

2017. 8. 29a.

JACET 企画ワークショップ（出版のすすめ）

ひつじ書房 松本功

学術書（研究書）の出版について、イノベーション理論を参考に考える（文書版）

【予稿集に書いたこと】学術出版というものについての先生方の方で、すでにイメージがあるかとも思いますが、研究ジャンルなどによって、多様な出版社のあり方があると思われま。ひつじ書房は、言語学を中心として、言語教育の分野の研究書を刊行しています。みな様、あまりご存じないと思われる学術出版社の特徴についてお話しします。

ただ、学術出版社といいましても、商業性の高く、部数の多い学術書を刊行する岩波書店のような出版社から、内容の価値は高くても、刊行部数が少なく商業性の低い書籍を刊行する学術出版社もありますので、幅があります。学術書を刊行物の中心とする出版社から、教科書類を中心に出していて、その一方で学術書を刊行する出版社もあります。実は役割も一様ではなく、様々あります。多様性を踏まえながら、具体例としてひつじ書房のスタンスを説明したいと思います。

そのような多様性の説明の中で、どういう目的とどういう採算性と規模を考えているかということをお伝えした上で、研究者の方々、教育者の方々との接点を探りたいと思います。学術出版社の立場で、こんなふうを考えてみてはどうですかというようにいくつかの提案を申し上げます。本にすることについてどういう気持ちでいていただきたいか、出版社の意向のどういう点を理解してほしいのかをお伝えします。さらに、実際に書籍を出版したいと思われた時にどういうことを考えていただけたら、出版社とのコミュニケーションがスムーズに行くのかなどをお話しします。具体的な企画が動いていくプロセスや、

実際に原稿を書いたり、提出する段階で必要な執筆についてのキーになるポイント、編者になった時にこころがけていただきたいことなどできるだけ具体的にお話しできればと考えています。日本学会議の研究成果公開促進費（いわゆる出版助成金）についても、お話しできればと思います。

●1 学術書の範囲

学術書とは何か、というのを分類します。

- 1) 学術的要素のある本
- 2) 学術書そのものである本

1であれば、岩波新書、中公新書、様々な新書の中にも学術書は存在します。

ここでは、ふれません。

2を考えます。学術的な研究の書籍ということで、研究書ということになります。ここでは、学術的な啓蒙書は除外されます。今は、まだ、通説になっていない新しい研究、従来、通説だと思われてきた内容に対して新しい考えを提示する書籍を学術書と呼びます。私は研究書と呼びたいと思っています。研究書と学術書は少し違いがあります。研究ということばは、真理を極めようという目的ですが、学術書は学術的な価値を持っている書ということで結果だと思えます。

ここでは、研究書と呼びます。

●2 イノベーション理論から見た研究書

イノベーションとは、wikiによれば

イノベーションは、1911年に、オーストリア出身の経済学者であるヨーゼフ・シュンペーター[2]によって、初めて定義された。

シュンペーターはイノベーションを、経済活動の中で生産手段や資源、労働力などをそれまでとは異なる仕方で新結合することと定義した[3]。そしてイノベーションのタイプとして、

- 新しい財貨すなわち消費者の間でまだ知られていない財貨、あるいは新しい品質の財貨の生産
 - 新しい生産方法の導入
 - 新しい販路の開拓
 - 原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得
 - 新しい組織の実現
- という5つを挙げている。

(<https://ja.wikipedia.org/wiki/イノベーション>)

ここで言っている「財貨」ということばを「研究」と読み替えたいと思います。

- 新しい**研究**すなわち消費者の間でまだ知られていない**研究**、あるいは新しい品質の**研究**の生産

つまり、これまでに生み出されていない研究を生み出すことが、研究のイノベーションということです。研究というものが、今までにはないもの、全面的に前提を覆すというようなことから、既存の通説を修正するという部分的な新しさということもあります。しかし、定義からして、既存のものをそのまま出すと言うことは、ありえませんが、研究とイノベーションというのは、新規性と過去のモノを否定するという点では、共通しているということができます。研究イコールイノベーションである、と言ってもいいと思います。

