

# 書店とは

高倉麻耶

書店とは、アミューズメントパークである。

最近そんなことを、夫と話して考えた。私も夫もアラフォーの、読書をさかんにする世代である。ただ、本の傾向は私が文学とビジネス書・実用書寄り、夫は趣味の陶芸や茶道など伝統文化寄りで、なおかつラノベ（ライトノベル）寄り、というふうに食い違っている。

なんとなく二人でぶらりと書店に行くことが、よくある。到着すると、お互いそれぞれ単独行動になって好きな書棚に行き、物色し、レジに並んで購入し、レジ横で待ち合わせて店をあとにする。趣味が違うので、蔵書がかぶることは稀である。この、書店での買い物、我々夫婦はすこぶる楽しい。

さて、書店とはいったい何であろうか。私たち夫婦の嗜好からすれば、それは「新しく楽しい刺激がいっぱいの、ワクワクする場所」であり、販売されている各書籍は、それ自体がひとつのアトラクションのようなものだ。立ち読みでチラ見して、いざ、本格的に楽しもうとなったら、列に並んでお金を払って、本を読むことで得られる「体験」を購入するのである。まるでアミューズメントパークのような楽しみ方ではないか。

ところが今や世間では、書店は軒並み営業難に見舞われている。大型書店でも吸収合併はもちろん、閉店もやむなしである。町の小さな書店に至っては、ほとんど姿を見ることがないくらいまで減ってしまった。ここ三十年ぐらいで書店は一気に減ったようである。生き残っているのは、大きな駅の近くにある大型書店、大型ショッピングモールの中にある書店、あとはちらほらと各地に残る小さな「町の本屋さん」の灯火である。そして、古本屋も同じようにちらほらと生き残っているが、もはや風前の灯火である。

みんないったいどうやって本を買っているのか。そもそも本を買っている人と、買っていない人がいる。買わない人は、スマホで情報を手手するので、教科書ぐらいしか持たず、基本的に本を読まないのである。買う人であっても、ほぼネットで買う。そんな人々にとっては書店など無用の長物である。これでは、消滅も致し方ない。

では、本を買う人で、書店に行く人は、どういう人なのだろうか。夫の考えると

ころによると、まず、本屋の客は三種類。ひとつは、「決まった雑誌のみ買う客」。これはコンビニエンスストアを利用するのと同じ感覚であり、そもそも、目的の雑誌のみが欲しいだけで、文庫やハードカバーなどの本を買うわけではない。読書好きではない。

次に、「書店にアミューズメントパークを求める客」。これは大口の顧客である。その大口顧客が、二種類に分かれる。「年パスの客」と「年イチしか来ない客」である。我々夫婦は「年パス」にあたる。一年中、いつでも来たいときにブラリと現れて、数冊の本をヒヨイヒヨイと買っていく。しょっちゅう買うので、家に無数の蔵書がある。いわゆる積読本を山ほど持ち、暇なときは本を読んで暮らす優雅な読書家である。文芸好きとラノベ好きに分かれるが、どちらもためらいなく書店に金を落としていく。なんなら数件ハシゴする。仕事帰りに大型書店に立ち寄れる、いい場所に棲んでいるのが特徴だ。自慢ではなく、本を買うのには有利な土地柄だということである。

「年イチ」の客は、郊外に居を構えている。大型書店は遠いので、たまに気合を入れて「よし！ 今日の本屋行くぞ！」となるまで行かない。だが、いざ買うとなったら、アトラクションであるところの書籍を満喫するため、まとめ買いをするので、これも大口顧客のひとつの形態である。そして、まとめて買った本を一年かけて読破する（ここでいう一年は、たとえの話であり、別にそれが三ヶ月でも半年でもかまわない）。

こう並べてみると、確かに、夫の言うように本屋の客には偏向があるし、やはり本とは嗜好品なのだという感が否めない。たとえば、「本がないと死んでしまう」というような人はいない。なかつたらなかつたで、なんとかなる。資格試験を受けるのにその教科書となるようなテキスト本がないと、たいへんではあるが、別に動画中で勉強しようと思えばできてしまう。水や食糧がなければ人は死んでしまうが、本がなければ呼吸ができないほど逼迫する人はいない。

では、書店はこれからどうやって生き延びていけばいいのだろうか。ひとつは、アマゾンのように通販を主体にしていくことが考えられる。大型のネット市場に転がり込む道である。これはおそらく多くの古本屋も参入している市場ではないだろうか。

