



出版クラブ会報 No.617



日本出版クラブ創立70周年記念講演会

今、書店で起こっていること

やらなければいけないこと

株式会社有隣堂代表取締役社長

松信 健太郎

(まつのぶ・けんたろう)

主な記事

第62回全出版人大会特集号

▽今、書店で起こっていること やらなければいけないこと……………

▽大会声明・長寿者芳名・永年勤続者芳名…………… 六一八

▽第62回全出版人大会記念風呂敷デザイン…………… 十六

▽〈出版歳時記〉驚くべき対話型A-Iの力…………… 十七

2023年4月10日(月)午後

3時より、神保町の出版クラブホールにて、有隣堂・松信健太郎社長による講演会が開催された。本講演会は日本出版クラブの創立70周年記念として開催されたもので、当日は170名を超える受講者で会場は満杯となった。講演会終了後には、懇親会も開催され、受講者が松信社長と名刺交換をおこなうなど、終始和やかな雰囲気につつまれた。

今日お話しすることは「今、書店で起こっていること」、それから「やらなければいけないこと」の2つです。

【1】今、書店で起こっていること

(1) 有隣堂の現状

まず「今、書店で起こっていること」として、有隣堂の現状からお話しします。私たちはずっと売上高500億円は最低限維持しようということを目標にやってきました、なんとかその目標を超えるところで推移しています。ただ、セグメント別に見ると、成長を支えているのは書店

事業ではなくて外商事業等です。私たちの外商事業はほかの書店さんの、いわゆる書籍外商と違って、書籍とは全く関係のないBtoB事業です。ASKULを中心としたEC、それからOA機器の販売といった事業が成長しています。

一方で、本屋さんの部分、店売事業本部という部門の売り上げの減少が止まらない状況が続いています。その結果、10年前は非書籍と書籍・雑誌が半々ぐらいだった当社の商品群別売り上げシェアが今は、書籍・雑誌は36・8%になっています

2006年度が307億円で、有隣堂の店売事業本部が一番売り上げを稼いだ時代です。先期の売り上げは209億円でした。マイナス31・8%、17年間で約100億円の売り上げを有隣堂だけで失っていることになっています。利益面も当然厳しくなっています。有隣堂の店売事業本部は今、8期連続利益が出ていない状況です。店売の赤字幅が大きくなってくると、外商部門だけでは利益がなかなか確保

できません。

では書店事業をどうするのだといった話になりますが、①書店事業をやめてしまおうか、売れる間に売ってしまう。あるいは、②書店をもう1回再定義して、新しいスキームでやってみよう、この2つの中で選択を迫られるわけです。祖業なので当然再定義を選択することになります。

(2) 書店事業の方向性と戦略  
では、書店を再定義するため、どのような戦略をとっていくのか。大きく以下の3点が挙げられると思います。

①複合化

まず1つは、書籍だけで利益を計上できなくなっているわけですから、戦略として書籍以外のものも売っていく、すなわち複合化というものは考えざるを得ないと思っています。

この複合化については2パターンに分けて考えています。

1つは信用利用型。書籍を売ってきた信用力で書籍以外のモノ、コト、トキを売っていく。もうひとつは、書籍メイン型。依然として書籍をメインで売っていくけれども、書籍だけでは厳しいので、書籍以外のモノ、コト、トキの力を借りて書籍を売っていくパターンです。

②場づくり

2つ目の考え方でやっていることは、ステイユニークと私たちは社内で呼んでいます。店

舗を目的地化していくことで、それぞれ書店に個性がないとは思いますが、消費者目線で見ると同じような書店が多いのが実情です。必ず他社と商品接客、全ての面で差別化をして、あそこに行こうと思ってもらう目的地にならなければいけません。また、ECがこれだけ発達してくると、物の売買はネット上で完結してしまうので、コミュニティの場として店舗を再構築、機能させなければいけないと思っています。それから、依然として、相対的には書店はまだ集客力があるので、プロモーションの場として機能するのではないかと思っています。

③ファンを増やす  
最後は、ファンを増やす、これがすごく大事ではないかと思っています。あえて一駅乗っても、あるいは競合の○○書店さんより5分多く歩くけれども、どうせ行くなら有隣堂に行つてやるかというような仕掛けをつくる必要があるかと思っています。

では、この3つの戦略をそれぞれ細かく見ていきたいと思います。  
まず複合化の2つの方向性について。信用利用型と私が呼んでいる店舗は、書籍を売ってきた信用力で書籍以外のモノ、コト、トキを売っていくというパターンです。だいたいの場合、

書籍の割合はものすごく小さくなります。2018年3月29日に東京ミッドタウン日比谷に出したHIBIYA CENTRAL MARKETがそれにあたります。本棚はわずか10本しかありません。小さな町のような空間をつくって、アパレル、雑貨、床屋さん、眼鏡等を配置しています。最大の信用力の発揮はこの場所をお借りできたところだと思います。書店でこつこつやってきた信用力がある、東京ミッドタウン日比谷を運営する三井不動産さんの物件でもきちんと真面目にやってきた、その有隣堂が苦しんでいるのであれば、新しい挑戦を応援するという趣旨で三井不動産さんはあそこを許してくださったのではないのでしょうか。非常に書店の信用力が活きた場面だと思います。

HIBIYA CENTRAL MARKETには居酒屋があつて、著者の先生とファンの方が一緒に酒を飲むという、おそらくよそではできないようなイベントの場所として機能しています。最近コロナがようやく終わって、だんだん売り上げも回復基調にあつて、当初目指していたところまで近づいてきたかと思っています。  
それから、もうひとつの複合化のパターン、これが書籍メイン型です。書籍以外のモノ、コト、

