

催基本方針については、さまざまな議論がなされている。世界最大のブックフェアであるフランクフルト・ブックフェアや、いまやアジアで最大規模となった北京国際図書展のように著作権売買を中心にしたフェアを目指すのか、読者謝恩・読書推進を主眼においたフェアとするのかという議論がしばしば行われている。いずれにせよ、すでに4日間の会期で5万人以上の入場者を集めるようになったこのフェアを、出版界の活性化をはかる好機のひとつとして各社がいかに活用していくかという前向きな視点が必要とされる時期にきている。

A | 読書推進・図書普及

A-1 「読書週間」「こどもの読書週間」など読書推進活動の進展

❖「読書週間」の歴史

今日、秋の国民的行事になっている「読書週間」は、2006年(平成18)に第60回を開催した。この「読書週間」の活動は一貫して民間主導、とくに出版界と図書館界の連携・協力によって継続されてきた。

「読書週間」の歴史は、1947年(昭和22)11月17日から23日までの1週間に実施された第1回開催から始まる。当時、敗戦直後の混迷の日々が続くなか、出版界は急遽活動を開始し、また、一般の読書に対する関心も禁を解かれたように活発によみがえった。また、新しい日本の指標として「文化国家の建設」が強調されるなかで、出版界がみずからの使命の重要性を認識し、活況を呈していた時代であった。

このような背景のもと、当時出版業界を代表する日本出版協会(石井満会長)が日本図書館協会、出版取次業界や小売書店組合などの団体機関によびかけ、これに報道および文化関連団体30余が参加して「読書週間実行委員会」を結成し、その協力のもとに多彩な行事を展開した。

「楽しく読んで明るく生きよう」が第1回の標語。数万枚のポスターの配布をはじめ、放送番組を含めた華々しい出発であった。その著しい反響が「一週間では惜しい」という声となり、翌年第2回の実施にあたり、期間を「文化の日」(11月3日)を中心とした前後2週間に改められ、今日まで継続されることとなった。

その後、戦後の社会混乱期から脱するなかで出版業界は復興期に入り、図書館関係では50年の図書館法、53年の学校図書館法などの成立による事業の整備が進められていった。読者層の拡大と読書傾向の変化も起こっていた。社会が大きく動

くなか、「読書週間」の課題と運動の重点も変化し、それまでの実行委員会形式での運営の限界が意識され、読書推進活動を専門に担当する組織の必要が望まれた。

◆読書推進運動協議会の誕生

さらに「読書週間運動から恒常的な読書推進運動へ」をテーマに、恒常的な組織の設立構想が生まれ、1959年(昭和34)「読書推進運動協議会」が誕生した。

この協議会は、日本図書館協会(日図協)、全国学校図書館協議会(全国SLA)、日本書籍出版協会(書協)、日本雑誌協会(雑協)、教科書協会、日本出版取次協会(取協)、日本出版物小売業組合全国連合会(現・日本書店商業組合連合会=日書連)の7つの代表的団体が中心となった。

読進協は、その後、「読書週間」の主催者になるとともに、各都道府県立図書館に事務局がある地方読進協と連携しながら、60年の「こどもの読書週間」(5月こどもの日を含む2週間)の実施をはじめ、68年の「成人の日・読書のすすめ」(1月成人の日中心)、69年の「新社会人・読書のすすめ」(3月)、76年の「雑誌月間」(現・雑誌愛読月間=雑協主催、7月21日~8月20日)、さらに81年には「敬老の日・読書のすすめ」(9月敬老の日中心)などを実施、年間をととして読書運動を展開する組織となった。

上記の運動以外に、読進協は71年度から読書グループの実態調査を行い、『全国読書グループ総覧』を発行、「読書週間」の事業として、68年より各都道府県読進協推薦による「優良読書グループ表彰」を設定、71年より読書推進運動に功績のある個人および団体を顕彰する「読書推進賞」(現・野間読書推進賞¹)を設定した。また、2000年「子ども読書年」に際しては、「子ども読書年」推進会議(現・子どもの読書推進会議)の事務局も担当し、民間読書運動のネットワークの要としての機能を果たしている。

◆「こどもの読書週間」

1959年(昭和34)、書協の児童書部会が中心となって開催した「こどもの読書週間」は、翌60年第2回から読進協が主催団体となり、2006年(平成18)に第48回を開催した。この「こどもの読書週間」(現在は4月23日~5月10日開催)は、今日では秋の「読書週間」と並ぶ、春の読書週間として全国的な行事となっているが、加えて、01年12月に公布された「子どもの読書活動の推進に関する法律」において、開催期間の第1日目が「子ども読書の日」と制定されたことにより、さらに期間内の活動の重要度が高まり、いまや国民的な行事になりつつある。

読進協は、従来から続けていた「こどもの読書週間」「読書週間」の全国での行事実施状況を調査し、2000年(平成12)から機関紙の別冊として一括掲載している。全国で展開する行事実施数・団体および企画内容などがひと目でわかるようになってお

[左]2006年「読書週間」のポスター。終戦後まもなく始まったこの読書推進運動も60回を数えた。
[右]2007年「こどもの読書週間」のポスター。キャッチフレーズは「いっしょに、読もうか」



り、資料価値が高く、全国各地の行事主催団体や読書グループの企画推進の参考として役だっている。この調査をみても、行事実施数および参加団体数が年々増加し、読書運動が着実に広がっていることがわかる。

