

デジタルと非デジタルのあいだ

千倉 成 示

(株式会社千倉書房代表取締役社長)
(商工中金全国ユース会会長)



出版社には、書籍と雑誌を幅広く扱う、講談社や小学館のような「総合出版社」、新潮社や文藝春秋など、文芸書を主とする「文芸出版社」のほか、「情報・教育出版社」「実用書出版社」「自然科学書出版社」などがあり、経営学・会計学を中心に、政治・外交・安全保障問題や近現代史の専門書を得意とする小社は「人文社会科学書出版社」のひとつに数えられます。日本には3,500社以上の出版社が存在しますが、多くは従業員数が10人以下の中小零細企業であり、東京一極集中が際立っていることもよく知られる通りです。

「出版不況」という言葉を、どなたも一度はお聞きになったことがあるのではないのでしょうか。戦後の出版物の売上は1996年にピークアウトを迎えて以来、緩やかに下り坂をたどっており、現在ほぼバブル前の水準に戻ったと言われています。活字離れ、書店や取次の廃業、雑誌の休刊など、様々なニュースが「出版不況」を裏付けているように見えます。しかし、20年におよぶ緩やかな売上減のなかで、出版業界には新たな取り組みやムーブメントが生まれ、着実に育ちつつあるのです。

ひとつは電子（デジタル）化の流れです。「不況」に苦しむ業界の期待が過剰であったため、「電子書籍元年」と呼ばれた2010年以降の遅々とした歩みに「失敗」の烙印を押されたようなかたちになっており、意外に思われるかたもいるかも知れませんが、じつは毎年、堅実な拡大基調を続けていて、紙媒体の売上の減少にわずかながら歯止めをかける可能性も見えてきます。統計によっては、2012年以降、すでに紙媒体と電子媒体を合わせた書籍売上は上昇に転じた、とするデータもあるほどです。

従来、電子書籍の拡大には、「キンドル」をはじめとする電子デバイスの普及が前提となること、ネット上での書籍購入にはカード決済が必要で、若年層にまで裾野が広がらないことなど、いくつかのハードルがあるとされてきました。しかし、圧倒的なニーズと利便性は、着実にそれらの問題を乗り越えるドライブとなっています。

しばらく前になりますが、夜半を過ぎてから翌朝の会議までに目を通しておきたい本があったことに気づきました。やや専門性の高いタイトルで、近所のTSUTAYAに置いてある可能性は低そうでした。ダメ元のつもりでアマゾンを検索すると、なんと電子書籍版が出ているでは

ありませんか。

夜中の2時に、自宅の書斎にいながら、わずか数クリックの手間で、その本を入手（ダウンロード）したときは、さすがに「なんとすごい時代を生きているのだろう」「まさか自分が出版社を経営しているあいだにこんな時代を迎えることになるとは」と、感慨を深くしたものです。

面白いことに、こうした動きの一方には「デジタル」とはまったく逆の流れが存在します。「ひとり出版社」や「本のセレクトショップ」と呼ばれる取り組みがそれです。ここ数年、たったひとり、あるいは数人で出版社や書店を立ち上げる人たちが注目を集めているのです。編集者は自分が好きな著者や自分が読みたいテーマの本を作り、書店員はセレクトショップのように、自分が感動した本、人にも読ませたいと思う本を集めて店舗に並べます。と言っても、ただ自分の趣味を押しつけるだけではお客様はついてきてくれませんから、読み手のニーズも強く意識しなければならないところが難しいのです。

私も「ひとり出版社」のかたと話をしたり、セレクトブックショップを何店舗か覗いたりしましたが、個人で出版にかかわる人たちの、生きかたや働きかたが、そのまま本作りや棚作りに反映された、とてもユニークな、それでいて出版の原点に立ち返ったようなビジネスのありかたに感心させられました。

さらに興味深いのは、一連の取り組みが東京のみならず、仙台や沖縄といった地方でも一定の成果を上げ始めているということです。今のところ、東京の出版社や書店をリタイアした編集者や書店員が地元に戻って起業するケースが大半ですが、地方企業の広報誌制作などを通じて地域との関わりを深めつつ、オリジナル作品を手がけるといった様々な工夫が見られます。

これまで地方で出版業を営む最大のネックであった広報の問題は、SNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）の隆盛によって解消されつつあります。例えば、出版界における近年最大のヒット作は又吉直樹さんの『火花』（文藝春秋、2015年）で240万部と言われていますが、「ひとり出版社」はそんな売上を目指す必要がありません。1,000人、2,000人の人たちが喜んでくれる本を作り、それを確実に届けることさえできれば良いのですから。これは規模の差こそあれ、多くの地方企業・中小企業にとっても等しく可能性をもたらすものです。

地方創生が国の重要課題として語られるようになって久しくなりました。そこには、持続的な経済成長のためには地域の活性化と、そのための事業創造、事業戦略が欠かせないという含意があるはずです。こうした課題を達成するために中小企業が重要な役割を負っていることは言うまでもありません。

昨年、小社は一橋大学大学院の岡室博之教授監修の下、『中小企業の経済学』（商工組合中央金庫編）を刊行しましたが、三村明夫・日本商工会議所会頭が同書に寄せてくださった「推薦のことば」の中で、主要国の経済政策が中小企業重視にシフトしていることを指摘されたのも、そうしたトレンドを裏付けるものと言えるでしょう。

小社も、デジタルと非デジタル双方のメリットを活かした出版活動によって都市と地方の知的読者層をつなぎ、さらには優れた人文社会科学書を世界に向けて発信、あるいは国内で紹介することで、日本の先行きに対する不透明感を払拭し、国際的なプレゼンスを高めるお手伝いが出来ればと考えています。