

「八〇後」作家の出版研究

——郭敬明集団による出版文化産業の創出を中心に

張 瑤

現在、中国社会全体においても、中国現代文学の学術研究界においても、大きな影響力を持つ「八〇後」作家¹は見逃せない存在である。郭敬明（かくけいめい、1983年～）は、現代中国青春文学²を代表する「八〇後」作家であり、2008年5月4日の『ニューヨークタイムズ』掲載の記事「China's Pop Fiction」³は、郭敬明を「中国でもっとも成功した作家」と高く評価した。作家のほか、彼は編集長として『島』、『最小説』、『文芸風賞』、『文芸風象』などのムックを編集し、大手娯楽会社の「天娛传媒」と契約して「文学總監（文学監督）」と作詞家を担当し、理事長として文化出版会社である「上海柯艾文化伝媒有限公司」と「上海最世文化发展有限公司」も経営している。2012年11月9日からは映画シリーズ『小時代1』の映画監督も務めるようになり、2014年5月までに映画『小時代2』と『小時代3』も監督した。したがって、郭敬明研究は、一人の人物の考察であるにとどまらず、現在の中国文芸界の各方面を検討と発展する可能性を有しているのである。

本稿は簡明に民営出版組織の歴史と郭敬明文化集団の形成過程を論じた上で、郭敬明に関する偽書の出版事情と彼が主導した文学史的事件とも呼べる二度の文芸ムックブームの実態を解明する。次に、現在の郭敬明文化集団の運営の概念と60年代日本のベストセラー生産方法とを比較し、彼が新たな文学生産メカニズムの形成に果たした役割を分析する。また、彼の出版戦略と彼の文化集団が中国現代出版業に与えた衝撃と影響について考察し、彼と現代中国出版業界の相互影響についても論じたい。さらに、既に一定の規模を持つ郭敬明文化集団が既成文学システムを改革して文学市場の新メカニズムと文芸界の新構造を打ち立てる際の方向性、その発展

の可能性を検討したい。

第1節 中国民営出版組織から郭敬明文化集団まで

中国においては、郭敬明作品の海賊版が少なからず出回っている。この状況を郭敬明の三つの創作段階⁴に合わせて調査すると、郭敬明作品のみならず、現代中国出版業界全体における海賊版の状況を考える参考ともなり得る。

周知のように、著作物を無許諾で複製し頒布したものを広く「海賊版」と呼ぶ。⁵ 2003年『幻城』によって郭敬明の知名度と人気は爆発的に上昇し、彼の作品も違法出版の狙いとなり始めた。中国における図書の世界には、限られた地域内での流通、短期間の印刷発行、粗雑かつ格安という特徴がある。2000年代以後、300～600頁を有する大部の「文集」という形式の海賊版が多く出版されている。中国における郭敬明作品の海賊版の状況を全面的かつ正確に把握することは難しいため、筆者は2002年に開設された、世界最大の中国語古書サイト「孔夫子旧书网」⁶を利用して、その一斑を窺おうと試みた。同サイトで確認できた海賊版の状況を総合すると次のようになる。2003年1月から2014年5月の間、16開⁷あるいは32開⁸の装丁で、200～700頁を有し、一度だけ印刷された「文集」は計102種類確認できる。その内訳は、出版年不明のもの6種、2003年13種、2004年24種、2005年10種、2006年11種、2007年13種、2008年10種、2009年13種、2010年5種、2011年2種、2012年1種である。しかし、2013年と2014年(5月まで)には「文集」という形の海賊版が見つからず、年々減少する傾向にある。これらの「文集」はおおむね正規版の3冊から8冊分の作品が収録され、郭敬明の「全集」、「作品集」、「選集」、「經典文集」、「精品集」、「作品集珍藏版」などのタイトルを用い、郭敬明と関係がある「春風文芸」、「上海訳文」、「東方出版中心」、「人民文学」などの大手出版社の名前を盗用している。海賊版の出版状況はその時々の郭敬明の注目度を表す指標ともなっており、現在の中国における他の人気作家も同様である。例えば、2006年、「作家出版社」を詐称する「中国当代名家精品書系」は、郭敬明、韓寒、安妮寶貝、海岩、三毛、張小嫻などの中国、台

湾、香港の作家のみならず、村上春樹、可愛淘などの外国の作家までも含む、27冊もの「作品集」シリーズとして出版されている。郭敬明の「文集」は、彼個人の著作権侵害の問題を反映するにとどまらず、近年の中国における海賊の出版状況の全体像の反映でもある。