●3 研究者という存在規定

研究書といういい方をしますと研究者とつながります。(学術書だと学者ですね)

研究者、教育者といういい方ができますが、みなさまはご自身はどう位置づけているのでしょうか。研究者一本という考えもあると思いますが、研究者が 7 割で教育者が 3 割とか、研究者が 4 割で教育者が 6 割とか、人によって違ってくるでしょう。

ひつじ書房に期待された役割は、研究書の出版ということですので、研究者としてのみなさまに向かいましてお話ししたいと思います。

研究とは何でしょうか。何かについて研究テーマを設定して、研究を進めていくということだと思います。研究というのは研究だと答えているので、答えになっていないと思いますが、何かを研究して、何かを解き明かしたと思ったとします。それを論文というかたちで学会誌に載せます。

研究には、何かを解き明かすというプロセスとそれを発表するというプロセスがあります。発表するのは、なぜかという、それは第三者からの評価を得ることとその研究が検討され、議論され、反論されること、同意されることがあって、解き明かしが、検討され、研究が進んでいくということがあります。「言説の社会化」と呼びたいと思います。

理系の研究の場合も、実験による新しい発見を発表し、その発表を読んだ人が、追調査、追実験をして、検証し、新しい発見と評価され、普及していくというプロセスがあります。発表というものも重要なプロセスです。

研究書の出版は、この「言説の社会化」に関わっています。「言説の社会化」というのは、成功するのでしょうか。「言説の社会化」しようとしても、受け入れられないということもあります。研究が陳腐であるということかもしれません。研究は陳腐ではないのに、学会の普通の研究者たちには難しすぎたり、早すぎたりということはありません。

●4 イノベーションの普及

4.1 イノベーション普及における5つのグループ

イノベーション普及の研究は、革新的な、イノベティブな商品あるいは技術がどう普及していくか、という研究なのです。

イノベーター (Innovators : 革新者)

新しいものを進んで採用する革新的採用者のグループ。彼らは、社会の価値が自分の価値観と相容れないものと考えている。全体の 2.5% を構成する。

アーリーアダプター (Early Adopters : 初期採用者)

社会と価値観を共有しているものの、流行には敏感で、自ら情報収集を行い判断する初期少数採用者のグループ。「オピニオンリーダー」となって他のメンバーに大きな影響力を発揮することがある。全体の 13.5% を構成する。

アーリーマジョリティ (Early Majority : 前期追随者)

「ブリッジピープル」とも呼ばれる。新しい様式の採用には比較的慎重な初期多数採用者のグループ。全体の 34.0% を構成する。

レイトマジョリティ (Late Majority : 後期追随者)

「フォロワーズ」とも呼ばれる後期多数採用者のグループ。新しい様式の採用には懐疑的で、周囲の大多数が試している場面を見てから同じ選択をする。全体の 34.0% を構成する。

ラガード (Laggards : 遅滞者)

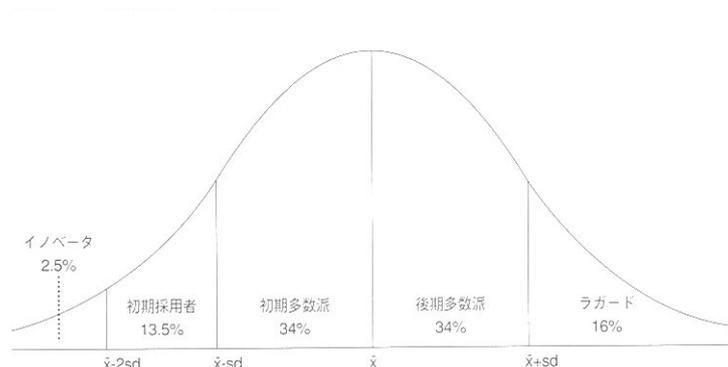
最も保守的な伝統主義者、または採用遅滞者のグループ。世の中の動きに関心が薄く、流行が一般化するまで採用しない。全体の 16.0% を構成する。中には、最後まで流行不採用を貫く者もいる。

