

自費出版の現在

Contemporary Practices of Self-publications

田 中 薫

「本を書きたい」「著者になりたい」という夢や希望を持っている人は多い。また、その夢を手っとり早く実現させるために、自費出版という形で書物を出版する人は多々いる。

しかし、[自費出版]という言葉にはどこかマイナーなイメージが伴う。

とはいえ、自費出版は、昔から行われてきた、物書きとしてデビューするためにとる最も簡便な方法の一つでもあった。そして、その作品が認められ、やがてメジャーとなり大家となった人は多い。

最近の特徴は、自費出版を組織的に支援する専門会社が登場してきて、大いに活気づいていることである。一方、自費出版を支援することで、出版ビジネスを行ってきた中小の出版社が、団結して<日本自費出版クラブ>を結成し、業界の倫理向上を目指そうという動きなども具体化した。そして、その活動自体が顕著になってきている。が、いずれにせよ、出版界全体の売上げは長い間、右肩上がりだったものが、ここ7年間、連続して横バイ状態から少し下がり気味の傾向にある。しかし、書籍の発行点数だけは、上昇し続けている。そうした現象を支えているのが「書きたい」と考える人の著しい増加だ。したがって、ここではそうした現在の自費出版という行為をめぐる状況に関しての、現状報告をしてみたい。

キーワード：商業出版、自費出版、企画出版、協力出版、共同出版

目次

- | | |
|--------------|--------------|
| I はじめに | IV 協力出版と共同出版 |
| II 今は自費出版の時代 | V 商業主義との間で |
| III 自費出版の定義 | VI おわりに |

I はじめに

今は、「自費出版の時代」である。というより、限りなく「自費出版が盛んな時代」だと言ってよい。とにかく「自費出版でも」ということで、本を出版する人は多い。しかし、その実態は正確にはつかめない。なぜなら、正確な統計の数字が全くないからである。

一つだけはっきりしていることは、出版界そのものの総売上金額や総発行部数は、7年間連続して横バイか、下降気味であるということ。それなのに、著者と出版点数だけは、著しく増え続けているという現実があることである。

これは一体、何を意味しているのであろうか。そしてどのように解釈したらよいのだろうか。

また、現在の日本には約4,361社もの出版社があるが、その大半は1人から数人でやっている小規模の出版社ばかり。社員が100名を越える大手出版社も150社ぐらいあるが、一方、10名以下の社が51%を占めている。そして、そのほとんどが、市販を意図した企画出版（商業出版）と並行して自費出版希望者への手助けを営業活動の重要な部分としている。

さらに著者側が印刷会社へ直接持ち込み、形にしてしまうという手続きのみで作られる自費出版物も多い。その場合は、出版社を経由しないし、「編集」というプロの作業の洗礼も受けないまま公刊されてしまうことになる。

したがって第三者の目を通すことがない。だから、校正といったような編集の仕事の重要な部分一つをとっても、どうしても一人よがりになりがちだ。その是非はともかく、こうした形で自費で出版される出版物はきわめて多いといえる。

ところが、一般の通念としては、企画出版や商業出版物として、しかるべき実績のある出版社から出版され、市場ルートに乗った出版物と比べた時、なぜか「自費出版では格が低い」というように感じている人が多い。そこに、自費出版という言葉がもっている軽さが見られる。

しかし、私は自費出版だからといって、必ずしも卑下する必要はないのではないかと思っている。自費出版だから刊行できる本というものも存在するのである。また、現在の日本ではあらゆる種類のものが自由に出版できる環境が整っており、その結果、さまざまな内容と傾向と形態の出版物が多数刊行されている。

また、それらを可能とする技術を持った印刷会社や製本会社も多数、存在している。したがってその結果、そこには文化の多様性が見うけられる。

それともう一つ、理由が考えられる。商業出版というものの歴史は比較的新しい。江戸時代の後半には、書物を作って売る書肆（しょし）の活動は、すでに成立していたが、さらに明治維新を迎えてから、活版印刷の実用化などを始めとして技術の進化が著しく、その技術の裏付けにより、近代的な印刷物としての書籍の刊行は、きわめて活発になってゆく。

しかし、近代的な意味での出版業が成立するのは1887（明治20）年以降のこととされている。この辺の事情に関して、脇村義太郎は次のように書いている。

「明治20年に東京書籍商業組合が組織された。これは明治17年に公布された同業組合準則にのっとって組織されたもので、その後の出版・販売業の発展に重要な意義を持つものであるが、当初は組合員共通の利益のために共同行為をするのが目的で、組合自体が営業することはできなかった。それで組合員のうちの有志の発起というかたちで大市が行われるようになった。この仕事は後（明治35年）に組合規則を改正して、正式に組合の業務として行なわれ

るようになり、組合が新古書籍の取引に重要な役割を果たすようになった。

この組合ができた明治20年当時の組合員数は131名であった」(1)

というように。

さらに、長い間の人類の営みである「文字による記録の歴史」までさかのぼれば当然のこと、そうでなくても、紙の登場以来の手書きによる冊子本の時代や、グーテンベルクの登場以後の活字による刊本(印刷本)の時代も含めて、もともと本は最初から長い間、買うべきものでも売るべきものでもなかったのである。

幕末でさえ、書肆の活動は成立していたが、それでも<書き本>という、印刷された本ではなく手書きによる本も商品として売られていたし、さらに書物は一部には必要とする人が、持ち主から借りてきて自ら写すものでもあったのである。福沢諭吉の『福翁自伝』や勝海舟の『氷川清話』の中には、そうしたエピソードが細かく、そして興味深く書かれている。(2)(3)

また、講談社の創業者野間清治と当時の寄席で語っていた講談師たちとの軋轢が面白い。野間は最初、講談の速記録を作って売り出し成功した。しかし1年後、講談師と速記者たちとの反撃に直面し、協力を得られなくなる。

その結果、新たに作家(文士)に書き下ろしてもらう「書く講談」つまり読者の側から見れば「読む講談」を重視するようになった。また、そのことが今日のようなエンターテインメントの系の作家の誕生につながったとされている。その辺の事情を谷沢永一は次のように書いている。

「『雄弁』が駄目なら、と新しい手を考え、次には『講談倶楽部』を発刊した。ところが講談師連中の怒りを買って、我等の既得権を侵害するものであると、飛んでもない抗議を持ち込んできた。一同はこの雑誌の為には書きもせず口演もせぬという申し合わせである。

これには聊か弱ったが一向に閉口たれない。講談師の向うを張って工夫した。それは文士に依頼して新味のある講談を執筆して貰うことであつた。これが所謂新講談なるものの起源となつて企画は着々と進捗してゆく。」(4)

こうしてまもなく『講談倶楽部』は5万部に達し、大正6、7年頃には、講談社は雑誌出版界の重鎮となつていったという。

というようなわけだから、公募に応募して文学賞を貰ってデビューして、それがきっかけで出版社から注文が来るようになって、「気がついたら流行作家になっていた」というような話は、確かに現代ではよくある、もの書きという人種に対しての一つの神話的なイメージではあるが、長い歴史をふりかえれば、それ自体が成り立つようになったのは約100年ぐらい前からのことであり、ごく最近の現象であるにすぎない。

