

日本洋書協会会報

BULLETIN OF JAPAN ASSOCIATION
OF INTERNATIONAL PUBLICATIONS

目次

●理事会報告	1
●フランクフルト・ブックフェア報告	2
●フランクフルトブックフェア雑感	3
●“JAIPのこの人に聞く”シリーズ	4-6
●関西懇親会パーティー	7
●NY通信	8
●楽譜のオハナシ	9

理事会

2013年9月17日(火)

出席：土方理事長、山川理事、相澤理事、松村理事、小松
崎理事、細谷理事(河村委員長、事務局)

1. 予算状況

事務局から8月終了時点での数字で説明があり、ほぼ
予算通りの推移で月次決算として了承された。2. 総務委員長から前回の理事会で諮問のあった下記事項
に対し、委員会での討議内容の報告があり、これを基に
討議を行った。(選挙時アンケートによる諮問)

a. 賛助会員の会費

会費は現状を維持するが、賛助会員にベネフィットの
提供を行う。・ダイレクトリー本文の会社紹介文及び広告1ページ
を無料で掲載・新年賀詞交歓会で企業パンフなどの展示コーナー
を設ける当面3年間を期限とし、その後再検討する。この決定
は事務局から賛助会員に報告する。

b. 各種催しへの非会員の参加

・年賀詞交歓会、サマーパーティー、関西懇親パ
ーティーへ入会候補の参加を認める。理事会で決定す
るが、勧誘が目的なので同一会社で2回程度とする。・上記以外にもSIGで行ったような異業種交流的な
パーティーは企画する必要がある。・セミナーには広く非会員も参加できる機会をつくり、
協会の知名度を上げる。

参加費は会員を優遇する。

・同好会の催しへの非会員の参加は不可とする。

c. 個人会員の新設

・名称はOB会員とする。

・現会員会社のOBで、その会社が推薦した人に限

定する。ただし会社が解散等で存続していない場
合で理事会の推薦があった場合はこの限りでは無
い。

・会費は年1万円とし、入会金は免除する。

・総会以外の全ての行事に会員資格で参加できる。

・新年賀詞交歓会、サマーパーティー、関西懇親パ
ーティーへの参加には参加費の半額を減免する。

・この事項は定款改定が必要。総務委員会で検討する。

d. その他

消費税の公平課税に向けたいくつかの団体が設立さ
れた。一部メンバーが委員として活動しているが、全
容を把握出来ていないので、内容については総務委
員会が時間をかけて吟味の上報告する。

3. 理事長から

委員会報告

メディア・広報委員会

会報8月号に新田氏との対談を掲載したが、次回はマ
ミランの小野社長と教育市場について対談を行う予定。

文化・厚生委員会

サマーパーティーでのアンケートは68人の回答があった。
これに基づき分析、行動計画策定を20日の委員会で
行い、次回の理事会で報告する。

会員増強について

退会した会員を再度勧誘するにあたっての方策を理事
会を中心として考えていく。

ブック関連

電子についての活動だけでなく、今後はブックに関連し
た活動も検討して行きたい。

4. その他

次回の理事会は11月に行う。

来年度の総会は5月16日(金)に国際文化会館で行う。

文化厚生委員会からのお知らせ

7月12日に行われたサマーパーティーで、皆様からご協力頂きました「初心者向け講座」のアンケート調査の結果を
お知らせ致します。

「ビリヤード」「ダーツ」「展覧会ツアー」がトップ3でした。

この結果を踏まえ、近々新企画を行う計画を進めております。

詳細は決まり次第、皆様に随時ご連絡いたしますので、もう少々お待ち頂けますようお願い申し上げます。

フランクフルト・ブックフェア報告

(株)極東書店
滑川 信行

今年のドイツ、フランクフルト・ブックフェアは10月9日から13日にかけて開催された。当社からは2名の派遣、私にとっては5年ぶり、3度目の参加である。この期間、日本では30度を超す日もあったようだが、フランクフルトは、曇りの日が多く、日が落ちるとコートが必要なくらい寒い日もあった。空港からフランクフルト市内に向かう途中では、紅葉もところどころ見うけられた。

当社は毎年、中央駅近くのホテルを確保しており、メッセ会場へは電車で二駅、約15分程度で着く便利な場所である。

このフランクフルト・ブックフェアは500年以上の歴史を有し、世界最大と言われる。世界中から7,000を超える出版社、メディア企業が出展する。メッセ会場には大きな展示ホールがいくつもあって、無料のシャトルバスが走っている。私は、当社の取引先の大半が集まるホール8（英米出版社と国際機関）とホール4（ドイツの出版社）で過ごす時間が多かったが、それでも時間を見つけて、他のホールにも立寄るようにした。とにかく、その規模の大きさには圧倒される。

