

永嶺重敏(ながみね・しげとし)

1955年鹿児島県生まれ、九州大学文学部卒業、  
図書館短期大学別科修了。

東京大学経済学部図書館、法学部附属明治新聞雑誌文庫  
を経て、現在、東京大学史料編纂所図書勤務。

日本出版学会、メディア史研究会、日本図書館情報学会  
会員。

著書論文：『雑誌と読者の近代』(日本エディタースク  
ール出版部、1997年、日本出版学会賞、国立大学図書館  
協議会賞受賞)、『工場図書室の思想』『図書館学会年報』  
35巻2,3号、1989年、『明治期の公共図書館と利用者』  
『図書館界』49巻5号、1998年ほか。

とし どころかん  
モダン都市の読書空間

2001年3月30日 第1刷発行

著 者 永 嶺 重 敏

発 行 者 日本エディタースクール出版部

代 表 吉 田 公 彦

〒101-0061 東京都千代田区三崎町2-4-6

電 話 03-3263-5892

FAX 03-3263-5893

<http://www.editor.co.jp/>

印刷・三秀舎／製本・牧製本

© Shigetoshi Nagamine 2001

ISBN4-88888-310-6

ほどのこだわりを持つ人々であった。彼等がこの時期の都市の読書文化をリードし、他の階層に対して主導的なモデル的存在となった人々である。

本書で近代性(モダニティ)を体現しているのは、このサラリーマン層であり、彼等の読物としての円本であり、『文藝春秋』である。さらには、サラリーマンの新しい居住地としての郊外であり、通勤電車である。その意味で、モダン都市の主人公はサラリーマンである。そして、サラリーマンに対抗しつつ、あるいはこれを模倣しつつ独自の階層として自己形成を図り始めた労働者である。

読書装置を媒介としてこれらの読者が活字メディアと切り結ぶ関係史は、きわめて動的な変化と多様性に満ちたものである。そこから立ち現われてくるのはどのような読書空間であろうか。

なお、本書は昭和七年一〇月一日の東京市域拡張以前の東京を対象としている。したがって、本書で「東京市」あるいは「市内」と言う場合には旧市域の一五区を意味し、「郡部」「郊外」と言う場合には、後に新市域に編入される二〇区を指している。ただ、東京市と東京府の厳密な使い分けは難しく、両者を含めて単に「東京」と呼ぶ。

## 目次

まえがき  
凡例

### 第一部 読書装置の動態学

第一章 モダン東京の読書地理……………三

一 〈読書の都会〉東京の形成……………三

二 モダン東京の街頭メディア……………七

    広告の氾濫 七    新聞呼び売り 二三    紙芝居 二六    メディア  
    受容能力の訓練 一六

三 読書装置の分布……………一九

    書店 三〇    公共図書館 三二    露店の古本屋 三六    貸本屋

    三 新聞雑誌小説類縦覧所 三三

四 読書装置の郊外化……………三六

書店の郊外へのシフト 三 図書館利用の広域化 四

五 通勤読書文化の発達……………三

通勤読者の誕生 四 販売店という読書装置 五 通勤読物の発達 六

第二章 大正期東京の「雑誌回読会」問題……………五

一 雑誌の定価販売の確立……………五

二 回読会問題の構図……………五

販売業組合の内紛 五 販売業組合と回読業者の対立 五

三 回読会の実態……………五

回読会の概略 五 回読会のシステム 六 回読会本部の立地 六

三 回読会と会員読者 六 地方部 六

四 〈月遅れ雑誌〉というメディア……………七

月遅れ雑誌の流通ルート 七 月遅れ雑誌の社会的効果 七

五 回読会の展開……………八

六 雑誌流通の大衆化装置……………九

回読会の起源 八 商業的回読会の登場 八 回読会の発展 八

五 訴訟問題の影響 八

第二部 活字メディアの大衆化

第三章 初期『文藝春秋』の読者層……………九

一 『文藝春秋』の創刊……………九

二 創刊時の読者層……………一〇

三 読者層の拡大と多様化……………一〇

四 都市新中間層の獲得……………一一

五 都市知識人の遊歩型雑誌……………一二

六 菊池寛の読者意識……………一三

七 下向きの大衆化……………一六

第四章 円本ブームと読者……………一七

一	円本という大衆化装置	一三一
二	円本の購読者層	一三四
三	円本の読書体験	一四七
四	円本という名の読書革命	一五二

第三部 労働階級と〈読書階級〉

第五章	労働者が『中央公論』を読むとき	一六一
-----	-----------------	-----

一	〈読書する労働者〉の登場	一六一
二	労働者と読書装置	一六四
三	読者のピラミッド	一七〇
四	ピラミッドの越境者	一七三
五	総合雑誌と労働者	一七五
六	社会主義と労働者	一八七
七	越境労働者の読書体験	一九四

八	労働者と知識人——二つの読書文化	一九七
---	------------------	-----

第六章	サラリーマン読者の誕生	二〇三
-----	-------------	-----

一	〈読書階級〉としてのサラリーマン	二〇三
二	サラリーマンの生活と読書スタイル	二〇七
三	総合雑誌読者層としてのサラリーマン	二二三
四	書物所有階層としてのサラリーマン	二二八
五	サラリーマン家庭の書物購入状況	二三三
六	文学読者としてのサラリーマン	二三八
七	サラリーマン読者の歴史性	二四〇

注・参考文献	二四四
あとがき	二五九

\* 図版 1・2・3・4・5・6・7・8・10・11・12・13・14・15・16・17・18・20・21・22・24・25・27・28 は東京大学法学部附属近代日本法政史料センター明治新聞雑誌文庫所蔵。

## 第一章 モダン東京の読書地理

### 一 〈読書の都会〉東京の形成

大正一〇年の『読売新聞』に、東京市を〈読書の都会〉と形容している投書が寄せられている。

「東京市は現在でも、或意味で読書の都会であり、従つて書生の都会である。吾等は自らの読書子、書生たる立場から、将来益々此方面の発達を図り、東京市をして世界的に栄誉ある書生の都会、読書の都会たらしめ度い」(大正一〇・七・一一)

この投書者の指摘する通り、東京は明治大正を通じて出版・読書の一大集積都市として成長してきた。まず第一に、東京は数多くの有力出版社が集中する出版業の中核としての〈出版都市〉であった。明治以降の出版業の近代化は東京を中心とする形で再編が進み、その結果、出版の分野において東京は地方に対する中央として形成されてきた。出版業の東京集中はさらにより一層の東京集中という相乗効果を促し、例えば熊本から徳富蘇峰が、新潟から大橋佐平が上京して目覚ましい成功をおさめたように、より多くの成功の機会を求めて、有力な出版人・出版社は東京を目指すよう

表 1-2 新聞紙法による  
新聞紙雑誌発行数

(タイトル数)

年	全国	東京	東京の比率 (%)
大正 1	2,227	784	35.2
2	2,647	976	36.9
3	2,719	1,045	38.4
4	2,851	1,057	37.1
5	3,066	1,118	36.5
6	3,018	1,123	37.2
7	3,123	1,173	37.6
8	3,423	1,016	29.7
9	3,532	1,055	29.9
11	3,870	589	15.2
12	4,592	943	20.5
14	6,899	1,589	23.0
昭和 1	7,600	1,590	20.9
2	8,349	1,584	19.0
3	8,445	1,807	21.4
4	9,191	1,973	21.5

『内務省統計報告』による。

\*大正 10, 13 年は報告が未刊行。

\*大正 12 年から統計表の見出しが「新聞紙及雑誌」から「新聞紙」と変わるが、内容的な変化はみられない。

七〇〇〇余人のうち、実に四万三〇〇〇余人(六四%)が東京に集中していた。この学生達は卒業後は主に大都市圏に居住し、官公吏・教員・サラリーマンといった新中間層を形成する。奥井復太郎が昭和七年に校友会名簿の住所をもとに調査

表 1-1 出版法による出版物納  
本数(単行本) (件)

年	全国	東京	東京の比率 (%)
明治 43	29,949	11,216	37.5
44	30,166	12,091	40.1
大正 1	30,242	12,360	40.9
2	24,034	9,989	41.6
3	25,302	10,512	41.5
4	24,883	9,984	40.1
5	25,682	11,816	46.0
6	22,558	10,267	45.5
7	11,708	7,648	65.3
8	10,553	6,935	65.7
9	9,848	6,356	64.5
11	13,081	8,856	67.7

『内務省統計報告』による。

\*大正 1~3 年は「普通出版物届出件数」

\*大正 10 年は報告が未刊行。

\*大正 12 年以降は府県別のデータなし。

になった。

有力出版社の東京集中によって、全国の発行出版物中に占める東京の比重は一貫して高まっていった。出版法による単行本の納本件数についてみると、大正期を通じて四割から六割が東京で発行されたものであった(表 1-1)。新聞に関しては大阪系新聞と地方新聞の勢いが強いが、それでも、新聞紙法に

よって発行された新聞雑誌のタイトル数は、大正期を通じて東京発行の新聞雑誌が全国の二―四割近くを占めている(表 1-2)。

第二に、東京は出版都市であるのみならず、全国市場を対象とする出版物流通の中央拠点としての「出版流通都市」であった。明治半ば以降東京において本格的に形成され始めた「取次制度」は、東京発行の出版物を全国規模の市場に流通させる上できわめて効果的なシステムであった。東京堂、北隆館、東海堂、大東館の四大取次に集約されていく取次制度の発達によって、東京は出版物の流通回路において、全国に対する出版物の一大卸売り都市としての独占的地位を獲得していった。このことは人的な面においても、出版・流通業従事者の東京集中として現われている。昭和五年の国

勢調査によれば、産業別人口のうち、全国の「新聞図書雑誌其ノ他ノ出版物ノ発行販売」に従事する者の三割を東京が占めている。

しかしながら、第三に、「読書の都会」の構成要素としてより重要なのは「読者」という存在である。投書中にもあるように、読書の都会とは「書生」読書子」の都会に他ならなかった。東京は全国市場を対象とする出版物の生産・流通の一大中枢都市であると同時に、出版物の最大の消費都市でもあった。そこには、全国のさまざまな地方から、さまざまな階層の読者が蝟集してきていた。帝国大学・私立大学を頂点とする中高等レベルの学校には全国から選りすぐられた無数の学生達が学んでいた。昭和四年度の「文部省年報」によると、私立大学の学生をも含めた全国の大学生六万

表 1-3 公共図書館閲覧者数の推移 (人)