最近、私が強い関心を持っていることは、出版界全体の売上げ規模は1996(平成8)年をピークに、減少傾向にあるのは事実なのに、著者と著作物の数だけは増加し続けているという現実である。これは一体、何を意味しているのだろうか。

やはりその根底に、多くの人々の「自己表現への情熱」あるいは「自己顕示欲」さらには「自

己実現への探究」という心の問題があるからであり、その一つの形としてのあらわれが、活発な自費出版活動となって結実しているのではないかとみることができる。

とにかく現代の表現者側たちの活発な執筆、出版活動を見ている限り、決して出版は「衰えている」などとはいえない現状がある。むしろ書き手、つまり著者側を志す人は限りなく増え続けているし、それは、統計の数字に現れた商業出版物の、総発行点数の増加が、如実にそのことを示している。

ちなみに、現在のわが国の年間の出版点数は、2002(平成14)年度の場合、約7万4,259点である。ところが次の表1でみられるように10年前のデータでは、約4万5,000点程度。さらに20年前には3万点程度であったにすぎない。だから、著作者の数あるいは著作物の数という視点で見ると、伸び率は20年前のおよそ倍であり、10年前の1.5倍程度は増えているということになる。

日本の総人口と年間の書籍発行点数対照表

表1

	2002年 平成14	1997年 平成9	1992年 平成4	1987年 昭和62	1982年 昭和57	1977年 昭和52	1972年 昭和47	1967年 昭和42
総人口(千人)	127,435	126,166	124,567	122,239	118,728	114,165	107,595	100,196
書籍年間発行点	74,259	62,336	45,595	37,010	30,034	25,148	20,670	16,119

『日本統計年鑑』『出版データブック』より

しかし、わが国の人口の増加数は、この10年間だけをみると200万人程度。20年前の数字と比べてみても800万人増である。ということは、人口の伸び率は20年前に比べて6%増。10年前に比べれば、1.6%増であるにすぎない。それなのに著作者と出版点数だけはそれをはるかにこえて、飛躍的に増えているということになる。しかし、それは何を意味し、どのように解釈したらよいのであろうか。

これらの数字から言えることは、本を書きたい人、あるいは書いている人の数だけは、極端に増え続けている一方なのだということ。しかも最近、急に激減したという現象もない。このことから、けして「本は減びない」いや、「減びているとは言えない」状況があるということがいえる。しかも、非商業出版物としての自費出版物の数字は、こうしたおもての統計にさえも出てこないし、実態はほとんど把握できない。

自費出版物にもさまざまなタイプがある。内容的にも千差万別。自治体や企業による非商業的な出版物も多い。また、ある種の個人的な自費出版物は、古本屋筋では昔から「まんじゅう本」などと呼ばれて揶揄されてもきた。「葬式饅頭の代わりに配る本」という意味で。しかし、それでも自費出版物は、出すことそれ自体に意味があるといえる。

次の時代をリードし、救うかもしれない優れた思想や研究成果、メッセージなどはそうした私

的な発表活動の中に、最初は埋もれているかもしれないからである。そして、その真価を理解し評価できるのは、価値感の転換が果たされたあとのことであり、少しずれた次の時代の人、つまりその評価ができる人が現れてからの後世の人の手によってなのだ。

その間、どのような革新的な内容を持つものであってもある評価が定まるまでには、多少の時間差が伴う。そうした成果をとりあえず初出するための受け皿としては、自費出版活動のもつ役割は無視できない。

そうした意義を考えると、「本を書く」という行為は、多くの知的生産活動の中でも、最も人間らしい営みの一つということが言えるのではないか。

またもう一つ、情報の量は、いくら増えても生のままでバラバラに存在していたのでは価値が薄い。海岸に無数にある砂粒と同じだ。が、それらのある一つのポリシーによってまとめていること。つまり著作物という、著者による執筆活動の結果、作品や論文となってまとまっていること、及びそこに編集という操作が加味されて、第三者の眼という、ある種のフィルターを通して存在していることに、重要な意味があるといえるのだ。

したがって、IT時代の進捗によって、今後のビジネスとしての出版活動の将来には不安があったとしても、あるいはパブリケーション活動の主力はデジタルメディアの世界に移行したとしても、本質的な意味では紙と印刷・製本という2つの技術によって作られた「モノとしての書物」というものが果してきた役割までが滅びてしまうとは思えない。

ということで、数年前から、私は「本とは、読む人のためにあるメディアでもなく、売る人のためにあるメディアでもない。書く人のためにあるメディアである」などと、少し過激な表現をあえてすることによって、授業の際の締めくくりの言葉としている。

II 今は自費出版の時代

1. 範囲が広い自費出版の世界

今は「自費出版」の時代である。しかし、一口に自費出版といっても、その範囲はきわめて広い。また出版物には、商業性の強いものと薄いものがある。社史や学園史など、企業や自治体で作るものはその典型だ。

さらに数多くの、それこそ無数といってもよい軽印刷による、あらゆる事業の報告書類が、全国至るところの組織では刊行されている。

その主体となっているのは、自分史ブームである。自分史という言葉は歴史家の色川大吉が造語し、世に出したといわれている。これらの希望者を支援する自分史講座は、全国各地のカルチャーセンターや公民館などで、今では活発に開催されている。

さらに一方では、究極の自費出版物というものさえある。それは自分のためにだけ作る本というもの。だから、「他人には見せない、売らない、配らない」で、ただひたすら自分自身の自己

満足のためにだけ作る本。そんなものさえ多々作られている時代なのである。したがって、「出版」という言葉の持つ内容を「商業出版」にだけ固定して小さくとらえたのでは、視野が狭すぎるということになる。

もう一つは「自費出版の形でしか発表できない」というテーマが存在していること。そして「初出」という形での才能のデビューは、自費出版ならではの手法を生かすことによって、書き手の側の発信したい意思を、ともかくも周囲にアピールすることができる、唯一の便利な方法だということ。それに、他のメディアと比較すればコストもたいしてかからない。

出版活動はメディアとしてとらえれば、確かにマイナーな存在にすぎないし、限りなくプライベートなメディアであると言うことはいえる。しかし、現代の日本では、幸いなことに「言論、出版、表現の自由」が保障されている。

したがって、かなり自由に自己表現は誰でも可能なのだ。しかし新聞やテレビなどの他のメディアに登場するためには、他人に認められるというステップを踏んで、一つひとつ、ハードルをクリアしていかなければならない。

そうした困難さを伴う条件が多い中では、自分の意思だけで誰でも容易に発信できる、最も簡便なメディアが出版活動なのであり、そこにこそ最大の特徴がある。その点に電波法、放送法などによって縛られている放送や通信というメディアなどとは異なる、根本的な違いがあるのである。

