

江戸時代の商業出版・商業作家

－ 馬琴を中心にして －

金 學 淳*

harksoon@hotmail.com

Contents

- はじめに
一. 「商業作家」馬琴の原稿料
二. 貸本屋による書物の流通形態
三. 書物(新刊・続刊)の広告
四. 売薬・店の宣伝
おわりに

Abstract

本稿は江戸時代の商業出版、商業作家について既成の作品に関する認識の変化という点に注目し、論じたものである。作品を純粋な創作物としてではなく、一つの流行商品として考えるならば、作品はこれまでとは異なる側面を見せはじめる。江戸後期は商品性をもつ作品の登場という大きな変化が生じた時期であり、京伝、馬琴などの商業作家の登場は近世文芸にも大きな影響を及ぼした。また、この時期に貸本屋という仲介業が登場し、貸本屋により出版という画期的な書物の流通形態が発生した。

原稿料をとおして読本というジャンルの作品が高価な商品であり、それによって貸本屋の流通システムが定着したと推測できる。江戸後期の代表的な商業作家馬琴に着目するのは、彼が大量の日記と書簡文に概略的な作品の原稿料に関する記述を残しているためである。作品の商品性を論じる際に、作品による広告、宣伝という商業的機能は見逃せない。本稿では作品の商品性に注目して書物による新刊、続刊の広告、薬と店の宣伝、書物を購読者に直接提供する役割を果たした貸本屋を論じた。

このような論点が重要な意味をもつのは、馬琴をめぐる書物の商品性が作品の構想までも支配していたためである。本稿は江戸後期の商品価値をもつ書物とその結果生じるメディア機能を考察することで、今後の馬琴読本の長編構想を論ずる土台ともなっている。

Key Words : 京伝、馬琴、原稿料、貸本屋、広告、売薬

* 筑波大学 博士課程.

はじめに

書物はそれが読者に提供する知識、情報を含めて、それ自体が一つの商品になるわけである。したがってその書物を商品として売るための多様な商業的な機構が発生する。それはちょうど現代における出版社、発行所、印刷所、製本所、本屋(古本屋、レンタル本屋、インターネット販売など)に該当する。高木元は「近世文芸の顕著な特質は出板流通機構(システム)の上に成立したことにある。これは、写本においてすら板本ではないという意味を持ってしまったということでもある。したがって〈商品〉としての書物が大量に生産され消費されるようになった19世紀以後、その出板流通機構を無視した文学研究は成立し得ないといっても過言ではなからう」¹⁾と、書物の商品性、出版流通のシステムにかかわる近世文芸の特徴を指摘している。本稿もこの点に着目し、商品としての書物がもつ意味を考察してみる。

書物が営利目的で出版されたのは江戸時代の寛永年間(1624~43)に入ってからであるとされる²⁾。江戸時代の出版を商業的な機構の面から考えてみると、第

-
- 1) 高木元「江戸読本の新刊予告と〈作者〉—テキストフォーマット論覚書」『日本文学』、日本文学協会、1994、10月号、p.22
- 2) 商業出版はいつから始まり、発展していったか。この疑問にこたえる前、先に印刷文化の発展過程を探ってみよう。長友千代治はその印刷形式の変容、その中でも書肆版の普及流布について詳しく指摘している。それを簡略に整理してみると、初めて仏教經典類、五山版、禅箱、漢籍の詩文類は中世の壇林(学問所)から整版印刷の形式で出版された。その整版印刷に対して、キリシタン版、漢字仮名まじり本の活字印刷、文禄・慶長の役の時、伝来された古活字版が盛んに印刷された。その後、伏見版(木活字)、駿河版(銅活字)の官版に対して、嵯峨本のような私版が中心になり、江戸時代初期の上階級や上流町人を読者にして古典復興を興した。このような私版は営利目的で本屋が関与した書肆版が主になり、その書肆版の生成は読者の誕生にも深くつながる。その書肆版は読者層の拡大に合わせ、読みやすく大量出版を可能にするために、整版印刷が適合であったのを述べており、その時期を寛永初期で捉えている(長友千代治『江戸時代の書物と読書』東京堂出版、2001年)。その上に今田洋三は寛永期の出版文化に対して ① 仏書の開版が寺院工房から出版業者の手に移ったこと。② 日本古典の解放の進展したこと。③ 漢籍類の開版活動が盛んになったこと。④ 仮名草子や俳諧書など新しい作品がつぎつぎと開版されたこと。⑤ 説教正本・浄瑠璃本を主要作品とする業者が登場したことであると、五つの特徴をあげている(今田洋三『江戸の本屋』日本放送出版協会、1977、pp.30~31)。その寛永期の出版文化の発展は本稿で扱う貸本屋の起源や商業出版の開始という面で重要な転換期であった。

一に出版を担当する板元、第二に原稿料(潤筆料)で生活を営む専門作家、そして第三に購読者に書物を提供する(売る、貸して見料を取る)業者、さらに第四として購読者が存在する。この読者層はこれまで伝統的な知識層が主流であったが、識字教育の普及と相俟って拡大し、文芸を楽しむほどの識字能力をもつ庶民層の読者が増えるようになった。なお経済的には書物を購入できない庶民層も書物に手が届くようになった。第三の〈貸して見料を取る〉貸本屋の存在がこのようないわば新興購読者層の経済力に見合うものとして発生してきたといえる。

江戸時代の商業出版は井原西鶴(1642~1693)から出発したと言えるだろう。それについて中嶋隆は「現在、西鶴の没する元禄六年(1693)以前の出版システムに関する直接的資料は見出せない。たとえば、重版・類版の問題や、出版取締まりの具体的実態については、状況から推測を積み重ねているに過ぎない。なにより、西鶴の小説が、どの程度利潤の意識された商品だったのか、あるいは、西鶴と当時の読者とが、主体的作者と不特定多数の読者という図式的関係で捉えられるのかという肝心の点に、考察の余地が残る。恐らく、こうした研究状況は、これからも続いていかざるを得ないだろう」³⁾と指摘している。