A-2 2000年「子ども読書年」と子どもの読書活動の進展

❖2000年「子ども読書年」の国会決議

1999年(平成11)8月9日参議院、翌10日衆議院において、2000年を「子ども読書年」とする歴史的な「子ども読書年に関する決議」²が、それぞれ全会一致で採択された。この決議では、衝動的な行動やいじめなどが問題となっている子どもたちの現状を憂慮し、ことばを獲得し、感性や表現力、創造力を養ううえで読書のはかりしれない価値が強調されている。

小渕恵三首相は、この両院の決議に対して「深く賛意を表する」とし、「次代を担う子どもたちが、健やかに成長していくために、子どもたちの体験活動の機会の充実ははかることが重要であり、なかでも読書は、伝統的な文化遺産を継承するとともに、子どもにとって豊かな感性や情操、そして思いやりの心をはぐくむうえで大切な

1—— 読書推進運動協議会は、1971(昭和46)年度より、読書推進賞(85年度より「野間読書推進賞」と改称)を設定して、地域・職域・その他において長年読書推進運動に貢献し業績をあげた個人および団体を顕彰している。この賞は、故野間省一講談社社長より、69年の読協協の社団法人設立を機に基本財産として1000万円、その後79年に1000万円、さらに87年に2000万円の寄付を受けた、その寄付金をもとに贈呈している。毎年、初夏のころに各都道府県読書協など全国より授賞候補者の推薦を募り、厳正なる審査を経て授賞者を決定、読書週間中の11月上旬に東京の日本出版クラブ会館にて贈呈式を行っている。

2—— ▶Web1 「子ども読書年に関する決議」(第145国会、衆議院および参議院)

営みであります。今日の子どもは読書量が減少していると指摘されるなかで、政府といたしましても、関係者と手を携え、子どもの読書の振興をはかることが肝要であると考えております」との所信を表明した。

この国会の決議を立法化したものが、2001年12月公布・施行された「子どもの読書活動推進法」である。この法律も国会決議も、推進議連の提案によるものであった。

❖政・官・民の連携と「子ども読書年」推進会議

1999年(平成11)4月、推進議連は、「国際子ども図書館開館行事、子ども読書年の活動、子ども文化基金の創設」を政・官・民による国家事業として推進することを目的に、「企画総合プロジェクト」を設置し、読進協・全国SLA・児童出協など民間9団体に対して参加を要請した。同年7月、同プロジェクトは、「子ども読書年実行委員会」(村上正邦会長・扇千景座長)と改称され、再発足した。

同年10月、同実行委員会との協力を深め、民間としての運動を進めるために、『子ども読書年』推進会議が設立された。同会議は、「子どもと本の出会いによる楽しさと豊かさを育てるために、読書活動を展開し、読書環境の整備・促進をはかるとともに、2000年『子ども読書年』の推進をはかること」を目的とした。同会議には、出版社、出版関係各社・団体、図書館団体、著作者団体、読書活動団体など、273の団体・企業・個人の正会員、賛助会員が参加し、大きな広がり可能性をもつ新たな読書推進のネットワークが形成された。代表には野間佐和子(読進協会長・講談社)が就任、副代表には、猪熊葉子(日本国際児童図書評議会=JBBY³会長)、小峰紀雄(児童出協会長・小峰書店)、笠原良郎(全国SLA理事長)、松居直(国立の国際子ども図書館設立を推進する全国連絡会⁴会長・福音館書店)が就任した。事務局は読進協に設置し、浜田博信事務局総括(読書推進連絡会運営委員長・講談社)を中心に運動を展開した。

❖2000年「子ども読書年」の活動

「子ども読書年」の諸活動は、政(推進議連)、官(国立国会図書館・文部省・厚生省・通産省・郵政省・内閣官房内閣外政審議室)・民(読書年推進会議)の連携・協力による、かつてない大きな枠組みで進展した。その具体的な活動は、以下のようなものであった。

① 普及啓発活動

- ・全国の子どもを対象にした、「子ども読書年」のシンボルマーク、標語の募集
- ・新刊児童書、関連雑誌、新聞広告でのアピール
- ・「子ども読書年」フォーラムの開催

② 読書推進事業

- ・読み聞かせ活動の全国展開

- ・「子どもの読書活動推進大会」の開催(全国大会／ブロック大会)
- ・「子ども読書フォーラム」「絵本ワールド」の開催
- ・「ドキドキワクワク 子どもの本ワールド」の開催
- ・「上野の森子どもフェスタ」の開催
- ・読書推進・文部大臣奨励賞の贈賞(文部省との連携)
- ・読書推進優秀実践校の顕彰(文部省委嘱事業との連携)

③ その他関連事業

- ・ブックスタート・プロジェクトの研究・構築
- ・国際子ども図書館開館記念事業
- ・「子どもの本の日」「国際子ども図書館開館」記念切手の発行(郵政省)

くわしくは、「2000年『子ども読書年』実施報告書」⁵⁾を参照されたい。

「子ども読書年」推進会議は、2000年(平成12)のテーマとして「ブックスタート」運動に取り組み、7月のイギリスへの研修視察、11月4日、東京国立博物館における「国際シンポジウム」の開催、国内での試験的な実施などを経て、翌01年4月、「ブックスタート支援センター」(松居直理事長)を設立して本格的な活動を開始した。

