

「構想」を書名にした新刊書の発行状況

An overview of new books publication containing the word "kohsoh" in their titles

半田智久 (早稲田大学 先端科学・健康医療融合研究機構)

Motohisa HANDA (Waseda University, Consolidated Research Institute for Advanced Science and Medical Care)

現代社会はコンピュータネットワークを基盤にした電子メディアによる情報発信と取得が一般化し、なお一層進行しているが、それでも紙印刷媒体による書籍の需要は衰える気配はない。市場全体の販売額(書籍実売り総額)自体をみると1996年に1兆990億円でピークになって以降、頭打ちとなり03年、05年には1兆円を割り込んでいる(出版年鑑編集部,2005)。出版界の構造不況も語られて久しい。だが、その背景にはわが国の人口構造が極端かつ急速な少子高齢化の変容のなかにあり、かつての多読者層が縮小していることや、多メディア化で読書時間が相対的に減少していること、あるいは種々の電子メディアとの融合などの複数要因が絡んでいることによるものであって、書籍そのものへの需要や要求は衰えていないとみられる。

その証拠に、新刊発行点数や雑誌銘柄数は記録がとられて以来こんにちまで延び続けている。たとえば05年の新刊点数は79304点で、これは20年前の倍以上の値である(注1に1980年以降5年ごとの推移を示した)。販売額で捉えた市場規模が天井に達しているなかで市場に投入される商品が増え続けている構図には、商品全体への薄利多売傾向(書籍にあっては文庫や新書の比重増加、電子取引に伴う実質値引きなど)と商品寿命の短縮化、消費における新商品への偏向などを読み取ることができる。同時に発売時マーケティングの観点が強まり、じっくり待って少しずつでも長く売れる商品ではなく、大量かつ一気に売れるヒット作や売れ筋に企画制作のウェイトが置かれる傾向も書籍の分野を問わず全般化した。また、市場販売額に反映されないフリーペーパーや直販、あるいは自費やそれに類似した出版に代表されるヒドゥンマーケットでの取引など商品形態の多様化や増加もみかけの販売額伸び悩みに影響し

ていよう。現況の新刊発行点数の増加はそうした背景事情の再帰的な循環構造のなかで生じている現象である。

こうした状況にあっては内容がものをいうはずの書籍においても勢い販促の商品計画が重視され、たとえば広告や店頭、あるいはウェブ等の他/多メディアをつうじて消費者の商品に対する関心を喚起し、手に取ってみる、あるいはそれ以前に対象を「見る」「聞く」認知過程が購買決定のだいじなポイントに定められる。したがって新刊書籍にあって最も重視されることのひとつはネーミングになり、その戦略性が問われることとなる。逆にいえば、激しい競争市場のなかにある新刊書籍のタイトルには、時代が、あるいは現代人が探し、求め、気にするようなことがらが直截的に反映されることになる。

そうした特性があらわれる場において「構想」ということばが使われている状況を調べれば、このことばや概念が現実的に使われている様子を程度と性質の両面において端的に知ることができる

Table 1 5年間(2001~2005年)における「構想」を書名に含めた新刊書の月別発刊点数

	2001	2002	2003	2004	2005
1月	3	2	5	6	3
2月	3	4	2	4	3
3月	5	5	8	5	7
4月	1	1	4	1	1
5月	5	1	1	1	3
6月	3	5	2	3	4
7月	12	3	2	3	2
8月	2	2	2	4	1
9月	2	2	2	1	2
10月	6	2	5	2	9
11月	2	3	2	6	1
12月	3	4	4	3	1
計	47	34	39	39	37

はずである。

そこで、このことばを書名に使用した新刊書籍の発行状況を5年間(2001年1月～2005年12月)にわたり調査した。Table1はその結果を月別の発行点数で示したものである。

表からわかるように、調査期間の5年間で「構想」をタイトルに使った書籍の発行総数は196点、年平均39.2点、月平均3.3点であった。まず驚くべきことは月平均3冊という数だけでなく、調査期間の60ヶ月にわたって1度の例外もなく、毎月「構想」ということばを書名に加えた新刊書籍が発刊されつづけてきたことである。