さらに町人の経済活動が活発となることで、一般町人が経済的に力をつけてきた江戸時代の後期、すなわち本稿が対象とする馬琴が人気作家として登場する文化・文政期(1804~30)の頃になると、このような商業的な出版文化は一層成熟することになった。この時期に山東京伝、曲亭(滝沢)馬琴、式亭三馬、十返舎一九、為永春水、柳亭種彦などの作家達が輩出され、彼らは娯楽的な読物を盛んに出版した。その中でも馬琴の『南総里見八犬伝』(1814~42)、種彦の『修紫田舎源氏』(1829~42)などはかなりの長編作品である。これは分冊形式の出版が長期にわたったことを意味するが、それだけ広範な購読者の人気を博したということであり、その意味で、大衆文学の嚆矢ともいえるのではないかと考えられる。

本稿では江戸後期の作家達の中で、本格的に執筆を商品とむすびつけた馬琴

3) 中嶋隆「西鶴とメディア—『日本永代蔵』異版をめぐる出版状況—」『江戸文学と出版メディア』笠間書院、2001、p.156

に注目して商品としての文芸のありかたを考えてみたい。その際、次の三つの点を考慮する。

- 一、馬琴は京伝をはじめとする作家群のなかでも、もっとも商業作家として自立しようとしていること。
- 二、生活を維持していく手段として原稿料のみならず、書物、売薬の広告、店の宣伝(メディア機能)などを利用したこと。
- 三、江戸時代の商品流通経済の発展による書物流通の機構(貸本屋)の変化及び成長。

書物流通という商品経済の状況下で、商業作家としての馬琴が誕生したことを考えると、経済と文化、そして文芸の関係性の中に、それ以前にはない特徴が見られる。それは作品の創作に商業的な外部が影響していることで、その外部の様々な経済原理が作家、作品を支配することにもなる。このような経済流通構造の中で、書物を商品として認識し、それにもとづいて作品の内部を分析する。それを馬琴のケースにおいて見てみると、馬琴の読本がなぜ長編の構成を多く取っているのかを、内容からではなく、その形式性の分析から解釈することが可能になり、その形式性を支配しているのが江戸後期の商業出版であることが注目できる。こういった観点から本稿は江戸後期の作品をめぐる商業的システムに着目する。

一. 「商業作家」馬琴の原稿料

江戸後期の商業作家達は兼業を伴って執筆をしていた。まだ、執筆が本業として定着していなかったが、兼業よりも主に執筆活動で家族の生活まで支えようとした商業作家にとって、原稿料(潤筆料)は収入源の大半を占めていた。その原稿料を推測して把握することで、作者の執筆の商業的な価値が明らかになるのではないかとはいえる。特に馬琴という作家は日記、書簡などの様々な記録を残しており、その個人の記録から原稿料の推測が可能である。

佐藤悟は馬琴における原稿料の問題をもとに合巻と読本ジャンルの性格や書物流通の主体としての貸本屋について論じている。この論考は作者の原稿料という経済状況が合巻と読本ジャンルの性格にまで影響を与えるいることを明らかにしようとしている。

馬琴の板元に対する潤筆料値上げ要求の交渉を日記と書簡を精密に検証することにより、馬琴の主張する潤筆料の原理、及び合巻と読本の潤筆料の実額を明らかにし、さらにそれを通して板元と作者という問題を考えようと試みるものである。それは必然的に合巻と読本の性格についても論じることになり、さらに貸本屋が何故に読本出版の主体となりえたかという問題にも突き当たることになる⁴⁾。

江戸時代、最初に潤筆料、すなわち原稿料をもらったのは山東京伝であったと言われている。これについての先行論をみてみよう。

公平な目で見えた場合、江戸で最初に潤筆を受けたのはやはり京伝であろう。しかし京伝は『伊波伝毛乃記』に書いてあるように京橋銀座一丁目に紙烟草入煙管店を構えていて、決して潤筆だけで生活していたわけではない。筆一本での生活を初めに行ったのは一九、次いで馬琴とするのが事実であろう⁵⁾。

ここで見通そうとしている兼業から専業へという文芸作者のありかたの推移は作者の自立と商品としての文芸の成立を捉えることにつながる。そのプロセスは本稿にとっても首肯できるものだ。つまり、馬琴や一九といった専業の職業作家のまえには山東京伝が兼業作家として存在していた。彼は自分が書いた作品に続刊の広告や店の宣伝文と一緒に載せ、利益を得ようとしていた。貸本屋をとおして書物に触れた読者に店とその商品の広告まで読ませたのである。合巻や読本といった文芸が商品流通の一環たるコマースの媒体として機能した。これは注目すべき点である。言い換えれば、江戸後期における文芸は商

-
- 4) 佐藤悟「馬琴の潤筆料と板元—合巻と読本」『日本文学研究論文集22 馬琴』若草書房、2000年、p.7
 5) 服部仁「天保初年に於ける馬琴の年収」『学習院大学国語国文学会誌十八号』学習院大学国語国文学会、1974、p.22

品流通経済に組み込まれ、広告の媒体という役割を補助的にしろ果たしていた。現代における商業雑誌のメディア性をすでに孕んでいたといってもいいだろう。次は馬琴の原稿料に視点を移し換え、作者の執筆をその対価について論じてみたい。

はじめに馬琴の原稿料に着目した麻生磯次は「『金瓶梅』一輯(五両)、『美少年録』三輯(三両)、『八犬伝』八編(十両)、『殺生石後日』(五両)、『八犬士略伝』(一両)、『八犬伝』八輯(十両)」⁶⁾と、その原稿料の金額について論じている。またそれを読本と合巻に分けて一冊本あたりの推算額をみると、「大体読本は一冊二両、合巻は一冊十枚で一両位の相場であった」⁷⁾と述べている。さらに江戸後期の実際の原稿料は今の物価計算式で、ある程度は予測可能である。麻生はもっと具体的な馬琴の原稿料を探っている。