❖ 「子どもの読書推進会議」の結成とその後の活動

2001年(平成13)4月12日、「子ども読書年」推進会議は運営委員会を開催、2000年「子ども読書年」の事業総括、収支決算などを採決後、「子ども読書年」の理念のもとに結集した幅広い分野の団体の力を分散することなく、子どもの読書環境に一体となって力を尽くすべきである、との趣旨により、「子どもの読書推進会議」(推進会議)の名称で事業を再スタートすることを決議した。出発は14団体⁶⁾、役員は継続を原則に、代表に野間佐和子、副代表に猪熊葉子、小峰紀雄、笠原良郎、松居直を新た

3—— Japanese Board on Books for Young People 子どもの本に関する国際交流を通じて、子どもの本の本質を高め、読書活動を促進し、これによって子どものすこやかな成長に寄与することを目的として1974年(昭和49)に設立された。国際児童図書評議会(IBBY)の日本における窓口として、また、広く子どもの本に関する国際協力の対外機関として、活動している。

4—— 国立の「国際子ども図書館」の設立を支援し、かつ21世紀の子どもたちに伝える読書文化のセンターとしてふさわしい設備と機能を備えてもらうために、必要な提言をしていくための連絡会組織として「国立の国際子ども図書館設立を推進する全国連絡会」が1995年(平成7)5月に結成された。「国際子ども図書館を考える全国連絡会」は、国立国会図書館支部「国際子ども図書館」の開館(2000年5月5日)を受けて、前身の「設立を推進する全国連絡会」を発展的に解消し、その設立の理想が達成されるよう支援することを目的として2000年(平成12)10月に結成された。

5—— ▶Web2 「2000年『子ども読書年』実施報告書」(2001年3月) 「子ども読書年」推進会議

6—— 読進協、書協、雑協、児童出協、日図協、全国SLA、取協、日書連、JPIC、JBYY、国際子ども図書館を考える全国連絡会、日本児童文学者協会、日本児童文芸家協会、日本児童出版美術家連盟。

に承認した。事務局は、あらためて読進協内に設置した。

推進会議は、文部科学省がオリンピック記念青少年総合センターの事業として01年4月に創設した「子どもゆめ基金」の助成を受けて、01年度から中心事業として「絵本ワールド」の全国展開を進め、06年度(平成18)までに20の道府県で開催した。この事業をとおして、各地域に図書館・新聞社・教育委員会・書店組合・教育者・市民運動グループなど、子どもの読書に関係する多くの団体・個人が参加する実行委員会を設置し、「絵本ワールド」の推進ばかりでなく、各地域における子どもの読書環境を考えるネットワークづくりを組織した。

また、民間組織の代表として政・官との連携を強める役割を担当し、政・官との共催によるフォーラムなど、イベントの実行部隊としても活動した。そのおもなものに、01年6月=「『子どもゆめ基金』創設記念(子ども・ゆめ・読書)フォーラム」、01年12月=「子どもの読書活動推進法」の成立を受けて、「緊急フォーラム 子どもの読書振興のために今なにをなすべきか—『子どもの読書活動推進法』の実体化を目指して」、02年4月=前記の「子どもの読書活動推進法」の制定により4月23日が「子ども読書の日」となり、その普及活動として「『子ども読書の日』記念・子どもの読書活動推進フォーラム」、03年度から始まった文部科学省が推進する「全国読書フェスティバル」、02年8月=「『日本・中国・韓国』子ども童話交流2002」、などがある。

◆子どもの読書活動の広がり

2000年(平成12)の「子ども読書年」、01年の「子どもの読書活動推進法」の成立を受けて、子どもの読書推進活動は多くの分野や地域で広がりを見せている。なかでも「ブックスタート」と「朝の読書」の急速な拡大・発展には驚かされるものがある。また、読進協が03年に実施した「全国読書グループ調査」でも、子どもの読書関係グループ・団体は4年前と比較して大幅に増加していることが証明されている。

「ブックスタート」運動は1992年、「赤ちゃんといっしょに絵本の楽しさを分かち合う」というキャッチフレーズとともにイギリスのバーミンガムで始まった運動である。日本では、2001年4月、21市町村自治体で運動を始めたとなん、マスコミなどでも話題になり、1年間であつという間に全国に広がり、02年12月には305市区町村自治体が参加する運動となった。運動の支援団体である「ブックスタート支援センター」も、02年1月、特定非営利活動法人(NPO)となり、全国自治体や実践協力者からの信頼感をますます高め、07年3月末現在、実施市区町村は598地域を超える運動となっている。また、この運動はアジア諸国からも注目され、今後はアジアの子どもたちのためにも活動を広げていく予定である。

「朝の読書」は、学校で授業が始まる前の10分間、生徒と教師の全員が自分で読

みたい本を自由に読む読書運動である。この運動は1988年(昭和63)、林公教諭(市川学園勤務)と大塚笑子教諭(東葉高校勤務)の二人が、社会や学校で教育が荒廃していく時代のなかで、悩める子どもたちに「生きる力」と「みずから学ぶ力」をはぐくませるために始めたもので、方法は「みんなでやる」「毎日やる」「好きな本でよい」「ただ読むだけ」と、いたってシンプルなものだった。95年(平成7)からトーハンが二人の活動を応援し、運動は組織化された。徐々にその実践効果が報告されるに及び、教育関係者に注目され、2000年9月、全国の小中高校の実践校数は約4500校になり、さらに01年「子どもの読書活動推進法」で大きな弾みがつき、05年8月には、ついに実践校数は2万校を超え、約740万人の児童・生徒が取り組む運動となった(07年3月末現在、2万4336校、約900万人)。

