

鹿児島大学法文学部紀要
「人文学科論集」第83号(2016)別刷
2016年2月発行

ベルテルスマン読書愛好会における「経営の多角化」について

—— 提供品の拡大を中心に ——

竹 岡 健 一

ベルテルスマン読書愛好会における「経営の多角化」について ——提供品の拡大を中心に——¹

竹 岡 健 一

はじめに

ドイツのブッククラブについて、筆者はこれまでに、19世紀末から1980年代にかけての発展を概観するとともに、1945年以前の時期に関して、一般の書籍販売との関係、把握し得る52団体の活動の概要、および「ドイツ家庭文庫」の活動の詳細を考察し、さらに、1960年代から1980年代にかけてのドイツ連邦共和国におけるブッククラブを対象として、その活動、提供図書、同時代の評価を跡づけ、その上で、1945年以後のドイツにおけるブッククラブの活動の新たな展開を象徴するものとして、「ベルテルスマン読書愛好会」の「二段階販売システム」を考察した。² これらを受けて、小論では1945年以後のドイツにおけるブッククラブの活動のもう一つの大きな特色として、ベルテルスマン読書愛好会の事例に基づき、主に提供品の拡大を中心に、「経営の多角化」(Diversifikation)³を論じる。なお、以下の記述においては、「ベルテルスマン読書愛好会」、「ベルテルスマン・レコード愛好会」、および「本とレコードの友のヨーロッパ愛好会」について、特に必要がない場合には、「読書愛好会」、「レコード愛好会」、「ヨーロッパ愛好会」という略称を用いる。

1. 経営の多角化の二つの方向性

ベルテルスマン読書愛好会の発展を経営の多角化という観点から見たとき、大きく二つの側面が指摘される。すなわち、販売方法の多様化と販売品目の拡大である。このうち、まず販売方法の多様化としては、次のような点が指摘される。⁴

①ブッククラブの事業はカタログを利用して通信販売で行われるのが通例であったが、読書愛好

1 本研究は、日本学術振興会科学研究費助成金基盤研究(C)25370361、および財団法人国際文化交流事業財団人物交流派遣・招聘事業(2012年度派遣)の助成を受けたものである。

2 拙論：雑誌『かまどの火』について——ナチズムと文学メディアのかかわりに関する考察の新たな手がかりとして(『ドイツ文学』第116号、2004年、61～68頁)；「ドイツ家庭文庫」について——ワイマール共和国時代から第三帝国時代における右翼商業職員への読書指導の一端(『かいろす』第47号、2009年、84～104頁)；ドイツにおける「ブッククラブ」の歴史と研究の観点(『かいろす』第49号、2011年、33～65頁)；ドイツ家庭文庫の雑誌の変遷と収録記事——1923年1号から1941年4号まで(『VERBA』第36号、2012年、85～130頁)；「ドイツ家庭文庫」における図書提供システムと「信念のきずな」のかかわりについて(『九州ドイツ文学』第26号、2012年、27～55頁)；ナチス時代の「ドイツ家庭文庫」の活動について(『かいろす』第50号、2012年、57～96頁)；1945年以前のドイツにおける「ブッククラブ」と伝統的な書籍販売(『九州ドイツ文学』第28号、2014年、31～59頁)；1945年以前のドイツにおけるブッククラブ——52団体の解説(『かいろす』第52号、2014年、61～123頁)；1960年代から1980年代のドイツ連邦共和国におけるブッククラブ——その活動、提供図書、および同時代の評価について(『ドイツ文学』第150号、2015年、133～146頁)；Über die Wichtigkeit des Bucheinbands in der „Deutschen Hausbücherei“。In: *Interlingualität – Interkulturalität – Interdisziplinarität: Grenzerweiterungen der Germanistik*. Hrsg. von QIAN Minru/WEI Yuqing, 外語教学与研究出版社(北京), 2015, S. 879-887；ベルテルスマン読書愛好会の「二段階販売システム」——「現代的」ブッククラブの主要特徴(『九州ドイツ文学』第29号、2015年、29～45頁)を参照。

3 Zu diesem Begriff vgl. Jan Philip Holtmann: *Pfadabhängigkeit strategischer Entscheidungen. Eine Fallstudie am Beispiel des Bertelsmann Buchclubs Deutschland*. Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Georg Schreitzögg. Kölner Wissenschaftsverlag, Köln 2008, S. 161f.

