

第2章 出版科学研究所

出版科学研究所は、昭和31（1956）年2月16日に東京出版販売株式会社（現・株式会社トーハン）の一機構として設立され、昭和44（1969）年5月1日に全国出版協会に正式に移管された。以降、全協・出版科学研究所として、現在に至るまで、「出版業界唯一の公的な調査研究機関」として活動を続けてきた。本章ではその歴史と活動について時代背景とともに記す。

2-1 出版科学研究所の歴史

① 東販・出版科学研究所(昭和31年～昭和44年)

出版科学研究所の構想と発足

出版科学研究所に東京出版販売株式会社（東販）が昭和 30（1955）年 8 月に作成した「出版科学研究所の構想案」という袋とじの冊子が残されている。冒頭には -----、

……昭和 24 年日配が解体され、東販や日販など取次会社が誕生した。出版業界は日本経済の復興とともに急速に成長し、今後その発展は現在の想像を絶する可能性がある、と考えられていた。そうした中で、かねがね出版の生産に無駄が多いことや販売普及に今少し知恵がほしいと感じられたこと、あるいは出版の仕入れ販売の技術面で「需要に適合する生産」とか「正常ルートの円滑な発展」とか「書店の健全な発達」といったことの念願が常に思い浮かべられたためである。

もしここに何らかの研究や調査が行われ、それが公正な見解として関係の人々に取り上げられ、出版や取次や書店の活動に寄与することはきわめて有意義である。

「出版を科学的に研究する」こと、すなわち今の時代に即した役立つ研究成果を伝えて初めて「出版科学研究」の意義が認められてくる。実用性のある「出版科学研究」には同時に速度を必要とする。出版業界から常に歓迎される生き生きとした研究の結果が伝えられる。

と構想動機が記されている。

東販はわが国における出版物の普及をより合理的に進め、業界全般に貢献する研究機関の設置を企図してきたが、「出版科学研究所」の名称のもとに具体的構想を得て準備を進め、昭和 31（1956）



設立前の構想が詳細に記されている

年 2 月 16 日に正式に出版科学研究所として発足した。

発足当初、出版科学研究所には、その運営を指導、補佐する役割として常任委員会が設置され、委員 12 名、研究所員 1 名が東販内部より選任された。

初代研究所所長と常任委員会の委員長を赤尾稔専務が兼務し、研究所の業務担当責任者として河北憲夫が就いた（翌年、副長に任命）。

なお第 1 回の常任委員会では「当分の間、東販内部の機関として研究活動を行い、将来、財団法人として独立する」との構想が提起されている。

研究の領域は、出版に関する歴史的研究部門のほか、外国事情研究、経済・社会・文化の研究、市場研究、出版企画ならびに出版物、企業経営研究、資料の収集整備等の部門を対象にし、当面の研究分野として「市場調査」および「資料」の 2 分野とした。

発足時の初年度末の研究所の人員は研究所長以下 6 名であった。

東販・出版科学研究所の活動

東販における出版科学研究所の活動を大きく分

けると、①市場調査、②読書調査、③統計資料としての定期刊行物『出版月報』『出版指標 年報』の発行、④不定期刊行物として出版傾向に関する分析レポート（冊子）刊行、の4つに分けられる。その活動は「東販十五年史」に詳しい。また、研究所にきちんと製本され残されている資料集や合本をみると、やはり出発当初の活動は興味深い。

それは昭和30年代初頭、戦後から10年余、発展途上とは言え、東販という一取次会社が業界全体や出版に関わるさまざまな事象を調査研究によって捉えようという活動だからである。企業としての志は氣宇壮大といつてよいだろう。

土台作りの4年間

発足4年間の動きを「東販十五年史」から引用する。

昭和31年 出版科学研究所の発足初年度における主な活動内容は次のとおりである。

まず出版物に対する直接的購買要因および、それらの素地となる間接的要因を県別に調査し関東地方および北陸地方の11県について報告書を作成し配布した。次いで、都市における直接的購買要因および間接的要因を調査し、その大半の作成を終えた。

さらに東販が出版物販売市場でどのような地位を占めているかを小売書店の東販に対する取引比重あるいは規模の観点から調査し、全8部を完成させた。また家計を通じて年々あるいは月々どのように出版物が購入されているか、その金額、傾向等を対象として都市および農家の家計を累年および年間に分けて作成した。

昭和32年 創立2年目を迎えて、活動の主目標を前年に引き続き都道府県別市場調査ならびに研究資料の収集に向けて業務を進めると共に、並行して減税、家計支払、人口、マスコミの媒体等に関する研究、さらに出版物販売対象としての学校および図書館の都市分布における調査を実施し、それぞれパンフレットとして業界および関係方面に発表した。研究所創立と同時に着手した都道府県別市場調査も、1年余を費やして10月に完了し、

これを基礎として直ちに総合表作成に着手した。

都道府県別市場調査終了を契機として研究所の常任委員会を開催、現状に則した研究領域を検討した結果、初期に掲げた研究項目を重点的に改め、新たに市場調査およびこれに関連した資料の収集という面に対象を絞った。そして市場調査の一環としての出版統計が比重を高め、これに伴って研究所月報（四季報）の刊行が次年度の一つの具体的目標となり、その準備を進めた。

昭和33年 創立3年目は研究所にとって新しい段階を画した年であった。すなわち調査、研究の方法が基本的に異なった二つの途に分かれ、それらが並行して進められたことである。二つの途とは出版物の統計資料発行と、実態調査による方法である。

研究所が創設されてまず実施しなければならなかったことは、基礎資料の収集であり、この資料の分析によって作業を行うことであった。したがって創立後の2カ年はこの方法に終始したが、3年目に入って研究所自ら実態的な調査を行って、新しい資料を得る段階に入ったのである。これによって研究所の活動領域は当然拡大された。

研究所の機関誌は設立当初から考えられていたが、6月に定期刊行物として書籍雑誌の分野別統計データを収めた季刊誌『出版指標』を発刊した。

『出版指標 年報』および『出版月報』発刊

昭和34年 前年度に敷かれた方針をさらに拡大したのがこの年度である。

新たな企画として、3月に『出版指標 年報



昭和34年、『出版指標 年報』『出版月報』を発刊

1958年版』を、6月に『出版月報』を発刊した。ともに出版に関する種々のデータを月々あるいは年々記録していくもので、従来この種の刊行物に欠けていた出版界だけに、その発刊は業界全体から注目をもって迎えられた。34年の研究所所員は所長以下8名だった。

以上、「東販十五年史」では出版科学研究所の構想から発足、実際に活動を軌道に乗せていく過程がよく分かる。また、ここに記載していない調査資料も数多く刊行されている。出版科学研究所は役員室直轄で優秀な人材が送り込まれていたの、そうした活動が可能だったと思われる。

(注：「東販十年史」では、昭和34年の項に、「本年は東販の創立10周年に当り、それに関連して研究所の財団法人としての独立が本格的に進められる運びとなっている」とある。)

活発に行った読書調査、購買調査

読書調査は実態調査の柱として、昭和33年から43年まで継続して行われた。昭和30年代半ばまでは都市部の小・中・高校生の読書調査が大々的に行われた。その後は、「子どもと読書」として調査を継続した。

一方、「書籍や雑誌がどのように買われているか」という読者の購買調査も毎年行われた。

昭和30年代から40年代初頭の出版市場は日本経済の成長と歩みを一にして急成長を遂げていた。経済、生活、教育等あらゆる面で変化が激しかった。そのような時代背景のもと、読者は何を



昭和35、36年の「購買調査」「読書調査」

求めているか、どんな購買態度なのか、相当な費用をかけて調査していたことがうかがえる。

統計データ集としての『出版指標 年報』『出版月報』

昭和34年に刊行を開始した『出版指標 年報』『出版月報』は、年次(暦年)や月次で、書籍・雑誌の出版点数、発行部数、発行金額、平均定価、1点当たりの発行部数などを部門別の表にしたものである。数値がほとんどで、1ヵ月でどのくらい出たといった事実を記述したページがわずかにあるのみで、出版傾向解説はない、シンプルな統計データ集というものだった。

ジャンル別出版傾向分析「解説シリーズ」発刊

統計データの『出版月報』を毎月出すことによって、月次の書籍・雑誌の銘柄別データが蓄積されていった。昭和36年、蓄積されたデータを元に、ジャンル別の出版傾向を分析した不定期刊行物「解説シリーズ」を発刊した。発行点数、発行部数、発行金額、平均定価等、データを集計し、傾向を分析した。この年発行した解説シリーズは「35年のベストセラーズ」「最近1ヵ年の全集もの」「利殖もの最近の傾向」「新書判の本」の4点。以降、解説シリーズは年間10点以上発行されていく。

雑誌の都道府県別配送量

昭和36年には、「出版物普及のための基礎資料」「Ⅰ 家計収入を中心として各都道府県(各都市)の姿」「Ⅱ 家計からの出版物購入代を中心とした各都道府県(各都市)の姿」「Ⅲ 人口を中心とした各都道府県(各都市)の姿」「Ⅳ 出版物の配送量を中心とした各都道府県(各都市)の姿」、37年に「Ⅴ 各都道府県に対する雑誌の部門別配送量」を発行した。

Ⅴの雑誌の部門別配送量は38年以降、「雑誌の都道府県別配送量」となり、現在も毎年発行されている。また、39年には出版物の市場地理「読者はどの県や都市に多いか」「全国の小売書店はどのように分布しているか」を刊行している。



昭和42年『NEWSの索引』発刊

『NEWSの索引』発刊

昭和42（1967）年には、朝日、毎日、読売、日経など主要日刊新聞で報道された出版関連記事をダイジェストした『NEWSの索引』（月2回刊）を発刊した。

会員制で頒布

出版科学研究所の刊行物は会員制を敷き、定期刊行物の『出版月報』『出版指標 年報』『出版指標 四季報』、そして不定期刊行物としてのさまざまな調査資料、解説シリーズなどを有料頒布した。会員は主に出版社や業界関連企業だった。ただ、会費や会員数の記録は残っておらず不明である。

② 全協・出版科学研究所(昭和44年～令和元年)

I. 統計データオンリーから解説強化の時代へ(昭和44年～昭和62年)

全協・出版科学研究所として新たなスタート

昭和44（1969）年5月1日、出版科学研究所は東京出版販売株式会社から社団法人全国出版協会

に移管され、公益法人傘下の調査研究機関として新たなスタートを切った。

調査研究の成果を広く世の中に役立てるために、ゆくゆくは財団法人化をという出版科学研究所設立当初の構想は、公益性の高い由緒ある出版社の団体である社団法人全国出版協会の下で結実した。

公的団体の発表する出版統計は日本の出版業界の姿を表すものとして社会的な信用度が一段と増したのである。

『出版月報』6月号に左記の挨拶文が掲載された。また、当時の出版科学研究所の案内パンフレットにはこう記されている。

全国出版協会は出版物の動態および関連する事態の調査研究を行うとともに出版倫理の向上を図り、わが国文化の発展に寄与することを目的に次の事業を行っています。

1. 出版物に関する調査研究およびその成果の発表
2. 出版科学研究所の運営
3. 出版に関する資料の収集および情報提供
4. 関係団体との連絡提携

ご 挨拶

社団法人 全国出版協会
理事長 池邊 傳

この度、東販・出版科学研究所は去る5月1日を期として社団法人全国出版協会の事業として独立いたしました。その趣旨は、両者がともに業界的視野に立つ公共的機能の遂行を目的としておりますこと、本年は東販の創立20周年に当たり、その記念事業として出版科学研究所の独立が極めて時宜に適したものと考えられましたこと、これらの2点にございます。ちなみに社団法人全国出版協会は昭和24年、出版事業並びに出版文化の発展と出版事業に共通する権益福祉の擁護を目的として設立されました。従って出版科学研究所が全国出版協会の事業として運営されることはその公共性を更に高めるものと確信いたしております。勿論、運営の主体こそ異動いたしました。出版科学研究所自体の事業は従来と些かも変わることなく、出版に関する調査・研究を継続いたしてまいります。何卒、今後ともより一層の御鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

5. 出版に関連する講演会の開催

6. その他目的を達するため必要な事業

出版科学研究所（The Research Institute for Publications）は、これら事業の実践機関として活動しており、その調査・統計は出版業界はもとより、マスコミ、各種調査機関、一般企業に広範囲に利用されています。

〈調査資料の刊行〉

定期刊行物

◎出版月報（月刊）

◎NEWSの索引（月2回刊）

◎出版指標 年報（年刊）

不定期刊行物

◎解説シリーズ ◎講演会の記録

以上、年間約50点の刊行物を発行しています。

事業目的は出版科学研究所の業務の大綱であり、1の「出版物に関する調査研究およびその成果の発表」は、主に刊行物のこと。3は出版社の社史、出版に関する書籍や雑誌、業界紙、関連する資料等の収集と問い合わせ・取材等のレファレンス活動、5は講演会を開催することを示している。

このパンフレットは購読会員勧誘のためでもあり、新生出版科学研究所は新しい購読者を増やしていかななくてはならなくなった。

なお、全国出版協会の定款は昭和24年発足当時のままであったため、昭和53年4月26日、「出版物の動態および関連する事態の調査研究を行う」ことを目的とし、上記6つの事業を行うとした新定款に改訂した。

業務内容の変化

所員の構成は所長以下8名ですべて東販からの出向者だった。人員体制は旧来と変わらなかったが、業務内容は変化した。予算の関係で読書調査は行われなくなった。『出版指標 四季報』は発行を休止し、半年報『出版指標 '69半年報』（上半期）を刊行した。

そして、定期刊行物の『出版月報』（月刊）、『NEWSの索引』（月2回刊）、『出版指標 年報』（年刊）、

不定期刊行物である出版傾向の調査レポート「解説シリーズ」を主体として、さらに何をなすべきか、新たな出版科学研究所のかたちを求めて試行錯誤していくことになった。

業務担当区分は、『出版月報』は1人で担当、それ以外の所員は「解説シリーズ」のための調査および季報・年報を担当した。

出版ジャンルの傾向を調べるに当たっては、毎月の発行データを一定期間（3年分）手書きで転記、いくつかの部門に分類し集計（大きな卓上計算機は1台、主にそろばんで集計）するという地味で手間のかかる作業を行っていた。安くて小さな卓上計算機が出るのは5年後のことである。

講演会事業を開始

昭和45（1970）年は大阪万博の年。日本は高度経済成長期の真っ只中にあった。出版物の販売額は書籍・雑誌とも二桁成長だった。出版物はよく売れたが、価格もインフレで上昇が目立った。

事業目的の一つに掲げた出版に関する講演会をこの年の4月から始めた。

所長の河北憲夫自らが講師となり、出版社の若手社員を対象にした「出版教養講座」を立ち上げた。基礎的な業界知識を身に付けてほしいと企画した講演会だ。

第1回は4月、テーマは「戦後我が国の出版業界はどのように発展してきたか」、続く5月に「出版物の流通機構」、7月に「我が国の読者層」、8月に「今年上半期の実績と今後への期待」と立て続けに開催した。講座はたいへん好評だったが、当初の狙いだった出版社の若手社員の出席率は約半分程度にとどまり、幹部社員の出席が予想外に多かった。

一方、業界内外の有力講師を招いて開催する講演会も開始した。第1回の講演会は6月、講師に東京工業大学教授で工学博士の片方善治氏を招いて「エレクトロニクスと出版」を開催した。第2回は7月に東京工業大学教授・林雄二郎氏の「変化する時代と世相」を、第3回は8月に朝日新聞論説委員・岸田純之助氏の「情報化時代と出版」

を続けて開催した。

高度経済成長期のなか、エレクトロニクスと出版の関係に着目し、めまぐるしく変化する時代と世相、そしてマスメディアの発達と情報化社会における出版を展望するという、意欲的な講演会であった。業界内外の関心は高く、会場の東販8階大ホールの席は多数の参加者で埋まった。

これ以後、外部講師による講演会（現在は出版セミナー）は年2回を基本として現在まで続いている。

人事面では、こののち出版科学研究所を長く支えていくことになる林正則が3月末に、佐々木利春が5月上旬に東販から出向してきた。

「書籍コード」分類による書籍統計に移行

出版統計に関しては、『出版月報』2月号（昭和48年1月期分）から書籍統計の分類を書籍コードに移行した。書籍コード（4桁）とは現在のCコードの前身で、大量送本の時代、コンピュータ処理のさらなる合理化を見据えて、45年から取次が出版社とともに普及を図ろうとしていたものだった。

その普及の一助を担うため、出版科学研究所の統計に書籍コードを取り入れることになった。書籍の分類は当時23部門、書籍コードは日本図書分類に準拠した65部門。移行するため、昭和47年の半ばからその準備に取りかかった。前年比を算出



書籍コードによって分類した数表

するために47年1月期からの既存データを書籍コードに則って再分類する必要があった。

4桁の書籍コードによる分類は、販売対象、発行形態、部門は大分類・中分類に分けられ、多角的に統計を取れるのが特徴だ。例えば、販売対象は一般、かつ発行形態は単行本で、日本文学部門の新刊点数、推定発行部数、推定発行金額、平均定価が月次、あるいは累計で分かる。のちに出版傾向の分析に大いに役立つことになる。

こうしたクロス集計ができるプログラムの作成を東販の情報システム部に依頼、1年がかりで完成させた。

『我が国・現代のロングセラー』刊行

昭和40年代半ばから、書店では長く売れ続けるロングセラー商品が重視されるようになった。当時の出版社において書籍新刊10点中3点に重版が掛ければ大成功といわれた。重版商品が長く売れ続けることで出版社の経営は安定する。

昭和47年4月、そうしたトレンドに着目し、出版社に対し5年間毎年重版している商品をリストアップして提供していただき、『我が国・現代のロングセラー』という目録を作成、刊行した。

第1次オイルショックと用紙不足、新刊が減り定価は高騰するも返品は減少

昭和48（1973）年10月、第4次中東戦争を契機とした第1次オイルショックが起き、出版業界も深刻な用紙不足に陥った。出版したくとも紙がないという状況だった。新刊点数が急激に減るとともに、書店への送本も大幅に減った。49年の新刊点数は前年を0.8%下回った。本の定価は高騰、書籍・雑誌とも2割超アップした。

書籍の返品率は48年が前年比1.5ポイント減の28.8%、49年はさらに1.6ポイント下がり27.2%と2年連続の大幅な返品減少となった。27.2%という返品率は、昭和25年以降で過去最低だった。

