

<Pulsus>

図書館と出版社

長く早稲田大学図書館員として奉仕してきた。様々な業務の中で選書の担当も経てきたが、和書の選書ツールを毎日読んでみると、出版社（版元）の出版物の内容に傾向が見えてくる。この分野ならば〇〇書店、この言語ならば△△書房、という感覚である。各社うまく棲み分けが出来ているな、などと思ったりしていた。

ある時、大学の出版部へ出向することとなった。出版社の仕事といえば、概ね編集・企画と営業・販促に分かれると思うが、私は営業・販売ならびに広報や製品（書籍）管理といった総務的な業務も兼ねていた。営業先は、出版社の場合は書店が主である。書店といっても神保町や池袋にある大きな本屋だけではなく、大学の生協書籍部や購買店、大手書店チェーンの全国各営業所、加えてAmazon やヨドバシ.comのようなEC書店もある。こういった所に定期販促をかけ、自社新刊が発刊された際には事前予約を取ってくるのも出版社の営業の中心的な仕事であろう。

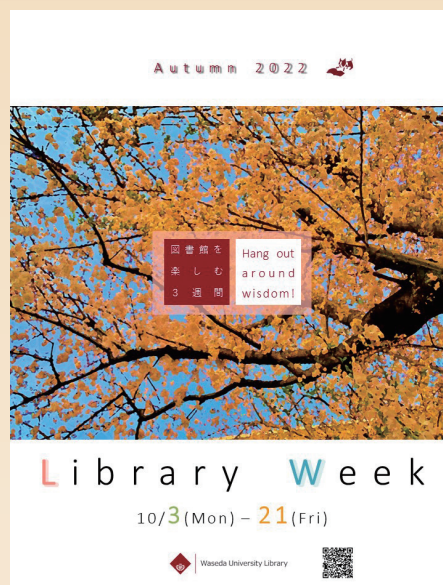
さて大学の出版部という性質上、制作する書籍は学術出版物が多い。出向するまでは学術情報を蓄積し利用可能な状態に加工してユーザーへ提供する役割だったのが、反対に学術情報を生産する立場となった。コペルニクス的転回といえるが、するとこれまで見ていなかった事象があることに気付く。例えば、必ずしも全ての出版社がそうだとは言いきれないが、国内の多くの出版社は企画や制作の際には著者指向であり、プロダクトアウトの体裁をとっている所がいまだに主流で、特に学術出版社に至ってはその傾向が濃い。また、図書館や大学は書籍の電子化や制作、販売を国内版元へ強く要望するが、そのような機関向け電子書籍を出版社は簡単には制作しない事実も出版業界に入ってから気付いたことである。もう一つ、書籍の価格設定は主に出版社が決定するが、この点において様々な事情があって、世界水準からみて日本国内で出版される本（特に学術書）の価格は随分と低い。このことはあまり大学や図書館側へ知られていない。

このような出版社勤務を経て図書館員として再度振り返ると、出版社への見方もかつてから少し変化している。何気なく送付されてくる新刊チラシ1枚を取ってみても、その意味や背景を推察するようになったのである。

図書館員が、学術情報を産出している出版社の役割や内実を理解するためにも、今後とも図書館と出版社との間で相互交流の仕組みがあればいいと感じている。

小川 渡（理工学図書館担当課長）

<ライブラリー・ウィークのご案内>



図書館の利用促進を目的とした新入生歓迎イベント「ライブラリー・ウィーク」。2022年度秋もオンラインを活用して、クイズ、トークイベント、セルフツアー、展示企画など盛りだくさんの3週間 [10/3-21] です。

※詳細は図書館 Web サイトでご確認ください。

<図書館日誌：2022年1月～8月>

- 2.2 春季休業期間につき開館時間短縮（3/31まで）
- 2.3 電子媒体検討委員会（第3回）
- 3.1 図書連携協議会（第4回）
- 3.7 学習支援連携委員会（第2回）[メール審議 3/18まで]
- 3.23 企画展示「遺す、写す、広める。一東西の写本展」（4/28まで）
- 4.4 Library Weekを開催（4/28まで）
- 6.7 図書館情報検索ワークショップ 2022年度春学期を開催（7/8まで）
- 6.16 電子媒体検討委員会（第1回）
- 6.27 図書連携協議会（第1回）
- 7.15 夏季長期貸出（9/11まで）
- 7.30 夏季休業期間につき開館時間短縮（9/20まで）
- 8.6 オープンキャンパスに伴う中央図書館自由見学（8/7まで）