4 Vgl. ebenda, S. 118, 122, 161f.

- 会では、1964年に、「本の部屋」(Bücherstube)の名称で、最初の固定した店舗がキールに開設され、同様の店舗が、続く数年間に拡充された。
- ②1966年には、古典的な小売書籍販売との協力により、「パートナー＝クラブ＝支店」(Partner-Club-Filiale)が開設された。これにより、読書愛好会の本が既存の小売書籍販売で販売される可能性が増大した。
- ③1996年、読書愛好会は、書籍市場チェーン店「ブールバール」(Boulevard)によって、小売書籍販売の市場に地歩を固めた。ゲルゼンキルヒェン(Gelsenkirchen)に最初の支店が開設されたこの「幸福書籍販売」(Wohlfühlbuchhandlungen)は、思わず立ち寄りたくなるような大規模な店構えによって、顧客を本の購入へと導いた。
- ④同じく1996年、読書愛好会は、メディア通信販売会社「ベスト！セラー」(Best!Seller)の設立によって、会員拘束のないメディア販売の領域へと販路を広げた。もっぱらカタログを通して、本を中心にCDとビデオが販売されたが、会員システムがないため、価格拘束の法律に基づいて、アクチュアルなベストセラーは店頭価格でのみ販売された。
- ⑤2001年には、すでに1999年に設立されていたメディア販売のためのオンライン＝プラットフォーム「BOL」が、独自のプロフィット＝センターとして、読書愛好会に統合された。「BOL」には購入義務はなく、読書愛好会の会員も非会員も同じように、広範囲の本、CD、ビデオ、および娯楽プログラムの中から、インターネットを通じて自由に選択・購入することができた。

次に、提供品の拡大としては、次のような点が指摘される。⁵

- ①1955年、「通信販売会社 家と本」(Versandhaus Heim & Buch)が設立され、本棚、戸棚、ランプのような家具や、レコードとレコードプレーヤーが、読書愛好会の会員に提供された。
- ②1956年以後レコードが、後に音楽カセットないしCDが、読書愛好会のプログラムの確固たる構成要素を形成した。これら音楽領域の提供品は、読書愛好会における本以外の提供品の中でも、特に大きな比重を占めた。
- ③1964年には、読書愛好会の会員が休暇旅行を予約できるクラブ＝旅行サービスが設立された。
- ④1971年には、読書愛好会で初めてゲームが販売された。
- ⑤1974年と1975年には、読書愛好会でカメラと工芸品が販売された。
- ⑥1976年には、読書愛好会の会員のためにフィルムの現像を行うフォトラボ＝サービスが設立された。
- ⑦1983年には、読書愛好会のチェーン店でのビデオカセット・レンタルサービスが開始された。
- ⑧最終的に、2007年の時点では、読書愛好会の提供品には、本、レコード、カセットテープ、CD、DVD、音響機器、ゲーム、ゲーム・コンソール(家庭用ゲーム機)、コンピューター・ソフト、家具、装飾品、カメラ、フォトラボ＝サービス、休暇旅行、クレジット、保険、携帯電

5 Vgl. ebenda, S. 122, 157; Roland Gööck: *Bücher für Millionen. Fritz Wixforth und die Geschichte des Hauses Bertelsmann*. Bertelsmann Sachbuchverlag, Gütersloh 1968, S. 157.

話、催し物のチケット、再教育講習などが含まれた。

2. 本と本以外の提供品の関係

このように、ベルテルスマン読書愛好会では二つの側面での多角化が見られるが、小論では、以下、提供品の拡大についてより詳しく検討したい。そうすると、この点でまず確認されるのは、①あくまでも本が読書愛好会の中心的な提供品である、②ただし、音楽も読書愛好会にとって自明の提供品とみなされる、③本と音楽以外の提供品はあくまでも補完的な役割しか持たない、という3つの点であり、それは、次のような事情による。

読書愛好会の提供品を本、音楽、本と音楽以外の3つに分けたとき、その売上の割合は1970年代末までほぼ一定で、約80%、約15%、約5%であった。⁶ここでは、提供品の重点は明らかに本に置かれており、音楽は割合としてはかなり低い。むしろ、本が読書愛好会の提供品の中心をなすことは明らかであり、1980年代に入ってから、「私たちの提供品の重点はいずれにせよ本であり続ける。伝統的な理由からのみならず、経済的な理由からも」⁷とされている。しかし、その一方で、既に1960年代から、音楽も読書愛好会の提供品として欠かせないものとみなされている。例えば、1968年には、「提供品を本とレコードとまったく関係のない他の物へとあまりにも拡大することは適切でない」⁸とされ、1977年にも、「特別なプログラムによって、〈本〉と〈録音媒体〉という核となる生産品の売上が縮減されてはならない」⁹として、特別なプログラムの過度の拡大によって読書愛好会のイメージが変質し、顧客ないし会員によって主に本と音楽の提供者とみなされなくなることへの懸念が表明された。1988年にも、本と音楽以外の提供品はメディア内容の提供プログラムを補完するが、ただし「核をなすプログラムとの協調性」や「売上割合と外部に見えるイメージ（カタログ、店）の点で追加の提供品が優位に立たない」¹⁰といった基準に合致しなければならないとされている。しかし、それにもかかわらず、1980年代から1990年代にかけては、本と音楽以外の提供品の割合も増加し、1992年には、本、音楽、本と音楽以外の提供品の売上の割合は55%、28%、17%となり、1994年には、本の売上割合は、ついに50%以下となった。¹¹

こうした事態を前にして、1990年代末に、本への再焦点化が行われ、「私たちは、再びよりはっきりとメディアの生産品に集中し、とりわけ本の割合を強化する」¹²とされた。そして、本を「再びクラブのプログラムミックスにおける第一の地位に」¹³移すというこの方向性は、少なくとも2007年まで一貫して進められた。

