解説記事

出版業界から見た地理学のアウトリーチ Outreach of Geography from the Publishing Industry Perspective

森 岳人
MORI Taketo

(2017年9月19日受付 2018年1月17日受理)

本稿は地理学のアウトリーチについて、出版や書店という側面から検討したものである。主に書店の販売データを用いて、一般向け地理学関連書籍が書店や読者にどのように受け入れられているかを調査した。その結果、地理関連書籍は、歴史分野などと比べると発行点数も売上も少なく、読者も中高年の男性に偏っていることがわかった。また、意識的に地理コーナーを設置している書店も少なく、適切に販売する条件が整っていないことが明らかとなった。本稿によって、地理学が世間でどの程度関心をもたれているのか、またどれだけ世間に浸透しているのかについて、推測することができる。

This report examines the outreach of geography from the perspective of the publishing industry and bookstores. Using sales data from bookstores, I investigated the level of acceptance of geography-related books intended for the general public by bookstores and readers. The results showed that fewer geography books are published and sold compared with books related to history. The geography readership is also biased toward middle-aged men. It was clarified that few bookstores consciously set up special displays of books on geography and conditions for their optimal promotion and sales are not in place. These study results indicate the current degree of public interest in geography and the extent to which geography-related books have penetrated the publishing industry.

キーワード: 地理学, アウトリーチ, 出版, 書籍, 書店
Key words: geography, outreach, publishing industry, book, bookstore

Ⅰ はじめに

2022年度から実施される高等学校の学習指導要領で、地理歴史科に「地理総合」が設けられ必修となることが決まった。これまで高等学校の地歴科では世界史が必修で、大学受験では日本史を選択する者が多数を占めるという状況が続き、地理を学習する機会をもたない生徒が増え、「地理教育の危機」(揚村2010)が叫ばれてきた。しかし今度の学習指導要領改訂によって、地理への関心も高まり、学校教育における地理軽視の傾向には一定の歯止めがかけられそうである。

一方、世間の地理・地理学に対する関心はどうだろうか。最近では「プラタモリ」(NHK)をはじめとして、地理学と関連する内容のテレビ番組が注目を集めている。ほかに「秘密のケンミンSHOW」(読売テレビ)、「日立世界ふしぎ発見」(TBS)、「世界遺産」

(TBS)、古くは「世界ウルルン滞在記」(毎日放送)、「なるほど!ザ・ワールド」(フジテレビ)なども、皆、地理コンテンツといってよいだろう。ほか、旅番組やグルメ番組の一部も広い意味で地理と関連している。しかしながら、視聴者がこれらを「地理関連番組」であると認識しているかといえば、おぼつかない。まず番組名に「地理」という言葉はなく、番組中でも言及はない。歴史分野の番組が、番組名に「歴史」や「日本史」という言葉がつくのと対照的である。それでも多くの視聴者が日々地理コンテンツに囲まれていることは間違いない。

それでは、同じくマスメディアの一端を担っている出版の世界では、地理はどのように扱われているだろうか。具体的に見ていく前に、社会と書籍の関係について少し触れてみたい。

まず一般に、世間で話題になるもの、関心をもつ人が多い物事は、「書籍の発行」というかたちになって

現れる。つまり人々の関心が高ければ、それに応じてその分野やテーマの本がたくさん出版される。たとえば、「三国志」は中国の一時代の歴史にもかかわらず、ゲームや漫画の影響もあり関心をもつ人が数多く存在するため、これまでに数えきれないほどの関連書が刊行されている。またこの20年を振り返ると、パソコンが普及するのに合わせて、パソコン関連の本がたくさん刊行され、多くの企業でTOEICのスコアが求められるれば、TOEICの本が売れるようになった。一方、これまであまり注目されていなかったテーマについて、ある書籍が売れることによって、そのテーマへの関心が惹起され、拡散されるということもある。最近では、『応仁の乱』（呉座2016）が売れて、類書がたくさん刊行されているという例が挙げられる。これは潜在読者を掘り起こしたという点で、出版が担うべき重要な役割を全うした成功例である。こうした掘り起しは地理学でもあり得る。

こうして書店では、社会的関心の高さに応じて、その分野の本のコーナーができていく。その意味で書籍の発行数や書店の棚は社会的関心の高さの縮図ともいえるだろう。では実際に地理の本はどれだけ刊行されているのだろうか。

『2017年 版出版指標年報』（全国出版協会・出版科学研究所2017）によると、「地理」の書籍新刊点数は331点（2016年）で、全新刊点数に対する構成比は0.4%である。「日本歴史」は、新刊点数1,011点で構成比1.3%なので、これと比べるとかなり開きがある（表1）。新刊推定発行部数で見ると「地理」は63万冊で構成比0.2%（2016年）、「日本歴史」は307万冊で構成比1.0%なので、さらに差が開いている（表2）。発行点数や発行部数で見ると、世の中に地理コンテンツが溢れているわりには、地理の書籍はその存在感を十分に示し切れていないといえる。

ただし、書き手の人数から見ると、たとえば、日本地理学会の会員数は約3,000人に対して、歴史学会の会員は約8,000人なので、新刊の発行点数と学会の会員数はほぼ比例しているとも見られる。

本稿では出版におけるこうした地理関連書籍を取り巻く現状をいくつかの側面から調査・分析し、出版業界から見て地理学がどの程度日本の世の中に浸透しているかを見極めていきたい。

表1 書籍新刊点数

	2014年	2015年	2016年	構成比
歴史総記	69	95	91	0.1%
日本歴史	1,077	1,179	1011	1.3%
外国歴史	358	353	349	0.5%
伝記	589	844	804	1.1%
地理	317	318	331	0.4%
旅行	1224	1164	1099	1.5%
天文・地学	268	250	226	0.3%
総合計	76,465	76,445	75,039	100%

注：単位は点，構成比は2016年

（『2017年版 出版指標年報』による）

表2 新刊推定発行部数

	2014年	2015年	2016年	構成比
歴史総記	34	45	34	0.1%
日本歴史	361	332	307	1.0%
外国歴史	114	115	91	0.3%
伝記	170	279	286	0.9%
地理	77	54	63	0.2%
旅行	452	380	438	1.4%
天文・地学	90	89	73	0.2%
総合計	33,561	32,466	32,219	100%

注：単位は万冊，構成比は2016年

（『2017年版 出版指標年報』による）

なお、「地理」と「地理学」という語句の使い分けについて、「地理」は義務教育・高等学校教育を通して人口に膾炙している一般的な用語として、「地理学」は学術・専門教育も含めたより幅広い概念の用語として用いる。ただし、「学」をつけるかつけないかという議論は、出版業界のアウトリーチをテーマとする本稿ではあまり意味をなさない。後に見るように、書店では「地理」「地理学」の書籍はともに扱われておらず、それを議論するほどの状況にも至っていない。一般読者にとって、「歴史」と「歴史学」の違いと同様、「地理」と「地理学」の違いは、分野のとらえ方を大きく変えるものではない。アウトリーチにおいては、発信側がそうした細かい差異にこだわるよりも、一般の受け手側がどのように感じているのか、またどのように受け入れるのかに注目したほうがよいだろう。ちなみに書店で棚に見出しが付けられる場合は、「学」はつかず、ほとんどが「地理」「歴史」である。

