

# 人文書出版と業界再編

## ——出版社と書店は生き残れるか

小林 浩

(月曜社取締役)

本稿の目的は、1990年代後半から本格化した「出版不況」期における出版業界の変化を概観するとともに、そうした変化に否応なく押し流されて漂流しようとしている人文書出版をとらえ直すこと、この2点である。端的に言えば、出版社や書店は生き残れるのかという大きな問いがここには含まれているが、その問いを引き受けるための出発点ないし係留点が再確認されなければならない。なお最初に言っておくと、本稿では電子書籍ではなく紙媒体の書籍の趨勢を主題としている。

### 出版不況の20年と業界再編

出版不況の始まりの目印は、90年代後半における書籍と雑誌の年間総売上のピークアウトに見ることができる。90年代前半の日本経済においていわゆる「バブル崩壊」が起こった後、不況に強いと自認してきたはずの出版業界で書籍の総売上がピークを迎えたのは1996年だった。翌97年が雑誌の売上のピークである<sup>1</sup>。

爾来20年間、長期的に見て業界全体の売上は落ち続けている。この間、出版社や取次や書店の倒産と廃業が相次ぐ一方で、書籍の刊行点数は増え続けており、「出版年鑑」によれば2012年には8万点を突破した。平日に320点近くが刊行されている計算である。1点あたりの売上が減ったために刊行点数を増やして稼ごうという戦略の表れだが、これによる「本の洪水」は押しとどめようがなく、毎日どんな新刊が発売されているのか、1点ずつつぶさに実見することはほとんど誰にもできなくなっている。また、大量生産が大量廃棄を招いている様はまさに大焚書時代とも言うべき事態を思わせる。

こうした不況の中、出版界では新しい潮流や業界再編が巻き起こっている。メインプレイヤーたちの衰退と、サブプレイヤーたちの台頭がそこには見て取れる。ここで言う「メイン／サブ」の立て分けは、便宜上の出版社中心主義史観から見たそれであることに留意されたい。いずれも出版業界においては周辺的と見なされていたプレイヤーが、既成の勢力地図を塗り替えていく様が見て取れる。要約を試みるなら次のように言いうるだろう。

自費出版社が中堅版元を吸収し、新古書店がセレクト型書店チェーンを傘下におき、大手印刷会社が書店を次々に買収している。レンタル最大手チェーンから大手書店チェーンに成長しつつある会社による出版社買収も続いている。ネット通販会社が取次の大株主となり、IT関連企業と大出版社が合併した。電子出版はジャンルによっては紙媒体の売上を上回るようになり<sup>2</sup>、ネット書店最大手の販売力はリアル書店<sup>3</sup>最大手のそれを凌駕している。リアル書店は書籍だけでは売上を維持で

<sup>1</sup> 出版科学研究所による「日本の出版販売額（取次ルート）」によれば2016年までの概況は以下の通り。「【書籍】1996年をピークに長期低落傾向が続いているが、「ハリー・ポッター」シリーズ（静山社）などメガヒット商品の有無によって年間販売実績は大きく変動する傾向が強まっている。売れ行きが一部のベストセラーに集中する動きは変わらないが、その一方で自己啓発書や生き方本、生活実用書、児童書などは毎年手堅く売れている。【月刊誌】月刊誌・週刊誌ともに1997年をピークに、以降19年連続のマイナス。販売・広告ともに不振。休刊点数が創刊点数を上回り、総銘柄数は10年連続で減少。若者向け雑誌は依然厳しいほか中高年向けも伸び悩みつつある。【週刊誌】インターネットやスマホの普及で情報を得るスピードが格段に速くなり、速報性を重視した週刊誌は厳しい。総合週刊誌ではスキャンダル大きな反響があり、好調な雑誌もあったが発行部数は漸減傾向にある」。http://www.ajpea.or.jp/statistics/

<sup>2</sup> 中野晴行氏記名記事「電子コミック売上げが紙のマンガ誌売上げをついに上回る！」（「イーブックイニシアティブジャパン」メールマガジン2016年3月9日号掲載「ズバリ解析！！ 中野晴行のまんがの「しくみ」」）に曰く、出版科学研究所の『出版月報』2016年2月号掲載「紙コミック&電子コミックの最新動向～コミック市場2015～」を参照すると、2015年に「単純に比較すれば、電子コミック全体の市場規模は1169億円で、紙のマンガ雑誌の売上げ [1166億円] をわずかながら上回っている」と。ただし、電子コミックの売上のうち、単行本形式が1149億円。紙媒体のコミックの売上は、雑誌と単行本をあわせると3628億円。

<sup>3</sup> ネット書店とは、インターネット上での通販専門書店であり、リアル書店とは、実店舗において書籍や雑誌を販売する小売店のことである。

きず、文具や雑貨の売場、カフェなどを併設するのが当たり前になりつつあり、このトレンドは図書館にまで影響を及ぼしている。紙媒体の雑誌は広告収入が減少し、専門書の初版部数もまた減少している。もはや戦後の従来の運営体制を維持できなくなりつつあるのが現在の出版界である。

これらの動向の主要なものについてももう少し詳しく述べる。

- 1) 自費出版請負最大手の文芸社は、2008年7月に草思社を子会社化した。草思社はノンフィクション系に強い中堅出版社で数々のベストセラーを出していたが、バブル期の不動産購入による借入金が資金繰りを圧迫するなか、売上減少により行き詰まり、2008年1月に民事再生手続き開始を申し立てた（東京商工リサーチ「倒産速報」2008年1月9日付）。それを買収したのが、精神世界系のたま出版の創業家から派生した文芸社である。自費出版が商業出版とは異なる成長を果たしてきたことは特筆に値するだろう。
- 2) 新古書店の最大手BOOK OFFを運営するブックオフコーポレーションは、2008年11月に青山ブックセンターを子会社化した。青山ブックセンターは芸術書や洋雑誌に強いセレクト型新刊書店の先駆的チェーンで、アーティストやデザイナーから愛されたが、支店増加が経営を圧迫し2004年7月に帳合取次の栗田出版販売から見放され営業を停止。洋書取次の洋販（日本洋書販売）の支援のもと同年9月に再出発するも、2008年7月に洋販が破産し、再度の再建を模索してブックオフ傘下となった。なおブックオフコーポレーションの筆頭株主はヤフーである。
- 3) 総合印刷会社の最大手である大日本印刷<sup>4</sup>は2008年8月に古参チェーンの丸善を子会社化。その後、図書館支援業務会社の最大手TRC（図書館流通センター）を2010年2月に丸善と併せ丸善CHIグループを設立、翌2011年2月に大型書店チェーンのジュンク堂書店を子会社化した（古書店、新刊書店、出版社などを多角的に経営していた雄松堂書店も同時に子会社に）。このほか、

<sup>4</sup> 大日本印刷の事業は多岐にわたる。同社は長い年月をかけてエレクトロニクス部門や生活・産業部門、北海道コカ・コーラボトリングなど諸部門を発展させており、今や紙媒体の出版物の印刷は、紙以外の特殊印刷、書店事業、情報セキュリティ事業、イメージング事業などを含む幅広い情報コミュニケーション部門の一領域である。

大型書店チェーンの文教堂書店、リアル書店とネット書店を連動させたハイブリッド型総合書店を標榜するhonto（運営はトゥ・ディファクト）なども大日本印刷グループ（DNPグループ）の傘下であり、同グループは書店業界の再編の大きな要となっている。