このように、ベルテルスマン読書愛好会の提供品については、①本の重点化：1950～1980年、②本でない領域への拡大：1980～2000年、③本への再焦点化：2000～2007年という流れが見て取

6 Vgl. Jan Philip Holtmann, a. a. O., S. 157.

7 Zitiert nach ebenda, S. 158.

8 Zitiert nach ebenda, S. 157f.

9 Zitiert nach ebenda, S. 158.

10 Zitiert nach ebenda.

11 Vgl. ebenda, S. 159.

12 Zitiert nach ebenda.

13 Zitiert nach ebenda.

られる。¹⁴したがって、ブッククラブの提供品として本が最重要視されながらも、少なくとも一時期、本以外の提供品が本と同等かそれ以上の意味を持ったことは間違いないのである。

3. 音楽部門の提供品の発展

上記のように、ベルテルスマン読書愛好会における本以外の提供品の中では、音楽部門の提供品が特に大きなウェートを占めている。そこで次に、ベルテルスマン社においてレコードと音響機器の販売を担った「ベルテルスマン・レコード愛好会」(Bertelsmann Schallplattenring)の発展を跡づけたい。¹⁵

ベルテルスマン・レコード愛好会は、1956年7月1日に活動を開始し、読書愛好会に倣った精力的な宣伝によって¹⁶、早くも半年後に会員数が10万人を突破した。販売システムも読書愛好会とほぼ同じであり、会員には、3か月毎に16.50マルクの会費に対して、15ポイントの価値の30cmのLPレコードが提供された。主要提案レコードと自由選択のためのレコードに加え、長期会員にプレミアとして提供されるレコード、新会員の勧誘に貢献した会員にプレミアとして提供されるレコードがあり、会員向けのカatalog『ベルテルスマン・レコード愛好会グラフ』(Bertelsmann Schallplattenring Illustrierte)も刊行された。また、再生装置を持たないことが入会の妨げとならないよう、ポータブル・レコードプレーヤーやステレオも提供され、数年後には、ベルテルスマン社はドイツ最大のレコード再生装置販売者となった。

その後、1958年に、独自のレコード生産会社「ソノプレス有限会社」(Sonopress GmbH)が設立され、これによって、ひと月の生産能力は35万枚にまで高まり、レコードの需要の大部分が独自の生産品でカバーされた。また、内容的な面で独自のレパートリーを構築するために、1958年7月1日に、プロダクション会社「アリオラ・レコード有限会社」(Ariola Schallplatten GmbH)も設立された。こうして、生産力の向上とプログラムの充実により、レコード愛好会の会員数は、1959年初めに20万人を超えた。

だが、レコード愛好会には、依然として魅力的なアーティストが欠けていた。それらはライセンス生産の手段でしか手に入れられなかったが、それまでは交渉がうまく行っていなかったのである。しかし今や、レコード愛好会は徐々に興味深いパートナーと映り始め、ドイツ最大のレコード会社が協力を決定した。すなわち、「ドイツ・グラモフォン社」(Deutsche Grammophon-Gesellschaft)との間に協定が締結され、レコード愛好会において同社のレコードが提供されるようになったのである。この動きについて、『労働の世界』(Welt der Arbeit)では、「競争相手からパートナーを作ることは、一つの芸術作品だ。私は、この協力を歓迎すべきだと思う。なぜなら、結局、利益を蒙るのは消費者だからだ」¹⁷と評されたが、ラジオとテレビでは、「青天の霹靂」¹⁸と報じられた。というのも、レコード愛好会の低い価格が、ドイツ・グラモフォン社の売上を脅かす危険性が感じられたからである。しかし、この点についての活発な議論は、驚くほど急速に消滅した。というのも、レ

14 Vgl. ebenda, S. 162.

15 Vgl. ebenda, S. 117; Roland Gööck, a. a. O., S. 168, 179f., 203f., 211.

16 拙論：ベルテルスマン読書愛好会の「二段階販売システム」——「現代的」ブッククラブの主要特徴、を参照。

17 Zitiert nach Roland Gööck, a. a. O., 180.

18 Zitiert nach ebenda.

コード愛好会の「閉じた市場」¹⁹は音楽販売の通常の販路を損なわないことが、間もなく明らかになったからである。この魅力的な協力により、レコード愛好会の会員数は、1962年までに50万人に増加した。こうして、レコード愛好会でも、読書愛好会と同様に毎年およそ200の新しいタイトルが追加されるようになり、会員は常時様々なジャンルの500のタイトルの中から選ぶことができるようになった。またその際、国内外の一流のレコード会社がそれらのレパトリーを提供した。

なお、この間、1961年に、第三の愛好会となる「本とレコードの友のヨーロッパ愛好会」(Europaring der Buch- und Schallplattenfreunde)が設立された。同愛好会は、読書愛好会とレコード愛好会の混合であり、毎月の会費は9,90マルクで、3か月毎の点数に代えて、本、レコード、あるいは本とレコードの両方を購入することができた。また、会員数は、1961年末までに、早くも2万4000人に達した。