トキの力を借りて書籍を売りつけていくパターンです。ですの、店舗における書籍のシェアは当然多くなります。実は、書籍を売り続けるために書籍以外のどのような力を持つてきて、それをどのように活用するのかは、百何年もやってきているのに、私たちにはほとんどノウハウがありませんでした。そこできちんことをやっていて先行他社にならう選択をしました。それが台湾の誠品書店です。  
100年を超す歴史を持つ書店が30年しか歴史がない外国の書店にロイヤリティを払って得るものがあるのか、誠品は本当にそんなにすごいのかなど、いろいろ言われましたが、3年間誠品さんとやってみて、本当に良かった、得るものは大きかったと思っています。

売上げは、オープン景気が終わらないうちにすぐコロナという厳しい状況でしたので苦戦しています。日本橋という土地柄、大企業が多く、在宅ワークに切り替わったり、年齢層を見ると高齢者が多いということもあつて、いまだコロナの影響が色濃く残るエリアなのですが、徐々に復活してきつつある状況です。  
複合化を少しまとめます。複合化には信用利用型、それから書籍メイン型、この2つがあります。で、その2つの真ん中ぐら

いも必要だということ、STORY STORYという雑貨が多めの、本もそこそこあるような業態を増やしています。最初は新宿につくったのですが、再開発でもうなくなつてしまつて、今は桜木町のコレットマールというところに1店舗あります。  
このお店の特筆すべきことは、売上げが右肩上がりに伸びていることです。この手のお店は努力をすれば、つまり頑張つて自分たちでイベントを誘致する、催事を誘致する、それによつて集まつたお客さんに目掛けた本や雑貨を、あるいは文具を提案する努力をすることによつて、売上げは伸びます。努力をすると、まだ伸びる業態があつたのだと思つて、少しうれしい事例です。  
4月27日に、上野にSTORY STORY 2店目のお店を出させていただく予定です。  
複合化のメリットで一番大きいのは、当然粗利率のアップということになります。物件によつて許されるもの、それからそのエリアのお客さまに合うものを組み合わせて、本だけの粗利よりは大きい粗利率のお店がある程度自由に編集することができるといのが複合化の一番大きいメリットかと思っています。  
こうしたいいくつかの店舗をつくった時に大変うれしかったのは、日本マーケティング学会か

ら第11回日本マーケティング大賞奨励賞をいただいたことです。受賞理由は「低迷市場における新たなポジジョン創造」です。これは本当にうれしかったです。それから、もうひとつの戦略はファンづくりです。主にはイベント、それからYouTubeです。  
まずイベントで大事なものは、お店にイベントができる場所があることです。本屋さんの中にイベントをできる場所は案外ないので。やはりお店をつくる段階で、勇気が必要なのですが、物を置かない、あるいは物を置かなくても済むような場所をつくるのが大事になってくるかと思っています。  
次がYouTubeの話です。「有隣堂しか知らない世界」のコンセプトは有隣堂だからこそ伝えられる、有隣堂しか知らないさまざまな世界をスタッフが愛を込めてお伝えするチャンネルということをやっています。今日現在登録者数22・5万人です。仮に成功だと言っていただけけるとすると、1つの要因は現場に任せることを徹底していることかと思っています。目的として会社の宣伝をしようとか、売り上げやアドセンス収入を得ようとか、そういったことはまったくありませんでした。1週間の間に10分ぐらいうちの動画を見て笑ってくれたらいい、そ

してあの動画を有隣堂が作って買っているのだと思ったら、有隣堂で買ってやるかといったことを100人のうち数人でも思ってくれば良いというレベルです。それから、もう一つの目的は、従業員が成功体験です。多くのスタッフがマイナス成長の中で仕事をしているので、自信を失っているのです。成功体験がないと、次の挑戦をする気持ちは生まれてきません。ですから現場のスタッフに、どのような小さなことでもいいから成功体験をしてほしいと思いました。小売業における現場の従業員にとって、やはりお客さまに、ありがとう、あなたのお店があつて良かった、そういった言葉をかけてもらえることが一番の成功体験ではないかと思いました。

You Tubeを開設するにあたり、4つのルールだけ、これはすぐ言いました。①人権侵害をしない、②反社会的なこととはしない、③誰かを傷付けることはしない、④著しく品性を欠くことはしない。それぞれの具体化は現場が一生懸命考えて今の形に行き着いています。中身も取り上げるテーマも口出しをしない、現場とプロのプロデューサー、MCのR・B・ブツコロの「中の人」に任せることを徹底していることが、成功の秘訣の一つかと思えます。

現場としてはトヨタタイムズを

抜きたいと。トヨタさんの連結売上が31兆円、日本の出版社3000社以上が束になつてもその20分の1ですが、トヨタさんのチャンネルを抜きたいということで現場は頑張っているようです。

【2】やらなければいけないこと

さて、ここまで「今、書店で起こっていること」として弊社



会場は170名の受講者で満席となった

での様々な取り組みをお話ししてきたのですが、しかし結局これは本の売り上げ減、利益減、本で稼げない分を本以外のことで一生懸命賄っているということ以外の何ものでもないわけです。でも、やはり本はともども必ずだし、現在8000軒強ある本屋さんが全部残ることはないかもしれないけれども、そのほかもしなければならない状況は由々しき

事態で、なんとかしなければいけないのではないかと思つています。書店の再定義、複合化、ファンづくり、いろいろ挑戦してきましたが、出版マーケットのシユリンクに改革スピードが追いつきません。いろいろトライはしてきましたが、今でも有隣堂店売事業本部の売り上げの75%が書籍・雑誌です。この部分をなんとかしなければ元も子もありません。どのような複合化をやっても、それは書籍以外のビジネスをやるといふだけの話であつて、書籍のビジネスを復活させることにはならないと思つています。本屋さんは世の中に必要ではない、消費者、お客さまがもういいと思つているからビジネスが成り立たなくなつてきているのではないかという部分もあるけれども、本はやはり大事だと思つています。

日本の国際競争力がどんどん落ちていきます。IMD「世界競争力年鑑」によると、バブル期はずっと1位だったのが、今は30位台をうろうろしています。それから経済成長率も低いです。児童、生徒、学生の学力も低下しています。さらに子どもは貧困も大きな問題で、7人に1人は相対的貧困です。少子高齢化が進む中、日本語しか通じないこの国がもう一回輝いていく

