



Title	台湾における日本出版物の消費について : 1990年代を中心とした台湾出版市場に見られるローカル企業操作のメカニズム
Author(s)	許, 均瑞
Citation	大阪大学言語文化学. 2003, 12, p. 63-77
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/77949
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

台湾における日本出版物の消費について
－ 1990 年代を中心とした台湾出版市場に見られる
ローカル企業操作のメカニズム－*

許 均瑞**

キーワード：受容者の主体性、日本出版物の消費、台湾ローカル企業操作

日台関係一直以來都是以政治和歷史的分野為論述的重心。可是，從 1990 年代之後，隨著「日本偶像劇」的流行，在台灣掀起了一陣以往未曾有的「日本熱」。因此，盲目的追求日本文化無疑是造成本土文化毀壞的根源之一，對「日本熱」提出批判的論文也不在少數。

不過，在 1998 年之後，如上述之完全不顧受容者、使用者觀點的研究方向也有了改變。其改變在於，將研究的重心和視點回歸於使用者身上，特別是在 1998 年以後所提出的學術論文中，這樣的觀點被完全的展現出來。研究者在論文中，描述自己的研究動機乃是以自己的「觀看經驗」為出發，並且提及自己本身也是「日本偶像劇迷」此點，令人印象深刻。在描述外來文化受容的整體構圖時，透過年輕一代研究者的提醒，也讓我們了解到，受容者的「主體性」之不可忽略，一個以台灣新世代為基調的新的研究方向也就此展開。

從日本進口的音樂、漫畫、電視節目、文學作品等，在現在的台灣都被大量的消費著。在「進口對消費」的構圖中，所存在的種種層面和每個時間點上所呈現的「主體」，都是必須去加以釐清，以免將日台關係的描述再次落入「支配對被支配」的陳舊論說中。因此，日本大眾文化的影響，也必須在不以宣傳日本大眾文化為目的而存在的媒體中去探討。本論文以出版市場為對象，將 1990 年代在台灣被翻譯成中文的日本出版品的消費現狀，透過檢視暢銷書排行榜來作一描述。

搶譯日本的話題書並不是 1990 年代突然開始的現象，雖然沒有辦法明確的證實在台灣有追趕日本社會潮流的傾向，但是，戰後台灣的出版市場就有搶譯日本話題書的現象存在卻是不可爭的事實。不過，與戰後不同的地方是，1990 年代的「日本大眾文化受容」特徵為，在著作權法的限制下所呈現出的企業主導傾向。台灣企業的進口和市場操作策略都比以往來得更重要，甚至可說左右著整個市場的走向。

* 關於日本出版品在台灣的消費－以 1990 年代為中心所見本土企業市場操作的架構－（許 均瑞）

** 大阪大学大学院言語文化研究科博士後期課程

在企業配合消費者の策略下、1990 年代的台灣消費者也較以往更顯現出其主體性，不符合台灣社會潮流的日本大眾文化，就不會被接受。不管是電影還是連續劇的原作熱潮，或是搶譯日本的暢銷書，在台灣，媒體的互相連結創造出「日本的暢銷書籍」。而這些波動也是以台灣消費者的需求為主，並造就出出版企業選擇發行書籍時的第一要素。

1. はじめに

政治・経済・歴史に重点が置かれてきた従来の日台関係研究に、近年日本大衆文化の人氣によって新しい動向がもたらされ、台湾でも 1990 年代、「日本」を大衆文化の観点から議論するものが多くなった。しかし、同じく大衆文化に属する日本の漫画や小説等の台湾における市場化の現象については、厳密な検証がこれまで行なわれていなかった。そこで、本論文では 1990 年代台湾における「日本文化受容」の一環として、出版市場において日本の訳書が消費される全般的な傾向と実態を究明したいと思う。

筆者はこれまで日本人作家・村上春樹を対象に、その読者層の調査を行ってきた¹⁾。そして「同時代性」「国籍・民族の境界線を越えた共感」など、愛読者が自らの有する「日本人作家・村上」によって醸し出された感受性を公式ホームページに再生産するパターンを解明した。さらに台湾の人氣作家が活躍する時期の変遷を考察した結果、村上春樹の著書はあたかも台湾文壇で若手作家が人氣を獲得した時期に売り上げが好調だったことが分かった。従って市場において訳書が成功するか否かは、まさに台湾出版市場の消費傾向にほぼ左右され、決定されていると思われる。

