知日
it is JAPAN

知日MOOK
△
茶乌龙 / 主编

39

目标 世界第一！

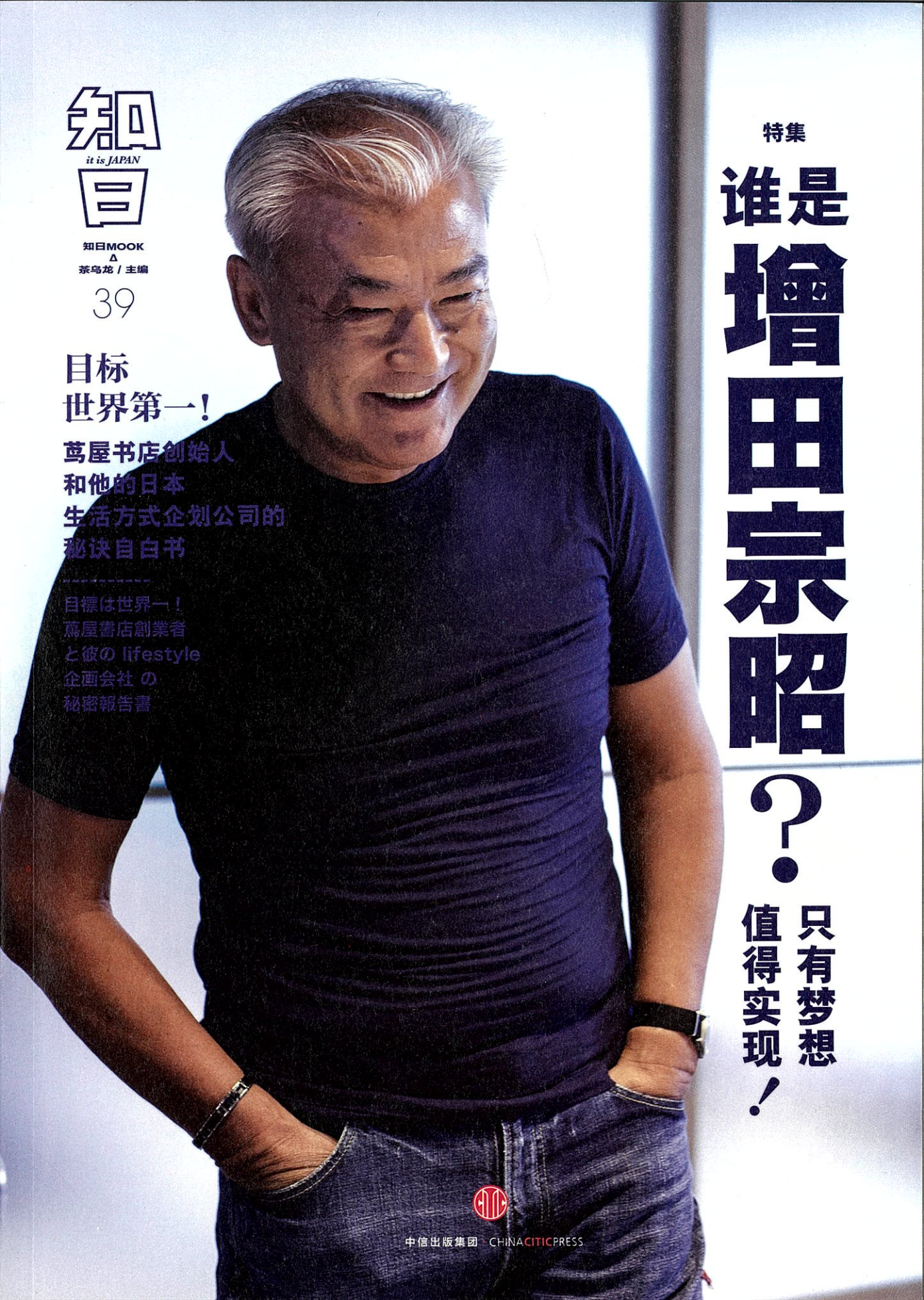
蔦屋书店创始人 和他的日本 生活方式企划公司的 秘诀自白书

目標は世界一！
蔦屋書店創業者
と彼の lifestyle
企画会社 の
秘密報告書

特集

谁是增田宗昭？

只有梦想
值得实现！

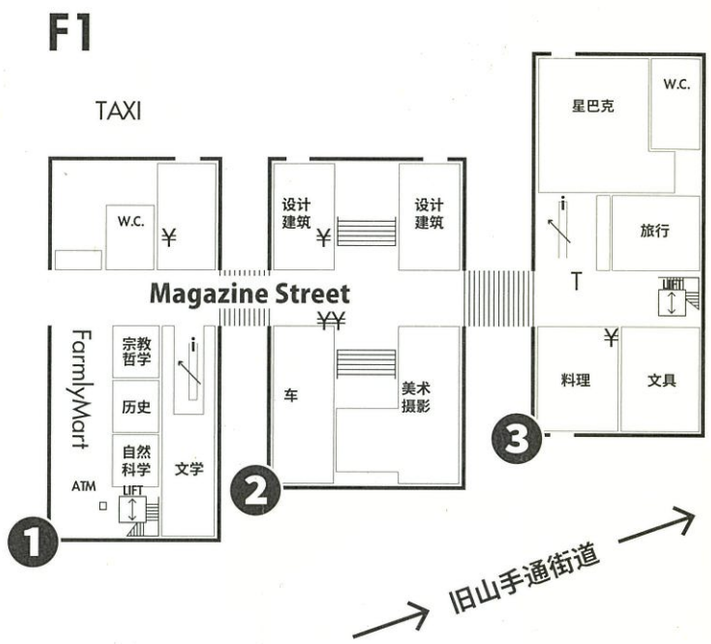


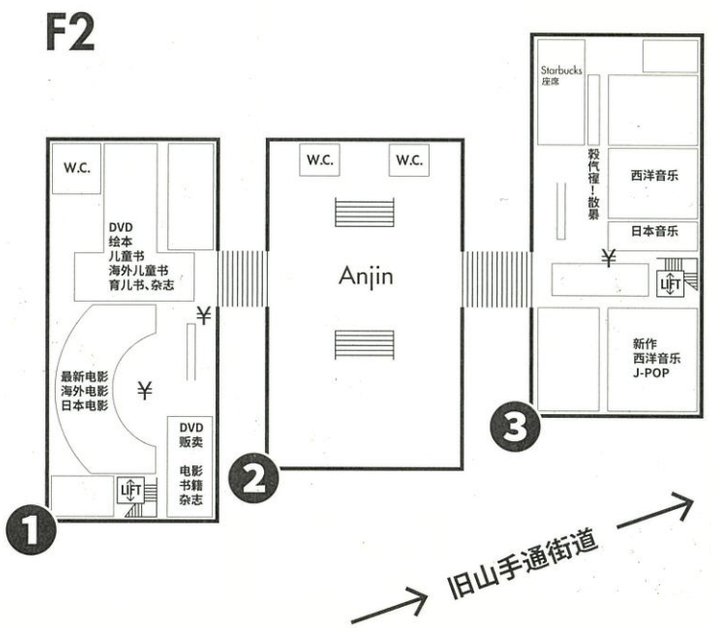
中信出版集团 · CHINACITICPRESS

代官山茑屋书店

走进代官山 T-SITE 的核心茑屋书店，相信爱书人大概会以为自己来到了天堂。茑屋书店共有两层，分为 1、2、3 号馆，1 号馆由一层的文学、宗教哲学、历史书籍和二层的童书、电影 DVD 专区组成，2 号馆由一层的车、设计、艺术类书籍和二层的咖啡厅 Anjin 组成，3 号馆由一层的星巴克和料理、旅行书籍、文具专区和二层的音乐专区组成。1 号馆到 3 号馆一层中央是由世界各地的杂志组成的 Magazine Street。