には、やはり読書とか書籍が果たす役割はとても大きなものです。今ある8000軒強のお店が全部残るのは難しいとしても、ある程度のお店がきちんと残つてビジネスとして成立できる環境を整えなければいけないのではないかと思つています。ですので、最後に、本を守り続けるためにやらなければいけないことをお話しさせていただきました。①まず、利益が出なくなつた小売が利益を出すためには、①売り上げの減少を抑えるか、②経費を下げるか、③粗利率を上げる。この3つしかありません。

①の売り上げで言うと、書籍の売り上げはこの15年間で、いわゆる取次ルートの販売額が半分になつている現実があります。このシユリンクの速さはなかなか止めることができません。それから雑誌の流通量は現在ピーク時の22・5%になつており、これまでのような雑誌のビジネスモデルは完全に終焉を迎えています。

また、大手総合出版社を中心とした出版社のビジネスモデルも大きく変化しています。こういったことを考えると、書店が複合化に頼らず書籍だけで急激な売り上げ回復を目指すことは難しいだろうと思つています。では、②経費を下げることは

どうでしょう。これも大変厳しい状況です。とりわけ人件費です。最低賃金が毎年30円ずつ上がつており、これは本場に大きな金額です。また、施設費、家賃についても、少なくとも都市部の商業施設については賃料の高騰は継続的に続いています。それから、水道光熱費。そしてキャッシュレス手数料の増大。もともと、私たちが有隣堂も含めて書店は売上高営業利益率1%を目指そうというような業態です。長年にわたつてコスト削減は一生懸命やってきましたが、コスト削減だけによる利益創出は極めて困難です。

最後の手段は③粗利率を上げる、です。粗利率を上げるにはリスクを取らなければいけない、最大のリスクを負う形は書店が買い切るといふ形だと思つていますが、全く減らない出版点数を一つ一つ精査して買い切ることとは事実上不可能に近いです。買い切るリスクを負うことはやぶさかでないのですが、今の仕組みの中で買い切りをして粗利率を上げるのもなかなか難しいだろうと思つています。

いろいろ試算してみた結果、本の粗利が30%あれば、なんとか緊急避難としては経営が成立するのではないかというのが私たちの仮説という計算です。なんとか粗利を30%にする方

策はないものか。一番簡単に思いつくのは出版社さんから手数料をいただいたり仕入れ条件を書店に有利なものに変更していただいたりすることです。でも、それは違うと思います。儲からなくなってきたから利幅を増やしてくださいというのは、僕はエゴなのではないかと思っています。

僕がこの業界に入ってきた時に、尊敬する先輩に、書店の経営は取次や出版社さんからいかに小銭を引っ張ってくるかだと言われて「えー」と思った記憶があるのですが、それではいけません。書店側のそういうスタンスにも多分に問題があるのではないかというのがここ十数年、有隣堂に携わりながら思ってきたことです。

ただし、構造そのものや全体に問題があって、個社の努力では解決できないものに関しては、一緒に解決していきませんか、そのきっかけが今、できつつあるので、みんなで取り組んでみませんかというのが今日お伝えしたかったことです。

売り上げは伸びず、書店を取り巻く状況はますます厳しくなっている。こうなってくると、当然、金融機関の融資スタンスが厳格化して、資金の関連で問題が発生する可能性も出てきます。既に赤字の書店が多数なわけです。もうこれは、書店專業

店が軒並み廃業してしまう恐れもあります。しかし、果たして書店数が半減した後でも出版社の皆さんは存続できるのでしょうか。もし出版社さんが存続し得なくなると、この国がもう一回成長、発展していく、あるいはこの国の個々人がもう一回自己実現、自己成長していくために本が担っていた役割はどこに行ってしまうのだろうかということとを、業界全体で真剣に考えなければいけないのではないかと思っています。

まずは業界全体の無駄を排除する流れが今出来つつあるのだから、これは乗るべきだと思っています。Pub t e Xさんの調べだと、返品による経済的損失が2400億円ぐらいあるそうです。まずこの無駄を最小化するという目的を共有して、その実現にトライしながら前例にとらわれない大胆な取引条件、商慣習の変革を行い、持続可能な新たな出版流通の仕組みをなんとか今、プレーヤー全員で模索できないかと思っています。そのために必要なのはマーケットと読者とが直結した製作です。配本時だけでなく、在庫や売り上げなどのマーケットデータと発行をどうリンクさせていくのか、どういうインフラで実現するのかということも考えていかなければいけません。それから出版流通の効率化、

スピード化です。適時適量生産ができるような仕組みを整えなければいけないと思っっています。そうすると、書籍サプライチェーンの見える化をやっていかねければいけないと思うし、少なくとも有隣堂はそのための協力を惜しみません。市場在庫の動向を把握した上での追加送品、迅速配送。書店側も取次さんにお小遣いをもらうような体質をやめて、売り切ることを前提とした発注と、売り切るための努力を真剣にやっていかねばいけません。

そのために、有隣堂はB S C (Book store Cent r a l) という書店主導のクラウド型販売管理システムを作った稼働させています。このB S Cは仕入れの強化だとか返品削減、データの利活用、柔軟なシステム連携を目指しています。できれば、有隣堂だけで使うのではなくて、何らかの形でほかの書店チェーンさんともつないでいきたい、力を合わせていきたい、という野望を抱いています。

先ほど申し上げたとおり、今、私たちがまず手をつけるべきは、この2400億円の無駄をなくしていくことなので、B S Cの進化を通じてその一翼を担いたいと考えています。業界界にもいろいろ大きな動きがあります。J P I Cの近藤

敏貴理事長が2021年11月12日にセミナーを開催して、書籍の収益改善や、読書推進と店頭活性化、書店員の人材育成と労働環境の改善などについて働きかけを開始してくださっていて、私もその中の一部役割を仰せつかったりもしています。このJ P I Cさんの動きが、業界内部が一枚岩になるきっかけとなることを本当に祈っていますし、そのために何かできることがあれば微力ではありますが尽力していきたいと思っています。

