醍醐 大月書店さんの場合は、想定している読者層がはっきりしているし、非常に堅い本ばかりもっておられるので、効率販売については、どのように考えられますか。

鈴木 特に変わったことはありませんね、うちの場合は、人文書というよりはむしろ社会科学関係の分野が主体になっていますから……。

醍醐 現代思潮社の安藤さんは、このメンバーのなかでは一番こまめに書店を回っておられるし、書店の方々とも接触が一番おありになると思うんですが、安藤さんからみて、効率販売とはどういうことになりますか。

安藤 先程来、皆さんのいわれていることと大体同じだと思うんですが、回転率の問題では、年3回、4回転しているものもあれば、12回転するものもあって、効率という

点では、回転率のよいものを中心に展示店を確保しつつ、読者の目にふれる機会を少しでも多くしていくことがまず大事だと思うんですが、最近は一般的に回回転率も低下傾向にあり、かつて年12回も14回も回転していたものが、5回ないし4回と低落しているのが現状です。どうも出版というのは、何ととっても企画が勝負だと思いますよ。僕は自分で書店をやってみて、しみじみ思うんだけど、年1回も回転しないような商品を抱えて、一年も置いとくというようなことは大変なことで、その面でのこわさを知りましたね。実際まったく回転しない商品というのも少なくないわけですからね……。本当にこわいですよ。

常備商品の選択基準

醍醐 まったく回転しない商品を一年も抱えているということのこわさを知ったという安藤さんのお話なんですが、実際問題として、回転しないと判断した商品は展示されなくなってしまう。折角、常備を出してお客さんの目に触れる機会をもととしても、展示されなくては常備の意味がなくなるわけで、展示しないのが悪いか、展示してもしかたがない商品を送りつけ方が悪いか、どちらに非があるかという、どちらにも問題があるにせよ、送りつけた版元の側により問題があるといえるんじゃないかと思うんですが、常備の基準について、効率販売の面からどのように考えていますか。みなさん……。

前田 常備の基準ですが、うちでは書店に展示した商品が年3回転しないと常備を置く意味がないと考えています。仮りに500冊のセットを出した書店さんで、年1500冊以上売り上げないと、効率の面からいって、うちも、書店さん自体も効率的には良くないわけですから、次の常備の切り替え時には、申し込みを受けても500冊は無理だから300冊にしてはどうかと相手に伝えますし、逆に5回転以上しているような場合は、600冊置けばもっと売り上げが上がるのじゃないか、というわけで、600冊以上置くような交渉をしています。常備の場合には、常備店を選定する場合、そうした基準をもうけて、やっていきまないと、お互いにメリットがなくなってくるんじゃないかと思えますね。

相田 常備の場合の基準の設定というのは、もうそれしかないね。

石橋 そういうことだと思うね。だから版元の側からすれば、常備を置いてもらう書店さんの立場を考慮にいたしたセットを組むということ、それも地域の特性による回転率などもあるから、書店さんの方で選択しやすいようなセット組みを考えて、というところ、所詮はこまかなセットをいくつも作るということになるかもしれないけど、とにかく、書店さんが、これなら自分の地域で売れると思うような商品を主体にしたセットの組み合わせを考えるべきで、在庫しておくよりは書店さんの棚に並べておく方がよいというような考えはもう通用しないね。

安藤 それをやっていると、やはり常備商品の展示率をさげてしまうことになるんだ。展示率をさげてしまうだけでなく、常備そのものに対する書店さんの信頼をなすという、常備を置く意味自体をなくす結果になりかねないんじゃないかと思えますね。

醍醐 回転率の調査もそうだけど、常備店の設定に当たっては、やはりスリッパの分析が

しっかりしてなくては駄目で、会員社ばかりでなく、版元ではスリップ分析が、販売政策上の大きな資料になりつつあるわけなのだけど、効率販売を考えるうえで、このスリップの回収と分析は今後一段と重要な手がかりになることだけは間違いない。版元で販促のデータを作る場合、これしか調査の資料になるものはないのだから……。

