座談会

'86愛のサン・ジョルディ
キャンペーンを成功させよう

サンジョルディの日

St. Jordi's Day

男性に——知性の香りあふれる本を
女性に——愛を彩る情熱の花を

出席者（順不同）

松信　泰輔　日本書店組合連合会会長
谷喜　久郎　日本カタルーニャ友好親善協会
竹村　亞希子　日本カタルーニャ友好親善協会
小酒井貞一郎　日本書籍出版協会常任理事・読書推進委員会委員長
八木　林之助　白順社長
石田　恵子　（司会）日販広報室長

サン・ジョルディはスペイン・カタルーニャ地方の守護神。中世から厚く尊敬されています。この聖人を讃え、4月23日、女性は男性に「本」を、男性は女性に「花」を贈りあいます。このサン・ジョルディの日を世界につながる人間共感の場として日本に文化輸入し、国際化時代にふさわしい「愛の習慣」として導き、「新しい愛と知性のしきたり」として普及させるため、書店を核として全国的にキャンペーンが展開されます。

（カタルーニャのサン・ジョルディの日の風景はカラーロ絵参照）

新しい生活文化の創造

石田（司会）　それでは、松信会長からご挨拶をお願いいたします。

松信　最近、活字離れとか、苦い人がなかなか本を読まないとか、本を買まない大学生とか、いろいろ言われているわけです。

これは出版業界にとってはもちろん大事な問題ですが、その背景にはコミックやテレビなどビジュアルなものの影響で感性人間がどんどんできて、理性よりも感性のほうが優先している。これは日本の文化にとって大事な問題ではないか。一出版業界の問題以前の、大変大事な問題ではないかと思っています。そういうときに、この「サン・ジョルディの日」の話が日本カタルーニャ友好親善協会さんからあったわけです。

実は、スペイン・カタルーニャのバルセロナを中心とした地方に、サン・ジョルディというご聖人があって、そのお祭りが四月二十三日にある。その日は、男性が女性にバラの花に安を添えて贈る、女性は男性に本を贈るという、素晴しい習慣が定着しているということでした。

それを何とかして日本に取り入れることができないかというお話が、谷さんから有隣堂の藤崎常務を経由して私にあったんです。ふだん私は、活字文化の復活、復権、活字離れをどう防ぐか、出版文化の危機などということを考えていたものですから、これは大事な行事ではないか、そういうものを日本にもってくることは、大変意義のあることではないかと思ったわけです。

それで、とにかくこの実践とした会の中に、愛と知性による人の触れ合い、新しい生活文化の創造、こういう大きなスローガンを掲げて、結果として本の興進の活性化を図る。それから地域文化の活性化を図ることができたら、こんなにいいことはないと考えて日書連の皆さんに相談いたしました。そこでこれは素晴しい、とのご理解をいただき、書協さん、雑協さん、取協さん、読書推進委員会さんのご了解をいただきまして、この運動が始まったわけです。

もちろんお花の組合と手を握りますが、まず、友好到善協会を一番主な柱にすえ、その中で出版業界が中心になって動く。お花の業界とどう手を結んでいくか。それからお役所の支援をどういただいていくか。こういうことで組織づくりを考えたわけです。

まず主催団体としては、メインとして日本カタルーニャ友好親善協会さん、そのほかに書協、雑協、取協、日書連、読連協、図書普及を主催者にいたしました。日本生花商協会をはじめ、お花の団体を後援に予定をきせていただく。それから駐日スペイン大使館、スペイン・カタルーニャ地方自治体のご後援をいただくことが決定しました。さらに外務省、農林水産省はご後援をいただくことに決定しており、いま通産省、文部省にも検討していただいております。

一番最初、私のほうにお話があったのは昨年五月ごろです。それから中央・地方きめて、それこそ何十回となく会議を重ねました。やっと骨組みができ上がりまして、今年の二月五日に記者会見ができる段取りになりました。

イベントは、中央のイベントと地域のイベントと両方あります。これはあくまで全国的なイベントですので、全国の日書連一万三千軒の書店に、できるだけ大勢の皆さんに参加していただく。そこで全国にこういう美しい習慣を定着させていきたい。それには、私ども書店のネットワークを有効に活用して盛り上げていきたいということです。

具体的な方法は後ほどお話が出ると思いますが、特に七つの都市で地方のイベントを、それぞれの地域で盛り上げる工夫をこらし、いろいろ企画を立ててイベントを打っていきます。