この事実をみると、あるいは「構想」という概念を軸にした連作企画の書籍が長い期間にわたり刊行されたのではないかと、といった疑いも生じるだろう。実際、調査対象期間内に「構想」をシリーズタイトルにした全集や企画が3件あった。そのうち2件は全3冊(『構想日本』)と全11冊(『戦後教育改革構想』)のシリーズであったが、共に1ヶ月のうちに全巻が刊行されている。残り1件は全5冊のシリーズ(『岩波講座自治体の構想』)で月に一冊ずつ、5ヶ月で刊行を完了している(先の統計における月平均発行数3.3点にはこれらも各巻ずつカウントされている。そこでシリーズは全巻で1点と換算したとしても、5年間の総計は180点で、年平均36.0点、月平均は3.0点となる)。したがって、「構想」をシリーズタイトルにした企画の連続刊行が5年間の連月刊行を基本的に支えていたわけではないことがわかる。

出版元に偏りはなかっただろうか。とりわけ「構想」ということばを好む出版社があったという可能性もなきにしもあらずである。5年間に発行された196点の出版社数は118社、1社平均1.66冊であった。発行点数4以上の出版社は9社で、点数の多かった順に(カッコ内の数字は発行点数)岩波書店(14)、日本図書センター(12)、明治図書出版(6)、日本評論社(6)、有斐閣(4)、日本経済新聞社(4)、信山社出版(4)、御茶の水書房(4)、東京大学出版会(4)であった(全データは注2に示した)。この上位9社による発行点数は58点で全体の発行点数に占めた割合は29.59%であった。これらのうち岩波書店の14点中の5点と日本図書センターの12点中の11点はシリーズ企画であった。したがって実質、前者は10点、後者は2点とみることもできる。この結果から明白な

ように、とりたてて特定の出版社が「構想」ということばを書名に多用していたという事実は見いだされなかった。

ただし、こんにちのわが国の新刊発行状況は少数の出版社が相対的にかなり多くの新刊を発行し、とても多数の小出版社が相応に新刊を出しているという特異で、しかも定常的な構造を呈している。たとえば、2005年の実績でみると新刊発行数の多い上位10社は次のとおりである。講談社、新風社、学研、角川書店、小学館、集英社、PHP出版、新潮社、岩波書店、ハーレクイン。このうち講談社の新刊数は2099点、毎日平均5冊以上という驚異的発行をしている。10位のハーレクインが631点で、これもかなりの多さだがこの十傑のなかでも差は大きい。

これらのなかで上述したように当調査結果で「構想」を書名にした書籍の発行点数が高かった出版社は岩波書店だけである(ただし、新刊発行点数が2番目に多い新風社は1673点も新刊を出しているが、これらは同社特有の自費出版形式によるもので、その全体が一般の販売ルートに乗っているわけではない。そのため、同社の書籍については当調査の対象になっていない)。このことから新刊書籍全体に広く「構想」という書名が選好されているわけではなく、いわゆるベストセラー型書籍というよりも、一定の分野、領域の書籍において使われている様子がうかがえる。

そこでつぎに、書籍内容の分野についてその傾向をみてみよう。もとより書籍の内容分類をおこなうことは容易ではない。したがって、ここは多分に恣意的な分類にならざるをえないが、あくまで全体の傾向をみるという大まかな目的のもとで、書名を抛り所に1点につき複数分野にわたる仕分けも可としておこなった。結果はTable2のとおりとなった。分野それぞれが全体の1割程度を占め、合計すると全体の半数近くを占めた分野は歴史、教育、事業、社会政策であった。

歴史分野が最も多く、例示すれば『現代日本政党史録：戦後体制の構想と政党政治の模索』『国粋主義者の国際認識と国家構想』『幕末維新期の情報活動と政治構想』のごとくである。このことは過去の出来事を考察するとき、その背後にあった構想を論じることが歴史書の主題のひとつになっていることを示唆している。

教育分野では学校教育において授業の設計、組

み立てに構想ということばを用いることが慣例的になっているようすが読みとれる。具体的には『ものづくり学習の構想設計における生徒の思考過程』『授業の構想と記号論』『「わかる」授業の構想から実践まで』といった種類の書籍の流れが認められる。