我々の主な課題は、取引先の動向や新刊、特に電子商品の情報を得ること、そしてそれぞれの取引先との関係の維持・強化をめざすことであった。

2人で合わせて40数社と会談を持った。各取引先との商談は約30分程度で、時間は限られているものの、

この場でしか対面できない取引先も少なからずあり、これだけの取引先と顔を合わせて会談できるのは大変有意義である。

ブックフェア期間中、会場周辺でいくつかパーティーが開かれる。私は9日夜当社が代理店を務めているIMFと世界銀行の招待で、ホテル・インターコンチネンタルでのパーティー（世銀、IMF、OECD主催）に参加した。長年取引関係のある方々と久しぶりに懇親を深める良い機会となった。昨年のちょうど今頃、IMFと世銀の年次総会が東京で開催され、私は帝国ホテルで開いた書籍展示販売を担当していたが、そのねぎらいの言葉もいただきながら、改めて代理店業務促進のために尽力したいと強く感じた。



フランクフルトブックフェア雑感

久善(株) 企画開発センター

中田 大介

毎年恒例となっている、2013 年のフランクフルトブックフェアは 10 月 9 日から 13 日に渡り開催された。周知の通り、世界最大の書籍に関するイベントということもあり 100 カ国から約 7300 の出展者が参加、期間全体を通しておよそ 276,000 人が来場した会場は、今年初参加した私自身、その規模の大きさに驚くばかりであったが、昨年と比較した場合では来場数では減少という結果となり、多少の落ち込みを示す数値となった。

今年の招待国はブラジルであった。スケジュールの都合上、残念ながら関連のイベントには参加できなかったが、招待国の国柄を反映したそれぞれ趣向を凝らした催し物や、サービスがあり、(もう少し気持ちと時間に余裕があれば)と心の中で涙すること、しばしばだった。

朝晩の冷え込みだけではなく、期間中の多くの日はあいにくの空模様ということもあつたか、ビジネスデイの期間において出入りする来場者は、私自身が当初想像していたよりも多くは無く、(例年参加している同僚の意見を聞いても)昨年、一昨年と比較しても若干少ない印象とのことであった。

この数年来のトピックだった、電子書籍関連について言うと、ラインナップの一つとして(出版社や分野ごとに偏りはあるものの)、提供コンテンツの質と量をより拡充する方向と、ユーザーが導入するにあたっての購入プランの選択肢がより広がっているのが実感できた。

又会場の多くの場所において、様々なテーマのフォーラムが行われており、学術市場における、OA における各版元の考え方等の興味深いテーマのセッションも多く開催されていたのも印象に残った。

非常に広大な会場には例年通り、学術出版社は主に Hall4.2 と Hall8 に集中してブースがあった。Hall4.2 正 面入口に鎮座する Springer、そしてすぐそばにある、同じく Hall4.2 の Elsevier、Hall8 の中心を確保する Wiley の 3 大出版社 については、多くの人であふれており、大変盛況であった。

初参加の身としては、期間中の極めてタイトな面談スケジュールと、せわしない移動は、事前に用意された excel 上の日程表で理解していたつもりだった私の認識を、大きく

超えるものであった。しかし各面談における、非常に限られた時間の中においても、(普段メール等を通じてのコミュニケーションが基本である現実を踏まえた場合)、直接会うことによって得られる信頼関係の醸成は、フランクフルトブックフェアにおける、やはり非常に大きいメリットであることは疑いようのない要素であることを、身を持って感じた次第である。

ということで、3 日間のビジネスデイでの各面談は、冷静に振り返る暇もなく、嵐のように過ぎ去ったというのが、率直なところではあるが、やはり今年の傾向としては、面談した出版社の多くが日本での円安に伴う為替リスクには非常に重大な関心を寄せている部分では共通の感度であり、消費税関連の話題も相まって主要なトピックの一つだった。(と、同時にインドにおける同様の問題として言及された為替リスクについても興味深い内容ではあった。)

今回のフェアを通し、直近の仕事面の成果も多くあっただけでなく、私自身においても非常に刺激なる期間であったと共に、今後においても新たな思いで自らの仕事に取り組むとても良い機会となった。OA の今後の動向や、新たな評価指標の盛り上がりなど、私が現在関わる学術市場では、今後より大きな変化と興味深い動きが目の前に広がっている状況である。ブックフェアにおいて、だけではなく今後日々のアンテナをより強くしていく必要を感じた次第だった。

