



お客様向けに書店さんが発行しているフリーペーパー。お客様にとって重要な情報源のひとつでもあると思います。そこで今回は紀伊國屋書店本町店さんが発行する、とっても気になるフリーペーパーをご紹介します。

紀伊國屋書店本町店さんが発行する『文芸通信』(正式名:『文芸と文庫通信』)。作っているのは文芸書担当の岸田さんと、文庫担当の萩本さんのおふたり。手書きの絵や文字は萩本さんが担当。「おすすめ既刊本」や「おすすめ作家さん」のコーナー、新刊案内、ランキング、担当者コラム…と内容は盛り沢山。「キリバス2007」*注で1位に輝いた『サクリファイス』をいち早く紹介していたのもこの『文芸通信』でした。ただの「書籍紹介」ではない、熱意と温かさが伝わるフリーペーパーです。*注「キリバス」とは…紀伊國屋書店さんが「自分で実際に読んでみて面白かったらお客様にぜひオススメしたい本」を全従業員さんから募り、その中から30点を選出したものです。

いつ頃からこの「文芸通信」を作り始めたのですか？

2005年9月から作り始め、月に1回のペースで出しています。もともと作りたいと言いついたのは萩本なんです。私もそういう新刊案内とか作ってみたいなあとは思っていたんですけど、なにせ字とか書くのが苦手で。そんな時、萩本から「フリーペーパーを作りたいんですけど」と提案があり、ふたりで盛り上がり、やろうやろう！ということになりました。

原稿は、文庫の書評は私が、文芸書の書評と担当者コラムは岸田が書いています。原稿をもらってからの作業は私が好きなように書いて進めていく感じです。

「文芸通信」を始めようと思われたきっかけ、重荷はなんですか？

もともと私はフリーペーパーを書いたり作ったりするのが好きで、それで趣味をどうにか仕事に活かせないかと思ったのがきっかけです。

かなり手のこんだ作りですね。作成にはどれくらいの時間がかかっているのですか？

書き始めてからはだいたい1週間とちょっとです。お休みの日に一生懸命書いて、あとは夜仕事から帰って家でちよとずう…。

紙面の内容は、最初からこのスタイルでやっていたのですか？

昔は「装丁買いのすすめ」なんていうコーナーもありましたが、ボツになりました(笑) 今まで色々試してみても今のこのスタイルに落ち着いたもので、それも長く続いている秘訣かもしれません。