サン・ジョルディの日はバルセロナのランブラス通りが舞台になっておりまして、かたや本の市がたち、かたや花の市がたつ。その広い通りが満員の人であふれている。そういう実際の光景を、各地のイベントで演出していきたいと考えております。これにより全国の書店の店頭のサン・ジョルディの雰囲気に刺激を与え、活性化していきたい。こんなことでいまいろいろ企画を進めております。

八木　全国七大都市でやるのは、「サン・ジョルディの日」の運動の、ショーウインドーみたいなものですね。

松嶋　そうです。やっぱり全国の店頭を活性化して、盛り上げていくのが一番大事なことなんですが、ランブラス通りの光景を表出することも大きな狙いですね。それが相互に関連をして、全国的に盛り上がっていく。こういう考え方です。

本とバラの日があった

石田　「サン・ジョルディの日」に感じられたんですが、具体的にはどういう行事なんでしょうか。

谷　これは一種の草の根運動、私どもは「サン・ジョルディの日」は、文化の草の根運動だというとらえ方をしております。もう一つ新しい文化を日本に創造していく、ですから手づくりの草の根運動という気持ちで、取り組んでいこうということです。

ですから最初のいきさつとかそういったことは、竹村さんが詳にお見えですが、最初に、「あら、とてもきれいだ」という女性の感覚で、おそらく取り組まれたと思うんです。そういうことを含めて、いきさつを竹村さんにお話ししていただいたほうがいいんじゃないかと思います。

竹村　一応発端から言いますと、いつも言うんですが、これは風聞からコマが出てきた。別に私が火を付けたわけでも何でもないんです。あとで考えたら歴史も時代も全部、「サン・ジョルディの日」を日本で実現するために、

おります。もう一つ新しい文化を日本に創造していく、ですから手づくりの草の根運動という気持ちで、取り組んでいこうということです。

ですから最初のいきさつとかそういったことは、竹村さんが詳にお見えですが、最初に、「あら、とてもきれいだ」という女性の感覚で、おそらく取り組まれたと思うんです。そういうことを含めて、いきさつを竹村さんにお話ししていただいたほうがいいんじゃないかと思います。

竹村　一応発端から言いますと、いつも言うんですが、これは風聞からコマが出てきた。別に私が火を付けたわけでも何でもないんです。あとで考えたら歴史も時代も全部、「サン・ジョルディの日」を日本で実現するために、

★書店での展開

このキャンペーンの核のひとつである書店では、「春の学習参考書」セールを「サン・ジョルディ　キャンペーン」とリーバーランディ、次のような展開がなされる。

①愛のサン・ジョルディくじの実施

春のセールは、「春の学参くじ」として毎年実施されているが、今年は「愛のサン・ジョルディくじ」として全国的に実施。くじの発行枚数は1300万枚、特等賞は「スペイン・カタルーニャ8日間の旅」となっている。

*実施期間：昭和61年4月1日～4月23日
*発表：昭和61年5月15日、全国主要新聞紙上及び店頭
*賞品：特等賞として「スペイン・カタルーニャ8日間の旅」を130名様にプレゼント、1等賞以下は「図書券」

②「サン・ジョルディの日」ギフト向け推せん

女性から男性へ本を――このプレゼントに最適と思われる書籍を選定し、店頭コーナーやサン・ジョルディ各種PRツールのなかで紹介していく。

③サン・ジョルディし紙りの発行

④サン・ジョルディ告知活動

⑤「サン・ジョルディの日」イベントへの参加

全国7大都市で開催されるサン・ジョルディの日」イベントに参加し、花束と協力しあって盛大に「本と花の市」を開催。

4月19・20日に開催予定

札幌（オーロラタウン）、仙台（三越仙台店）、東京（代々木公園）、横浜（伊勢佐木商店街）、名古屋（名鉄大通公園）、大阪（みなくっしプロムナード）、福岡（天神大名店）

●アドバタイジングレンボルマーク

今回のキャンペーンに関わる広告や販売ツールに用りこまれ、統一イメージを創造していくマークです

皆が助けてくれたんじゃないかという感じがするんです。

いまから約一年と一か月ぐらい前の年末に、たまたま私の会社に出入りしていた知り合いの人との世間話の中で、スペインのある地方に、本とバラという組み合わせで、「あ、面白いな」という感じがあったんです。それは何だろう、何なんだと聞いたら、よくは知らないが一年に一回、男性は女性にバラの花を、女性は男性に本を贈る習慣がある。それ以上のことは何も知らないというんです。それを聞いた瞬間、正直いって私は、とにかくきれいだ、面白いと思ったんです。理屈も何もぬきで、これは日本にもってきたい、別結的な発想に聞こえるかもしれないんですが、とにかくそれが最初だったんです。そのあと詳しく聞こうにも、教えてくれた人は何も知りません。

