

永嶺重敏(ながみね・しげとし)

1955年鹿児島県生まれ、九州大学文学部史学科卒業、

図書館短期大学別科修了、

現在、東京大学史料編纂所図書室勤務、

日本出版学会、日本図書館情報学会、メディア史研究会
会員、

著書：『雑誌と読者の近代』(日本エディタースクール出版部、1997年、日本出版学会賞受賞)、『モダン都市の読書空間』(日本エディタースクール出版部、2001年、日本図書館情報学会賞受賞)、

どくしょこくみん たんじょう
〈読書国民〉の誕生 明治30年代の活字メディアと
読書文化

2004年3月30日 第1版第1刷発行

2004年7月2日 第1版第2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

〒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／カバー印刷・同美印刷／製本・牧製本

© Shigetoshi Nagamine 2004

ISBN4-88888-340-8

等の版本ではなく、中央の出版資本によって発行され、近代国語によって書かれ、近代的国民性を刻印された新しい活字メディアである新聞・雑誌・書籍でなければならなかった。さらに、その均質な活字メディアは全国的に均一に流通し得るものでなければならなかった。読書習慣の普及と均質な近代活字メディアの全国流通という二つの要件の結合によって、読書国民がその姿を現しているのが明治三〇年代である。

読書国民の形成は、まず中産知識人と都市部を中心に自生的に進行する。そして、そこから取り残された都市下層・地方郡部の人々を読書国民化する努力は、明治四〇年前後から地方改良運動によって試みられていくが、労働者・農民層の本格的な読書国民化は大正・昭和以降の大衆読者層の成長と大衆化メディアの普及によって達成されていく。と同時に、明治期に誕生した読書国民は、大正・昭和以降の大衆化状況の中で「読書階級」と「大衆読者」へと分化を遂げていくことになる。明治三〇年代の活字メディアと読書文化の構造変動の中から読書国民が誕生してくる過程を、これからの各章においてみていくことにしよう。

目次

まえがき
凡例

第一部 流通する活字メディア

第一章 全国読書圏の誕生

一 「地方の読書界」の動揺	三
新聞	四
雑誌	六
書籍	九
小説の流行	一〇
二 鉄道と全国メディアの形成	一四
三 活字メディアの全国流通網の形成	三三
郵送ルートからの接近	三三
新聞雑誌	三三
書籍	三〇

四 地方読者の再形成 三四

 地域読書圏の全国接続 三四 読書国民の形成 三五

五 全国読書圏の形成 四一

第二章 「中央帝都の新知識」を地方読者へ

——新聞社・出版社による地方読者支援活動の展開——

一 〈読書過疎地域〉の地方読者 四七

二 通信制図書館 四九

 山縣図書館 四九 婦女新聞図書回覧会 五三

三 読書会事業の登場 五五

 東京日日書籍倶楽部 五五 読売新聞読書会 六二

四 巡回文庫 六七

 大日本国民中学会図書館 六七 横浜貿易新報巡回文庫 六九

 報知移動図書館 六九

五 地方読者の読書要求 七〇

 「田舎の読書子」の苦悶 七〇 出版情報要求 七三 希望図書 七〇

の購入 七四 読書相談 七五 図書館サービスへの要求 七六

第二部 移動する読者

第三章 車中読者の誕生 八二

一 三四郎の車中読書体験 八二

二 車中読書の原初的発生 八四

 人力車中の読書 八四 乗合馬車中の読書 八六 汽船中の読書 八九

三 車中読書の発展 九三

 汽車中読書の誕生 九三 車中読書の等級制 九六

四 車中読み物の均質化 一〇〇

 新聞 一〇〇 雑誌 一〇一 旅行案内 一〇五

五 車中読書習慣の均質化 一〇八

 音読習慣の存続 一〇八 音読と黙読との衝突 一一〇

六 可視化された読書国民……………一四

第四章 「旅中無聊」の産業化……………一七

一 旅中無聊の大量生産……………一七

二 駅の読書装置……………一八

駅売店 一八 車窓販売 三〇 駅の新聞縦覧所 一三 駅待

合室 二三

三 鉄道旅客貸本合資会社……………一六

法木徳兵衛の鉄道貸本計画 一三 鉄道旅客貸本合資会社の概要

一三 依田学海の『女丈夫』 一三 設立の趣意 一三 貸本規

則 一三 貸本取扱所の分布 一四 貸本広告の効用 一五

四 列車図書室……………一八

列車図書室の概要 一六 利用状況 一四 片山潜の列車図書室

批判 一四 その後の展開 一四 車中販売 一四

五 ホテル図書室……………一四

横浜居留地 一四 東京 一四 京都・大阪・神戸 一四 ホ

テルでの読書生活 一五 大正・昭和以降の展開 一五

六 旅館の読書装置……………一五

七 避暑地の読書装置……………一五

温泉地 一五 海水浴地 一六

八 旅行読書市場の意義……………一六

第三部 普及する読書装置

第五章 読書装置の政治学……………一六

——新聞縦覧所と図書館——

一 読書の有用性の発見……………一六

二 〈新聞を読む国民〉の創出……………一七

新聞の購読・回覧奨励 一七 新聞解話会 一七

三 新聞縦覧所の普及……………一七

官による設立 一七 民による設立 一七 中央紙の流通装置

四	東京の新聞縦覧所	一八二
	浅草奥山の新聞茶屋	一八三	
	新聞縦覧所の情報空間	一九一	
五	自由民権運動の読書文化	一九四
六	明治三〇年代の図書館の発見	一九六
	明治一〇—二〇年代の図書館の不振	一九六	
	図書館の国家的認知	二〇〇	
	図書館の社会的認知	二〇三	
	図書館数の急増	二〇三	
七	〈本を読む国民〉の創出	二〇六
	井上友一の図書館思想	二〇七	
	小図書館の必要性	二〇九	
	社会的蔵書ストックの形成	二二一	
	読書による国民形成	二二三	

第六章 図書館利用者公衆の誕生

一	図書館利用者「公衆」概念の形成	二二五
二	図書館利用者公衆の形成	二二八
三	図書館利用者公衆の内的構造	二三三

学生	三三	受験生と図書館	三六	成人有職者	三九	性的	
制約	三〇	距離的制約	三三				
四	図書館利用者公衆の拡大へ	二三三				
五	近代的読書習慣の獲得	二三五				
六	読書国民の中核としての利用者公衆	二四〇				
注・参考文献		二四三				
あとがき		二六七				

*図版 1・2・3・4・5・6・7・8・9・10・11・12・13・14・15・16・17・18・20・21・24・26・30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。
*図版 19・22・27・28・29・31・32・33・34は国立国会図書館所蔵。

第一章 全国読書圏の誕生

一 「地方の読書界」の動揺

明治三十一年から三十三年にかけて文学投稿雑誌『文庫』誌上に「地方の読書界」と題する読者投稿シリーズが十数回にわたって連載されている。この投稿シリーズにおいては全国各地のさまざまな都市(地域を含む)の読書状況が、その都市に住む読者自身の手によってきわめて詳細に書き記されており、この時期の読書に関わる記述資料として非常に豊かな示唆を我々に与えてくれる。取り上げられている都市も、北は野辺地から南は琉球まで、また人口規模においても数千人の小都市から数十万人の大都市まで多岐にわたっている。⁽¹⁾ 記述の内容面では、とりわけ新聞雑誌のタイトル別の購読部数調査が詳細に報告されているために、地方都市における読書調査資料として従来から利用されてきた。⁽²⁾

しかし、ここで問題にしたいのはそうした購読部数調査でもなければ、個々の都市ごとの差異でもない。むしろ、そのような現象の背後にあつてどの都市にも強弱はあれ通奏低音のように共通し

て流れている、大きなうねりのような新しい動きを問題にしたい。それは一言で表現すれば、東京・大阪という二大中央都市からの活字メディアの怒濤のような地方への流入現象である。明治二〇年代後半から三〇年代は、新聞・雑誌・書籍といった活字メディア流通の全領域にわたって大きな構造的変化が進行した時期であり、「地方の読書界」という投稿シリーズは、まさにこのような中央メディアと立場メディアとの熾烈なせめぎ合いへの生々しい臨場感に満ちた証言となっている。以下、これらの証言を新聞・雑誌・書籍に分けて検討していくが、その際に注目されるのは、東京に次いで大阪が活字メディアの世界における第二の〈中央〉としてその重要性を増し始めている点である。この傾向は特に新聞において顕著である。なお、以下の「地方の読書界」からの引用に際しては投稿者の在住都市名・投稿内容の順に引用していく。

1 新聞

大牟田「新聞では、大坂ものが一番で『朝日』百『毎日』七十、東京ものは赤新聞が一番で二十五、次は『読売』で十、『時事』も七八枚は来るさうで」

富山「他所の新聞では、汽車の便があるものですから大阪の『毎日』と『朝日』が一番ですよ、『毎日』百六十に『朝日』が百三四十です、東京のでは『万朝』が一番です、其他『毎日』、『時事』、『読売』、『国民』を初めとして、大抵の新聞は郵送か取次で、一葉二葉乃至五葉位ツ、は、或一部の人に愛読されて居るです」⁽³⁾

九州と北陸の読者が期せずして証言しているように、東京紙・大阪紙の地方進出が各都市で注目されている。大阪紙に関しては『大阪朝日』『大阪毎日』の二紙が代表的で、特に『大阪朝日』の進出が際立っており、その勢いを柏原の読者は「たゞ単に新聞とのみ云へば『大阪朝日』のことで、その勢力のすばらしさは、実に譬ふるにもなき有様であります」とまで表現している。⁽⁴⁾他方、東京紙の中では、赤新聞と呼ばれた『万朝報』の購読者数の増加が各地で指摘されている。新聞史研究の教えるところによると、⁽⁵⁾ちょうどこの明治三〇年代前半に東京紙は関東から甲信越・東北方面へ、大阪紙は近畿一円から中国・四国地方へ、さらには北九州へとその購読圏を拡大しつつあった。北陸・東海地方はちょうど両者のぶつかり合う前線地帯を形成していた。東京紙・大阪紙の地方進出がさらに本格化してくるのは日露戦争以後のことになるが、このように新聞の領域においてはすでに明治三〇年代前半から、東京・大阪を二つの〈中央〉とする楕円的構図が徐々に形成されつつあった。

なお、中央紙進出の牽引力として「地方の読書界」の投稿者達が一様に指摘しているのは、中央紙に連載された新聞小説の読者吸引力の強さである。『大阪朝日』の購読者数の増加に関して、