こうした「文集」以外に、さらに、2003年には郭敬明の偽作まで登場した。偽名著作物とは、現に実在し、または過去に実在した他人の名義を著作者として表示する著作物をいう⁹。同様に「孔夫子旧書網」で調べてみると、2003年から2011年までに郭敬明の名義で出版された偽作は101点確認できる。その内訳は2003年7種、2004年67種、2005年15種、2006年と2007年それぞれ1種、2008年2種、2009年1種、2010年6種、2011年1種であった。筆者はこれらの偽作を大きく三種類に分類している。一つは、郭敬明のファンタジー作『幻城』、『爵跡』の幻想的なイメージを真似た偽作である。例えば、『托起幻夢』、『幻之界』、『幻都』、『奇幻旅程』など、「幻」の一字を題目に含む偽作が多い。『魔域』、『魔道』、『魔劍』、『魔霸』、『魔族』、『魔宙』など、書名に「魔」を持つ偽作が2004年と2005年に集中的に現れている。二つ目は郭敬明の代表作『夢裡花落知多少』を真似て作られた青春と愛情をテーマとする偽作である。たとえば、『青春淚流滿面』、『花謝無痕愛無聲』、『夢裡幾多情思』、『春末夏初』などである。三つ目は、『癡鳥』、『傾城』、『飄揚的羽毛』、『最浪漫的事』、『初恋』などで、これらは郭敬明作品のイメージとはまったく関係なく、ただ郭敬明の名義を利用しただけの粗悪な偽作と言える。郭敬明の偽作は、海賊版と同じように「春風文芸」、「東方出版中心」、「上海訳文」、「時代文芸出版社」を詐称するものが多い。

さらに偽作とまでは言えないが、郭敬明の人気に便乗して、「郭敬明」をタイトルに含んだ本もたくさん刊行されるようになった。例えば、2006年1月には、郭敬明の「大哥（兄貴）」を自称する、「一草」という人物が書いた「郭敬明の初恋と成長史」を語る『青春散場：摯愛郭敬明』という本が朝華出版社より出版されている。郭敬明が「盗作疑惑」によって批判を受けていたころ、この郭敬明のプライバシーを暴露する本が特に読者の注目を奪った。さらに大手インターネット会社の「搜狐」の読書コラムに

「被“摯愛”的郭敬明」という読者の討論と調査のページ¹⁰が開設されたことなどが、事態を一層過熱化させた。この暴露本は、その信憑性や作者の売名行為を疑う読者も少なくなかったが、郭敬明自身は作者との関係を完全に否定しなかった。

同年7月には、実在する郭敬明の同郷の友人であった張聖林が高校時代の郭敬明について語った『自由與飛翔：我和郭敬明的青春之旅』（山東文芸出版社）が出版されている。同年12月に出版された中国語版『リリイ・シュシュのすべて』も、そのカバーに記載された原作者の岩井俊二と翻訳者張荅の名はよく見えないほど小さく印刷されていて、むしろ編集者の郭敬明の名の方が目立つようになっている。その他に、『穿越郭敬明獨一代的想象森林』（上海人民出版社、2004年）、『写的象郭敬明一樣好』（長江文芸出版社、2006年）など、その題に郭敬明の名を冠することで読者の注意を引こうとする本も現れた。

中国における著作権侵害は、小説以外にも広く存在する難題である。とはいえ、図書の著作権を保護する法律の公布、読者たちの著作権を尊重する意識の増加、インターネット書店の大幅な割引、出版社自身の宣伝戦略の拡大、大規模な作家ファンの形成などの要因により、海賊版や偽作は年々減少する傾向にはある。

上述のように、海賊版や偽作の出版状況は、人気作家たちの人気を知る一種の指標となり得る資料とも言える。このほかに、「八〇後ブーム」や「郭敬明の文化集団」などを理解するために検討すべきものとして、改革開放後の民営出版企業のありかたをあげることができよう。

「中国において民営の出版組織は、国营出版社ではない、本来特殊なものである。民営資本が中国出版業界で果たしている役割を考える際、そのはたらきは、上部の編集行為と下部の発行行為に大別できる。前者は図書の編集と出版のプロセスに関わり、出版、編集作業を行う前の図書の企画、装丁、版組みなどにも携わる。後者は、図書の発行活動に関わり、卸売り、代理発売、小売りなどを含む」¹¹。