最後に、行きの空港でレンタルしていた Wi-Fi ルーターの感度とスピードが非常によく、(事前にフランクフルトブックフェア会場の) ネット環境の悪さを少しに耳にしていたこともあり、正直懸念していたのだが、web への接続については全く問題なかったことは非常に幸いであった。

その分、日本での急ぎの対応や確認が可能になってしまったことで、「(初参加であるし)会期中においてはメールチェックなどはあまりせず、取引先との商談や新しいビジネス開拓に集中せねば!」という、事前に自らに課したルールを、Hall8 と 4.2 の間の渡り廊下のフリースペースで時折破ってしまっていたのは、結果的により自分の時間をタイトにする結果になってしまった。

と、同時に、これも技術の進歩による大きな弊害の一つだな、と、妙に納得している自分がいるのも又事実なのでした。

マクミランランゲージハウス 小野社長と ユサコ 山川会長との対談

「JAIPのこの人に聞く」二回目の今回は電子化・オンライン化の波が大きい英語産業の分野から、英語教材を大学や英語教育機関に供給し、ELT (English Language Teaching) 業界を牽引するマクミランランゲージハウス代表取締役の小野春夫様に、ELTのビジネスの変化や方向性などについてお話を伺いました。

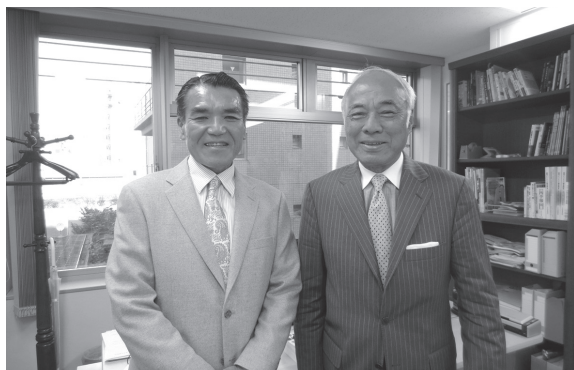
山川:今回は小野さんにお話しをお聞かせ頂けるということで楽しみにしております。まずELTの市場規模がどのくらいあるのかということをお聞きしたいと思います。私の感覚ではおおよそ800億(円)くらいではないかと思っているのですが、いかがでしょうか？

小野:そうですね、洋書というくくりという定義が難しいのですが、矢野研(矢野経済研究所)のレポートによると総額8,000億くらいの市場だといわれています。その中でいわゆる洋書といわれる部類に入る英語教材がどのくらい販売されているのかというと、おそらく1%、つまり80億いくらかいかないかという状況だと思います。

山川:面白いですね、私が考えていた800億の中では一番大きいのは医学を含む学術雑誌の部分なのですが、大体300億から350億くらいあると思っています。これに書籍を加えて500億くらいがいわゆる学術関係の市場なのではないかと思っています。それで800億のうちの残りの300億はというと、やはりELT業界というのは大きな市場ではないかなと。

小野:私の言う80億というのは妥当かどうかわかりませんし、それ以外の部分としてのインポートビジネスでは、ロゼッタストーンが10億くらいという話も聞きます。と言っても日本の英語産業8,000億のうち我々が占めているのは高々約1%に過ぎないのかなというのが私の実感なのです。となると、我々のポテンシャルは一体どうなのか？ということになりますが、我々はまだまだ非常に大きな可能性があるのではないかと思います。

山川:今、英語教育というと小学校から成人のプロフェッショナルまで政府が力を入れていて、それがいろいろな形で洋書というものに対する需要として流れてくるのだと思うのですが、そのあたりはどんな感覚でとらえて



いらっしゃいますか？

小野:うーん、洋書というくくりだけでいいのかどうか、コンテンツとしてのいわゆる洋物ですね。それに対する需要というのは非常に大きいと思いますね。ただ、そのコンテンツをどうやって提供するか、その方法論になってくると思うんです。今までのように紙という媒体で納めるだけではなくて、いろいろなデバイスに落とし込むということが今後必要になってくる。

山川:ユサコがやっている学術コンテンツについてはeコンテンツがほぼ100%に近づいていると言えるかもしれませんが、もう紙は大部分なくなっているし、どうしても紙が必要ならオンデマンド出版という風になってきているわけで、この学術コンテンツの分野は電子化という意味では先行指標になっていると言えるのではないかと思います。そういう視点から見ると、ELT分野の電子化はまだこれからだというように考えてもよいのでしょうか？