大幅な返品減少は「出版活動を禁欲したことが要因、書籍は送りすぎだったのだ」と言われたものだった。高度成長期、送れ送れに慣れてしまっ

た出版業界の体質を言い当てているが、オイルショックが過ぎ去ると元の木阿弥。返品は常に悩みの種になる。

出版傾向をいかに伝えるか、出版月報に別刷り「出版傾向 Q & A」

昭和 51 (1976) 年、出版業界はオイルショック後の狂乱物価が収まり、一桁台の低成長時代に入った。

『出版指標 年報』『出版月報』は昭和 34 年に発刊以来、統計数値が主体で出版傾向の分析がほとんどない状態だった。出版業界は年々成長し、出版活動は増大の一途を辿っていたが、統計数値ばかりでは利用する側としてどうしてそうなのかが理解できない。出版月報担当者は出版動向、出版傾向を伝えるためには解説記事がなければならないという課題は分かっていたものの、どこから手を付けたらよいか悩んでいた。

6 月 28 日付で、出版科学研究所創設時から関わってきた所長・河北憲夫が退職、新所長に東販から部長職の石井彦澄が就任した。

石井は会員社に所長就任挨拶に伺った際、「データの羅列であるため利用価値がいまひとつである。解説を伴った読みやすいものにしたらどうか。また現場に密着した資料作りの必要性があるのではないか」との意見をいただいたという。

石井はこれを受けて、統計数値をわかりやすく解説する方法として、東販の書籍・雑誌調整部門の課長・係長に直近の動向をヒアリングして質疑



『出版月報』1976年9月号 Q&A開始

応答形式 (Q & A 形式) にまとめることにした。

さっそく出版月報 9 月号からジャンル別の出版傾向を解説した別刷り 4 ページの「出版月報 9 月号 Q & A」を作成、本誌に挟み込んだ。

取次にはさまざまな情報が集まっている、それを活かさない手はない、と取次の営業第一線で長年にわたって活躍してきた石井の面目躍如たる素早い行動力であった。

このことは、変化の激しい出版業界の動きをデータから傾向を分析し読者にいかにわかりやすく伝えていくか、という出版科学研究所の新しい役割を示す大きな転換点であった。この Q & A 形式は昭和 63 (1988) 年の『出版月報』4 月号の大刷新まで続いた。

また、51 年から毎年、研究所発表の年間ベストセラー 30 点を当該出版社の協力を得て、資料図書として永く保存することにした。

出版教養講座に東販現役部課長を招く

昭和 52 (1977) 年から 55 年にかけて年 2 回、出版教養講座の講師として東販の第一線の部課長に書籍・雑誌の出版流通について講演していただいた。東販の現役部課長の講演とあって出版各社の関心は高く、会場の東販 8 階大ホールは満席となった。

記憶に残る講演は、54 年 6 月に開催した書籍部次長・稲葉通雄氏の「書籍における流通と販売の現状—流通ルートを上手に利用していただくために—」。稲葉氏は 35% に上昇した返品問題に触れ、その原因のひとつに補充注文品における返品を挙げ、その率は 25% と推計されると述べた。補充注文は原則返品不可なのだが、現実問題、日常的に返品が相当数発生していることに警鐘を鳴らしたのである。

雑誌コード 5 桁に 雑誌の時代の足音

昭和 53 (1978) 年、雑誌コードの表示が 4 桁から 5 桁に改訂された。新たに形態コードが設けられ、月刊誌、週刊誌、コミック (漫画単行本)、ムックの 4 つに分けられた。

台頭著しいコミックとムックが一つの部門として位置付けられたことは大きな出来事だった。(注：ここでいうムックとは雑誌形態でありつつ単行本的に常時版を重ね、いつでも読者の注文に応えるもの)

これに対応して、研究所の雑誌統計は54年1月期より、児童部門と大衆部門にコミック本という中分類を増設した。ムックについては、従来の部門の中にシリーズごとに入れることにした。

『出版指標 年報』刷新、傾向解説ページ倍増

『出版指標 年報』は1979年版から大きく変わった。1978年版までは出版概況および書籍・月刊誌・週刊誌の部門別出版傾向を解説するページは合計40ページ程度だったが、1979年版は、出版概況10ページ、書籍が49ページ、雑誌が18ページ、むすび(業界の主な動き)が4ページ、合計81ページへと倍増した。傾向解説強化というテーマが進展したのである。

データを集め分析し原稿を書くのはすべて自前。これは現在も同じだが、この当時はさまざまな出版事象を文章で表す技術は未熟であった。「解説が豊富になったことは評価するが文章はなんとかならないか」という批評が出た。これには耳が痛く、所員一同、以後肝に銘じて筆力向上に取り組むこととなった。

コミック本の市場規模算出

昭和55(1980)年、この年は「雑誌の時代」と呼ばれ、広告収入を意識したヤング女性誌、ヤング男性誌の創刊活動が活発になり、少年少女コミック誌からは青年コミック誌、レディスコミック誌が派生し、雑誌市場の拡大はめざましかった。書籍は全集ブームが終わって、廉価な文庫本の時代となった。前年の第2次オイルショックの影響で書籍の新刊や雑誌の定価は5%超値上がりした。

『出版指標 年報 1980年版』の解説ページは前年版より30ページ増加し111ページとなった。部門別出版傾向は書籍の55ページに増え、雑誌は月刊誌・週刊誌(30ページ)に加えて、ムック誌(2

ページ)、コミック本(4ページ)の項目を新設、合計36ページに倍増した。(解説ページは毎年、増えて行き、1985、86年版では150ページに達した)

なかでもコミック本は、書籍にカウントされているものと、雑誌でカウントされているものを合算、コミック本全体として市場規模(実売部数・実売金額)を調査推計、出版傾向の解説を加えて掲載した。(注：1981年版では5カ年遡って市場規模を推計した)

伸び盛りのコミック本市場規模を調査推計したことは、その後の文庫本や児童書、新書本、医書、ムック、女性誌、男性誌など、ジャンル別の市場規模を調査する嚆矢となった。

なお、『出版指標 年報 1981年版』では、雑誌の部門別総点数、雑誌刊行形態別点数のデータ掲載を開始した。

『出版月報』の改良少しずつ進む

昭和56(1981)年から出版業界の伸び率は一桁前半になった。書籍の新刊点数が前年比5.6%増と急増した。返品率は35.8%と過去最高となった。売れなくなると新刊が増え、重版を含めた送品が増え返品率がさらに上がる、という業界のパターンはこの辺りから顕著となる。

『出版月報』は1981年1月号で、書籍・月刊誌・週刊誌の年間発行データを解説するページを2ページ設けた。また、月次の販売統計について解説する「販売概況」(1ページ)を設けた。2月号では1980年の年間販売実績の解説、書籍・雑誌部門のトピックスを2ページで掲載した。

これらはテスト段階で、11月号から「販売概況」、新刊発行データを解説する「10月の主な動き」、そして書籍・雑誌のトピックスを毎月掲載することにした。のちのブックスレーダーやマガジンレーダーの原型である。

セブン-イレブン社長鈴木敏文氏の講演

昭和56年の講演会は、東販出身でコンビニエンスストア、セブン-イレブン・ジャパンを創った、イトーヨーカ堂常務取締役・セブン-イレブン・ジャ



『出版月報』1982年8月号 ミニ特集「ティーンズ誌」

パン社長・鈴木敏文氏を招き、「流通業界からみた出版物 一商売の見方考え方」を7月に開催した。トーハン大ホールを埋め尽くす228の方が聴講した。鈴木氏は東販時代、出版科学研究所に昭和32年2月から3年間在籍したOBでもある。

ミニ特集「データレポート」開始

昭和57(1982)年、『出版月報』は1月号で1981年の発行実績を、2月号で同販売実績を解説するパターンが出来た。そして、8月号で『ギャルズライフ』など創刊相次ぐティーンズ誌の動向をデータとともに解説した4ページのデータレポート「新分野開拓で伸びるティーンズ誌」を掲載した。

続く9月号では「模索続く中学誌」として、衰退しつつあった学参誌をレポートした。いわゆるミニ特集である。

雑誌分野は銘柄ごとの蓄積データがあり、長期にわたる傾向分析が可能だった。従来、そうしたテーマは「解説シリーズ」として、冊子にまとめて刊行していたが、アップツーデートなテーマを『出版月報』に取り入れることで本誌の価値が高まり、多くの人に読んでもらえるとの判断だった。

また、『ニュースの索引』は6月号から判型をB5判に拡大、月刊に刊行を変更した。

文庫本市場規模の調査実施

昭和58(1983)年、書籍・雑誌の送品量が大幅に増加した。書籍は前年より8.6%も出回り部数が

伸びたが、販売額は0.5%増と不振。書籍の返品率はさらに上昇し37.2%となった。雑誌は好調を継続した。

前年に着手したデータレポートは力不足で定期化には至らなかった。

この年の後半は文庫本の市場規模推計に取り組んだ。当時、文庫本は映画化、テレビドラマ化などメディアミックスによって隆盛を極めていた。先にコミック本について市場規模を推計しており、文庫本も推計は可能ではないかと考えたのである。

まず、『出版月報』10月号で1973～1982年の10年間における文庫別の新刊点数を調査した「文庫本市場の推移」を4ページで掲載した。当時文庫本は30社38シリーズだった。

12月号では、文庫本出版社を訪問、各文庫の販売部数実績等のデータ提供と5項目のアンケート協力を依頼。回答を元に1978～1982年の5カ年の文庫本販売部数、販売金額を推計した。また翌月1月号ではアンケートの回答を掲載した。

当時、入手できるデータでジャンル別の市場規模を把握することは不可能だった。現在のように1点1点分類された出荷データはなかったので、全体像を把握するには出版社にお願いするしかなかったのである。文庫本は出版社が30社と少なかったため、全社をまわって協力をお願いした。幸い協力的にデータをいただくことができたので、いままでなし得なかった市場規模を出せたのだった。

昭和58年は「解説シリーズ」の刊行点数を2点



『出版月報』1983年10月号 文庫本調査

に絞った。「解説シリーズ」を調査制作する時間を『出版月報』の特集的な記事に回そうという方針を打ち出したからだ。

雑誌の動向を伝える「データレポート」を毎号掲載

『出版指標 年報 1984年版』は「出版界成長のあゆみ」として、1950年～1983年までの出版点数、平均価格、推定販売部数、推定販売金額の年次別数値を1項目1ページに収め、巻末に掲載した。これによって、戦後出版界がどのように成長してきたかがデータで一望できるようになった。これは便利と読者には好評だった。

『出版月報』は昭和59年2月号から雑誌を中心としたデータレポートを毎号掲載するようになった。

特集を初掲載

昭和59(1984)年は、女性高級グラフ誌『ソフィア』など書店の外壳を支援する新雑誌が登場、百科事典も発売されるなど、外壳企画が注目された。『出版月報』7月号では外壳に焦点を当て、外壳商品としての全集企画の歴史を年表化、書店、出版社のインタビュー取材を敢行、特集「いま外壳はどうなっているか 一書店・出版社に聞く」としてまとめた。14ページの大特集だった。

この号で書店を取り上げたことをきっかけに、8月号から有力書店のトップにインタビューする「書店人インタビュー」という企画が始まり、そのほか出版社社長へのインタビュー記事を掲載するなど、現場に密着した記事作りという方向性を見出した。

出版社インタビューと特集

昭和60(1985)年は書籍の販売金額が7,274億円、前年比3.0%増と回復したが、返品率の上昇は止まらず39.5%と過去最高となった。雑誌は絶好調。前年に比べ8.8%増の1兆126億円と1兆円を突破、雑高書低を象徴する年だった。創刊雑誌は245点と過去最高の点数を記録した。

『出版指標 年報 1985年版』は、出版界のトピックスや事業拡大、各社決算、各種調査などをまとめた「出版業界の主な動き」(13ページ)を新設した。

『出版月報』はデータレポートで毎号雑誌市場について取り上げた。また、4月号で教育書、5月号では学習参考書の特集を組んだ。両特集とも出版社へのインタビューを中心に構成した。

この特集をきっかけに、出版社へのインタビューはリアリティがあり、現場の意見を反映するのに最適と考え、7月号から11月号まで毎号、全国出版協会の会員社2社ずつにインタビューする連続企画に結びついた。出版の現場を取材することで、出版科学研究所の活動に理解を示していただくとともに、取材経験を積むことにもなり、その意味でもこのインタビュー企画は有意義だったといえる。

『出版月報』のさらなる多角化、「わが社のロングセラー」始まる

昭和61(1986)年、業界あげての書籍の返品減少対策が始まった。

業務としては、出版傾向冊子の刊行を止めた。不定期刊行物は解説シリーズ「雑誌の都道府県別配送量」のみとなった。

『出版月報』では、雑誌の時代と言われ創刊活動が活発な女性誌については、女性をジャンル別に分類し、5カ年にわたる部門別発行部数推移を



『出版月報』1986年7月号 「わが社のロングセラー」

表した数表を掲載するなど、データともに詳しい傾向分析を行った。また、レディスコミック誌についてもデータとグラフで活発な発行状況が見えるようにした。

7月号からは文芸、文庫、人文書、ビジネス書、工学部門、自然科学書分野の売れ行き良好書ランキングとその傾向解説を毎月掲載した。

前年の後半に出版社インタビューを毎月掲載したが、7月号より毎月出版社2社に自社のロングセラー商品を紹介する記事を寄稿していただく「わが社のロングセラー」という連載企画を開始した。

なお、昭和62(1987)年6月26日付で所長が交代した。石井彦澄が退任し、東販の専務だった山中平吉が所長に就任した。

II. 業界の最盛期と下降期の動向をレポートする(昭和63年～平成21年)

『出版月報』、誌面大刷新

昭和63(1988)年の書籍の販売部数は9億4,379万冊で前年とほぼ横ばい。この年が書籍の販売部数のピークとなった。価格上昇によって販売額は前年比3.3%増。雑誌は5.7%増と好調を継続した。

めまぐるしく変わる出版の動きをいかに文章で表すか、本格的な調査・取材をもとに特集を組むなど試行錯誤を重ねてきた。しかしながら月次の出版傾向をQ&A形式で行うのではなく、自前で分析・執筆すべきだということになり、それには誌面刷新が必要となった。やれる自信もあった。

そこで前年秋から検討を重ね、『出版月報』4月号において誌面の刷新を図った。目次にはコラム「たんざく」を新設し、巻頭には「特集」を掲載。取材を元に自分たちが執筆した「出版傾向書籍・雑誌」、売れ行き良好書ランキングと解説、書籍のトピックスを掲載する「Books Radar」、雑誌の売れ行きやトピックスを掲載する「Magazine Radar」、出版業界の動きを業界紙の記事からまとめた「News File」、新しい出版ビジネスの動きを伝える「ニュービジネス」、そして従来の出版統計、書籍・雑誌の部門別月次統計を掲載した。いわば、これまでやってきたことを総整理した形となった。これによって現行のスタイルにつながる形ができあがった。

公的な社団法人になった出版科学研究所に何ができるか、何を伝えればいいのか。何をテーマに、情報源は、取材は、執筆は、と試行錯誤し、牛の歩みのごとく20年かかったのである。



誌面を大刷新した『出版月報』1988年4月号

この刷新のため業務分担を変えた。専任の書籍担当、雑誌担当が各1人、書籍部門、雑誌部門の統計データ作成担当者が各1人、計4人体制とした。

『出版指標 年報 1988年版』は、盛んな書店の出店状況を示す数表とグラフの掲載を開始した。東販がまとめた「書店経営の実態」から、書店の売場規模別にみた、売上高構成比、部門別商品回転率などを転載、関連データの充実にも努めた。

書籍では、ハウツー・教養まんが一覧、企業出版物一覧などを掲載し、カセットブックなどブームとなったジャンルをデータとともに分かりやすく解説。雑誌では女性誌の活発な創刊活動を図表とともに詳述、細分化した部門別銘柄一覧および発行部数を掲示した。女性誌のこの数表は定番化した。

講演会は「出版セミナー」と名を改めた。

『ニュースの索引』、切り抜き情報誌に転換

昭和64・平成元(1989)年、書籍の販売部数は0.3%

減と微減ながら前年を下回り、下降期に入った。返品は改善が進み、33.4%になった。雑誌は創刊点数が112点と極端に少なくなった。売れているときは新しい雑誌を出す必要がないのである。雑誌の返品率も改善され20.7%であった。

時代はバブル景気真っ只中。地価の高騰、株式投資ブームなど企業から主婦までマネーゲームに狂奔、経済界は人手不足による賃金上昇に悩んだ。

『ニュースの索引』は1月号から新聞記事を紙面から切り抜いて掲載する切り抜き情報誌に刷新した。新聞各社とは使用契約を結んだ。全国紙東京版8紙の中から、出版および出版関連事項の記事を切り抜き、ジャンル別にセレクト・整理してレイアウト。併せて書評に取り上げられた図書一覧も掲載した。基本はそれまでのダイジェスト版と変わらないが、1ヵ月間の出版関連記事がそのまま読めるため、業界の動きがひと目で分かれると好評だった。

4月に消費税(3%)が導入され、出版業界は内税表示を選択した。これによって価格表示をどうするか、業界は混乱した。出版統計も税込みとした。消費税の影響もあり雑誌を中心に売れ行きが鈍化した。

この年の6月、所長が交代。山中平吉が退任し、新所長に東販専務取締役だった関根登が就任した。

統計数字を本体価格に変更

平成3(1991)年、人手不足から賃金が上昇、

印刷・製本、輸送、書店、取次など出版関連業界はこぞって出版社に価格の引き上げを要望した。出版社はこれに応え、書籍・雑誌を値上げした。この結果、平均価格は書籍が前年比9.3%、雑誌が同2.8%アップした。

『出版月報』は1月号から出版統計の数字を内税から本体価格に改めた。消費税はあくまで税金。それまでの統計との連続性と今後消費税の増税時の対応に鑑みて本体価格が適当と判断した。本の価格表示も定価(本体価格+税)とすることが一般的になっていた。

『出版指標 年報 1991年版』は「書籍の出版傾向」が77ページ、「雑誌の出版傾向」が90ページ、「出版業界の主な動き」は35ページに増え、「増刊・別冊タイトル一覧」(44ページ)を新掲載したため、総ページ数は487ページへと膨らんだ。これはいかにも厚くて重すぎるとなり、次年版から抑制することになった。

『出版指標 年報 1991年版』はコミック本の項目を設け、コミック出版各社に売れ行き良好書についてアンケートを実施した。アンケートは、少年もの、少女もの、青年もの、ギャグ・4コマジャンルの売れ行き上位タイトル5点、その初刷り部数、年内累計発行部数、全巻累計総発行部数を明記していただくものだったが、出版社からは好意的に回答を寄せていただいた。その回答を元にリストを掲載した。コミック本の販売額は90年に2,000億円を突破、飛ぶ鳥を落とす勢いにあり、その勢