2. 商業出版と自費出版の違い

すでにふれたように、同じ出版活動といっても、商業出版と自費出版は根本的に異なる。しかし、結果としての出来上がりという出版物の形態だけを抽出してとらえてみたときは同一だ。では、その根本的な違いとは何か。

商業出版物であっても、通常、モノとしての出版物になるまでの工程は、自費出版物と同様だが、流通の部分が全く異なる。一般的には取次店及び書店を通して配本ルートにのり、一般の不特定多数の購入希望者の手に、代金と引き換えに渡っていくというシステムにのっている。そして、そこでは各段階でのビジネス性が伴う。

一方、自費出版物は自らが出版にかかる経費を直接、印刷製本会社に支払ってしまう方式だから、結果的にはそのまま出来上がった製品は本人の手元のみ直接納品されることになる。その後の配布という行為は著者側の手にゆだねられる。

したがって、一般の流通ルートにはのらないし、もともと内容的に商品性にも乏しいものが多い。そして、その数も範囲も限られている。

それらのマイナス条件を克服し、一般書として認められるためには、しかるべき段階をたどって他者に認められるための努力が必要となる。どのような著作者であっても出版社に生原稿を持ち込み、企画出版としてその社から出版してもらうためには、そこそこの市場性があることが必

要とされる。つまり、著者が売れている作家であるか否かという出版社側の判断が最も重要なポイントとなるのだ。

したがって無名のうちから、出版社に相手にしてもらえるとというライターは、少ない。もちろん、あくまで作品が第一。だから、持ち込み原稿でも取り上げられて、やがてそれが、下村湖人の『次郎物語』や原田康子の『挽歌』のように、大ベストセラーになったという例は多々ある。が、それでも、確率はきわめて低い。

したがって、一般的にはその方式で、世に認められるようになるまでには、しかるべきステップを踏むことが不可欠ということになる。

そうした手間とヒマをかけている時間がなく、しかるべき潮時が来るのを待てないときに、とりあえず出版物にしておこうという場合にとる手段としては、自費出版は、最も有効的で手とり早い便利な方法といえるのだ。

3. 昔から行われてきた自費出版

こうした自費出版は、最近始まったことではない。実は昔からあらゆる場面で頻繁に行われてきたと言ってよい定番の方法の一つであった。歴史をさかのぼれば、紀田順一郎が『日本の書物』の中でも紹介しているように、江戸時代の林子平の『海国兵談』の出版などは、その典型的な例と言ってよいであろう。(5)

江戸時代はもとより、明治、大正、昭和前期に至っても、さらには現代に至るまで、自費出版の形で、最初の作品を世に問うということは、多くの作家志望者にとって、とるべき最もありふれた方法であり行為だったのである。

一方、自費出版本の多くは、一般的には饅頭本と言って、昔から古本屋筋では、揶揄されてもきた。その意味は葬式饅頭の代わりに配る本。だから、個人の美化ばかりが目立って、装幀などは豪華で立派だが、内容的には魅力に乏しい本、つまり、誰もがいらぬ、古本屋筋では最も嫌われる本という意味で。

それは功なり名をとげた人の顕彰などを目的とした本に多いパターンでもあった。

しかし、概ねそうであったとしても、すべての自費出版本がそうだとは言いきれない。中にはすぐれたものも混じっていることもある。また、それらの中からベストセラーや古典となった名著が出てくることも十分ありえる。したがってその価値は、いちがいに断定できない。

たとえば有名な宮沢賢治も若山牧水も、島崎藤村も、武者小路實篤も、宮尾登美子も皆、最初の作品は自費出版だったのだ。また、そうした形でデビューし、その後、それがきっかけでメジャーとなったクリエイターは他にも無数にいる。その事実をここでは重くとらえておきたい。

そこで次に、あらためて<出版>と<自費出版>との違いを明確にしておく必要がある。そのためには、まず<出版>という言葉の持つ意味を再確認しておくこと。その検討から始めてみたい。

4. 「出版」の定義

自費出版という概念を正確にとらえるためには、「出版の定義」をまず、正しく把握しておく必要がある。

<出版の定義>に関しては、『広辞苑』の記述では、次のようになっている。

しゅっぱん〔出版〕「文書・図画を印刷してこれを発売・頒布（はんぷ）すること。

<一業>一けいさつ〔出版警察〕公安保持のため、出版物の取締りを目的とする警察。

明治憲法下では、重要な警察活動の一部で取り締まる主な法には出版法・予約出版法・新聞紙法があった。」

と記述され、さらに関連する言葉として、〔出版契約〕〔出版権〕〔出版の自由〕〔出版物〕〔出版法〕などがとりあげられていて、それらについての記述も掲載されている。

また『出版事典』には次のようにある。

しゅっぱん 出版 Publishing、

「出版とは、文書・図画・写真などの著作物を、印刷術その他の機械的方法によって複製し各種の出版物の形態にまとめ、多数読者に頒布する一連の行為の総称。」⁽⁶⁾

というように。

では、その言葉と比べた場合、自費出版とはどのような行為をさしていることになるのだろうか。

III 自費出版の定義

1. <自費出版>の定義とは

「自費出版」とは、商業出版という言葉との対比の上で、今日良く使われている、ごく一般的な言葉であると言ってよい。また、現代は「自費出版の時代」だということが言える。しかし、この言葉の定義を明確に特定するのはむずかしい。

『広辞苑』には〔自費出版〕という言葉に対しては、「書物を出版するのに、その費用を出版業者に負わず、自分で負担すること。」とある。また『ニュー・センチュリー新英和辞典』（研究社）では、

「自費で、at one's ownとあり、また、自費出版する publish (a book) privately [on one's own account] 」

などとある。

また『業界用語辞典』（マスコミ編、柘植書房）には〔自費出版〕として、

「個人や企業が自らの資金で書籍、雑誌等を出版すること。委託出版と似ているが、こちらはふつう出版社を経由しない。個人が出版する自伝、句集、小説などのほか、企業が出版す

る社史などがある。通常、市販はされないことが多いが、稀に評判がよく書店に回ることも。最近静かなブームを呼んでおり、出版社、印刷所、編集プロダクションなどで専門の制作部門を設けているところもある。」(7)

という記述がある。

このように、現代の出版社の活動としては、ごく一般的な企画出版としての「商業出版」という言葉との対比の中で、それとは異なった条件を持つ部分に着目して、その「出版のための経費を著者側が自ら負担する場合を言う言葉」が、「自費出版」という言葉のもつ真の意味といえるのではないか。

したがって、自費出版の場合、〈出版の定義〉の中にある「多数読者に頒布する一連の行為」という部分がないに等しく、その点が大きく異なっているといえる。

2. 自費出版の主体と種類

では、自費出版という行為を行う主体はどこにあり、誰なのであろうか。自費出版をする主体としては、〈①個人〉及び〈②企業・団体〉によるものという2つのそれが考えられる。また〈自費出版の種類〉としては、きわめて多岐にわたるが、とりあえず整理してみると、次のような内容のものが考えられる。