书店建筑由英国和意大利建筑师组成的建筑事务所 Klein Dytham architecture（KDa）设计，主视觉系统则由日本知名设计师原研哉担当。与一般的书店不同的是，这里的书籍选择与摆放方式都别具一格，强关联性让爱好者容易探索自己喜爱的读物，知性的好奇将得到极大的满足。茑屋书店引入独特的导购模式，店内 30 多个来自不同专业领域的导购，对书籍的摆放、选择进行规划，并为读者提供建议。





Data

代官山茑屋书店

〒 150-0033　东京都涩谷区猿乐町 17-5

☎ 03-3770-2525

○ 1F 7:00～次日 2:00
2F 9:00～次日 2:00

🚌 东急东横线代官山站下车，步行 5 分钟

文学

通常书店的书架上，都是文库本与文库本、新书与新书、精装书与精装书分开摆放，而在茑屋书店，则以“爱书人的个人书架”为理念，设置混合性的书架。最近在日本，以“家”为意象，摆放着桌椅的书店越来越多，茑屋书店摆放的不是折叠椅子和桌子，而是家具。

导购在向客人们推荐书籍的时候，会一边跟他们聊各种话题，一边和他们一起寻找好的东西。导购，比起回答力，“提问力”更显重要。

导购

间室道子

代官山茑屋书店导购。在杂志、电视等多种媒体上进行书籍介绍，用一张 POP（店面促销广告）就能诞生出畅销书的“元祖神店员”。作为书评家，在《Precious》（プレシャス）、《妇人画报》（婦人画報）等杂志上拥有连载。

推　荐　书　籍

1

村上さんのところ

村上的地盘

村上春树
FUJIMOTOMASARU
（フジモトマサル）绘
新潮社

这本书是根据村上春树在限定网站上回答读者提问集结成书的。收到的提问一共 37 465 个，本书刊登了其中的 473 个问题和村上的回答。提问者从七八岁的小孩子到 84 岁的女性，职业从离岛上的书籍管理员，到公司职员、主妇、医生、音乐人等各行各业。问题从“小说的结尾何时思考？”“你认为笔比剑有力吗？”“怎么看诺贝尔文学奖？”等文学性问题，到“村上的活法的原点是什么？”“在讨论未来时，最看重的是什么？”等精神上的问题，更有“夏目漱石被印在了纸币上，如果村上也被印在纸币上，你觉得多少元合适？”“我家的猫老装病，真伤脑筋”，还有“父亲不让我读村上春树，怎么办？”等来自中学生的问题。

韩国、中国、德国、美国等世界各地的读者都用日语进行了提问，有的日语非常流畅，有的还不太通顺。一般来说，出版时编辑都会把语句改通顺，而这本书却保留了原汁原味，认为既然是向村上提问，只要使用了村上的母语日语，写得差也不要紧。这本书除了有村上的问答，还传递出了读者对村上的热情。

2

男役

中山可穂
KADOKAWA

宝冢，日本独一无二的的歌剧团。拥有专门学校、剧场，演员全员女性。由女性扮演的男性被称作“男役”，拥有狂热的粉丝，公演常常一票难求。中山可穗的《男役》就是以宝冢为舞台，故事也以男役的举止节奏般，华丽、优雅地进行。故事围绕 50 年前因为事故去世，被视为宝冢剧场守护神的传说中的男役、面临告别公演的首席男役、在新人公演中被选为主演的新人，以及继她之后的二番手前辈而展开。是围绕 4 位男役、娘役、同期、粉丝为了舞台全力以赴的故事。演员与观众作为共犯共同创造了一个梦幻的世界。让人深感为了一件事全力以赴的“梦中”（夢中）的含义。

另外，宝冢是一个非常残酷的世界。一般演员在离开所属剧团后，还能找到下一个舞台，而男役在离开舞台后，作为女演员出道获得成功的不在少数，但是除了做男役，不愿再演其他角色的人将何去何从呢？