長崎「あれは専ら霞亭とやらの陳腐小説が目的だらうと思ひます」

松阪「これは重に小説を見るため、婦人に好まるる」

長府「霞亭、桃水等の小説と其挿画が、読者の多い原因だとは、『朝日』万歳万歳」

と各都市で新聞小説の人気の高さが指摘されている。⁽⁶⁾このことは、講談筆記の連載が主流であった

表 1-1 博文館雑誌の配布先(明治 27 年, 29 年)

(単位:部)(%)

雑誌名	東京府下へ配布	他府県へ配布	合計
日清戦争実記	365,569 (28.3)	924,330 (71.7)	1,289,899
太陽	640,777 (29.6)	1,521,363 (70.4)	2,162,140
少年世界	557,871 (35.2)	1,024,899 (64.8)	1,582,770
文芸倶楽部	201,520 (37.6)	334,734 (62.4)	536,254

- (1) 『警視庁統計書』による。
 (2) 『日清戦争実記』は明治 27 年, 他は 29 年の数値である。
 (3) なお, 「東京府下へ配布」分には, その後他府県へ流通する分も含まれている。
 (4) 『警視庁統計書』の数値が実際の発行部数より若干水増しされている点については, 浅岡邦雄「明治期博文館の主要雑誌発行部数」『明治の出版文化』臨川書店, 2002 年参照。

地元の新聞と対照的に、人気作家を起用した中央紙の連載小説が、地方読者を獲得する上できわめて強力な武器となっていたことを示している。と同時に、中央紙の連載小説の読者層が全国的拡がりを獲得し始めている点も注目される。

2 雑誌

次に雑誌に関しては、東京による地方雑誌市場の独占化がすでに完了していたようである。東京発行の諸雑誌は地方への浸透度がきわめて高く、都市の大小を問わず一定の読者数を獲得していた。対照的に大阪発行の雑誌はまったく振るわない。

一関「東京にて発売の何雑誌でも、二三冊乃至四五冊づゝは売れて居ます」

富山「大抵の雑誌の東京で発行するものは、多少来ない者はないです」

なかでも特に博文館発行の諸雑誌の進出が著しく、どの都市においても投稿者が共通して指摘するところである。

福岡「雑誌では矢張り博文館物が沢山来ます」

岡山「雑誌では博文館物が一等だ」

大牟田「雑誌は博文館で占めて居る様なもので」

高山「先づ以て悲い哉博文館発行の雑誌が第一に売れる」

雑誌というメディアが地方にまで広く流通し始めるようになったのは、博文館の登場した明治二

〇年代以降であるといわれている⁽⁹⁾。博文館の地方進出の要因として、馬関の投稿者が「書店は五軒ありますが皆『博文館図書……』の看板が懸つて居ます⁽¹⁰⁾」と報告しているように、全国各地の書店を特約店として組織化していった販売網の構築によるところが大きかった。雑誌の大取次店が

まだ登場していない早い時期から、博文館は全国の主要書店に直接配給・直接集金の方法で雑誌の配給網を築いていった⁽¹¹⁾。

博文館の全国進出はさらに明治二七年の『日清戦争実記』の成功と、それに続く翌二八年の三大雑誌『太陽』『少年世界』『文芸倶楽部』創刊によって本格化していく。これらの諸雑誌はいずれも空前の驚異的な発行部数を記録したが、『警視庁統計書』によるとその六割から七割が地方へ配布されていた(表 1-1)。すなわち、博文館の諸雑誌の成功は、全国にわたる地方読者の開拓によってはじめて可能になったのである。

博文館の雑誌以外にも、政治雑誌や文芸雑誌、少年雑誌等のさまざまなジャンルの東京発行の諸雑誌が地方に広く進出していた。ここではひとつの例として、婦人雑誌の地

方進出状況を見てみよう。松阪の投稿者によれば、「文芸倶楽部」「女子の友」「女鑑」などは官吏教員の妻君や令嬢に愛読されていたという。すなわち、この時期の婦人雑誌は地方都市においては中産知識人層の家庭にその主たる支持基盤を見出していた。したがって、そうした階層の形成が弱い小都市、例えば横川においては、「女鑑」「女子の友」、こんな物を見る頼母しい女は憚りながら無いのだ」という状態であり、長府においても「女鑑」「女子之友」が一、二部程度にすぎない⁽¹²⁾。しかし、人口三万人程度の中規模以上の都市になると

高岡「女学物では『女学雑誌』『女子の友』『日本の家庭』が各々二部、『女鑑』『婦人雑誌』が各々十部

高知「女子の雑誌は『女子の友』だ、是れは各書店合計七八十冊は来るさうだ、其次は『女鑑』だ、『家庭教育』は僅少だ⁽¹³⁾」

と、その購読者数が目立って増加してくる。しかし、ここでより重要なことは、都市規模による濃淡があっても、その支持基盤の存在する地方にはどこにでも、東京発行の中央婦人雑誌の着実な地方進出現象が全国各地で指摘されている点である。松阪にも、高岡にも高知にも、長府にも「女子の友」「女鑑」の購読者が存在していたという事実、地域を越えて女性達が中央発のさまざまな婦人雑誌を読み始めたというこの現象が、明治末期以降の商業的婦人雑誌の隆盛に先立ってすでに明治三〇年前後に生じていたことは注目すべきである。

3 書籍

書籍の分野についても新聞の場合と同様に、東京・大阪という二大中心都市の地方進出攻勢を大都市の投稿者が等しく指摘している。ただ、東京と大阪とではその出版物の種類がきわめて対照的である。まず大阪は、青木嵩山堂や駈々堂等の講談小説・赤本類および実用書を中心とする大衆向け書籍の全国的な一大供給地として台頭してきている。これらを地方読者たちは「大阪本」と総称している。

出石「小説では大阪駈々堂あたりから出版する講談物の売れるは、素破らしるものです」

姫路「講談物とか大阪で出版する赤表紙類は相応に捌ける」

津山「年中変りなく捌けるのは、大阪本の祝文一千題、珠算促成、婦女用文などで、これは多く近在の田舎から買ひに来るのだ」

長府「露伴、紅葉などのは貸本屋にない、多いのは、大阪嵩山堂の一冊七八銭の安本探偵小説⁽¹⁴⁾です」

ちなみに、青木嵩山堂は通信販売の方法を使って地方の顧客へ大々的に売り捌いた通信販売の元祖とされている⁽¹⁵⁾。

これに対し、東京は博文館の「帝国文庫」や全集物あるいは春陽堂の小説を中心とする、大阪本より上のクラスの書籍の発行地としての位置を占めている。

富山「博文館の帝国文庫もなか／＼売れるですよ。大阪本も一時沢山捌けたですけれど、今は

少し下火ですよ」

津山「雑著でよく売れるのは博文館物で、就中日用百科全書などが最もだといふ事である」
彦根「春陽堂物は、貸本屋などでは中々貸り手も多い」⁽¹⁶⁾

このように、東京・大阪という二大出版都市発行の書籍は全国各地の地方市場に広く深く流入し、この両者が地方購買層をその読書水準や趣味に応じて相補的に分け合う形で寡占的に支配する構図が形成されつつあった。また直接の購買層に加えて、貸本屋を通じての読者層も相当規模で存在していたから、その実際の浸透力はさらに大きかった。

4 小説の流行

なかでも特に地方の書籍市場の中心的商品となっていたのは、明治二〇年前後から本格的に流行し始めた「小説」であった。

松本「小説は近来、どんな寒村僻邑に迄も侵入するやうですな。此地方辺は一体に、尋中の学生とか、芸妓とか乃至は、財産家や官吏の奥様、嬢さん達が一番の読者です」

大阪「小説は随分流行で、市中に二三の貸本屋があつて、常に五十や六十の借り人が絶えない様子である」⁽¹⁷⁾

と報告されているように、どの都市においても小説の浸透度は高く、さまざまなジャンルの小説が熱心な読者を獲得していた。作家別にみた場合、どの都市でも共通して最も人気があったのは村井

弦齋と村上浪六で、前者の『日の出島』や『朝日桜』、後者の『当世五人男』『三日月』は各地方で幅広い読者を獲得していた。この両者に次いで、幸田露伴や尾崎紅葉、広津柳浪、黒岩涙香、渡辺霞亭以下、次のようなさまざまな小説家の名前があげられている。

和歌山「小説類では両書店で尤もよく売れるのは、弦齋、浪六、紅葉、露伴、鏡花、柳浪等であると云ふことだ」

福岡「弦齋浪六が第一、第二は紅葉です、其の次が露伴。柳浪、宙外、天外、風葉などのも能く売れます。鏡花の人は人が好みません」

柏原「小説家の受ける順序は、弦齋、涙香、桜痴、霞亭、水蔭、漣、笠園、南翠、仰天子、麗水と、かうです。悲しいこと(?)には、紅葉、露伴などは、如何もからいけませんでな」⁽¹⁸⁾

しかし、ここでさらに注目されるのは、これらの多種多様な小説の大部分が東京・大阪で発行されたものであった点である。ここでひとつの試みとして、上記の投稿中で言及されている個々の作家について、明治期に刊行された著作の発行地を国立国会図書館のデータベースで検索してみた結果が表1・2である。大部分の作家の発行地は圧倒的に東京によって占められており、井上箏園や渡辺霞亭等大阪発行の割合が比較的高い作家がごく一部存在する程度である。全体で見ても、計一〇六二点中一〇四五点(九八%)までが東京・大阪発行のものであり、それ以外の地域での発行はわずか一七点にすぎない。地方出版物の残存率の低さを考慮しても、明治期において、東京・大阪がい

表 1-2 明治期の人気作家の著作の発行地

(単位：点)(%)

作家名	全	東京	大阪	その他
江見水蔭	108	91 (84.3)	17 (15.7)	0
巖谷小波	106	96 (90.6)	8 (7.5)	2
村上浪六	86	64 (74.4)	21 (24.4)	1
福地桜痴	86	84 (97.7)	1 (1.2)	1
渡辺霞亭	82	43 (52.4)	34 (41.5)	5
尾崎紅葉	81	75 (92.6)	5 (6.2)	1
幸田露伴	81	78 (96.3)	2 (2.5)	1
黒岩涙香	64	63 (98.4)	1 (1.6)	0
小栗風葉	62	48 (77.4)	14 (22.6)	0
村井弦斎	52	49 (94.2)	0	3
須藤南翠	50	46 (92.0)	4 (8.0)	0
広津柳浪	49	48 (98.0)	1 (2.0)	0
泉鏡花	46	45 (97.8)	1 (2.2)	0
武田仰天子	40	26 (65.0)	14 (35.0)	0
遅塚麗水	33	32 (97.0)	1 (3.0)	0
後藤宙外	23	23 (100)	0	0
小杉天外	23	22 (95.7)	1 (4.3)	0
井上笠園	13	2 (15.4)	8 (61.5)	3
斎藤緑雨	10	10 (100)	0	0
計	1,095	945 (86.3)	133 (12.1)	17 (1.6)