II データと書籍流通

1. 書籍市場と流通の現状

日本の出版市場の売上は1996年をピークに下降線をたどり、2016年の推定総販売額は1兆4709億円となっている。ただし、減り幅が大きいのは雑誌で、書籍は減少傾向にあるものの、ここ数年の減り幅は小さい。返品率は36～40%前後が続き、業界では返品率改善のためのさまざまな施策が行われているが、必ずしもうまくいっていない。

書籍は出版社から書籍取次を通じて書店に配本される。書籍流通は主に委託販売制度に基づいており、買い切り契約の書籍でない限り、原則、書店は配本された書籍を新刊発売から6カ月以内であれば無条件で返品できる。すなわちこの6カ月間で売れ行きを試され、売れなければ返品される。しかし現在、年間7万点以上もの書籍が発行される中、書店は次から次へと配本される書籍を並べる場所を確保しなければならないため、実際は2週間～1カ月で売れ行きを判断しているのが実態である。近年はベストセラーといわれる書籍でも、好調な売れ行きを半年以上持続させるのは難しくなっている。

売れ行きは本の企画やタイトル・カバーデザインだけで決まるわけではない。営業力や広告・プロモーションによっても大きく変わる。書店での展開方法や展開場所次第で、全く売れ上げが異なることもあり、テレビで取り上げられて、一瞬でベストセラー入りすることもしばしばある。とにかく本の売れ行きは、対象とする読者にしっかり届けられるかどうかが大きなカギとなってくる。

2. 販売データ

書籍の売上や客層については、主に「紀伊國屋書店PUBLINE」のデータに基づいて比較・分析を行う。紀伊國屋書店は年商1059億円（2016年8月期）、数多くの大型店を擁し、国内外に100店舗を構える日本を代表するナショナルチェーンである。「紀伊國屋書店PUBLINE」は全店のPOSレジで管理されている販売情報を、インターネットを通じて会員社に公開している有料サービスである。出版業界では最も歴史が長く洗練された公開サービスで、多彩な販売情報を得るこ

表3 紀伊國屋書店の客層

性別・年齢	割合 (%)
女性小学生以下	0.5
女性10歳代	2.2
女性20歳代	13.4
女性30歳代～40歳代	26.0
女性50歳代以上	10.5
男性小学生以下	0.4
男性10歳代	1.6
男性20歳代	9.5
男性30～40歳代	22.3
男性50歳代以上	13.7

（紀伊國屋書店PUBLINEより作成）

とができる。しかしながら、他社本の販売実数は公開することができないため、本稿では実数を表示しない方法で論を進める。紀伊國屋書店全体の客層は、男性47.5%・女性52.5%で30歳代～40歳代の女性比率が26.0%と最も多い（表3）。売上は、書籍にもよるが、一般に業界全体の5～10%を占めるといわれている。そのため、特に一般書は、紀伊國屋書店での売上を見ることがその動向を比較的正確に把握できるとみなす業界人も多い。

III 書店における地理学関連書籍の現状

1. どんな地理学関連書籍が売れているか

「紀伊國屋書店PUBLINE」の月別「オール紀伊國屋ベストセラー」は、月売10冊以上、2,000位以内の銘柄をランキング形式で表したもののだが、これを利用して2012年8月から2017年8月までの直近5年間の地理学関連書籍の売れ行き良好書を調査した。なお、ここではまず書名に「地理」または「地図」という語句が入っているものを抽出し、ほかに筆者が地理学関連書籍であると判断したものをピックアップした。学習参考書や旅行ガイド・地図帳、地理と関係ない書籍は除外した。

その結果、5年間で、「地理」または「地図」が書名に入っているものが31点、それ以外で6点の合計37点が2,000位以内にランクインしたことがわかった（表4）。月別で見ると0～3点である。参考までに、2017年8月期のオールベストで、「歴史」または「〇〇史」（学習参考書を除く）という語句が書名に入った書籍は、25点ランクインしている。書名に

表4 「紀伊國屋ベストセラー」にランクインした
地理学関連書籍

年度版『今がわかる時代がわかる世界地図』(成美堂出版編集部)
年度版『今がわかる時代がわかる日本地図』(成美堂出版編集部)
『「逆さ地図」で読み解く世界情勢の本質』(松本2015)
『地図で読む「国際関係」入門』(眞2015)
『地図で読み解く日本の戦争』(竹内2013)
『地図から読む江戸時代』(上杉2015)
『古地図で読み解く! 城下町の秘密』(男の隠れ家編集部2016)
『写真と地図でめぐる軍都・東京』(竹内2015a)
『地図をつくった男たち』(山岡2012)
『大阪「地理・地名・地図」の謎』(谷川2013a)
『埼玉「地理・地名・地図」の謎』(山本2014)
『東京「地理・地名・地図」の謎』(谷川2013b)
『北海道「地理・地名・地図」の謎』(北村・本郷2013)
『香川「地理・地名・地図」の謎』(北山2014)
『富山「地理・地名・地図」の謎』(実業之日本社2014b)
『徳島「地理・地名・地図」の謎』(立岡2015)
『なぜ、地形と地理がわかると世界史がこんなに面白くなるのか』(関2016)
『なぜ、地形と地理がわかると古代史がこんなに面白くなるのか』(千田2015)
『なぜ、地形と地理がわかると戦国時代がこんなに面白くなるのか』(渡邊2016)
『なぜ、地形と地理がわかると江戸時代がこんなに面白くなるのか』(大石2014)
『なぜ、地形と地理がわかると現代史がこんなに面白くなるのか』(関・三城2017)
『知れば知るほど面白い地理・地名・地図から読み解く世界史』(宮崎2014)
『地図と愉しむ東京歴史散歩 都心の謎篇』(竹内2012)
『地図と愉しむ東京歴史散歩 地形篇』(竹内2011)
『地図と愉しむ東京歴史散歩 お屋敷のすべて篇』(竹内2015b)
『地図と愉しむ東京歴史散歩 地下の秘密篇』(竹内2016a)
『地図と地形で楽しむ 横浜歴史散歩』(都市研究会2017)
『東京スリパチ地形入門』(皆川・東京スリパチ学会2016)
『デジタル鳥観 江戸の崖 東京の崖』(芳賀2012)
『地形で解ける! 東京の街の秘密50』(内田2016)
『凹凸を楽しむ 大阪「高低差」地形散歩』(新之助2016)
『京都の凸凹を歩く』(梅林2016)
『地図・地名からよくわかる! 京都謎解き街歩き』(浅井2014)
『東大のクールな地理』(伊藤2016)
『経済は地理から学べ!』(宮路2017)
『日本列島100万年史』(山崎・久保2017)