4. カタログに見る具体例

以上のような点を踏まえ、最後に、ベルテルスマン読書愛好会のカタログの記事を通して、同愛好会における提供品の拡大を見てみたい。そのため、ここでは、1964年第3号と1972年第3号の内容を比較し、その間に生じた変化を跡づける。

4. 1. 提供品とそれらがカタログのページ数に占める割合

ここでまず、各カタログにおいてどのような品目が提供されているのかを確認するとともに、各品目の重要性を示す一つの指標として、それらがカタログのページ数にどの程度の割合を占めているかを確認し、比較してみたい。

まず、1964年のカタログ『ベルテルスマン読書愛好会グラフ』(*Bertelsmann Lesering-Illustrierte*)の第3号を見ると、表1のようになり、そこから次のようなことが言える。²⁰

- ①カタログのページ数では、本が89.2%を占めている。
- ②本以外の提供品としては、レコード、音響機器、旅行、家具、地球儀、朗読、ブックエンド・ブックカバーがある。
- ③本以外の提供品の中では、レコードと家具に2.4%の数値が見られるが、それ以外は1.2%である。全体としては、とびぬけて高い割合を占める品目はない。
- ④レコードと音響機器を合わせた割合は、3.6%である。これにレコードの形で提供されている朗読を加えると、4.8%となる。
- ⑤本以外の提供品のうち、家具(本棚)、朗読、ブックエンド・ブックカバーは、本との関連性が強い。

¹⁹ Ebenda.

²⁰ Vgl. *Bertelsmann Lesering-Illustrierte*. 1964 H. 3.

表1 1964年第3号における提供品とページ数の割合

	ページ数	割合(%)
本	74	89.2
レコード	2	2.4
音響機器	1	1.2
旅行	1	1.2
家具	2	2.4
地球儀	1	1.2
朗読	1	1.2
ブックエンド・ブックカバー	1	1.2
合計	83	100

次に、1972年のカタログ『ベルテルスマン 見事なレコードプログラムを持つ読書愛好会』(Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm) の第3号を見ると、表2のようになり、そこから次のようなことが言える。²¹

- ①カタログのタイトルが変わり、提供品におけるレコードのウェートの大きさを表している。
- ②ページ数の割り当てからすると、本は54.7%、本以外の提供品が45.3%と、本がかろうじて50%を保つ一方、本以外の提供品が50%に迫る勢いである。
- ③本以外の提供品としては、レコード(カセットテープを含む)、音響機器、旅行、家具、地球儀、映画鑑賞割引がある。
- ④本以外の提供品の中では、レコード(カセットテープを含む)の占める割合が極めて高く、30%を超えている。
- ⑤そのため、本とレコード(カセットテープを含む)だけで、誌面の85%以上を占める。
- ⑥音楽関係の提供品として、レコード(カセットテープを含む)と音響機器を合わせると、誌面に占める割合は37.9%に達する。
- ⑦したがって、音響機器を含めると、本と音楽関係の提供品だけで、誌面の90%を超える。

表2 1972年第3号における提供品とページ数の割合

	ページ数	割合(%)
本	52	54.7
レコード(カセットテープを含む)	31	32.6
音響機器	5	5.3
旅行	2	2.1
家具	2	2.1
地球儀	1	1.1
映画鑑賞割引	2	2.1
合計	95	100

以上のデータを基に、1964年第3号と1972年第3号の提供品を比較すると、次のようなことが言える。

21 Vgl. Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3.

- ①全体として、本の占めるウェートの低下と、音楽関係の提供品のウェートの高まりが見て取られる。
- ②本の占めるページ数が30%程度減っているのに対し、レコード（カセットテープを含む）と音響機器を合わせた割合が、同じ程度増加している。
- ③レコード（カセットテープを含む）の割合は約14倍、音響機器の割合は約4倍となっており、とりわけレコード（カセットテープを含む）の割合の増加が顕著である。
- ④家具（本棚）、朗読、ブックエンド・ブックカバーといった本とかかわりの深い商品のうち、朗読とブックエンド・ブックカバーが姿を消し、代わって映画鑑賞割引が登場しており、提供品における本との関連性の希薄化が窺われる。

なお、表には表れていないが、1964年第3号では「目次」においてすべての提供品が同列に扱われているのに対し²²、1972年第3号では、目次が大きく「本」、「レコード」、「特別な提供品」に分かれており²³、こうした点にも、本以外の提供品の存在意義の高まりが見て取られる。

