

これからの本の話しよう



江戸時代の出版人・蔦屋重三郎が営む本屋の様子。
当時の本屋は、作家と組んで本を作る出版者でもあった。
蔦屋の店でも製本にこそしむ店員の姿が見える。
(国立国会図書館蔵『画本東都遊』より)

目次

- 電子出版、本気の時代 鎌田純子 2
菊とキティーちゃん——「かわいい」の力を日本は使いこなせるか マット・アルト 6
世界への挑戦 藤井太洋 8
小豆島発の雑誌「その船にのって」ができるまで 平野公子 12
ひとりの物書きの存在 片岡義男 14

電子出版、本気の時代

株式会社ポイジャー 代表取締役 鎌田純子

ポイジャーは1992年にデジタル出版専門の会社としてスタートしました。始めたばかりのころ、「紙の本はなくなるのですか？」とよく聞かれました。当時、紙の出版は成長の頂点に達する勢いでしたから、なくなるなんてとても思えませんでした。しかし視野を広げて今の現実を見るならば、この言い方は正しくなかったかもしれません。

いつまでも本が存在すると思うべきではないのではないかな。何よりも作る人の努力が報われなければ、世の中のものすべて、何であっても存在し続けることはむずかしいのではないかな。こちらの方が正しい言い方だったと思います。

紙の本は簡単には壊れません。壊れないがゆえに、本質的な意味で喪失の危険にあることに気がつかないのです。本を出したい、その思いだけでは本は出せなくなっています。特に商業出版でおきている流通の破綻、ジャンルの集中は深刻です。

現実的に考えれば、出版する人間がいなくなれば出版はなくなります。デジタルの本は、こうした危機の時代に芽を出したのです。これまでの流れを振り返ってみます。

デジタルの本の役割

ポイジャーをスタートした当時、私たちはデジタルで何でもできることの方に目を奪われていました。1993年に発売した日本初の電子出版ツールは「エキスパンドブック」といいます。本を拡張するという意味です。文章に画像、音声、動画データを組み合わせたデジタルの本を作ることができるパソコンソフトでした。

作った本はフロッピーディスクやCD-ROMにして、主に電気屋さんのパソコンソフトのコーナーで販売しました。パソコンは電気屋さんの主力商品になりつつありました。ハードの付属品のように本を売ってもらっていたのです。『A Hard Day's Night (邦題：ビートルズがやって来る ヤァ！ヤァ！ヤァ！)』や『新潮文庫の100冊』のようにヒットした作品もありましたが、ほとんどは売れないままに終わりました。

ちょうどCD-ROMのソフトウェアが売れなくなり始めたころ、エキスパンドブックも壁にぶつかっていました。目新しさが消え、読むためにパソコンが要る、持ち運びができないなど、ソフトウェアだけでは解決できない欠点が目立つようになっていました。

投げ出さずに来れたのは、私たち以外にデジタルの利点に気づいてくれた人がいたからです。青空文庫 (<http://www.aozora.gr.jp/>)の創始者である故・富田倫生さんもその1人です。ご自身のノンフィクション作品が漸次処分になったことで、作家個人が作品を残す方法として注目していただきました。

青空文庫のアーカイブ活動が始まったのをきっかけに、目に障がいを持つ人たちからも勇気をもらいました。紙の本はただの紙の束だ。手でさわってもツルツルしているだけで読むことはできない。けれどもデジタルの本はデータでできている。音声読み上げができる。これこそが本だと言われました。見た目の機能ではなく、デジタルの本にはもっと深い役目がある、そう考え始めました。

出版の限界

一方、紙の出版はこの20年あまりの間にどんなふうに変化してきたのでしょうか。

主に本の流通は、出版社と、取次と呼ばれる出版専門の卸業者と、書店で構成されています。取次によってあらゆる出版社の本が全国の書店へ、読者へと届けられていきます(図1参照)。

特徴は、全国どの書店でも販売価格は同じであること(再販制度/再販売価格維持制度)。委託という方法で販売が行われること。返品分から再度出荷できること。その際、新品と同じ価格で売ることが義務付けられていること。日本独自のローカルなシステムであること、などです。

この流通システムによって出版市場は1996年に2兆6564億円というピークに達しました。その後、2015年までに40%以上の市場が喪失し、1兆5220億円となりました(図2参照)。

日本の出版社数が一番多かったのは1997年、4,612社。2015年には3,489社となりました^(*)。書店数も減少しています。この10年ほどで見ると2005年、17,153店。2014年、12,793店^(**)。出版関係者には常識ですが一般的にはほとんど意識されていません。

現役大学生に数字をつたえたと、彼らは自分たちが生まれたころがピークだったという事実に素直に「驚いた」「知らなかった」と言います。

出版市場の衰えは出版のトレンドに影響を与えています。

商業出版社の本は消費者向けの商品です。売れなければ存在できません。出版社は売れる作品を作家から仕入れるための目利きとなるプロフェッショナルの役割に重点を置くようになりました。売れ

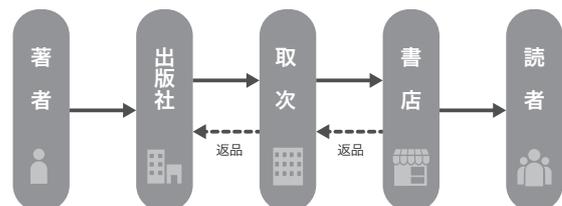


図1：商業出版の販売ルートは複数あるが、最も多いのは取次出版販売会社(取次)と書店を経るルート。最近では出版社が書店と直接取引するルートも徐々に増えている

紙の出版の販売金額

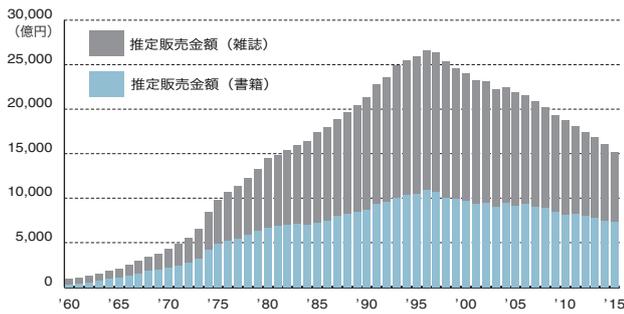


図2：紙の出版（書籍・雑誌の合計）は96年をピークに市場の縮小が進んでいる。出版科学研究所「出版指標年報」をもとに作成

るテーマ、売れる作家の作品にかたよっていきます。こうした施策で市場が回復できたかという、そう簡単にはいきませんでした。ますます売れる図式を求めようになり、メディア・ミックスに走りまわりました。出版社が今現在、アニメーション化、映画化、TVドラマ化しやすい作品を重要視しているのは明らかです。

また、売上減少を新刊点数でカバーしようとする実態も見えています。1960年の書籍の出版点数は11,173点でした。戦後の景気の上向きとともに徐々に増加し、出版市場がピークを迎えた1996年は63,054点です。2015年ではそこからさらに25%増えて76,445点となったのです（図3参照）。

40%近い返品率も問題です。出版社に戻った本を在庫しておく倉庫の経費は大手出版社では年に数億円に及んでいます。在庫を縮小できれば節約になります。ただし、さまざまな努力をしたとしても限界はあります。保管していても仕方がない。ついに売れ残った本は産業廃棄物となり、粉々に断裁されます。

過剰な出版点数と高い返品率、売上減少と相次ぐ書店の閉店、これらは商業出版を支えてきた明治以降の流通制度が破綻しかかっていることを表しています。大量生産、大量消費のために磨きあげられてきた流通システムに、紙の出版はこれ以上寄りかかることはできません。大手出版社であっても厳しいのは同じです。本を出すだけでなく、会員制を作り、講演会や勉強会の開催など、いろいろな手法を用いる企画もできています。

ネットの時代

こうした変化の背景にあるものは、18世紀の産業革命以来の大革命と言われるインターネットです。

最近はオンライン書店を利用する人が増えていることはご存知でしょう。紀伊國屋書店、丸善・ジュンク堂・文教堂と提携するhontoなど、日本の書店もありますが、最大手は米国シアトル生まれのアマゾンです。

アマゾンで売られている本には実は取次を経由しないものがあります。アマゾンは誰とでも直に取引をします。個人も法人も関係ありません。ホームページで申し込みをして、利用規約に同意するだけです。同じようにデジタルの本もアマゾンが運営するKindleス

書籍の販売部数と出版点数

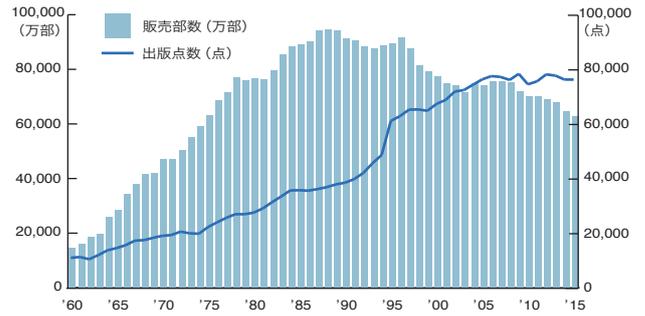


図3：出版点数は増えても、全体の販売部数増にはつながらない様子が見て取れる。出版科学研究所「出版指標年報」をもとに作成

トアで売ることができます。

インターネットにはすでに多くのデジタルの本の書店が並んでいます。Kindle以外の書店名をあげてみましょう。iBooks Store、楽天Kobo、Yahoo! ブックストア、コミックシーモア、BookLive!、紀伊國屋書店、LINEマンガなど、どの書店もスマートフォンでアクセスし、買ってすぐに読むことができます。

