

Title	なぜ、ヘイ・オン・ワイで「古書」を買うのか? : Why do tourists visit Hay-on-Wye?
Sub Title	Why do tourists visit Hay-on-Wye?
Author	皆吉, 淳平(Minayoshi, Junpei)
Publisher	三田社会学会
Publication year	2009
Jtitle	三田社会学 (Mita journal of sociology). No.14 (2009.) ,p.24- 33
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=AA11358103-20090000-0024

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.

なぜ、ヘイ・オン・ワイで「古書」を買うのか？

Why do tourists visit Hay-on-Wye?

皆吉 淳平

1. 古書の町「ヘイ・オン・ワイ」

(1) ヘイ・オン・ワイとツーリスト

「ヘイ・オン・ワイ (Hay-on-Wye)」は、もっとも有名な「古書の町」である¹⁾。リチャード・ブース (Richard Booth) が 1960 年代に開いた古書店を始まりとして、いまや、古書に関わる者なら知らぬ人はいないと言われるほどの、古書の町である²⁾。

ヘイにはおよそ 30 軒の古書店がある³⁾。さらに、古書店に併設されているものを含めて骨董品店が 10 軒前後、ほかに製本店が数軒ある。これらの店舗が、歩いて回れる距離に密集したまち、それがヘイ・オン・ワイである。しかしヘイの最大の特徴は、その立地にある。東京の神田神保町やロンドンのチャリング・クロス街など、名だたる「古書店街」はいずれも大都市の一部としてある。それに対してヘイは、イングランドとウェールズとの国境付近、ロンドンから直線距離で 200 キロ以上離れた場所にある。つまり、のどかな田舎のなかにある古書の町、それがヘイ・オン・ワイなのである。

この町は、本を中心としたまちづくりを意味する「ブックタウン」の成功事例としてにわかに脚光を浴びている。ヘイでは、ヘイ・フェスティバル (The Guardian Hay Festival of Literature 2009 年は 5 月 21 日から 31 日に開催) を筆頭に、フード・フェスティバル (Hay-on-Wye Food Festival) やイギリス映画祭 (Hay Festival of British Cinema) など多くのイベントが開催されている。古書の町として有名となったヘイは、いまや多くのツーリストを集める観光地となっているのである。

しかしなぜ、わざわざウェールズのヘイ・オン・ワイを訪れるのだろうか。

本と人の移動ということを考えれば、これまでは、人を求めて本が移動するのであって、本のために人が移動するのではなかった。「人間と書物との関わりを考えると、『場』の問題を見落とすことはできない。人はどこで本に出会うのか。本の宅配サービスまである現代では何でもないことだが、書店や図書館が身近になったのは、そう遠い昔のことではないし、書店にも図書館にも恵まれない地方の人々にとって、これは大問題だった。そうした人々の旺盛な読書欲や知識欲を満たすために、書物を抱えて売り歩く行商人の姿が、近年にいたるまで洋の東西を問わず各地で見られた」(高宮・原田 1997: 153)。東京近郊の人びとが古書を求めて移動することはあっても、それは神田神保町までの移動であった。しかしながら、こうした構図をヘイ・オン・ワイは転回した。ヘイ・オン・ワイは、まったく逆の発想である。人々は、古書

を求めて、ウェールズの片田舎に行くかのようなのである。

なぜ、人はヘイ・オン・ワイへと足を向けるのか。なぜ、ウェールズの片田舎にまで、行かねばならないのか。問い方を変えれば、ヘイ・オン・ワイの何が、人びとを引き寄せせるのか。自明と思われるかもしれないこの問いを、本稿では改めて考えてみたい。