日本大衆文化は 1990 年代になって盛んに受け入れられるようになったが、台湾内部で錯綜しているさまざまな力関係を見落とすと、消費が「日本ブーム」に影響された実態を正確に述べることができないと考えられる。出版市場に見られる出版と消費のメカニズムを明らかにすることによって、日本訳書の受容における台湾人の主体的な選択がいかに作動しているかが明確になると考えられる。しかしこれまで、台湾出版市場の傾向と訳書の受容の関係に関して言及した研究は少ない。本論文はまず台湾の出版市場における日本出版物の全体的な動向を考察する。次に、同時代に台湾消費者に受け入れられた出版物の傾向との照合を試みる。このことによって、台湾出版市場における読者（消

¹⁾ 〈2000・「台湾の「村上春樹現象」－公式ホームページ現れる読者を中心に－」・大阪大学大学院言語文化研究科修士論文〉〈2000/7/2・「台湾の「村上春樹現象」－公式ホームページ現れる読者を中心に－」・天理大学台湾学会第 10 回大会研究発表・天理大学にて〉〈2001・「台湾における日本現代文学受容について－読者の村上春樹世界－」・大阪大学言語文化学会『言語文化学 Vol.10』・p.59-74〉〈2001/11/10・「台湾における日本現代文学受容－ベストセラーランキングに見られる台湾作家と村上春樹との比較－」・日本比較文学会第 37 回関西大会研究発表・大阪大学にて〉

費者)と出版社側(仲介者)の間に見られるローカル企業操作とその影響の全貌を窺うことができると思われる。日本の文化産物が東アジア諸国に進出する現状をそのローカル市場の視点から分析することによって、需要の諸原因を提示したいと思う。

2. 台湾における日本の訳書の状況について

2.1 1945年から1978年まで

台湾における日本の訳書の種類・点数および翻訳の質について、譚(1980)の考察を取り上げる。譚によれば、戦後から1978年までの32年間に中国語に訳された日本の書物は2896点あり、年平均90.50点が刊行された。国共内戦の時期(1946-1949)は出版が停滞していたが、50年代初頭からようやく出版が再開され、前述した訳書のほとんどは60、70年代のものである。ただし、この数値は中国語に訳された日本の出版物の総数であるため、中国・シンガポール・香港などでの刊行物がすべて数えられている。その中でも、台湾で刊行された点数が最も多く、全体の58%を占めたという。(譚1980:99)

台湾で刊行された日本訳書の種類だけをリストアップすると、以下のようになる。

表1

順 番	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
種 類	応用科学	語学文学	社会科学	哲学	美術	宗教	自然科学	世界歴史と地理	中国歴史と地理	総合
点数: 1679	468	343	310	147	121	86	74	66	35	29

科学を重視する傾向が表1からうかがえる。また、最も数多く訳された「応用科学」²⁾の内訳をさらに詳しく見てみると、商業や経営学の訳書は136点にものぼっている(譚1980:100)。当時の台湾出版業界が日本の商業・科学技術分野の図書を積極的に取り入れた姿勢がわかる。次に多く訳されたジャンルは語学と文学である。日本のプロレタリア文学は、当時の政治状況の影響もあって出版社と訳者が翻訳を避けていたため、市場に出回っていなかったという。また、文学では近代文学も翻訳されていたが、最も多く取り上げられたのは現代作家の作品であったと譚は述べている。譚の調査によれば、川端康成(27点)・三浦綾子(22点)・三島由紀夫(14点)・曽野綾子(11点)・江戸川乱歩(8点)・柴田錬三郎(8点)などがある(譚1980:101)。2点以上の作品が翻訳された日本人作家は数多くいるし、日本の人気作品はほとんどが翻訳された。

²⁾ 譚による「応用科学」の分類には〈総論、医薬、家事、農業、工程、鉱業、応用科学と科学工芸、製造、商業と経営、商業学と経営学〉などの下位分類がある。なお、「社会科学」には〈総論、統計、教育と体育、儀礼、社会、経済、財政、政治、法律、軍事〉などが入っている。現在台湾で使われている分類法と内容の相違が多少あるものの、商業や経営などが「応用科学」に分類される部分は同様である。

また、社会科学の分類中でも、体育と教育に関連するものが多く訳されており、政治・社会・経済関連の分野からも学術書が多数翻訳されている。中国での訳書は日本共産党によって書かれたものや唯物史観に基づく日本社会の論著がほとんどであったのと比べ、台湾は1978年まで比較的広汎に日本の出版物を翻訳し、刊行していたことがわかる。

台湾訳書業界の問題点として、まず翻訳の質的な問題が指摘された。流行や話題を追いかけて同じようなジャンルや同一の作家の訳書を一度に刊行する傾向がみられた。したがって、訳の質が低下してしまうケースも少なくない（譚 1980:102）。また、日本訳書の発行点数に関して、1945年から1978年までは年々増加していたことがわかる。

