

人文会 ニュース

業務用

出版物における再販制度の本質と展望

横浜商科大学教授・染野 啓子…(1)

出版取次からみた“公取委の再販見直し”

大阪屋取締役相談役・国枝 藤作…(8)

広告代理店からみた“再販問題” ……小野 進…(16)

八重洲ブックセンターの現状と今後の課題

日販・特販第四課々長・大河原守雄…(19)

八重洲ブックセンターに学ぶ ……村越 武…(22)

人文書の販売に意欲的な特約店群〈中京地区・訪問報告〉 ……(25)

各委員会活動報告、販売研究会発足 ……(28)

’79. 5

23

千年王国の追求

¥4000

N・コリン／江河徹訳 中世ヨーロッパの根無し草的な民衆のあいだにあらわれた千年王国幻想を生き生きと描く・中世史の間の部分に光をあてた名著。

意識の進化と神秘主義

科学文明を超えて

¥2600

T・ローザク／志村正雄訳 ヒート、ヒツピー、神秘主義等の運動・思想に、「非合理的なもの」の復権、人間の内的完成への徴候をみる、秀れた文明批評。

心と身体の対話へはバイオフィード

¥2200

B・B・ブラウン／石川中監訳 心と身体、意識と無意識の対話を可能にし、皮膚、筋肉細胞、心臓、脳波を制御して心の深層を探る、新しい科学の誕生！

紀伊國屋書店

東京都新宿区新宿3／電話(354)0131

神々の黄昏

笠井勲著

二〇〇〇円

先駆としての神々、稲垣足穂、滝口修造、澁澤龍彦、そしてニジンスキー、グルジエフ、アルト等々が、結果として子らに放出した混沌の結晶。それを噛みくだくウイ神。親子の時代の終焉を黙認し、聖霊の時代へ旅立つ著者の福音の書。

笠井勲の本

天使論 一八〇〇円

聖霊舞踏 二〇〇〇円

根源の彼方にグラマトロジーについて

上・下

J・デリダ 足立和浩訳

各二〇〇〇円
永く西欧精神を支配してきた人間中心主義的、ロゴス中心主義的な哲学・科学を超える巨大なエクリチュールの学。

現代思潮社

東京都文京区小日向1-24 電話(943)4406

社会思想社

風俗史学の泰斗！ 篠田統著

風俗古今東西

民衆生活ノート

日本の各地はいうに及ばず、朝鮮半島、中国、東南アジアへと足をのばし、人々の生活記録を丹念に採集し、民俗学、歴史学、日本の古典に結ぶ篠田学の集大成。B6判／二四〇〇円

東京都文京区本郷1-25／電話東京813-8101

勁草書房

*武谷三男編著

特権と人権

不確実性を超える論理

現代は果たして不確実性の時代か。階級概念を実体的な個人にまで掘り下げて再構成し、武谷理論の展開「特権と人権の論理」を追究。著者の古典的名著『弁証法の諸問題』以来の野心作！ 一三〇〇円千160

武谷三男著作集 全6巻 各巻一七〇〇円

武谷三男現代論集 全7巻 各巻一六〇〇円

東京都文京区後楽2／振替東京5-175253



法学者からみた再販問題

出版物における再販制度の本質と展望

染野 啓子

(横浜商科大学教授)

— 1 —

えるにいたったという点で、プラスの側面からの効果も否定できないであらう。

昨年一〇月、橋口公正取引委員長の出版物の再販制に関する発言は、長い伝統の独禁法の適用除外によって守られてきたわが国の出版業における再販制に大きな衝撃を与えるにいたっている。著作物は、法定再販許容商品として、或る意味では、誰もが再販制の許容性と正当性を疑っていなかっただけに、この発言は当該業界にとって、まさに晴天の霹靂にひとしいものであったに違いない。この発言は、のちに述べるように、出版物の流通業界における問題がすべて再販制に由来するかのような印象を与えることや、商品としての書籍の本質について十分な考慮を払っていない等、それ自体としては甚だ当を得ていないといえるけれども、同時に出版物の流通に関し重要な問題を提起したこと、ひいては、独禁法上の出版物の位置を再検討する機会を与

公正取引委員会も指摘するように、出版物の流通業界には、再販制も含めて多くの問題が存在している。このような問題は、消費者の利益のためにも、検討され、解決されなければならないことは当然である。ただ、その場合に、どのような視角からの検討がなされるべきかが、出版物に関しては特に重要とならう。

すなわち、取引制限の禁止や公正な競争の確保という独禁法の枠の中でのみ問題を論ずべきなのか、それとも出版物の商品としての特殊性を考慮しつつ、出版物業界における消費者の利益の保護を図るべきなのかという点である。

出版物も商品であるという点では、他の商品と区別されるべきではないかも知れない。しかし、商品であることを通じて情報の伝達手段としての役割を果しているという意味では、単なる財貨である他の商

品と明確に区別されなければならないであろう。したがって、出版物については「良質の商品が安価に提供されること」のみをもって十分となしえないことは明らかである。第一に、何が良質の商品なのかは、通常の意味における商品の質の評価とは全く異なる基準によることになる。

出版物の質に関しては、一般的、客観的基準は存在せず、それぞれの消費者の趣好、主観的要求にもとづく個別的基準が存在するにすぎない。したがって、この分野における自由な品質競争とは、新しい情報ができるだけ制限なしに提供されることを意味し、出版物の内容が特定のものに限定されることこそ、自由な競争の障害となるのである。

第二に、価格競争の面では、情報ができるだけ安い価格で提供されることは、消費者の利益となる性質のものであるが、前述したような出版物の性質上、出版社間での価格競争はほとんど考えられず、もっぱら取次および書店間の競争に限定されるという特殊な性格を有している。⁽¹⁾

このように、出版物を商品としてみた場合であっても、そこにおける競争は通常の商品における競争とは異質のものであり、競争秩序の維持といっても独占禁止法の予定するものを越えた性格のものであることは明らかである。したがって、出版物の再販制度廃止の問題を論ずるにあたっては、その「商品」としての特殊性、さらには国民生活全体における出版物のあり方を無視することはできないであろう。西ドイツにおいて出版物が唯一の再販制度許容商品として残されたのは「文化政策的根拠」*kulturpolitische Gründe* にもとづくとされている

⁽²⁾、その背後には、出版物のこのような役割に対する正当な評価があるということができよう。

注(1) 公正取引委員会による消費者モニターアンケート(昭和五十三年二月公正取引委員会事務局取引部取引課・著作物の再販制度に関する調査報告書)の調査表は、全体として再販制度の廃止がただちに出版物の安売りに結びつくような印象を与え、かなり誘導的なアンケートであると同時に、出版物の特殊性に殆んど考慮を払っていないように思われる。確かに「必要と思う理由」、「不必要と思う理由」のそれぞれに「文化の普及」という言葉を用いた項があるが、前者の「A」項は「都会でも辺地でも同じ価格で買える」ということを条件としており、後者の「A」項は「再販制度は文化の普及とは関係がなく」という極めて断定的な表現をとっている。これらの質問事項は、十分説明があつてはじめて正確な解答を引き出せる性質のものであるのに、アンケートの対象となつた者の理解の程度を問わないとしたら、調査の結果自体に問題を含むことになろう。

(2) Baumbach-Hefemehl, Wettbewerbsrecht, 12. Aufl., 1978, S. 767.

二

出版物における再販制度が、構造的にも、伝統的にも他の商品における再販制度と異なっていることはよく知られているところである。

通常の商品の場合、小売店に価格競争を禁ずる再販制のメリットは、消費者にメーカーごとの商品の差異が一見わかり難く、かついわゆる製品差別化の発達した商品、すなわち「商標品」*Markenwaren*に限られ、そうでなければ他の競争者に顧客を奪われることになるからである。このような商標品は大型小売店の安売り、いわゆる「おとり廉売」の対象とされ、他の小売業者を圧迫することになるため、小売業者の利益保護の手段として再販売価格の維持が必要とされ、またその範囲内で法的にも許容されてきたのである。⁽¹⁾

このように再販制度は、商標品の発展と製品差別化、すなわち消費者者に対し、広告、宣伝等により自社製品を他のメーカーのものと識別させ、特徴づける行為の発達と切り離せないものとして生成し発展してきたのであるが、出版物については、このようなプロセスとは無関係に再販制度が誕生し、確立していったのである。まず、出版物は原則として、いわゆる商標品ではない。雑誌については商標品として扱いうる性格のものもあるが、消費者の選択は専らその内容にもとづきものであり、消費者にとって一見、その内容、品質が明確でない通常の再販商品と全く異なっている。また、出版物については、製品差別化は殆んど行われていない⁽²⁾。したがって、出版物の再販制度は、通常の再販制度の目的と同視しえない、別の目的から発達してきたことになる。

さらに、出版物の再販制度は、歴史的にみても他のいかなる商品よりも早く成立し、発展してきたことに注目しなければならない。ヨーロッパではすでに一九世紀に出版物の再販制が確立したといわれ、一種の自然的必要 *eine Art Naturnotwendigkeit* として、その存続が認められてきたのである。その当時においては、大型書籍小売店が存在したとは考えられず、ましてそのような書店で出版物の安売りが行われたとは想像もできないことであるから、このように古くから確固とした再販制度が成立した理由は、通常の商品とは別のところに求めなければならないことになる。

このような特殊な性格を有する再販制度であるがために、わが国においても、著作物に関しては法定再販商品として、独禁法上他の商品とは異なった取扱いがなされているわけであるとし、また、ヨーロッパ

でも多くの国々において、最近までその維持が認められていたのである⁽⁵⁾。

出版物についての再販制度が、なぜ他の商品と区別される形で発達し、維持されてきたのかは、出版物の本質とかかわる問題であるが、流通面からみれば、再販売価格維持が行われ易く、また安売りの危険の小売店に及ぼす影響が最も大きいという点に求められる。すなわち、出版社が自己の商品であることを容易に識別でき、また出版社ごとに商品が異なるから再販売価格維持を行っても、競争者に顧客を奪われることがないこと、また、安売りの危険があれば、書店は多種類の商品を保持することが困難であるとともに、出版社も多数の書店にその商品を陳列させることができなくなることで、がその理由として挙げられている⁽⁶⁾。

この理由の前提となっているのは、出版社が多数の書店に商品を陳列しなければならないということであり、書店は多種類の商品を陳列しなければならないということである。すなわち、多様性こそ出版物の商品として運命づけられている特質なのであり、この特質の保持が再販制度によって保障されているということができよう。

注(1) 再販制度の目的は、スーパーマケット等における「おとり販売」を防止して商標品の生産者の信用を保持することにあると考えられてきたが、長谷川古・再販売価格制度四七頁以下は、詳細な分析の下に、このような見解が誤りであり、再販制度の本質は小売業者のカルテルに代るもの、あるいはそれを補強するものであることを明らかにする。欧米において再販売価格維持が法的に認められなくなった背景には、ショッピング・センター等の発達により通常の小売業者の圧力が弱まった事情が存在するとみてよいであろう。

(2) もっとも最近では、特定の出版物について集中的に宣伝、広告を行ない、いわゆる「ベスト・セラーを創る」販売方法がとられる場合も見受けられるようになった。

このような方法は、製品差別化に類似するものであるが、一たん製品が差別されるとその後継続して同一商品が消費者の購入動機となる通常の商品と異なり、その出版物だけに限られる点で、永続性を持たないからこれを製品差別化と同視することはできないであろう。

(3) ドイツには、ドイツ書籍商組合による長い闘争の末、一八八七年にはじめて書籍の定価制が確立したとされ (Volker Emmerich, Wettbewerbsrecht (Jus-Schrift-tenehe), 1975, S. 92)。第二次大戦終結後の組合の権利として維持されてきた (Eugen Ulmer, Urheber und Verlagsrecht, 2. Aufl., 1960, S. 344)。また、デューター、スエーデンでは、それよりも早く、書籍の定価制が成立していたといわれる (長谷川・前掲四〇頁)。

(4) Emmerich, a. a. O.