(2) 観光へのまなざし

観光はさまざまな観点から注目されている。2008年10月に観光庁が発足したことは記憶に新しい。そして現代社会には、多様なツーリズムが存在している。

たとえば『観光学辞典』（長谷編 1997）に「多様な観光形態」として挙げられているのは、次のような項目である。宗教観光 (sightseeing at religious places)、保養観光・健康観光 (health tourism)、教育観光 (educational tourism)、スポーツ観光 (sport tourism)、体験観光 (experience tourism)、サポーターズ・ツーリズム、ショッピング・ツーリズム、ギャングル・ツーリズム、セックス・ツーリズム、都市観光 (urban tourism / city tourism)、産業観光 (technical tourism) やテクニカル・ビジット、イベント観光 (event tourism)、ヘリテイジ・ツーリズム (遺産観光)、戦場ツーリズム (battlefield tourism) など。また大衆観光 (マス・ツーリズム) への反省を踏まえた「新しい観光の考え方」には、持続可能な観光 (sustainable tourism) やオルタナティブ・ツーリズムとして、グリーンツーリズム、ルーラル・ツーリズム、アグリ・ツーリズム、エコツーリズム、ソフト・ツーリズムなどが挙げられる。

こうした観光へのまなざしと同時に、新型インフルエンザなど感染症の流行は、国境を越えて移動する人びとの存在を改めて意識させる。この現代社会における移動性 (mobilities) は観光という視角に留まらない問題領域をも生みだしている。「代理母」や生殖補助医療 (不妊治療) を求めて国境を越える事態は、いわゆる「生命倫理 (政策)」のグローバル化という論点を生み出している。なかでも臓器移植をめぐる国際的な移動、つまり臓器提供者を求めての移動が引き起こす問題は、「移植ツーリズム⁴⁾」と呼ばれるようになっている⁵⁾。

そもそも人の移動があるからこそ、観光という現象が生まれる。そして、観光やツーリズムという言葉で表現される現象には、さまざまな問題と可能性が秘められている。そうした可能性の一つを具現化したのが、ヘイ・オン・ワイなのだと言える。それでは、なぜ人は移動するのだろうか。なぜ人はヘイ・オン・ワイへ行くのだろうか。以下では、実際にヘイ・オン・ワイを訪れる者の視点で検討してみたい。

2. 「ほんもの」の古書の町ヘイ・オン・ワイ

(1) 「古書の聖地」への巡礼

なぜヘイ・オン・ワイに行くのか。その問いを考えるにあたって、観光の原初形態の一つとして「聖地巡礼」が挙げられていることは興味深い。なぜならば、ヘイは「古書の聖地」であり、ヘイ観光はまさに「古書の聖地」への巡礼であると解釈することができる。つまり人は、

「古書の聖地」であるヘイ・オン・ワイに行かねばならないのである。

たとえば『古書の聖地』と題された本がある (Collin 2003=2005)。これは、ヘイ・オン・ワイに移住した作家志望のアメリカ人によるエッセイである。興味深いのは、原書のタイトル (Sixpence House) からは飛躍した、この『古書の聖地』という邦訳のタイトルである。ここには、ヘイ・オン・ワイを「古書の聖地」として捉える見方が典型的に現れている。

そしてこの「古書の聖地」という見方が、「愛書家 (ビブリオマニア)」や「古書店めぐり」を趣味とする人の心を惹きつけることになる。前述したようにヘイは、大都市の一部である神田神保町やチャリング・クロス街と違い、ロンドンから遠く離れた隔離された場所にある。電車も通っていないそこは、神田神保町やチャリング・クロス街に比べて、簡単に行くことが出来ない秘境のような場所なのである。だからこそ、「古書の聖地」として神聖視される。

このように愛書家ならば誰でも知っている「古書の聖地」であるヘイ・オン・ワイは、愛書家にとって一度は行ってみたい場所となる。そして大都市の古書店街のように簡単には行けない場所だからこそ、ヘイを訪れることは聖地巡礼となるのである。ヘイを訪れてこそ、ほんものの愛書家になることができる。ヘイ・オン・ワイとは愛書家にとって、通過儀礼として訪れるべき場所なのではないだろうか。

