

は・じ・め・に

静岡で地方出版について話をする事になった。静岡大学人文学部の文化学科に属する学生さん6人が授業の一環としてTEAM. HAGOを結成、「地方・小出版の未来」をテーマに勉強しているとか。彼らからの依頼を受け、のこのこ出掛ける事になった。

チーム名にHAGOとあるように、彼らはすでに羽衣出版（静岡市・松原正明代表）を何度も訪ね、詳しい話を聞いていた。その松原さんもぼくと同様に一人出版者であり、郷土史を主なテーマとしている。これからも松原さんに教えてもらい、最終的には同社から自分たちの手で本を出す構想まで持っていた。

それだけに取り組み方も真剣そのものだった。ぼくの講演会に際してもチラシは作るわ、人は集めてくるわで、見事なチームプレーだった。タイトルに拙著『出版デスマッチはムセーゲン』から「死ぬまで出版で狂っていたい」と付けてくれた。

今回はそこで話したものを削除・補筆してまとめることにした。リライトしていて、ともすると忘れがちだった初心を思い起こさせてくれた。老骨にむち打って、これからも頑張っけてゆきたい。舟橋武志（平成21年7月15日刊「名古屋なんでか情報」90号より）

地方出版に未来はあるのか 「死ぬまで出版で狂っていたい」

みなさん、こんにちは。ただいまご紹介にあずかりました舟橋武志です。今日はお招きいただき、ありがとうございます。みなさんのご期待に添えるかどうか分かりませんが、地方・小出版について話をさせていただきます。

1、出版・流通業界のあらまし

中小多く大少ない富士山型の構成

いま日本にある出版社の数はざっと4000社ちょっとと言われています。そのうち約80%が東京にあり、一極集中の特殊な業界と言っても過言ではありません。みなさんが手にされる本のほとんどが東京にある出版から出た本だと思います。

4000ちょっとある出版社も、その規模は実にまちまちです。大は1000人近くの社員を抱える大手出版社から、小は1人（ないし、それも兼業）で行っている超零細出版社まで。ぼくのところはその末席にしろうじて座らせてもらっているわけですが、それでも統計上に現れてくる1社なんですね。

いま大手と言いましたが、それはほんのわずかで、大半は中小・零細・超零細です。出版社と言うと立派な会社とお思いかもしれませんが、しかし、他の業界と比べたら、比較にならないほど企業規模は小さいんです。

みなさん、出版は大変な仕事だと思うでしょ。本や雑誌は読むものであって、作る立場ではあまり考えないですから。しかし、本を作るのは簡単なことなんです。

この中で同人誌をやった、やっているという方はありますか。あるいは学級新聞や卒業記念文集を作った経験があるとか。本を作るのは基本的にはそれらと同じなんです。

ぼくや松原さん（羽衣出版）も、講談社にいる花形編集者でも、本作りについてはほとんど同じようなものです。出版社の大小にかかわらず、極めて個人的な営みなんです。ちょっとした知識と技術を習得すれば、だれもが本を作れるようになります。

問題はそれをどうやって売ってゆくかということです。ここになると大小の力の差が歴然と出てきます。本を流通させる——すなわち、みなさんの行かれる書店の店頭と並べて初めて売ることにも可能になるわけですが、地方・小出版社の本はここまで持ってゆくのがなかなか大変なんです。

本の流通について簡単に触れますと、出版社は取次——一般で言う問屋ですね、いまトーハンとニッパンの二つの大きな会社があるわけですが、その取次に出荷し、その取次は各地の書店に配本してゆくわけです。書店で売れ残ったら、本はいまのルートでさかのぼって出版社に返されてきます。現実にはもっと多様な流通の仕方をしていますが、基本的にはこのような形でみなさんの手に渡っているわけです。

出版社も取次も書店も私（民間）の企業で、その活動を通じて利益を出していかなければなりません。出版社には売れる本が求められてくるわけです。関係者にとっては売れる本が“よい本”であって、内容がいかにか“よい本”であっても売れなければお荷物にもなりかねません。