原稿料の収入が、年に四十両として、これを米に換算すると、約四斗入百俵となる。尚他の諸物価などを勘案して見ると、今の相場で、約五六十万の年収があったと見てよいだろう。兎に角一代の文筆家としてならした馬琴の原稿料としては、甚だ微々たるものであった。今の作家に比べて、恵まれることが少なかったのである⁸⁾。

しかしこの論考の推定額は時代の差異を考慮してみても、かなり少ないと思われる。筆一本で家族の生活まで支えていたとは言い難い。次の高木元や服部仁によるさらに詳細な説明を見てみよう。

筆まめな馬琴の書き残した日記や書簡などによれば、文政・天保頃の原稿料は読本一集(五冊)で十七両(特に『八犬伝』の場合は二十二両)、一方は巻一編(八冊)で五両であったことが分かる。米一石を一両とし現在の標準価額米の値段で換算し、ちょっと乱暴な計算をしてみると読本一集で八十万円くらい、合巻一編で二十三万円ほどとなる。読本五冊は四百字詰原稿用紙二百五十枚ほど、合巻八冊で

6) 麻生磯次『滝沢馬琴』吉川弘文館、1959、pp.58~59

7) 同上、p.58

8) 麻生磯次『馬琴の原稿生活』『国語と国文学』至文堂、1954、p.2

八十枚ほどだから、原稿料は一枚二千五百円～三千円といったところであろう。一方年間年収は七十両(三百三十万円)ほどということになる。……読本は元手がかかるうえに一集十五～二十匁(約九千円)と高く、四百部ほどしか売れなかった。一方合巻は安上がりのうえ一編一匁七、八分(約九百円)で四、五千部売れたのである。また作者の側の問題としても、合巻は二週間ほどで書き上げることができるが、読本は最低でも二、三か月は必要なのである⁹⁾。

合巻は四巻二冊について五両、『八犬伝』以外の読本は一部十七両、これに四年間の出版部数を掛けて、四年間の『八犬伝』についての潤筆八十四両を加え、その上に書肆からの雑収(これは日記に載っているものはそのまま加え、載っていないが当然貰っている筈である売出しの際の肴代は計算に入れた)を加えた総合計が四年間の馬琴の書肆から得た収入である。『八犬伝』の潤筆を除いた収入を計算してみると、天保二年は七十五兩二分と千疋、天保三年は三十二兩と千三百疋、天保四年は二十七兩と七百疋、天保五年は二十七兩一分と千三百疋であり、これに天保六年正月に売出しとはならなかったが書く予定で書肆から受取っていた潤筆前金十八兩と合巻の潤筆増金二兩を足し、その上に『八犬伝』の潤筆八十四兩を加えた二百六十五兩三分と四千三百疋が四年間の馬琴が書肆から得る総収入である。一両は六千五百文という天保十三年の幕府公定比価によって銭を金に換算合計すれば二百八十二兩一分強、年平均七十兩二分一朱強となる。則ち馬琴が一年間に書肆から得ていた金額は七十兩プラスマイナス十兩位であったろう、と計算上は一応こういう額が想定し得る¹⁰⁾。

以上のようにこの三氏の推定算出額からみると、「職業作家」にそれなりの原稿料を支払うために、書物(特に読本)一冊の値段がきわめて高かったことがわかる。このことが書物の流通形態に貸本屋という独特の仲介業者を生み出した。十九世紀初期になってから、かなり貸本屋の興隆があったことは想像に難くない。特に草双紙類に比べて読本というジャンルの書物は高値であり、一般の民衆が購入して読むのが難しい状況であった。そのような状況から貸本屋が読本を購入して一般読者に安値で提供するというシステムが成立していった。

9) 高木元「小説の原稿料」『研究資料日本古典文学 第四巻 近世小説』明治書院、1983、p.362

10) 服部仁 前掲論文、p.28

拡大する読者層に対応するための近世的システムだったということになるのではな
いか。貸本屋はその利益を得るため、書物流通の仲介となり、さらには商業出
版にも大きくかかわるようになっていった。

二. 貸本屋による書物の流通形態

江戸時代後期になると、出版文化はそれ以前の時代とは異なり、貸本屋を中
心とする書物の流通が盛んになった。書物を提供する仲介業者の中心が貸本屋
であり、近世後期の出版文化はやがてこの貸本屋が支配するようになっていっ
た。貸本屋は読者と直接にかかわったため、読者の好み、反応、要求などをス
トレートに受けることが可能であった。そのため、やがて貸本屋が資本金の増加
に伴って板元として本を出版する出版事業を担うことにもなった。一般の板元
本屋がきわめて少数の上流購読者層と接触するだけであるのに対して、板元＝
貸本屋はより広範な大衆読者層(下級町人層)が好んで読む人気作品を早く把握
していたのである。長友千代治によると、この貸本屋の起源、出現は寛永年間
(1624～43)だという。

江戸時代において、一般大衆が小説や浄瑠璃本など娯楽読物を読む場合、本を
買い求めて読むよりも、貸本屋や行商本屋から借りて、見料(見賃)を支払って読
む方が普通であった。……貸本屋の誕生を、民間で出版が行われるようになり、商
業本屋が栄え、娯楽的な本が豊富な挿画入りで出版され、一般大衆が読書を楽し
みにするようになる頃からと、漠然と推測することはできる。そしてその時期を整
版印刷が普及しだし、庶民相手の仮名書中心の小説、実用書、娯楽読物が出版さ
れだす寛永年間(1624～43)頃と目安をたてることもできる。言うまでもなく、この
前後から商業本屋は増加し、出版物も多くなることは、出版史や文学史に照らし
て明らかである¹¹⁾。