(2) 「ほんもの」の古書の町

ヘイ・オン・ワイには「古書の聖地」というイメージがある。しかしそのようなイメージが醸成されるには理由がある。それは、ヘイが「ほんものの古書の町⁶⁾」ということである。

ヘイが「ほんもの」であることの理由は、その歴史だろうか。神田神保町や、ロンドンのチャリング・クロス街あるいはセシルコート通りには、古書店街としての歴史や伝統があると言われる。しかし、「古書の町」としてのヘイの歴史は半世紀にも満たない。「ほんもの」であることの理由が歴史や伝統だとしたら、ヘイは決して「ほんもの」ではないことになる。つまり、ヘイを「ほんもの」たらしめているのは、歴史ではない。

ヘイ・オン・ワイは、その規模において鮮烈な印象を与える。「チャリング・クロス街と逆に、その町は伝統という点において神保町に負けるものの、規模からいえば決して引けを取らないだろう」(川成編 1994: 1)。規模というのは、広さのことではない。小一時間もあれば歩いて回ることの出来る広さである。ここで指摘されているのは、1200 万冊とも言われるその蔵書数である。すなわち古書と古書店の密度が特筆されることになる。「この町は、日本人の観光客など絶えて立ち入ることのない、ひなびた山村である。しかし、町のどの通りを歩いても古本屋が目につく、正真正銘の《古書の町》だった」(川成編 1994: 4)。

神田神保町が、あるいはチャリング・クロス街が、古書店街として名を馳せたとしても、そこにあるのは古書店だけではない。それに対してヘイ・オン・ワイは違う。古書や古書店を見ないように歩くことが難しいほど、古書と古書店が集積しているのだ。神田神保町をはじめとして多くの古書店街が、都市のなかにある古書店街だったとすれば、ヘイ・オン・ワイは古書

を核として出来ている「まち」なのである。

このようにヘイ・オン・ワイを「ほんものの古書の町」としているのは、ほかならぬ古書の存在であり、そして古書店の密度である⁷⁾。この目に見える指標によって、人びとは「古書の聖地」というイメージを膨らませるのだ。

ヘイ城の中庭に広がる「正直者書店 (honesty bookshop)」の光景は、このイメージを増幅させる。リチャード・ブースが捌ききれなくなった大量の在庫を処分する方法として選んだ正直者書店では、「ハードカバー50ペンス ペーパーバック 30ペンス」などと書かれた看板と集金用のポスト、あとは古書が並べられているだけである。ヘイ・シネマ書店の前に広がる正直者書店の書棚には、扉と錠前がついているが、ヘイ城の中庭に広がる正直者書店は、「野ざらし」状態と言っていいほどである。古書が、「書店」の名の下に、これほどぞんざいに扱われている光景も珍しい。正直者書店のような形態は、ブースの専売特許ではないかもしれない。けれども、ヘイ城の中庭にとどまらない「正直者書店」は、ヘイ・オン・ワイのイメージを形成する上で大きなインパクトを持っている。野ざらしにされる程、大量の古書がある町。それが、ほんものの古書の町ヘイ・オン・ワイなのである。

それでは大量の古書は何のためにあるのだろうか。ヘイ・オン・ワイの古書は、飾り物ではない。それは売り物である。ヘイに行けば古書を買うことができる。このことが意味するのは、人びとは古書を求めてヘイに行くのではないかということである。そうだとすれば、ヘイ・オン・ワイを訪れる観光客は、古書を買うことが目的だということになる。

3. 古書を求めてヘイに行く

(1) ヘイ・オン・ワイの古書店の多様性

ヘイ・オン・ワイには、古書がある。古書が集積している。だからこそ人は、古書を求めてヘイ・オン・ワイへと足を伸ばす。しかし、古書と言ってもさまざまである。

例えば、「研究」という観点から探す古書がある。19世紀に出版されたもの、あるいは、20世紀前半に出版されたもの。絶版となった専門書を古書として探すことがあるだろう。またもちろん、新刊でも手に入るものを古書として安く入手したい、ということもある。ヘイ・オン・ワイには英語の書籍が圧倒的に多く、イギリスの社会学者アンソニー・ギデンズの著作のペーパーバックは容易に見つかった。リチャード・ブース書店や、ヘイ・シネマ書店には、社会学の専門書を見つけることもできる⁸⁾。