それから私も必死に百科事典とかで勉強したんですが、残念なことに、サン・ジョルディとか、本とバラの日に関してはほとんど出ていない。カタルーニャの歴史とかスペインの歴史をいろいろ勉強していくうちに、これが本当に庇こうにあって、というのはその段階ではまだ聞きず、まだ見てきていませんから、これが本当に日本にもってこられるとしたら、こんなに面白いものはないと思ったんです。

しかも日本人には、本を贈る習慣や花を贈る習慣がまだ定着していない、というよりもそういう発想をもっていないものですから、むしろ二十一世紀に定着するんじゃないかと思いました。

これを実現させるためには、どうしたらいいんだろうといろいろ考えました。数人の仲間たちと何回も会議を開き、とりあえずカタルーニャと交流をしなきゃいけないと思いました。イベントとしてもってくるだけではなくて、これをきっかけにして、多くのものを日本人が吸収しなきゃいけない。

そのためには日本カタルーニャ友好親善協会をつくろうと、一月にみんなで決めました。

そのときにいたメンバーで、いま本格的な協会になって残っているメンバーは、私と筑波大学教授の野々山真輝帆先生です。野々山先生はスペインの権威者です。たまたま本で知りまして、教えていただけないかと直接お電話しました。

そうしましたら、電話の段階で分かっちゃったんです。それは素晴しいとおっしゃった。とにかく会って話を聞いてくれないかと言いましたら、自分も会議に出席するとおっしゃったんです。日本とスペインの虹のかけ橋になろう、という話になったんです。

それだけでは、どう考えても正式な協会はつくれないんですね。片方の国で勝手につくってもいけないし、きちんとした協会証書もできていません。一国間でできるものではなく二国間にまたがるものだから、スペインのカタルーニャに行って、実際に政府に交渉してこなければいけない。

谷　喜久郎氏

小酒井貞一郎氏

とりあえず私が、日本カタルーニャ友好親善協会準備委員会として乗り込んだわけです。

谷　生まれて初めての外国旅行で、しかも子供を引っ張ってね。

竹村　正直言って、息子を連れて行ったのは、真面目に取り組んでいるんだ、ということを見てもらわないといけないということが一つなんです。観光旅行に来たついでにカタルーニャ政府自治省に寄ったととられても困ります。家庭をもった女性が考えているんだ、お嬢さんが考えているわけじゃない、という真面目な姿勢をとにかく見てもらう。本気にしてもらわないと困るから。

今年の日本での「サン・ジョルディの日」を実現させるためには、カタルーニャのサン・ジョルディの日を、正式な協会として本格的に見てこなければいけないわけですね。その前に政府と交渉して、向こうも大丈夫だということを取りつけてこなければいけないわけですよ。だから無

松信　泰輔氏

竹村亞希子氏

〔女性は男性に本を、男性は女性に花を贈る美しい愛の習慣〕

理やり行ってきたんです。

結局、たった一日だけまたまこちらに出張してきた人を紹介されたんです。しゃべれたらその人を頼って行きませんけど、しゃべれなかったものですからその人だけが頼りです。向こうに行きましたら、案の定やっぱり全然本気にしていないのです。

ずっと話していきますと、どうも出張できるかどうかは別として、本気らしいということで、結局、今度は観光局、商業局、文化局、伝統文化局全部を回ってくれたんです。それぞれいい話なものですから、「ああ、実現するといいね、うれしい。ぜひ、頑張ってください」と激励はくれるんです。

これでは来た意味がないというので、広報局に最後に回りましたら、そこの人が喜んじゃいまして、これは本気なのかと言うんです。

正式な協会としてサン・ジョルディに来るんだったら、そのときにプジョール首相と握手できるように、約束はできないけど努力してみようということになったんです。それでプジョール首相に、この協会の名誉会長になってくれるように取り計らってくれ、これだけのいい話だからいいじゃないかと言ったら、それはちっとも面白くない。これは女性のイメージでいかないといけない。プジョール首相の奥さんのマルタ夫人に、名誉会長になってもらいなさい。それは簡単に取り計らってあげるということで帰ってきた

