

人文会ニュース

1994. 12

編集者が語る

「人文書を出し続けていくこと」

.....	平凡社	内山直三	
.....	勁草書房	島原裕司	
.....	東京大学出版会	門倉 弘	
.....	筑摩書房	藤本由香里	
.....	リブロ	今泉正光	1

〈小特集〉東北研修旅行

①店頭雑想	八文字屋本店	木村 勝	24
②人文書は文系店の主力商品です	東北大生協	佐藤和之	27
③文化の香りに魅せられて	加賀谷書店	加賀谷龍二	32
④人文会東北研修旅行報告	未来社	西谷雅英	35

中村 哲◎編著

東アジア専制国家 と社会・経済

比較史の視点から
20世紀資本主義から21世紀資本主義
への移行、東アジア資本主義の興隆
をふまえて分析。《前近代編》¥4326

東アジア資本主義 の形成

比較史の視点から
東アジア資本主義の歴史的形成過程
を多面的に追究。《近代編》¥4120

青木書店

東京都千代田区神田神保町1-60 [税込]
TEL [03] 3219-2341 FAX [03] 3219-2585

二つの危機と政治

ソルゲ・尾崎処刑
50周年記念出版

リヒャルト・ソルゲ著 勝部元・北村喜義・石堂清倫訳 六一八〇円
ソルゲが分析した当時の日本とドイツの政治的危機の本質を解
明し国民の歴史的体質に迫る。現代史を新しい目で再検討する

地球化時代の国際文化論

片岡幸彦著 二四七二円

この本は読者をさらに遠い国へ招待する。たとえばセネガル
へ。現代アフリカの生活・思想・文学へ。評論家・加藤周一

私のアメリカ手話留学

大森節子著 推論『祖父江孝男十姉妹』部家孝幸 一六四八円
「デフ盲の知らない人」をのぞく社会環境を、自身もデフ
で50代のとき渡米留学した筆者が比較したユニークな生活分析

御茶の水書房

東京・文京区本郷5-30-20 ☎03-5684-0751

★大好評 重版出来!

第三の開国 インターネットの衝撃

神沼 一真 ◆ 1600円

平成の黒船、インターネットが日本
の社会をこう変える! マルチメデ
ィアは不況脱出の救世主か? 情報
革命の本質を見抜き、高度知識情報
社会のグランドデザインを試みる。

紀伊國屋書店

出版部: 東京都世田谷区桜丘5-38-1
TEL03(3439)0128(営業) 表示価格は税込み

東京裁判の舞台裏に迫る衝撃的資料
東京裁判資料
A5判・7800円

田中隆吉尋問調書

栗屋憲太郎・小林元裕・安達宏昭編

関東軍参謀、陸軍省兵務局長として軍部の謀略工作を
知悉していた田中による張作霖爆殺事件・柳条湖事件・
盧溝橋事件などの真相暴露は、東京裁判の一大事件と
なった。開廷を前に被告選定にあたった国際検察局に
対して田中が行った供述の全貌を初めて明らかにする

大月書店 東京都文京区本郷2-11-9
電話03(3813)4651(代表)

〈座談会〉

編集者が語る

「人文書を出し続け ていくこと」

内山 直三 (平凡社)

島原 裕司 (勁草書房)

門倉 弘 (東京大学出版会)

藤本由香里 (筑摩書房)

今泉 正光 (リブロ)

(発言順)

司会 西谷 雅英 (未来社)

土屋知可夫 (福村出版)

丸山 正美 (平凡社)

(以上人文会)

西谷(司会) 唐突に議論に入るのもむずかしいので、まずは皆さんに自己紹介をお願いします。

内山 平凡社に入社して四半世紀程たちました。最初の十年間は美術関係とか考古学の仕事、その後の数年間は百科事典の編集部で、日本の民俗・宗教とか風俗などを担当しました。その後はそこでのつながりや経験を踏まえて単行本をつくりました。まとまったものとしては『日本歴史と芸能』という全14巻の、祭りや民俗芸能をビデオと本にセットした企画があります。そして、先般完結しました『日本史大事典』。この秋からは「東洋文庫」の担当になりました。その間、『月刊百科』という雑誌の編集を十年ちょっとやってきました。世の中の変動の根底に流れているものを知る、自分が属している文化がどんなものであるかを知る、あるいは自分自身の足もとを照らして見せてくれる、そんな本をつくりたいと思っています。

司会 様々なジャンルに亙られていて、いろんな話が聞けるんじゃないかと思えます。勁草書房の島原さん、自己紹介を兼ねてお願いします。

島原 勁草書房の編集部には、一つないし二つくらいの

専門領域を担当しているエキスパートが多いです。で、私の仕事といいますと、勁草書房らしからぬヘンな本が出たなという、それは私が担当した本であったりするわけです。趣味は音楽なので、仕事に還元させるとまず音楽書ということになるんでしょうが、個人的に入れ込んだジャンルというのは、かなり読んでいたので理想が高くなり、自分の仕事として逆にやりづらいということがあります。いろいろやってみた結果として、自分の興味がひかれて飛びついてやった企画が面白い本になったという感想があるので、入社して十年になりますが、相変わらず雑多なことをやり続けているという感じです。

司会 次に東大出版会の門倉さんお願いします。

門倉 僕も二十五年くらいになります。UP選書という教養書のシリーズが百点を超えた頃に、一時、全体を通して読み直してみようというのをやりまして、結局立て直すことができないまま来てしまいました。教養書を大学出版会から出していく編集サイドのむずかしさを、だいたい身にしてみた経験があります。ジャンルで言いますと僕もほとんどが人文系でして、現在は、『アジアから考える』という7巻ものを、久しぶりに自分としては意識的



左から門倉氏、藤本氏、司会（西谷）

に作っている最中です。

司会　ありがとうございます。最後に筑摩書房の藤本さん、お願いします。

藤本　今日ここに来るにあたって、人文書って一体何だろうと考えるながら来たんです。するとけっこう、私のつくってきた本って、人文書のジャンルに入るんですね。筑摩に入ってから是一年ちょっとと営業にいてから、『言語生活』という雑誌を二年間担当しました。その後は、主に性とか女性、またコミュニケーションなどに収斂されていくようなテーマの本を作っています。例えば『男流文学論』ですとか、中島梓さんの『コミュニケーション不完全症候群』という本ですとか、上野千鶴子さんの『〈私〉探しゲーム』とかそういったものを。最近では、松浦理英子さんの『優しい去勢のために』という本を出しました。

ただ、私も島原さんが先程言われたように、このジャンルが当たりそうだということで始めたというよりは、その時々で自分の一番関心のあるジャンル、自分にとって切実に知りたい問題を扱ってきたんですね。営業の人には「藤本由香里という、切実、が本を作っている」と

よく言われるんですけど。

司会 どうもありがとうございます。今日この四人の編集者のかたに集まって頂き、それをうまく交通整理なり今の思想の文脈なりに整理して頂けないものかと思ひまして、リプロの今泉さんに来て頂きました。今泉さんは皆さんもご存じの方ですので改めて自己紹介を頂くこともないので、ご自由にお話してください。

今泉 私は本屋ですので皆さんと立場も考え方も置かれた状況も違いますので、本屋の立場から、編集の方とコミュニケーションが取ればということだと思ふんです。人文書は学生時代からずっと読み続けていますが、それは単なる一読者としてだけです。本屋歴は二十五年くらいです。本屋に入ってから、文芸・美術・学参書・文庫・雑誌から児童書を除けばだいたいやってます。きつと今日は皆さんとかなり意見が食い違うんじゃないかなと思ふんですけど、具体的にざくばらんに気楽に言い合えればと思います。

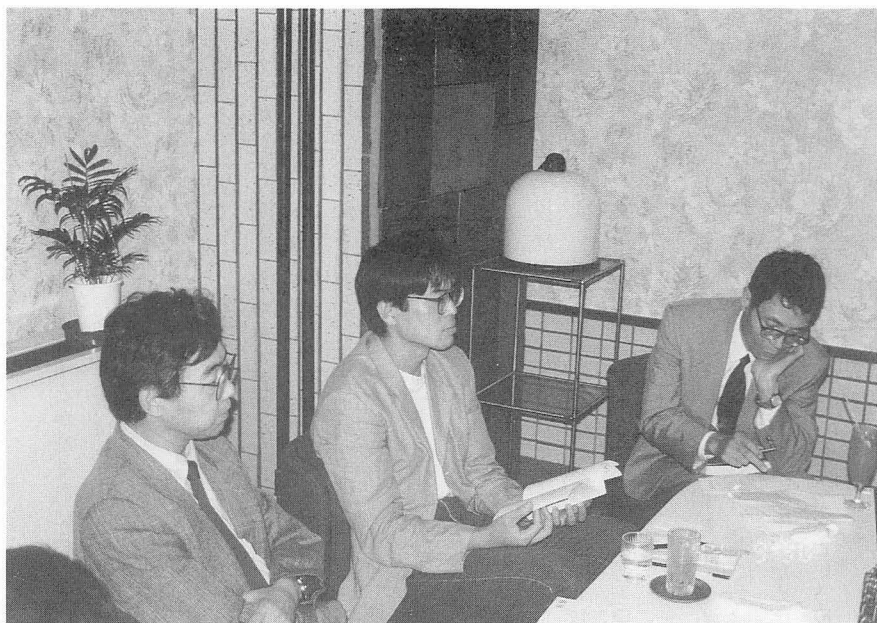
司会 一通り皆さんに自己紹介して頂きまして、背景というか雰囲気はお分かりになれたと思います。二十五年のキャリアの方が二人と、十年の方が二人になります

ね。

■読者の見定め方

司会 自分が学生時代にどんな本を読んだかというのが編集者にとっても出発点になると思ふんですけど、自分達が読んでいた本、あるいは共有していた学生文化みたいなものがどうしても自分の記憶から離れない、やっぱりそういう人達が本を読むんじゃないかということである程度読者対象を絞られて本を作られているのではないのでしょうか。内山さんは『月刊百科』から随分幅広くやられているので、ターゲットは少し絞りにくいとは思ふんですが、読者対象は変わってきていますか。

内山 そうですね。意識する対象は変わってきていると思います。今自分がやっていることの源泉といいますと、学生時代からの読書というよりもむしろ、百科事典の編集にかかわったというのが非常に大きい事だったように思います。百科事典というのは一つ一つの具体的な事象が項目として並ぶわけですが、その一つ一つのことながら内包している全体性を問題にしないとはならない



左から内山氏、島原氏、今泉氏

というのがありまして。私は、日本史に関する仕事が少なくないのですが、特に日本史という分野に限ってやっているつもりはなくて、自分の感覚が及ぶ範囲で日本史に分類されるジャンルの仕事もするということです。読者ということでは、最近とみに「顔の見えない読者の怖さ」ということを感じます。例えば自営業の五十代の男性から非常に鋭い批評の手紙を頂いたりしますと、たとえアカデミックな意味でのレベルは高くはないにしても、真面目な読者、大変鋭い批評者がこちらの想像の及ばないところにいるという怖さを感じます。

司会 一種の教養人の原型みたいな人ですね。必ずしもその人は仕事として文筆をやっているわけではなくて、本を読んでいるだけなんだけれども相当の知識が蓄えられている、そういう読書人ですね。