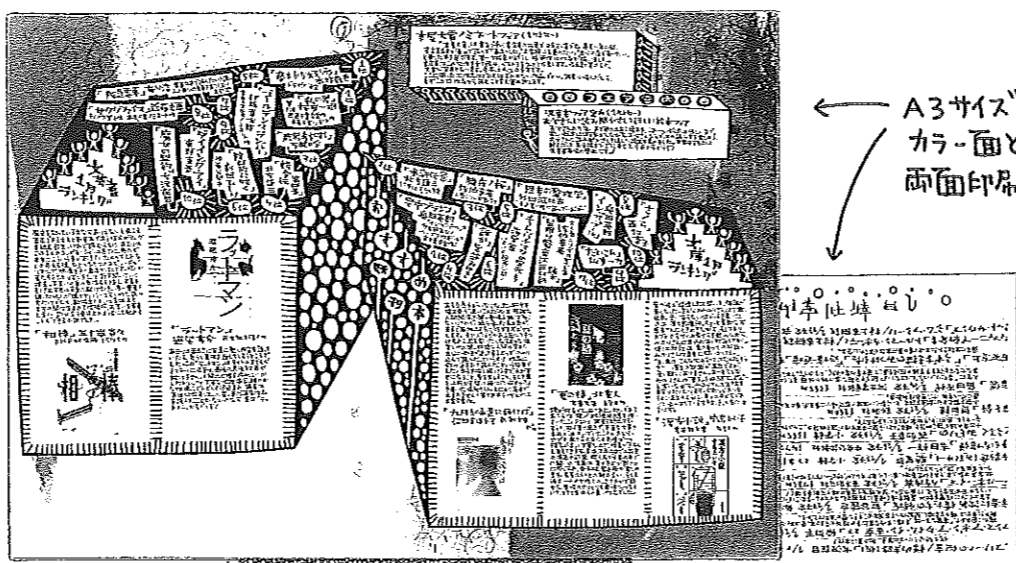
「おすすめ既刊本」はどのように選んでいるのですか？

文庫の場合は、あらかじめその月に発売されるラインナップがわかっているので、その中から、「あ、これ文芸通信に載せようかな」という感じで選んで、読んでいきます。

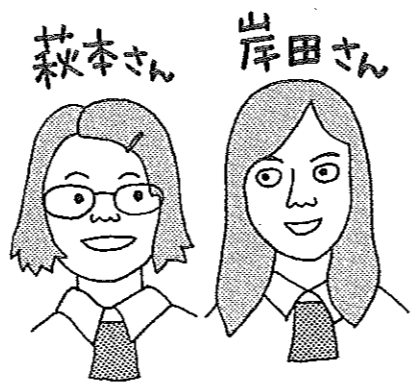
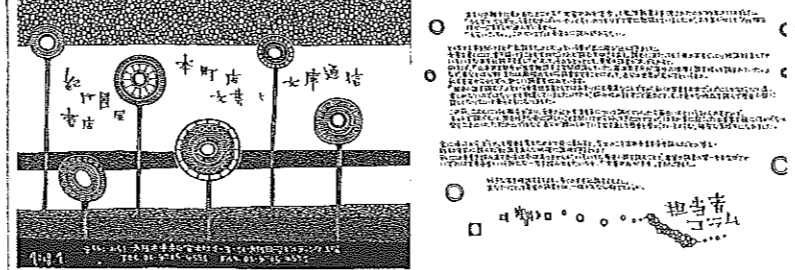
文芸書の方は、ひと月の間で色々読んだものをノートに書いてストックしておき、その中からお客様におすすめしたいものを選んでいきます。ビジネス街なので中高年向けのものを意識して読むこともあります。あとは、おすすめしていきたい作家さんのものを読んだり、売れ筋のものを選ぶことも勿論ありますが、基本的には自分たちが読んでいないとおすすめできませんので。

デザインや技術面で工夫している点はありますか？

デザインのアイデアは書く前になんとなく頭にあって、あとは雑誌などを参考にしながら



A3サイズ
カラ・面と白黒面の
両面印刷。それを4つ折り
にしてあります。

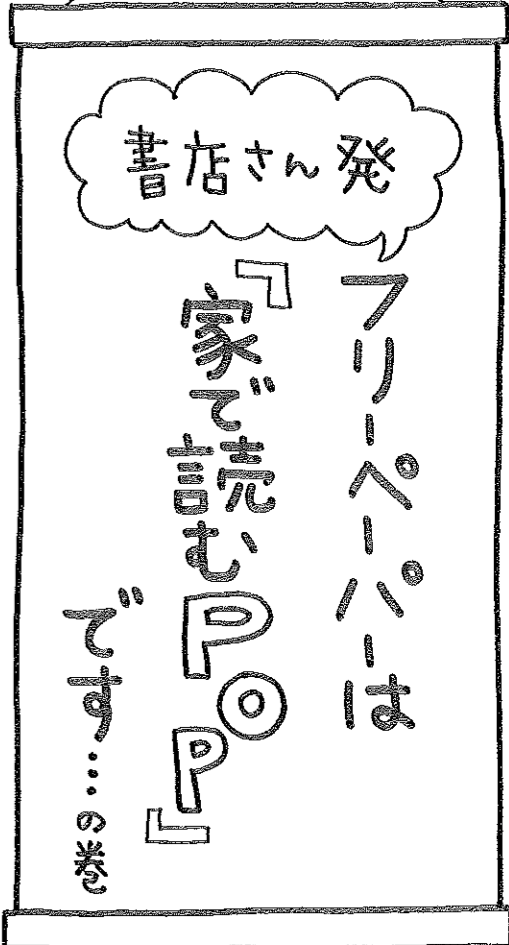


いつもお客様へどんなメッセージを込めて書いていますか？

お客様に本をおすすめしていくうちの一環としてこれを書いているので、「家で読んでもらえるPOPのようなイメージで書いています。これを読んで自分が読みたい本を見つけてもらえればそれが一番嬉しいですし、きたらそこから他の人にもすすめてほしい。そして読者が増えてほしい。本を読むことは趣味のひとつであって、なかなか趣味にお金をかけられないとは思いますが、生きていく中で本を読むことはとても大切なことだと思うので、自分の知識を増やしたり、いろんな気持ちを汲み取ることができたり…。そういう本に出会う機会を多くの人に持ってもらいたいと思っています。なので、なにか本を読んで面白かったら他の人にもすすめてほしい！」という気持ちが強いです。

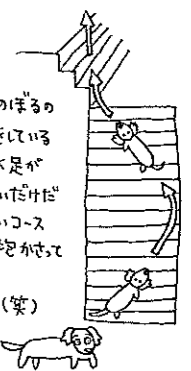
うらなにつぎます。

紀伊國屋書店本町店さん
99年11月オープン
広さ約600坪
男性客が6~7割を占める
40~60代のビジネスマンがメイン



今日の波平さん

ペレ出版のオスは2Fにあります。そこで毎週階段をのぼるんですが、実は決まったコース取りをしているんです。理由はただ単に階段が長く足が短小から、そのまま登れないだけなんです。なかなかかたいコース取り！ちなみに…1階の扉を叩いておられるエレベーター。短くておられたいもので…(笑)