んです。

そして翌年の四月に本物のサン・ジョルディの日を、谷さんといっしょに見てきたわけです。

それでプジョール首相に会って、そのあとのことは谷さんのほうが詳しいんですが、正式な協会に移行したわけです。

歴史と風土がひとつになった美しい愛の習慣

石田　谷さんも実際に向こうに行かれて、サン・ジョルディの日のどういうところに感動したとか、サン・ジョルディの日の中身に触れていただけますか。

谷　本当にお祭りとして、きれいだということです。「ああ、やっぱりきれいだな」と、そのひと言ですね。どく自然にみんなが花を買ったり本を買ったりしているわけです。

仕掛けそのものは日本と比べると、日本はものすごく人工的に何でも優れていますから、もっとすごいイベントがいっぱいありますね。向こうは素朴なんです。本当に花と本が置いてある。ただ、人通りだけは日本に負けないくらいあるんです。ランブラス通りだけではなくて、例えば自治政府統領館の前あたりとか、あらゆる辻、辻で花と本を売っているわけです。

松信　屋台みたいにして出ているわけですね。

谷　そうです。皆が一輪のバラ、変の花、あるいはもっとたくさん買う人もありますし、パックされていたりします。それを持っていそいそと帰っていく。別に恋人同士ではないんですよ。平気でお母さんや兄弟になった人に花や本を贈る。

自治政府統領館といっても純百年もたっているような歴史建造物でその中庭なんかですとギリシャの賢人会議を開くような雰囲気のオリーブの木が植わっている。カッコいいんですよ。そこへバラの花や本を持って……。

竹村　絵になるんですよ。写真なんかみんな美しいですね。

谷　私はそれにやられちゃったんです。これはもうやらなくちゃいけないと思った。もともと話を聞いて、三十秒とかからないときに、その場で決断はしましたけど。根がそそっかしいものですから。（笑）

松信　商業的に仕掛けられたイベントじゃないんだよ。歴史的に自然に定着しちゃっている。

谷　最初はおそらくマドリードで、セルバンテスの命日ということで本の市があったと思うんです。ただ、バラというと日本では花の日ということになりますが、バラは特別な意味があるんですね。女性に対してバラを贈るというのは、やはり一つの愛情の表現である。これは欧米では当然のメッセージなんですね。

松橋　その絵は大変の出版を祈ってとか、具体的な収穫の様子があるんでしょう。

石田　お祭りがいっしょになったみたいですね。

竹村　日本人にとって朝にあたるくらい神聖なものみたいですね。

松橋　書籍を祈って、それにバラがついて、あとから本と結びついたということでしょうね。

巻　だからそれも非常に取り合わせが美しい。愛の種だけ見れば、そうきれいだと思わないものですけど、花と愛の種がいっしょになっているとなかなか……。

松橋　民俗、歴史、風土がやっぱりそこにくっついているわけですね。愛の絵はそういう風土を象徴しているんだと思うんです。

石田　そうでしょうね。

巻　それとサン・ジョルディそのものがドラゴンで、本当に自分たちの守り神だというので、いたるところにサン・ジョルディの絵があったり、竹の絵があったり、ふっと気がつくと建物があったりする。

サンシェランというシャンパンの工場があるんです。素晴しい建物なのですよ。いろんなシャンパンを飲ませていただいたんです。

余談になりますが、スペインのワインはフランス以上の質を誇っているわけです。シャンパンもいいんです。とろがやはりシャンパンという名前をなかなか捨えないわけです。フランスのシャンパン地方のものですから。

そこへ行ったら、なんとサン・ジョルディという蔵があるんです。それがまたかっこいい。シャンパンを熟成させる蔵に、サン・ジョルディとネーミングされている。そんなことで、いろんなところにサン・ジョルディが本当にシンボルとして働いているんです。

八木林之助

まず、インナー・キャンペーンから

小畑井　サン・ジョルディのお祭りそのものが非常に素晴しいという話は、確かに私もそう思います。ただ、もう一つ素晴しいのは松田学会長がおっしゃるように、読書推進という問題は、業界にとって、また日本文化の将来ということでも本当に大問題なわけですよ。確かに書籍の中にも去年、読書推進委員会ができて、たまたま私がその委員長をやっているんですが……。

読書社がいくらやっても、読書推進は進んでいくものじゃないと、ぼくは根底とても信じているんです。だからこういう発想が円書連というような団体読者の方と接していらっしゃるところから出たというところが素晴しいし、ものすごく成功する可能性がある。だから書店さんに頑張りがあるのが、今度のこの問題に関して言えば、新鮮を一番感じているところですね。

松橋　ところが書店というのは、すぐ経費と売上げのバランスを、客観的に考えるわけです。コヤンまで考える経済的余裕がないわけですよ。

それからもう一つ、出版業界を挙げて読書推進運動を、これは古くからあるんですが、出版業界と一体になって積極的な読書運動をやっている。読書週間は書店が主催しているんです。それを円書連が呼びかけてやっている、こういう状況なんです。