相田 しかし現実には、スリップの回収とその分析はまだまだだし、分析した結果をどれだけフィード・バックさせているかとなると、まだこれからだということになるんじゃないの、一般的にいて。

八木 今日、このように効率販売というようなことが、盛んにいわれるようになってきたということは、版元はもち論だけど、書店においても、従来のような売り方ではもう駄目になったということで、効率販売をお互いに心かけるにしても、版元は、もっと書店とのコミュニケーションを大事にし、そのための場を積極的に作ってゆくというようなことをしていかななくてはならないんじゃないか、それが一番大事じゃないかと思いますね。

伊藤 書店さんの場合、例えば“人文会ニュース”の19号をみても、効率販売の基本はまず仕入れにあるということが強くいわれているように思うのですが、そうであるなら、仕入れの目やすになるものを版元は常に提供すべきだし、版元とのコミュニケーションもいよいよ大事になるといえるんじゃないですかね。

相田 本の売れゆきが低下すると、効率販売についてもいろいろいわれるわけだけど、どうも他人のせいにしがちなんだな、本を置いてくれない、補充がなっていない、本に対する店員の知識が低い、教育が悪い、いろんなことをいうんだけど、版元自体も、もっと努力すべきだと思うんだ。まだまだ版元の方に研究すべき問題や努力すべき事柄がいっぱいあると思うんだ、そういう点を、各社それぞれに真剣にとり組んでいかななくては駄目だと思うね。

醍醐 大体結論じみたものができたような雰囲気になってきたね、版元にとっての効率販売、取次の場合、書店にとっての効率販売、それぞれにニュアンスは異なるにしても、版元はやはり取次会社、書店とのコミュニケーションを活発にし、書店の性格をはっきりと把握し、そのうえで自社の商品の売れいき、或いは常備商品の構成、その回転率などをキメ細かに検討しつつ、相互に効率のよりよい条件をみつけたしていくということかと思いますが、これからもひとつお互いに研究をしていきましょう。今日は、結論というようなわけにはいかなかったにしても、人文会としての検討の内容を明らかにすることで、書店、取次、生協の皆さんへの答えとしたいと思います。どうも長時間有難うございました。

×

×

×

×

人文書の新刊の売り方について

紀伊國屋書店 寒 川 浩 一

紀伊國屋書店グランド・ビル店は新刊と雑誌の店として昨年8月にオープンした。大阪梅田のターミナルに位置し、書籍と雑誌がそれぞれ10坪、計20坪の売場面積である。新刊専門店としての性格を定着させると同時に至近距離にある700坪の梅田店の案内の役割をになつてゆくことを基本方針として、一般向の新刊書を最低1カ月は陳列している。

人文書は棚1本7段約300冊で、ストックを加えると在庫構成比は5.6%となる。また、スリップ売上枚数のみでみた売上構成比は3.6%だが、金額で算出するともう少し高くなるだろう。回転率は8回転前後で全体平均の半分。立地条件のよさから効率はいい。これらの数字は人文新刊書の動態を客観的に表わしているものとして納得できるようである。客層はサラリーマンが主体で流動層と固定層に2極分解している。前者はベスト・セラーなどの一般書や文庫、新書、後者は人文専門書、それに一部の雑誌などの読者である。

実際に担当してまず感じたことは、何を基準として新刊とするかということであった。というのも読者の側と書店、版元の考えるそれとでは、期間的内容的にも明らかなずれがあるからである。一方は欲しい本を、他方は委託期限内の本をそれぞれ新刊と思いこんでいる。その間を埋めてゆく作業を行なわなければ、新刊専門店としての定着はおそらくはかれないだろう。これはかなり重要な問題だが、以下述べる新刊は一応委託期限内のものとしてすすめてゆく。