2010年ごろを境に、デジタルの本はスマホで読まれるものになりました。20代、30代の若者はゲームをはじめエンタメが簡単に手に入る環境で育ち、スマホを肌身離さず持ち歩き、ネット経由のコミュニケーション、情報収集に余念がありません。彼らの世代ではスマホの保有率は、iPhoneの登場からたった9年の間に90%以上に達しました⁽⁹³⁾。

紙とデジタル、同時に出版されることも増えました。読者は好きな方を選ぶことができます。デジタルではEPUBという、インターネットでの流通に適応した世界標準の電子書籍ファイル形式が使われます。2011年10月、日本の書籍に必要な縦書きのレイアウトやページの進行方向などの仕様がEPUBの規格に追加されたため、作りやすくなりました。

出版社と作家の間で交わされる出版契約も、最近は一般的にデジタル化の条項が含まれていると聞いています。デジタル化も我が社に、と手続き面でも用意万端です。出版社は最初からすべての権利をおさえるようになりました。コミックやライトノベルでは両方出版されることが標準になってきています。その結果、特にコ

電子出版の市場規模

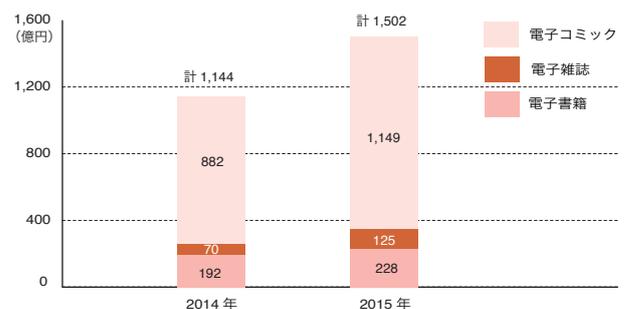


図4：出版科学研究所「出版指標年報」では、電子出版の統計データは2014年からようやく公開が始まった。紙では「書籍」「雑誌」に含まれていたコミックが別枠で計上されている

ミックではデジタルの売上が前年比30%以上伸びています(図4参照)。

今のデジタル出版は本当に恵まれています。持ち歩けるデバイスも書店も作品も、数多く存在します。

本の原点

出版社が先んじて作家個人からすべての権利をおさえてしまうのならば、商業出版の原理にしたがって、売れるジャンルのデジタル出版が優先されることになります。そしてデジタルの本の役目は、そのジャンルの紙の本を置き換えることに制限されていきます。欧米ではプリント・アンダー・グラス(ガラスの下の印刷物)と揶揄する言い方で呼ぶ人もいます。なぜ紙の本をわざわざガラス越しに読む必要があるの、というわけです。

デジタルの本の市場はスタート当時とは比較にならないほど成長しました。しかし、プリント・アンダー・グラスのままならば、紙の出版の一部分を切り取っただけの世界になっていってしまいます。歪んだ縮小形です。これはデジタルの本にとって危機的な問題です。

本を出すことを英語でパブリッシュ(publish)と言います。ラテン語の「人々」(popul)という名詞から、人々に知らせるという動詞が生まれたそうです。パブリッシュには、公表する、広報する、出版するという意味があります。本の原点は、情報を整理して、ひとまとめにして、パッケージとして読者に届けることなのです。

私たちは何かを知りたいときにずっと本を頼りにしてきました。絵本にはじまり、教科書、参考書、実用書、小説、ノンフィクション、辞書、事典と本を読んできました。本には始まりと終わりがあり、順番に情報が並んでいます。同じテーマであっても子供向けから大人向けまで、初心者向けから専門家向けまで、さまざまなレベルの本があります。このことが知識の吸収を助けています。

どんな疑問も無料で検索で調べられるのだから、インターネットだけあればいいじゃないの、本も雑誌もなくなるね、と言われることもあります。しかしこの考えは、本というパッケージとしての良さを無視した考え方です。無尽蔵の情報のつながりをうまく整理しているのが本というメディアなのです。

私たちはこの本の良さにデジタルの良さを溶け込ませていきたいのです。本にとってのデジタルの良さとは、インターネットが作り上げた平等な情報発信環境の良さと考えられるでしょう。

インターネットでは、日記代わりにブログを書いたり、TwitterやFacebookで参加したイベントの様子を公開したり、レシピサイトに投稿したり、YouTubeにビデオを公開したりする人もいます。誰もが自由に参加することでインターネットにはたくさんの情報が集まってきたのです。その情報を無限に繋ぎあわせることも自由に行うことができます。

これからのデジタルの本はインターネットを土壌として育ち、従来の本の良さとデジタルの良さを両方を持つ本になるはずですが、

基礎となるのはインターネットでの自由な活動です。個人の思い

が出版社の意向よりも優先できること、個人の意志によって本が出版できることです。これは、従来の出版の枠から飛び出していく新しい挑戦です。そしてインターネットと融けあう部分も持つでしょう。たとえば、ウェブ上の動画や音声情報へ直接リンクをする、コミュニティサイトとの連携を図る、パッケージにとどまらず、デジタルの本はインターネットとの融合を実現するはずですが、

なぜデジタルの本がインターネットのようにいかないのか。なぜデジタルの本があるジャンルの本に限られてしまうのか。この問題が解決しないかぎり、手放して喜ぶべきではないでしょう。20年以上にわたって、草1本はえていないような荒野を細々とたがやしてきたからなのか、今はまだ成功と呼んでしまってはならない、という考えが常に頭に浮かびます。

本にデジタルの良さを溶け込ませる

しかし悲観するものではありません。今では誰もが水か空気のように思っているインターネットもほんの数年前まで、例えるならばエベレストの頂のようなものだったのです。一般的に見れば、インターネットは難しく、使うことを考えることすらない、手が届かないものでした。それをスマートフォンやSNSが変えてしまったのです。そして社会全体にインターネットが行き渡りました。デジタルの本に必要なインフラの問題は解決しました。

残る問題は2つあります。1つは出版する人たちの思うがまま、デジタルの本を簡単に作るための道具です。

簡単に作れば、プリント・アンダー・グラスではない、多様性のあるデジタルの本の世界を作っていく力となるでしょう。

具体的に簡単に作るとは、どんなことなのでしょう。まず、作家個人が使えること。ITリテラシーが不要であること。廉価であること。作った本の公開が容易であること。必要な時に必要なサポートが受けられることなどが考えられます。

私たちがなりの答えが、2014年7月から提供している無料のウェブサービス「ロマンサー(<https://romancer.voyager.co.jp/>)」です。主なユーザーは自ら出版をする作家個人です。

開発のときに、決めなければならなかったことは、素材としてどういった種類のデータを使えるようにするのか。そして、どういった種類のデジタルの本を作れるようにすればいいのか、ということでした。結果として、作家個人にデジタルの本という新しいメディアを試していただくとすれば、広く使われているWordを受け付けられるようにするのがもっとも良いのではないかと考えました。同時にPDFファイルを受け付けられるようにしました。そして、出来るだけデジタルの本は、汎用性のあるEPUBファイルとしました(図5参照)。

もう1つは、どのように本の存在を知らせていけばいいのか、ということです。商業出版ですと、宣伝販促のために新聞雑誌に広告を出す費用は、最低でも数万円、常識的には数十万円かかります。書評コーナーや新刊コーナーの紹介枠は広告主の作品が取り扱われることが大半ですので、こうした方法は結局、個人には向いて

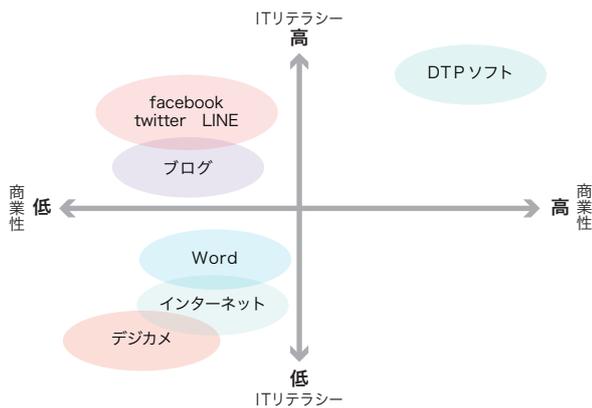


図5：ロマンサー開発前の調査によれば、作家が原稿執筆に使うのはWordなどの身近なアプリケーションが多い。しかし通常の商業出版では、専門のDTPソフトで編集されることが多く、作家は最終データを手元に置くことができない