年 度	全 国	東 京	東京の比率 (%)
大正 1	3,594,148	1,252,201	34.8
2	5,317,043	1,832,601	34.5
3	5,773,801	1,765,774	30.6
4	6,939,325	1,904,971	27.5
5	8,566,695	2,074,652	24.2
6	8,470,851	2,105,622	24.9
7	9,516,534	2,178,366	22.9
8	10,021,653	2,283,577	22.8
9	10,911,323	2,460,613	22.6
10	12,701,031	2,652,749	20.9
11	14,827,595	2,652,064	17.9
12	16,886,450	1,645,741	9.7
13	19,208,897	2,075,438	10.8
14	21,058,426	2,509,351	11.9
昭和 1	20,964,153	2,728,494	13.0
2	22,164,595	2,717,929	12.3
3	22,847,089	2,426,231	10.6
4	22,835,324	2,497,771	10.9
5	23,354,767	3,233,443	13.8
6	24,979,214	3,422,675	13.7
7	24,765,773	3,466,778	14.0

【文部省年報】による。

した結果では、全国一六大学の卒業生総数一五万八〇〇〇余人のうち、東京の在住者は五万七〇〇〇余人で三六%を占めていた。<sup>(1)</sup>

他方、人口比において圧倒的多数を占める小学校卒業者は労働階級を形成していたが、この階級の読書力も大正期を通じて著しい向上をみせ、大

衆読者層へと成長してきていた。こうして、大正後期・昭和初期東京の読書社会は、学生と新中間層からなる知識階級を一方の極に、労働者を中心とする大衆読者層を他方の極として、その間に女性読者や青少年少女読者等が介在する階層的な読者構造を形成していた。

このような読者層の集中は、書店や図書館の高度な発達を促した。大正一〇年度を例にとると、書店と出版社の同業者団体である全国書籍業連合会の組合員六七一五人のうち、東京組合の組合員数は一五三七人で二三%を占めていた。<sup>(2)</sup> また、大正一〇年度の東京の公共図書館閲覧者数は約二六五万人に達し、これは全国の閲覧者総数約一二七〇万人の二二%に相当する(表1-3)。

このように、数多くの出版社・新聞社や書店、あるいは帝国図書館をはじめとする図書館群が集中し、濃密な読書空間を構成していた東京というモダン都市。そして、その都市空間を縦横に遊歩し、都市の読書装置を自在に使いこなすモダン読者の群れ。それは、読書の領域における聖別化された特権的な都市、〈帝都〉の姿であった。

これから、このモダン都市の読書空間の細部に分け入ってみることにしよう。モダン東京の街路に降り立った時、まず最初に我々の眼を引くのは、街頭に氾濫している広告である。

## 二 モダン東京の街頭メディア

### 1 広告の氾濫

モダン東京は街頭広告の氾濫する都市であった。商店の看板、商品広告、ポスター、広告塔、さらにはウインドー・ディスプレイの発達によって、都市は遊歩者の視線を惹きつける広告空間となっていた。

ところで、街頭広告は法的には大きく分けて、「広告物」と「看板」の二種類に区別されていた。すなわち、「広告物」とは主に葉などの商品広告を主体とし、「都市の美観又は風致保存上必要な場合は命令で設置の禁止制限の出来るもの」とされ、他方、「看板」とは商店の看板を意味し、「風俗、安寧を害さない限り除却を命ぜられることのない大きさも無制限のもの」と定義されていた。つま



図1 看板と広告「東京朝日」昭和7年12月23日、  
薬屋や果物屋の看板に売薬名の広告があるのは、看板の領域を逸脱したものとみなされた。

り、広告物よりも看板の方がより大きなスペースをとることが可能だったわけである。そのために、看板に偽装して商品広告の機能を兼ねた醜悪な巨大看板が氾濫し始めて都市美の破壊が著しく進行した(図1)。そこで、警視庁では街頭広告の取り締まりに乗り出して、昭和七年に幅十二尺以上、面積二坪以上のものは広告物として許可をとるようにならざるを得なかった(「東京朝日」昭七・二・二三)。

広告物や看板以上に街頭で最も過激な氾濫ぶりを誇示していたのは、目抜き通りの至る所で配布される色さまざまの夥しい宣伝ビラである。特に日本橋の白木屋の角が最も多くビラがまかれる場所であった。ビラをもらった通行人はすぐに放り捨てるため、道路はビラで溢れ返っていた(図2)。そこに散水車が水をまくと、ビラは街路に張りつき、まるで膏薬を張ったようになる。これが大正一三年の東京市内の目抜き通りの日常的な街頭風景であった。ビラ公害にたまりかねた市の道路局では、ビラ拾い専門のごみ収集人を二人雇うほどであった(「時事」大正一三・七・三三)。また、警視庁でも大正一五年に交通取締規則を改正して、その三四条で、「道路に広告宣伝ビラ等を撒布すべからず」と定めてビラまきを禁止したが、あまり効果はなかったようである(「時事」大正一五・一・一六)。

これらのビラは商店が宣伝用に配るものが多かった。大正一四年の師走のある一日、午前一〇時から一一時までの一時間の間に銀座の新橋から京橋まで歩いてみた新聞記者の報告がある。それによると、配られたビラは全部で二五種類に達した。その内訳は、洋服大安売一五枚、家具類廉売三枚、日記の広告三枚、菓子店の広告二枚、レコード売出広告一枚、芝居の広告一枚、社会鍋の広告



客の眼に訴えようとしていた。一体どのような広告が車内に溢れていたかを、我々は「二六新報」が大正二年五月に募集した「電車広告優秀意匠投票」に見ることができる。これは読者による車内広告への人気投票であるが、投票によって集まった広告意匠の数は一二七種類に達した。最も多くの投票を集めたのは二一五五八五票の清酒「白鶴」で、以下、雑誌「講談倶楽部」、電波療器「ラヂオレーヤー」、歌舞伎座前「弁松」、清酒「忠勇」、割烹旅館「松泉閣」、今川橋「松屋呉服店」

〔東京朝日〕昭二・六・八。さて、街路を離れて電車に乗ると、そこにもさまざまな業種による広告意匠が氾濫し、満員の乗客の眼に訴えようとしていた。一体どのような広告が車内に溢れていたかを、我々は「二六新報」が大正二年五月に募集した「電車広告優秀意匠投票」に見ることができる。これは読者による車内広告への人気投票であるが、投票によって集まった広告意匠の数は一二七種類に達した。最も多くの投票を集めたのは二一五五八五票の清酒「白鶴」で、以下、雑誌「講談倶楽部」、電波療器「ラヂオレーヤー」、歌舞伎座前「弁松」、清酒「忠勇」、割烹旅館「松泉閣」、今川橋「松屋呉服店」

出版広告においても多用され、こちらはかなり有効な宣伝方法であったらしい。例えば実業界社は雑誌「実業青年」の創刊(昭和四年二月)に際し、東京市中で五万枚の懸賞募集チラシを配布したところ、九六〇〇余通の応募者を得て、そのうち一〇〇〇〇余名を読者として獲得することに成功したという(読売)昭四・三・二六。



ビラに悩む道路。―昨日日本橋にて

図2 ビラに悩む道路, 日本橋付近 [時事] 大正13年7月3日。

一枚、不思議のカード二組、活動の広告一枚であった。それらのなかには、活動女優の写真を刷り込んだものやクロスワードの懸賞入りのもの、古いカード形式のもの等、意匠を凝らしたのも見受けられた(時事)大正一四・二二・二五)。

ところで、こうして配られたビラはその宣伝効果を十分に発揮していたのであろうか。通行人の反応を調査した前記の新聞記者の報告によると、ビラをもらって見た者二〇人(その内、見てすぐ捨てた者一五人、ポケットに入れた者五人)、もらって見ずに捨てた者三〇人、全然もらわぬ者三〇人、手を出したがビラ配りの方でやらぬ者多く子供、子守など五人であったという。効果をあげているというにはほど遠い結果である。

このような街頭でのチラシ等の大量配布は、

と続いている(二六新報)大一一・五・二七)。大正十一年、大震災以前の電車内に溢れていたのはこのような広告であった。

## 2 新聞呼び売り

電車を降りると、新聞呼び売りの子供が競って夕刊を売りつけようとする。ピラ配りと並んで、モダン都市の街頭を賑わせていたのは新聞呼び売りの呼び声であった。新聞呼び売りが登場して社会の注目を集めるようになったのは、電車の敷設が進み、夕刊新聞が登場するようになった明治末からであった。

「唯今発行の夕刊く、と何処の電車停留所でも呼び売をして居る、此の連中は頗る不埒で、ドココの大椿事など怒鳴る、買つて見ると、之れは亦意外な小事件である、殊に近頃清国事変が起つた際とて、此の呼び売は頗る盛な気炎を揚げる」(「中外商業」明四四・一〇・二一)

この例にみられるように、新聞呼び売りとは電車の停留所や街路交差点、公園、大きなビル出入口等の人の流れの結節点に立って、鈴を鳴らしながら「夕刊!」「夕刊は二銭」「二枚一銭」等と叫びながら、新聞の立ち売りをする商売である。大阪の例では、阪神梅田停留所前で「赤新聞と時事の夕刊が二枚で一銭」と呼び売りする夕刊売りの例が大正四年の雑誌で紹介されている。<sup>(4)</sup>

新聞呼び売りという業態は、交通網の発達にもなって特に東京、大阪等の大都市を中心に盛んになってきた。その仕組みは何名かの有力な親方の配下に数十名の売り子が集まる形で組織されてきた。東京の例として有楽町付近を根城とする富田松太郎という親方のケースをみると、配下に売りが七〇人おり、一人平均二〇〇部程度を一部一銭で販売していたが、ほぼ全部売り尽くすのが常であったという。売り子の儲けとしては一部一銭のうち五厘程度であった。午後三時頃親方のもとに新聞を受け取りに集まってきた売り子達の顔振れは少年少女、子供を背負った主婦、苦学生とさまざまであった(時事)大一一・九・二二。図3の(4)。

大阪では、昭和五年に大阪市社会部によって新聞売り子の調査が実施されている。<sup>(5)</sup>それによると、昭和五年の大阪市内の新聞売り子は総数二九九人で、一日平均売り上げ総部数は朝刊二一一〇枚、夕刊三万七三二〇枚に達し、売り子一人当たりの売り上げ部数は一三六枚であった。売り子に関して注目されるのはその年齢である。すなわち、一六歳以下の年少者が全体の五一%を占めていた。

新聞売り子が社会の注目を浴びるようになったのは、このように特に子供の売り子が多かったせいである。明治四三年の東京の調査でも、電車停留所における新聞呼び売り二七八人の多くは年少者であった。これは、年少者の売り子の方が、顧客である乗客の同情を集めやすいためであったとい<sup>(6)</sup>う。大正八年頃には、東京市内の売り子の数は四二〇余人に増えているが、その多くはやはり一六歳以下の年少者や経済的困窮者であった。<sup>(7)</sup>とりわけ大震災以後は経済的窮迫から家計を支えるために子供の売り子が急増する。駅や停留所で夕刊売りの子供につきまとわれる話が、大正・昭和の随筆にはよく登場してくる。

「年の暮の夕方、日比谷で電車を待つてみると、学校服を着た子供が、「をぢさん、夕刊買つ

(3)



(5)



(4)



(1)

図3 新聞呼び売り

- (1) 『時事』大正14年10月23日.
- (2) 『東京朝日』昭和6年6月29日
- (3) 『時事』大正11年4月2日.
- (4) 『時事』大正14年9月12日.  
富田松太郎親方配下の売り子の紙分け風景.
- (5) 『日曜画報』1巻5号  
(明治44年1月27日)表紙.