「50年代の訳書は27点しかなかった。台湾文学訳書の9.3%を占めていた。そして、60年代は110点に増え、37.9%の割合となった。70年代の最初の8年間は年139点に増加し、[この期間だけで全体の]47.9%を占めた。これは台湾で翻訳される日本の出版物が年々増加してきたということを意味している。80年代はさらに増加率が上がるに違いない。発行部数に関しては、十分なデータが得られなかったので、分析ができない。ただ、台湾で「追っかけ訳」というのが流行っている点から推測してみると、発行部数は少なくないだろう。ある出版者は、何十点ものジャンル小説の売れ行きが10万冊以上だという。その中でも、三浦綾子の『氷点』はある出版社の売り上げだけでも10何万冊が売れた。柴田錬三郎の『宮本武蔵―決闘者』と小山勝清の『それからの武蔵』なども20万冊という記録を作った。重版や海賊版なども加算すれば、このようなジャンル小説の売り上げは3〜40万冊以上に達したと見てもおかしくない。」（譚 1980:112；筆者訳）

このようにみてくると、中国語を使うほかの地域と比べて、台湾は日本の訳書をかなり開放的に受け入れていたと思われる。しかも、1980年代台湾の消費社会の形成が「追っかけ訳」という現象からもうかがえる。また、日本の社会科学・応用科学の書物を積極的に導入していることから、日本を先進国、ハイテク大国のモデルとしている証拠と見ることができる。日本の人気文学作品をすばやく刊行するという台湾出版業界における日本訳書の基本的なパターンが指摘されたことから、台湾で日本訳書を導入する基準がうかがえた。しかし、1978年以降の日本訳書の状況を解明できる資料は入手困難のため、以下では直接に1990年代から現在にかけての状況の分析に入る。

2.2 版權売買から見る日本訳書の進出

1997 年と 1999 年の「台湾図書出版市場調査」³⁾ のなかで提示された版權売買の資料のデータとその比較を提示する。

表 2：1997 年度の購入版權数

地 域	香港/大陸	英米	日本	その他
点 数	1564	2896	5540	442
%	14.98	27.74	53.07	4.23
			日本語の部分（原文ママ）は漫画が大多数を占めており、半数以上である。しかも、漫画は分冊の形で刊行されるものが多く、外国語訳書の点数の半分以上を占めるようになった。	東立・大然・尖端の三社は韓国の漫画を輸入して、計 61 点にものぼった。その他の地域の外国語訳書は 13% を占めている。

表 3：1999 年度の購入版權数

地域	北米	米国	ヨーロッパ	英国	スペイン	日本	韓国	大陸	香港	シンガポールとマレーシア	台湾
全 243	152	3	92	5	0	107	2	36	5	4	0
%	52.6	1.2	37.9	2.1	0	44.0	0.8	14.8	2.1	1.6	0

表 4：1997 年と 1999 年の比較

(件数)

地域	南北アメリカ		ヨーロッパ		日本と韓国		中国大陸と香港		シンガポールとマレーシア	
	1997	1999	1997	1999	1997	1999	1997	1999	1997	1999
購入	122	153	57	97	67	109	43	41	1	4
販売	2	13	3	10	5	16	35	90	3	14

(数値は原文ママ；筆者訳)

表 4 の版權の売買状況からわかるように、中国語を使用する地域においては、台湾出版業界の版權販売件数は購入件数より優勢である。しかし、〈南北アメリカ〉〈ヨーロッパ〉〈日本と韓国〉においては、購入版權の件数が圧倒的に多い。北米と日本を合わせると、購入版權総数の半分以上となっている。版權の購入状況から市場の需要を推定すると、1997 年から 1999 年にわたって北米からの購入版權数が増えたが、日本版權の購入数がそれを上回った。1997 年にはまだ北米の半数しか購入されていなかった日本の版權数は、1999 年で 3 分の 2 強まで追いついた。したがって、1997 年の消費市場における北米訳書の優勢な状況は破れたのではないかと考えられる。ただし、漫画の版權取引が中

³⁾ 『台湾図書出版市場報告』：「台北市出版商業同業公会」により 1997 年と 1999 年の 2 回にわたって行われた、台湾の図書出版市場への大規模な調査分析報告である。

心であろうかと思われる日本の版權取引だが、1997年のデータに付随している説明にも書かれているように、漫画は一つの版權も「分冊」の形で刊行されるため、発行点数の上では圧倒的となった。そして1990年代後半、漫画だけではなく、他の分野でも需要が増えたのではないかという報道記事が現れた。1998年出版市場を回顧した出版情報誌によれば、日本文学作品の訳書が盛んに刊行されるようになったことが、「日本現代文学ブーム」の現象として観察できるという。

