

まえがき ヘイトの暗雲を吹き払う

「お前さんは、なんも分かつたらんね」

ふたりの仲間とともに出版社「ころから」を立ち上げてまもない二〇一三年の春。のちに『ナシヨナリズムの誘惑』というタイトルで刊行される本の打ち合わせの際、三人の著者のひとりに言われた言葉だ。

そのさらに前年、二〇一二年の東京・新大久保では、在日コリアンをはじめとする外国ルーツの住民や店員に対するヘイトデモが激化していた。このことを、批判的に取り上げた本を作ろうと企画したわけだが、その打ち合わせにおいて、ぼくは「在日コリアンの著者も加えたいですね」と発言した。そのときに、冒頭の言葉が投げかけられたのだった。

「なんも分かつたらん」とは？ どういうことか？

確かに、ぼくは出版業界とは無縁の人生を歩んできた。二〇一三年の創業時点で、まだ

業界歴は数年しかない。「分かってない」との指摘は甘んじて受け止めたい。が、発言者の真意はそうではなかった。

「いま起きてるヘイトデモ、ヘイトスピーチは、この社会のマジョリティが行っているものだ。であれば、それを止めるのはマジョリティの責任、義務と言っている。なのに、標的とされているマイノリティ（この場合は在日コリアン）に反論を書かせるのは、もうひとつの暴力。第一、それでヘイトデモが止められるか？ ヘイトする人間たちは、意見するマイノリティをさらに攻撃するようになるだろう」

ぐうの音も出なかった。

男性で、日本生まれの日本人で、出版社の代表で、身体に障害がなく、毎日眠る家もある——そうしたマジョリティである自分にこそヘイトデモを止める責任がある。

だとすれば。同時期に書店の棚に氾濫はんらんしていたヘイト本（当時は「嫌韓本」や「反中本」とも呼ばれていた）を止めるのも、同じ出版業界の一員であるべきではないか、外部からではなく。そう考えた。

それから一〇年と少し。約八〇冊の本を刊行するなかで、ヘイター（ヘイトスピーチをな

す者やヘイト本を書く者、それらを総称した言葉）にとつて生きづらい社会をつくることにいくばくか貢献できたなら本望だ（いそいで補足すると、人そのものが生きづらい社会ではなく、その人物がヘイターである限りにおいては生きづらい社会、という意味だ）。

この本は、わずか三人の出版社の闘いの記録で、三つのセクションから成り立っている。

第一章の「ヘイトに抗う」^{あらが}では、本の制作過程を公開しながら、編集のおもしろさを記した。対ヘイトスピーチやヘイト本だけでなく、日本軍「慰安婦」の問題や水俣病^{みなまた}など、

そのときどきに刊行した本のテーマとの向き合い方を述べるのが本章の肝となっている。出版のことをよく知る人よりも、「出版社ってなにをしてるの？」という人に、その一端を知ってもらえたらと願いながら書き下ろした。

第二章の「スモール&タフ」では、本を取り巻く環境や、出版業界に独特な流通の仕組み、そして小さな出版社の経営の仕方などについて触れた。出版業界だけでなく、スモールビジネスがもてはやされる現在において、その実像を伝えられたらと思う。章タイトルの「スモール&タフ」は、「小さくとも、したたかに」ぐらいの意味に取っていただければと付けた。

そして第三章の「ころからのある社会」では、ぼくたちが工夫を凝らして作った本がどんな場所に置かれているのかを考察した。ヘイト本を置くことが鋭く批判されるようになった二一世紀の書店事情をはじめ、ぼくたちと、ぼくたちの本がどんな社会の空気に包まれているかを伝えたい。