(2)



図4 芝居の館屋【時事】大正14年9月23日、

立絵から発展して、昭和五年頃に登場してきた紙芝居も瞬く間に子供たちの心をつかみ、急速に東京中に広まっていった。警視庁の調査によると、昭和八年の紙芝居屋の数は一二六五人に達しており、実際の数はこれよりさらに多く二〇〇〇人を超えていたらしい。<sup>(9)</sup>そして、これらの紙芝居屋は「最盛期には東京だけで一日に一〇〇万人を超える子どもを集めていた」と言われているように、その動員力は非常に大きいものがあつた。<sup>(10)</sup>地域的にみると、紙芝居屋は山の手よりも下町に多く営業しており、下町の街頭メディアという性格が強かった。紙芝居による体験は、

てくれ」と云つて、僕を離さない。僕は外で夕刊を買つた事は、めつたにない。電車内で、ものを読むのが嫌ひだから。しかし、此の子供は容易に僕を許さない。頻に「をちさん」呼ばばりをする<sup>(8)</sup>」

このような新聞呼び売りの少年少女の話題が美談として新聞で紹介されることもしばしばであり(図3)、新聞呼び売りはすっかりモダン都市東京の街頭風物詩として定着していた。

### 3 紙芝居

ピラ配りと夕刊売りの騒々しい目抜き通りを離れて、一步路地裏に入ると、そこには子供向けの街頭メディアである紙芝居に大勢の子供たちが群がっていた。もつとも、紙芝居自体が登場するのは昭和五年頃であるが、その前身として「立絵<sup>たちえ</sup>」というものが子供達の人気を集めていた。これは人形を描いた紙を切り抜いて竹の串にさした紙人形を使って芝居をし、子供達に館を売る商売である。大正一四年の『時事新報』の「街頭訪問」シリーズに、この人形芝居の館屋へのインタビュー記事がある(図4)。それによると、本所四ツ目で蜜柑箱大の舞台で人形を踊らせているこの館屋は、俳優、職工、新聞配達等を経てこの商売に落ち着いたが、一か所で四〇分程度上演し、夏は二三、四か所、冬は七か所程度回っている。出し物は立志伝や人情物を中心とし、子供に見せて悪い物はやらない主義なので親達からも歓迎されておおいに繁盛し、日収五円、日曜日には一二円位を稼いでいるという(『時事』大正一四・九・二三)。

ある意味で集団的な絵本の読み聞かせにも似た機能をはたしていた。「孫悟空」や「黄金バット」「少年タイガー」等のさまざまな物語を絵解きによつて読み聞かせられることによつて、子供達は物語を読み聞く楽しみを日々体得していった。このような物語体験がその後の文学読者を育てる素地を形成していった。

#### 4 メディア受容能力の訓練

このように、モダン東京の都市空間は、さまざまな意匠をこらした街頭広告や宣伝ビラが街中に溢れ、駅や停留所ではニュースを呼び売りする声飛び交い、下町の路地裏では紙芝居屋の話す物語に子供達が熱中する濃密な情報空間であった。その空間に生活する都市生活者は否応なく、溢れる印刷物とニュースと物語に日常的にさらされ、「読み」「聞く」力を日々訓練されていった。

昭和五年の新聞に「乞食山の世界でも新聞は生活の指針」と題する探訪記事がある。中野近辺の「乞食部落」を探訪した記者の報告するところでは、この「乞食部落」にも新聞が朝夕配達され、支払いも定価通りにきちんと支払われていた。「乞食」達は新聞を次のように読んでいたという。

「この部落にも朝晩新聞が配達されてゐる、その新聞には「街の日記」と題して乞食が出勤すべき縁日や催しやお葬ひが書かれてある。それを部落のインテリゲンチヤ(小学校を二三年やつたもの)が一同を集めて読んで聞かせる、従つて此の新聞によつて彼等は出勤場所を教へられる上に現内閣がどうの疑獄がどうのと相当難しいことを時折り、生つかじりの議論をすること

もある」(「読売」昭五・一・一)

新聞を「読み」「聞く」ことが、都市下層民の生活世界においてもいまや日常的な習慣となつてきていた。

こうして、都市に住む生活者は階層を問わず、溢れる印刷物とニュースを取捨選択して消化する習慣を養い、メディア受容能力を鍛え上げられ、「読み手」としての訓練を日々積むことになる。このようなメディア受容能力の高い読者層の集中する東京の都市空間は、必然的に書店や古本屋、貸本屋、図書館といった読書のための社会的装置の高度な発達を促さずにはいなかった。

### 三 読書装置の分布

書店、古本屋や図書館といった施設は従来、出版流通史や図書館史といった異なつた文脈で別個に扱われてきたが、読書史という観点からは、これらを人々の読書生活を支える基盤的存在として一体的・統合的にとらえる必要がある。そこで、以後はこれらを総称して、読書のための公的・私的な社会的装置という意味で「読書装置」と呼ぶことにする。この読書装置が最も高度の発達を遂げ、網の目のように分布していた都市が東京であった。そして、それらのさまざまな読書装置は活字メディアと読者層の変化に適合して発展し、移動し、独自の進化を遂げていった。その分布状況と変化をたどることによつて、そこから逆に活字メディアと読者層の動態的变化、読書空間の変容



表 1-5 東京書籍商組合員の区別戸数  
比(1) (大正 12 年)

区	組合員数	戸数	1組合員 当たり戸数
麴町区	78	13,409	171.9
神田区	383	47,510	124.0
日本橋区	105	26,122	248.8
京橋区	120	51,079	425.7
芝区	88	51,098	580.7
麻布区	36	26,015	722.6
赤坂区	47	15,601	331.9
四谷区	38	20,659	543.7
牛込区	108	35,049	324.5
小石川区	95	49,357	519.5
本郷区	147	39,848	271.1
下谷区	74	59,385	802.5
浅草区	68	79,553	1169.9
本所区	39	76,948	1973.0
深川区	22	49,660	2257.3
計	1,448	641,293	442.9

【東京書籍商組合員図書総目録】大正 12 年。  
 【東京市統計年表】第 20 回、大正 13 年。  
 \* 組合員数が大震災前のデータであるため、  
 戸数も震災前の大正 11 年度のデータを用  
 いた。

大正一二年のちょうど震災前の東京を例にとると、この組合員が市内郡部合わせて一七〇四人いた  
 (表 1-4)。内訳は出版業者が約三〇〇人、書籍販売業者が約一四〇〇人であった。ただし、出版  
 業者の中に若干の書籍販売業者が含まれているため、書籍販売業者数はその分が若干増えて約一  
 五〇〇人程度となる。この中には支店数も含まれているため、この一五〇〇という数字をこの時期  
 の東京の書店数とみなすことができる。

各区別の分布状況を組合員総数一七〇四人についてみると、神田区が最も多く、次位の本郷  
 区と合わせて約三割のシェアを占めている。他方、下町地区には山の手地区よりも組合員数が少な  
 いようにみえる。そこで、現  
 住戸数と比較してみるとその  
 差は歴然としている(表 1-5)。  
 浅草・本所・深川の下町三区  
 では一組合員当たり戸数は一  
 〇〇〇戸から二〇〇〇戸以上  
 であるのに対し、山の手地区  
 では三〇〇から五〇〇戸程度  
 にとどまっている。このこと  
 は、山の手では五〇〇戸程度

表 1-4 東京書籍商組合員の区郡別分  
布 (人)

区 郡	大正12	大正15	昭和 3	昭和 5
麴町区	78	134	144	155
神田区	383	421	437	463
日本橋区	105	126	124	127
京橋区	120	116	126	133
芝区	88	117	119	137
麻布区	36	50	53	50
赤坂区	47	57	59	55
四谷区	38	56	57	53
牛込区	108	163	161	167
小石川区	95	133	141	146
本郷区	147	187	190	203
下谷区	74	95	99	98
浅草区	68	91	87	92
本所区	39	74	78	88
深川区	22	34	36	47
荏原郡	55	170	223	319
豊多摩郡	116	223	317	357
北豊島郡	68	172	245	285
南足立郡	3	14	19	21
南葛飾郡	14	64	81	101
計	1,704	2,497	2,796	3,097

【東京書籍商組合員図書総目録】大正 12 年。  
 【図書月報】24 卷 11 号(大正 15 年 11 月)、  
 26 卷 2 号(昭和 3 年 2 月)、28 卷 3 号(昭和 5  
 年 3 月)。

過程を知ることが可能になる。

## 1 書店

この時期の東京にはどれくらいかの書店がどのように分布していたのか、その正確な把握は難しい  
 が、ひとつの指標として「東京書籍商組合」の組合員数を取り上げてみる。この組合は書籍販売業  
 者と出版業者によって明治二〇年に結成されたが、大正八年に規約を改正して組合員以外への書籍  
 販売を禁止したことによって、東京における書籍販売をほぼ独占するギルド的組織となっていた。

【読売】大二五・一一・一〇)。

ところで、この時期に東京で新たに書店を開業するためには、まず最初に前述の東京書籍商組合に加入する必要があった。というのも、この組合にはほとんどの主要出版社も加入しており、組合員以外への商品の販売を禁止していたから、組合に加入しない限り出版社から商品の供給が受けられなかったからである。書籍に加えてさらに雑誌を扱うためには、別に「東京雑誌販売業組合」へ

各書店では、その立地場所に依りて顧客層も売行き傾向も異なっていた。学生街では文芸書や専門書、総合雑誌、教科書参考書がよく売れ、ビジネス街の丸の内では経済書が圧倒的によく売れていた。下町では講談物の人気が根強く、昭和三年に講談社が予約募集した円本の『修養全集』『講談全集』で、最高の予約申込者数を獲得したのは本所浅草方面の小売書店であったという(『読売』昭三・一〇・二八)。他方、日本橋や丸ビルの丸善では洋書や洋雑誌がよく売れていたが、特に'Vanity Fair'、Vogueの両雑誌は流行を追うモダンガールやモダンボーイの必読雑誌とされ、また、商業デザイナーの専門雑誌'Commercial Art'、'Drawing and Design'等が、店頭装飾やポスターの隆盛にともなって「大商店の装飾係」の間で広く読まれるようになったという(『国民』大二五・八・二三、