いまの出版界は大量生産・大量販売、そして大量返品システムで成り立っています。出版社にとってはいかにベストセラーを生み出すかが最大の関心事で、そのためには有名人を起用する、宣伝に力を入れる、さらには書店を回っていい場所を確保するなど、様々な手を打つことになるわけです。こうした宣伝力や営業力などといったものは大きいところほど強いわけです。

以前、ある出版社の代表が「宣伝されない本は出版されなかったと同じ」といったような発言をされたことがありました。これに対して「傲慢だ」とか「一面的にしか

見ていない」などとの批判もありましたが、これは真実なんですね。私たちのような小さな出版社でも苦しいやりくりの中で宣伝すれば、それなりに本は売れてゆくんです。が、それをやりたくても悲しいかなやれないというのが現実なんですよ。

書店も限られたスペースで売り上げを確保してゆかなくてはなりません。売れる本の販売には一層力を入れるものの、売れない本は棚の隅の方に追いやったり、場合によっては並べずにすぐ返品することだって出てきます。これも当然の企業活動ですから、非難できる筋合いのものではありません。

こうした中でお堅い専門書や少部数の本、宣伝されない本などは流通ルートからはじき飛ばされがちです。このごろ「地産地消」と言うと一つの理想のようでもありますが、かつては地方出版社の本はその地にいかないと、あるいはその出版社に注文しないと、なかなか入手しづらい状況にありました。

これを打ち破ったのが昭和51年(1976)に設立された地方・小出版流通センター(東京・川上賢一代表)でした。同社が個々ばらばらに活動していた地方・小出版社の窓口になることにより、それらの本を既存の流通ルートに乗せられるようにしたわけです。それまで取次は小さな出版社の本までは手を回せませんでした。同社が加盟した各社の本を集めて取次に納める——言ってみれば二次取次のような形で、個々に孤立していた出版社の本を全国に流通できる道を切り開いたんですね。

そういう意味で、これをやり始めた川上さんという人はわれわれ出版者にとっては神様のような人なんです。出版の自由も流通の自由がなくては所詮、絵に描いたモチにすぎません。若くしてこの仕事を始め、いまも現役なんです。彼が設立した同社の意義にはまことに大きなものがありました。

ちなみに、ここで言う「地方・小出版」とは「地方にある小さな出版」社という意味ではなく、東京以外にある「地方の出版」社と、東京にある「小さな出版」社という意味です。間に・(てん)がありますね。いずれも業界から見れば小さな出版社であり、同じような悩みを抱えていることに変わりはありません。

2、小社の出版ポリシーみたいなもの

飛躍はないがツブレない生き方

昭和53年(1978)に出版した『名古屋いまむかし』(本体1900円)という本がぼくのところで最初に出した本です。当時は「編集考房」という名で社内報やパンフレットなど編集の仕事をしていました。しかし、こうした仕事はどうしてもとぎれがちで、そのとぎれた時間を利用して約2年がかりで作りました。

そのころ、郷土史の本はいろいろ出ていましたが、どれも堅苦しい内容のものでした。若い人にも読まれるような本はなかったんですね。これを親しみやすく気軽に読めるようにし、足下の歴史に若い人やエプロンがけの主婦にも関心を持ってほしいというのが出版の動機でした。

そのために随分こったものにし、当時の金で300万円近くをかけ、5000部作りました。「さあ、本屋へ並べてもらおう」と取次（名古屋支店）へ見本を持ってゆくと、担当者は「ひゃー、そんなに作っちゃったの」とあきれ、最後は体よく門前払いでした。それから市内の書店を一軒一軒回り、5冊10冊と置いてもらったんですけど、とてもさばき切れるものではありません。

狭い事務所は本で埋まりましたが、置いてもらったところではこれが結構売れていったんですね。「また10部ほしい」などと店主から電話があったり、買った人からは「こんな本はなかった」とか「がんばれ」といった反応があったんです。いまでも動いてくれ、これまでに3回刷りました。

このころは地方・小出版流通センターの存在を知りませんでした。ある店主から教えられ、川上さんに会いに上京したわけです。そうしたら取次の担当者とは違ってあれこれ親切に教えてもらえ、本当に神様のように思えてきました。