(5) わが国と同様に、第二次大戦後連合軍占領軍によってカルテル解体指令が発せられた西ドイツにおいては、組合の権利にもとづく価格拘束が一切禁止され、その後制定された競争制限禁止法もこれを認めなかったが、占領中においてすでに、出版物と商標品については、再販売価格維持が認められ、それが現在の競争制限禁止法一六条に引きつがれたとされている (Ulmer, a. a. O.)。もともと、商標品についての再販制度は一九七四年に廃止された。

(6) 長谷川・前掲四〇—四一頁。

三

出版物における多様性がその不可避の本質であるとして、それを保障すべき根拠はどこに求められなければならないだろうか。いうまでもなく、言論・出版の自由を保障する憲法の規定にさかのぼることになるが、現在の社会におけるわれわれの生活は、広い意味での情報の収受とその利用を除いては考えることができなくなっている。出版物は、このような情報の担体として商品価値を有しているのであり、商品の種類が少ければ、またそれが販売される範囲が狭ければ、それだけ情報が制限されていることになる。逆にいえば、出版物の種類、伝達範囲の制限されている社会では、言論統制が行われているという

ことを意味する。

したがって、情報の種類、伝達範囲は無制限でなければならず、これが、出版物を他の商品と区別し、独占禁止法の目的を超えた基準にもとづいて規制すべき根拠となるのである。確かに、出版物が安く消費者の手に入ることは、消費者の利益である。しかし、出版物については、そのみが目的となるのではなく、情報の多様性、伝達範囲の広汎さが保障される範囲内においてのみ、右の目的が達成されなければならないのである。それ故に、もし出版物が高価すぎて、消費者が入手することが困難であれば、それは情報の制限として問題とされなければならないであろう。

この意味で、出版社の寡占化は絶対に許されるべきではなく出版業への新規参入はできる限り保障されなければならないし、たとえ零細な出版社であっても、その「商品を生産し販売する」ことが可能な条件が存在していなければならない。したがって、いわゆる不完全市場は、出版業の場合存在してはならない筈であり、もしこのような状態を招く可能性があるとするれば、その原因を除去しなければならないであろう。

他方、出版物は、このような特殊性を有すると同時に「商品」であるという点で、他の商品と共通する性格をも有している。大量生産、大量販売のメリットを活かして、多くの消費者の需要に応ずる商品が生産される。スーパーマーケットで雑誌が販売され、コミックが大量に売れるという傾向は、出版物の商品としての性質を表している。また、集中的な広告によって、需要を作り出すという販売方法も可能である。

このような傾向が、他の商品と同様に出版社の寡占化を促し、大量生産、大量販売の可能な大規模出版社のみを生き残らせる道を拓くとしたら、出版業にとって、まさに自殺行為というはかばかしい。もちろん、消費者の出版物に対する需要は、大量生産による商品にのみ向けられることはないから、現在の制度の下では、このような危険性は少ないといえる。しかし、少しでもこうした可能性を助長するような契機があるとしたら、早期に摘みとらなければならないであろう。

確かに、現在における出版及び出版物の流通過程には、多くの問題が存在している。出版物の委託制度の在り方もそうであるし、また出版社の寡占化は殆んど存在しないにしても、取次店の寡占化の傾向が顕著である。そして、これらの何れも、再販制度と密接な関係を有している。しかし、詳細に検討すれば、これらの問題は、再販制度と結びつき、それによって維持されている制度の問題ではあっても、再販制度を原因として発生した問題ではない。すなわち、委託制度は、出版物の多様性とそれに対する書店のリストの調整方法であるし、取次店の寡占化とその影響は、取引上の優越的地位の濫用に当る場合が多いとしても、再販制のもたらしたものではない。⁽³⁾したがって、これらの問題点から再販制度の是非を論ずることは、あまりにも短絡的といわなければならないであろう。

それ故に、再販制度プロパーの問題点はどこにあるかという点を考察する必要がある。公正取引委員会による昭和五三年度消費者モニターアンケートは、前述したように、不完全かつある意味では不親切な調査表にもとづくものであるが、そこに示された理由は、再販制度が存在しなければ出版物がより安く買える筈であるという考えに集約

されているように思われる。

再販制度を廃止した場合、現実はその商品が値下りするか否かは、予測し難い問題であるが、少くとも再販制度廃止のメリットが商品の価格競争を展開させ、その結果値下りを期待しうる点にあることは明らかである。ただ、この場合、その結果としての出版物の絶対的目的である情報の多様性に及ぼす影響を考慮せずに、単なる値下りのメリットのみを評価することはできない。

値下りの代償として、特定の出版物のみが消費者の入手するところとなれば、情報の制限が行われたと等しい結果になるからである。もちろん、出版物が値下りすれば、それだけ多くの消費者が入手しうることになり、情報の伝達も多量となる。しかし、しばしばいわれるように、この効果も通常の商品と同じ程度に期待できるものではなく、かなり制限的なものである。

出版物は、値下りしたからといって直ちにそれに応じて顧客が増大する性質のものではないからである。むしろ、再販制度の廃止によって、情報の多様性と伝達範囲が制限される結果を生じるのではないかという危惧が生まれてくる。この点は、出版物における再販制度の成立と発展の経過からみても明らかであろう。前述のように、多様な出版物を多数の書店が陳列しうることを保障する手段として再販制度が生まれ、発達してきたからである。⁽⁴⁾

注1) もっとも出版物は、情報として伝達されることを目的として出版されるものであるから、伝達されなければ無意味で、必然的にリーメンパルな価格に落着くことになる。

(2) 今村成和・独占禁止法（新版）六頁。

(3) 長谷川・前掲四九頁は、この点を明確に論証する。すなわち、「再販売価格維持

によつて、生産者が不当な利益をえ、あるいはそれが不当な価格を押しつける手段として用いられる場合もあることは否定できないが、それは再販売価格維持が独占あるいはそれに近い立場にある生産者によつて行なわれる場合であり、それは独占等の結果であつて、再販売価格維持自体がもつ機能ではない。すなわち、再販売価格維持の機能は……卸・小売業者間の競争を制限することだけであり、生産者間の競争を制限し、生産者に対し独占的地位を与へるいかなる機能をもつものではない。」ここに述べられている生産者を、取次店に置きかえれば、出版物の再販制度との関係が明らかとなるであらう。

(4) Baunbach-Hefemei¹⁾ も「価格拘束がなければ、書籍市場における供給の拡大は保障されないであらう」と述べている (p. 40)。

四

現在の時点では、出版物の再販制度を廃止した場合の効果を予測することはかなり困難である。しかし、前述したように、再販制度の機能が小売店のカルテルに近い性質をもつものである以上、その廃止によつて大規模小売店の優位、小規模小売店の淘汰を結果するであらうことは、ある程度予測できる。すなわち、自由な価格競争が行われれば、必然的に事業力に優位な事業者の少数のものが生き残り、他は消滅することになるからである。このことは、情報の伝達範囲の縮小を意味する。

再販制度の機能は、理論的には生産者出版社には無関係である筈であるが、出版という特殊な性質の事業については、その廃止は何らかの影響なしには済まないであらう。前述のように、出版業は新規参入が比較的容易な、かつそれが行われなければならない分野である。通常の商品のように、生産者間の競争が完全競争ではありえない。つまり相互の競争に耐えられる事業力を有する生産者のみによつて生産さ

れるものと異なり、大規模の出版社と同時に零細な出版社も同時に存在している分野であるから、書店が安価かつ大量販売の可能なものを陳列し販売する傾向が生ずれば、安売りのできない、少数数の出版物が排除されることは想像に難くない。

出版物の再販制度の廃止された国で、特定の市場をもたない零細出版社が存続できるかは疑わしいところである。したがつて、大きな資本力を有しない零細出版社は淘汰され、また新規参入も困難となるといえよう。書店数の減少はこの傾向に一そう拍車をかけることになると思われる。この点からみれば情報の種類の減少を来す可能性があることは明らかである。

さらに、大規模・中規模の出版社については、その存続が再販制度の存在如何にかかわるものではないが、出版物の内容に影響が及ぶものと考えられる。学術書・専門書のように、市場が特定している場合を別として、大量販売可能の魅力が存在する限り、少数数の出版物は問題とされなくなり、種類の減少は免れないことになる。

以上はあくまでも推測であるが、再販制度の廃止によつて競争原理が導入される限り、情報の提供源である出版社の側にも、その最終的伝達者である書店の側にも、競争からの脱落が生ずることは当然である。その結果、情報の無限の多様性と伝達範囲の拡大はもはや保障されなくなり、出版物について達成しなければならない目的がそこなわれる危険性が存在しているのである。

出版物に関する消費者の利益は、商品が安く手に入ることとともに、多様な情報の中から自己の求めるものを選択しうることにあるといえる。そして、出版物については、後者の利益が第一義

的に保護されなければならず、消費者の利益保護という独占禁止法の目的も、そのような意味で解釈されなければならない。また再販制度の廃止の是非も、このような観点から論じられなければならないであろう。

もし、制度廃止の結果が前述のような状態として、少なくともそのような状態を生む可能性のあるものとして予測できるならば、出版物の再販制度は、当分の間存続を認めるべきであるということになる。

通常ならば消費者の利益に帰結する競争原理の導入が、出版物に関しては直接これと結びつかず、かえってそれを損う可能性があるということは、一見パラドックスのように思われるが、出版物の本質からみた場合、当然の結論なのである。むしろ、取次店の寡占化とその優越的地位の濫用が零細出版社への圧迫という形で表れるとしたら、情報のも様性の保障に対する障害として、その問題の解決こそが先行すべきであろう。要するに、通常の商品と同様に大量に安価に販売される出版物のみが市場を支配することになれば、もはや再販制度の廃止による消費者の利益は論ずるに足りない状態にいたるのである。

(注) 出版物の再販制度を廃止したスウェーデンにおいて、書店の数が激減したことはよく知られている。松代洋一「再販制撤廃で失敗したスウェーデン」出版ニュース一九七八年一月上旬号七頁参照。

(3) 「新文化」一三六号(昭和五四年一月一日)一頁では、この点が強く断えられているが、ここでは委託制度との間に疑問があるように思われる。
(3) 西ドイツにおいては、すでに一九六三年に出版物の価格拘束性の撤廃が計画されたといわれる。また、一九七三年議會で商標品に対する価格拘束の禁止が可決された際、出版物についても同様の法案が提出されたが、書店における定価制は「文化政策的観点から認められるべきである」という理由で否決されたことになった。Erdelyi, a. a. O. いちはやく商標品の再販制度を廃止した西ドイツが独占禁止法の拘束を超えた理由づけによって出版物の再販制度を存続させたことは注目し得る。

〔参考〕

私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和二二・四・一四法五四、最近の改正昭和五二・法六三)

第二四条の二(再販売価格維持契約) ①この法律の規定は、公正取引委員会の指定する商品であつて、その品質が一樣である

ことを容易に識別することができるものを生産し、又は販売する事業者が、当該商品の販売の相手方たる事業者とその商品の再販売価格(その相手方たる事業者又はその相手方たる事業者の販売する当該商品を買受けて販売する事業者がその商品を生産する価格をいう。以下同じ)を決定し、これを維持するためにする正当な行為については、これを適用しない。但し、当該行為が一般消費者の利益を不当に害することとなる場合及びその商品を販売する事業者がする行為にあつてはその商品を生産する事業者の意に反してする場合、この限りでない。

② 公正取引委員会は、左の各号に該当する場合でなければ、前項の規定による指定をしてはならない。

一 当該商品が一般消費者により日常使用されるものであること。

二 当該商品について自由な競争が行われていること。

③ 第一項の規定による指定は、告示によってこれを行う。

④ 著作物を発行する事業者又はその発行する物を販売する事業者が、その物の販売の相手方たる事業者とその物の再販売価格を決定し、これを維持するためにする正当な行為についても、第一項と同様とする。



出版取次からみた

“公取委の再販見直し”

国 枝 藤 作

(大阪屋・取締役相談役)

● 去らぬ疑心と不安感

季節はずれの突風のように、一陣の強風が最近の出版界を席捲した。その風は得体の知れぬ悪臭と無気味な圧迫力を伴って出版業界を襲ったので、業界では騒然となった。これはきわめて当然の反応だったと思う。なにしろ、政府の行政機関であり、△独占禁止法△の大目付役として、司法機関でもあるような△公正取引委員会△がその風元だったからである。

去る一〇月一日、公正取引委員会（以下公取委と略す）の橋口収委員長が定例記者会見の席で、出版物と出版界の流通問題につい

て発言したことがその直接の発端である。発言内容は直ちに五大新聞をはじめ地方有力紙に至るまで、一面ないし三面トップ記事として大々的に報道された。その詳細な記述は避けるが、要点は、出版物（この場合、新聞と雑誌は除外する、とある）とレコードの△再販売価格維持契約の制度△（以下、再販制と略す）の廃止を示唆したものであった。再販制とは、一種の定価販売制のことで（再販売価格とは、生産者からみれば卸売価格と小売価格、また卸売業者からみれば小売価格がそれに当たる。出版物の場合は、出版社が定めた定価が一貫して維持される）、出版物（著作物）の場合は、伝統的に定価維持制度を実施

している。それが消費者（読者）にとって馴染深いものであり、実際に利益でもあるという特殊性が公認されて、これまで著作物については再販維持契約をしても、その旨を公取委に届出る必要はない（法定再販）とされていた。勿論、「この恩典を悪用して、再販維持のために必要な限度を超えるようなことがあってはならない」（公取委経済部監修「再販売価格維持契約の手引」企業経営協会刊）わけだが、橋口発言は、この「必要な限度を超えて悪用されているかの如く、現行の定価販売制をそしり、われわれ業界人にその見直しを迫っているように受け取られた。