①個人の場合＝自分史、自叙伝、伝記、遺稿集、写真集、画集、絵本、コレクション集、小説、随筆、詩集、歌集、句集、旅行記、記録、研究報告書

②企業・団体の場合＝社史、団体史、都道府県史、郷土史、学園史、記念出版物、案内書、カタログ、講演集、紀要、論文集、同人誌、会報

など。これらが主なものであり、その種類を内容的な分類として試みれば、きわめて多岐にわたっているということがわかる。

だが、広義に考えて「出版物としての体裁をなしているもの」という意味と「非商業的出版物」であるという2つのキーワードにてらして見れば、PR誌、社内報、自治体広報誌、さらにはトリセツ（取扱説明書、マニュアル）までが視野に入ることになり、これらの出版物も考えようによっては自費出版の一種と言ってよいかもしれない。

しかし、現在はトリセツを出版物として認め、その研究をしたというような例は見受けられない。が、今後は重要なテーマの一つではないかと考えている。

ただし、ここでは〈雑誌型〉と〈書籍型〉あるいは定期刊行物と非定期刊行物という出版物の発行形態の違いにはこだわらない。

また昔からよくある同人誌あるいは同人雑誌は、典型的な雑誌形態の自費出版物であると言ってよいと考えられる。

通常は、すでに述べたように各出版社独自の企画性を重視した〈企画出版〉という言葉との対比において、「著作者の注文に応じて制作するが、出版に要する費用を自ら支払う場合」を〔自

費出版] ということ考えてよいだろう。

したがって、とくにポイントとなるのは、「出版の定義」に示されることの多い「頒布」という言葉の部分についてだが、自費出版物の多くは、発注者にそのまま納品されることが多く、それを第三者に頒布するための行為は、「著者側からの直接的な、無料または有料の提供」によってということになる。

しかし、こうした形で出版されている自費出版物の実数がどのくらいあるのかは、現状では明確な数字がつかめない。なぜなら出版社を経由せず、直接、著者が印刷所などに依頼するケースも多く、その場合は、できた製品のほとんどは、そのまま著者側に納品されてしまうだけであり現行では、その事実や点数を、江戸時代や戦前のように、どこかの機関に届け出るといような制度にはなっていないからである。

その点が現在は、新聞紙法や出版法でしばられていた戦前の時代などとは、根本的に状況が違っているということになる。

したがって、現状では自費出版物の発行点数を網羅的に把握したようなデータは存在していないし、その実態はつかめない。さらに、これらだけの統計的な数字は存在していない。というよりむしろ正確な統計はとれないと言ったほうがよいのである。

これは主として「言論、出版、表現の自由」という憲法によって出版活動の自由が保障されているという背景があることによるものであり、本を出版すること自体は、現代では全く自由な個人の行為として、誰でも可能な条件が保障されているのである。

しかし、それらの現象を支えている著者数と出版点数だけは、あるいは、その数はうなぎ登りで増えていることは間違いない。ただし、残念ながらその正確な数字は今のところつかめない。が、そうした現状を把握するために、常にあきらかにされている商業出版の世界の数字をとりあげ、それとの対比の中で考えて、その総数を類推してみることにしたい。

3. 出版点数の増加

現在、2002(平成14)年度の場合、わが国の商業出版の点数は、約7万4,000点あまりである。『出版ニュース』の2003(平成14)年5月中下旬号で紹介された「日本の出版統計」の中からその数字をあげてみよう。

「02年の新刊点数は74,259点(前年71,073点)と増加した。増加率は4.5%増と前年の9.2%増にくらべると小さくなったものの増加の一途をたどっていることはたしかである。

いずれにしても、昨年と比べて点数増をみているととどまるところをしらないといつてよいだろう。」(8)

というように書かれている。少なくとも現在の商業出版の統計では、このような数字があげられている。

しかし、実際には年間に3万点とも5万点ともいわれている、自費出版という形で刊行された

出版物は、これらの商業出版の点数とは全く別である。しかしこれらも、うなぎ登りで増えているのは事実である。

その背景には「書きたい人」及び「書く人」の増加、つまり著者の著しい増加という現象が見られる。

さらに、最近では自費出版を専門に特化した出版活動を行っている出版社が多数登場してきて活発な活動をしているのが目立つ。

そして、これらの出版社の多くは、＜協力出版＞あるいは、＜共同出版＞などという言葉掲げて、新聞や雑誌などのメディアで出版希望者を募り、それらの中から審査した結果「あなたは〇〇に選ばれました」という形で契約にこぎつけ、いかにも出版活動を支援しているというような方法をとっているところが多い。

では、これらの協力出版、共同出版という二つの言葉の持っている、企画出版との基本的な違いとは、どんなことなのだろうか。

IV 協力出版と共同出版

1. 協力出版の意味

最近、目立ってよく聞く言葉に＜協力出版＞とか＜共同出版＞というものがある。これはどんな形態を意味しているのであろうか。

また、このような自費出版の受注をビジネスとして行っている出版社の広告を、新聞や雑誌の紙(誌)面をよく目にするようになってきて久しい。

また、そうした仕事を専門に手掛けて、急成長をしている大手の会社もますます増えているようである。そこで、それらにはどのような会社があるのか、資料を収集してみた結果と、そのビジネスの方法について紹介してみたい。

こうしたビジネスを行っている出版社は、いずれもよく似たスタイルをとっている。まず契約内容とか方法に特徴がある。それは概ね次のように、Aタイプ、Bタイプ、Cタイプの3つに別けて希望者を募っているところが多い。

その3つとはAタイプは企画出版、Bタイプは値引き出版、Cタイプは完全な自費でということのようである。

- ①Aタイプ、一般書として出版し、書店に流通させる。
- ②Bタイプ、原稿を見て判断するが、共同出版という形をとる。
- ③Cタイプ、経費のすべてを本人の負担とし、本人に直接納品する。

これらは、どれも一見、問題がないように見えるが、問題が多いのは真ん中の②Bタイプであることが多いようである。そこで原稿の募集から本が制作されるまでの、流れ(工程)について説明しておきたい。それは、およそ、次のようになっている。

まず一般の人から新聞や雑誌広告等で原稿を募集する。あるいは相談会を開催したり、しかるべき人（たとえば大学の教員等）に、直接、レターなどで呼びかける。

送られてきた生原稿などを編集部（出版社側）の側で審査する。そして3つのうちのどれかのタイプに決める。

①出版社側の企画として出し、宣伝もする。取次店を通して流通させて書店に並べる。そして一般書と同じ扱いをする。

②著者側と出版社側で協議の上、共同で出版するという形にする。但し、費用の大部分は著者側の負担。

③製作のための実費すべてを本人負担とし、本人に出来上がった本を納品する。というものである。

この場合、①はいわゆる従来からの企画出版そのものであり、どこの社も以前からやっている最も基本的な方法だ。だが、②は著者側の負担が実際はかなり大きいところが違う。中身は自費出版そのものだ。③は本来の自費出版と同じ。これらの②に対して協力出版とか共同出版という名称を付して、あたかも、出版社側の企画出版のルートにのったかのように思わせているところが、巧妙だといえる。