3

蛇行する月

蛇行之月

樱木紫乃
双叶文库

我经常在杂志、电视上推荐书籍，现在也在进行 4 个连载，另外，在书籍文库化后，会写卷末解说。现在这本书是我写的第 5 本文库解说。

《蛇行之月》讲述的是“蛇行的女性”的故事，她们不能直行去往谁都能去的地方，总是在曲折的道路上内心纠结着前行。

故事以北海道和东京为舞台，各章冠以 6 位主人公的名字，以她们的视角按年代变化展开故事。

她们都抱有各自的痛苦，身在乡下，没有钱，有职场间、家族间的混沌感，联系她们的是一位叫作“顺子”的人物。

顺子是高中时代 6 人中 4 人的伙伴，顺子被工作的和菓子店认识的年长她 20 岁的丈夫驱逐。第三话中的弥生是被和菓子店的老板抛弃的妻子，第五话中的静江是顺子的母亲。

6 位主人公分别接到来自顺子的消息，告诉她们自己很“幸福”。而顺子的“幸福”究竟是什么？当她们见到顺子时，都怀疑顺子真的幸福吗？最终她们都认识到，要踏出新的一步，必须改变自己。将写作视为生命的作者，将人性摆在了读者面前，比起意义传达的更是一种救赎。

4

楽しい夜

愉快的夜晚

岸本佐知子编译
讲谈社

人气翻译家岸本佐知子编译的名作集。在海外，“翻译家”这一职业或许不太引人注意，但是在日本，却有“人气翻译家”一说，甚至有翻译家的名字在封面上比作家名字还要显眼的情况。因为，翻译家不仅是把英文、俄文等翻译成日文，更是选中很有趣的作家、作品，拥有“鉴别之眼”。

岸本就是一位拥有众多粉丝的翻译家，她在这本短篇集的后记中，将选择短篇小说编译的自己，比作卖鱼的老婆婆。过去，在电车上经常会看到把鱼拿到城里去卖的行商老婆婆。老婆婆不会采取“今天是秋刀鱼，明天是鲭鱼”的策略，而是在朝市发现好的鱼，拿到市场上去卖。岸本说自己编的短篇和这有相似之处。

在这本书中，岸本将虚实选择结合、转换，让读者在读短篇的时候，会产生“不会吧”“啊，我懂这样的感觉”的想法，情绪随着翻动的书页起起伏伏。

读着多种多样的作者的富有意味的故事，读后对“岸本佐知子的世界”叹服，是本书最大的魅力。能够让人深有同感的译文，在浩若星河的短篇中选出最精彩的一篇的眼光都不容错过。

特集　谁是增田宗昭？只有梦想值得实现！

『Pen』紙の雑誌のもうすぐ絶滅する時代の冒険家

《Pen》纸质杂志灭绝时代的冒险家

张艺、苏静 / text & interview
Debbie / photo

杂志，即将消失了吗？
在互联网异常发达的现在，
杂志将以怎样的方式存在？
日本生活方式杂志《Pen》，
仍然用纸质杂志
吸引着大量读者，
正如其创刊时的理念：
Pen with New Attitude。
跨入 21 世纪前的 1996 年创刊的
《Pen》，可以说是互联网时代
杂志的教科书，
同时也是日本广告收入最多的杂志之一，
是日本杂志界的一块金字招牌。
说到日本的生活方式杂志，
更是和《Brutus》《POPEYE》等齐名。

2014 年，《Pen》从所属出版社阪急 Communications 转为 CCC Media House。CCC Media House 是 CCC 公司旗下的全资公司，拥有杂志《Figaro Japan》《Newsweek》等。对转向生活方式提案的 CCC 公司来说，《Pen》无疑是日本的生活方式杂志中数一数二的行家。

每期平均 7 万的发行量，在日本杂志界绝不算多，但与其他杂志不同的是，以每月两本的速度发行的《Pen》选题范围跨度极大，涵盖时尚、艺术、设计、建筑、旅行、汽车等领域，每册对主题进行深入挖掘。十几位编辑，各有专攻，分成 3 组进行制作，同时兼顾官网 "Pen Online" 的内容。家具、室内设计、北欧等生活方式类的主题的专业性，让《Pen》吸引了一大批对美学与设计拥有敏锐触觉的追随者，读者群稳定在 30 ～ 40 岁之间，半数以上为男性。趋于超越生活方式范畴的主题造就了多样化的《Pen》。