いません。

個人が使える方法は、個人と個人とのつながりではないでしょうか。メール、SNSなど日常のデジタルを活用すれば、ご自分の読者に直接手渡すことができます。

方法は複数あります。ただし、メールにファイルを添付する、ご自分のホームページにダウンロードのボタンを置くといった方法は一見、良さそうに思えますが、実際には、ほとんどの人が読むところで操作に迷ってしまいます。読むための専用アプリケーションが必要なため、メールやSNSを読んだ後、どうしていいのかわからず、つまづいてしまうのです。デジタルの本も、本ならばもっと簡単に読めなければなりません。

ロマンサーで用意した方法は、1冊ごと専用のURLです。そのURLをメールで送ったり、SNSのメッセージ上に乗せます。読者はそのまま、本を開くことができます。

作家個人と読者個人が直接つながっていくことが、これからの本の形です。

作家個人と読者個人、そしてコミュニティ

私たちボイジャーが2015年7月から進めている例を紹介しましょう。「片岡義男 全著作電子化計画」です。代表作である『スローなブギにしてくれ』、『彼のオートバイ、彼女の島』、『メイン・テー

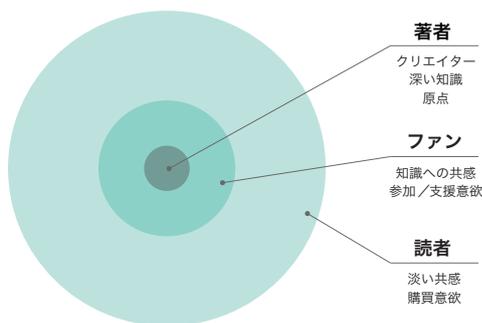


図6：コミュニティのイメージ

マ』なども含み、やっと200作品まで来ました。執筆順に公開しているので、オートバイやサーフィンなどをモチーフにした、1970年代、80年代のアメリカの雰囲気があるお洒落な作品が並んでいます。

企画の中心地として片岡義男.com (<http://kataokayoshio.com>)を運営しています。

企画を進めるうちに、1人の作家のすべてを楽しんでみようというアイデアが生まれました。片岡義男.comで、若手のスタッフが「片岡義男エッセイ365」コーナーを始めました。

片岡義男サポーターを募り、計画全体への参加の呼びかけも行っています。この挑戦は新しいコミュニティが生まれるような予感があります。

今までは読者は好きな作家の本を1冊買うだけでした。しかし、インターネットがつなぐ作家と読者の関係は、もっと近いのだと思います (図6参照)。

片岡義男さんは何でもやっってくださいと、とてもオープンです。誕生日メッセージを受け取ったり、撮影した写真を集めた「kataokaフォト」を提供したり、作品以外の部分まで楽しんでもらう仕掛けに積極的です。

かつて、私たちはデジタルの本はハードが進化すれば当たり前のように読めなくなるものだとあきらめていました。心をこめた作品も泡のように消えていきました。しかしこの辛い経験も、過去の話です。

私たちの生活にはインターネットが染み込んでいます。フィルムがデジタルカメラに変わったように、馬車が自動車に変わったように、人は手軽に本を手に入れる環境を手放すことはないでしょう。本を出したい、その気持ちがあれば出せる。この自由さを自ら捨てることは、もう必要ないのです。

(*1) 出版ニュース社「出版ニュース2016年6月中旬号」

(*2) 日本出版販売株式会社「2015 出版物販売額の実態」

(*3) 総務省「平成27年版 情報通信白書」スマートフォン世帯保有状況



鎌田純子 (かまた・じゅんこ)

1957年生まれ。パイオニア LDC にて、レーザーディスクの市場導入やマルチメディア作品の企画制作などに従事した後、1992年株式会社ボイジャーの設立に参加。CD-ROM や Web のプロデュース、電子出版関連ツールの制作販売を担当。2013年10月より代表取締役。

菊とキティーちゃん——「かわいい」の力を日本は使いこなせるか

株式会社アルトジャパン 取締役副社長 マット・アルト

『菊と刀』の時代が終わり ...

海上自衛隊第2護衛隊群所属の「きりしま」^{(*)1}はイージス弾道ミサイル防衛システム、ファランクス近接防御火器2基、Mk 36 SUBROC チャフ発射機4基を装備した最新鋭ミサイル護衛艦です。装備についてはフリーウィーク2015^{(*)2}の一環として同艦に乗船した際にかわいいマスコットが説明してくれました。灰色の防御壁に貼られた奇妙なポスターには、同艦の防御システムが微笑むかわいいキャラクターとして描かれています。「きりしま非公認ゆるキャラ! チャッフィー」^{(*)3}。ポスターにはチャフ弾^{(*)4}の発射音がポンポンという擬音語で描かれています。敵のミサイルが飛来する様子をかわいらしく描くポスターは、西洋人の目には奇妙に見えます。70年前に太平洋で激戦を経験した日本が戦争をこのように見ていることは理解に苦しみます。私の祖父は、アメリカ海軍の戦艦「アラバマ」の乗組員でした。このような日本を祖父がどう感じるかは想像するしかありません。

日本とアメリカは歴史、政治、経済の3面で密接につながっています。一度は敵対し、80年代には激しい経済競争を繰り広げましたが、日米の同盟関係は「アジアにおける米国安全保障の要石」と米務省が表現するほど重要なものです。日米外交はアジア地域だけではなく世界に及ぶほどの影響力を持っています。2015年夏に論争を呼んだ「日米防衛協力のための指針」の見直しは、両経済大国の関係を一段と強めることになりました。その反面、1853年に黒船がもたらした開国以来の日米関係は、誤解の歴史でもあります。

大戦中に執筆され、1946年に出版された文化人類学者ルース・ベネディクトの『菊と刀』は、第2次世界大戦中の日本軍の理解しがたい行為を分析した本です。古い手法でまとめられた調査ですが、戦後国内外において、戦時中の日本の行動の理解に大きな影響を与えました。菊は天皇家の紋章として日本人の愛国心と伝統を象徴する花です。ベネディクトの時代、日本はのちに崩壊した大東亜



共栄圏を軍事力で拡大し、菊と刀が一組になりました。しかし時代は変わり、日本はルース・ベネディクトが思いもよらなかった国になりました。刀はサムライ、ロボット、アニメやマンガの美少女主人公の象徴になりました。

「クール・ジャパン」の行方

戦後、日本は軍事国家ではなく、経済大国への道を歩みました。70年代から80年代にかけて日本が製造大国として台頭したのは、保護主義的な通商条約と国内の創意工夫により自動車産業と電子産業が開き、世界市場を席卷したためです。近年、製造業は日本国内から中国をはじめとするアジア諸国に流出し、日本の主要産業は製造業からエンターテインメント産業に、つまりアメリカの政治学者ジョセフ・ナイが「ソフト・パワー」と呼ぶ産業に移行しつつあります。

「パワー」とは何でしょうか？ 対人関係ではパワーとは、他人の行動や意思を変える力です。しかしながら外交というコンテキストでは経済力や軍事力として使われます。安全保障を全面的にアメリカに依存する日本は、軍事面では弱い国ですが、情報が複雑に交差する現在の情報社会においては、真のパワーは刀や軍事力ではありません。真のパワーは魅力などで他人を動かす力、イメージや観点を操る力です。日本は二度と国外に出兵しない国ですが、「魅力攻撃 (charm offensive)」は何十年も前から行われているのです。

皮肉なことに、真のパワーの力を日本のリーダーたちは最近まで認めませんでした。日本のクリエイターたちは国内市場にターゲットを絞り、国外での評判にほとんど注意を払いませんでした。一部の作品は海外市場でも販売されましたが、成功はまちまちで、その傾向は特に英語圏の国々で顕著でした。翻訳作業のほとんどは、翻訳家ではなく権利を買い取った外国のライセンス担当し、その結果奇妙にローカライゼーションされた作品が多く販売されました。例えば、『マッハ GoGoGo』(英語タイトルは『Speed Racer』)は原作国を隠蔽するためにキャラクターやプロットが入れ替えられた作品です。台詞も滑稽なほど早口になることがあり、物笑いの種になりました。

にもかかわらず、日本のポップカルチャーは世界に不思議な影響を与え始めました。80年代のアメリカ、日本車をバットでめちやくちゃんに壊す抗議行動、通称「ジャパン・バッシング」の時代、大人たちが輸入車に腹を立てている横で子供たちはまったく違う輸入品に興奮していました。『AKIRA』をはじめとする日本のマンガ、アニメ(マクロス)、おもちゃ(トランスフォーマー)、映画(ゴジラ)などがアメリカの若者の心を捉えました。1990年代の初め、

任天堂をはじめとする日本製ゲームの台頭とともにこの傾向は強まりました。2000年代の初めには、日本のポップカルチャーの影響を受けた子供たちが成人し、独自の作品を作り始めました。ハリウッドの映画監督、ウォシャウスキー姉妹やクエンティン・タランティーノは日本文化の影響をオープンに認めています。

このような日本文化の影響を今の日本政府は「クール・ジャパン」と呼んでいます。クール・ジャパンという名称は長年存在していましたが、公式スローガンになったのは、2013年の10兆円経済刺激策の一環であるジャパン・ブランド・ファンドが採用した時です。ジャパン・ブランド・ファンドは「海外市場で需要のある魅力的な日本製品を扱うビジネスのための基金団体」です。このイニシアチブの成否の判断には時期早尚ですが、もしかしたら政治家の机上の空論にお金をつぎ込むだけに終わるかもしれません。ただ日本政府が海外ファンの心を勝ち取ろうとしていることは確かです。