人文書の新刊の売り方に問題を限定して考えてみると、困難な点は多いようである。例えばまず売上において人文書では新刊よりもロング・セラーの占める割合が高いということ。新刊の店においてこのことは致命的で、新刊とロング・セラーをいかに効率よく絡みあわせていくかという販売上の問題につきあたる。この対策としては新刊書を核として、その周辺に同一著者の既刊本やテーマ別関連書を揃え、並列販売してゆくことがあげられる。当初、とすれば関連書の方がよく動く場合があるが、うまくいくと徐々に新刊の方も動きだすという一定の相互反応がみられる。この際、関連書は重点的にロング・セラーにしぼりこんで発注し、関連性や意味づけを明確にうちだすようにした方がよ

いようである。販売効率をあげることができるし、何よりもその対比によって、新刊の存在をきわだたせることができる。このように考えると、新刊が新刊であるのは既刊本との関係においてであり、単なる奥付の日時ではないとまでいえるだろう。一方このやり方を延長し拡大させてゆくとブック・フェア的な品揃えに至るだろうが、現状では、それほど大げさでなくとも、棚は大なり小なりミニ・コーナー的な傾向をもちつつある。それは一定期間をとってみれば、その時の新刊を中心としたグループ群による商品構成のゆるやかな変貌と映り、顧客の固定化へつながる可能性をひめている。

次に、人文書は確実に一定部数はさばけるのだが、出足そのものはそう早くはなく、長期間店頭に並べる必要がある。つまり、売るのに時間がかかるということで、これはひとつの特性といえる。当然、売る側の姿勢としてそれに応じたやり方を試行する必要があるのだが、現行の委託制度の下でこの性質は返品増加の方向に作用しているようにみえる。

返品期限を過ぎてから売れだす商品が少くないのが人文書であることを確認しておきたい。また、一見これに矛盾するようだが、人文書の新刊は反応が非常に早く、店頭になるべると即日1、2部は動くという事実もある。少数の固定読者層が素早く購入してゆくことによるもので、数は限られているものの、選択の眼はきびしく信頼できる。したがって、この最初の動向をみるのが後の売行を予測したり、商品構成を修正したりするうえで重要であると考えられる。実際には、入荷時に2部以上動くと必ず一定単位の発注を行なっている。

要するに人文書はまず入荷時に素早く少数数が動く、若干停滞した後、2、3月ほど経過してから再び動きだし、うまくゆけばロング・セラー化するに至る、ということである。この再び動き出すということは限られた固定層から本自体の価値がひろがって一般読者層をまきこんでゆくことに他ならないが、その補助的な役割として見逃せないのは書評の存在だろう。

人文書では書評は効果がある。潜在的な人文書読者層と書評欄のそれが重なりあっているからであり、販売上、書評を積極的に利用して読者を開拓していく必要があると思われる。掲載は各紙の事情で早ければ1ヶ月、遅ければ半年くらいの幅があり、一般向の週刊誌が比較的早い。同一書が次々と各紙で紹介されてゆくことも多く、好意的な評だと大体動く。人文書は3ヶ月くらいが標準で、これが返品期限と一致することが何よりもまず留意すべき点といえる。見当をつけた本をその間何らかのかたちで抱えておく必要があり、さらに期限やスペース上の都合から返品する可能性もあるからである。一度返品すると再

注文するのに心理的にブレーキがかかるのは体験上わかるが、ここで消極的になってはならない。商品知識と見通しに裏打ちされた一定の姿勢を求められるのが人文書の販売なのだから。

以上、人文書の新刊の売り方について二つのことを述べた。ロング・セラー商品と絡ませて売るといふことと、時間をかけて売ってゆくといふことで、それらは人文書そのものに内在している特性からもたらされたもの、といってもよい。そして最初に述べた新刊をめぐる読者と私達の間のずれを、それらは幾分埋めてゆくものであるだろう。

