

人と本の出くわす瞬間

幅允孝 氏（有限会社バッハ代表）講演概要

BACHという会社を始めてもうすぐ8年になりますが、2002年までは書店で働いていました。2000年頃にアマゾンが日本に入りはじめ、お客さんが本屋さんに来なくなるのを現場で目の当たりにして、人が本を買ってくれるのを本屋で待っていても埒があかないと思い始めました。そして、人が来ないなら人がいる場所に本を持っていけばいいのではというところから、今の仕事を考えるようになりました。僕がやりたいのは、自分が面白いと思った本を人に手に取ってもらう機会を作ることです。

図書館について

「LIBRARIES」*という写真集の序文にウンベルト・エーコ*の「いつか図書館は本を読ませる場所ではなく隠す場所になっていた」という一文があります。僕も確かにそうかと思いました。図書館は本をアーカイブすることが大きな目的ではありますが、その目的と本を読むように促すという行為とがアンビバレンスな状況にあるように思えるということです。

とある美術館でのイベントでこんなことがありました。この美術館は3万冊くらい美術系の本を持っているのですが、その本を見るためには検索して閉架から出してもらわなくてはいけないので、実際にその本をパッとみれば素敵だなと思うような本だとしても、なかなか一般の人が手に取ることがないわけです。そこで、僕が閉架から面白そうな本を選んで紹介するというものだったのですが、僕も参加者もその本には触れられない。職員の方が白手袋をはめて頁をめくっているのを僕は眺めるだけでした。でも僕は、本は著者以外の方が開いて初めて本たり得るのではないかと思っています。たしかに、まだ見ぬ読者が検索の果てにたどり着くのを閉架でじっと待っている本があって、いつかその本を検索して手にとる誰かに滞りなく渡すことができるようにアーカイブするのも、図書館の大切な役割です。でも、目の前を通り過ぎた読者になる可能性のある人に「この本面白いですよ」と投げかける声があふれる図書館が増えたら素敵だろうなと思っています。

先ほど紹介した写真集の図書館には意図的に利用者が写っていません。ずらりと本が並んでいる荘厳な風景は素晴らしいのですが、読者を完全に欠いているということを意識してみてください。みなさんは、本が並ぶことが美しいと思うのか、それとも本を読んでいる人がいることを美しいと思うのでしょうか。自分はどんなことをしたいか、どういうことが好きで図書館の仕事に関わっているのかも含めて、考えてみてほしいなと思います。

*紹介書籍：Candida Hofer 著「LIBRARIES」 / ウンベルト・エーコ著「薔薇の名前」

人と本にもう一度よい出会いを

自分が好きな本を共有したいという願いからこの仕事を始めました。今は売れる本数は減少傾向にあります。日本だけでも年間8万冊弱、一日に200冊くらいの本が出ています。ひとりでその全ての本を読むことはできないし、網羅することすら難しいわけです。ですから、たくさん本を交通整理しながら、色々な

場所に本を手にする機会を作っていきたいと考えています。書店で働いていたころ、どうやったらお客さんに本が届くのか試行錯誤しましたが、立ち読みしてもらっただけでも喜んでいただけ、なかなか本が売れませんでした。届けたいものが届かないと自覚することは重要です。田中オリザさんが本の中*で、いくらコミュニケーションの技術を身につけさせようとしても、彼らが伝えたいことがなければ技術は身につかない、ということを行っています。伝わらない、届かないというストレスがあってこそ、伝えたいことが見えてきて、そこからコミュニケーションが始まるわけです。僕も、本が売れない、ならばどうするかということを一步一步積み重ねてきた気がします。

*紹介書籍：平田オリザ著「わかりあえないことから：コミュニケーション能力とは何か」

BACH の仕事

僕らの仕事は、家具屋さんや美術館など異業種の場所に本の小売りを作ったり、アーカイブではなく読んでもらうことを目的とするライブラリーを作ったりすることです。本を選ぶときに大切にすることは、それぞれの場所に存在する磁場を慮って、その場所にもっともふさわしい本を差し出すということです。ということかという、自分の好きな本を持っていくだけではおせっかいにしかならないので、おせっかいが親切に変わる境界を探しながら、本を置こうとする場所にいる人の話を聞いて、どんな要素がライブラリーにあればいいのかをさぐっていきます。そして、届けたい相手が両手を伸ばして届く範囲内に、届けたい本を置くわけです。