(「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

「歴史」「〇〇史」と入っていないものも含めると、さらに多くの歴史関連書がランクインしていることが見込まれる。

タイトル別に見ると、年度版の『今がわかる時代がわかる世界地図』『今がわかる時代がわかる日本地図』

(成美堂出版編集部)が最も多くランクインしている。ほか、実業之日本社『東京「地理・地図・地名」の謎』(谷川2013b)の県別シリーズや『地図と愉しむ東京歴史散歩』(竹内2011)シリーズ、そして洋泉社『なぜ、地形と地理がわかると古代史がこんなに面白くなるのか』(千田2015)のシリーズが存在感を示している。これらはいずれも新書である。シリーズもの以外で「地理」という語句の入った書名の本は『東大のクールな地理』(伊藤2016)と『経済は地理から学べ!』(宮路2017)の2点にとどまった。全体的には「地図」と「歴史」「散歩」を絡めたものに人気が集まる傾向があり、いわゆる「地理学」そのものをテーマにした書籍はランクインしていなかった。なお、この調査で用いた月別「オール紀伊國屋ベストセラー」の2,000位以内の書籍は、すべて月に100冊以上売れているものであった。

2. 他分野との比較

ここではまず、2009年に発売が開始され、「社会人のための教科書」として注目を浴びた山川出版社の「もういちど読む」シリーズを取り上げる。このシリーズは高校教科書に手を加え、もしくは新たに書き起こして一般社会人向け教科書として発売されたものである。高校社会科の主な科目がすべて揃っているため、これらの売上を比較することで、一般社会人のそれぞれ科目に対する関心の高さをある程度読み取ることができると考え、発売から1年間の累積売上部数について日本史を100として指数にて比較した(図1)。

さすがに歴史書で名高い山川出版社だけあって、日本史と世界史が群を抜いているが、やはり日本史への関心が最も高いと見てよいだろう。地理はこの5科目の中で最も少ないが、山川出版社が高校地理教科書を出版していないため知名度にハンデがあることを考慮しなければならないが、それでも歴史分野に比べると一般読者の地理に対する関心は高いとはいえないだろう。

ただし、売上部数自体はオール紀伊國屋ベストセラーにランクイン(2012年5~7月)するほど大きく、地理関連書籍の中でもトップクラスである。あくまで歴史分野に比べて関心が低い可能性があるということ、絶対値が低いというわけではない。

図1 「もういちど読む山川」シリーズ売上比較
 注: 縦軸は指数 日本史の売上冊数を100とした
 (「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

表5 「もういちど読む山川」シリーズ客層の比較
 (単位: %)

性別・年齢	地理	日本史	世界史	政治経済	倫理
女性12歳以下	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0
女性13～18歳	0.2	1.0	1.2	0.9	0.7
女性19～29歳	6.1	14.6	13.9	12.2	9.6
女性30～49歳	10.9	21.2	19.6	15.5	14.9
女性50歳以上	5.7	12.3	11.7	7.6	5.5
男性12歳以下	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
男性13～18歳	2.4	0.8	0.9	1.4	1.3
男性19～29歳	17.0	12.3	13.6	17.2	12.4
男性30～49歳	37.4	22.7	24.1	30.7	33.7
男性50歳以上	16.2	10.1	10.0	10.5	16.8
客層情報なし	3.4	4.9	4.9	3.9	5.0

(「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

客層を見ると、日本史と世界史は男女比がほぼ半々であるが、地理は男性が73%を占める(表5)。政治・経済や倫理も男性の割合が高いことから、歴史分野は比較的女性の読者が多いともいえるだろう。

もう一つは2017年2月に発売された『経済は地理から学べ!』(宮路2017)を取り上げる。これは2013年11月に発売された『経済は世界史から学べ!』(茂木2013)の姉妹編である。両書とも「経済」と結びつけた切り口で、多くのビジネスマンを獲得してヒットした。発売から7カ月間の売上を比較すると、この段階では「世界史」の売上を100とすると「地理」は85で、「世界史」と遜色ないほど売れており、「地理」と銘打った書籍では、異例のヒット作となった。また「世界史」と同じ著者の『世界史で学べ!地政学』(茂木2015)は、「世界史」の売上100とすると45で、「地理」は「地政学」よりもかなり多く売れている(図4)。

ビジネスマンにとって「経済」は非常に関心の高い

テーマであるので、そうしたテーマと結びつくと「地理」も興味をもって読まれるということが推測できる。つまり、単独の言葉での「地理」はいまひとつどのような学問であるかが認識されていないが、他のテーマと結びつくことでその有用性やイメージが具現化されるということかもしれない。「地理学でこんなことがわかるのか」ということを伝えた好例であるといえよう。

3. 地理学関連書籍の書店での扱われ方

書籍は展開場所と展開方法で売行きが変わると先に述べたが、地理学関連書籍は実際どのようなコーナーに置かれているのだろうか。まず、近年発売された地理学関連書籍6点を選んで、紀伊國屋書店ではどのコーナーに置かれているかを調べた(表6)。表6の内容をまとめると次のような実態を見出すことができる。

- 1) 『新版もういちど読む山川地理』(田邊2017)は、ほとんどが学習参考書「高校社会」コーナー。
- 2) 『凹凸を楽しむ東京「スリバチ」地形散歩』(皆川2012)は、ほとんどが「国内ガイド」。
- 3) 『プラタモリ1』(NHK「プラタモリ」制作班2016a)は、多くが「タレント」と「国内ガイド」「地図ガイド」。
- 4) 『経済は地理から学べ!』(宮路2017)は、ほとんどが「経済・経済学」。
- 5) 『自然のしくみがわかる地理学入門』(水野2015)は、ほとんど「天文/地学」などのサイエンス系コーナーと「歴史」が少し。
- 6) 『なるほど日本地理』(宇田川2014)は、「道路地図」や「地図帳」、そして「日本史」など多岐にわたる。

すべて地理学に関する本であるが、これだけ置き場所がバラバラになってしまっている。タイトルに「地理」と入っていても、同じ場所に置かれることは少ない。つまり「地理」というコーナーをもつ書店がほとんどないため、地理的内容であっても、「地理」以外の要素に引きずられて棚が決まってしまうのである。『凹凸を楽しむ東京「スリバチ」地形散歩』(皆川2012)は「散歩」とタイトルに入っているのに「国内ガイド」コーナーに置かれてしまうのは仕方が