パソコンを導入

1989年、研究所に富士通のパーソナルコンピュータ FACOM FMR50 Aを導入した。富士通独自のOSと表計算、表集計ソフトであった。値段は300万円と高かった。習得には苦勞したが、さまざまなデータ集計が楽になった。それまでは手集計だっただけに画期的なことだった。

93年にマイクロソフトのWindows3.1、95年にWindows95が出て、パソコンの性能は格段にアップした。それに合わせて順次、機種を更新して90年代末には1人1台配置するようになった。

この間、91年からは書籍のデータが週次、雑誌は月次で入手できるようになり、書籍は毎日の分類作業がなくなった。ここから、書籍新刊データ、雑誌の銘柄別データがパソコンに蓄積されるようになり、出版傾向の分析に大いに力を発揮することになる。

女性所員2人のパソコン習得能力は高く、97年にホストコンピュータと同様の書籍出版台帳を協力して作り上げた。2014年には若手男性所員が雑誌の統計台帳を作った。パソコンスキルは業務に不可欠となったが、この方面に強い所員たちがいたことは幸いであった。

いをデータと解説で表すことができた。

この年の6月、所長が交替。関根登が退任、新所長に東販常務取締役だった栗原幸治が就任した。

平成4(1992)年2月、22年在籍し研究所の発展を支えてきた林正則が出向を解かれ、トーハン広報室へと異動した。

販売統計を1ヵ月早める

平成6(1994)年、雑誌は販売部数が前年比0.6%減となり、13年ぶり戦後2回目のマイナスとなった。

成長に頭打ちの兆候が現れた。

『出版月報』は6月号からそれまでのタイプ清打ちによる版下作成を電子組版機による版下作成に変更、パソコンやワープロで作成した原稿をFD(フロッピーディスク)入稿に移行した。

また、2ヵ月遅れの発表だった販売統計を『出版月報』7月号から1ヵ月早め、発行統計と同時に発表することにした。同誌は毎月25日発行のため、読者には26日ないしは27日に届く。前月の発行と販売の動きを月末に知ることができるようになった。

『出版月報』7月号では、客注品の迅速な配送に威力を発揮し始めた書籍の宅配便にスポットを当て「書籍宅配便」の特集を組んだ。

雑誌の販売部数、天井を打つ 翻訳出版の現状を調査

平成7(1995)年、戦後50年が経過した。出版物の販売額は前年比1.9%増と出版統計を取り始めた1950年以来最低の伸びとなった。正味引き下げも大きく前進し、実施に踏み切る出版社が増加した。その一方で、ブックオフなど新古書店が台頭してきた。雑誌の販売部数は39億1,060万冊で、この年が部数のピークとなった。

マイクロソフト社のパソコンOS、Windows95が発売され、インターネット時代が到来した。

『出版月報』5月号では、取次・書店が扱うCD-ROMソフトの現状をレポートし、7月号では「パソコン誌市場の展望」として、活況を呈するパソコン誌の発行状況の特集した。これ以降、マル

チメディア関連については毎年特集するようになった。

6月号では「翻訳出版の現状」として、94年の翻訳書の新刊点数を分野別にカウントし4,303点であることを明らかにした。この翻訳書出版の調査はこの後ほぼ5年ごとに実施されるようになった。

9月号では、「出版界戦後50年の軌跡」として、終戦直後の出版界や、その後の成長の軌跡をたどり、成熟していく出版界を俯瞰、出版統計を踏まえて解説した。

「書籍新刊」統計の収録範囲拡大、注文扱い新刊加える

平成8(1996)年の販売額は2兆6,564億円に達した。出版物の売り上げはこの年がピークとなった。書籍は前年の不振の反動で4.4%増と健闘したが、雑誌は1.3%増と伸び率は鈍化した。バブル経済がはじけて、国民の所得が伸び悩み、消費が低迷、出版物への支出もシビアになりつつあった。少子高齢化や新古書店の台頭、インターネットの普及、若者の雑誌離れ等、その後の低迷の要因である環境の変化が見え始めた。その一方で書店の新規出店は大型化が進んだ。

出版統計においては、1月期より「書籍新刊」の収録範囲を改訂(拡大)した。従来の書籍新刊とは取次仕入窓口扱いの新刊のみだったが、書誌情報(データベース)をもとに取次仕入窓口では扱っていない新刊(注文扱い新刊)を加えた。

書籍流通に書誌データベース登録は欠かせないという認識が出版社に浸透し、データベース登録が急速に進んだことに対応したもの。つまり、データベースによる新刊点数と取次仕入窓口経由の新刊点数の乖離が大きくなっていったためだ。

収録範囲を拡大した「書籍新刊」は95年1月期より新基準に基づいて算出。書籍新刊点数は94年以前と95年以降とでは接続しないとした。95年の書籍の取次仕入窓口扱いは約5万点であるのに対し、注文扱い新刊は約1万1,000点だった。

出版業界初の前年割れ

平成9(1997)年の販売額は書籍が前年比1.8%減、雑誌がほぼ横ばいとなり、トータルでは0.7%減となり、ついに前年を下回った。終戦からほぼ50年、出版物の成長神話は終わりを告げた。4月から消費税が3%から5%に増税され、消費マインドが冷え込んだことも影響した。

『出版指標 年報 1997年版』は書店が2年連続で出店面積を拡大、史上最大規模と伝えた。書籍・雑誌とも売れ行き不振となったが、Windows95の発売以来、パソコンの普及がめざましく、ユーザー数の増加とともにパソコンの関連書籍・雑誌の市場規模が拡大していく様子をデータとともに詳述した。

2年連続マイナス成長、雑誌もついに前年割れ

平成10(1998)年、販売額は2年連続のマイナスとなった。書籍が前年比5.9%減と大不振、雑誌も2.1%減と前年を初めて下回った。

成長してきたコミック市場も天井を打った。『出版月報』は9月号で台頭著しい「新古書店」を特集した。個人所得が伸び悩む中、いかに文庫本、コミック本、単行本などを安く買うか、そして大量の蔵書を持つ読者の姿を浮き彫りにした。

『出版指標 年報 1998年版』では出版社別書籍新刊点数の掲載を開始した。これは書誌データベースを月次で入手することで可能になった。ページの関係で年間20点以上発行した社に絞ったが、その数は643社にのぼった。



『出版月報』1998年9月号 特集・新古書店

平成11(1999)年は、販売額は3年連続のマイナス。書籍は3年連続、雑誌は2年連続のマイナスとなった。とくに雑誌は前年比4.2%減と大きく落ち込んだ。

『出版月報』は、6月号で「児童書マーケットの現状と今後」、9月号で創刊相次ぐ教養新書の動向を「特集 解体“新書”」としてレポートした。

この年の6月、所長が交代。栗原幸治が退任、新所長にトーハン元取締役でトーハン総研常務だった早川友久が就任した。

オンライン書店を特集

平成12(2000)年、販売額は4年連続のマイナスとなった。不況色が深まる中、書店、取次、出版社の経営危機が表面化した。一方、jbook、BOL、bkl、アマゾン、e-honなどオンライン書店の開店ラッシュとなった。オンライン書店によって出版物が読者に届くスピードが早くなり、書店への注文品物流改革の大きな転換期となった。

『出版月報』は、5月号で小学館が参入したことで競争が激化する「分冊百科」を、6月号ではパソコンとインターネットの普及で大きく成長した市場と書籍の関係を俯瞰する「コンピュータ書市場1995～2000」を、8月号ではますます勢いづく「新古書店レポート」の第2弾を、9月号ではアマゾンの開店が迫る中で注目される「オンライン書店の現状」を、10月号では「出版社のホームページ」と、時代を映す特集を相次いで組んだ。11月号は3回目となる「翻訳出版の現状」を特集した。

再販当面存置

平成13(2001)年、販売額は5年連続のマイナスとなった。3月、公取委は再販制度の当面存置を発表した。12月に「子どもの読書活動の推進に関する法律」(子どもの読書活動推進法)が施行された。人文書系の取次会社、鈴木書店が自己破産した。

4月、雑誌の付録の基準が大幅に緩和され、トートバッグ、マウスパッドなど付録の多様化が進んだ。『出版月報』は9月号で「雑誌作成基準の緩和とその展開」という特集を組んだ。10月号では

Web や VAN を利用して物流を改善しようとする「オンライン・ネットワークと出版流通の現状」、11月号では140億円と売り上げが倍増した「オンライン書店最新レポート」を特集した。

読書推進活動をレポート

平成14(2002)年、シリーズ4巻目となる『ハリーポッターと炎のゴブレット(上・下)』が初版230万部で発売されるなど、ファンタジーもの大ブームで、書籍の販売金額は前年比0.4%増と6年ぶりに前年を上回った。

『出版月報』は、5月号で「ファンタジー・ブームを読み解く」、9月号で「電子書籍の可能性」、10月号で「読書推進活動最新レポート」を特集した。電子書籍の市場は小さいものの右肩上がりということで注目されるようになった。読書推進活動については、燎原の火の如く広がる「朝の読書」、平成13年から始まった「ブックスタート」ほか全体像に迫った。

8年ぶりのプラス成長

平成16(2004)年、出版物の販売額は前年比0.7%増と8年ぶりに前年を上回った。芥川賞受賞作『蹴りたい背中』がミリオンセラーに、『世界の中心で愛をさけぶ』は300万部突破、『ハリーポッターと不死鳥の騎士団(上・下)』が初版290万部で発売されるなどメガヒットが相次ぎ、書籍が4.1%増と大きく伸長、2002年に続いて前年を上回った。雑誌は週刊誌の不振が目立った。

『出版月報』は10月号で、「フリーマガジンの現状を探る」と題し、『R25』をはじめとして、地下鉄や各地域で無料配布され人気を博しているフリーマガジンについてレポートした。それらは書店やコンビニなどで売られている雑誌に影響するのか考察するのが狙い。

『出版指標 年報 2004年版』は出版市場に影響を与えているマルチメディア関連市場の動向を示すデータ(統計)の掲載を強化した。オンライン書店については市場規模を330億円と推定、その伸長状況を伝えた。

ライトノベル特集好評

平成17(2005)年の販売額は前年比2.1%減となり再び前年を割ってしまった。書籍はケータイ小説がブームとなったが、ハリポタ人気の反動で落ち込んだ。雑誌はインターネットの影響もあって長期低落のまま。

7月に文字・活字文化振興法が施行された。

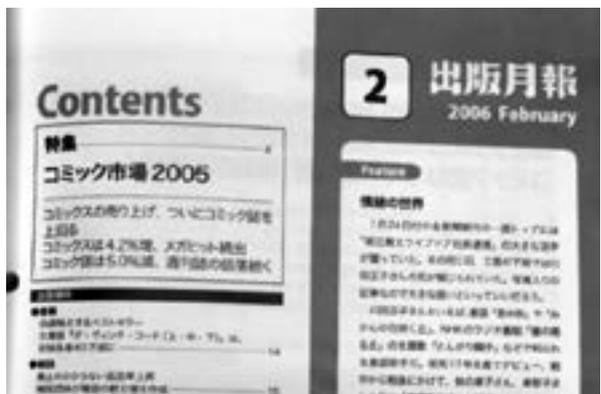
『出版月報』は5月号で、近年オタクとよばれるマニアックな読者に熱く支持されているライトノベルという新しいジャンルにスポットを当て「ライトノベル研究」特集を組んだ。ライトノベルという言葉自体まだ目新しく、オタクに注目した特集は評判を呼んだ。

『出版指標 年報 2005年版』は、書店業界は大手チェーンの出店競争激化、1,000坪超の店が増え、中小書店の淘汰が進んだこと、オンライン書店の販売額は420億円に達し、電子書籍は20億円の市場となったことを報じた。書店の閉店数は1,000店超が続いた。

コミックス(マンガ単行本)がコミック誌の売り上げを上回る

平成18(2006)年の販売額は前年比2.0%減で2年連続前年割れ。書籍は前年を上回るも、雑誌は過去最大の落ち込みとなり、低落に歯止めがかからなくなった。

『出版月報』の2月号は毎年恒例のコミック市場特集。2005年、コミックスの売り上げがコミック誌を上回った。毎週、毎月出る定期誌を買わず、好きな単行本だけを買う読者が増えた。



『出版月報』2006年2月号 コミック市場2005

10月号では、ケータイ小説やファンタジー・ブームなど10代読者の傾向を探る「活性化するティーン市場」を特集。11月号では、規模が拡大し存在感を増してきた電子コミックに焦点を当て、「拡大する電子コミック市場」を特集した。

『出版指標 年報 2006年版』は、オンライン書店が600億円と急成長を遂げていること、電子書籍が100億円規模に達しケータイでコミックや小説を読む読者が増えていること、電子辞書の市場規模が600億円であることなど、新しい動きを伝えた。

DVD付録付き雑誌増加、休刊誌過去最多

平成19(2007)年、書籍は文庫本や新書本など低価格商品にシフトする傾向が目立った。雑誌は読者離れが目立ち、売れ筋は分冊百科や付録企画に限られ、休刊誌は過去最多を記録した。

『出版月報』は5月号で、雑誌付録の多様化が進む中、DVDを付録にした雑誌や分冊百科などが急増し、年間3,000点にのぼる発行状況を「調査レポート DVD付きマガジン」として特集した。9月号で「オタク出版の研究」として新しい出版トレンドを追った。「オタク出版の研究」はアキバ系書籍、ライトノベル、ケータイ小説、ゲーム本、そしてアニメ雑誌、ゲーム情報誌、コミック誌など関連する雑誌分野まで調査範囲を広げレポートしたもので、ゲーム業界などからも注目された特集だった。

雑誌は過去最大の落ち込み

平成20(2008)年、販売額は前年比3.2%減の2兆177億円となり、2兆円を割り込む寸前まで減少した。書籍はミリオンセラーが7点出たものの1.6%減と伸び悩んだ。雑誌は4.5%減と過去最大の落ち込みとなった。

『出版月報』は6月号で、「光文社古典新訳文庫」のヒットで注目された翻訳書を取り上げた。また3年ぶりに翻訳書出版点数を調査した。

この年の4月、所長が交代。早川友久が退任、新所長にトーハン広報室長だった阿部信行が就任した。

出版物販売額2兆円を割り込む

平成21(2009)年、販売額は前年比4.1%減の1兆9,356億円となり、21年ぶりに2兆円の台を割り込んだ。書籍は4.4%減と大幅に落ち込み、ミリオンセラーも2点と少なかった。雑誌は3.9%減。休刊誌が相次ぎ、販売部数は6.9%減と過去最大のマイナス。部数の減少を価格の値上げで補う傾向が強まった。

『出版月報』は、10月号で「ネット発の本 最新レポート」として、出版社が自社サイトで書き下ろし作品を掲載し単行本化する動き、発表媒体としてのネットの可能性をレポートした。11月号では、電子コミックの台頭など、激変する市場環境を俯瞰する「いまコミック産業に何が起きているか ～30年間のデータから見えてきたもの」を特集、蓄積したデータをもとに詳しく分析した。

Ⅲ. 危機に直面する出版流通、紙と電子の共存(平成22年～令和元年)

電子書籍元年、「電子書籍フォーラム2010」開催

平成22(2010)年、販売額は前年比3.1%減と低迷が続いた。

書店業界では、業績不振から業務提携等のニュースが相次いだ。なかでも、DNP(大日本印刷)がジュンク堂、丸善、TRCを傘下に収め、CHIグループを形成したことが大きな話題となった。

『出版指標 年報 2010年版』は、コミックを中心とした電子書籍の市場規模が464億円(インプレス総合研究所調べ)に成長、デジタル化への関心が急速に高まってきたことを伝えた。

2010年は電子書籍プラットフォーム構築のニュースが相次いだ。新しいデバイスとして、アップルからスマートフォンのiPhone4、タブレット



多くの関心を集めた電子書籍フォーラム2010

PCのiPadが発売され、電子書籍の需要が飛躍的に伸びると期待され、電子書籍元年と呼ばれた。

出版の将来は電子に取って代わるのか、紙が危ない、そうした危機意識が背景にあった。

研究所では、電子書籍時代到来とあって出版社は何をなすべきかを考える、電子書籍フォーラム2010『おしよせる「書籍から電子書籍へ」の世界潮流 ～電子書籍の最先端事情と関わり方を考える～』を中央大学駿河台記念館281号室で開催。会場は満席の360名という出席者があり、関心の高さを示した。

『出版月報』は10月号で「電子書籍大特集 アンケートからみる現状と展望」として各社の電子書籍の現状を、11月号で「電子雑誌最前線」として各社の電子雑誌に対する取り組みをレポートした。

雑誌不振、1兆円を割り込む 東日本大震災発生

平成23(2011)年、書籍の販売額が前年比0.2%減とほぼ横ばいに対し、雑誌は月刊誌、週刊誌ともに大不振、6.6%減となり1兆円を割り込んだ。雑誌の5%以上の減少は初めて。この年から雑誌の落ち込みが一段と激しくなった。雑誌は長年にわたり業界の物流基盤が支えてきたが、それが揺らぎはじめた。

この年の3月11日、マグニチュード9.0を記録

した東日本大震災が発生。業界は復興対応に追われた。大きな災難に見舞われた被災地では本が生きる支えになったと多くの人が語った。本の方が見直されたことは業界人を勇気づけた。また、出版物は地震、原発関連書の刊行が活発になった。

『出版指標 年報 2011年版』は、統計面でかねてから不備を指摘されてきた出版点数について、取次仕入窓口経由の新刊点数の項目を設け、1995年以前の新刊点数と接続させることにした。出版点数は、注文扱い新刊を含む全体の出版点数と取次仕入窓口経由新刊を併記することになった。

雑誌の創刊活動鈍化

平成24(2012)年は、書籍の販売額は前年比2.3%減、雑誌は4.7%減。雑誌の創刊活動の鈍化が目立った。

『出版月報』は、8月号で海外への著作権輸出に焦点を当てた「ライツビジネスのいま 出版コンテンツの海外展開」、10月号で出版社の通販事業に焦点を当てた「雑誌発のビジネスを探る」というこれまでにないアプローチを行った。11月号では全協会員社97社を対象に「アンケートに見る電子書籍の現状分析」特集を組み、電子書籍への取り組みに対する進捗状況をレポートした。

週刊誌激減、8.1%減

平成25(2013)年は、書籍2.0%減、雑誌4.4%減。なかでも週刊誌が8.1%減と需要が厳しくなった。一方、電子コミックの存在感が増しつつあった。

『出版月報』は、8月号で日本の雑誌不振に対し世界の雑誌はどうなっているのかを調査した「世界の雑誌の動向を探る」、9月号で恒例となった電子出版市場レポート「電子書籍ビジネス最新レポート」、10月号で「デジタルで購読する『雑誌』メディア」を特集した。