具体的な例でお話すると、こどもにおすすめの児童文学を紹介するというイベントで「宝島」*を選んだときのことで。いくら魅力を語っても、こどもたちはぼけ一つとしているだけで興味をもってくれませんでした。そこで、こどもたちがみんな知っている漫画「ワンピース」*と関係づけて話をしました。「宝島」も「ワンピース」も海賊史に基づいて描かれているので、登場人物の造形やシチュエーション、名前が似ているのですが、そうすると、こどもたちが面白がって聞きはじめてくれました。つまり、自分の両手を伸ばした範囲内にある「ワンピース」と繋がることで、自分とは関係ないと思っていた「宝島」にも手を伸ばしてみようかなという気持ちになったということです。これは、好奇心を喚起させる、と言うこともできると思います。レイチェル・カーソン*が、知るということは感じることの半分も重要ではない、と言ってるんですけど、新しい何かにハッとしてしまうという心持ちを、本屋さんや図書館という場所は促すことができるんじゃないかと考えています。

*紹介書籍：ロバート・ルイス・スチーブenson著「宝島」…子供向け海洋冒険小説。ジョン・シルバーという片足のコックが登場する。 / 尾田栄一郎著「ONE PIECE」…ゼフという片足のコックが登場する。作者の尾田氏も自分が影響を受けた本の1冊に「宝島」をあげている。 / レイチェル・カーソン著「センス・オブ・ワンダー」

千里リハビリテーション病院のライブラリーについて

「脳卒中のリハビリに効く本を1500冊ほど集めてください」と理事長先生から依頼がありました。そこで脳卒中について調べてみましたが、病気のことはわかってきても、どんな本を選べばいいのかわからなかったんです。そこで患者さんに話を聞きに行きました。はじめは、時間があるみたいだから、今まで読めなかったような長編小説なんかいいかもしれないと思っていたのですが、あるとき「こんなん全然読まれへんよ」と言われました。1行1行文字を追うことが難しいのに、何ページもある本なんか読めないということでした。何度も対話を重ねることで、患者さんたちの本音みたいなものがやっと思えてくるわけです。そうやって選んでいったものは、長い文章を読ませるのではなく、詩や短歌など、どこからでも読めてどこで読み終わっても

いいような本や、読むというより本を開くことを目的に、パラパラ漫画や飛び出す絵本や、文字を読まなくても伝わる写真集でした。

僕がこの仕事を通して思ったのは、本を読んで手が動くようになることではなく、本を読むことによって、動くようになった手で何をつかみたくなるかが大事だということです。つまり、本は読んだ人のモチベーションを喚起する道具になり得る、ということです。ここでの仕事は僕にとってのターニングポイントになりました。それまでは、この作家っていいよね、この本面白いよね、という文脈が通じる場所で仕事をしてきました。でも、木村伊兵衛という写真家を全然知らなくても、その写真集を見ながら「もう一度パリに行きたいな」と言ってくれる患者さんがいたように、たとえ文脈が通じない場所でも、本の差し出し方やタイミングによっては相手に届くんだ、ということがよくわかりました。

本を選ぶときに、僕は個（個人）と向き合うということを考えています。全国にあまねく脳卒中患者のための選書、というのはできないと思っています。僕ができるのは、目の前にいるひとりひとりと対話を重ねて、細やかな個々とのやりとりを丁寧に積み上げることだけです。そうすることで、いつか汎用性を獲得できればと思っています。「つかう本」*というのは、この仕事についての僕なりの汎用性を作っておこうということからできた本です。この病院のライブラリーが好評だったからパッケージ化して、たとえば名古屋の病院に持って行ってもうまく機能しないと思います。それと同じで、僕がこういう本を選べば正解ですと言って、その本を発注してもだめです。みなさんがそれぞれ働いている場所で、そこにいる人と向き合いながら本を差し出していくしかないと思っています。そしてそれが、唯一にして最も確実に誠実な本の選び方だと思っています。シンボルスカ*が詩のなかで、「大きな数はどうも苦手 わたしが感動するものといえば まだ いつも個の独自性」といっています。マーケティング的にF1層はこんな本を読みます、という風に言ったりしますが、F1層の人というのは現実にはいなくて、その層に分類される人にも、それぞれの違う生活、嗜好があるわけです。売り上げや貸出冊数の大きな数を追い求めることに目が行きがちですが、1冊1冊をひとりひとりに届けないことには、大きな数を達成できないということを忘れちゃいけないと思います。

*紹介書籍：高瀬毅著「本の声を聴け ブックディレクター幅允孝の仕事」 幅允孝、千里リハビリテーション病院監修
「つかう本」谷川俊太郎さんに褒めてもらった。 ヴィスワヴァ・シンボルスカ著「シンボルスカ詩集」収録の詩「大きな数」