表6 紀伊國屋書店で地理学関連書籍が置いてある棚

店舗	『新もういちど読む 山川地理』	『東京「スリパチ」 地形散歩』	『プラタモリ 1』	『経済は地理から 学べ!』	『自然のしくみが わかる地理学入門』	『なるほど 日本地理』
新宿本店	フェア, 高校社会	歴史散歩, 東京, 話題の本	歴史散歩, 話題の本, TV・タレント	国際経済	地図帳, 地学・鉱物	地図帳
梅田本店	山川出版社, 文化人類学	大阪	紀行	新刊・話題の本, 世界情勢, 政治・ 経済新刊話題書	地球科学	高校社会
札幌本店	フェア, 日本史	地学	文学 新刊・話題 書, 紀行, 1Fメイ ンカウンター	フェア, 新刊・話題書, 経済学	地学	地学, 日本史
横浜店	高校社会	地形図, 国内ガイド	タレント, 国内ガイド	フェア台, 年鑑・白書	気象・地学	気象・地学
流山おおたかの 森店	歴史概説	歴史散歩	タレント, フェア, 歴史散歩	経済学	数学, 科学一般	歴史概説
前橋店	高校社会	国内ガイド	文芸エンド台, テーマ別国内ガイド	新刊・話題の本, 経済学	鉱物・気象	鉱物・気象, 地図帳・道路地図
グランフロント 大阪店	高校参考書, 地球科学	歴史散歩	RS旅／ガイド, テーブル台ガイド 話題書, タレント本	エンド台, 歴史／新刊, 国際問題	地球科学	地図帳
さいたま新都心店	高校社会, 日本史概説	旅行会話／地図, グルメガイド／ 国内ガイド	グルメガイド／ 国内ガイド	社会科学書エンド 台1, 経済学	化学／地学	旅行会話／地図
福岡本店	世界史, 高校学参	国内旅行エッセイ	タレント	エンド, 経済学	天文地学	世界史
ららぽーと横浜店	高校社会	国内ガイド	国内ガイド, 文学話題書	社会B07端台	植物・地学	
国分寺店	宇宙／気象	国内ガイド, 国内ガイド情報版	旅行／グルメ	経済学	宇宙／気象	宇宙／気象
玉川高島屋店	高校英語	散策	散策	経済・金融	環境・物理・化学	散策
広島店	地理・民俗学	歴史散歩・古文書	E01柱2, 国内ガイド	経済学, SP01横ワゴン	天文地学	地理・民俗学
仙台店	日本史	国内ガイド	日本史, タレント	社会		日本史
佐賀店	高校社会・理科	国内ガイド・地図	国内ガイド・地図, 新刊・話題書	経済	歴史	道路地図
浦和バルコ店	世界史	国内ガイド	サブカルチャーエ ンド台	経済	サイエンス	都市地図
京橋店	地図	国内紀行	国内紀行, 映画・ドラマ	Aエンド2, 経済	サイエンス	地図
ららぽーと豊洲店	日本史1, 高校社会3	山岳・散策	NHK 3	日本経済／経済学	日本史1	日本史1
鹿児島店	人文／世界史・ 文化人類学		地図／国内紀行	社会／フェア, 社会／経済学・金融	自然／サイエンス	地図／地図
長崎店	文化人類学／民俗 学		国内ガイド, 紀行	応用経済学	天文／地学	道路地図
堺北花田店	海外事情	国内紀行	国内紀行	経済	天文地学	天文地学
久留米店	高校社会	地図	新刊・話題書, 仕入れストック	経済学	世界史・東洋史, 天文	東洋史・郷土・民俗
熊本光の森店	高校社会	紀行・ガイド, 国内ガイド	タレント・TV	経済	サイエンス・環境	日本史, 社会・政治
ゆめタウン博多店	高校社会		登山・アウトドア, 国内紀行	経済	天文	日本史

表6 紀伊國屋書店で地理学関連書籍が置いてある棚（続き）

店舗	『新もういちど読む 山川地理』	『東京「スリパチ」 地形散歩』	『ブラタモリ 1』	『経済は地理から 学べ!』	『自然のしくみが わかる地理学入門』	『なるほど 日本地理』
名古屋空港店	高校社会	紀行	紀行	イベント、 経済・金融・証券	天文・気象・地学	地図
新潟店	世界史	国内ガイド	国内ガイド、地図	経済	地学・気象	日本史
富山店	高校国語、 歴史概論、 鉱物・地球科学	国内紀行	ドラマ化・TVシナ リオ、 文芸コーナー、 国内紀行	国際情勢	地学	地図
北千住マルイ店	民俗・日本史	紀行	タレント、 A03 文学エンド、 紀行	経済	電気・機械	数学・歴史、 社会・海外事情
ゆめタウン徳島店	歴史概論	地図	新刊話題書、 ドラマ・TV・演劇	エンド台社会		地図
本町店	A09 柱、海外事情	国内ガイド	芸能、国内ガイド	経済	天文・地学	海外事情
徳島店	高校（社会）	国内ガイド	新刊趣味・実用、 国内ガイド	経済学		文化人類学・民俗学
ゆめタウン広島店	世界史		映画	経済、社会・人文 新刊・話題書	世界史	
泉北店	高校参考書2	都市地図、 国内紀行	タレント、 話題の本（芸術エ ンド）、 仕入仮登録G	経済	天文	道路地図
高槻店	日本史	紀行	新刊・話題書	社会エンド台		高校社会
神戸店	ポピュラーサイエ ンス・地学		京阪神の本、 国内紀行	国内経済・経済学、 新刊・話題書（壁）、 ビジネスエンド台	ポピュラーサイエ ンス・地学	社会人進学・論文
大分店	高校社会	TDL・TDR・ TDS・USJ	カウンター前文学 集販台	経済学	天文地学	都市地図

（「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成）

ないとしても、同様に地形散歩を楽しむ『ブラタモリ1』（NHK「ブラタモリ」制作班2016a）が、芸能人という理由だけでテーマとは関係のない「タレント」コーナーになってしまうのは困惑するほかない。『新版もういちど読む山川地理』（田邊2017）も「大人の学びなおし」というコンセプトにもかかわらず、山川出版社だからという理由で、教科書の延長としてとらえられ、大人がほとんど来ない学習参考書売り場に並べられてしまっている。『なるほど日本地理』（宇田川2014）は、「地図」「日本史」「高校社会」「天文」など、書店側の混乱が見て取れる。「地理」のコーナーがあれば、置き場所は一発で解決するはずである。

また、ベレ出版営業部が訪問している全国の書店で、地理コーナーの有無について調査したところ、見出しの付いた地理コーナーがあった書店は484店舗中53店舗であった（表7）。この結果を見ると「地理」

表7 書店における地理コーナーの有無

Q1. 店内に見出し付きの地理コーナーはあるか	
ある	53店
ない	431店
Q2. 地理コーナーがない店で、地理学関連書籍はどこに置かれているか	
人文社会	155店
自然科学	80店
地図ガイド	34店
その他	142店

（ベレ出版の資料による）

というコーナーをもつ書店はきわめて少ないことがわかる。地理コーナーがない店で、地理学関連書籍が置かれているコーナーも一定ではなく、書店によってまちまちのようである。さらに地理学関連書籍によって置かれるコーナーもバラバラで、読者が個別の本を検索機で探すことはできても、地理学関連書籍をまとめ

表8 地理学関連書籍の客層

(単位: %)

性別・年齢	全体	地理一般	地形散歩	歴史地理散歩	地図関連	地学
女性12歳以下	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1
女性13～18歳	0.5	1.0	0.3	0.2	0.6	0.4
女性19～29歳	5.5	6.7	5.9	5.2	5.1	3.0
女性30～49歳	15.0	13.0	19.3	12.7	13.9	10.2
女性50歳以上	8.3	4.9	10.4	8.5	8.4	6.8
男性12歳以下	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
男性13～18歳	0.7	2.6	0.2	0.2	0.4	0.5
男性19～29歳	7.7	15.0	6.0	7.8	6.9	5.0
男性30～49歳	30.3	35.1	30.5	33.2	31.6	31.8
男性50歳以上	23.0	18.3	23.8	27.5	26.7	37.2
客層情報なし	8.9	3.2	3.5	4.7	6.1	3.9