11月号は、出版業界の問題や取り組み(雑誌再建、脱雑誌依存、流通制度の改革、近刊情報など)に焦点を当て、業界の今後を考える「検証 出版の現在、そして今後」を特集した。

消費税増税の影響で販売低迷、雑誌ますます苦境に

平成 26 (2014) 年は、8%に増税された消費税の影響で需要は大きく鈍化した。書籍・雑誌ともに不振で、販売額は前年比 4.5%減の 1 兆 6,065 億円となった。

2010 年に続き、電子書籍出版フォーラム 2014「電子出版ビジネスと出版産業 ～出版モデルの構造変化と紙・電子の複合化を考える～」を 3 月に開催した。

この年の 4 月、所長が交代。阿部信行が退任、新所長にトーハンの関連会社、ETS の部長だった堀川嘉一が就任した。

平成 27 (2015) 年は販売額が前年比 5.3%減の 1 兆 5,220 億円で過去最大の落ち込みを示した。雑誌は 18 年連続のマイナスで 8.4%減とこちらも過去最大。

『出版月報』は 11 月号で、海外への版權売買が伸びている実情を「出版コンテンツを世界の読者へ ～海外版權ビジネスレポート」として大々的に特集した。

電子出版市場規模調査開始 雑誌の販売額が書籍を 41 年ぶりに下回る

平成 28 (2016) 年、紙の出版物販売額は前年比 3.4%減の 1 兆 4,709 億円と 1 兆 5,000 億円台を割り込んだ。書籍は 0.7%減の 7,370 億円、雑誌は 5.9%減の 7,339 億円となり、雑誌の販売額が 41 年ぶりに書籍を下回った。



『出版月報』2016年1月号より電子出版市場の統計を発表

業界動向では、前年に民事再生を申請した栗田出版販売が大阪屋と経営統合をし、大洋社が倒産するなど、長引く雑誌不況が中堅取次を直撃した。

この年の 1 月、当研究所では初めて電子出版の市場規模（暦年）を発表した。

電子書籍市場についてはインプレス総合研究所が 2003 年からの調査（調査期間は 4 月～3 月の年度）を行っており、市場が飛躍的に伸びていることを報告していた。

一方、紙の出版市場は年々縮小しており、電子出版市場と合わせて見なければ出版市場全体の動向は捉えられない状況に至っていた。このため出版業界唯一の公的調査研究機関を標榜する出版科学研究所にとって総力をあげての調査となった。

調査は 2015 年 12 月～2016 年 1 月にかけて、電子取次、電子書籍ストア、出版社合計 50 社超にヒアリングを行った。それを基に市場規模（読者が支払った金額）を 2014 年までさかのぼり推計、『出版月報』2016 年 1 月号で発表した。

2015 年の電子出版の市場規模は前年比 31.3%増の 1,502 億円と推計した。

この結果、紙の出版物と電子出版物の販売額を合計すると 1 兆 6,722 億円、前年比 2.8%減となり、電子が紙を補完する姿が浮かび上がった。

電子出版市場調査は 1～6 月上旬半期と年間の年 2 回実施することにした。2016 年は 6 月から 7 月前半にかけて上半期の調査を行い、『出版月報』7 月号で結果を発表した。

『出版月報』1 月号の電子出版市場調査を基に、2 月号で「紙コミック&電子コミックの最新動向～コミック市場 2015～」を特集。電子出版において 3 割という高伸長をみせる電子コミックと減少傾向にある紙コミックスの状況を詳細にレポートした。

6 月号では「絵本 好調の背景を探る」として、少子化時代にあってミリオンセラーが相次ぐ絵本に焦点を当てた。

また、主任研究員として長らく出版科学研究所の業務を牽引してきた佐々木利春は平成 29 (2017) 年 4 月に退職、以降はプロパーの久保雅暖、柴田

恭平を中心に記事執筆を行うこととなった。

電子出版 2,000 億円突破、紙市場を補填 雑誌初の二桁マイナス

平成 29 (2017) 年、紙の販売額は前年比 6.9% 減の 1 兆 3,701 億円。書籍は 3.0% 減、雑誌は 10.8% 減。雑誌はついに二桁のマイナスとなった。

一方、電子出版は 16.0% 増の 2,215 億円で、紙市場の落ち込みを補填した。うち電子コミックは 1,747 億円 (17.2% 増) で、紙コミックス (単行本) の売り上げを上回った。

『出版月報』は 6 月号で少数数印刷に着目し「オンデマンド出版の研究」を、9 月号でデジタル時代に手書き需要が伸びていると「日記・手帳 人気の背景」を特集した。

平成 30 (2018) 年、紙の出版物販売額は前年比 5.7% 減の 1 兆 2,921 億円。書籍 2.3% 減、雑誌は 9.4% 減となり、雑誌は 2 年連続で二桁前後の落ち込みを示した。

電子出版市場は 11.9% 増の 2,479 億円。電子コミックが海賊版の影響によって伸び悩んだ。紙と電子を合計すると 3.2% 減。しかし、4 月に海賊版サイトの代表格「漫画村」が閉鎖されると、下半期は電子、紙ともコミックが回復した。

『出版月報』6 月号では「出版書誌情報の研究」を特集、今までの雑誌中心から書籍で利益を出していくため、変革の鍵になる「書誌情報」の現在をレポートした。



『出版月報』2018 年 6 月号 出版書誌情報の研究

8 月号では「なぜ電子コミックは紙を上回ったのか」として、電子コミックならではのビジネスモデルを特集した。

また、要望の大きかった誌面の電子化を進め、『出版月報』の電子版の配信を、2018 年 1 月号より各電子ストアで開始した。

『出版指標 年報 2018 年版』では出版物の輸送問題の危機顕在化を伝えた。雑誌の発行部数は 1995 年が 50 億 6,000 万冊、2017 年は 20 億 5,000 万冊とピーク時の 4 割に減ってしまった。雑誌をベースに配送網を構築してきた出版輸送は危機的状況に陥った。

この年の 11 月、トーハンと日本出版販売は物流協業の検討を開始する基本合意書を締結。また両者を含む大手取次は出版社に対して、雑誌の運賃負担の増額や書籍の卸値率引き下げを含めた条件交渉を開始した。

コミックの復調、紙+電子で初めて前年を上回る

平成 31・令和元 (2019) 年、紙の出版物販売額は前年比 4.3% 減の 1 兆 2,360 億円。内訳は書籍が 3.8% 減の 6,723 億円、雑誌が 4.9% 減の 5,637 億円。電子出版市場は 23.9% 増の 3,072 億円と大台を突破した。紙、電子ともにコミックが売り上げを伸ばし、全体を牽引した。

紙と電子を合計した出版市場は前年比 0.2% 増の 1 兆 5,432 億円。平成 26 (2014) 年の電子出版市場統計開始以来、初めて合計で前年を上回った。

『出版月報』5 月号では「変容するアダルト誌」を特集した。2019 年 8 月末をもってコンビニ大手 3 社がアダルト誌の取り扱いを原則中止するというニュースが流れるなか、ネット時代にのみ込まれてしまったアダルト誌市場の現状をレポートしたユニークな特集となった。

令和 2 (2020) 年 3 月、所長が交代。堀川嘉一が退任、新所長にトーハン広報室長だった加藤真由美が就任した。



出版月報

■毎月25日発行
 ■B5判、平均52頁
 ■頒価
 (本体2,000円+税)



ニュースの索引

■毎月25日発行
 ■B5判、66頁
 ■頒価
 (本体1,400円+税)



出版指標 年報

■毎年4月下旬発行
 ■B5判、約390頁
 ■頒価
 (本体13,500円+税)



出版セミナー講演録

■年2回刊、B5判、平均28頁
 ■頒価 (本体1,200円+税)



雑誌の都道府県別配送量

■年刊、B5判、30頁
 ■頒価 (本体1,200円+税)

購読コース

①全誌購読コース

年間購読料：本体45,713円+税 (28冊)

※『出版月報』『ニュースの索引』『出版指標 年報』のほか、出版月報増刊『出版セミナー講演録』(年2回)、同『雑誌の都道府県別配送量』(年1回)をお送りします。

②出版月報コース

年間購読料：本体21,898円+税 (12冊)

※『出版セミナー講演録』(年2回)、『雑誌の都道府県別配送量』(年1回)は本コースに含まれません。

③ニュースの索引コース

年間購読料：本体15,231円+税 (12冊)

2-2 出版科学研究所の出版統計について

取次ルートから推計

日本の出版界は、出版社の規模が小さくその数は昭和30年代でも2,000社以上に上った。しかし、売り上げは上位200社で80%を占めるといわれたほど上位の出版社と下位の出版社との差は大きかった。出版統計を取るにあたって、数多くの出版社から継続かつ安定的にデータを提供してもらうのは至難のことであった。

一方、日本の出版流通は取次会社を真ん中に、川上に出版社、川下に書店が広がるひょうたんの形をしている。取次会社は2大取次、東京出版販売株式会社（略称：東販、現トーハン）と日本出版販売株式会社のシェアが高く、昭和40年代であっても2社で70%を超えるシェアを持っていた。寡占ではないかとよく言われたものだ。

出版物はこの2社を通さないと売り上げが立たないので、主だった出版物は必ず取次経由で配本されていた。戦後の昭和の時代はこの取次ルートを正常ルートと呼んでいた。今から見ると何が正常なのかというところだが、メインルートと置き換えれば分かりやすい。

出版科学研究所は昭和31年、東販の一機構として出発した。したがって、その統計は東販のデータを基にして取次ルートを中心とした業界全体を推計したものである。直販は原則除いている。この基本は変わらない。悉皆調査ではないが、1つの拠点から長年統計を取り続けることによって出版業界の趨勢は表せてきたと自負している。

経済産業省は特定サービス産業動態統計調査を行っているが、2008年7月からは出版業も対象に加えて、出版社300社前後を対象に、書籍・雑誌・電子出版の販売収入、広告収入の調査を開始した。しかし毎月調査対象の事業所数が変わり、統計数値もブレが生じていてどうなのだろうかとも見てい

たら2014年12月で調査は終了した。官庁の統計であっても毎月安定かつ継続的にデータを提供してもらうことがいかに難しいものであるかを示している。当研究所が出版統計を取り続けて来られたのはトーハンという取次会社が安定していたからでもあり、全国出版協会という有力出版社が加盟する団体の下で活動してきたからこそでもある。

統計の在り方も変わる

時代は変わり、2010年代、電子出版の市場規模が急速に拡大した。紙の市場の縮小が続いているため、電子出版と合わせて見ないと、出版の動向が見えなくなってきた。出版も読者も変化しているのだ。このため、当研究所では2016年から電子出版市場の調査を開始し、紙市場と電子出版市場を合わせて見るようにした。一方、アマゾンの「e託」など直取引も増えている。この動きをどう統計に反映していくかは今後の課題である。

現在、書籍やムック、コミックスなどは書誌データベースに登録されないと市場に流通しない。新刊を発行した場合、取次の仕入れ窓口を経由し全国の書店にロットで配本されるものと、そうでないものがある。現在は年間約7万点の出版点数のうち取次窓口経由の新刊は約5万点。その差が約2万点ある。そうしたことが分かるのは書誌データベースが整備されてきたからだ。

日本出版インフラセンターの出版情報登録センター（JPRO）では、出版社が刊行前書籍の書誌情報を3ヵ月前から登録し、販売促進に役立てようとしている。その登録率は取次仕入窓口経由の新刊点数の7割を超えた。業界も変わろうとしている。そうしたなか、業界全体を見渡せるデータは今後も求められる。当研究所の出版統計も変化に対応していかなければならない。

2-3 レファレンス活動

出版科学研究所の事業目的の中に「資料収集と情報提供」がある。

資料収集は、出版社の社史、出版関連の本や雑誌、図書目録、読書調査、団体会報、業界紙とその合本、年報年鑑や統計資料などを棚に収蔵、利用者には有料で閲覧できるようにしている。現在は図書館での収蔵状況がネット検索ですぐ分かるが、かつては出版科学研究所に行った方が早いと資料閲覧に来訪する人も多かった。

昭和51年からは当研究所が発表している年間ベストセラー30点を出版社に寄贈依頼し、収集保存に努めている。

取材や問い合わせも多く、業務多忙の中にあっても、それに答えるのも重要な役割の1つと心得て丁寧に対応してきたつもりである。

下表にあるように、昭和56年度の問い合わせ・来訪取材等諸照会件数は1,260件に達した。当時は答えられたものだけ記録していたので、実際はもっと多かった。

内訳は新聞と出版社が抜きん出ているが、出版団体、放送、用紙関係、金融関係、研究・調査機関、広告代理店、諸産業まで多方面から問い合わせがあった。一般の人はむしろ少なかった。

全国紙に「出版科学研究所によると」という出典記事が掲載されると、それをみた他紙あるいは放送局から同じ問い合わせが次々と入る。こうし

56年度、当研究所をご利用いただいた諸照会件数
(来訪・電話・文書によるもの)

照会先	件数	照会先	件数
出版社	295	金融関係	67
出版団体(含取次)	98	官公庁	43
書店	44	研究・調査機関	85
印刷・製本関係	26	広告代理店	66
用紙関係	64	諸産業	59
業界紙	16	一般	55
新聞	211	学校	8
放送	76	学生(高・大)	28
図書館	19	合計	1,260

昭和56年度のレファレンス実績



平成元年12月4日付読売新聞(左)、
平成9年1月28日付日本経済新聞(右)

た流れを経て、出版業界で分からないことは出版科学研究所に聞け、と広まっていったのである。

質問は、出版点数は？ 出版業界の売り上げはどのくらい？ など統計に関することから、なぜ注文品がこんなに遅いのか、ベストセラーで最も売れた本は？ ベストセラーとは何万部から言うのか、雑誌の月号表示はなぜ3ヵ月も先なのか、など、「本や雑誌の不思議」についても多かった。

また、マスコミの取材は、ブームになっている本の背景、あるいは漫画雑誌、女性誌などの創刊ラッシュについてが多かった。海外メディアはやはり漫画への関心が高かった。大学生から卒業論文のテーマに漫画や出版流通をテーマにしたいと相談を受けてアドバイスしたことも少なからずあった。

2004年から4年ほど、NHKラジオで月1回ベストセラーランキングコーナーに約10分間電話出演をしていたこともあった。

出版のことを知りたいときのよろず相談所でもあり、それゆえ、新聞・雑誌、テレビ、ラジオに、出版科学研究所の登場回数が増え、広く認知されていったと思う。

しかし、インターネットの時代になり、いろんなことがネットで調べればわかるようになったため、近年は問い合わせや取材が年間200件台に激減した。それでも出版統計を発表している限り、それに関わる情報を伝えていく役割は不変だと思う。

2-4 出版セミナー（講演会・出版教養講座）開催一覧

開催年月日	演題	役職（当時）	講師名
昭和 45 4 24	"戦後我が国の出版業界はどのように発展してきたか"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 45 5 26	"出版物の流通機構"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 45 6 12	エレクトロニクスと出版	工学博士	片方 善治
昭和 45 7 3	"我が国の読者層"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 45 7 17	変化する時代と世相	東京工業大学教授	林 雄二郎
昭和 45 8 7	"今年上半年の実績と今後への期待"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 45 8 17	情報化時代と出版	朝日新聞論説委員	岸田 純之助
昭和 46 5	"CATV（有線テレビ）と出版"	日本民間放送連盟 研究所 主任研究員	野崎 茂
昭和 46 6 25	"出版社および小売書店における労務問題"	明治大学教授 法学博士	坂本 雄三
昭和 46 6	"戦後我が国の出版業界はどのように発展してきたか"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 46 10	"出版物の流通機構"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 46 12	"出版景気・その特徴と現状"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 47 6 23	"出版の国際化をどう進めるか"	日本ユニエージェンシー代表	宮田 昇
昭和 47 9 27	"活字離れの現象をどう考えるか ―問題点と施策―"	東京大学教授	稲葉 三千男
昭和 47	"ベストセラーの成り立ちと問題点"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 47	"戦後 出版物はどのように普及してきたか"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 47	"売れる本を考える" ベストセラーとロングセラー	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 48	スーパー業界と出版物	イトーヨーカ堂取締役	鈴木 敏文
昭和 48	"出版物の流通機構"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 48	"戦後 出版物はどのように普及してきたか"	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 48	今年の景気と問題点	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 49	出版物は将来どのように変わるか	日本出版学会常務理事	弥吉 光長
昭和 49	"売れる本を考える" ベストセラーとロングセラー	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 49	出版物流通のしくみ	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 49	売れる本とは	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 50	現代の世相と新しい出版企画	成城大学教授	石川 弘義
昭和 50	戦後出版物はどのように普及してきたか	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 50	出版物流通のしくみ	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 50	ベストセラーとロングセラー	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 51 10 7	出版業界に望む	評論家	尾崎 秀樹
昭和 51	出版物流通のしくみ	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 51	ベストセラーとロングセラー	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 51	出版物普及の変化と今後	全協・出版科学研究所所長	河北 憲夫
昭和 52 6 24	"雑誌の流通問題" 現況と問題点・将来への考察	東販・営業東部本部東部雑誌課長	西村 禎起
昭和 52 7 27	"書籍の流通問題" 現況と問題点・将来への考察	東販・書籍部部長	関根 登
昭和 52 9 14	"雑誌 書籍が海外でどのように普及されているか"	海外新聞普及 KK 事業開発本部チーフリーダー	門元 拆也
昭和 53 7 4	"雑誌の出版と販売" 現状と今後の問題	東販・雑誌部雑誌調整課長	柿沼 良一
昭和 53 9 26	"マザー・グースと三匹の子豚たち"	ルポライター	桐島 洋子
昭和 54 5 23	"雑誌流通の諸問題と将来への考察"	東販・雑誌部次長	柿沼 良一
昭和 54 6 26	"書籍における流通と販売の現状" 一流ルートを手上に利用していただくために―	東販・書籍部次長	稲葉 通雄
昭和 54 9 11	"変貌する読者像を求めて"	日本経済新聞社 文化部 編集委員	井尻 千男
昭和 55 5 27	"販売効率を高めるための書籍の返品減少考察"	東販・書籍調整課長	榎橋 宗久
昭和 55 6 17	"雑誌の現況と分野別動向について"	東販・雑誌調整課長	稲毛 幸比古
昭和 55 9 10	"出版界の現況と、その未来像"	未来社社長	西谷 能雄
昭和 56 7 16	流通業界からみた出版物 ―商売の見方考え方	イトーヨーカ堂常務取締役・セブン・イレブン・ジャパン社長	鈴木 敏文
昭和 56 9 9	厳しい環境下における出版界の自己変革について	日本経済新聞社 文化部編集委員 「とじ糸」執筆担当	井尻 千男
昭和 57 7 14	"生活者は変わった！"	博報堂生活総合研究所 常務取締役・所長	東海林 隆