内山 はい。そういうかたが、とりわけ歴史関係にはとても多いように思います。

司会 島原さんも読書カードなどで反響があると思うんですが、「怖い読者」ということでは、予想もしなかった読者というのはどのようにして現われてきますか。

島原 僕は、本を作る時に、かなり読者像を思い描いて、

目次とか本のタイトル、装丁とかをそれに合わせて考え、現実にもそういった読者に喜ばれるように努めています。ところが、想像していた以上の読者の方が読んでくださることが多いです。例えば最近の例ですと、蔦森樹さんの『男でもなく女でもなく』という本を出したんですが、医学関係の方やお医者さんから鋭い問い合わせのようなものが電話や読者カードで来たりしますと、もうちょっとそのあたりの記述もつめておけばよかったかなとか思ったりしましたね。

時間をかけて目いっぱいやって、出せる力はすべて出したと思っても、さらに読者は多くを求めます。例えば音楽の本とかですと、読者にマニアックな人が多くて、こちらが全力投球したさらにそれ以上のこと、こういう資料がもっと欲しかったとかそんなことを読者カードに書いてきて、まだまだ努力が足りなかったかなあと思うことは繰り返しのようになります。

それと、若い読者の中には装丁や本文用紙のことなどにこだわる人が多い。芸術書じゃなく、人文書でも、写真とか図版が多い場合に、それをきれいに出すために白い写真映えのする紙などを使うと、良かったという反響

が来たりしますね。

司会 本の作り方に関しても若い読者というのは内容とともに形式というように、かたちへ随分マニアックに対応をしますね。昔の本は、へんな言い方ですけど、それこそ教養人のために作っていた時なんて、内容さえ良ければ装丁なんてどうでもいいや、そういうところがあつたんだと思うんですが。

今泉 いや、今でもありますよ。

島原 去年、アメリカ文学の立場からヒステリーの研究をした本（富島美子著『女がうつる——ヒステリー仕掛けの文学論』）を出した時、ある人に「デザインが気に入ったのでずっと持ち歩いていました」と言われました。うれしかったんだけど、ちょっと複雑な気分でしたね。その本は去年僕が担当した本の中では、本文レイアウトもカバーデザインも一番力を入れた本でした。その人、デザインははめてくれたものの中身については、読んで面白かったとかいうふうなことは言ってくれなかったんですヨ。なんかむずかしくてよく分かんなかったとか……。笑）ただ、この件は、装丁がよければ専門書も広い層に買ってもらえるんだという意味で励みになり

ました。

司会 たしかに、本がアクセサリーというかグッズ的にも流通していったりしますね。特にヴィジュアルな本とか先端的な感覚を突くような本というのは、外見と無関係には動いていかないような気もするんですけどね。リブロさんは一種のアートグラフィック調でレイアウトされていますよね、本の並べ方にして。

今泉 環境としてね。

司会 だから、本の受け渡し方というか売り方というのも、単に本が作られてひとりで動いていくっていうより、もう一つ工夫がないと本が動いていかない。

今泉 そういう工夫以前に商品としての魅力があるのかないのか。「読者の顔」というのも、読者カードで見るのも一つの姿でしょうし、自分が書店に行って読者の傾向を探ってみるのもそうでしょう。いろんな事から読者像は作れると思うんですが、編集の方っていうのは、読者のことを先に考えたら本なんか作れないんじゃないかと思うんですけど。やっぱり自分でまずやりたい事があってそれを、本という一冊の形にまづしてみると思うんです。その結果として商品化した段階でだんだん読者像と

いうのが必要になってくると思うんです。経営上、何部売れなきゃマズイかな、みたいなのがあるわけですが、人文書なんかは偉い先生が多いわけでしょう。そういう先生方に向かって、これでは売れませんかよとか言えるんですか？

司会 門倉さん、その辺どうですか。

門倉 大学の出版部ですから、専門書でも教科書でもない本は年間の一、二割程度しか作っていません。ですから、一般の読者を対象にした本の作り方はものすごく幼稚で、流通していかないんです。大学という場から人文書をどうしたら発信できるのか、それはどのような人文書なのか、ずっと悩んでいます。単純にいうと、大学の先生がやさしく噛みくだいて書いたという本は一種の臭みがあるとしても抜けない。そうした意識でずっと来ましたがどうしても抜けない。そうした意識でずっと来ましたが十年は遅れたんじゃないでしょうか。たまたまベストセラーになった『知の技法』は本来テキストですが、啓蒙ではなく知の現場を上演してみせるというスタイルに開いたことが決定的でした。そこに読者がこれほど感応してくれたことは、僕達にとっては驚きでした。

今泉 『知の技法』が売れたのは完全にマーケティング

でありアナウンス効果、マスメディアに乗ったものだと思います。三十万部なんて部数はそうでなければ考えられないです。内山さんの専門のジャンル辺りで、島原さんが作るような本を出したりすると、先生方から苦情が来るといふことはあるんですか？ あるいは門倉さん辺りも。噂には聞くんですけども、軽い本を作ったり売らんかなの本を作ると早速連絡があるとか。

内山 ありません。

門倉 いやあ、それはない。大体が硬派ですから、売らんかなまで届きません。

今泉 軽い本を作ると怒る著者であるとか、ブランドとしての出版社に思い入れのある読者もいたりとか。

司会 そういうのはありますね。それぞれの出版社には昔からのお付き合いの深い著者がいて装丁なんかにしても、ちょっと変わってきたんじゃないか、って言われたりもします。

■編集者と著者の変化

司会 藤本さんは、島原さんと本に対する取り組み方と

かセンスがかなり似ていると思うんです。自分の関心、読者っていうのはもしかしたら自分じゃないのかという所から出発しているところですが。

藤本 私はわりと意識して、自分自身が読者であるといふことを手放さないようにしようと思っていまう。だから基本的に自分が店頭で買うような本しか作らない。島原さんと同じかどうかは分からないんですが、読者像については、例えばこれは何歳くらいが対象で、女か男かってそういう枠組みをこちらが作って想定するというより、その本が求めている読者というのがあると思っっています。その本が持っているメッセージの芯にあるもの、本の魂みたいなもの、それをどういうふうに外側に反映させるかが、読者がその本を見た時に、これは私のための本だっというふうに思ってくれるかどうかの決め手だと思うんです。それは、装丁とか造本の仕方、帯の文句、本文の組み方とかも含めて。だから、この本がどういふ本なのか、どこが一番面白いのかっていうのが自分の中でつかめた時に読者像もつかめるという気がします。それこそ、帯・表1・背・表4なんかがキツキツと、これしかない！と自分が思えた時には、返って

くる読者カードを見ても、そこをきちんと受け取ってくれたんだな、と。それがあって初めて、どれ位の部数から始めればいいのか、いくらだったら買ってくれるだろうかが見えてきますね。基本的に売れてくれなきゃ困るわけ。

例えば筑摩書房というのはそれほど大きな初刷部数からはじめられるわけではないですから、そうしたことを勘案して、よほど高価になりそうだったら諦めざるをえないですし……。そういうせめぎあいの中でやっているという感じです。

司会 編集者もトータルコーディネートというか、演出

家的な部分が相当出てきているなと思っています。昔のように大学の先生が書いたものを、活字に組んで本にして出すというようなタイプからは随分変わってきているのかもしれない。さっきの『知の技法』の話から僕が思ったのは、書き手も変わってきているんじゃないかということ。売ってやる“っていうような意欲のある教官が随分出てきている気がするんです。書いたものが勝手に権威を帯びて流通して行くという経路自体が終わりつつあるんじゃないか。知を実践していくような書

き手や、それに感応する読者がかなり飛び跳ねて出ている。この飛び跳ねている者同士をどう繋ぎ合わせるのかっていうところに、やっぱり編集者の才腕が問われているのかなという気がしてくるんです。だから僕は、リブロさんみたいな書店はそれを出会わせていくような、一種のミュージアムや劇場的な要素があると思うんですが。

今泉 街中の本屋ですからね。あらゆる読者層を想定しないとやって行けません。学術書も入門書も教養書もなければいけない。ただ、学術書というのは別に考えない。つまりこれはほとんど専門家相手で、部数でいえば一〇〇〇部の世界でしょ。書店でも扱うのは限られています。部数でいうと二〇〇〇部いけばヒットじゃないですか。哲学思想も普通だったら二〇〇〇いかないんじゃないですか。具体的にアクチュアルな問題に取り組んだ路線の本でやっとなところですね。この著者だったら、最低部数はいくつ、読者は何人とか過去のデータで大体分かるわけですね。このライターだったら、ウチで何部売れるとか。そうやって僕たちは商売していますから一番困るのが全く文脈の外れた所から突然出てくる本

で判断ができないんです。バーンと売れちゃたりしますからね。「人文書」っていう定義も出版社によって微妙に皆さん違うんですね。一番バランスよく出ているのが藤本さんのところかな。学術的なものもあるし、異分野のものもある。僕なんかが考えている、本屋のイメージを体現していると思うんです。

藤本 それこそ雑多なんですけどね。

今泉 マンガでもいいわけでしょ、哲学の代わりに。実際そういうものもあるわけですし。そうなると別に人文書の定義なんてどうでもよくなりますが。

■新人発掘

司会 全く新しいことが切り口として出てきた時に、果たしてその本が売れるかどうか疑問ですね。その本を受け入れる受皿自体があるのか、と。

島原 皆さんそれぞれスタンスは違うにせよ、新進気鋭の著者のデビュー本をやりたいと思ってるっしやる方は多いのではないのでしょうか。しかしそれが不利な理由というのは、まず著者の認知度が低いこと。もう一つは、

オリジナリティがあって、これからどんどん活躍しているという自負心の強い著者は、なかなか一筋縄ではないような方が多い。

こちらも頑張って注文つけたり、お願いしたりするんですが、なかなか聞いてくれない。そういった人は既にタイトルや構成を決めてたり、自分のイメージを作り上げているんです。

一冊目に関しては自分のプロデュース能力に自負心を持ちすぎている方が多いので困ります。ところが二冊目以降になると、具体的に最初の本がどのくらい売れたかという結果を突きつけられ、経験をふんでいるわけですね。若い著者との仕事は二冊目以降のほうが、一冊目の反省も込めてじっくり編集上の議論ができるという意味では、バランスのとれた仕事が編集者も著者もお互いに行えるのではないのでしょうか。でも最初の本、やりたいんですよね。

今泉 ライターがよほど名前の知られた人だったらいいですが、名前が知られていないとどうしようもない。

司会 無名のライターを、まず会社の企画会議で通さなくてははいけないわけですが、その時には上の人をどう

やって説得するんですか？

藤本 やっぱり、テーマの面白さでしょう。例えば、現在そのテーマについてこういう所で関心が集まってきているみたいなデータをたくさん出して、これが今一番ビッドなんだということですか、ちょっと説明はできないですよ。あるいは実際に書いたものを読んでもらって、ほら面白いでしょ、というより他はないですね。もちろんわかってもらえない時もありますけど。

司会 ただもう一つ逆の場合を考えると、ちょっと知名度が出てきた著者というのはいろんな出版社から声が掛かるわけですね。一冊、二冊面白かったのが、あつという間に十冊二十冊と増えちゃう。そうすると、最初に一番熱心に読んでいた肝心の読者が離れる現象があると思うんです。何冊も出せば知名度は上がって総体的に読者の数は増えるかもしれないけど、どうしても本のテーマの鮮度が落ちてしまう。そういう著者に、もう一遍新しいテーマでこれを書けと突きつけられるか、これも編集者のあり方だと思うんですけど。