皮肉なのは、現在の日本のスタジオの作品が以前に比べて海外市場の需要に合っていないことです。今の日本のポップカルチャーでは少女を性的に描写した「ロリータ」がもてはやされており、このことが外国人を不快にさせています。「艦隊これくしょん -艦これ-」などのイラスト系、AKB48などのアイドルがその例です。マッチョなヒーローや恐怖のモンスターなどの古いタイプから、もっとソフトに、男性的なキャラクターから女性的なキャラクターに、つまり刀から離れる方向に、日本人の嗜好は大きく変化しました。

日本の「かわいい」の潜在力

もしもマッチョ、ハード、男性的な価値観が20世紀の日本観を作り出したなら、21世紀の日本のソフト・パワーの象徴は何でしょうか？ 私は「ハロー・キティ」とその仲間だと思います。日本のかわいいマスコットは「かわいい」という日本文化のパワフルなシンボルです。

「かわいい」を英語に直訳すると Cute ですが、使われ方は英語と違います。もっとも一般的なのは、簡略化された線、丸みのある形、大きな目、均整の取れた見た目、そして純粋な少女らしさを狙った未熟さの演出が特徴です。消費者の需要に応じた結果ですが、今では Photoshop のフィルターのように何にでも適用されています。このフィルターを理解し、その暗号を解くことは、外国人の目には大きく矛盾する日本文化を理解するための鍵となります。「かわいい」とはベストセラーマンガからアイドルまで、日本のポップカルチャーが内包する暗黒物質 (dark matter) といえるでしょう。存在はわかりにくいけれど、確実にあるのです。「かわいい」はクリエイターにとどまらず、PR のためにゆるキャラを作るような地方自治体や自衛隊などの政府機関に至るまでが利用するところとなっています。

日本に10年住んだ私でさえも、フリートウィーク2015で「きりしま」に乗船して多数のかわいいポスターを見るまで、その奥深さに気がつきませんでした。かわいいキャラクターは海上自衛隊だけでなく、陸上自衛隊も採用しています。同じ年の展示では、機体

の側面にかわいい美少女キャラクターがペイントされたコブラ攻撃ヘリコプターもありました。日本の軍事力は世界でも最高レベルです。潜水艦、戦闘機、ミサイル防衛システム、空母など最新鋭装備の後ろには、強固な日米相互防衛援助協定が控えています。人類の歴史には多くの軍隊が登場しますが、かわいい軍隊は自衛隊が史上初めてです。

「かわいい」と軍隊という奇妙な組み合わせを説明する方法は様々です。その一つが、早稲田大学教授が2014年に NY タイムスに寄稿したエッセイの以下のくだりです。「日本は戦争の歴史を避けるメカニズムを作り上げました」^(*)5)。つまり「かわいい」は困難な課題を完全に無害なものに中和することです。

これはあくまでも事態を説明する一つの方法です。また正しい解釈かどうかは定かではありません。「きりしま」乗船中に出会った自衛隊員で、職務や戦争を軽んじるような隊員はいませんでした。かわいいマスコットが日本社会の抱える困難な課題において、重要な役割を果たしていることは事実です。この事実は日本中で見ることができません。通行者に注意を呼びかける道路標識、人には話にくい病気の薬の宣伝用マスコット、税務署の納税案内にまでかわいいマスコットが採用されています。かわいいイメージは人々の注意をひき、興味関心を集める効果があります。それを害悪だとは思いません。なぜかといえば、日本人は軍隊について深く考えるべきだからです。

思うに、軍隊がかわいいキャラクターを採用する時代を恐れる必要はありません。怖いのは軍隊がかわいいキャラクターを使わなくて済むようになる時、つまり日本社会が軍隊の役割に心地よさを感じ始める時です。私は自衛隊員を深く尊敬しています。けれども、日本社会が軍隊を心地よく思う時代が来ないことを祈っています。日本であれ私の母国であれ、どんな国でも、簡単に兵士を戦場に送ることがないように祈っています。

日本語訳：室大輔 (ボイジャー)

- (*1) [https://ja.wikipedia.org/wiki/きりしま_\(護衛艦\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/きりしま_(護衛艦))
- (*2) 自衛隊観艦式の一部として開催される一般公開イベント
- (*3) <https://pbs.twimg.com/media/CQ68Q2EVAACKEG.jpg>
- (*4) 敵ミサイルの目標を攪乱するために発射されるおとり弾
- (*5) <http://www.nytimes.com/2014/03/13/opinion/kato-from-anne-frank-to-hello-kitty.html>



撮影 © Dan Szpara

マット・アルト (Matt Alt)

株式会社アルトジャパン取締役副社長。特許からエンターテイメントまで幅広い翻訳をてがけると同時に、日本のポップカルチャーを中心に記事や本を多数執筆している。文化庁などが主催する「マンガ翻訳コンテスト」の審査員を務めている。現在、日本を紹介する海外向け番組『Japanology Plus』(NHK ワールド) のレポーターとしても出演中。

世界への挑戦

作家 藤井太洋

初めての海外出版

友人や知人に届けたい。

そう思って書き始めた『Gene Mapper』は英語や中国語で海外の友人たちにも読んでもらいたかった。できれば、彼ら彼女らの口から「面白いよ」と言って周囲に勧めてもらうつもりでいた。

一段目の翻訳はともかくとして二段目のハードルが高いことは、前職でそこそこの成功を取めたソフトウェアの輸入販売と、失敗した海外進出の体験から身に染みて分かっていた。

コンテンツが言語の壁を越えるには、大きな二つの条件がある。

【現地化／ローカライズ】はネイティブの手によるものでなければならない、そして広める人が必要だ。どんな「よいもの」であっても、作り手が英語や中国語版を作って持って行って並べれば広まるなんてことはない。

小説ならば翻訳者と当地の出版人が必要なのだ。

幸いなことに、中国語圏の台湾へはすぐに道ができた。ブックフェアで知遇を得たボイジャーの萩野氏に、台湾で電子書籍に携わっている董福興／ボビー・タン氏を紹介していただいたのだ。かつて日本で編集者としても勤務していた董氏は、まだ仕様と実態が乖離している縦書きのEPUBについても造詣が深く、日本語と同じ縦書きの繁体中文での出版を行うパートナーとしてこれ以上ない相手だった。繁体中文版があれば中国本土で使われている簡体中文への翻訳は、ほぼ変換ですむ。実際、翻訳された『基因設計師』は董氏の出版社 Wanderer や、Kindle の始まっていない台湾の独立系電子書籍ストアから発売されたあとで、中国本土の「唐茶」という電子書籍ストアから発売されている。

董氏の雇った翻訳者は【神楽坂雯麗／かぐらざか・ウェンリー】という筆名で、日本のアニメ、ゲームに親しんでいる方だった。翻

訳には苦労もあつただろうが、中文を読むことのできないわたしにはその機微がなかなかわからない。後に雯麗氏に会ったときに日本語で使われる二重否定に苦勞したと伝えられたとき、翻訳を原文で読めないことに悔しさと恐れを抱いた。二重否定は日本語でもあまりよいものとされない文章の書き方だ。

こうやって中文版はセルフパブリッシングで世に出すことができ、ロイヤルティ報告によれば数百名の読者に届いたようだ。この版があるおかげでのちに出た早川書房の『Gene Mapper -full build-』の商業出版ができないのだが、それでもあの時の作品が国境を超えたことは、わたしの大きな財産だ。

中国本土への挑戦にも出版人が必要なことに変わりはない。国家の統一を妨げる作品には出版許可が下りないことはよく知られているが、今年9月に北京で行われる星雲賞の授賞式に招待されている関係で、短編の一つ、「科幻世界」という当地のSF雑誌に掲載していただくことになった。そこで作品を二つ提案してみた。

片方はNOと言われるだろうと思つての提案だったが、案の定だった。『伊藤計劃トリビュート』というアンソロジーに寄稿した「公正的戦闘規範」という作品なのだが、天安門事件に参加した罪で新疆へ追放された学生の息子が主人公で、青蔵鉄道で東トルキスタン独立運動を煽るテロリストと戦う、というものだ。担当者は「その概要でダメです。検閲ワードをよくそこまで揃えましたね」と笑ってくれた。

「公正的戦闘規範」が中国語になることなどもともと考えていなかったのだが、この話を聞かせたある中国人作家は、直せばよいのだと言ってくれた。実際のところ、中国共産党を悪し様に描いた作品も数多く翻訳されて出版されているという。中国を「C国」としたり、機械的にベトナムの地名に置き換えることで出版できたりするのだという。その機微はわたしたちには分からない。水先案内人たる出版人が必要なことは間違いなさそうだ。

中断した英語版のセルフパブリッシング

時系列を戻そう。

セルフパブリッシングの中国語版は、董福興というこれ以上はないパートナーのおかげで第一歩を踏み出すことができたが、セルフパブリッシングでの英語版は結局のところ実行していない。

