



Title	本に出会うことの公共的意味：出版流通の変化をみ すえて
Author(s)	
Citation	令和3（2021）年度学部学生による自主研究奨励事業 研究成果報告書．2022
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/85589
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

令和3年度大阪大学未来基金「学部学生による自主研究奨励事業」研究成果報告書

ふりがな氏名	まえやま はるな 前山 春菜	学部 学科	文学部人文学科	学年	3 年
ふりがな 共 同 研究者氏名		学部 学科		学年	年
					年
					年
アドバイザー教員 氏名	高安啓介	所属	文学部		
研究課題名	本に出会うことの公共的意味—出版流通の変化をみすえて				
研究成果の概要	研究目的、研究計画、研究方法、研究経過、研究成果等について記述すること。必要に応じて用紙を追加してもよい。（先行する研究を引用する場合は、「阪大生のためのアカデミックライティング入門」に従い、盗作剽窃にならないように引用部分を明示し文末に参考文献リストをつけること。）				

【研究の目的】

本研究では、出版流通の在り方を公共性という観点から論じる。出版産業は、知的なインフラという公共的な役割を有するという認識が根強い。しかし、これまで出版産業が公共的であるということは前提として共有されながらも、どう公共的なのかについては具体的に議論されてこなかった。近年、電子化によって出版産業の構造全体の見直しが唱えられ、出版に限らず企業は利益追求に留まらない社会的責任を果たすことが求められている。そこで本研究では、今後の出版産業の在り方を考える上で重要な要素となる「出版流通における公共性」とはどのようなものを分析することを目的とする。

【研究成果】

日本の出版流通は、出版社・取次・書店からなり、雑誌と書籍が同一ルートで流通することによって返本制度や再販制といった独特のシステムを維持してきた。このような近代出版流通システムは、教科書販売網の構築や戦時下統制の結果、ある種の公共性を有し、広く社会全般に知識や情報を提供してきたのである。しかし近年、出版業界には変動の向きが生じている。その最たる例が、電子書籍の台頭である。紙の出版物の売り上げや書店数も減少傾向にあり、近代出版流通システムは見直しを求められている。

本研究では、出版産業および出版流通の社会的役割を、「公」「私」そして「公共」という枠組みで整理した。近代出版流通システムのもとでは、権力的な「公」性をもって知的インフラとして発展していた。しかし、「私」的なニーズを満たす電子出版の興隆の先に、既存の出版産業構造が果たすべきなのは、公私を超えた第三領域としての「新しい公共」としての役割である。

1. 公共とはなにか

公共という語の辞書的な意味を確認すると『大辞泉』には「社会一般。おおやけ。また、社会全体あるいは国や公共団体がそれに関わること」とある。同義とされる「おおやけ」は第一義に「政府。官庁。また、国家」とある。また、『OED Oxford English Dictionary』の“public”の項には第一義に

“Open to general observation, view, or knowledge” とある。

公共という語は、“public”に比べて、権力的な「公」の意識が強い。浜岡政好氏は、こうした辞書的な意味や用法を挙げて、従来の用法は「公＝公共⇄私」であるが、近年は「公⇄公共⇄私」へと変化していると指摘している。変化の結果生じつつある「新しい公共」に関する説明を以下に引用する。

公でもない私でもない第三の領域としての「新しい公共」は、「公共」と「公共」という異なる 2 つのベクトルをその内に含んでいる。「公>共」という「新しい公共」は権力的な公の下請型となるか、公共の衣をまとった私という状況に陥りやすい。したがって、文字通り、「新しい公共」をめざすなら「公<共」の道であろう。それはけっして容易ではないが、「私」や「個」が社会的に共同してその上に「公共」を築き上げていく道である。【浜岡 2020, 22】

出版流通を含むメディアの領域においても、「公」的なマスメディア構造に加え、インターネットの普及によって「私」的な情報媒体が隆盛を迎えている。出版産業がその社会的意義を見出すとすれば、まさにこの「新しい公共」としての「公共」の道においてである。

2. 近代出版流通史

出版流通の公共性を論じるにあたって、前提となる近代出版流通史を概観する¹。日本では、書籍と雑誌が書店に並んでいるのは当たり前の光景である。店頭にないものも、書店で取り寄せや定期購読が可能である。しかし、このように出版社が制作する出版物ならば大抵のものが書店で手に入るという状況は日本に特有のものである。こうした日本特有の状況を生み出しているのが、近代出版流通システムであり、これは一定の知的インフラとしての機能を果たしてきた。