のうちの、東京市内(旧一五区)の居住者は約二万三〇〇〇人であったが、その内訳は下町七区には約六〇〇〇人(二六%)、山の手八区には約一万七〇〇〇人(七四%)と、大学卒業者は圧倒的に山の手に多く居住していた。書店分布の格差には、このような出版物の購買層としての知識人読者の居住状況が影響していた。

このように、書店の経営を支えるに足る書籍購買層としての読者層は、下町よりも山の手に多く分布していた。このデータをもとに、今後、本書の扱う活字メディアと読書の世界においては、下町地区の典型としては旧来からの日本橋区・京橋区よりもむしろ下谷・浅草・本所・深川の四区を、山の手地区の典型としては本郷・小石川・牛込・四谷の四区を指すこととする。

この点に関連して興味深いのは、前述した奥井復太郎の知識人居住地調査である。<sup>(1)</sup>すなわち、奥井が昭和七年の校友会名簿にもとづいて調査したところによると、全国の大学の卒業生一五万余人

はその戸数比においてなお約二倍の格差がある(表1-6)。とりわけ、工場地帯を抱える深川区での書店数の少なさが際立っている。

表1-6 東京書籍商組合員の区別戸数比(2)  
(書籍販売業者のみ)(昭和2年)

区別	書籍販売業者	戸数	1書籍販売業者当たり
麹町区	61	11,100	182.0
神田区	307	28,900	94.1
日本橋区	80	20,700	258.8
芝罘区	67	28,200	420.9
芝罘区	78	39,300	503.8
麻布区	44	20,800	472.7
赤坂区	40	12,700	317.5
四谷区	40	17,300	432.5
牛込区	102	29,200	286.3
小石川区	80	35,500	443.8
本郷区	132	30,500	231.1
下谷区	71	43,400	611.3
浅草区	75	58,000	773.3
本所区	75	52,000	693.3
深川区	35	40,100	1145.7
計	1,287	467,700	363.4

【東京書籍商組合史】昭和2年。  
【東京市統計年表】昭和2年。

で一書店が成り立ち得たのに対し、下町では一〇〇〇戸から二〇〇〇戸が必要であったことを示している。もっとも、厳密に言えば、この数値は出版業者約二〇〇人をも含んだものであり、出版業者は山の手が多かったから、その分を考慮する必要はある。しかし、書籍販売業者のみのデータが存在する昭和二年の統計でも、山の手と下町で



図5 深川図書館の児童室【読売】昭和5年2月24日。

京の公共図書館は急速に整備が進んでいった。<sup>(13)</sup> 東京市立図書館網は明治四一年の日比谷図書館を皮切りに、明治四二年には深川図書館が開設され、その後、市立小学校の校舎の一部を利用して無料の簡易図書館(後に自由図書館)が次々と開設されていった。こうして、各区に一館の体勢が整い、大正三年には図書館数は一九館となり、人々の身近なものとなっていた。図書館サイドでもサービスの向上に努め、各館ともほぼ午後九時までの夜間開館を実施し、勤労者も終業後に利用することが可能となった。帝国図書館、日比谷図書館、一ツ橋図書館では、毎日一〇〇〇人を超える閲覧者が連日のように押し寄せてくるのが常であった。

市立の各図書館はその立地場所に応じて、閲覧者層にもそれぞれ独自の特色がみられた。下町の工場街に立地していた深川図書館は「労働図書館」と呼ばれるほど工場労働者が多く、特に昭和三年に開館した新館の新聞雑誌閲覧室はいつも労働者で溢れ、その数は一日平均三〇〇人に達していた(読売)昭和五・二・二〇(後出の図22)。なお、深川図書

も加入しなければならなかった。大正一一年には、この後者の組合員は市内郡部を合わせて八〇〇人程度であったというが(読売)大正一・四・八)、大部分は書籍商組合員と重なっていた。この組合については、次章で詳述する。そして、入会が承認されて実際に組合に加入する際には、加入金として前者には三〇円、後者には二〇〇円を納入する必要があった。<sup>(14)</sup>

このような高い参入障壁にもかかわらず、東京の書店数は大震災以降も増え続け、大正一二年の組合員数一七〇四人が、わずか七年後の昭和四年には三〇〇〇人を突破する勢いであった(表114)。この増加の勢いに危機感を抱いた組合は、対応策として昭和四年に「距離制限」案を組合規約に盛り込む方針を固める。この案は既存の書店から六〇メートル以内には新規書店の開業を許可しないというものであったが、実は雑誌販売業においては既に大正一一年の規約において「新加入申込者ノ営業所カ現在組合員ノ営業所ト接近シ甚敷妨害アリト認定シタル場合ハ其加入ヲ許可セサルコトアル可シ」として実施されていたものである。しかし、この距離制限案は営業の自由を重視する出版社側の予想外の強い反発を招き、新聞紙上でも熱心な賛否両論の論戦が交わされ、結局保留扱いとなった。<sup>(15)</sup> ちなみに、大阪では大阪書籍雑誌商組合によって、距離制限による加入規制が昭和初期に実現している。<sup>(16)</sup>

## 2 公共図書館

書店と並んで重要な読書装置として公共図書館があげられる。明治末から大正前期を通じて、東



### この頃みじめな 図書館地獄

新学期を前にして苦しい勉強をしに行く人を拒む  
開館と同時に満員になる

新学期が近づくと、図書館はいつも以上に賑わう。開館と同時に満員になる。読者は、開館と同時に図書館に押し寄せ、読書に没頭する。しかし、開館と同時に満員になるという状態は、読者のために苦しい勉強をしに行く人を拒む。開館と同時に満員になるという状態は、読者のために苦しい勉強をしに行く人を拒む。開館と同時に満員になるという状態は、読者のために苦しい勉強をしに行く人を拒む。



日本撞球選手  
米國大會に参加  
（昭和十三年三月五日）

図6 満員の図書館一内と外 『時事』大正15年3月17日

館では児童サービスにも力を入れていた(図5)。京橋図書館は商店街地区に立地していたため、商業者・実業者の割合が他館より多く、実業図書館としての特色をもっていた。他方、一ツ橋図書館や震災後新設された駿河台図書館は学生街の神田区にあつたため、学生図書館の色彩が強く、所在区の神田区と隣接区の本郷区・小石川区・牛込区在住の学生の利用者が圧倒的に多かつた。他の図書館でも、閲覧者層はその図書館の所在区および隣接区を中心と

する住民が多くを占め、地元に着したサービスを提供していた。

しかし、増え続ける閲覧者に比べて図書館の収容力はあまりにも小さく、その混雑ぶりは相当なもので、空席待ちの長蛇の列はすっかり東京の風物詩になるほどであつた。大正一五年の新学期前を例にとると、東京市内の図書館はどれも受験準備の青年男女が殺到して開館と同時に満員となるありさまで、なかでも帝国図書館と日比谷図書館の混雑は年々ひどくなるばかりで、多い日には一五〇〇人が館外で空席待ちの状態であつた(『時事』大正一五・三・一七(図6))。

図書館の閲覧傾向には、社会世相や思想の移り変わりがかなり直接的に反映されている。例えば、大正一四年にラジオの仮放送が開始されると、大阪府立図書館ではラジオに関するものがよく読まれ、昭和五年に軍縮が話題になると、日比谷図書館では軍縮物が人気を集めた(『読売』大正一四・五・一四、昭五・二・六)。ジャンル別では文学関係が時代に関係なく最も多く読まれていたが、その中で、大正末以降の図書館において圧倒的な人気を集め始めた文学ジャンルがある。「大衆文学」がそれである。大正一五年の日比谷図書館でのその人気ぶりは例えば次のようであつた。

「男女を通じて大衆文芸物が全盛である。国枝史郎、白井喬二、中里介石氏等の『名人地獄』『富士に立つ影』『大菩薩峠』などは非常に読まれ特に中里氏の『大菩薩峠』は素晴らしい勢力を持つて居るさうだ(『読売』大正一五・二・二)」

大正後期に新しく誕生してきた大衆文学は、こうして読書意欲の高い図書館閲覧者層にもその支持者を急速に獲得していった。

夜の銀座一座 (昨夜の夜)



図7 夜の銀座一露店の古本屋  
【時事】大正12年12月4日。

いたのがこの露店の古本屋であった。寺社の縁日に出店する臨時的な露店はばかりでなく、毎日恒常的に営業する常設的な露店も多かった。<sup>(17)</sup>

一例として、有名な銀座の夜店の模様を新聞記事から抜き書きすると、その店頭光景は次のようであった(図7)。

「古本屋はより取三銭の札を立て、学者が脳漿を絞って著作した書物を山のやうに積んである、其前に簇つた読書子がチヨイ／＼表紙をめくつて見るもの、学者の著作には銭を出さないで却

表1-7 古本屋の  
区郡別分布  
(昭和5年)

区 郡	古本屋数
麴町区	1
神田区	138
日本橋区	10
芝罘区	8
麻布区	18
赤坂区	18
四谷区	5
牛込区	13
小石川区	42
本郷区	29
下谷区	70
浅草区	28
本所区	28
深川区	17
荏原郡	10
豊多摩郡	61
北豊島郡	106
南足立郡	51
南葛飾郡	1
	22
計	676

【読売新聞】昭和5年3月6日。

3 露店の古本屋

書店や図書館とともに、戦前の読書生活において古本屋のはたした役割は無視できない。東京における古本屋の数を昭和五年の数字でみると六七六店で、市内では神田区が最も多く、次いで本郷区(表1-7)、前述した書店の分布状況と同様の結果となっている。このような古本屋の神田本郷への集中傾向は明治末頃から進行していった。<sup>(16)</sup>

ところで、昭和五年の六七六店という数字は正規の店舗を持つ通常の古本屋を意味しているが、古本屋という業種には、これとは別に、縁日や夜店の屋台で簡単な読物を安く売る露店の古本屋が存在していた。戦前において露店の古本屋は非常な発達を遂げており、現在の我々が想像する以上に、当時の出版物の流通経路において重要な役割をはたしていた。相対的に高価格であった新刊図書や新刊雑誌を自ら購入する余裕のない低所得者層に、より安価に出版物を提供する機能を担って