現在の中国における民営の出版組織を理解するにはその歴史的変遷に触れなければならない。方厚樞氏によれば、「新中国の成立後、千余社

の資本主義の民営出版社が存在していた。政府は公私の出版業の関係を調整すると同時に、1950年から民営の出版社に対して必要な調整と初歩的な改造をおこなった。」¹²という。1956年までに、民営出版社の社会主義的改造は基本的に完了し、その後の中国の出版業界は、1956年春から1967年の春にかけて展開した整風運動、1958年の「大躍進」、1959年から1960年までの「反右傾」など、波瀾に富んだ道を歩んだ。1966年5月から1976年10月まで展開された文化大革命は出版事業にとって大きな打撃と破壊であり、結果的に出版事業の「砂漠期」を齎したが、1976年10月、「四人組」の失脚によって文革は完全に終結し、文化出版は新しい時代を迎えた。1937年に延安で設立された、国家出版流通機構を代表する新華書店は図書販売において重要な位置を占めており、民営出版組織はその図書販売や発行の補充ルートにすぎなかった。改革開放によって、出版業も改革が進められ、殆どの出版社は「事業単位」から「企業管理」に変化し、民営出版組織が雨後の筍のごとく出現した。1980年、政府が民営出版組織を発展させる旨を述べた最初の文書¹³を発表し、1982年7月「一主三多一少」¹⁴という図書の発行に関する改革政策の方向性を確立したことにより、民営出版組織は出版業界の下部にあたる発行活動を本格的に開始した。さらに1988年の「三放一聯」¹⁵政策によって、国营企業より高い柔軟性を持ち、全国に数多く進出することで利便性を高めた民営出版組織は、流通面において新華書店のライバルとなり始めた。これに対し図書を編集する国营出版社の側では、読者（消費者）の意向を無視し、政策に従って出版を行うのみで「任務」完了とする傾向が強く、内容の単一化や時代遅れという弱点が目立つようになった。1992年、鄧小平の「南巡講話」は中国出版業界の革新をさらに促進したため、民営図書組織は国营出版社との「協力出版」、「承包責任制」などを進めて、従来下部の流通システムを担う立場から、徐々に上部にあたる図書の企画と編集に深く携わるようになっていった。しかし、当時の民営出版組織は殆どが臨時的職員など、専門家以外の人員で構成されており、従業員の文化レベルとプロ意識には十分とはいえない面もあった。そのゆえか、一部の民営出版組織は自らの立場を悪用し、ひそかに海賊版を刊行し始めた。これに対し、80年代末

から90年代末の間に中国新聞出版署などの国家機関は民間図書組織への監視の目¹⁶を強めたが、出版関係の規則はかえって次第に緩和していった。2001年、中国がWTO（世界貿易組織）に加入したことにより、民間出版組織は2003年以降、国営出版社と同等の発行管理権利を獲得できるようになった。2004年には、民間図書組織による書籍発行点数は108953点で、国営出版社発行の9.34倍となり、売り上げは150億元に達した¹⁷。2009年4月には民間出版組織の出版工作室（事務室）の新設に追い風となる政策が出され、2010年5月のいわゆる「新36条」¹⁸も民間図書出版の営業範囲拡大を強力に後押ししたため、民間出版勢力はさらに拡大し、中国出版業界において不可欠な存在となっていった。2010年8月、中国新聞出版総署は、国営出版企業と民間工作室の協力を推進し、その相乗効果を期待するとの声明を出した¹⁹。こうして2012年の時点では、巨大な出版資源を持ち、国家的出版政策に守られた国営出版社と、柔軟性と高い計画能力を備える民間出版組織（文化出版公司、工作室など）との両方がともに中国出版業界の重要な構成と要素となっているのである。

2004年、郭敬明は「島」工作室の開設によって出版領域に足を踏み入れ、出版編集経験を積み重ねて、2006年、『最小説』の出版のために上海柯艾文化伝媒株式会社を創立、その後、より大規模な「上海最世文化发展有限公司」を2010年に設立し、中国出版業界において不動地位を築いた。このような郭敬明文化集団の形成を考察する際には、民間出版組織についての理解は必要不可欠である。

第2節 郭敬明文化集団の形成過程と二度のムックブーム

2012年2月29日、米紙「フォーブス」の中国語版が「中国とアメリカにおける30歳以下の創業者ベスト30」を発表した。そのなかで郭敬明は、上海最世文化发展有限公司の創業者として第八位にランクされている。最世文化の公式ホームページによれば、2014年5月15日現在、同社と契約している「漫画家」は9人、「挿絵家」は11人、デザイナーとカメラマンは5人、郭敬明も含む「作家」は52人（男性22人、女性30人）である。不定期に寄稿する作家と編集者・職員の数については公開されていない。

最世文化の出版事業は、雑誌『最小説』（ZUI NOVEL）と『最漫画』（ZUI COMIC）の編集作業にはじまり、より幅広い分野を扱う雑誌『文芸風象』（ZUI Fount）、『文芸風賞』（ZUI Found）『放課後』（After School）の刊行、「THE NEXT」作文大会を主催することを通じた新人——「ZUIer」の育成、外部企業の依頼も受ける「ZUI Factor」デザインプロジェクトなどにまで広がり、「ZUI（最）」という文化企業ブランドを確立するに至った。民営出版組織の「文化有限公司（文化株式会社）」として、「最世文化有限公司」はすでに中堅出版社と同等の規模を持つに至り、精密な分業体制により高い効率性を実現した「文化出版集団」となったといえよう。この郭敬明文化出版集団はどのように形成されてきたのだろうか。その過程を読み解くには2000年以後の民営出版組織の発展と青春文芸ムックブームに注目する必要がある。