このようにしてみると、人文書の新刊の問題はそれにとどまらず、より一般的に敷衍していえることに気づく。そこで少し一般的な問題も加えてみたい。

そのひとつは補充の問題である。新刊は売れるとそのまま欠本になってしまうことが比較的多く、目に見えない売り損じを招いている。特に新刊からロング・セラーへと移行してゆくものの場合、その過程をおさえなければ読者にたいする裏切りとして売上面に影響がでるだろう。この対策としては定期的な欠本調査と新刊を選別できる眼を養うことなどがあげられる。実際に私達が使用しているのは取次からはほぼ毎日送られてくるコンピューターの入荷一覧と必備図書補充注文スリップの2つである。具体的には、一覧は1ヶ月経過した時にそのまま欠本調査リストとして、スリップは入荷時にデーター印をいれ、最高3ヶ月くらいの期間までをメドとして回転させるように、それぞれ使っているが、まだまだシステム化するには至っていない。

いまひとつは商品構成の問題。新刊専門店といえどもやはり固定顧客層に応じた棚ぞろえを独自にやる必要がある。これは入荷時、商品をランク別にしばったり平積販売の選定というかたちで行なわれている。顧客層をしぼり、商品構成を細分化する方が新刊専門の店として結果的には流動読者層をも包みこんでゆけるような気がする。私達を取り囲む現在の状況のなかではその方が有効だろう。

この専門店化への展開ということに付随する問題を二つあげて結語としたい。

まず新刊をどう分類して店頭に陳列するかということ。細分化を志向すると、一部版元のスリップによく記されているような大きな分類では役にたたず、場合によっては全く違うジャンルにいれた方がよいこともある。あれこれと考えるよりも、単純に誰がこの本を読むかということを最後の唯一の基準にしてならべるべきで、その方が読者志向につながるものだろう。それはいいか

えれば、書店からの読者への棚を通じた働きかけであり、その反応に対処してゆく相互関係にしか私達の存在のダイナミズムはないのである。

次に望み通りの配本がなされないということ。逆にいえば不必要な本が入りすぎるとのこと。これは販売上というよりはむしろ制度上の問題であり、当面している切実なことは大手版元の調整出庫による申込部数削減だが、ここではその原因のひとつであると思われるパターン配本についてふれてみたい。

取次の確立したこのシステムの弊害はよく指摘され、最近では事前申込制にきりかえる動きもでている。だが、実際に毎日の膨大な新刊をこなすメリットはやはり大きく、結論から先にいえば、委託制をとっているかぎりパターン配本は基本的に利用すべきものだろう。むしろ、改善すべき点は多く、実情に即した部数を得るためにはパターンと事前申込を絡みあわす必要もでてくるのが現状である。ともかく、書店と版元が従来の全面的配本を据え直し、共に取次に働きかけることによって、そのソフトウェアの側面を開発していくことがいま求められていることだろう。その余地はまだあるし、ハード・ウェアの技術レベルでの問題は取次の課題である。また全面パターンを外していくことは当面版元にとっては生産部数の制限となるだろうが、これは営業努力によってきりぬけていくしかない。そのことがひいては業界の課題である情報不足を補ってゆくことにつながるだろう。その機能を果たせるのはまず版元の営業員なのである。

以上、人文書の新刊の売り方を中心に述べた。もちろん実際に当面している課題は様々に錯綜していて、ひとつずつひろえればきりが無いが、書店の基本姿勢として、売るという行為につねに読者志向をめざすことを忘れてはならないだろう。私達の存立基盤はそこにしかなく、社会的分業の一環としてのその労働はマルクスのいったようにきびしく「商品の命がけの飛躍」を完遂する役割をになわされているのである。

<寄稿のお願い>

今号には、紀伊國屋書店・グランドビル店の寒川浩一氏の特別寄稿を賜り、大変有意義なご意見をうけたまわり、厚く御礼を申し上げます。つきましては、人文書の販売促進について、或いは人文会に対して、ご意見・感想をおもちの方々も少なくないと存じますので、どしどし原稿をお寄せ下さるよう、弘報委員会としてお願いを申し上げます。