2.3 「日本の現代文学ブーム」

台湾では90年代後半から出版市場に出回る日本の現代文学を、大衆文化との連動で読者の注目を集めたということだけから説明する傾向が窺える。『出版情報』129/130号は1998年の文学市場について5つの文学現象を取り上げた。その4つ目が日本の現代文学のヒットであった。

「日本のテレビドラマや映画の成功に伴い、その原作となった小説もブームになった。例えば、渡辺淳一の『失楽園』『紅花（くれなゐ）』と芥川賞受賞の女性作家高樹のぶ子の『熱愛（光抱く友よ）』から、方智出版社の日本女性作家シリーズと日本ドラマ原作シリーズが出るなど。また、時報文化出版社が村上春樹のホームページを設立すると、ネット使用者も参加するようになった。とりわけ、後者は国内の各種文学賞の参加者からも諸々の通俗小説からもその文体を模倣する作品がみられる」（123；筆者訳）

『1998 台湾文学年鑑』にも「日本文学掀起熱潮（日本文学が熱風を煽り立てる）」という評論があった。この文章は渡辺淳一の『失楽園』から論じ、そして他に発行された日本作家を名前だけ取り上げ、最後に村上のホームページに言及し、そのホームページの簡単な紹介で締めくくる短いものである。しかし、冒頭の一段で日本の現代文学が台湾市場に進出するのは日本ブームの影響だという見方を示している。

「近年、台湾社会に日本の流行文化があふれている。食べ物から、ファッションやCD、アニメーションなどまで、ほとんどの人々は見たり聴いたりしたことがある。日本文化が計画的に台湾に入ること、文化指標と見なされる出版企業も次第に台湾市場に進出しはじめた。日本の映画・ドラマが視聴率で成功を収めたあと、原作もすぐ出版者によって台湾市場に導入され、この〈日本書〉のブームを煽り出す。」（178；筆者訳）

引用からわかるように、日本の現代文学作品の需要について、日本大衆文化の人氣が前提条件とみなされている。なお、先程述べたように、版權の売買状況から日本の漫画も訳書市場の占有率が極めて高いと思われる。以下から実際の消費数値を用いて、日本出版物が消費された実態を検証していきたいと思う。

3. 使用資料：金石堂のベストセラーランキング

本論文では「金石堂書店」（以下、「金石堂」と略す）のベストセラーランキングを使用する。金石堂とは1983年に最初の店舗を台北でオープンして、現在102店舗を抱えている、台湾で最も大規模なチェーン経営の書店である。台湾の都市部以外でも各地に店舗を展開することによって、図書の流通ルートから考えても、「金石堂」のランキングは最も有効に市場の現状を反映していると考えられる。さらに、「金石堂」は台湾でいち早く販売数値を公表し、ベストセラーランキングを作った書店でもある。台湾で出版物を管理する最高機関・行政院新聞局が市場販売実績を知るための大規模な調査を実施していないので、当局によって編纂される『台湾出版年鑑』のなかでも「金石堂」をはじめ、「誠品」「何嘉仁」などの民間企業が提示したベストセラーランキングの結果を使用している。本論文が「金石堂」のランキングのみを使用する理由としては、すべてのランキングの資料が「金石堂」発行の出版情報冊子『出版情報』に掲載されており、資料の完全性が保障されるからである。

「金石堂」のベストセラーランキングの種類としては、毎月発表される20位までのものと、毎年初めに発表される、前年度の販売部数合計の上位100位までの年度ランキングという2種のランキングがある。この他、年度ランキングと同時に公表する新刊ランキングもある。これは前年度発行された新刊のランキングであり、年度ランキングと同様上位100位まで公表している。なお、新刊本は年度ランキングに加算されない。

今回は台湾中央図書館所蔵の1989年から2000年まで（1991・1997年を除く）の『出版情報』を収集し、年度ランキングを考察する。なお、漫画などの分野が年度ランキングから分離され、上位20位が別途に掲載された場合は、そちらのデータを用いる。譚(1980)で提出された日本の流行書物が台湾にすばやく取り入れられるという観点を検証するために、日本の『出版年鑑』に掲載されたベストセラーが台湾出版市場で消費されているかどうか照合してみる。なお、1991年の資料は中央図書館の所蔵が欠如しているため、また1997年の資料は装丁作業を実施中のため入手できないので、本論文では扱わないこととする。

4. ランクインした日本訳書：全体的傾向

4.1 一般図書

1989年と1990年のランキングは200位まで掲載したもので、日本訳書は比較的数量が多かった。なお、1995年までのランキングでは漫画と混合して集計されていたが、漫画の性質と受容者層を考慮し、本論文は漫画を独立に扱うことにする。