今泉 でも簡単には書けないでしょ、力作本というのは。

内山 こう言う用語と語弊があるかもしれませんが、名前の出てくる最初の一冊までにツバを付けるという快感は編集者にはありますね。

今泉 門倉さんなんかはどうですか。院生の頃からずっと手塩にかけてくるんですか？ 君は優秀だと言つて。(笑)

門倉 やはり研究者の集団のなかに入って付き合っていくと、かなり見きわめはつきますね。ただ、そういうことというのは皆さんが頑張られているのとは逆で、僕達はフリーハンドで新人を見つけてくるというのはありません。

今泉 東大出版会で出すというのはむずかしいですか。

門倉 出すべきじゃないとも思っています。それは、ウチがやることじゃなくていいです。

今泉 その点は普通の出版社のいいところですね。

門倉 ジャンルとして見たとき、人文書というのはよく分らないんです。作り手としては個性だけの発想では企画を立てられませんから、皆さんにうまく付いていけないなあ、と。

■アクチュアルな本は思考の生成の場に読者を立ち合わせる

今泉 編集者にとって同時代感覚というのはどういう所で作られているんですか？

島原 人文会のような狭い同業ではない、むしろ傾向のちがう出版社の編集者からの刺激は大きいですね。あとは勘としか言いようがないですね。

内山 「アクチュアリティ」というのが一つの鍵だと思います。私の場合は現代的なテーマを直接問題にするというのが比較的少ないんですが、基本的には、今なんでもそんなことを問題にするの？ ということを編集者が明確に把握して、それが読者に伝わるようにするというのが大事だと思うんです。単に古いものをほじくり返すのが歴史なのではなくて、今起こっている事とどのように繋がっているのかを読み取れるような。それを意識していかなければと思うんです。これは大変むずかしいことで、私の大きな課題です。私の仕事というのは日本をテーマにしたものが多いんですが、その中でも面白いと

思うことはいくらでもあるんですよ。新しい事実の発見ということだけでなく、よく知られた事実が別の目から見ると全然違って見えるということも含めて。とんでもなく古い昔の事を問題にしているも、自分自身が今こうしてある事についての、なんらかの発見が確実に読者にも響く、そういう意味での「アクチュアリティ」もあると思うんです。

門倉 たしかに知識の中味というか内容より、「切り口を見せる」というのが読者との距離感で大事になってきていますね。人文書が衰退した感じがするのは、面白くなくなっただけというか……

今泉 必要じゃなくなった。

門倉 うん。知識としては必要じゃなくなった。例えば「知は快樂だ」みたいな言葉が出てきていますね。つまり、知識内容より、著者がなぜこういう研究を選んだのか、選んだ結果それを何十年やってきてどうだとか、その人の認識を語るべきで、それがその学問のディシプリンをきわだたせてくれれば、まず成功です。具体的なことでは、自然科学書でA5判タテ組という人文書シリーズを始めました。新刊で『家族の起源』がありますが、

著者はサル学の第一線のフィールドワーカーです。彼に、なぜゴリラに入っていたのかという背後の過程みたいなものから書いてもらう。そうすると彼にとつてのモチーフが、読者のモチーフにきつと繋がるんだらうと思うんです。

司会 思考の生成の場に、読者を立ち合わせる事ですね。

門倉 そうです。

島原 ここ数年、人文・社会科学書の商売が不利だなと思うのは、たいがい今までは、専門書が売れる条件として、コアとなる海外の思潮のムーヴメントがあった。パツと思いつくだけでも構造主義とかあったと思うんだけど、ここ数年そういうコアがないですよ。では全くないのかというと、思いつくものとしては、認知科学の最先端、コンピュータ・サイエンスなど、いくつか挙げられますが、それが何故（売上げとして）うまく機能しないのかというと、構造主義の場合だとミシェル・フーコーとかレヴィ・ストロースとかが典型例だと思いますが、彼らには役者のような顔があり、演出効果の高い振るまいがあった。やっぱりそういう人たちがつくったイ

メージが売行きを作っていく上ですごく機能したと思うんです。でも、テーマとなるジャンルとして認知科学とかがコアにあっても、それはそういった意味でのイメージのコアにはなれない。

今泉 テーマはあるんだけど書き手がいないんだなあ。

門倉 実践者ですよ。構造主義的に思考するところなるんだということ、あるいはそうした著者が面白いわけですよ。構造主義とはこういうものだ、というのは違う。

今泉 ヘーゲルだって、カントだってそういう風にして利用された試しがないですよのね。

司会 ただ売れるのは「入門書」だけです。入門書が入口であり出口になっている。だから、構造主義といつても、「構造主義入門」は売れるけど、その次の段階である学術書にまで読者が手を伸ばすかっていうと、むしろそれで終わっている。

今泉 フランス人だってフーコーをちゃんと読んでる人なんて、まずいないと思うんですよ。ましてや日本人でファッションでずっと来てるからあれだけ売れたんであって、純粹に学問の研究とか人文書のテリトリーで読

まれたなんて事はないと思いますよ。

島原 だから、見栄の教養主義みたいなものがなくなっちゃうと、本当に求めている人しか買ってくれない。

今泉 うん、そういうこと。もう、「見栄講座」は終わっちゃってるんですね。

内山 結局そのものであることはどうしようもないので、例えば私の仕事のジャンルから言えば、日本の歴史とか民俗、昔話でもいいですけど、それをもう一回考え直す。それは、欧米で完成された思想を単なる図式としてそのまま頂いてきてあてはめるっていうことではなくて。

■人文書は思想書として読まれる

今泉 テーマは永遠にあるのに書き手がいない。

藤本 テーマはあるのに書き手がいない、というのは例えば――？

今泉 自分の老いの問題、死の問題とかは誰にでもありますから。高齢化社会って言ったら売れるに決まってるんです。『大往生』なんかは売れるの当たり前なんです。

よ。死のテーマはアクチュアリティもあるし。イジメの問題、家族の問題……いくらでもあるんじゃないですか。

内山 その死というテーマでも、直接それをデジタルな形で表現している本と、少し回り道して考える本というのがあると思うんです。それらが集まって死という大問題に迫っていくような形を作る。一見すると当面の課題から遠く離れているように見える本を作る時でも、基本的にはこっちを狙っているんだというのを、作る側が意識する必要があると思います。

司会 棚の縦割りを脱ジャンルの横に繋げて行くという感じですか。

今泉 生命科学の本が入ってもいいし、哲学が入ってもいい。その点で言えば逆に古典なども甦ってくるだろうし。文学が人文書として読まれても何らおかしくないわけです。ドストエフスキーだってトルストイだって、死のことを考えていたわけだから。音楽や美術にだって重要なテーマとして入っているでしょ。そういうものを何本か作って風穴を開けていかないと、ただ単に人文書だけで穴を掘っていくと（人文書は）本屋から消えて行っ

てしましますよ。

司会 人文書をテーマと切り口によって組み換えていくということですね。

島原 例えばフーコーでも、今はメインストリームのような顔をして書店の棚に収まっていますけど、最初に『言葉と物』とか『狂気の歴史』とかで登場してきた時は、とても異色の異端的存在だったわけです。もっと異色なところではバタイユなどがいるけど、人文書の扱いでじっくり収まっている。

今泉 昔は「文学」でしたからね。澁澤さんが訳したんですから、文学だと思っちゃうんですね。

司会 メインストリームといっても、一つ前の時代ではサブ・カルチャーだったわけです。だから僕は、最初の突破口というのは本当に小さい「点」だろうと思うんですよ。

今泉 それは以前に、浅田彰さんや中沢新一さんが言われたわけです。それがまた、歴史は繰り返すじゃないけども同じパターンで終わりそうな気がするんです。『エピステーメー』なんていう雑誌もあったけど。結局、今思えばあれもファクションだったなあって。そう考える

と思想が思想の力を持ちえない時代に入っちゃってる。

藤本 思想書というものを、いわゆる哲学とかビッグネームで考えたらそうでしょうけども、私は本って結局、特に人文書の中に入るような本というのはすべて思想書として読まれていると思うんです。すごく軽い本に見えてもやっぱり自分の人生の指針みたいなのを与えてくれるし、読者も結局それを求めている。それこそ、死の問題とかそういうことだって、如何に生きるべきかみたいなことを考えさせてくれるわけだし。マンガとかでもそうなんですよね。私は熱心なマンガの読者でもあるんですけど、なんで読んでいるのかといえば、自分の人生の指針を得るために読んでるっていうのが実は大きいんです。ヒマつぶしなんかじゃなく。その意味では、人間の文化、そういうものを求める水脈みたいものは枯れるわけがない。つまり、思想の出方とか分類の仕方が変わっただけという気がします。

今泉 もう何十年も前から言われていることですけど、コミックが文学の代わりをしているし、力も表現力もある。コミックにも充分ものを考えさせる力はあるわけです。だから、このままだと人文会(書)は消え去ってし

まうんじゃないですか。それでは困るっていうのが本屋にはあるんですよねー。

■本屋に「新しい」棚をつくる

司会 最近では人文会でも小さくテーマを絞りこんで、ミニ・フェアをやるうという動きが随分出てきています。

今泉 でも、あれやると全国の何百という書店がワーツとやるからワンパターンでつまらなくなってしまう。メニューを選ぶというか、おたくがアレやるんだったらウチはこれをやるみたいな、選択の幅を広げてほしいですね。

司会 今、人文会自体が二十三社になっていますから、全社が統一したテーマっていうとはやありえないんですよ。それで今回進行しているのが「戦後50年のあゆみ」というものです。これだったら一応、会員社全てが参加できるんじゃないか。ただし、これをさらに細分化した小テーマという形で七、八社くらいでやれるような企画を、これからやっていきたい。

今泉 たかだか七〇〇〇人を相手に、七〇〇〇人の読者をつかむようなテーマを見なければいいんですから、それほどむずかしい事じゃないと思うんですけどね。

内山 ただ同時に、二五〇〇で成立する本というのもあると思うんですね。もちろん二五〇〇だけを狙っているわけじゃないですが。それぞれの本の種類があると思うんですね、その本を必要とする二五〇〇人に確実に届ける。それで採算も成り立つという道があるはずだと思います。

藤本 このレッテルがあれば売れる、というのが完全に終わっているのは確かなんですけど、でもそれ以上に、地下水脈みたいなものがあると思うんですよ。例えば自分がやってきた仕事を考えてみても、分野でいうとバラバラなんです。でも関心みたいなのは全部繋がっているんです。それは私の中だけではなくて読者だってそうだと思います。だから今までのジャンルの中には入らないけど人々が確実に求めている流れというのはあって、それがあつた一つの本の形で出てくるとそこから少しずつズラしていったって、また新しいジャンルが生まれることってきつとあるんだと思うんです。

今泉 本屋に教えてほしいんですよ、編集者のアイデアを。僕のところでは、マンガや小説、批評や音楽など、二十代の若い人達が関心のあるテーマを収め込んだ棚をどうやって作るかを四、五年前から考えていた。初めは、ニュー・ジャーナリズムを超える新しいジャーナリズムを作りたいと思って。そのうちに、若い人のエッセイみたいなカルチャー、サブ・カルチャーの一種をぶち込みたいというね。その結果、非常に中途半端なものですけど「ラップ・エッセイ」という棚ができた。あなたが言った、その地下水脈みたいなものを実際に棚として作らないと力にならない。そういう本屋の棚を作っていく事が重要だと思うんですよ、「人文書」っていう定義なんかいらなから。まあ、それはいろんな書店が本来は自分なりに考えていくべきことではあるんですけどね。人脈、ネットワークを含めて、折角こういう会があるんだから、こういうテーマの棚を作ったという提案を本屋にしていって欲しいんですよ。