普及率 16% の論理とキャズム

ロジャースはイノベーターとアーリーアダプターの割合を足した 16% のライン

が、商品普及のポイントであることを指摘し、これを「普及率 16%の論理」として提唱している。

(marketingis.jp/wiki/index.php)



『イノベーションの普及』（エベレット・ロジャース、2007）より

●5 研究の普及

研究書の出版は、本にできたということでは完結ではなく、人々に読まれ、受け入れられたり、反論も含めて、議論になったりすることで研究者の方の発見、考え、説が、評価され、受け入れられていくことで、研究の公共性を作っていくことに意味があります。「言説の社会化」を遂行することにあります。書籍でいえば、刊行して1冊も売れないということでは無意味です。履歴書に著書として書名を書くことはできるわけですが、それは出版したという事実だけであって、出版したことによって、研究的言論が活性化したことにはなりません。

研究書を出す出版社の仕事は、世に送り出すこととそれを広めていくことにあります。印刷して、製本して、終わりではなく、他の研究者に買って、読んでもらい、その説を世に受け入れてもらうことが重要です。余談ですが、科研費の見積もりの項目には紙代、印刷代、製本代の欄しかありません。出版社側か

らすると外注製作費ということです。出版社の仕事は、きちんと作るということに加えて、内容を確認して、間違いのできるだけないものにして、本が出た後は、書店に並べたり、学会で展示したり、1万人以上の人にダイレクトメールを送ったり、新聞に広告を出したり、興味を持っている人、興味を持ちうる人に届くように宣伝・営業を行います。

5.1 イノベーション普及理論から考える研究の普及

5.1.1 読書人口から考える

研究書は、読書人口から言いますとアーリーアダプターまでを対象としています。アーリーマジョリティは、岩波新書とか岩波講座でしょう。レイトマジョリティになれば、もっと一般書ですし、雑誌などでもその研究の内容が紹介されるということです。マジョリティがいると分かれますとそれは商売になります。商業的に成立可能ということです。

5.1.2 研究者人口から考える

イノベーターが、学会発表、アーリーアダプターが学会誌発表でしょうか。研究書は、アーリーアダプターの後半とアーリーマジョリティの前半にまたがっています。イノベーター普及理論によるとイノベーターとアーリーアダプターを合わせた16パーセントを超えることが重要な関門ということです。16パーセントを超えることによって、それは商品として成り立ち始めます。商品としては、不完全ということです。私は、その意味で、アーリーアダプターの後半とアーリーマジョリティの前半に位置する商品を「半商品」と呼んでいます。

学者の方の中には「売る」という行為を卑しい行為と思う方が居て、驚かされることがあります。人が身銭を切って、自分と同じ考えではないかもしれない方の書籍を買ってくれるということは尊敬すべきことと考えます。本を製本して、終わりではなく、売れていって、議論を巻き起こして、学問的議論が起こることがすばらしいことなのです。

残念ながら、期待したほどには売れずに、採算がとれないこともあります。そういう場合が多くありますと会社としては、社員に給料が払えませんし、継続できないことになります。この世の中から消えていくということです。いい方は悪いですが、作ってはみたけれども、返品ばかりということであれば、商売が成り立ちませんので、夜逃げしなければなりません。

余談ですが、たまに、電話で 300 ページあるんだけど、いくら必要かという、いくら負担すれば本は出せるのかというような電話が掛かってくる場合があります。これは、出版社としては返事ができないことなのです。おわかりになりますでしょうか。出版社としては、内容をお聞きしませんと値段のつけようも、何部作ったらいいのかもわかりません。テーマによっては、そのテーマを受け入れる業界的世界のことも知らないとその本の社会的な価値がわかりません。その内容が、研究書と言うよりもたくさん売れる本であれば、コストを負担していただく必要は全くありませんから、そうであれば、いくらも掛からないということになります。コストはゼロになります。しかし、そのように申し上げましても、理解して下さらない方が少なくありません。刷った部数が、そのまま売れると思っている方もいるようです。受注産業と見込み生産の産業の違いが分からないのでしょうか。受注産業であれば、1000 部注文があれば、1000 部作って納品すれば、その会社の事業は完成ですが、見込み生産の場合は、1000 部注文がある期間に入ると予想して、作ります。作った段階では、採算が取れるかはわかりません。予想した数が、売れませんと商売がなりたちませんので、夜逃げしなければなりません。先生という商売の方が、モノを作って売るといいう商売についてあまり理解できていないということがあるのかもしれない。何ページだからいくらくらいコストが掛かるというという考えは、工場の考えです。家を建てる時はそうでしょう。出版は、作って売りますので、興行と言ってもいいかもしれません。小屋を建てても、お客さんが入りませんと商売が成り立たずに、夜逃げしなければなりません。今生きている社会は、資本主義社会ですが、工場と興行（作って売ること）というものの違いが、分からない人が少なくないように思います。たまに、いきなり封建社会みたいに儲けることはけしからんという人がいて、たいへん驚きます。出版は自宅を作るのではなくて、商売をするお店を作るものなのです。