もちろん、「愛書家」と呼ばれる人びとも、古書を求めてヘイ・オン・ワイに集まる。彼らが求めるのはアンティーク、骨董品と呼びうるほどの年輪を感じさせる書籍である。ヘイ・オン・ワイには医学関連の古書を扱う店がある。その店には、教科書で表紙を見るような16世紀の解剖学の古書が飾られていた。書店のカウンターで手荷物を預けねばならない店⁹⁾。そうした希少価値のある古書、稀覯書を扱う書店はヘイ・オン・ワイにもある。

そして特徴的な書店もある。例えば探偵小説、犯罪小説、ホラー小説を専門に扱うマダー

&メイヘム書店である。黄色のタイルで入り口が飾られた店には、このジャンルのペーパーバックばかりが並べられている。あるいは、児童図書専門のチルドレン書店や絵本や挿絵のある本専門のローズ書店などがある。

このように多様な書店がヘイ・オン・ワイには揃っている。けれども、こうした古書店があることを知ってヘイ・オン・ワイに行く人は、どれほどいるのだろうか。特定の古書店に行くためだけにヘイ・オン・ワイまで足を伸ばす人は、どれだけいるのだろうか。つまり、古書を探していたとしても、わざわざヘイ・オン・ワイにまで行く必要はあるのだろうか。

古書が欲しいのであれば、何もヘイ・オン・ワイまで行かなくてもよさそうである。現に希少価値の高い稀覯書は、名だたるオークションに出品されることも稀ではない。また、それこそチャリング・クロス街にも、神田神保町にも、こうした稀覯書を扱う書店はある。専門書についても同様である。ある程度の量が流通する一般書であれば、新古書店に廉価で見つけることも出来る。そして、インターネットを利用することで世界中の情報を集めることが出来る。欲しい古書を探すためなら、ヘイ・オン・ワイまで行く必要はないのかもしれない。そうだとすれば、人はなぜヘイ・オン・ワイに行くのだろうか。

(2) 正直者書店とヘイ・オン・ワイ

インターネットの出現と普及は、古書店のあり方を変えている。インターネットの利用で便利になる部分は新しい分野として急速に発達している。他方で、古書店という物理的な存在を必要とする部分も残されている。

一般の顧客が古書店で古書を購入する方法は、大きく二つに分けることが出来る。一つは特定の古書の情報をすでに持っていて、その特定の古書を探しに古書店に入り、そしてその古書を見つけて購入するというものである。もう一つが、様々な目的や理由で訪問した古書店で書棚を眺めているときに、思わず発見した古書を購入するというものである。この後者の買い方には、古書や古書店が物理的に存在することが重要になっている¹⁰⁾。それに対して、前者の特定の古書を探している場合に重要となるのは、古書店の物理的な存在ではなく古書の情報である。そしてこうした買い方の場合は、古書店に足を運ぶよりもインターネットで検索した方が効率的な買い物が出来るということになる¹¹⁾。

このように考えると、人びとがヘイ・オン・ワイを物理的に訪れるのは、特定の古書を探しているからではない、ということになる。ヘイを訪れる人びとは、大量の古書のある「ほんものの古書の町」だからこそ出来ることを求めているのだ。

ところで、古書店は大きく二つに分けられると言われている。ひとつは、稀覯書専門のアンティークオリアン。貴重で高価な古書、レア・ブックスを扱う店である。もうひとつはセカンド・ハンドのブックショップ。いわゆる古本屋である。チャリング・クロス街や神田神保町は、アンティークオリアンやセカンド・ハンドのブックショップでも特定のジャンルを扱う書店が軒を連ねるイメージである。もちろん、チャリング・クロスもアンティークオリアンばかりで