小野:ところがですね、8,000億市場のうち我々が本を売って得ているのが80億だとして、残りの7,920億の市場は一体何なのか？おそらく2割から3割は、すでにデジタルのビジネスになっているのではないかと思いますね。もちろん8,000億の中には英会話学校の授業料なども入っているわけですが、やっぱり伸び率からしますと、デジタルに関してはかなりの伸び率です。

山川:でも、ELT全体としてはまだ紙は依然として大きいと思いますが。

小野:そうですね、ELTという区切りでいきますと、確かにまだ紙は大きな割合を占めているかもしれませんね。し

かし、大手の中でも既に紙で印刷をする比率が大分下がってきているところもあるようです。

山川：そこでお伺いしたいのですが、例えば紙のELTというのは各社さんとも熾烈な競争をしているのだと思いますが、その中でマーケティングは誰が担っているのですか？

小野：マーケティングは出版社がやっています。

山川：私はそれがELTの業界の少し変わったところだなと思っています。私たちの学術の業界ではマーケティングやディストリビューションは全部エージェントがやっています。

小野：そうですね、ただ、ELTの業界では流通に関わる皆さんはエクスクルーシブなエージェントではなく、いわゆるディストリビューターですから、いろんな出版社のものをディストリビューする、いわゆる取次ということになります。ですから、プロモーションは出版社がやることになっています。

山川：要するに、問屋と小売りのシステムみたいなことですね。でも、デジタルの時代だとこれは崩れてしまいますよね。

小野：そうですね。おっしゃる通りで、特にデジタルになるとこの形は崩れてしまいます。我々も例えば日本のデベロッパーとパートナーシップを結んで、eラーニングのコンテンツを提供していますが、今はそちらの方が大きく伸びつつあります。デジタルの時代には我々の作ったコンテンツをデジタルに変換してくださる方とパートナーシップを組み、彼らが販売をするというチャンネルになります。

山川：全然違うチャンネルになるのですね。そういう意味では「洋書は洋書協会がやる」、その様な「専門の業者がやる」と思っているかもしれませんが、実際はもうそうじゃないかもしれませんね。

小野：洋書というくくりだけで考えると、我々は本当に世界が狭くなってしまうだろうし、新しいビジネスチャンスをなかなか掴み難いということもありますしね。

山川：ところで、大手会話学校というのは大きなマーケットなのでしょうかね？

小野：かなり大きいですね。8,000億の市場のうちの多分3割くらいは会話学校のマーケットです。それに今大学の英語教育はすごく変わってきていますよ。昔は一般教養課程に必ず英語が必修科目としてありましたけど、今は必ずしも英語を取らなくてもいい大学の数が増えていると聞いています。一般教養としての英語の授業の代りに、特別な分野に特化した英語教育、例えば医科系の英語であったり、ビジネス英語であったり、観光英語であつ

たり、いわゆるESP、English for Specific Purposesに対するニーズが非常に大きくなってきている。

山川：より専門的に使える英語をということですね。

小野：もちろん、一般教養の英語もまだまだ需要はありまして、特別な目的や必要性はないけど英語を勉強しているという人たちは、一般的な英会話の勉強ということになるのだと思います。

山川：私は、昔マイクロソフトの社長だった成毛眞さんが書いた本がとても好きなのですが、成毛さんに言わせると、日本人の9割は、英語は必要ないということです。1割だけが必要だと。成毛さんも定年になって普通の日本人に戻ったら、あまり英語を使う必要がなくなったそうです。それが現実ですよ。大企業で海外事業に携わっていた方でも、定年になったら英語のニーズはなくなるわけですからね。

小野：そうですね。あとは海外旅行に行った時に英語を使うとか、たまたま海外のニュースを見るとか聞くとか、そういうことなのでしょうけど。

山川：やっぱりその辺りが、英語がSupplementaryな第二国語になっている東南アジア諸国とは違うところですよ。アジアといえば、市場は中国が一番大きいのですか？

小野：そうですね、市場規模としてはそう言えると思います。人口からいっても全く桁が違いますから。我々も児童英語教育をやっていますが、中国は確かターゲットになる子供たちの数が2億人くらいと言いますから（笑）