受注産業であれば、1000部作って、それを納品してその代金を受け取れば、ビジネスは、完結しますが、書籍は「興行」のようなものです。チケットを1000枚印刷しておわりではなく、コンサートで1000人のお客さんにきてもらってはじめて、ビジネスとして成立するのです。

また、イノベーションの普及理論からすると、売れることが分かっている時期、レイトマジョリティの考えです。研究は、イノベティブであればあるほど、簡単には受け入れられるものではありません。また、マジョリティの段階に入りますと売れる本を出すという商業的な出版社の方が、売る能力がありますので、研究書出版社は参入のしようがないのです。

●6 研究賞の市場規模、販売速度

研究書というのが、いかに商品として成り立ちにくいかというのを市場規模から申し上げます。新書と比較します。

新書（新書版サイズ 200 ページ）

700円で20000部とすると市場規模は1400万円です。

研究書（A5版 300 ページ）

5000円で1000部とすると500万円です。（1000部全部売れた場合）

同じ1冊でもほぼ3分の一ということです。同じ売り上げを立てるためには、3倍の冊数を作らなければなりません。

販売速度

新書

20000部を1月で売ります。1月20000部

定価での売り上げ 1400万円

研究書

1000部を5年で売ります。60ヶ月です。1月17冊です。

(売れ切れたとして。月でならしました)

定価での売り上げ8万5千円。1400万の何分の一でしょうか？

新書と比べると商売と呼びがたいと思います。

●7 刊行部数

さて、研究者のみなさんにお聞きしたいのは、研究書を出版して、ご自身の学説を社会に受け入れられるようにするのは、研究者であれば、当然のことだろうと思います。どうでしょうか？もし、研究者として研究書を出すことに自己満足ではなくて、十分な社会的な価値があると思われるのであれば、研究書を刊行するということをお考えになって下さい。研究書を出そうと思っているという前提で、これからのことはお話しします。

研究書というのは、その説が出版されていきなりメジャーになるということは少ないと思います。論争といえますか、議論されて受け入れられていくというものです。受け入れられていくためには時間がかかります。また、刊行する部数があまり多くありません。国文学系ですと300部と聞いたことがあります。岩田書院という民俗学系の出版社は300部程度のようなのです。日本史の世界は、1000部くらいではないでしょうか。言語学は600部くらいでしょうか。京都大学学術出版会の鈴木さんによると京大学術出版会の書籍は、1000部程度とのことでした。英語で書かれている書籍は、これらの半分くらいだと思います。言語学ですと300部ですね。

【300部では少ない、300部でも多い】(「新刊ニュースうらだより」2017.05 岩田書院)

<http://www.iwata-shoin.co.jp/backnews/ura/ura989.htm>

(9p 鈴木哲也・高瀬桃子 2015『学術書を書く』京都大学学術出版会)

