

BookShop

田口久美子

著 黃柏華 譯

TAGUCHI KUMIKO

書店

主題，緊緊連繫著時代與書店！

風雲錄



港台書
G 211.313.3
20091

Book Shop

田口久美子 著 黃柏華 譯

TAGUCHI KUMIKO

書店



風雲錄

書店風雲錄

作者：田口久美子(TAGUCHI KUMIKO)

譯者：黃柏華

發行人：賴任辰

總編輯：許麗雯

主編：劉綺文

編輯：呂婉君 李依蓉

企劃：張燕宜

行政：楊伯江

出版：高談文化事業有限公司

地址：台北市信義路六段76巷2弄24號1樓

電話：(02) 2726-0677

傳真：(02) 2759-4681

<http://www.cultuspeak.com.tw>

E-Mail：cultuspeak@cultuspeak.com.tw

郵撥帳號：19282592 高談文化事業有限公司

製版：松展企業有限公司 (02) 2221-8519

印刷：松霖印刷有限公司 (02) 2240-5000

圖書總經銷：凌域國際股份有限公司

電話：(02)2298-3838

傳真：(02)2298-1498

SHOTEN FULN ROKU by TAGUCHI KUMIKO. Copyright (c)2003 by TAGUCHI KUMIKO. All Rights Reserved. Originally published in Japan by HON-NO-ZASSHI-SHA, Tokyo. Chinese(in complex character only)translation rights arranged with HON-NO-ZASSHI-SHA, Japan. Through THE SAKAI AGENCY and Bardon-Chinese Media Agency.

行政院新聞局出版事業登記證局版臺省業字第890號

中文繁體字版權(c)2004 CULTUSPEAK PUBLISHING CO., LTD.

著作權所有・翻印必究

本書文字非經同意，不得轉載或公開播放

獨家版權(c) 2004 高談文化事業有限公司

2004年8月出版

定價：新台幣320元整

目錄

前言

1

西武 Book Center

7

西武・SAISON文化

97

Libro的時代

187

折扣書展

269

後記

303

前言

Libro Book Center（簡稱Libro）一九七五年於西武百貨池袋店創立，從開幕時就以「個性化」為強烈訴求。書店本來就是反映社會的鏡子，開幕時正逢日本社會朝氣蓬勃的八〇年代，迎上潮流的Libro可說是活力十足地呈現了那時「日本社會的現況」。我想這正是沒有歷史的書店才可能有的「一面明鏡」，這絕不是我「私心偏愛」，相信熟知當時Libro的愛書人士，也會認同我的說法吧。

有本書名為《動物化的後現代主義》（東浩紀 講談社現代新書），讓我從以前到現在的客群變化，有了耳目一新的觀點及啟發。這本書的引言裡是這樣寫的：

後現代主義（略）在八〇年代中期成為年輕世代的流行思想，而傳播到大學外，然後隨著時代而被淡忘。日本流行思想的後現代主義，常以「新學院派」稱之。

這段文字吸引了我的目光，讓我覺得「這就是Libro的時代背景」。正由於Libro的確與那個時代的風潮分毫不差地結合，因此也深刻留在那時代「某些讀者群」的記憶裡。

Libro到現在依然讓特定讀者群津津樂道。為什麼是「Libro」？「Libro」又是怎樣被打造出來的？我想要整理其中的來龍去脈。該公司從一九七五年創立後的十年間，書籍賣場通稱為西武Book Center，Libro是一九八五年從西武百貨獨立後的名字，不過本文一律簡稱為Libro，沒有特別指出的Libro都是指池袋店。另外，我在一九七六年進入公司，八〇年代裡我沒有在池袋店服務過，只是個遊走於船橋店與涉谷店的旁觀者，直到九〇年代才成為急忙參與的遲到當事人。

Libro之所以為Libro，有幾點理由。首先，西武百貨在蒸蒸日上的泡沫經濟期間，提攜了「SAISON文化」，Libro是以書籍部門的身分與出版部門的Libroport合作，成為「SAISON文化」的核心；換句話說，西武百貨因全力支持Book Center，而成為「SAISON文化」的成員，但相對的，後來的「SAISON集團首腦堤清二引退」一事，也嚴重衝擊到Libro在百貨公司內的地位，可以說是「因果循環」。

一九八二年，Libro為了達成「將書店變成文化據點」的目標，延攬了重要的核心人物——西武前橋店書籍賣場的今泉正光，他的風格決定了之後的Libro。其實更可以說因為當時書

籍部部長，也就是後來Libro社長的小川道明，以開闊胸襟完全地信任今泉，放手讓今泉發揮，才造就了後來的Libro。時光飛逝，隨著SAISON集團體制的變化，一九九五年小川就像被流放般地從Libro退休，他在歡送會中說道：「我在公司裡，只做了一件別人都不敢做的事，那就是提拔今泉、中村（中村文孝，開店成員，當時的總店幹部。Libro時代的賣場的規劃概念主要由中村負責），還有田口三人。」他這樣說是平常就喜歡講無聊笑話？還是暗示他內心後悔？沒人知道。小川在隔年的九六年過世，享年六十七歲。而本書預定出場的四個主要人物，就是以小川為首，再加上我們三個人。