発行点数がとくに多いわけではないが、やや特徴的にみえるところでは、アジアをテーマにした書籍が「構想」を書名に含めがちであることが見受けられる。例示すれば、『日中韓「自由貿易協定」構想 北東アジア共生経済圏をめざして』『アジア学術共同体構想と構築』『アジア太平洋連帯構想』といった具合で、それぞれ著者、出版社が異なるかたちで独立に9点発行されている。20世紀前半に日本では大東亜共栄圏構想が取りざたされ、大陸侵攻から太平洋戦争にいたる道程はその構想を背景に引かれたわけだが、その史実も合わせ見るとき、極東の地からアジアを語る場合、それが

Table 2 5年間(2001～2005年)における「構想」を書名に含めた新刊書の分野別発刊点数(1点について複数分野への帰属あり)

分野	発行点数
歴史	40
教育	36
事業	31
社会政策	29
経済	21
方法	19
政治	19
経営	15
地域社会	11
アジア社会	9
国際政治・政策	8
文化	8
文学	8
哲学	8
現代社会	6
思想	5
都市論	4
ビジネス	4
法律	4
学習	3
囲碁	3
心理学	3
社会学	3
マスコミ	1
倫理学	1
芸術	1

構想として組み立てられる社会心理的な傾性が、あるいはあるという可能性を感じさせる。

また、もうひとつ細かな分野で発行点数は少ないのだが、囲碁に関する書籍が時期、出版元を異にして3点認められたことも興味深いところであった。これに対して、将棋に関する書籍で構想を書名にした例は認められなかった。将棋においても構想は重要なテーマとして取り上げられようが、囲碁では特異性をもって重要なテーマになっているということだろうか。

ちなみに同類のボードゲームとしてチェスとオセロも加えてインターネットの検索サイトでのウェブ検索ヒット数を手がかりにこの点を検証してみた。同検索のヒット数はいうまでもなく当該の検索ワードに当てはまらないものも検索することになるし(たとえば、オセロなどではシェイクスピアの作品なども)、このような比較検索では文脈上は該当しなくてもヒット数に換算される(たとえば、「囲碁では構想が重要だが、将棋では無意味である」といった文章があったとしても、「将棋」と「構想」の組み合わせヒット数がカウントされる)、そのうえ検索する日や時間により結果がかなり変動する。したがって、あくまで参考程度の指標でしかない。

ここではそれぞれの単語の検索ヒット数(各カッコ内の後者)に占める各単語と「構想」を組み合わせた場合の検索ヒット数(各カッコ内の前者)の割合を示す。ある日の同時間帯でおこなった結果だが、Googleの場合、

囲碁	1.94%(155000/7960000)
将棋	2.55%(241000/9420000)
チェス	2.15%(66700/3090000)
オセロ	1.93%(36600/1890000)

YAHOOの場合、

囲碁	2.16%(183000/8450000)
将棋	2.09%(243000/11600000)
チェス	1.90%(71900/3770000)
オセロ	1.92%(48600/2520000)

であった。どのケースも2%前後の割合で近接した値になり、とくに囲碁の場合に構想が付帯して多く語られているという傾向は認められなかった。

しかし、書籍として書かれる場合は事情が異なるようである。今回の調査対象期間のみならず、1980年代まで遡って調べてみたところ、囲碁に

関する書籍で構想を書名に含めた書籍は少なくとも7点ほど発行されていることがわかった。だが、将棋、チェス、オセロに関する書籍の場合は、いずれも同じく1980年代まで遡っても書名に「構想」を含めた書籍は一点も見いだされなかった。この事実を先のウェブ上での検索結果と合わせて考えてみると、いずれのボードゲームにおいても「構想」は話題になるのだが、とくに囲碁の場合は書籍として発行するに足るだけのテーマになって質的に異なるかたちで語られている節があると推測される。