1993年以降の新刊ランキングでは100位以内にランクインする日本の訳書の点数が激減し、最大8点（1995年）、最小1点（1993年）であった⁴⁾。同じ傾向は年度ランキングでも観察できる。1992年から1994年の各年はそれぞれ2点あったが、1995年は漫画以外の日本の訳書が全くランクインしていない。1996年は1点だったが、1998年から2000年の各年はそれぞれ5～6点の日本訳書がランク内に現れた。

200位までのランキングとなった1989年と1990年は、日本の訳書はそれぞれ18点と19点がランクインしている。そこから、日本の訳書は100位以内の席が取れなかったものの、ランキングを200位まで拡大してみると、日本の訳書が市場で出回っている点数がそれほど少数ではないのではないかと推測できよう。すなわち、日本訳書の市場は少数点在の消費者群によって支えられていると考えられる。さらに1990年代後半の売り上げ点数からみると、台湾で出版物一般の購買量が確実に増大していることが分かる。ジャンル小説以外にも日本の訳書は主にハウツーもの・テレビドラマや映画の原作・話題作および特定の作家の文学作品によって台湾読者を獲得している。訳書を市場化するために、メディアを通じる情報公開・宣伝活動がいかに不可欠な要素になっているかがわかる。1995年以降出版市場操作のメカニズムはメディアと密接に連携している。メディアを通して、訳書に関連する情報を大量に晒させることによって、消費者が動員されやすくなる。メディア上の相乗効果・話題作りが的確に取り組む出版社側の戦略は、台湾で日本人作家の作品を市場獲得できるかどうかの最も重要な条件である。

ベストセラーランキングからもこうした1990年代後半の訳書市場化傾向がうかがえる。1995年まで黒柳徹子の『窓際のトットちゃん』シリーズが重版や重訳で1990年代前半広汎に名が知られたのと比べれば、文学作品は赤川次郎・吉川英治・司馬遼太郎・柴田錬三郎・陳舜臣のジャンル小説が1992-1995年に2点以上ランクインしていた。しかし1995年以降、新しい書き手や題材の欠如、さらにメディアにおける話題作りの不足がジャンル小説の市場動員力を弱めた。同じ現象は台湾市場の武侠小説が読者を失いつつあることから見られる。そして、日本訳書に見られる市場化の傾向を強く反映したのは

⁴⁾ 1989-2000年新刊100位にランクインした日本訳書の点数（漫画を除く）

1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
5	9		10	1	2	8	5		3	4	3

村上春樹の市場展開である。村上の作品は 1990 年代初頭から現れはじめ、1995 年以降上述した作家たちを超えて、ベストセラーランキングの常連となった。出版社のバックアップが強く、台湾で最も知名度が高い村上は、毎年新刊と年度ランキングをあわせて少なくとも一点の作品がランクインしていた。愛読者は 1990 年代初頭から存在していたが、村上の名前が広汎に知られたのは 1995 年以降のことである。1998 年のテレビドラマや映画の原作ブームに乗ることはできなかったものの、村上の読者には台湾の有名人が多く、歌手・コピーライター・作家が公衆の場で村上を賞賛することによって村上の知名度を一層高めたと思われる。村上の人気はまさに台湾メディアによって作られたものである。

しかし、日本でもベストセラーとなった文学作品とその作家の作品が台湾でも好調に売り上げを伸ばしたのに対して、1992 年までに台湾出版市場で取り上げられたハウツーものは日本の話題本ではなく、むしろマイナーなものが主流であった。そこには台湾出版社が繰り返し行なう、同一著者の本を集中的に出版するという市場経営戦略が関わっていると考えられる。すなわち、出版社の経営戦略によって系統的に刊行されたものが市場を獲得する比率も次第に高くなると思われる。さらに、ハウツーものに関して、台湾人著者のものが上位を占める傾向がみられる。そこにローカルの状況を最も把握しなければならないというハウツーものが要求される特徴を挙げることができよう。

譚 (1980) が指摘した、日本での出版とほとんど機をずらさずに人気本の訳書が出されるという傾向は、1995 年以降についてはさらに明確に観察できた。『脳内革命』『五体不満足』『失楽園』『本当は恐ろしいグリム童話』『これを英語で言えますか』などはその類である。これらはすべて 1998 年以降のものであり、日本でも年間ランキング 20 位以内、2 年間以上連続的に人気を保持したものである⁵⁾。これらの話題本を除くと、ベストセラーランキングに登場できるのは村上春樹のように 1990 年代初頭から人気を獲得し、出版社による長期的な経営戦略で読者群を確保してきた日本人作家のみである。したがって、ドラマや映画によって人気をもたらす訳書は、話題が去った後も固定した読者群を持ち、ロングセラーとなることは難しいと考えられる。