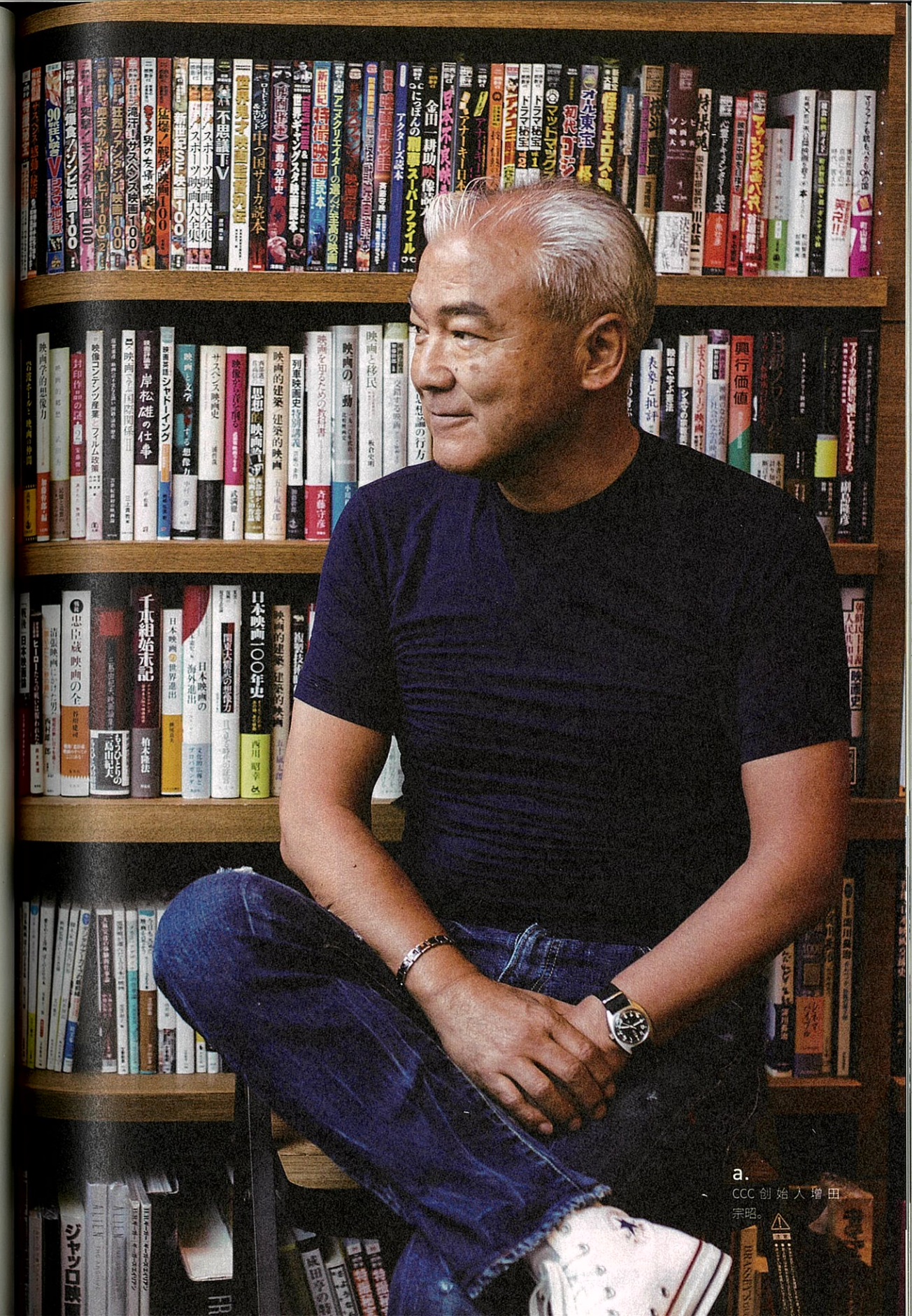
2006 年的一本《佐藤可士和》特集，将设计师

夢しか実現しない
CCC、TSUTAYA と増田宗昭

只有梦想值得实现
CCC、TSUTAYA 与增田宗昭

张艺、苏静 / text & interview
Arthy、Debbie / photo

从代官山茑屋书店，
二子玉川茑屋家电，
湘南 T-SITE 到枚方 T-SITE，
我们看到提供新的生活方式的设施，
在日本一个接一个地建成。
从第一家旗舰店般的代官山 T-SITE 开始，
人们只要来到这里，立刻就能感受到它的不同之处。
在远离喧嚣的代官山，
从清晨开始，
人们就在这里悠闲地享用早餐。
中午陆续前来选购书籍、唱片的人，
午后利用这里的空间，
与朋友会面，与工作伙伴商谈；
傍晚，再聚集到此参与活动，
或是单纯地进行晚间的阅读，
人们仿佛不愿离去一般，直到深夜。
我们在此好像看到了一种众人向往的生活方式。



a.
CCC 创始人增田宗昭。