近世、江戸時代において、出版物は少量生産が基本であり、制作・取次・販売の分化はなされていなかった。明治期に入り、殖産興業・富国強兵・文明開化といった近代化の流れの中で、実学啓蒙的な雑誌や教科書を端緒として、近代出版社や近代書店が誕生した。流通システムに関しては、雑誌が多様化してきた明治 20 年代から、和本を主体とする近世出版社、絵双紙屋、貸本屋からなる近世流通システムから、雑誌や洋本を主体とする近代出版社・取次・書店という近代流通システムへの転換が起きた。

大正初期には、取次主導で現在まで続く定価販売制と返品制が導入された。定価販売と返品制によって参入が容易になったことで書店が増加し、読者層も実学啓蒙から大衆娯楽へと広がっていった。読者層の広がりに貢献したのが、大正 15 年刊行の改造社《現代日本文学全集》に代表される円本ブームである。出版物も読者ではなく消費者を対象とした、大量生産・大量消費の社会経済システムの中に組み込まれていったのである。

昭和 13 年の国家総動員法を機に、内務省による出版統制策が検討されるようになり、16 年全国の取次 240 余りが国策会社日本配給出版株式会社（日配）に統合された。今日まで続く、画一的な出版流通システムの誕生である。戦後日配は分割されるが、戦時下に成立した配送システムは、統合の末、現在の大手取次である日本出版販売株式会社（日販）、東京出版販売（現トーハン）に引き継がれた。

新取次の誕生は昭和 22 年の独占禁止法に拠っている。同時にこの独占禁止法は書籍・雑誌の再販制も制定した。大正期の定価制は取次主導のカルテル的なものに過ぎず、割引やバーゲンが現在よ

¹出版流通史については [小田 2008] [畑山 2010] [能勢 2019]を参照した。

り柔軟に行なわれていた。出版物再販制度は、近年の電子書籍台頭のもとで議論の対象ともなっている。

3. 近代出版流通の「公」的性質

西欧において、「公共＝public」と「出版＝publishing」は非常に深い関係にある。『OED Oxford English Dictionary』の“public”の第二義には”Of a book, piece of writing, etc.: in print, published; esp. in to make public.”とある。これは、歴史的に「公共」の成立と発展において、出版物が大きな役割を果たしてきたためである。ハーバーマスは『公共性の構造転換』のなかで、市民的公共性の成立期における公衆すなわちブルジョア層について「この『ブルジョア』の層こそは、公衆の真の高い手であり、これは始めから読書する公衆なのである」[ハーバーマス 1994, 35]と出版物の普及と公共圏の拡大を紐付けている。

日本においては、出版物と公共的なものの関係は、より商業出版流通に依存している。出版流通が公共的すなわち社会的・文化的な貢献を果たしているという認識について、蔡星慧氏は、出版産業の非営利性や前近代性、非合理性などを根拠に挙げつつ、「出版は儲けが出なくて当然な、文化産業としての認識が根強いからであろう」[蔡 2006, 22]と説明している。また、2005年に文部科学省が行った調査によると、人口 10 万人に対しての図書館数が、一位のロシアが 33.9 館、二位のドイツが 12.9 館、三位のイタリアが 10.5 館なのに比べて、日本は 2.1 館で、調査対象の 10 カ国中 8 位である²。比較的、図書館の数が少ないことも出版商業流通が公共的な役割を担っている一因との指摘もなされてきた。

柴野京子氏は、近代の日本における出版流通にはある種の公共性があるとして、その整備過程において、①民間事業による出版流通システムが初等教科書の供給のために国から認められたこと、②戦時の言論や思想の統制のために日本出版配給に一元化されたことを根拠に挙げている。しかし、近代出版流通は単に国策と結びついたがために「公」的性質を帯びたのではない。その構造や初期の理念において、公共的だったのである。

経済原則から出版流通を解放しようという日配の理想や、これを実施する方法論は、それ自体「公共的」でもあった。不幸(といってよいのかどうかかわからないが)なことに、日配が理想とした「公共的」な配給はかなわず、その部分は忘れ去られたが、商業出版流通の原理のなかには、無自覚のうちにその「公共的なもの」が埋め込まれている。[柴野、書物の環境論 2012, 40]

柴野氏が指摘する「公共的なもの」は、多くの雑誌や書籍を一元的に扱うことで、個々の採算を問うことなく、多様な出版物を扱うことを可能にし、出版社や書店の独立性を担保している。しかし、今日では効率化のため POS（販売時点情報管理）にもとづいて流通が管理され、機械的で需要に合わない配本が生じていることなどから、近代出版流通システムは公共的役割を十分に果たしているかという点で疑問が残る。また、経済的にも書店の飽和状態や自転車操業状態、雑誌の売り上げ低下による制度事態の動揺など解決すべき課題は多い。しかし、そのシステムそして当初の理念のうちには、たしかに新しい公共としての「公共」の可能性も含まれている。