もうひとつの道が、「ひとつのアトラクション」になりきる道である。これはどういうことかというところ、たとえば「お化け屋敷」をやるなら絶対ウチが最高です、他には負けません、という専門ジャンルを打ち出して、ファンを獲得することであ

る。店を、ほうぼうからファンが集う場所にする。並大抵の覚悟ではできないし、茨の道であるが、いったん強みを得たら最強の本屋である。ユーチューブにチャンネル出して名物店長が有名人になるといった道も考えられる。

もう他に書店が生き残る道はないのだろうか？ 電子書籍が出回り、ネットショッピングが主流になると、店頭で本を販売することにはなんの意味もなくなってしまうのだろうか？

いや、まだ、そんなことはない、と私は思っている。読書家を育て上げる土壌の醸成が肝要である。子どものうちから本を読む文化を定着させれば、本屋で本は売れるのである。要は、「みんなだんだん本を読まなくなってきた」のは、「本を読む文化が一般的ではなくなってきた」ということであり、「子どもに本を読むことを教えなくなった」というだけのことである。本を読むのは楽しい、面白い、と感じているのは、かつて児童書を夢中になって読んだ世代であり、椋鳩十や宮沢賢治を愛読し、本を読む文化を自然に受け入れることができた、かつての子どもたちなのである。売れない本が悪いのではない。本の質のせいではなくて、文化の定着の話なのだ。そのためには本が子どもたちの元に確実に届けられなければならず、本屋はなくてはならない存在になるはずである。

だが、実際には本屋が経営難でどんどん潰れている。それはなぜか。「親が子どもに本を読ませていないから」というのは若干乱暴だが、そういう面もある。雑誌しか買わない親のもとに生まれた子どもは、本を手取る機会を失う。本好きの親のもとに生まれた子どもだけが、本好きになる可能性を手に入れる。あまりにもつたない話である。

まず、子どもが本好きになるには、本が手元にあるということが大前提である。そして、本屋なり図書館が身近になれば、本は手元に届かない。もつと言えば、親が子どもに本を読み聞かせていなければ、子どもは本を娯楽と認識しない。つまり、親が「本は娯楽である」という認識がなければ、子どもにそれを教えることは不可能なのである。「本は面白いものだ」と親が思っているから、子どもにそう教える子どももそう思うようになる。本が娯楽として読めなかったら、手元にいくら本そのものがあっても、まったく無意味なのである。

誤解なきように願いたい。共働きの親に、子どもに本を読み聞かせする時間が少ないということを悪いと言っているのではなく、本を読む世代を育てるには親の力が重要だということを言いたいのである。子どもにはまだなんの知識もなく、本を買うお金もない。力を持っているのは親である。もちろん、本を読んだところで好き

になるかどうかはその子の個性の問題であり、最終的に本好きになるかどうかは本人の自由に属するところである。

しかしながら、子どもの学習機会として、不平等はどうしようもなく発生する。本を買うお金があるかどうかという問題もそうだし、親が本を読むことを教えるかどうかという問題もある。日本語を理解していることも挙げられる。その上で、本屋なり図書館が近くに、しかも豊富にあることが最低条件なのである。本好きを今から増やそうと思ったら、本好きではない人々の好きなカテゴリーに無理にでも本の存在をねじ込んでいくしか方法はないのではないか。そして、そういったことが可能なのは、紀伊国屋書店や丸善といった大型書店が、何十年と先のことを考えて地道な活動を展開していき、若い世代に本を定着させるムーブメントを起こしていくことに尽きるのではないだろうか。

それでもまだまだ、我々夫婦のような、書店をアミューズメントパークと感じる世代は健在である。あとは、本を買う資金がありさえすれば、まだまだ本はちゃんと売れる。そちらは景気の問題である。

本は探すのも楽しいし、書店が大好きな人々はたくさんいる。どんな書店が良い書店かという話はさておき、書店や出版業界には、頑張って生き延びてほしいと願っている。本が廃れるということは、日本語が廃れるということと同義であると思う。時代の流れでどうしようもないと嘆いているだけではいけない。三十年や五十年といった規模で考えて、未来の人々がたくさんの本を楽しんで読めるように、対策をとっていかなければならぬ。我々は死んで終わりなのではなく、未来に先代から引き継いだ財産と、現在生み出す価値ある財産を残していかなければならぬのだから。

高倉麻耶

たかくら まや

1976年京都府生まれ。筑波大学芸術専門学群卒業。「第2回ショートストーリーなごや」で大賞を受賞。2010年より演劇を始め、自劇団「パズル星団」を旗揚げ。劇作家・演出家・俳優として活動。ラジオドラマを多数執筆。