特約店委員会から

人文会の特約店制度は、昭和49年に発足して以来、満4年を経過し、着々と整備されつつありますが、今年は2年目ごとの更改が第3期を迎えるわけで、目下、全会員社における常備店調査を進めております。基準は、従前同様、会員20社中12社以上と常備契約し、1,000点以上の常備商品を展示、年間売上が3,000冊以上の書店さんということ、また9社700点以上の展示、売上2000冊以上が準特約店ということになりますが、会員社による集中展示のメリットがどのように発揮されているか、各社からの調査データが集約された段階で、特約店委員会での本年度の方針が明確になるものと思います。なお“人文会ニュース”22号ではその結果を報告できると思いますので、よろしくご協力の程をお願い申し上げます。

宣伝委員会から

“人文図書の新刊案内”は特約店・準特約店の皆様へ、地域における人文書の愛読者サービスとして、また特約店・準特約店の顧客の固定化および拡販のための材料のひとつとして、昨年3月刊行以来、隔月発行ですでに9号（本年7月発行）をお配りし、好評を博し、部数の増加などの要請も多々お受けしております。配布部数の修正は11月発行の11号からとなりますが、この“新刊案内”についてのご意見などもございましたら、人文会・宣伝委員会まで、直接お寄せ下されば幸甚に存じます。

編集後記にかえて

本誌20号は、約1ヵ月遅れの発行となり、ご迷惑をおかけする結果となりましたことを深くお詫び申し上げます。本年9月発行予定の21号では、平常通りの発行期日を取りもどすべく目下準備を進めておりますので、御寛許のほどをお願い致します。

本号では、紀伊國屋書店の寒川浩一氏寄稿の“人文書の新刊の売り方について”が実務上大変参考になるご意見として注目されるものと存じます。直接顧客と接しておられる現場での体験を踏まえたうえでの実務に密着したご意見だけに、読む人々に説得力をもって迫るものがあり、関係者の皆さんにはぜひ一読をお勧めしたい好論文と存じます。寒川氏には、この誌面を借りて厚く御礼を申し上げます。

弘報委員会としては、第21号では“読者にとって魅力のある書店とは…”というテーマで、会員社それぞれが固有にもっている愛読者および一読者として多くの書店を歩いている編集担当者などからの意見や感想を特集したいと考えております。都市の書店さんに焦点が集中することとは存じますが、書店さんのどこに魅力を感じるのか。書店さん各位には参考になる点も少なくないと存じますのでご期待の程を……。

また弘報委員会では図書館委員会と共同で、図書館に新刊書を納入しておられる書店さんおよびその外商部の方々をお招きし、“図書館と備本の問題”を検討することも考えております。今後の図書館対策の手掛りになれば幸甚です。

人文会々員名簿

(113-91 東京都文京区 本郷局私書函89号)

53. 5. 31 現在

	社 名	担当者	☎番号	所 在 地	電 話
幹 事	青 木 書 店	山根 襄	101	千代田区神田神保町1-60	292-0481
	大 月 書 店	鈴木 弘	113	文京区本郷2-11-9	813-4651
幹 事	紀伊國屋書店	八木 茂	102	千代田区五番町12 ドミール5番町	263-9006
	勁 草 書 房	石橋 雄二	112	文京区後楽2-23-15	815-5277
	現 代 思 潮 社	安藤 豊	113	文京区小日向1-24-8	943-4406
	社 会 思 想 社	鎌塚 正	113	文京区本郷1-25-21	813-8101
	春 秋 社	根津 栄二	101	千代田区神田2-18-6	255-9611
幹 事	晶 文 社	中村 勝哉	101	千代田区外神田2-1-12	255-4502
幹 事	誠 信 書 房	矢戸 玄徳	112	文京区大塚3-20-6	946-5666
	筑 摩 書 房	伊藤 忠雄	101	千代田区小川町2-8	291-7651
	東 京 創 元 社	清水 純孝	162	新宿区新小川町1-16	268-8231
会 長	東京大学出版会	中平千三郎	113	文京区本郷7-3-1	812-2111 内6488
幹 事	東京大学出版会	別所 久一	113	文京区本郷7-3-1	811-8814
幹 事	日 本 評 論 社	醍醐 隆	160	新宿区須賀町14	341-6161
	福 村 出 版	福村 惇一	113	文京区小石川1-3-17	813-3981
	平 凡 社	八木田三郎	102	千代田区四番町4-1	265-0451
幹 事	法政大学出版局	阿部 好文	106	港区南麻布2-8-4	453-0717
代表幹事	み ず ず 書 房	相田 良雄	113	文京区本郷5-32-21	814-0131
	未 来 社	石井奈良彦	112	文京区小石川3-7-2	814-5521
幹 事	有 斐 閣	前田 昌男	101	千代田区神田神保町2-17	265-6811
	吉 川 弘 文 館	川越 重行	113	文京区本郷7-2-8	813-9151
	理 想 社	(休会中)			