(1) 国立国会図書館の目録データベースによる。

(2) 対象期間は明治年間である。

(3) 単位は目録書誌の件数である。

如く、文学も地方の需要は概して東京に於て充たされ、随つて東京の文学は半ば地方の読者に
よつて成立する⁽¹⁹⁾」

「地方の読書界」における小説人気の高さは、東京・大阪の小説出版資本が全国各地にその販路
を求めて拡大していった結果として見る事ができよう。

その他、新聞・雑誌・書籍以外にも、例えば講義録といったメディアについても東京の地方進出
が顕著である。⁽²⁰⁾ 明治二〇年前後から東京で盛んに出版され始めた講義録は明確に地方の青少年層に
ターゲットを定めて、地方への浸透を拡大しつつあった。富山と横川からの読者通信によると、私
立専門学校講義録・中学講義録・検定試験受験講義録をはじめとする東京発の多種多様な講義録が
実際にも多くの読者を獲得している。

富山「講義録では専門学校の講義が一番多く、富山ばかりでも二百もあるそうです、此外哲学
館講義(漢文の方が多いです)、師範学校中学校の講義録、受験用の講義録が、甚沢山です
な、それに独習部の講義も少々あるですよ」

横川「英語学会の講義録は内地雑居から二十七八来⁽²¹⁾」

以上、「地方の読書界」で各地の読者通信が共通して証言しているように、明治三〇年代前半、
地域を問わず、都市の大小を問わず、地方の読書界は東京・大阪の新聞・出版資本の激しい進出攻
勢にさらされていた。「大阪朝日」「大阪毎日」「万朝報」に代表される大阪・東京の新聞社、博文
館に代表される東京の雑誌出版社、東京の春陽堂や大阪の駈々堂・嵩山堂等の小説出版社が、その
代表的なものである。

しかし、ここでさらに重要なことは、東京・大阪出版資本の地方進出が活字メディアの全領域に
わたつて同時運動的に進行している点である。新聞・雑誌・書籍さらには講義録等およそ考えられ

かに人気作家の小説を中
心とする文学作品の排他
的出版地となつていたか
を、このデータは雄弁に
物語っている。このこと
を、すでに同時代におい
て「早稲田文学」の彙報
子は次のように表現して
いる。

「あらゆる方面に於
て中央集権の余勢が
地方と東京との間に
一種の関係を造れる

る活字メディアすべてを動員する形で、中央の新聞・出版資本の地方進出が大規模に生じてきている。動員されたメディアの全面性とその流通量の膨大さにおいて、また、その影響の及んだ地域の全国性においても、活字メディアの流通と受容においてこの時期地滑りのな地殻変動が生じつつあったことが理解されよう。この地殻変動によって、地方の読者達が準拠していた従来からの文学や読書生活の枠組は大きく変容を迫られていくことになる。「地方の読書界」から聞こえてくるのは、まさにその変容の渦中にある地方読者からの生の声である。

それではなぜ、この明治三〇年代前半という時期に、このような中央メディアの地殻変動的な進出と地方の読書界の動揺という現象が大規模に生じてきたのであろうか。その最も重要な要因としてあげられるのは、同時期に進展しつつあった鉄道幹線網の全国的敷設であった。そこで、次に鉄道が活字メディアにどのような影響を与えたかを検討してみよう。

二 鉄道と全国メディアの形成

鉄道の発揮したメディア変革力は、とりわけ新聞において典型的な形で表れている。すなわち、鉄道網の全国的拡大によってはじめて、日本全国に流通網を持つ全国紙の出現が可能になってくる。広域的エリアへの拡張を指そうとする新聞にとって、最大の課題となったのは流通速度のスピードアップであった。日刊新聞を同日内に全国に配布できる速度、それが全国紙の必要条件であった。

明治二〇年代以前にあつては、仮に全国紙への意欲を持つ新聞があつたとしても、そのような流通を可能にする輸送手段がまだ発達していなかつた。例えば東海道線開通以前の明治一七年に藤枝で「江河新聞販売店」と称する一新聞取次店が開業しているが、郵送による東京からの新聞配達のためあまりの遅さに閉口して、江戸時代以来の宿場の継ぎ立て馬・カゴ・人力車等を用いて神奈川―浜松間の新聞の陸送に挑戦した。しかし、箱根や大井川の難所に阻まれて思ったほどの成果を上げることができなかつたという。⁽²²⁾ また、明治二〇年代前半の北陸地方では東京の新聞雑誌の到着に七日間を要するほどであった。⁽²³⁾ 鉄道開通以前にあつては新聞の輸送は船便か馬車、人力車等による他なく、その流通網はきわめて狭い範囲に留まらざるを得なかつた。

中央紙の地方進出を可能にしたのは鉄道網の全国拡大によるものであつた。鉄道幹線網の全国的な整備が進んだのは明治二〇年代で、まず明治二二年に東海道線の新橋―神戸間が全通し、東京と関西がつながつた。二四年には日本鉄道の上野―青森間が全通して東京と東北が結びつけられ、二六年の上野―直江津間の全通によって、さらに中部地方と日本海側も東京に近づいてきた。

他方、大阪を中心とする幹線網に関しても、明治二七年には山陽鉄道が広島まで、三四年には馬関(下関)まで開業し、中国地方が大阪の圏内に入ってきた。さらに、三二年の北陸線富山―敦賀間の全通によって北陸も近畿圏とつながつた。こうして、明治二〇―三〇年代を通じて姿を現してきたのは、東京・大阪をふたつの中心として東北・東海・中部・北陸・中国を結ぶ交通輸送の一大全国ネットワークであつた。海峡を隔てて、北海道・九州にも鉄道網の敷設が進んでいたから、日本

の主要部分が東京・大阪と結びついた交通圏内に一体化し始めたのである。

この鉄道幹線網の登場は活字メディア、特に新聞のあり方に劇的な変化をもたらした。鉄道による急速な時間短縮効果は、東京・大阪発行の新聞を同日もしくは翌日に地方に配達することを可能にした。このことは中央紙にとつては広大な全国市場の誕生を意味し、中央紙による地方進出が加速化していくことになる。

鉄道の開通効果を北陸線を例にとつて見てみると、明治二十九年に北陸線の敦賀―福井間が開通する。「時事新報」はこの開通を期に福井市内への売り込みをはかり、「福井日報」に広告を出稿しているが、その文面には次のように鉄道開通効果がうたわれている。

「従来我時事新報の福井県下に入るや敦賀までは鉄道の便あるも是れより福井市に達するの間は徹夜人車を馳するも尚ほ十六時間の長きを要して例へば今朝発兌の新報は早きも翌日の午前九時ならでは福井市中に達するを得ず(中略)今や鉄道開通す我新報の送達、忽ち一変して来る七月十五日以後は其日の新報其日の夕刻福井市に達して直ちに読者の眼前に現はれん」(「福井日報」明二九・七・一五付録)

それまで徹夜人車を使って一六時間以上も要していた東京紙の配達が、鉄道の開通によって即日配達が可能になった。そして、そのことが、地方読者勧誘の強力なセールスポイントとしてうたわれている。北陸線はその後明治三二年にはさらに富山―敦賀間が全通し、東京紙のみならず大阪紙による北陸地方への進出を本格化させていく。「地方の読書界」への高岡からの投稿者は北陸線の

開通効果を次のように簡潔に表現している。

「本年に入つてズツと沢山売れるやうになつたものは大阪の新聞で、大阪新聞は其日の十二時過ぎに着くからだ、『朝日』は百四十、『毎日』は六十、昨年の殆ど倍ほどだ」²⁴

もうひとつの例をあげると、東京紙による甲信越地方への進出を本格化させる契機となつたのも、明治三十六年の中央線の開通であつた。山梨県の例でみると、それまで富士川の水運や郵便馬車に頼つていた新聞輸送が、明治三十六年の中央線飯田町―甲府間開通によって鉄道輸送に切り替わつた。それと同時に、『東京朝日』『東京日日』『報知』をはじめとする東京紙の山梨県内への本格的な進出攻勢が始まっている。²⁵中央線が明治三八年にさらに岡谷まで開通すると、翌年には諏訪地方で最初の新聞取次店が開業し、中央紙の購読者数の増加に貢献している。²⁶

さらに、鉄道開通効果が及んだのは直接の沿線地域のみばかりでなく、その周辺地域のメディア流通にまで広範囲の影響を及ぼしている。その一例として、明治二三年の高松の新聞取次店である元木新聞舗の雑誌広告を見てみよう。その中で、元木新聞舗は長年の愛顧を感謝して、次のような口上を述べている。

「弊舗従来各府県の新聞雑誌類販売致来候処新聞雑誌が世の必要物となるに随ひ弊舗も亦た四方御得意様方の御眷顧厚く近来は千万御注文に預り日を追ふて隆盛に赴き候段此れ偏へに愛顧諸君の御高庇に出て候儀と深く奉鳴謝候今や東海道長線鉄道の竣工と共に東京の新聞雑誌も数十時間に於て到達仕候間従前に倍し最も迅速に御配達仕り一層の御便利相資候間倍旧の御眷顧



図1 「新聞紙の行衛」中の「地方行(ちほうゆき)」

『読売』明治26年6月1日附録「これは新聞が翼を生じて全国中を飛行する処さ」。

●地方行

運木に羽が生へて飛で行く國をよくある奴だが、山蘇あろしど珍らしはて野暮といはつしや、これ新聞が翼を生じて全国中を飛行する處さ。

御注文の程伏て奉冀候右御披露に及候也⁽²⁷⁾
 明治二二年の東海道線の開通によって、海峡を隔てた四国の高松にまで東京の新聞雑誌が「数十時間」で届くようになった。鉄道開通効果の想像以上の拡がりを示す一例である。

運賃制度面においても、明治二〇年代以降新聞雑誌運賃の低減化が図られ、明治三年には距離にかかわらず重量一斤につき一錢という全国均一運賃制が採用され、中央紙の全国への進出を後押しした⁽²⁸⁾。明治二六年の『読売新聞』附録「新聞紙の行衛」には、汽車に積まれた新聞に翼が生えて全国に飛来していく図が描かれているが(図1)、まさに中央紙にとって鉄道はこの翼に匹敵する役