それとあとは、各地域で地域に読書グループをつくって子供に読ませたり、奥さん方に読書の輪を広げたり、ボランティアがやっているグループがたくさんあるんです。そういう方々を拾いあげて表彰する運動とか、拡張する運動だの大変いい運動をやっているわけです。

日書連は増売運動をやっているけど、いわゆる増売、店を通して本をどう売るかということですね。若い人や大勢の大衆を相手にした社会的長期として、読書週間をどう盛り上げていくか、そういう運動がいままで欠落しているんです。これはどこの責任だというわけではない。

そういう意味で、今度の運動は一番大事な部分を大きく深める役割を果たすのではないかと思いますね。そのかわり、何億お金をかけたから何十億売上げが上がってどうという、そういう運動とはちょっと違うと思う。だからそこで、よほど腹をくくって手抜をしていかないといけない。一年目でこりたなどと言うようでは、この運動はやめたほうがいい。私はそう思っているわけです。

巻　やっぱり熱意さえあるのに時間がかかりますよね。皆さんの業界だけでもこれだけ大きな見識ですから、それが末端まで浸透して、インナー・キャンペーンといいますか、内部のいろんな刺激、インナーのインセンティブをやって盛り上げていくのは、大分かかると思います。

松橋　もう一つこの運動の特徴は、ギフトを通じた読書という問題ですよ。ギフトの慣例は日本ではお中元、お歳

<司会>石田　恵子

▲フンプラス通りの本の市
（4月23日「サン・ジョルディの日」）

出版文化の未来のために

難しいんです。相手をよほどよく知っていて、この人は何を読みたいか、よほど親しい間柄でないと分からないので、どの本を贈るかが非常に難しい。

竹村　そのお話で、私は向こうでカルチャー・ショックを受けたんです。というのは、日本人の発想はこの本が好きなんだ、私のものの考え方はこういう人生観で、こういう価値観だ。この私を受け止めてくださいというかたちなんですね。当然そうだろうと思い込んでいたんです。

向こうのバンガルディア新聞という一番大きな新聞社に行って、女性記者と話をしていたときに、とんでもないと言われたんです。冗談じゃない。それは考え方が間違っている。改めてください。本を贈るということは、相手をあなたがどれだけ理解できているかということです。これはメンタルテストなんだと。だから男性の側から見たら、この女性は自分をどれだけ理解してくれたのかという愛情の表現なんです。これはありとあらゆる広い意味での愛情のあかしになるわけです。

小酒井　私ははじめからそう思っているんです。だから非常に難しいと思うのはそういうことなんで、本当に相手を理解しない限り、相手が読みたい本、要するに読ませたい本は分からないはずだと思う……。

▲本の市の会場前に並ぶ客の中は
美しい花でいっぱい

石田　それで八木岡社長、この資料を日本の出版業界、書店さん、あるいは流通界に根づかせていくときに、こんなことを誰でやらなきゃならないということを、いかがでしょうか。

八木　日頃ではいまで前例がないのことを考えて、その書店さんと結びついて協業のためになることをやっていけば、商売として間違いないという考え方を持っていたんです。各地で見本市の展示即売会とか講工者、専門者の講演をやった。もちろん採算に合わないんです。経費は若干持ち出しになりますが、百種そういう読者に触れる機会はあったわけです。

今度日書協さんのご提唱で、組織的に読者と連動する。われわれの仕事が役に立つ、また役に立つようにしなければいけないということは、当然に仕事をやる資格があるんじゃないかと思います。日頃の経話の一つに"まごころ"めて読者まで"というのがあるんですが、この運動を通じて、これの具現化をしたいと思うわけです。

「愛と知性のサン・ジョルディの日」ということで、先ほど竹村さんが、面白いな、きれいだな、いいなというので、これが実利な動機だったとおっしゃいましたが、これがまさしく愛のすがたではないかと思うんです。その後、これが読者開発になるとか、読書の習慣づけになるとか、将来の業界のためになるとか、あるいは図書券でマスターキー的な役割をさせるとかは、まさに知的な義務の部分ではないかと思うんです。

ですからまず感動があって、それをいろいろ技術的に展開していってという順かな筋道、意づかいがあるように思うんです。これを十分かみしめて、われわれとしては仕事に取り組んでいきたい。あらゆる機会に、社会現象化するようなことを心掛けていきたい。例えば帝国大一の「知識革命」という本がいま非常に売れていますね。価値を知った革命をしていこう、そういった意識が大切な言の中になるということです。

出版文化の未来のためにも、「サン・ジョルディの日」の運動を進める。いま若い人たちは新人類などと言われていますが、そういう若い人たちにも受ける行事になっていくのではないかと思うわけです。