藤本 一般書と専門書のバランスでいうと、売れる売れないの差って、私は多分どちらも後ろに人がいるか否かだという気がするんです。さっき門倉さんがおっしゃっ

た、読者を思想の生成の場に立ち合わせるということもそうなんですけども、ある部数売れるというのは、やっぱりその後ろにいる人が本当にそれをやりたくてやっているからだという気がするんです。そういう点では、一般書でも専門書でも関係ない。専門書って高価ですから、商売ってことを考えても必ずしも大部数売れる必要はない。一万円の本で一〇〇〇部だったなら、一〇〇〇円の本が一万部売れるのと同じなわけです。かえって利鞘のパーセンテージが大きくていいという側面もある。

ただ、専門書を作っている時に索引や註をどこまで充実させるかっていうのは大問題ですよ。本当にきちんとした索引を作ろうと思ったら、べらぼうな時間が掛かるし、人件費とか考えると合わない、という部分がある。でも、それをきちんとやっていかないと商品にならないものってあるはずだし。きちんと作らなくてはいけない本をきちんと作らないで、その時の売行きだけを考えていったら人文書全体が地盤沈下していく。固い本が売れなくなるだけでなく、おそらく軽く読める本も読者がいなくなるんじゃないかなという気がするんです。それは

どこか繋がっているという感じがあります。

司会 そうですね。専門書って、特殊な本のように見えますが、軽く読める入門書とちゃんと響き合って『売れて』いくと思うんですよ。

内山 どこまで手をかけるかは、今自分が作っている本がどういう性格のものであるかを見誤らないことだと思いますが。

■編集者とコスト感覚

今泉 先程から話を聞いてまして、編集の方に以前から伺ってみたいと思っていたんですけど、なかなか言えなくて。本音を出しあうということで今日はまあ許していただいて。具体的に編集の方というのはマーケティングというか、どの会社でも営利で食べているわけですから、自分の作った本にいくら掛かって、何冊売れて、いくら儲かったかという認識はあるんですか。失敗した時は何が原因だったのだろうと具体的に反省しているんですか？ あるいは成功した場合はどういう分析をしているんですか。それは営業にどう認知されているのか。私な

んか小売業ですから毎月の予算がある。残高予算、仕入予算、今日の売上げ……。それによって評価され給料やボーナスで相対化される。そういう面でもシビアです。編集の方って、そういう数値化されたものはあるんですか？

内山 一点ごとの出荷状況は毎日知らされますし、毎年、編集担当別に一点ずつの売り上げ額と経費、採算部数をクリックしているかないか、そういうのは出ます。それぞれの反省というのはあるんですが、実際にそれを踏まえて営業の活動とリンクしているか、そのあたりが一番大きな問題です。

今泉 僕なんかは人文書については、売れるほうがいいとか悪いとか、一概に言えないと思いますが。最低限のところ、編集の方って読者を考えて本を作っているのかな。自分が好きだからやっているってことが、まず大前提にあるんでしょうから全面否定もしませんが。読者の顔を、編集者はどうやってつかんでいるのかな？

島原 モニターを設けています。まあ、モニターになってくれる人は自分の知り合いであったり、友人であるわけだから、本音かどうか疑わしいところは多分にありま

すけど。なるべく忌憚のないところをズバズバ言ってくれる人の感想を参考にします。

藤本 声というのか分かりませんが最近の筑摩では、結構細かく一冊一冊について卸価×売行きから原価と固定費を引いた純利がプラスかマイナスか、数字になって出るんですよ。そういうものが売れて、そういうものが売れなかったか、単行本にしろなんにしろ、それぞれ一年後の時点での成績が全部出ています。また、発売一年以内の新作については一週間ごとに何部売れたか出てきますから毎週見ていけば、今週は三〇〇動いてるとか、五〇〇動いているけど今週はなんかあったのかな？ とか見れるんです。最終的には大雑把にいつて三カ月位してから、純売りが何%かで、八〇%超えてれば大体利益は出ている、七〇%くらいだったらトントンかな、って感じなんですけどね。まあ、そういうので見てはいるんだけど現実には、その結果をどうやってフィードバックしていったらいいのか、そのシステムを作るのがむずかしいんですが……。

今泉 会社の経営内容考えたら大変だなーと、皆さん思うんじゃないですか。

島原 勁草書房は、ご存知のように、基本的には非常に専門的な学術書を中心に出版しているところです。編集部は十人ほどなんですが、自分の専門領域をうまく達成できた人が支えているようなところがあります。

営業はというともちろん、売れる売れないということに関して非常に厳しいです。僕も好きなことやって売れないとさんざん叱られたわけで……。君は一体何をやってるんだ、と言われ方が余りにも厳しかった。そこで、“本とは、まず何よりも売れなければならぬものだ”と発想を改めたところがありました。だからといって大量に売れる本を作れたわけじゃないですが……。会社が小さいですからプレッシャーは結構感じますね。

「本は売れてなんぼのもの」ということでは藤脇邦夫さんの『出版幻想論』(太田出版)がまわりでけっこう話題になりましたが、同世代やもっと若い世代の知り合いの編集者は、それぞれ含みはあるにせよ、頷いている人が多かったですね。

今泉 僕なんかもそう思いました。人文会が生き延びる道っていうのは、東大さんとか岩波さんのような名門は、それですと生きていくっていう腹をくくって、胸

ラプソディー！ イン・ロンドン

菊池哲郎／著

毎日新聞ロンドン特派員

定価1854円

●今までだれも書かなかった裸のイギリス

紳士の国イギリス、個人主義の国イギリスとい
うが、当人たちはじつはただ身勝手なだけにす
ぎない。訪ねたバブは三百余軒、並みのイギリ
ス人には絶対負けないうと豪語する著者がユーモ
アたっぷりに描き出す独断偏見イギリス論。

日本評論社

☎03-3987-8621

〒170豊島区南大塚3-12-4

を張ってね。そしたらそれはそれで可能かもしれない。
門倉 腹くくってますね。編集者が経営内容はともか
く、財務状態について考えるのはそんなにいいことじゃ
ないと思うんです。その分野のしっかりした基本図書を出
せるかどうか問題だから、そこまでが勝負なんです。
専門書を作ることのむずかしさっていうのか、本を
作ることじゃなくて、研究分野のなかで一人の著者を選
ぶことのむずかしさですね。

今泉 財団法人ですからね、株式会社とは本質的に違
いますね。当然、編集のあり方も違うんです。

司会 今一点ごとに直接製作費がいくらかかったか、
それに対して売上げはどれくらいあったかは誰にでも判

断できる客観的なデータが出ますから、編集者は自分の
担当した企画について相当分かっている。ただ、その上
でその事をどの程度意識して仕事をしていくのか。
今泉 それがちゃんと評価されて給料が上がったりすれ
ば必死になりますよね。我々小売業からすればそこに一
つの問題があると思うんです。

藤本 さっきの、売れなかった本の反省ということと言
いますと、私なんかやってきて売上げのよくなかった
ものを見ると、やっぱり分かりやすくなきゃ駄目かなっ
ていうのがあるんですね。複数のジャンルに跨がるよう
な微妙な感じをつかまえた本を作ると、内容は私が読み
直してもかなり深いし、いいのにな、と思うのになかな

か読者に届いて行かない。これは何々の本ですよ、と言言で言えないのがむずかしい。要するに、書店さんがどの棚に置いていいのか迷う本と言いますか。

それから、私は現在、労組の委員長もやっておりますから（笑。喝采する周囲）、今泉さんのおっしゃるような能力給みたいなものには反対です。しかし、自分の作った本がどのくらい売れて、利益はいくらだったかを知る事は非常に大事な事だと思うんですよ。

今泉 良いものを作りたいという編集者と、儲けたい会社。金は儲けたいは、いい本は出したいは。難しいですね。

司会 よく言われますが、編集者も営業感覚を身に付けてなくてはいけない。逆に言えば、営業マンも編集感覚を身に付けてなくてはいけないのでは。トータルなものが要求されてる時代かなとは思いますがね。

今泉 人文書の生き残りとしてどんな道が考えられますか。

土屋（福村出版） 専門書の必要性というのはこれから変わらないと思います。ただこういうことも言えるのではないか。もともと人文書や専門書の読者は少なかつ

たんじゃないか。

今泉 以前だと初版四〇〇〇ぐらいで行けたのが、今は半分くらいになっているでしょ。前は教科書を作ればよかったけど、そうもなくなってきた。人文書は需要があるのかな。

丸山（平凡社） 何故以前は売れたかというと、まずテーマがありましたね。それと著者のネームバリューでかなり違っていた。たしかに今暗黒の時代みたいに言われていますが、料理の仕方によってはまだまだ読者を呼び戻せると思うんですが。

内山 なんだか暗い話になってしまいましたが、私は決して絶望していません。テーマは今でもいくらでもある。とんでもないところに熱心な読者もいます。例えば日本史の分野でいえば、歴史を見る眼を一変させた網野善彦さんの本は、長期にわたって着実に売れています。そして第二、第三の網野善彦は必ずいると思っています。

今泉 結局、若い人たちに期待するしかないんですね。これから出てくる人に、です。

司会 そろそろ時間が来ましたので、ここらあたりでお

開きにしたいと思うのですが、今日の話で僕なりに面白かったのは、二つの世代で編集や本のイメージも大分違ふということでした。本は売れなきや駄目だという考え方が若い人から出てきて、それに対して、本の役割というか専門書の質の維持の仕方について先輩たちが力説されていたことです。文化というのは本気で守ろうとしたと確実に滅びるものです。ちょっと安易な作り方をしただけで、本の質などすぐに地盤沈下してしまう。その質を維持しながらなおかつある程度一般の読者にも読めるものにするというのは、実にむずかしい選択を強いられることです。そのバランス感覚が今猛烈に求められていることは言うまでもないでしょう。

それとともに、人文書自体が質的にターニングポイントにさしかかっていることが改めて確認できたことです。人文書とは何かを純理論的に詰めていてもおそろく益がないでしょう。そうではなくて、人文書は多かれ少なかれ「思想書」として読まれているという藤本さんのご意見には賛成したい。それは現在にアクチュアルに関わっている本という意味で、内山さんが繰り返し述べられていることと繁がっていると思います。そのために

は、人文書の従来のジャンル分けも見直しする必要があるのではないか。パラダイムをもう一度解体して、魅力あるテーマに括り直す必要も出てきたのではないでしようか。知の快楽を追求する人文書を出し続けていくためにも、その工夫が編集者、出版社に突きつけられているのではないかと思います。

—— 1994.9.30 東京 御茶の水にて

(テープ原稿 村山聡美)

〈小特集〉 東北研修旅行

私ども人文会では、この秋、年に一回の研修旅行として東北の書店様を訪問し、互いに意見を交換し、闘わせ、改めて「人文書の普及と販売」に考えを新たにしてきました。今回ご寄稿くださったお三方は、ひとかたならぬ思いを人文書と地元に傾けられている方たちです。会側からのレポートとともに読みください。

店頭雑想

『本の洪水』を実感する毎日です。年間およそ四万点、日々約百点の新刊書籍が刊行されている現状です。まさに物量との戦いの日々といっても過言ではありませんまい。この状況については、賛否両論ありましようが、少