もともと定価販売制は、自由競争をタマ

エとする経済行為に一定の枠をはめるわけだから、見ようによっては窮屈な商慣行である。

とはいっても自由競争原理を至上不動の経済律とする観点からのみ、出版物（著作物）のような文化財商品の価格形成と販売行為を規制しようとする発想法にはにわかにくみしえないものがある。話の順序として、公取委側の見解と、私が知る限りでの枠内で所感をまず述べておくことにする。

橋口委員長談話なるものが、新聞報道通りのものであるかどうか、私自身が記者会見の席にいたわけではないので確認はできないが、三年前にも公取委から「鳥居発言」なるものがあって、その頃から出版物の再販廃止論が日程にのぼっていたことは確かであるから、今回の新聞報道の内容は、単なる作りごとではなからう。業界では、いろいろの筋を通して事の真偽を確かめようとしたが、すればするほど公取委側のガードは固く、あの時、事務当局で作った発表メモには「報道」のようなことは書いていないとか、委員長は他のことを多く語り、出版物のことに関してはほんの一、二分喋っただけで「新聞報道」

のようなことはいつていない、とか、メモを見せて貰いたいといえ、メモは見せられない、という。業界代表が会見したのは委員長の人であるが、その人は記者会見に出席していなかったとかで、核心にふれた話合いは出なかったという。いたずらに委員長を飛ばす姿勢と揚げ足をとられまいとする用心深い発言だけが目立った。——これが私の偽らざる印象であり、いつもながらの官僚式防衛本能とその見事な話しさばきぶりに感心もし、かつ啞然とした。それだけにまた、疑心暗鬼の念は消えず、ある種の不安感が去らないのである。

そこで私は、新聞報道に示された公取委側の内容（橋口委員長談）を前提として、それに対する「取次販売側の一員」としての見解を述べることにする。

まず、公取委の橋口委員長は、書籍の流通販売問題について（出版物一般でなく、書籍だけに限定しているようだ）「定価販売にこだわるあまり、不合理な取引現象が生じている」として、再販維持制度の廃止方向を打ち出すとともに、取引実態を究明するために、出版界に対する本格的調査を急ぐ方針を明ら

かにした、という。出版物の再販制度は「独占禁止法」が改正になったとき、年来の商慣行が法的に是認されて、そうだったものであり、同法第二四条第二項による「法定再販」として今日に至っている。化粧品とか薬品などが公取委で認可する「指定再販」商品であるのとはちがって、国会で法改正を行わなければ公取委の一存で勝手に廃止するわけにはいかぬ性質のものである。したがって書籍の「法定再販」すなわち定価販売制の基調が直ちに否定されることにはならないであろうが、公取委側のこういう考え方、姿勢には無視できないものがある。

たしかに三年前にも似たような指弾があった。あれから三年も経っているのに、今さらの如く本格的な実態調査を急ぐ方針だ、とは聞いてあきれるぐらいだ。通産省あたりでは、すでに何度かこの種の調査をやっている筈だ。お役所仕事というものはえてしてこういうものかもしれない、と私はあきらめていたが、あきらめきれないのは、いまさらの如く再販問題を持ち出して「不合理な取引現象」をあげつらい、行政指導を行わんとする意図の裏にはどんな魂胆が隠されているの

か、なぜ今どき（円高不況だの、有事立法だの、元号法制化だのと騒がれている時）こんな観測氣球をあげねばならないのか、ということだ。

● 決済の仕方と不適正な流通

「不合理な取引現象」として公取委側が指摘した問題点は、要約すると、

- (1) 二大取次店が書籍流通の約七割を占め、流通寡占の体制になっている。
- (2) 定価販売に固執するあまり、売れ残り品や返品率がふえている。

(3) 取次店と出版社との決済の仕方が複雑で、これが書籍の流通をゆがめているフシがある。

との三点にかかっているようだ。

(1) については、出版物の流通機構として、出版社→取次店→小売店のルートによって大半の出版物が供給される仕組みが歴史的に形成されている実情をみて、俗にいうこの「正常ルート」√（このほかに版元直売ルートもあれば通信販売ルート、月販ルート、弘済会ルート、学生協ルートなどがある）の中にあることは、流通のかなめである取次業界に寡占体

制が出来つつあることは事実である。が、再販制の是非とは直接関係ない問題である。寡占体制が果たして書籍の流通をゆがめ、読者に不利益を及ぼしているかどうかが問題になるところである（あとで所見を述べる）。

(2) についても、あとでふれる通り、業界にも読者にもなじんでいる定価販売制が、果たして「法定再販」√として不合理なものであるか、どうかを論議することは一向にかまわぬが、定価販売に固執するから売残り品や返品率がふえる、という所論は認識不足であり、事実誤認にもとづく理解不足と称して然るべきものと思う。早い話が、書籍は安ければ何んでも売れるという性質のものではなく、また、割引をすれば返品がなくなるといった性質のものでもない。中にはそういう場合もありうるが、一般論としては成り立たない。返品率がふえるのは、基本的には需要と供給のアンバランスに起因するが、一点一点が別個の機能と性質をもった書籍の場合は、その商品特性によって作り方も売り方も異なり、買われる方もまた変わってくるのであるから、定価販売制だからといって売れ残ったり、返品がふえるというのは正鵠を射た立論

ではなく、むしろ筋ちがいの話である。

定価が高いとか安いとかいうことも、ここでは別問題である。書籍の定価販売制という「再販制度」√が取引を不合理なものとし、結果として消費者（読者）の利益擁護となるかならないか、そこが基本的な問題点であるから、公取委側は堂々と具体的に（再販）不可論を展開すべきであったと思う。

出版業界では、この問題が起きるや早速に「出版物公正取引協議会」√（座長は日本書籍協会の下中理事長）を開催して、入見解・解説√の文書をまとめ、「出版業界が再販制度を必要とする理由ならびに再販制度を廃止した場合における弊害」に詳しく述べているので、ここでは重複をさけるが、私の見解も基本線は同じである。

(3) の「取次店と出版社との決済の仕方が複雑で」あること、これもたしかにその通りといっているが、複雑になるのは何よりも書籍のもつ商品特性に基因する。一点一点が独立した独自の顔を持った商品であり、それが何百何千という出版社から生産され、何千何万という書店に送られ、何千何万といった読者を対象に販売される。定価も正味段階も部数

も販売対象もそれぞれがう商品を、出版社との取引規模、性格、信用状態などを勘案しながら取り仕切るのだから、決済の仕方もおのずと複雑にならざるをえない。それは取次店にとっても決して歓迎すべきことではないが、多品種少量生産物の取扱いい方としては、合理化するにも限界があり、宿命的なしがらみとなっている。取次店としては勿論、可能な限りの合理化をすすめているが、何分取引きは流動的であつて、双方いづれもが満足するような解決に至らないのが常である。そこで自然に双方が歩みより、商慣習として定着するようになったのが現行の決済方法である。したがって現行のそれが、いつまでも不變のものだというわけではない。

公取委側の指摘する問題点は、この決済の仕方の複雑さが「書籍の流通をゆがめているフシがある」というところにあるが、手取り早くいえば、支払い問題がからんで本来流れていくべきところにその本が流れていくかない、あるいは不適正な流通をきたしているのではないか、という危惧の念の表明であらうと思う。それは一面真実であるが一面正しくはない。どんな商売でも支払いが成りたたぬとこ

ろに商品が流れる筈がないのは自明のこと、金払いの悪い書店には、それなりに欲するだけの商品が送られないということはある。しかし、出版社に対する決済の仕方が複雑だから、書籍の流通も不適正になり、不当になるということはありえない。すくなくとも取次店というものは、常に適正に仕入れ、適正送本を心がけ、確実に普及を図ることを使命とするものだからである。

とはいえ、書籍の流通問題にあれこれとふみこんで、公取委側が△再販制▽の見直しを提起したことについては、業界側でも反省し、再検討すべき問題点がないではない。とくに返品問題については、いくら論議しても足りないくらいで、いざ実践となると決まって空回りしてしまう通弊が残っているので、大いに自粛自戒が必要であると思う。

● “再販見直し”の要因に：

なぜ、公取委が出版物（著作物）の△再販▽見直し論を提起したか？ 書籍に限定してのカッコ付の問題意識とはいへ、その要因について、私は次の三つのことを考えてみた。

その一つは、巷間△ブック戦争▽と呼ばれ

た日本小売書店組合連合会（略称・日書連）による正味引下げ運動に端を発しているのではないかと思う。日書連は多年の宿願である正味の引下げ運動（書店側では適正利潤獲得運動と称した）を全国組織を結集して統一行動をおこし、正味引下げを出版社、ならびに取次に要求し、入れられぬ場合は不払い、送品辞退も辞せずとの強硬なスト態勢を組んで圧力を加えた。その結果出版社の多くは正味の引下げを応諾した。さらに日書連は取次店からも荷造費等の諸掛りの撤廃をもちとることになった。完全実施にはいろいろと曲折はあったが、とにかく団体行動による圧力は奏功したのである。

これによって一般書店のマージンは定価に対して雑誌は約二三％、書籍は約二〇％の荒利益となり、このほかに取次側から吐き出す取引高による入金歩戻しや、その他の版元報償などを加えると二五％、二六％にもなる書店が統出した。その上、運賃、荷造費は負担せずすむことになったし、商品の仕入は注文品以外はほとんどが委託制であるから（ただし返品に要する取次店までの費用は書店負担）万引以外の危険負担はきわめて少なくて

すむ有利な経営条件になったと思われる。

それまでの書店経営は確かに楽でないものだった。小売店の売買差益が二〇％以下の業種なんてのはほとんどなかったのに、それ以下で永年我慢してきたのだから酬いられて然るべきである。それでもなお、欧米の書店にくらべたら少ない。

一方ブック戦争以来、出版社の負担増は、きびしいものとなった。直接に正味を引き下げた分はいろいろと工夫合理化をこらしていても、その一部は定価に上乗せせざるをえない。その分だけはどうしても読者に負担転嫁となる。それは消費者の利益を阻害することになる。——こうした観点から公取委では、日書連の団体行動を一種のカルテル行為とみなし、内心ではにがにがしく思い、機会があったら制裁的警告を発しようと考えていたのではなからうか、と推察する。たまたま「最近、本の流通問題がやかましくなり、返品品の増加や欲しい本が手に入らぬといった読者の不満の声」に藉口し、定価販売問題を狙うに乗せて日書連による組織的統一行動力を八再販制√の悪用として間接的に糾弾しようとしたのではあるまいか？

「間接的」というのは、合法的団体である日書連を直接的に非難するわけにはゆかぬから、日書連と結んで定価販売制を強行し、市場を独占しつつある大取次店の寡占化体制をまづ問題にし、このような八流通寡占√が再販制を歪めているとみなし、メスを取次販売制度に入れることから始めようとしているかに思われる。現行販売制度を根底からゆり動かそうとする意図がうかがえて無気味である。

●単なる「物」でない書籍の値段

ここで定価の問題にちょっとふれておきたい。諸種の事情により、出版物もまた値上りを余儀なくされていることは事実だが、それでも他の商品にくらべたら驚くほど格安であることをを一般の人はよく知らない。特に書籍の値上り率は低いのである。

試みに昭和一三年を基準にして、現在の書籍定価と比較してみることにする。この年は国家総動員法が公布になった年で、戦争準備のため諸物資統制の影響を受け、前年末、書籍等の定価も急激に値上りし、戦前の最高を記録した年である。その後間もなく出版統制が始まり、価格も統制されて勝手な値上げは

許されなくなった。そこで、この年をとみなして指数計算をしてみると、書籍は平均して凡そ一〇〇／＼二〇〇倍に当たる（精細なデータではないが）。当時一円五〇銭から二円もする本は立派な本であったが、現在ではこの程度の本なら一、〇〇〇円から二、〇〇〇円くらいで買えるであらう。文庫本の典型である八岩波文庫√は、そのころ星一つが二〇銭であった。それが今では一〇〇円となったが、五〇〇倍の値上りでしかない。それでも文庫本の中で八岩波√が一番高いといわれているのだから酷な話である。当時、朝日、毎日両新聞は月ぎめ一円二〇銭、現在二、〇〇〇円であるから一、六六〇倍の値上り率である。雑誌の輸送に要する国鉄の特運料金は一キロ当たり八厘であったものが現在では一七円、約二、一二五倍である。ハガキ一錢五厘が今では二〇円で約一、三三三倍となっている。これら公共料金の値上り率よりも書籍のそれははるかに低いのである。