また、ここで理解できないかもしれないのは、600部よりも300部の方がコストは掛からないので、安価にできるとみなさまは思われるかもしれないのですが、そうとも言えないということです。人間が1つの労働をするということなのです。一人の人間がたとえば、300ページの本を作るとして、出版部数が300部でも500部でも1000部でも変わりません。年間に一人で8冊くらい担当できるとして、きちんと給料を払うためには、1冊あたりの担当する編集費は部数が少ないからといって少なく済むわけではありません。したがって、部数が少ないと1冊の値段は高くなります。紙代は少なくなると思いますが、印刷製本代には部数が少ない場合に割増料金が発生します。ページ組の料金は同じです。余談として申し上げますと少ない部数でも、それを世に問うべきと考えましたら、刊行しようと思いますが、当然、高くなります。その場合にお客さんが「高い」とおっしゃるのは、消費者としての素直な発言でしょうが、「刊行するべきではない」という意味になります。普通の商売であれば、世に出さない方がいいのかもしれないかもしれません。研究に関わるというのは、本当は大量消費行動ではないので、一般消費財としては価格のアンバランスの印象を与えてしまうこともあります。300部というのは、かなり厳しい部数なので、高いと言われるとこたえるのです。

ひつじ書房では、研究書ではないジャンルで、もっと多くの読者を獲得できる書籍を「一般書」と呼びます。ひつじ書房の場合、本当に売れる本というものはだしていませんが、きちんと売れる一般書というのは、3000部以上でしょう。一般書の出版社から見ると500部だと書籍と思わないでしょう。

余談ですが、学術書は一般書と違っていて、初版の本をコツコツ売っていくものです。売れていきまして最後の方は、中身こそ痛んでいませんが、箱のシミが痛んでいたたりすることもあります。カバーの端がよれていたたりすることもあります。(学術書は売れきれますと、古書店で値段が高くなることもあります。)一般書の場合は、カバーを取り替えたりします。そうして、ある程度綺麗な状態を維持します。カバーだけ印刷して付け替えたりもします。これを業界用語で「改装」といいます。学術書の場合は、あまり改装しないで売っていきます。箱やカバーの予備がありますうちは、改装して出すのですが、最後の方は予備がなくなっていくので、改装できません。アマゾンでは実は、汚損本は取り

扱わないということになっていますので、在庫の最後の残りのような古くなっている本を新刊扱いで売ることができません。ですので、アマゾンで在庫がなくとも、出版社に最後の在庫がある場合があります。書店さんに、少しカバーが痛んでいるものでもよいとメモして注文していただければ、出荷できることもあります。これは豆知識です。ここで、申し上げたかったのは、売れるものを刊行するという一般書とは違う論理が学術書にはあるということです。

みな様にご存じないことをいくつか申し上げましたかと存じます。それらを知っていなければならぬということは全くありません。学術書の刊行には事業として成り立たせるためにいろいろと工夫がありまして、実感されないこともあるかと思えます。疑問に思われる点は、ご質問いただければお答えできます。編集者あるいは出版人は、商売人であり、職人でもあります。できるだけ、合理的に適切に仕事をしたいと思っています。そのことを尊重していただければ、ありがたいです。ご自身の感覚で、質問もせずに決めつけて断罪するようなことがあれば、いっしょに仕事をする場合によいやりかたではないと思います。それでは、いっしょに仕事をするのは困難でしょう。

●7 研究書を出そうと思うこと

さて、ここまでは前段です。これから、本題に入ります。

研究書を刊行しようと思ったとします。私は、自分の所属されている学会であれば、その学会の書籍売り場には行かれることをおすすめします。その研究の業界の中で、学会に出展しているということは、研究について関与しているということですから、そこでつながりを作ることをおすすめします。

7.1 出版社の探し方

研究を出す際に、実際に関係性のあるところから、もっともご自身にあった傾向の出版社を探すというのがある方法でしょう。

そうでなければ、ネットでも検索して、関連する学問分野で出版活動を行っているところを探して検討するのがいいと思います。海外ですと、打診の方法や提案書の送り方などがその会社のインターネット上のページに掲載されていることも多いですが、日本では少ないでしょう。



