

業界出版社の挑戦

人文知の棲み分けを超えて

くろしお出版 さんどゆみこ



語学系業界出版社

くろしお出版が「人文書出版社」として、このような伝統ある場所に書かせていただくのは、とても不思議な感じがする。私としては「語学系業界出版社」と自社を位置づけているからだ。自社も含めて、戦後すぐに雨後の筍のように創業した出版社で現在も存在感を示しているところは、そのほとんどが（各社固有の紆余曲折があったにせよ）、特定の分野に特化した業界出版社と言ってもいいであろう。勝手に名付けてしまっているので、以下では私なりに「業界出版社」とは、どういうことを指すのか説明しなければならない。

顕著な例としては児童書出版社群が挙げられる。児童書出版社は日本児童図書出版協会に属する49社が主体となつて協会外の40数社を加え、毎年児童図書総目録を発行している。小学校だけでも総点数は3万点を超える立派な総目録である。しかし総目録とはいえず、初めて児童書を出版することになった出版社が、いきなり総目録に載せてもらうことは難しいのかもしれない。協会各社は児童書を普及させるため、子供に本を読む習慣をつけてもらうため、過去数十年にわたって地道に様々な取り組みをしてきた。その成果はまず汗を流した協会各社のもの

の、と言っても差支えないわけである。

また、われわれの業界にも言語学出版社フォーラムという業界団体があつて、共同で棚を確保し、大規模書店で言語学書のブックフェアをさせていたでいて。これは理にかなつた行動で、そこへいけば、興味のある本がそろつていて、という意味でお客様本位であり、単独で売り込むより、書店にも好まれ、売上もふえるのである。ここでも、言語学書の普及のため、会員各社は汗をかいており、いきなりこのフォーラムに入れて欲しいといつても、ある程度の審査を受けることは当然とされているようである。

業界出版社——問題と挑戦

業界出版社としては、そこに購買層がいるかぎり、常にその領域の書籍を出し続ける。編集者は誠実な仕事を積み重ねることに著者としたしくなり、その領域の知識を増やしていくにつれ、著者からも一目置かれるようになる。タイトルが増え、名著の刊行が積み重なれば、その出版社で出版したいと思う著者も増える。業界出版社の仲間団体でも不景気や図書館予算カットなどの荒波とともに乗り越えるなかで生まれる絆は仲間意識をさらに強化する。そのような仕組みは

過去数十年にわたり（経済も成長する時期であつたので）うまくいつてきたので、どの出版社も得意領域以外に手を出そうとは思わなくなり、年月が経過した。

しかし、出版界全体の売り上げが前年比割れをつづけ、特に人文書については大学で教えられる人文知の継承すら危ぶまれている状況がある。このような状況の原因は複合的であろうが、筆者に要請されているのは出版社の役割や将来の見通しであると思われるので以下に自社の事例を主にして紹介したいと思う。

数年前、生みの親と暮らせない児童が学校で遭遇する問題に関心を持った筆者は教育書の出版を思いついた。しかし、当時社内の反応は全く冷やかなものであつた。せつかく大学や日本語学習者という確固とした購買層が存在し、言語学の専門書の出版では老舗といわれているのに、小学校の先生に買っていたただ本を一冊出したところで何になるのか、というのであつた。

そんななか、初対面にもかかわらず、私の思いを共感を持つて聞いてくださった国立民族学博物館の先生がおられた。その先生の編集した本が、当社が平成に入つてから初めて刊行する、小学校の先生を読者層として想定した書籍となつた。小長谷有紀編『新時代教育のツボ選書1 昔ばなしで親しむ環境倫理』がその本である。太古の昔から、人類が子々孫々に伝えてきた民話、神話、昔話。しかしつかその伝承の場は失われてしまった。その伝承の活路を学校に見出そうとする試みである。しかし、すでに学校の先生

向けの書籍をたくさん出している大きな業界出版社群があり、おそらくは販促などのためのサークルを形成しているであろう。たしかにたつた一冊のためにそこに日参するのも、割に合わないことだ、と誰でも思うのである。

いくつかの好条件が重なり、当社ではそのような従来のやり方をとらず、ウェブサイトを使って直接学校の先生方と交流する事業（新時代教育のツボサイト）をスタートさせることができた。（当社ホームページ www.9640.jp）

この方法の成果はまだ未知数であるが、私としては必ず成功させなければならぬと思つている。社内でも大きなことを言つた手前、後には引けない事情もある。けれども、それ以上に業界出版社がそれぞれ業界内で充足する弊害は、各出版社のマンネリ化だけにとどまらず、大げさに言えば、日本の社会の閉塞感や不正感の大きな一つの原因だと思つてからである。

たとえば、「命の大切さ」というテーマの道徳授業では往々にして「みんな、みんな生きていくよ……あなたが生まれたときの話をいえるのひとにきいてみましょう」とやつてしまふが、生まれたときのエピソードや写真を持参できない児童がいることを現場では知つているが、教材を提供する側の出版社や著者はあまり関心を払わない。（ただし、ここに引いた例は教科書会社発行のテキストではなく、文部科学省発行の全国配布テキスト「こころのノート」から引用した。）家族の形態はさまざまに変化しているのに、そして大人の本ではセクシャリティや家族社会学