英語は他のどの言語よりも重要だ。

一度英語になれば他の言語圏の読者の目に触れる機会も増え、売り込むこともできる。特にアジア圏ならば、英語圏から「降ってくる」タイトルが圧倒的に有利で、販売だけのことを考えるならば、英語からの重訳の方がありがたがられるほどだ。



繁体中文版『基因設計師』の販売画面（Wandererのサイトより）

だが、英語への翻訳は高いコストがかかる。『Gene Mapper』の場合、英訳を業者に依頼すると300万円ほどかかることがわかった。そこで私はジョブマッチングサイトで英語ネイティブの翻訳家を探すことにした。

余談になるが、海外進出について「英語への翻訳は原文を正しく読める日本人がいいのではないか？」と聞かれて驚くことがある。だめだ。全く意味がない。アウトプットが英語の小説なのだから、英語で小説が書ける訳者でなければならない。できれば、英文学が根付いている文化に住む人が望ましい。

そんなわけで、申し訳なく思いながらも、多数の日英翻訳者登録があるシンガポールとフィリピン、インドは除外した。実際にはいい訳者がいたのかもしれないが、当たる可能性は低い。そして翻訳家の組合があるため安値で請けてくれないアメリカ、イギリス、オーストラリアとニュージーランドも除外した。

必然的に国は絞られる。現地の作家が英語で小説を書くフィンランドやノルウェーもあつたが、日本語ができる訳者は見つけきれなかった。そうやって探しているうちに、アイルランド人の翻訳家を発見した。普段は製薬会社のマニュアルなどを手がけているようだったが、ブログでP.K. ディックの作品を好んでいることを知って、コンタクトをとることにした。中南米を旅しているようだったが、そんなボヘミアンな雰囲気も気に入った。

パナマにいた彼は一般的な翻訳ギャランティの半金を分割して支払い、残りはロイヤルティで賄うという提案に乗ってくれた。交渉はスムーズに進み、初稿もスケジュール通りにいただいたが、折り悪しくわたしが業務で体調を崩してしまい、彼の英訳を精査する時間が取れなくなってしまったことと、広める方法が見つからなかったことから中断を申し入れた。

サンフランシスコのHaikasoruから英語版が出た今でも、私家版を英訳してくれた彼とはコンタクトを取っている。彼自身の翻訳が世に出なかったことは残念だったと言いつつも、わたしの成功を祈ってくれたメッセージはありがたかった。

わたしの目から見て悪くはない英訳ではあつたし、知人はきつと楽しんでくれたことだろう。だが「広めよう」という意思を持つ出版人がいない状態で進めることにどうしても踏み切れなかった。ダウンロード販売サイトに登録することができ、広告が打てて、ファンが一人や二人現れても、広める意思を持つ出版人がいなければ埋没してしまう。

今年、あるスペイン語圏のSF作家が自分自身で英語版を作り、英語圏の作家に書き直してもらってセルフパブリッシングしている事例を聞いた。作品もそこそこ面白く精力的な販売プロモーションを行っているが、英語のレビューはつかない。自身の英訳を元に、フィニッシュしてもらう手法はいつかオンラインマガジンへの持ち込みで試してみたいものだが、独立した本として売るには出版人が必要だと改めて感じた次第だ。

英語版出版社からの二つの提案

英語圏への再挑戦は早川書房から『Gene Mapper -full build-』として商業出版されたことで道が開けた。いくつかの英語圏の出版社と話す機会が持てたのだが、二つの版元から同じ懸念が示された。西海岸で生まれたオープンソースを称揚し、彼ら流のビジネスを受け入れるストーリーラインが現場に住み、闇も知るであろう米国の読者に白々しく受け止められないかというものだ。苦い指摘だったが、テーマにまで踏み込んだ部分まで読んでくれたことに感謝した。

ありがたいことにサンフランシスコに本拠を置くVIZメディアのインプリント（レーベルに相当する）、Haikasoruは、それでも、と英語版の出版に乗りだしてくれた。ジム・ハバート氏による翻訳はスケジュール通りに進み、初稿が出たときに編集者から二つ提案を受けた。

一つめは登場人物の名前を変更して欲しいということだった。

『Gene Mapper』のオリジナルでは自然な会話文を心がけていたため、会話文での呼びかけは「～さん」と姓を呼ぶことが多かったが、英語版のダイアログ（会話文）はファーストネームに変更され、ナレーションやモノログなどの地の文では姓が書かれるスタイルで翻訳されていた。ここで、登場人物の名前が似すぎていることが可読性を落としていると指摘されたのだ。

読んでわたしも納得した。確かに読みにくい。主要な登場人物である黒川、キタムラ、金田という三人の姓はローマ字にするとKurokawa, Kitamura, Kaneda。すべて「K」ではじまり「a」で終わる。主人公はHayashidaなので、すべての日本人キャラクターの姓が「a」で終わるのだ。これはいけない、ということでキタムラの名前をYagodoh（【矢御堂／ヤゴドウ】）に変更し、その名前を主人公が初めて聞いたときのモノログも付け加えた。

もう一つの提案はエピローグの追加だった。担当編集者は『Gene Mapper』に続編があると思っていたようで、その続編に繋がる部分をぜひ書いて欲しいとのことだった。確かに近年のエンターテインメント小説と比べると、日本でのソフトカバー単行本に相当するトレードペーパーバックで230ページ未満の『Gene Mapper』は短い



『Gene Mapper』英語版。早川書房の印刷本をもとに2015年、米国Haikasoru社から刊行された

作品にあたる。よく引き合いに出されるパオロ・バチガルピ氏の『ねじまき少女 (The Windup Girl)』は350ページ、『神の水 (The Water Knife)』も384ページだ。続編があると思ってしまうのも無理はないし、ぼんやりとしたアイデアもないわけではなかった。そこで続編のプロローグに考えていたシーンをエピローグとして書き下ろし、英訳して追加していただいた。この追加のおかげで『Gene Mapper』を読み終えたときの満足度は増したはずだ。このオリジナルはどこかで公開したいものだ。

翻訳に教えられる

明示的に申し入れがあった変更はこの二点だったが、訳者のジム・ハバート氏はオリジナルのミスも数多く修正していた。『Gene Mapper』はなにせわたしの初めての小説だ。技術的に至っていない部分がいくつもあった。翻訳では独白と描写がしっかりと区分けられ、同じことを繰り返し書いている部分が一つにまとめられていたりした。今書けばこうするだろう、と思うような部分も多く、自分の成長を確かめることができた。

編集者と代理人に、『Gene Mapper』の英語版が日本語版より増えていないと知らされたわたしは勇気づけられた。

「翻訳すると文章の量は増える。日本語は省略の文化があるからね。漢字もあるし」と短絡してしまいがちだが、違う。実際にやってみればわかるが、英語から日本語でも、それどころか同じ言語で同じ情報が伝わるように書き直しても、多くの場合文章は増える。小説家は作品の贅肉をそぎ落とすためにあらゆる手を使い、自分の書いている文章を研いでいるからだ。すべての「小説の書き方」に不要な文を削れと書いてある。その過程を経た作品が他者の手で書き直されたときに減るわけがない。英訳版が同じ分量に収まったということは、ハバート氏の技術がわたしよりも高いことを示していた。

落ち込むこともあった。とある登場人物に対して主人公が「女性なのか」と驚く部分がばつさりと削られていたところだ。女性を差別する意識などないつもりだったが、あったのだ。それが翻訳で示されてしまった。実際のところは、「he」と「she」で性別がはっきり示される英語である人物が女性か男性かを隠すのは難しいため、そのくだりを削っただけなのかもしれない。ともあれ、この修正には大いに気づかされた。

翻訳の確認をしているときには気づけなかったハバート氏の上手さを改めて認識する機会があった。昨年夏、サンフランシスコの書店で朗読会を開くことになったとき、練習のために読み上げた『Gene Mapper』に新しい価値が付け加えられていることに気づいた。選ばれた単語のリズムは心地よく、ページは鳴っていた。わたしたちが漢字を選ぶように、ハバート氏は音を選んでいたので。

多くのことを学んだ『Gene Mapper』の英語版だが、ジム・ハバート氏に訳してもらって本当によかったと思う。

翻訳者は小説家よりも小説が上手くあるべきなのだ。

「国際化」の重要性

わたしの作った、わたしよりも上手の手による英訳を読み通した時、これからはできるだけ翻訳されうる作品を書いていこうと決意した。

難しい指針だが、前職にヒントがあった。

ソフトウェア開発では、海外に製品を持っていく際に「ローカライズ」と「国際化」を考える。メニューやダイアログに登場する文字列やコンテンツを翻訳していく作業と販売網の整備がローカライズで、それが可能なように作ることを「国際化」と呼ぶ。文字列をプログラムコードから入れ替え可能なソースへと切り離したり、内部の文字コードを Unicode にしておいたり、ソフトウェアが動作する OS や Web ブラウザーの言語の扱いと衝突しないように開発していったりする作業だ。地味だがここで手を抜くとローカライズに苦勞を強いられる。