これは企画出版には値しないが、「著者の出版意欲には応え、協力しましょう」という形でもちかける、新書の形態の自費出版といってよい。

このような形を、最初にとりあげたのは、日本図書刊行会であり近代文芸社であったようである。

ところがすでにふれたことだが、上記のような新興の自費出版専門の出版社の活動が最近が目立つようになってきている。また、それらの出版物のタイトルを並べた広告を、新聞等で見ない日はない。が、一方ではトラブルも頻発しているようである。

2002(平成14)年11月号の雑誌『創』では、松田まゆみという、解約に至ったという主婦の体験談が「文芸社商法に私はこんな疑問をつきつけた」というタイトルで掲載されている。(9)

また、同じ『創』には、

「8月には老舗自費出版事業者「MBC21」の代表で、文芸社を批判するレポートなどを書いた渡辺勝利さんを営業妨害で東京地裁に提訴。一方の渡辺さんも倫理綱領を定めた業界団体「日本自費出版クラブ」を立ち上げるなど。自費出版の世界ではなお波乱含みの空気が漂っている。」(10)

などという記事も掲載されている。そして、その結果に関しては2003(平成15)年12月15日に結審する予定であると渡辺氏自身は語っていた。また、その結果は渡辺氏の敗訴となり、名誉毀損と営業妨害ということにより300万円の支払いを命じられたと聞いている。

しかもそれでも「本を出したい」と考えている人は無数にいる。そして皆、ひそかに日夜原稿を書いている。

だから、そうした心情に便乗するかのように最近では他の社でも中堅の規模の出版社が、「協力出版、企画出版、自費出版」などの言葉をうたい文句に、著者さがしをしている新聞広告や『公募ガイド』など、雑誌での広告が目立つ。が、その実態はよくわからない。いくら協力出版とか共同出版だといっても、著者側が費用の大半を支払っているとすれば、それは自費出版とほぼ同義語ではなかろうか。

2. 理解されない「編集」の価値

しかし年間、どのくらいの点数がこれらの方式で出ているかは全く不明。そうした統計の数字がないからである。そこで文芸社、新風舎、近代文芸社、鳥影社、碧天舎などに、発行点数の推移を示す数字を教えてほしい旨の手紙を出したが、どの社からも返答はなかった。但し、新風舎のみが、社長とのインタビューに応じていただけるという主旨の返事を下さった。

しかも現代は「言論、出版、表現の自由」の原則のもとに、本を作ることそれ自体は自由。したがって、協力するのも自由。

だからとりあえず自費出版の形であっても、こうした出版社を通じて「本を出したい」という希望を達成した人は多く、その分、出版点数だけは増えているのは事実である。とはいえ、一部には『創』の記事のように、これらの会社をめぐるトラブルもおきている。

個々のケースでは内容は異なるだろうし、その実態は不明だが、本人がそれでも契約内容に満足してさえいるのであれば、他者がとやかくいう筋合いではないし、また、言うものでもない。これは個人の意識の問題だ。

けれども、一般的には素人がいきなり満足のできる本を作るとはむずかしい。が、そのことさえ理解できていない著者予備軍は多い。だから多くは印刷所に丸投げしてしまう。

今までに数多く出版されている「自費出版」に対してのハウツウ本は、そうした著者が発注者側になるノウハウを示したものが多かった。それでも、どんなに丁寧に説明されていたとしてもいきなり素人が、「印刷所へ丸投げ」することで、納得のいく良い本作りをするには、それ自体が無理な話だ。それともう一つ、よい本作りをするためには「編集者の目」を通すことと、「編集の質」を確保することが不可欠であるといえる。

それには豊富な編集者の経験にもとづくノウハウが、よい形で本作りに反映していることが欠かせない。しかし、その「編集の価値」というものが、一般の人には全く理解されていないところに大きな問題がある。

3. 自費出版専門出版社の登場と発行点数の推移

すでに述べたように最近では、協力出版とか共同出版という言葉をやめて、実態としては自費出版の受注を数多く、それらを専門にして急成長している大手出版社の活動が目立つ。

それらの出版社には文芸社、近代文芸社、新風舎、碧天舎、鳥影社、日本図書刊行会などとい

う会社がある。しかし、最近のこれらの社の新聞広告には、必ずしもこれらの文言があるとは限らない。新風舎の広告の中には見受けられるが、文芸社の場合は「お送りいただいた原稿は弊社の刊行審査委員会に諮られ、」という記載が見られる。

さらに最近は日本文学館という社名も新聞紙上等では目にするようになった。それらの社の中で最近、発行点数が多く特に元気がよいのは文芸社である。

1995(平成7)年、に業界1位の講談社が1,913点の書籍を出版した時、近代文芸社は1,316点の出版物を出して業界2位となっている。ただし、それ以後、同社はあまりふるわない。一方、ここ数年は1999(平成11)年に年間172点の出版点数で登場してきた、新興勢力ともいえる文芸社が2000(平成12)年度には1,222点、2001(平成13)年度は1,756点、2002(平成14)年度は1,797点という発行点数となっていて、いずれも講談社に続く第2位の地位を維持しており、その急成長ぶりが目立つ。

この表2は、毎年の出版統計を紹介している『出版ニュース』の「日本の出版統計」の中に示された出版社別発行点数の表の中から抜き出して構成したものである。

次に示す表2は、これらの専門出版社の最近の7年間の発行点数の推移を示したものであるが、毎年、きわめて著しい差異をみせている。但し、業界1位の講談社の数字は参考比較のためのもの。

出版社別書籍発行点数の推移

表2

	2002年	2001年	2000年	1999年	1998年	1997年	1996年	1995年
講談社	2130	2052	1863	1652	1619	1777	1913	1734
文芸社	1797	1756	1222	172	—	—	—	—
新風舎	573	301	271	361	348	406	248	169
近代文芸社	142	163	166	208	258	932	1316	603
鳥影社	76	74	69	67	73	—	—	—
碧天舎	—	—	—	—	—	—	—	—

主要5社の年間発行点数、『出版ニュース』「日本の出版統計」より

さらにこれらの表からもわかるとおり、新風舎、鳥影社、近代文芸社、碧天舎などの活動が目立つが、いずれも一般の人から原稿を募集して、それらを①Aタイプ ②Bタイプ ③Cタイプなど、あるいは①企画出版 ②協力出版 ③自費出版などという3つのタイプに分けて、「そのどれかの形態で」という方法を実践している点は共通している。

しかし、明確な根拠はつかめないが、これらの中から実際には企画出版になるものは少ないとされ、「協力出版か自費出版となるものが多い」ので、もしそのケースの場合、その実態が結局、著者側が費用の大部分を負担する形態と変わらず、それが主だとしたら、それは本質的に自費出版と変わらないといえるのではないか。