なくとも、例えば言論の自由の観点からは望ましいと信じたと思います。が、しかし、他方、書店という業態から考えますと、真に『本』を商うというにふさわしいか疑問になります。本の体裁をとった『物』を小売販売しているのではないのかと思ってしまうのです。然りと断じてしまえば、ある意味では大変気持が楽になりま

す。売れる本、興味本意といわざるを得ない『本』だけを扱えばよいのですから。そうわり切れないところに、私の日々のジレンマが発生するのです。

思い入れがあるのでしよう。一般経済原理でいうところの商品と本は違うのではないのでしょうか。本の持つ文化価値性ともいうのでしょうか。どうしても、その特殊性を見失いたくないという念が強いのです。といって、売れにくい本⇨文化価値性が高いという単純な図式ではないのです。本を求める人々がいる限り、より適切な選書の場を演出したいのです。本を求めるということ

山形市 八文字屋本店

木村 きむら

勝 まさる

は、ある特定のタイトル、内容の本という意味の外に、書店店頭で手に取って初めて知ったという潜在的な需要を含みます。

常々、お客様は観客、本が主役、書店は劇場、そして書店人＝私はプロデューサーであると思いつづけております。私たちは、本のプロであると同時に、偉大なる素人でもあるのではないのでしょうか。それは、一つにお客様指向ということと、もう一つは、本そのものに対する謙虚な姿勢を持つべきだということです。私たちの営む書店業は、地域にあって、お客様の支持を得、また支持を拡大しながら成り立っているのは当然であり、書店という器の安全性、快適性、私たち書店人の良識あるマナーの向上等々は勿論、品揃えに対するお客様の信頼度を常に意識すべきでしょう。また、本そのものの有する文化性に対して、基本的に、常に肯定的中立性を保つべきではないでしょうか。

そこで、いわゆる人文書です。現在、全国三万有余の書店店頭はどうでしょうか。おそらく、多くの書店は、いわゆる回転率の高い雑誌、コミック、文庫等でその棚の多くが占有されていることだと思います。このこと

は、出版業界の諸々の実態からして、当然でもあり、それはそれなりに是とせざるを得ませんし、それを否とする議論は、この稿の目的ではありません。しかしながら、他店とはかく、地域一番店として多くのお客様に親しまれ、支持されている当社としては、あくまでも、総合書店でありたいと思うのです。回転率の高い商品群だけではあれば、効率的な利益の確保は、一時期可能ではありましようが、長期的に見た場合、はたして、どうでしょうか。私の見通すところでは、結局、客層が限定され、顧客の拡大再生産もなく、尻すばみになっていくのではないかと危惧されます。当社では、可能な限り、理工書はじめ人文書を含む、いわゆる専門書の充実に力を傾注しています。

それは、一見、回転悪化の要因になるように言われ易いのですが、私が店頭で観察する限り、決してそうではありません。むしろ、良質な固定客の創造と拡張に資するもののだといえます。その一つの証左として、客注コーナーに目を転じてみますと、硬質の人文書をはじめ、店頭商品構成に入りきらない幾多の専門書のラインナップです。また、お客様からの電話や店頭での問合せも多く

経験するところでもあります。

言えることは、人文書は売れないのではないのです。

売れないと誤断して品揃えに組み込まないから売れないのです。むしろ売らないと言った方が的確でしょうか。

また、人文書は、ややもすると店の片隅に追いやられてしまいがちですが、試みに自店のゴールデンスポットに陳列コーナーを常設してみてもどうでしょうか。必ずや、従来にない客層の流れを感じるはずです。その際、勿論、テーマを限定したコレクションを半月なり一カ月替りで主張を明確にする必要はあります。と同時に、棚の構成にも関連性をもたせることによってお客様は私たちのメッセージを受けとめてくれると思うのです。

思えば、人文書は、出版文化を、良くも悪くも、最も顕著に体现しているのではないでしょうか。決してマスではあり得ず、しかし確実に読者の顔をイメージできる、またテーマくくりのしやすいジャンルだと思います。逆に、書店人たる私たちも自己啓発を怠れませんし、奥深いものがあります。それだけに扱いがいがあるともいえましょう。人文書売るためには、それ相応の気構えを要しますが、確実に読者にお客様を獲得できます

し、売上げの底硬いベースを作れます。と同時に、私たち書店人の質の向上にもつながります。さらに、なによりも本を売る喜びが最も実感されます。まさにプロデューサー冥利とでもいうずっとしりした感動を得ることができます。それがあるから、私は、また今日も、ドラマの演出にあれこれ頭を悩ます訳なのです。



人文書は文系店の主力商品です

仙台市 東北大生協 文系店

佐藤 和之^{さとう かずゆき}

東北大学は、いわゆる「タコ足キャンパス」で、仙台市内のあちらこちらに学部が点在しています。それに合わせるように、東北大生協の店舗も各学部キャンパスに分散して在り、文系店は文科系四学部（法・経・文・教）の合同キャンパスのなかに店を構えています。商品構成については、学部の特性に合わせ、人文社会科学系の専門書を中心に品揃えをしています。供給構成比をみると人文書は二五％あり、これからしても、文系店がいかに人文書に特化した店づくりをしているかがわかるかと思えます。

文系店が人文書の販売に力を入れている理由は明快で、人文書売り続けることが大学生協の使命であり、またそれが競合店との差別化につながると考えるからです。これは人文書売る店がなくなってきたからこそ、逆説的に浮び上がってきた理由なのです。

人文書は売りにくい。確かにそうだと思います。一度火がつけば独りでに売れていくベストセラーの文芸書などとは違って、人文書は売るための「仕掛け」が必要です。（もちろん火がつくにも「仕掛け」は必要ですが）刷り部数の桁の違う文芸書と人文書を同列に語るのとは間違

いなのでしょうが、いわゆる「冊数至上主義」からすれば、人文書などは商売として成り立ちにくいといえます。そのためもあってか、例えば仙台においても、八重洲書房がなくなつてから、人文書の品揃えにおいて衝動買いをさせるような刺激的な本屋がなくなつてしましました。どこへ入つても同じような品揃え。ベストセラーやコミックを追い掛ける書店ばかりが増え、個性的な本屋はなかなか見当りません。もちろんそうした書店も必要です。しかし東北大生協でも同じような店づくりをしても、組合員の支持は得られないでしょう。

組合員のニーズはさまざまです。学生や教職員が生協のお店に何を求めるかは人それぞれでしょう。必ずしも専門書だけを求めて店に来るわけではありません。しかしながら、大学生協として店づくりを考えたときに、まずはじめに果たすべき使命は「組合員の勉学教育研究を総合的に支援すること」であり、専門書がなかなか手に入りにくくなつてきている状況では、専門書売り続ける生協の存在価値はますます大きくなつてきていると思います。またそうした状況だからこそ、人文書に特化した店づくりが、これからますます厳しさを増す経営環境の

なかで、文系店が生き残つていくための重要な差別化戦略になると、わたしは考えています。人文書にこだわる理由です。

では具体的にどんな店づくりをしているかですが、それについて語るときに外せないのが、現在全国の大学生協で進行中の「定番実験」です。

これは全国共通の売れ筋商品を各分野別に選定し、全国の大学生協の各店舗へ有効に配置しようとする商品政策（「定番政策」）のための実験です。簡単にいえば全国共通の売れ筋商品が果たしてあるのか、それを全国配置する効果にはどんなものがあるのか、まずは実験し、検証してみようということです。

「定番実験」の簡単な流れですが、各分野別の商品委員会（人文書は人文・法律・経済書委員会）が選んだ「定番商品リスト」をもとに、各店舗が店の規模や商品動向からして適当なセットを申し込み、一定期間、定番商品を陳列し販売します。そして実験終了後、販売実績データを全国的に集約し、その効果をみようということです。既に「第1期定番実験」は六月で終了し、この一〇

月より「第2期定番実験」が始まっています。

「定番政策」において期待される効果として、次の3点が考えられています。

(1) 供給促進 (2) 店舗作業の改善 (3) 物流の改善

今回の実験では、こうした定番効果の前提となる「商品の共通性の度合い」について検証することを主な目的としています。集計された販売データをみると、圧倒的多数の定番商品が複数の店舗で売れていることがわかり、「商品の共通性」の存在が明らかになっています。また欠本発見のひとつの機会となり、店舗の品揃え改善に有効であることが確認されています。

文系店においても、「定番実験」を進めるなかで、多くの教訓を得ています。まず第一にあげなければならないのは、販売実績データをとることの重要性和単品管理の必要性をあらためて認識した、ということでしょう。京都では既にPOSが稼働し、東京でもスリップリーダーによる販売データの集約が始まっています。東北大生協では、システム環境が未整備で、これまで販売データの集計は手作業で行ってきました。ようやく第2期の実験

からは、東大生協本郷書籍部が開発したパソコンによるデータ集計システム（「AYAKO」）を導入することにより、いろいろと加工可能な販売データをとることができるようになりました。問題はその得られた販売データをどのように店舗の品揃えに活かしていくかです。その点について、柴田信氏の『ヨキミセサカエル』（日本エディタースクール出版部）のなかでの、つぎのような発言が参考になります。

「小売書店の中の専門書ジャンルに限って言えば、月に何十冊も売れるベストセラーを期待しているわけではなく、月ごとに二冊から五冊、年間にして二十冊ないし五十冊売れる一冊の本を、販売担当者の地道な努力で何点にも種類をふやし、そんな吟味された一点一点が棚に表出されることによって、ロングセラー物の層を厚くしていくことだと思います。」（同書、一〇一頁）

「定番実験」は、専門書におけるロングセラーを発掘するための方法論として、生きてくるのです。これまでのような担当者の勘と経験に頼った品揃えでは、必ず担当者の思い込みがあり、売れ筋商品の見落としや欠本があるはずで、売れ筋は店の外にあるといっていいいでしょう。

う。集計された自店の販売データは、他店と比較検討してみてはじめて意味をなすのです。そしてその結果発見された売れ筋を置いてみて、動きをみてみる。こうした実験の繰り返しの中から、ロングセラーが少しづつでも着実に増えていけば、人文書の棚は活性化していくだろうと思います。

あるいはまた逆に、文系店だけで動きのよい商品も販売データから発見されています。「定番実験」に対して、「金太郎飴的」な画一的な店舗をめざすのではないのか、という誤解がありますが、実験は販売データを把握するなかで、単品管理を行い、その商品がなぜ売れたのか、あるいはなぜ売れなかったのかを見極め、そのうえで店舗の規模やキャンペーン特性にあった品揃え、棚づくりをしていこうとするものです。店舗独自の定番商品が発見されることは、実験の大きな成果であるといえるでしょう。

教訓の第二は、人文書の棚づくりです。文系店独自のロングセラーが発見されたからといって、そのことだけで供給促進につながるものではありません。その商品を

店舗の棚のどこに陳列するのが、つぎに問われなければなりません。この点に関しては、永井祥一氏が『データが変える出版販売』（日本エディタースクール出版部）のなかで語られている「インパルス・バイイング」という考え方が重要で、「ジャンル別、あるいはシリーズ別、同一テーマによる陳列」により、いかに読者にもう一冊衝動買いさせるかという高度な「仕掛け」のことで