(「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

て見ることはできない状況である。そして何よりも問題なのが、書店側で地理の本をまとめて置くとか、地理のコーナーを作るという発想がほとんどないことである。

今回の営業部の調査では、書店員の「地理」に対する意識の低さが目に付いたという。そもそもたとえば『プラタモリ1』(NHK「プラタモリ」制作班2016a)が地理コンテンツの一つだという認識がなく、一方で地理は「地味」であるとか「売れない」というイメージが先行してしまっている。これはつまり、書店員は地理学がどんな学問であるかを理解しておらず、また関心が低いことを示している。しかしながら書店員も世間一般を反映する立場であるとすれば、世間の地理学に対する関心も似たような状況にあると考えることもできる。

また、人々の関心の高さは書籍の発行数に表れると述べたが、同じように人々の関心の高さは、書店での在庫の仕方、並べ方にも反映される。当然のことだが売れる本は目立つところに目立つようにたくさん並べられるが、そうでないものは棚差しでごく少数しか並べられないか、そもそも在庫されない。売れる本が世間の関心の高い分野・テーマの本であるとすれば、売れない本は社会的な関心が低い本とみなすこともできる。

ただし、読者の興味関心とはズレたコーナーに置かれていては、売れるものも売れない。また、置き場所と本の内容が一致していない場合は、発売からしばらくすると店頭から外されてしまうことが多くなる。書店では、同じテーマの本が少ない、もしくは集まらな

いと棚の管理がしづらいため、売りっ放しになるか返品されてしまうからである。書店で適切に販売されるようになるためには、当該分野に対する世間の関心と正しい理解、そして継続的な書籍の発行が必要となる。

4. 地理学関連書籍を購入した客層

ここでは、近年出版された地理学関連の一般書80点を対象にして客層を分析した(表8)。まず、80点すべてを集計した全体の客層は、男女比では男性が60%を超え、年齢も合わせると男性30～49歳が30.3%、男性50歳以上が23.0%となり、男性30歳以上だけで53.3%を占めるという結果となった。地理学関連書籍は中高年の男性に好んで読まれているようである。

次に80点の書籍を「地理一般」「地形散歩」「歴史地理散歩」「地図関連」「地学」に分類し、テーマによって客層の違いがあるかどうかを調べた。男性30～49歳の読者はどのテーマでも一定だが、男性50歳以上の読者に大きな変化が見られた。「地理一般」では男性50歳以上の読者は18.3%と少ないが、「地形散歩」「歴史地理散歩」「地図関連」「地学」のいずれのテーマでもその割合が増えている。「地学」については37.2%と男性30～49歳よりも多くなっている。ここから男性50歳以上の読者は、実際に風景を見て歩くことを好み、より深い知識を得ようとする傾向が強いのではないかと推測される。

個別には、前節で扱った書籍を挙げる(表10)。「東京「スリバチ」地形散歩」(皆川2012)は「地形

表9 分析対象とする地理学関連書籍

地理一般
『もういちど読む山川地理』(田邊2012),『歩いてわかった地球のなぜ! ?』(松本2017),『東大のクールな地理』(伊藤2016),『経済は地理から学べ!』(宮路2017),『忘れてしまった高校の地理を復習する本』(山岡2012),『やりなおし! 地理の教科書』(浅井2015),『知るほど面白くなる日本地理』(地理教育研究会2016),『地図とデータでよくわかる日本地理』(若林2013),『大人もハマる地理』(河原2013),『なるほど日本地理』(宇田川2014),『なるほど世界地理』(宇田川2016),『面白いほど世界がわかる「地理」の本』(高橋・井田2012),『眠れなくなるほど地理がおもしろくなる本』(ワールド・ジオグラフィック・リサーチ2016),『誰もがその先を聞きたくなる地理の話大全』(おもしろ地理学会2016),『自然のしくみがわかる地理学入門』(水野2015),『人間の営みがわかる地理学入門』(水野2016),『地図化すると世の中が見えてくる』(伊藤2016),『ニュースがわかる世界各国ハンドブック』(『世界各国ハンドブック』編集委員会2013),『エピソードで読む世界の国243 2016』(エピソードで読む世界の国編集委員会2016),『データブックオブ・ザ・ワールド 世界各国要覧と最新統計 Vol. 29 (2017)』(二宮書店編集部2016)
地形散歩
『プラタモリ1』(NHK「プラタモリ」制作班2016a),『プラタモリ2』(NHK「プラタモリ」制作班2016b),『プラタモリ3』(NHK「プラタモリ」制作班2016c),『プラタモリ4』(NHK「プラタモリ」制作班2016d),『プラタモリ5』(NHK「プラタモリ」制作班2016e),『プラタモリ6』(NHK「プラタモリ」制作班2016f),『プラタモリ7』(NHK「プラタモリ」制作班2017a),『プラタモリ8』(NHK「プラタモリ」制作班2017b),『凹凸を楽しむ東京「スリパチ」地形散歩』(皆川2012),『凹凸を楽しむ東京「スリパチ」地形散歩2』(皆川2013),『東京スリパチ地形入門』(皆川・東京スリパチ学会 2016),『地形のヒミツが見えてくる体感! 東京凸凹地図』(東京地図研究社2014),『「水」が教えてくれる東京の微地形散歩』(内田2013),『デジタル鳥瞰江戸の崖東京の崖』(芳賀2012),『地形で解ける! 東京の街の秘密50』(内田2016),『東京「路地裏」ブラ歩き』(岡本・鈴木2014),『タモリのTOKYO坂道美学入門』(タモリ2011),『地形を楽しむ東京「暗渠」散歩』(本田2012),『暗渠マニアック!』(吉村・高山2015),『東京凸凹地形散歩』(今尾2017a),『水系と3Dイラストでたどる東京地形散歩』(竹内2016b),『凹凸を楽しむ大阪「高低差」地形散歩』(新之助2016),『京都の凸凹を歩く』(梅林2016),『京都の凸凹を歩く 2』(梅林2017),『京都お散歩凸凹地図』(実業之日本社2014a)
歴史地理散歩
『明治・大正・昭和 名古屋地図さんぽ』(溝口2015),『福岡路上遺産』(山田2015),『大江戸坂道探訪』(山野2014),『古地図で読み解く江戸東京地形の謎』(芳賀2013),『地図と愉しむ東京歴史散歩—地形篇』(竹内2011),『東京古道探訪』(荻窪2017),『東京時代MAP』(新創社2005),『新版大江戸今昔マップ』(かみゆ歴史編集部2014),『歴史と文化の町並み事典』(文化庁2015)
地図関連
『みんなが知りたい地図の疑問50』(真野ほか2010),『地図の科学』(山岡2010),『地形図を読む技術』(山岡2013a),『地図はどのようにして作られるのか』(山岡2013b),『オン・ザ・マップ 地図と人類の物語』(ガーフィールド2014),『地図の物語』(ルーニー2016),『地図趣味。』(杉浦2016),『地図マニア空想の旅』(今尾2016),『日本の地名由来のウソと真相』(楠原2015),『地名の謎』(今尾2011),『番地の謎』(今尾2017b),『今がわかる時代がわかる世界地図2017年版』(成美堂出版編集部2016a),『今がわかる時代がわかる日本地図2017年版』(成美堂出版編集部2016b)
地学
『日本列島100万年史』(山崎・久保2017),『地層の科学』(西川2015),『日本の地形・地質』(斎藤ほか2012),『日本の火山図鑑』(高橋2015),『新版岩石・鉱物・地層』(神奈川県立生命の星地球博物館2016),『絵でわかる日本列島の誕生』(堤2014),『絵でわかるプレートテクトニクス』(是永2014),『本当にわかる地球科学』(西本・鎌田2016),『3D地形図で歩く日本の活断層』(柴山2016),『地震と火山』(鎌田2014),『科学の目で見る日本列島の地震・津波・噴火の歴史』(山賀2016),『日本海その深層で起こっていること』(蒲生2016),『年代で見る日本の地質と地形』(高木2017)