開催年月日	演 題	役職 (当時)	講師名
昭和 57 11 5	「出版産業は危機か？」 一積極経営に向けて	国連大学・学術情報局長 兼出版部長	箕輪 成男
昭和 58 6 10	消費動向の変化とこれからの読者	東京放送調査部 専門職部長	上村 忠
昭和 58 10 12	生物から学ぶ出版人の健康法	三重県鳥羽水族館館長	中村 幸昭
昭和 59 6 6	ニューサーティ市場の実態	日経広告研究所 常務理事	八巻 俊雄
昭和 59 10 16	電気通信システムの発展と出版への影響	博報堂メディアセンター メディア研究開発室長	小宮山恵三郎
昭和 60 7 11	最近の書店事情 ～出版社への提言	八重洲ブックセンター 専務取締役	田島 幸夫
昭和 60 11 12	現代の消費者	博報堂 情報事業開発室長	小川 明
昭和 61 5 29	書籍の現況と活性化のための条件	東販・書籍部長付	館野 正美
昭和 61 10 16	明日にチャレンジする書店の現況 一出版社への提言一	三省堂書店 常務取締役	亀井 忠雄
昭和 62 6 23	社会ニーズの変化と出版業界	三菱総合研究所取締役 社会開発部門長	佐藤 久久
昭和 62 11 4	エレクトロニクス技術の進歩は出版・印刷にどのような変化をもたらしたか、また今後の動向は……	凸版印刷 板橋事業本部 電子映像出版本部長	浦牛原 昭治
昭和 63 7 11	経済・消費動向の現状と今後の展望	三和総合研究所 調査部長	松下 滋
昭和 63 10 17	地方に出版文化を育てよう 地方書店の歩み 一「本の国体」から文芸書専門店まで一	米子今井書店 代表社員専務	永井 伸和
平成 元 6 14	出版、90年代のとらえ方 一出版最前線に学ぶ一	評論家	塩澤 実信
平成 元 10 3	文化を産業としてとらえる	びあ総合研究所 代表取締役所長	松井 隼
平成 2 10 8	新雑誌の発想	マガジンハウス 代表取締役副社長	甘槽 章
平成 2 11 28	売れる本づくり	草思社 代表取締役社長	加瀬 昌男
平成 3 10 3	再販制度の見直しと競争政策の視点	専修大学教授	鶴田 俊正
平成 3 11 13	出版社は書店をどう活かすか？ 一書店の現場から一	岩波ブックセンター 代表取締役社長	柴田 信
平成 4 10 6	躍進する文教堂書店の戦略と経営理念	島崎文教堂 代表取締役社長	嶋崎 欽也
平成 4 11 5	ソフト産業と出版産業 一ゲームソフトから見たペーパーメディア一	C 2 W o r l d 取締役	梅崎 隆夫
平成 5 10 19	東アジアの著作権市場の実情 一版權売買の将来性と問題点一	日本ユニ著作権情報センター 代表	宮田 昇
平成 5 12 1	CD-ROM による電子出版の実際と可能性	電腦商会 社長	西沢 利治
平成 6 9 6	情報産業としての書店経営 一青山ブックセンターが目指しているもの	青山ブックセンター ㈱ボード常務取締役	浜口 裕彦
平成 6 11 28	マルチメディア時代の出版 一私は、こう考える	岩波書店 代表取締役社長	安江 良介
平成 7 9 21	デジタル情報化社会の出版	ソフトバンク 常務取締役出版事業部長	橋本 五郎
平成 7 11 29	「ダ・ヴィンチ」の冒険 一若い読者をいかに獲得したか	リクルート 「ダ・ヴィンチ」 編集長	長園 安浩
平成 8 10 4	デジタル情報化時代の出版をこう考える	インプレス 代表取締役	塚本 慶一郎
平成 8 11 20	21 世紀を見据えての角川書店の出版経営戦略 一第 3 の出版スタイルをめざして一	角川書店 代表取締役社長	角川 歴彦
平成 9 9 30	売れる本づくり Part2	草思社 代表取締役社長	加瀬 昌男
平成 9 12 1	出版経営雑感	中央経済社 代表取締役社長	山本 時男
平成 10 10 1	「出版界不況」を打破するヒント 一三笠書房・押鐘流出版哲学一	三笠書房 代表取締役社長	押鐘 富士雄
平成 11 2 2	雑誌マーケットの動向を分析し、今後の有望ジャンルを探る	出版科学研究所 主任研究員	佐々木 利春
平成 11 11 30	「雑誌不況」の突破口を米雑誌界に探る	大妻女子大学 教授	金平 聖之助
平成 12 3 1	児童ポルノ禁止法施行後の問題点と出版界	青山学院大学名誉教授 弁護士 出版倫理協議会議長	清水 英夫
平成 12 10 10	オンラインブックストア 「bki」 のめざすもの	ブックワン 代表取締役社長	石井 昭
平成 13 2 6	インターネットビジネスと Yahoo! JAPAN	ヤフー 代表取締役社長	井上 雅博
平成 13 9 26	雑誌とデジタルメディアを運動させる！ 一スタート出版「オズマガジン」のコミュニケーション戦略一	スタート出版 代表取締役社長	新井 俊也
平成 14 2 27	変化への対応 一セブン・イレブン・ジャパンの挑戦	セブン・イレブン・ジャパン 代表取締役社長	工藤 健
平成 14 10 29	「勝ち残る会社」の条件 一多くの倒産の実態に学ぶ一	帝国データバンク 産業調査部長	能城 秀雄
平成 15 2 5	少子時代に児童書出版の新領域を拓く 一ポプラ社成長の要因は何か一	ポプラ社 代表取締役社長	坂井 宏先
平成 15 9 29	くまざわグループの目指すもの	株式会社くまざわ 代表取締役社長	熊沢 健
平成 15 12 3	米雑誌界から学ぶ 5 つのヒント	元大妻女子大学教授 出版文化国際交流会理事	金平 聖之助
平成 16 10 21	あるものを生かし、ないものを創る ～変化の時代・大競争時代における「不易と流行」～	ベネッセコーポレーション 代表取締役会長兼 CEO	福武 總一郎
平成 17 3 10	中国出版事情と今後のゆくえ	電通 上席常務執行役員 電通北京事務所主席代表	山村 正一
平成 17 10 4	変化の時代にどう対応するか 日経 BP 社の戦略と悩み	日経 B P 代表取締役会長兼 CEO	河村 有弘
平成 17 11 29	中堅出版社 主婦の友社の悩みと将来戦略	主婦の友社 代表取締役社長	村松 邦彦
平成 18 11 2	地方書店の経営事情 一北陸・文苑堂書店の場合	文苑堂書店 代表取締役社長	吉岡 隆一郎
平成 19 2 27	ベスト&ロングセラーのつくり方 一サンマーク出版の出版作法	サンマーク出版 代表取締役社長	植木 宣隆
平成 19 11 7	ジュンク堂書店の次なるステージは？	ジュンク堂書店 代表取締役社長	工藤 恭孝
平成 20 3 17	若者のコミュニケーション行動から、雑誌の未来を探る。	博報堂 D Y メディアパートナーズ メディア環境研究所所長	榊原 廣
平成 21 2 2	古典新訳は進化する！ 一「カラマーゾフの兄弟」はなぜヒットしたか一	光文社 文芸局長兼文芸編集部編集長	駒井 稔
平成 21 3 3	「私の 1 冊 日本の 100 冊」と NH K オンデマンドの現在	N H K 放送総局特別主幹 会長特命 ICT・NOD 担当	関本 好則

開催年月日	演題	役職(当時)	講師名
平成21 12 1	「コアな雑誌をメジャーへと押し上げる」今の若手編集者たちのドタバタ奮闘記	インフォレスト 取締役第三編集局長	折原 圭作
平成22 3 29	おしよせる「書籍から電子書籍へ」の世界潮流 ～電子書籍の最先端事情と関わり方を考える～		
平成22 12 8	出版人のひとりごと ー作家との「出会い」の話をしよう：クライトンからサンデルまでー	早川書房 代表取締役社長	早川 浩
平成23 3 30	専門書出版ミネルヴァ書房の新たなる挑戦 ー人文・社会科学 学術書から一般・教養書までー	ミネルヴァ書房 代表取締役社長	杉田 啓三
平成23 7 27	危機の時代のメディアと日本の未来 ーなぜ「出版」は強くあらねばならないかー	社団法人経済倶楽部 理事長	浅野 純次
平成24 6 5	脳を創る読書 ー書籍の電子化は考える力を奪う!?ー	東京大学 大学院総合文化研究科教授	酒井 邦嘉
平成25 3 12	書店として24年 構造不況業種なのか?	コーチャンフォーグループ リリアブル 代表取締役	佐藤 俊晴
平成26 3 26	電子出版ビジネスと出版産業 ～出版モデルの構造変化と紙・電子の複合化を考える～		
平成26 12 4	光文社の女性誌とブランド戦略 ～ひたすら読者と共に～	光文社 取締役会長	高橋 基陽
平成27 3 27	ベスト&ロングセラーをつくり、海外でもヒットさせる方法とは?	サンマーク出版 代表取締役社長	植木 宣隆
平成27 12 1	書店の今とこれからを考える ー協働・創生・果敢ー	大垣書店 代表取締役社長	大垣 守弘
平成28 3 8	絵本「だるまさんが」はなぜヒットしたか ～ブロンズ新社の本づくり	ブロンズ新社 代表取締役・編集長	若月 真知子
平成28 12 6	『暮らしの手帖』で見えてきたこと ～雑誌づくりの原点を考える	暮らしの手帖社 顧問	久我 英二
平成29 3 10	ネットは出版社を元気にするエンジンだ ー東洋経済オンラインは何が違うのか	東洋経済新報社 東洋経済オンライン編集長	山田 俊浩
平成30 3 7	マガジンハウスのこれまでとこれから ー「君たちはどう生きるか」はなぜベストセラーになったのか	マガジンハウス 代表取締役社長	石崎 孟
平成30 11 1	出版社をインターネットに接続する ーピークアウトした企業を復活させる方法論	竹書房 執行役員 営業局長 兼 書籍編集局長	竹村 響
平成31 3 5	図書館界と出版業界のあいだ	上智大学文学部准教授	柴野 京子
令和 元 8 2	今、出版業界に伝えたいこと 50年間業界を見つめてきた「出版ニュース」元編集長が語る	出版ニュース社 代表	清田 義昭

※ 昭和45 (1970) 年から昭和62 (1987) 年までは、外部講師による「講演会」、出科研および東販の講師による「出版教養講座」としていたが、昭和63 (1988) 年以降は「出版セミナー」として開催している。



平成30年3月 マガジンハウス石崎社長(当時)講演の様子

電子フォーラム・勉強会 (文字・活字文化振興法推進協議会)

開催一覧

開催年月日	演 題	役職 (当時)	講師名
平成 22 3 29	電子書籍フォーラム 2010 ※平成 21 年度「出版セミナー」と合同開催 おしよせる「書籍から電子書籍へ」の世界潮流 ～電子書籍の最先端事情と関わり方を考える～ 第 1 部 講演 ・本当は怖い「電子書籍元年」の話 ～iPad、Kindle は出版業界にとって福音か否か?～ ・電子書籍取次から見た世界の電子書籍動向 ～日本において電子書籍端末は受け入れられるのか～ ・コンテンツ・パブリッシャーへの手引き ～iPhone・iPad 向けコンテンツ開発&ビジネス入門講座～ ・電子書籍元年といわれる今、出版界が取り組むべきこと 第 2 部 パネルディスカッション (第 1 部講演者による)	インプレス R & D インターネットメディア総合研究所客員研究員 クリエイション代表取締役 ビットウェイ 代表取締役社長 パムリンク 代表取締役・MOSA 専務理事 パムリンク エンジニア・MOSA プログラミング講座講師 東京電機大学出版局局长 日本出版学会副会長	高木 利弘 小林 泰 松木 英一 藤本 裕之 植村 八潮
平成 23 4 7	電子書籍時代の出版を考えるフォーラム 2011 いま、出版界に何が大事か ー出版業界の原点を問うー	ポプラ社 代表取締役社長	坂井 宏先
平成 24 1 26	第 1 回再販勉強会 書籍の再販売価格維持制度を見直す ーフランスにおける電子書籍価格維持法を参考としてー	弁護士	井奈波 朋子
平成 24 2 29	電子出版フォーラム 2012 電子出版新時代に出版社はどう対応すべきか	医学書院 代表取締役社長	金原 優
平成 24 11 30	電子書籍出版フォーラム 2012 オンライン出版において誰がどのようにイニシアティブを発揮すべきか ～自動公衆送信型出版における流通と出版～	虎ノ門総合法律事務所長 弁護士	北村 行夫
平成 26 3 26	電子書籍出版フォーラム 2014 ※平成 25 年度「出版セミナー」と合同開催 電子出版ビジネスと出版産業 ～出版モデルの構造変化と紙・電子の複合化を考える～ 第 1 部 講演 ・出版産業の構造変化と消費税問題 ・ネットとリアル、紙とデジタルの複合化を目指す紀伊國屋書店 ・電子書籍の再販制度と米国企業の電子書籍販売戦略について 第 2 部 パネルディスカッション (第 1 部講演者による)	専修大学教授 出版デジタル機構会長 紀伊國屋書店 役員待遇 海外仕入本部長付 海外事業推進室・関連会社担当 hon. jp 社長	植村 八潮 牛口 順二 落合 早苗
平成 27 3 27	電子書籍出版フォーラム 2015 ※平成 26 年度 第 2 回「出版セミナー」と合同開催 ベスト&ロングセラーをつくり、海外でもヒットさせる方法とは?	サンマーク出版 代表取締役社長	植木 宣隆



平成22年3月 電子書籍フォーラム2010『おしよせる「書籍から電子書籍へ」の世界潮流』の様子

2-5

ベストセラー、創刊誌と出版業界の主な出来事

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
昭和 21 年 (1946)	『旋風二十年』(講書房) 『愛情は降る星のごとく』(世界評論社) 『腕くらべ』(新生社) 『哲学ノート』(河出書房)	『主婦と生活』(主婦と生活社) 『少年』(光文社) 『世界』(岩波書店) 『リーダーズダイジェスト』(リーダーズダイジェスト社)	出版社多数創業、新旧 4,000 余社 用紙事情悪化、出版業者、闇紙購入に狂奔 出版界界正に不満とする 21 社、日本自由出版協会を設立
昭和 22 年 (1947)	『旋風二十年』(講書房) 『愛情は降る星のごとく』(世界評論社) 『完全なる結婚』(ふもと社) 『凱旋門』(板垣書店) 『夏目漱石全集』(岩波書店)	『小説新潮』(新潮社) 『週刊アサヒ芸能』(アサヒ芸能新聞社) 『小学一年の学習』(学習研究社) 『PHP』(PHP 研究所) 『新電気』(オーム社)	内閣の用紙割当委員会、割当新原則を定め、雑誌 A5 判 64 ページ、B5 判 32 ~ 48 ページに制限 規格外の仙花紙を使ったカストリ雑誌氾濫 日本出版配給(日配)、新刊書籍の委託取引制を再開 戦後第 1 回の読書週間開催
昭和 23 年 (1948)	『斜陽』(新潮社) 『愛情は降る星のごとく』(世界評論社) 『凱旋門』(板垣書店)	『暮らしの手帖』(衣裳研究所) 『Accounting 企業会計』(中央経済社)	小売書店の復活または開業多く、日配の取引小売書店 3 月現在数 7,080 店 新聞及出版用紙割当委員会出版部会、低俗出版物の抑止のため不良出版物には割当を行わない旨の声明書を発表 過度経済力集中排除法に基づき日配に対し集中排除を指定
昭和 24 年 (1949)	『この子を残して』(講談社) 『共産主義批判の常識』(新潮社) 『風と共に去りぬ』(三笠書房)	『おもしろブック』(集英社) 『冒険王』(秋田書店) 『少女』(光文社)	日本自由出版協会に日本出版連盟が合流し、全国出版協会を結成 日配閉鎖。日本出版販売、東京出版販売など新取次会社発足 『角川文庫』創刊
昭和 25 年 (1950)	『細雪』(中央公論社) 『潜行三千里』(毎日新聞社) 『風と共に去りぬ』(三笠書房)	『女学生の友』(小学館) 『日本カメラ』(日本カメラ社) 『モダンリビング』(婦人画報社)	印刷用紙の価格統制解除 取次 29 社により出版取次懇和会(後の日本出版取次協会)結成
昭和 26 年 (1951)	『少年期』(光文社) 『ものの見方について』(河出書房) 『源氏物語』(中央公論社)	『少女ブック』(集英社) 『囲碁』(誠文堂新光社) 『モーターサイクリスト』(八重洲出版)	特運の値上げに反対運動起こる 文庫本の発行(90 余種)盛況
昭和 27 年 (1952)	『人間の歴史』(光文社) 『三等重役』(毎日新聞社) 『ニッポン日記』(筑摩書房) 『千羽鶴』(新潮社) 『生きていた日本史』(講書房)	『週刊サンケイ』(産経新聞社) 『週刊読売』(読売新聞社) 『よいこのくに』(学習研究社) 『明星』(集英社) 『大学受験講座ラジオ TEXT』(旺文社) 『レコード芸術』(音楽之友社)	出版物に二重価格制(地方定価)実施 雑誌創刊ラッシュ 戦記、記録ものの出版、盛況 文学全集ブーム起こる
昭和 28 年 (1953)	『昭和文学全集』(角川書店) 『人間の歴史』(光文社) 『君の名は』(宝文館)	『税務弘報』(中央経済社) 『体育科教育』(大修館書店) 『機械技術』(日刊工業新聞社)	学校図書館法公布(S29.4.1 施行) 『日本出版クラブ』設立 小売書店の割引販売が表面化。東京出版物小売業組合、割引販売防止の法的規制のため独占禁止法改正案に基づく(再販売価格維持契約)の実施を計画
昭和 29 年 (1954)	『女性に関する十二章』(中央公論社) 『昭和文学全集』(角川書店) 『現代日本文学全集』(筑摩書房)	『メンズクラブ』(婦人画報社) 『ぼくら』(講談社) 『なかよし』(講談社)	新書版ブーム、個人全集の出版盛ん 出版取次懇和会、再販売価格維持契約について各出版社に契約締結を要請 週刊雑誌の需要激増
昭和 30 年 (1955)	『はだか随筆』(中央経済社) 『経済学教科書』(合同出版社) 『広辞苑』(岩波書店)	『りぼん』(集英社) 『若い女性』(講談社) 『月刊プロレス』(ベースボールマガジン社)	有書図書追放の機運高まる(漫画中心の児童雑誌が対象に) 『世界大百科事典』(全 32 巻、平凡社)等、大型企画出始める 剣豪小説ブーム起こる
昭和 31 年 (1956)	『太陽の季節』(新潮社) 『帝王と墓と民衆』(光文社) 『異性ノイローゼ』(光文社) 『あなたは煙草がやめられる』(早川書房)	『週刊新潮』(新潮社) 『週刊漫画タイムス』(秀文社) 『よいこ』(小学館) 『月刊投資版』のちの『オール投資』(東洋経済新報社)	『日本雑誌協会(雑協)』設立 再販売価格維持契約実施 婦人誌の大判化始まる
昭和 32 年 (1957)	『挽歌』(東都書房) 『楯山節考』(中央公論社) 『鍵』(中央公論社)	『週刊女性』(河出書房のち主婦と生活社) 『中学一年コース』(学習研究社) 『中学時代一年生』(旺文社)	『日本書籍出版協会(書協)』設立 河出書房倒産、河出書房新社へ 学年誌の競争激化
昭和 33 年 (1958)	『人間の条件』(三一書房) 『氷壁』(新潮社) 『南極越冬記』(岩波書店) 『少年少女世界文学全集』(講談社) 『陽のあたる坂道』(講談社) 『経営学入門』(光文社)	『女性自身』(光文社) 『週刊明星』(集英社) 『週刊大衆』(双葉社) 『家庭画報』(世界文化社) 『めばえ』(小学館) 『NHK テキスト きょうの料理』(日本放送出版協会) 『高三コース』(学習研究社)	出版社の週刊誌創刊相次ぐ 国鉄の特運規格強化で付録の形態・重量など制限 全集ものの出版、盛況 『日本出版労働組合協議会』設立 『書店新風会』設立