に関する本はたくさん出ているのに、なぜかそのような知識によって学校の教材が配慮されることは少ないのである。

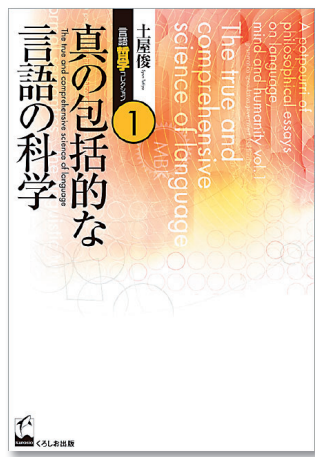
また最近、日本は所得再分配後に子どもが貧困率が上昇する先進18カ国中、唯一の、極めて珍しい国であるとの報告の紹介が岩波新書で刊行され話題となった『子供の貧困——日本の不公平を考える』（阿部彩著）。同書には子供の社会経済階層が低くなると、「たいていの先生は私が鮮やかに減っていくというデータも記載されている。小・中学校の先生はもつとはるか以前、今のように景気が悪化する前から実感的に知っていたはずであり、いま、多くのひとがこの新書を読んでたじろぐのは、「十年遅いよ」と言われても仕方がないのではないか。

このような状況を生み出した責任の一端は業界ごとに分かれて充足している出版社にもある、というのが私の実感である。例えば、「メディア」とは異なった領域を結びつけるもの、という意味から放送新聞、出版などの事業を指すようになったようである。でも業界出版という形態があまりに進んでしまうと、異なった領域を結ぶという意識すらなくなって、決まった購買層に決まった著者群からの決まった情報を一方的に供給することに専念する、という危険性がたかまるのである。私は今始めたばかりの「新時代教育のツボ」サイトはウェブを利用してはいえ、メディアでもあるべきだと思っ

も形成されない。いろいろな人が意見を言い、形成されていく見識ある公論がなければ、社会とはいえないのではないかと教育に限って言っても事情はおなじであると思う。教育の問題は複雑で、貧困や家族の変容に示されるように社会のあらゆる矛盾に満ちた要素が流れ込んでくる。本号の特集にあるような人文知はまさに教育の場で試されなくて、どこで試されるのであろうか。

本業と副産物

当社は私を含めても十人に満たない小出版社であり、本業は言語学の研究書や日本語教材の出版などである。研究書の出版についていえば、状況は年々厳しさをましている。数年前、千部刷っていたような研究書でも現在では七百部くらいに初刷りを抑えているが、そうするとどうしても定価を高く設定せざるを得ない。当社では著者ときめ細かに打ち合わせることで、少しでも読者を獲得できるような構成を考えたりして、業界でも定価をあげない努力はしているほうだと思っ



いで、漫然と定価を上げていくと、読者が離れてしまう悪循環を引き起こし、著者によるセルフアーカイブ化に拍車をかけてしまうことを危惧しているのである。

また、挑戦は思いがけない豊かな副産物をもたらしてくれることもある。昨年のものであるが、先端的な図書館論で、本誌ご愛読の皆様にはよく知られた土屋俊氏に前述の「新時代教育のツボ選書」で情報教育の巻をお願いしたのである。その土屋氏のかかなり膨大な言語や哲学に関する論考を集めた「土屋俊 言語・哲学コレクション全六巻」が現在刊行中である。第一巻『真の包括的な言語の科学』第二巻『心の科学の可能性』が現在刊行済みであり、第六巻には「インターネット・学術・図書館」として、長年にわたる図書館論の集大成が予定されている。皆様にはぜひ、ご参照をお願いしたいのである。

将来

商業出版社はどこからの援助もないので、自ら採算を考え、どのような領域で生きていくかまで決めて決定し、行動しなければならぬ。当社でも大学生の初年次教育という分野を開拓し、図書館でリテラシー教育を担当する方にはかなり知られた『知へのステップ』をはじめとする幾つものテキストを揃えて時代の要請にこたえられるよう努力している。

しかし、将来のことはよくわからない、というのが正直なところである。ネットの普及や検索技術の進歩によって、「インターネットにおける情報の直接提供の原



則を考えれば、原理的には一切の仲介者は不要となる。」（図書館のこれから）土屋俊、本誌復刊の号外所収。しかし、土屋氏も「原理的には」とことわっているのではないか。

私は「お金を払っても読みたい本」（つまり買いたい本）はこれからも今までと同様に、我々の人生に必要とされるであろうし、そのような本を作り、読者に届けるには、編集者の役割は不可欠であると思っ

でもそのような優位性をもたらしているプレーヤーである、編集者、営業担当者、長引く出版不況で元気をなくしていかないよう、出版社には今までよりもより柔軟な発想、幅広い視野、そして時には棲み分けを乗り越えていくたくましさ

（代表取締役社長）