4.2 日本漫画について

台湾で日本漫画が市場に現れたのは 1960 年代からである。一連の漫画審査法によって発展性を束縛され台湾ローカル漫画業界が沈滞していた 60 年代から、台湾漫画出版業者は供給ラインを維持するために、日本漫画を大量に台湾市場に導入した。著作権法が締

⁵⁾ 『日本出版年鑑』：1990-2000 年版による。(出版年鑑編集部編・出版ニュース社)

結されなかった日台間では日本漫画が海賊版で台湾市場に出回っていた。その後も勢力を拡大していた日本漫画市場は正規版ではなかったため、出版市場の統計にはなかなかその規模が反映されなかった。

ベストセラーランキングが成立した後、1994年まではまだランキングの半数以上を台湾ローカル漫画が占めていたが、1995年以降のランキングでは日本漫画がほとんどであった。なかでも『クレヨンしんちゃん』『バウ』『ポケットモンスター』シリーズが大人気を博している。この三つの漫画の大人気をさらに検証してみると、アニメーションのもたらす相乗効果が見られる。日本のアニメーションは台湾で放映される歴史が長く、1970年代から放送され始めた日本のアニメーションは現在台湾の青少年や20-30代の若者にとって、成長期に欠かすことのできなかった重要な娯楽であったといえよう（徐2000:35-58）。したがって、台湾で人気や話題を誇る日本漫画のほとんどはアニメの放送によって市場にもたらされたと考えられる。上記の三つの番組の中では『バウ』だけが日本でそれほどの人気を有していない、すなわちマイナー作品であった。しかし、『バウ』の版權を購入した出版社側が「日本で最も人気のあるアニマル漫画」という宣伝文句を使い、アニメーションの放送に便乗して数多くの読者を勝ち取ったと考えられる。

1990年代台湾出版市場における日本訳書の全体的傾向は、前半の無作為的傾向から、後半のメディアが盛り上げるような話題本を中心に刊行するような商業的な傾斜が顕著である。このことから、台湾での出版市場を開拓するためには積極的に訳書を経営する出版社のサポートが極めて重要な要因となっていると考えられる。

5. 日本訳書の進出を左右する市場操作

5.1 台湾出版社の市場戦略

台湾出版社の市場戦略の手法としては、例えば、ホームページの設置や作家本人による宣伝活動などが見られる。村上春樹のようにホームページに台湾読者の投稿空間を構築したり村上本人からのメッセージを要請したりする、また、吉本ばなな・渡辺淳一などの作家が作品を刊行する際に台湾の出版社の招待で台湾訪問をすることなども、決して珍しくない。そこに、作家のタレント化という現象がうかがえる。テレビなどのメディアとの連携に取り組むための話題作りの重要性が考えられる。さらに、日本の出版動向が必ずしも正確に伝わっていない台湾においては、『バウ』のように「日本での話題性・人気・注目度」を意図的に強調するような宣伝方法も頻繁に使われている。ブルデュー（1995）は文学の場における市場供給の構図を分析し、海外作品が取り入れられる条件として、すでにベストセラーになっていることを挙げている。それはすなわち、ローカル出版物のように書き手の発掘から「ある特定の作家やスタイル」を経営することとはな

く、海外市場での実績を強調する一点に絞るという出版社側の市場戦略である。

ただし、現在の台湾において、日本に関する情報が盛んに取り上げられている状況では、「日本の話題本」というだけでは読者を引き付けることができないこともあり、積極的に外来文化を取り入れる台湾文化産業によるローカル・マーケティング操作も外来作家の人気と知名度をアップする重要なステップと考えられる。とりわけ、出版市場に限って、外来作家が自らローカル市場に売り込むケースはあまりないので、ローカル市場や流通ルートや読者の好みを敏感に読み取る出版社側の施策が重要だと思われる。胡（1999）は台湾の出版社で本を刊行するかどうかという決定権を握る編集者について分析を行い、その中で刊行する基準について以下のように述べている。

「制限生産型⁶⁾のディレクターにとって、事前に作品の販売量を予測することは簡単ではない。しかし、規模生産型⁷⁾のディレクターにとって、前もってある市場を捕捉し、その市場に関する判断をする。そして、それに依拠して本を選定する。言い換えると、こういうディレクターが刊行する本を選定する基準というのは、その本の良し悪しではなく、もっと広い社会全体の角度から判断をするわけである。例えば、事前に読者群を決定することや、市場で流行している話題は何かなどを判断する基準とすることである。」（胡 1999:98；筆者訳）