比較的値上りしている雑誌の場合は、婦人誌が当時は五〇銭、現在六二〇円で一、二四〇倍となった。週刊誌（当時は朝日とサンデー毎日だけ）は一五銭だったものが今では一

八〇円で約一、二〇〇倍になっている。これでもまだ新聞等よりは低率なのである。

ここに一つの問題点がある。倍率の高い新聞や雑誌は批判の対象とならず、安い等の書籍だけが非難されねばならぬとは、どういうことなのか——察するに、印刷された「物」としての一冊の雑誌（あるいは新聞）と一冊の書籍を比較してみた場合、その量目感の相違の大きいことや需要度の差などのことから雑誌のほうが商品としての価値は大きく、その割に値段は安い、と公取委側では判定しているのではないかと思われる。たしかに単なる「物」としての尺度をもつてすれば、一冊の単行本はヴォリュームのある一冊の雑誌には及ばないかもしれない。しかし出版物の価値判断は本来その内容によってすべきものだ。書かれた内容の文化性が問題なのである。質のよい豊かな文化性をもっている内容の本が価値高いのであり、それがどの程度の需要度をもつかによって定価のつけ方も左右される。さらに商品価値を高めるために装幀に工夫をこらし、工芸品としての価値も付与される。こうして市場に送り出される文化財が書籍一般の姿であって、単なる「物」でな

い。この点を考えていたただけ、単に「物」としての値段の面からだけ書籍の流通問題を問題にすることは当を得た話ではない。

そこで二番目にいたいことは、書籍の商品特性（この点が一番大事な点だが）について公取委側にいくら訴えても通じないなら、業界側でも説得方法を変える必要がある。たとえば平素から文部省、文化庁ないし通産省などに対しても出版界の特殊事情や出版物のもつ商品特性についての理解を訴え、われわれ業者のやり方が出版文化の普及と向上のためにとどのように役立っているか、正しく認識してもらうことだと思ふ。その方面の支持と協力を得れば、公取委側の考え方も変わってくるにちがいない。すくなくとも〇法定再販〇である出版物販売の特殊性について、曲解や誤解を絶つことはできるだろう。

●〇特価本ルート〇と再販制

われわれ取次業者は、定価販売の必要性を骨身にしみて感じとっている。これがなくなったら業界の秩序は乱れ、ひいては読者に迷惑を及ぼし、結果的に決して読者の利益とはならないのである。このことは歴史的に明ら

かに証明されていることであつて、それなればこそ、かつての政府はこの仕組みを〇法定再販〇として追認したのであつた。

もしも定価販売制がくずれば、本は安くなるどころか、高くつく可能性のほうが強く読者にとっても不便なものとなるだろう。ことに北海道、沖縄、九州等の遠隔地の読者は、運賃、荷造費等の負担を余儀なくされるだろう（実際に戦後の一時期、地方一割増販売とか地方売価の設定が行われた）し、ほとんどの書籍雑誌は注文してからでないと入手は困難となる。新刊雑誌の場合は東京より一、二週間はおくれる。総じて出版物の偏在（発行地周辺に片寄る）が起き、需要度の高い本は値上り一方となるだろう。

そうならないようにわれわれ業者は、良心的で文化性のある出版物を全国どこで買っても同じ価格で、しかも同時発売という世界にその類をみないすぐれた機構を維持発展せようと努めてきているのである。こういうところこそ教育の平等、機会均等の立場からみても大変好ましい、文化的使命遂行のあらわれであると自負している。

三番目には公取委側のいう「定価販売に固

執」しないあかしとして、定価販売ルートと対立、もしくは別個に機能する「特価本ルート」の問題とこれに関連する「法定再販制」の正しい認識についてである。

戦後、出版社・取次店・小売書店三者の復活形態をみると、新刊書販売のほとんどは定価販売制で、その大半は「正常販売ルート」によって流通している。古書は古書業者のルートが別にあるから除外するとして、戦前にあって戦後に復活していない出版・販売ルートに「特価本ルート」がある。ほんのわずかの業者は存在しているが組織だった形で市場を形成してはいない。現在の特価本といえば、倒産した出版社の在庫品ダンピングがほとんどで、最初から特価本市場を目当てに計画的に出版されたものではない。そこが本来の特価本とちがうところである。

戦前といっても大正の末期から昭和の初頭にかけての話だが、その頃の小売書店の大半は古本屋と特価本屋であった。定価販売を主とする新刊、雑誌販売店は目貫き通りにぼつぼつとある程度だった。詳しい資料が手許にないので正確にはいえないが、神田神保町の書店街を例にとると、五〇数店あった書店の

うち、新刊、雑誌の定価販売店は三省堂、富山房、東京堂小売部、高岡本店・分店、広文館、稲垣、稲葉、尚文堂、岩波、有斐閣の小売部ぐらいで、巖松堂はじめその他は古本業者か特価本屋であった。私の郷里の岐阜県でも大垣市では、岡安書店が唯一、二店は新刊本屋だったが不破書店などは古本屋であった。岐阜市では勉強堂、浅野・郁文堂、金港堂など五、六店のほかは全部古本と特価本の兼業店だったと記憶している。

当時は、メーカーである出版社は、初めから定価販売を主として製作するところと、ディスプレイ・セルを意図し、かなり高い定価づけをしておいて書店には自由価格で売れるように本作りをしている出版社とに分かれていた。前者は卸し正味が高く、後者は安かった（一般に赤本と称されるものに低率正味のものが多く）。小売書店にとってはそれだけ利幅が大きかったわけである。例えば、中山久四郎先生著「新辞典」定価一円八〇銭のものが、東京での卸し値は三九銭ぐらい、小売値は八〇銭から一円位で買えたものである。読者としては安く買って得をしたような気持ちになるかもしれないが、果たして真実

得をしたかどうか、それは一概にはきめつけられないが、そういう特価本向きの読者層（市場）があったことだけは確かである。

●昭和二八年以前に戻る？

このほかに、通信販売を主とする出版社があり、通信販売業者はほとんど定価の二割引位で堂々と広告をして販売していた。これら特価本出版社および通信販売出版社は、東京の出版社中二割位を占めていたように思う。こういう出版風土も戦争中になるとガラリと様相が一変する。すべては国策遂行の名のもとに軍、官の統制下におかれ、これらの出版社に対しては紙の配給が止められ、企業整備が行われて実質的に壊滅してしまった。戦後もこれらの出版社に対しては紙の配給割当がなかったため、すべて定価販売の出版社として再発足した。闇紙で作った本でも割引きせず、定価で飛ぶように売れた時代だから、特価本制度が定着せず、また、そのニーズがなかったからである。

やがて統制がとけ、占領から解放されて物資の出回りも多くなり、名実とも出版自由時代に突入した。出版物も出せば売れるという

時代は過ぎて、返品は多くなり、倒産出版社が続出し、出版界における競争は激しくなった。こうなると「特価本ルート」が成長発展してきてもよさそうなものだったが、現実にはそうならなかった。おそらく戦前の読書風土状況と異なり、一般の知的教育的水準があり、安いからといって飛びつくような読者が少なくなったことと共に、定価販売制の信用が牢固として根をおろしたからであろう。

そうこうしているうちに「独禁法」の改正が行われた（昭和二十八年）。そのときから出版物は独禁法第二四条の第二項で、再販維持契約の除外例として認められることになったのである。このことは、定価販売をした人はいしてもよろしい、ということであって強制しているわけではない。われわれの先人が血と汗で築きあげた定価販売制のメリットを評価し、その実態を法律が追認したにすぎない。いわゆる「法定再販」である。この「法定再販」は、メーカー即ち出版社の意志に基づくもの、とされている。この「意志に基づく」ことを正しく認識していない人が出版業者の中には少なくないように見える（とくに戦後派出版社に）。出版物（著作物）はなにがな

んでも定価で売らねばならぬと思ひこんでいるのではないかと思われるフシがある——法律は定価販売を強制しているのではない。定価販売をしたい人は再販契約を結んで行いなさい、といっているにすぎない。しかし再販契約をした人が、もし割引行為をすればそれは再販違反ですよといっているのである。

だから最初から割引販売することをねらって出版する人は、「再販契約」を結ばなければよいわけである。また、再販契約をした出版物でもディスカウントして売りたいならばそれもメーカーの自由である。ただしこの場合は、流通上の混乱をさけるために一定の期間をおき、旧商品を回収し、新しい奥付を貼るなり特価表示を明記するなどして、関係者に迷惑と不利益を与えぬ配慮が望まれる。

以上のような認識に徹するならば、阿漕な再販制否定論はその論拠を失うと思うのだが、取引上の不合理な諸問題をなにもかも再販制のせいには仕立てあげようとする公取委側の見解には、はなはだ解せないものがある。われわれ取次業者の立場からみて、「法定再販制」は賢明な措置だったと受けとめていい。しかし当局が出版業界の誠実な声に耳を

かさないならば、われわれは昭和二十八年以前の形に戻らざるを得ない。「法定再販」がなくとも、われわれは定価販売制を秩序正しく運営し、読者に不利益を与えることなしに立派にやってきた。ただし廃止するなら一定の準備期間を置いてもらいたい、少なくとも五年以上、一〇年間の予告期間を設けて実施すべきであると思う。

●くり返したくない出版言論統制

「朝日ジャーナル」11/10号に公取の川井克彦（たけひこ）取引課長がインタビューに応じて次のように言明している。——「われわれが流通問題のうち、とくに「再販制」に焦点をしばっているかのような印象をもたれたようだが、それはこちらの考え方と食い違っている。……では具体的になにを問題にしているのか？　たとえば、取次段階における「流通算占」——この部分が巨大化し、それに力が集中してくるとすれば、それが流通問題をいろいろ複雑にしているのではないか、という関心の持ち方をしてい」る」のであって、まだ「問題意識を固めている段階にすぎない」というのだ。そういうながらも「たしかに公取の基本姿勢

力を背景に定価販売という再販制を押しすすめ、公正な取引をゆがめているかの如く問題化するのには、何かためにするいいがかりか、定価販売制に対する無理解か、事実誤認といわざるを得ない。そこで同誌上で東販の関根書籍部長も「流通の実態を正しく見てほしい」と釘をさしているわけである。

ただ惧れるのは、過度の行政指導や法的措置によって、あの「いつか来た道」国家権力による出版言論統制のにがい経験を再びくり返したくないということである。

〔注〕この論文は、78年12月発売「総合ジャーナリズム研究」冬季号に掲載され、注目された力作です。国枝氏および発行元・東京社のご協力をえて、ここに再収録させていただきます。編集後記参照。

広告代理店からみた

出版物の広告と再販問題

小野 進

(アド総合企画)

としては、再販は好ましくないというのが大きな方向だが、昭和二八年に法定再販が導入された書籍の場合、他の商品とは違って、いままなお販を認めねばならない必要性や必然性があるのかないのか、あらためていまの段階で、そのあたりをもう一回議論してみましよう、というのがわれわれ公取委の真意である」と、だから業界側の言い分もよく聞いてくれ、と、われわれはいつているのだが……。

ところが先方では「かりに取次をはずして三千の版元と数万の書店との間だけで、うちの本をいくらで売ってほしいと、両者の話し合いで値段が決まるといふような、そうした再販制ならば決して問題にはならなかったと思う。むしろ、途中の取次が寡占になっており、そこが力を背景に再販を進めていくことから、問題が出てきたのではないかと思う」と問題点をそらしてしまふ。これではまるで取次が悪の根源であるといわんばかりの難くせである。もともと八法定再販¹は、さきにも述べたように取次が求めてそうになったものではない。定価販売をしようがしまいが、それは取次段階で決めることではなく、版元の自由意志に基づくものであるから、取次が

「小売店に定価を守らせる再販価格維持制度を全廃する方向で検討を始めた」という公取委橋口委員長発言を契機に、出版業界、取次、書店業界は騒然たる状況を呈してきた。

公取委は書籍の流通実態をまるで認識していない。出版物は一般消費財とは異なり、きわめて代替性の乏しい、しかもその商品選択は消費者（読者）の趣味、教養、思想等のいわば主観的判断にゆだねられているという特殊な性格をもっている。そしてその生産者

（版元）は、ほとんどがそれぞれ個性を主張する零細企業からなりたち、商品流通についても、商品の性格に合った流通形態を期待するもので、必ずしも一様である必要はない。

こうした議論が沸騰するとともに、公取委の真意を質すという形をとりながらも、実は公取委の認識を改めさせようという意図がより強く働いて、出版関連業界は活発な活動を展開しはじめるのである。

即ち、関連四団体がそろって公取委に実状

を訴えに出向く。また橋口委員長、川井課長らを招き、講演会、懇談会、説明会等が梓会や書協、NRの会などで相次いで催され、日書連は総決起集会を開催することになる。

一方、公取委も傘下の消費者モニターを対象にした「著作物の再販制度に関する調査」をはじめ、本年二月には「書籍及び雑誌の取引実態調査」を任意に抽出した出版社、取次、書店に発送し、調査への協力を依頼するなど活発な裏づけ資料の構築に精力的に取り組んでいる。