4. 自費出版関係団体の活動も活発

一方、自費出版を中心とした従来からの中小出版社(業者)の団体活動も活発となっている。これらの団体にはたとえば、2002(平成14)年8月に発足して3年目を迎えた日本自費出版クラブ(NJC)や、1998(平成10)年度の発足で6年目を迎えた<自費出版編集者フォーラム>などがあり、それぞれ独自に自費出版情報の発信や、意見の交換、研究会、機関誌発行などを行って、業界のモラルの向上などに務めている。(11)

その一つは、「自費出版編集者フォーラム(略称JEF)」という団体の存在である。これは編集プロダクションや小出版社、フリーの編集者などが中心となって、年に何回か、研究会や、研修会等を開いているもので、『自費出版ジャーナル』という機関誌も発行され、すでに2003(平成15)年12月には60号までの刊行となっている。

その「自費出版編集者フォーラムの発足趣旨」には次のようにある。

「豊かな文化を支える「出版」のなかで、自費出版は大きく変化しています。出版したい人が増え、年齢層が広がり、内容も様々です。しかし、自費出版の認知度はまだまだ低く、出版物の多くは、知られる機会をもちません。このような現状に私たちはどう接していけばいいのでしょうか。

自費出版編集者フォーラムは、自費出版に携わる人がネットワークを結び、自費出版の情報を共有し、個人の考えを披露し、相互に啓発しあう場として発足しました。機関誌の発行や定例会・分科会等の開催、自費出版本を広めるためのブックフェア実施などの諸活動を行っています。

本づくりに真摯に向き合う姿勢を大切に、著者ととも自費出版の喜びとその魅力を分かち合いながら、自費出版文化の向上に努めてまいりましょう。」(12)

というものである。

さらに2002(平成14)年8月26日には、「日本自費出版クラブ(略称NJC)」という団体も設立された。そして、東京経済という出版社の、渡辺勝利社長が代表幹事に就任し、私は要請によって、岡衡平氏とともに顧問に就任している。

この会も独自の機関誌『奥付』を発行し、2003(平成15)年12月で第6号の刊行となっている。その「日本自費出版クラブ設立宣言」は、発起人 渡辺勝利氏の言葉として、

「私達自費出版に携わる者は、著者の意向を尊重し、原稿、編集、印刷、製本、配布等、それぞれの立場で、常に読み手を意識して、良き本を世に送り出すことに励みます。

日本自費出版クラブは、そのために設立し、倫理綱領を定め、その下に参集した人々の集団です。産声を上げたばかりのささやかな集団ではありますが、会員は、切磋琢磨して様々なことを取り決め、様々な活動を展開し、NJCのシンボルマークが自費出版の安心と信頼のマークとして世の中に広く認知され親しまれるよう、努めることを宣言いたします。」(13)となっている。そして年1回の総会のほかセミナーなどを活発に開催している。

出版に際しお世話になった方へ

「資料提供、アドバイス、苦言、励まし、ありがとうございました。こんな本になりました」著者同様に楽しみにして待ってくださる方がいるかもしれません。礼状を添えて。



家族・親戚へ

ここに至るまでの家族のバックアップに感謝。「自分史」なら家系図づくりに協力してくれた親戚と一緒に、一族の歴史を再発見？子供たちへ、孫たちへ、いつの日にか読んでほしいものです。

出版報告

「追悼集」の完成を墓前で報告。法事で、故人の思い出のよすがとして。

サークル仲間、友人、知人へ
テーマやジャンルに興味がある方は最良の読者。「写真集」「俳句集」「詩集」「小説」などを仲間、友人、知人へ。厳しい感想でも嬉しいもの。



感想

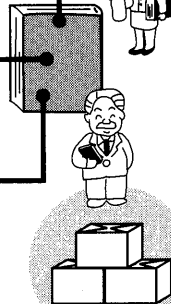
出版記念パーティー

ちょっと派手なパーティー、内輪だけのしっとりパーティー、自費出版書が主役です。

著者を取り巻く人たちへ

自費出版書の嫁ぎ先

上梓のあと、本をあちらこちらへと配るのも、自費出版の大きな楽しみのひとつです。どのようにして、どんな読者の元へ……そんな自費出版書の行方をピックアップしてみました。



図書館へ納本

まずは国会図書館へ。自費出版専門の図書館はまだ少ないけれど、地元の図書館へ納本するののも一つの方法です。

保存施設へ

関連施設へ納本

どこに送ったらいいのかな？制作会社のサポート、ネット検索、資料収集などにより、本に適した施設を探しましょう。「戦争資料館」「詩歌文学館」など、テーマやジャンルを限定した施設もあります。

在庫

在庫の多くは、著者が管理。たくさん残ると悲しいし、保管も大変です。

取次

多くの書店へ本を届ける一般的な方法だけど、制作会社の協力があつてこそ。見知らぬ読者への、本の旅の出発点です。

一般読者へ

書店



書店への直接持ち込み

書店に直接お願いして、本を置いてもらう方法もあります。ただし、その後のケアを忘れずに。

反響

告知

関連雑誌、タウン誌、新聞などへ、丁寧な手紙を添えて自著をアピール。本に魅力があれば、紹介されるのも夢ではない？

広告

費用をかけて、新聞、雑誌などに広告を掲載。本の存在を知ってもらう近道です。

講演

著者が講演する際に、本の販売・配付ができることがあります。また、本がきっかけで講演の依頼がくるケースも。思わぬ読者に巡り合うチャンス。

5. 自費出版物の流通

ところで、自費出版物の場合は、どんな原稿であっても本の形にすること自体は、どこの出版社でも、あるいは印刷会社に直接依頼することによっても、個人による発注でも可能だが、出来上がったものを、どうするのかという頒布の問題に関しては、その扱い方次第によって大きな差異が伴う。

たしかに、自費出版物であっても、流通ルートにのるものもある。また、乗せたいという明確な意図を持って出版される場合も多々ある。それらの出版物の流通に関しては、ごく一部は、地方・小出版流通センターなどの専門会社を通して配本ルートにのせて全国的に流通させることもできるが、一般の企画出版物の商業ルートである大手取次ぎを通ず流通システムにのるものは全体の中ではごく一部であって、少ない。

この頒布に関しては『自費出版ジャーナル』No. 60 には、興味深い記事が紹介されている。それは、「自費出版書の嫁ぎ先」(図参照)というものであり、

「上梓のあと、本をあちらこちらへと配るのも、自費出版の大きな楽しみのひとつです。どのようにして、どんな読者の元へ...そんな自費出版書の行方をピックアップしてみました。」⁽¹⁴⁾