割をはたした。

しかし、このような鉄道網の全国拡大に加えて、中央紙進出のもうひとつの重要な要因としてあげなければならないのは、新聞社間の市場競争という資本主義的要因である。東京紙・大阪紙の激しい市場競争奪戦は編集面のみならず、販売面でも壮絶をきわめた。特に『大阪朝日』と『大阪毎

日』の乱売戦はしばしば暴力事件にまで発展するほどの過熱ぶりであった⁽²⁹⁾。このような新聞販売競争が結果として、中央紙の地方進出を加速する効果をもたらした。明治三六年に黒岩涙香は東京紙・大阪紙の地方進出競争について、次のように述べている。

「新聞紙の競争は激しいもので、今では東京の諸新聞は東京ばかりで競争して居るのではなく、全国の新聞紙を相手に競争して居る姿である。東京の諸新聞の勢力範囲は東京、東京近県、東北地方並に西は名古屋以東で、名古屋から西並に中国は、大坂の新聞紙が勢力を占めて居る。それから今は東京の諸新聞、東北へ延びる余地がないから、九州に於て同地並に大坂の新聞紙と競争しつつ次第に延びつつある」⁽³⁰⁾

他方、雑誌や書籍の全国流通網の形成においても、鉄道網とならんで、出版資本主義的要因としての「取次制度」のはたした役割がきわめて重要である。明治二〇年前後から、東海堂(明治一九年)、上田屋(明治二〇年)、北国組出張所(明治二四年、後の北隆館)と取次業者の創業が相次ぐ。のちに書籍雑誌取次店の最大手に成長していく東京堂の開業(明治二三年)が、東海道線開通(明治二二年)の翌年であったことは示唆的である。明治二〇年代の東京堂の雑誌広告には、全国へその販路を貪欲に拡大しようとする東京・大阪の二大出版資本都市の膨張するエネルギーが満ち溢れている⁽³¹⁾。

「東京堂は雑誌図書愛読者諸君の爲め便益無比なる誠実の商店なり

東京堂は東京大坂府下発兌數百種の雑誌は凡て特約大販売をなせり

東京堂は東京大坂の各書林にて発行する図書類は凡て御注文に応ず

告 廣 號 三 十 六 百 第 友 之 民 國

張 廣 捌 賣 誌 雜

東京堂は雑誌圖書愛読諸君の爲め便益無比なる誠實の商店なり
 東京堂は出版事業に従事し毎月三四版宛新書籍を発売す
 東京堂は東京大坂府下發兌數百種の雑誌は凡て特約大販賣をなせり
 東京堂は東京大坂の各書林にて發行する圖書類は凡て御注文に應ず
 東京堂は新版書籍雑誌の委託販賣を引受け發賣方を盡力すべし
 東京堂は逓信省認可の雑誌類は全國一般凡て郵便税を申受す
 東京堂は發送を迅速にし取扱上は尤も正確懇切に注意せり
 東京堂は目下毎月取扱ふ處の各種雑誌の部數非常増加し府下
 同業者中第一位を占め居れり故に一層奮勵勉強すべし
 東京堂は地方雑誌賣捌所へは發兌元同様に薄利を以て取引すべし
 東京堂より諸雑誌を購請する方は雑誌の廢刊又休刊の爲め前金
 を沒收せらるゝが如き損失を受くる事なく他雑誌と引替差上申候
 東京堂御送金の節銀行爲替道運貨幣使(貨幣使は配達料共賃濟)
 等適宜に宜しく候得共郵便爲替に必らず拂渡局を一
 橋郵便爲替取扱所へ宛御振込の事郵便切手代用の節は一割増

町 保 神 表 區 田 神 市 京 東

図2 東京堂の広告『国民之友』163号 (明治25年8月13日)

東京堂は新版書籍雑誌の委託販売を引受け発売方を尽力すべし

東京堂は逓信省認可の雑誌類は全國一般凡て郵便税を申受す

東京堂は目下毎月取扱ふ處の各種雑誌の部數非常に増加し府下同業者中第一位を占め居れり故に一層奮勵勉強すべし

東京堂は地方雑誌売捌所へは發兌元同様に薄利を以て取引すべし(図2)

明治三〇年代前半に東京堂に入店した店員はその回顧談のなかで、地方發送の雑誌を汽車に積み込む際に北隆館や東海堂等の取次同業者との競争がいかに熾烈なものであったかを語っている。同業者は地方の顧客を奪わないために一刻も早く發送する必要がある、上野駅・新橋駅へ日に六、七回も地方發送雑誌を運ぶのが常であったという。東京の雑誌が全國に広くその販路を拡大していく上で、取次店というソフトと鉄道というハードが車の両輪としていかに重要な役割をはたしたかを、この談話は端的に物語っている。

このように、鉄道の持つメディア変革力と出版流通業の發達によって、新聞・雑誌・書籍といった活字メディアの流通は明治二〇―三〇年代にその性質を根本的に変え始めた。いまや鉄道幹線網の全国的な敷設という新たな事態によって、活字メディアの流通には全國性という新たな特徴が付与され始めていく。活字メディアが新たに獲得し始めたこの全國性が具体的にどのような性格のものであったかを、次に、郵送データをもとに検証してみる。

表 1-3 活字メディアの差出数推移

(単位：通)

年度	新聞紙及雑誌	書籍	年度	新聞紙及雑誌	書籍
明治 10	4,257,461		明治 28	78,962,299	5,917,775
11	5,216,886		29	86,801,875	6,617,114
12	7,023,686		30	88,750,347	7,363,932
13	8,962,393		31	91,519,154	7,663,751
14	12,537,591		32	110,068,789	8,079,487
15	15,898,167		33	135,326,547	9,726,431
16	15,226,397		34	141,700,982	9,206,821
17	15,087,091		35	150,553,746	9,982,333
18	15,258,671		36	153,049,320	10,209,533
19	16,015,085		37	185,543,690	11,326,031
20	18,248,305		38	200,845,276	12,426,334
21	21,176,278		39	175,566,958	14,914,868
22	27,066,852	1,986,437	40	170,693,011	23,914,869
23	41,255,492	2,550,540	41	170,892,885	32,956,208
24	49,081,974	2,778,833	42	180,516,338	36,568,253
25	50,829,700	5,087,360	43	178,166,950	40,665,049
26	56,968,379	5,391,852	44	192,585,661	46,084,185
27	80,415,390	5,257,376			

(1) 『日本帝国統計年鑑』による。

(2) 明治 30 年から台湾を含む。

つき五〇里以内は五厘、それ以上は一銭の低料金で郵送できるようになった。⁽³⁴⁾その後、明治一五年の「郵便条令」の制定によって、「毎月一回以上発行スル定時印刷物及其附録」すなわち雑誌が第三種郵便物に、書籍等が第四種郵便物に指定され、前者は一個重量一六匁毎に一銭、後者は一個重量八匁毎に二銭の全国均一料金制となった。明治一〇年以降の活字メディアの差出数の総数について、『日本帝国統計年鑑』の「内国郵便物府県及北海道別」表からその推移をたどってみよう。郵便統計は「書状」「葉書」「書留」「新聞紙及雑誌」「書籍」といった細目別に集

三 活字メディアの全国流通網の形成

1 郵送ルートからの接近

前出の富山の読者からの投稿中に、「大抵の新聞は郵送か取次で、一葉二葉乃至五葉位づゝは、或一部の人に愛読されて居るです」という箇所があるように、新聞をはじめとする活字メディアは取次店―書店・売捌店を通じた販売ルートか、あるいは郵便による郵送ルートの二系統を通じて読者の手元に届いていた。このうち、前者の販売ルートの形成過程についてはまとまった統計データが存在しないために、その全容を時系列的に把握することは非常に難しい。後者の郵送ルートについては年度毎の郵便統計が利用できるので、ここでは郵送ルートのデータを中心にして、適宜販売ルートに関する研究も参照するという方法をとりたい。

通常予想されるように、郵送ルートは書店・売捌店網がまだ未発達な地域を主な対象としたのは当然であるが、明治前期にあつては取次制度や売捌店網がまだ確立していなかったこともあつて、郵送ルートの占める重要性は相対的に大きかった。以下、新聞雑誌と書籍に分けて検討していく。⁽³⁵⁾

2 新聞雑誌

新聞の郵送取り扱いは明治四年の「郵便規則」の施行と同時に開始され、翌五年には新聞一部に

表 1-4 府県別新聞紙及雑誌

明治 20 年		明治 25 年		明治 30 年	
東京	10,695 (58.6)	東京	27,237 (53.6)	東京	39,979 (45.0)
神奈川	814 (4.5)	大阪	2,658 (5.2)	大阪	7,003 (7.9)
大阪	756 (4.1)	神奈川	1,981 (3.9)	神奈川	4,226 (4.8)
新潟	384 (2.1)	宮城	1,299 (2.6)	宮城	2,753 (3.1)
茨城	321 (1.8)	北海道	1,082 (2.1)	北海道	2,030 (2.3)
山口	281 (1.5)	京都	1,028 (2.0)	京都	1,990 (2.2)
福岡	254 (1.4)	新潟	923 (1.8)	愛知	1,845 (2.1)
山形	245 (1.3)	山形	707 (1.4)	兵庫	1,796 (2.0)
熊本	238 (1.3)	愛知	707 (1.4)	山口	1,289 (1.5)
千葉	225 (1.2)	山口	694 (1.4)	広島	1,226 (1.4)
全国	18,248 (100.0)	全国	50,830 (100.0)	全国	88,750 (100.0)

『日本帝国統計年鑑』による。

トとの比率に関しては、今日の時点ではもはや全国的なデータを得ることは難しいが、ひとつの指標として、『日本帝国統計年鑑』に明治二一年から三一年までデータが採録されている「新聞雑誌発行部数」と比較してみる。明治二一年の新聞雑誌発行部数は一億一五九万部である。これに対し、同年の新聞雑誌の差出数は二一八万通で、総発行部数の一九・〇％に当たる。この比率は明治三一年においてもほぼ同様で、総発行部数四億六四四六万部に対し、差出数は九一五二万通で一九・七％を占めている。ただし、新聞雑誌の差出の場合には、複数部数をまとめて発送する場合や小包で発送されるケースもあり、実際の差出部数はこの数字より多かったものと思われる。したがって、明治二〇年代から三〇年代にかけて、新聞雑誌の総発行部数のうち最低でも約二割が郵送ルートを通じて流通していたことになる。

