

日本洋書協会会報

BULLETIN OF JAPAN ASSOCIATION
OF INTERNATIONAL PUBLICATIONS

目次

- 2007年新年賀詞交換会1
- 委員会会議報告2
- セミナー報告3
- 海外ニュース4
- 洋書の世界5

2007年新年賀詞交換会

毎年恒例の新年賀詞交換会は昨年同様プレスクラブで1月11日（木）に50社、141名の参加で盛大にスタートいたしました。

司会の大洋交易社長 和田茂氏の開会の挨拶で岩瀬さんのピアノ演奏をバックに午後6時に始まりました。最初に文化厚生委員長の東亜ブック社長、鶴三郎氏の挨拶「一年ぶりのスピーチで昨年より声が出るようになりまた皆さんと出会うことができ光栄です。昨年一年間UPSマーク氏、事務局の正田氏とともに会員の方の会社訪問をして沢山の方に出会い今日またお会いできました。私の人生の中で洋書協会は沢山の出会いと会話を与えてくれました。今日のよき日に食事と会話を楽しんで下さい。」次に理事長UPSマーク・グレシャム氏のスピーチ。「毎回緊張するスピーチをいかにほぐすか？お酒を飲む、原稿を書くなど、でも一番は他の方にやっていただくのがいい。」というジョークを交えながら「今年のテーマは“命”でした。加えて皆さんの心の中に“成長 growth”を取り入れてほしい。」今年はほとんど日本語でスピーチをいただきました。つづいてマーク氏から紹介していただきました英国大使館のマーティン・ハットフル氏にご挨拶いただきました。「英国の出版物を紹介している洋書協会に大変感謝している。緊張するので英語でスピーチします。」と丁寧な日本語のスピーチで皆さんを驚かせ、本題の英語でのスピーチをいただきました。スピーチの内容は次号以降に掲載予定です。

つづきまして日本洋書協会会長丸善村田誠四郎氏から「みなさんから沢山のスピーチをいただきました。今年はいのししの年、第二次大戦後5回目ですが1959年から4回は日経平均がすべて上がっており景気がよくなる年であります。また従前の考え方に新しい考えがぶつかり新しいことが生まれる年であります。洋書が成長するビジネスだということを若いスタッフと議



論していただき、ますますの協会の発展を願います。」と乾杯の挨拶とともにすばらしいスピーチをいただきました。

料理は和洋中とバラエティにとんだどれも美味しそうなものばかり、お酒もビール・ワイン・ウィスキー、もちろんソフトドリンクもありました。皆さんあちらこちらで会話、食事を楽しんでおられました。楽しい時間は過ぎていき、中締め挨拶を日本出版貿易綾森豊彦氏にお願いしました。「今年2007年は協会発展、向上のためがんばりましょう。いい年でありますように願っております。」と力強いお言葉と一本締めで締めいただきました。