松橋　個々の書店の対応をお願いしたいんですが、これ

CREATION
Nitten
書店づくりのパイオニア
株式会社ニッテン
本社 東京都千代田区神田錦町1-8-13 電話03-(291)-7704代 〒101
TEL 293-7704代 〒101
千葉 千葉市中央区登戸2-8-8 電話0472-(65)-2668 〒260
TEL 0472-65-2668 〒260

はやっぱりパフォーマンスというか、仕掛けがまず必要だと思います。仕掛けとして本のくじを出すとか、いろんなプールを送る。ポスターを立派につくる。カバー、ラッピングの材料を送る。しおり、パンフレット、チラシ、というツール、仕掛けがものすごく大事です。

それともう一つの仕掛けは、七大都市でやるイベントも全国の書店の店頭で、これが行われるための一つの仕掛けというふうに、全国の書店さんにはご理解をいただく。ただ、仕掛けだけでは魂が入らない。

いまの書店に求められることは、情報化時代などと言っているけれども、情報化時代というのはコンピューターを使うことだとか、ニューメディアだとかいきなり飛ぶんじゃない。お客様にどうやって情報を伝達するか、お客様とコミュニケーションをどうもつかということがまず基本です。人間と人間とのコミュニケーションがまず原点だと思うんです。それを書店が全く新言のサービスで、お金と品物の受け渡しでコックリしているような状況では、情報化時代の書店として生き抜けないと思う。やはりお客様とのコンサルティング・セールスがどうできるかが問題でしょう。

この贈り物を選ぶときに、当然そこに相談をかけられますね。お客様と会話がなければこの行事は成功しない。お客様の心をつかむことができない。これを機会に、本当にお客様とのコミュニケーションを書店の店頭で探めていく。店頭を活性化すると、そういういきいきしたものになる。そういう雰囲気で書店は、この機会を大いに利用してもらいたい。書店は「サン・ジョルディの日」を機に生まれ変わったと言われるようにしてもらいたいと思います。

キャンペーンを機会に書店の体質改善を図る

石田　そうですね。いろんな種類のツールが制作、配布されると思いますが、それについて。

谷　書店さんにお配りする基本的なツール類は、柱、ポスターとかしおり、チラシ、パンフレット。これは大変立派なものを二百五十万円、トラックで膨大な量です。とにかくいろんな要素を含めても、それだけの部数を出してやるキャンペーンは少ないわけです。

松信　それと「サン・ジョルディの日」の本のセットね。

谷　ええ、本のセットがありますね。しかし、一番大事なことは、インナー・キャンペーンだと思うんです。外部に対してもそうですが、源泉の小売店の書店さんがいかに目覚めるか、目覚めないか、かなりの部分、大部分と言って差し支えないぐらいでしょう。盛岡から一般の人が書店さん、花屋さんに押しかければ結構なことですが、そんなわけにはいかないでしょう。

ですからいま松信会長がおっしゃったように、この機会に店員さんの教育をする。一種のQC運動をやるというように、事業としてはとらえていただきたいと思うんです。

松信　それが「サン・ジョルディの日」によるマーケット開発だけではなくて、年間を通じたマーケット開発につながるわけ。書店の体質改善につながっていくわけです。やっぱり「サン・ジョルディの日」キャンペーンを百年利

街の
書店さんの昨年の
新装・全改装実例
61書店
装飾・内装・書棚
設計施工全て直営

本年2月の新装・改装
工事実例（開店日順）

新装開店
おめでとうございます。
※ブックランド・エアポート様　（大阪府）95坪
ビッグロード様
（小山市）60坪
中島書店様
（千葉市）110坪
新支店開店
おめでとうございます。
ブックスアップル様
荻野店（厚木市）25坪
城南ブックサービス様
駅前店（品川区）25坪
※印　棚・設計監理

花実
山手総業株式会社
TEL (03)345-0873(代)

信頼に応える

リニューアルから建築まで何でも御気軽に御相談下さい

プランニング見積りは無料

書店空間の設計・施工

彩友株式会社

東京都新宿区西新宿4-28-7
電話03(378)4031㈹

用していく必要があるんじゃないかと思うわけです。

八木 ことしは業界的にも、読書推進に結びつく国際的なものが、夏から秋にかけて効分あるんです。春一番が「サン・ジョルディの日」なんですね。夏には全国学校図書館の研究大会とか、子供の本世界大会があります。五十一か国で二年にいっぺんずつ加盟国が交代でやっている。日本も東京でやる。

それから八月の末になると、国際図書館連盟の東京大会があるんです。これは二十一世紀への図書館というテーマでやることになっています。十一月には浜松町の世界貿易センタービルで、書協さんが日本の本展をやる。これは読書週間十周年記念だそうです。