棚づくりにおいては、学際的分野が増え、これまでのような図書館の分類が意味をなさなくなってきた今日、新たな発想による分類が必要となってきました。例えば文系店で「生命倫理の現在」という棚をつくらうとします。これは医療の問題にとどまらず倫理・宗教・文化・法律・哲学など複数の専門領域にまたがる学際的分野で、キーワード＝問題群をみても「脳死」「臓器移植」「臨死体験」「死生観」など多岐にわたります。このようなコーナー化しにくい分野が、むしろアクチュアルなテーマなのであり、組合員の関心と呼ぶ棚になるはずなのです。しかしながら、こうした棚づくりは、豊富な知識と経験が必要で、担当者ひとりではなかなかできる

ものではありません。研究室を訪問して教授や院生に教えてもらう。あるいは全国の人文書の担当者や情報交流をする。さらには人文書版元とともに、お互いのもつ販売データや商品情報を交流しながら、分類の見直しをしていく。そうした、読者と書店と出版社の三者を結ぶ情報ネットワークをつくることではじめて、新しい分類や活性化した棚の提案ができるのだと思います。

最後の教訓は、専門書の育成です。専門書の読者のニーズは、本来なら、大学に店をもつ生協がもっと捉えられるはずです。また人文書版元がもっとロングセラーの重版や復刊の情報は、なかなか読者まで届きにくい。欲

しい本がない、見当たらない、手に入らない、など。読者と専門書とを結ぶ物流と情報の流れは、現在決してよい環境にあるとはいえません。読者のニーズに応える一冊の本をつくり、育て、そして欲しいときにすぐ入手できる仕組みを業界的につくりだすことができれば、専門書販売をめぐる環境はさらに活性化したものになるのではないかと思うのですが、樂觀に過ぎるでしょうか。

<好評発売中>



シリーズ・政治と経済の心理学 1

政治行動の社会心理学

鮑戸 弘編著 有権者の投票行動や政治的無関心、メディアの影響など、とらえにくい人びとの政治意識と行動にアプローチ。マクロな政治現象の説明を有権者側から探る。

四六判/定価三五〇円

シリーズ・政治と経済の心理学 2

消費行動の社会心理学

鮑戸 弘編著 移ろいやすい消費者の行動をとらえる枠組みについて、心理学・社会学からのアプローチを総覧。ライフスタイルと消費などの最先端の動きにも言及する。

四六判/定価三〇〇円

福村出版

定価は税込

東京・文京・小石川 3-17/03-3813-3981

文化の香りに魅せられて

秋田市 加賀谷書店

かがやりゅうじ
加賀谷龍二

読書の秋の候、秋田は、はや冬の前ぶれを感じる今日この頃です。

当社では、人文会様の御協力をえて、「思索の森、人文書厳選フェア」を開催しました。当社では、毎年秋に、「自然科学書一万点フェア」「岩波書店全点フェア」「郷土出版フェア」等々を開催しています。これは、当社社長の「経営の原点は、秋田の役に立つ商売かどうか、一般に専門書の回転率は決して良いとはいえない、売れ筋だけを集める方法もあるが、しかし、知識、学問において秋田を代表する客の要望にも答える商売をしていかなけ

れば、役に立ったとはいえない」という経営理念から生まれたものです。

さて、棚に陳列された本を、腕組みしながら眺めてみますと、昔の事が思い出されました。私事ですが、学生時代、ゼミの先生にわたされた参考図書の一覧に載っていた書名、出版社名が何点かありました。社会勉強ばかりに時間を費やしていた学生時代でしたが、試験の頃になると、レポートを書く為に参考図書を探しに行ったものです。八重洲ブックセンター、三省堂、東京堂と普段は足を運ばない、社会科学書コーナーへ行き、知識の香

りをかきながら本を求めていました。縁あって秋田で書店に入り、知識の香りのするフェアに携わり、こういった本を読んでいた頃を懐かしく思い出しました。

フェアを開催して半月頃に、人文会の皆さんが、研修会で秋田においでになり、昼食時にお話しをする機会がありました。その時は、商売として扱う商品として人文書の事を色々と思いました。冒頭に書いた社長の理念にも出てきた回転率の事です。書物から人が受けとるものに、はかり知れないものがあるのは、万人が感じていることでしょう。ニューメディアといわれるものが生活の中にどんどん入って来ている今日、それによって、活字文化がなくなるといふ事はないと思います。十年前、トーハンが、次のコピーを使いました。

「こどもたちよ。」

私がお前たちに遺してあげられるものは、あまりにも少ない。兄弟げんかも起こらないほどの僅かな財産と、正直だけが取柄の血筋、何枚かの写真。そして、書棚の古びた本と、読書を苦痛に感じない習慣。伝えるものはすべてだ。地位や名誉が欲しければ、自分で手にすればいい。愛もまた同じだ。それは、私

が遺していくべきものではない。

自分で考える。自分で選べ。自分で生きろ。

そのために必要なことは教えてきた。

ただひとつだけ言っておこう。

読書を怠るな。もちろん本からの知識がすべてだとは言わない。多くの人と出会い、経験を重ねることによって、人は真に成長する。時には書を忘れ、酒杯をくみかわすのもいい。しかし、読書は怠るな。想像の翼を持たない者は、いつまでも夢にとどかない。幸いにお前は、インクの染みのような活字の羅列から物語を想像できる力を持っている。小さな頃、寝床で本を読んできかせると、お前は目を輝かせていた。その頃の興奮を忘れないでほしい。」

このコピーは現在当社の広告コピーとして使わせていただいています。

書店は、小売業であり、扱っているものは商品であるが、その商品の中にこのようにすばらしいものがあります。他の商品がダメだという事ではなく、文化の香りのするものを商品として扱える幸せがあるのです。出版社にとっても、良書普及、出版は志しの業としての幸せが

太古の呼び声

ジャック・ロンドン著／辻井栄滋訳

人類のあけぼのの頃、人びとは何を思いどんな生活をして
いたのだろうか。幾千世代を超えて現代人の夢の中に蘇っ
た原始世界を想像力豊かに描きだした、快著 *Before Adam*
の完訳。四六判・244ページ／定価2,200円(税込)

トランス・パーソナル・エコロジー

環境主義を超えて

ワーウィック・フオックス著／星川淳訳

エコロジー思想は、もう本書抜きには語れない。今日のなテ
ーマを徹底的に検討し、新たなパラダイムを提示した話題
作。四六判・384ページ／定価3,600円(税込) 近日刊

平凡社

〒152 東京都目黒区碑文谷5-16-19
振替00180-0-29639/☎03-5721-1234

あります。又、取次においても、流通業としての役割が
大きい中、出版社、書店をまきこみ色々なしかけをして
います。例えば、「うずもれる事を許されぬ作家達」とし
て、丸岡秀子さんのフェアをしかけるなど、文化の香り
を続けているのも一例でしょう。

しかし、出版社も取次も書店も商売です。利益を上げ、
税金を払うため、採算を合わせなければなりません。利
益としてみれば、雑誌という商品売ることにより生ま
れる利益と、専門書という商品売ることにより生まれ
る利益は、同じです。あとは、どれだけ売るか(回転率)
です。私自身、数年前に回転率重視から、在庫を減らし
た事があります。

今は、回転率の低いものを上げる努力をしています。
そして他方で、より回転率の高いもの、利益を生むもの
を導入しています。例えばCD、TVゲーム、ファン
シー等々。

私自身、心の奥に「知識の香りのする商品を扱う事を
手離したくない」という、商売とは違った次元のものが
あるのかもしれない。

商売人として、売れない事を人のせいにしていてもい
けないので、もっと勉強しなければと思っています。

今回の人文書のフェアは、私に色々な事を想わせてく
れました。

人文会東北研修旅行報告

未来社 弘報委員長

西谷 雅英 にし たに まさ ひで

秋の季節がゆっくり深まりゆく十月、私たち人文会一行は、東北路に向けて三泊四日の研修旅行に出かけた。

今年は、不参加の一社を除く二二社と、各取次から田沼義貞書籍部部长（トーハン）、橋本康司書籍部課長（日販）、そして昨年に引き続き長谷川康二書籍部課長（鈴木書店）のお三方を迎え、総勢二五名の旅となった。

日本列島を前夜来襲ったマグニチュード7の大地震は、不吉な前兆と思われたが、旅そのものは初日に新幹線が車両故障で一時間立ち往生した以外は万事快調、一分の隙もなく綿密に立てられた予定を滞りなく消化する

ことができた。

初日（10月5日）、山形に昼過ぎに到着した我々は、五十嵐太右衛門社長をはじめとする八文字屋さんへまずご厄介になった。昼食を兼ねた研修会では芋鍋に舌鼓みを打ちながら、歴史と伝統を誇る老舗の地元文化への関わりと貢献の深さを噛みしめた。（本誌・木村氏の原稿にもその「思い」がフツフツと伝わってくる。）

次に市内の山形大学生協さんを訪問したが、ちょうど昼休みの時間にぶつかったものの武藤店長ら職員一同が時間をずらして我々を待っていてくださり、頭の下がる

思いでいっぱいだった。

穏やかな地形を眺めながら、バスで山形を後にした我々一行は、次は東北一の大都市・仙台をめざすこととなった。仙台は東北の書店の激戦地でもあり、またトーハン、日販など取次が支店を構えるなどやはり刮目に値する。

市内に着き、ホテルで荷を解いたあと、我々はまず丸善一番町店との研修に取り組んだ。一週間前が決算だったため棚に本が揃っていないとの説明があったが、人文書の動向としてどうしても気にかかってしまうのは、昨年閉店した八重洲書房のお客さんがどこへ行ってしまったのかということだった。その問題点を抱えながら、夜は市内の書店さんや取次さんをお招きして懇親会を開いた。

さすがに店長さんクラスとあって、面白い含蓄のあるスピーチが続いた。以下記憶に残ったものを覚え書き風に記しておこう。

■五%をめぐる攻防

人文書のシェアは四〇五%、いいところで六%という

数字がある書店さんが言挙げした。この数字は売上げの割合を言うのか、あるいは読書人口を言われたのか、おそらくそのどちらでもあるのだろう。さしづめ人文書というのは、この五%をめぐる争いなのだ。

人文書はきっちりとしたコーナーを作って長く売る、きちんと品揃えして最後に売れるのが人文書だというのはある取次さんの弁だ。また書店の味付けには人文書がもっとも個性を出しやすい、低定価本との競合は避けて、地味でも手堅く売れるスペースづくりはどうすれば可能か、書店さんが口を揃えて言われたのはこういうことだった。

またこのとき話題に上った「人文書にはアゲインストの風が吹いている」という会側からの提言に対して、書店、取次さんの応答にも興味深いものがあった。もちろん我々には有難くない言葉なのだが、アゲインスト（逆風）をどうフォロー（追い風）にするか、ユーモアをまじえながら取次、書店さんが真剣に知恵を絞られていることをヒシヒシと感じた。

翌日（10月6日）は午前中より日販、トーハンの各支店を訪問し、昼過ぎに市内に戻ってから、昼食会を金港

堂本店の鹿又部長、棚担当の島さん、同ブックセンターの萩原課長らと持つことができた。ファッションビルに七百坪の売場面積を持つブックセンターは「専門書ならBCだ」と言われるようになりたいと頼もしい発言が記憶に残った。