第三個重要原因應該還是東浩紀指出的當時的思想狀況吧。當時正處於後現代主義時代，「新學院派、街頭的流行思想」的據點之一就是書店。本來就是人文書籍中毒分子的今泉，如魚得水般地将Libro建立為「新學院派」的堡壘，「精神世界的書本」——新世紀思潮的著作，在整個賣場也很活躍。

除了以上所述，最後一個原因則單純是因為Libro是個新生代的書店。戰後書店界的領導者一直都是紀伊國屋書店，許多書店的發展都是依循紀伊國屋型式，以一句話來大膽地形容，

就是「以暢銷作品爲主，重視銷售量的賣場」，這也相當反映了戰後書籍流通與販售的歷史。可是，體制內有一批購買群始終都沒被照顧到，我想，Libro型的書店對他們來說是非常新鮮的。一九七五年創立，核心份子幾乎都是其他書店淘汰員工的Libro，捨棄業界的慣例，慢慢地致力於書架的建構。以「建構書架（如何排架）」爲標榜，向讀者宣傳自己的書店，Libro或許是第一個吧。換句話說，Libro把這當作戰略，毫不猶豫地向大眾展示自己的選擇。而Libro的特色書架，大家都叫它「今泉書架」。

以上就是「Libro Story」的概要。因爲從沒想過有天要將這故事寫出來，我擔心可能會記錯許多細節，但電話那頭的今泉爲了安撫我說：「沒關係，差不多就好，已經沒人記得了。」儘管懷疑他說的話，但連現在的同事中村也對我說：「啊，沒辦法，我幾乎都忘光了。」所以，若有謬誤的地方還請見諒。就這樣，我戒慎恐懼地開始寫作。

我想，只有寫下Libro的足跡，才能重現戰後日本書店的剖面史。

下面對已經知道的讀者可能是多此一舉，不過我還非得說明一下，在本書中頻頻出現，創立時間跟Libro差不多的淳久堂書店，九七年八月隔著明治街在Libro附近開設池袋分店，是

日本最大的書店（現約兩千坪），同年離開Libro的中村與我，現在也在這間公司服務。因為淳久堂的出現，大型書店林立的池袋就成為日本最大的「書店街」。淳久堂也是二〇〇〇年的書店業颱風眼，究竟是怎樣的機緣，我能前後處在兩個颱風眼的中心？而正因為是「颱風眼」，平常雖然很平靜，有時也是會刮起暴風的。

最後還有一件事，我省略了文中許多登場人士的敬稱，無論是曾經一起工作的伙伴，或是我尊敬的諸位，先在這裡請求你們的諒解。

西武 Book Center

1

前幾年，經濟蕭條的年代剛開始沒多久，結束了十幾年旅美生活返國的老友驚訝地對我說：

「真令人不敢相信，過了快二十年，我參加出版社聚會，當時的同仁大部分都還在，只是年紀增長了而已嘛，幾乎所有人都跟我剛認識他們的時候一樣，還在同一間公司工作。這種事在美國幾乎不可能，我還以為日本現在也是這樣呢。」

「原來如此，日本的出版業，特別是出版社，還真是平穩哪。」我報以苦笑。想必也有許多業界的人，對緊張忙碌但仍咬緊牙關一路走來的出版之路，感到十分懷念吧。事實上從每年的成長率來看，出版產業一直到前幾年為止，都一直是穩定成長著。

這陣子我常常在想，我現在正著手的這本書的有關一切——意指寫作、編輯印刷、銷售流通與閱讀——是什麼時候埋下了變因呢？一想到沒有特別重大的轉折點，只是細微變化的累積，就變成今天這個地步，實在讓人很困惑。可以確定的是，跟書有關的環境在幾年前達到了巔峰，之後就逐漸地惡化。可以說，Libro崛起的八〇年代是書店界最後一個平穩而幸運的年代。

Libro在一九七五年開幕，緊接著在七六年，一開始只在地方上有知名度，但九〇年代後半開始迅速成長的淳久堂書店，在神戶誕生，然後八重洲Book Center（以下稱八重洲BC）在七八年成立，當時引起了廣大的迴響。

而在雨後春筍般的七〇年代之後，全國性大型連鎖書店的開幕熱潮突然不可思議地停止了。直到九六年阪神集團出資的Book First進軍市場為止（成長的可能性還是未知數），這期間就只有像八一年的三省堂大改裝、九六年的紀伊國屋書店新宿南口店成立，這種擴大裝潢原本店面或增加新分店的書店戰爭（參戰的書店除了上述五家，再加上丸善、旭屋以及二〇〇〇年倒閉的駿駿堂）。