1 400 多家 TSUTAYA 店铺业务

1459 2016 年 1 月所有 TSUTAYA 店铺数（含中国台湾的 19 家店铺）

1322 DVD、CD 租赁

837 书籍、杂志贩卖

738 DVD、CD 贩卖

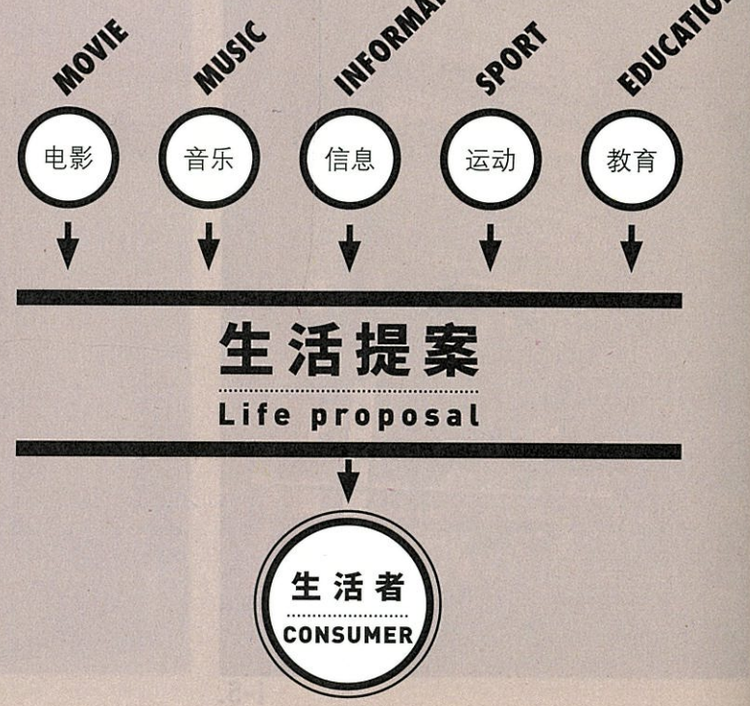
535 游戏贩卖

485 二手游戏贩卖

200 文具贩卖

40 二手书贩卖

TSUTAYA 的理念



互联网时代

进入 21 世纪，CCC 完成上市，完成了自身的一次跨越。

网络时代的到来，人们对于文化产品的消费发生了全新的变化，以线下提供产品见长的 TSUTAYA，面临全新的挑战。

1999 年 7 月，网络服务 "TSUTAYA online" 的网络通贩、媒体广告、移动内容提供事业开始展开。2002 年，网络宅配服务 "TSUTAYA DISCAS" 开始，通过网络进行 DVD 预定，由附近的 TSUTAYA 送货上门，归还时，可通过就近的邮局归还。这无疑是一次利用网络进行升级的尝试。

