

日本洋書協会会報

BULLETIN OF JAPAN ASSOCIATION
OF INTERNATIONAL PUBLICATIONS

目次

- 第4回洋書セール1
- 理事会報告・予告2
- フランクフルト・ブックフェア (2)3

第4回洋書セール

10月30日(火)～11月4日(日)の6日間、会場を三省堂書店神保町本店催事場に移し会員14社が参加し、特価セールを行いました。

今年の3月に続いて4回目の開催です。実は今回のセールは開催自体危ぶまれていました。過去3回での実績は売上に比して会場代などの経費が掛かり、定価販売ではないセール価格ですので、実質の利益を上げるに至っておりませんでした。従って理事会、委員長会議でも開催を止める方向でした。しかしながら事業委員会としては序々ではありますが、来場者も増え知名度も上がってきた状況での中止は顧客に対しても申し訳なく、協会の知名度向上、洋書読者の底辺を広げる意味でも継続を決断し開催方法を検討して参りました。そして今回三省堂書店の全面協力を得て開催に至った次第です。また毎回の課題である集客向上をめ

ざし、事前に会場でのポスター掲載、チラシの配布、パブリシティへの出稿、過去の顧客へのDM、協会HPでの案内などをおこないました。中でも効果が大きかったのは三省堂に行って頂いた朝日、読売、東京各紙への広告でした。

今回も初日の開催前に10名程の開場待ちの行列ができ初日だけで前回2日の売上を大きく上回りました。2日目以降もさすがに初日程は行きませんでしたが、コンスタントな成績を収め最終的には前回の5倍強の数字でした。

来場者は人数では前回の5倍ほどでしたが、アンケートを見ると過去3回のリピータよりも今回初めての方が多かったようです。今後この方々にも常連になって頂ければ嬉しいことです。

今回も売れ筋としては前回同様、ペーパーバック、ビ



第4回洋書セール

ジュアル系が大半でしたが、専門書もなかなか人気がありました。

事業委員会としましては、このセールをTIBFに並ぶもう1本の事業の柱と位置づけ、発展させて行きたいと考えて進めてまいりましたが、今回やっと結果が出せたと思っています。今後は三省堂でのセール終了後、他の場所での開催を計画し売上の増大と物流コストの軽減化を考えたいと思っています。

今回品薄状態のなかで出展いただきました会員各社、会場設営・撤収にお手伝い頂いた皆様、ほんとうにあ

りがとうございました。「次はいつやるの?」と必ず質問されるお客様のためにもまたがんばりましょう。最後に会場を提供頂きました三省堂の方々にお礼を申し上げます。搬入に始まり会期中、撤収と何回も足を運びエレベータに乗りましたが、乗り合わせた社員、アルバイトを問わず「いらっしゃいませ。どの階をご利用ですか」と声を掛けていただきました。こうした所にも三省堂の徹底した社員教育の一端を感じました。(M. S. 記)

理事会報告

2007年10月25日(木)

1. 事務局から

日販退会の件は承認された。洋販の会員代表者は楠本氏から松本氏に変更された。

2. 委員会報告・討議

1. 総務委員会の委員会再編案が承認された。内容は下記の通り。

広報委員会の機能を2分し、渉外関連を総務委員会で、セミナー等を会報委員会で、それぞれ受け持つこととし、広報委員会は廃止する。また、他の委員会に付いても時間をかけて討議する必要がある。

2. 上半期の予算をチェックしたが、ほぼ予算通りに推移している。

3. 文化厚生委員会主催の関西パーティの報告があり、来年も行う方向。またパーティだけでなく、2部構成にして、前半に出版社の商品説明会を開くなど、関西への会員の情報提供を行うなどの意見が出され、検討することとした。