後から振り返ってみると、最初に出した本はその後の出版社の方向までも決めてしまうほど強力な力を持つものです。それだけ本にしたいとの思いが最初の本に現れていたからでしょう。当時はそんなことをまったく思っておらず、第二作に『体当たり！ケチケチ世界大旅行』（本体1450円）、三作目に『タウン誌80—この街を面白くするシティ・マガジンの旗手たち』（本体1280円）とばらばらのテーマで出していました。

出版は資金的には大変でしたが、ものすごく面白かったですよ。それまではお金のためにする仕事で、精神的にもかなりストレスがたまりがちでしたが、本作りは自分で企画し、取材し、形にし、その販売もしてゆくという自発的な仕事です。ぼくにとっては仕事というよりも、一種の遊びのようなものでした。

これでいっぺんに出版にのめり込み、出版で生きていけないかと真剣に考えるようになりました。ぼくにとってはそれぐらい魅力的だったんですね。以来、これまでに300点ほどを作ってきました。

しかし、資金的・時間的、その他多くの制約の中で、一人出版社としてやってゆくのは大変でした。次から次へと困難に直面するわけですが、どんなに苦境に陥っても「出版を仕事とする」「出版で生きてゆく」という当初の姿勢だけは貫き通してきました。

た。それくらい苦労よりも魅力の方が優っていたんですね。

こんなことをしていたら、とても家庭などは持てない。仕事と結婚とをテンビンにかけた挙げ句、仕事を選び結婚を捨てました。後ろに付けた資料の新聞記事 1 (略)を見ると、そのへんを記者に聞かれたのか、結婚はしない、と言っているんですね。

ぼくと同じように本や雑誌をやっている人は何人もいました。多くの人は結婚して仕事をやめざるを得ませんでした。出版ではとても食っていきませんでしたからね。そうするのが普通の生き方だったのに、結婚よりも出版を選んだぼくは奇人・変人みたいに見られていました。

さて、小社のポリシーとしては地元で活動する出版社として、地域に密着したものを中心に出すようにしています。特に歴史——先ほども出しましたが俗に郷土史と言われているものが多いですね。地域を絞り、ジャンルを特定してゆくことによって独自性・専門性を打ち出してゆけたらと思っています。

本作りではベストセラーよりもロングセラーをと願っています。そんなに売れなくてもいいですから、息の長い本を作ってゆきたい。ベストセラーになるに越したことはありませんが、それは組織的にも資金的にも恵まれた大手でないとまず無理です。それよりも少部数でいいですから、いつまでも読まれるような本を作ってゆきたいと思っています。

当初は若かったし何に知らなかったから、売れる本作りに一所懸命でした。今度こそ売れる本を作ってやろう、そのためには見た目にもよいものにしなければ……などと釈迦力に頑張ったものです。が、やってゆくうちに返品の山を抱え、段々と分かってくるんですね。いまから思えば高い授業料でした。

いまロングセラーと言いましたが、これだってなかなか出せるものではありません。ぼくのところは“売れない”を前提にして作ってきました。これだと売ればそれに越したことはありませんし、売れなければ少ないリスクで済んだとあきらめられるわけです。

いま初版部数で言うと、多くても 1000 部、普通は 300 から 500 部です。売れば増刷となるわけですが、そんなことはめったにありません。一度刷ったらそれで終わりですね。

業界では「デキモノと出版社は大きくなるとツブれる」とか「ビルを建てると倒産する」などと言われています。ベストセラーを出したばかりに規模を拡大せざるを得なくなり、それに続けてヒット作を出してゆけばいいんですが、これがなかなか難

しいんです。名古屋でも『1リットルの涙』を出したエフエー出版も直木賞作家を発掘して華々しかった海越出版社も、いまはありません。

その点、こちらはやっているのかやっていないのか、死んでいるようで生きている“死に体”出版社ですからね。「出版で生きてゆく」という意志がある限り、いくら苦しくても何とか続けて行けるものです。そのためにも一人でやっているわけですから。

出版するテーマも地域も一見、不特定多数を相手にした方が売れてゆくと考えがちです。しかし、これは幻想にすぎません。世の中にはヘンなものにこだわる人がいるもので、特定少数に徹した方がそれなりに売れてゆくんです。