11) 長友千代治『近世貸本屋の研究』東京堂出版、1982、pp.19～20

寛永期の商業本屋の増加、旺盛な出版物の生産などの出版文化の発展は貸本屋の出現と大きく関連していることがわかる。貸本屋は現在のレンタルビデオ・レンタル漫画のように店が本を購入し、それを読者(客)に一定の時間貸すことによってレンタル料を取り、利益を得る業者である。得意先や取引店などを中心に貸本を提供し、本屋の兼業も少なくなかった。明治期になってからも、貸本漫画のブームで貸本屋は繁盛し、貸本向けの漫画が執筆されたケースも多かったとされる。

長友は貸本屋の営業方法による形態で三つの貸本屋タイプを提示している。一は「市中巡回の貸本屋」、二は「郭(くるわ)に入り込む貸本屋」、三は「芝居(小屋)に入り込む貸本屋」である。この三つの中、市中巡回の貸本屋について「江戸時代には、各種の品物を取り揃えた総合的な貸物屋、あるいは単品の特需品だけを貸す貸物屋があり、貸本屋もそのような貸物屋の一つであったともいえる。すなわち貸本は、いろいろな物品を貸す貸物屋の一物品であり、これがいわゆる貸本であった¹²⁾と、最初の貸本は貸物屋の様々な商品中の一つであったと指摘している。貸物屋の単なる一つの商品であった貸本は町人の経済成長、識字層の増加、出版専門の板元、商業作家などの出現に伴い、確固たる商品として定着したのである。「遊郭」に入り込む貸本屋はいうまでもなく遊女(女郎)を顧客にしていたのだろうし、また「芝居(小屋)」に入り込む貸本屋は役者を顧客にするというよりも、芝居を見物に来る客層に貸本の宣伝・貸出しをしたと思われる。その場合、役者評判記のたぐいなどが貸本の中心になったのだろう。

こうした貸本形態が主に女性読者層の拡大に大きな影響を与えたであろうことが推定される。それは李氏朝鮮時代の「貰冊(セチェック)」(貸本)が都市に住む女性読者の増加と緊密に関係していることと同様であろうと考えられる。なお近世における出版文化の日朝比較の考察は今後の課題としておきたい。このように貸本屋は読者層の増加、拡大化という面で、かなり重要な位置を占めていた。それについて長友は貸本屋の繁栄と庶民文学の発展との関係を次のように

12) 長友千代治『江戸時代の図書流通』思文閣出版、2002、p.115

述べている。

貸本屋の目玉商品は八犬伝、朝夷巡島記、美少年録、水滸伝、三国志、西遊記、真田三代記、各種の太閤記などである。……貸本屋の繁盛は、識字人口の増加が招来したのもでもある。武士の弟子は藩校で、町人の弟子は寺子屋で教育を受け、これがかなわず丁稚奉公する者は奉公先で読み書き算盤を習ったので、識字人口は多かったと考えられる。……このようにして江戸時代後期は低俗で、読者迎合の娯楽読み物であふれることになった。しかし、これも決して悪いことではなかったようで、裾野をひろげた中から本当の庶民文学が生まれてきたようである。京伝や馬琴の作品を見る時、彼らの名作はこのことを承知した上での産物だったといえる。貸本屋は、出版や作者とかかわりながら庶民の娯楽読み物を商品にしていたという理由で、庶民文学発展の原動力になっていたといえるのである¹³⁾。

またこの貸本屋は江戸、京都、大坂の三大都市をはじめとして全国に広がっていった。その貸本屋の地域拡大と発展過程をみると、

享保(1716~36)頃の大坂では所謂本屋仲間の者と競合するまでに発達し、近世中期頃からは三都以外にも出現した。明和四(1767)年創業の名古屋大野屋惣八や、享和二(1802)年にはすでに営業していた城ノ崎温泉中屋甚左衛門の如き温泉地の貸本屋等がそれである。隆盛期の近世後期になると、文化期(1804~18)の江戸に貸本屋仲間が組織され、同五年の江戸には総数六五五人、同十年頃の大坂には約三〇〇人もいた。また店頭営業の定着もこの頃からである¹⁴⁾。

とある。貸本屋は利益としての見料(一定の期間における一部の貸本に対する料金、今のレンタル料である)をどの程度とり、期間はどのぐらいであったのか。前の引用を続けてみると、

見料と期間は享保期の河内柏原三田家の場合、月一回から三月に一回の巡回を受け、軍記等の見料が『書籍目録』記載売値の平均三割五分程であった。また明和

13) 長友千代治『近世の読書』青裳堂書店、1987、pp.10~13

14) 石川了「貸本屋」『研究資料日本古典文学 第四巻 近世小説』明治書院、1983、p.211

八年の名古屋風月孫助は新刊浮世草子の見料を八分以上(期間不明)とし、これは売値の約六分の一である。中甚は蔵書の半数を超す浄瑠璃本を七日間三分前後で、大惣は丸本を十日間四、五分前後で貸し、幕末の江戸では見料統一協定も結ばれた¹⁵⁾。

とある。また、長友は「貸本の見料は、たいていは一部全巻の冊数に対してつけられるのが普通である。読本の多くは貸本にされるが、読本は普通半紙本五巻五冊であるから、貸本屋の巻数本一組の見料決定の基準はこのへんにあったと考えてよい。したがって厚冊本は二組に分けられる場合もあった¹⁶⁾と、読本が貸本形態で流通されたことや一回分の出版形態である五冊あたりに見料を支払ったことを指摘している。

寛永期に出現をみた貸本屋が、それからほぼ一八〇年を経て馬琴が登場する文化・文政期にはどのように成熟していったのであろうか。こういった観点から貸本屋の位置・役割をみようとする場合、例として頻繁に引かれるのが山東京伝の『双蝶記』(文化十年[1813])の次の序文である。