山川：日本は当然第2位ですよ？

小野：実は、現在マクミランでは日本がアジアの中で一番大きいです。eラーニングもテキストも含めて、ビジネスという意味では多分アジアの半分が日本です。残りの半分のうちの半分が韓国、次いで台湾。タイも大きくなって来つつあります。中国はポテンシャルが桁違いですが、何をどういう風にやるのかというのは、マクミランも本当に試行錯誤しているようです。ただ、投資をすればただけ返ってくるということは言われていますよね。

山川：それでは、また、少し角度の違うお話ですが、いま、御社はデジタルコンテンツ中心だとおっしゃいましたが、これからの日本の市場の進み方というか変化は遅いと思われませんか？

小野：私はあつという間に変わると思います。もしかしたら24時間以内に世の中が変わるようなことも起きるかもしれないと思っています。どうしてかという、まず環境がか

なり充実していますね。例えば学生を見てみると、本をもっている学生は限られているけど、携帯やスマホを持っている学生は多分120%あるいは150%までいっているかもしれないです。となると、本で提供するのがいいのか、タブレットで見えるように提供するのがいいのかということになってきますよね。ですから、おそらく、もうインフラがそこまで届いているのであれば、一気に変わる可能性があると思うんです。

山川：しかし、あまり電子に向かうとPrintが売れなくなるという見方もありますよね？

小野：私もよくいろいろな方から聞かれるのですが、大学生協の話を知るとこの10年間で教科書の売上は25%落ちていて、特にこの5年間はそれが著しいということです。これは黙っていても紙の売上は落ちていきます。私は、失うものはないから、デジタルはどんどんやるべきだと思います。

山川：その場合、既存の流通ルートである取次さんとの関係というのはどうなるのでしょうか？

小野：私たちが電子取次さんたちとお付き合いしていくのは、電子媒体を通して我々の電子プロダクトを流通するチャンネルを持っているところなんです。私たちに最も大事なものはインボイスとコレクションでして、既存のディストリビューターさんもそういうものを持ってらっしゃるんですね。そのチャンネルを使わせていただけるのであれば、我々はものすごくハッピーです。これからの電子ビジネスにとっても、それは非常に大きなファンクションと言えるのではないのでしょうか。

山川：デジタル、オンラインといえ、最近は無料で授業をオンライン公開するMOOC (Massive Open Online Course) というのが日本のライブラリアンの間でも話題になっているようですが、こちらの動向についてはどんなお考えですか？

小野：実は、つい先日、日本版のJMOOCのセミナーに行ってきました。MOOCに相当するような団体は各所にできていて、大学eラーニング協議会 (<http://www.uelo.org>) という団体がありますし、帝塚山学院がやっているTIESというものは、もう30か40大学集めてやっているそうです。既に大学eラーニング協議会とはお付き合いを始めていて、我々はコンテンツをどっさりと提供しましたよ。フリーで使っていただいてもかまいませんということで。我々としては、そこで得られるものは「知名度を上げる」ということのみなんです。MOOCについてもおそらく同じようなビジネスモデルだと思うの

ですが。我々にとっては、どういうビジネスをやるのかというところが見えないので難しいですね。

山川：実はユサコが活動している学術の分野は、いくらか先行指標になる部分をもっています。学術分野では国から研究費もらって研究論文を出しますよね。それが高額な学術雑誌に出てくるのはけしからんという話で、最近は一定期間が過ぎたら無料で公開してOpen Accessにするというものが多くなっています。MOOCのようなものは、ある意味で我々のOpen Accessと似ているわけです。しかし、Open Accessが主流になったからといって、我々のような商売はなくなるわけではありません。

小野：私はMOOCをはじめ、大学eラーニング協議会も帝塚山のTIESも、主にインフラとシステムのことに注目していて、コンテンツのことはあまり考えていないことに疑問を感じています。インフラさえあればコンテンツは自動的に先生方がアップしてくるだろうという考えなのでしょうが、絶対そんなに簡単にはいかない。コンテンツを最終的には何とかしなくてはいけないけど、自分たちではできないと思うんです。無料のコンテンツを提供しているハーバード大学は潰れちゃうのか、というような話がありますが、そんなことはあるわけがありません。500万とか600万とかかかるハーバード大学がただで授業を提供してくれて、しかも学位がもらえるんだったら、その方が良いではないかとね。でも、そんなことはあるわけではないんです。

山川：良く英語の表現で言う「フリーランチはあり得ない」というのと同じですね。

小野：そうそう。僕らはコンテンツを使ってもらうのは結構ですけど、どこかでお金は払ってもらわないとね。

山川：最後に、今回、こういう形で勝手なお話しをしてお話を伺いましたのは、ELTが大変重要な市場であるという認識からなんです。この次はどういう分野の人にお話を伺ったら面白いと思われますか？

