

Title	本と観光・まちづくりの接点 :日本における「ブックタウン」の試み
Sub Title	
Author	石井, 清輝(Ishii, Kiyoteru)
Publisher	三田社会学会
Publication year	2009
Jtitle	三田社会学 (Mita journal of sociology). No.14 (2009.) ,p.8- 11
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	特集: 古書流通から見た地域社会
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11358103-20090000-0008

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

本と観光・まちづくりの接点

日本における「ブックタウン」の試み

石井 清輝

1. はじめに 書店が置かれた状況

「本が売れない」状態が続いている¹⁾。書籍・雑誌の販売金額は、1990 年代後半をピークとして一貫して減り続けている。2008 年の出版の売上総額は、前年比 3.1%減の 2 兆 853 億円であった。その内訳は、書籍が前年比 3.2%減の 9026 億円、雑誌が同 3.1%減の 1 兆 1827 億円である。『ハリーポッター』人気等によって微増した前年の売上は、その反動に加え、新書本や文庫本などの低価格商品に需要がシフトしたことによって、再び減少に転じた。

書店の数は 1988 年のピーク時には 28216 店を数えたが、この「出版不況」の中で、1999 年以降は年間 1000 軒以上が転廃業している。また、古書店に関しても、新刊書店同様、新古書店の増加やインターネットの普及が大きな影響を与えている。アマゾンの古本部門や「日本の古本屋」は、開設以来大きな伸びを示しており、既存の古書店の脅威になっている。現在、新刊書店、古書店共に大きな変化の波にさらされている。

しかし、地域の新刊書店や古書店に目を転じてみれば、そのような変化の中で、本との新しい関係を模索する人々が数多くいる。その新しい関係の一つが、本と地域を結び付け、「本の町」として売り出していく方法である。本稿では、その中でも「不忍ブックストリート」と「西荻ブックマーク」の活動を中心に取り上げ、日本における「ブックタウン」の現在について考察していきたい。

2. 本と町歩きの融合—不忍ブックストリート

「不忍ブックストリート」は、東京都台東区、荒川区、文京区に跨って走る不忍通り近辺の新刊書店、古書店、ブックカフェなどの総称である。「ブックストリート」の主な活動は、無料で配布される地図（「不忍ブックストリート MAP」、年 1 回、3~5 万部発行）の作成と「一箱古本市」の開催、ホームページの運営などである。これらの活動を通して、「本の町」としてのイメージを発信している。

「ブックストリート」は、2004 年の冬から実行委員会（編集者、イラストレーター、古書店主や新刊書店員らを中心とした約 10 名）を組織し、活動をスタートしている。その活動の中心になっているのは、編集者・ライターの南陀楼綾繁氏、古書ほうろう、往来堂書店、オヨヨ書林である。発起人である南陀楼氏によれば、「ブックストリート」を立ち上げた理由は、多くの人に自分の本を販売することの面白さを実感してもらいたいと考えたこと、谷中で青空古本

市を開催したいと思っていたこと、の2つであったという。

当初から実質的な事務局になっているのが、古書ほうろうである。ほうろうのM氏も、「ブックストリート」に加わった理由を2つあげる。まず、2005年に地域に新古書店のブックオフが進出してきたことである。「ブックストリート」は、その対策として、地域内外に地域と店舗の魅力を発信していくための方法として選択された。もう1つは、増えていくネット販売に対して「古本屋の醍醐味」を伝えたい、という思いである。ネット販売では経験できない「醍醐味」を伝えるためにも、実店舗に足を運んでもらいたい。そのために、「ブックストリート」という方法が有効ではないかと考えたという。

実行委員には新刊書店員も加わっている。往来堂書店の店主であるO氏は、立ち上げの際に声をかけられたことをきっかけに活動に加わった。往来堂は、「一箱古本市」に合わせて、ブックフェアやイベントを開催している。O氏によれば、「もっと面白い本を読みたい」という読者層はかなり厚いはずだという。「ブックストリート」の利点は、人々のニーズを発掘し、「眠っている本への欲求」を刺激することにあるという。さらにO氏は、地域の書店を、インターネットや大型書店には無い魅力を持つ、「本を介したコミュニケーションの場」に出来れば、とも考えている。

「ブックストリート」は、必ずしも「ブックタウン」を作ろうと試みてきたわけではない。南陀楼氏の発想や、M氏の「古本屋の醍醐味」、O氏の理想の書店観などが結びつく地点に「ブックストリート」という企画が浮かび上がったといえる。2009年春からは、これまでの実行委員に加え、地域内外の人々を主力メンバーとして迎えている。本を中心とした文化的な活動と、既存の地域活動との連携をどのように築いていくかが、今後の課題の一つとなるのではないだろうか。