今年も沢山の方にご参加いただき、また貴重なお言葉をいただきありがとうございました。

司会の和田さん、ピアノの岩瀬さんありがとうございました。2007年今年も皆様にとってすばらしい一年でありますようにお祈りいたします。（R・T 記）



委員会会議報告

2007年1月15日（月）

委員会報告

（1）総務委員会

・ 2007年度総会を5月25日（金）にプレスクラブで行う。

・ 選挙管理委員長を㈱極東書店菅野社長に御願いし、快諾を得た。当会議で承認頂ければ理事会の承認を得た後、正式な就任依頼書を作成する。

（2）広報委員会

次回のセミナーは1月22日（月）に行う。会員には既に通知済。書協にも案内をした。

セミナーのやり方を再検討する必要がある。（理事長）

（3）文化厚生委員会

麻雀大会を2月2日（金）に、72会ゴルフコンペを3月10日（土）と5月19日（土）に行う。また来

期になるがサマーパーティーを7月13日（金）、新年賀詞交歓会を2008年1月10日（木）行う。会場はいずれもプレスクラブ。

（4）事業委員会

3月20日（火）、21日（水・祝）の2日間、神田小川町の東京古書会館で第3回目のセールを行なう。

パブリシティ等を検討すること。（理事長）

（5）ホームページ委員会

2007年度版のダイレクトリーの準備を始める。広告の協力を御願したい。

その他

関西パーティーは今年も行う旨理事会に進言する。

セミナー報告

『ネット時代を勝ち抜く営業—ネットに負けない営業マンになるために—』

日 時：平成19年1月22日（月） 16：00～17：00

講 師：吉田元彦、人事教育コンサルタント

（Y & Bナレッジ代表取締役）

場 所：弘済会館（四ッ谷）

受講者：会員36名、書協関係4名、非会員1名（合計41名）

インターネットの普及により営業活動を取り巻く代表的な4つの環境変化、すなわち顧客や消費者が多くの情報を持つようになった市場の変化、他者の真似では勝ち残れなく自社の存在意義を問いかける時代になった競争の変化、情報通信技術の高度な発展をどう使いこなすかの技術の変化、4つ目に職場には派遣社員、契約社員、パート等様々な人が存在し価値観や仕事観が多様化した意識の変化、を市場は迎えている。このような環境の変化の中で売り手に求められる条件とは、1）少なくとも買い手と同等レベルの情報を入手する、2）売り手でしか入手できない情報の収集、3）買い手に対面購買の楽しさや意義さを実感してもらう、の3点が考えられる。

ネットに負けない営業マンの成功例として旅行代理店、自動車保険代理店からそれぞれ1件ずつが挙げられ、結びにネット時代の営業マンが考えるべきこととして、1）インターネットは、あくまでも情報入手の



手段であると考え、必要以上に振り回されないこと。2）営業マンとして顧客と対面する意義や存在価値をとことん考える。3）購買の決定的要因は「人の感情」であると考え。4）「人の感情」は人と人との間で

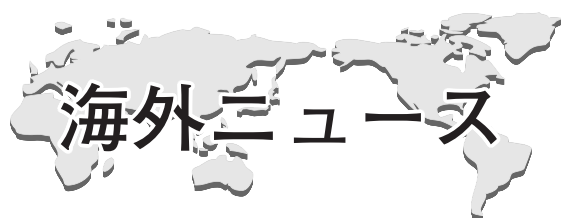
交わされる会談や相手の立場になって考える相手への思いやり、相手との心の通い合いから生まれる。他3点が挙げられ終了となった。

今回は事務局の多大な尽力もあり、若い人材に多数受講して頂く結果となり、委員会で設営に携わった面々を代表してここに深くお礼申し上げます。

広報委員会委員長

鈴木 仁（株）雄松堂書店





◆ Googleの電子ブック戦略

Googleおよび大手出版社数社とで、電子ブックに関する計画が進行中である。彼らがねらっているのは、アップル社が音楽業界で成功した iPod と同じようなことを、書籍業界で成し遂げることだ。

インターネット検索の巨大企業である Google が開発に着手しているシステムは、読者が希望する本をまるとダウンロードして、パソコンのモニタやモバイル端末で読めるようにするもの。

毎月、約3億8千万人もの人々がGoogleを使って検索をしており、この膨大な利用人口は、電子ブック

開発の強力な推進力となり、また同時に出版産業と書籍流通業界に多大な影響を与えることが予測される。

欧州における Google Book Search 部門の Jens Redmer, Director は、「我々は、読者がオンライン上で書籍にフルアクセスするためのプラットフォームの作成を行っている」と言う。オンラインで書籍を読むことは、必ずしも印刷媒体の終焉を意味するものではなく、読者が本を買う際の選択肢を増やすものだというのが、彼の主張だ。

「旅行に行く時、ガイドブックを借りるか、必要な章だけ購入するかを選べる。最終的に、どのような本の買い方を選ぶかは読者次第ということになる。」

TIMES ONLINE 2007/01/21

[http://business.timesonline.co.uk/article/](http://business.timesonline.co.uk/article/0,,8209-2557728,00.html)

0,,8209-2557728,00.html

ニュース提供：丸善洋書部

告 知

- (1) 2007年度定時総会を以下のとおり開催しますのでご出席を要請します。

日時：2007年5月25日（金）16：00～17：30

会場：プレスクラブ

総会終了後懇親会を催しますので、併せてご出席下さい。

- (2) 2007－2008年度役員選挙に関して(株)極東書店社長、菅野孝雄氏に選挙管理委員長を委嘱する。

[理事会]

訃 報

(株)カイガイ代表取締役社長 福田 博志氏は1月26日にご逝去されました。

謹んでご冥福をお祈りいたします。

お知らせ

- (1) 協会理事の金原 優氏（医学書院社長）はこのほど国際出版連合（IPA:International Publishers Association 本部ジュネーブ）の副会長に就任いたしました。ご活躍をお祈り致します。

- (2) 第3回古書館セールを3月20～21日に開催いたします。出展希望社は事務局までご連絡下さい。 [事業委員会]

- (3) 本年も冊子版ダイレクトリーを発行致します。広告を募集致しますのでよろしくお願い致します。

料金：広告ページ 29,000円

表2 56,000円

表3 50,000円

うちの会社紹介 15,000円

(昨年と同じ版を使用する場合は10,000円)

[ホームページ・ダイレクトリー委員会]