もちろん、これはローカル作家にも言えることであろう。ただし、外来文学の刊行に際しては、版権の取り寄せや翻訳作業の流れについても細かく計画を立てなければならぬと思われる。それゆえ、海外の作品について最初からある特定の市場を対象として設定するという性質は、台湾人作家より強いのではないかと考えられる。

1990年代に台湾とアメリカが著作権法問題をめぐって論争を交わす中で、日本の海賊版出版物も一時期攻撃の標的となった。しかし、1992年に台米間で著作権法が成立した後、日本の出版物はその法律の規制範囲に収められなかったものの、台湾の出版業界は版権の正式購入を積極的に行なうようになった。1992、1993年に日本の訳書全般がランキングから姿を消していた原因もそこにあった。李・陳（1998:28）、石井（2001:32）によれば、版権の所有権利を保護するための著作権法が日台間で制定されていないため、出版物（音楽も含む）は日本で発行されてから30日以内に台湾の会社によって台湾における版権が取得されない限り、どの会社もその作品を刊行する権利を有するという。し

⁶⁾ 胡（1999）は、編集者が刊行する本をどういう基準で選定するかによって、編集者を4つのパターンに分類している。「制限/規模生産型：本を文化産物として見るか、商品として見るか。」「純/部分生産型：作品の文学的価値を選定基準とするか、しないか。」

⁷⁾ 同注6。

たがって、日台間での著作権取引は間をおかずに行われなければ、海賊版との厳しい市場競争に直面することとなる。そのことから、社会の変遷に伴う台湾市場の変化と読者の嗜好からいち早く市場の動向を察知できるネットワークを所有する必要性と、「日本」というブランドをどのように売り物にするかのノウハウが極めて重要となることが考えられる。それらのすべてを機敏に把握でき、現地資源をフルに活用する台湾出版社だけが消費者の好みに近づくことができるといえよう。ただし、それはあくまでも市場の予測として機能しているので、実際の消費市場においては、さらに消費者群の購買動機を探索する必要があると思われる。

5.2 台湾出版市場の変化

その反映として、台湾出版社でも強力な宣伝をしたからといって、好調な売り上げは保証できないという。つまり、読者の需要はベテランの編集者でも把握できない場合がある。『台湾図書出版市場報告』に掲載された、消費者が本を買う際のきっかけと考慮する要素を表5、6に示した。書店での宣伝以外に、知人の紹介が購買に際して最も重要な働きをしていることがわかる。つまり、大手出版社でもそういった読者の間の「静かな」ブームを読み取れなければ、作品の市場を攻略するための最適なタイミングを失ってしまう⁸⁾。

表5：図書を購入するきっかけ

1997		1999	
1. 本屋での展示／広告	76.7%	1. 本屋での展示／広告	83.9%
2. 知人の推薦／紹介	32.4%	2. 知人の推薦／紹介	50.8%
3. 新聞コラムや図書批評	23.6%	3. マスメディアによる商業宣伝	43.3%
4. マスメディアによる商業宣伝	19.8%	4. 新聞コラムや図書批評	30.7%
5. セールスマンによるセールス	3.5%	5. 新書発表会	15.8%

表6：本を買う際に考慮する要素

項 目	1997		項 目	1999	
	順位	数値		順位	数値
値段	1	50.8%	値段	1	66.2%
ベストセラーランキング	2	14.6%	人気のある話題	2	14.7%
店員の紹介	3	11.8%	新書発表	3	10.9%
店内の雰囲気	4	10.2%	ベストセラーランキング	4	10.1%
新書発表	5	7.7%	店内の雰囲気	5	9.0%
人気のある話題	6	6.9%	店員の紹介	6	6.8%

⁸⁾ 村上春樹の作品は出版当初(1986年)あまり人気を呼ばなかったが、1995年になって突然話題を呼んで以来、人気を集めはじめた。海賊版への人気を認識した時報文化出版社がその後積極的に発行する態勢を取ったが、海賊版に取られた市場の大きさはいうまでもない。鄭(1998)を参照。

さらに、1980年代から1990年代後半にかけて年度ランキングを検証した結果、20位以内にランクインした台湾の文学作品では人気作家の世代交代が2回ほど起きたことが分かる。上位を占める文学作品の減少によって、台湾出版市場で文学作品の消費退行が進行しつつあるということがうかがえる。

1980年代後半まで文学を主流としたのに対し、文学作品市場の縮小や巨匠が退いている等の現状からは、台湾の出版市場において多種多様な表現形式が必要となってきたことがうかがえる。これは1990年代の台湾出版市場で外来訳書の消費が著しくなったという現象にも関連していると考えられる。ただし、外来訳書の市場が拡大している割には、日本訳書は同等な脚光を浴びていないように思われる。先述したように、消費の実態から日本訳書は漫画以外の分野が非常に少数な存在だと思われる。1972年の日台断交後、日本の訳書市場が重視されず、積極的に市場が経営されてこなかったことによってもたらされた断裂とも思われる。したがって、その断裂にもかかわらず、1990年代後半からの「日本ブーム」に見られた「日本」を開放的に受け入れた台湾の消費者が何を基準にして日本を選択したのかを分析することによって、出版市場のこれからの動向を推測できるといえよう。