3. 本がつなぐ人と町—西荻ブックマークから「本の町」へ

中央線の吉祥寺駅と荻窪駅にはさまれた西荻窪には、90年代の終わり頃から古書店が集まり始め、現在では、古書店が集積する場所としてのイメージが形成されている。「西荻ブックマーク」の活動は、このような状況を背景に2006年からスタートする。「ブックマーク」に係わるスタッフは流動的だが、新刊書店店員、古書店主、ライターなど約10人である。主な活動は、毎月開催される作家、漫画家、評論家などによるトークイベントやワークショップの企画、運営である。

「ブックマーク」の発起人は、新刊書店関係者とライター・オンライン古書店店主の北尾トロ氏である。「ブックマーク」の中心になっているのが、音羽館とハートランド（2007年5月閉店）である。特にハートランドは、「ブックマーク」が始まる前から様々なイベントを開催していた。ハートランド店主のS氏は、本を売ることのみにこだわらない柔軟な発想を有している。「本というのはあくまで手段であって、本をネタにして夢につなげたい。本をネットワークの核にすること」がその目的であるという。ここからは、本は人と人をつなげる媒介＝メディ

アの一つである、という S 氏の思想が伺われる。

「ブックマーク」のもう一人の中心人物である北尾トロ氏は、2004 年 9 月には特定非営利法人「西荻コム」を設立し、フリーペーパーの発行、自費出版、編集・デザインの補助などの活動も行ってきた。「西荻コム」の目的の一つは、人と人、人と地域を結び付けていくことにある。ハートランド同様、「西荻コム」で形になっていたのは、人と人、人と地域を結び付ける「メディアとしての本」という思想であったと考えることができる。さらに両氏は、自分たちがやりたいことを楽しみながら実現させるための、手段としての本という考え方も有していた。この「メディアとしての本」、「遊びの手段としての本」という 2 つの側面が、「ブックマーク」と次に述べる「本の家」構想の基礎にある思想であると考えられる。

両氏は、2005 年 8 月のヘイ・オン・ワイ訪問を一つのきっかけとして、日本での「本の町」計画を構想している。S 氏は日本の「本の町」で目指していることを「本を媒介にしたコミュニティを創ること」と表現している。日本で「ブックタウン」のプロトタイプが作れば、というのが S 氏の希望であった。実際に、2007 年 7 月には長野県伊那市高遠町に「高遠 本の家」をスタートさせ、さらに、2008 年 5 月からは、より利便性の高い高遠の町の中心部に移り営業を開始している。継続的に写真展や絵画展などのイベントを開催し、2009 年の夏にはブックフェスティバルも企画しているという。今後、古書店、宿泊施設、レストランなどが集積すれば、「本の町」として形成されていく可能性もあるだろう。今後の展開を注意深く見守っていきたい。

4. 広がる「ブックタウン」という試み

2005 年以後、「ブックストリート」や「ブックマーク」以外にも、各地で本と町を結びつけた「ブックタウン」の試みが広がっている。大規模なものとしては、2006 年から開催されている福岡の「ブックオカ(BOOKUOKA)」があげられる。名古屋の「ブックマーク名古屋(BOOKMARK NAGOYA)」は、「本と街の魅力を再発見しよう」を合言葉に、2008 年から名古屋市を中心に活動をスタートしている。2009 年の開催期間中には、トークイベントなどに加え、円頓寺商店街で「一箱古本市」を開催し、多くの人々が訪れている。東京では、早稲田、目白、雑司ヶ谷という隣り合った街を、それぞれの頭文字をとって「わめぞ」と命名し、2006 年から本をテーマとした活動を開始している。さらに、2008 年 4 月には目白の銭湯を会場に「月の湯古本市」を、11 月からは雑司ヶ谷の商店街を舞台に、回遊式古本フリマ「みちくさ市」をスタートさせている。日本各地で、本に係わる人々、本好きの人々が本と町を結びつけたさまざまな活動を展開している。

「ブックタウン」という試みは、新たな観光、まちづくりのあり方として注目を集めている。世界に知られる「ブックタウン」であるヘイ・オン・ワイは、本と観光まちづくりが結び付いた成功例として特筆に価する。「ブックタウン」は、日本ではまだ形成の途上であり、今後の展開は未知数である。ただし、本と町をつなげる人々の新しい試みの中から、その思想や実践的

な形態が浮かび上がってくるのではないだろうか。今後も各地の「ブックタウン」という試みの可能性に注目していきたい。

【註】

- 1) 本稿は2008年7月に慶応義塾大学で開催された三田社会学会の大会シンポジウム「古書流通から見た地域社会—古書の町・ブックタウン運動を考える」において、筆者が報告したものである。この報告は、『神田神保町とヘイ・オン・ワイ—古書とまちづくりの比較社会学』（大内田鶴子・熊田俊郎・小山騰・藤田弘夫編、東信堂、2008年）に所収の拙稿『『ブックタウン』という試み—本と観光・まちづくりの接点』の内容に、それ以後の調査対象の活動を加えたものである。

(いしい きよてる 高崎経済大学地域政策学部)