文学ならばローカライズは訳者の翻訳と出版社のマーケティングにあたる。では、国際化に相当する部分はあるのだろうか。著者にやれることがあるだろうか。

わたしはあると思う。マクロには作品の独立性とテーマの普遍性、ミクロには文の整合性を高めていくことだ。

普遍的なテーマと国際化の関係はわかりやすい。死別の苦しみや子を持つ喜びは世界共通だ。ここでは独立性について説明したい。わたしは作品が単独で鑑賞に値するならば、言語の壁を越えやすいと考えている。例えばわたしは物語の重要な部分で文学作品や批評、歌詞の引用を行わない。音楽が流れているということは書いても、その曲名を記したことはない。SF 小説なので出番が少ないというのも理由の一つだが、読者の感情を動かすために他者の作品を借りれば、受け止め方が世代や文化によって変わってしまう。借りてくる作品の印象を越えられるほどの描写ができるならばやるかもしれないが、そこまで書けるならば具体的な引用を行う必要もない。

もちろんコンテキストから切り離された作品などあるはずもないが、そこを自覚して書くことが作品を独立させ、ひいては言語の壁も越えやすくなるだろうと考えている。

『Gene Mapper』は多数のレビューを Amazon や Goodreads でいただいているが、面白いことに、レビューの内容は日本の読者が投稿したものとそれほど変わらない。曰く、地続きの設定がリアルだ、拡張現実と遺伝子組み換えの組み合わせは面白い、ページをめくる手が止まらなかった。もちろん人物が薄っぺらい、会話が単調だといった低い評価までもがほぼ共通している。

ハバート氏の翻訳はもちろんのこと、「国際化」がうまくいったのだろう。

米国でのプロモーション活動

そんな風に英訳された『Gene Mapper』を広めるために、ワシントン州のスポケーンで行われた SF 大会、ワールドコンへ行くことにした。

出版元である Haikasoru が手配してくれたので、二日間ほどサンフランシスコに滞在して Borderland Books という書店で朗読会を開かせてもらった。

映画などで見たこともあると思うが、米国で作家が行う書籍のプロモーションといえば書店で行うリーディング——朗読だ。

わたしも書店の一角に置かれたテーブルについて、英訳された『Gene Mapper』の冒頭と、ヤゴドウというハッカーが犬に化けて登場するシーンを読み上げた。先に書いたとおりのジム・ハバート氏の訳文はたいへんに読みやすく、単語のハイフネーションにだけ気をつけていれば、ネイティブでないわたしでも英語らしい音を出すことができた。

勘違いしてはいけないのだが、これはファンサービスではない。まだその本を知らない人へ向けたプロモーションなのだ。椅子に座って聴いてくれる人へもちろんだが、書棚で本を探している人に向けて声を投げかける。朗読が終わったらしばらくテーブルに残って、やってくる人々と会話を交わし、サインを求められればサインする。午後一杯をまるごと使うイベントだった。

続いて赴いたワールドコンではいくつかのパネルに登壇し、朗読を行い、米国の SF コミュニティの人々とコーヒーテーブルを囲んだ。衝撃を受けたのはサイバーパンクやホラーなどのサブジャンルを代表する作家を集めた大喜利のような企画に参加したときのことだ。聴衆を三名使って、サブジャンルを表すスキット——寸劇を作れというお題が出た。作劇に使える時間は3分。私はなにもできなかった。だが、他の作家たちは与えられた3分で5分ほどの寸劇を作りあげて、聴衆とともに熱演してみせた。その時わたしは、演劇が文学と強く結びついていること、そしてその繋がりを英語圏の作家たちが学んでいて、空気のように扱えることを知った。

多くのベテラン作家と肩を組み、テーブルを囲んで話し合う機会が持てた一週間は、充実という言葉では言い表せないほどの日々だった。

心がけたのは、普通の作家であることだった。海外に行ったとき「日本から来ました」という言葉に意味はない。アラバマからだってロスアンゼルスからだって人は来るし、中国からも、内戦の収まらないシリアからも来るのだ。日本がアニメやマンガなどで素晴らしい作品を出していることは事実だが、そのこととわたしにはなんの関係もない。わたしは「サイバーパンクの新作を書いたのでプロモーションするためにやってきた。『Gene Mapper』は、きつとあなたが初めて読むタイプの作品だろう」と繰り返したことで、今年もワールドコンに行こうと思えるほどには友人を作ることができた。

そして世界へ

渡航費と宿泊費に英語版の印税をすべて投入することになったが、徐々に成果は出はじめています。

商業デビューした短編「コラボレーション」の英訳版、「Violation of the TrueNet Security Act」は、ワールドコンで知遇を得た編集者、



ワールドコンに出展していたオンラインマガジン「LightSpeed」のブースにて。短編「Violation of the TrueNet Security Act」は「LightSpeed」に掲載後、ニール・クラーク氏の編集する傑作選に収録された

ニール・クラーク氏の年刊傑作選、『The Best Science Fiction』に収録されることになった。日本人の SF 作品が英語圏の傑作選に収録されるのは2000年の菅浩江氏の「そばかすのフィギュア」以来だという。

今年の11月にはシンガポールの文芸フェスティバルに招待された。推薦してくれたのはワールドコンで出会い、今も連絡を取り続けている新進 SF 作家のケン・リュウ氏だ。中国で行われる星雲賞へ招待してくれたメンバーの中にもワールドコンで話をしたメンバーが何人もいる。

この幸運を逃さないようにしていきたい。

そのためにどうすればいいだろう——などと迷ってはいない。普遍的なテーマを持った、独立した作品を書く。そして当地へ行き、普通の一人の作家としてプロモーションとファンサービスを行い、作家や編集者たちと交流を持つ。より大きく飛躍する出会いを得るためにはこれしかない。

43歳でデビューしたわたしには時間が残されていない。十分な密度を持った作品を書く体力が充実している期間はあと20年ほどだろう。いま手の内にあるアイデアをすべて書き切れないことだけはわかっている。

ネタが切れる心配だけはなくてよさそうだ。



藤井太洋（ふじい・たいよう）

1971年生まれ。2012年、電子書籍『Gene Mapper』をセルフパブリッシングして話題に。翌年、増補改訂版『Gene Mapper -full build-』を早川書房より刊行し、商業デビューする。2014年に刊行した『オービタル・クラウド』で第35回日本 SF 大賞、第46回星雲賞日本長編部門を受賞する。日本 SF 作家クラブ第18代会長。

小豆島発の雑誌「その船にのって」ができるまで

メディア・プロデューサー 平野公子

インターネットがあれば何処でも暮らせる

私が装丁家の平野甲賀とともに小豆島に移住してから2年半が経ちました。

なぜ移住したのか、なぜ小豆島だったのか、明確に理由があったわけではありません。東京から遠く離れられれば何処でもよかったような、今おもいだせるのは、劇場運営で食いつぶしての出奔であったのが第一の動機、他はごくボヤっとしたことだったような気がしています。が、私は考えるより動くのが得意なので、動くのが先、動いて行くうちに理由はあとからついてきた、というのが本当のところ。気がつけば立派に老人の年齢である私たち夫婦はあれよあれよの間にすっかり島の住人となり、おまけに若い仲間たちとそれなりに楽しく忙しく暮らしている今日、という案配です。無謀な行動でいつも夫を巻き添えにしてしまうのは、ちょっぴりですが申し訳ないことだと反省しております。50年の不作と諦めてもらうしかありません。

ただひとつ。これだけは確か。インターネットがこれほど発達していなければ地方、それも離島にくることはなかった、ということ。島に来てからいままでもお細々でも平野甲賀は装丁の仕事をしているし、私はネットを使って本の仕事やイベント作りをやっています。インターネットは移住の第一のツールです。

さて、地方の島で生活すると、いろんなことが変化します。便利は不便に、苦は楽に、疎遠は親密に、質素が贅沢に。おっとりの夫はさらにおっとり度が増し、朝早く起き、写経のように文字を描き、装丁の仕事をし、猫と遊び、草をむしり、焚き火に精出し、おそらく今日が何曜日かも気にせず、もし物忘れシートの記入を試みれば、痴ほう老人の仲間入り必定なほど、のどかです。私は私で朝は遅く起き、島のモノやコトやひとが面白くて面白くて、毎日歩き回り、夜遅くまで起きてお酒を飲んでいる。日々日々こうして、生まれ故郷東京は、私たちからドンドン遠ざかっていったのです。

等身大の暮らしを本にする

もともと静かに老夫婦で暮らすつもりであった小豆島で、できたら植物を相手に小豆島のベニシアさんになろう、決してヤクザなことはやらざうおこうと誓って故郷を後にしたというのに、思いもかけず若い人たちとイベントをやったり、いろんな移住相談にのったり、行政のお手伝いをさせていただいたり、展示を企画したり、やめられない止まらない私の因果な性分、私は相談役ではありましたが、この原稿を書いている5月22日には小豆島初落語会まで開催の運びとなったのです。

それにしても、島にいる若者たちの人間力の高さには眼を見張るものがあったのです。経済効率や利潤大追求とはほど遠い、が、生業の働き方はもちろん、いろんなことに楽しみを見つけ出すこと、それを実現にもっていくスキルと実行力、互助力には大いに刺激されたのです。そして、いまここでこの島で出来る限りのことを力つきるまでやってやろうじゃないの、とまあ、またもや一発勝負の悪いクセがあたまをもたげてきたのです。