郭敬明の本格的な出版人生は、雑誌編集の第一歩となった『島』シリーズにはじまる。2004年6月6日、彼自身の21歳の誕生日に雑誌『島（i5land）』シリーズ²⁰を主に出版する「島」の事務室を開設した。大学生たちであった彼らは、雑誌を出そうという情熱にあふれていたが、本格的な商業雑誌の編集と出版に関してはまったくの素人であったといっぴよい。郭敬明の高校時代の知り合いであり、現在『最小説』の文芸担当である痕痕によれば、「島」事務室の構想は2003年のクリスマスの時に明かされた²¹。上海のある粗末なマンションで、5人の仲間が集まり実験的な『島』第一号の編集が始められたが、「島（i5land）」事務室は未熟²²であり、出版に漕ぎ着けられたのは当時郭敬明の『幻城』を出版していた遼寧の春風文芸出版と提携していたおかげである。同社の「布老虎叢書」は「ブランドベストセラー」として登場し、90年代中国におけるベストセラー生産の先駆的存在であった。1993年、「布老虎」グループの企画者であった安波舜（あんはしゅん、1957年～）は、「現実に近い」「読みやすい」「理想主義、浪漫主義、超越性がある」²³という三つの創作ルールのもと、鉄凝（1957年～）、王蒙（1934年～）、梁曉声（1949年～）、洪峰（1959年～）などの作家と契約を結び、1993年から1995年までに、鉄凝『無雨之城』、張抗抗『情愛画廊』、洪峰『苦界』、余秋雨『文明的碎片』などを出版して

90年代初めの中国出版業界において利益と名声を得た。1996年には「金布老虎愛情小説」を企画し、100万元の原稿料で「古典的浪漫主義精神を体现する」「90年代都市生活を背景にした」「知識階級に向けた読みやすい」²⁴小説を公募し、この年の文学的事件となった。しかし、1999年、衛慧の『上海宝贝』の発禁事件をきっかけに「布老虎」グループの隆盛期は終わり、責任者の安波舜も春風文芸出版社から解雇された。この「布老虎」グループの出現は、出版社が読者を待つという受動的な経営から企画人によって積極的に読者に近づいていくという経営へと移行するもので、古い出版理念を打破して、現代中国出版史（90年代以後）の分水嶺ともなった。

春風文芸出版社が作家争奪戦のなかでいち早く郭敬明を獲得し、彼の人気と才能に大きな期待を寄せて大金を投じたのは、郭敬明ら「八〇後」作家を起用して「布老虎」の開拓した青春文学路線を継承することを狙ったためではないだろうか。『島』シリーズの発案者は郭敬明であったが、成功するには春風文芸出版社との提携はなくてはならないものであった。この春風文芸出版社に支えられた郭敬明の実験的ムックは、意外にも21世紀初頭の中国のムックブームを導く、歴史的な文学事件となるのである。

ムック（Mook）とは、雑誌（magazine）と書籍（book）を合わせた性格を持つ刊行物であり、雑誌的書籍あるいは書籍的雑誌といわれる。最初、アメリカで提起された概念で、日本におけるその最初の試みは、1972年に刊行された季刊『別冊太陽・日本のこころ百人一首』（平凡社）と言われる。²⁵「Mook」という出版理念は日本を通じて中国語圏にも広まった。1998年、台北の旅行書籍出版会社が刊行した「墨刻出版」²⁶が、中国語圏における最初のムックである。中国大陸最初のムックがいつ出版されたか結論は出ていないが、2004年に出版の始まった『島』シリーズは、少なくとも学園青春文芸分野における中国最初のムックといえよう。本稿では作家たちが編集者として起こしたムックブームを、編集者、内容、発行形式の面から第一次ムックブームと第二次ムックブームに分けて分析したい。

第一次ムックブームは2004年6月から2010年12月まで続いた。郭敬明の青春文芸領域『島』シリーズの成功は、出版界に連鎖反応を引き起こ

し、2011年以後のより幅広い分野におよぶムックブーム嵐の先駆けとなった。第一次ブームはその殆どが「八〇後」作家によるもので、その内容は青春文芸分野に集中していた。若手作家たちは出版社と協力し、編集者として青春文芸ムックへの進出を図ったが、青春文芸ムック分野は短時間のうちに飽和状態に達するほどに成長しており、ブームに乗り切れなかった作家も出るほどであった。この時期の代表的なムックを以下の表に掲げる。