はないし、神田神保町でも本当に高価な稀覯書を陳列している書店は決して多くない。けれども重要なのは、イメージである。歴史や伝統のある古書店街に並ぶのは、セカンド・ハンドのブックショップではない。

それに対してヘイ・オン・ワイについてもっとも広く共有されているイメージは、正直者書店ではないだろうか。そしてこの正直者書店のイメージは、アンティークオリアンのイメージではないのである。

そもそもリチャード・ブースが 60 年代にヘイ・オン・ワイでの商売を始めた頃、彼は在庫を保管するスペースを強みと考えていた。「サザビーズやクリスティーズ [といった有名なオークション] や [チャリング・クロス街から一步入ったところにある] セシルコート の有名店は、最初から眼中になかった」と言い、「ありとあらゆる場所をトラックで走り回り、手当たり次第に本をかき集め」たことで、ヘイ・オン・ワイに大量の古書が集まったのである ([] 内は引用者による) (Booth 1999=2002 : 29)。そして捌ききれなくなった大量の在庫を処分する方法が正直者書店であった (Booth 1999=2002 : 199)。大量の古書が、十分な仕分けもされずに並べられた正直者書店。すると、その中に、ひょっとすると「掘り出し物」があるのかもしれない。アンティークオリアンであれば適正な価格で売られてしまう古書が、正直者書店の書棚で発見できれば安く手に入る。このようなイメージがヘイ・オン・ワイには醸成され、人びとを引き寄せているのではないだろうか。

4. 「ヘイ・オン・ワイ」のイメージと古書

(1) ヘイ・オン・ワイでの「古書探し」

「正直者書店」を象徴とするヘイ・オン・ワイのイメージ。そこに行かなければ「掘り出し物」探しは出来ない。だから、ヘイに行く。しかし、この考察には落とし穴がある。

そもそも、古書に「掘り出し物がある」と考えることが、普通の発想ではないのである。「掘り出し物」という感覚の存在それ自体が、古書を価値あるものと見ていることに他ならない。この普通ではない感覚に基づき、正直者書店の写真や紹介文を読み、そして膨らませるイメージは、野ざらしにされた古本の山の中に宝物が埋もれているのではないか、という期待である。ヘイ・オン・ワイに行き、正直者書店で本を探しても、その宝物が見つからない。すると、こう考えてしまう。本当は宝物があったかもしれないのに、それを見抜く目が備わっていなかったのではないか、と。

このようにヘイ・オン・ワイへの期待を抱いてしまうと、次のような光景を理解することは難しい。

ヘイには「すべて 1 ポンド」と宣伝するブックエンド書店があった¹²⁾。店内には新刊のペーパーバックなどが並んでいる。そして、その店には人が集まっていた。犯罪モノ専門の古書店よりも、医学の専門書を扱う店よりも、この店に多くの人が集まっていたのである¹³⁾。「ほんものの古書の町ヘイ・オン・ワイ」に来たのなら、他に立ち寄るべき古書店はたくさんあるは

ずである。

おそらくヘイ・オン・ワイに集まる人びとの多くは、「掘り出し物」を求めてきたわけではない。ましてや、骨董品のように値の張る稀覯書を探し求めているわけではない（そもそも稀覯書を扱う書店は少ない）。特定の古書を探しているのではなく、面白そうな古書を、安い本を、探しているかのようである。しかし、本当に「探している」のだろうか。

人びとは、ヘイ・オン・ワイに「古書」を探しに行くのではないのかもしれない。人びとは、ヘイ・オン・ワイへ「古書探し」をしに行くのである。愛書家にも、研究者にも、そして「普通の」人びとにも、「古書探し」という目的は共通する。そして、このときに膨らんでゆくイメージは、ヘイ・オン・ワイについてのイメージではない。ヘイ・オン・ワイで「古書探し」をしている自分自身のイメージが、膨らんでゆくのである。