商品は深く関係していた。

露店の古本屋で売られていたのは、いわゆる「赤本」や講談本、あるいは売れ残ったゾッキ本等があったが、最も人気のある商品は「月遅れ雑誌」であった。<sup>(19)</sup>現在であれば、売れ残った雑誌は断裁処分されて市場から姿を消すことになるが、戦前においては断裁されずに超廉価で再び版元・卸から露店・汽車・汽船等の露店商ルートや、あるいは通信販売ルートを通じて売られる経路が整備

訳は不明であるが、正規の古本屋の数は元来少なく、大正一四年に東京古書組合の会員数は五〇〇余人程度で、<sup>(18)</sup>前述した昭和五年の調査でも六七六店にすぎない。したがって、九〇〇〇—一万人の古本商の大部分を占めていたのは露店商であり、その数は八〇〇〇—九〇〇〇人程度に達していたと思われる。もともと、この数字はあくまでも露店の古本商人の数であり、その全員が毎日出店していたわけではない。実際の出店数は日によって変動が激しく非常に把握しにくいために、ここではこの数字を代替的に利用する。

しかし、その数の多さ以上にここで注目されるのはその分布状況である。その分布は圧倒的に下町に偏在しており、大正五年の統計では下谷・浅草・本所・深川の四区で市内全体の五〇%以上を占めている。戸数との比較でみても、大正五年の下町四区の総戸数は市内全体の三九%にすぎないから、戸数比以上に露店の古本屋は下町に偏在していたことがわかる。前述した書籍販売業の分布が下町には少なかったのときわめて対照的である。露店の古本屋の下町偏在が意味しているのは、その顧客層が圧倒的に下町に多く存在していたということである。そして、それは露店で扱われる商品とも深く関係していた。

表 1-8 古物商営業のうち「古本」商の推移 (人)

区 郡	明治 43 年	大正 5 年	大正 10 年	昭和元年
麴町区	99	126	125	67
神田区	618	730	421	225
日本橋区	149	219	139	38
京橋区	389	423	352	168
芝布区	618	682	453	247
麻布区	374	449	338	209
赤坂区	129	164	125	44
四谷区	312	332	451	317
牛込区	534	690	827	418
小石川区	654	847	722	553
本郷区	457	649	387	336
下谷区	1,222	1,651	1,457	308
浅草区	1,598	1,494	1,156	857
本所区	1,159	1,418	1,355	467
深川区	950	826	719	9
市部計	9,262	10,700	9,027	4,263
郡部	2,203	3,865	4,472	3,721
総計	11,465	14,565	13,499	7,984

『警視庁統計書』による。

日新聞』の「東京の古本」と題する探訪記事の解説するところでは「明治四五・三・三〇」、この数字は「大道商人及び屑屋の店頭に一寸した古雑誌などを並べて置くやうなものを含んで居る」というすなわち、ここでいう古本商は明らかに露店の古本屋をも含んだものと解されるが、その数は大正期を通じて東京市内で九〇〇〇から一万人に達している。このうち、正規の古本屋と露店商との内

つて文芸倶楽部や講談倶楽部のやうな古雑誌を買って行くのである。「中外商業」大三・一二・六

露店の古本屋はその性格上、統計的に把握するのが非常に困難な業態である。ここでは、『警視庁統計書』の「古物商営業警察署別」と題する統計表を利用してみる。この統計表は古物商を「古道具」「古着」等の業態別に分けて集計したものであるが、その中の「古本」という業態を各區別に比較してみたのが表1-8である。この統計に関して、『東京朝

表 1-9 貸本屋の  
区別分布  
(大正2年)

区	貸本屋数
麹町区	5
神田区	—
日本橋区	23
京橋区	—
芝布区	8
麻坂区	3
赤谷区	—
四谷区	11
牛込区	—
小石川区	3
本郷区	23
下谷区	22
浅草区	10
本所区	7
深川区	8
計	123

東京府教育会編「通  
俗教育ニ関スル調  
査」大正5年。

以上のような山の手読者と下町読者との対照は、貸本屋の場合にもより弱いコントラストではあるが、表1-9は分布状況で、表1-9は大正二年の調査である。本郷区を除けば、その分布は山の手よりも日本橋区・下谷

#### 4 貸本屋

以上のような山の手読者と下町読者との対照は、貸本屋の場合にもより弱いコントラストではあるが、表1-9は分布状況で、表1-9は大正二年の調査である。本郷区を除けば、その分布は山の手よりも日本橋区・下谷生活との対比が、露店の古本屋の売行き傾向にも直接的に反映されている。

でも少し常識のある者なら大抵見分けのつく事です、山の手には堅いものがよく、下町には柔かい物が好いのですが、夏中はまあ肩の凝らない物が捌けが好いです〔「都」大四・六・一七〕。  
「古本も下谷、浅草では娯楽世界、講談倶楽部の類が売れ、本郷や、牛込では講義録や翻訳物がよく捌ける」<sup>(20)</sup>

「どんな本が自分の店を出して土地に向くかを見分けるのに多少の経験を要しますが之れと  
ももちろん、露店の古本屋は山の手にも存在していたが、その売れ行き傾向においても山の手と下町ではそれぞれ異なった特徴が存在していたようである。この点に関する詳細な調査は見当たらないが、例えば次のような二つの記事にその一端を見ることが出来る。最初の新聞記事は露店の古本屋を新しく開業しようとする人向けの記事である。

「古い演芸画報や講談雑誌が値好く売れるので縁日や夜店の古本屋の鼻息が荒く一銭ぐらゐ愛嬌に負けるといふと「嫌ならお止しなさい」〔「都」大七・三・一二〕  
露店の下町偏在が示唆しているのは、露店の主要商品であるこのような月遅れ雑誌や赤本・講談本が主に下町読者層をその顧客基盤としていたということである。逆に言えば、下町の読書生活は通常の書店よりもむしろこのような露店の古本屋によつて支えられていた。露店の古本屋は、新刊図書・雑誌を継続的に購入するよりもむしろ月遅れ雑誌を時々単発的に購入することを好む下町読者の読書性向に適合した、下町的性格の強い読書装置であつたと言ふことができる。

「月遅れ雑誌」と呼んでいた。このうち通信販売ルートに関しては次章で詳しく取り上げる。五〇銭からときには一円以上もする雑誌が数か月遅れではあるが、露店では半額以下で、時にはわずか数銭程度で買えた。露店での実際の購入の様子は次のような感じであつたらしい。一般的には時事的な雑誌よりも娯楽的な雑誌がよく売れていたようである。

区といった下町に若干多いが、露店の古本屋の場合ほどその偏りは大きくはない。

貸本屋の客層と読書傾向に關しても、山の手と下町では異なつた傾向が指摘されている。ここに、「貸本屋の婦人客」と題する大正八年に書かれた市内の有名貸本屋への興味深いインタビュー記事がある(『読売』大八・二・六)。これは主に女性客の読書傾向をテーマにした記事であるが、その中で下町の京橋元数寄屋町にある老舗の貸本屋「新鋭堂」のお内儀は次のように話している。

「御婦人方のお読みになる本と云つて別に変わりはありませんが、まア一時から見ますと御婦人のお客様は余程殖えました、近頃は男と女と半々位ですが、貸出す主なる本は何といつても人情本で、この辺の御客様には堅い方のものを御持ちになる方は殆どありません。而して以前から菊池幽芳さん、柳川春葉さん、それから長田幹彦さんなどの何れも若い女々の涙を絞るやうな小説ばかりが持囃されますが、其れは新聞の広告が大分影響して居るやうです。現今の処では幽芳さんの『女の生命』が第一等で、次が幹彦さんの『不知火』が全盛を極めてゐますが、『生さぬ仲』の流行した時の如うに一々お断りする杯といふ程のことはありません。丸の内から下町全体へかけての大きな会社などへ勤める女達には、夏目漱石さんなどの堅い方も出ますが、商家の娘さんや花柳界の女達には割りに出ません。之れは講談本や低級な小説本を車に積んで廻る人があるからです」

このお内儀の話から浮かび上がってくるのは、露店の古本屋の場合と同様に、山の手読者＝堅いもの、下町読者＝柔らかいものという構図である。前者を體現しているのは、階層的な要因をも含

んではいるが、「夏目漱石さんなどの堅い方」を愛読する職業婦人、後者を體現しているのは菊池幽芳等の家庭小説や講談本を愛読する商家の娘と花柳界の芸妓である。

他方、同じインタビュー記事の中で山の手牛込区笹筒町にある老舗貸本屋「池清」の話すところによると、池清のお得意には女生徒上りの若い奥さんが多く、月刊雑誌および文学関係の単行書や翻訳物に人気があるという。「女生徒上りの若い奥さん」とは、女学校を卒業して山の手のおそらく新中間層の主婦となつた若い既婚女性層であるが、代表的な山の手読者層であるこの女性層は講談本や低級な小説本ではなく、雑誌や文学書・翻訳書を好んでいたわけである。露店の古本屋ほど顕著ではないが、貸本屋の分布と読書傾向においても山の手読者と下町読者の対照が存在していた。

しかし、大正以降は、公共図書館の発達や活字メディアの全般的な普及にともなつて、貸本屋の社会的重要性はかなり減少してきていた。むしろ、大正以降に重要性を増してきたのは、貸本屋から発展してきた「雑誌回読会」という新しい業態である。次章で取り上げるように、雑誌回読会は、衰退し始めた貸本屋が雑誌専門の配達貸本業に特化して生き残りを図つたものであった。

## 5 新聞雑誌小説類縦覧所

以上で取り上げた以外にも、大正昭和期の東京には、雑誌回読会や第六章でふれる移動図書館をはじめとする多種多様な商業的な読書装置がまだ数多く存在していた。それらのすべてに言及する



以上、書店、図書館、古本屋、露店の古本屋、貸本屋といった東京の主な読書装置の分布状況と読書傾向を検討してきた。その結果として指摘できるのは、まず第一に、若干の濃淡はありながらも、市内各区にわたってさまざまな種類の読書装置が発達していた点である。商業的な装置においても、図書館という公的な装置においても、東京というモダン都市の全域にわたって読書装置の発達が見られた。そして、このような読書装置のネットワークを通じて、活字メディアとその伝達するデモクラシー、モダンズムといった時代思潮が伝播されていった。

同時代の思想がどのような経路を通じて伝わったかを、大正一〇年に文部省が小学児童について調べた興味深い調査結果がある(都「大一〇・六・一」)。それによると、「社会主義」「デモクラシー」「ストライキ」「サボタージュ」「労働問題」「普通選挙」「階級打破」「改造」「自由平等」「個人主義」「民力涵養」「社会奉仕」「婦人問題」等の思想用語を知っている小学生は農村では一割程度であったが、都市では七、八割に達していた。また、それらの言葉をどこで聞き知ったかを調べたところ、ある学校の調査では、学校で聞いた者五九九人、家庭で聞いた者二八〇人、誰からという事なしにぼんやり世間で聞いた者四三一人に対し、新聞雑誌で知った者は一五一八人と、圧倒的に活