4) 経営危機に陥っていた取次<sup>5</sup>第3位の大阪屋は、2014年11月、楽天を筆頭株主とした出資者により新会社に移行した。出資したのはほかに、大日本印刷、講談社、集英社、小学館、KADOKAWA、旧大阪屋の持ち株会社OSSであり、楽天とOSSを除くと出版界のオールスターの揃い踏みである。この後、出版界は取次再編と取次外しの嵐に毎年見舞われている。取次再編については、翌2015年6月に取次第4位の栗田出版販売が民事再生法適用を申請したこと、翌々年2016年3月に取次第5位の太洋社が倒産したこと、同年4月に大阪屋栗田が設立され、栗田は実質的に統合消滅したことなどを特筆しなくてはならない。一方、取次外しについて特記すべきなのは、2015年4月に紀伊國屋書店と大日本印刷とが出版流通イノベーション<sup>6</sup>を共同設立したこと、2015年8月に紀伊國屋書店が実施した、村上春樹の新刊『職業としての小説家』初版9割を出版社より直接買占めて他書店にも卸すハブの役割を果たしたこと（部数は非公認だが、さらに重版分も買占めを行った）、そして2017年4月にアマゾン・ジャパンが帳合取次の筆頭である日販（日本出版販売）からの商品調達を一部終了すると出版社に通知し、実際に6月いっぱい終了に踏み切り、出版社との直取引強化へ大きく舵を切ったこと、などである。取次再編と取次外しは目下の出版界にあって台風の目である。

5) 大手出版社であり映画会社であるKADOKAWAはIT企業ドワンゴと2014年10月に統合し「カドカワ」を設立、両社を傘下に置いた。KADOKAWAは角川書店、角川学芸出版、アスキー・メディアワークス、エンターブレイン、中

<sup>5</sup> 取次は出版社と書店の間に立って、物流と金融の機能を担っている。小零細出版社が多数の書店に商品を卸せるのは、取次が様々な手間を一手に引き受けているからであり、取次は出版界の多様性を支える枢軸であり要石となっている。ただし、日販やトーハンなどの二大取次は今日多数生まれつつある「ひとり出版社」の受け皿とはなっておらず、出版流通は今までとは異なる多様化の道を進みつつある。

経出版、富士見書房、メディアファクトリーなどの出版事業のほかに、ウェブメディア事業、映像・音楽事業、ゲーム事業、eコマース事業などを多角的に展開するメディア・コングロマリットである。旧来の出版二大勢力としては、音羽グループ（講談社、光文社、星海社、一迅社、日刊現代、キングレコードなど）や、一ツ橋グループ（小学館、集英社、祥伝社、白泉社、プレジデント社など）がある。こうしたグループ化や多角化もまた、業界再編を促していると言えよう。他の大手出版社も、新聞、放送、出版社、音楽、ゲーム、その他事業と融合しつつある。

- 6) ネット書店のAmazon Japanは2000年11月にオープンして以来、書店業界のトップランナーとして成長を続けている（その反面、日本の商慣習においては伝統を顧みない破壊的なイノベーターである）。2015年当時の年間売上高を比較した場合、リアル書店のトップチェーンである紀伊國屋書店の1000億円強

<sup>6</sup> 株式会社紀伊國屋書店と大日本印刷株式会社による連名のニュースリリース「紀伊國屋書店と大日本印刷——株式会社出版流通イノベーションジャパンの設立について」（2015年3月19日付）によれば、株式会社出版流通イノベーションジャパンは「出版流通市場の活性化および新しいビジネスモデルの創出を目的として」設立された合弁会社である。設立趣旨は以下の通り。「出版流通市場は、紙の書籍販売が縮小する厳しい状況が続いており、成長が期待される電子書籍においても、多くのプレイヤー間の競争は激化の一途を辿っています。この状況に対し、紀伊國屋書店とDNPは、社会が大きく変化する中で「文化・情報の発信」「知のインフラ」の担い手として出版業界の発展に貢献することが国力の礎になり、日本の文化と社会の発展に寄与するとの思いのもと、広く出版流通市場の活性化および新しいビジネスモデルの創出を企画するための合弁会社を設立いたします。／それぞれリアル書店とネット書店の“ハイブリッド戦略”を執る両社が互いのノウハウを共有し、日本の出版流通市場が抱える課題について調査・分析および施策の検討を行っていきます」。業務内容としては「出版流通市場活性化のための調査・研究」と「各種活性化施策および新規ビジネスモデルの立案」を掲げ、より具体的には次の5点をテーマとしている。「(1) 読者の利便性向上を目的とした電子／ネット書店の更なるサービス強化。(2) 読者にとって使いやすいポイントサービスの構築。(3) 仕入・物流業務システムの共有化・合理化・効率化。(4) 両社が保有する海外リソースを活かした新しいビジネスモデル。(5) リアル書店とネット書店の相互連携による読者サービス向上」。書店界のトップチェーン同士の協業模索は業界を震撼させたが、異なる企業風土を持つ競合社間の連携がうまくいくのかどうかは未知数と言える。

に比して、Amazon Japanは9500億円近い売上有る。詳しい内訳が明らかではなく書籍雑誌部門のみの数字ではないことに注意する必要があるが<sup>7</sup>、一零細出版人の実感から証言すれば、日常業務でさばく注文数から言っても、もはやAmazon Japanに追随しうるリアル書店は存在しない<sup>8</sup>。また、日本において幾度となく挫折してきた電子書籍市場に安定性もたらされつつあるのは、Amazon Japanが2012年10月より提供を開始した電子端末Kindleの影響力が大きいと言うべきだろう。

7) リアル書店のありようは、出版不況期を含むここ約30年間で変化し続けている。90年代半ばまでは、リプロ池袋本店、青山ブックセンター六本木店などのような、書棚職人ともいべきエキスパートたちによる選書や売場構成の妙が光る書店が人気を誇った。90年代後半には、J文学の聖地であるパルコブックセンター渋谷店や、新興書店ながら複数のカリスマ書店員を擁したブックファースト渋谷店、「図書館よりも図書館らしい」店づくりを目指した超大型書店としてジュンク堂書店池袋本店などが注目を集めた。2000年代前半、リプロやパルコブックセンターは取次第1位の日販の傘下となり、先述した通り青山ブックセンターは幾度となく危機を迎える。2000年代後半、ジュンク堂書店は全国展開を進めたのちに大日本印刷の傘下となり丸善と統合される。2010年代前半、ブックファーストが取次第2位のトーハンの子会社となり、レンタル店TSUTAYAの経営母体CCC（カルチュアコンビニエンスクラブ）は代官山に新業態店舗「蔦屋書店」をオープンさせた。音楽・映像のレンタルおよびセル、和洋の書籍雑誌販売を中核に、文具雑貨売場やカフェを併設するそのス

<sup>7</sup> 出版流通コンサルタントの冬狐洞隆也氏による2010年10月27日付記事「ネット書店の売上ランキングと売上金額」には、民間信用調査機関の調査を基に「通販新聞社」が推定値を算出したところ、2009年の時点ですでにアマゾンでは1,275億円もの書籍の売上を叩き出していた、と記されている。http://www.lbook.co.jp/003743.html

<sup>8</sup> ネット書店の24時間365日営業の功罪について総括することは単純ではないが、買い手にとって便利なネット書店の成長の蔭でリアル書店の存在感が薄まっているかもしれないことは否めない。また近年、Amazon Japanとヤマト運輸との間で送料単価や荷物量などをめぐる合意形成に様々な困難があったことは、購入者への「送料無料」サービスがもたらした必然的帰結として記憶されることとなった。