それから、Pub t e Xさんが、まさに私たちがやらなければいけない無駄の改善をD Xによって解決しようとしています。あえて言うとう委託販売だとか取次制度だとか、そういったものを書店側から問題提起することはなかなか難しく、実際できたのはAmazonさんだけです。これをやったらからといって丸紅さんという、違う常識を持ったプレーヤーが出てきたことは、状況を変える大きなチャンスではないかと思っています。ほかの書店の経営者の方ともPub t e Xさんについてお話をしました。最初はA I配本など取次のパターン配本と変わらない、スタッフが売れる気がないのに送られてくるという意味では、古い取次配本と変わらないという否定的な意見が多かったのです。けれども最近はこの

動きが理解されてきて、期待する声のほうが大きくなってきているのではないかと思います。今年の年頭の『出版クラブだより』の中で野間省伸会長が「出版業界には流通改革、海賊版対策、著作権問題など、さまざまな問題が山積しています。どれも個社の努力だけでは解決しないような大きなテーマです。みんなで解決していきましょう」とおっしゃっています。これだけ流れができてきている中で、改革に取り組まなければ私たちに未来はないのではないかと

思います。まずやらなければいけないのは2400億円の無駄をみんなで排除していくことです。そのプロセスの中で経験値を積みことによって、新しい出版流通のスキームや、新しい出版流通の在り方が見えてくることもあるのではないかと思えます。これをやったからといって良くなるかどうかは分からないけれども、やらないと次には進めないのではないかと思っています。まずは今まさに動き出している変革の流れに業界一体となって取り組んで、持続可能な新たな出版流通の仕組みづくりを模索・構築していきましょう、それが本日一番申し上げたかったことです。

ご清聴ありがとうございました。  
構成II『出版クラブだより』編集部

PHOTO: 講談社写真部

文学と言葉>  
小さな本の展覧会

# 世界の子どもの本展

国際児童図書評議会 (IBBY) が  
選んだ世界の優良図書

子どもたちへ>  
FOR CHILDREN <入場無料>

会期: 2023年5月15日(月)~6月30日(金)

10:00~18:00(土日祝はお休みします)

会場: 出版クラブビル 3Fライブラリー (神保町)

## 第62回全出版人大会を開催します

## 大会 声明

## 長寿者

十九名

木津 徹

海人社 前専務取締役

小宮 秀之

トーハン 元取締役

残間 直巳

光文社 元監査役

瀬戸 信昭

日本ヴォーグ社 代表取締役

高杉 昇

家の光協会 元代表理事専務

富田 秀雄

大日本図書 元取締役

中野 研一

東京書籍 元取締役

永野 竜平

大修館書店 元取締役

花岡 萬之

学事出版 元代表取締役社長

福原 武文

大修館書店 元取締役

天野 文裕

教科書販売 前代表取締役社長

飯塚 利昭

大修館書店 元取締役

磯崎 英彦

実教出版 元取締役

磯野 芳郎

協和出版販売 元取締役営業部長

内田 宏寿

東京書籍 元取締役

小田 良次

実教出版 代表取締役社長

加藤 順

大修館書店 元取締役

兼子 信之

日本出版販売 元常勤監査役

北脇 信夫

宙出版 代表取締役

今から100年前の1920年代、つまり大正の終わりから昭和の初めは、出版界が急激に拡大した時代でした。

1923年の関東大震災を乗り越えるかのように、雑誌と書籍の流通が結びついて日本全国にはりめぐらされた販路を通してベストセラーが続々と生まれ、週刊誌も誕生し、日本の文学全集による教養熟が高まり、雑誌『キング』は100万部を突破しました。ラジオやレコードとのタイアップが広まり、性科学など女性のための教養書も刊行されます。書店が増え、再販制度の原型が現れ、印刷技術も進歩し、出版点数は飛躍的に増えました。まさにベンチャー精神に満ちあふれ、現在に至る出版ビジネスの基礎が確立した時代と言えます。

ちなみに1920年代のヨーロッパでは、初めて「ロボット」という言葉が登場する戯曲「R.U.R.」が書かれ、映画「メトロポリス」が上映されました。ともに人工知能と人間社会の軋轢を描くもので、現在のAI論争の先駆けと言えます。

その後、戦時下と占領下における出版統制と言論弾圧という試練がありました。1950年代に再び出版界全体の立て直しが始まり、1953年にはこの日本出版クラブが設立され、今年70周年を迎えました。

このように、私たちの先人たちは、困難な時代においても実にたくましく働き、知恵と知識を、多様な価値観を、心を豊かにする物語を、日常を彩る娯楽を、孤独な魂には居場所を、提供してきました。そして、目の前の厳しい現実をも乗り越える、精神の自由をこの社会に広めてきました。

今、出版界は大きな変化の局面にあります。デジタルプラットフォームが情報の流通を大きく変え、コロナ禍はその変化を加速しました。さらにAIの進歩はクリエイティブの本質とは何かを私たちに突きつけています。近年、出版業界の未来に悲観的な声が聞かれるのも事実です。

このような状況で思い出すのが、生涯、自由な精神を追い求めた堀田善衛さんです。移動し、行動し、世界中の人々と交流し、真にグローバルな視座で考え続けた方でした。そして、どんな状況においても悲観せず、ひたすら観察した方でした。そのための補助線として、鴨長明やゴヤ、モンテーニユら、かつて戦乱の時代を観察した人々の思考と感性を丁寧にとどりました。

そんな堀田さんは「現在は過去と未来を内包する」、そして「歴史は繰り返さず、人これを繰り返す」と語っています。

我田引水ではありますが、かつて出版文化を築いた先人たちの精神を想像すると、そこで私たちが何よりも大切に受け継ぐべきは、冒険心に満ちあふれ、精神の自由を追い求めた、そのたくましい魂ではないでしょうか。