出版物の再販制度をめぐる問題は、かくてこの半年余の間に過熱化の度を加えているかにみえるが、反面、業界の内部には微妙な変化が起こりはじめてもいるらしい。

そのひとつは、単なる売らんがための商品として作られた出版物と文化性を強調する出版物との分解が、再販制度の趣旨のうえから必要だという主張と、そうした考え方こそが「文化の差別化」であり、言論統制に結びつく危険性をもっている。問題は流通上の不正さにこそあるのであって、公取委も大・中版元もグルになって零細版元の斬り捨てを図っているという主張とである。

また幾度かの公取委との接渉のなかで、公取委の意図が予想外に固いことを知り、業界内部の矛盾にもこれを機に改革が必要だと感じはじめた版元も多く、最悪の事態への対応を模索しはじめている向きも多いという。

こうした版元と密接に結びつき、商品の宣伝・広告という業務の一部を担う広告代理店の立場から、この再販問題をみつめ、どう対応するかを考えてみると、きわめてむづかしい多くの問題に逢着する。

その第一は、書籍という商品は、単品ごとに個性的にその存在を主張する、代替性の乏しい性格を本質的にもっているということ。

第二は、商品を選択する読者の側の選択規準が、その趣味、思考、思想、教養、流行などきわめて個性的な主観に依拠しているということ。そして単に商品の価格が購入の直接的動機に結びつくのではなく、著作者、発行版元への信頼感や連帯感覚、同世代感、趣味性などが、購入に際してのより重要なファクターをなす場合が少なくないということ。

第三には、三〇〇〇社ともいわれる版元から多様な形で、年間二五〇〇〇点もの新刊書が市場に参入し、年間九億万冊にも及ぶ書籍

が市場に流通し、実売上額は五五〇〇億円、雑誌等を含め一兆円を越える実売上げを、全国二万店ともいわれる書店を通して、全国の読者から回収しているということである。

つまり、書籍はそのもつ個性的な存在主張を通して、全国に潜在的に存在するであろう読者にその存在を知ってもらい、読者の購買衝動を喚起し、購われるのである。

そこで書籍は、存在の情報が選択の必要な条件となり、広告が潜在読者に情報源として大きな役割を担うことになるのである。

昨年七月、朝日新聞が発表した「第3回・広告に関するアンケート調査・結果報告書」によると、出版社の広告媒体配分比では、新聞が六八・四%を占め、DM九・九%、雑誌八・八%、業界紙・車内吊等八・八%の順である。新聞への集中度の高い理由としては、①活字文化を同じ活字（新聞・雑誌）で生かす伝統性、②出版物はそれぞれが新製品で、比較的短期のライフ・サイクルをもち、内容を的確に告知する必要があるからだという。同じ朝日新聞社が本年一月に発行した「戦後の新聞広告―きのう・きょう・あす」によると、「出版活動の基本的なあり方が、新し

い思潮を求めようとする新聞読者との深いかわりをつくり” “三段ハッ割という一面の定型化した小スペース広告が、読者からの働きかけによってそれぞれ高い注目率をもつ”ことになるとして、次のようにいっている。

「毎月六冊以上の購入者層では五二・七%六冊未満の購入者層では四二・五%」が書籍広告を注目しており、また「一ヶ月間に書籍を三冊以上購入した人のうち五一・九%、月刊誌では四三・三%が朝日の読者であった」と、その媒体効果の自賛を忘れていない。

これは本年二月に、日本経済新聞が発表した「日経マーケティングデータ」「書店主の『仕事と情報』に関する調査」でも、書店主の新刊書に関する情報源としての定期閲読新聞では、書店の規模別平均で六三・三%が朝日となっており、それを裏づけてもいる。

そこで問題となるのが、広告料金である。前出の朝日新聞「アンケート調査」によると「新聞媒体への配分比ネガティブ要因」では「広告料金が低い」と答えているのが最高の二七・四%を占め、抵抗を示している。

事実、朝日新聞の広告料は、ここ一〇年余の間、隔年一八%以上の上昇を続け、現在は

三段ハッ割の広告料が契約物で六五万円、本年一〇月以降は六八万円となり、臨時物の場合は実に八九万円にもなる。

これを出版物に当てはめ、採算点を考えてみると、仮りに書籍の広告予算を売上げ予測額の一〇%とみた場合、契約物で六五〇万円の売上げ期待となり、定価一〇〇〇円の書籍の場合、七掛けで取次に卸すとなると、九三〇〇部を売上げる必要がある、現在の新聞返本率を四〇%とみると、少くとも一五〇〇〇部以上を取次に卸し、三八%以下に返品をくいとめなければいけない計算になる。

このような書籍は、専門書ではまずないといつてよく、一般書でもそうざらには出版されはしない。そこで版元は、その三段ハッ割の小さなスペースに三本ないし四本の書籍広告を押し込み、一本当りの負担額の軽減を図るわけだが、これでは広告というより告知の条件をかるうじて果す程度のもので、内容紹介など思いもよらないことになる。

現実には、書籍の売上げが伸び悩み、一般的に小量多種生産に代わりつつある現状では、版元は広告費を削減し、媒体の選択にも厳しさを加えており、単品ごとにその性格に適し

た流通の手段を選択する必要性にも迫られてきている。書籍は、その存在を潜在読者に告知しなければ売上げ増にはつながらず、再販制度の見直しによって、書店展示（常備・新刊配本）が制限されることにでもなれば、広告に依存しなければならぬことになるが、それも採算的に問題が多いとなると、所詮は定価アップにもつながろう。

最近では、老大な宣伝広告費を投入し、ベストセラーズを創り出すことが一部で活発に行なわれているが、そうした出版社が倒産した場合、数カ月わたる不渡手形を抱え、大口債権者に名を連ねるのは、広告代理店であつて、媒体としての新聞社ではない。

昭和四六年四月に、公取委が発表した「再販価格維持行為の弊害規制等について」によると「広告宣伝の適正化」について、

「再販制度のもとで、過度の広告宣伝が持続的に行なわれる場合には、その過大な広告宣伝費用が価格に転嫁されるとともに、いたずらに非価格競争を激化させ、本来の望ましい市場メカニズムが阻害されるおそれがある。したがって、その適正化を図るため、業界または個別のメーカー等の自粛を促す」……と。

八重洲ブックセンターの現状と今後の課題

大河原 守雄

(日販・特販第四課)

昨年の九月一日、出版業界はもとよりマスコミにも大きく取りあげられ、社会的話題を投じてオープンした八重洲ブックセンターは、開店以来既に六ヶ月を経過した。

開店後多くの業界識者や、取次人、書店人の大方の予想が外れたと思われる点に、来店客数の多さと売上げの大幅増があったと思われる。既に発表されている開店当初一週間の売上げ数字や客数は、取次担当者としても予想外の実績であったことは事実だ。それがため八重洲ブックセンター社員を始め、取次担当者としても種々の点で書店や取次の基本的業務が接客サービスに忙殺されるケースも多かった。然しながら六ヶ月経過した今日なお来店客数や売上げ面で高水準を維持し続けていることは、それなりに八重洲ブックセン

ターが読者のニーズに応え得る魅力を具え、保持し続けている証しといえよう。

さて八重洲ブックセンターを考える場合、まずその店頭販売における基本的問題について検討してみたいと思う。

書店が読者に対する役割として大切な問題はまず品揃えである。一般的消費者の購買行動調査でも、①価格、②品揃え、③サービス、④陳列、⑤便利さ、等によって購買店が選ばれている。書店では当然品揃えから始まる。読者が個性化、多様化している今日「欲しい本が揃う店」としての魅力は何よりも重要なポイントであり、在庫点数の豊富さが問題となる。当初は点数の豊富さは却って次に重要な在庫維持の役割を侵す結果的作用も出ていた。これは大小を問わず新規出店の場合現わ

れる現象であるが、つまり複数客に対する品切れ現象が発生する機会が多くなり、読者の苦情の原因ともなっていた。この原因は棚と平台スペースとの関連的品揃えのアンバランス、予想以上の単品回転率と補充の速度や不慣れさからくる基本商品の在庫維持に対策が追いついて行けなかった点でもある。これ等の問題も日時の経過とともに改善が加えられつつあり、平台スペースや点数面で今や増加している。

次に陳列の問題を考えてみたい。店全体の分類別大枠の商品構成は、予想来店客層やスペースの配分との関連性を考慮して陳列されているが、当を得た配分ではなかったかと思われる。多層階にわたる構成上の困難さから一部無理が生ずる点はさけられない面もあるが、問題は細分化された分類項目とそこに納まるべき商品の陳列整理や基本的商品の品揃えにある。未経験の新社員が九割以上を占めている現状では、商品知識やキャリア不足を一朝にして解決することは困難であるが、この点も社員の姿勢や前向きな努力で着実に実を結びつつあるといえる。

次に買物の場であり楽しさを提供する場と

しての役割について考えてみたい。

読者の購入動機約五〇％は、本を書店で見て買う気になったという調査結果も出ていように、来店客の多くは本を見て廻る楽しさを求めて店内を散策する。つまり買物の楽しさを味わう時代なのであり、それだけに楽しい雰囲気、清潔な環境、落着いたムードが必要である。品数も豊富で好きな本を自由に選べる点は他店にない八重洲ブックセンターの魅力であり、読者の満足感と購入の動機づけとなっているものと思う。開店以来の動員客数や売り上げ維持の最大の秘訣がここに具わっている。同様に八重洲ブックセンターの魅力の一つにレファレンスサービスがある。四ヶ月間の一日平均の件数は三六〇件に及んでいる。性別で見ると、男性が七一％、女性二九％で男性客が圧倒的に多い。年齢層では若年層二七％、中年層五三％、老年層二〇％となり、中年の比重が高い。相談を受けた状態は、来店客が七二％、電話や手紙によるもの二八％となっている。内容的には、発行所調べが最も多く四九％を占め、続いて類書調べ一五％、書名調べ一〇％、内容調べ六％、著者調べ三％となり、教育的相談五％、その

他が一二％ある。

これで見ると出版社がわからないため欲しい本を捜せないという読者がいかに多いかに気づく。また来店客の中には、レファレンスコーナーを目当てに来られる方もあり、店内在庫の有無を問合せながら、書名リストを片手に品捜しをしている客も多い。接客には迅速・親切・誠意の基本をモットーに社員教育が徹底されているが、多層階に及ぶ多品種の品揃えのため、充分読者に満足していただけているか疑問点もあり、全体的には商品知識の向上が最も要求されているといえよう。

店頭販売の基本として、客の心理を捉える店づくりに、平台の活用方法やPOP広告等を社会の情勢や季節の変化に即応したコーナーづくりや品揃えは重要な点である。読者に対する情報提供の場としても有効に活用するためには外部情報の収集はもとより、内部情報としての売上げスリップの管理を始め、売れ行き商品の動向を計画的にシステム化すること、その効果の向上が可能となる。

書店が果たす役割は、商品をより多く効率的に販売することが第一であるが、同時に読者の志向を的確に把握し、これ等の情報を取次

店や出版社に提供することにより、常に新鮮で生きた情報をタイミングよく活用出来るように施策することが大切な問題である。その意味から読者への情報提供とともに取次や出版社に対する情報の整備こそがこれからの八重洲ブックセンターの位置付けにとって大きな課題ではないだろうか。

八重洲ブックセンターが業界的にも、読者に果している役割という面からも専門書を中心とした、他店に陳列されていない商品がここでは多数陳列されていることである。商品を見てから購入する読者の中には、ここでリストアップした商品を最寄の他店を通じて発注している例もあるように聞いている。

特に学校や図書館等では手続き上の問題等もあり、こうしたケースが少なくないという。その意味ではいわば出版社のショールーム的存在でもある。

また読者が地域的に非常に広範囲であり、北は北海道から南は九州・沖縄までの客が購入されている。読者の中には学会や出張等で上京した折、目的買いに来られる例も少なくない。その多くが他店にはない商品を一括購入され、読者の自宅宛配送依頼をされる例が

多いことでもわかる。こうした面から考えると全国各地の読者は、八重洲ブックセンターの出現を待望していたとも感じられる。

八重洲ブックセンターの今後の課題としては、前述したいくつかの問題を含むマーケティングやマーチャンダイジング活動がきわめて重要なことであり、その原則的なものは読者の欲求を満足させるための適正な商品もしくはサービスを、適正な場所で、適正な時期に、適正な数量を提供していかなければならないという点であろう。つまり商品選定と仕入管理、在庫管理をベースとして立地条件や客層分析、社会情勢の変化、タイミング等を総合的に検討して読者の求めるものを正しく把握し、それに合った商品構成、品揃えの管理が要求される。したがって商品の流れは仕入→在庫→陳列→販売という過程は経るが、商品構成、品揃えの管理の基本を計画的に販売→在庫→仕入れという読者志向型過程への認識と取組みがより必要となり、仕入れたものを売るのでなく、顧客に合った売れるものを仕入れるための情報収集活動こそ今後の展開に欠かせない要素となる。そのためには、売上げカードの整理と分析、諸資料の整備活用