4. 2. 提供品の数と内容の変化

では、このようなページ数の違いは、提供品の数と内容とどのような関係にあるだろうか。

(1) 本²⁴

まず、提供されている本の数には、大きな変化が見られる。1964年3号では694冊に対し、1972年3号では497冊であり、後者は前者の71.6%に留まっており、ページ数の減少と本の提供の縮小にが連動していることが明らかである。一方で、提供されている本の傾向については、それほど大きな変化は見られず、そのことは、二つの号で提供されている本のカテゴリーから明らかである。両者における本のカテゴリーは必ずしも同一でないため、厳密に比較することは困難だが、それでも表3のような形で並べて見ると、ある程度の同一性が窺われ、社会小説、恋愛小説、現代文学、世界文学、探偵小説、冒険小説、ユーモア文学、歴史小説、歴史、戦争に関する本、芸術関連書、音楽関連書、旅行関連書、自然関連書、教養と知識を得るための本、実際的な参考書、参考書、百科事典、趣味、児童・青少年向き図書、アクチュアルなテーマを扱った本などが多いことがわかる。²⁵ なお、これらのカテゴリーが大きく「文学」、「実用書」、「青少年向き図書」という3つのカテゴリーに集約されること、およびそれぞれにどのような本が含まれるのかといった点については、すでに別稿で論じているので、ここでは省略する。²⁶

22 Vgl. Bertelsmann Lesering-Illustrierte. 1964 H. 3, S. 2.

23 Vgl. Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3, S. 3.

24 Vgl. Bertelsmann Lesering-Illustrierte. 1964 H. 3, S. 4-45, 49, 52-81; Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3, S.4-59.

25 1972年第3号の「冒険小説・探偵小説」と「探偵小説・冒険小説」は、小説の順序を入れ替えたただけで、中身（掲載ページ）は同じだが、カテゴリーとしては独立しており、間違いではない。

26 拙論：1960年代から1980年代のドイツ連邦共和国におけるブッククラブ——その活動、提供図書、および同時代の評価について、137～140頁参照。

表3 本のカテゴリーの比較

1964年第3号	1972年第3号
主要提案図書	主要提案提供品
新刊書	
家族・社会小説	社会小説
愛と結婚に関する小説	恋愛小説
要求の高い現代小説	現代文学
世界文学の偉大な作品	世界文学
	古典
カール・マイ	
	娯楽小説
愉快的な本	愉快的な本
冒険	冒険小説・探偵小説
探偵小説	探偵小説・冒険小説
	スパイ小説
外国語の小説	
故郷と山々	
生きいきとした歴史と人生像	歴史小説
	文化と歴史
	歴史
イラスト入り大世界史	世界史
戦争に関する本	戦争に関する本
芸術愛好家のために	芸術
	絵画
	写真集
音楽愛好家のための本	音楽
キリスト教の世界	
読書愛好家の中の世界	旅行記
	私たちの世界の中の人間
	地理
	図解書
自然の王国の中で	自然と広い世界
	動物に関する本
教養と知識	教養と知識
	技術
实际的な助言者・参考書	实际的な助言者・参考書
	参考書
スピーチ上達術	
教科書・辞書・語学講座	学校補助の本
バルテルスマン百科事典文庫	百科事典
趣味の本	趣味と収集
児童・青少年向き図書	児童・青少年向き図書
アクチュアルな本	アクチュアルな問題
	オリンピック' 72
	政治
	現代の事件
小さな読書愛好会文庫	
小さな同伴者	

(2) レコード²⁷

次に、レコードについて比較をしてみたい。カテゴリと提供品の数を比較すると、表4のようになる。まず注目に値するのは、提供タイトル数の大幅な増加であり、1964年第3号では合計62に対し、1972年第3号では合計393と、6.3倍にも増えている。1972年第3号ではミュージック・カセットも83提供されているので、これを併せて合計476と考えると、7.7倍にもなる。提供品の内容については、まずカテゴリで比較すると、1964年第3号に見られた「朗読」と「現代の出来事の音による記録」がなくなっていることが目につく。これらの項目には、『ファウスト』のような名作の朗読や、1914年から1955年にかけての政治家の演説・対談などが含まれていた。それに対し、1972年第3号では、「ポップミュージック」と「アクチュアルなターンテーブル」といった同時代の音楽や、「パーティー音楽」、「ムード・ユーモア」、それにジャンルを問わない買い得な二枚組レコードを提供する「17,50マルクの二枚組レコード」が追加されている。また、両者に共通する「児童・青少年向きレコード」、「クラシック」、「オペラ」、「オペレッタ」、「世界的な流行歌」、「ジャズ」、「民族音楽」を、レコード・カセットの提供品のスタンダードなカテゴリとみなすことができよう。さらに、これらの中でも特に数が多いのは、流行歌の82（レコードのうち24.9%）とクラシックの70（同じく21.3%）である。

表4 レコードのカテゴリとタイトル数の比較

1964年第3号		1972年第3号	
朗読	4		
現代の出来事の音による記録	3		
児童・青少年向きレコード	15	児童・青少年向きレコード	44
巨匠の音楽	11	クラシック	70
オペラ	5	オペラ	20
オペレッタ	3	オペレッタ・ミュージカル	25
ポリドールとフォントナの偉大な娯楽プログラム	7	娯楽音楽	11
国際的な流行歌	5	世界的なスター・流行歌のパレード	82
		ポップミュージック	33
		アクチュアルなターンテーブル	7
歓喜・騒動・上機嫌	3		
		パーティー音楽	27
		ムード・ユーモア	12
ジャズ	2	ジャズ	8
フォークソング・故郷の歌曲	4	民族音楽	16
		17,50マルクの二枚組レコード	38
合計	62	合計	393

ここで、1972年第3号の各カテゴリに含まれる代表的なアーティストの名を記すことで、レコードとカセットの提供品の内容の把握に代えたい。ただし、「児童・青少年向きレコード」については、ほとんどが児童文学や童話の朗読であるため、代表的な作品名をあげる。

27 Vgl. Bertelsmann Lesering-Illustrierte. 1964 H. 3, S. 88f.; Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3, S.44-46, 60-89.