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
昭和34年 (1959)	『にあんちゃん』(光文社) 『日本の歴史』(読売新聞社) 『少年少女世界文学全集』(講談社) 『波瀾』(講談社) 『催眠術入門』(光文社) 『論文の書き方』(岩波書店) 『日本文学全集』(新潮社) 『世界文学全集』(河出書房新社)	『週刊現代』(講談社) 『週刊文春』(文藝春秋) 『朝日ジャーナル』(朝日新聞社) 『少年マガジン』(講談社) 『少年サンデー』(小学館) 『週刊平凡』(平凡出版) 『幼稚園』(小学館) 『めばえ』(小学館) 『NHK テキスト 婦人百科』のち『おしゃれ工房』(NHK出版)	皇太子ご成婚で週刊誌の大ブーム 音の出る雑誌、創刊 書籍運賃込正味制の実施 『読書推進運動協議会(読進協)』設立
昭和35年 (1960)	『性生活の知恵』(池田書店) 『頭のよくなる本』(光文社) 『どくとるマンボウ航海記』(中央公論社) 『敦煌』(講談社)	『1年のかがく』(学習研究社) 『潮』(潮出版社) 『コマmercial フォト』(玄光社) 『新しい住いの設計』(産経新聞社)	ノンフィクションものの発行盛況 小学校入学者数減少で児童書、雑誌の売り純化 フォノシート出版、盛んとなる 『日本図書普及』設立
昭和36年 (1961)	『英語に強くなる本』(光文社) 『砂の器』(光文社) 『日本経済入門』(光文社)	『ミセス』(文化服装学院出版局) 『小説推理』(双葉社) 『ブレーン』(誠文堂新光社)	小売全連の適正利潤獲得運動広がる 平凡社『国民百科事典』好調な伸びを示す 定値上がりムードとなる
昭和37年 (1962)	『易入門』(光文社) 『愛と死のかたみ』(集英社) 『徳川家康(1～19)』(講談社) 『算数に強くなる』(毎日新聞社)	『小説現代』(講談社) 『週刊少女フレンド』(講談社) 『週刊TVガイド』(東京ニュース通信社) 『企業実務』(日本実業出版社)	雑誌正味引下げ、三者合意 正味下げを拒否した雑誌『世界』の不売問題起こる 日本百科、国民百科、好売れ行きを示す 日本出版クラブ主催で第1回出版人大会開催
昭和38年 (1963)	『徳川家康(1～19)』(講談社) 『危ない会社』(光文社) 『性生活の知恵』(池田書店) 『物の見方考え方』(実業之日本社) 『流通革命』(中央公論社)	『週刊女性セブン』(小学館) 『週刊ヤングレディ』(講談社) 『マーガレット』(集英社) 『週刊少年キング』(少年画報社) 『太陽』(平凡社)	不良出版物追放運動の展開 書籍正味引下げ問題、妥結 ペーパーバックスの氾濫 『大学出版部協会』設立
昭和39年 (1964)	『愛と死をみつめて』(大和書房) 『徳川家康(1～21)』(講談社) 『アンネの日記』(文藝春秋新社)	『平凡パンチ』(平凡出版) 『週刊漫画ゴラク』(日本文芸社) 『展望』(筑摩書房)	『雑誌ABC公査』発足 オリンピック関係図書の売れ行き良好 出版社、社屋新築ブーム
昭和40年 (1965)	『人間革命(1)』(聖教新聞社) 『なせば成る』(講談社) 『白い巨塔』(新潮社)	『別冊マーガレット』(集英社) 『別冊少女フレンド』(講談社) 『天文ガイド』(誠文堂新光社)	百科事典ブームとなる 新興宗教団体の出版活動盛ん 大学生のマンガ愛読、話題となる
昭和41年 (1966)	『人間革命(2)』(聖教新聞社) 『氷点』(朝日新聞社) 『へんな本』(青春出版社)	『MC SISTER』(婦人画報社) 『週刊プレイボーイ』(集英社) 『会計人コース』(中央経済社)	全日空機羽田沖墜落事故により、出版人多数遭難 雑誌運賃撤廃問題、解決 宗教書・人生論関係書、盛況
昭和42年 (1967)	『頭の体操(1)(2)(3)』(光文社) 『人間革命(3)』(聖教新聞社) 『華岡青洲の妻』(新潮社) 『徳川の夫人たち』(朝日新聞社)	『週刊漫画アクション』(双葉社) 『問題小説』(徳間書店) 『設備と管理』(オーム社) 『陸上競技』(講談社)	図書月販の進出 明治100年関連出版続出 公取委、出版物の適当報奨への自粛うながす
昭和43年 (1968)	『人間革命(4)』(聖教新聞社) 『民法入門』(光文社) 『刑法入門』(光文社) 『竜馬がゆく(1～5)』(文藝春秋) 『どくとるマンボウ青春記』(中央公論社)	『週刊セブンティーン』(集英社) 『少女コミック』(小学館) 『ビッグコミック』(小学館) 『プレイコミック』(秋田書店) 『小説宝石』(光文社)	改正割版法の実施により、書籍も指定商品となる 出版業の資本自由化につき、出版関係4団体、反対の陳情書を配布 雑誌の創刊相次ぐ 個人全集ラッシュ 書店新風会は新風賞を設定、第1回は朝日新聞社『氷点』に
昭和44年 (1969)	『人間革命(5)』(聖教新聞社) 『天と地と(1～3)』(朝日新聞社) 『対話 人間の原点』(サンケイ新聞社) 『都市の論理』(勁草書房)	『週刊ポスト』(小学館) 『週刊少年ジャンプ』(集英社) 『週刊少年チャンピオン』(秋田書店) 『日経ビジネス』(日経B P)	『日本出版学会』発足 『全日本ブッククラブ』発足 少年向け週刊誌の伸長 紀伊國屋書店梅田店開店
昭和45年 (1970)	『日本万国博公式ガイドマップ』(日本万国博覧会協会) 『冠婚葬祭入門』(光文社) 『誰のために愛するか』(青春出版社) 『創価学会を斬る』(日新報道出版部) 『心』(徳間書店)	『an-an』(平凡出版) 『別冊少女コミック』(小学館) 『すばる』(集英社) 『POP TEEN』(飛鳥新社) 『週刊アルファ大世界百科』(日本メールオーダー社)	全出版物に書籍コード制実施 定価別新正味制の実施 公書関係書の出版、盛んとなる 新著作権法、成立 『冠婚葬祭入門』『誰のために愛するか』ミリオンセラーに
昭和46年 (1971)	『人間革命(6)』(聖教新聞社) 『冠婚葬祭入門(正)(続)』(光文社) 『日本人とユダヤ人』(山本書店) 『春の坂道(1～3)』(日本放送出版協会) 『HOW TO SEX』(KKベストセラーズ) 『ラブ・ストーリィ』(角川書店) 『戦争を知らない子供たち』(フロンズ社)	『non-no』(集英社) 『woman』(講談社) 『微笑』(祥伝社) 『テレビマガジン』(講談社) 『話のチャンネル』(日本文芸社) 『週刊FM』(音楽之友社) 『週刊パーゴルフ』(学習研究社) 『朝日＝ラルース 世界動物百科』(朝日新聞社)	『講談社文庫』創刊、一挙に55点を刊行。文庫時代へ 小売全連、最高正味75掛獲得運動 雑誌発売日、三者協定の実施 大型書店の店出、顕著になる

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
昭和 47 年 (1972)	『恍惚の人』(新潮社) 『天の音楽』(仙乃世界社) 『人間革命 (7)』(聖教新聞社) 『日本列島改造論』(日刊工業新聞社) 『HOW TO SEX』(KKベストセラーズ)	『ぴあ』(ぴあ) 『NHK テキスト 趣味の園芸』(日本放送出版協会) 『週刊小説』(実業之日本社) 『おともだち』(講談社) 『ロードショウ』(集英社)	「ブック戦争」と呼ばれる書店スト起こる 国際図書年で、各種行事展開される 書籍正味の改訂、実施 小売全連は「日書連」に名称変更
昭和 48 年 (1973)	『日本沈没 (上・下)』(光文社) 『人間革命 (8)』(聖教新聞社) 『怪物商法』(KKベストセラーズ) 『ぐうたら人間学』(講談社) 『にんにく健康法』(光文社)	『ジュノン』(主婦と生活社) 『チェックメイト』(講談社) 『わたしの赤ちゃん』(主婦の友社) 『正論』(産経新聞社、のち扶桑社) 『歴史と旅』(秋田書店)	オイルショックによる用紙不足が深刻になり、未曾有の危機を迎える 文庫ブーム起こる 学習百科事典の出版、各社競合 『全日本ブッククラブ』解散 『書店未来研究会』発足
昭和 49 年 (1974)	『かもめのジョナサン』(新潮社) 『ノストラダムスの大予言』(祥伝社) 『たべながらやせる健康食』(KKベストセラーズ) 『婦人抄』(主婦の友社) 『虚構の家』(読売新聞社) 『あのねのね』(KKベストセラーズ)	『花とゆめ』(白泉社) 『月刊プリンセス』(秋田書店) 『GORO』(小学館) 『野性時代』(角川書店) 『英文会社四季報』(東洋経済新報社) 『壮快』(講談社) 『宝島』(JICC出版局、現宝島社)	三省堂による値上げシール貼付問題と、会社更生法の適用申請 『文藝春秋』11月号記事「田中角栄研究」、大きな波紋を呼ぶ 地方正味格差の撤廃 定価の大幅上昇
昭和 50 年 (1975)	『播磨灘物語 (上・中・下)』(講談社) 『複合汚染 (上・下)』(新潮社) 『飲ドんいてみようやってみよう (I・II)』(集英社) 『眼がどんどんよくなる』(青春出版社)	『PLAYBOY 日本版』(集英社) 『JJ』(光文社) 『月刊 mimi』(講談社) 『就職情報』(リクルート)	不況が出版業界にも大きく影響 文庫正味統一 78 掛の実施 コピー公害が広がり、対策を迫られる 出版情報のあり方、議論的となる
昭和 51 年 (1976)	『限りなく透明に近いブルー』(講談社) 『人間革命 (9)』(聖教新聞社) 『不毛地帯 (I・II)』(新潮社) 『青春の門 墮落篇 (上)』(講談社) 『翔ぶが如く (1～7)』(文藝春秋)	『POPEYE』(平凡出版) 『てれびくん』(小学館) 『LaLa』(白泉社) 『わたしの健康』(主婦の友社) 『本』(講談社)	国際出版連合 (IPA) 第 20 回大会、京都で開催 書店の出店競合と、他業界からの参入 出版情報誌「これから出る本」創刊 ムック、カタログ誌、情報誌などの登場 『地方・小出版流通センター』発足
昭和 52 年 (1977)	『間違いだらけのクルマ選び (正・続)』(車窓社) 『頭のいい銀行利用法』(青春出版社) 『八甲田山死の彷徨』(新潮社) 『知的生活の方法』(講談社) 『人間の証明』(光文社) 『エーゲ海に捧ぐ』(角川書店) 『ルーツ (上・下)』(社会思想社)	『MORE』(集英社) 『クロワッサン』(平凡出版) 『美しい部屋』(主婦と生活社) 『ココロコミック』(小学館) 『ちやお』(小学館) 『プチセブン』(小学館) 『ベストカー』(講談社) 『旅の手帖』(弘済出版社) 『月刊アスキー』(アスキー) 『VOICE』(PHP 研究所)	書協、『日本書籍総目録』刊行 出版不況、深刻の度を加える 『少年ジャンプ』『少年チャンピオン』雑誌史上初の 200 万部突破 雑誌ポルノ自販機の規制強化
昭和 53 年 (1978)	『人間革命 (10)』(聖教新聞社) 『頭のいい税金の本』(青春出版社) 『和宮様御留』(講談社) 『黄金の日』(新潮社) 『不確実性の時代』(TBSブリタニカ)	『ひとみ』(秋田書店) 『ギャルズ・ライフ』(主婦の友社) 『アニメージュ』(徳間書店) 『カー&ドライバー』(ダイヤモンド社) 『Fine』(日之出出版)	公正取引委員会、出版物再販制度見直しを表明 筑摩書房、倒産 八重洲ブックセンター、日本最大規模で開店 取協・日書連が月 1 回支払制で合意 書籍返品率、35%の台に
昭和 54 年 (1979)	『算命占星学入門』(青春出版社) 『サザエさんうちあけ話』(姉妹社) 『四季・奈津子 (上・下)』(集英社) 『ジャパン アズ ナンバーワン』(TBSブリタニカ)	『Hot-Dog PRESS』(講談社) 『ヤングジャンプ』(集英社) 『特ダネ最前線』(日本文芸社) 『ムー』(学習研究社)	中小出版社 84 社、出版流通対策協議会を結成 公取委、出版・取次・小売り 2,100 業者にアンケート配布 日書連、再販廃止全国書店総決起大会開催 第 2 次オイルショック
昭和 55 年 (1980)	『蒼い時』(集英社) 『ノストラダムスの大予言 (I・II)』(祥伝社) 『ツープートのわっ毒ガスだ』(KKベストセラーズ) 『項羽と劉邦 (上・中・下)』(新潮社) 『人生抄』(聖教新聞社) 『自分のお金をどうするか』(青春出版社) 『MY SEX』(KKベストセラーズ)	『コスモポリタン日本版』(集英社) 『25ans』(婦人画報社) 『ビックコミックスピリッツ』(小学館) 『ヤングマガジン』(講談社) 『BE-LOVE』(講談社) 『BRUTUS』(平凡出版) 『BIG tomorrow』(青春出版社) 『Number』(文藝春秋) 『とらばーゆ』(リクルート)	日本図書コード管理委員会発足 出版物公正取引協議会、再販契約書改定案を作成。再販品は「定価」表示 ビニール本、取り締まり強化 雑誌創刊ブーム、235 誌創刊
昭和 56 年 (1981)	『窓ぎわのトットちゃん』(講談社) 『人間万事塞翁が丙午』(新潮社) 『なんとなくクリスタル』(河出書房新社)	『with』(講談社) 『Can Cam』(小学館) 『ESSE』(扶桑社)	日本図書コード実施、表示開始 日本最大規模の三省堂書店開店 『窓ぎわのトットちゃん』430 万部、空前のベストセラーに