タイトルは、チェーン書店における複合化の本格的な始まりを告げるものだった。2010年代後半、CCCは家電店と書店をドッキングさせた蔦屋家電や、都市開発の中核施設として生まれた湘南T-SITE、巨大ショッピングモールと書店を融合させた枚方T-SITEなど、書店のさらなる進化形態を提示し続けている<sup>9</sup>。また、CCCは近年、美術出版社や徳間書店など、出版社の買収も積極的に進めており、業界再編を牽引するプレイヤーとして注目を浴びている<sup>10</sup>。特に2017年12月15日に主婦の友社の全株式をDNPグループから取得したことは、ライバル企業間での子会社の売買が始まったことを示唆するものとして特記に値するだろう。

<sup>9</sup> CCC社長・増田宗昭（ますだ・むねあき：1951-）氏は自らの戦略について次のように明かしている。「僕が目指しているのは、1985年に大阪の枚方市でCCCを創業した時から、全く変わってないんだよ。それは、CCCが「世界一の企画会社」になること。本屋さんでも音楽屋さんでもない、レンタルショップでもない。企画を売ることがCCCの本業。本や音楽は、そのための方法論と言ってもいい。だから、「蔦屋家電」は、CCCが考える新しい企画が「家電を中心とした新しい店」ということです。[…]「家電店のイノベーション」ということを思いついたんですよ。つまり、家電を含めたトータルな生活提案をやるよ、と。[…]「TSUTAYA」は、本や音楽といった“ソフト”によって、生活提案をしてきた。今度は逆に、家電という“ハード”によって、生活提案することも可能じゃないかと考えたわけ」（川島蓉子『TSUTAYAの謎』日経BP社、2015年4月、15～16頁）。

<sup>10</sup> さらに2017年春には、増田社長の次の一手について以下のような報道があった。「3月31日、東京都内のホテルで開かれたCCCの社員ミーティング。グループ傘下の多くの社員が一堂に会する恒例の年次会合の場で、増田氏は「SPA（製造小売業）をやらなければアマゾンには勝てない」と語ったという。[…] SPAとはユニクロのファーストリテイリングのように、小売業が川上の製造分野まで手がけ、オリジナル商品を開発する経営モデルだ〔Speciality store retailer of Private label Apparel〕。つまり増田氏はCCC系列の店舗で扱う商品・サービスを、自ら開発しようと考えているのだ。／徳間書店側も「自社から良質なコンテンツをCCCに提供し、出版やライセンスビジネスなどの事業を拡大する」（業務管理部）と東洋経済の取材に回答しており、今後はアニメなどエンタメ関連の雑誌・書籍や関連グッズを、グループ向けのオリジナル商材として開発するとみられる。／ネット通販のアマゾンが圧倒的な品ぞろえによるロングテールを強みとするのに対し、増田氏は「アマゾンにはない、ここにしかない」というオリジナル性で差別化を図ろうと考えているのだ」（「東洋経済ONLINE」2017年4月5日付、杉本りうこ記者記名記事「TSUTAYAが不振出版社を買い続ける狙い——徳間書店の買収で目指すは書店の「ユニクロ」」<http://toyokeizai.net/articles/-/166250>）。

8) CCCが推進した新しい書店スタイルは、図書館に蔦屋書店とスターバックス・コーヒーを併設する複合型図書館である、いわゆる「ツタヤ図書館」をも生み出した。武雄市図書館（2013年4月～）、海老名市立中央図書館（2015年10月～）、多賀城市立図書館（2016年3月～）、高梁市図書館（2017年2月～）、武雄市こども図書館（2017年10月～；フードコートが併設されているが蔦屋書店はない）などであり、2018年2月には周南市立德山駅前図書館が誕生する。多数の来館者を集めている一方で、奇抜な棚構成や杜撰な選書、貴重な郷土資料の破棄など、様々な問題が指摘されている。

以上のように、出版不況期の出版界では、自費出版社や新古書店、印刷会社、IT企業、ネット通販会社、レンタル店などが、商業出版や新刊販売、図書館などの諸分野で新風を巻き起こした。それらの変化と並行して確認されてきたのが、チェーンに属さない個人経営の街ナカ書店の大幅な衰退と、大型書店の成長限界、取次の相次ぐ経営危機や廃業、そして出版社の弱体化であったことは、忘れてはならないだろう。

既存の出版社や書店が長らく苦戦する中で、独自の発展を遂げた近年の勢力には上述のほかに5つある。

9) 紙媒体の蔵書をスキャンで電子化するいわゆる「自炊」を代行する業者が業界外に乱立し、著作権や複製権の問題が広く指摘されるようになったのは2010年代前半であった。タブレット端末の普及とともに「自炊」のニーズが高まっていたが、Amazon Kindle以前の電子書籍市場は未熟であり、読者のニーズに出版社の投資が追い付いていなかったと言える。法的問題をめぐっては、2013年6月に自炊代行業者による日本蔵書電子化事業者協会が設立され、自主的なルール策定を進めたものの、2016年3月には最高裁で「自炊代行は著作権侵害」との判決が確定している。

10) 書店や図書館などとは無関係な場所（例えば介護施設や病院、ホテルや銀行、動物園、アパレルショップ、パン屋、等々）に書棚や図書室、書籍売場を作る「選書業」が注目され始めたのは、2010年代前半からである。選書人はブックコーディネーターやブックキュレーターなどと呼ばれる。代表的な人物や団体に、次の3者を挙げるができるだろう<sup>11</sup>。BACH代表の幅允孝（はば・よしとか：1976-）氏、numabooks代表の内沼晋太郎（うちぬま・しんたろう：



1980-) 氏、松岡正剛氏率いる編集工学研究所(松丸本舗やMUJIBOOKSなどを手掛けた)。このほか、雑貨売場を併設したブックカフェを2013年以降次々に手掛けたリーディングスタイル(大阪屋栗田の子会社)も新たなプレイヤーとして数えても良いだろうが、店舗運営が長続きしないなど、早くも苦戦を強いられているようだ。

- 11) いわゆる「ひとり出版社」の台頭。名前が示す通り、ただ一人で運営される出版社のことを言う。この趨勢は出版業界における独立志向の高まりとも見て取れるが、出版各社で積極的に推進されている人員整理の副産物とも言える。背景として、個人利用者向けの組版やデザインのためのソフトウェアが発達してきたことや、インターネットやSNSの普及によって通信や販売、宣伝の可能性が広がっていることなどが挙げられよう。近年では「ひとり出版社」の起業記や、複数の「ひとり出版社」を紹介する書籍も刊行されている<sup>12)</sup>。
- 12) 新興の零細出版社の物流を支えているのは、多くの場合、取次や取引代行の新勢力である。すなわちJRC(人文・社会科学書流通センター)、ツバメ出版流通、トランスビューなど。従来の主勢力としては日販やトーハンなどの大手総合取次があり、その補完勢力として専門取次や、地方・小出版流通センター、星雲社、八木書店などがある。出版流通は多様化、断片化、分散化、小型化が進行しつつあり、大手総合取次の取引口座を取得しにくい零細出版社は必然的

<sup>11</sup> 参考文献として以下を掲げておく。幅允孝『本なんて読まなくたっていいのだけれど』晶文社、2014年。内沼晋太郎『本の逆襲』朝日出版社、2013年。松岡正剛『松丸本舗主義』青幻舎、2012年。