The screenshot shows a web browser window with the URL www.hituzi.co.jp/hituzi-ml/proposal-index.html. The page header features a logo of a sheep and the text "対話とコミュニケーションを考え 学術研究と市民知をつなぐ出版社 ひつじ書房" and "update 2014.11.13". The main heading is "出版提案書 (出版企画提案書、proposal)". Below this is a logo for "Books.or.jp" and a paragraph of text: "このページは提案書についてのとりまとめたものです、研究書の刊行については [研究成果公開促進費・出版助成金を利用した著書の刊行の仕方](#) もご覧下さい。言語学・言語教育以外の分野の方は、このページの後半をご覧ください。" followed by "ひつじ書房は、次のことを社是（活動の方針）として出版活動を行っています。" and a numbered list of four points: 1. 言語の研究を支援し、言語研究をプロデュースする; 2. 市民社会における言語研究への要望を言語研究に橋渡しし、言語の研究が市民社会に貢献することを支援する; 3. 言語研究を起点として、ヒューマンサービスや教育、コミュニケーションスキル、リテラシー、図書館情報学、文化活動のマネジメント、市民のアドボカシー活動における知識の生産など新しい人文社会科学の研究のルネッサンスをプロデュースする; 4. 学術書の編集・刊行・販売. Below the list is another paragraph: "ご提案いただきます内容について小社の編集サイドで検討いたしますので以下の提案書にお書き添えの上、以下のメールアドレスまでメールでお送り下さいましたら幸いです。1週間以内にお返事さしあげますので、もし、こちらからの返事がありません場合には、恐縮ですが、再度メールをお送り下さい。"

<http://www.hituzi.co.jp/hituzi-ml/proposal-index.html>

ひとことだけ申し上げますと、売ることをほとんどしていない、学会などで出店しない、書店への営業活動をしていない、目録や案内をダイレクトメールなどで送ってもいないような会社がネットで見つかるかも知れないですが、そういう会社は、印刷所の副業であったりしますので、実質的には出版社ではないといえると思います。印刷製本だけしてもらえばいいという考えもありますので、否定はしませんが、おすすすめはできないと思います。

「博士論文出版」で、google 検索してみますと

博士論文を本にする (青弓社 矢野未知生) | 版元ドットコム

www.hanmoto.com/790-2 ▼

2015/10/14 - 1 人文系の博士論文の出版を考える。学術書を刊行している出版社では、制作費の見積書を書くことがままあります。たとえば、毎年11月が締め切りの学術振興会の出版助成（研究成果公開促進費）に申請する場合、9月・10月に見積書を...

博士論文出版助成制度 | 大学院 | 法政大学

https://www.hosei.ac.jp/gs/gakuhi/hakase_shuppan/index.html ▼

本学大学院では、大学院における高度な学術研究を奨励し、その優れた研究成果を積極的に公表するため、博士学位を授与された方々が当該博士学位論文を出版する際、その経費の一部を助成する制度を設けています。本制度の対象となる方は、本学大学院...

「学術書の刊行の仕方」について - ひつじ書房

www.hituzi.co.jp/hituzi-ml/ ▼

ひつじ書房は、言語学のジャンルでNO1の学術出版社です。学術書の... 学術出版 学術出版の方法 学術書 学術書出版 学術書出版の方法 学術書を出す 学術論文の刊行 学術論文の出版 研究書 研究書の出版 博士論文 博士論文の刊行 博士論文の出版...

博士論文を出版する (その1) - こにしき (言葉、日本社会、教育)

d.hatena.ne.jp/TerasawaT/20150218/1424219514 ▼

2015/02/18 - 博士論文を無事書き終えたら、その成果を何らかの形で公表するのが一般的である。というわけで、博士号をとった人が... つづきは、以下。博士論文を出版する (その2、なぜ「一般書として出版」を選んだか) - こにしき (言葉、日本社会、教育) ...

^[PDF] 博士論文と著作権 Guide for Doctorate Theses and ... - 総合文化研究科

www.c.u-tokyo.ac.jp/graduate/01_thesescopyrights.pdf ▼

2014/04/07 - 機関リポジトリ <http://repository.dl.itc.u-tokyo.ac.jp/> に掲載することとなります。博士論文の著作権は、著者にあります。ただ、学術雑誌論文や図書を博士論文として提出した場合は、契約によって、出版社や学協会等 (以下、出版者という) ...