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
昭和 56 年 (1981)	<p>『神戸ポートアイランド* 博覧会公式ガイドブック・マップ』(神戸新聞出版センター)</p> <p>『アクションカメラ術 (1・2)』(KKベストセラーズ)</p> <p>『この愛いつまでも』(光文社)</p> <p>『ノストラダムスの大予言 (1～3)』(祥伝社)</p> <p>『飛鳥へ、そしてまだ見ぬ子へ』(祥伝社)</p> <p>『朝日新聞の用語の手びき』(朝日新聞社)</p> <p>『国語大辞典』(小学館)</p>	<p>『FOCUS』(新潮社)</p> <p>『週刊宝石』(光文社)</p> <p>『BE-PAL』(小学館)</p> <p>『写真時代』(白夜書房)</p> <p>『まんがタイム』(秀文社)</p> <p>『まんがライフ』(竹書房)</p> <p>『FM STATION』(ダイヤモンド社)</p> <p>『ダ・カーポ』(平凡出版)</p>	<p>公取委、「出版物小売業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」を設定</p> <p>『ハーレクイン・ロマンス』大人気</p>
昭和 57 年 (1982)	<p>『プロ野球を 10 倍楽しく見る方法』(KKベストセラーズ)</p> <p>『悪魔の飽食』(光文社)</p> <p>『気くばりのすすめ』(講談社)</p> <p>『親離れする時読む本』(青春出版社)</p> <p>『積木くずし』(朝原書店)</p> <p>『日本国憲法』(小学館)</p> <p>『チョッちゃんが行くわよ』(主婦と生活社)</p>	<p>『ザ・テレビジョン』(角川書店)</p> <p>『マリークレール』(中央公論社)</p> <p>『Olive』(平凡出版)</p> <p>『LEMON』(学習研究社)</p> <p>『Lady's Comic YOU』(集英社)</p> <p>『スコラ』(講談社、のち辰巳出版)</p> <p>『新潮 45』(新潮社)</p>	<p>大型書店出店に反対する全国地域小売団体協議会結成</p> <p>書協、「出版社・取次会社のための書籍返品減少対策マニュアル」作成</p>
昭和 58 年 (1983)	<p>『気くばりのすすめ』(講談社)</p> <p>『探偵物語』(角川書店)</p> <p>『和田アキ子だ文句あっか!』(日本文芸社)</p> <p>『老化は食べ物の原因だった』(青春出版社)</p> <p>『メガトレンド』(三笠書房)</p> <p>『佐川君からの手紙』(河出書房新社)</p> <p>『ひとひらの雪 (上・下)』(文藝春秋)</p>	<p>『LEE』(集英社)</p> <p>『VIVI』(講談社)</p> <p>『SAY』(青春出版社)</p> <p>『PENTHOUSE 日本版』(講談社)</p> <p>『Momoco』(学習研究社)</p> <p>『テレビライフ』(学習研究社)</p> <p>『日経パソコン』(日経 B P)</p> <p>『会社四季報未上場会社版』(東洋経済新報社)</p>	<p>雑誌発売日移行本部委員会、「『発売日協約』と『契約』」を発表、発売日協約の重要性を訴える</p> <p>昭和 55 年をしのぐ雑誌創刊ラッシュ、244 誌創刊</p> <p>『FOCUS』法廷隠し撮り写真などで話題、178 万部突破</p> <p>東京ディズニーランド開業、入園者 6 ヶ月で 615 万人</p> <p>NHK テレビ『おしん』、視聴率 65% を記録</p>
昭和 59 年 (1984)	<p>『プロ野球知らなきゃ損する』(青春出版社)</p> <p>『愛情物語』(角川書店)</p> <p>『メインテーマ (PART1～3)』(角川書店)</p> <p>『人生汗と涙と情』(講談社)</p> <p>『新常識わが家の銀行利用法』(青春出版社)</p> <p>『愛、見つけた』(二見書房)</p> <p>『告白ハンパしちやってごめん』(KKワニブックス)</p> <p>『第四の核 (上・下)』(角川書店)</p> <p>『もっと! チェッカーズ』(扶桑社)</p>	<p>『CLASSY』(光文社)</p> <p>『éf』(主婦の友社)</p> <p>『SOPHIA』(講談社)</p> <p>『FRIDAY』(講談社)</p> <p>『ザ・ベストマガジン』(ベストセラーズ)</p> <p>『POTATO』(学習研究社)</p> <p>『エレガンス イブ』(秋田書店)</p> <p>『パズラー』(世界文化社)</p> <p>『RV マガジン』(徳間書店)</p> <p>『フローリスト』(誠文堂新光社)</p> <p>『近代麻雀』(竹書房)</p>	<p>自民党、少年少女向け有害図書販売規制などに関する法律案要綱草案を作成</p> <p>出版倫理協、有害図書規制の国会決議に反対、各党に要望書を提出</p> <p>2 年連続雑誌創刊ラッシュ、238 誌創刊</p> <p>書籍の売れ行き鈍化、返品率 39.1% に急上昇</p> <p>非再販売本フェア『読者謝恩出版社バーゲンブックフェア』銀座で開催</p> <p>オンラインシステム、日販『NOCS』、東販『TONETS』稼働</p>
昭和 60 年 (1985)	<p>『スーパーマリオブラザーズ完全攻略本』(徳間書店)</p> <p>『アイアコッカ』(ダイヤモンド社)</p> <p>『科学万博つくば'85 公式ガイドブック』(講談社)</p> <p>『プロ野球殺られても書かずいられない』(青春出版社)</p> <p>『わが家の確定申告法』(青春出版社)</p> <p>『首都消失 (上・下)』(徳間書店)</p> <p>『豊臣秀長 (上・下)』(PHP 研究所)</p>	<p>『ファミリーコンピューターマガジン』(徳間書店)</p> <p>『ビジネスジャンプ』(集英社)</p> <p>『月刊ニュータイプ』(角川書店)</p> <p>『Mil』(双葉社)</p> <p>『日経マネー』(日本経済新聞社)</p> <p>『Emma』(文藝春秋)</p> <p>『金融ビジネス』(東洋経済新報社)</p>	<p>書籍の返品率が 39.5% に</p> <p>文庫および 500 円以下の書籍、正味 1 分引き下げの新正味制実施</p> <p>3 年連続創刊ラッシュ、史上最高の 245 誌創刊</p> <p>日本図書コード管理委、図書コード普及状況は 9 月末現在、新刊表示 80% と公表</p> <p>日航機、群馬県御巣鷹山に墜落。死者 520 人、奇跡的に 4 人生還</p> <p>紀伊國屋書店、データサービスを開始</p>
昭和 61 年 (1986)	<p>『スーパーマリオブラザーズ完全攻略本』(徳間書店)</p> <p>『自分を生かす相性殺す相性』(祥伝社)</p> <p>『運命を読む六星占術入門』(ごま書房)</p> <p>『化身 (上・下)』(集英社)</p> <p>『日本はこう変わる』(徳間書店)</p> <p>『知価革命』(PHP 研究所)</p> <p>『うつみ宮土理のカチンカチン体操』(扶桑社)</p> <p>『大前研一の新・国富論』(講談社)</p> <p>『聖子』(小学館)</p> <p>『わが家の頭のいい銀行利用法』(青春出版社)</p>	<p>『オレンジページ』(オレンジページ)</p> <p>『LA-SEINE (ラ・セーヌ)』(学習研究社)</p> <p>『DIME』(小学館)</p> <p>『ターザン』(マガジンハウス)</p> <p>『Men's NON-NO』(集英社)</p> <p>『FINEBOYS』(日之出出版)</p> <p>『BOON』(祥伝社)</p> <p>『TOUCH』(小学館)</p> <p>『FLASH』(光文社)</p> <p>『News Week 日本版』(TBS プリタニカ)</p> <p>『Duet』(集英社)</p> <p>『URECCO』(大洋図書)</p>	<p>業界が総力を挙げて返品減少対策を始める</p> <p>ファミコンの本・雑誌大ブーム</p> <p>写真週刊誌の創刊相次ぐ</p> <p>ビートたけしと軍団、講談社『フライデー』編集部に殴り込み、現行犯で逮捕</p> <p>男女雇用機会均等法施行</p> <p>年初より地価高騰、投機的に地価買いで狂乱地価となる</p> <p>『日本電子出版協会』発足</p>

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
昭和 61 年 (1986)		『ファミコン通信』(アスキー) 『型技術』(日刊工業新聞社) 『imidas』(集英社)	
昭和 62 年 (1987)	『サラダ記念日』(河出書房新社) 『ビジネスマンの父より息子への 30 通の手紙』(新潮社) 『塀の中の懲りない面々』(文藝春秋) 『MADE IN JAPAN』(朝日新聞社) 『鈴の鳴る道』(偕成社)	『レタスクラブ』(エスエスコミュケーションズ、のち KADOKAWA) 『MINE』(講談社) 『日経トレンドィ』(日経 B P) 『JR 編集時刻表』(弘済出版社) 『TV ステーション』(ダイヤモンド社)	共通雑誌コード管理センター設立 書籍データセンター設立 本の宅配便が多様に展開 文芸からビジネスまでカセットブック大流行
昭和 63 年 (1988)	『こんなになやせていかしら』(青春出版社) 『ノルウェイの森 (上・下)』(講談社) 『ゲームの達人 (上・下)』(アカデミー出版) 『裕さん、抱きしめたい』(主婦と生活社) 『ダンス・ダンス・ダンス (上・下)』(講談社) 『金子信雄の楽しい夕食』(実業之日本社) 『十津川警部の挑戦 (上・下)』(実業之日本社) 『三毛猫ホームズと愛の花束』(光文社) 『とれたての短歌です。』(角川書店)	『Hanako』(マガジンハウス) 『Ray』(主婦の友社) 『日経ウーマン』(日経ホーム出版) 『DAYS JAPAN』(講談社) 『AERA』(朝日新聞社) 『Begin』(世界文化社) 『GOODS PRESS』(徳間書店) 『月刊 Pumpkin』(潮出版社) 『ASAHI パソコン』(朝日新聞社) 『週刊エクラフト』(同朋舎出版)	『婦人倶楽部』『PENTHOUSE 日本版』『少年キング』『平凡パンチ』など雑誌の休・廃刊相次ぐ 角川書店、『とれたての短歌です』を書店からの予約部数申し込み、卸正味 6 割 (マージン取次 10%・書店 30%) で刊行、議論呼ぶ 大型国語事典『大辞林』(三省堂) 刊行 バブル経済最盛期
平成元年 (1989)	『TUGUMI』(中央公論社) 『キッチン』(福武書店) 『寂しい予感』(角川書店) 『消費税こうやればいい』(青春出版社) 『消費税 実務と対策はこうする』(実業之日本社) 『ノルウェイの森 (上・下)』(講談社) 『人麻呂の暗号』(新潮社) 『ホーキング、宇宙を語る』(早川書房) 『ラッフルズホテル』(集英社) 『下天は夢か (1 ~ 4)』(日本経済新聞社)	『サライ』(小学館) 『03 Tokyo calling』(新潮社) 『SPUR』(集英社) 『Miss 家庭画報』(世界文化社) 『CUTiE』(JICC出版局、現宝島社) 『Caz』(扶桑社) 『パチンコ必勝ガイド』(白夜書房) 『クロスワードファン』(世界文化社) 『パチンコ攻略マガジン』(双葉社) 『EYE COM』(アスキー) 『知恵蔵』(朝日新聞社)	昭和天皇崩御、1 月 8 日平成に改元。天皇・昭和関連企画一斉に刊行 3%の消費税実施。対応に振り回された出版界 取協と日書連、消費税転嫁原資を各出版社へ要請 吉本ばなな現象 『日本語大辞典』初のカラー版で発売、60 万部。辞・事典ブーム 高マージンの新買切制、実験的にスタート 東欧の民主化、ベルリンの壁取り壊し
平成 2 年 (1990)	『愛される理由』(朝日新聞社) 『真夜中は別の顔 (上・下)』(アカデミー出版) 『「NO」と言える日本』(光文社) 『文学部唯野教授』(岩波書店) 『恋愛論』(PHP 研究所) 『うたかた (上・下)』(講談社)	『すてきな奥さん』(主婦と生活社) 『自由時間』(マガジンハウス) 『ほんとうの時代』(PHP 研究所) 『Tokyo Walker』(角川書店) 『パチンコ必勝ガイド』(白夜書房) 『クロスワード DAY』(双葉社)	印刷・製本など生産部門、流通部門の人手不足深刻化 取協、『書籍の適正流通を目指して』を発表 中高年向け雑誌創刊相次ぐ 地球環境問題に高い関心、多様な企画の書籍・雑誌 東欧情勢、ドイツ統一、ゴルパチョフ改革関連書続出
平成 3 年 (1991)	『Santa Fe』(朝日新聞社) 『もものかんづめ』(集英社) 『血族 (上・下)』(アカデミー出版) 『ノストラダムス戦慄の啓示』(幸福の科学出版) 『だから私は嫌われる』(新潮社) 『タモリ・ウッチャンナンチャンの世紀末クイズ』(扶桑社) 『water fruit』(朝日出版社)	『FRaU』(講談社) 『H2O』(日本放送出版協会) 『マルコポーロ』(文藝春秋) 『VIEWS』(講談社) 『Bart』(集英社) 『少年ガンガン』(エニックス) 『アクションビザッツ』(双葉社)	『有害』コミック摘発各地で規制強化。出倫協、対策に苦慮 出版物再販制の「見直し」について報告書、制度には一定の評価 宮沢りえ写真集話題沸騰、ヘア写真では数社に警告 出版文化産業振興財団 (JPIC) 発足 第 1 回神保町ブックフェスティバル開催 湾岸戦争、ソ連クーデター、東欧情報関連書多数刊行
平成 4 年 (1992)	『それいけ×ココロジエ (1・2・3)』(青春出版社) 『人間革命 (11)』(聖教新聞社) 『さるのこしかけ』(集英社) 『世紀末クイズ (1・2・3)』(扶桑社)	『Oggi』(小学館) 『ヤングアニマル』(白泉社) 『ナンクロ』(世界文化社) 『Waggle』(実業之日本社)	バブル崩壊で休刊誌続出、出版社の大型倒産も話題に 日書連『書店経営白書』発表、正味引下げ運動を展開 島田陽子、荻野目慶子、マドンナ等の写真集売れ、話題に 公取委見解、出版物の再販存続、音楽 CD は「時限再販」導入へ
平成 5 年 (1993)	『人間革命 (12)』(聖教新聞社) 『磯野家の謎 (正・続)』(飛鳥新社) 『マディソン郡の橋』(文藝春秋) 『たいのおかしら』(集英社) 『清貧の思想』(草思社) 『日本改造計画』(講談社) 『生きるヒント』(文化出版局)	『Zipper』(祥伝社) 『Chou Chou』(角川書店) 『GQ Japan』(中央公論社) 『月刊 THE TENMEI』(竹書房) 『競馬ゴールド』(日本文芸社) 『電撃スーパーファミコン』(メディアワークス) 『週刊レンジにおまかせ』(徳間書店)	『謎』検証本ブーム、類書 50 冊を超える 日書連、正味獲得運動に一定の成果 皇太子ご成婚で写真集など関連書多数 小沢一郎『日本改造計画』ベストセラーに。連立政権関連書も 『学校図書館図書整備新 5 ヵ年計画』(第 1 次) 開始
平成 6 年 (1994)	『日本をダメにした九人の政治家』(講談社) 『大往生』(岩波書店)	『少年エース』(角川書店) 『Kansai Walker』(角川書店)	ミリオンセラー『大往生』をはじめ、異色ベストセラー続出 『週刊少年ジャンプ』が最大発行部数 653 万部を記録

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
平成 6 年 (1994)	『マディソン郡の橋』(文藝春秋) (1994) 『FBI 心理分析官』(早川書房) 『「超」整理法』(中央公論社) 『日本一短い「母」への手紙』(大巧社)	『日経クリック』(日経 B P) 『さわやか元気』(成美堂出版) 『PlayStation Magazine』(徳間書店) 『クロスワードランド』(白夜書房) 『ダ・ヴィンチ』(リクルート、のちKADOKAWA)	パーゲンブックフェア話題に。再販制論議に波及 マルチメディアブーム背景に関連書、創刊誌続出 消費税率アップ確定、定価表示問題が再浮上 正味引下げ、大手出版社の対応ようやく出揃う
平成 7 年 (1995)	『遺書』(朝日新聞社) 『松本』(朝日新聞社) 『ソフィーの世界』(日本放送出版協会) 『フォレスト・ガンブ』(講談社) 『大往生』(岩波書店) 『パラサイト・イヴ』(角川書店) 『金田一少年の事件簿 (1・2)』(講談社) 『そういうふうでできている』(新潮社) 『堀田力の「おごるな上司!」』(日本経済新聞社)	『VERY』(光文社) 『おはよう奥さん』(学習研究社) 『Saita』(芝パーク出版) 『COOL TRANS』(ワニマガジン社) 『電撃プレイステーション』(メディアワークス) 『DOS/V パワーレポート』(インプレス) 『インターネットマガジン』(インプレス) 『日経 WinPC』(日経 B P) 『週刊 花百科フルール』(講談社)	再販問題検討委員会「中間報告」発表。出版界は強く反発 戦後 50 年関連書続出、50 周年記念出版社がフェア 阪神・淡路大震災で出版界も打撃。記録書、防災書相次ぐ オウム真理教事件。多様な関連書相次いで刊行される 大型国語辞典が激しい競合、多様な辞書出版を展開 鳥取・米子市で「本の学校大山緑陰シンポジウム」が開催 Windows95 発売、インターネット時代始まる
平成 8 年 (1996)	『脳内革命』(サンマーク出版) 『「超」勉強法』(講談社) 『神々の指紋 (上・下)』(朝日社) 『脳内革命 (2)』(サンマーク出版) 『弟』(幻冬舎) 『猿岩石日記 Part1』(日本テレビ放送網) 『読め!』(光文社) 『ふたり』(幻冬舎) 『できる Windows95』(インプレス)	『Domani』(小学館) 『ar』(主婦と生活社) 『サンキュ!』(ベネッセコーポレーション) 『Cawaii』(主婦の友社) 『egg』(大洋図書) 『GET ON!』(学習研究社) 『smart』(宝島社) 『日経 PC21』(日経 B P) 『日経 Net Navij』(日経 B P)	大型ミリオンセラー、ベストセラー続出 規制緩和小委員会「論点公開」の「再販制廃止」に出版界反発 大型書店の開店相次ぐ。増床傾向さらに拍車 電子出版盛んに、インターネットによる販売も具体化 10~20 代をターゲットにした女性誌続々創刊
平成 9 年 (1997)	『ピストロスマップ完全レシビ』(扶桑社) 『失楽園 (上・下)』(講談社) 『少年 H (上・下)』(講談社) 『7 つの習慣』(キング・ペアー出版) 『鉄道員 (ぼっぼや)』(集英社) 『ももこの世界あっちこちめぐり』(集英社) 『まる子だった』(集英社) 『菅野美穂写真集 NUDITY』(インデペンデンス)	『TOKYO ★ 1 週間』(講談社) 『SPRING』(宝島社) 『nicola』(新潮社) 『ENTAME (エンタメ)』(徳間書店) 『BUBKA』(コアマガジン) 『日経エンタテインメント!』(日経 B P) 『週刊アスキー』(アスキー) 『週刊 Easy PC』(デアゴスティーニ・ジャパン)	出版業界初の前年割れ、先行きの見えない不況感 再販制見直し論議の攻防、最終段階へ 消費税率 5% に変更。GDP23 年ぶりにマイナス成長 ジュンク堂書店池袋店が 1,000 坪で開店。相次ぐ大型店の出店、各地で書店戦争も 文庫マーケットに幻冬舎、小学館などが参入
平成 10 年 (1998)	『新・人間革命 (1・2・3)』(聖教新聞社) 『ピストロスマップ KANTAN レシビ』(扶桑社) 『小さいことによくよするな!』(サンマーク出版) 『他人をほめる人、けなす人』(草思社) 『ダディ』(幻冬舎) 『ループ』(角川書店)	『LUCI (ルーシー)』(扶桑社) 『VIOLA (ヴィオラ)』(平凡社) 『メイプル』(集英社) 『VOICE』(講談社) 『東京ストリートニュース!』(学習研究社) 『YOKOHAMA Walker』(角川書店)	公取委「著作物再販制度の取扱いについて」発表 CD-ROM 版百科事典、大型辞・事典刊行相次ぐ 隠密作戦のスクープ出版、「ダディ」ミリオンセラーに
平成 11 年 (1999)	『五体不満足』(講談社) 『日本語練習帳』(岩波書店) 『本当は恐ろしいグリム童話 (I・II)』(ベストセラーズ) 『子どもにウケる科学手品 77』(講談社) 『鉄道員 (ぼっぼや)』(集英社)	『ウルトラジャンプ』(集英社) 『KANSAI 1 週間』(講談社) 『Get Navi』(学習研究社) 『パチスロ必勝本』(辰巳出版) 『コミック乱』(リイド社)	中央公論社経営不振で、読売新聞社の傘下に 乙武洋匡「五体不満足」、記録的ベストセラー 新書創刊相次ぐ 流通改善、再販運用推進委員会「弾力運用レポート」発表 NTTドコモ「iモード」開始。携帯電話からインターネット環境が一般に普及
平成 12 年 (2000)	『だから、あなたも生きぬいて』(講談社) 『話を聞かない男、地図が読めない女』(主婦の友社) 『ハリー・ポッターと賢者の石』『〜と秘密の部屋』(角川書店) 『これを英語で言えますか?』(講談社インターナショナル) 『捨てる! 技術』(宝島社) 『新・人間革命 (7・8)』(聖教新聞社) 『子どもが育つ魔法の言葉』(PHP 研究所)	『mini』(宝島社) 『S Cawaii!』(主婦の友社) 『ダイヤモンド ZAi』(ダイヤモンド社) 『投資相談』(実業之日本社) 『株価四季報』(東洋経済新報社) 『ENGINE』(新潮社) 『週刊美術館』(小学館)	4 年連続のマイナス、業界 3 者の枠組みも変化 公取委、結論にむけて「検討報告書」を公表 アマゾンなどオンライン書店続出、競合状態が続く 「子ども読書年」が読書推進の動きを促進
平成 13 年 (2001)	『チーズはどこへ消えた?』(扶桑社) 『金持ち父さん貧乏父さん』(筑摩書房) 『新・人間革命 (9・10)』(聖教新聞社) 『プラトニック・セックス』(小学館) 『仕事ができる人、できない人』(三笠書房)	『BAILA』(集英社) 『LEON』(主婦と生活社) 『日経おとなの OFF』(日経 B P) 『猫びより』(日本出版社、のち辰巳出版) 『週刊コミックパンチ』(新潮社) 『週刊 日本百名山』(朝日新聞社)	公取委、再販制は存続の結論 専門取次鈴木書店、負債総額約 40 億円で破産 初速記録の「チーズはどこへ消えた?」類似本騒動 写真週刊誌時代を盛り上げた「フォーカス」休刊 乱立気味の創刊ラッシュ 日本で「ブックスタート」運動が開始