<sup>12</sup> 起業記としては、ミシマ社の三島邦弘氏による『計画と無計画のあいだ——「自由が丘のほがらかな出版社』』(河出書房新社、2011年；河出文庫、2014年)や、夏葉社の島田潤一郎氏による『あしたから出版社』(晶文社、2014年)など。紹介書としては、西山雅子『「ひとり出版社」という働き方』(河出書房新社、2015年)がある。西山氏の著書では以下の出版社が取り上げられている(カッコ内は創業年)。港の人(1997年)、ミルブックス(2002年)、ミシマ社(2006年)、赤々舎(2006年)、サウダージ・ブックス(2009年)、夏葉社(2009年)、土曜社(2010年)、里山社(2012年)、小さい書房(2013年)、タバブックス(2012年)、ゆめある舎(2013年)。これらの出版社の中には現在すでにスタッフを抱えて「ひとり」ではなくなった会社もある。また、「ひとり」に限らない近年の零細出版社については、永江朗『小さな出版社のつくり方』(猿江商會、2016年)が参考になる。

に、新勢力に頼ることが多くなっている。同様に、新興小書店の支援や、他業種小売店での書籍売場の併設などを目的とした小規模取次事業も誕生している。「誰でも本屋をつくれる仕組み」づくりを目指す隅来堂の「ことりつぎ」や、大阪屋栗田の書籍少額取引サービス「ホワイエ」がそれである。

- 13) 書籍や雑誌の刊行だけでなく様々な業態を展開する出版社がある。アピエ（京都、2002年4月出版開始）は、出版社、ブックカフェ、ギャラリーを営む。シブヤパブリッシングアンドブックセラーズ、通称SPBS（渋谷、2008年1月営業開始）は出版社、書店、イベントやスクールを手掛けている。しろうべえ書房（京都、2013年6月設立）は印刷製本を小規模ながら自らやっている出版社であり、ブックカフェ経営や映像配信なども行う。HAB（蔵前、2015年11月開店）は書店、取次、出版社の三役をこなす。夜光社（田園調布、2013年9月出版開始）は2012年より営業している取次のツバメ出版流通の出版部門である。これらの出版社に特徴的なのは、自分で何でもやってみる、挑戦してみるというDiY精神である<sup>13</sup>。

### 書物は他者を必要とする

さて、ここまで出版不況の20年を概観したが、私が作品社の同僚とともに有限会社月曜社を創業したのは2000年の12月7日である。人文書や芸術書の刊行に捧げた17年間の営業のすべてが出版不況のただなかにあった。創業一周年となる記念日には取引先の専門書取次「鈴木書店」が倒産した。順風満帆とはとても言えない零細専門書出版社にとって、「出版の意義とは何か」を問い続ける日々だった。使命感と虚無感の狭間で苦しみながら足下を幾度も掘り起こすような自問自答を繰り返す中で、自身の出版観や編集観と否応なく向き合わざるをえなかった。経験を積み重ね、土台を崩しては固め直す行程でこそ得られる確信や決意というものもある。

<sup>13</sup> 本稿の元となる口頭発表当時（2017年5月24日）では多角的経営とまでは言えなかったが、遊郭資料専門出版のカストリ出版（吉原：2014年4月出版開始、2015年設立）は、カストリ書房という専門書店を2016年9月に開店させた後、2017年8月に増床移転して喫茶読書ルームを併設するとともにクラウドファンディングを活用して遊郭・赤線アーカイヴ（資料室）を作った。同社がCCCの持分法適用会社となった点も含めてユニークな事例として特筆したい。

就職浪人してまで入りたかった出版業界であるし、独立は大学生時代からの夢だった。決して収入は大きくない。苦勞の多い業界ではあるけれども、やりがいのある仕事だという思いはある。1992年から2000年に至る、20代半ばから32歳での独立までの道のりにおいて、未知谷で編集アルバイト、未來社で営業部正社員、哲学書房で編集部正社員、作品社で営業部正社員を務めてきた。独立して月曜社の取締役役となってからは営業と編集の両方に取り組んできた。2017年現在で手掛けた書籍は50点強となる。その中で重版できたのは11点ほどだ。いずれも初版部数は600部から1200部程度の少部数で、重版は平均すると500部である。もっとも版を重ねているのは、月曜社の書籍第一作でもある、2001年9月の、ジョルジョ・アガンベン『アウシュヴィッツの残りのもの』（上村忠男／廣石正和訳）であり、7刷を数える（この書目については1000部重版が可能な時もある）。

編集者の仕事を通じて実感するのは、書籍の出版にはたくさんの手間が掛かるといふ現実である。梅棹忠夫（うめさお・ただお：1920-2010）はその仕事についてこう説明している。「書籍の編集においては、創造性は一段とあきらかであろう。内容の原稿はすでにあたえられているとしても、誤字の訂正や、語句の修正、活字の指定、判組の校正、紙の選択、造本、装丁にいたるまで、おびただしい創造的作業が必要である。装丁ひとつをとっても、表紙およびカバーのデザインについては、細心の注意が必要であろう。この場合も、装丁者の名まえはしるされるのがふつうである。奥づけには印刷所および製本所の名まえまでしるされている。にもかかわらず、全体の企画進行に創造力を発揮した編集者の名まえはどこにもしるされていない。徹底的な黒子、あるいは伴走者の姿勢がそこにある。にもかかわらず、その仕事が、きわめて情動的創造性にみちたものであることはあきらかであろう」<sup>14</sup>。こうした編集実務は書籍として結実するが、その仕事の詳細は今なおほとんどの読者にとっては馴染みのないものだろう。

また、編集者の実務には「書物は必然的に他者を必要とする」こと同様の感覚が常に伴う。ジャン＝ポール・サルトル（Jean-Paul Sartre：1905-1980）の指摘を引くと、「文学的对象〔作品〕は、奇妙な独楽のようなものであって、動いているときにし

<sup>14</sup> 『情報論ノート』中公叢書、1989年、19頁。

か存在しない。それを現出させるためには、読書とよばれる具体的な行為が必要であり、それはただ読書の続く間だけ続くのである。その他の時にはただ紙の上に黒い跡があるにすぎない、ところが作家は彼自身の書くものを読むことができないのである」<sup>15</sup>。書物は著者にとっても他者であり、この他者は読者という他者をさらに必要とするのだ。

サルトルはこうも述べる。「創造は読書のなかでしか完成しない。芸術家は自分のはじめた仕事を完成する配慮を他人に任せなければならないし、読者の意識を通じてしか、自分を作品に本質なものと考えることができない。従って、あらゆる文学作品は呼びかけである。書くとは、言語を手段として私が企てた発見を客観的な存在にしてくれるように、読者に呼びかけることである」<sup>16</sup>。同様の論旨は小林秀雄（こばやし・ひでお：1902-1983）の読書論にも見える。「読書というものは、こちらが頭を空にしていれば、向こうでそれを充たしてくれるというものではない。読書も亦〔また〕実人生の経験と同じく真実な経験である。絶えず書物というものに読者の心が眼覚めて対していなければ、実人生の経験から得る処がない様に、書物からも得る処はない。その意味で、小説を創るのは小説の作者ばかりではない。読者も又小説を読む事で、自分の力で作家の創る処に協力するのである。この協力感の自覚こそ読書のほんとうの楽しみであり、こういう楽しみを得ようと努めて読書の工夫な為すべきだと思う。いろいろな思想を本で学ぶという事も、同じ事で、自分の身に照らして書いてある思想を理解しようと努めるべきで、書いてある思想によって自分を失う事が、思想を学ぶ事ではない。恋愛小説により、自分を失い他人の恋愛を装う術を覚える様に、他人の思想を装う術を覚えては駄目だと思う」<sup>17</sup>。

サルトルと小林が教えるのは創造行為としての読書である。著者から手渡された

<sup>15</sup> 「何故書くか」加藤周一訳、『文学とは何か』所収、人文書院、1952年；加藤周一／海老坂武訳、改訳新装版、1998年、49頁；*Qu'est-ce que la littérature?*, Gallimard, 1948 ; folio/essais, 1985, p. 48.