時期	雑誌名	編集長	出版形式	出版頻度	定価	出版社
2004.6～2008.3	『島』	郭敬明	ISBN	一ヵ月～八ヵ月	20元	春風文芸出版社
2006.8～現在	『最小説』	郭敬明	ISBN → ISSN	一ヶ月	10元	長江文芸出版社
2007.2～2008.11	『火星少女』	郭妮	ISBN → ISSN	一ヶ月～四ヶ月	12元	21世紀出版社
2007.4～2008.6	『漫女生』	饒雪漫	ISBN	二ヶ月～一年	15元	長江文芸出版社
2007.5～2007.11	『光年紀』	夏若悠	ISBN	一ヶ月	5元	21世紀出版社
2009.1～2009.11	『Alice』	Hancey	ISSN	二ヶ月	25元	上海人民出版社
2008.4～2009.3	『仙侠瑞拉』	明曉溪	ISBN	一ヶ月～二ヶ月	12.8元	新世界出版社
2008.6～現在	『鯉』	張悅然	ISBN	二ヶ月～七ヶ月	25元	江蘇文芸出版社
2008.10～2009.3	『最女生』	饒雪漫	ISBN	一ヶ月～三ヶ月	15元	万卷出版
2009.4～2011.1	『謎小説』	蔡駿	ISBN	一ヶ月～三ヶ月	20元	新世紀出版社
2010.12～現在	『文芸風象』	落落	ISSN	一ヶ月	16.8元	長江文芸出版社
2010.12～現在	『文芸風賞』	笛安	ISSN	一ヶ月	16.8元	長江文芸出版社

この表の示す通り、青春文芸分野のムックには短時間で停刊したものが多い。そして、現在まで続いているムックは郭敬明文化集団に関わるものが多い。2006年から厳しい淘汰が始まった青春文芸ムック界にあっては、強力な生産システムと効率のよいメンバー間の協力体制を構築できなければ生き残ることができないといっても過言ではない。政策に目を向けると、2008年5月1日実施された『図書出版管理規定』の第28条²⁷では、雑誌号（ISSN）の代わりに書号（ISBN）で連続的な出版物を出版する「以書代刊」の行為を明確に禁止している。その前の2008年1月、『最小説』がすでに雑誌号を獲得し、継続的な刊行物としての資格を備えていたことが、同シリーズが長寿のムックとなった要因の一つであると思われる。第二次ムックブームは、学園青春文芸領域にとどまらず、より幅広いジャンルで展開されたが、出版回数を見ると、第一次ブームよりさらに「短命」の傾向が強まり、次表に示すとおり、一回やら二回だけで停刊したものば

かりである。上述のように、「以書代刊」が禁止されたにもかかわらず、そのすべてが「雑誌号」より入手しやすい「書号」で刊行されていたことが、短命となった原因の一つであろう。

時期	雑誌名	編集長	出版形式	出版回数	定価	出版社
2011. 3～2011. 11	『大方』	安妮寶貝	ISBN	二回	25 元	北京十月文芸出版社
2011. 5～2011. 9	『私』	九夜茴	ISBN	二回	16 元	武漢出版社
2011. 8	『超好看』	南派三叔	ISBN	一回	16 元	青海人民出版社
2011. 9	『繆思超市』	春樹	ISBN	一回	18 元	瀋陽出版社
2012. 3	『社交網絡』	棉棉	ISBN	一回	15 元	瀋陽出版社

なぜ編集者たちはこれほどまでにムックを気に入ったのだろうか。筆者は日本の90年代のムック誌の七つの特徴²⁸を参考に、ムックのメリットについて三つの方面から考察を行いたい。第一は、経済性である。販売日や刊行部数や価格設定の自由度が高く、定期的な広告収入も見込めることから、書籍より圧倒的に有利と言える。第二は、知名度の面である。ムックは作品発表の場を与えることで新人作家を育成でき、それら新人作家は、すでにブランドを確立し高い認知度を得ているムックに寄稿することでマスメディアの注目を得ることができる。逆に、すでに知名度のある作家がムックに寄稿することは、そのムックにより多くの注目を集めるきっかけとなる。第三は、発行流通の面である。ムックは雑誌と同様に新しい潮流に乗りやすいという利点と、一般の書籍と同様に長期に販売できるという利点を合わせ持つ。しかし、このことは同時に、中国でムックを発行する際のもっとも厄介な問題でもある。日本ではムックは書号（ISBN）で発行されるが、そもそもムックは果たして雑誌化された図書なのか、図書化された雑誌なのかという議論があり、中国では一般には、叢書ではなく、雑誌に近い存在と見なされている。その一方で、認可される数量に制限がある雑誌号（ISSN）と比べ、書号（ISBN）ははるかに入手しやすい。そのため、雑誌号の取得をあきらめ、書号をもってムックを刊行する編集者もいる。『大方』の編集者の一人の止庵は、雑誌と書籍の間の「根本的な違いは発行ルートと発売方法にあり、編集と内容によるものではない。」と述べ、ムックはその発売方法の面から一般の書籍に近いのだから、そも

そも「書号」をもって刊行すべきものだと考えている²⁹。

この問題については、今後、所管機関と編集者、販売者などが協力して詳細に検討し、統一の見解を出すべきものと思われる。上述のとおり、現在、中国における出版政策はいまだ不十分な状態にあり、海外の出版事情に敏感な編集者が先行し、管理する側が遅れをとっている状況であると言えよう。このような環境下で、郭敬明文化集団は現行の政策にうまく順応して出版方針を決定し、企画活動、原稿審査、原稿編集、製作、流通販売、資金財政などの各方面を一貫した方針で統括し、出版業務を全面的にシステム化することに成功したのである。