第二に指摘されるのは、新聞雑誌の流通量の地域的偏り、端的に言えば東京への集中傾向である。新聞雑誌の

差出数推移(上位 10 府県) (単位:千通)(%)

明治 35 年		明治 40 年	
東京	64,510 (42.8)	東京	61,817 (36.2)
大阪	8,749 (5.8)	大阪	13,626 (8.0)
神奈川	4,811 (3.2)	北海道	7,310 (4.3)
京都	4,424 (2.9)	長野	4,996 (2.9)
北海道	4,255 (2.8)	神奈川	4,462 (2.6)
兵庫	3,491 (2.3)	愛知	3,876 (2.3)
長野	3,433 (2.3)	兵庫	3,728 (2.2)
宮城	3,347 (2.2)	宮城	3,453 (2.0)
新潟	3,245 (2.2)	山口	3,343 (2.0)
山口	2,663 (1.8)	新潟	3,108 (1.8)
全国	150,554 (100.0)	全国	170,693 (100.0)

線網の拡大とともに、新聞雑誌に対する社会的需要の増大によるものであった。その象徴的な例が明治二三年、二七年、三七年の急増ぶりであり、これは国会開設あるいは日清・日露戦争という国家的大事件によって新聞雑誌への需要が急激に高まったことを示している。このような需要増に因應するために、大阪朝日新聞社は明治二三年に日本最初のマリノニ輪転印刷機を導入している。さて、ここでまず第一に問題となるのは、新聞雑誌の全流通量の中で郵送ルートが一体どれくらいの比率を占めていたのかという問題である。郵送ルートと販売ル―

計されており、ここから郵送ルートによる新聞雑誌・書籍の流通量の概略がわかる。なお、この郵便統計は郵便物の差出数を集計したものである。

表 1-3 の左が明治一〇年から明治末年までの新聞雑誌差出数の推移である。一貫して右肩上がりの上昇を続けているが、さらに注意してみると、二〇年代から三〇年代前半にかけての上昇率が際立って高い。明治二〇年の約一八〇〇万通が明治三一年には九〇〇〇万通を突破し、明治三五年には一億五〇〇〇万通に達している。一五年間で八倍以上の伸びを示している。郵送による新聞雑誌の流通量は明治二〇―三〇年代に急激な成長過程を経験したことがわかる。これは前述した鉄道幹

差出数を府県別に比較してみた場合(表1-4)、東京の突出した高さが注目される。明治二〇―三〇年代を通じて、全国の新聞雑誌差出数の実に四割から五割が東京によって占められている。郵便物全体の総量に関しても、東京の比重の高さは同様に当てはまる傾向ではあるが、新聞雑誌の場合ほど突出した数値ではない。例えば、明治三〇年の統計では郵便物全体に占める東京の割合は二六%であるのに対し、新聞雑誌に占める東京の割合は四五%と、両者の格差が際立っている。すなわち、郵便物全体の偏り以上にはるかに大きく、新聞雑誌の郵送ルートは極端に東京に偏っていた事実が理解されよう。

東京以外の他の地域に関して注目されるのは、まず大阪の伸張ぶりである。明治二〇年には東京のわずか八%未満であった大阪の比率は、明治四〇年には東京の二二%にまでそのシェアを伸ばしてきている。大阪が明治二〇―三〇年代を通じて東京に次ぐ第二の新聞雑誌郵送ルートの中心地へと成長しつつある傾向がうかがわれる。その他の地域では、地方有力新聞を抱えた地域、例えば『信濃毎日』の長野、『新愛知』の愛知、『北海タイムス』の北海道といった地域が少しずつではあるが、伸びてきている。他方、九州や東北地方の諸県は明治三〇年代を通じて順位が低下している。しかし、ここで気になるのは郵送ルートに占める大阪の予想外の低さである。たしかに雑誌に関しては、「地方の読書界」でも指摘があったように、東京への一極集中傾向が見られたことは事実である。しかし、新聞に関しては、この明治三〇年代には東京紙と大阪紙は全国紙への覇権をかけて熾烈な販売合戦を繰り広げており、両者のシェアの差は実際にはもう少し接近していたはずであ

る。そこで、同じく『日本帝国統計年鑑』の「新聞紙及雑誌」表の府県別発兌部数統計を参照してみる。表1-5が明治二五年と三〇年における新聞雑誌の上位府県別発兌部数である。表1-5を表1-4の新聞雑誌差出数と比較してみた場合、発兌部数においては大阪のシェアはそれぞれ一三%、一六%であるのに対し、差出数においてはその半分以上のシェアしか占めていない。明らかに大阪紙は郵送ルートにおいて占めるシェアが発行部数全体に占めるシェアよりかなり低く、東京紙はその逆のパターンを示している。これは大阪紙が郵送ルートよりも販売ルートに依存する割合が高かったことを示唆している。事実、大阪紙は売捌店の販売網構築にすぐれており、このことが結果として販売基盤の強化をもたらし、大阪紙の全国紙化の成功へとつながってゆくことになる。他方、郵送ルートに頼り、販売網の構築を怠った東京紙の販売基盤は弱く、結局大阪紙との市場競争に負ける一因となっていく。³⁵⁾

第三に、新聞雑誌差出数を時系列的にみた場合、東京の比重の相対的な低下傾向が指摘される。明治二〇年には五八%にまで達していた東京の比率は、明治四〇年の時点では三六%にまで低下してきている。東京・大阪の合計比率でも同様の低下傾向にある。しかし、このことは決して中央の新聞雑誌の後退を意味しているわけではなく、むしろ、郵送ルート以外の販売網の整備が進んだこととともに、明治二〇―三〇年代を通じて地方の新聞雑誌の着実な発展と発行量の増大によるものであると思われる。問題は地方紙誌の流通網にあった。明治二〇―三〇年代の府県統計書で地方紙誌の頒布先を管内・管外別にみると、地方紙誌は八割から九割以上が管内で頒布されてお

表 1-7 上田町及びその付近での新聞紙配布数(明治28年) (単位:部)

新聞名	部数	新聞名	部数
信濃実業新聞	98,004	毎日新聞	8,792
万朝報	64,832	読売新聞	5,187
東京朝日新聞	56,832	東京日日新聞	4,571
信濃毎日新聞	55,804	やまと新聞	4,377
中央	44,256	絵入自由	2,364
国民新聞	26,961	国会	2,226
日本	26,796	自由新聞	1,663
報知新聞	24,692	東京実業新聞	994
めさまし新聞	19,427	二六新報	757
横浜貿易新聞	16,672	絵入日報	343
中外商業新報	13,609	時論	164
時事新報	13,343	物価新報	78
開花	12,689		
都	10,193	合計	515,626

『長野県史』近代史料編第10巻、平成2年、178-179頁。

明治二八年中に上田町及びその付近で配布された紙と地方紙がどのように市場シェアを競い合っていたのかを知る興味深い調査がある。それは、長野県上田警察署によって調査された

り、管外へ頒布される量はきわめて少ない(表1-6)。すなわち、地方紙誌の大部分は文字通りその地域管内でのみ流通していた。しかも、山梨県の例にみられるように、鉄道がまだ敷設されていない地域では発行部数の大半がまだ郵送によって届けられていた。³⁶⁾このような地域管内を流通する地方紙誌の差出数の増大が、結果として東京の比率の低下を招いている。

したがって、この明治二〇―三〇年代に生じていた事態は、一方において、各地域管内を流通エリアとする地方紙誌が急速に成長すると同時に、他方において、全国へと拡大する鉄道網に乗って地域の壁を超えて貫通する中央紙誌の流通網の整備が、同時平行的に進展していく過程であったということができよう。地方紙誌流通網と中央紙誌流通網とがそれぞれにしのぎを削りながら市場の拡大を目指して激しく競いあっていた時期である。

この時期のある特定の地域において、中央紙と地方紙がどのように市場シェアを競い合っていたのかを知る興味深い調査がある。それは、長野県上田警察署によって調査された

表 1-5 新聞雑誌の府県別発兌部数(上位10府県) (単位:千部)(%)

明治25年		明治30年	
東京	121,001 (49.5)	東京	173,823 (40.3)
大阪	31,840 (13.0)	大阪	69,393 (16.1)
愛知	10,491 (4.3)	愛知	19,276 (4.5)
京都	9,405 (3.9)	広島	15,643 (3.6)
熊本	5,964 (2.4)	京都	14,355 (3.3)
岡山	5,288 (2.2)	福岡	10,186 (2.4)
新潟	4,212 (1.7)	岡山	10,155 (2.4)
三重	4,085 (1.7)	北海道	9,268 (2.1)
徳島	3,350 (1.4)	三重	9,148 (2.1)
兵庫	3,111 (1.3)	富山	7,953 (1.8)
全国	244,203 (100.0)	全国	431,814 (100.0)

『日本帝国統計年鑑』による。

表 1-6 地方紙誌の頒布先

(単位:千部)(%)

石川県		長野県		静岡県	
明治25年		明治28年		明治34年	
管内	1,613 (84.8)	管内	1,588 (96.8)	管内	4,663 (91.7)
管外	289 (15.2)	管外	53 (3.2)	管外	424 (8.3)
合計	1,902 (100.0)	合計	1,641 (100.0)	合計	5,087 (100.0)
明治35年		明治37年			
管内	7,824 (79.8)	管内	13,146 (96.0)		
管外	1,986 (20.2)	管外	549 (4.0)		
合計	9,810 (100.0)	合計	13,695 (100.0)		

各年度の各県統計書による。

表 1-8 府県別書籍差出数推移

明治 22 年		明治 25 年		明治 30 年	
東京	323,892 (16.3)	東京	1,804,583 (35.5)	東京	3,751,946 (51.0)
京都	132,874 (6.7)	大阪	531,434 (10.4)	大阪	504,991 (6.9)
大阪	127,352 (6.4)	京都	375,119 (7.4)	京都	291,109 (4.0)
新潟	123,509 (6.2)	神奈川	174,407 (3.4)	神奈川	264,497 (3.6)
福島	96,659 (4.9)	長野	129,434 (2.5)	兵庫	180,191 (2.4)
福岡	88,123 (4.4)	兵庫	124,862 (2.5)	愛知	134,028 (1.8)
長野	71,657 (3.6)	千葉	123,684 (2.4)	広島	112,999 (1.5)
兵庫	69,738 (3.5)	福岡	116,596 (2.3)	北海道	110,323 (1.5)
和歌山	61,530 (3.1)	和歌山	105,522 (2.1)	和歌山	108,536 (1.5)
神奈川	55,400 (2.8)	茨城	101,357 (2.0)	静岡	108,385 (1.5)
全 国	1,986,437 (100.0)	全 国	5,087,360 (100.0)	全 国	7,363,932 (100.0)