に浅草区での減少が激しく、大正二年の三五一軒がわずか二年で〇軒になっている(表1-10)。

この縦覧所は警察管轄下にある風俗営業という点からもわかるように、読書という要素は従的で、むしろ主たる目的は「風俗営業」の方であった。浅草を中心とするこの種の縦覧所は明治二〇年代から既に存在していたが、明治末から大正にかけて警察の厳しい取締を受けて急速に衰退していく。わずかに神田、本郷の学生街に生き残った若干の縦覧所は、風俗営業的要素の少ないミルクホールに浅草区での減少が激しく、大正二年の三五一軒がわずか二年で〇軒になっている(表1-10)。

この縦覧所は警察管轄下にある風俗営業という点からもわかるように、読書という要素は従的で、むしろ主たる目的は「風俗営業」の方であった。浅草を中心とするこの種の縦覧所は明治二〇年代から既に存在していたが、明治末から大正にかけて警察の厳しい取締を受けて急速に衰退していく。わずかに神田、本郷の学生街に生き残った若干の縦覧所は、風俗営業的要素の少ないミルクホール

表1-10 新聞雑誌小説類縦覧所の区別分布推移

区別	大正2	大正3	大正4	大正6	大正7
麹町区	—	—	—	—	—
神田区	62	51	36	35	30
日本橋区	1	—	—	—	—
京橋区	18	18	18	18	—
芝布区	14	14	14	14	—
麻布区	13	13	16	7	—
赤坂区	12	—	—	—	—
四谷区	2	2	—	—	—
牛込区	12	12	12	12	—
小石川区	20	20	20	15	—
本郷区	66	61	61	14	8
下谷区	6	6	6	6	—
浅草区	351	291	—	—	—
本所区	—	—	—	—	—
深川区	—	—	—	—	—
計	577	488	183	121	38

〔東京市統計年表〕による。

ことはできないが、ここではその一例として「新聞雑誌小説類縦覧所」を取り上げてみよう。大正期の『東京市統計年表』をみていくと「風俗二関スル営業 Trades under police supervision」という統計表があるが、そこに「貸座敷」「喫茶店」等と並んで、「新聞雑誌小説類縦覧所 Reading rooms」という調査項目がある。大正二年の統計ではその数は浅草区を中心に、東京市内で五七七に上っているが、大正四年以降は激減し、大正七年にはわずか三八となっている。特

表 1-11 東京市の人口推移  
(単位1,000人)

	東京市	郡部 (後の新市域)	東京市の5年 間の伸び率	郡部の5年間 の伸び率
明治33	1,123	380	11.7	8.3
38	1,477	424	31.5	11.6
43	1,717	575	16.2	35.6
大正4	1,945	811	13.3	41.0
9	2,173	1,177	11.7	45.1
14	1,996	2,104	- 8.1	78.8
昭和5	2,071	2,900	3.8	37.8

中川清「戦前東京における人口の定着傾向」『新潟大学  
商学論集』14号、1981年3月。

#### 四 読書装置の郊外化

##### 1 書店の郊外へのシフト

大正中期以降、郊外住宅地の開発の進展とともに郊外の郡部へ移り住む住民が急増する。とりわけ大震災以降は郊外への人口シフトが加速化し、後に新市域に編入されることになる郡部の人口は大震災をはさむ五年間で実に八割近い伸び率を示しており、大正一四年には市内の人口数をも上回るようになった(表1-11)。この郊外化の進行は東京の読書空間にも重要な変化を惹起した。というのも、郊外移住者にはサラリーマン層を中心とする新中間層が多く、彼等は当時の用語では「知識階級」と呼ばれる高学歴層で、活字メディアに対する需要の非常に高い階層であったからである。すなわち、サラリーマン層の郊外への移住という現象は、知識人読者層の郊外への大移動を意味していた。

郊外に移住したこれらの知識人読者層を追うようにして、書店の立地も急速に郊外にシフトする傾向を見せ始める。前

字メディアを通じて時代思潮に触れた者が多かった。尋常五年の一生徒は、デモクラシーについての考へは皆自由平等であるといふこと。「民本主義、又は民主主義、一つのせいじの仕方、そのおほもとの考へは皆自由平等であるといふこと」。都市空間の全域にわたって発達した読書装置のネットワークを通じて、活字メディアは小学生にまでデモクラシー思想を拡めるほどの影響力を持つようになった。

しかしながら、第二に指摘されるのは、都市の内部における読書装置の地域的な偏りである。特にそれは書店と露店の古本屋の分布状況の差異に顕著に現われている。すなわち、書店が山の手によく立地し下町には少なかったのに対し、露店の古本屋は圧倒的に下町に多く偏在していた。そして、それは主に新刊の雑誌や書物を継続的に購入する山の手読者と、他方、月遅れ雑誌や赤本類を単発的に購入する下町読者の読者特性に合わせて読書装置がそれぞれに適合を遂げていった結果であった。

このように、読書装置の分布状況に象徴的に現われているのは、東京というモダン都市における読書生活の動態学である。読書装置は、読者の地域的・階層的な特性に対応して自在に変化する。そして、都市生活の急激な変容にともなう読書と読者のさらなる変貌は、読書装置のより一層の進化発展を促していった。大正後期以降の東京の都市空間の変貌の最も大きな特徴は、交通網の郊外への急速な拡大とそれにとまらぬ郊外生活の発展であるが、この郊外化は読書装置の動態と人々の読書生活にも大きな影響を及ぼさずにはいなかった。

表 1-12 東京市立図書館の閲覧者区郡別分布  
(昭和3年4月の月間統計)

区 郡	一橋図書館	京橋図書館	日比谷図書館
麴町区	288	126	1,022
神田区	3,808	71	464
日本橋区	384	231	569
京橋区	103	4,897	1,369
芝布区	126	177	3,822
麻布区	79	27	1,205
赤坂区	81	7	693
四谷区	242	25	397
牛込区	460	17	646
小石川区	765	24	551
本郷区	1,751	11	388
下谷区	365	21	179
浅草区	214	19	249
本所区	122	42	294
深川区	35	67	295
荏原郡	354	105	4,161
豊多摩郡	750	101	2,076
北豊島郡	718	44	786
南足立郡	16	5	86
南葛飾郡	108	20	156
北多摩郡	8	—	—
其他	65	1	885
無記入	—	—	738
計	10,842	6,038	21,031

『東京市立図書館と其事業』49号(昭和4年1月)。

## 2 図書館利用の広域化

これに対して、公共的な読書装置たる図書館の分野においては、読者層の郊外へのシフト傾向への対応は大幅に遅れた。郡部においては以前から若干の町立図書館が存在してはいたが、それらの規模はきわめて小さく、人々の需要を満たすにはほど遠かった。これらの町立図書館は昭和七年の市域拡張後に市立図書館へ移管されることになったが、旧市内の図書館の充実ぶりに比べて新市域の図書館の貧弱さは戦前を通じて解消しなかった。<sup>(25)</sup> この結果、郡部の読者がとった読書行動は遠距

出の表1-4は、東京書籍商組合員の大正一二年から昭和五年にかけての区郡別分布であるが、郡部での伸び率が著しい。特に、品川・蒲田を中心とする荏原郡、渋谷を抱える豊多摩郡、板橋・巣鴨といった北豊島郡の組合員数は、大正一二年から昭和二年にかけての数年間に約二―三倍の伸びを記録している。この結果、郡部全体の組合員数の占める割合は、大正一二年から昭和五年までのわずか七年ほどの間に一五%から三五%へと急上昇している。

大震災以降から昭和初期にかけて、書店の立地が郊外へと急速にシフトつつある傾向が顕著に現われている。

同様の傾向は古本屋の分布状況にも指摘される。大震災以後、東京古書組合の会員の間で、郊外に転居する者が急増した。震災以前は郊外の組合員は数えるほどしかいなかったが、震災以後は郊外に移住した組合員が二〇―三〇名に達している。<sup>(24)</sup> 昭和五年の新聞記事では、「震災後の復興といふ観点から行くと、何と云つても市区隣接の郊外各地における古本屋の激増は目覚ましいものである」(『読売』昭五・三・六)と述べられており、郊外における古本屋の急激な伸びが注目を浴びている。

このように、書店・古本屋の分布状況の変化から読みとれるのは、東京の読書空間に占める郊外の比重の急速な高まりである。大正末から郊外が新たに重要な読書の場として浮上してきている。そして、それは読者層自体の郊外へのシフト傾向を反映したものであった。



離から市内の大規模図書館に通う動きであった。この動きを最も明確な形で反映しているのは日比谷図書館の閲覧傾向である。

日比谷図書館では地元である所在区・隣接区の閲覧者の割合は三割程度と低く、むしろ遠距離から来る閲覧者の比率が高い。とりわけ郡部からの閲覧者の割合が高く、四割にも達していた(表1-12)。このような遠距離からの閲覧者には時間的な余裕に恵まれた学生層が多かった。このことは日比谷図書館が図書館の貧弱な郡部の住民、特に学生層のための図書館として機能していたことを意味している。これは日比谷図書館が元来市立図書館の中央図書館的機能をもはたしていたこととも関係し、さらに蔵書の豊富さと設備の魅力によることも大きかった。このような傾向は帝国図書館についても同様に言えることである。

こうして、図書館の領域においては、図書館という公的な読書装置の郊外への展開が遅れたために、読者層の郊外へのシフト傾向は図書館の広域的な利用の拡大として、すなわち、日比谷図書館と帝国図書館の郡部閲覧者数の増加となって現われてきている。

## 五 通勤読書文化の発達

### 1 通勤読者の誕生

サラリーマン層の郊外移住や、図書館の広域的な利用にみられるような都市空間の郊外への拡大

を可能にしたのは、何よりも市内外の鉄道網の発達であった。市内の路面電車、さらには市内と郊外を結ぶ郊外鉄道網が縦横に張り巡らされることよって、東京の都市空間は拡大し、人々の行動圏は飛躍的に広くなり、通勤圏は郊外に向かって急速に拡がっていった。このことは、公共交通機関の乗客数の変化に端的に表れている。