そのほか、注目される活動には、

- ①2000年、「子ども読書年」で開催した「上野の森子どもフェスタ」(現・上野の森親子フェスタ)は、その後も毎年開催し、年々参加者に注目度を高めている。
- ②1999年から開催している「JPIC⁷読みきかせサポーター講習会」は、毎年全国の会場で好評を博し、参加者数が8年間累計で2万9000人を超えている。
- ③「国際子ども図書館を考える全国連絡会」は、00年、国際子ども図書館の設立後も、その進展を見守り、提言する活動を継続している。
- ④96年に設立した「学校図書館整備推進会議」は、00年以後、さらに活動を強化し、学校図書館図書整備費の予算化やその完全獲得化の運動⁸を全国規模に拡大・徹底している。

などがある。

なお、文部科学省は07年2月に「新学校図書館図書整備5か年計画」を策定し、総額1000億円を地方交付税で措置することとした。

7——(財)出版文化産業振興財団(Japan Publishing Industry Foundation for Culture)。出版文化産業および読書活動にかかる生涯学習の推進、出版文化産業および読書活動に関する調査および研究、人材育成、情報の収集および提供などを行うことにより同産業の振興をはかるとともに、読書活動の推進をはかることにより、わが国経済社会の健全な発展・国民の生活文化の向上・青少年の健全育成に寄与することを目的に、1991年(平成3)3月に設立された。

8——「子どもの読書活動推進法」の制定を受けて、2002年度(平成14)より、国は新たな「学校図書館図書整備5か年計画」を実施した。この施策は小・中学校の学校図書館図書整備費として総額約650億円を5年間にわたって地方交付税で措置するもので、毎年約130億円ずつ措置される。しかし、この図書整備費は、地方交付税で措置されるものなので、各自治体で自動的に図書の購入費になるわけではない。地方交付税は使途が制限されず、どう使うかは各自治体の裁量なので他に予算を流用されることもある。2003年度も30%の自治体しか図書購入費に使っていなかった。そこで、子どもの読書推進会議・学校図書館整備推進会議・書協は、詳細な手引き「子どもの読書活動推進法」実体化のためのマニュアル第3版(2004年)を作成し、この地方交付税を完全に図書費として予算化する運動を全国的によびかけている。

A-3 文字・活字文化の振興

❖「文字・活字文化振興法」の誕生

2005年(平成17)7月22日、「文字・活字文化振興法」が成立し、同月29日に施行された。前年の2月、文化審議会は「これからの時代に求められる国語力について」を答申⁹し、「これからの時代は、これまで以上に国語力が必要」であり、「自ら本に手を伸ばす子供を育てる」ことがもっとも大きな目標とされ、そのためには「国語教育」と「読書活動」を二つの柱とし、「読書」を中核に位置づけた。「文字・活字文化振興法」の法制化には、この答申と01年12月に施行された「子どもの読書活動推進法」およびこれにもとづき策定された「子どもの読書活動の推進に関する基本的な計画」¹⁰(02年8月、閣議決定)が土台になっている。

この法律の制定により、文字・活字文化の振興に関する施策の総合的な推進が国および地方公共団体の責務として、関係機関および民間団体などとの連携強化のもとではかれることになった。

加えて、この法律の制定にあわせて、活字議連は政策目標として「文字・活字文化振興法の施行に伴う施策の展開」¹¹(施策の展開)を公表した。①地域における文字・活字文化の振興、②学校教育に関する施策、③出版活動への支援、の項目別に具体的な施策の推進を明記している。

書協は、この法律の制定にあたって活字議連(河村建夫会長・肥田美代子事務局長)から意見を求められ、05年3月、要望書¹²を提出した。その考え方や要望事項の多くが、この「施策の展開」のなかに盛り込まれている。「出版活動への支援」に関して示されている具体的な施策は次のとおりである。

- ・ 文字・活字にかかわる著作物再販制度の維持
- ・ 学術的価値を有する著作物の振興・普及
- ・ 著作者および出版者の権利保護の充実
- ・ 翻訳機会の少ない国々の著作物の翻訳、日本語著作物の翻訳の振興・支援、それに必要な翻訳者の養成
- ・ 世界各地で開催されるブックフェアなど国際文化交流の支援

そして、この前文には、「文字・活字文化振興法に基づき、政治・行政・民間は連携して、次の施策を推進する」とある。具体的な施策の展開・実現には、今後の民間の努力・責務もまた大きいことを示している。

❖「文字・活字文化振興法」と「子どもの読書活動推進法」

「文字・活字文化振興法」は、超党派の国会議員286人がつくる活字議連が議員立法

として提案し、成立させたもので、同じく未来議連による議員立法として2001年(平成13)12月12日に制定された「子どもの読書活動推進法」とあわせて考えると、まさに、全国民への読書活動推進の法律ができたということになる。

これらの法律を成立させた背景には、子どもたちの暴力的な犯罪や親による子どもへの虐待、世界各地に起こる終わりのない戦争などの社会現象から、ことばによる対話の必要性、そのことばの不足と再生の必要性を強く感じた人たちが立ち上がったことが直接的な要因だが、「読書週間」をはじめとする全国の草の根的な読書推進運動の永きにわたる積み重ねこそが、真に法律を成立させた原動力だったといえる。

そのなよりの証左は、「文字・活字文化振興法」で「読書週間」の第1日目である10月27日が「文字・活字文化の日」に、「子どもの読書活動推進法」で「こどもの読書週間」の第1日目である4月23日が「子ども読書の日」に制定されたことである。この「文字・活字文化の日」の制定を契機に、出版界全体としても、読進協を中心とした読書推進運動の連携をいっそう深め、「読書週間」事業を中心に、しっかりとした骨太な方針および実施が必要である。