<sup>16</sup> 前掲書、55頁；Ibid., p.53. ちなみに、サルトルの文学論を読んだであろう寺山修司（てらやま・しゅうじ：1936-1983）は「結論から言えば、私たちはどんな場合でも、劇を半分しか作ることはできない。あとの半分は観客が作るのだ」（「観客論」、『迷路と死海——わが演劇』所収、白水社、1976年；新装版1993年、39頁）と書いている。

<sup>17</sup> 「読書の工夫」〔初出1939年〕、『読書について』所収、中央公論新社、2013年、52～53頁。

原稿の第一の読者として、編集者はそれを書物へと錬成させ、新たな読者に向けた旅へと独り立ちさせる。誕生した書物は意味のズレ（現われ）と時間のズレ（移ろい）のさなかで様々な読者と出会い、読者とともに、差異＝ズレをはらんだ共通性を帯びる接触領域を形成する。書物は他者であり、さらなる他者を必要とする。書物と読書が、共同体とリレーを可能にするのだ。

編集者はこの共同体とリレーを意識する。人間は誰もが間に生きている。人と人との間、過去と未来との間に。私たちはみな中間者なのであり、仲介者、媒介者なのだ。中間者を省略して創造者（神）と自分のみが世界に存在するわけではない。書物を含む情報の電子化が進むにつれ、忘れ去られようとしているのはこの「中間者」の存在である。

### 汎編集論的転回

書籍は印刷され、製本された段階で書籍単独としての第一の生を得る。そこから、書店や図書館においてどの書棚で他のどんな書目とともにどう並べられるかが書籍の第二の生を決定する。第一の生は出版人による編集の成果であるが、第二の生はいわば書店人や司書による編集の成果である。出版社の営業マンの仕事として痛感するのは、販売にも編集センスが必要だという事実である。極言すれば書籍は、その第二の生の手前においては、紙にインクを塗りたくった物体に留まる。読者との出会いがあつてこそ「書物」となるのである。書店や図書館での扱い方が書籍を活かしも殺しもする。

この劇のないし劇場的とも言える仕事について、米国の書店人口バート・D・ヘイル（Robert David Hale：1928-2013）は次のように解説している。「本の真の実質は、思想にある。書店が売るのは、情報であり、靈感であり、人とのかわりあいである。本を売ることは、永久に伝わる一連の波紋を起こすことである。最初の波は本を読んだ人に伝わる。読者は本の内容を楽しんだり、利用したりする。ついで波は、真面目な議論や愉快的な話として、ほかの人々に伝わっていく。本の真の実質は、読者に対する人生上の影響にあるのである。／書店は、書棚に魔法を満たすことも、嵐を吹かせることもできる。歴史小説は、読者を真実の探検に送りこみ、読書による体験をあたえる。旅行書は、実際にそこへ行く以上に場所の感覚を盛りこんでいる。詩は深いものの見方と洞察を人にあたえる。書店人は、人々を

日々の抑圧から解放し、楽しみ、希望、知識を人々に贈るのである。書店人が、特別の人間でなくてなにある」<sup>18</sup>。

書店人が書店において発揮する魔法は、売場や書棚での卓抜な陳列方法、すなわち情動的であると同時に空間的なその編集力なのであり、それによって書籍と人とを出会わせる。興味深いのはこの魔法が必ずしも書店人の主意的な操作のみの産物ではないことである。大手書店チェーンを経て那覇市で古書店を営む宇田智子（うだ・ともこ：1980-）はこう明かす。「お客さんが棚をつくる」と。「本屋の人は、自分だけで判断して棚に本を並べていくのではありません。お客さんからの問合せや買う本の組合せなどから、いま必要とされている本やテーマを知り、並べ方や品揃えに活かしていきます。[…] 目のまえのお客さんの動き、お客さんの声は、店にとって一番の情報です。新刊書店は店に来てくれる人に合わせて本の注文数を調整し、棚のレイアウトを変えて、お客さんにとって使いやすい場所になろうとします」<sup>19</sup>。

書籍の第一の生のために、編集者は著者や訳者、校正校閲者、デザイナー、組版担当者、印刷所、製本所、資材会社などの様々な関係性の間に立って仕事を縫い合わせ、一冊の書籍という結晶体へと凝集させていく。多くの手間と人員が必要であるのは第二の生にとっても同じで、運送会社、倉庫会社、取次、小売店、そして読者までもがそれに関わっているのだ。書籍の編集とはこのような、様々な他者の協力を必要とする広範囲な運動体として現われる。電子書籍においてはこの中のいくつかの他者が失われてはいるが、それでも編集は廃絶しうるものではない。

そもそも「編集」は書籍の編集のみに現れる運動なのではない。編集が日常のいたるところにあることを、松岡正剛（まつおか・せいごう：1944-）や外山滋比古（とやま・しげひこ：1923-）は教えている。松岡はこう言う。「〈編集力〉とは記者や編集者やテレビ・ディレクターだけが身につけている能力を指しているのではない。映画監督もラグビーのキャプテンも、営業部長も技術開発部長も、また、料理人も

<sup>18</sup> 「書店人とは?」、『書籍販売の手引——アメリカ書店界のバイブル』（米国書店組合連合会編、豊島宗七訳）所収、日貿出版社、1982年、xix頁；“Preface. Booksellers: What Are We?”, in *A Manual on Bookselling*, Third edition, Harmony Books, 1980, p.xv.

<sup>19</sup> 『本屋になりたい——この島の本を売る』ちくまプリマー新書、2015年、66～67頁。

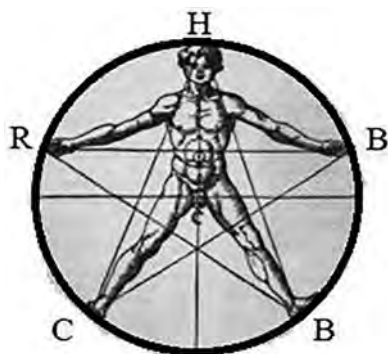
子育てのお母さんも、身につけている能力なのである。〔…〕料理人やお母さんは〔記者のように〕ヘッドラインをつけたりしているわけではないし、〔映画監督のように〕映像を切り刻んだりしているわけでもない。けれども、それに似たこと、もしくはそれ以上のことをしている。料理人は、まず何品かの料理の見当をつけて素材を仕入れる。ついで、長年のレシピの経験をいかしてみごとな手順をたてる。／これはプログラミングである。料理中はアク抜きをしたり、あしらいものをきざんだり、ガスの火を強めたり弱めたりして、いくつもの過程を並列処理する。さらには織部の皿や塗りのお椀などの器を選び、盛り付けの量を調整する。おまけに「雲丹〔うに〕かぶら蒸し松葉添え」などといったタイトルまで考え、客の食べ方に応じたタイミングさえはかる。これは立派な編集なのだ。／〔…〕主婦やお母さんの日々の仕事には、子供のいない私などを見ると、ただ驚嘆するしかないような編集力がつねにいかされている。私の妹を見ていても、子育てと石油会社勤務と母の世話と夫のカバーを、なんとも奇跡的なしくみで編集しているのがよくわかる。それは彼女が日々の中で組み立て、彼女が日々の中でレイアウトしている一冊の生きたマガジンなのである。〔…編集は〕広範囲な領域に通用する柔らかい武器〔である〕<sup>20</sup>。