堀田さんとはかく考え続けた方でしたが、私たちが今の出版界あるいは社会の課題についてどんなに考えても、答えは得られないかもしれません。しかし、何がわからないのがわかれば、それは誰かと共有できます。個人を超え、組織を超え、業界を超えてつながることでもできるはずで

そして現在の出版界には、先人たちが残してくれた大きな財産があります。それは社会からの信頼です。今も多くの読者と才能は、書物というメディアに特別なリスペクトを抱いてくれています。また、書店が地域のコミュニティとして再評価される動きも、各地で起きています。

100年にわたる先人たちの仕事の上に私たちが今立っていることに感謝しつつ、この先の100年の道筋をつけるのが私たちの仕事であることをあらためて確認し、第62回全出版人大会の声明といたします。

2023年5月8日

〈氏名五十音順・敬称略〉

第62回 全出版人大会

永年勤続者

三二四名

- 秋田書店 阿部知司 名取裕樹
- 齋藤功衛 清水隆蔵 秦洋一
- 家の光協会 関康洋 松岡广大
- 今尾敦史 上床龍吾 新井春子
- 山本恵美子 大畑智美 医学書院
- 院 小笠原紀子 佐藤淳 田邊祐子
- 泉洋平 濱中覚 塩田高明
- 三橋輝 医歯薬出版 山中俊徳
- 白井聡一郎 福井聡嗣
- 岩波書店 一原理彦 加美山亮
- 大山歩 吉野優子 中野恵子
- 林元彦 四方桂子 市川敬祐
- 宙出版 森田千尋 内野麻里
- 牧野佐和子 杉田薫子 オーム社
- 大野佳子 学事出版 二井豪
- 森田政恵 学研ホールディングス
- 山崎春菜 木村真 沖野陽子
- 金子書房 美川なでしこ
- 河出書房新社 藤崎寛之
- 鎌塚亮 教育芸術社 野村咲紀
- 教育出版 横山晋太郎 小橋義之
- 黒澤健 教科書協会 平田早苗
- 教科書販売 篠田利男
- 小川寛 佐野純一 金融財政事情研究会
- 小林奈緒 北山桂 徳山貞姫 小玉博嗣
- 本田奈千 建帛社 加藤義之 大田原久美子
- 宮崎潤 佼成出版社
- 初山太一 講談社 鈴木有介
- 西村浩 西村圭 赤岩一郎 岩瀬千聡
- 大坪尚人 田島真由 神谷明子
- 篠原紀子 湯ノ口智樹
- 近藤直樹 秋元祐一 河野哲彦
- 西川太基 石川心 金子崇
- 吉田守芳 太田美千子 遠藤友子
- 古市ゆかり 安友智 高見洋平
- 光文社 近江裕嗣 小松伸司
- 小林晃啓 深草千尋 弘文堂
- 登健太郎 和田康友 三省堂
- 佐々木吾郎 杉本久嗣 渡邊宣夫
- 吉開慎之介 細見雅彦
- 佐野文絵 村川陽子 東佐知子
- 青山幸 俣塚亮 産労総合研究所
- 白ヶ澤健一 田中利男
- 実教出版 木村洋一 山本卓哉
- 大庭佳介 櫻田祐二 前里優介
- 横山晃一 主婦と生活社
- 横山隼人 伊藤美穂 宮本奈緒子
- 望月麻弥 増淵智子 竹村真由美
- 天田健 所隼登 主婦の友社
- 市川陽子 浅沼秀田村明子
- 黒部幹子 新興出版
- 社啓林館 田中秀幸 泉直志
- 数研出版 増木伸吾 藤井伸幸
- 野澤尚樹 工藤文吾 吉田健二
- 小野雅人 原田秀一 小野智子
- 成美堂出版 石原公洋 滝本裕子
- 山口悟史 世界文化ホールディングス
- 小杉繁則 亀山慶男
- 第一学習社 西居篤輝 古川皆美
- 黒崎勇樹 井上夏水 第三文明社
- 藤原良喜 石川芳明
- 大修館書店 久保友人 松岡澤
- 大日本図書 當田マシミ 上田朝也
- 鈴木崇 佐々木智恵子
- 渡部朋子 ダイヤモンド社
- 梨本拓也 鈴木崇久 山口圭介
- 山出暁子 平野航史 高橋書店
- 高城勲 岩倉淳 玉川大出版部
- 白井利典 淡交社 八木歳春
- 宮崎博之 北尾陽子 大場浩史
- 関戸恵津子 筑摩書房
- 高瀬有輝 齋藤匡康 橋本陽介
- チャイルド本社 長田直広
- 三浦晴奈 市川宣子 中野信寛
- 信樂涉 伊藤令 田中 五十嵐文彰
- 達野巧 浅井泰雅 黒川聡
- 林和宏 藤田晃裕 二村道代
- 小出要 西岡育子 中谷みづほ
- 中央経済社 ホールディングス
- 笹沼奈津江 蒔田敦子
- 中央社 柳井庸久 中野玲子
- 東京書籍 寺井瑞穂 内田智典
- 山野辺太郎 城戸彩子 毛利悠美
- 柳川美沙希 上田健志
- 照山秀俊 東井尊 笹子真律恵
- 東京法令出版 前田玲子 田中佳寿美
- 中村和彦 トーハン
- 番場秀広 後藤佳行 小野寺保彦
- 佐藤匡 小川徹 西野公輔
- 岡部正昭 黒田淳司 太田たまき
- 福田拓哉 東洋経済新報社
- 田邊佳介 高田紘子 許斐健太
- 富岡耕 森智彦 二階堂遼馬
- 山本舞衣 荒木千衣 赤嶺大輔
- 関口爵世 図書文化社
- 嶋田智之 北川久喜 菅原博文
- 永岡書店 小幡純一 塚原有紀子
- 白田圭司 南江堂 大塚幸生
- 佐藤早苗 米田博史 藤原健人
- 伍井伶々子 新里広美
- 真田明友 日教販 田中里美
- 石井智之 日本加除出版 増田淳子
- 金塚万由美 牧陽子 朝比奈耕平
- 大野さやか 日本実業出版社
- 海堀佳奈子 桑川景子
- 日本ジャーナル出版