ここに零細出版社の生き延びる道があります。大手出版社や在京出版社のやらない、あるいはやれない「すきま」ねらいの企画、オリジナリティの高いもの、地域に根ざしたもの。少部数でもよいとなると、対象とするテーマは周辺にいっぱい転がっています。

そして、もう一つのポリシーはいま言いました自分一人でやってゆくということです。会社を大きくしようなどとはまったく思ったこともありません。もともと遊びで始めたものですので、大きくしてしまったのでは遊んでおれなくなってしまいます。

自分の好きなことを好きなようにやる。自分としては会社を大きくしてマネージャーとなるよりも、小さなままでいいからいつまでもプレーヤーでいたい。その結果が少しでも社会への貢献につながってゆけば、それなりの意義はあるのではないかと考えています。

そんな調子でここまでずっと一人でやってきました。これからも体力の続く限りやってゆくつもりです。極めて個人的な営みである出版ではこれもまた可能なんですね。

3、零細出版社の夢と現実

「読者が見える」地域密着の強み

本は代替性がなく、その中味こそが売り物です。ラーメンなら日清食品の「どん兵衛」がなければ、サンヨー食品の「サッポロ一番」でも構わないわけですが、本は松本清張がないからといって赤川次郎ですますというわけにはいきません。ここに地方・小出版の生きる道があります。

本作りでも当初は大手のものに負けまいと装丁などにもこったものですが、いまは見栄えは二の次でいいから、いかに安く作るかがテーマです。中味がしっかりしたものであれば、これでそれなりに売れてゆくわけですね。

安くつくるため自分でできることは全部するようにしています。自分の労働力はただですからね。これがまたやり甲斐や手応えが感じられて、やっけていても楽しいし面白いんです。

いまは編集だけでなく完全版下までパソコンで作ってしまう。ものによっては自分で印刷もしています。資料3(略)はこれに注目した読売新聞に全国版で紹介されたものですが、いかにして安く作るかを追求していったらそういうことになりました。

少部数だと定価が高くなるんじゃないかとお思いの方もいるかもしれません。本は必ずしも安いから売れ、高いから売れないというものでもありません。先ほど本には代替性がないと言いましたが、本当に必要な人は多少高くてもほしいわけです。

零細出版社にとって不特定多数を相手に大量に安い本を作るより、特定少数向けに少部数・高価格の本を作った方が確実に利益を上げられます。ここに地方出版社や小出版社の生き伸びる道の一つがあるわけです。そしてまた、少部数でいいのなら出版するための様々なテーマも浮上してきたりもします。

ところで、「出版で生きる」と腹をくくると、おのずから活路は開けてくるものです。書店に並べられないとなれば自分で本屋をやればよい、もうからないと思えば技術を生かして編集代行や自費出版を引き受けるという手もあります。いまは何でも屋のようですが、すべてが出版に繋がっています。

本屋も最初は自分のところで出した本と、同じような悩みを持つ同業者の本、あるいは自費出版の本などを扱っていました。流通ルートに乗っていない本ばかりを集め、冗談に「本屋にない本を売る本屋」とか「売れない本の専門店」「本の養護施設」などと言っていました。その中で売れてゆくのは小社の出版の性格から来たものでしょうが、郷土史関係のものにだんだん絞られてきて、それを充実させるために古本も扱うようになりました。

さらにそれが“進化”して古本専門店に変わり、いまは無店舗のネットショップになっています。一人で何もかもやっていると時間がいくらあっても足りません。無店舗にした理由の一つもそのためでしたが、この本屋の営業がもうからない出版を助けることにもなってくれました。

本は本屋で売るとするのが常識でしょうが、いまは地域に根付いた本屋がどんどん減ってきています。これは地方・小出版社にとって特にこたえていますね。これからはこれまでの常識を覆して、本屋以外で売る方法も模索してゆかなくてはならないでしょう。

出版は「遊びを仕事に」「仕事で遊ぶ」との発想でしたし、生来の性格もあるかもしれませんが、お金にはあまり執着心はなかったですね。毎日やることは山ほどあっても、いやになってくるという気持ちはありません。それどころか毎日働くのが面白くてしょうがない。

