

岡本厚氏 「「知の基盤」を作り続けて」

77年入社。

「世界」の編集長を16年勤めた。

○岩波書店と夏目漱石

岩波書店は、1913年に神田の古本屋として創業。

漱石から始まった出版社といえる。

当時漱石は朝日新聞に「こころ」を連載したが、みずから装丁した単行本「こころ」は岩波書店から刊行。漱石没後100年。

漱石全集は以後すべて岩波書店から刊行。

漱石は、幼い頃の環境の影響もあり、家庭内では時に暴力的になることもあったが、日本の近代をどう引き受けるか苦しんだ。

二年の英国留学で、哲学、心理学、自然科学など様々な本を読んだが、当時の日本は、押し付けられた外発的な開化であり、受け入れられないといけない苦しさを感じ、神経衰弱になった。文学、小説とはなにか、東大で文学論を講義した。

○知的欲求の時代

明治の初めの激動が終わり、落ち着きはじめた頃、国内では知的な欲求が出てきた時代となり、対外的には植民地、帝国主義の時代となる。社会が豊かになり、都市化、大衆化が進むとともに読者層が拡大していく。

○出版物

★1927年 岩波文庫

一冊一円の円本ブームのなか、古典を安く提供することを意図。

日本の知的な基盤を提供した。来年(2017年)で創刊90年。六千点以上を出版。

★1938年 岩波新書

「万葉秀歌」「禅と日本文化」など今も読まれるものもある。

再来年で創刊80年。現代的なテーマの考え方を安く多くの人たちに、との思い。

★岩波講座 社会人が学び直したい、あるいは専門外のことも学びたいという人々のために大学の講座をモデルにしたシリーズ。

人々の人格、基礎をなすもの、岩波の精神といえる。

★1955年 広辞苑 国語辞典と百科事典のあわさったもの。

初版は当時の初任給一ヶ月分。現在、第六版。一千万部以上の売上となり、国民的辞典となった。

★新日本文学大系 「古事記」「日本書紀」から江戸文学まで、日本の古典文学を詳細な注釈をつけて刊行。全百巻。

日本を考える基本となる、知的基盤。

社名のロゴは漱石が書いた「岩波書店」の看板から。ミレーの「種まく人」を知の種まきとして会社のマークにした。

レリーフは高村光太郎作。

○企業としてのあり方

★日本の総合出版社 雑誌、辞書、単行本など。占いなどは出さない。

★日本の知的渴望、知の欲望に、できるだけ安く応えてきた。

★読むべき価値あるものを出す。

★学術的基盤 信頼、ブランドの基礎(岩波書店ならおかしなものは出さないだろう、という信頼)

知的な基盤、基準を作った

★人格を育てる 戦後の子供の本など。

近代(民主化、資本主義化)から戦後、拡大、充実の時代に。

★岩波文化人、岩波知識人 揶揄を込めて言われるが、

永六輔「大往生」、井上ひさし、水木しげる、また宮崎駿がアニメ化した「思い出のマーニー」の原作や、「星の王子さま」なども。

○本

出版界全体で90年代には2兆6千億円あった売上が、昨年1兆5千億円にまで下落。本は人類の知的な営みのすべてであり、大昔のものから書かれたばかりのものまで読めるのが本。

知りたいときにまとまった分量の言葉がないと無理であり、本がなくなることはない。また、本はこちらから積極的に反応するものであり、書くのは相当な時間がかかり、読むのも時間がかかるもの。

本を読むことで他者の内面へとくぐることができ、他者に対する想像力を育てることこそ、本の存在価値である。

バリー・サンダースの「本の死ぬところ、暴力が生まれる」という言葉もある。(あいにく岩波から出た本ではない)

また、読めるものがヒトラーの思想やコーランのみというのでは、危険でもある。多種多様な本を読むことができることで、距離、時間を超えて人間を知ることになり、多様な価値観を知ることができる。

○出版の危機

書店、取り次ぎの減少。

出版が支え、支えられてきた、大学や日本の高等教育の危機、劣化を懸念。

基盤が危うくなっている。世界で引用される日本の論文数が減っていることからわかる。

グローバル化、インターネット化が進む一方、日本の知的状況は必ずしも向上していないのでは。

○質疑応答

★売れるものを出すのか？

出版界にマーケティングなし、と言われてきたが、かわってきた。

縮小するマーケットと対話するため、ここ数年社内でマーケティングをしている。

著者中心の時代、知的渴望があるときは、出せば売れた。

一方で、女性誌のようにターゲットを細かく分けたマーケティングは成功例と言える。

しかし、完全なマーケティングで面白いものは出せない。

マーケティングを基礎に、どこかぶち抜く売れ行きのを考える。

(片平より)岩波書店はマーケティングは考えないで欲しい。その先を行って欲しい。

★知的渴望が減り、子供達はどうなるのか？基盤がなくなったらどうなるのか？
どうなってしまうのでしょうか。国、社会、経済のあり方がこれまでとはかわっている。
考えること自体を放棄したい、というのは相当悲惨なこと。
何がいいのか、どう物事を決めるのか、哲学がないと怖い。
簡単で分かりやすいキャッチフレーズにみんなが流される。トランプ現象もその表われではないか。
しかし、答えは簡単ではない。みんなでねばり強く考えていくしかない。

★長期的な戦略は？
出版もビジネスであり、公共的なものを含んでいる。
再販制度がゆらぎ、かつて売れていたものが売れない。
電子書籍やPODが売れてきている。つまり本のコンテンツへの欲求はある。
築いて来た資産をいかに売り伸ばすか、その可能性にかけている。