弘 報 委 員 会 ◎醍醐, 石橋, 鈴木, 福村

宣 伝 委 員 会 ◎別所, 川越

特約店委員会 ◎前田, 根津, 清水

販 売 委 員 会 ◎八木, 鎌塚, 石井, 伊藤

図 書 館 委 員 会 ◎中村, 八木田, 安藤

◎印は委員長

最新刊

王朝のみやび

目崎徳衛著

四六判●定価一四〇〇円

古今・伊勢・源氏や書跡・大和絵・寝殿造などを産み出した「みやび」な王朝文化の、創造・特質・影響の諸問題、多くの陰謀事件の真相にふれ「百人一首」の作者多数を含む多彩な人間像を興味ふかく描き出した。

赤穂四十六士論

田原嗣郎著

四六判●定価一七〇〇円

江戸時代に行なわれた「赤穂四十六士は義士であるか否か」の論争を素材として、幕藩制の中核をなす二重の主従関係はいかなる構造から成る精神に担われていたかを解明した。幕藩制研究に新たな光を投じるユニークな書。

幕藩制の精神構造——

吉川弘文館

113・東京都文京区本郷7-2-8 電話03-913-9151(代表)

大月書店

食糧危機打開への科学的提言

日本の食糧問題

日本科学者会議編

46判/上下各一六〇〇円

上巻Ⅱ食糧危機の解明/下巻Ⅱ食糧の政策科学史上例を見ない日本の食糧自給をどう把握するか。社会科学・自然科学の枠をこえた専門家たちの共同討論を土台に、食糧危機打開の展望をつらあいのとれた経済発展のなかに位置づける

思想としての科学教育

田中実著

国民文庫(現代の教養)版/三五〇円

東京都文京区本郷2-11-9/振替東京3-16387

好評発売中

死の経験

1500円

P・L・ランツバーク/亀井裕、木下喬訳 著者はナチの収容所で若くして死んだ悲劇的な天才哲学者である。親しい者の死を通して死を我々の経験とする。

無意味の意味

1900円

G・ブロッカー/山内登美雄訳 無意味と意味の背理的な関係を、言語学、文学、哲学、宗教(特に禅仏教)等の中に探り、意味の意味の再検討を促す。

アメリカ人とソビエト人

3500円

P・ホランド/寺谷、渡辺訳 人びとの思考様式や生き方の観察に重点を置いて、政治・文化・教育・社会問題など多様な角度から探る優れた比較体制論。

社会学的比較

講座 史的唯物論と現代

第3回発売中

46判¥1800

⑤ 国家と革命 田口富久治編

総論 先進国革命の国家論

田口富久治

I マルクス・エンゲルスの革命論

古賀英三郎

II レーニン革命理論の形成と展開

雀部幸隆

III 現代資本主義国家論

前田達男

IV 現代革命論—イタリヤを中心にして

竹村英輔

V 「第三世界」における国家と革命

巢山靖司

青木書店

東京神田

神保町1

紀伊國屋書店

東京都新宿区新宿3/電話(354)0131

法政大学出版局

マルクス主義と 人格の理論

3500円

リュシアン・セーヴ 大津真作訳

15カ国以上の国で翻訳され、すでに古典的位置を占めている本書はフロイト主義、実存主義、構造主義等との論争の中から生まれた。科学的な人格理論の建設を企図して弁証法的・史的唯物論の諸原理を創造的に展開、大胆な仮説を提示する。
●叢書・ウニベルシタス