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
平成 14 年 (2002)	『ハリー・ポッターと炎のゴブレット (上・下)』(静山社) 『ビッグ・ファット・キャットの世界ー簡単な英語の本』(幻冬舎) 『生きかた上手』(ユーリウフ) 『声に出して読みたい日本語』(集英社) 『世界がもし 100 人の村だったら』(マガジンハウス) 『新・人間革命 (11)』(聖教新聞社) 『老いてこそ人生』(幻冬舎)	『STORY』(光文社) 『Sweet!』(宝島社) 『美的』(小学館) 『ナチュリラ』(主婦と生活社) 『やさしい畑』(家の光協会) 『Sportiva』(集英社) 『コミック乱ツインズ』(リイド社)	『ハリー・ポッター』第 4 巻、初版部数前代未聞の 230 万部 日本語本、老後本ブーム、ベストセラー相次ぐ 『朝の読書』実施校 1 万校突破、読書推進運動も活発に ワンテママガジン創刊相次ぐ、新たな読者層を対象に 出版界の基盤整備を目指す、日本出版インフラセンター (JPO) 設立
平成 15 年 (2003)	『バカの壁』(新潮社) 『世界の中心で、愛をさけぶ』(小学館) 『トリビアの泉 へえの本 (1~4)』(講談社) 『ペラペラブック -2』(マガジンハウス) 『開放区』(集英社)	『In Red』(宝島社) 『ku:nel (クウネル)』(マガジンハウス) 『Safari』(日之出出版、のちマガジンハウス) 『おとなの週末』(講談社) 『プレコミックブンブン』(ポプラ社)	『バカの壁』200 万部突破、『養老本』続出 『公立図書館貸出実態調査報告書』発表 仏教関連書ブーム、ワンテママガジンも
平成 16 年 (2004)	『ハリー・ポッターと不死鳥の騎士団 (上・下)』(静山社) 『世界の中心で、愛をさけぶ』(小学館) 『バカの壁』(新潮社) 『グッドラック』(ポプラ社) 『蹴りたい背中』(河出書房新社) 『13 歳のハローワーク』(幻冬舎)	『Mart』(光文社) 『MAQUIA』(集英社) 『天然生活』(地球丸、のち扶桑社) 『Mono Max』(宝島社) 『月刊からだにいいこと』(祥伝社) 『週刊日本の樹木』(学習研究社)	文芸書を中心にミリオンセラー続出。出版物の販売額 8 年ぶりに前年を上回る 『ハリー・ポッター』第 5 巻、初版部数最多の 290 万部 大型書店出店が相次ぐ一方、青山ブックセンター民事再生も 第 130 回芥川賞、最年少受賞で『文藝春秋』も増刷
平成 17 年 (2005)	『頭がいい人、悪い人の話し方』(PHP 研究所) 『さおだけ屋はなぜ潰れないのか?』(光文社) 『これだけは知っておきたい個人情報保護』(日本経済新聞社) 『もっと、生きたい…』(スタート出版) 『電車男』(新潮社)	『REAL SIMPLE JAPAN』(日経 B P) 『GISELe』(主婦の友社) 『UOMO』(集英社) 『月刊少年シリウス』(講談社) 『EX 大衆』(双葉社)	再びマイナス成長、書籍・雑誌ともに前年割れ ブログ本相次ぐ、ベストセラーも 『文字・活字文化振興法』の成立、読書推進を支援 『個人情報保護法』施行、関連書続出
平成 18 年 (2006)	『国家の品格』(新潮社) 『ハリー・ポッターと謎のプリンス (上・下)』(静山社) 『東京タワー』(扶桑社) 『えんぴつで奥の細道』(ポプラ社) 『病気になるしない生き方』(サンマーク出版) 『人は見た目が 9 割』(新潮社) 『恋空 (上・下)』(スタート出版) 『生協の白石さん』(講談社)	『GOETHE (ゲーテ)』(幻冬舎) 『OCEANS』(インター・ナショナル・ラグジュアリー・メディア) 『KING (キング)』(講談社) 『steady.』(宝島社) 『小悪魔 ageha』(インフォレスト) 『少年ファンク』(リイド社) 『プレジデント Family』(プレジデント社) 『Edu (エデュ)』(小学館)	日書連『全国小売書店経営実態調査報告書』をまとめる 新書ブーム、相次ぎ参入、文庫創刊も 格差社会を反映した類書相次ぐ 『する本』ブーム。めり絵、えんぴつ、脳トレ、パズル、数独 『ダ・ヴィンチ・コード』1,000 万部突破 アマゾンジャパン『e 託販売サービス』開始 日販が TSUTAYA 向け商物流事業部門を会社分割して『MPD』を設立
平成 19 年 (2007)	『女性の品格』(PHP 研究所) 『ホームレス中学生』(ワニブックス) 『鈍感力』(集英社) 『日本人のしきたり』(青春出版社)	『AneCan』(小学館) 『marisol』(集英社) 『クロワッサン Premium』(マガジンハウス) 『éclat』(集英社)	『文字・活字文化推進機構』設立 ベストセラーにケータイ小説、『女性の品格』200 万部突破 自費出版ブームのなかで、商法をめぐって提訴も
平成 20 年 (2008)	『ハリー・ポッターと死の秘宝 (上・下)』(静山社) 『夢をかなえるゾウ』(飛鳥新社) 『B 型自分の説明書』(文芸社)	『HERS』(光文社) 『ぶっちょくみ』(小学館) 『NHK テキスト やさしい時間』(日本放送出版協会)	雑誌不況で休刊相次ぐ、看板・有力雑誌も 新風舎、草思社の倒産、文芸社が吸収
平成 21 年 (2009)	『IQ84 (BOOK1・2)』(新潮社) 『読めそうで読めない間違いやすい漢字』(二見書房) 『私服だらけの中居正広増刊号 輝いて』(扶桑社) 『告白』(双葉社) 『「脳にいいこと」だけをやりなさい!』(三笠書房) 『体温を上げると健康になる』(サンマーク出版) 『しがみつかない生き方』(幻冬舎)	『美 ST』(光文社) 『GINGER』(幻冬舎) 『ニコ☆プチ』(新潮社) 『ゲッサン』(小学館) 『まちがいがしがファミリー』(大洋図書) 『MONOQLO』(晋遊舎) 『週刊古社名刺 巡拝の旅』(集英社)	『IQ84』224 万部、発売前の予約でベストセラーに アマゾンジャパンの市場拡大顕著に 休刊誌相次ぐ、老舗・看板雑誌も 民主党に政権交代、関連書続出
平成 22 年 (2010)	『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら』(ダイヤモンド社) 『IQ84 (BOOK3)』(新潮社) 『伝える力』(PHP 研究所) 『くじけないで』(飛鳥新社) 『これからの「正義」の話しよう!』(早川書房)	『GLOW』(宝島社) 『リンネル』(宝島社) 『上沼恵美子のおしゃべりクッキング』(学研パブリッシング) 『月刊コミックゼノン』(徳間書店) 『NHK すてきにハンドメイド』(日本放送出版協会)	国民読書年、各地で多彩な行事 電子書籍元年。『日本電子書籍出版社協会』設立 雑誌の付録が人気、宝島社に話題集中 『もしドラ』がミリオンセラーに。ドラッカーブーム再燃 大日本印刷 (DNP) がジュンク堂、丸善、TRC を傘下に収める。業界再編加速

	主なベストセラー	主な創刊誌	出版業界
平成 23 年 (2011)	『謎解きはディナーのあとで』(小学館) 『心を整える。』(幻冬舎) 『人生がときめく片づけの魔法』(サンマーク出版) 『KAGEROU』(ポプラ社)	『Lips』(マガジンハウス) 『コロコロイチバン!』(小学館) 『月刊コミック@パンチ』(新潮社) 『月刊ヒーローズ』(小学館クリエイティブ)	東日本大震災、未曾有の被害に 震災関連本相次ぐ、脱原発本も 『タニタ本』430 万部に、ミリオンセラー続出 『代官山 鳥屋書店』が開店
平成 24 年 (2012)	『聞く力 心をひらく 35 のヒント』(文藝春秋) 『置かれた場所で咲きなさい』(幻冬舎) 『舟を編む』(光文社) 『大往生したけりや医療とかかわるな』(幻冬舎)	『and GIRL』(エムオン・エンタテインメント) 『月刊 COMIC リュウ』(徳間書店) 『段位認定ナンバープレース 252 題』(白夜書房) 『昭和 40 年男』(クレタパブリッシング)	『出版デジタル機構』発足。コンテンツ緊急電子化事業始まる 出版者の権利(著作権隣接権)で報告書 アマゾンジャパン、日本版『Kindle』発売。電子書籍事業を開始
平成 25 年 (2013)	『医者に殺されない 47 の心得』(アスコム) 『色彩を持たない多崎つくると、彼の巡礼の年』(文藝春秋) 『海賊とよばれた男(上・下)』(講談社) 『ロスジェネの逆襲』(ダイヤモンド社)	『GOLD』(世界文化社) 『LDK』(晋遊舎) 『kodomo e (コドモエ)』(白泉社) 『月刊アクション』(双葉社)	村上春樹の新作長編、発売 7 日でミリオンセラーに CCC が指定管理者となった武雄市図書館開館で、賛否両論 アベノミクス関連本続出
平成 26 年 (2014)	『人生はニヤンとかなる!』(文響社) 『村上海賊の娘(上・下)』(新潮社) 『銀翼のイカロス』(ダイヤモンド社) 『学年ビリのギャルが 1 年で偏差値を 40 上げて慶應大学に現役合格した話』(KADOKAWA)	『大人のおしゃれ手帖』(宝島社) 『otona MUSE』(宝島社) 『Mart バッグ in サイズ』(光文社) 『CHANTO (チャント)』(主婦と生活社)	『特定秘密保護法』施行 著作権法改正で、新たに電子出版権が出版社に 嫌韓、嫌中本続出 NTTドコモ、電子雑誌の定額制読み放題サービス「d マガジン」を開始
平成 27 年 (2015)	『火花』(文藝春秋) 『フランス人は 10 着しか服を持たない』(大和書房) 『家族という病』(幻冬舎) 『置かれた場所で咲きなさい』(幻冬舎)	『プレジデントウーマン』(プレジデント社) 『DENGKI G's コミック』(KADOKAWA) 『少年マガジンエッジ』(講談社)	栗田出版販売が民事再生法の適用を申請 『格差の拡大』背景に、ピケティブーム起きる 又吉直樹『火花』芥川賞受賞。『火花』フィーバーに 日書連 10 年ぶりの『小売書店実態調査報告書』まとまる
平成 28 年 (2016)	『天才』(幻冬舎) 『ハリリー・ポッターと呪いの子 第一部、第二部』(静山社) 『君の隣をたべたい』(双葉社) 『嫌われる勇気 自己啓発の源流「アドラー」の教え』(ダイヤモンド社)	『小説幻冬』(幻冬舎) 『BRODY』(白夜書房) 『超特大版漢字ナノクロプレミアムハーフ』(学研プラス) 『DVD 付分冊マンガ講座 ジャンプ流!』(集英社)	『小説君の名は。』『ハリリー・ポッター』新作、ともに 100 万部 太洋社の倒産と大阪屋栗田の統合
平成 29 年 (2017)	『九十歳。何がめでたい』(小学館) 『蜜蜂と遠雷』(幻冬舎) 『儒教に支配された中国人と韓国人の悲劇』(講談社) 『騎士団長殺し(第 1 部・第 2 部)』(新潮社)	『&ROSY』(宝島社) 『LEE コンパクト版』(集英社) 『bis』(光文社) 『LDK the Beauty』(晋遊舎)	アマゾンジャパン、日版バックオーダーを停止 文藝春秋社長、文庫本の図書館貸出し中止を提言 輸送問題の顕在化。取協・雑協「発売日・輸送問題プロジェクトチーム」発足 『万引防止出版対策本部』発足
平成 30 年 (2018)	『漫画 君たちはどう生きるか』(マガジンハウス) 『大家さんと僕』(新潮社) 『君たちはどう生きるか』(マガジンハウス) 『頭に来てアホとは戦うな!』(朝日新聞出版)	『PHP からだスマイル』(PHP 研究所) 『ヤングキング BULL』(少年画報社) 『MonoMaster』(宝島社)	トーハン・日販、物流の協業へ検討開始 海賊版サイト「漫画村」閉鎖へ 出版社各社で「スリプレス」化が進む 『本の日』キャンペーン初実施
平成 31 年 令和元年 (2019)	『一切なりゆき 樹木希林のことば』(文藝春秋) 『樹木希林 120 の遺言 死ぬときぐらい好きにさせてよ』(宝島社) 『日本国記』(幻冬舎) 『メモの魔力』(幻冬舎)	『素敵なおの人』(宝島社) 『実話 BUNKA 超タブー』(コアマガジン) 『NHK テレビ 知れたガールと学ボーイ』(NHK出版)	トーハン・日販、書籍・雑誌の返品業務、書籍新刊発送業務の協業に合意。2020 年度以降、順次物流拠点の統廃合を行うと発表 大阪屋栗田、楽天ブックスネットワークに社名変更 アマゾンジャパン、直接取引する出版社からの買切仕入を試験的に開始 消費税率 10% に。出版物への軽減税率適用は見送られる

第23回 日本出版学会賞 (2001年度) 『出版指標・年報』

【審査結果 (抜粋)】

『出版指標・年報』は、1959年3月に創刊されたが、現在は毎年4月に刊行されている。内容は、「出版指標」「出版業界の動き」「書籍の出版傾向」「書籍統計資料」「雑誌の出版傾向」「雑誌統計資料」「マルチメディア市場の動向」「出版関連資料」「戦後のベストセラーズ」などの章から成るが、統計は取次ルート（弘済会・即売業者を含む）を経由した一般出版物を対象にその流通動態を推計したもので、全出版物を対象にしたものではない。

そのような制約はあるものの、この『年報』は、全協・出版科学研究所で集め得る限りの統計を集成して分析し、書籍・雑誌の出版傾向について部数を示し、ジャンルを分けて展望し、出版業界の動向を伝えるトピックを整理するなど、出版界の年間動向が的確にとらえられている。また、統計の紹介は販売金額や販売部数など、テーマによっては、1950年から50年余にわたる推移をたどっており、戦後出版の動向も理解できる。そのため、この『年報』は、出版研究のための資料としても高く評価できる。

【受賞の言葉】 長年の活動が評価されて

早川友久 (出版科学研究所所長)

この度は、名誉ある日本出版学会賞を受賞し大変光栄に存じております。忘れもしません。4月半ば「年報」の編集業務で多忙の時でした。「こちらは、日本出版学会ですが、貴研究所の『出版指標・年報』が第23回日本出版学会賞に内定いたしました。おめでとうございます」。会の会長であられる上智大学の植田康夫教授から、嬉しいお知らせの電話があったのでした。

受賞の対象となったのは年度版の『年報』ですが、

これが出来るまでには、日々の数字の積み重ね、月々の出版事象を解説した『出版月報』発刊など、地道な作業があるのです。ですから、今回の受賞は、私たち出版科学研究所の長年の活動が、評価されたものだとして解釈しております。

出版科学研究所は、東販の社史によりますと、昭和31年2月16日に、東京出版販売（現トーハン）の中に設立されたと記録されております。その後、社団法人・全国出版協会からの要請もあって、昭和44年に同会に移管され今日に至っています。

東販の創業は昭和24年です。企業創業から、まだ6年そこそこの混乱期、明日の糧も事欠く時代に、出版界の諸問題を科学的に検討し、業界全般に寄与することを目的に当研究所を立ち上げ、運営基金を注ぎ込んだ、当時の東販の経営者の、気宇壮大な発想と先見性、懐の深さには敬服するばかりです。

当研究所が、マスコミから一番注目を集めたのが、平成9年といわれます。右肩上がりの成長を続けてきた出版界が、初めて前年割れを記録した年です。“マイナス成長”で脚光を浴びたとは何とも皮肉ですが、“不況に強い”という出版神話が、いかに大きかったかということではないでしょうか。

今回の受賞も、多くの賛助出版社や読者があったことです。これからも、出版界の唯一の研究機関として、この賞を励みに、所員一同意を新たに努力し、皆さまの期待に応える所存です。「汗を流していれば誰かが何処かで認めてくれるものだ」と、受賞式に臨みながら思ったのでした。

(日本出版学会ホームページより転載)