而随着互联网内容的升级，作为 " 文化便利店 " 的 TSUTAYA 将如何实现这次 2 . 0 的跨越？

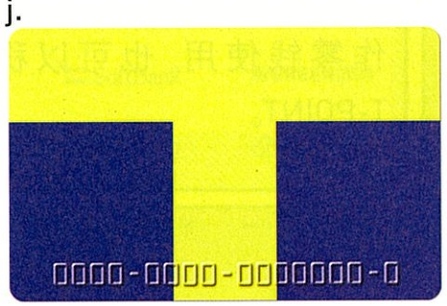
2008 年，面向数字电视的配信事业 "TSUTAYA TV" 正式展开。2013 年，成立了强化网络娱乐事业服务的 T-MEDIA 。随着内容消费形式的多样化，2015 年，CCC 开始向原创领域进发，不仅购买独家版权影视作品，还发起 TSUTAYA Creators' Program，募集原创作品，拥有 1 400 多家店铺的 TSUTAYA，将成为原创内容的绝佳平台。

秘密武器 T-CARD

1 400 多家 TSUTAYA 店铺覆盖了全日本，大多数日本人都在此进行过文化消费，这些用户群的面貌如何？他们的消费行为有怎样的特征？这些数据的收集，对于 CCC 来说，有着非凡的意义。

2003 年 10 月，CCC 开始发行以共通点数服务 " T-POINT " 的基本的 " T-CARD "。T-CARD 的一大特征是，不仅可以在 TSUTAYA 的店铺使用，还能在便利店、加油站使用，与各个领域的企业合作，大大提升了 T-CARD 的使用率。2008 年，T-CARD 用户超过 3 000 万，2012 年超过 4 000 万，2015 年超过 5 000 万。 2016 年 4 月末，T-CARD 的持有用户已经达到 5 854 万，占日本总人口的 46%，二十几岁的年轻人中，T-CARD 的拥有率为 75.8%。到 2016 年 4 月底，一共有 148 家企业与 T-CARD 合作，T-CARD 在全国 523 386 家店铺可以使用。

j.



k.

j. T-CARD。
k. 黑木瞳和增田宗昭为 TSUTAYA CREATORS' PROGRAM FILM 2015 优胜者颁奖。

二子玉川茑屋家电

2015 年 12 月，以“家电”为核心的全新生活方式复合空间。

武雄市图书馆

2013 年 4 月，武雄市图书馆由 CCC 进行制定管理。开设了星巴克和茑屋书店，图书借出对象扩大到全日本在住者，13 个月内 100 万人次访问，吸引了大量关注的目光。

Data

〒 佐贺县武雄市武雄町大字武雄 5304 － 1
○ 9:00 ～ 21:00
🚌 JR 佐世保线武雄温泉站下车，步行 15 分钟

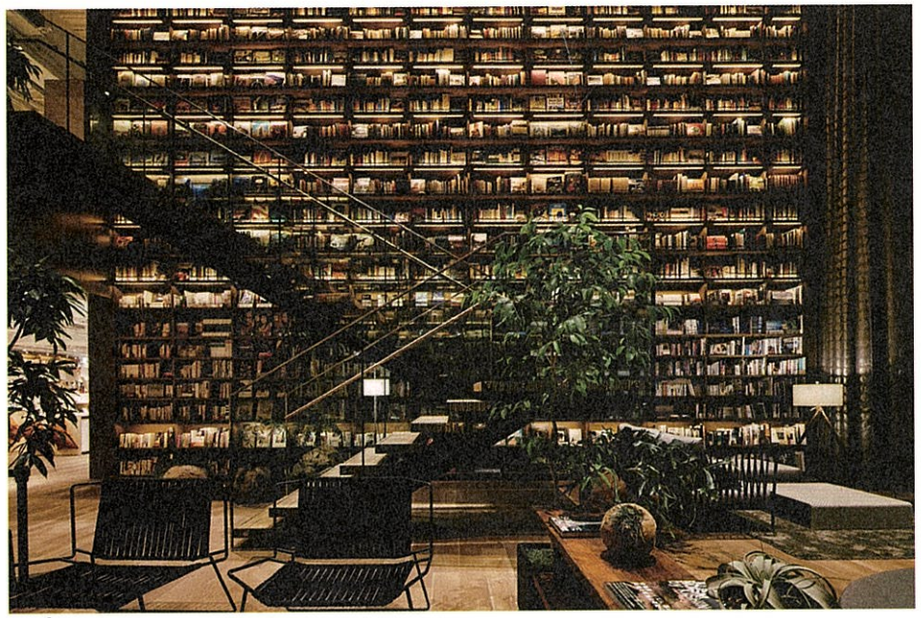
p-1.