舅といふ字を縁にして、此草紙を婿をたづぬる嬪にたとへて見るに、絵は則顔姿なり。作は則意気なり。板元彫は紅白粉なり。摺仕立は嬪入衣裳なり。板元は親里なり。読でくださる御方様は婿君なり。貸本屋様はお媒人なり。……聞ぐるしきことおほければ、読んでくださる婿君のお気にいらぬがちなるべし。所を貸本屋様方のお謀人口にて、かやう／＼の娘がござる、顔かたちはいひぶんなし、心ばへはすこしおろかな生れなれど、其かはりには、舅姑のこたばを背ず、婿君を大事にして、律義一へん所帯形気の娘でござる、先見合をして見給へと、拙をおもひ、あしきをよきにとりなして、すゝめこんでくださらば、縁どほき此娘も、よき婿君にありつくべし。野猪も伏猪といへばやさしく、馬鹿も結構人といえは聞えがよし。是則力とたのみ奉るお媒人の貸本屋様のいひなしによる所なり。然則八板元の親里の喜びおほく、祝儀の小謡千秋万歳の千箱の玉をしこためて、追摺の御注文、冊／＼の声をたのしむに至るべし¹⁷⁾。

15) 同上

16) 前掲、長友千代治『近世貸本屋の研究』、p.59

17) 水野稔編『山東京伝全集 第十七巻』ペリかん社、2003、pp.451～452

草紙(嬪)を文字(舅)をとおして(縁にして)読者(婿)に読んでもらえるという。つまり、草紙を出版する板元は作品(嬪)の親であり、貸本屋は作品(嬪)と読者(婿)を結ぶ媒人(仲人)である。仲人の貸本屋の役割、能力(口)は作品(嬪)を高く評価し、読者(婿)に提供することである。それによって板元(親)は次々に作品の注文がやってくるのを歓ぶようになるという。この比喻は出版文化における貸本屋の役割が、日常生活の結婚という家と家とを結びつける儀礼とアナロジーされるほど深く日常生活に溶け込んでいることをうかがわせる。いわば貸本屋が日常の文化・娯楽生活を円滑に運ばせる紐帯として欠かすことができない存在となっている。それを前提とするならば、貸本屋のおこなう宣伝活動が大きく取り上げられていることに注意する必要がある。

これは貸本屋の宣伝効果がきわめて大きく、それによって「追摺の御注文」という追加分の出版が行われるほど増冊販売に威力を発揮したことを意味している。京伝は上記のように書物の宣伝効果を重要な要素として捉えていることがわかる。経済成長に伴って購読者層が一層拡大したことにより、出版文化はさらに発展し、それと同時に広告の重要性が認知されることとなった。京伝の言説はそのことを証言しているといってもよく、そしてその宣伝活動において大きな役割を担ったのが貸本屋であった。広告はまさに需要層の拡大に対して最も有効な情報媒体となっていったことがわかる。

こうしてみると江戸時代後期の書物の出版に関しては板元が作者の作品を印刷・刊行し、貸本屋がその宣伝をするとともに、読者に書物を提供するといった分業システムを取っていることがわかる。文化事業はこうして印刷・刊行・宣伝・販売と分業化され、そのうち宣伝・販売を分担したのが貸本屋であったが、時には貸本屋が直接に書物を出版、刊行したこともあったとみられる¹⁸⁾。流通経路の独占であるが、このことは実は馬琴の読本に関係して起こっていることが注目される。高木元によると、貸本屋が板元として出版に関わるのは作家馬琴・挿絵師葛飾北斎の組み合わせの場合が多いとされる。特に馬琴作品を

18) 高木元「江戸読本の形成—貸本屋の出版をめぐる」、『文学』岩波書店、1988、8号)、前田愛「出版社と読者—貸本屋の役割を中心として」、『近代読者の成立』(前田愛著作集 第二巻 筑摩書房、1989)に板元としての貸本屋の出版について論じている。

主に出版した貸本屋をみると、

① 貸本屋・衆星閣角丸屋甚助一『新編水滸画傳初編初帙』(文化二年九月)、『そのゆき』(文化四年正月)、『新編水滸画傳初編初帙』(文化四年正月)。

② 貸本屋・山青堂山崎平八一『美濃舊衣八丈綺談』(文化十年十一月)、『南総里見八犬傳』(文化十一年十一月)、『南総里見八犬傳第二輯』(文化十三年十二月)。

③ 貸本屋・平林堂平林庄五郎一『繡像復讐石言遺響』(文化二年正月)、『椿説弓張月前篇』(文化四年正月)、『敵討裏見葛葉』(文化四年正月)、『椿説弓張月後篇』(文化五年正月)、『椿説弓張月続篇』(文化五年十二月)、『椿説弓張月拾遺』(文化七年八月)、『椿説弓張月残篇』(文化八年三月)、『青砥藤網摸稜案』(文化九年正月)、『青砥藤網摸稜案後年』(文化九年十二月)。

④ 貸本屋・木蘭堂榎本惣右衛門、同平吉一『三七全伝南枸夢』(文化五年正月)、『阿旬殿兵衛實實記』(文化五年十一月)、『常夏草紙』(文化七年十二月)、『三七全伝第二編占夢南枸後記』(文化九年正月)、『糸櫻春蝶奇縁』(文化九年十二月)、『皿皿郷談』(文化十二年正月)¹⁹⁾。

とある。このことが何を意味するかといえば、おそらく馬琴・北斎の絵入り読本の人気が高く、それだけ売れたということであろう。それゆえ貸本屋は継続的な利益を確保するため、作品の長編化を求めた。また、読者がその作品に対して長く関心と興味を維持することを期待した。長編作品である『椿説弓張月』、『南総里見八犬伝』も板元としての貸本屋が出版、流通したからには、同様の事情があったのである。貸本屋の意向が作家に影響を与え、作者もそれを意識したことがうかがえよう。しかしだからといって作者の主體的な創作力を過小評価してはなるまい。むしろ作者の創作力と貸本屋の意向とが相俟って馬琴読本の長編化が可能だったわけである。鈴木重三は合巻における長編化を時代ごとに区分し、読本というジャンルとの関係を述べている。