八重洲B C能在出版界引起旋風，是因為它賣場面積規模是當時日本第一，不過跟鹿島建設這種不同產業，而且還是日本大型企業的跨界經營也有關。已經過世的社長遺言中揭示了他的基本理念：「創立無論什麼書都能馬上買到手的書店」，對書店界而言，這個出發點讓人會不禁低頭感嘆：「啊，真是太令人佩服了」，對小型出版社來說，則得到「我們公司的出版物能在書店長期鋪貨」的鼓勵。

讀者果然也期待大型書店很久了。聽說開幕當天打烊後，檢查書架的店員們驚訝地發現，原本架上滿滿的書因減少而幾乎倒下，這樣根本無法滿足客人的需求，於是隔日提早打烊，急忙調書補貨。八重洲B C帶領書店業進入長期的大型化時代。

書店業開始出現明顯變化的七〇年代，書店的現場究竟是什麼樣子？當時在書店職員工作情形又是如何？跟八〇年代颯風眼的「J.D.h.o」又有哪裡不一樣呢？

當時東京都內有名的大型書店包括紀伊國屋、三省堂，再加上丸善（日本橋）、大盛堂（涉谷）與芳林堂（池袋）。每家的賣場面積大多是五百坪左右，或是低於五百坪。

我有兩位朋友。一位是田畑彩子，一九六七年，十八歲進入紀伊國屋本店（新宿）工作，

七二年請辭，之後歷經 Libro 與 New Art 西武（西武百貨的外文書部門）等店，現在是東急線代官山車站前一家小書店的店長（各位，小書店真的很辛苦，請多多支持他們）。另一位是立川治直，七〇年，十八歲時進入神田三省堂工作，八〇年請辭，之後在 Libro 與文泉堂任職過，現在獨自經營書籍經銷代理公司（想要找經銷代理商的出版社，請務必找他）。

兩人回答我的問題前，都事先聲明他們那時是連左右都分不清楚的菜鳥，對公司的經營方針也沒興趣，這一點請大家了解。

首先由田畑彩子開始。

我的起薪是二萬一千元，在專業書籍賣場裡工作。當時的專業書籍分成政經（政治・經濟與其他）與自然科學（理工書）兩類，我一直是負責政經類。人文書？在紀伊國屋，這劃分在政經類裡，所以剛進 Libro 時，我對人文書（按 Libro 的分類，歷史、哲學、宗教、教育、心理、社會都在人文・社會裡）獨立一區感到非常吃驚，它頗佳的銷售量更嚇了我一跳。紀伊國屋的二樓除了專業書籍，還有文藝書、文庫新書與工具書，樓層面積大

概有一百五十坪，全都擠在這狹小的空間裡。雜誌？有嗎？我不太記得了。漫畫？我想那時還沒出現像現在新書大小的版本。同一層樓還有唱片行與裡面的咖啡廳。三樓是參考書、童書與外文書。四樓是美術書跟紀伊國屋會堂。那時丸善（日本橋本店）大概是日本營業額最高的書店。

早上到店裡後，先折書套，然後在書套上蓋日期印章，為什麼？這是為了防範聲稱買錯書而拿來換的客人，那時幾乎都不回應這種問題的。會不會太高高在上了點？對呀，現在回想起來是太高傲了點。

在應付這些事的同時，推車會送來各類的書分給負責的店員。我負責的書架只有四個，所以書名與排列順序全都倒背如流。哪本書賣得好也瞭若指掌。那時每天的新書也不是很多，書一下子就全部上架了，不過當時買氣真的很好，必須隨時補貨，一天內得多次來回地下樓的倉庫。

訂新書？那是訂貨部門的工作，負責賣場的人沒有下訂單的權力。如何追加暢銷書的訂單？嗯……會回收書條（夾在書裡用來訂貨、記錄賣量的條單，通常店員在書賣出後，透

過書條可以知道每本書的銷量，再追加訂單），所以不可能不知道銷售狀況如何。回收給誰？訂貨部門。現在想起來，訂貨的力量真大，我們依出版社的目錄及客人的訂單，來進一些應該很好賣或是很有趣的書，Libco能讓賣場的店員自由地追加訂單，實在令人很高興。

我曾在櫃台收銀，也做過販售的工作。當時不只是我，整個店的待客態度應該稱得上有些高傲吧。因此進入西武百貨後，我最吃驚的就是這裡的待客方式簡直把顧客奉為神明，連細微的用字遣詞都要注意（當時各賣場有被稱為Sister的指導員，觀察每個人的言行舉止）。指導員怎麼說，我們就必須怎麼做，一整天對客人鞠躬哈腰，我那時還覺得：在這公司待不久吧（我那時也有這種想法）。現在的我又會怎麼想？我已經成熟了，所以：…（我也是）。不過要先澄清一點，那個年代無論是哪家書店，對客人都很冷淡。

紀伊國屋時代有哪些特別暢銷的書？我已經不太記得了，不過政經類的話，應該是大學的教科書吧。好比有斐閣雙書系列（民法、刑法與政治學等等）就賣得非常好。還有？麥克魯漢、馬克思·韋伯，經濟類大概是杜拉克吧。這麼一說讓我想起，那時Diamond公司