なお、「文字・活字文化の日」については、05年から出版7団体¹³で『「文字・活字文化の日」出版連絡会』をつくり、連携して周知・普及をはかる活動を行っている。

◆推進母体「文字・活字文化推進機構」への展開

2005年(平成17)12月、書協は「施策の展開」と新たな施策の検討を進めるために、「文字・活字文化振興特別委員会」を立ち上げた。特別委員会では「書協としての重点方針」をまとめるとともに、できるだけ早く関係団体と連携し、出版界の総意を結集するための「文字・活字文化振興会議」の開催をよびかけることとしていた。しかし、準備の過程で、「施策の展開」をより実効性のあるものにするには出版関係団体にとどまらず、より広い国民的な連携と結集が必要であるとの判断から、その推進母体として教育・経済・労働・流通・言論などからなる「活字文化・読書活動推進機構」(推進機構、のちに「文字・活字文化推進機構」と改称)の設立構想が浮上した。

06年7月13日、小峰紀雄書協理事長のよびかけによって、書協・雑協・取協・日書連・読進協・児童出協・JPICの7団体の代表が集まり、「推進機構」の設立準備に関す

9 ———▶Web3 「これからの時代に求められる国語力について」(平成16年2月3日、文化審議会答申)

10 ———▶Web4 「子どもの読書活動の推進に関する基本的な計画」(平成14年8月、閣議決定)

11 ———▶Web5 「文字・活字文化振興法の施行に伴う施策の展開」(2005年) 活字文化議員連盟

12 ———▶Web6 『「文字・活字文化振興基本法」(仮称)案に対する要望書』(平成17年3月18日)

13 ——— 書協、雑協、取協、日書連、児童出協、読進協、JPIC。

る会議が開催された。よびかけ人の小峰書協理事長は、「推進機構」の概要(素案)を示しながら、①書協は、出版関連団体と連携して文字・活字文化振興法の実体化を推進する組織として書協が当初予定した「文字・活字文化振興会議」に代えて、より国民的な運動体としてのスケールと可能性をもつ「推進機構」の設立準備会に参加し、協力する、②出版業界特有の諸問題の解決を目指し出版業界団体とともに研究・調査・施策立案・推進機関として「活字文化振興出版会議」(出版会議)の設立をよびかける、③「出版会議」参加の諸団体は「出版会議」として「推進機構」に参加・協力する。また、同じく「推進機構」の準備会が開催を予定している11月25日のシンポジウム「言葉の力と日本の未来」には「出版会議」として後援する、④全国出版協会(全協)など当日の参加団体以外の業界団体にも参加をよびかける、⑤上記の「書協方針」をたたき台とし、各団体の意見を集約して今後の方針を組み立てていく、⑥「出版会議」の事務局は書協が担当する、などを説明・提言した。

さらに9月13日には、よびかけに参加した7団体に全協も含めた事務局会議が開かれ、「推進機構」の設立準備状況を確認するとともに、「出版会議」の準備会事務局を当面JPICにおくことを決めた。

11月25日、日本プレスセンターホールで、広範な分野の関係者が一堂に会して「文字・活字文化推進機構設立準備会」(設立準備会)の主催による「シンポジウム「言葉の力と日本の未来」」が開催された。シンポジウム終了後、大会アピール¹⁴が採択され、①2007年10月をめどに、「文字・活字文化推進機構」を正式に創設する、②2010年を「国民読書年とする決議」の採択を国会に働きかける、③子どもたちの言語力、読解力をはぐくむため、「新学校図書館図書整備5か年計画」を策定・実施するよう国・自治体に求めるなどを確認した。また、シンポジウムの当日に「設立準備会」の世話人会が開催され、2007年10月の設立に向けて「設立世話人会」¹⁵が正式に発足した。

書協・雑協では、7月の理事会でこの構想を承認し、ともに中心的な役割を担っていくことを確認した。

こうして「出版会議」は、まず06年12月25日に書協・雑協・児童出協の3団体に設立され、ついで07年3月27日には取協・日書連・読進協・JPIC・全協の5団体が参加を決めた。これで当初予定した出版関係8団体が一致協力して「文字・活字文化振興法の実体化を目指す『文字・活字文化推進機構』に『出版会議』として参加し、各界各層との幅広い連携のもと、出版文化の振興、読書環境の整備・充実をはかる」ための活動基盤が整ったのである。

A-4 「雑誌愛読月間」の取り組み

◆歴史をたどると「雑誌祭」が始まり

「雑誌愛読月間」は、7月21日から8月20日の1か月間が対象期間で、雑協が主催・運営し、読進協が後援する雑誌出版社発の読書推進活動である。雑誌出版界が、読者、社会に向けて雑誌への興味・関心を喚起することが趣旨だが、業界内では雑誌の社会的役割を自覚する機会として位置づけられている。

キャンペーンのPR活動の原動力は、雑協会員社発行雑誌への告知掲載協力である。PR告知掲載は約300誌に及ぶ。掲載雑誌にはオリジナル図書カードを抽選で読者にプレゼントする謝恩企画を盛り込む。キャンペーンポスターを作成し、取協の協力で全国の書店に、読進協の協力で全国の公共図書館に配布している。キャンペーンの根幹テーマは「もっとずっと雑誌を読んでほしい」という思いを込めるものだが、適宜テーマを設定、それにあわせて関連イベントなどを企画・実施している。