松信 春一番だし、全国の店頭において行われる行事ですから、一番影響力が強い行事だと思います。裾野が一番広い行事だと思います。

石田 接続に密着した……。

竹村 確かにかたちはギフトですし、本というモノを贈るんですけど、決してモノじゃないんです。非常にソフトなもの、心なんですよ。

松信 私は本はモノじゃないと思う。心であり教養であり、学術であり文化である。娯楽でもあると思う。

竹村 モノですとやっぱり新しい文化の創出は絶対無理ですが、本と花ということになりますと、どんな切り口から攻めていっても新しい文化の創造につながると思います。

石田 小酒井さん、出版社の立場から「サン・ジョルディの日」をどう実現させていくか、伺いたいんですが。

小酒井 きっき松信会長の話で、書店さんが本当に本をよく知って、お客さんとのコミュニケーションをとっていかなければいけないということは、私もそのとおりだと思うわけです。

そういう意味で言えば、確かにこれは第一回目だから図書の選選は多分必要だっただろう。各地区のイベントが一つの呼び水と同じように、図書そのものも呼び水ではあったんじゃないかと思うんだけど、本来的にいえば、ある書店さんは例えば学習参考書を中心に売っている書店さんがあったりする。そういうところはそういうところなりに、その書店さんの客層を考えた中で、それぞれ特色をもった図選をそれぞれの書店さんでつくっていただけるとすごく面白いんじゃないか。

出版社としてさっきおっしゃいましたが、書協の立場をなかなか離れるわけにいかないので、書協としてものを言えば、ボーイフレンドを医者にしたいので医学書の入門書を贈るとか、そういうことがあってもいいんじゃないか。

「サン・ジョルディの日」の贈りものには、あらゆる種類の本が全部該当するんだというかたちが、早くできあがってほしいと思いますね。

石田 長時間にわたる対話、本当にありがとうございました。4月23日の「サン・ジョルディの日」に本が図書のものに出る。例えばワゴンに乗せられるとか、街の中に出ていける。虫干しされ、本どころが春をうたうという感じ、本の喜びの声が伝わってくるんです。ぜひとも成功させるよう協力していきたいと思います。

（1986・1・23）

日販指定業者

NIKKO

■Architect
■Book shopdesign
■Interior & Exterior

■繁栄する書店

造りの企画、設計、施工から監理まで。

株式会社ニッコー工芸建設

本社工場　茨城県水戸市赤塚2-2828　TEL 0292-51-4121　FAX 0292-54-1571

東京支店　東京都千代田区内神田3-6-13 玉栄神田内ビルフ7　TEL 03-258-2515　FAX 03-258-2518

学園都市支店　土浦市中村南4-13-54ハイツ　TEL 0298-43-2515　FAX 0298-43-2879

ご リースも承っております。
(株) カルチャーリース
指定販売提携会社

「サン・ジョルディの日」ギフト向け推せん100選図書

（価格は税込）

＜筑摩書房＞
銀河鉄道の夜　宮沢賢治
子どもの季節　安野光雅
愛と平和の絵本　いわさきちひろ
西洋古都　安野光雅

＜岩波書店＞
鏡のなかの鏡　M・エンデ
星の王子さま　サン・テグジュペリ
はてしない物語　M・エンデ
術語集　中村雄二郎
戦後思想を考える　日高六郎
岩波基本六法　[illegible]
広辞苑　第3版　新村出編

＜旺文社＞
現代視点・中国の群像⑨　諸葛孔明　旺文社編
現代視点・戦国・幕末の群像⑩　坂本龍馬・高杉晋作　旺文社編

＜音楽之友社＞
音楽への旅　森本哲郎
芸術のひびき　[illegible]

＜偕成社＞
ももいろ　[illegible]
車のわかれ　[illegible]ほか

＜実業之日本社＞
努力しないで英語がものになる法　[illegible]

＜角川書店＞
スヌーピーの英和辞典　C・M・シュルツ

＜河出書房新社＞
[illegible]　[illegible]ほか

カラーコーディネイション　[illegible]ほか
ニューヨーク・スケッチブック　ピート・ハミル
愛人　M・デュラス

＜紀伊國屋書店出版部＞
愛するということ　E・フロム

＜金の星社＞
いもようこの世界　いもとようこ

＜暮しの手帖社＞
すてきなあなたに　大橋鎭子編著

＜勁草書房＞
構造と力　浅田彰

＜講談社＞
国語・漢和と情報の辞典　講談社編
文章読本　[illegible]
現代文章作法　講談社編
人はなぜ強くなければならないか　[illegible]