①児童・青少年向きレコード

『グリム兄弟の最も素晴らしい童話』(Die schönsten Märchen der Brüder Grimm), 『ハイジ』(Heidi), 『長靴下のピッピ』(Pippi Langstrumpf)。

②クラシック

ヨハン・セバスチャン・バッハ (Johann Sebastian Bach), ゲオルク・フリードリヒ・ヘンデル (Georg Friedrich Händel), ルートヴィヒ・ファン・ベートーヴェン (Ludwig van Beethoven), フランツ・ヨーゼフ・ハイドン (Franz Joseph Haydn), フェーリクス・メンデルスゾーン (Felix Mendelssohn)。

③オペラ

ヴォルフガング・アマデウス・モーツァルト (Wolfgang Amadeus Mozart), カール・マリア・フォン・ヴェーバー (Carl Maria von Weber)。

④オペレッタ・ミュージカル

ヨハン・シュトラウス (Johann Strauss), フランツ・レハール (Franz Lehár)。

⑤娯楽音楽

ミヒヤエル・テオドレ (Michael Theodore), ヴィリー・シュナイダー (Willy Schneider)。

⑥世界的なスター・流行歌のパレード

ザ・レス・ハンフリーズ・シンガーズ (The Les Humphries Singers), スー・クレイマー (Su Kramer), ピーター・オルロフ (Peter Orloff), ペーター・マフィー (Peter Maffy), ペーター・アレクダンダー (Peter Alexander), ダリア・ラヴィ (Daliah Lavi), シャリー・バッシー (Shirley Bassey), イヴァン・レブロフ (Ivan Rebroff), カレル・ゴット (Karel Gott), ハインチェ (Heintje), ウード・ユルゲンス (Udo Jürgens)。

⑦ポップミュージック

ディオンヌ・ワーウィック (Dionne Warwick), ドン・マクリーン (Don Mclean)。

⑧アクチュアルなターンテーブル

ロイ・ブラック&アニタ (Roy Black & Anita), メアリー・ルース (Mary Roos), シャルル・アズナヴール (Charles Aznavour)。

⑨パーティー音楽

ジョー・メント (Jo Ment), ジェームス・ラスト (James Last)。

⑩ムード・ユーモア

ハインツ・エアハルト (Heinz Erhardt), ルイーゼ・マルティーニ (Louise Martini)。

⑪ジャズ

レイ・チャールズ (Ray Charles), マヘリア・ジャクソン (Mahalia Jackson)。

⑫民族音楽

ルドルフ・ショック (Rudolf Schock)。

(3) 音響機器²⁸

音響機器について、1964年第3号と1972年第3号の提供品とその数を比較すると、表5のようになる。これにより、アンプからラジオまでを本来の音響機器と考えたとき、提供品目では、1964年が3に対し1972年は9で、3倍に増えている。また、提供品の数では、4に対し19で、4.8倍に増えている。さらに、1972年の場合、ダブルデッキ等、これらの音響機器に関連する6品目17の商品が提供されており、これらを含めると、品目では3に対し15で5倍、提供品の数では4に対し36で9倍となる。したがって、音響機器の提供品は著しく増加していると言える。

表5 音響機器の提供品と数の比較

	1964年第3号	1972年第3号
アンプ (スピーカー付属)	1	
レコードプレーヤー	2	3
レコードプレーヤー (スピーカー付属)	1	3
テープレコーダー (ダブルデッキ用)		2
テープレコーダー (コンパクトカセット用)		4
スピーカー		1
音響調整装置		1
電流安定器		1
ラジオ		4
小計	4	19
ダブルデッキ		2
コンパクトカセット		1
イヤホン		2
マイク		1
レコードとコンパクトカセットの収納ケース		10
レコードクロス		1
小計	0	17
合計	4	36

(4) 旅行²⁹

旅行については、1964年第3号では、冬の旅行を検討中との記載があるのみである。参考までに、同年第1号に掲載された記事を見ると、「ベルテルスマン＝旅行サービス・ホテルプラン有限会社」(Bertelsmann-Reisedienst Hotelplan GmbH)の提供品として、4つの休暇旅行が提供されている。すなわち、スペイン・マロルカ、ギリシア・エギナ島の湾岸、ハンガリー・プラッテン湖、イタリア・リミニである。いずれも、日程は15日間程度で、3月から10月にかけて複数回の出発日が設けられ、ホテルの種類と出発地(フランクフルトかデュッセルドルフ)に応じて異なる値段設定がなされている。

一方、1972年第3号では、「クラブ旅行サービス」(Club-Reisedienst)による飛行機の臨時便、観光旅行、および体験旅行の提供がなされている。このうち、臨時便は、いずれもフランクフルト発で、北アメリカ(12便)、南アメリカ(2便)、南アフリカ(2便)、オーストラリア(1便)である。

28 Vgl. Bertelsmann Lesering-Illustrierte. 1964 H. 3, S. 83; Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3, S. 89-94.