東京都港区南麻布2-8 振替東京 6-95814

女の現在

育児から老後へ

伊藤雅子著

前著『子どもからの自立』とひとつづきの問題として女のいまを捉え、女自ら現状を拓くにはどのような力が養われねばならないかを探る。

B6判カバー・一二〇〇円

子どもからの自立

伊藤雅子著 一〇〇〇円

主婦とおんな

国立市公民館市民
大学セミナーの記録 八五〇円

●既刊IIもろさわようこ著作
おんなの歴史(全2冊)

B6判・各八五〇円

おんなの戦後史

B6判・一二〇〇円

東京・文京
小石川3の7

未来社

電話・代表
(814) 5521

R. D. レインの本から

好き？

——対話と詩のあそび

好き？

大好き？

意表のジャンルを生みだした評判の書「結ばれ」につづく精神科医レインの第二詩集。人間関係の心理を描く新しい叙情、日常性への残酷な優しさ。村上光彦訳 一二〇〇円

結ばれ

〈詩集〉

村上光彦訳 一二〇〇円

自己と他者

笠原嘉・志賀春彦訳 一四〇〇円

ひき裂かれた自己

阪本志貴・笠原訳 一五〇〇円

狂気と家族

〔共著〕笠原・塚本訳 一六〇〇円

みすず書房

東京都文京区本郷 3-17-15/振替東京 0-195132

▽ 有斐閣新書

心理学入門

心理学に固有のものの見方・考え方を身につけるのに最適な書

野口薫・辻敏一郎他著 480円

親子関係の心理

子どもの人格形成に及ぼす親子関係の諸相を親しみやすく解説する

柏木恵子・松田樫他著 480円

近代政治思想史(1)

——宗教改革と絶対主義期の政治思想——

16世紀初頭から17世紀前半までの西欧政治思想の流れを鮮かに描く

佐々木毅・田中真澄他著 480円

近代日本政治思想史

河原宏・宮本盛太郎他著 580円

御一新期から敗戦までの政治思想の諸相を新しい視点から素描する

東京都千代田区神田神保町 2-17

好評発売中

吉本隆明全著作集(続)10 一八〇〇円

第一回配本 思想論II 情況・情況への発言 独自の
自立思想の展開を示す「情況」論及び「情況への発
言」(一九六九・八〜七八・一、試行連載)を収む。

天皇制と靖国を問う 一三〇〇円

反靖国・反天皇制連続講座実行委員会編 関西のキ
リスト者を中心とする運動の中から生れた講演集。
松浦玲、安宇植、桑原重夫、山中恒、田川建三ら。

歴史と精神 一七〇〇円

橋川文三対談集 鮎川信夫、鶴見俊輔、吉本隆明、
竹内好、杉浦明平……ら最適の対話者十三氏を得て、
思想、文学、歴史、人物を縦横に語る。

東京・文京 後楽2-23 勁草書房 電話 東京 814-6861

小山内宏 著

世界の 軍事情勢

大戦の危機と平和戦略

世界の軍事的状況、戦略体制はかつてない
変革を遂げ、核兵器を超える革命的兵
器の出現は従来の常識を逸脱した恐るべ
き時代へと突入し、「戦争」を変革しよう
としている。本書はこの現状分析を通し
て、いかに平和的に生き残るかを追求し
た、急逝せる小山内氏の全精力を傾注し
ての珠玉の絶筆。 四六判 ● 1200円

社会思想社

東京都文京区本郷1-25・03(813)8101

現代思潮社

死体すりかえ

水本事件の真相

水本事件弁護団著 二二〇〇円

「水本事件」の第一審の決定は奇々怪々な事件の不気味
な謎をさらに大きくふくらめ上がらせた。陰惨にうごめ
く謀略犯罪を追及する全国民必読の書。□増刷出来!!