「書店とは、不思議な空間である。目的があろうとなかろうと、買おうが買うまいがこちらの勝手。ただ、背表紙を眺めているだけでもなんとなく楽しい」（高宮・原田 1997 : 175）。

ヘイ・オン・ワイは、こうした楽しさを誰でも共有できる場所であり、誰でも「古書探し」が出来る場所なのだ。そしてそこは、誰でも「古書探し」に興じている自分に出会える場所なのだ。それこそが、多くの人びとをヘイ・オン・ワイに引き寄せるものなのではないだろうか。

(2) 「ほんものの古書の町」という観光地

ヘイ・オン・ワイが観光地として成功したのは、愛書家や研究者だけが訪れているからではない。メディアに大きく取り上げられるヘイ・フェスティバルの期間だけではなく、ヘイ・オン・ワイには多くの人が集まっている。バカンスのシーズンであれば家族連れも多く訪れる。様々な人びとが訪れるからこそ、観光地となったのだ。だから、ツーリストの大部分は、ほんものの愛書家になるために「古書の聖地」へと巡礼に訪れたわけではないし、「古書」を探しに来たわけでもないのかもしれない。「ほんものの古書の町」で「古書探し」をしてみたくて、ヘイ・オン・ワイを訪れるのではないだろうか。「古書」を買うためではなく、「古書探し」をしている自分自身のイメージを実体験し、それを楽しむために、ヘイ・オン・ワイに足を伸ばすのではないだろうか。そうした人びとこそが、ヘイ・オン・ワイを潤すツーリストなのだ。

ヘイ・オン・ワイは自然に囲まれている。日本の旅行者へのアンケートでは、「あなたにとって旅とは？」という質問に対して、「癒し」「美味しいものを食べる」「日常からの脱出」が回答数で上位3つの選択肢だったという（旅の販促研究所 2009 : 14-17）。ヘイ・オン・ワイで「美味しいもの」に出会うことが出来るかどうかは個人差のあるところだが、郊外の自然に癒され、「ほんものの古書の町」という非日常的な空間に触れることは、「本好き」ではなくとも興味を持つことが出来るのかもしれない。

そして訪れる人に多様性が生まれれば、ヘイ・オン・ワイにおける「古書」の意味にも、多様性が生まれる。「古書」はツーリストがまなざす対象として、「ヘイ・オン・ワイ」というイメージを構成するもっとも重要なものである。「古書」がなければ、そこに「ほんものの古書の

町」は存在しえないのだ。こうした側面とともに「古書」には、売り物としての側面もある。

「古書」には、「ほんもの」の一部として持ち帰ることのできるものという意味も生まれる。つまり、「古書」はヘイ・オン・ワイへの旅の記念の品、お土産となる¹⁴⁾。

たとえ同じ本をインターネットで購入することが出来ても構わない。同じ本をロンドンで手に入れることが出来ても構わない。重要なのは、「ヘイ・オン・ワイで買った」本だということなのだ。「ヘイ・オン・ワイでしか買えない」から価値があるのではなく、「ヘイ・オン・ワイで買った」ということ自体に価値が生まれる。その価値の源泉こそ、「ほんもの古書の町」というヘイ・オン・ワイのイメージである¹⁵⁾。

書籍の電子化が進み、物理的な「本」がなくなる世の中になったとしたら、ヘイ・オン・ワイも消滅するのだろうか。そのような世の中になったときこそ、最後の「古書の聖地」となり、ヘイ・オン・ワイはいつまでも観光地であり続けるのかもしれない。そうあって欲しいと思ってしまうこと、それがヘイ・オン・ワイの魅力なのかもしれない。