印刷所の副業ではなくても、展示している本や目録を見れば、どういうジャンルを出しているのかがわかるでしょう。研究書は出しているものしか、出していなければ、売れる研究書だけを出しているのかも知れません。売れなくても、教科書で営業利益を出して、研究書は、赤字にならない程度に少ない冊数出すとか。展示しているの中に、ご自身の研究に関係がありそうな書籍をご覧になれば、たいがいのことは分かると思います。

内容について相談できる出版社を探しましょう。ただ、編集者は、ジャンルの内容について情報収集につとめていますが、何が新しいのかを学史的な説明をきちんとできると理解しやすいです。

研究は、それまでに学会誌で発表されたり、学会で発表したり、されたものを博士論文にまとめられたものであるかもしれません。幸いなことに学会誌で注

目されたり、学会で評価をされたということがあるかもしれません。それらを1つの書籍にまとめるということを考えるときに、どういうことを考えるでしょうか。最初から、書籍にすることを考えて、個々の論文を書かれていらっしゃるのかも知れません。また、個々のテーマを追求することが、最優先で、博士論文にするということで、まとめてみたという場合もあるかも知れません。

どちらの場合でも、1冊にまとめるということには意味があると思います。個々の論文では、1つの視点と実験に基づく1つの発見を論じることができると思います。書籍は、個々の論文では訴えることができなかった主張や考えを表明することができます。ご自身のオリジナリティある研究をひとつの「思想」として「世界観」として世に問いたいと思うのなら、書籍という形態は、優れていると思います。「パラダイム転換型」(鈴木哲也・高瀬桃子 2015)といえるかも知れません。ですので、単に一個の事実の発見にとどまらずに、パラダイムを変えうる研究であってほしいです。言語学であれば、言語観を問うもの、哲学書であれば、哲学観を問うものでなければ、書籍にしない方がよいと言えるかも知れません。言語教育であれば、ぜひとも言語教育観を問うものであってほしいです。

●8 出版の提案

実務的なことを申し上げます。

出版社の側から、書き手を探して、打診するということがあります。学会の予稿集を見て、魅力的なタイトルがあれば、発表を聞きに行つて、面白い本になりそうであれば、打診するということがあります。魅力的というのは、通説を超える予感、注目している研究分野の研究、事務的ではない、何かを解き明かしたい研究の気持ちの現れているもの。副題無しでも、面白そうな研究であることを提案するようなタイトルにして下さい。ただ、採択されればよいということではなく、人の関心を呼ぶようなタイトルにして下さい。研究が優れていることとともに、公共的な言論であることが分かっている方の方が出版としては魅力的にうつります。言語学会は、大会の予稿集の目次に所属を書いてほし

いです。あそこの研究室でこういうタイトルか、というのはフックになるのです。

出版社から打診する場合ではなく、出版社に提案する場合について申し上げます。提案の受け方は、いろいろあります。たとえば、博士論文を送るように求められるという場合もありますが、概要を教えてほしいということもあります。

大部な博士論文を読むのは大変であることが多いので、概要を送って下さいと言われることが多いかも知れません。ひつじ書房の場合は、定型の提案書を用意していますので、それに書き込んで送っていただくことになります。

実際の提案書を見ていただけると分かると思いますが、質問をいくつかして、それについては意味があります。たとえば、というもののものは、読者を考えようとしてますか、という質問であったり、組版するのにどのくらいのコストがかかるでしょうかという質問であったり。

刊行することが可能か、どうかの 1 つのポイントとして、可能性のある読者はどこにどのくらいいるかということです。あるいは、そのことについて、考えてほしいということです。

研究を進める際に、反応をどのようなイメージで考えるのでしょうか。広がりを持ってまとまりがある層と考えるのか、左右、上下と端と端とを繋ぐような線と考えるのか、波みたいに考えるのか、分かりませんが。また、オルガナイザー的な素質を持った研究者もいれば、孤高というか、あまりつるむのは得意ではないというタイプもあると思います。それぞれに違いはありますが、読者を意識してほしいと思います。これは、マーケティングを著者任せにすることではなくて、複眼的に検討するためです。また、著者たる研究者の方にそういう視点が全くないと言うことも困りますし、販売なので出版社に全てをお任せしますというのも、困ります。別に洋菓子や道具を売ろうということではありません。研究上のイノベーションを広め、受け入れてもらうことが、研究書の出版ですので、書く人と売る人は関係ないということではありません。いっしょに作り、広めていくという感覚がないとよいものを作っていこうとい