小野：私はライブラリーのビジネスっていうのは非常に興味があります。

山川：そういうことだと、前回の新田さんとの対談で提案しましたが、ライブラリアンの皆さんと共同でシンポジウムなんかをやるのが良いかもしれないですね。

小野：それは面白いかもしれませんね。

山川：是非、実現しましょう。

山川：本日は長時間にわたり貴重なお話をお聞かせいただきましてありがとうございました。

関西懇親会パーティー

2013年9月、恒例の洋書協会関西懇親パーティーに今年も参加させて頂いた。誰も私にこの場で文学的発言や経済話を期待しているワケでは無い事は百(万?)も承知なので、関西で細々とやっているいち小売業者として(正確には私個人)の感想を述べさせて頂こうかと思う。

話は少し逸れるが、皆様のお力添えの上、弊社が洋書協会に入会させて頂いたのはたった4年程前である。うちの様な(極小規模!)の業者にとってはどちらかと言えばお客様との繋がりが強い為、海外で起こっている出版業界のニュースや、業界の新しい取組み、それから自分たちがお客様に販売させて頂くたくさんの出版社の商品については、自ら積極的に情報収集をして行かなければなかなかバランス良く情報を得る事は難しい。恐らくその情報の深さにも限界があるであろうと思う。

自社製品ではないものを、何故この本を私が今お客様に提案させてもらうのか、お金を頂いてまで購入してもらうのか、そしてその本の良さをどう伝えるのか。その難しさとは常に戦っている気がする。ましてやお客様のほとんどはその専門においてはプロ中のプロの方々。知識はもちろん適わないにしても、ある程度の知識を得る為の勉強は売り手としてしなければならない。そんな時、直接出版社の皆さんや経験豊富な先輩方と話せる機会があると言う事は、本の情報を頂くだけではなく、どう伝えれば売やすいか、どう魅せる事ができるかなど色んな視点からヒントを頂く事ができる。それが次に私の経験値となり、お客様に販売していく上での1つの武器となるのだ。

懇親パーティーに参加させて頂くと、年齢や経験立場関係なく、同業者としてお話がさせて頂ける。ギャグが冴え、更には磨きがかかっている大ベテランの先輩方や、同じ女性としていつも刺激を下さり目標にさせて頂いているスーパーパワフルな素敵お姉様方、気軽に相談に乗ってくれる同世代の方達。仕事内容や立場、所属会社は異なっても、明確なビジョンを持ち、そこに面白さを感じ、情熱を持って仕事をしている方々とお話をさせて頂いていると、

会話の中で情報は更に広がり、次から次へと新しい考えや意見が生まれ、私自身の気持ちも盛り上がり、それが次の前向きな仕事の姿勢へと導いてくれるのである。

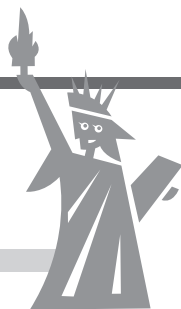
私にはこの業界で働いている皆様の様な頭脳もなければキャリアも持ち合せていない。何もない自分が今この業界でできるかもしれないと思った事は、人と人を「つなぐこと」だ。本の生産側に立つ出版社と消費者側に立つお客様。「洋書」というキーワードを通して人から人へつなぐ役割。それが常にベストな状態でできるのだとすれば、それは両側の人と「聞く事」「話す事」だ。分かなければ聞けばいい。思う事があれば話してみればいい。このパーティーではいつもそんな事を思わせ実行する機会を与えてくれる会である。そして、この先もっとたくさんの人が集まり、「洋書」を売る立場と買う立場関係なく、お酒を片手にプライベートの話も交えながら、私の様な経験も浅く知識の薄い人間でも、仕事について、その未来について気軽に話していける場であってほしい。

また来年もこの懇親パーティーに参加させて頂けるのであれば、今年の様にワインと日本酒を鰯腹飲み、たくさんの方々とお話をさせて頂こうと思う。この業界での自分の立場と役割をより明確に、まわりとは少し違う UNIQUE な「本屋さん」である為に。

(藤井洋書 関谷有香)