をシステム化することこそが、読者ニーズに応えうる計画を具体化する第一歩となる。

次に市場細分化の方法として客層の把握が果して的確であるかどうか、来店客層の年齢、性別、職業、地域別や価値観、目的、嗜好、個人的必要度等の調査分析により得た読者対象を積極的にアプローチするための販売施策、商品計画を推進する必要がある。商品計画に当たっては現状の商品分類や商品構成が適切であるかどうか、細分化により把握した読者対象と各分類における主力となる基本商品は何かであるか。また補助商品としての品揃えはどこまで必要なのか、季節的あるいは情勢の変化と即応するタイミングはどうなのか、販売方法、促進の演出等の具体化にあたって総合的観点から推進されていくことが必要となり、これ等の計画、実行、管理をシステム化することで、より効率的效果と本来的役割を果し得るのではないだろうか。

また多くの来店客を固定化することも一つの課題であろう。一度来店された客に何回でも来店してもらうためには、顧客の管理固定化の方策も図ってゆく必要がある。読者は常に浮動性が高いものと考えられるので、その

ために必要な方策として、前述の店のイメージ、品揃え、サービス等は不可欠の要素であるが、同時に来店客や購入客をあらゆる機会に名簿化、カード化して管理する方法も講じなければならぬであろう。日販で開発したOMC（オリジナル・メンバーズ・クレジット・カードシステム）会員の積極的募集等による方法も顧客の管理、固定化の方策のひとつとして考えられよう。

また常に来店される読者に親しみある一声運動等も検討されて良い。消費者の権利が尊重される時代であり、安全である権利、知られる権利、選ぶ権利、意見を述べる権利等を充分理解・認識してそれに対応していくサービスが顧客の固定化につながってゆく。

商品情報の提供方法、催事やコーナー作りの効果的運用は販売促進効果を高め、魅力ある店づくり固定客づくりにも大いに役立つものと考えられる。

以上取次店担当者の立場から八重洲ブックセンターの現状と今後の課題について感じられる点を申し述べてみた。一般書店様にも何らかの参考になれば幸いである。

（昭和五四年三月記）

『八重洲ブックセンター』に学ぶ

村越 武

(有隣堂川崎さいか屋店)

一年余にも及ぶマスコミの喧噪の最中、昨

年の九月一八日に「八重洲ブックセンター」がオープンした。以後売上額・買上客数とも大方(業界内)の予想を大幅に上回る実績を示し、いまさらながらマスメディアの威力「客動員力」と、「ブックセンター」に寄せる広範な読者層の熱い願望——潜在読者の掘り起し——をみせつけられた。同時にこの「ビッグイベント」を他業種に参入されてしまったわれわれ既存書店は、一連の現象を謙虚に受けとめる必要がある。

そこでオープンから六ヶ月を經過し、開店ブームも治まり、正常な営業活動に戻った時点で、非礼と独断と偏見とを省みず、人文書を担当する者の立場から「八重洲BC」の位置づけと、併せて自店での今後の人文書販売

の方向性を探ってみた。

書店の機能とは、

この問題に入る前に、もっと本質的な「書店論」役割論——地域文化の育成・コミュニティの確立——について検討せねばならぬが、このような理念上の論議はすでに自明のことであり、業界内外の識者に委ねるとし、より実質的な機能面を考えてみる。

書店の機能を大別すると、①商品流通機能、②情報提供機能、③環境提供機能となる。①

の機能は、メーカー(出版社)が創りあげた商品(書籍)を取次店を経由して、何の加工もほとんどささず再販制度のもと、定価通りにお客様に購入していただくことである。ここには各々の書店の独自のオリジナル商品もなければ、

ば、価格競争もない単なる物品受け渡しの場である。

②の機能は、読書喚起を促す情報提供である。最近ミニコミ誌を発行して地域との連帯を試みている書店が増加しているが、これとて集英社・角川商法にみられるマス宣伝の影響波及効果に比べると非常に低い。この機能もまだまだ版元のワンサイドの面が強い。

③の機能は、至便な場所に、ゆとりある買い易いしかも文化的雰囲気のある店舗設計、本と読者との出会いの場を最高の形で提供する売場演出、情報検索・読書相談・配送業務等のサービス機能を実施した、付加価値を売り込む店造りを指す。環境提供機能こそが書店の原点であり、これを拡充することによって個性ある性格のはっきりした書店を出現させ他書店との競争・差別化がはかれる。

「八重洲BC」の機能、

一般に書店繁栄の正否は、立地の如何によって決まり、その中で95%が立地条件で占められ残り5%が書店の経営努力といわれている。その最有力地は、ターミナル駅に隣接したショッピング街で周辺に大学が控えている

ことである。交通の便が良く、客の吸引力と収容力が可能であるからである。それに比べ「八重洲BC」は、東京駅より歩いて5分、ビジネス街に位置し立地面でハンディを負っている。しかし九月オープン以来の盛況は、業界の通念（立地至上主義）を覆した。

何故読者が集まるのか／ 答えは明解である。本が揃っている。欲しい本が手に入る。つまり本と読者との出合いの場である環境機能が、従来の大型書店より傑出しているからだ。まず縮小されたとはいえ七五〇坪の器は、数字上では現在流通機構の中で生きている二〇万点にも及ぶ書籍群の陳列を可能にし、読者の書店に対する不満の一つである物理上のネックを解消させた。

次に設備の点では、一階の約半を読者サービスコーナーと催事場に充たさせ、情報検索・読書相談・書籍の特注・予約等のサービス業務とより深化した品揃えを追求している。また四階に本屋として初のミニ図書館機能Ⅱ有料閲覧室を設け文化的色彩を強調し、中二階の洒落た喫茶ルームは、閉塞的な空間を憩いのある開放的なサロンに提供している。建物内装は、壁面・通路・入口と全ての空間を本で塗

りつぶしてしまいう旧来の書店人気が意識的に排除され、全体的にゆとりのあるスペース・程良い照明度・落ち着いた色調が読者の選書空間を作り出し、書店の概念を超えた文化センターの趣を呈している。

人文書の商品構成・品揃え／

次に「八重洲BC」の内容、特に人文書の商品構成・品揃えについて都内の有力書店二店との対比の上でみてみる。一つはブックフェア・催事等で多彩な売場展開を計っている「西武BC」と、一方は計数管理に基づいた独自の仕入・在庫・棚管理を行ない効率販売を追求している池袋芳林堂である。

別表の数字が示すようにフロアー面積・人文書売場のスペースとも「八重洲BC」が一番だが、不扱い商品群（雑誌・文庫・コミック）を考慮すると人文書占有率は、他の二店に比べ低い。芳林堂の場合、壁面を有効に活用しているので展示点数は、実坪数より二割増しであろう。

人文書の配列をみると、八重洲BCが二F左奥に哲学・思想・社会が散在し、左奥に歴史書がある。三Fに心理・宗教書が二Fと分

断されるような形で置かれ流れがない。芳林堂の場合、人文書をフロアで構成していることで、宗教・心理・哲学・社会・歴史がトータルな型を形成している。と同時に各分類の境には、両者の関連分野を並列させ——例えば宗教と思想の間に「禅コーナー」、心理と哲学の間に「精神分析コーナー」、思想と社会の間には「マルクス・エンゲルスコーナー」、社会学と歴史の間に「人類学・民俗学」のコーナー——を置き、棚に流れを与えて有機的な棚構成になっている。

分類に関して「八重洲BC」は、オーソドックスな区分で棚に小分類の表示がされている。また品揃えの点では、全体的に大型書店でも陳列されない特殊商品（高価格・低回転率）が充実している。特に歴史書は、『国史大系』『大日本古文書』類の資料、公立図書館でも閲覧が難しい歴史国民政社、ゆまに書房、文献出版、臨川書房等の出版物に多くのスペースをさいている。その反面中間的な商品Ⅱ基本図書の区分けが明確でなく一般書と混在している。芳林堂の場合、分類・品揃えが一体化されうまくコーディネートされている。

「言語」「マルクス・エンゲルス」「中国」「邪

人文書棚本数対比表

	西 武 B C	芳 林 堂	八 重 州 B C
売 場 積 面	330坪	500坪	750坪
人文書 場	40坪	70坪	100坪
占有率	13%	14%	13%
哲・思	8本	11本	14本
心 理	3本	4本	4本
歴 史	8本	12本	18本
宗 教	3本	5本	3本
社 会	2本	9.5本	13本
フ ェ ア コーナ	「光が曲る場」 ワンドール展	なし	間いかける本 経営書フ ェ ア 筑摩フ ェ ア
客 層	一般向き	学 生	ビジネスマン

馬台国」等のテーマ別による陳列は、複数のジャンルを縦断した学際的な構成である。また、商品管理の煩雑さによる書店サイドの判型・シリーズ別による機械的な配列から脱皮し、既存の場所とは別に内容による関連商品

の並行販売を行なっている。新書判・選書の雑誌（バックナンバー）を人文書群に挿入。この新たな試行は、ライフスタイルの変遷、価値感が多様化している読者志向、多岐にわたる出版傾向に即応している。西武BCの場

合、芳林堂のミニ版である。

催事に関し、「八重洲BC」は、オープン以来継続されている「がんばれ筑摩書房」にみられるように版元企画が多い。芳林堂は、全フロアがコーナー化されていて特別なフエアがない。西武BCの場合、売場面積の制約から奥行深い品揃えと読者志向に対応するため、時代感覚を先取りしたユニークなブックフエアが展開されている。

「八重洲BC」を五つの角度からみたが、まだオープンから六ヶ月であり、評価を下すには早計である。現在の恵まれた環境と優秀な人材が有機的に結晶された時、本来のブックセンターとしての機能が発揮され、設立理念である二一世紀を視座した新しい書店が創造されるであろう。われわれはそこに期待したい。

専門書の売上げ好調な「八重洲ブックセンター」の分析を通して、専門書拡販の方途を探るべく、各方面に原稿の依頼を申し上げますが、今回は集稿状況が思わしくなく、大河原氏、村越氏には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。

人文書の販売に意欲的な特約店群

——中京地区訪問の報告から——

人文会は、販売委員会、特約店委員会合同による活動のひとつとして、例年春先きに、東京都内および近県の特約店訪問を行ない、人文書の普及・販売に、また懇談を通しての情報の交換、相互の意志の疎通、市場調査などに大きな成果をあげてきたが、本年は、近年市場の拡充と積極的な店舗充実などで注目されている名古屋市中心に、豊橋市、津市、四日市市、岐阜市など中京地区の各特約店を訪問することに決定。去る二月二日、三日の両日にわたり、会員社一九社が三班に分かれ、地域の日販、東販の各支店の御協力を仰ぎ、名古屋三省堂での合同懇談会を皮切りに、精力的な訪問、情報交換、市場調査活動を行なった。ここに各班ごとの報告をまとめ紹介することにする。

△A班▽

豊橋 精文館―新曙書房―精文館西武店
2月2日 名古屋での三省堂Ⅱ東販との合同懇談昼食会のと豊橋へ戻り精文館へ。大学構内店のため時間に限りがあるから先ずは新曙書房さんへとの精文館さんのありがたい御配慮をいただき愛知大学へまわる。構内の一隅に伝統ある古ぼけた小屋(失礼)があり、

かたい本がびっしり。軒先にもテントまがいの出店があつて本の背中を表に向けた平台。店長さんを放逐した態で狭い事務所を占拠。年間のうち三、四月で年商の大半を売上げるというグラフ表を持つての説明。鈴木書店さんの迅速な作業も手伝って電話注文パターンを確立した。現代学生気質に少々あきれていた。教科で使用する書籍を親が買いにきた

り、書名もいえず赤い本とか青い本といってテキストを求めるといふ。不思議な活字はなれ。大学図書館へも搬入している。

精文館 鈴木部長、稲葉所長と面談。

精文館さんの最近の活躍はめざましい。名古屋三省堂さんの出現は東海道筋にある種の革命をもたらしたという認識があつた。岡崎城(市)が名古屋圏内に組み込まれ、更に豊橋城への影響を身近に感じたらうえでの地元固め。最も危険のともなう人事費を投じた人材確保を一〇年前から着手、やっとパワーが出来て、地元の床を掘りおこす作業が軌道にのってきたという。度重なる実験(専門書の場所移動)をもとに専門書の精文館、児童書の豊川の地割が出来たという。専門書の弱さをくつがえす地元発掘の奥行きを確信している風であつた(例、未来社の菅江真澄が四回転)。コンピューターを導入して単品管理を実行に移している。なお豊田市(自動車の特約店)の豊田工場内に書籍購買部を依頼され、六月には増設の設計も本決り。豊田店では岩波と未来社をとりそろえたが四ヶ月たつても一冊も回転せずという報告に、わが相田幹事長すかさず類書選定をおこたつた旨の結