駿台予備校東大専門コースのライブラリーについて

このときも予備校生に話を聞いたのですが、みんな本を読みたくないと言っていました。「もう余裕ないんで、本を読む時間もないし、欲しいのは睡眠時間と合格です。今あなたと話をしている時間も無駄かもしれない」という感じでした。そこで、どうして東大に行きたいのかという話を聞いていくことにしたのですが、東大についてはよく知らないけど、とにかく東大に合格したいという人が多いことがわかりました。そこで、東大の教員の本を1冊ずつ集めました。それから、神格化された東大イメージではなく、リアルな東大生の情報も役に立つだろうと、東大生が作っているフリーペーパーを集めました。ほかに、東大の卒業生の本も職業別に並べました。これについてのヒントは、東大を卒業したら何になるの？ というインタビューに対して「官僚系っすかね」と答えた人がいたことです。東大で何を学んで、そのあと社会とどう関係を作っていくかが大事だよなってことを僕なりに伝えようと思って作りました。ライブラリーが完成すると、睡眠時間と合格しか欲しくなかった人たちが、結構読んでいるそうです。彼らが両手を伸ばした範囲に本を読むという行為はない、けれど東大に関する本を読むことは、ただ本を読むこととは違うということです。本が読まれないといわれますけど、それはちょっと大きすぎる話だと僕は思っています。どの本が読まれないとか、どの本を読んでほしいのか、という「どの本」からスタートさせて、そのためにはどうするかを考えることが重要だろうと思います。

エディトリアルな本棚づくり

今は情報を得る方法がどんどんワカサギ釣りのようになってきていると思います。氷の下に糸を垂らすと、欲しい情報がすぐわかるようになっていきます。でも、見えない氷の下にはワカサギ(欲しい情報)だけでなく、多様な生物(一見無関係に見えるかもしれない様々な情報)がいて、それらが関係を結びながら世界をつくっていきます。本のある場所というのは、そういうことを知ってもらえる場所になると僕は思っています。そういう場所を作るためにやっている、編集的な方法というのがあります。

ひとつめは、いろんなジャンルをシャッフルして本棚を編集する方法です。たとえば、旅のコーナーといえ、旅行ガイドや地図、旅のエッセイなどが並ぶところですが、例えばインドの棚であれば、そこへインドをテーマにした写真集や小説、美術本と一緒に並べます。すると、そこを通った人が既視感として旅の本ってこんなもんだよねと思っているものとは違うものと出くわすわけです。リアルな本の場所では特に、既視感を上回るものを提案することが大事です。

ふたつめは、本を置く環境の編集をする方法です。羽田空港第2ターミナルの「Tokyo's Tokyo」というお店では、日本各地へ旅立つ人たちに向けて、旅道具の雑貨と一緒に、北海道から地域別におすすめの本を置いています。文庫本の「風の又三郎」を「東北に行くならベスト1」として置いたところ、結構売れました。普通の書店で「風の又三郎」を手取るまでを考えると、まず文庫コーナーに行って作家名のアイウエオ順で見て、宮澤賢治の他の本に浮気をしなければ何とか辿りつくかなという感じです。同じ本でも、置く場所によって人への届き方が違ってくるということです。

こういった編集的な方法を重ねていくことで言えるのは、セレクトよりエディットが大事だということです。モノを選ぶことに力点がおかれるのがセレクトショップとしたら、選んだものを何と置くか、どう置くのかに力点がおかれているのがエディトリアルショップです。まだ見ぬ本の鉱脈を探すのではなく、見たことはあるけどよく知らないものを、差し出し方を工夫することで再発見してもらえるような視点を提示したいと思っています。

ほかには、ワインの本を並べて「ワイン」と書いて紹介するのではなく、「きれいな酔い方」と言うことによって、そこを通り過ぎる人のモチベーションに寄り添うようにして本を差し出すということを考えたり、体が心地よい状況を作ると人は新しい本を手取るということを考えたりしながら仕事をしています。

最後に、本をすすめるときは主語を出しましょう。本をすすめることは読んだ自分も含めて相手に差し出すことだと思っています。

***質問「東日本大震災関連のコーナーに並べたい本は？」

回答：シンボルスカ「終わりと始まり」、池澤夏樹「春を恨んだりはいしない」、ユリー・シュルヴィッツ「よあけ」、茨木のり子、堀田善衛の作品など。