【註】

- 1) 本稿は、2008年7月12日に開催された三田社会学会の慶應義塾創立150年記念大会で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」で口頭発表したものを下敷きにして、いくつかの新たな論点を加え、口頭発表のもとになった拙稿（皆吉 2008b）を大幅に修正したものである。大会当日、コメントを頂いた方々に改めて感謝いたします。
- 2) なお以下では、「古書」と「古本」を互換的に用いる。とくに高価なものや希少価値のあるものを指す場合には、「稀覯書」という表現を用いている。
- 3) ヘイ・オン・ワイのオフィシャルウェブサイト (<http://www.hay-on-wye.co.uk>) 内にある「book shops in and around Hay-on-Way」のページには30軒の書店があるとの説明があり、28軒分の書店リストが掲載されている（2009年4月2日現在）。
- 4) 国際移植学会によるイスタンブール宣言（2008年5月）では、「移植ツーリズム（transplant tourism）」を「移植のための渡航に、臓器取引や移植商業主義の要素が含まれたり、あるいは、外国からの患者への臓器移植に用いられる資源（臓器、専門家、移植施設）のために自国民の移植医療の機会が減少したりする場合」と定義している。移植を受けるために国境を越えるだけではなく、そこに商業主義の要素を含むところに、「移植ツーリズム」という言葉の特徴があると言える。
- 5) これらは、グローバルな正義の間われるきわめて生命倫理的なテーマであると同時に、ツーリストによるホスト社会の搾取という課題を「生命」や「身体」をめぐるラディカルに浮き彫りにするものと言える。けれども、臓器売買を助長するような「移植ツーリズム」が、自国内での臓器提供者の増加によって解決できる問題なのかは、慎重な検討が必要だろう。なぜなら「臓器の需要と供給のバランス」は、決して「供給過剰」にはならないものだからである。こうした医療観光は、なぜ人びとは国境を越えて移動するのか、その移動を制限することはいかにして可能なのか、と問うことの重要性を示すもの

なのかもしれない。なお脳死臓器移植をめぐる問題のうち「公平性」や「社会的合意」については拙稿を参照 (皆吉 2005a, 2005b, 2008a)。

- 6) ここでの「ほんもの」とは、ブーアスティン (Boorstin 1962=1964) 以降、観光研究における一つの論点となっているオーセンティシティ (authenticity) と重なり合う部分もあるが、必ずしも一致するものではない。後述するように「古書の町」の場合は、歴史や伝統を欠きながらも「ほんもの」となり得る。オーセンティシティとその批判をめぐる議論状況については、高岡 (2003) を参照。
- 7) そうだとすれば、ヘイに限らず「ブックタウン」(あるいは古書の町) が「ブックタウン」と言えなくなるのは、まさに古書 (古書店) がなくなったとき、ということになるのだろう。その場合、稀覯書という意味での古書がなくなったときなのか、それとも、一般的な意味での古書なのか。またあるいは、観光客が集まり観光資源として古書 (古書店) が機能することが「ブックタウン」であるのだとすれば、観光客が途絶えたときに「ブックタウン」ではなくなる時なのだろうか。「ブックタウン」を「ブックタウン」たらしめている要素については、さらなる考察が必要であろう。
- 8) ヘイ・シネマ書店には日本語の出版物の棚もあったが、広大な書店のなかで、それはわずか本棚 1 つ分 (それも隙間の目立つ状態) であった。
- 9) 筆者がヘイを訪れた 2004 年には、ヘイ・シネマ書店とマーク・ウェストウッド書店の二店舗が該当した。しかし後者のマーク・ウェストウッド書店は、目立たない店構えのせいか来店者は多くないようだった。なおこの書店は、現在ヘイの公式ホームページには挙げられておらず、イングランドで最初のブックタウンであるセドバー (sedbergh) に移転したようである。経営者のマーク・ウェストウッド氏は、ヘイに店舗があった 2001 年 8 月に行われたインタビューで、「現状以上に観光客に来て欲しいとは思わない」との見解を示している (鈴木 2008 : 83)。ヘイ・オン・ワイが観光地として成功している反面で、それを嫌う古書店経営者もいるということだろうか。なおセドバーについては藤田 (2008 : 23-24) およびホームページを参照 (<http://www.sedbergh.org.uk/booktown/>)。
- 10) もちろん「適当に」検索した結果一覧のなかから、思わず発見した古書を購入するということもあり得る。しかしながら、画面に表示された検索結果の情報量と、古書店で書棚を眺めたときに得られる情報量との間に、小さくない格差があるのだとすれば、やはり物理的に存在する古書店は重要である。
- 11) 以上のインターネットと古書店との関係については、小山 (2008) の分析にもとづく。インターネットに販路をもつ古書店の大きなメリットの一つは、在庫コストの合理性である。この在庫コストの合理性こそ、リチャード・ブースがヘイ・オン・ワイに古書店を開いた理由でもあった。宅地の値段が跳ね上がって困るというマーク・ウェストウッドの見解は (鈴木 2008 : 83)、ヘイに定住しようとして挫折したポール・コリンズの経験と共通する (Collins 2003=2005)。もはやヘイ・オン・ワイに店舗を構えることによる在庫コストの合理性はないのかもしれない。
- 12) ちなみにこのブックエンド書店は、チャリング・クロス街にも同様の店舗を持っている。
- 13) ただし、ブース書店やヘイ・シネマ書店のように広い店舗スペースを有する書店に比べると、多いというわけではない。
- 14) 旅の「お土産」としては、「伝統的な」民芸品やツーリストアートあるいは「ご当地グッズ」が代表