とある。そして「在庫」が、

①著者を取り巻く人たちへ

1. 家族・親戚へ
2. サークル仲間、友人、知人へ
3. 出版に際しお世話になった方へ
4. 出版報告
5. 出版記念パーティー
6. 感想

②一般読者へ

1. 書店への直接持ち込み
2. 取次
3. 講演
4. 広告
5. 告知
6. 反響

③保存施設へ

1. 図書館へ納本
2. 関連施設へ納本⁽¹⁵⁾

という3つのコースをたどって行くことを示して、それぞれ解説を加えている。

また、社団法人日本グラフィックサービス工業会が主催している「日本自費出版文化賞」は2004(平成16)年度で第7回を迎える予定であり現在、作品を募集中である。

このように、自費出版物を顕彰する制度もあり、すでに活発な活動が展開されている。また、「自費出版年鑑」というものも刊行されている。

6. 見逃せないコミケ族の活動

さらに今日、自費出版と言えば見逃せないのは、コミック系の同人誌の世界での活動である。

同人誌といえば、かつては文学系(詩、小説、俳句、短歌、エッセイ)などが中心であったが、近年は、コミケット準備会のコミックマーケット(通称コミケ)やコミティア実行委員会などが主催する同人雑誌即売会が、年に何回も活発に全国各地で開催され、いずれも膨大な数の人々

を集めるようになってきている。また、その内容も形態もきわめて多様化している。

その中でもとくに大きなイベントは、年2回開かれているし、小さなイベントは、全国の各地区で無数に開かれている。この巨大イベントには自費で作った同人誌を出版して、自ら販売するために参加してくる人が3万5000人もいるというから驚きである。

さらに、それらの作品を目当てに、買ったり見にきたりするだけの人が、常時40万人を越しているとも言われている。その1回のコミケットのたびに印刷され搬入される印刷物の量は、何と600万冊以上もあるのだというから驚くほかない。また、そのための専門の印刷・製本会社も全国に多数存在している。

それらの会社と自由自在に付き合うコミケ族の活動は、さながら一人ひとりが皆、ミニ出版社同然だと言ってもよいくらいである。プロの専門用語などは皆、マスターしてしまっているともいえるのだ。

これらのイベントの始まりは、1975(昭和50)年12月21日から。第1回のコミックマーケットが、虎ノ門の日本消防会館会議室において始まったとき、携わったのはわずかに4人。皆、若者の手によってだったと伝えられている。

その時の参加サークル数はわずかに32。参加(入場者)した人は600~700人。しかも、その9割が、10代の少年少女だったという。

したがって、それから四半世紀を経て今日のように巨大化したイベントの関係者たちの数字を見る限り、その急成長ぶりには目を見張るほかない。しかも、作られている作品も内容的には千差万別、印刷や製本技術もすぐれているものが多い。これらの隆盛も、出版したいという情熱が支えている現象の一つのあらわれだと言ってもよいのではないだろうか。

V 商業主義との間で

1. 新しい出版ビジネスの登場

本来は、純粋な自己表現行為であった自費出版活動が、そうしたニーズの多さに目をつけた、新興の出版社の着眼によって、新しく巧みにビジネス化されている手法については、すでにふれた。しかし、こうした専門出版社が開発した新しい商業性は、アマチュア作品であっても市場に並ぶことがあり得るという意味で、今までになかった新しい出版ビジネスの形態を生み出したといつてよいのかもしれない。けれども、この手の手法がいつまで続くかはわからない。

これらの会社の営業マンは営業をするだけであり、歩合制によって客と契約にこぎつけるシステムになっているようである。したがって編集は別の人の手にゆだねられる。一方、営業マンの方はマージンを貰う。

また、そのための相談会を全国各地の主要都市で行っているが、契約したあとの実態は印刷所への丸投げが多く、著者のいうままの本作りが多いといわれている。だから、発注者のイメージ

する希望には沿っていたとしても、商品としての出来ばえは甘くなりがちだ。

しかも、完成した製品は多くの場合著者に直接納めるだけ。ただし、どの社も新聞広告はたしかに数多くやっているし、全国の有力書店には専用のコーナーも設けられていて、一時期(約1か月間)は書店の棚に並ぶこともあるというのは事実である。

しかし、編集や校正という加工の部分の努力が多くの場合は希薄であることなど、これらのシステムをとっている会社の業務内容を批判する声もしばしば聞くことが多いが、そのことについてはⅢ-1.ですでにふれた。

2. 業界団体は団結

こうした専門出版社に対抗している形で、団結して活動している団体が3つある。それが「自費出版ネットワーク」「自費出版編集者フォーラム」「日本自費出版クラブ」である。しかし、すでにそのうち2つは紹介した。

自費出版ネットワークによる『自費出版年鑑2002』『自費出版年鑑2003』などの年鑑を発行している社はサンライズ出版だが、その中で紹介されている「日本自費出版文化賞」は、日本グラフィックサービス工業会が主催している活動である。

「自費出版ネットワーク」の〈概要〉は、次のようになっている。

「自費出版」の新しい流通と今後の電子出版化などの研究を目的に、社団法人日本グラフィックサービス工業会の有志を中心に、全国の中小印刷会社・出版社・編集企画会社などが参加して1996年9月に設立された非営利団体。

貴重な記録や情報を持ちながらも、広く社会に知られていない自費出版作品を発掘するために、設立と同時に開設した自費出版ホームページに刊行本を登録し、情報発信と無限の可能性のあるデータベース化を図っている。

1997年には、「日本自費出版文化賞」を創設。過去6回の応募総数は約6,300点を数え、日本を代表する自費出版作品のコンクールになっている。さらに2001年、「100万人の20世紀」シリーズの共同企画を発表。多くのメディアに注目され、2003年までに26冊が刊行されている。

自費出版物の多くが一般商業書籍に比べて遜色なく、貴重な歴史的・文化的情報発信源となっている。自費出版ネットワークでは、これらの刊行のために、著者と製作者の連携を深め、より良好な環境づくりを整え、健全な文化活動へ支援活動の展開を図っている。」⁽¹⁶⁾ というものである。そして、「日本自費出版文化賞」の主旨には、

「自費出版の作品の中には、歴史への貴重な証言であったり、時代を先駆ける画期的な問題提起など内容的にすぐれた書籍が少なくない。しかしながら書籍の流通機構に乗ることがなく、著者や製作者の苦労が報われる機会が少ないのが現状であった。

こうした状況を憂い、文化的社会的に有意義な自費出版物を正當に評価できるシステムづ

くりを求め、1997年に「日本自費出版文化賞」を創設。自費出版作品に光をあて、著者の功績を讃え、かつ自費出版という情報発信方法の再評価、活性化を促進しようとしている。

地域文化、個人誌、文芸A B、研究・評論、グラフィックの部門ごとに作品を募集し、1次2次審査を経て最終選考会で大賞および各部門賞が決定する。毎回1000点ほどの応募作品があり、受賞後に大きな社会的な反響をよぶものも生まれてきた。

応募作品の多くがホームページに登録され、すでに3000点近い自費出版物がデータベース化されている(2003年6月現在)。

第5回を迎えた昨年は、著者や制作・流通を担う人々が一堂に会して友好を深め、さらに新たな文化活動が共有できることを目指して「第1回日本自費出版フェスティバル」を開催した。日本自費出版文化賞の成果が、いっそう社会的に評価されることに期待がかかる。」