散歩」と比べると、男性19～29歳が多いが、著者が深夜番組「タモリ倶楽部」に出演するなどした影響が考えられる。『プラタモリ1』(NHK「プラタモリ」制作班2016a)は、ほかと比べると女性の割合が多い。テレビの露出効果と展開場所が女性客の多いタレントコーナーであることが影響していると思われる。『経済は地理から学べ!』(宮路2017)は男性30～49歳が40.2%を占め、狙いどころのビジネスマンをしっかりとらえていることがわかる。同時にこの層はさまざま

な地理学関連書籍の有力な読者となる可能性を秘めていると見ることもできる。『自然のしくみがわかる地理学入門』(水野2015)は、まさに「自然地理学」本であるが、男性19～50歳以上に広く分布している。地理一般とも構成が近いので、おそらくこれが現在の平均的な「地理学」読者像になると見てよいだろう。出版社からみると、まずこの層をターゲットにして、地理学の書籍を企画すると広がる可能性がある。

表10 地理学関連書籍の銘柄別客層

(単位: %)

性別・年齢	『経済は地理から学べ!』 (地理一般)	『なるほど日本地理』 (地理一般)	『自然のしくみがわかる 地理学入門』 (地理一般)	『プラタモリ1』 (地形散歩)	『東京「スリバチ」 地形散歩』 (地形散歩)
女性12歳以下	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性13～18歳	0.6	0.0	0.2	0.3	0.3
女性19～29歳	6.7	6.4	5.0	6.1	6.2
女性30～49歳	11.3	16.0	9.9	13.0	11.7
女性50歳以上	3.0	3.8	6.3	11.9	5.6
男性12歳以下	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0
男性13～18歳	1.4	1.0	0.4	0.2	0.3
男性19～29歳	16.6	15.7	12.3	5.4	14.2
男性30～49歳	40.2	33.5	36.5	28.6	35.0
男性50歳以上	17.5	19.2	25.9	22.7	19.1
客層情報なし	2.7	4.5	3.5	3.1	7.6

(「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

図2 雑誌の売上推移

a) 『月刊地理』, b) National Geographic

注: 縦軸は指数 2007の売上冊数を100とする

(「紀伊國屋書店PUBLINE」より作成)

5. 地理雑誌の売上推移

最後に、地理関連雑誌の売上推移を通して、世間の地理学への関心の推移を推測してみる。代表的な月刊誌として『月刊地理』（古今書院）を取り上げる。『月刊地理』は地理の専門誌として地理学界や地理教育関

係者に読まれている。この10年は若干下降傾向が見られるが、そもそも紀伊國屋書店での販売部数も限られており、これをもって地理への関心が下がっているとは言い難い（図2-a）。そこでもう少し一般読者を対象としたNational Geographicの10年間の売上推移を見てみよう（図2-b）。こちらも似たような波形を描いているが、近年の雑誌全体の売上の減少と比べるとほぼ横這いであるといつてよい。この2点を見る限りでは、もともとの読者つまり「地理好き」はあまり減ってもおらず、増えてもいないといえることができるだろう。

IV 地理学が世間に浸透するために

これまで見てきたように、出版業界から見ると地理学は世間一般にしっかり浸透しているとは言い難い状況である。まず書店に「地理」と明示されたコーナーがある店が極端に少ないという点で、「地理学」は世間にその存在感を示しきれていない。つまり現時点で、地理学の書籍は、書籍市場において需要も供給も少ないということである。しかし一方で、切り口やテーマによっては好調な売行きを見せる地理学関連書籍があることから、必ずしも地理学的コンテンツ自体が世間一般に受け入れられていないわけではないと考えられる。ここで少し、この点について検討してみたい。

まず、地理学は地球上の空間のあらゆるものを研究対象にするという点で、ほかの分野に比べると研究対

象が圧倒的に広く、方法論的性格が強いため、ほかの研究分野に溶け込みやすいという特徴がある。そのため、世間一般では「地理」「地理学」がどんな学問であるかが掴みづらく、いまひとつ具体的なイメージをもって理解されていないという面がある。たとえば、「経済地理学」や「歴史地理学」は経済や歴史を対象に地理学的な分析を行うものだが、歴史や経済という分析対象（＝素材）のほうが具体的にイメージしやすいため前面に出やすく、方法論（＝地理学）の部分は、どうしても埋もれがちになる。結局のところ、地理学的な分析が施されているとしても、表面的には経済や歴史という分野に吸収されてしまい、地理学の部分は見えにくくなってしまっている。

専門書出版社を除くと、書籍を作る側にもそうした面があるため、書籍もほかの分野やテーマと結びついたり、溶け込んだりするかたちで作られ、タイトル付けされているパターンが多い。内容的には地理学で扱うテーマであるにもかかわらず、「地理」とタイトルにないので、世間一般ではそれが「地理」であることに気づかないのである。したがって、世間一般ではいつまで経っても「地理」が意識されることもないし、「地理」という言葉ではニーズも顕在化してこない。そうした状況は出版社も書店業界や書店員自身も同様で、地理学関連書籍を店の中で適切に位置付けできる概念が備わっていないのである。それゆえ「地理学」という枠組とは別のところで扱われることになり、読者側も「地理学」であるとほとんど意識しないまま、地理学の部分的な面白さを「雑学」「旅」「グルメ」「散歩」など、エンターテインメントやサブカルチャーの文脈で楽しんでいる。

「地理学」が意識されなくても、結果的に地理学的なコンテンツが楽しまれているのだからよいではないか、という見方もできるが、地理学の今後の発展を考えるとあまり好ましい状況とはいえないだろう。なぜなら、意識化されない学問に人が集まる可能性は少ないからである。多くの人々が意識して関心をもってくれるようになれば社会的注目も集まり、研究する人も増え、多くの資源が集まる可能性が高まる。その結果、多くの有益な知見が生み出され、またそれを社会にフィードバックすることが可能となる。地球規模であらゆることを考えなければならなくなった現代にお