雑協が「雑誌愛読月間」を主催・運営するようになったのは1999年(平成11)からである。それまでは読進協の主催行事で「雑誌月間」の名称だったが、2001年(平成13)に現在の名称に変更した。読進協は1976年(昭和51)から夏の「読書週間」の位置づけで標語の設定、ポスターなどを作成してきた。

「雑誌月間」は1932年(昭和7)の京都書籍商組合が単独で開催した「雑誌祭(まつり)」が始まりといわれている。翌年、当時の雑協が「雑誌週間」(9月7日から2週間)を主催したが、7回(昭和14年)で閉幕した。その当時の記録では「全国270紙は、いずれも1頁紙面及び大小の提灯記事をもって新聞界空前の大援助を与え、博報堂は市電中掛を4日間提供、また王子製紙は金1千万円の寄付を申し込む等、本計画は各方面より満腔の声援を得、また政界財界の諸名氏も絶大なる賛辞を寄せた」(『講談社の歩んだ50年』第1回「雑誌週間」の記述)とある。「雑誌週間」のために大宣伝・チンドン隊が練り歩き、日本橋白木屋百貨店で雑誌展覧会が開かれ、著名人による講演会、歌、踊り、手品などさまざまな記念イベントが実施され、新聞は神田神保町、駿河台一帯が同装飾で埋まったと報じている。その後、51年(昭和26)に全国出版協会のよびかけ

14——▶Web7 「アビール」(2006年11月25日) 文字・活字文化推進機構設立準備会

15——設立世話人：井上ひさし(日本ベンクラブ会長)、大久保浩(日本漢字能力検定協会副理事長)、柿本寿明(日本総合研究所前理事長)、唐澤祥人(日本医師会会長)、北村正任(日本新聞協会会長)、小峰紀雄(日本書籍出版協会理事長)、たかたかし(日本作詞家協会理事長)、高木剛(日本労働組合総連合会会長)、田中健五(全国出版協会会長)、中川秀直(活字文化議員連盟会長)、中西敏夫(日本薬剤師会会長)、肥田美代子(出版文化産業振興財団理事長)、松居直(日本国際児童図書評議会会長)、村松邦彦(日本雑誌協会理事長)、山根基世(日本放送協会アナウンス室室長)。(2006年11月現在)

で「雑誌週間」は復活し、読者が選ぶ人気雑誌ランキングなどの企画を実施した。そして、54年には「読書週間」と合体、76年に「雑誌月間」として生まれ変わり、2001年「雑誌愛読月間」に改称し現在まで引き継がれている。

◆99年から雑協が主体的に企画・運営

雑誌の読書推進は、「読書はよいこと、本を読みましよう」という書籍と異なり、多種多様な雑誌があるため、ジャンルごとや個別の雑誌であればある程度わかりやすく伝わるが、オールラウンドな雑誌キャンペーンとなるとコンセプトがむずかしい、といわれている。かつての「雑誌月間」の推進趣旨では、雑誌文化の向上とその普及をあげていた。雑誌社発のキャンペーンでは、直接読者にアプローチすることが重要であるとの認識のもと、雑協では1998年(平成10)にプロジェクト推進室を設置し、そこで「雑誌はおもしろくて楽しいから読むもの」など、キャッチフレーズ等の議論を重ねていった。「雑誌愛読月間」への名称の変更も、コンセプトを明確化するためだった。そして、雑誌協会内に「雑誌愛読月間」推進特別委員会(浜田博信本部長・講談社)を設け、毎年、企画・立案・運営を行っている。

雑協が運営主体になってからの「雑誌愛読月間」キャンペーンの取り組みは次のとおりである。

◆イメージキャラクターに「ゴールデン・アロー賞グラフィ賞」受賞者を起用

雑協主催初年度の1999年(平成11)は、「雑誌月間」のキャッチフレーズを会員社の雑誌で告知して読者から公募した。1万6500通の応募があり「だって読みたいんだもん。」に決定。キャンペーンのイメージキャラクターには、ゴールデン・アロー賞グラフィ賞(雑誌芸能記者クラブ・日本雑誌写真記者会が運営・選出)受賞者に協力を仰ぎ、タレントの優香さんがポスターに登場した。読者謝恩企画として、雑協会員社協賛によるオリジナルグッズを抽選で1000名にプレゼントする雑誌社賞、イメージキャラクターのマガジンカード(図書カード)を抽選で1999名に贈呈する企画を雑誌広告で告知、その応募券をハガキに貼付して応募してもらう形式で行った結果、5万5000通を超える応募が寄せられた。

イベント企画では、「どうなる2000年」をテーマに『フラウ』『ヴェリイ』『プチセブン』『ブルータス』の編集長トークを紀伊國屋書店宇都宮店で、地元の下野新聞社の協賛協力も得て実施した。同新聞紙上でその模様が報道され反響も大きかった。そして、関東交通広告協議会(首都圏電鉄11社で構成)の協賛協力により、中吊り広告が掲出され、「雑誌キャンペーン」のプレゼンスを大いに高めた。