それでいてお金には一向に縁がありません。何とか再生産してゆけるだけあればいいといった感じです。忙しい一日の仕事が終わり、晩酌の酒でもあればそれでいいじゃないですか。

4、地方・小出版の昨日・今日・明日

斜陽産業にだって成長企業はある

かつて地方・小出版の担い手は地方で教科書を扱うような有力書店が中心でした。その知名度や販売力を生かし、あるいは文化的意義に燃え、地元ならではの出版をしてきました。こうした書店でいまも出版を続けているところはめっきり減り、それどころかこのごろでは店(会社)そのものも消えてしまったところも少なくありません。

次に来たのが地方・小出版流通センターの登場した前後で、出版をメインにする若い人たちの登場でした。これを第二世代と呼んでもいいかもしれません。秋田県の無明舎、長野県の郷土出版社、福岡県の葦書房などはその代表でした。

この世代も次第に高齢化しつつあり、いま新しい世代が登場してきております。しかし、その数は少なく、また力も弱い感じです。これまでとは違う新しい時代にマッチした発想で、若い人たちに地方出版や小出版の未来を切り開いてほしいものです。

出版は根気と努力のいる仕事です。漢字一つ覚えるのも大変ですし、ときには深夜にも及ぶ仕事もあります。出版は地味な仕事で、知力よりも体力が勝負と言えるようなところもあります。

こんなことから若い人は出版にそれほど魅力を感じないかもしれません。優秀な人材はコンピューター関係やゲーム、音楽などに流れてゆくという話も聞きました。活字にあこがれる人でも、本よりも雑誌の傾向が強いのではないのでしょうか。

しかし、小なりとはいえども、地方出版も多くの可能性を秘めています。ぼくは小さい規模であることにこだわってきましたが、やり方によっては企業として成長してゆくことだって夢ではありません。現に各地でそうした方向に進んでいる出版社が出てきております。

地方出版社の強みは地域に密着し、周辺に著者をはじめとする人材を抱え、多くの情報と人脈を持っていることです。最近では行政や団体、会社などとタイアップして出版をしたりするケースも各地で見られるようになってきています。本作りのノウハウを生かせば、仕事の周辺に宝の山が眠っているように思います。

いまはコンピューターの時代で便利になりましたが、これも肝心のコンテンツ（情報）がないことには形ばかりのものでしかありません。この辺にもビジネス・チャンスはあると思います。起業と言いますと IT 関係の分野ばかりが話題にされがちですが、出版ですることだって十分考えられます。現にいまある多くの出版社はそうした起業家たちの産物でもあったわけです。

「地方出版に未来はあるのか」との問いをいただいておりますが、明るい未来があるからいい、ないからだめというものでもないでしょう。要は自分自身の問題です。自分はどうか、どう生きるかを問い詰め、将来を切り開いてゆく心意気こそが問題だと思います。

斜陽産業はあっても、そこにある企業がすべて斜陽であるわけではありません。斜陽産業の中にもありながらも、成長してゆく企業は必ずあるわけです。地方での出版も要はそのやり方にあるのではないのでしょうか。

地方出版は極めてローカルですが、それに徹すればナショナルにもなれます。各地にはそこにしかないものがあり、それは全国からも関心を持たれているはずで、ここにその地で売れ、全国でも通用する本作りも可能になってきます。

例えばここ静岡なら富士山という大きな財産があります。名古屋なら信長・秀吉・家康という三英傑がありますし、三重県なら伊勢神宮があります。まだ他にもテーマとするものはいっぱいあるでしょう。そうしたものを掘り起こしてゆけば、それに関心を持つ全国の人からも注目を集められるはずで、

そういう意味でたまたま地方にあるだけで、出版に地方も中央もないと言っていいかもしれません。いや、地方に軸足を置いている分だけ、東京にある小出版よりも有利なのかも。出版をしている人にとっては自分のいるところこそが中央であって、東京をはじめとするその他みんなは地方だというくらいの気概があってもいいでしょう。