p-2.

p-1. 武雄市图书馆。
p-2. 在 CCC 的运行下，武雄市图书馆将书店与图书馆融合，开设咖啡厅，采用 T-CARD 可作为借书卡使用的运营方式，引起热议。

枚方 T-SITE

2016 年 5 月，在大阪府枚方市中心开业的地下一层到地上八层的生活方式提案型百货店。



q-1.

Data

〒 573-0032　大阪府枚方市冈东町 12-2
☎ 072-861-5700
○ 7:00 ～次日 1:00
㊡ 不定休
🚌 京阪电车枚方市站下车，南口出，步行 1 分钟

q-2.

q-3.

q-1. 高达 7 米，贯穿 4 ～ 5 层的书架。
q-2. 亲子活动的空间设施。
q-3. 枚方 T-SITE 地下一层的 Food Market，蔬菜、水果、鱼类、肉类以及食品杂货等应有尽有。

m a n g a

戯れ

戏梦夜话

王玄之 / text & picture courtesy

LALA 王玄之

生于上海。中国漫画研究会成员。2002年赴日学习数码电影制作，2005年归国后从事编辑、绘画、设计、创意、导演、写作等多种工作。至今策划出版了《花与爱丽丝》杂志，《哈娜 HANA》书系，周笔畅写真集《如果我能说了算》，武艺旅行日记《别太想我哦！》，摄影大师贝尔纳·弗孔作品集《时间男孩》与《永远的乡愁》等精美图书。

2003年某日，萩原阿姨带我去看了一个名为"夜之膜"的画展，在银座的池田美术画廊。那是我第一次见山田勇男先生，也是第一次接触他的作品。

山田先生和萩原阿姨都是20世纪70年代知名剧团"天井栈敷"的成员，是老相识。我趁着他们叙旧的间隙，仔细地欣赏了每幅画作，其中全是清一色童花头（かっぱ）的少女肖像，给我留下深刻印象。少女若有所思的面容，眼神深邃地望向远方。不料多年后，我在某家不起眼儿的古书店被这谜一般的眼神再次击中。名叫《戏梦》（戯れ）的漫画封面正装裱着相同少女的脸庞。迷恋书名的字体，其书名在中文中是"戏玩"的意思，但我更喜欢将之译作"戏梦"。因为漫画的大部分内容与梦境有关。

故事以不惑之年的家庭教师永先生为主角，讲述了他与少女琉璃之间暧昧哀愁的情感生活。年长者望着年轻人总会引发内心深处的怀旧感伤，也曾年轻过的自己仿佛明日将要离世。而年轻人未必就能比年长者拥有更持久的生命力，是本书的悬疑之处。在聆听青春与爱慕的私密恋曲之后，读者终会发现这是一本浪漫的"私梦日记"。作者将不可见的情感梦境展现于公众视线，让人不得不感叹绘画好比最高境界的文字之精妙。这也正是山田先生作品的独特性，将其称为纸面电影毫不为过。或许这与山田先生作为电影导演的身份密不可分。

寺山修司曾对山田勇男说过这样的话："山田，（你的）漫画取决于黑色的数量呢！"山田先生的漫画确实给人黑黑的感觉，但在每个黑暗的角落都闪着光！很适合夜晚阅读。依我看，这句话应该这样说："山田，（你的）漫画取决于梦的数量呢！"

《戏梦》（戯れ）
作者：山田勇男

限定版山田勇男漫画集
2008年4月4日发行
装帧设计：天野天街
出版社：北冬书房

a.

a. 诗意的文字与画面的结合是对迷离梦境的最佳诠释。

b. 少女琉璃将双脚踩在永先生的脚背上，两人一同行走在夜路中就像一个人。如同这般私密的浪漫，在书中还有许多处。

b.