² 文部科学省「諸外国の公共図書館に関する調査報告書」（2020/12/10 確認）

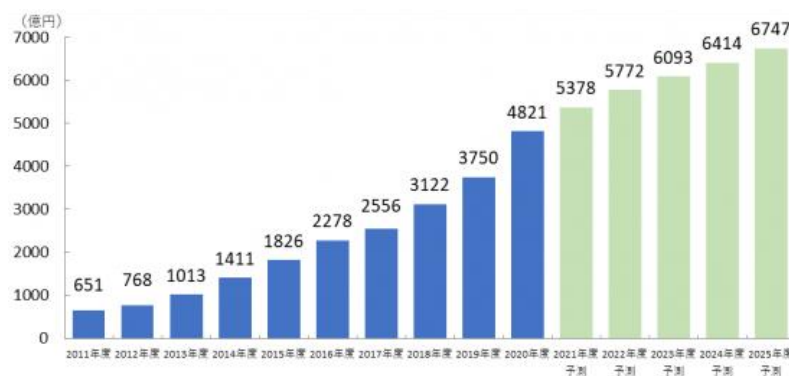
https://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/tosho/houkoku/06082211.htm

4. 電子出版流通の「私」的性質

電子出版流通やそれに伴う読者主体の購書体験は、既存の出版流通よりも「私」的な性質が強い。ここでいう電子出版流通とは、電子書籍とインターネット書店に大別できる。

電子書籍の市場規模は 2020 年には 4821 億円に上り、前年比 28.6%と増加傾向にあり、今後ますますその重要性を増していくと予想される。電子書籍の利点には空間的制約がないことや、購入の即時性などが挙げられる。しかし、アプリケーションやサイトごとにデータの記録形式に互換性がなく、データ所有、閲覧の継続性が課題である。電子書籍では、閲覧サイトでのコメント機能やシェア機能などの活用により、読者間の交流が可能にされているが、近代出版流通システムが提供した画一的な、それゆえに個人レベルでは多様で偶発的な情報提供に比べるとより「私」的な読書体験といえる。また、個人の閲覧履歴を分析し嗜好に応じた商品を表示するリコメンド機能は、読書の個別化をより一層推し進めている。

表 1 電子書籍市場規模の推移（[落合 2021]より引用）



インターネット書店は、アマゾンのような、インターネット上のサイトで出版物を販売する書店である。その特徴としては、購入の際に時空間的な制約がないこと、検索システムを用いて目的の出版物が入手可能かを確認出来ること、基本的に一般書店で注文するより早く入手できることなどが挙げられる。とりわけ検索システムの提供は、従来書店が担っていた出版物の検索と発注を読者に委ねたという点でビジネスモデルの転機となった。近代出版流通システムが、取次を経て書店において、多数の中からある程度選択された出版物群を読者に提供していたのに対して、インターネット書店のサービスは、出版物の選択やレビューやブログを介した情報提供もすべて読者が行うことが想定されている。柴野京子氏は、近年のサブカルチャー系の個人書店の増加も同じ文脈から発生していると指摘している。

このような個人的な関心領域による書店づくりは、まず個人の書棚を商業的に公開したものとみることができる。しばしば書斎や隠れ家にたとえられることからわかるように、これらの書店は個人空間を商業的な購書空間に反転させている。近代の書店から人々の関心領域を発見し、個人空間の中でこれを醸成した書棚は、現代にあってふたたび購書行為を引き出すツールとして再帰しているのである。[柴野 2009, 204]

一見、電子出版流通は個人の需要に応える理想的な形態に思える。しかし購書体験の個人化には問題点がある。それは読者のリテラシーに応じた格差の拡大である。時空間的な制約が取り払われた一方で、デジタルデバイドの問題が顕在化したのである。これは、単純にインターネットへのアクセス手段の問題に留まらず、出版物に対する知識や意欲など「文化資本」の格差を拡大させる恐れがあ

る。近代出版流通システムにおいては、少部数の書籍も雑誌など大部数の出版物とともに流通していた。しかし、電子出版流通のもとでは少部数の本はリスクが低い電子出版に移行し、一部の出版物のみが大量消費型で流通するようになる恐れがある。大量消費型の出版物も、取次による都市集中の配本やインターネット書店の優先によって、従来のように行き渡らなくなる可能性がある。一見して出版物の多様性をより豊かにするかにみえる電子出版が、反面では文化資本によって分断された人々を多様な出版物に出会う機会から遠ざけるのである。

5. 出版流通の「公共」的可能性

前節までで近代出版流通は画一的な「公」的性格、電子出版流通は個別的な「私」的性格が強いということが分かった。それでは、「公」でも「私」でもない「新しい公共」性を有した出版流通とはいかにして可能になるのだろうか。「私」的な需要には、電子出版流通はかつてなく応じることができているし、ますますその精度は上がっていくだろう。そこで、新たな「公共」の可能性については、従来のシステムの行き詰まりに直面し、変革が求められている紙の出版流通の側から、電子化による購書行為の個別化に向き合うための方策を検討していく。