その後、高山書店、宝文堂、アイエ駅前店を訪問したが、この中では宝文堂に歴懇（歴史書懇話会）の棚があることが目を引いた。

夕方には東北大学生協を訪問。伊藤店長をはじめ人文担当の佐藤和之氏の出迎えを受ける。

品揃えは圧倒的にいい。四、五年前に比べると格段に良くなっている、これなら八重洲書房の客を食い止められると、営業マンらしいキラキラした目を輝やかしながら、ある会員社は興奮気味に語っていた。

再び市内に戻って大学生協東北地連との研修。戴田氏（東北事業連合）ほか岩手大、東北大、同工学部、東北学院大、福島大が参加され約二時間の研修に臨んだ。

■どうすれば効果的な情報が得られるか

まず戴田氏より説明がある。人文書は全体の十一・六

%を占め、二年続けて二桁成長という話を聞いて会員社はひとまず胸をなでおろした。この研修会では、情報収集を主要テーマに議論が展開された。どうすればいい情報を得られるか？ これだけ多量の情報が流されていくなかで効果的な情報とは何か。版元の側も新刊案内やFAX通信等のメディアの開拓を考えねばならないだろう。

次に昨年から大学生協連が真剣に取り組んでいる「定番商品」に関しての説明があった。これは本誌に佐藤和之氏をご寄稿くださっているので詳しくはそちらを参照していただきたいが、簡潔に言えば、欠本をいかに減らし、ロングセラーに仕立てあげるかが、この「定番」の最大のテーマである。結論は早急に出せないが、効果は徐々にあがるもので、その動向は我々版元も長い目できちんと付き合う必要があろう。

夜は例によって懇親会。宴席ののち、各グループに別れて三々五々町なかに消えていった。

最終日（10月7日）は朝早く仙台駅を出発。昼前に秋田駅へ着く。徒歩で駅前の加賀谷書店本店を訪問。昼食の席に、加賀谷豊治社長をはじめ常務、加藤店長が顔を

揃えられた。ここでは現在人文会会員社による三〇〇〇冊フェアを展開してもらっている。(加賀谷常務がエッセイを寄せてくれた)目標売上げは二百万円。現在のところ七〇万との成績が発表された。

その後、徒歩で三浦書店を訪問。ファッションビル内にあり、客層は良い。会員社の一社が創立35周年フェアを展開していた。

ここからはバスで秋田県立図書館見学。昨年開館したばかりの大型図書館だ。コンピュータ設備が完備していて、ちょっとしたモダンな美術館を思わせる。我々は久々に空間の豊かさのなかで背筋を伸ばした。

この後、予定になかった加賀谷書店城東店(郊外店)訪問。なにかにつけドン欲な人文会らしい素早い対応である。

ここで日程をほぼ消化し、夕刻、秋田市を出発し、夜の宿泊先である田沢湖高原に向かう。

と、ここで本来ならば全日程を終え、残るはゆっくり東北の景色を眺めながら、帰り路に着くというのが例年のパターンらしいのだが(私は研修旅行に参加するのが

まだ二回目という新参者なのです)、「研修」はこの後、バスの車中でも延々と続いた。とくにここ一、二年に会に参加した「若手」(といっても相対的なものですが)を中心に熱心な先輩(実は代表幹事)から強力な指導があり、一説によれば、三日間分をはるかに上回るハードな特訓だったともいわれる。こうして今年の研修旅行もいくつかの「伝説」を残しながら無事終了、東京への帰途に着いた。

■人文書の生き残り方

人文書には「アゲインストの風が吹いている」が今回の研修旅行のキャッチフレーズになってしまったが、これを「フォローの風」にするにはどうすればいいか。書店側から人文書の置きやすい状況、売れば儲かるんだという感触が欲しいという要望が出された。各書店が品揃えて悩んでいることも窺えた。

筆者がこの旅のあいだじゅう考えさせられてきたのは、人文書の売り方にはある種の腹のくくり方が必要ではないかということだった。それはこの研修旅行で、幾度となく耳にした「5%」という数字である。我々が相

手にしているのはたかだか「五％」にすぎないのである。

五％の読書人、五％の棚スペース、五％の売上げ、何から何までこの「五」という数字がついてまわる。しかし逆に考えてみれば、この「五」を確実に押さえられれば我々の商売はなんとかなる。つまりこの数字の確保が人文書の生命線ではないかと考えられるのである。そこから一％でも上乘せできれば、それで十分なのだ。

これをマイナー志向と考えるなかれ。五％を全人口に置き換えれば、数百万人にもものぼるし、我々が守っているとする読書環境は、数千からせいぜい数万単位のものではないか。大きく考えるのではなく、むしろいかに

絞りこんで読者ターゲットを見定めるかが問われているのだ。

先の座談会で東京大学出版会の門倉さんは人文書のつくり方に「腹をくくっている」と発言し、平凡社の内山さんは、つくっている本の性格を「見誤らないこと」と言っている。いたずらにマーケットを広げず、きっちり特定の棚を確保できれば、人文書は滅びないとの確信も得た。

人文会創立二五周年記念出版

人文書のすすめ

——人文科学の動向と基本図書——

今、話題の人文科学におけるテーマ、人の知識、自己発見、認知科学、宗教と若者、中世史、フェミニズム、戦争と平和、都市論、学校と教育などについて、第一線で活躍する20名が執筆する。さらに分野別基本図書三〇〇点を収載。
A5判 四三〇頁 二八〇〇円(税込)

発行

人 文 会

取扱い

誠信書房内

東京都文京区大塚3-20-6
電話03-3946-5666 〒112

人文会会員名簿

(〒111 台東区蔵前 2-6-4 筑摩書房内)

1994. 12. 現在

	社名	担当者	〒	所在地	電話	FAX
幹事	青木書店	古川 清	101	千代田区神田神保町 1-60	3219-2341	3219-2585
	大月書店	原田 敦雄	113	文京区本郷 2-11-9	3813-4651	3813-4656
	御茶の水書房	平石 修	113	文京区本郷 5-30-20	5684-0751	5684-0753
	紀伊國屋書店	尼子 英二	156	世田谷区桜丘 5-38-1	3439-0128	3439-3955
	勁草書房	氏家 富男	112	文京区後楽 2-23-15	3814-6861	3814-6854
	社会思想社	清水 博	113	文京区本郷 3-25-13		
				中銀本郷 3 丁目ビル	3813-8105	3813-9061
	春秋社	鈴木龍太郎	101	千代田区外神田 2-18-6	3255-9611	3253-1384
	晶文社	島田 孝久	101	千代田区外神田 2-1-12	3255-4501	3255-4506
幹事	誠信書房	濱地 正憲	112	文京区大塚 3-20-6	3946-5666	3945-8880
	創元社	重光 義彦	162	新宿区山吹町 334-11	3269-1051	3269-1092
	草思社	小林登美夫	150	渋谷区神宮前 4-26-26	3470-6565	3470-2640
代表幹事	筑摩書房	菊池 明郎	111	台東区蔵前 2-5-3	5687-2680	5687-2685
	東京大学出版会	吉田 信夫	113	文京区本郷 7-3-1		
				東京大学構内	3811-8814	3812-6958
	日本評論社	後藤 光行	170	豊島区南大塚 3-12-4	3987-8621	3987-8590
	福村出版	土屋知可夫	112	文京区小石川 1-3-17	3813-3981	3818-2786
	平凡社	丸山 正美	152	目黒区碑文谷 5-16-19	5721-1234	5721-1239
	法政大学出版局	市川 昭夫	162	新宿区市谷田町 2-14-1	5228-6271	5228-6010
幹事	みすず書房	福田 晴行	113	文京区本郷 5-32-21	3814-0131	3818-6435
	ミネルヴァ書房	杉田 啓三	607	京都市山科区日ノ岡堤谷町 1		
				(075) 581-5191 (075) 581-0589		
			162	新宿区市ヶ谷山伏町 5	3267-3849	3235-9539
幹事	未来社	西谷 雅英	112	文京区小石川 3-7-2	3814-5521	3814-8600
幹事	雄山閣出版	武 一雄	102	千代田区富士見 2-6-9	3262-3231	3262-6938
	有斐閣	高橋 睦美	101	千代田区神田神保町 2-17	3265-6811	3262-8035
	吉川弘文館	阿部 昇	113	文京区本郷 7-2-8	3813-9151	3812-3544

販売企画委員会 ◎福田 ○清水 氏家 杉田 鈴木 高橋
 調査・研修委員会 ◎濱地 ○平石 小林 後藤 重光
 図書館委員会 ◎尼子 ○島田 阿部 市川
 弘報委員会 ◎西谷 ○吉田 土屋 原田 丸山

●戦後50年史の最重要テーマの一つに挑む

レッド・パー ジとは何か

三宅明正著
46判・3000円

—日本占領の影—

アメリカに秘蔵されていた新発見の資料(フラッティ文書)を横軸に、すでに公開された膨大な研究・記録・社史などを縦軸に駆使して、その内幕と全体像を描く

大月書店

東京都文京区本郷2-11-9
電話03(3813)4651<代表>

ひとつの色から広がる限らない世界

銀座和光編

色の ことば

B6判/224頁
定価1,500円

あらゆるジャンルで活躍中の48人が、各々一色を選び、熱い想いをつづった詩情豊かなエッセイ集。菊地信義氏のブックデザインによる美装本。

紀伊國屋書店

出版部：東京都世田谷区桜丘5-38-1
TEL03(3439)0128(営業) 表示価は税込み



勁草書房

*定価は税込

明石高典

自分を活かす編集術

ひとと味がう編集者になるために。
人脈、転職、企画戦略。1854円 310

竹田純郎

生きることの解釈学

自己確認のために、歴史的・身体
的生の(経験)を探る。2472円 310

原田東岷

平和の瞬間 二人のひろしまびと
ヒロシマに限りない愛をそそいだ
アメリカ人の記録。2266円 310

〒112 東京都文京区後楽2-23-15
☎ 03-3814-6861/販 00150-2-175253

ボブ・ジェソップ著 中谷義和訳
国家理論

定価八四四六円

資本主義国家を中心に

構造主義的・道具主義的国家論からレギュレーション理論、
コーポラティズム論、オートポイエシス論などを比較と批判
の視座において多角的に検討 した著者の十五年に及ぶ国家
理論の集大成

I マルクス主義の法・国家論、および法と国家の資本主
義経済および階級闘争からの相対的自律性について
II 政治的代議、社会基盤、国家形態
III 価値形態、資本主義国家、ヘゲモニー的企図
IV 国家と社会の再考

原田東岷の訳註・R・ローティ著 室井尚・浜日出夫他訳

哲学の脱構築

定価四七三八円

御茶の水書房

東京都文京区本郷5-30-20 ☎ 113
☎ 03-5684-0751 FAX. 03-5684-0753

晶文社創立35周年記念出版

シリーズ
植草甚一倶楽部

全5冊・一斉発売

えらびにえらんだ植草エッセイの精髓を、いまとむかしの若者たちに贈る。

四六判・定価各巻1500円

植草甚一の散歩誌 解説・南伸坊

植草甚一の読書誌 解説・大岡玲

植草甚一の映画誌 解説・中野翠

植草甚一の芸術誌^{アート} 解説・斎藤晴彦

植草甚一の収集誌 解説・川本三郎

晶文社 東京都千代田区外神田2-1-12
電話 03 (3255) 4501

社会思想社

世界のアメリカ化と日本イエエ社会をめぐる
国境なき政治経済学へ
関野 政治・民族・イエエ社会の多面的視点を通
して現代史の根源的見直し。 四六・二〇〇〇円

新版**日本流行歌史**(全3巻)
矢沢保他編(CD付)決定版・各予六五〇〇円

日本サラリーマン白書
佐高信編著 鬼平佐高好評3弾!・一五〇〇円

東京都文京区本郷3-25-13 〒113
電話03-3813-8101振替東京6-71812

**生命—
その始まりの様式**

多田富雄・中村雄二郎編 定価3090円
胚や胎児の操作、遺伝子治療などの医学の進歩は、人が一体いつから人になるのかの今日的解釈を問う。幅広い論議が必要なこのテーマを識者が書き下ろす貴重な示唆に満ちた書。
[執筆者] 村上陽一郎・佐藤勝彦・菊池昭彦・岡田節人・多田富雄・黒田洋一郎・養老孟司・森岡正博・小林康夫・櫻庭孝男・竹村牧男・笠原芳光・松長有慶・西垣 通・中村雄二郎

わたしらさの発見4

親密さのダンス

身近な人間関係を変える

H.G.レーナー著 中釜洋子訳 変化を恐れず、偽りの親密さを捨てて、女性が自分自身のために勇気ある行爲を選ぶ。 2781円

誠信書房 東京都文京区大塚3-20-6
☎03-3946-5666 ▶税込◀

忽ち重版!