『日本帝国統計年鑑』による。

郵便統計において、書籍の差出データは当初「書籍及見本」としてまとめられていたが、明治二年から「書籍」のみの項目が独立してくる。表 1-3 (二三頁) の右欄が明治二年以降の書籍の差出数の推移である。書籍の差出数は明治二年の約二〇〇万通から、四〇年には二三〇〇万通と一〇倍以上に増えている。しかし、新聞雑誌の場合のように国会開設や戦争といった大事件を直接反映するような増減は見られない。

書籍の差出の場合に特徴的なのは、東京の比率の急激な上昇である。府県別比較でみた場合(表 1-8)、東京への偏り傾向は新聞雑誌の場合と同様であるが、年次推移では新聞雑誌の場合とはまったく逆の傾向を示している。すなわち、新聞雑誌の場合には年次とともに東京の比率が低下していったのに対し、書籍の場合には逆に東京の比率が急激に上昇してきている。特に明治二〇年代の上昇が著しく、明治二年の一六%から三〇年には五一%と過半数を占めるまでに東京の比率が急激に高まってい

(単位：通) (%)

明治 35 年		明治 40 年	
東京	4,373,954 (43.8)	東京	10,712,022 (46.2)
大阪	1,106,983 (11.1)	大阪	2,397,610 (10.3)
神奈川	405,756 (4.1)	神奈川	1,267,179 (5.5)
京都	383,099 (3.8)	京都	888,369 (3.8)
愛知	274,012 (2.7)	三重	721,898 (3.1)
兵庫	226,013 (2.3)	愛知	624,005 (2.7)
広島	203,052 (2.0)	兵庫	533,307 (2.3)
北海道	191,191 (1.9)	北海道	361,229 (1.6)
新潟	158,242 (1.6)	長野	339,998 (1.5)
長野	151,905 (1.5)	福岡	335,628 (1.4)
全 国	9,982,333 (100.0)	全 国	23,194,869 (100.0)

れた新聞紙配布取調表である(表 1-7)。この調査は新聞売捌所で扱われたものを対象とし、新聞社からの直接郵送は除かれているが、総計五一万部に達するその内訳は表の通りである。地元紙の『信濃実業』『信濃毎日』の占める割合は約三割と低く、残りは圧倒的に東京紙によって占められている。しかし、それ以上に印象深いのは東京紙のタイトルの数の多さである。『万朝報』や『東京朝日』をはじめとするきわめて多種多様の中央紙がこのように地方にそれぞれの購読者を獲得していた。⁽³⁷⁾

また、新聞販売店の「新聞配達元帳」を分析した有山輝雄の研究によれば、明治三六年福島県の梁川町において購読されていた新聞二二三部のうち、東京紙の占める割合は一七七部(七九%)に達していた。⁽³⁸⁾ 地域による濃淡はあっても、郵送ルートと販売ルートの双方を通じて、各地でこのような中央紙の進出攻勢が繰り広げられていった。

これに対し、書籍の流通の場合は新聞雑誌とはきわめて異なつた様相を呈している。

3 書籍

郵便による書籍の取り扱いは明治五年から開始された。

る。対照的に京都の比率の低下が著しく、明治二二年の対東京の比率四一%が四〇年にはわずか八%にまで落ち込んでいる。

このデータから浮かび上がってくるのは、明治二〇年代を通じて書籍の出版と流通が東京を中心とするシステムへと再編されていく過程である。すなわち、明治二〇年前後にはまだ近世以来の京・大阪・江戸の三都を中心とする出版流通体制の残像が残っており、また三都の占める合計比率が三割程度と低いことからわかるように、三都以外の地方出版もまだ衰えていなかった。しかし、明治二〇年代を通じてこの三都・地方出版流通体制が急速に崩壊し、代わって東京を中心とするガリバー型の一極体制へと書籍の流通網が急速に再編されていく。東京への一極集中と地方出版の急激な衰退、これが明治二〇―三〇年代に進行した書籍流通の再編過程の特徴である。ただし、大阪は東京に次ぐ第二の地位をなお保っている。大阪の出版物に関しては「地方の読書界」においてもしばしば言及されていたように、講談本や赤本といった大衆向け路線に特化することによってかろうじて生き残り得たといえることができる。

ところで、書籍の流通には以上のような郵送ルート他に、書店を通じた販売ルートが存在するが、実は販売ルートにおいても東京の寡占体制が明治二〇年代以降進展していく。それは前述した取次制度の発達によるものであった。

取次制度の持つ中央集中効果を理解するために、取次制度が登場する以前の書籍の流通方法、例えば「本替ほんがえ」という制度を取り上げてみよう。この制度は一言でいえば、出版社相互間での自社出版物の物々交換的な方法である。清水文吉は、「江戸、京都、大阪の書林問屋仲間に加わっていた出版業者は、それぞれの地で出版された本を、注文しあい現品を交換しあつて代金を計算し、不足分は〈足し本〉で埋め合わせる」方法と説明している。³⁹明治一〇年頃まで盛んに行なわれたこの方法によった場合、各都市間の流通は相互依存的な状態に保たれ、東京の出版物だけが一方的に流通市場を独占するというような事態は起きてこない。東京への出版流通の集中を引き起こしたのは、明治二〇年代以降の取次制度の発達によるところが大きかった。こうして、郵送ルートと販売ルートの双方を通じて、東京の寡占体制が進行していくことになる。

以上、郵便統計をもとに郵送ルートによる新聞雑誌・書籍流通の実態を追ってきたが、そこから浮かび上がってくるのは東京をガリバー的な中心とする一極集中的な構図の形成過程である。明治二〇―三〇年代を通じて、新聞雑誌・書籍の差出数の実に四割から五割が東京から発送されたものであった。これに、新聞と書籍におけるもうひとつの二次的中心としての大阪を加えるとき、明治二〇―三〇年代は東京、次いで大阪を中心とする近代流通システムが明確に確立していく時期であったといえることができる。

さて、このような中央活字メディアの全国流通網の登場は、冒頭で紹介したような地方の読者にも大きな影響を及ぼさずにはいなかった。

四 地方読者の再形成

1 地域読書圏の全国接続

冒頭で紹介した雑誌「文庫」の「地方の読書界」という投稿欄は、地方の読書状況と地方文壇の双方に関する実況報告を含むものであった。いま、読書状況と文壇活動から構成される「地方の読書界」を「地域読書圏」と呼ぶとき、日本の各地域には前近代を通じてそれぞれ独自の地域読書圏が長い期間をかけて形成されてきていた。地域読書圏は狭義には地方中心城市とその周辺部を構成単位とし、より広義には旧藩エリアと重なる圏域からなっていた。地域読書圏は基本的にその地域圏内である程度自己完結しており、近世期から発達し始めた広域的流通網を通じて出版文化の流入がみられる場合でも、その影響は比較的少数の知識人の間に限られ、かなりの時間差をともなった緩慢なものにとどまっていた。

しかし、明治二〇—三〇年代に鉄道幹線網の拡大によって、それまで長い間伝統的世界に自足していた地域読書圏の壁を突き破って、中央メディアが大量にかつリアルタイムで流入するようになり、その勢いは加速度的に高まっていった。

中央メディアの地方進出はすなわち、東京・大阪発の同じ均質な活字メディアが全国的に広範囲に流通し始めたことを意味している。「地方の読書界」の証言でみたように、「大阪朝日」「大阪毎

日」、博文館の雑誌、弦斎浪六・紅葉露伴の小説、大阪の講談物や赤本、さらには講義録、こういった均質な中央活字メディアが明治二〇年代以降地域の壁を越えて流入し、地域の読者を自らの受け手として次々と獲得し、地域を中央出版資本の市場として新たに開拓していった。明治三〇年に岩手県盛岡中学校で生徒の購読していた雑誌は次のようなものであった。

「帝国文学」「江湖文学」「英学雑誌」「英字新聞研究録」「史学雑誌」「数学報知」等は上級に読者を占め、「少年世界」「少国民」「新少年」等は下級に歓迎せられ一般に読者を有するは「兵事雑誌」「太陽」「文武叢誌」「中学新誌」「新声」「新国学」等⁽⁴⁰⁾

見過ごされがちであるが、ここで具体的に誌名が列挙されている雑誌一五誌すべてが東京発行のものであった点は注目されている。博文館の諸雑誌に限らず、文芸雑誌から少年雑誌、英語雑誌、専門雑誌に至るまで東京発のさまざまなジャンルの雑誌が地方都市の青少年層に広範に読者を獲得していった。

このような中央メディアの大量流入によって地域の読書文化は大きく変容し、伝統的世界に自足していた地域読書圏の自己完結性は崩壊し始める。東京発行の新聞雑誌によっていかに地方都市の人々の読書生活が根底から変革されつつあったかを、「地方の読書界」への東濃付知^{つげち}(岐阜県の一投稿者は次のように表現している)。

「五六年以前読者の眼孔は実に幼稚なもので、小説なぞを見る目は殆んど無かつたので、僅に軍書、仇討物語類を見て居たものであつたが、今は実に雲泥の相違を来して、愛読する主なる

表 1-9 『近世少年』懸賞文府県別
応募者数 (単位:人)

東	山	梨	18	富	山	10
神	三	重	18	栃	木	9
奈	和	山	17	長	崎	9
川	歌	知	16	岩	手	9
京	愛	山	16	広	島	7
大	岡	島	16	愛	媛	7
北	福	田	15	島	根	7
海	秋	形	15	賀	分	6
道	山	馬	14	大	崎	5
新	群	取	14	宮	知	5
千	鳥	川	14	高	良	4
静	石	賀	13	奈	島	4
長	滋	本	11	德	川	2
兵	熊	岡	11	香	湾	1
埴	福	城	10	台	外	4
玉	茨	森	10			
井	青					
阜						
城						
宮						
鹿						
児						
島						
口						

『近世少年』2巻2号, 明治34年1月。

ディアは、伝統性や地方性を捨象して新たに国民性を刻印され、言語的にも新しく形成されつつあった近代文語文や普通文もしくは言文一致の近代国語によって書かれていた。これらの中央活字メディアを日々愛読することによって、地方読者は自らを取り囲む地域の伝統的な読書文化の相対化とそこからの精神的離脱を迫られ、さらに、伝統的読書文化に代えて、中央発の新しい近代活字メディアによる自己形成へと向かうことを自ら選択する