郭敬明文化集団はその後、「長江文芸時代」に入ってから、ずば抜けた業績を上げ続けており、それを可能としたのは、この時期に確立した編集出版体制であると言える。郭敬明がどのような出版戦略で斬新な文学生産メカニズムを打ち出したのかについては、次節で詳細に分析したい。

第3節 郭敬明文化集団と新しい文化生産メカニズム

2006年9月25日、郭敬明と長江文芸出版社は北京で契約を結び、上海柯艾文化伝媒有限公司と長江文芸出版社を傘下に収める湖北長江出版集団と提携関係をもつことになった。湖北長江出版集団に属する長江文芸出版社は、1999年初めて図書の売り上げ（碼洋）が一億元を超え³⁰、同社によって2003年に創立され、現在29人のスタッフで構成される北京図書センターは、2008年の一年間で売り上げ2億3千萬元に達した。この予想だにできなかった大成功は中国出版業界の話題となった。2009年1月4日、すでに作家、理事長、社長、編集長などの肩書きを持っていた郭敬明はさらに、北京図書センターの副編集長に任じられた。北京図書センターは長江文芸出版社とともに、大規模な国営出版集団である湖北長江集団の傘下にある。現在、「郭敬明创造的业绩占长江文艺出版社盈利50%以上³¹（郭敬明が作り出した業績は長江文芸出版社の利潤の50%以上を占める）」とまで言われている。このとき郭敬明の経歴は名実ともに「長江文芸時代」の段階に入った。郭敬明は長江文芸出版社との提携の下での雑誌『最小説』編集から、北京図書センター副編集長就任に至るまで、徐々に独立し、成

熟した出版システムを構築すると同時に、国営出版集団の中核にも食い込んでいったのである。

長江文芸出版社の企画編集者二人組、「金麗組合」は出版業界で大きな名声を博している。そのうちの一人、金麗紅（きんれいこう、1948年～）は1988年華芸出版社に入社し、2003年に退職した後、長江文芸出版社の副編集長となった。彼女は90年代から新鋭作家の文集、映画監督と話題の司会者の伝記にベストセラーの可能性を見出していた。1992年、彼女は過去の文豪のみが「全集」の刊行に値するという従来の中国の出版理念を打破し、「文集」の形で当時はまだ若手作家と見なされていた王朔（1958年～）の『王朔文集』四冊の出版を推進した。このことは王朔の知名度を高めただけでなく、当時中国大陸ではよく知られていなかった印税制度を導入したことで画期的な出版であった³²。2004年には中国図書業界の「年度策劃人（年度最優秀企画者）」、2005年には「中国書業十大人物」と称された金麗紅は、「過去等着作者的稿子送上门叫出书，一本畅销书的营销从发行开始；现在是从策划选题的前期就开始智慧的投入。作者根据我们的要求进行创作，一字之差，就差在一个主动与被动上³³。（以前は作家の原稿が届いてから本作りを始めていて、ベストセラーの経営・販売は発行から開始するものだった。現在では企画、題材選択という初期段階から知恵を絞り始めている。作家が私たちの要求にもとづいて創作を行うというのは、一文字の差ではあるが、その差は主動と受動とにあるのだ。）」と述べ、出版に関わるすべての過程を細部まで必ず自分で管理し、「和作家等高对话、给作家提要求的水平³⁴（作家と対等に相談し、作家に要求を言い渡す水準）」を編集者は備えるべきであるとしている。さらに、「書商中最出名的就是“波”系列，以沈浩波，张小波，路金波和黎波为主要代表。涉及中国图书行业的人都绕不开这几个的影响。（書商の中で最も有名なのは『波』グループであり、沈浩波、張小波、路金波、黎波を主な代表とする。中国の図書業界に関わる人は彼らの影響を避けることはできない。）」³⁵と言っている。この中にその名が見える黎波（れいは、1962年～）は、長江文芸出版社の副社長であり、中国の出版業に大きな影響力をもつ代表的人物である。黎波は華芸出版社に在職中に金麗紅と密接な協力関係を持つ