そして、外山はその卓抜な編集論『エディターシップ』において次のように結論している。「文化が結ぶ作用で生れることはほとんど疑いが無い。あまりにも結合が強すぎると、凝り固まって血の通わない形骸化した様式で社会が窒息しそうになる。そのとき切る作用が健全なものとして歓迎され、全体をばらすこと自体が創造的であるとされる。〔…〕歴史のコンテキストは「切る」と「結ぶ」の二つの原理によって、解体と新生を無限にくりかえす。〔…〕人間のあるところ、つねに広義のエディターシップがあると行ってよい。比喩としての編集論が必要となるゆえんである。〔…〕ものごとが理解できるというのも、心の目で関係を認めて、既存の秩序と結びつけたときの現象である。こういうことに注意するならば、人間の営みは何ひとつとしてエディターシップによらないものはないように思われる。人間文化はエディターシップ的文化以外の何ものでもない。／われわれはすべて、自覚し

<sup>20</sup> 『知の編集工学』朝日文庫、2001年、20～21頁。

ないエディターである」<sup>21</sup>。

松岡と外山において編集論は汎編集論<sup>22</sup>へと転回する。この汎編集論的転回という観点から、ヘイルの言う「永久に伝わる一連の波紋」を見届けるならばどうなるだろうか。私はここで大胆な一般化を試みてみよう。外山の言うエディターシップに比すなら、ヘイルの信条はセラーシップ (sellership) とでも言うべきものである。まだ存在しないカタカナ語ではあるが、セラーシップを、販売権や販売代理店 (dealership) の謂いではなく、値付け不可能な文化的側面を有する商品としての書物を複製し頒布する者の、理想の核心にある汎編集論として本稿では定義しておきたい。それを下段のように図示<sup>23</sup>し、説明する。



図：汎編集論の諸次元（小宇宙のペンタグラム）  
HOMO：人間、BIBLIA：書物、BIBLIOTHECA：書棚、  
CIVITAS：都市、RESPUBLICA：国家

<sup>21</sup> 「編集人間」、『エディターシップ』所収、みすず書房、1975年、187～190頁）。あえて旧版より引用。末尾の太字の一文は新版（『新エディターシップ』みすず書房、2009年、183頁）では「人間はすべて、自覚しないが、エディターである」。

<sup>22</sup> 汎編集論の先行者には、「喜びとは調和の感覚である。苦とは拙〔まず〕い組み合わせの感覚である〔pleasure as the sense of harmony; pain as the sense of disharmony [inconcininitas]〕』と書いたライプニッツ (Gottfried Wilhelm Leibniz:1646-1716) を数えてもいいのかもしれない。彼の結合術 (ars combinatoria) は端的に編集論として受け止めることも可能だろう。「初期アルノー宛書簡」根無一信訳、『ライプニッツ著作集 第Ⅱ期第1巻 哲学書簡』所収、工作舎、2015年、141頁；*Philosophical Papers and Letters: A Selection*, 2nd edition, translated & edited by Leroy E. Loemker, Kluwer Academic Publishers, 1989 [1956], p. 150.



この図とともに汎編集論が含意するのは、以下の9条である<sup>24</sup>。

- 1) 編集によって、人間・書物・書棚・都市・国家（人・本・棚・街・国）は変革の連鎖を辿っていく。宿命の循環はこの五つの次元を巡り、ペンタグラムを形成する。五つの次元はSTELLAすなわち星の革命へと上昇しなければならない。編集の目的は、五次元を包摂する六つ目の次元であるSTELLAにある。
- 2) 狭義の「書籍編集」とは、著書がその書き手から独り立ちする過程を助ける作業である。書き手の意図を超えて深読みされたり誤読されたりするのは書物の宿命である。編集者は、際限もなく書き直し続ける書き手の欲望にいったん区切りをもたらす手伝いをし、それを書物という物体へと封じ込める。
- 3) 広義の「編集術」とは、汎編集論である。編集は人間生活のいたるところにある。編集とは情報処理技術であり、関係性への介入である。人と人、人とモノ、モノとモノ、モノとコト、コトとコト、コトと人との関係性に干渉し続ける作業であり、文化内部のさまざまな関係性を——切ったり結んだりして——編み直す作業である。
- 4) 書物は四たび編集される。まず、未成型の書物としての「原稿」を執筆する段階での、著者による編集というものがある。次に出版社による書物の製作段階での編集があり、さらに書店の売場では様々な書目との組み合わせによる販売段階でのメタ編集が行われる。そして書店から買われたり、図書館で借りられたりして読まれる段階での、読者による編集がある。読者に読まれるまで、書物は紙の束にとどまる。
- 5) 書物の眠りをさますのは書店や図書館の仕事であり、読者の特権である。書物は読まれるその都度、新たに転生する。それは唯一の生ではなくて、数多くの転生である。ひとつの作品の読まれ方というのは実に多様だ。一人の読者に

<sup>23</sup> この図は、コルネリウス・アグリッパ（Heinrich Cornelius Agrippa von Nettesheim: 1486-1535）の主著『隠秘哲学』第2巻（De occulta philosophia Libri tres, ed. V. Perrone Compagni, Leiden: E. J. Brill, 1992, p.331）にある、人体と天体の調和を示した図を改変したものである。

<sup>24</sup> ここで9条に要約した汎編集論には先行する別稿「世界を編集する——書物、書棚から文化まで」（初出：ソフトバンク・クリエイティブのメールマガジン「週刊ビジスタニューズ」2009年7月22日配信号）がある。なおこの別稿には図は含まれていない。

おいてさえ、時間の経過とともに感想は異なってくる。若いころに読んだ本をあらためて読み直してみても新しい発見があるというのは、誰にでも起こりうることだ。

- 6) 書物をつくることはばかりが編集なのではない。書棚づくりも編集である。書物を使って書物の「外」を編集すること、それは書棚づくりに始まり、書店づくり、ひいては書店のある街づくりへと進んでいく。さらに言えば、編集力の影響範囲は地域貢献に留まらない。文化を編むこと、それが国づくりの基礎ともなる。国どうしもつながっているから、地球規模で文化を編集し続けることが、この星の運命を変え、編み直していく編集作業になるだろう。編集すること、それは介入することであり、変革することである。
- 7) 個々の生命は有限である。しかし生命は連鎖の中で有限を越えていく。それは無限の獲得ではないが、死すべき者たちのリレーとはなりうる。書物は、そのリレーのたすきであり、常に存在する危機の中でのよりよき生へと向けられた、未来へのメッセージたろうとする。
- 8) 出版とは「本をつくり、そして売る仕事」である。本をつくって売る仕事とは、関係性をつくる仕事である。人と人、人と本（と読書）、本と本の関係性をつくる仕事である。この関係性は人間の生のいとなみに影響を及ぼす。言い換えれば、この関係性には人間の運命がかけられている。一人ひとりの運命、それどころか人類全体の運命すらかかっているかもしれない。
- 9) 本は人の運命を変えうる。一冊の本との出会いが一個の人生を変え、あるいは一冊の本が歴史を超えて多くの人間の運命に影響を及ぼしうる。一冊の本が人生を変えうるのは、本が人の心に働きかけうるということである。人の心は変わることがある。したがって本をつくり本を売るという職能には何かしらただならぬ責任と重大な意義が含まれていると言える。人間が人間である以上、心に働きかける活動としての出版は続いていくだろう。