いる。東京から発行された少年雑誌が全国各地の読者に発送され、そして今度はそれを愛読する少年読者の投稿が全国各地から東京に回収されてくる。同様のことは少年雑誌のみならず、婦人雑誌や教育雑誌、文芸雑誌、政治雑誌等についても言える。東京発の同じ雑誌を読み、同じ関心を共有し、さらに投稿する少年読者、女性読者、教員読者といった地方読者諸階層が地域読書圏を横断しかつてない規模で全国的に形成されてきた。

しかし、ここでより重要なことは、全国規模で形成されてきたこれらの地方読者が、以前の版本時代の地方読者とはまったく異なった読者であるという点である。というのも、中央発行の活字メ

新聞、雑誌は、東京にて発行するものが七部を占めて居る(中略)夫れに青年の団体が三ヶ所に迄組織せられて、甲を同窓会と言ひ乙を青年会と言ひ、丙を同盟鑑仰会と言ふて、何れも東都に有名なる新聞雑誌を取り寄せて、会員が順番に之を讀で知識を交換するといふ事になつて居る⁽⁴¹⁾

戸数わずかに千余戸の東濃付知にも明治三二年頃には東京発の活字メディアが深く浸透し、青年達によって「東都に有名なる新聞雑誌」の回読会がいくつも組織されていた。そのことよって、それまで軍書や仇討物語からなっていた地域読書圏の自足性が崩れて、東京発行の新しい新聞雑誌や新しい小説を中心とする読書世界へと急速な変容を遂げつつあった。

2 読書国民の形成

こうして、地域読書圏の壁を越えて、いまや地方読者は中央メディアとダイレクトに接続されるようになった。それまで全国各地の地域社会の中に埋没し、分断されていた地方読者という存在が、中央メディアによって自らの受容者層として新たに見出された。

さらに、地方読者はただ単に中央メディアの受容者としてばかりでなく、例えば投稿といった形でより積極的に中央メディアの用意した回路に動員され始めた。石井研堂の主宰する少年雑誌『近世少年』が明治三三年末に懸賞文を募集したところ、総数八八三通の投稿があった。その府県別分布は表1-9の通りである。東京・神奈川・京都・大阪をはじめとしてその応募者は全国にわたって



図3 「新聞雑誌の愛読者」



『滑稽新聞』143号(明治40年7月)。

ようになる。その結果、彼等の意識は地域共同体を越えて、国レベルの問題関心を共有するようになり、中央活字メディアの受け手としての〈読書国民〉へと変容させられていった。均質な活字メディアの全国流通網を基盤に誕生してきた読書国民は、それまでの郷土意識に埋没した読者ではなく、国レベルでの新たな国民的読者としての意識を共有する読者であった。こうして、中央活字メディアの全国流通網は自らを支えるべき新たな担い手として読書国民を創出したのである。

こうして誕生してきた読書国民の具体的なイメージを、我々は明治四〇年の『滑稽新聞』に掲載された「新聞雑誌の愛読者」と題するユーモラスな挿し絵に見ることができ(図3)。この挿し絵に取り上げられた新聞雑誌すべてが東京・大阪で発行されたものであることはいうまでもない。しかし、それ以上にここで印象的なのは、階層・職業・年齢・性別を問わず、さまざまな人々が新聞雑誌に親しんでいるその姿である。寝ころんで『都新聞』や『文芸倶楽部』を読む芸娼妓、休憩しながら『二六新聞』を読む車夫、仲間同士で『平民新聞』を読む労働者、人々の生活の日常的な場面の中に新聞雑誌がきわめて自然な形で溶け込んでいる。もちろん、この挿し絵には若干の誇張と皮肉が含まれており、実態をそのまま描いたものではないが、我々はここに、中央活字メディアを日常的に読むという習慣を自ら獲得した読者の姿を見ることができ。そして、こうした読者が全国的に国民各層において形成されつつあった。東京・大阪で発行された無数の新聞雑誌の中から各々の好みに応じたメディアを選択し、日常的に読む習慣を身につけた「読書する国民」がこうして誕生してきた。

五 全国読書圏の形成

こうして、明治二〇―三〇年代を通じて、全国の各都市・各地域の地方読者たちは、東京・大阪発行の新聞・雑誌・書籍という共通の均質なメディアによってひとつに結びつけられ始めた。盛岡の読者も美濃の読者も同じ新聞、同じ雑誌、同じ小説、同じ講義録を読むようになってきた。全国各地の読者がいまや共通のものを読み始めることによって、彼等は互いに結びつけられ、同一の関心を共有し始めるようになっていく。

ここに、均質なメディアの全国流通網の形成とパラレルな形で、〈全国読書圏〉と呼ぶべき新たな読書文化の拡がり立ち上がった。この全国読書圏の特徴は、まず第一にメディア受容における均質性の拡大である。日本全国どこに住んでいても、共通の同じものを同じように読むことができる。そのことによって、人々の読書生活、読書環境は互いに相似た均質なものへと接近し始める。このことは結果として、人々の読書生活における伝統的・地域的要素の後退と、近代出版資本主義的要素の拡大を意味した。

その端的な一例は、活字メディアの受容における流行現象の全国的拡がりである。「地方の読書界」で報告されているように、『日の出島』『金色夜叉』等の小説が全国的に流行するようになった。熊本「兎に角『日の出島』は、大に奥さま令嬢方に歓迎されて、読まないものは、僅少です」

(明治三二年)

京都「弦斎の『日の出島』」などは大に歓迎され、何処へ行ても其話が出る様で、紅葉の『金色夜叉』も随分売れました⁽⁴²⁾〔明治三二年〕

熊本においても、京都においても、最新の流行小説が同じように愛読され始めたことは、人々の読書内容の均質化の全国的拡大を象徴するものである。

第二に、全国読書圏はその存立条件として、〈速度〉という要素を不可欠の構成要素としていた。速度によって実現されるもの、それはメディア受容における〈同時性〉である。前近代においても、版本の広域的流通がある程度可能になってはいたが、流通に要する時間が長期間にわたったために、その読書圏の一体性は大幅に低下せざるを得なかった。明治以降の鉄道を基盤とする流通革新によってはじめて、全国読書圏の一体性が可能になった。その日の新聞や新刊雑誌、新刊小説を次々と全国津々浦々に流通させることを至上命題とする中央の新聞・出版資本にとっては、流通の速度こそが何よりも重要な要件であった。特に「一日だけのベストセラー」(ベネディクト・アンダーソン)である新聞の場合には、この流通速度は中央紙が地方紙との競争に打ち勝つための死命を制する絶対的条件となっていた。メディアの流通と受容における全国的な〈同時性〉への絶えざる希求が全国読書圏の宿命的特徴をなしている。

第三に、均質性と同時性を要件として成立してきた全国読書圏は、決して各地域が対等な形で接続された読書圏ではなかった。むしろ、それは東京と大阪という楕円の二つの中心と各地域が放射状に結ばれた放射線型の読書圏であった。この放射線を通じて、中央メディアと地方読者の従属的な関係が全国的に張り巡らされていった。メディア受容における中央と地方との役割分化、すなわち〈中央メディア〉とその受け手としての〈地方読者〉という新たな構図が明確にその姿を現しにくる。

近代出版資本によって全国読書圏へと組み込まれた福井の一読者の例をみてみよう。明治四〇年の『文章世界』の「読者通信」欄で一種奇妙な次のような問答が記者との間で交わされている⁽⁴³⁾。

「▲記者さん、僕は今年から武生の坪谷書店より本誌を買って読んで居るのですが、いつでも本誌が武生へ来るのは十八日なので、投書しようと思つても、間がなくなつて出せないの、是から来々月の題も出して頂戴い(福井県豊山)

記者 投書の締切は毎月廿日なれば、いつ出しても差支なき筈なり。また、題はかつて定めて出したことなし。投稿規則を御熟読ありたし」

これに対し、その二か月後に、今度は相模の読者からの通信が寄せられている。

「▲前号福井の豊山君の問に対して、投稿はいつ出しても差支へなき筈なりとの記者さんのお答へは、ちと無情ぢやありませんまいか? 十五日のが二十日に成つても取次所へ来て居ない、実にながかりしてしまいます、地方の愛読者はどの位待たされて居るか、其味は不自由のない都で、気炎を吐いて居られる読者諸君には迎も分りますまい、ほんとうに我々には無二のラバ―なんですから、せめて十六日位には、各取次所へ着いて居る様にしたいのです、

それは私一人の願ひではありません。(相模、瓦生)

記者曰、そんな出来ない相談を持ち込まれても困ります。郵便や、通運で、日数のかゝるのをこちらでどうすることも出来ません。また締切期日は、発行日とは何等の関係もないのだから、無情呼ばりは少し軽卒でせう。二十日締切といふのは、前月の廿一日からその月の廿日迄に着いたのを、廿一日の朝、開封して、その中で当選したのを、翌月発行の雑誌に載せるのです。だから、投稿はいつ出しても差支へないのです」

一見したところ、このすれ違つたままの問答の焦点は、表面的には投稿の締切日と地方における雑誌の到着日の遅れという問題である。その遅れを理解してもらえない無情さを地方の読者は嘆き、中央の記者は郵便や通運で日数がかかるからそれは出来ない相談であると突き放す。

しかし、ここでより注目されるのは、「せめて十六日位には」とか「二十日に成つても」とか雑誌の到着の数日間の遅れを待ち焦がれるその読者心理のありようである。同一の均質なメディアが日本全国にあまねく流通するようになった時、最後に残された大きな差異はメディア受容における「距離感」という問題であつた。全国読書圏内に組み込まれた読者はその意識においては、中央のメディアと直結し、一体化していた。そこにおいては何らの距離感も存在しない。しかし、現実には全国読書圏の内部においては、中央との距離や鉄道の整備・未整備によってメディア流通のさまざまな格差が存在していた。意識圏と現実世界とのこの距離感の大きな落差は、雑誌到着のわずかな数日間の遅れをも耐えがたいものと感じさせるほど地方読者の焦燥感をかきたて、「不自由のない

都」と「地方の愛読者」との間に広がる現実の距離を否応なく意識化させることになる。それはベネディクト・アンダーソンの言葉を使えば、全国の読書国民が参加するマス・セレモニーとしての「聖餐式」に、毎回必ず遅れて参加せざるを得ない地方読者の焦燥感と表現できるかもしれない。すなわち、全国読書圏は速度の追求への代償として、その構成員である地方読者に中央との無限の「距離感」を再生産し続けることになる。