その比較特性を簡単に考えてみるに、囲碁では石に将棋の駒のような性格づけがなされていないために戦いのストーリーが駒の性格に依存せず全体の空間布置に展開される点（この点オセロも同様）、またとくに日本の囲碁では第一着手から自由に着点を選ぶ自由着手の方法がとられていて、開始時点から創意が求められる点、あるいは縦横十九路からなる碁盤は交点数361で、将棋の81格、チェスやオセロの64枰に比較してはるかに大きな思考空間と展開が求められる点などをあげることができる。囲碁の世界には構想のプラグマティックな意味に接近するひとつの手がかりがあるかもしれない。

話を戻そう。出版分野全体をみると、「構想」を書名にした書籍は人文科学分野と社会科学分野、加えて方法論を含む実用書において大半が発行されていることがわかる。自然科学分野や工学分野では一部、事業や教育などが絡むかたちで認めうる程度であった。したがって、結果的にはあらゆる出版分野にわたるとはいいがたいが、しかし、ある特定の分野に著しい偏りがあるという事実はないことが確認できた。

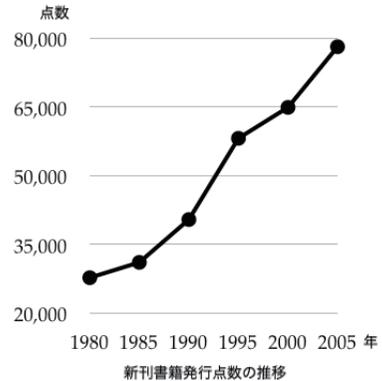
先の出版元のデータと合わせて表現すれば、2001年から5年間、さまざまな出版社が「構想」を書名に含めた書籍をまさに入れ替わり立ち替わり、人文社会領域の比較的広範な分野において発行してきた状況であるとまとめることができる。

参考文献

出版年鑑編集部編 2005『出版年鑑2006』出版ニュース社。

注

注1



注2 「構想」を書名に含む書籍を2001～05年までのあいだに刊行した出版社(出版元)とその出版点数(発刊点数の降順、数値のない部分は1点で、同点については順不同)

岩波書店 14 日本図書センター 12 明治図書出版 6 日本評論社 6 有斐閣 4 日本経済新聞社 4 信山社出版 4 御茶の水書房 4 東京大学出版会 4 水曜社 3 学事出版 3 ぎょうせい 3 文真堂 3 笠間書院 3 森記念財団 3 NTT出版 3 ポット出版 2 九州大学出版会 2 未来予測研究所 2 ダイヤモンド社 2 東洋館出版社 2 昭和堂 2 法蔵館 2 おうふう 2 明石書店 2 慶応義塾大学出版会 2 東洋経済新報社 2 三省堂 2 社会評論社 2 溪水社 2 プレジデント社 2 みすず書房 2 学文社 2 三重大学出版会 春秋社 那覇出版社 世界書院 福村出版 風間書房 日本放送出版協会 学樹書院 法政大学出版局 財経詳報社 筑摩書房 野村総合研究所 ブロンズ新社 中央公論事業出版 記憶歴史表現フォーラム LRT さつばろ 2004 中国書店 英治出版 嵯峨野書院 名古屋市 桐書房 静岡新聞社 日本経済評論社 第三書館 梓出版社 法律文化社 鹿島出版会 べりかん社 日本医師会総合政策研究機構 芙蓉書房出版 健友館 日中出版 マガジンハウス 日科技連出版社 日刊工業新聞社 第一法規出版 一藝社 毎日コミュニケーションズ 徳間書店 パンメデア 全国地方新聞協会 フローラル出版 和泉書院 草思社 東洋出版 愛知大学中部地方産業研究所 博物館構想に関する県民提言作成委員会 勉誠出版 吉川弘文館 中経出版 雄松堂出版 建帛社 日本文芸社 文溪堂 筒井書房 東京図書出版会 高菅出版 大成出版社 日本棋院 誠文堂新光社 流通経済大学出版会 講談社 大学教育出版 日本厚生協会出版部 サイエンス社 中央経済社 作品社 東信堂 かんき出版 以文社 デジタルハリウッド出版局 山川出版社 彰国社 灯影舎 連合出版 PHP 研究所 桜井書店 三五館 杉並区政策経営部企画課 日本加除出版 フォレスト出版 玉川大学出版部 学陽書房 きこ書房

2006年12月1日 受稿