う気持ちが起きないと思います。

内容のウリとなる点なども指摘しています。先の段階で、科研の申請書を書くときにも共通する内容を聞いていますので、練習にもなると思います。

2013. 8. 21
©ひつじ書房

学術出版提案書
(単著用 v0.9)

◆ 1. お名前・連絡先 (ご住所+お勤め先)・e-mail・電話番号 (fax も)

◆ 2. 論文を書籍として刊行する際のご希望される書名

◆ 3. この書籍の魅力

◆ 3.1 この書籍の読者はどのような方でしょうか?

<http://www.hituzi.co.jp/hituzi-ml/proposal-tantyov091.doc>

●9 科研費（出版助成金）の申請の時

9.1 ひつじ書房のプロセス

研究書というものが、上記のように商業的な規模が小さいこと、イノベティブな試みであることによるリスクがあることを考えると助成金、補助金は重要な価値を持っているとひつじ書房は考えています。

公的な価値があるが、商業的になりたちにくいものである研究書については、いろいろな方法で刊行を実現していきたいと考えています。たとえば、クラウドファンディングみたいなやり方もあります。沖縄の地元の言語の絵本の刊行にクラウドファンディングを上手く使って結びつけたいと思っています。学術振興会の研究成果公開促進費も同じような存在だと思っています。

●内容を検討します。→ひつじ書房は、提案書とプレゼンをお願いします。その内容を検討して、先に進めるかどうかを検討します。

(内容を見ないで見積もりを作りますという社もあります。「科学研究費補助金(研究成果公開促進費)を申請して出版をお考えの方は、小社でも見積書を作成いたしますし、ご相談に応じますので、お気軽にお問い合わせください。」国文学系の某社)

●科研費が必須と思われた場合に申請することを提案します。

●製作費の一部を補助する

製作費であって、編集や校正、宣伝・広報、学会営業や書店営業については無関係です。

●初版の印税はありません

助成された場合に、「税金」を使って助成しますので、助成事業について印税をお支払いできません。初版については印税を発生することができない、ということです。これは、資料収集にどれだけのコストが掛かっても助成の対象にはなりません。

●申請時期の確認

大学によって、申請時期が異なりますので、ご確認下さい

●助成金が得られたとしても、それは製造費の一部としてということになります。本は売れていくことによってはじめての効果を発しますので、学会発表や論文投稿や献本（そのためのお買い上げ）をお願いしています。研究が広まることによって、研究が進みますとともに、結果として本も売れていくということになります。

9.2 オープンオフィス

これまでに、ご縁がなかった方でも、研究書の出版について相談のための催しを、毎年、初夏から初秋の時期に行っています。以下のポスターは、2017 年用です。

「今年も研究書出版についての相談のためのオープンオフィスを行います。出版社から研究書を出すというのはどうすればいいのか、から、刊行助成金に応募する方法など、入り口から実践まで。

日本語学、言語学から、文学研究、文化研究、脳研究、心理学など文理を問わず、ことばの研究に関わる方のご相談にのります。」



「研究書出版」相談のための
ひつじ書房オープンオフィス 2017

出版社から研究書を出すというのはどうすればいいのか、から刊行助成金に応募する方法など。入り口から実践まで。
日本語学、言語学から、文学研究をはじめ、文理を問わず、ことばの研究に関わる方のご相談にのります。

ひつじ書房

日時 5月18日(木) - 9月15日(金)
[月～金の平日、要事前予約。相談料無料]

場所 ひつじ書房事務所
(東京メトロ丸の内線茗荷谷駅より徒歩10分)
東京都文京区千石2-1-2 大和ビル2F
tel 03-5319-4916 fax 03-5319-4917

申し込み先 toiwase@hituzi.co.jp (担当 海老澤)

案内サイト <http://www.hituzi.co.jp/openoffice/>