例えば大正八年に、東京市内外の公共交通機関の総乗客数の八割を占めていたのは市内を走る市営電車であった。しかし、昭和三年には市営電車の割合は四割にまで低下し、それに代わって急激に伸びてきたのが市内と郊外を結ぶ省線電車と郊外鉄道の乗客である。両者の合計が東京の総乗客数に占める割合は、大正八年の二割から昭和三年には五割にまで伸びてきている。<sup>(26)</sup>このことは、明治大正期には人々の日常的な行動圏が市内で完結していたのが、大正末から昭和以降には郊外に向かって広域的に大きく拡大していったことを物語っている。

省線・郊外鉄道の発展によって、市内電車との乗り換えターミナル駅が交通の結節点としてその重要性を増してきた。特に西郊方面への窓口である新宿、池袋、渋谷、目黒駅での乗降客の増加は著しかった。昭和四年五月二二日に実施された省線電車の交通量調査によると、始発電車から午後九時までの乗降客数は東京駅七万六〇〇〇余人に対し、新宿駅は九万三〇〇〇余人と、新宿駅が東京駅を追い越して乗降客数のトップを占めるまでになった。また、この交通量調査で、始発から終電までに東京市内・郡部の各駅で降車した人員総数は一一〇万人に達しており、そのうちで通勤・通学客を意味する定期券の乗客が約六〇万人を占めた。<sup>(27)</sup>

郊外への人口シフトが空前の規模で進行し、郊外居住という生活スタイルが一般化した時、そこに「通勤」という移動空間がひとつの社会的制度として誕生してくる。郊外から都心のオフィスへかなりの時間をかけて通う通勤客が、大正期を通じて数十万人というマスの存在として生み出されてきた。昭和五年の国勢調査によると、郊外から市内へ流入する通勤・通学者は三〇万四〇〇〇人に達したのに対し、郊外への流出者はわずか三万人にすぎなかった。<sup>(28)</sup> こうして、彼等は従来よりはるかに長い距離を、長い通勤時間をかけて移動しなければならなくなった。

もちろん通勤それ自体は以前から存在していたが、明治末・大正初期にはまだ人々の通勤範囲は町内や市内の短い距離で完結していた。寺出浩司氏等の都市生活史研究によれば、明治期の東京を代表する市民は下町の商人と職人であった。彼等の生活の特徴は労働の場と生活の場、娯楽の場が同じ町内で完結していた点である。これに対して、大正以降の東京の代表的市民となったのはサラリーマンと労働者という近代的雇用者層であり、彼等の生活は住居・職場・娯楽の場の完全な分離を大きな特徴とする。<sup>(29)</sup> 職任分離という生活スタイルによって、ここに必然的に朝夕の通勤という制度が発生してきたが、大正半ば以降の郊外化の進展によって通勤はますます長距離化し、長時間化していった。こうして、ここに、数十万人規模での人々の大移動と郊外からの大量通勤客の誕生というこれまでにない現象が出現してきたのである。

通勤の長距離化は必然的に通勤読書の発達を促した。郊外居住という生活様式を選択した階層は、読書意欲の高いサラリーマン層を中心とする新中間層知識人に多く、彼等はいまやはるかに遠距離化した通勤電車内で、消閑のために、あるいは自己啓発のために読書する習慣を日常化していった。一般にこの時期の電車は混雑度がきわめて高く、読書のために快適な空間とは言えなかった。また、郊外電車は電力が弱くて照明が暗いということでも有名であった。それでも、通勤客の読書意欲は衰えることなく、照明の改善を求める投書が新聞にしばしば寄せられている。

「記者足下、郊外電車の電燈の暗い事はお話になりませんが、昨夜などは最も甚だしいものでした、電燈のカーボンが焼火箸のやうに赤くなつてゐるばかりで、弱い光は向かふ側に居る人の顔も分りませんでした、それで時々急に明るくなることがある、新宿で買った夕刊を読まうとすると、忽ち復た暗くなつて、不愉快のうちに品川駅に到着しました」(「都」大正三・六・一〇)通勤という移動空間内での読書は、書齋や図書館で一人静かに読書に耽るといった孤独で静態的な読書とは異なつて、より動態的な読書を生み出していった。いまや都市内を移動しながら動的に読書することが多くの人々の日常的な読書習慣となつてきた。

## 2 駅売店という読書装置

このように、モダン東京は一日の乗客数が一〇〇万人を超え、うち通勤・通学者が六〇万人(郊外からの流入者三〇万人を含む)に達する広域的な移動性を大きな特徴とする都市であった。都市内外を移動する一〇〇万規模での移動者の出現は、新しい大きな読書市場の誕生を意味した。この巨大市場の需要に応えるべく、ひとつの読書装置が脚光を浴びてきた。それは駅売店である。通勤客や

旅行者の結節点として最も身近な駅売店が、新聞や手軽な読物、特に雑誌の供給窓口としての重要性を急速に高めていった。出版取次業に携わった藤井誠治郎氏の回顧によれば、例えば東京駅構内の富山房売店では、雑誌が実によく売れたという。

「特に雑誌の売行きはすばらしいもので、旅行案内の如きは、発売当日五百部位が売れ、『文芸倶楽部』『婦人世界』等は各百部以上の売上げがあり、キング発刊当時は一時間に二百部位は売れたと聞いている」<sup>(30)</sup>

実際にも、昭和四年に東京市内外の駅売店での雑誌の売行き状況をルポした新聞記事によれば、例えば新宿駅では「売店の前に立つと、雑誌の売れること、まるで口の継穂もない程、バタ／＼売れて行く」という盛況ぶりであった。ちなみに、東京のどの駅売店でも最も多く売れていた雑誌は『キング』であったが、その月間売上部数は上野駅で一〇〇〇部、東京駅で七〇〇—八〇〇部、新宿駅で五〇〇部に達していた(第六章参照)。

また、第二節で取り上げた新聞呼び売りという業態も、通勤客の増大に対応した読書装置のひとつであったとすることができる。この点に関して、前出の『大阪の新聞売子』は新聞立売という職業を通勤と関連づけて次のようにまとめている。

「新聞立売は新聞の大都市に於ける配給過程に横はる別動的機関を形成し、大都市をめぐる大衆の寸刻を争ふ読者の意識に投合すると同時に、都市の発展に従ひいよいよ増大してやまない人口の時間的移動の現象に基いて現出するラッシュ・アワーを高潮として都市の各種交通機関

に通勤時間を織り込む勤労大衆や新聞の定期的購読を不必要、不適當、非経済的とする大衆に呼びかける一つの街頭に於ける職業である」<sup>(31)</sup>

通勤という制度の発達によって、「寸刻を争ふ読者の意識」を持った勤労大衆が大量に生み出されてきたが、彼等の読者意識に適合した機動的な読書装置が駅売店や新聞呼び売りであったと言える。

### 3 通勤読物の発達

他方、通勤読書の発達は活字メディア自体にもいくつかの顕著な変化を引き起こした。通勤移動中の中途半端な読書には難解な論文や小説は向かない。通勤読物としてふさわしいのは、それほどの集中力を必要とせず気軽に読めるものや短い時間で読み切れるものである。そのような需要に応じた新しいジャンルの読物が発達してくる。

第一は、「中間読物」＝雑文の発達である。大正末以降の新聞雑誌界で著しく眼につく現象として「中間読物」の流行があげられる。随筆・探訪・座談会・実話・手記等の娯楽的な軽い読物を主体とするこのジャンルは、まさに通勤読書にぴったりの読物であった。川路柳虹は汽車中での読物としての雑誌の雑文を礼賛して次のように表現している。

「一番有難いのは当世流行の雑文である、どこを開いても、半分目くらみのところから読んでもそれだけで結構なのだからありがたい、又短いといふこともありありがたい、ことに汽車のなかなどで気楽に見てみると思はず雑文礼賛の気さへ起る……ところが同じ雑誌の小説になるとそ

これはまた何といふ退屈なものかと思ふ(『読売』大正五・七・四)

このことは従来から論説と小説を二本柱としてきた総合雑誌においても例外ではなく、その誌面上には大正末以降中間読物が増殖し始める。この動きを最も象徴しているのが『文藝春秋』である。大正一二年に創刊されたこの雑誌は雑文等の中間読物のみを中心に発行し、サラリーマン層の圧倒的な支持を獲得して有力な総合雑誌へと成長していったが、『文藝春秋』の成功はまさに「中間読物」の威力を体現するものであった。『文藝春秋』に関しては第三章で詳しく取り上げる。

第二に、文庫本という形式の発達も通勤読者の増加によるところが大きかった。現代的な文庫本形式を創始したのは昭和二年創刊の岩波文庫であるが、岩波文庫はもともと円本ブームへの対抗策として、分売可能の廉価本という方針の下に企画されたものであった。しかし、この軽くてハンドイで持ち運びに便利な文庫本という形式は、結果として、電車等での移動型読書にまさに最適の形式であった。岩波文庫の新聞広告でもときおり「旅行には忘るゝ勿れ」とうたわれているが、実際にも、岩波文庫は駅での立ち売り販売が検討されたこともあったという<sup>(32)</sup>。その後の文庫本の成長には通勤読書の発達が大きく貢献している。

また、昭和初期に盛んに出版された円本全集も雑誌や文庫本に似た読まれ方をされており、電車内で盛んに読まれていた。『文藝春秋』昭和四年六月号の「出版界批判座談会」で、丸木砂土と土岐善磨は円本の電車内での読まれ方について次のような会話を交わしている。

丸木「併し電車の中で読んでる人は一時よりは減つたやうに思ひますね。読んでるものは最新

刊のもので、全体には減つてると思ふ」

土岐「さうかね、僕は思ひがけないー思ひがけないといふと変ですけれども、本なんか読みさうでない人が読んでるのは大抵円本ですがね」

丸木「それはさうですね。殊に改造社の五十銭本ですね」

円本の『現代法学全集』(日本評論社)の広告にも、「毎日通勤の省線電車の中で私の本全集による法学卒業の日も近い」(『東京朝日』昭四・一〇・二三)と言う荻窪在住の銀行員の通勤読書ぶりが紹介されている。このように、円本は電車内で盛んに読まれることによつて、その流行がさらに他の通勤客へと波及し、こうして、円本ブームはますます増幅されていくことになる。

第三に、通勤読者の増加は大衆小説の発達を招来した。探偵小説・時代小説・通俗小説等の大衆小説は、電車の中で気軽に読める読物としてうつつけの存在であった。この点については第六章で取り上げる。

このように、通勤大衆の「寸刻を争ふ読者の意識」に合わせるためには、読書の内容は限りなく軽く、柔らかく、娯楽的になっていかざるを得ない。中間読物や大衆小説といった通勤読書の発達象徴しているのは、大正後期以降に進行した享乐的読書傾向の増大である。他方、それは半面として、教養主義に代表される旧来型の人間形成的読書を衰退させていくことになる。同時代において、このような傾向に鋭い警鐘を鳴らしたのが大宅壮一であった。大宅の指摘によれば、昭和初期の知識層や一般大衆の間に自己修業・自己完成的態度の減退と享乐的態度の増大という傾向が拡が