もうと本が読みたくなる。



図書カードNEXTは出版界を活性化する「本の贈りもの」です。

日本図書普及株式会社



大会役員

(大会会長)

野間 省伸

(大会副会長)

小野寺 優 堀内 丸恵

(大会委員長)

廣野 眞一

(大会委員)

生駒 大志 石田 哲哉  
伊住公一朗 市村 友一  
今村 正樹 上野 徹  
江草 貞治 江草 忠敬  
及川 清 相賀 昌宏  
大坪 嘉春 大橋 一弘  
岡本 明剛 片桐 隆雄

(大会顧問)

滝澤 光正 星野 泰也  
飯塚 尚彦 加来 正年  
北島 義斉 鈴木 博

村こまゑ 日本出版販売 早川  
正一 高橋誠治 日下雅晴 太  
田力 石田英雅 北村大輔 神  
作裕志 久保田英樹 新田元  
駒村一雄 日本文教出版 北川  
直哉 佐藤有 日本文芸社 角  
田奈緒幹 一瀬久美 白水社  
山田敦子 阿部唯史 氷野玲子  
齋藤純子 ひかりのくに 船崎  
智久 佐伯宏一郎 土倉恵子  
浅田浩文 久保優希 三田村昌  
紀 野間口由美 福音館書店

北山裕子 高木理恵 大槻健一  
新鞍剛 高井信寛 富士経済  
ループ本社 井上綾子 小山香  
里 小林秀幸 竹内文哉 羽賀  
史人 上野佑太 中島裕介 平  
野泰之 小林悟 双葉社 石塚  
良太 栗田歴 坂井健太郎 谷  
藤甫 文英堂 高山直英 祢津  
容子 文藝春秋 浅井茉莉子  
角田国彦 曾我麻美子 野田健  
介 武藤龍 柳沢章裕 涌井健  
策 榎本麻美 泉慶太 芳文社

黒田悠生 ポプラ社 花立健  
碓耕一 石部恵 近藤純 吉田  
元子 松本麻衣子 マガジンハ  
ウス 草野裕紀子 町田雄二  
佐野香織 中島千恵 柳栄祥  
丸善出版 加藤祐子 松本裕子  
光村教育図書 山路由紀子 竹  
屋浩之 光村図書出版 藤本真  
澄 北村慶次 明治図書出版  
澁谷雄大 小野陽平 八洲出  
版 谷本秀之 松森みゆき 日  
暮大輔 有斐閣 有働浩 大石

日本出版クラブ

協賛

日本書籍出版協会  
日本雑誌協会  
教科書協会  
出版者協会  
自然科学書協会  
読書推進運動協議会  
日本出版取次協会  
日本書店商業組合連合会  
印刷工業会  
東京都印刷工業組合  
東京都製本工業組合  
日本製紙連合会  
文化産業信用組合

直人 的川史樹 楽天ブックス  
ネットワーク 野村昌博 蒲原  
昌志 横手宏美 眞方英志 野  
崎珠子 (社名五十音順・敬称略)

大会次第

第一部 式典  
大会会長挨拶  
野間 省伸

大会委員長挨拶及び  
大会声朗誦  
廣野 眞一

文部科学副大臣の祝辞  
築 和生殿

国立国会図書館長の祝辞  
吉永 元信殿

長寿者祝賀の辞及び  
寿詞・記念品贈呈  
小野寺 優

長寿者代表の謝辞  
小田 良次殿

永年勤続者表彰の辞及び  
表彰状・記念品贈呈  
堀内 丸恵

永年勤続者代表の謝辞  
加藤 義之殿

講演 姜 尚中殿

第二部 懇親パーティー

乾杯 江草 貞治

我が国唯一の出版関連産業専門金融機関

本の香りのする街には文化信用がある

文化産業信用組合

https://www.bunka-shinyo.co.jp/



預金・借入、事業承継など ご相談はお気軽にご連絡ください : 本店 / 千代田区神田神保町1-101 ☎3292-2711



# 響きあう心、ずっと、ずっと

私達は、感性を磨き、互いに思いやり、協調し、邁進します。  
期待される私であるために、期待される会社であるために。



 **図書印刷株式会社**

〒114-0001 東京都北区東十条3-10-36

TEL 03(5843)9700

URL <https://www.tosho.co.jp/>



# 人生、ずっと、本と。

本のことなら、  
hontoにおまかせください。

hontoなら紙の本も電子書籍も、  
通販でも書店でも。  
読書の目的に合わせて使い分け。  
例えば、大型書店と連携しているから、  
ネットで見つけた本を書店で取り置きできる。  
まさに本好きさんの人生の相棒です。

\*スマートフォン用アプリ  
「honto with」を使うと、  
丸善、ジュンク堂書店で  
取り置きできます。



詳細&DLは  
こちらから!



本好きなら、  
ポイントでもっと本が読めます。

hontoサイトで買っても、  
グループ書店で買っても、  
共通のhontoポイントが使えます。  
さらにhontoサイトとグループ書店の両方で  
お買い物をしていると  
ポイントがアップする仕組みもご用意。  
本好きさんに好評です。



詳しい内容は  
こちらから!



**honto**

MARUZEN ジュンク堂書店 文教堂 啓林堂書店 honto.jp

未来を  
変える。

木の  
力で

紙の原料となる木材を生産するために。

さらには、地球環境にも想いを馳せて。

私たち王子グループは、

「木を使うものは、木を植える義務がある」との考えのもと、

日本のみならず世界でも、

すこやかな森づくりに取り組んできました。

森づくりを通じて、

地球温暖化を食い止め、緑輝く地球を未来へと引き継いでいきたい。

私たちの取り組みは、今日もこれからも続いていきます。

ニュージーランド・Pan Pac社(王子グループ)Kaweka山林

領域をこえ 未来へ

OJI



王子ホールディングス株式会社





<https://www.toppa.com/brand>

すべてを突破する。

TOPPANI!!!  
TOPPANI

# 紙とともに歩み、 そして未来へ

日本の近代化の礎として1873年、  
洪沢栄一によって日本に抄紙会社が出来て150年。

日本製紙グループは日本の紙の歴史とともに  
文化の興隆や生活の向上を支え続けてきました。

製紙業の枠を超えて、再生可能な木質資源を  
多様な技術・ノウハウで最大活用し、  
木とともに未来を拓く総合バイオマス企業として、  
わたしたちは、これからも成長を続け、  
地球環境へのさらなる貢献を続けていきます。

Paper Anniv.