ようになり、2003年には金麗紅と同じく長江文芸出版社に転じた。2006年8月、二人は共同出資で、図書発行を専門とする北京長江新世紀文化伝媒株式会社を創立し、図書の企画、編集を専門とする北京図書センターと協力関係を結んだ。金麗紅は長江文芸出版社の副編集長として主に企画作業を担当し、どのような作品が読者に好まれるかを市場調査を通じて把握するという、編集以前の企画段階をより重視する手法をとった。発行・販売については同社の副社長を務める黎波が担当した。2003年、かつて春風文芸出版社の編集長だった安波舜も長江文芸出版社に入社したことにより出版業界のエリート三人組が形成された。郭敬明と長江文芸出版社の協力関係について郭敬明自身は「長江文芸出版社の力強い宣伝と販売、完全に整備された発行ルート」³⁶を気に入ったからだと言っている。黎波は、「他的理想は希望把中国的出版产业通过市场行为做大。这个过程中我们可以变成一个平台或者共同操作这个事。（彼（郭敬明）の理想は、市場活動を通じて、中国の出版産業を拡大することである。この過程において、私たちは一つのプラットフォームに上がり、あるいは一緒にこの事業を進めることができる。）³⁷と述べている。出版社側にとっては郭敬明の社会的知名度、読書市場への影響力と文化的才能は貴重な財産であり、郭敬明にとっても完成された出版システムと出版に関する権益をもつ長江文芸出版社は彼の活動を行うのに理想的な舞台である。さらに、「最世文化」を中心に形成されている郭敬明の文化集団は、「选题是核心，服务是手段，销售是目的，品牌是生命（企画は中核、サービスは手段、販売量は目的、ブランドは命）」³⁸という長江文芸出版社のベストセラーを作る理念に影響を受け、独自に印刷・発行（雑誌号や書号の獲得など）以外の出版システムを徐々に整えるようになり、大手の国営出版社と肩を並べる独立した出版機構に変貌していったのである。

日本で売れ筋の本を「ベストセラー」と言うようになったのは、1950年代からである。1960年代、絶頂期にあった企画編集者の神吉晴夫（かんき はるお 1901年～1977年）は、自ら編み出した「ベストセラー作法十カ条」を公開した。その内容は次の通りである。「一、読者層の核心を二十歳前後におく。二、読者の心理や感情のどういう面を刺激するか。

三、テーマが時宜を得ているということ。四、作品のテーマが、はっきりしている。五、作品が新鮮であること。六、文章が『読者の言葉』であること。七、芸術よりモラルが大切。八、読者は正義を好む。九、著者は読者よりも一段高い人間ではない。十、ベストセラーの出版に当たっては、編集者はあくまでプロデューサーの立場を立つ。』³⁹ これは神吉が編み出したいわゆる創作出版のノウハウである。郭敬明の成功の手法を分析すると、神吉の述べる60年代の日本のベストセラーの条件と驚くほど一致することが分かる。読者層の核心を20歳前後にしていること、新鮮な題材を選んでいること、生活に近い言葉を用いること、時宜を得たテーマで読者の心理や感情を動かすことなどで売行きを上げるという手段は殆ど変わらない。

2008年9月30日、郭敬明と北京図書センターは、新人作家の発掘、育成と郭敬明文化集団の規模拡大を目的とした「文学之星（THE NEXT）」作文大会の第一回を開催した。雑誌『最小説』と「文学之星」によって厳選された新人作家は、「最世文化」と契約し、作風や創作方向や創作時期などを企画編集者と相談して決定することになる。著者が「象牙の塔」から降りて時勢の変化を明確に認識するという、郭敬明文化集団のベストセラーの制作理念は「ベストセラー作法十カ条」に見られる「著者は読者よりも一段高い人間ではない」および「ベストセラーの出版に当たっては、編集者はあくまでプロデューサーの立場を立つ」と合致している。編集者、著者、読者の権力関係は時代と共に変化している。元来、出版社の編集者は、著者（作品）と読者（市場）の媒介という控え目な役割を担っていたが、現在では雑誌社や新聞社の編集者と同様に、読者の嗜好と市場の動向に対し敏感であることが出版社の企画者にも求められ、一連の出版行為の中の新しい「リーダー」になっている。いまや企画編集者は読書市場の動向を重要な指標にして、自分でアイデアを練り、そのテーマを十分に生かしてくれそうな執筆者をさがすなど、著者の創作内容と方向に大きな影響を与えているのである。言い換えれば、読者（市場）が「匿名」の編集者となり、編集者が「匿名」の著者となったのである。このようなベストセラー生産方法は郭敬明文化集団の枠を越えて、一種の新しい文化生産メ

カニズムとして広がっており、徐々にその影響力を拡大している。近い将来、中国におけるベストセラー文学市場の有力な手段となる可能性もあるだろう。

白燁によれば、現代中国文学は「伝統文学」、「市場化された文学」、「新メディア文学」という三つの枠組みに分けられる⁴⁰。「新旧分制（新旧並立）」⁴¹という状況下で、郭敬明文化集団は伝統的な出版体制とも協力しつつ、独立した出版戦略と出版システムを構築し、ベストセラー生産において大きな成功を収めてきた。彼とその集団は、読書市場の青春文学領域に覇を唱える一方、中国既存の出版方式や出版市場の現状を革新しつつあると言えるのではないだろうか。