りつつあり、この傾向は文学にも影響を与えているという。

「従来の「文学」は、作者にとつても読者にとつても、自己修業若くは自己完成の一つの手段であつた。どんな退屈なものでも、どんなに読みづらいものでも、刻苦してでも読み了へるこ  
とが、一つの大きな喜びであり誇りであつた。だが、今ではさういふ傾向は、一般大衆は勿論、  
知識階級の間にもさへ、殆ど見られなくなつた。電車の中で楽に読めないやうな作品は、一部の  
特志家を除いて殆ど顧みられなくなつた」<sup>(33)</sup>

通勤に象徴される交通網の発展と人々の空間的移動の増大は、文学や読書のあり方にも想像以上  
に大きな変化を引き起こしているように思われる。

以上、第一章では総論的に、大正末・昭和初期の東京における読書装置の分布状況とその変化の  
分析を通じて、読書生活の動態学を試みてきた。次章では、各論として、ひとつの読書装置に焦点  
を当てる。大正期の東京において新たな読書装置として急速な発展を遂げてきた「雑誌回読会」が  
それである。

## 第二章 大正期東京の「雑誌回読会」問題

### 一 雑誌の定価販売の確立

明治大正期の出版流通業界が長い間苦闘してきた最大の問題は、値引き販売の横行であつた。戦  
前においては現在のような法定再版制が存在しなかつたために、小売書店間での激しい価格競争が  
続き、定価販売はまったく機能していなかつた。<sup>(1)</sup>このような値引き販売を抑制して定価販売を定着  
させる対策としてとられたのは、販売業者間で組合を結成し、定価販売協定を結ぶ方法であつた。  
雑誌に関しては、明治二五年に結成された「東京雑誌売捌営業者組合」が、雑誌の協定価格表の制  
定や乱売監視員の設置等を行なつたが、目立った効果は上からず、数年で解散となつた。

雑誌の値引き防止対策が本格化するのには、大正に入ってからであつた。大正三年に、まず雑誌出  
版社と元取次業者を中心にして「東京雑誌組合」が結成されたが、これに呼応して、小売書店と元  
取次業者を主体にして同年に結成されたのが「東京雑誌販売業者組合」であつた。後者の発足時の構  
成員は、元取次七社と雑誌小売業者二〇〇余人からなつていた。組合では値引き販売の禁止を盛り

## 第一章

- (1) 「大都市に蝟集する知識階級に就いての統計」『三田学会雑誌』二七卷八号、昭和八年八月。後に「奥井復太郎著作集」第四卷、大空社、一九九六年に収録。
- (2) 「全国書籍業連合会史」同連合会、昭和一六年、三六四―三七〇頁。
- (3) 野口米次郎「私の円本雑感はいかがだ」『中央公論』昭和二年六月。
- (4) 「夜半の夕刊売り」『上方趣味』大正四年冬の巻。
- (5) 大阪市社会部調査課「大阪の新聞売子」(社会部報告二二六号)、昭和六年。
- (6) 中村桂「新聞売子の研究」『三田学会雑誌』八卷一号、大正三年一月。
- (7) 深海豊「無産階級の生活百態」製英舎出版部、大正八年、二〇九頁。
- (8) 岡栄一郎「世念」『文藝春秋』大正一四年二月。
- (9) 内山憲堂・野村正二共著「紙芝居の教育的研究」玄林社、昭和二年、三六頁。
- (10) 山本武利「紙芝居―街頭のメディア」(歴史文化ライブラリー)、吉川弘文館、二〇〇〇年、二九頁。
- (11) 「大都市に於ける知識階級の地域的研究」『三田学会雑誌』二七卷一〇号、昭和八年一〇月。後に「奥井復太郎著作集」第四卷、大空社、一九九六年に収録。
- (12) 「本屋を開くに心得べき事(一)―(五)」『説売』昭三・五・二四―二九。
- (13) 「説売新聞」紙上の論争記事は次の通りである。「六十米以内は不許可」昭四・九・一二、磯村英一「小売書店の距離制限は重大な社会問題」昭四・九・一三、土屋右近「距離制限釈明」昭四・九・一八、「制限撤廃を期す」昭四・九・一九、「紛争中の小売書店の距離制限案は評議委員会で一時的保留となる」昭四・九・二〇、藤田知治「書籍販売業組合の距離制限を排す」昭和四・九・二二、中川治三郎「東京書籍商組合の距離制限に就て」昭和四・九・二七―一〇・一、藤田知治「重て距離制限賛成を駁す」昭四・一〇・二―三。
- (14) 脇阪要太郎「大阪出版六十年のあゆみ」大阪出版協同組合、昭和三年、一〇五―一〇六頁。
- (15) 東京の図書館史に関しては、佐藤正孝「東京の図書館百年の歩み」泰流社、平成八年参照。
- (16) 「東京古書組合五十年史」東京都古書籍商業協同組合、昭和四九年、四六―四九頁。
- (17) 露店商に関しては、大岡聡「昭和恐慌前後の都市下層をめぐって―露店商の動きを中心に―」『一橋論叢』一八巻二号、平成九年八月が詳しい。
- (18) 前掲注(16)、六九頁。
- (19) 月遅れ雑誌に関しては、拙稿「月遅れ雑誌というメディア」『日本歴史』六二三号、二〇〇〇年四月、九八―一〇〇頁、小川菊松「出版興亡五十年」誠文堂新光社、昭和二八年、二四〇―二四六頁がある。赤本に関しては、宮本大人「湯浅春江堂と榎本法令館」近代における東西「赤本」業者素描『日本出版史料』五、日本エディターズスクール出版部、二〇〇〇年三月が詳しい。
- (20) 「縁日商人の話」『実生活』大正八年三月。
- (21) 山本恒夫「近代日本都市教化史研究」黎明書房、昭和四七年、一六五―一六八頁。
- (22) 警察による新聞雑誌小説類縦覧所の取締に関しては、『中外商業新聞』に若干の記事がある。「浅草銘酒店の減少」明四五・三・一〇、「銘酒屋の大打撃」明四五・五・二、「魔窟革命第一日」明四五・六・七、「浅草の魔窟減少」明四五・七・二五、「浅草魔窟の恐慌」大二・二・六。
- (23) 活人雄飛会編「独立自営当世渡り百話」活人社、大正二年、一七〇―一七三頁。なお、明治末の記事による、ミルクホールは本郷・神田・牛込・芝といった学生の多い所に立地し、下町にはほとんど絶無であったという。



永沢信之助編『東京の裏面』金港堂、明治四十二年、三七五―三七七頁。

- (24) 前掲注(16)、六七頁。
- (25) 前掲注(15)、一二九―一三三頁。
- (26) 『日本地理体系・大東京編』、改造社、昭和五年、一五〇―一五一頁。
- (27) 東京鉄道局『電車旅客交通調査の実績』昭和四年五月二二日施行。なお、『東京朝日』昭和四・五・二三に關連記事がある。
- (28) 『東京都交通局六〇年史』同局発行、昭和四七年、一三八頁。
- (29) 寺出浩司『生活文化論への招待』弘文堂、平成六年、一四二―一五四頁。
- (30) 藤井誠治郎『回顧五十年―藤井誠治郎遺稿』同刊行会、昭和三七年、八六頁。
- (31) 前掲注(5)、一頁。
- (32) 山崎安雄『永遠の事業岩波文庫物語』白鳳社、昭和三七年、六二頁。
- (33) 大宅壮一『平凡』の廃刊と大衆雑誌の将来』『中央公論』昭和四年四月。

## 第二章

- (1) 戦前における定価販売制の確立過程については、橋本求『日本出版販売史』講談社、昭和三九年、『日本雑誌協会史』第一部、大正・昭和前期』日本雑誌協会、昭和四三年、木下修『書籍再販と流通寡占』アルメディア、一九九七年等参照。
- (2) 雑誌回読会に言及した文献としては、小川菊松『出版興亡五十年』誠文堂新光社、昭和二八年、一八八頁、橋本求、前掲注(1)、一五五頁がある。
- (3) この対立に関しては、上記の諸新聞の記事と『読売』大一一・四・三の『読書界出版界』の記事『雑誌業の紛争』及び『雑誌回読会の訴訟提起』『法律新聞』一九六五号、大一一・四・一三、一四頁に詳しい。

- (4) 『東京雑誌販売業組合廿五年史』同組合、昭和一四年、二五頁。
- (5) 同上、三五―四一、五二頁。『雑誌販売組合の幹部を訴ふ』『法律新聞』一九六八号、大一一・四・二〇、一四頁。
- (6) 『読売』大一一・五・二九の『読書界出版界』。
- (7) 判決文は前掲注(4)、四九―六三、九四、一〇四―一〇六頁参照。
- (8) 雑誌博読会の新聞広告は数限りないが、大正一一年一月の例をあげると以下の通りである。『国民』一・四、一・三一、『都』一・八、一・二四、『中央』一・一〇、一・二八、『時事』一・一七、一・三一、『読売』一・二七、前掲注(4)、五頁。
- (9) 路草生『若き貸本屋』『新公論』二八卷二号、大正二年二月。
- (10) これらの広告は主に一面の出版広告面かあるいは三行広告欄に掲載されることが多い。以下はその一例である。
  - ①『読売』大三・一〇・二七、②『東京日日』大五・三・三一、③『東京日日』大五・五・七、九・二五、一〇・二三、④『東京日日』大五・一二・六、八・一一、一・一一、『読売』大一〇・九・二、『報知』大一一・九・二、⑤『国民』大一一・二・二、⑥『婦女新聞』大四・一一・五、『東京日日』大八・一一・八、一二・七、⑦『東京日日』大一一・二・一九、『読売』大一一・一〇・二二、『東京朝日』昭五・一〇・八、⑧『報知』大一一・四・八、⑨『東京朝日』大一一・四・三、⑩『中央』大一一・二・一一、二・二三、⑪『国民』大一一・五・二六、⑫『伊勢新聞』大一一・一〇・一八、『岐阜日日新聞』大一一・二・一三、⑬『読売』大一一・一〇・二六、⑭『読売』大一一・七・一七、⑮『東京朝日』昭四・一二・八、⑯『東京朝日』昭四・六・九。
- (12) 『読書世界』六卷一号、大正四年一月広告。この斎藤治三郎氏に関しては、後述する坂東恭吾氏が、「又一方斎藤治三郎と言ふ人が突然に現はれて、新聞一頁広告に『読書しながら金儲けが出来る』と雑誌の一貫目売をやった