150<sup>th</sup>



**NIPPON PAPER**  
GROUP *Shaping the future with trees*

# TOMOWEL

イノベーションも、サステナビリティも  
支える、TOMOWEL。



山積する社会課題の解決に取り組む企業を、全力で支えること。  
パートナーシップを通じて、豊かな世界の実現をめざすこと。  
それが私たちの社会と市場における役割、そして使命です。  
印刷を核としたデジタル技術や包装技術、そして「人」の力で、  
あなたのビジネスにおけるビジョン実現の一助となります。  
私たちはビジネスパートナー。TOMOWELの共同印刷です。

共同印刷株式会社



# 正解より別解

正解は1つ。別解は無限。

正解は過去。別解は未来。

正解は無難。別解はドキドキ。

正解はロジック。別解はマジック。

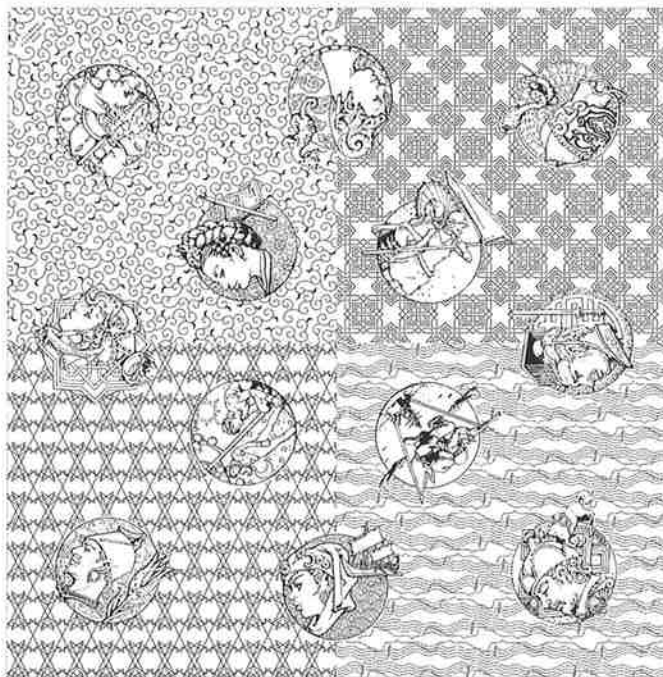
正解、なんかで、満足か。

クリエイティビティで、この社会に別解を。

# • HAKUHODO •

# 第62回全出版人大会記念風呂敷デザイン

## 原画は『ジョジョの奇妙な冒険』の荒木飛呂彦氏



配された12のエンブレム調のイラストは、昨年末より刊行中の『アジア人物史』全12巻のために、『ジョジョの奇妙な冒険』シリーズで世界中に熱烈なファンをもつ荒木飛呂彦氏が描き下ろしてくださったものです。デザインは、『アジア人物史』の装丁を担われる水戸部功氏。各巻の内容に合わせた絵とするために、長年ユーラシアを旅してこられた写真家・大村次郷氏から多くのイメージ素材をお借りし、編集員のアドバイスなども参考にさせていただきました。心より感謝いたします。

出版人の皆様にご愛用いただければ幸いです。

第62回全出版人大会 委員長 廣野眞一

### ★新入会維持員紹介

藤原製本株式会社 カー・クワイ  
 スト事業部(代表者)藤原智之  
 〒101-0063 東京都千代田区神田  
 淡路町1-13 ケイアイシヤト  
 ービル1F  
 TEL 03(62660) 8385  
 FAX 03(62660) 8386

### 出版クラブ維持員動静

▽代表者変更(敬称略)

鹿島出版会 坪内文生 ↓ 新妻充  
 教科書販売 天野文裕 ↓ 井澤貞  
 行  
 慶応大学出版会 依田俊之 ↓ 大  
 野友寛  
 サンマーク出版 植木宣隆 ↓ 黒  
 川精一  
 講談社ヒューマン・ネットワー  
 ク 奥平貴一郎 ↓ 後藤治康  
 弘文社 岡崎達 ↓ 岡崎靖  
 国土社 安田権寧 ↓ 鈴木博喜  
 清水書院 渡部哲治 ↓ 野村久一  
 郎  
 第一出版 栗田茂 ↓ 井上由香  
 大日本図書 藤川広 ↓ 中村潤  
 電通 山本敏博 ↓ 榎谷典洋  
 東京大学出版会 黒田拓也 ↓ 橋  
 元博樹  
 東洋経済新報社 駒橋憲一 ↓ 田  
 北浩章  
 日本標準 伊藤潔 ↓ 河野晋三  
 白水社 及川直志 ↓ 岩堀雅己  
 富士経済グループ本社 清口正  
 夫 ↓ 田中一志  
 文理 土屋徹 ↓ 安達健一  
 メディカルレビュー社 松岡光

### 明 ↓ 松岡武志

理論社 内田克幸 ↓ 鈴木博喜  
 早稲田大学出版部 島田陽一 ↓  
 須賀晃一

### ▽住所変更

学陽書房 〒102-0072 東京都千  
 代田区飯田橋1-9-3  
 (TEL・FAXは従来通り)