私見の時代区分ではあるが、合巻勃興期(文化四～十四年)の敵討物から歌舞伎物・お家騒動物への推移とか、爛熟期(文政元～天保十四年)の情話甚説取材から

19) 高木元『江戸読本の研究』ペリかん社、1995、pp.37～41

支那種の翻案への転機及びこれに対抗する日本古典の翻案、そしてこれに伴う短編から長編への移行、衰退期(弘化元—慶応三年)における読本抄録の流行と、先行作の趣向を混淆濫用した大長編作の盛行、という合巻展開の歴史は、他面、対読本意識の消長を物語るものでもあったといえる²⁰⁾。

前田愛は作品の長編化を書物流通の観点から探り、次のように述べている。

貸本屋はこの怠惰な読者のところへ期限(読本は十五日[村田幸吉氏談])人情本は三日[『英対暖語』]がくるとこまめに、継本にくる。この継本の制度、つまり読者が自動的に続編を受け取る体制が長編の読本や人情本の続刊を容易にしているのである²¹⁾。

商品としての書物という観点に限って言えば、たしかに前田のいうように、読本、人情本などの作品が長編されたのは、外部の貸本屋という流通構造下での継本という体制によるものといえる。すなわち、前田の観点を踏まえるならば、江戸後期作品の長編化には貸本屋の大きな役割が見られるといえる。また、鈴木が指摘しているように、合巻の長編化を読本との対抗意識から探り、ジャンル間の衝突として捉える見方も貸本屋に続く江戸後期の長編化を説明する鍵になっている。

長編作品の外部的な側面としての継本という書物流通を認めた上で、馬琴はこの継本という体制に沿うため、どのような長編構想を取っているのかが筆者の問題意識の発端である。本節では以上のように長編化における外部の状況、ジャンル間の競争などが明らかになった。

20) 鈴木重三『絵本と浮世絵』美術出版社、1979、p.45

21) 前掲、前田愛『近代読者の成立』、p.283

三. 書物(新刊・続刊)の広告

書物を商品として認めるとすれば、それは経済利益の追究という目的が浮上する。利益増加のためには商品の宣伝、広告という商売戦略が必要になる。現代における新聞、テレビなどのメディアによる宣伝、広告のシステムは江戸時代にはまだ存在していなかったが、江戸時代後期、メディア機能の広告役割は書物によって担われていた。商品として出版された書物に新刊、続刊、葉、店の宣伝・広告が載せられるようになったのである。商業出版が盛んになり、商業作家の登場によって書物を媒体にして利益を増やすことが重要な意味をもつこととなる。林美一は「式亭三馬『錦温石奇効報条』『伊勢名物通神風』、山東京伝『玉屋景物本』、十返舎一九『色摺新染形』、滝沢馬琴『匂全伽羅柴舟』、為永春水『寿こがねの大帳』²²⁾など、江戸後期の商業作家たちが書物をとおして商品を宣伝していたことを指摘している。商品の広告をすることで、書物が担う商業的な役割はさらに大きくなっていった。

まず、書物の宣伝・広告がいつから始まったのかを確認しておこう。長友は最初の書物による広告について次のように述べている。

延宝二年六月鶴屋喜右衛門刊『役者評判蛭蛭(やくしゃひょうばんげぢぢぢ)』の巻末には「追付役者通鏡(ママ)綱目出申候」、同年八月刊『新野郎歌垣』には「後より出るやらうきやらのつえといふ書に詳しく記すべし」、天和三年正月刊『難波の兒は伊勢の白粉』には「三芝居子供推量物語三巻続、附り悪ふ言ふて芸にならぬ事」と次第に広告らしさを整え、元禄十二年十一月刊『福寿海』には女性の手紙の形式で「辰の年役者きぬふるひと申新板、紙数百枚ほど、来年早々」に刊行、御無心ながら各々様の御求めを頼んでいる。これは書名・内容・刊行時期、購読者対応等、広告要件を充足している。雑俳では元禄十五年閏八月万屋彦太郎刊『俳諧替狂言』に『俳諧鎧武者』(刊行は不詳)、同年九月柏原屋清右衛門刊『当世俳諧楊梅』に『俳諧梓種子』、同十六年霜月野村長兵衛刊『友ちから』に「神板俳諧書出来之分」十四種の蔵板月録を揚げ、この種の広告の初めとなっている²³⁾。

22) 林美一校訂『江戸広告文学』未完江戸文学刊行会、1982。

23) 前掲、長友千代治『江戸時代の書物と読書』、p.191

こうした書物による宣伝・広告が京伝、馬琴などの商業作家が旺盛な活動をおこなった文化・文政期から盛んになったことは、二人の書いた多くの書物を見ればわかる。京伝が書いた『双蝶記』刊記の広告の中で、書物に関する広告だけを参照してみよう。

山東京伝著 永寿堂近刻

雑劇考古録(ざつげきかうころく)

一名一目千古集(いちもくせんこう)

前編大本五冊近刻

……

永寿堂近刻絵入読本并絵草紙合巻目録

大晦日かけ取物語 絵入読本 全部五冊 山東京伝作

……

山東京伝作 実方雀物語 絵入読本 全部六冊 柳川重信画²⁴⁾

この刊記の広告から作者、挿絵画家、近刻の書物、書物の冊・形式などがうかがえる。馬琴の『椿説弓張月』続編の刊記にも自分の書物広告がみられる。

○ 曲亭主人著述平林堂蔵版目録

鎮西八郎為朝外伝 椿説弓張月

前編六冊発販

後編六冊発販

拾遺六冊近刻

敵討裏見葛葉

全五冊

繡像綺譚石言遺響

全五冊²⁵⁾

書物の新刊・続刊のための広告は江戸後期の作品の刊記に頻繁にみられ、高木元はそれを「商品としての書物」、「出版予告」、「企画流通」などと分類している²⁶⁾。特に京伝、馬琴をはじめとする商業作家の書物には新刊・続刊の広告