新刊インフォメーション

ご注文は同封の
注文書でお願
致します。

CD2枚付き [話しかけ&返事]で覚える 日常中国語会話

味園由美・劉曉君 / 四六並製 / 本体2000円 / CD各75分

日常よく使う表現から、旅行やビジネスで使う表現まで、あらゆる場面を想定して、全て「話しかけ&返事」のセットで2900の例文を身につけるようになっています。よく使われる話しかけ、それに応じた返事で覚えるので実践的。話しかけや返事の表現の幅もひろがります。CDで正確な音を繰り返し聞いて練習すると、中国語の話しかけが聞きとれるようになります。

CD3枚付き 文脈とCDでモルにする英単語ドリル

鈴木一朗 / 四六並製 / 本体2400円 / CD各75分

ある程度まとまった文章(1から50まであり、後半に行くにしたがって長くなります)から、重要語をドリル形式の問題と音声でしっかり身につけていきます。英語初級・中級者には、見たことはあっても実際に使いこなせない、あやふやになりがちな高校レベルの単語約2000。文章を音声で聞き、単語ごと、さらに各フレーズごとに改めて身につけるから、確実に使える知識として定着させることができます。

合本ナシの
生インタビュー!

ライブ感たっぷりの
音源を収録!

『生きたイギリス英語』を 学ぶ! 楽しむ!

イギリス好きにはたまらない一冊です。

『British English イギリス人はこう話す、こう考える』

ベレ出版 本体1900円+送料

BE POP!!

漢文が読めるようになる

幸重 敬郎 / A5並製 / 本体1600円

「将来」という熟語があります。「ショウライ」と読みます。これを漢文の規則で読むと「将(まさ)に来(きた)らん」となります。このように、私たちが何気なく使っている言葉には「漢文」の表現が多く含まれています。漢文を読む規則を知ると、漢字を使った語句の意味を正確に知るだけでなく、その語句を使った日本語の表現をみかくことにもなるのです。送り仮名、返り点のない文章まで読めることを目指します。

7月1日の本

「週刊読書人」の「ワイド特集・新書のすすめ」で、写真家・森山大道さんが書店に足を運んで、読んでみたい新書13冊をピックアップし、その本を選んだ理由を紹介していますが、これがなかなか楽しい。選ばれた13冊のテーマはバラバラです。タイトルか著者名かそれともテーマか、何かが選んだ人の視線に引かれたものばかりなのでしょう。それも大げさに構えることがなく、軽い興味のおもむくままにさりげなく選んだところが伝わってきます。新書は1日時間のドキュメンタリー番組と付き合うぐらいの軽さで読めるところがいい。値段も手ごろなのがうれしいですね。森山大道さんが選んだ13冊のなかでは新潮新書の『嫉妬の世界史』がおもしろそう。森山さんの選んだ理由は「人間の感情のなかで嫉妬という情態が一番強い。この本でゾーとしてみたい」そうです。新書は関心のあるテーマについて専門書よりもずと手軽に読むことができる。なにより文章が読みやすい、薄いのがいい。私が最近買った新書は『私家版・ユダヤ文化論』(内田樹著)、『ユダヤ人とドイツ』(大沢武男著)、『ドイツ町から町へ』(池内紀著)の3冊。前2冊は1日1冊ペースですぐ読み、『ドイツ町から町へ』はお風呂の中で少しずつ読んで、まだ読み上げていません。ドイツの町を紹介した本ですが、けっこうドイツの小さな町を旅行した気分になります。新書の棚の前に立つと、何から何まで興味深くてつい買ってしまいます。まとめて買ったバラバラの新書のタイトルから、その人の興味の一断面が透けて見えて、この週刊読書人の特集は興味深いですね。

〈ワキヤマ〉

私はもう単純にこういうフリーペーパーを作りたい! という気持ちが強かったです。相月にターゲットと並んでいる本を見ても、どの本を読めばいいのかわからないじゃないですか。そんな時にちょっとでも、かかりを作りたいんです。けど、毎月100%納得できるものが作れているとは思っていません。その月の分が出来上がったらずいぶと忘れてしまうのではなく、またすぐに「来月の文芸通信どうしよう」と考えます。毎回書く中身はまったくかわっているので、毎回新しい気持ちで書いています。基本は楽しみながら! です。

オモテ面のつぎです。

継続の秘訣は「やる気と根気でしょうか」と語るおふたり。その熱意はきっとお客様にも伝わり、読者の層がますます広がっていくことと思います。

すべて手書き! 萩本さんの技術をちょっとだけご紹介

最新号では「オイルバー」という画材(油絵具材質のクレパス)を使用。これで塗ると油絵具で塗ったような感じになるそうです。切り貼り、貼ったり、いろいろな工夫で紙面が作られています。文字は、小さい字も太くて大きい字も同じペン1本で書き上げているそうです。文字だけでもこんなにたくさんのバリエーションが。その作業の糸田さんにただただ脱帽…。これも、お客様へ本を紹介したいという強い気持ちがあるこそ。