以上は汎編集論的立場から原理的に捉えたいわば「書物による革命」<sup>25</sup>であるが、その本質的性格は、先人たちが確信していたものと同様である。科学史家のジョージ・サートン（George Sarton：1884-1956）は戦後まもなく翻訳された自著に寄せた序文で、日本の読者に向けて次のように書いている。「物質的な富は、おたがいの

の分け前を減らすことなしには分けられない。しかし私たちの精神的な財宝、私たちの人生の最も善きものは、それとは正反対に、分け前にあずかる人の数とともに増大するのである。人生が生くるに値いするのは実にこの奇蹟のためである」<sup>26</sup>。サートンが言う「精神的な財宝」は、ナーラーヤナ (Nārāyaṇa : c 9-10C) が「学問こそは最高の／財宝なりと人は言う。／価〔あたい〕量れず、尽きもせず、／奪われることもなきゆえに」<sup>27</sup>と謳った当のものでもあろう。書物が売買される商品であると同時に金銭では量りがたい側面を有するのは、先人たちがその価値を見出し

<sup>25</sup> 私はこの革命について、モーリス・ブランショ (Maurice Blanchot:1907-2003) と佐々木中 (ささき・あたる:1973-) の言葉をぜひとも参照しておきたい。ブランショはこう書いている。「本、この書かれた物は、世の中に入って行って、そこで変形と否定の自分の仕事を完成する。本もまた多くの未来となる。それは本についてばかりでなく、本から生まれ出るさまざまな計画や、本が与えるいろいろな企図や、本が世界全体の変化した映像であるということによって、新しい現実の無限の源泉となり、そこから生活も今までそうでなかったものになることだろう。／だから本はなんでもないものじゃない」(『文学と死ぬ権利』〔初出1947年〕重信常喜／橋口守人訳、『完本 焔の文学』所収、紀伊國屋書店、1997年、399頁；*La part du feu*, Gallimard, 1949, p. 305；『文学と死への権利』山邑久仁子訳、『カフカからカフカへ』所収、書肆心水、2013年、27～28頁)。そして佐々木はこう述べる。「本を読み、本を読み返すだけで、革命は可能だ」(『切りとれ、あの祈る手を』河出書房新社、2010年、74頁)。同書にはこんな言葉もある。「書店や図書館という一見平穏な場が、まさに下手に読めてしまったら発狂してしまうようなものどもがみっしりと詰まった、ほとんど火薬庫か弾薬庫のような恐ろしい場所だと感じるような、そうした感性を鍛えなくてはならない」(30頁)。「本の出版流通にかかわる人々すべてに言いたい。あなたがたは天使的な仕事に従事しているのだ。このことを忘れてはいけません。誇りを失ってはならない」(62頁)。「天使とは何か。それは […]「読み得ぬ」ということの距離そのものであり、この無限の距離が解消される「読み得る」ことの、極小のチャンスなのです。邂逅のチャンスであり、遭遇のチャンス […]。読み得ぬはずのものを読むこと、「読む」というチャンスを与えること——これこそが天使的な仕事なのです」(102頁)。

<sup>26</sup> 「日本の読者への原著者序 [1950年5月]」森島恒雄訳、『科学の生命——科学的ヒューマニズム』所収、中教出版、1951年；玉川大学出版部、1974年、4頁。

<sup>27</sup> 『ヒトパデーシャ——処世の教え』金倉円照／北川秀則訳、岩波文庫、1968年、11頁、プロローグ(4)；この訳書の底本においては以下を参照。*Hitopadeśa*, edited by Peter Peterson, Bombay Sanskrit Series 33, Government Central Book Depôt, 1887, p. 65, l. 7-8.

たような、知の文化的公共性に資する媒介者であるからだろう。

出版は文化産業と言われるが、文化と産業との間には一見して気づきにくい深い亀裂が走っている。この矛盾を恐らくもっとも意識した出版人であろう岩波茂雄は、岩波文庫の発刊に際してこう書いた。「真理は万人によって求められることを自ら欲し、芸術は万人によって愛されることを自ら望む」（「読書子に寄す」1927年）。出版人が「世間の一時の投機的なるものと異なり、永遠の事業として〔…〕微力を傾倒し、あらゆる犠牲を忍んで今後永久に継続発展せしめ」（同）ることを望むなら、そこには必ず、文化的奉仕と産業的採算との間に引き裂かれる運命がある。文化的奉仕に邁進するなら、書物は万民に対していっそ無償で提供される方がよい。逆に産業的採算を追求するなら、書物はあくまでも特定ないし不特定の購買者にのみ私有されることになる。前者は図書館が部分的にそれを叶えるが、より徹底して万民に開かれてあるためには、書物が私有制から脱していなければならないし、社会が売買ではなく贈与と共有を根本原則としている必要があるのではなかろうか。出版論の汎編集論的転回は究極的には政体論へと向かわねばならないだろう<sup>28</sup>。

### 人文書出版、そのオルタナティブな可能性

出版界の歴史的推移を概観し、編集の原理的ポテンシャルを評価した後で、現実と理想のより具体的な橋渡しへと移るべきだが、もはや紙幅が尽きようとしている。最終節では人文書出版の価値と書物の肉体性に焦点を絞りたい。

エドワード・W・サイド（Edward W. Said：1935-2003）は「人文的文化は共存と共有の文化である〔humanistic culture as coexistence and sharing〕」<sup>29</sup>と晩年の講演で述べた。これは先ほどから考究を試みてきた汎編集論的転回から導き出される結論と軌を一にしている。また、サイドはこうも発言している。「帝国主義的な野望のみならず、グローバリゼーションやネオリベラリズムの価値観、経済的強欲（婉曲的に自由市場と呼ばれている）といった人間性を奪う力によって、デモクラシー、平等、環境はおろか、思考それ自体への非難が起こっていると思われる現在、人文学者こそが、ごく少数の報道機関がコミュニケーション経路を支配しているせいでいまは沈黙させられて利用できないオルタナティブを提供しなければならない」<sup>30</sup>。

人文学にそうしたオルタナティブを見るのは学者だけではない。ジュンク堂書店難波店の店長を務め、『劇場としての書店』や『希望の書店論』、『書店と民主主義』などの著書がある福嶋聡（ふくしま・あきら：1959-）はかつてこう言った。「人文書とは何か。[...] それをひとこと言えば、「オルタナティブの提起」である。ほくたちひとりひとりの生きざまとともに世界のあり様にも今とは別様のモデルを提起すること、そこにこそ「人文書」の意義・役割は存在してきたのであり、そのことは今もまったく変わらないのではないだろうか」<sup>31</sup>と。書店における人文書棚は、