ちょっと古い話になりますが、静岡県にはひくまの出版という出版社があります。同社は『里子の日記』という本を出し、これが課題図書になって爆発的に売れました。いまは全国向けの出版をされています。

先ごろ映画「おくりびと」が大きな話題を呼びました。あの原本は富山の桂書房という出版社が大分前に出したものです。それもよく売れましたが、今回とてつもなく大きな賞をもらい、映画のヒットで、またまた脚光を浴びております。

ぼくのところで『名古屋コーチン作出物語』（本体 1900 円）という本を出しました。部数的には全然それらの足下にも及びませんが、これなどは地元よりも県外で多く売れました。また『尾張藩士録』（本体 14000 円）という武士の名簿みたいなものを復刻したところ、予想に反して各地の研究者や子孫などから注目され、増刷したりもしました。

これからの地方出版も捨てたものではありません。要はそのやり方でしょう。そしてまた何のためにやるのかという出版者のココロザシの問題でもあります。

たとえケシ粒のような小さな出版社だったとしても、その地にあるかないかは大きいですよ。出版はその地域を耕し、情報を発信する力を持っているから。どの県や地域にも出版社があってほしいし、育てていく土壌がほしいものです。

出版を 30 年以上やってきましたが、小さな出版社にいまほどいい状況はなかったですね。逆に言えば、以前はそれほど苦しい時代でした。これも先輩たちが切り開いてくれたおかげです。

いまはコンピューターの普及で簡単に組版などがやれるようになりました。少数でも安くできる印刷システムもあります。さらにインターネットの進展は大企業も零細企業も、老舗出版社も新設出版社も、まったく同じ土俵に乗ることができるようにしてくれました。地方・小出版もこれからはやり方次第で面白くなるのではないのでしょうか。

5、やがては社会へ巣立つみなさんへ

「就職」は仕事選びであって「就社」ではない

自分の経験から言っても、周りの人たちを見ている、最初の就職が人生を決める、と言っても決して過言ではありません。これは最初に出版した本が出版社のカラーになってしまうのと同じようなものですね。流通業界に入った人は転職を繰り返しても同じような仕事を選んでいきますし、金融関係に入った人は——そんなに転職はしないかもしれませんが、やはり同じような道をたどっているケースが多いようです。

それだけに会社選びは慎重にしてほしいですね。自分が将来何をしたいか、どういう生き方をしてゆくの。じっくり考えて自分に適した、やりがいのある仕事を選ん

でほしいものです。

優秀なみなさんは一流企業に入って安定した生活を確保し、その中で出世し、将来的には人の上に立つようなことを考えておられるかもしれません。みなさんならこれも可能でしょうし、頑張ればきっと実現するはずです。しかし、ここでは自分の経験からちょっと視点を変え、こんな生き方もあるという話をさせていただきます。

それは働く基準や物差を金や地位・名誉などというものではなく、自分の好きなこと・やっていて楽しいことに置いてはどうかという提案です。「好きこそ物の上手なれ」という言葉がありますが、好きなことでしたら、たとえ苦しくても頑張れるものです。うまくいけばその結果が金や地位・名誉も約束してくれるかもしれません。

ぼくは好きな道を選びましたが、残念ながらそれらには無縁でした。でも、こんなに面白い仕事はないし、毎日が楽しくて仕方ありません。もちろん、苦しいこともいっぱいありますが、考えようによってはその苦しささえも乗り越える楽しみとなってゆくんですね。

そしてもう一つ、会社に入ろうが、あるいは将来独立しようが、ナンバーワンではなくオンリーワンを目指して下さい。だれもしていないようなこと、他では真似のできないこと。難しいですけどもじっくり時間はありますから、将来はそういう仕事ができるような人間になりましょう。

それには何事においてもプロになることです。プロ野球やプロボクシングの選手たちだけがプロではありません。会社員になっても与えられた仕事でプロに徹するべきです。周りの人たちから「この問題については彼に聞こう」などと言われるようになればしめたものですね。

今日は出版に興味をお持ちの方が多いと聞きました。中小企業・中小出版社には大手にはない魅力があります。前者は待遇面などでは後者に劣るでしょうが、長い人生ではそうしたもののばかりが必ずしも基準や物差ではないでしょう。