いて、地理学はとても重要な役割を果たしていくことは間違いない。世間一般に地理学的な思考方法を浸透させることで解決の糸口を導けるような問題もあるだろう。

そのためには単に「地理学的なコンテンツ」を消費させるだけではなく、少しでも関心をもった一般人が「地理学」へと誘われるような書籍をより多く発行し、世間一般に「地理学」が意識されるような状況を作ることが必要である。ただし、書籍といっても単に研究成果を記した専門書ではなく、重要なのは、基礎知識を前提としない一般書である。地理学の魅力や考え方を、読者を置き去りにせず、社会との接点を意識しながら高校生でもわかるように編まれたものが求められる。個別の研究テーマも、それらが地理学全体のどこに位置付けられるのか、なぜその研究が必要で重要なかがわからなければならない。さらには、われわれとどのような関わりがあるのか、何を解明するのかを明確に示す必要がある。読者の興味関心と理解を得るには、地理学の全体像がおぼろげながらも見える本が望ましい。

たとえば、数学や自然科学の分野では、一般読者に向けて「難しいことをわかりやすく」伝えようとしている書籍が多数出版されている。中には、分子生物学を扱った『動的平衡』（福岡2009）のように12万部のベストセラーになるようなものもある。隣接分野に目を移すと、日本地質学会では創立125周年を記念して、広く社会や市民に地質学の面白さと重要性を理解してもらうための普及書『はじめての地質学』（日本地質学会2017）を出版した。日本地質学会は、先にも触れた人気番組「プラタモリ」（NHK）の製作チームを表彰するなど、地質学の普及に貢献した組織をバックアップする姿勢もみられる。また、「プラタモリ」は、書籍化されているが、テレビやネットで話題となったものを、わかりやすく書籍というかたちにすることで、さらに認知度を高め、広めていくこともできる。また、その逆もしかりである。

そうした試みが増えていけば、多くの書店で在庫されるような「地理学」書籍も増え、店頭にもしっかりと「地理」コーナーが設置されるようになり、読者は「地理学」にアクセスしやすくなる。そうして「地理学」を学ぶ人たちが増えていけば、世間における地

理学の存在感も高まり、さまざまな地理学的知見が意識的に共有されるようになるだろう。

筆者は、学問に携わる方々は個々の研究を掘り下げ一方、そうした研究の成果を世間一般に「わかりやすく」伝えていくことも大事であると考えている。そのツールとして大きな役割を果たせるのはやはり書籍である。どのような書籍が必要かは、先に述べたとおりであるが、残念ながら地理学ではあまりみられない。また、科学技術分野では、日本学術会議が「サイエンスカフェ」なる一般市民と科学の専門家をつなぐ活動を行っている。これはカフェなどの小規模な場所で専門家と一般市民が科学について気軽に語らう活動であるが、学術の世界を広く一般に伝えていく注目すべき試みといえるだろう。地理学界でも今後そうした取組みが盛んになり、地理学がより発展することを期待している。

謝 辞

この論考は、「紀伊國屋書店PUBLINE」の利用なくしては叶いませんでした。データベースの利用を許諾していただいた株式会社紀伊國屋書店店売推進本部の方々に厚くお礼申し上げます。

文 献

- 揚村洋一郎 2010. 地理教育を取り巻く現状と課題. 地理誌叢 52 (1): 27-29.
- 浅井建爾 2014. 『地図・地名からよくわかる！京都 謎解き街歩き』実業之日本社.
- 浅井建爾 2015. 『やりなおし！地理の教科書』ビジネス社.
- 伊藤彰芳 2016. 『東大のクールな地理』青春出版社.
- 伊藤智章 2016. 『地図化すると世の中が見えてくる』ベレ出版.
- 今尾恵介 2011. 『地名の謎』筑摩書房.
- 今尾恵介 2016. 『地図マニア空想の旅』集英社インターナショナル.
- 今尾恵介 2017a. 『東京凸凹地形散歩』平凡社.
- 今尾恵介 2017b. 『番地の謎』光文社.
- 上杉和央 2015. 『地図から読む江戸時代』筑摩書房.
- 宇田川勝司 2014. 『なるほど日本地理』ベレ出版.
- 宇田川勝司 2016. 『なるほど世界地理』ベレ出版.
- 内田宗治 2013. 『「水」が教えてくれる東京の微地形散歩』実業之日本社.
- 内田宗治 2016. 『地形で解ける！東京の街の秘密 50』実業之日本社.
- 梅林秀行 2016. 『京都の凸凹を歩く』青幻舎.
- 梅林秀行 2017. 『京都の凸凹を歩く 2』青幻舎.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016a. 『プラタモリ1』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016b. 『プラタモリ2』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016c. 『プラタモリ3』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016d. 『プラタモリ4』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016e. 『プラタモリ5』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2016f. 『プラタモリ6』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2017a. 『プラタモリ7』KADOKAWA.
- NHK「プラタモリ」制作班 2017b. 『プラタモリ8』KADOKAWA.
- エピソードで読む世界の国編集委員会 2016. 『エピソードで読む世界の国243』山川出版社.
- 大石 学監修 2014. 『なぜ、地形と地理がわかると江戸時代がこんなに面白くなるのか』洋泉社.
- 岡本哲志・鈴木知之 2014. 『東京「路地裏」ブラ歩き』講談社.
- 荻窪 圭 2017. 『東京古道探訪』青幻舎.
- 男の隠れ家編集部 2016. 『古地図で読み解く！城下町の秘密』三栄書房.
- おもしろ地理学会 2016. 『誰もがその先を聞きたくなる地理の話大全』青春出版社.
- ガーフィールド, S. 著, 黒川由美訳 2014. 『オン・ザ・マップ 地図と人類の物語』太田出版.
- Garfield, S. 2012. *On the map: Why the world looks the way it does*. 出版地: Profile Books Ltd.
- 神奈川県立生命の星地球博物館 2016. 『新版岩石・鉱物・地層』有隣堂.
- かみゆ歴史編集部 2014. 『新版大江戸今昔マップ』KADOKAWA.
- 鎌田浩毅 2014. 『地震と火山』学研パブリッシング.
- 蒲生俊敬 2016. 『日本海 その深層で起こっていること』講談社.
- 河原和之 2013. 『大人もハマる地理』すばる舎.
- 北村崇教・本郷敏志 2013. 『北海道「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
- 北山健一郎 2014. 『香川「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
- 楠原佑介 2015. 『日本の地名由来のウソと真相』河出書房新社.
- 呉座勇一 2016. 『応仁の乱』中央公論社.
- 小寺 聡 2011. 『もういちど読む山川倫理』山川出版社.
- 是永 淳 2014. 『絵でわかるプレートテクトニクス』講談社.
- 斎藤 眞・下司信夫・渡辺真人・北中康文 2012. 『日本の地形・地質』文一総合出版.
- 実業之日本社 2014a. 『京都お散歩凸凹地図』実業之