29 Vgl. Bertelsmann Lesering-Illustrierte. 1964 H. 1, S. 46f., H. 3, S. 51; Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm. 1972 H. 3, S. 100f.

また、観光旅行はニュー・ヨーク5日間とサン・フランシスコ7日間が、体験旅行としてはエジプト5～14日間、アテネ4日間、レバノン7日間、キプロス7日間、日本10日間が提供されている。

これらを比較すると、1972年のほうが多様化し、数も増えていると言える。

(5) 家具³⁰

家具については、1964年第3号では、上記の「通信販売会社 家と本」の商品が提供されており、誌面でウォールラックとキャビネットがそれぞれ5種類紹介されるとともに、詳細については、無料で手に入るカラーのカタログを参照するよう要請されている。

一方、1972年第3号では、付属家具、ウォールラック、スカンジナビア家具が36枚のカラー写真で紹介された無料の「クラブ家具カタログ」に関する情報に加えて、家具の証明書により、クラブが契約している全国34の家具卸売商で、特別なサービスを無料で受けられることが紹介されている。特別なサービスとは、①あらゆる種類の家具の多数の選択（布張りの家具とテーブルと絨毯のある居間、マットレスと掛布団とベッドカーペットのある寝室、システムキッチン等）が提供されること、②家具の選択にあたり、専門家による助言が受けられること、③購入した家具が専門家によって備えつけられることである。

このように見ると、家具の販売も、少なくとも家具卸売商でのサービスの分だけ充実していると言える。

(6) 地球儀³¹

地球儀については、1964年第3号で提供されているのは、オリジナル立体地球儀だけだが、1972年第3号では、それに加え、ポリー・イルミネーション・グローブと特許つき地球儀用ルーベも提供されており、わずかながら品目が増加している。

(7) 映画鑑賞割引³²

最後に、1964年第3号にはみられず、1972年第3号で新たに登場した映画鑑賞割引について触れておきたい。これは、全国102の映画館で、読書愛好会の証明書を提示することにより、大人も子供も全席1.50マルクで鑑賞できるというものである。映画の内容は、毎木曜日に割り当てられている「世界の最良の映画」と、毎日曜日に割り当てられている「素晴らしい児童・青少年向きプログラム」（童話、娯楽、アニメーション映画）に分かれるが、具体的には次のようなものである。³³

①世界の最良の映画

小説の映画化

『太陽王とアンジェリック』（*Angelique und der König*）

30 Vgl. *Bertelsmann Lesering-Illustrierte*. 1964 H. 3, S. 84f.; *Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm*. 1972 H. 3, S. 96f.

31 Vgl. *Bertelsmann Lesering-Illustrierte*. 1964 H. 3, S. 50; *Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm*. 1972 H. 3, S. 29.

32 Vgl. *Bertelsmann. Lesering mit dem großen Schallplattenprogramm*. 1972 H. 3, S. 98f.

33 映画のタイトルについては、邦題があるものはそれを充てている。

『グループ』(Die Clique)

『シシリアン』(Der Clan der Sizilianer)

『司祭ドン・カミロ』(Hochwürden Don Camillo)

探偵物

『白いチョッキを着た紳士たち』(Die Herren mit der weißen Weste)

『地下室のメロディー』(Lautlos wie die Nacht)

西部劇

『荒野の七人』(Die glorreichen Sieben)

『アラモ』(Alamo)

冒険物

『ゼロの決死圏』(Der gefährlichste Mann der Welt)

娯楽映画

『決して終わらない日』(Ein Tag, der nie zu Ende geht)

『ママは腕まくり』(Meisterschaft im Seitensprung)

『恋はゴースト』(Solange Du da bist)

『ムッシュー』(Monsieur)

②素晴らしい児童・青少年向きプログラム

童話, 娯楽, アニメーション映画

『長靴をはいた猫』(Der gestiefelte Kater)

『日曜日の狩人ドナルド・ダック』(Donald Duck als Sonntagsjäger)

『ハインツェル小僧』(Die Heinzelmännchen)

『バットマン』(Batman hält die Welt in Atem)

『スーパーマウスと仲間たち』(Supermaus und Spießgesellen)

『リューベツァール——山の主』(Rübezahl, Herr der Berge)

『出撃するトムとジェリー』(Tom und Jerry auf dem Kriegspfad)

『テーブルよ、ご飯の用意!』(Tischlein, deck dich!)