4. 理事会・委員長合同の忘年会は12月7日(金)にプレスクラブで行う。

3. その他

今後の協会のあり方・目的・会費・理事定員変更・事務局の役割について各理事がリポートを提出し、事務局で纏めることとした。

委員会広告

JAIP第53回麻雀大会

2007年11月2日(金) 新宿 嵯峨野にて

参加者 15名 参加社数 8社

氏名	1回戦	2回戦	3回戦	合計	順位
日浦(三友社)	-2	36	35	69	優勝

鶴(竜)(東亜ブック)	-8	37	29	58	準優勝
マーク(UPS)	-4	-22	55	29	3位
正田(事務局)	23	24	-21	26	4位
尾崎(エイビス)	31	1	-7	25	5位

次回第54回は 2008年2月1日(金)の予定です。皆様のご参加お待ちしております。

予 告

2008年の新年賀詞交歓会は右記日程で行います。多数のご参加お待ちしております。正式なご案内は12月に事務局から配信致します。

記

日時: 2008年1月10日(木) 午後6:00~
場所: プレスクラブ(日本外国特派員協会)

フランクフルト・ブックフェア (2)

米国の現地子会社に赴任して2ヶ月。今回のフランクフルト・ブックフェアは、大西洋を渡っての初めての「海外出張」であった。最高気温が30℃を超える異常気象のニューヨークから秋真っ盛りのドイツ・フランクフルトに着くと、朝のひんやりとした空気が清新に感じられ、東向きのフライトでの時差ボケは、時間的には日本からのそれとほとんど変わらないにもかかわらずかなり楽なものであり、これまでにないほどフランクフルトの街並みが穏やかで美しく感じられた。

さて、本題のフランクフルト・ブックフェアであるが、本年の出展業者数はドイツ国外のものが4,090社(2006年3,984社)、ドイツ国内3,358社(同3,288社)、合計7,448社ということで昨年よりも176社、約2%ほど増えていた。一方で参加国数は113カ国から108カ国に微減し、また会期中の来場者数は283,293人で、2006年の286,621人から若干減少している。とはいえ、ビジネス関係の来場者が大半を占める初日と2日目の来場者数は102,716人と昨年の8万人台よりも伸びており、ビジネス上の有効性はまだ広く認められていると言えるであろう。

弊社のブースは、他の洋書輸入協会加盟各社のブースの大半と同様に、科学技術系出版社向けのHall 4.2に例年通り設けられ、ドイツ国内業者や一般書業者がブースを設ける他のホールやフロアとはやや異なる、比較的「静かな」環境を拠点に様々な取引先との協議や交渉が進められた。

あえてここで言及するほど目新しい感想でもないが、こうした協議や交渉を進める中で改めて強く認識するのは、出版業界における目覚ましいスピードでの電子化の動きである。一つには出版されるコンテンツ自体の電子化。そして、もう一つはコンテンツを提供するプロセスの様々な局面における電子化である。

前者についていえば、海外の定期刊行物やそれに関連する製品類はほぼ電子化が完了し、むしろそれが圧倒的な割合で主流を占めつつある。そしてその波が書籍系コンテンツに及び始めていることは既に多くの方が認識されていると思うが、今回のフェアでの面談にあたり、その話題に言及しない出版社は規模の大小を問わず無かったといっても過言ではないだろう。

一方で後者についていえば、コンテンツが電子化されれば、自ずとその供給プロセスにも大きな変化が生じるし、また一方で冊子体の供給という既存のプロセスもまた、電子化の波によって様々な変化が起こっていることが、今回のフェアでも如実に現われていたと言える。Hall 8の西側から入ると目の前にはGoogleが巨大なブースを構えている。我々が拠点を置くHall 4も北側から入って最初に見えるのはHewlett Packardのブースである。それぞれの会場の入口だけでは、何を主題とするフェアかわからない。そしてこれらの企業がそれぞれのかたちで今の「ブック・ビジネス」に関わりを持ち、また既存のモデルを変えつつあることが、こうしたフェアの場ではよく理解できるものである。