雑感——洋書の世界で

(株)日本文献出版代表取締役

齋藤純生

代理店 嘆きと歓び

神田に代表事務所を開設して代表する出版社群のリストを書店に紹介、販売促進活動を進めて3年を経た1960年、私は本格的な代理店業務と取り組むことになりました。他の大手海外出版社が国内で採用したRepresentativeの諸氏は主として版元のリスト、特に新刊書の書店への広報活動を手始めに書店注文の取得、クレームの処理、そして本社を担当役員への市況報告等が活動の中心であったようです。

一步進めてこの代理店業務を企業化する試みへの私の挑戦は、まず国内で在庫を保持して進める卸売り業務の展開で幕を開けました。然しながら、この新規事業との取り組で準備されるべき投下資本は乏しく、このベンチャーには予測を超えた様々な障壁と困難が待ち受けておりました。代表する出版元からのモラルサポートがあったとは言え、期待に叶う財務上の協力は得られず、在庫用の商品調達に当っては出版社が通常海外の書店に適用する支払い猶予期間に加えた僅か1~2ヶ月の決済期限の延長が認められ、在庫用商品への割引率も充分とは謂えず苦難のスタートとなりました。

幸いな事に時代的背景の恩恵も手伝って当時国内に於ける洋書の需要は極めて高く在庫の回転は好調に推移し、代表する出版社の対日売上高は上昇の一途を辿りました。然しながら卸業務に伴う諸経費は予測を超えて、在庫商品の調達に要した輸入出版物の仕入原価と設定された卸価から生じるマージンで総費用が賄われ厳しい財務状況下にありましたが、唯一洋書の小売価格に合算されたマーク・アップが、この卸事業の採算を僅かながらプラスに導く要因であった事は幸いです。

零細企業とは謂えその経営を担う私の信条は、あらゆる己のコミットメントに対し常に全力を尽くして経営責任を全うする事でした。特に対人関係の局面で私が最も重視した点は、相互が信認と信頼に基ずいた関係である事を前提としましたが、出版社（主権者）と代理店の関係上残念ながら私が多くの場合、従の立場にありましたが、私は常に対等の立場で代理店としての代行業務を務める原則を貫きました。従いまして、市場の動向と市場で扱う出版物の需要度の把握、そして潜在市場の開拓等、売り上げ増に結びつくあらゆる施策を実行に移し責任ある代表業務に当る上で必要な組織と体制の保管に努め、幸い事業は着実に進展しました。

反面、代表する出版社を常に満足させる事は至難でした。事業経営に携わる企業家にとって前年度の事業実績を凌ぐ成果の達成を年々目指すことが共通のテーマであるとは謂え、出版業界でこれが果たされる前提条件は前年度期を凌ぐ優良な新刊書の刊行がこの目標達成に不可欠な要件となります。果たせるかな、販売目標に届かず終了するに至った年度、出版社役員の多くは版元自体が果たし得なかったこの前提条件を顧みる事無く、その責任の大半を代理店に帰するケースが

多くありました。特に理工書の分野で頻繁に発生した問題は、競合する他社が同分野で刊行した同類書がベスト・セラーであることを指摘し、該当書の売り上げ不調の原因は全て代理店の販売促進活動の欠如とするケースがありました。多くの場合、この版元は著者の研究者としての業績と国際的知名度に加え、コンテンツの客観的な評価/分析を果たすべくもありませんでした。

米英の学術書/理工書の専門出版社が依拠する世界の輸出市場の中で、日本は有数の位置を占めて居り、多くの出版社の販売担当役員は新刊書の刊行時点で最大限の注文確保を常に目指しました。そこで販売戦略上、新刊リスト中のkey titleを採りあげ、独占配給権を付帯したセールス・オファーが頻繁になされました。この提案を受ける側の問題は、独占販売権の取得に際し、直面する他業者との競合を排し交渉を有利に進める手段として往々に過大な発注量で応じ、やがて在庫過剰に陥るケースが多発した様です。私の経験から申しますと、版元が採るべきより賢明な施策は、まず該当書の日本市場に於ける総販売部数を適切に予測することです。その目標部数を100とすれば、取敢えず刊行初年度に70%の売上げを図り次年度に20%、そして3年目に5乃至10%の売上を見込む施策が順当な販売策と思われます。

四半世紀に及ぶ代理店業務の体験を経てやがて私が辿り着いた結論は、代理店本来の使命である営業専念活動に加え、出版事業の根幹たる編集/制作部門への介入でした。特に人文、社会科学の研究者向け参考文献として利用される第二次資料で、各専門分野の研究者が求める資料を適切に見極めた上で、その詳細な情報を版元編集陣にフィード・バックすることは代理店機能が果たすべき重要な役割であり、版元にとってこの種の情報の積極的な活用が望外の販売成果を実現する出版物の制作に繋がることは疑いありません。