果で、それは当然という反ケキも出た。

名古屋大学生協(南部) 伊藤店長と面談。

全学部が存在するだけあってまことに広い構内に驚くべき数の学生用自家用車。壮観でもあり驚異でもあった。まるで本とつながらない異和感。食費の値上りに敏感という生活者風の感覚で、書籍の売り上げは横ばいということがうなずける。北部・南部の書籍構成の機能を再検討する必要があるとのこと。

福祉大生協 安田書籍担当氏と面談。

福祉というだけあって関係書はよく売れている。有斐、青木、日評、福村、大月がケタ違いの売りあげで、いわゆる人文書は弱い。夜間部もあり生協活動は活発だという。

松中三洋堂 加藤社長、長尾次長と面談。

でかい。正にでかい。社長の遠大な構想の足場をまざまざとみせけつられた。二階の入口に自店選択の「みすずコーナー」平台があり、ゆつたりとした店内は明るい。棚の上位に少々問題を感じたが、かなりの品揃えだ。しかし、現場の人たちとの直かの交流を続けた方がよいと感じたのは、社長の遠大な計画も現場からと思っただけだ。

(安藤豊・記)

△B班▽

『きのうまでは冷たい雨が降っていたのに』

との挨拶を受けました。本当にからりと晴れた日でした。久しぶりに訪ねる名古屋地区、その前途に光をあててくれた気がしました。

大衆書房(矢崎社長、岡田社員、吉川部長と面談) 天井までビッシリ積み上げてある商品展示は、顧客と書店員との対話の接点であるとの見地から、お店の特徴のひとつでもあるとのこと。外商が五〇%以上も占め、その活動は県下ほぼ全域に亘っていて幅広い。

また一方では出版社の顔をもち「岐阜市の地図」や「国語の書き表し方」などの刊行物がある。中央からの市場進出が激しくその歯止め役をも兼ねるなど毎日多忙の様子。

自由書房(篠田副社長、村山専務、横山常務、藤田店長、専門書の塚本各氏と面談)

流石に岐阜の自由さんといわれる店で商品構成の面でも店売が中心だけに棚の構成も常備の比率が高い。人文関係は、三階にあって二・三本の棚を使用している。資料作成などの面でも几帳面さの一端がうかがえる。例えば、各分野ごとに売り上げ分析をグラフで表わし検討材料にしており、三階の専門書を

二階におろし一階の一般書との関連性をもたせたいなど、私達に希望を与えてくれた。

近鉄アミコ星野書店(永田、東販の近藤両氏と面談) 一八〇坪の店で開店後まだ一年に満たないため前年同月との比較の仕様がなく、またお客様にPRがいま一歩なの商品構成とその整備はこれからということ。

東片端・正文館書店(谷口社長、坂口店長、前田部長、松本主任と面談)

官庁街に位置しているとのことだが、学参の正文館といわれるだけあって昼の客層は高校生が主力を占めているようだ。外商力もかなりな比重を占め、公共図書館を始め小中学校の学校関係そして官庁と幅広い。人文書にも強い理解を示され、売り上げも伸ばしたい、展示も多くしたい、将来を考える上では不可欠な商品群である。社長のご長子(現須原屋勤務)が来年戻り次第、社屋を新しくして専門書も充分に置きたいとの意向でした。

ちくさ正文館(谷口専務、坂口店長、木村仕入責任者、篠田担当者、各氏と面談)

売場面積二五〇坪、人文図書の売場比率二五%、単品管理からくる商品構成。申し分のないお店である。立地的にもかならずしも満

足いくとは思えない正文館さんが全国的名声を博しているのはなにか。商品構成と顧客の要望を的確に処理できる機能をもち合わせていることなのだろうか。いえることは版元とのコミュニケーションがうまくいっている点をみても全体的に有機的に機能していることの様子がする。会に対する要望はそれぞれの会の共通カードを作成して欲しいなどもあり、一方で東販小牧に対する要望も強い。

日進堂桜山南店（日販鴨田課長の出迎えを受ける。武田社長、加地店長他の皆さんのお話を混え乍ら店内見学）売場面積五〇坪、チェーン店一八店のうちのひとつ。ほぼ専門書の専門店といえる。チェーン店化していく過程のなかで、このような店を一軒でも二軒でも増やして欲しいものだ。こうして二日間の特約店訪問は終わりました。市内の行程は東販の最上係長に充分すぎる程お世話になりました。お礼申し上げます。

△渡辺和彦・記▽

△C班▽

四日市市・文化センター白揚（木村部長・江上氏）

四日市の中心街にある六階建、四〇〇坪の堂々たる店舗は二五万市民の文化センターにふさわしい風格でした。外商も積極的で、市立図書館、四日市短大をはじめ、市内のほとんどの学校を網羅している。人文図書は顧客確保のために必要との配慮から、売場も四階から二階に移し、そのために売上も従来に比べて一九〇％増になったという。

津市・別所書店11ビル店（別所社長、山下部長、近藤、立澤、安達各店長）

近鉄津駅近く、開発盛んな新しい市中心街に都会的センスのショッピングデパートがあり、この中の一フロア二〇〇坪のきれいなお店が別所書店11ビル店。人文図書をはじめ専門書に七〇坪（三〇％）の売場面積をさいているのは、一四万市民、二五万商圏の書籍需要を満たすという将来構想の布石とか。専門書流通については、名古屋の取次店の在庫充実と客注品の入荷日数短縮、特約店のメリック等についてつよい要望が出された。

名古屋市・丸善名古屋支店（塚本部長、市川、長瀬氏）

市内、近郊に大型店の出店がつづいている状況のもとで、「専門書の丸善」のイメージ

をつよく打ちだすために、展示や商品動向の分析、社員教育など旺盛な研究姿勢が窺われました。売場も二階（二七五坪）を和書専用とし、思想・心理部門の充実を計って成果をあげているとか。また強力な外商部門とタイアップした大型企画や教科書の普及にも意欲的で、「的確な情報」をと要請されました。

名古屋市・ニッシン上前津店（山田店長）

地下鉄上前津地下街に一四〇坪でオープンして二年余り。名古屋市中心部と近郊都市を結ぶ地下鉄の結節点にあたり、サラリーマンや学生層の顧客の結集も定着してきた。当初一般書、実務書を中心としたが、最近ある有力版元のフェアを開催以来、人文図書の売りきも向上、今後は重視の意向でした。

名古屋市・近鉄星野書店（鈴木店長）

近鉄百貨店六階に三〇〇坪でデビューして一年余り。立地の好条件もあって、学生を中心にお客の多いのが目につきました。一般書が中心ですが、人文関係では哲学、心理、教育、歴史の伸びがよいとのことで、売行動向の分析をすすめながら、順次拡充の方針が表明されました。

△鈴木弘・記▽

■販売委員会から

八木 茂

昨春秋、特約店の更改を行いました（ニュース22号で既報）。更改されました特約店のなかから名古屋地区の特約店に、二月二日・三日の日程で訪問致しました。

二日の日程で名古屋地区の全特約店を訪問することは不可能ですので、会員社一九社を三班に分けて名古屋市中心に豊橋市、津市・四日市市、岐阜市、の特約店を訪問させていただきました。訪問に際して、日販・鴨田、五藤岡課長、東販・志村支店長、木村課長、稲葉小牧営業所長、最上係長には大変お世話になり誠にありがとうございました。なお特約店訪問についての報告は各班から致します。（25頁参照）

従来名古屋地区は人文図書が比較的売れないと言われておりましたが、最近伸びてきております。その条件としては新築書店、増築等の店舗の拡大により人文図書の拡充が積

極的に行われたことが考えられます。特記すべきこととして、三省堂書店さんの出店は周辺の書店に、人文図書、専門書の販売方法、品揃え等々の面で非常に良い影響を与えたことは衆目の認めることです。各々の書店には個性がありますから他店を真似たからと言って売行きが急に好転するとは限りません。自店にあった売方を研究しなければならぬことは申すまでもありません。人文図書の販売はそれだけ難しいことになりましたが、固定ファンが定着すれば、売行きも順調に推移していくように思われます。

以上の意味あいから当然伸びるべくして、停滞している書店が特約店の中にみうけられます。今後の一層の奮起を期待したいと思えます。

会としてもお力添えになれることがありますれば、ぜひともご相談いただきたく、お願い申し上げます。

今後の販売委員会活動目標

人文図書という地味な書籍を普及していくためには、書店との有機的結合の強化、信頼出来る読者の開発以外には方法はないと思わ

れます。一層のご協力を賜りたいと存じます。人文会も結成以来一〇年を経過し、人文会とは何かを、問い直すべき時期にきておりますが、人文図書を販売普及する会という発足当初の目的を新に思いおこし、店頭における人文図書の売上げ増大をはかるには、どうしたら効果的かを充分検討して参りたいと存じます。

会員社、全社で行うには自ずとその限界も障壁もでてくることは否めないことでありますが、出版界という大きな視野から、読者への良心的、良書の普及を目標に乗り超えてゆきたいと考えております。

人文図書という大きいジャンルのみに拘泥することなく、細分化した小ジャンルでの販売増進も個々に研究しております。

人文特選図書セット搬入のお知らせ

昨年夏にアンケートを行い、今回は出来るだけこのアンケートにご協力いただきました書店さんのご意向にそうべく、売行き良好書の厳選、帯のデザインの改良、御仕着せになっている書店さんには送付されないように気を配ったつもりですが、まだまだ完全とは思

っておりません。ご意見、ご希望があればぜひ、お知らせ下さるようお願い致します。

取次店への搬入日

東販、大阪屋 三月一九日、日販 四月二日、条件 一ヶ年長期委託、回転スリップで補充をしていただきます。

都内の大型書店からこのセットを全点、平積み販売をしたいというご連絡をいただいております。会としても非常に期待しております。

■特約店委員会から

清水 純孝

人文会の特約店制度も発足以来、五年目を迎えます。昨年一月にはご承知の通り特約店一九七店、準特約店八〇店を選ばせていただきました(人文会ニュース・22号参照)。

「覚書」の交換については、折からの郵便事情の悪化などにより大変遅れましたが、特約店の皆様や取次店の方々のご協力により、無事完了いたしました。ここに厚く御礼を申

上げます。

その「覚書」の各条項について、人文会会員社がそれぞれどのように実施しているかを別表(アンケート集計表)のようにまとめてみましたので、一応ご参照くだいますよう。

売上カードの分析、販売協力金の支払については全社が実施をしております、その他の条項についても昨年より今年と、年ごとに完全実施に近づくよう努力をしていることが認められます。

特約店様も、新刊(重版)の委託期間中の全期間展示、人文図書の常時一〇〇〇点以上の展示(準特約店は七〇〇点)、売上カードの定期的送付等について何卒一層のご協力をお願いいたします。

特に売上カードにつきましては、会員社と特約店様各位の増売につながる基礎資料となりますので、是非とも定期的にご配慮のほどをお願いいたします。

(54. 2. 現在)

アンケート集計表																	特約店委員会			
会 員 社 名		青木	大月	紀伊	勁草	現思	社思	春秋	品文	誠信	創元	東大	日評	福村	平凡	法政	みす	未来	有斐	吉川
新刊配本	申込による全面指定	○	○	○	○	○	○	○	委託	買切	○	委託	委託	○	○	○	委託	買切	○	○
	申込による部分指定																			
指定配本しない																				
売行良行書の連絡		毎月	随時	毎月	毎月	毎月	随時	毎月	毎月	毎月	随時	毎月	随時	毎月	随時	毎月	毎月	毎月	随時	随時
している																				
していない																				
売上カード	回収している	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	回収していない																			
	分析している	○	○	○	○	一部	一部	○	○	○	○	○	○	○	一部	○	○	○	○	○
	分析していない																			
	報告している	○	○	○	○	○	一部	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○
	報告していない														○					
販売協力金	1枚円 1枚% 実施予定	6	10	5	5~7	6~12	5	6	5	10	5	10	5	5		5	5	10~30	1	5
図發目録に	している	○	○	○	○		○	○	○		○				○	○	○	○	○	○
特約店の表示	していない	54.9				54.9				54.9				54.12						

(注) 年月の表示は実施予定

■人文会・販売研究会発足

福田 惇一

昨年一二月の人文会例会において、今後の会の活動方針が検討された際、会員社の多くより、人文会の委員会の他に有志にて種々販売等に関する研究会を持ちたいとの希望が表明されました。

これに基づき、本年二月一日（木）午後六時より、日本出版クラブにおいて、第一回の人文会販売研究会（世話人Ⅱ相田良雄人文会代表幹事）が開かれました。有志による任意の研究会でしたが、各会員の熱意を反映して出席者は一七社一七名に及びました。

研究会はすでに一月に会員各社より集められた「売行良好書売るためのアンケート」に基づいて進められ、概略相田良雄世話人より説明があり、各項目について出席者より自社の経験・考え方等が述べられ、夜遅くまで熱心な意見の交換が行なわれました。