- 日本社.
 実業之日本社編 2014b.『富山「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
 柴山元彦 2016.『3D地形図で歩く日本の活断層』創元社.
 眞 淳平 2015.『地図で読む「国際関係」入門』筑摩書房.
 新創社 2005.『東京時代MAP』光村推古書院.
 新之介 2016.『凹凸を楽しむ 大阪「高低差」地形散歩』洋泉社.
 杉浦貴美子 2016.『地図趣味.』洋泉社.
 成美堂出版編集部 2016a.『今がわかる時代がわかる世界地図2017年度版』成美堂出版.
 成美堂出版編集部 2016b.『今がわかる時代がわかる日本地図2017年度版』成美堂出版.
 「世界各国ハンドブック」編集委員会 2013.『ニュースがわかる世界各国ハンドブック』山川出版社.
 関 眞興 2016.『なぜ、地形と地理がわかると世界史がこんなに面白くなるのか』洋泉社.
 関 眞興・三城俊一 2017.『なぜ、地形と地理がわかると現代史がこんなに面白くなるのか』洋泉社.
 全国出版協会・出版科学研究所 2017.『2017年度版出版指標年報』136-139.
 千田 稔 2015.『なぜ、地形と地理がわかると古代史がこんなに面白くなるのか』洋泉社.
 高木秀雄 2017.『年代で見る日本の地質と地形』誠文堂新光社.
 高橋伸夫・井田仁康 2012.『面白いほど世界がわかる「地理」の本』三笠書房.
 高橋正樹 2015.『日本の火山図鑑』誠文堂新光社.
 竹内正浩 2011.『地図と愉しむ東京歴史散歩——地形篇』中央公論社.
 竹内正浩 2012.『地図と愉しむ東京歴史散歩——都心の謎篇』中央公論社.
 竹内正浩 2013.『地図で読み解く日本の戦争』筑摩書房.
 竹内正浩 2015a.『写真と地図でめぐる軍都・東京』NHK出版.
 竹内正浩 2015b.『地図と愉しむ東京歴史散歩——お屋敷のすべて篇』中央公論社.
 竹内正浩 2016a.『地図と愉しむ東京歴史散歩——地下の秘密篇』中央公論社.
 竹内正浩 2016b.『水系と3Dイラストでたどる東京地形散歩』宝島社.
 立岡裕士 2015.『徳島「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
 田邊 裕 2012.『もういちど読む山川地理』山川出版社.
 田邊 裕 2017.『新版もういちど読む山川地理』山川出版社.
 谷川彰英 2013a.『大阪「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
 谷川彰英 2013b.『東京「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
 タモリ 2011.『タモリのTOKYO坂道美学入門』講談社.
 地理教育研究会 2016.『知るほど面白くなる日本地理』日本実業出版社.
 堤 之恭 2014.『絵でわかる日本列島の誕生』講談社.
 東京地図研究社 2014.『地形のヒミツが見えてくる体感!東京凸凹地図』技術評論社.
 都市研究会編 2017.『地図と地形で楽しむ横浜歴史散歩』洋泉社.
 西川有司 2015.『地層の科学』日刊工業新聞社.
 西本昌司・鎌田浩毅 2016.『本当にわかる地球科学』日本実業出版社.
 二宮書店編集部 2016.『データブックオブ・ザ・ワールド 世界各国要覧と最新統計 Vol. 29 (2017)』二宮書店.
 日本地質学会 2017.『はじめての地質学』ベレ出版.
 芳賀ひらく 2012.『デジタル鳥瞰 江戸の崖東京の崖』講談社.
 芳賀ひらく 2013.『古地図で読み解く江戸東京地形の謎』洋泉社.
 福岡伸一 2009.『動的平衡』木楽舎.
 文化庁 2015.『歴史と文化の町並み事典』中央公論美術出版.
 本田 創 2012.『地形を楽しむ東京「暗渠」散歩』洋泉社.
 松本利秋 2015.『「逆さ地図」で読み解く世界情勢の本質』ソフトバンククリエイティブ.
 松本穂高 2017.『歩いてわかった地球のなぜ!?!』山川出版社.
 真野栄一・遠藤宏之・石川 剛 2010.『みんなが知りたい地図の疑問50』ソフトバンククリエイティブ.
 水野一晴 2015.『自然のしくみがわかる地理学入門』ベレ出版.
 水野一晴 2016.『人間の営みがわかる地理学入門』ベレ出版.
 溝口常俊 2015.『明治・大正・昭和 名古屋地図さんぽ』風媒社.
 皆川典久 2012.『凹凸を楽しむ 東京「スリバチ」地形散歩』洋泉社.
 皆川典久 2013.『凹凸を楽しむ 東京「スリバチ」地形散歩2』洋泉社.
 皆川典久・東京スリバチ学会 2016.『東京スリバチ地形入門』イースト・プレス.
 宮崎正勝 2014.『知れば知るほど面白い地理・地名・地図から読み解く世界史』実業之日本社.
 宮路秀作 2017.『経済は地理から学べ!』ダイヤモンド社.
 茂木 誠 2013.『経済は世界史から学べ!』祥伝社.
 茂木 誠 2015.『世界史で学べ!地政学』祥伝社.
 山岡信幸 2012.『忘れてしまった高校の地理を復習する本』中経出版.
 山岡光治 2010.『地図の科学』ソフトバンククリエイティブ.

- イティブ.
山岡光治 2012.『地図をつくった男たち』原書房.
山岡光治 2013a.『地形図を読む技術』ソフトバンククリエイティブ.
山岡光治 2013b.『地図はどのようにして作られるのか』ベレ出版.
山賀 進 2016.『科学の目で見る日本列島の地震・津波・噴火の歴史』ベレ出版.
山崎晴雄・久保純子 2017.『日本列島100万年史』講談社.
山田孝之 2015.『福岡路上遺産』海鳥社.
山野 勝 2014.『大江戸坂道探訪』朝日新聞出版.
山本博文 2014.『埼玉「地理・地名・地図」の謎』実業之日本社.
吉村 生・高山英男 2015.『暗渠マニアック!』柏書房.
ルーニー, A. 著, 井田仁康・ナショナルジオグラフィック・高作自子訳 2016.『地図の物語』日経ナショナルジオグラフィック社. Rooney, A. 2015. *The story of maps: Putting the world in perspective*. London: Arcturus Publishing.
ワールド・ジオグラフィック・リサーチ 2016.『眠れなくなるほど地理がおもしろくなる本』宝島社.
若林芳樹 2013.『地図とデータでよくわかる日本地理』JTBパブリッシング.
渡邊大門 2016.『なぜ、地形と地理がわかると戦国時代がこんなに面白くなるのか』洋泉社.

〈著者略歴〉

森 岳人（もり たけと）

1973年生まれ。千葉県出身。早稲田大学社会科学部卒業。株式会社帝国書院勤務を経て、現在、有限会社ベレ出版にて地理歴史関連の書籍編集を担当。