的なものだろう。もしブックタウンに特有のお土産があるのだとすれば、それは「古書」を除いて、ほかに何があるだろうか。

- 15) もちろん、こうしたイメージの広がりインターネットやガイドブック、あるいはリチャード・ブースによる奇抜なメディア戦略が影響を与えていることは確かであろう。

【文献】

- Boorstin, D. J., 1962, *The Image: or, What Happened to the American Dream*, Atheneum. (星野郁美・後藤和彦訳『幻影の時代——マスコミが製造する事実』東京創元社, 1964年)
- Booth, Richard, 1999, *My Kingdom of Books: An Autobiography*, Y Lolfa. (東眞理子訳『本の国の王様』創元社, 2002年)
- Collins, Paul, 2003, *Sixpence House: Lost in a Town of Books*, Bloomsbury Publishing PLC. (中尾眞理訳『古書の聖地』晶文社, 2005年)
- 藤田弘夫, 2008, 「古書の町とまちづくり——古書の町ヘイの誕生とブックタウン運動の広がり」大内田鶴子・熊田俊郎・小山騰・藤田弘夫編『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』東信堂
- 長谷政弘編, 1997, 『観光学辞典』同文館出版
- 川成洋編, 1994, 『世界の古書店』丸善
- 小山騰, 2008, 「ヘイ・オン・ワイの古書店とインターネット」大内田鶴子・熊田俊郎・小山騰・藤田弘夫編『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』東信堂
- 皆吉淳平, 2005a, 「臓器移植における「公平性」の発見」『ソシオロギス』No. 29: 52-71.
- , 2005b, 「社会的合意」とは何か? ——生命倫理における「社会」『現代社会理論研究』No. 15: 281-92.
- , 2008a, 「「生命倫理の社会学」はいかにして可能か? ——R. C. フォックスとバイオエシックス」『現代社会学理論研究』(現代社会学理論学会)、No.2: 100-12.
- , 2008b, 「ヘイ・オン・ワイの古書店街を歩く——古本の魅力」大内田鶴子・熊田俊郎・小山騰・藤田弘夫編『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』東信堂
- 鈴木輝隆, 2008, 「ブックタウンによる地域経営——本から生まれる滞在型観光のヒント」大内田鶴子・熊田俊郎・小山騰・藤田弘夫編『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』東信堂
- 旅の販促研究所, 2009, 『旅人の本音——「日本」の旅に関するアンケート集』彩流社
- 高宮利行・原田範行, 1997, 『図説 本と人の歴史事典』柏書房
- 高岡文章, 2003, 「観光・文化・オーセンティシティ」『現代社会理論研究』第13号, 259-268.

(みなよし じゅんぺい 芝浦工業大学ほか非常勤講師)