＜集英社＞
風の歌を聴け　村上春樹
羊をめぐる冒険　村上春樹
ぼくを探しに　S・シルヴァスタイン
松下幸之助がソニー [illegible]　[illegible]

＜新潮社＞
パンツをはいたサル　栗本慎一郎
甘えの構造　土居健郎
甘えの [illegible]　土居健郎

＜サイマル出版会＞
コアラの本　W・ハミルトンほか

機密小説の翻訳　[illegible]

＜三一書房＞
ふしぎ [illegible]　[illegible]編

＜三省堂＞
ジュニア英和・和英辞典　三省堂編修所編
コンサイス外来語辞典　三省堂編修所編

＜小学館＞
[illegible]　井上ひさし
大人のための [illegible]　[illegible]
事業の [illegible]　[illegible]
[illegible]　井上ひさし
世界の終りとハードボイルド・ワンダーランド　村上春樹

＜集英社＞
ビートルズの詩の世界　[illegible]
ベスト・フレンド　M・ニューマンほか

＜新潮社＞
[illegible]　[illegible]
[illegible]　[illegible]
[illegible]　[illegible]
[illegible]　[illegible]

＜主婦と生活社＞
野外 [illegible]　主婦と生活社編
[illegible]　[illegible]

＜小学館＞
日本国 [illegible]　[illegible]
[illegible]　J・エンジェル

＜晶文社＞
ほなみちゃん、いってらっしゃい　[illegible]
結婚しないで生きるには　L・サンガー
バックパッキング教書　[illegible]

＜誠文堂新光社＞
笑いの [illegible]　[illegible]

＜創元社＞
人を動かす　D・カーネギー

＜草思社＞
ツルはなぜ一本足で眠るのか　小原秀雄ほか
暮らしの [illegible]　[illegible]
[illegible]　[illegible]

＜大和書房＞
現代の名言　[illegible]
三毛猫ホームズ [illegible]　赤川次郎

＜筑摩書房＞
ヘルメスの音楽　浅田彰
[illegible]　[illegible]

＜中央公論社＞
柔らかい個人主義の誕生　山崎正和
宇宙からの帰還　立花隆

＜TBSブリタニカ＞
ジャパン　アズ　ナンバーワン　E・F・ヴォーゲル
不確実性の時代　ガルブレイス

＜文朝社＞
なぜなにキーワード図鑑　山崎[illegible]
東京エスニック料理読本　[illegible]

＜東京書籍＞
自由からの逃走　E・フロム

＜童心社＞
わたしがちいさかったときに　長田新編

＜日本放送出版協会＞
若きサムライのために　三島由紀夫

＜日本交通公社出版事業局＞
日本の名旅館　日本交通公社出版事業局編

＜日本実業出版社＞
「四字熟語」の辞典　[illegible]
自己啓発のすすめ　[illegible]

＜日本放送出版協会＞
シルクロード 絲綢之路⑩　日中共同取材
21世紀は警告する①　NHK取材班
NHKルーブル美術館Ⅰ　日仏共同制作
自炊する人のやさしい料理　NHK編

＜白水社＞
ライ麦畑でつかまえて　サリンジャー
チボー家の人々 全13巻　R・M・デュ・ガール

＜早川書房＞
アルジャーノンに花束を　ダニエル・キイス

＜PHP研究所＞
仕事が嫌になったとき読む本　[illegible]
[illegible]（上・下）　[illegible]
信じる「愛」を持っていますか　[illegible]

＜評論社＞
指輪物語 全6冊　トールキン

＜冨山房＞
まよなかのだいどころ　M・センダック

＜文化出版局＞
にんげんだもの　相田みつを
[illegible]から見た世界　[illegible]
[illegible]　[illegible]
[illegible]の四季物語　[illegible]

＜文藝春秋＞
[illegible]①②③　[illegible]
[illegible]　[illegible]

＜平凡社＞
ひとひらの雪（上・下）　渡辺淳一
常用日本地図帳　[illegible]ほか監修
常用世界地図帳　[illegible]ほか監修

＜保育社＞
万葉の [illegible]　[illegible]

＜ほるぷ出版＞
愛の書物伝説　サン・ジョルディ物語　[illegible]ほか

＜三笠書房＞
シンデレラコンプレックス　C・ダウリング

＜山と渓谷社＞
ミニヤコンカ奇跡の生還　松田宏也

＜立風書房＞
パパラギ　[illegible]訳

＜理論社＞
太陽の子　灰谷健次郎
兎の眼　灰谷健次郎
北の国から（前・後編）　倉本聰

合計50社　100点