24) 前掲、水野稔編『山東京伝全集 第十七巻』、pp.633~634

25) 後藤丹治校注『日本古典文学大系60 椿説弓張月上』岩波書店、1958、p.412

26) 前掲、高木元「江戸読本の新刊予告と〈作者〉—テキストフォーマット論覚書」

が見られないものがないほど、広告は一般的な形式となっている。こうしてみると江戸時代後期において書物は娯楽的な読み物であるだけでなく、新刊・続刊などの広告誌の機能まで果たしていたのである。

四．売薬・店の宣伝

江戸後期の書物流通形態を考える際に、売薬は欠かせないものである。なぜならその売薬の流通形態は書物のそれと同様であったからである。

三馬、京伝、馬琴などの作家は書物に店の宣伝文や薬の広告を載せていた。それは兼業の一環でもあり、書物のコマーシャル機能を明確に現している。その売薬の流通方法は前述した貸本屋と同様に、行商の販売形態からはじまっている。ここから行商が江戸時代において流通の普遍的パターンであったことがうかがえる。書物と薬の購買が難しかった庶民にとってその流通形態は有効であったともいえるだろう。

江戸の庶民の間では、行商もさかんであった。今日のこの富山売薬をはじめとして、田代売薬・大和売薬などが、その代表的なものだ。なかには、香具師とよばれる野武士あがりのものが、特定のルートをつくって、かなりの売薬を流通させていった例もある。多くの庶民たちは、まだまだ経済的には余裕がなかったので、こうした行商にたよることが、売薬に限らず多かったようだ²⁷⁾。

このような売薬は本屋、貸本屋、商業作家たちによって頻繁に行われた。この点に関して長友は次のように論じている。

江戸時代に作者が、また貸本屋も含めた本屋が、製薬や売薬、また売薬の取り次ぎをしていたことは、本の巻末広告や貼り付けの報条等で知られる。娯楽読物の本は、当時からメディアの機能を果たしていたのである。作者の売薬は、山東京

27) 吉岡信『江戸の生薬屋』青蛙房、1994、p.63

伝の読書丸、式亭三馬の仙方延寿丹(京都田中宗悦製の取り次ぎ)・江戸の水、曲亭馬琴の婦脾湯・神女湯などが有名である。これらは大坂の本屋も取り次ぎ、売っていた²⁸⁾。

江戸後期の作家たちはどのような薬を販売し、広告していたか、具体的な例をあげてみよう。式亭三馬は『浮世風呂』第四編巻之中において、自分の店で作った薬を宣伝しており、また「秘方天女丸」や「婦人万病飲」のような婦人用の薬も売っていた。

金勢丸

一包百文半包五十文酒をよくのましめもろ／＼のどくけし気つけはら一道の秒薬其外 諸症に能あり別して淫事にするしありすべて即功ある奇薬也
本町二丁目三馬製²⁹⁾

○ 秘方天女丸月やく不じゆんを治す名方、くわいにんをやすむ妙薬、とし子にて多病なる御方御用ひ無病と成なり。

○ 婦人万病飲つぎむしのくすりまくらさげ、其外婦人の諸びやう一さいによし³⁰⁾。

京伝も「山東京伝烟草入店」という商店を営業しながら作品を創作したのである。彼の作品である『忠臣水滸伝』(前編、寛政十一年[1799]・後編、享和元年[1801])は前期読本と後期読本の境になるものである。まだこの作品には、店の商品、薬に対する宣伝はみえず、続刊の広告だけが奥付に書かれている。京伝の読本である『復讐奇談安積沼』(享和三年[1803])には「朱子読書丸」、「小児無病丸」、「山東京伝烟草入店」などの広告がみられる。文化六年(1809)に刊行された『浮牡丹全伝』の奥付には「京伝店商物口上」、「きれちかみたばこ入類」、「きせる類めづらしきしんがん」などが書かれ、丸薬と一緒に自分の店の宣伝までしている。次は京伝の作品に頻繁に広告された「読書丸」という薬の宣伝

28) 前掲、長友千代治『江戸時代の図書流通』、p.295

29) 神保五弥校注『浮世風呂 戯場粹言幕の外 大千世界楽屋探』岩波書店、1989、p.251

30) 花咲一男『江戸売薬志』近世風俗研究会、1956、p.110

文である。

読書丸(とくしょぐわん)

一包み老幼五分第一氣根を強くし、物覚をよくし、心腎の虚損を補ふ。老若男女常に身を使はず、却つて心を勞する人は自ら病を生じ、天寿を損ふ。常に此薬を用ひ補ふべし。延年長寿の良薬なり。又旅立人、此薬を蓄へて色々益多し。能書に詳しく記す。暑寒前に用ゆれば、外邪を受くる事なし。近年多く諸国にひろまり候間、別して薬種大極上を選び、製法念入れ申し候³¹⁾。

馬琴の作品にも薬の広告、宣伝などが載せられているのが見える。次は『南総里見八犬伝』に載せられている様々な薬の宣伝文である。

曲亭家方売剤畧目

○ 巻端半頁の余紙あるをもて營生要緊の旨を録して恭しく四方の君子に告奉ること 左の如し

家伝神女湯 一包百銅 この作者が家伝の良方婦人諸病の神薬にしてわきて産前産後ちのみちに即功あり。

さるにより相伝五世に及て家に難産夭折の婦人あることなし。用ひやうはつばらにつゝみ紙にしるしつ。ちかき比はいよゝます／＼その功拔群自余の売剤にまされるよしにて求め給ふ君子少からず。いと歎しきことになん。