4. 3. まとめ

このように見ると、1964年から1972年までの9年間に、提供品の内容と数に大きな変化が生じていることがわかる。すなわち、本の提供数の大幅な減少と、本以外の提供品の大幅な増加であり、なかでも音楽関係の提供品の増加はきわめて顕著である。また、単に提供品と数が増加しただけでなく、家具や映画鑑賞割引のように、全国の卸売商や映画館の協力によって内容の充実が実現したものも見られる。上記のように、売上の点では、1980年頃までは本が最も高く、その意味で本に重点が置かれていた。だが、以上の考察から、少なくとも提供品の数と内容の点では、すでに1970年代初頭において、本から本以外の提供品への重点の移動がなされていたことが確認されるのである。

おわりに

以上、バルテルスマン読書愛好会における経営の多角化について見てきた。あくまでも一端を扱ったに過ぎず、包括的な考察は今後の課題である。しかしながら、以上の考察を通じて、少なくとも、とりわけ提供品の拡大という観点から、同愛好会が1970年代以降、単なる「書籍販売」施設を越えて、あるいは「書籍販売」という本来の路線から逸脱して、総合的な「余暇産業」(Ferienindustrie)³⁴とも言うべき特色を持つに至り、この点において、もっぱら本の所有と読書の普及、およびそれを通じた国民教育を主な目的としていた1945年以前のドイツにおけるブッククラブとは性格を異にすることが明らかにされたとすれば、本稿の目的は達成されたと言える。

なお、読書愛好会がこのように本以外の提供品の拡充を図った背景としては、ドイツ国内においてブッククラブの市場が汲み尽くされたこと、一般の書籍販売のサービスが向上したこと、本と競合する様々なメディアが普及したことなどがあげられよう。³⁵ 例えば、ドイツにおけるブッククラブ全体の売上の頂点は1968年であり³⁶、またある調査では、自由時間に占める読書の割合は、1967年から1973年の間に、13%から9%へと減少している。³⁷ こうしたことから、読書愛好会を魅力的なものとする上で本以外の提供品の重要性が増し、本に対する関心を本以外のものでつなぎとめねばならないという逆説的な状況が生じたのであった。そうした意味で、読書愛好会における経営の多角化は、まさに1945年以後のドイツにおける新たな文化的状況の反映であると同時に、1980年代以降顕著になるブッククラブの衰退の予兆でもあったのである。³⁸

34 Walter Hömberg: *Kulturvertrieb als Freizeitservice — Buchgemeinschaften*. In: *Medien*. 3. Jg. (1981) H. 2, S. 6-12, hier S. 11. Dazu vgl. auch W. Christian Schmitt: *Eine Branche im Röntgenbild: Backen auch Buchklubs bald (wieder) kleine Brötchen?* In: *Medien*, a. a. O., S. 12ff., hier S. 13.

35 Vgl. Peter Kliemann: *Buchgemeinschaften*. In: *Literaturbetrieb in Deutschland*. Hrsg. von Heinz Ludwig Arnold. Richard Boorberg. Stuttgart/ München/ Hannover 1971, S. 135-146, hier S. 137f.; Martin Hutter/ Wolfgang R. Langenbacher: *Buchgemeinschaften und Lesekultur. Studie zum Programmangebot von sechs Buchgemeinschaften (1972-1977)*. Volker Spiess. Berlin 1980, S. 11; Arnd Roszinsky-Terjng: *Imperien auf dem Hauptvorschlagsband. Über Buchgemeinschaften*. In: *Literaturbetrieb in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritisches Handbuch*. Hrsg. von Heinz Ludwig Arnold. edition text + Kritik GmbH. München 1981, S. 112-124, hier S. 112f.; Michael Kollmannsberger: *Buchgemeinschaften im deutschen Buchmarkt. Funktionen, Leistungen, Wechselwirkungen*. Harrassowitz. Wiesbaden 1995, S. 56ff.

36 Vgl. Michael Kollmannsberger: a. a. O., S. 73.

37 Vgl. Jan Philip Holtmann: a. a. O., S. 177.

38 書籍の購入源を小売店、デパート、出張・通信販売、出版社直販、ブッククラブ、その他の6通りに分けた調査で、ブッククラブが最も高いランクを示したのは1968年であり、売上高は1.300.000.000マルクで、書籍業界全体の売上の17%を占め、小売店に次いで2位であった。だが、遅くとも1976年には480.000.000マルクで8.2%に減少して3位となり、1982年には595.000.000マルク、7.2%で4位、1986年には525.000.000マルク、5.4%で5位、1988年には515.000.000マルク、4.8%で6位となった。その後、ドイツ再統一に伴い、旧東ドイツ地域での発展により、売上高が一時的に増加したが、ランクは6位のままであった。最も新しいデータは2013年時点のもので、売上高は155.000.000ユーロで1.6%に過ぎず、2012年から購入源にインターネット販売が加わったことから7位である。Vgl. Michael Kollmannsberger: a. a. O., S. 72ff.; Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): *Buch und Buchhandel in Zahlen*. MVB. Frankfurt am Main 1980, S. 9; 1989/90, S. 74; 1993, S. 23; 1995, S. 25; 2000, S. 31; 2010, S. 6; 2014, S. 6ff.