◆「年間定期購読キャンペーン」をスタート

2000年(平成12)には、「雑誌月間」をとらえて年間定期購読キャンペーンを初めて実

施した。東京目黒・世田谷地区の約100書店が参加し、参加出版社は15社、対象誌は15誌であった。期間中、対象誌を年間定期購読一括前払いで申し込むと購読料金を1か月分無料にし、参加出版社は1か月分を書店に割り戻す仕組みである。定期購読の促進とともに、書店来店促進・活性化、再販弾力運用の実践舞台が企画の目的で、参加書店のうち約70%が予約を獲得し、予約総数は450に達した。キャッチフレーズの公募は継続しネット応募を含め2万を超える作品から「好きな雑誌は、なんですか？」が選ばれた。雑誌社賞、マガジncardプレゼント企画も継続実施し好評を得た。イメージキャラクターは本上まなみさん。「子ども読書年」の2000年は、作家の灰谷健次郎氏を招き、「子どもの心・子どもの優しさ」をテーマにゲートシティ大崎で記念講演会を開催、同氏と『週刊少年マガジン』『小学一年生』『電撃NINTE NDO64』の編集長による「ネット世代の子どもたち」を岡崎満義氏の司会で展開し、雑誌の切り口による「子ども読書年」を演出し、来場者はじめ読者の関心をよんだ。

2001年(平成13)からは雑誌の愛読者に向けたキャッチフレーズも、雑誌のつくり手のメッセージを伝えることを主眼にし、公募はとりやめた。「年間定期購読キャンペーン」は東京2地区に宮城県を加えて約300店が参加し、21社・25誌の対象誌の予約数は1250になった。マガジncardプレゼント企画は継続、イメージキャラクターは釈由美子さんで、この年のキャッチフレーズは「この人を有名にしたのは私たちですーグラフィアから政治・経済まで雑誌は今を伝えるメディアですー」であった。

❖「環境キャンペーン」を展開—40年ぶりに「アメリカ雑誌研修団」

21世紀は環境の世紀である。新たに加わった女性委員の発案で、日本製紙連合会の協賛・協力を仰ぎ、2001年(平成13)には「雑誌環境キャンペーン」を展開した。会員社発行雑誌ほか、全国紙に広告を掲載した。広告には雑協の全会員社名を明記し、「雑誌環境プロジェクトはじまります」という標語のもと、協会对环境に対する姿勢を打ち出した内容である。これを契機に雑協の生産委員会は「生産環境委員会」に改称した。環境キャンペーンでは3タイプの広告原稿を作成し、告知・アピール掲載雑誌は450誌にのぼり、マガジncardの応募総数は6万5000通を超えた。

さらに、雑誌王国アメリカから、ミスター・マガジンと評されるミシシッピ大学のサミール・フスニ教授を招き、「アメリカの雑誌の最新事情」について、出版クラブ会館でセミナーを実施し、会員社はじめ業界関係者130名が参加した。そして、特別企画として40年ぶりに「アメリカ雑誌販売・流通視察研修会」を実現、大久保徹也団長(集英社)ほか10名が定期購読の実情を中心にアメリカ雑誌協会、出版社、書店などを精力的に視察し、その成果を、フスニ教授の講演録を含めて、報告書としてまとめた。

02年は、「そんなあなたに伝えたいコトがある」をメッセージに、「定期購読キャン

ペーン」を日書連・取協の3団体共催企画とし、初めての全国展開に踏み出した。参加書店は約5000店に、対象誌は28社・34誌に拡大し、予約総数は約5400にのぼった。01年の環境キャンペーンの反響を受けて、製紙メーカーの環境責任者と雑誌古紙100%の封筒を実現したソニーのデザイナーを講師に招き、環境セミナーを出版クラブ会館で開催した。雑協では、一連の環境キャンペーンの反響を受け継いで、100%雑誌古紙封筒を導入している。イメージキャラクターは井川遥さん。中吊りポスターも雑誌古紙100%用紙を使用、4タイプのポスターを作成し、関東交通広告協議会の協力で約4万7000枚が掲出され、広く注目された。

◆「デジタル万引き」が内外メディアで大反響—マナーキャンペーン

「デジタル万引き(書店内でケータイカメラによる雑誌記事の撮影を止めてください)」が、2003年(平成15)のキャンペーンでは大きな反響をよんだ。書店店頭の声を反映して、書店内でケータイ(携帯電話)のマナーを守ってほしい、という発案だった。カメラ付きケータイの急速な普及、公共機関でのケータイのマナーが問題化していた時期だっただけに、リアルな万引きに対し「デジタル万引き」としてテレビ・新聞をはじめネットメディア、そして海外メディアでも幅広く報道された。結果として、デジタルコピー時代の著作権、私的利用の範囲についても論議をよんだ。キャンペーンでは、ケータイの事業者団体である社団法人電気通信事業者協会と連名で約3万枚のポスターをつくったことも話題となり、全国の書店から問い合わせ、引き合いが殺到したため、マナーポスターの増刷に踏み切った。「デジタル万引き」は、この年の流行語にノミネートされたほどで、エポックメーキングなキャンペーンになった。メッセージは「私はマガ人(ジン)—さあ、雑誌があなたを待っている。」で吉岡美穂さんがイメージキャラクターとして「マガ人はマナーを守る」と訴えかけた。

定期購読キャンペーンは、32社・対象60誌に拡大し、参加書店は6000の大きさに乗って予約数も7000を超えた。環境PRの一環として、「マガ人は環境を考える—読み終えた雑誌は、家に持ち帰り再資源化にご協力お願いします」と中吊りポスターでアピールした。大都市の駅構内のゴミ箱などで組織的に雑誌を回収し、駅周辺で雑誌の発売当日に安く売る行為が目立ち、業界では効果的な方策がなく対応に窮していたためでもある。