大蔵 龍介著 わが国での初の労作
マルクス、エンゲルスの国家論 一五〇〇円

東京文京・小日向1-24振東1-72442

ネモ船長と青ひげ

私市保彦 ペローやアンデルセンの童話世界
と、民話や妖精物語の関連を細心緻密に掘り
起こし、『海底二万マイル』から『星の王子さ
ま』まで、フランスを中心に児童文学の系譜
を辿る。新しい論理と世界像の組み立てをめ
ざして、子どもと本の関係を捉え返した、力
感溢れる著者はじめてのエッセイ集。1800円

阿Qのユートピア

〈あるコミュニンの暦〉

新島淳良 毛沢東、魯迅研究で知られる尖锐
な中国研究者が、革命中国の大いなる実験を
日本に生かす道を求めて、ユニークなユート
ピアンの集まり「ヤマガシカイ」にとびこんだ。
本書は、その理想、そこでの生活を綴った、
新版「ユートピア便り」である。 1600円

晶文社

東京都千代田区外神田2-1-12
電話(255)4501

春秋社

文章のすすめ

全2巻

伊藤正雄●前篇「文字の知識」後篇「文章の智慧」

福沢諭吉の「学問のすゝめ」に做った本書は
数ある文章読本中でも最高の指導書である。
現代文の類度を鋭く批判し、明日の文章への
道を明示した好著。前篇1000円／後篇1000円

*大久保忠利三郎作

新訂版・各500円

- ①話しのしかた……上手な話しかた入門
- ②話しかたの第二歩……表現力を高める理論
- ③文章の切れ味……よい文章を書く実践

東京外神田2-18-6 / ☎(03)255-9611

東京神田筑摩書房小川町2

沈黙に抗して

徐龍達 編訳

韓国知識人の発言 困難な状況の中で、
投獄をも恐れず真の民主化を求めて発言
してきた韓国の知識人・政治家達の二十
年間にわたる発言を集め、1971年以後の
「宣言」類を併収した貴重な書。1300円

アフリカの 雇い兵

バーチェット／國本義郎訳

1976年7月、永年の独立闘争の結果、独
立を勝ち取ったアンゴラの首都ルアンダ
の法廷で十三人の英米人雇い兵が裁かれ、
四人が銃殺された。白人のアフリカ支配
の実態を抉る迫真のレポート。1800円

誠信書房

東京都文京区大塚3-20-6

子殺し その精神病理

稲村 博著 親子心中・嬰兒殺・せつかん殺・
子捨てなど広く子殺し全般の問題を、正確な資
料と事例を駆使し、世界的視野に立つあらゆる
角度から、著者特有の緻密さで論じた。1000円

黒川昭登著 反逆と自己実現の論理 もし生徒
が授業中に傘をさしたらどうするか。本書は、
具体的な面接の方法を教え、さらになぜそうす
るのか、理論や心理を説明する。1000円

非行をどのように治すか

現代社会科学叢書

政治と言語

Cミューラー 四六判二七八頁 価九八〇円

辻村明、松村健生訳 6月刊

言語生活が政治的にも重要な意味をもつこと
を、古くはナチス・ドイツの例をひきながら
明らかにし、先進工業社会における政治体制
を言語の領域から実証的に分析、説明する。

脱学校の社会

東、小澤訳 一、イリツチ
八五〇円

青年の異議申し立て

高田 草津訳 Kケニストン
一、八〇〇円

東京創元社 東京都新宿区新小川町

非売品

昭和53年6月1日発行 年4回発行 第19号

発行所 人文会 みすず書房内

〒113 東京都文京区本郷5-32-21

(113-91 東京都文京区 本郷局私書箱89号)