まずは、近年人気を集めている蔦屋書店に代表されるようなライフスタイル提案型書店がどのような戦略をとっているのかを見る。ライフスタイル提案型書店は電子出版流通と対極的な特徴を打ち出し、実店舗の優位性を築こうとしている。書籍と他商品の複合的な陳列を行い、提案するライフスタイルに合わせた品揃えによって、本との出会いを演出するのである。しかし、仲上哲氏は、ライフスタイルストアは扱う商品のドメインを拡張することで「浅くなった品揃えを浅く見せないように、消費者には価値観にもとづく編集の結果であるとの提案がなされる。消費者はこの提案が自らのこだわりにより照らして納得できれば高価格でも購入するという構図を描くことができる」[仲上 2019, 129]とその価値創造の仕組みを説明する。再販制度で価格変動しない出版物は、他の商品に付加価値を付けるための装いとして利用されているとも見ることが出来るだろう。

既存の書店が電子書店に対抗する手段として、より明確に反個別化ともいうべき姿勢を打ち出しているのが福岡聡氏である。氏は書店が「言論のアリーナ」であるという。ヘイト本が配本された際に「たとえ排除しないにしても、そうした本で書棚が埋め尽くされない様にする工夫はいくらでもある。カウンターとなる本は存在するし、そうした本を見つけ、積極的に仕入れて、思いを込めて展示し、読者にアピールすることは可能だし、すべきである」[福岡 2016, 15]と唱える。あくまで個々の書店員の裁量によるものにはなってしまうが、売上データによる画一的な配本とも、個人の嗜好にもとづくリコメンドとも異なった本との出会いが「公共」性につながる可能性はあるだろう。

出版社、取次、書店が知のインフラとしての使命を果たし、出版産業を維持・発展させるべく他にもさまざまな取り組みを行い、さまざまな提言がなされているが、紙幅の関係上、上記の二例を取り上げた。

本研究では「出版流通が公共的である」ということは、本との出会いが多様で偶然性に満ちた状態で開かれていることだと結論づける。例えば、「公」的な取次や書店などの組織と、「私」的な書店員など高いリテラシーを持った個人の協働によって、読者に広い選択肢と多様な出会いが開かれている状況が一つの理想である。本稿では実店舗の書店を実例として上げたが、それは必ずしも紙か電子か、リアルかヴァーチャルかに限定されるわけではない。物理的条件や文化資本による分断を乗り越えて実現されるべき「公共性」である。その実現には、画一化をもたらした近代出版流通と個別化をもたらした電子出版流通のジレンマをも取り込んだ流通システムが必要である。

本研究では、主に出版流通の社会的役割や理念について論じてきた。結論として述べた出版流通の公共性のありかたは、近代出版流通システムと電子出版流通システムの両立が念頭に置いている。しかし、電子出版の売上が伸びているものの既存の取次と書店の行き詰まりを直接的に打開するものではないため、出版流通の維持あるいは再構築のための具体的な方策が必要である。より具体的な流通形態の検討を今後の課題としたい。

参考文献

- ユルゲン・ハーバーマス. 『公共性の構造転換：市民社会の一カテゴリーについての探求』. 翻訳者: 細谷貞男, 山田正行. 未来社, 1994.
- 柴野京子. 『書棚と平台：出版流通というメディア』. 弘文堂, 2009.
- 一. 『書物の環境論』. 弘文堂, 2012.
- 小田光雄. 『出版社と書店はいかにして消えていくか：近代出版流通システムの終焉』. 論創社, 2008.
- 仲上哲. 『格差拡大と日本の流通』. 文理閣, 2019.
- 能勢仁. 『平成出版データブック：『出版年鑑』から読む 30 年史』. ミネルヴァ書房, 2019.
- 畑山貞. 『出版販売試論：新しい流通の可能性を求めて』. 論創社, 2010.
- 浜岡政好. 「序章 「公共」を考える」. 飯田哲也, 浜岡政好 編『公共性と市民』, pp. 1-22. 学文社, 2020.
- 福嶋聡. 『書店と民主主義：言論のアリーナのために』. 人文書院, 2016.
- 落合早苗. 『電子書籍ビジネス調査報告書 2021』. 2021.
<https://research.impress.co.jp/report/list/ebook/501228> [アクセス日: 2021 年 12 月 10 日].
- 蔡星慧. 『出版産業の変遷と書籍出版流通：日本の書籍出版産業の構造的特質』. 出版メディアパル, 2006.