04年のメッセージは「ザ☆は、雑誌のザ。」。イメージキャラクターは井上和香さん。関東交通広告協議会による初のワイド版での中吊り掲出協力が実現し、PRは厚みを増した。定期購読キャンペーンは全国展開3年目を迎えた。参加出版社36社・対象75誌に広がったものの、大手取次会社が一括前払いの定期予約システムをこの年の夏から導入した関係で、参加書店が前年比半減の3000店にとどまり、予約数も

約3700と書店数同様の減少となった。こうしたなかで、書店の意向を反映して東京都書店商業組合との連携で、東京地区限定の対象誌16誌を設定したが、結果として成果は上がらなかった。書店への来店促進・活性化を目指しスタートした定期購読キャンペーンは、雑誌の一括前払いの仕組みがなく、その実現も課題だったが、そのシステム化は、取次会社の努力で実を結んだ。

マナーキャンペーンでは、電気通信事業者協会が「書店の本は撮らないで一知ってほしいケータイのマナー」というポスターを独自に作成し、全国の書店・学校などに配布した。そして、NTTドコモが作家のメッセージを伝える形で「店頭の本や雑誌を、カメラ付きケータイで撮影することはやめましょう」と主要新聞に全面広告を掲載したこともあり、アピールは幅広く浸透していった。

定期購読「読み続け運動始めよう」コーナーでは、対象85誌の実物を展示し、対象誌1か月分の割り引きに加えて、参加出版社のオリジナルグッズをくじ引きで提供、お得感を演出した。予約は16冊にとどまったが、その他、雑誌POSセンターのデモコーナーPR、岩佐真悠子コーナーを設置、会員社のスタッフ協力で、雑協ブースは連日、大にぎわいだった。

「定期購読キャンペーン」ではトーハン、日販、大阪屋の定期購読システムに連携する形で展開している。メッセージも「『みんなで読もう！ イチ ニッ ザッシ!!』読み続け運動始めよう、旬な情報、話題の連載、続けて読めば楽しさも加速する。さあ、読み続け運動始めましょう。」とシンプルで力強いコンセプトで、イメージキャラクターの岩佐真悠子さんが雑誌の読み方を体で表現したポスターと、書店・取次会社支援の一環として「読み続け運動のステッカー」をつくり、「定期」という読み方のPRを兼ねて推進した。

取次の定期予約システムに連携して推進した定期購読キャンペーンは、参加書店が5400店に増加し、出版社34社・対象83誌の予約総数は約8000と、これまでの最高になった。申し込みチラシを各取次システムにあわせて作成するなど、きめ細かい対応を行っている。

◆雑協HPIに定期申し込み窓口を設置

2006年(平成18)は、「定期購読キャンペーン」で初めて雑協ホームページに購読申し込み窓口を設けた。そしてブックハウス神保町の協力を得て、対象誌36社・91誌を展示し、初めて対象誌のバックナンバーを50%OFFで販売した。ブックハウス神保町の店内では、図書普及の協賛協力を得て、子ども向け雑誌表紙をモチーフにオリジナル図書カードプレゼント(3日間で106枚)を実施したほか、日本折紙協会の協力で親子折紙教室の開催と折紙作家の作品展示コーナーを設けた。さらに、雑協が

声優の増岡弘・壤晴彦両氏を招いてお話会も行い、雑誌愛読月間(7月21日～8月20日)の期間中、同店とのジョイントフェアは再販弾力運用の側面からも業界内外から注目を集めた。メッセージは『恋と雑誌は、必ずやってくる。』たとえあなたが、大好きな雑誌の発売日を忘れていたとしても。定期購読なら、あなたの『好き』が、必ずやってきます。』であった。定期購読ポスターでは「恋も雑誌も、1年はつきあわないとね。」と、イメージキャラクターの安田美沙子さんがキュートによびかけている。予約購読申し込み総数は9700を超え過去最高を記録した。

関東交通広告協議会による中吊り掲出協賛協力は、初めて10万枚を超え、強力な支援が「雑誌の夏」を盛り上げた。

B | 東京国際ブックフェア

❖「活字離れ」への危機感から始まる

1976年(昭和51)、出版業界は1兆円産業となったが、その一方で売上げの伸び率鈍化と返品率の増大が大きな問題となっていた。世間では「活字離れ」ということばがはやりだした。出版業界はその後も成長鈍化が続き、「活字離れ」への危機感を年々深めていった¹⁶。

83年1月、書協・雑協が“出版業界全体で読書推進運動を”とよびかけ、取協、日書連、それに読進協を加えた5団体による「出版業界5団体・読書のすすめ実行委員会」を誕生させ、84年度の大規模展示会や講演会の開催などを確認した。

「日本の本展」は、こうした業界の“活字離れ”対策の大きな期待を担って、84年5月18日から4日間、東京・池袋のサンシャインシティ文化会館で開かれた。日本における大規模なブックフェアの始まりであった。多彩な読書推進・図書普及の企画、さらに読者謝恩企画などが大好評となり、4日間で4万5500名もの入場者があった。

第2回は、86年11月1日から4日間、東京・浜松町の東京都立産業貿易センターで開催された。88年の第3回からは「東京ブックフェア」と名称を変更して開催、会場も再び東京・池袋のサンシャインシティ文化会館に戻した。

❖本格的な国際ブックフェアの開催へ

1992年(平成4)の第5回は「東京国際ブックフェア」(TIBF)として、“アジアおよび欧米諸国との文化交流の推進”を目指し、本格的な国際ブックフェアへの第1歩を踏み出した。初の国際ブックフェア「92TIBF」は、出版業界あげての実行委員会を組織し、