1980年初頭Croom Helm社のクリストファー・ヘルム氏との協議でCritical Assessment seriesの第一号が共同出版企画として誕生しました。以後、UPSが代表する出版社との間で進めましたこの共同出版企画商品は数百点に及びました。これ等リファレンス関連書は、この企画に携わったArno Press, Blackwell, Edward Elgar, Garland, Helm Information, Routledge, Sage, Tauris等に多大な販売実績を齎しました。同時に、この企画は国内に於いて書店の販売実績を増進する要因にも繋がりました。これは代理店が専門図書館の潜在需要を見極めた上で、版元の編集陣が保持する編集、制作上のknow howを結集して実現に及んだユニークな事業となりました。現今、ケンブリッジ大学出版局の英語教材部門も国内市場を基盤に活発な出版活動を展開しておりますが、その初動期から今日に至る事業展開の過程でUPSが果たした多面的な代理店の役割と使命はプレスの高い評価の対象となって居るようです。

ブラックウェル社会学百科事典 全11巻 Blackwell Encyclopedia of Sociology

Ed. by George Ritzer, the University of Maryland

2006:12. Hard. 11 Vols. 6,000 p.

(ISBN: 1-4051-2433-4 / 注文番号 MBN: 0511496)

..... STP995.00 / 通常価 ¥349,877 / 特価 ¥262,500〔税込〕

本書は、この種のレファレンスの中で最も野心的で包括的なものです。編者は『マクドナルド化する社会』で有名なジョージ・リッツァーです。本書の 1,800 にのぼる項目は、キータームの簡潔な定義から主要なトピックスの詳しい解説に至るまでカバーしています。鍵となる概念が明解かつ簡潔にそして専門的に定義および解説されています。また、各項目は専門家と初学者のどちらに對しても最適な構成となっています。読者は、本書によって伝統的な社会学の研究のみならず、近年の重大な進展を経た最新の社会学の知を得ることができます。また、アメリカ・ヨーロッパ以外の地域で発展してきた社会学の理論および研究に対するイントロダクションとしても活用できます。クロスレファレンスと容易な検索、分野別に分けられた語彙、広範囲にわたる参考文献、項目一覧などによって、本書の利便性は極めて高いものとなっています。

本書は、大学、短大図書館はもちろん、一般の公立図書館にも必須のレファレンスであり、また、社会科学および文化研究の数多くの研究を知る上で不可欠なツールとなるでしょう。

- ◆ 収録項目数約 1,800、総ページ数 6,000 ページの最大規模の社会学事典
編集主幹ジョージ・リッツァーの下、世界の社会学界の知を結集して実現したグローバル時代の社会学事典
- ◆ 消費、犯罪と非行、文化、人口、逸脱、経済社会学、教育、家族、ジェンダー、老年・友愛及び一般社会学、健康と医療、相互交渉・集団及び社会化、社会学の鍵概念、メディア、方法、組織、政治、大衆文化、人種／エスニシティ、宗教、科学、セクシュアリティ、社会変動、社会運動／集合行為、社会問題、社会心理、社会階層、東アジアの社会学、経営社会学、スポーツ、理論、都市化の 32 の領域を設定し、各々の領域について専門家が責任編集
- ◆ 欧米以外の地域の社会学理論及び研究もカバー
- ◆ 日本人研究者も寄稿 — 盛山和夫、長谷川公一、桑山敬己、船橋晴俊、中牧弘允
塩野谷祐一、鳥越皓之、松本康、吉村真子、中野毅、杉本良夫
- ◆ 日本及び日本人に関する項目も収録 — Chonakai, En, Ie, Kinji Imanishi, Japanese-Style Management, Jomin, Kazuta Kurauchi, Masao Maruyama, Minzoku, Nihonjinron, Seikatsu/Seikatsusha, Seken, Shintoism, Shushin Koyo, Eitaro Suzuki, Yasuma Takata, Tatema/Honne

(Blackwell Publishers, GBR / 日本総代理店：丸善)

ESTABLISHED IN 1869



〔教育・学術事業本部〕 〒103-8244 東京都中央区日本橋 3-9-2
TEL: (03) 3272-3851 <http://www.maruzen.co.jp/> 振替:00170-5-5

営業部・支店・営業所＝横浜・千葉・八王子・大宮・筑波／札幌・盛岡・仙台・名古屋・岐阜・金沢・京都・大阪
神戸・岡山・松山・広島・福岡・長崎・熊本・沖縄／ニュージャージー・ロンドン