出版業界でも大手は分業制になっていて、編集にしても営業にしても、高度な専門性を養うことができます。一方、中小では何もかもやらなければならない、幅広い知識や技術を身につけることも可能です。安定は約束されても組織の歯車でしかない大手とは当然、仕事の内容も違ってきます。

出版を目指すなら小さいところでも面白いし、やりがいもあるはずです。そして将来、自分でも出版社を始めるとするなら、少なくとも3年はそこで頑張らしましょう。

最低限のことを覚えるにはこれくらいの期間は必要でしょうし、育ててもらった会社への恩返しでもあります。

新入社員として採用されても、1年目はおそらく給料分も稼げないでしょう。2年目がとんとんで、3年目でやっと会社へ貢献できるでしょうか。狭い業界のことです。その後も良好な関係を保とうとするなら、これくらいのことはあってもいいでしょう。

小さい会社でもいいじゃないですか。「鶏口となるも牛後となるなかれ」ということわざもありますし、「若いときの苦労は買ってでもせよ」とも言います。出版ほど個性を発揮できる仕事もないのでは。

活字離れが嘆かれるこのごろです。若い力で活字の持つ底力を形にしていただけたらいいですね。地方出版にもその可能性は十分あると思います。

みなさんは若いし、人生は長いです。先ほどの「おくりびと」ではありませんが、人間、棺桶に入ったとき、初めていい人生だったか否かが決まります。

いや、それよりも前に定年後がどうなのかということが問題になってしまうかもしれません。ぼくはいま66歳ですが、定年になった友達がよく遊びに来るんですよ。彼は「お前はいいなあ、やれる仕事があって」と言うんです。

立派な会社に入って、それなりに出世して、お金も暇もいっぱいある人がですよ。そんな人が定年を迎えると特にすることもなく、うらやましそうな顔をするんです。これからまだ20年も30年も生きて行かなければならないというのに。

ぼくは自営業者の面白くなるのはみんながりタイアしたこれからだと思っています。冗談に言うんですよ、「その代わり死ぬまで働かないかん」と。いい会社に入った彼と好きな道を選んだこちらと——それはおたがいに棺桶に入ったときに分かることなのかもしれません。

出版に狂っていた若いときはどん底でした。夢ばかり大きくて、その実、何もできませんでした。自分にとって20代より30代、30代より40代、40代より50代、50代より60代の方がよかったですね。だんだん片足を棺桶に入れかかってきましたが、それでも60代より70代の方がいいという日々を送りたいものです。

優秀なみなさんを前に、おかしな話をしてしまいました。自分の将来をみすえ、有意義な学生生活を送って下さい。つたない話で終わってしまいましたが、今日はありがとうございました。

おわりに

請われるままにおかしな話をしてしまった。有能な学生さんたちが将来を誤らねばよいが。こんな生き方もあるのかと思っていただく程度に聞いておいてほしい。

ぼくが『出版デスマッチはムセーゲン』と『出版バトルロイヤルのゴングは鳴った』を書いたのはまだ若いころだった。折しも“地方の時代”が叫ばれていた。そのころ、よく出版にあこがれる若者が訪ねてきたり、中には雇ってくれと言ってくる人もいた。

そんな人には「やめときなさい」と苦しさをコンコンと説いたのだが、中には「いや、きっと面白い世界があるはずだ」などと反論してくる者もいた。ある出版社を訪れたとき、奥から出てきたセーネンが「本を読んで感動し、この会社に入れてもらった」と言い出した。あれは1000部しか作らなかったが(それもまだ多く残っている)、かなりヘンな夢を与えてしまった。

当時はこちらも若く無鉄砲だった。年を取ったいま、あんな話をしてもよかったのだろうかとの思いもある。そして自分自身、もう少し上手な生き方もできたのではなかったかとのハンセイしないないわけでもない。

あれから約1週間後、話を聞いた方々のアンケートを集約し、その結果がメールで送られてきた。彼らは後始末までしっかりつけてくれた。これからも羽衣出版の松原さんに密着してベンキョーしてゆくことになるだろうが、できればケンキュー程度に留めておいてほしいものである。