*

創業から一〇年を経た頃、同業者にこう言われた。

「ころからのフォロワーっていないね」と。

いや、多くないとはいえツイッター（現X）においてフォロワーは五〇〇〇弱（当時）いらっしやる。

「なにを言うか」と思ったら、そのフォロワーではなく「ころからを真似まねようという出版社がいないね」という意味だという。

なるほど、確かにそうかもしれぬ。

世間では「柳の下のだジョウは三匹まで」と言われている。しかし、この出版業界では「一〇〇匹はいる」とされている。それほどに「模倣」の多い業界だ。

あからさまな模倣でなくとも、他社でヒット作が出ると、企画会議において「これを見本に、売れるものを作れ」と檄^{げき}が飛ぶのは日常風景だ。

そうしたなかで、フォロワー＝模倣者がいないというのは、じつは褒め言葉ではないだろうか。さらに言えば、ここからの本は、その著者にとって「初の単著」であることが多い。わが社としても、ほかの企画や出版社を模倣しようという意志がほとんどない（他社本のエッセンス本質から「学ぶ」のはまた別の話）。

であればこそ、この一〇年と少しの「闘い」の記録を残さないと、ただ忘れ去られて終わってしまう。いや、ここからのことが忘れ去られてもいいのだが、「フォロワーなき反ヘイト出版社の闘い方」まで忘れ去られるのは社会的損失ではないか、そんな思いにかられて本書を書き上げた。誰にでもお薦めできる手法ではないにしても、さまざまな現場で資本力にも言わせた強権的なやり口や社会的な構造的暴力との闘いに挑んでいる人やグループ、あるいは会社にとって参考になれば幸いだ。

最後に、本書のおもな登場人物を紹介したい。

まず、木瀬貴吉。ここからの代表。ここからの言い出しっぺ。出版業界に入ったのは二

〇〇八年、すでに四一歳になっていた。それまでは、国際交流の船旅を企画するNGO「ピースボート」などに勤めた経験がある。本書では「ぼく」と称する。

つぎにデザイナーの安藤順。ここからの共同経営者で、本の組版と装丁を担当している。ただし、デザイナーとしての専門教育は受けておらず、市民運動においてチラシ作成を担当していたのが長じて現在の役割を担うことになった。

もうひとりが、ぼくのパートナーでもあるシナダ。彼女は、安藤と反対にグラフィックデザインの専門教育を受けた経験がある。が、ここからにおいては経理と校正などを担当している。

では、ヘイトの空気に覆われつつあった二〇一〇年代以降、その暗雲を吹き払うために、そしてタフに生き抜くために、ない知恵をしぼった者たちの闘いの記録をご笑覧ください。

注 本書において「ヘイト」（ヘイトスピーチ、ヘイトデモなど）とは、日本を含む一八二カ国が締結する人種差別撤廃条約などを参照し、「属性差別＋排外＋煽動^{せんとどう}」がないまぜとなった言動を指す。また「ヘイト本」とは、上記のヘイトを拡散することを目的に刊行された書籍を指す。

目次

まえがき ヘイトの暗雲を吹き払う

3

第一章 ヘイトに抗う

13

爆発的な売れ行きとなった『九月、東京の路上で』

お蔵入り寸前だった『花ばあば』

推敲について考えた『みな、やっとの思いで坂をのぼる』

マンガ表現を教えられた『沸点』

原著とまったく異なる装丁にした『大邸の夜、ソウルの夜』

「分らない」と評された『奴らを通すな!』

「いきする本だな」の立ち上げ

コラボ「KGB」

本はハサミとノリがあればできる!?

第二章 スモール&タフ

出版はフェアな業界？

重版こわい

持続可能性としての「直取引」

ファクス営業が最強!?

社名とロゴ

「日傘理論」で借金恐れるなかれ

製品テストとしての書評

『NOヘイト!』広告にノーを突きつけられて

第三章 ころからのある社会

いい本屋とは

「書店は言論のアリーナ」に反論する

ヘイトスピーチに対して「ものさし」を持つ

いま図書館に求めること

「表現の自由」はなんのため？

隣に聴こえる声で

あとがき 「トランプ時代」の出版