5.3 消費対象としての「日本」

もともと地理的・文化的に親縁性を持っていると言われつづけてきた台湾と日本は、現在では様々な意味で「近くなった」といえよう。日本訳書の市場化の背景となっている日本ポピュラー文化の人気をまず語らなければなるまい。その端緒となっている日本のトレンドィ・ドラマの人気について、岩渕（1998）の分析を援用したいと思う。

「日本のテレビドラマはそのような文脈の中で、「東京ラブストーリー」におけるリカの積極的な一途さのように、アメリカ文化が決して表現しえなかった東アジアにおける文化的モダニティーの一つの形を提示しているのではないだろうか？一定の近代化を達成した台湾の視聴者にとって、日本のポピュラー文化はアメリカのポピュラー文化が今まで象徴していたイメージに代わって、東アジアの文脈において具現化された「使用可能」なイメージを与えているのではないか？」（岩渕 1998:73）

最新の話題本の刊行という傾向は、台湾ローカル市場において「現在の日本」への接近が意識されつつある証拠である。同時進行という時間のズレのなさこそが、「使用可能」な日本を作り出すと考えられる。さらに、欧米指向が依然として強い台湾において、東アジアの強権国家・日本から最新かつ話題の作品がいかに台湾市場に取り入れられてい

るかにも、台湾の熟成した消費社会が表明した「東アジアのトップ・日本との同調」という需要のメカニズムが現れている。ローカル出版物にみられない「斬新さ」、すなわち作品のスタイル・前衛的な内容・社会潮流さらに「日本的」が強調される概念など、台湾市場の必要に応じ、これらが「現在の日本」として、ローカル出版企業によって台湾市場に導入される。

したがって、出版市場においては、日本の話題本でもハウツーものでも漫画でも「日本では最新・大人気」というように喧伝される。五十嵐（1998）・岩渕（1998、2001）が指摘した「日本文化の無臭性」とはやや矛盾するが、これまでの考察にしたがえば、台湾出版市場においては、むしろ「日本臭（日本臭さ）」という視線の必要性が極めて重要だからである。

6. まとめ

本論文はまず台湾出版市場における日本訳書について、ベストセラーランキングの検証を通してその消費実態を明らかにした。出版市場で消費されている日本訳書は 1995 年以降日本の話題本が中心であった。さらに、刊行と消費の構図においては、台湾ローカル企業と消費者による様々な力の介入によって「一方的ではない選定」が行われた結果として現れたと考えられる。日本企業資本の介入も少ない台湾市場において、消費者および出版社側は取捨選択の主体性を発揮し、台湾の観点に相応するものだけを取り入れていると思われる。そこには「台湾人にとって受け入れやすい〈日本〉」という想定が存在している。今後の研究ではその「想定条件」に当たる、台湾出版市場において日本訳書が導入される諸要因を探っていきたいと考えている。

引用文献

- P.ブルデュー著/石井洋二郎訳・1995・『芸術の規則Ⅰ』・藤原書店
- 封德屏・1999・「日本文学掀起熱潮」・『1998 台湾文学年鑑』・行政院文化建設委員会・178-179
- 胡文玲・1999・「從産製者與消費者的立場分析暢銷書排行榜的流行文化意義」・世新大学傳播研究科修士論文
- 五十嵐暁郎・1998・「「ジャパナイゼーション」とは何か」『変容するアジアと日本』・世織書房・1-24
- 石井健一編著・2001・『東アジアの日本大衆文化』・蒼蒼社
- 岩渕功一・1998・「文化的無臭性それともアジアンモダニティの芳香？東アジア市場への日本の文化輸出」『変容するアジアと日本』・世織書房・41-79

岩渕功一・2001・『トランスナショナル・ジャパン』・岩波書店

李丁讚 陳兆勇・1998・「衛星電視與國族想像：以衛視中文台的日劇為觀察對象」『新聞學研究』・1月号・9-34

譚汝謙・1980・「中日之間譯書事業的過去、現在與未來(代序)」『中国譯日本書総合目録』・香港中文大學・37-117

徐佳馨・2000・『漫步圖框世界：解讀日本漫畫的文化意涵』・輔仁大學大眾傳播學研究科
修士論文

鄭栗兒主編・1998・『遇見 100%的村上春樹』・台北時報文化