全国読書圏、それは近世以前に緩やかな形で出来上がりつつあつた広域的読書圏とはその全国性と均質性と同時性において、また中央集権的性格と国民的性格においても、まったく異なつた種類のものである。数十万部の同じ新聞が鉄道を通じて毎日全国の家庭に配達される、数十万部の同じ雑誌が数日のうちに毎月全国の読者に発送される、同じ流行小説が全国の家庭で同時的に愛読される、その速度とその頻度とその量とその地理的拡がりにおいて、全国読書圏は明治三〇年代にはじめて誕生してきた近代の新たな読書文化の拡がりであつた。

しかし、この全国読書圏に国民のすべてが参加できたわけではなかつた。誕生したばかりの読書圏はまだ地方の末端にまでは及ばず、周縁部には広大な「読書過疎地域」が残されていた。そしてそこに住む地方読者を全国読書圏へ包摂しようとする壮大な努力を続けたのが、次章で取り上げる新聞社・出版社による地方読者支援活動である。

さらに、読書能力の点において、この読書圏から排除された人々がいた。それは国民の多くの部分を占める小学校卒業者である。彼等の多くは継続的な読書習慣を身につけるには至らず、その読

み書き能力も卒業後は急速に低下する傾向にあった。彼等を全国読書圏に包摂しようとする試みは、第五章で扱う地方改良運動においてなされることになる。

第二章 「中央帝都の新知識」を地方読者へ

——新聞社・出版社による地方読者支援活動の展開——

一 〈読書過疎地域〉の地方読者

前章では、均質な中央活字メディアの全国流通網の形成と、それを基盤とする全国読書圏の誕生をみてきた。その際に留意すべきことは、明治三〇年代の地方読者にとっては、これらの活字メディア布置の急激な変化が現在まさに進行中のものとして感じとられていた点である。

明治四〇年代に入ると、この全国化の動きはもはや形成途上の進行中のものではなく、すでに一応の帰結をみた所与のものとして意識されるようになり、むしろ、そこからの疎外が強く地方読者をとらえ始めるようになる。明治四〇年代になって顕在化してきたのは、活字メディアの全国流通網から疎外された〈読書過疎地域〉とそこに住む地方読者という存在であった。読書過疎地域とは、書店や新聞販売店、図書館といった読書装置の欠落した地域である。鉄道網の未整備や人口集積度の低さによって、このような読書過疎地域が全国的に広範に析出されてきた。

第一章

(1) 取り上げられている都市名を順に列挙すると、大阪、松本、柏原(兵庫県)、近江水口(滋賀県)、妻太(飛騨)、神戸、大垣、肥後、熊本、大阪、出石(兵庫県)、一関(岩手県)、野辺地(青森県)、大阪、東濃付知(岐阜県)、熊本、長崎、熊本、富山、秋田、杉戸(埼玉県)、七尾(石川県)、姫路、京都、福岡(岩手県)、高梁(岡山県)、麻布(東京)、高岡、松阪、松本、高知、飛騨高山、岡山、和歌山、浜田(島根県)、琉球、長府(山口県)、現在の下関市の一部)、福岡、津山(岡山県)、大阪、彦根、長府、馬関(山口県)、現在の下関市)、長崎、中津(大分県)、大牟田、横川(群馬県)、現在の松井田町の一部)、羽前である。大阪、熊本等は数回取り上げられている。なお、「地方の読書界」というシリーズ名が付されるようになるのは、神戸の時からである。

(2) 山本武利「近代日本の新聞読者層」(法政大学出版局、一九八一年)がその代表的なものであり、特に東京紙・大阪紙の地方進出に関して詳細な分析がなされている。

(3) 『文庫』一四卷六号、明治三三年五月、一二卷四号、明治三三年六月。

(4) 『文庫』一〇卷五号、明治三二年一〇月。

(5) 前掲注(2)、第三部第一章第一節、および山本武利「新聞産業の形成過程―明治後期の新聞の発展」『東京大学新聞研究所紀要』一九号、一九七〇年参照。

(6) 『文庫』一二卷三号、明治三三年六月、一三卷二号、明治三三年一〇月、一三卷六号、明治三三年一月。

(7) 『文庫』一一卷六号、明治三三年三月、一二卷四号、明治三二年六月。

(8) 『文庫』一三卷六号、明治三三年一月、一三卷四号、明治三二年一月、一四卷六号、明治三三年五月、一三卷二号、明治三二年一〇月。

(9) 橋本求「日本出版販売史」講談社、昭和三九年、八六一―八八頁。

(10) 『文庫』一四卷三号、明治三三年三月。

(11) 「北隆館五十年を語る」北隆館、昭和十五年、三三四頁

(12) 『文庫』一三卷二号、明治三二年一〇月、一四卷六号、明治三三年五月、一三卷六号、明治三三年一月。

(13) 『文庫』一三卷一号、明治三二年九月、一三卷二号、明治三二年一〇月。

(14) 『文庫』一一卷六号、明治三二年三月、一三卷六号、明治三二年八月、一四卷一号、明治三三年二月、一三卷六号、明治三三年一月。なお、津山からの投稿に関して、前掲注(11)に次のような談話がある、「地方の小売屋さんでは、私等が近県を回った当時、何処の物と指定をして買ひに来るお客は少なくて習字本をください、算盤の本をくださいと云ふ、そこでその本を見せると、これで宜いと買つて行く」(三九四頁)。

(15) 前掲注(11)、三八五頁。

(16) 『文庫』一二卷四号、明治三二年六月、一四卷一号、明治三三年二月、一四卷三号、明治三三年三月。

(17) 『文庫』一〇卷、明治三一年、一三卷二号、明治三二年一〇月。

(18) 『文庫』一三卷四号、明治三二年一月、一三卷六号、明治三三年一月、一〇卷五号、明治三二年一〇月。

(19) 「京阪文学」「早稲田文学」三九号、明治三〇年八月。

(20) 講義録に関しては、「近代化過程における遠隔教育の初期的形態に関する研究」(放送教育開発センター、一九九四年)が詳しい。

(21) 『文庫』一二卷四号、明治三二年六月、一四卷六号、明治三三年五月。

(22) 日本新聞販売協会「新聞販売百年史」昭和四四年、三七五頁。

(23) 前掲注(11)、一頁。

(24) 『文庫』一三卷一号、明治三二年九月。

- (25) 川上正三「山梨県新聞販売史」川上家弘発行、平成六年、九九頁以下。
- (26) 『岡谷市史』昭和五十一年、八五八頁。
- (27) 『南海の潮』一号、明治二十三年三月。
- (28) 『東京堂百年の歩み』東京堂、平成二年、七四頁。
- (29) 『日本新聞百年史』昭和三十六年、六五三―六六五頁。『大阪毎日』と『大阪毎日』の販売競争については、奥武則『大衆新聞と国民国家―人気投票・慈善・スキャンダル』平凡社、二〇〇〇年参照。
- (30) 『中央公論』明治三十六年一月。
- (31) 例えば『国民之友』一六三号(明治二十五年八月)の「雑誌売捌拡張」と題する広告。同様の広告は東京堂の『諸新聞雑誌図書目録』(明治二十五年十月一日改正)等にもみられる。
- (32) 前掲注(28)、七二―七三頁。前掲注(11)によると、実際に他店に顧客を奪われるケースもあったという。「同一地方に雑誌を配給するに、甲取次店のもは乙取次店よりも何時間速かつたために其の売行に大關係を及ぼし、従つて取次關係を変更すると云ふ向きへも出た」(三二六頁)。
- (33) 郵便史に関しては多くの研究が出されているが、本書の問題関心では次の文献が参考になった。杉山伸也「情報革命」西川俊作・山本有造編『産業化の時代(下)』(日本経済史五)所収、岩波書店、一九九〇年。石井寛治「近代郵便史研究の課題」『郵便史研究』九号、二〇〇〇年。田原啓祐「明治前期における地方郵便ネットワークおよび集配サービスの拡大」『交通史研究』四五号、二〇〇〇年四月。同「明治後期における郵便事業の成長と鉄道運送」『日本史研究』四九〇号、二〇〇三年。片山七三雄「通信省の交通通信行政―「鉄道」をどのように「郵便」に利用したか―」『交通史研究』四五号、二〇〇〇年四月。
- (34) 前掲注(25)、三一頁。
- (35) 前掲注(2)、二八〇頁参照。本山彦一に代表される『大阪毎日』の販売政策に関しては、川上富蔵『毎日新聞

販売史―戦前・大阪編』毎日新聞大阪開発、昭和五四年参照。また、市村芳香は『大阪毎日』の地方進出方法を次のように説明している。「大阪毎日」の地方進出には各地方に橋頭堡を作り、これを拡大強化して自社系の有力販売店に育て上げる方法をとつた。則ち、一地方に少数でも読者があれば、直ちにその地方の有力者とか、名望家というものに交渉して、新聞を発送しこれを中心に読者の開拓拡張を計つた。郵送は最大限に利用して郵送料は全部本社負担で、山間僻地までも苟も郵便の配達されるところは四軒、五軒の読者でも次の足がかりとして慎重に狙いをつけファンとして育成した。鉄道がその地方に開通すると、真先に販売店を開拓するのは、先ず「毎日新聞」であつた(『新聞販売史―明治篇』新聞情報社、昭和二十五年、一七七頁)。

- (36) 前掲注(25)、六七頁。
- (37) 『長野県史』近代史料編第十卷、平成二年、一七八―一七九頁。
- (38) 有山輝雄「ある地域社会における新聞雑誌購読―福島県梁川町・明治期の事例―」『メディア史研究』一五号、二〇〇三年。
- (39) 清水文吉「本は流れる―出版流通機構の成立史」日本エディタースクール出版部、一九九一年、八一―九頁。
- (40) 『中学新誌』一卷五号、明治三〇年六月。なお、『英字新聞研究録』は『中外英字新聞研究録』のことと思われる。
- (41) 『文庫』一二巻一号、明治三二年。
- (42) 『文庫』一一巻五号、明治三二年二月、一二巻六号、明治三二年八月。
- (43) 『文章世界』二巻五号、明治四〇年四月、二巻七号、明治四〇年六月。

第二章

- (1) 山縣悌三郎「児孫の爲めに余の生涯を語る―山縣悌三郎自伝」弘隆社、一九八七年、一三八頁。自伝では、