<sup>28</sup> 「書物の革命」はたったひとつの価値観へと収斂するものではない。書物の世界を見るならば、そこにはいくつもの雑多なものの未統合なままの並存があり、知のグラデーションがある。書物は社会の転覆を目指すよりも、社会の多様性を肯定する。そしてそのうえで、万民が各人の努力で賢明になることを求める。その特異な立場を政治的に表現するならば、アリストアナーキズム（aristoanarchism）、賢者たちの無政府主義である。この書物のアリストアナーキズムは、多様性と差異を肯定する（差異は等価としての平等を必ずしも保証しないし、不可侵な他者の領域を形成し自由を制限することに留意する必要がある）。さらにそれは三つのシフトを肯定する。売買から共有へ（贈与の政治経済）。これについては先に示唆した通りである。憎しみから愛へ（分かち合うこと＝分かち合うこと）。これは贈与の政治経済を支える第一原理である。共生と平和はここに賭けられている。加速から減速へ（持続可能性としての《スロー》&《スモール》）。これは第二原理である。生身の人間にとって可能な速度や小ささというものがあり、それをいくら技術と機械で克服したとしても、人間一人ひとりとは本質的にそれほど高速でも大規模でもない。加えて言えば、知の遅効性について評価しなければならない。情念は素早い、知は遅い。情念を揺さぶるならばフェイクでも構わない——それが「ポスト・トゥールース」の時代の内実だろうが、即効性追求や短期回収は、世界のすべてを猛スピードで過去へと追いやるとともに、大量の廃棄物を生み出している。無理と無駄を廃し、生身の労働の尺度、肉体性の尺度へと立ち返ることも必要だろう。（私はギリシア語のアリストス、貴族という血統ではなく、与えられた状況下で最良を目指す個々人の賢さとして捉えたい。ジョン・ファウルズのアフォリズム集『アリストス』（小笠原豊樹訳、パピルス、1992年；*The Aristos*, revised edition, Pan MacMillan, 1968）から示唆を得た。）

<sup>29</sup> 『人文学と批評の使命』村山敏勝／三宅敦子訳、岩波書店、2006年；岩波現代文庫、2013年、xii頁；*Humanism and Democratic Criticism*, Columbia University Press, 2004, p. xvi.

<sup>30</sup> 前掲書、96～97頁；*Ibid.*, p. 71.

<sup>31</sup> 「〈オルタナティブ〉を担うべき書物たち——書店人による「人文書」クロニクル」、「論座」2007年3月号所収、75頁。

もうひとつの世界観、もうひとつの価値を読者に提供する、いわば〈オルタナティブ〉な装置なのである。そして、オルタナティブとしての人文知・人文書は、世界の変革可能性を示すのだ。それは多様な希望である。

書店や図書館はリアルで雑多な空間として存在し、モノとしての意匠と肉体を持った多様な書物を並べる。実在するものの潜在的価値は失われて初めて想起される。紙の書物は電子書籍とは違い、電源も再生デバイスも再生ソフトも要らない。また、モノとしての書物が満載された書架と書棚の間をあてもなく逍遙し、思いがけない出会いがもたらされることの楽しみというものがある。それはネットサーフィンとは別種の身体的経験である。書物はインターネットとは異なる、広大な世界を有している。こんにち、大出版社がコンテンツ流通の新時代に対応しようとし<sup>32</sup>、出版コンサルタントがコンテンツを紙というコンテナから解放せよ、それは必然なのだと説く<sup>33</sup>。そうした選択を否定する必要もないし排除する必要もない。あるいは将来的にこの日本で紙媒体を製作することがさらにもっと困難になるかもしれないことは否定できない。しかし私としてはウンベルト・エーコ (Umberto Eco: 1932-) の次の言葉に同意しつつ、今しばらくは紙とインクという肉体を持つ書物と、書店というリアルな出会いの場の潜在的可能性を追求したい。

「現代の記録媒体がすぐに時代遅れになるということはすでにお話ししました。読んだり聞いたりできなくなるかもしれない道具で、家の中がいっぱいになるリスクをどうしてわざわざ冒すのでしょうか。現代の文化産業が近年市場に送り出している様々な商品より、〔紙媒体の〕書物が優れているということは科学的に検証済みです。したがって、持ち運びが便利で、過度の経年に耐えうるということがある程

<sup>32</sup> 講談社社長・野間省伸 (のま・よしのぶ: 1969-) 氏曰く「世界中の読者に『おもしろくするためのエンタテインメントコンテンツ』をお届けする組織に生まれ変わるため、改革を断行する」(読売新聞、2015年 2月28日) と。同記事によれば講談社は2015年4月より大幅な組織改編を実施し、「1941年以来、使われてきた「編集局」の名称を廃し「事業局」として再編する」。別記事ではこうも発言していたことが伝えられている。「自分たちが創ったコンテンツがオートマチックに読者に届いた時代は終わった。コンテンツの形態・内容などに応じて最も適切な伝え方を新たに開発する必要がある」(MM総研「トピックス」2015年2月23日)。「組織が大きくなり過ぎた。今回の再編により意思決定スピードを速め、新たな試みにチャレンジできる会社に生まれ変わらせたい」(同前)。

度わかっているという意味で、私は紙の本を選びます」<sup>34</sup>。この選択が単なるアナクロニズムと化すような未来が果たして到来するのだろうか。そうした未来が到来するまでは出版社と書店は紙の書物と関わっていくだろうし、生き残れるかどうかが問題なのではなく、生き残らねばならない。

<sup>33</sup> ブライアン・オレアリ (Brian Francis O'Leary) はこう述べる。「これから私たちが生きていくネットワークの世界では、コンテンツ [内容] だけを販売する出版は通用しません。絶えず進化する「コンテンツ・イン・ブラウザ」の世界で実用的で広く長く読まれる eBook を制作するノウハウはコンテクスト [私たちがタグ付きコンテンツ、取材ノート、注釈入りリンク、ソース、BGM、バックグラウンドビデオなどと呼んでいる、ある本の内容を取り巻くある種の「環境」のこと] の中にあり、これからの出版社はコンテクストの質で勝負するようになります。／コンテナ [容れ物] ありきの、今の出版ワークフローは、コンテンツとコンテクストの両方を制限する、もはや時代遅れの産物です。デジタルの世界で生き残るにはコンテクストをコンテンツとともに保存し、ディスカパビリティ (発見性) と有用性を強化するコンテクストありきの、ワークフローが必要になります。／アマゾンやアップルに代表される新規の参入社は、従来のコンテナありきの世界観にはとらわれていません。コンテナを出発点ではなく、つまり完成品を紙の本と決めるのではなく、それは任意に選択できるものだと考えない限り、既存の出版社は新参者に勝てないと思います」(「コンテナではなく、コンテクスト」室大輔訳、『マニフェスト 本の未来』所収、ポイジャー、2013年、7～8頁；*Book: A Futurist's Manifesto: A Collection of Essays from the Bleeding Edge of Publishing*, O'Reilly Media, 2012, p. 7-8；訳書に特記はないが、訳文と原文を比べてみる限り、訳文の方が明らかに語彙が多い。オレアリが異稿を用意したのかもしれない。なお亀甲括弧内は前段での著者自身の説明を引用したもの)。

<sup>34</sup> ウンベルト・エーコ／ジャン＝クロード・カリエール『もうすぐ絶滅するという紙の書物について』工藤妙子訳、CCCメディアハウス、2010年、56頁；*N'espérez pas vous débarrasser des livres*, Grasset, 2009, p. 44.