まず地方発の、そこに暮らす人の等身大の記録を本にしようと思いを立ちました。

東京時代から付き合いのあった晶文社の斉藤さんに相談すると、できるものならやってみてください、というお返事。きつと半信半疑だったので、が、とても有り難いことでした。故郷東京とひとつ繋がりました。それで17人の若者に、自分の仕事について、あるいは自分が手がけたイベントについて、とりあえず好きなように思うがままに書いてもらうことにしました。生産現場7カ所の紹介はイラストルポを高松在住のイラストレーターオビカカズミさんにほぼ一年かけてやっていただきました。原稿は17人からはポツポツ集まってきたのですが、長さマチマチ、これはどう読んだらいいのか、という自分史的なもの、半ページにもいかない短文のもの、などなど。まとめて読んでみたものの、文章で人に何か伝えることの難しさに頭をかかえたのです。

さてここからだ、どこからだ？

本人が書き直せそうな人にはもう一度チャレンジしてもらい、今度は文字数もおおかた決めて言いわす。他の原稿はじっくりひとりずつその人を思い浮かべながら読んでいく、申し訳ないがシバッと切ったり、ちょこっと加えたり、まるごと入れ替えたり、手をいれさせていただいた。斉藤さんと二度、三度やりとりしながら、ようやく全体のまとまりとページ数が見えてきたのが、昨年末です。そして今年の2月『おいでよ、小豆島。』（晶文社刊）として、こ



最終的にできあがった本を手に、メンバーで記念撮影（写真提供：三村ひかり）

の本は世に出ました。

いま読み返すと失敗がたくさんあります。私が入れる穴があれば入りたいくらいです。が、この本のおかげで、島への関心が思わぬところからも届いたのも事実です。北の果て北海道から興味を寄せていただいたのも意外なことでした。島のなかでもお互いがお互いの書いたものを読むことで新発見があったようです。

小豆島文学との出会い

実は私はこの本を作りつつ、島の役場の仕事で違うことに手を付けていました。

小豆島は同じ地区、同じ時期に壺井栄、壺井繁治、黒島伝治3人の文学者が生まれ育ったという稀な場所でもあります。また流浪の俳人尾崎放哉終焉の地でもあります。『二十四の瞳』の壺井栄しか知らなかった私ですが、島に来てから黒島伝治を貪り読み、壺井栄の1600はあるといわれている作品群を読みあさり、現存している壺井夫妻の家（『二十四の瞳』の舞台となった分教所が見える家）、黒島伝治の家（80年前の随筆にでてくる家の間取り！）を役場のみなさんに案内されたときには、私の出来るやり方で、彼らの作品をもう一度世に出したい、という気持ちがふつふつと沸き上るのを押さえることができませんでした。それから彼らの作品をとりあげて小さな朗読会を開いたり、読書会をひらいたりすると、島の人たちでも誰も彼らの本を読んだことがなかったのがわかり、朗読をとおしてみなで彼らの物語再発見を味わうことができたのです。

ですが、もっと形にしたい。島にいる私がやらずにいったい誰がやるというのだろう。

特に壺井栄のストーリーテラーとしての資質に惹かれていた私は、おそらく島の生活をつぶさにみていた少女栄の眼に写った物語は、100年前の島の生活者を活写していると想像しました。しかもこの地方の庶民とも共通だったのではないかと。おおげさに言えば100年前の日本人の庶民の暮しが物語の中に息づいているのです。壺井栄は眼と耳の確かな人です。栄の短編だけでも新しく編み直して選集にできないか、児童文学書の中で選集ができないか……。そこでハタとおもいつき、膝をたたいたのが、電子本です。

さっそくボイジャーの萩野さんにご相談しました。電子本のデフォルトも知らないのにです。たしか、それは自分たちで作れるんじゃないですか、作り方もおしえますよ、というのが最初のご返事だったと思います。

さて、またもやここからです。

前述の本『おいでよ、小豆島。』が出てからまだ数カ月ですが、この本に納まりきらなかったことや人が後から後からでてきました。もう本にはできない、してもらえない、が、だったらもっと刻々と増えつづけるイマを伝えるメディアを作れないか、その中に島の文学者の電子本を棚としておくことはできないか、その座りでも両方も実現することは可能か？ もちろん萩野さんにもメールを出しつつパズルのように考えていくと、これは電子版雑誌を発行していくのが妥当なのではないか、というところにたどりついたのです。



7月1日に出航した電子雑誌「その船にのって」。無料で読めるインタビューやエッセイ、映像も。<http://sonofune.net/>

電子雑誌、いよいよ出航

ここまで考えつくと平野甲賀にコトのあらましをぶつけてみました。話の途中で雑誌のタイトルを考へろ、というのです。そう、いつも最初にタイトルありきの人でした。で、おおまかな構想はもってはいましたが、もちろん誰に連載をたのむとか、どんなウェブ構築にするとか、誰が雑誌を運営していくのか、などなど何も決めていないうちに、ある日、ポツと浮かんで来たのが小豆島発電子雑誌「その船にのって」というタイトルでした。島へくるのも島からでていくのも船に乗らねば何処にも行けません。いったん船にのると、不思議なもので、その船で世界の果てまでいけるのではないかと、夢想してしまいます。コレだ、とタイトルを告げると、描き文字の巨匠はさっそくその日のうちに「その船にのって」のロゴをつくってしまいました。もうあとにはひけません。

電子雑誌の連載は島の若者と海外に暮らす若者、沖縄、いずれ台湾や香港に暮らす若者たちにたのむことにしました。船はいろんなものを載せます。電子本の装丁は全部やってみたくてという平野甲賀の意向で、小豆島の文学者の古本を再編集、新人の棚、エンタメ本と、やがて広がっていきます。すでに装丁は美しくできあがっています。ウェブの特色でイベント情報や映像や写真もあざやかに入れていきますが、読み物中心の雑誌にしていきたいです。プロのもの書きはすくなくないですが、いずれここから新人も出てほしい。電子本と紙の本の交互作用も期待したい。誌上で紹介していく小豆島の産物も味わって欲しい。

「その船にのって」は編集のメンバーは4人（誰も経験なし）で出航しました。資金なしのわれわれです。読者から年間購読料2000円を徴収させていただくのも、無料が常識のウェブでどこまで応援いただけるのか、私たちなりの挑戦です。



平野公子（ひらの・きみこ）

1945年、東京神田生まれ。メディア・プロデューサー。出版、舞台企画多数。2005年から2012年まで小劇場シアターイワトの劇場運営代表。2014年、小豆島に移住。小豆島町文化振興アドバイザー。「その船にのって」編集担当。

ひとりの物書きの存在

作家 片岡義男

僕の母親の父方を二百年ほどさかのぼると、そこにはひとりの物書きがいたという。これは確かな事実のようだ。いまから二百年前は一八〇〇年代初頭だ。歴史年表を見ると、伊能忠敬が元気で測量に歩いていたことがわかる。『東海道中膝栗毛』の初編がこの頃に刊行されている。

僕のご先祖さまがなにを書いていたかまだ誰も知らないが、とにかく彼は僕にはとても読めないような毛筆の字で、一冊の本になるほどの文章を紙に書き、それを木版彫りの職人に彫ってもらっていた。その木版から紙に印刷したのは、そのあとの製本の作業も含めて、ご先祖自身だったのではないかな。

何部くらい作ったのか。一冊がいくらだったのか。どのようにして売ったのか。買う人はどんな人だったのか。なにひとつわからないけれど、おぼろげな推測を楽しむなら、それはいくらでも自由だ。

誰もが買うものではなかったのではないかな。ある程度以上に裕福な、しかも知的と言っていい階層の人たちが、買ったのではないかな。たとえばご先祖は、金持ちの名家を一軒ずつ訪ねては、新作を買ってもらっていたのではないかな。近江八幡を中心に、旧家の蔵のなかを探したなら、一冊や二冊は見つかるような気もする。読者対象はお寺だったかもしれない。あるいはまったく逆に、『東海道中膝栗毛』の亜流のそのまた亜流のような作品だったら、販路も読者もまるつきり違ったはずだ。

彼は物書きに専念していたようだ。本業の仕事はしなくてもいい状況だったのだ。ついでだから書いておくと、母親の父方は、聖徳太子までさかのぼることの出来る、近江八幡の数珠屋さんだ。きわめて実務的な人だった聖徳太子は、地場産業の振興を目標のひとつにし、僕の先祖には瓦あるいは数珠の製造業になるよう勧めたという。先祖は数珠を選んだ。

◎

なぜこんなことを書くかという、物書きに専念してただ書くだけではなく、印刷と製本、そして販売も自分でおこなっていた、二百年前のご先祖と、いまここにいるおなじく物書きであるこの僕との、差異について僕は考えるからだ。彼は専業の著述者であると同時に、木版を彫るのは別として、それ以外はすべて基本的にはひとりでごこなす、ひとり出版社でもあった。僕は書くことだけに専念している。書くものが活字になり始めて半世紀ということになっているが、これだけの期間のなかで書いた原稿は、すべて出版社から依頼されて書いたものだ。なにかないかと編集者に言われて提案すること、さらにはなにも言われなくても提案することなどは、出版社に勤務する編集者があればこそのことだから、いっさいひつくるめて、すべては依頼に応じて書いたものだ。なにをどう書かか