経済界 〒100-0014 東京都千代  
 田区永田町2-4-11 フレン  
 ドビル3F

TEL 03(64441) 3741  
 FAX 03(62006) 7413

サンマーク出版 〒169-0074 東  
 京都新宿区北新宿2-21-1  
 新宿フロントタワー29F

TEL 03(53448) 7800  
 FAX 03(53448) 7801

税務経理協会 〒161-0033 東京  
 都新宿区下落合1-1-3 税  
 経ビル

TEL 03(6304) 0505  
 FAX 03(6304) 0585

日本標準 〒350-1221 埼玉県日  
 高市下大谷沢91-5

TEL 042(984) 1451  
 FAX 042(984) 1452

日本出版貿易 〒101-0064 東京  
 都千代田区神田猿楽町1-5-1  
 15 猿楽町SSビル3F  
 (TEL・FAXは従来通り)

農山漁村文化協会 〒335-0022  
 埼玉県戸田市上戸田2-2-12

TEL 048(233) 9335  
 FAX 048(299) 2815

▽社名変更

きんざい ↓ 金融財政事情研究会

## 出版記念会

喜びを分かち合える出版人のホールで  
お祝いの会を。

★会報「出版クラブだより」にてご紹介して、  
祝賀申しあげます。

●ご予約・お問合わせ

出版クラブホール

Tel 03(5577)1511 千代田区神田神保町1-32 出版クラブビル



## 受賞祝賀会

受賞の栄誉に輝く喜びを祝賀する集い  
に、出版クラブホールを。

★ご案内状の作成、印刷、宛名書き、贈呈記念品、花束など、  
お手伝いのむきもお申しつけ下さい



# 出版 歳時記

▽出版業界では発注や配本などへのAI活用が検討されているが、最近話題の対

話型AI「ChatGPT」には驚かされる。ウェブで簡単にアクセスでき、質問を入力すると見事な日本語で答えられる。企画書や依頼書の作成をお願い(?)しても、要点を整理して文章を作ってくれる。

▽思わず「ドラえもんみたいだ」とつぶやくと、ITに詳しい人に「それが日本人に多い反応らしいです」といわれた。それに対してアメリカ人の多くは「2001年宇宙の旅」のHAL9000をイメージするという。

▽日米で、弱虫を助けてくれる猫型ロボットと、人間を欺く赤い光を放つ不気味な人工知能にAIのイメージが分かれるというのだ。おかげでAIは日本で発達しやすいという見方もあるらしい。

## 編集雑記

☆新年度、創立70周年の1年が始まりました。記念事業の1つとして、出版にかかわる方にざっくばらんな話をしていた

く講演会を企画しました。出版の未来を考える一助になれば幸いです。その第1回目として有隣堂の松信社長をお迎えしました。講演の内容は1〜4面をお読みください。松信社長、そしてご参加の皆様ありがとうございました。

▽なんとなく納得できるような気もするが、かつてSFで登場したようなツールが、ネットやスマホで誰もが簡単に使える環境になったとは、物語以上の飛躍かもしれない。しかも、この言語処理能力をみると、文字活字に携わる者に影響が及ぶことは間違いないだろうと思わされる。

▽まだ発展途上のようなのだが、その一端に触れると、今後は企画

### 驚くべき対話型AIの力

立案から原稿作成、校正、宣伝文句づくりなど、出版業界で多くの仕事にAIが活用されていることが具体的に想像できる。この分野でも人の仕事が奪われるとの懸念が出てきそうだ。

▽一方で、今後は大学生が論文作成をAIに頼るといったことも当たり前になるだろう。しかも、他人の文章などを写しているわけではないので、生徒自身が書いたのか、AIの手によるものなのか判別は難しい。むしろ、

ろ、辞書などと同様に、AIをうまく使いこなすことが学習スキルになるのかもしれない。出版業界でも、AIの力を取り込んでいくことが、これから求められるであろう。

▽もちろん、いまのAIは全く見当違いの内容を自信満々に答えることも少なくない。その事象について知識がなければ、誤りを信じてしまうことにもなりかねない。そんな時、AIはあのHAL9000になるのではないかと空恐ろしくも感じる。そのことを十分に理解して使うことが、AIを使いこなすために必要なことであろう。

▽かつて「勘と経験」に頼っていた重版部数の決定も、いまはPOSデータなどの情報に基づいて決めるようになった。そのおかげで、「ベストセラー倒産」ということもあまり聞かなくなった。AIの発達がいかに出版の仕事をサポートしてくれるようになることを期待したい。

(本)

☆これまた70周年記念事業として出版クラブビル3階のエスカレーターを昇つてすぐのところ

に、無料のコーヒーマシンを設置しました。お好みで選んでいただいたポッドをセットしてボタンを押すだけの手軽なマシンです。ポッドをセットする際フィルムをはがすのを忘れないようにお願いします。会議の待ち時間、軽い打ち合わせに、コーヒーマシン(紅茶も日本茶もあり)を飲みながらお過ごし

いただければと思います。

☆5月8日から新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行されます。それに伴い、ホール・会議室ご利用の際のマスクの着用はお客様の自主判断にお任せします。検温機やパーテーションの設置も基本的には終了しますが、必要の際は係の者にお申し付けください。☆長期予約によれば、暑い夏が来るようです。ご自愛ください。

(横)

## 70<sup>th</sup> Anniversary

日本出版クラブは創立70周年を迎えます。引き続きクラブホール・会議室のご利用を  
 お願い申し上げる次第です。

### 出版クラブホール・会議室 PUBLISHERS CLUB HALL

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-32

出版クラブビル

TEL 03-5577-1511/FAX 03-5577-1772

<https://shuppan-club-hall.jp/>

神保町駅(東京メトロ半蔵門線、都営新宿線・三田線)  
 A5出口より徒歩2分



発行所 〒100-0051 東京都千代田区神田神保町一丁目三番一號 一般財団法人 日本出版クラブ  
TEL 〇三(五五七七)一七七二(代)  
FAX 〇三(五五七七)一七七二  
発行人 横川裕史  
印刷所 上毛印刷株式会社  
頒価 百円

an invitation  
to the  
never before.

dentsu