つぎ虫の妙薬一包六十四銅半包三十二銅婦人毎月つきやくになり給ふときつぎむしにいためらるゝに用ひて甚妙也。又産後におり物くだりかぬるによし。すべて月やく不順に功あり。

精製奇応丸大包〔二百粒余入〕代式朱中包〔三十六りう入〕代一匁五分小包〔十一粒入〕代五分〔但五分より下小うり不仕候〕

世にきおふ丸多しといへども製方等閑にしてやくしゆに極品をえらまざれば奇応丸の名ありといふともきおふ丸の功のうなし。こゝに製するところ薬種のあたひをいとはず分量すべて法にしたがひ製法尤つゝしめり。是をよのつねの奇応丸にくらぶればその功百倍万倍也。

31) 山東京伝『双蝶記』の本文末に載せられている「読書丸」の宣伝文である。前掲、長友千代治『江戸時代の図書流通』、p.297

諸病針灸ほどこし療治毎月七日并七日

是まで并三日なりしを并七日とす。朝四ツときより。所望の人々は入来せよ。
いさゝかも謝物はうけ不申。こは孩児が宿願によりその師小坂先生出席点誌す。

右製薬弘所並に施療江戸元飯田町中坂下南側四方みそ店向滝沢氏精製〔曲亭〕

取次所△大坂心斎橋筋唐物町南へ入書林河内屋太介△江戸芝神明前書肆いつみや市兵衛

○ 招牌及報条能書必乾坤一草亭の印記あり此印なきは偽劑に係る³²⁾。

以上のように江戸後期の書物によるコマーシャル機能に着目して三馬、京伝、馬琴の葉に関する宣伝・広告文を考察した。この考察から売葉という商業手段によって書物のメディア機能が一層明らかとなった。また、書物と売葉が同じ流通形態によって行われたことをとおして書物の商品としての認識がより顕著になったといえる。

おわりに

本稿では、江戸後期の商業出版、商業作家、書物流通機構、書物による広告などについて考察した。「商業作家」馬琴の原稿料、貸本屋による書物の流通形態、書物(新刊・続刊)の広告、売葉・店の宣伝にあらわれた商品としての書物は、現在の言い方を用いるならば、メディア機能の役割を果たし、近世の流通経済にもつながるものになった。このような書物の商品性に関する認識が重要であるのは、その商品性が商業作家の作品構想まで支配することになったからである。特に江戸後期の本格的な商業作家であった馬琴は、商品としての書物や書物のメディア性を認識し、その認識は彼の作品構想ないし構成に影響を及ぼした。

32) 高木元によると、この本文は馬琴が刊行後に校正を加えた馬琴旧蔵の初板本(国会本)を参照しつつ、架蔵板本に拠った翻刻テキストデータであるという。高木元「南総里見八犬伝」、<http://www.fumikura.net>。

筆者はこれらの点に留意し、今後の課題としては、江戸後期の出版経済、書物流通の発展の影響を受けた馬琴が自分の作品を長編物として執筆した際、いかなる方法をもって購読者の興味と関心を維持させたのか、その際の販売戦略とはいかなるものだろうか、また長編の構成及び構想のモチーフを以上の観点から明らかにしたい。

참고문헌

- 麻生磯次(1954)「馬琴の原稿生活」『国語と国文学』, 至文堂, p.2
 _____(1959)『滝沢馬琴』, 吉川弘文館, pp.58~59
- 石川了(1983)「貸本屋」『研究資料日本古典文学 第四卷 近世小説』, 明治書院, p.21
- 後藤丹治校注(1958)『日本古典文学大系60 椿説弓張月上』, 岩波書店, p.412
- 今田洋三(1977)『江戸の本屋』, 日本放送出版協会, pp.30~31
- 佐藤悟(2000)「馬琴の潤筆料と板元一合巻と読本」『日本文学研究論文集成22馬琴』, 若草書房, p.7
- 神保五弥校注(1989)『浮世風呂 戯場粹言幕の外 大千世界楽屋探』, 岩波書店, p.251
- 鈴木重三(1979)『絵本と浮世絵』, 美術出版社, p.45
- 高木元(1983)「小説の原稿料」『研究資料日本古典文学 第四卷 近世小説』明治書院, p.362
 _____(1988)「江戸読本の形成—貸本屋の出版をめぐる—」『文学』8月号, 岩波書店
 _____(1994)「江戸読本の新刊予告と〈作者〉—テキストフォーマット論覚書」『日本文学』10月号, 日本文学協会, p.22
 _____(1995)『江戸読本の研究』, ぺりかん社, pp.37~41
- 中嶋隆(2001)「西鶴とメディア—『日本永代蔵』異版をめぐる出版状況—」『江戸文学と出版メディア』, 笠間書院, p.156
- 長友千代治(1982)「近世貸本屋の研究」, 東京堂出版, pp.19~20, p.59
 _____(1987)『近世の読書』, 青裳堂書店, pp.10~13
 _____(2001)『江戸時代の書物と読書』, 東京堂出版, p.191
 _____(2002)『江戸時代の図書流通』, 思文閣出版, p.115, p.295
- 服部仁(1974)「天保初年に於ける馬琴の年収」『学習院大学国語国文学会誌18号』, 学習院大学国語国文学会, p.22, p.28
- 花咲一男(1956)『江戸売薬志』, 近世風俗研究会, p.110
- 林美一校訂(1982)『江戸広告文学』, 未完江戸文学刊行会

前田愛(1989)「出版社と読者一貸本屋の役割を中心として」『近代読者の成立 前田愛
著作集 第二巻』筑摩書房

- ❖ 투고일 : 2006. 12. 31
- ❖ 심사일 : 2007. 1. 25
- ❖ 심사완료일 : 2007. 2. 15