そして、電子化の波は、コンテンツ流通にあたっての金銭の流れをも変えている。論文の著者や各種の基金が投稿料を支払ったりすることで財務的な基盤が構築され、読者は無料でオンライン上でコンテンツにアクセスできる「オープン・アクセス」のモデルが世に出てしばらく経つが、フェアの前日に開催された理工医学系出版社の役員クラス250人以上が集まる会合では、このモデルをめぐる様々なケースが発表され、それに対する質疑も多く、出版プロセスの変化に対する業界関係者の関心の高さを窺わせた。

このような側面ばかりを強調しつつも、やはりブックフェアはブックフェアである。様々な会場を歩き回れば、多種多様な本にめぐり合うことができるし、またブースで一服していると思ってもよらない本の売り込みを受けたりする。本が好きでこの業界で働き始めた身としては、やはりこうした様々な「出会い」を提供するフランクフルト・ブックフェアはたまたまに魅力的な存在であり続けている。一方でこうした多種多様な出会いの中には歓迎しきれぬものもある。数年前のフェアで、私は(会場外ではあったが)見事に財布をすられた。そして今年は知人が、ブースで取引先と交渉している最中に自らの脇に置いていたカバンをやられてしまった。聞いた話ではニセ警官も出没するそうである。恐るべし、フランクフルト。今後参加される皆さんもご注意ください。

(丸善株) 大熊高明



ミシュランがきた!

ミシュランガイド東京2008 英語版

MICHELIN GUIDE TOKYO 2008

11月22日発売!!

Hello, TOKYO!

2007年3月、ミシュランガイドは、新たな歴史の1ページを開きました。いよいよ、ヨーロッパ、アメリカに続いて、アジアへの上陸を発表。アジアの中では日本が初めて、世界でも22番目にミシュランの仲間入りをする国となり、ミシュランガイド東京として、2007年11月に出版されます。

●匿名調査:

調査員はホテルとレストランを定期的に匿名で訪問し、宿泊や飲食の代金を支払い、立場を明かすことなく立ち去ります。それは一般の方と同じサービスを受け、クオリティを評価するためです。

●独立性:

どのホテル・レストランを掲載するかは、ミシュランが独自に行ないます。ガイドへの掲載はすべて無料です。

●選択:

ミシュランガイドは、調査員が全ての施設で、同じ方法を適用して調査を行い、その上で合議制の会議を行い、掲載を選択しています。

●毎年の更新:

ガイドの更新は年1回。最新版が発行される度、必ず確認・修正・改善・変更が行われ、もちろん施設の評価やランキングの見直しも行われます。

●一貫性:

その地をドライブする人が快適に過ごすために、各国の特色を考慮して作られているミシュランガイド。しかしながら、その格付け基準は完全に一貫しています。同じ価値基準の下、調査員が評価を行っているのです。

星が輝くのはお店の上ではなく、お皿の上。!!

星の意味するところとは...



わざわざ訪れる価値がある卓越した料理



遠回りしてでも訪れる価値がある素晴らしい料理



そのカテゴリーで特に美味しい料理を提供するレストラン



© MICHELIN 2007

快適さやサービスを重視するなら、フォークとスプーンを目印に。



豪華で伝統的様式



トップクラス



たいへん快適



快適



割に快適

星が料理そのものを評価するマークであることに對し、快適さを基準値として評価を行う時、その最たるレストランに付与されるのがフォークとスプーンのマークです。アメニティ・サービス・全体的な施設の維持・快適さ・料理・雰囲気・価格について評価しているこのマークは、1つ～5つまでのカテゴリーで分けられています。



【発売】日本出版貿易株式会社

定価2,310円(本体2,200円+税) ISBN978-2-06-713069-2

●東京本社 〒101-0064 東京都千代田区猿楽町1-2-1 Tel:(03)3292-3755 Fax:(03)3292-8766

●大阪営業所 Tel:(06)6886-7176 Fax:(06)6886-7131 ●九州営業所 Tel:(092)651-3785 Fax:(092)651-1191