次回以降は、さらに問題点をしぼり深く討

議するとともに、売行良好書に限らず、例えば大型辞典の売り方（本年上半期には、会員社においても、青木書店Ⅱ日本社会運動人名辞典、大月書店Ⅱ経済学辞典、吉川弘文館Ⅱ国史大辞典、などが発売されます）等々にまで焦点を当て、相互の研鑽を積みみたいと思っております。

■編集後記にかえて

弘報委員会

「人文会ニュース」23号をお届けします。

本来、3月中旬の発行を予定しておりましたが、諸般の悪条件が重なり、大変遅れてしまい、早く原稿を頂いた方には時期がずれるという致命的な欠陥を生じ、ご迷惑をおかけする結果となりました。深くお詫びします。

本号には、再販問題を法学者の立場から考察して頂くべく、横浜商科大教授・染野啓子先生に原稿をお願いし、ご覧のような力作をいただきました。また大阪屋取締役国枝藤作氏の論文は、昨年12月発売の東京社発行「総

合ジャーナリズム研究」冬季号に掲載され、注目を集めたものですが、発行元のご諒承をえ、筆者の快諾をえて収録させていただきます。ここに協力をお賜った東京社の大内氏ほか皆様に衷心よりお礼を申し上げます。

なお東京社刊「総合ジャーナリズム研究」79年春季号（本年4月1日発行）において、

「公正取引委員会とマスコミ産業」特集第二弾として、「出版産業、斯く対応せり——再販問題の波紋」と題し、最近の公取委による「書籍及び雑誌の取引実態調査」のネライから、通産省の「出版流通近代化構想」まで、きわめて実証的に日書連や出版流通懇の動きをからませながら特集しており、業界関係者には一読をおすすめします。

「八重洲ブックセンター」の現状と今後の展望」については、日販特販第四課々長・大河原氏にご無理をお願いし、早めに原稿を頂きながら発行が遅れ、タイミングを失する結果となりましたことを深くお詫び申し上げます。

また有隣堂書店・村越武氏にはご多忙のところを、わざわざ関係方面に足を運ばれて執筆していただき、深く感謝申し上げます。

（T・D）

法政大学出版局

Th. W. アドルフ

ミニマ・モラリア

現代文の明無惨も食人されたと個性の生
活にお隔いて局を心た人百般の関の性
に諸強朝思考力が三光長治訳／2200円

カイヨワ／グリュネバウム編

夢と人間社会・上

人間の最も現代的な問題として考へられ
る上なき夢の現実を問う領域から追求
し、その統合を合・山本・大東訳／2400円

A. シュミット

マルクスの自然概念

マルクスの学説における自然概念を
抽出・分析し、その唯物論の根本性格
と意義を究明。元浜清海訳／1800円

東京都港区南麻布2-8 振替東京6-95814

独りを怖れず

【第3回配本】

丸岡秀子評論集4

一八〇〇円

本書では一貫して著者がかかわってきた農村婦人、母親問題を中心に最新の評論（70年代後半）を取める。いずれも時代に対峙した格調高い発言。

丸岡秀子評論集

【全4巻】B6判上製貼函入
既刊2冊 各巻・一八〇〇円

生ま身の論理 2巻

埋葬を許さず 3巻

いのちへの責任 1巻

最終回配本 5月刊

未来社

東京・文京
小石川3の7

電話・代表
(814) 5521

人生についての断章

ラッセル 愛・結婚・教育・老年等の人生の難問に、偉大な哲学者が与える知恵に満ちた処方箋。中野・太田訳 二〇〇円

クレオパトラ

消え失せし夢
ブノワ・メシヤン ラグデス王廟最後の女王と、血を血で洗うローマの内乱のドキュメンタリー。 両角良彦訳 二〇〇円

則天武后

林語堂 中国の歴史に唯一の女帝をめぐる恐怖政治と愛欲のドラマを、麗筆で再現する史伝の傑作。 小沼丹沢 二〇〇円

ネロ

ヴァルテル 殺人鬼の悪名高いネロの実像を解明し、近親相姦と陰謀の渦まき宮廷ドラマを再現。 山崎庸一郎訳 二〇〇円

みすず書房

東京文京本郷3
振東 0-195132

人文会々員名簿

- 役員 会長／中平千三郎 代表幹事／相田良雄
- 青木書店／山根襄 大月書店／鈴木弘 紀伊國屋書店／八木茂 勁草書房／石橋雄二 現代思潮社／安藤豊 社 会思想社／渡辺和彦 春秋社／神田治 晶文社／中村勝哉 誠信書房／矢戸玄徳 東京創元社／清水純孝 東京大学出版会／別所久一 日本評論社／醍醐隆 福村出版／福村惇一 平凡社／八木田三郎／法政大学出版局／阿部好文 みすず書房／相田良雄 未来社／石井奈良彦 有斐閣／前田昌男 吉川弘文館／川越重行（以上19社）（休会中会員社）理想社・筑摩書房

青木教育叢書

須藤敏昭著

遊びと労働の教育

遊びや労働経験を奪われた子ども達の発達のみが大きな社会問題となっている今日、子ども達の発達段階にそくした適切な指導のあり方を具体的に追究し、保育と教育における現代的課題を創造的に解明した意欲作！

丸木政臣著 教師とはなにか

丸岡秀子著 現代の家庭と教育

1000

1000

青木書店 東京神田神保町1-60



有斐閣新書

ルソー 著作と思想
吉澤 昇ほか著 波瀾に満ちたルソーの生涯を辿り
主要著作にみられる彼の思想を探る。 五八〇円

ケインズ 著作と思想
則武保夫ほか著 ケインズの主要著作をとりあげて
その全容と理論的・思想的発展を素描。 六五〇円

フロイト 著作と思想
宇津木保ほか著 フロイト思想の原点にもどり、彼の
全体像を浮き彫りにした新しい入門。 五五〇円

有斐閣 東京／神田／神保町2

4月10日発売！

大月経済学辞典

現代日本の学界の動きと水準を集約
最新成果の全容を体系的に示す画期的編集

経済学辞典編集委員会編 A5判上製函入／二〇〇頁
執筆者八三〇名 米二六三〇項目収録 内容見本星

今日の経済問題から『資本論』の学習まで選びぬかれた項目を充実した内容収載。また近代経済学が正しく把握できようようにその最高水準の項目を網羅。隣接諸分野からも基本項目を精選した社会科学の《総合辞典》でもある

●定価五八〇〇円●特価五五〇〇円 6月末日まで有効

大月書店 東京文京本郷2-11-9
電話 03(813)4651

国史大辞典 全15巻

日本史学の水準を示す空前の歴史大辞典成る

四六信判・上製・函入
第1巻 一〇八〇頁

第1回 第1巻・絶賛発売中

内容見本送呈

特価八、八〇〇円(期限54年8月31日) 定価一〇、〇〇〇円

学界のベストメンバ― 待望久しい国史の大辞典……井上光貞
二千数百人が執筆参加。 渴望をいやす世紀の大編集……岸 俊男
総項目四万二千、日本 学界最大の共有財産……永原慶二
歴史の全領域を網羅。 歴史学の集大成的辞典……坪井清足
更に周辺諸学にわたる 完結に大きな期待……池田弥三郎
必須項目を悉く収めた 国語学にも限らない恩恵……築島 裕
画期的大編集。 最も正統的な日本史辞典……丸谷才一

吉川弘文館 113・東京都文京区本郷7-2-8
電話 (03) 813-9151(代表)

安楽死の論理と倫理

宮川俊行著 さきさまに議論の分かれる安楽死をめぐる、微妙な論点の二つに分け入り、死の看護の極限状況のもとに人間の生の場面をさし示す注目の生命倫理学。 UP選書・九八〇円

新経済ナシヨナリズム

石崎昭彦著 西側先進諸国を中心とする保護貿易主義の推進、経済のブロック化を新しい経済ナシヨナリズムとして捉え、現代の国際経済の構図をわかりやすく解明する入門書。 UP選書・九八〇円

地震予知と社会的反応

東京大学新聞研究所編 伊豆大島近海地震、有珠山噴火に際しした地元住民と、東京都民の地震に対する一般の態度を調査し、地震予知情報が出された場合の住民の対応を分析。 A5判・四八〇円

東京大学出版会

113 文京区本郷東大構内振替東京6-59964

E.L.ウォーカー編 * 妻倉昌太郎監修

基礎心理学シリーズ 全14巻

⑦ 無意識の心理学

G.S.プラム / 佐藤誠訳 フロイトや他の心理学者の学説をふまえて、人間の知覚、思考、行動に及ぼす無意識の影響について、著者の研究実例に基づいて考察するユニークな書。 ¥1300

⑧ 人物考査法

E.L.ケリー / 安藤公平訳 学校、産業界など各種の機関で活用されている人物判断の役割等を詳細に解説した初めての書。 ¥1500

全14巻の内容

- ① 神経心理学
- ② 知覚心理学
- ③ 学習心理学
- ④ モチベーション心理学
- ⑤ 発達心理学
- ⑥ 無意識の心理学

東京・文京
小石川1-3

福村出版

電話東京
813-3981

■内容見本呈
人物考査法
人認知の心理学
社会心理学的
バーナリと心理
信臨床心理学
異常心理学

平凡社

〒102 東京都千代田区四番町4
振替・東京8-29639

北京の旅

陳舜臣著 / 写真 陳立人

定価 1700円

念願かなって訪れた中国の首都北京を隈なく逍遙し、その息吹きを伝える。千年の歴史を誇るこのまちは、カオスのようにみえて、ふしぎとまとまりがある。アジアのまほろばであらうか。茜色の空の彼方の、群青の樹々に囲まれた西方は、遙かなむかしから東海の大和の島人たちの心のふるさともあった。燦として輝く華麗な王城は、すべての勤労人民に解放されていた。歴史の遺跡と、文明の源流を求めて旅するものの指標となる書。

日本評論社

〈日評選書〉

くすりの歴史

石坂哲夫

一六〇〇円

くすりの歴史は食生活の歴史から始まる。原始人たちは食べられるものはなんでも口にし次第に身体に異常な生理作用をおこさせる物を知った。やがてこれらが病気を癒すくすりとして用いられる。本書は薬学と医学の接点を中心にくすりの発達を物語る通史である。

東京都新宿区須賀町14 / 振替東京 0 = 16

誠信書房

東京都文京区大塚3-20-6

S・ラックマン／木村駿・北山修訳
活の単純な心配から急性の恐怖症や不安に至るまで、ひろく人間の持つ恐怖について、臨床経験豊富な著者が具体的に解説する。一五〇〇円

恐怖の意味

精神病の社会学 T・J・シエフ／市川・真田訳
精神病は「病気」ではない!? 精神病を社会学的にとらえなおすという大胆な試みにより、論争を巻き起こしている問題の書。二〇〇〇円

狂気の烙印

脱病院化社会 《医療の限界》

イヴァン・イリッチ 金子嗣郎訳 人間の生と死の巨大な管理機関と化した現代の医療体制にメスを入れた、「健康」の政治学。1500円

魯迅を読む

新島淳良 魯迅の生涯と作品こそは、中国革命の原点であり、またその未来である。魯迅の全体像を克明に浮彫りした力作評論。1600円

異郷の景色

西江雅之 新宿經由ナイロビ行き——ぼくの散歩は風まかせ。気鋭の文化人類学者が生き生きと描きだす、世界の11の町の物語。1200円

子どもの文化人類学

原ひろ子 ひとりの母親としての目が、文化人類学者としての目ととらえた、世界の子どもたちの生きる場面。(写真多数収録) 980円

品文社 東京都千代田区外神田2-1-12
電話255-4501

〔創元選書〕

小林秀雄訳 ランボオ詩集 一、五〇〇円
小林秀雄著 ドストエフスキイの生活

(限定版一五、〇〇〇円残部僅少) 一、三〇〇円

重版 出来！
本書はアランの思想をもっとも根底的に披瀝した哲学概論であり、フランス的良識に充ち溢れた人の書ともいふべきものである。その柔軟強靱な思考は直截な訳文を得てみごとに結晶した。

アラン 小林秀雄訳 精神と情熱とに 関する 八十一章

B6判二六八頁 価一、三〇〇円

東京創元社 東京新宿新小川町

春秋社

東京外神田2-18-6
☎(03)255-9611

仏道三昧

藤吉慈海

四六美装 三〇四頁
一、二〇〇円

念仏と禪——禪淨双修の機微を体得した著者が、その学識と行実から展開する仏道三昧境を受け止めて説き語る仏教の深奥と人生の醍醐味！

わが心の明珠

四六上製 三〇四頁
一、二〇〇円

瀬上敏雄

人と人との出会いが宗教的生活にどうついに大切な。聖女・中村久子を中心とした清冽な第一法話集！

非売品

昭和54年5月1日発行 年4回発行 第23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 本郷局私書函89号)