Keiko の NY 通信 No.6



“Thank you for publishing such a great book.” ニューヨークで仕事し始めてまもなく参加した展示会で一人の図書館員が私に声をかけてきました。彼女は棚に展示してあったヘミングウェイ書簡集第1巻（2011年9月出版）を手にとってそう言ってくれたのです。この書簡集がアメリカ市場において特別な意味を持つ出版物だということを肌で感じた瞬間でした。第1巻の出版から2年を経たこの10月、待望の第2巻が出版され、第1巻同様すでに大きな反響を呼んでいます。イギリスの大学出版局がアメリカ市場にここまで話題をもたらす出版物を出版する事実も興味深いのですが、図書館に電子ブックやデータベースを販促するのとは異なる、一冊の本がもたらすダイナミクスを感じています。

第1巻の出版の際、雑誌 VANITY FAIR の2011年10月号にアメリカ人数名がヘミングウェイのキューバの家を訪問する許可があり、彼の書簡を回収した経緯が記事として掲載されました。その記事の中で第1巻に掲載された書簡が複数紹介されたことがアメリカの大衆読者層がこの書簡集に大きな期待と好奇心を持つきっかけとなったと言っても過言ではありません。第2巻についても未出版の短編小説“My Life in the Bull Ring with Donald Ogden Stewart”が紹介されたことですので多くのメディアが注目し、The Daily Beast や BuzzFeed 等では書簡の抜粋が紹介されています。本書の広報担当者にこの本の広報活動で何が特別かと聞いたところ、彼の死後50年経った今でもヘミングウェイに関する話題がメディアやブログで絶えないこと、ポップカルチャーと常に接点があることだ、と答えてくれました。

本書簡集は、編集者でありキューバに赴いたメンバーの一人でもある Sandra Spanier（ペンシルベニア州立大学）が率いる Hemingway Letters Project（2002年発足）のもと、ヘミングウェイが1900人以上に宛てた書簡6000通を全て出版することを目的としています。John F. Kennedy Presidential Library を筆頭にアメリカ国内外250にも及ぶ先から入手出来る全ての書簡を収集、うち

85%は未出版のもので、全17巻、およそ2年毎に出版を進めていく予定です。VANITY FAIR の記事の掲載以来、ヘミングウェイの手紙を所有する様々な人から連絡があったように、今になって見つかる書簡も多く、最終巻ではプロジェクト発足後に見つかった書簡を1冊にまとめて出版する予定です。第1巻（1907-1922年）は幼少期、第一世界大戦での経験、パリに到着するまでをカバー。今回出版された第2巻（1923-1925）はヘミングウェイが1920年代に小説家としての力をつけていくパリでの時代を扱い、エズラ・パウンドやガートルード・スタインなど親しい友人を含めた60人以上に宛てた全242通の書簡（その2/3以上が未出版）を含んでいます。

アメリカであれば誰もが高校や大学で勉強するヘミングウェイ。会社の同僚にヘミングウェイはアメリカ人にとってどういう存在なのかと聞いてみたところ、みんなが声をそろえて「An American Icon（アメリカの象徴）」と答えていました。逆に「象徴」以上のイメージはあまり持っていないようでした。この書簡集が大きな意味を持つのは、その象徴的な存在のヘミングウェイについて小説からは伝わってこない新しい側面を多数明らかにし、「小説家ヘミングウェイ」を「一人の男性」として紹介することで一般読者との距離を縮めたことにあると思います。今後のヘミングウェイの作品の研究のされ方、読まれ方、さらには学校での教え方すら変わるかもしれない、と嬉しそうに話している同僚もいます。アメリカにしながらこの出版物にかかる周りや世間の反応を身近に感じれるのは私にとってとても興味深い経験です。

先日、ユサコの山川会長がニューヨークにいらした際に奥様も含めてランチをご一緒させていただきました。皆様もニューヨークにいらっしゃる機会がございましたらご連絡ください！

平野圭子 @ ニューヨーク

2013年10月末



アカデミア・ミュージック(株) 平岩 寧

モーツァルト、ルソーが活躍していた時代十八世紀後半から十九世紀前半には印刷出版の世界は一般書籍の印刷は技術進歩で大量生産が可能になり、発行部数は百部単位から数千部単位で印刷されようになっていました。紙を作る技術も進みヨーロッパ全土に製紙工場が建設され生産量も上がってきました、当然紙を使う人たちが大衆化されたことでしょう、大量生産が出来るまで紙は貴重で高価なもので購入することが出来たのは貴族社会、教会関係など特定の階層であったとかがえられます、製造技術も開発され透かしが入るようになってきました。