関しては、僕ひとりだけの自発性にゆだねられたものではあるけれど。

僕がこれまでに書いた何冊もの本と、その書き手である僕自身とのあいだには、一冊残らず常に、出版社が介在した。当然のこととして誰もなんとも思わないが、これは考えてみれば驚くべきことではないか。なににどう驚くのか。いくつかあるから順番に書いていこう。まずいちばん大きな驚きは、原稿を書いてそれを校正刷りにし、必要な訂正をすべておこなうところまでを僕はおこない、そこからあとは、手を離れた、という状態となる事実だ。これは驚きに値しないだろうか。本になるまでの作業にほとんど接触しないし、本になって販路へと出ていく過程、そして書店にならんでからも、接触はない。

それが二百年の差というものだよ、ご先祖ときみとのあいだにある二百年のなかですべては進歩し、産業技術は極点まで発達して洗練された分業制が確立され、あらゆる職能のひとつひとつが産業や職業として成立して報酬を呼ぶのさ、というような解説は、現状をただ説明しているだけにすぎない。だから物書きもそのような職能のひとつなんだよ、ということになってしまうだけだ。

原稿から校正刷りをへて、本という物体に仕上がるまでの過程に密着して過ごそうと思うなら、それはかなり簡単に可能だ。本にする作業じたいも自分でおこないたければ、それも出来る。思いどおりの本を初めて作ることが出来て感動する、というような幸せを手にすることもあり得る。ではその本を、印刷した部数すべて、自分で売ってみたらどうかという段階の話になると、それは嫌だ、とほとんどの書き手は言うだろう。苦勞と成果はあまりにも釣り合わないことが、よくわかっているからだ。そしてここにこそ、出版社問題の核心がある、と僕は判断している。

◎

出版社が作った本は、取り次ぎという中間流通代行業者をへて、小売り書店というこんどは販売の代行業へと、まわっていく。小売り書店は日本で年間に千軒以上が廃業したこともあるという。自分でなにか商売をしたら書店だけは絶対にやりたくない、と言っていた編集者がいた。広く名を知られた出版社で営業をかなり経験したのち、編集部に配属されて編集の仕事をしている男性だった。書店だけは絶対に嫌だと言って彼があげた理由は、仕事が細かく点数が多い、商いの額が小さい、仕事の量が膨大なのに利益は少ない、労働は一家総出となってしまう、休めない、といったことだった。

なんの魅力もない書店が多い事実は、関心のあるほとんどの人が認めるはずだ。利益率の問題なのだ、と僕は思う。ひと坪あたりの

売り上げが一日にどれだけあればいいか、というような計算に支配されている書店の、書棚と言わずどこ言わず、いたるところにその計算かじみ出ている。出版は文化だと、規模の大きい出版社ほど言いたがるが、とんでもない、規模が大きいのと言ったって、漫画の売り上げが落ちてきた、さあどうしよう、という程度のきわめて底の浅いものでしかない。そして規模の大きい出版社が、書店の利益の低さ、労働の荷重さ、店としての魅力のなさ、廃業の多さなどを作り出している。規模の大ききゆえにややゆとりがあり、本の定価を低く設定するからだ。

ふと入って来た書店で僕が三千円の本を買ったとすると、この定価の二十五パーセント、つまり七百五十円がその書店に利益として入らないと、経営と労働が苦しいのはあたりまえであり、一軒の書店としての独自の魅力など、出せっこない。しかも二十五パーセントという数字は、最低限これだけはという下限なのだ。いまの日本で書店を経営し、そこで本を売ることとおしてなんらかの価値を生む仕事を続けたいと思う人を支えるのは、利益率二十五パーセントという数字であるべきだ。

定価を低く抑える方針で存続してきた規模の大きい出版社ほど、定価の四分の一を書店の利益とすることの可能な本を作るのが難しい。全国の小売り書店に犠牲を強いてきた規模の大きい出版社の、最大の弱点はここにある。ここ、と僕はひとりで言うけれど、分析していくと内容は複雑多岐でおたがいにからみ合い、いきつくところは戦後の日本とはなにか違ったのか、というようなことになってしまう。

◎

これまでに僕が書いてきたすべての本に出版者が介在しているが、どの仕事の場合にも、仕事相手は担当の編集者ひとりだった。編集者の背後にある会社を意識したことは一度もなかった。会社を相手にしておこなう仕事ではないからだ。僕というひとりの書き手に対して、仕事ごとにひとりの編集者が相手として登場する。この関係はなかなかいいものだ。そして良くない方向へ傾くときには、かならず背後の会社が深く関係する。

だから書き手にとってもっとも好ましいのは、仕事ごとにひとりの編集者のみを相手にすることであり、そこから延長線を引いて考えると、そのすぐれた編集者が同時に、規模のきわめて小さい出版社の良き経営者であるといい、という構図が浮かんでくる。編集者であると同時に経営者でもあるなら、営業つまり販売の領域でも、かなりのところまで仕事を引き受けることになる。そこからさらに延長線を引けば、書き手は書き手であることにとどまってもいいのか、という問題にぶつかる。書き手は売り手にはならないのか、という問題だ。出来た本を売るとはどういうことかという、もっとも難しい問題において、書き手の僕はひとり出版社の編集・経営者と、おなじ一線上にならぶわけだ。

どの出版社も自分のところの本を売る小売書店を、少なくとも一軒は持つべきだ、と僕はずっと以前から持論として思っている。独立採算にしておき、編集や営業の人たちに、小売り店舗の運営を体



▶ 片岡義男.com
▶ katakaoyoshio.com

現在ポイジャーと共に「片岡義男全著作電子化計画」が進んでいる。小説はすでに200作品がデジタル化を完了し、各書店で販売中。つづ約300作品も順次公開される。

Webサイトでは刊行情報、イベント／キャンペーン情報、掲載情報などの最新ニュースに加え、エッセイを毎日無料で配信。自身が撮影した写真5000枚や、「片岡義男全著作電子化計画」支援の案内も。

験してもらおう。本を売ることの難しさとその裏にある魅力とを、なんとなく感じ続けたことから、いつのまにか生まれた持論なのだ、いまの僕は思う。

規模の大きな出版社が慣行のように維持してきた低い定価の設定は、本を売ることにとまなう難しさを、規模の大ききを利用して回避することを図ろうとした結果のものだ。安いほど売りやすからう、という考えだ。小売り書店の絶えることのない大量の廃業は、本を売ることの難しさを、流通によって増幅されたかたちで背負わされ、それにつぶれていく過程だ。売ること。これがいじばん難しい。本を売るとは、なになのか。売ることには利益を想定しているのだが、では本をめぐる利益とは、どのような性質のものなのか。難しい問題を考えていくにあたって、もっとも効果があるのは、すべての規模をいったん最小単位にまで小さくすることだ。この意味で、ひとり出版社にはもっとも大きな希望を託すことが出来る。

◎

僕の先祖にいたひとりの物書きにとって、主たる販路のある場所は京都だっただろう。書店はあったに違いない。しかしいくら都とは言え、四つ辻ごとに書店が繁盛していたとも思えない。二百年前の京都に、五軒の書店があったかどうか。あったと仮定して、その五軒を営業してまわった先祖が、五軒のうち三軒で一冊ずつ自分の著作が売っていたのを知ったなら、その日の彼は宿の一室に落ち着いて、たいそう充足したのではなかったか。

(編集部注) この一文は、2002年9月発行『季刊・本とコンピュータ』に掲載された文章「仕事相手はいつもひとりの編集者」を改題・改稿したものです。



片岡義男 (かたおか・よしお)

1939年東京生まれ。戦時中山口県の岩国へ疎開、広島県の呉に移り瀬戸内で過ごしたのち、13歳で東京に戻る。早稲田大学在学中より雑誌『ミステリーマガジン』などでコラムや翻訳を発表するようになり、74年『白い波の荒野へ』で作家デビュー。2016年には自伝的小説『コーヒーにドーナツ盤、黒いニットのタイ。』を発表。執筆、翻訳、写真と幅広く活動を続ける。

片岡義男 全著作電子化計画 サポータ募集中! これからの本はみんなこうなる



池澤夏樹 を電子で読む「impala e-books」 入手の難しかった初期の名作も、話題の新作も



Text: the next frontier 本と出版のこれらを見つめる



これからの本の話をしよう

2016年9月1日 第1刷発行

発行者 鎌田純子
 発行所 株式会社ボイジャー
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 5-41-14
<http://www.voyager.co.jp>
 tel: 03-5467-7070 / fax: 03-5467-7080
 e-mail: infomgr@voyager.co.jp

表紙絵 葛飾北斎
 表紙デザイン 平野甲賀
 印刷製本 株式会社丸井工文社

- ・本カタログ記載の内容、金額などは予告なく変更することがあります
- ・T-Time、.book / ドットブック、BinB、Romancer およびそのロゴは、株式会社ボイジャーの登録商標です
- ・その他、記載されている会社名、製品名は、各社の登録商標または商標です