(17)

とあり、そして「応募資格」を、

「著者(個人、団体)が制作費用の全額または一部を個人で負担し、日本国内で1990年以降に出版され、主として日本語で書かれた著書が対象です。著者の国籍は問いません。」(18)としている。さらに募集部門を次の①～⑥の分野に分けている。

①地域文化部門—— 郷土史、地域誌、民俗記録、地域人物伝、記念誌など

②個人誌部門—— 自分史、一族史、追悼集、遺稿集、旅行記、趣味など

③文芸A部門—— 小説、戯曲、詩集、エッセイ、童話など

④文芸B部門—— 歌集、句集など

⑤研究・評論部門—— 研究発表(人文、歴史、法律、経済、社会、理工他)、評論、評伝など

⑥グラフィック部門—— 画集、写真集、絵本など (19)

などである。

3. 顕彰される自費出版物

こうした活発な自費出版活動を反映してか、自費出版物にだけ着目して顕彰しようとする活動も目立つ。すでに紹介した自費出版文化賞もその一つだが、大阪でBOOKギャラリー上六を主宰している福山琢磨さんの活動はすでに年季が入っている。その内容に関しては、

「<本の渡り鳥>運動は、1987年、大阪市天王寺区にできた全国でも珍しい自費出版書籍専門の図書館<BOOKギャラリー上六>を主宰する福山琢磨さんが提唱した。<ワープロが普及したおかげで、自費出版する人が広がってきていまして、ギャラリーに全国からたくさん本が寄贈されてきますが、置いておくだけではもったいないので>と同ギャラリー設立の翌年から始めた運動だ。」(20)

と毎日新聞では紹介されている。したがって、すでにその活動は15年以上に及んでいる。

また、現在は東京・日本橋蛸殻町で「自費出版専門図書館」を主宰している、伊藤晋氏の活動

が目立つ。そのきわだった活動は新聞等でも数多く取り上げられているので、見たことがある人は多いかもしれない。

さらに自治体の試みとしては愛知県春日井市の「図書館と文芸館で構成する複合文化施設」としての「文化フォーラム春日井」が行っている「日本自分史センター」の活動などがある。ここが出しているパンフレットには、その主旨が次のように書かれている。ここでは自費出版というよりは、自分史に特化していると言った方がよいのかもしれないが。

- ①「自分史づくり」のお手伝いをします。
- ②日本一の「自分史図書館」をめざしています。
- ③自分史のデータベースづくりを進めています。
- ④自分史の情報発信基地となります。
- ⑤「自分史講座」を定期的に開催します。
- ⑥自分史づくりについて、ご相談に応じています。

など。さらに「自分史で確かな明日が開けます。あなたも参加しませんか。」として、これらの目標を掲げて、活発な活動を展開している。こうした施設は、全国の自治体としては初めての試みである。

また、独自に自分史を公募し、顕彰している北九州市の北九州自分史文学賞（毎年募集で第13回目）やNHK学園自分史文学賞（5年ごとに募集で第3回）などの、自費出版や自分史を奨励する活動が目立つ。

VI おわりに

今はITの時代である。したがってパソコン万能の時代でもある。そして、その結果もたらされるであろうバラ色の近未来の幻想が、数多くふりまかれている時代ともなっている。また、世の中全体がそれを容認し、そうした電腦社会の実現の方向へ導いて行こうとする努力も活発に行われている。しかし、本当にそのことによって、私たちの生活自体が向上し、良くなって行くのであろうか。

単なる、経済界の景気回復という表面的なニーズに振り回されているだけなのではないだろうか。それらの是非については軽々には言えないが、とにかく、その誤解と過信は目にあまる時代ともなっている。

かつて「ペーパーレス時代の到来」と言われた言葉はウソ。現実とは全く違っている。紙の使用はかえってますます増えていく一方なのだ。

そして知的生産業に従事している事務系の人々の数は無数に増えた。しかし、これらの多くの人たちは校正記号すら知らないし、使えない。したがって、知的生産現場での混乱と無駄が目にあまるほど頻発している時代となっている。しかも、機器の操作に関する教育だけは熱心だ。

だから機器の使用に重点を置いた、誤った「情報教育」ばかりが礼賛される時代ともなっている。しかし、その現実には矛盾さえ感じてしまう。

けれども、こうした時代となった今、自費出版及び、プロとして編集という業務にかかわってきた業界人にとっては、むしろチャンス到来といってもよいともいえるのではないか。

それは、あらゆる場面で活発に行われている一般人に対して、情報処理に関するノウハウを正しく、効果的に伝えるためのニーズがおきていると考えられるからであり、そのためにはこれらの経験者が、あらためて師匠となって、その専門知識を、伝授しなければならない時代となったといえるからだ。

だから現代は、考えようによっては自費出版にかかわってきたプロの編集者たちこそ、対一個人や一般の組織、特に総務関係の職場の人たちに対してのアドバイザーとして重視されなければならない時代となったといえるのであり、その活躍すべきチャンスも無限に広がってきたといえるのではないだろうか。

したがって関係各位の方々に望みたい。今からでも遅くはない。即座に積極的に、それぞれのノウハウをお持ちの方は、自ら地元の公民館等、生涯学習の場を活用して編集出版講座を開き、編集のノウハウについて教導し、あらゆる印刷物の質を高めていく運動をおこしてほしい。またこれらの運動を企画し、実践していただきたいと考えている。

注、参考引用文献

- (1) 脇村義太郎『東西書肆街考』岩波新書、1979年、pp. 105
- (2) 福沢諭吉『福翁自伝』岩波文庫、1978年
- (3) 勝海舟・勝部真長編『氷川清話』付勝海舟伝、角川文庫、1972年
- (4) 谷沢永一『えらい人はみな変わってはる』新潮社、2002年、pp. 198-199
- (5) 紀田順一郎『日本の書物』新潮社、1976年、pp. 204-205
- (6) 布川角左衛門、岡田温、寿岳文章、鈴木敏夫、美作太郎編『出版事典』出版ニュース社、1971年
- (7) 制作集団Q編『業界用語事典』（マスコミ編）、柘植書房、1991年
- (8) 「日本の出版統計」『出版ニュース』出版ニュース社、2003年5月中下旬号、pp. 8-12
- (9)(10) 松田まゆみ「文芸社商法に私はこんな疑問をつきつけた」『創』2002年11月号、創出版、pp. 72-79
- (11) 自費出版ネットワーク『自費出版2003』サンライズ出版、2003年7月
- (12) 自費出版編集者フォーラムのパンフレットより
- (13) 『奥付』2002年10月発行の創刊号より
- (14)(15) 『自費出版ジャーナル』No. 60、2003年12月、pp. 8

(16) (17) (18) (19) 第6回日本自費出版文化賞募集要項から『自費出版年鑑2003』サンライズ出版2003年、pp. 4

(20) 『毎日新聞』1993年11月1日付け