天河曼陀羅
超宗教への水路

■鎌田東二／津村喬編 それぞれの
天河体験を基点に、宗教の枠を超え
た靈性への道を語りあうシンポジウ
ム。美内すずえ、宮迫千鶴、松岡正剛、
龍村仁、上野圭一他。
2369円

▶定価は消費税込み

東京外神田 2-18-6 **春秋社** 電話(03) 3255-9611



勁草書房

* 定価は税込

塩川伸明

社会主義とは何だったか

20世紀を生きぬいてきた私達すべてのための苦い良薬。2575円＋310

ソ連とは何だったか

生身の人間が作った、矛盾に満ちた国の当り前の現実。2575円＋310

松原隆一郎

格闘技としての同時代論争

外国人横綱から自由主義まで 論争はショーではない。メディアを縦断し垣根を取払う。2575円＋310

〒112 東京都文京区後楽2-23-15

電話 3814-6861 (機) 00150-2-175253

私は貝になりたい

あるBC級戦犯の叫び

■加藤哲太郎 風化する戦争責任の意識を改めて問いつ返す巢鴨BC級戦犯の衝撃の手記 / 1648円

親鸞の森

中村了権「聞書」

五木寛之・松永伍一・高史明・藤原新也
江坂彰・青木新門・連城三紀彦・藤井善
親鸞の言葉と生き方に込めて、文学者8人のこころ
癒す稀有の体験を語る感動の書。
1957円

▶ 定価は消費税込み

東京外神田
2-18-6

春秋社

電話 (03)
3255-9611

晶文社創立35周年記念出版

「在外」日本人

戦後50年、日本人は世界でどう生きたか
柳原和子 日本を離れたからこそ見え
てくるものがある——。世界40カ国65
都市に暮らす一〇八人の仕事と人生。
報道では見えなかった現場のドラマや、
ガイドブックではつかみきれない各国
の事情も伝える、インタヴュー・ノン
フィクション。 二九〇〇円(税込)

晶文社

東京都千代田区外神田2-1-12
電話 03 (3255) 4501

社会思想社

ドレ画ヴィクトリア朝時代のロンドン

小池 滋編著

「一九世紀の人気挿絵画ドレの絵一九九点によるロンドンを知る事典」。B5変・三五〇〇円

新版 日本流行歌史 (上中下)

矢沢寛他著 決定版流行歌大事典・各五五〇〇円

安全な水を飲みたい

日下部信雄著 便利な水の小百科・一六〇〇円

東京都文京区本郷3-25-13 〒113
電話 03-3813-8101 振替東京6-71812

草思社

木のいのち 木のこころ(人)

塩野米松 徒弟制の下で修業に励む宮大工の若者たちが日常の仕事、生活、将来の夢を語る。定価1500円

闇の王子デイズニー(上・下)

マーク・エリオット／古賀林幸訳 人間デイズニーの光と闇をつぶさに描く迫真の評伝。定価各1600円

満州事変とは何だったのか(上・下)

国際連盟と外交政策の限界 クリストファー・ソーン 満州事変に対するこれまでの定説を根底からくつがえす力作。市川洋一訳 定価④2900円⑤3200円

〒150 東京都渋谷区神宮前4-26-28 電話 03-3470-6565

M.アーガイル著

幸福の心理学

石田梅男訳 仕事や人間関係、余暇、お金、人格、健康など幸福感にとって何がその源泉なのかを社会心理学的に探究する。 3399円

東山紘久著

箱庭療法の世界

非言語的表現に対して非凡な直観力を持つ著者のユニークな箱庭療法論。クライアントとの生き生きとした内界の交流を開示。 2266円

M. ヒューストン他編

社会心理学概論 1・2

——ヨーロッパ・パースペクティブ

末永俊郎・安藤清志監訳 社会心理学の各領域の代表的な研究を盛り込み、新しい理論的アイディアを提示した刺激的な書。 各3914円

誠信書房

東京都文京区大塚3-20-6
☎03-3946-5666 ▶税込◀

フォルメン線描

——シュタイナー学校での実践と背景

定価4200円(税込)

E・M・クラニツヒ他 森章吾訳
シュタイナー学校独自の教材である《フォルメン線描》がなぜ学齢期の子供にふさわしいのか、さらにその効果を最もよく発揮させる授業の組み立てについて詳述。実践方法の初集大成。

筑摩書房

東京台東蔵前2-5-3(本社)
お問合せ ☎048-651-0053

「知の再発見」双書

絵で読む世界文化史

クレオパトラ

——古代エジプト最後の女王——

E・フラマリオン著／吉村作治監修
激動のBC1世紀、数々の伝説に彩られた絶世の美女の真実に迫る。1400円

カルタゴの興亡

——甦る地中海国家——

A・ベシャウシュ著／森本哲郎監修
英雄ハンニバルを生んだ通商国家の建国神話から滅亡後の歴史まで。1400円

創元社

大阪市中央区淡路町4-3-6
東京都新宿区山吹町334-11

東京大学出版会

山田辰雄・渡辺利夫 監修

講座現代アジア全4巻

●各巻三九一四円(税込)

- 1 ナショナリズムと国民国家 土屋健治編 既刊
- 2 近代化と構造変動 中兼和津次編 既刊
- 3 民主化と経済発展 萩原宜之編 既刊
- 4 地域システムと国際関係 平野健一郎編 12月刊

佐原 真

斧の文化史

UP考古学選書6

●二六七八円(税込)

石斧から鉄斧へ、文明の進歩とは何かを考える雄篇。

113 東京都文京区本郷 7 TEL 03-3811-8814

ファン・ゴッホとミレー

ティルボルフ編 オランダからサン・レミまで、〈ミレー爺さん〉とゴッホの傑作を比較・検討。二見・辻井訳 二二四円

世界映画史

I・II

サドウール 総合的な視点から独自の映画史学を確立。IIはマニア必携の資料篇。丸尾 定訳・編 I 一五五円/II 三二五円

幸福への意志

〈文明化のエクリチュール

水林 肇 伝統社会から市民社会へ。文学は〈近代〉をどう受け入れたか、家族の誕生とルソー、モーツァルト。六四四円

成長の個体差

ヒトの成長直線をめぐる

増山元三郎 ヒトの身長は予測可能か。個体差を計量化し、その法則性を求めて導かれた成長直線をめぐる展開。三六四円

東京文京本郷
3丁目17-15

みすず書房

ミネルヴァ書房

第37回日経・経済図書文化賞受賞!

両から円へ

山本有造著・幕末・明治前期貨幣問題研究
誕生期の「円」の実態構造を解明、貨幣史研究
を歴史統計分析へと拡大する。 四五〇〇円

日本都市学会賞受賞!

都市高齢社会と地域福祉

金子勇著 重要性の高まる地域福祉政策のあり方を具体的に提言する。 三六〇〇円

〒607 京都市山科区日ノ岡堤谷町1
電話075(581)5191 振替01020-0-8076

法政大学出版局

(表示価格は税込)

森嘉兵衛著作集/第三巻 八七五五円

陸奥鉄産業の研究

- 「歩き筋」金屋業者による中世的な鉄産業の伝統と、安政四年大島高任が建設した洋式熔鉱炉の実態を考究し、東北の近代化と僻地化におよぼした鉄産業の意義を明らかにする。
- | | | | | | | | | | |
|------------|------------------|------------------|--------------|------------|----------|----------|-----------|-------------------|-------------------|
| ⑩東北近代史の諸問題 | ⑨日本僻地の史的・地理的研究・下 | ⑧日本僻地の史的・地理的研究・上 | ⑦近世農業労働情勢の研究 | ⑥奥羽名産名産地研究 | ⑤奥羽農業経営論 | ④奥羽金銀業史論 | ③無窮の金銀業史論 | ②興羽社会経済史の研究/平泉文化論 | ①興羽社会経済史の研究/平泉文化論 |
| 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 | 九〇四四円 |

162 東京都新宿区市谷田町2 ☎03-5228-6271



有斐閣 (定価は税込み)
東京・神田・神保町2 103-3265-6811

情報・通信の社会史

石井寛治著◎近代日本の情報化と市場化 明治・大正期の郵便・電信・電話発達の社会史。A5判カバ付 定価一九五七円

20世紀資本主義 四八判上製カバ付 定価二二六三円

山田鋭夫著◎レギュラシオンで読む 第一人者による展望

パリアの楔 世界史の 四八判上製カバ付 定価二〇六〇円

神武庸四郎著 歴史の構造化を目指す歴史学方法論を提示。

「家」としての日本社会 四八判上製カバ付 定価一九五七円

三戸 公著 日本組織の特質を「家」の視点から解き明かす。

◎図書目録送呈◎

マックス・ウェーバー著／梶山力訳・安藤英治編
プロテスタンティズムの倫理と資本主義の《精神》 ◎4944円

ユルゲン・コック著／住谷一彦・小林純訳

「新版」**ヴェーバー論争** ◎1236円

安藤英治著

「新装版」**マックス・ウェーバー研究** ◎4944円

安藤英治著

ウェーバー歴史社会学の成立 ◎8034円

未来社 東京都文京区小石川3-7-2 (03)3814-5521 (価格は税込)

飛鳥古京

古代びとの舞台

門脇禎二著 四六判・二六四頁／定価二三六九円

今なお、多くの人びとを魅了する古代史の舞台・飛鳥。「悪人」とされつづけた蘇我入鹿の意外な素顔、伊勢へ派遣された斎王女たち等々、東アジア世界の一隅で「古代国家建設」を演じた人びとの息吹を再現する。

歴史手帳 '95年版

定価七五〇円(千270円)

吉川弘文館

東京都文京区本郷7-2・電03-3813-9151

縄文の湖◎琵琶湖粟津貝塚をめぐる
坪井清足編◎ 2200円

浄土への祈り◎経塚が語る永遠の世界
杉山洋著◎ 2400円

イネとムギの民俗◎
白石昭臣著◎ 2500円

入浴・銭湯の歴史◎
中野栄三著・新装版◎ 2700円

俳句の基礎知識◎
磯貝碧路館著・新装版◎ 1980円

千代田区
富士見2

雄山閣

* 価格は税込

振替・00130-5-1685

非
売
品

回覧者印	回覧者印	回覧者印	回覧者印