しかし、楽譜の世界では文字を主として作られるわけではなく、五線を引いてさらに音部記号をつけ、音符を入れ、さらには歌詞を音符に揃えなければなりません、その他に演奏上の指示も加えなければならないと言うことで、五線が先か、音符が先かという事になり、印刷工場の職人たちは大変であったと思います。

ドイツで印刷された初期の楽譜は文字を印刷するときに楽譜が入るスペースを想定して作ったようですが、想定外のことになりズレしてしまうこともありました。楽譜を先に刷ってもおなじことがおきました。祈祷書などの多くは色彩も素晴らしく楽譜と言うより美術品と言った方がよいのではないか思われるものが多くあります。

いろいろと技術上の思考で時には木版を作ったり、金属板に彫り込んだりして印刷をしています。しかしその版が金属であったのか木版であったのかが決められないものが多いのです。少し余談になりますが日本最古、いや「世界最古」の印刷物「百万塔陀羅尼」もまた木版であるのか金属版で印刷したのかは謎のままでいまだに解決していません、それは版そのものが発見されていないことと製造に係わる記録が無いからです、長崎で出版された「五線譜」入の典礼書「サカラメンタ提要」も木活字か金属活字か判明していません、長崎の出版に関係した印刷活字は全く発見されていないしその情報は無いとのことです。

話を元に戻しますが楽譜の印刷については卵が先か鶏が先かのようになっています。一枚の板に彫刻した版であったことも事実です、音符そのものを活字化してそれを組版のように組んで印刷した時代もあります、この方法で印刷された楽譜は二十世紀初めころまで通用していました。木版・金属版のどちらにしても楽譜を彫刻してそれをそのまま印刷したこ

ともあります、いわゆる凹版印刷です、旧バッハ全集などはそれに当たります。一時期は石版印刷によって楽譜を印刷しています。現在では写真技術もデジタル化によって大きく楽譜製作の工程を変えています、特に影響があるのは作曲家の自筆の複製には貢献しています。

二十世紀に入ってからでは平版の技術が進み現在では楽譜の印刷は平版だけになっています。二十一世紀の現在はコンピュータ時代でペーパーレスの時代だとかで携帯電話で本を読むのが流行っているようですが・・・

しかし、コンピュータ時代パソコンで楽譜が簡単に造れるようになって、本当に良い楽譜はまだ手で造られたものが良いようです、少々高価にはなりますが。

十九世紀の始め頃までは手写楽譜と印刷楽譜が混在していた時代ようです。次の簡単な年表でもお分かり頂けると思いますが、ドイツの出版者で現在も活発な出版を行っている会社は其の頃創立されていることです。イタリアのリコルディ社もこのころの創立です。

簡単な紙と印刷出版にまつわる表を次に書きました。

紙が中国で開発される	ca.BC140	
百万塔陀羅尼の印刷	764	天平八年
紙がヨーロッパに伝来	1100 年頃	康和三年
グーテンベルグ印刷機発明	ca1445	文安二年
ダヴィンチ	1452-1519	享徳元年
ドイツで楽譜の印刷始まる	1473	文明五年
ベネチアで五線の楽譜出版	1501	文亀元年
鉄砲伝来	1543	天文十二年
長崎でサカラメンタ提要出版	1605	慶長十年
キリスト教禁止令	1612-	慶長十七年
鎖国令	1639-	寛永十六年
バッハ	1685-1750	貞享二年
ルソー	1712-1778	正徳二年
ハイドン	1732-1809	享保十七年
モーツァルト	1756-1791	宝暦六年
ベートーヴェン	1770-1827	明和七年
ショット社創立	1770	明和七年～
ジムロック社創立	1793	寛政五年～
ブライトコプフ社創立	1795	寛政七年～
ペーターズ社創立	1800	寛政十二年～
リコルディ社創立	1808	文化五年～

nature

nature

A key thread in your scientific career

Since 1869 we've made it our mission to share the greatest developments in science and advance the discussion among the global scientific community. Whether in print, online or mobile, *Nature* is always at the forefront of science and is your forum to read, watch, listen and engage with key research, news and opinion.

How will you access the next landmark discovery?



➔ NATURE.COM/NATURE

nature publishing group 



日本出版貿易株式会社／営業推進部・営業課

東京（書籍）Tel: 03-3292-3755 (Fax8766) （雑誌）Tel: 03-3292-3767 (Fax8766)

大阪 Tel: 06-6886-7176 (Fax7166) 九州 Tel: 092-534-2270 (Fax2271)

<http://e-service.jptco.co.jp/>