<結論>

本稿では郭敬明と中国現代出版業界の関係に焦点を当て、郭敬明の文化集団の形成と中国出版業界発展の相乗効果を分析し、「八〇後」作家の郭敬明が21世紀初頭の中国出版研究の一つの重要な切り口となる可能性も示した。特に中国出版業界特有の民営出版組織と国営出版社との間の権力関係は、郭敬明の出版事情とそれに関わる人物の整理に欠かせない。以上見てきたように、郭敬明は「春風文芸出版時代」から「長江文芸出版時代」まで、自らの文化集団を設立、拡大し、その間に二度にわたるムックブームを巻き起こし、圧倒的な売り上げで正統文芸誌に挑戦し、新たな出版理念で伝統文化生産メカニズムを改革してきた。郭敬明集団を核として、彼の周りで相互影響と相乗効果を引き出す産業関係が形成されるため、その出版研究は、現代中国民営出版組織の発展史の一部として、2000年以後の「八〇後」世代を中心とする現代中国出版研究や文芸雑誌の改革などさまざまな側面で密接に関わっていることがわかる。

郭敬明年譜

1983.6	四川自貢市工人家庭に生まれる。母は鄒慧蘭、父は郭建偉。	1998年四川自貢市人口は1544万人。
1987～	幼年期の病気が身長伸びと強い体質の成育不良となる。	

1997	第一詩作の『孤独』を雑誌『人生十六七』に発表。	最初の詩作。
2001	短篇小説の『脚本』が第三回新概念作文大会 A 組の最優秀賞受賞。	王家衛からの影響を語る。
1998～2001	投稿サイト「榕树下」でエッセイ『莊周夢蝶』、『六個夢』、『読安妮寶貝』などを発表。村上春樹、安妮寶貝、衛慧への評価。	村上春樹への評価：「感傷而优美的青春多情而孤独的年代」。王家衛の模倣。
2002	エッセイ集『愛と痛的辺縁』（東方出版中心）出版。	初版 1 万冊。
2002	第四回新概念作文大会 A 組の最優秀賞受賞。	受賞作は『我们最后的校园民谣』。
2002.9	上海大学の影視芸術技術学院の影視芸術科専門生となる。	専門が創作に影響を与える。
2003.1	『幻城』春風文芸出版社から出版される。	2003 年までの売り上げが 84 万冊。
2003.5	『左手倒影右手年华』上海译文出版社から出版される。	第二エッセイ集。
2003.8.1	繁体字版の『幻城』を聯合文学出版社有限公司から出版する。	台湾での出版。
2003.11	第二部長篇小説『梦里花落知多少』（春風文芸出版社）を出版。	布老虎青春文学工作社が計画。
2004.6.6	「島」事務所を設立、雑誌シリーズ『島』を出版。	郭敬明の 21 歳の誕生日と同日。
2005.1.1	繁体字版『梦里花落知多少』（大衆雨晨圖書有限公司）出版。	台湾で出版。
2005.2	『1995～2005 夏至未至』（春風文芸出版社、2006）出版。	『夏至未至』（長江文芸出版社、2010）
2005.9	音楽小説『迷藏』の CD を作成。	中国初めての音楽小説。
2005.12	映画監督陳凱歌の依頼で、『無極』を再編集。	脚本の書き換え。
2006.1.19	繁体版『無極』（圓神出版社有限公司）出版。	台湾での出版。
2006.8.3	『最小小説』出版のため、上海柯艾文化傳媒有限公司（2010 年以後最世文化公司の支社）を設立。郭敬明は会社の理事長となる。	柯艾株式会社の社長は長江文芸出版社の社長の刘学明。
2006.9.25	長江文芸出版社と郭敬明は北京で契約。	青春文学領域で協力。
2006.12.13	郭敬明盗作疑惑の判決。春風文芸出版社が莊羽に 20 万円を賠償。	『夢』の中国での販売が中止された。
2006.12.1	中国語小説版の『リリイ・シュシュのすべて』の編集長となる。	デザインの問題で議論を呼ぶ。
2007.5.1	『悲傷逆流成河』春風文芸出版社から出版される。	一週間で売り上げは 100 万冊を売り上げる。
2007.11	中国作家協会に入会して、最年少の作家会員となる。	
2008.5	「中国作家資産ランキング」トップとなる。	
2008.5.4	アメリカの『ニューヨークタイムズ』に報道される。	原文：「中国最成功的作家（中国でもっとも成功した作家）」。

2008.8	2008年8月『ファウスト』（講談社 Vo.7）郭敬明ロングインタビュー。	
2008.10.1	『小時代 1.0 折紙時代』（長江文芸出版社）出版。	十日間で100万冊。
2008.12.28	文学總監として「天娛傳媒」と契約を結ぶ。	劇本『我們约会吧』を創作。
2009.1.4	長江出版社北京図書センターの副編集長を務める。	
2009.1.15	『最小説』は半月刊になり、毎月上旬には『最小説』と『最漫画』を出版。	毎月下旬には「最映刻」と「I want」を出版。
2009.3	王家衛とインタビュー。	
2009.7.21	『小時代 2.0 虚銅時代』の一部分が正統派文芸誌『人民文学』（第600期）に収録される。	他の「八〇後」作家のリーダーとして取り上げられた。
2009.9.27	「微博」（中国のツイッター）をはじめめる。	小説の創作進捗を公表する。
2009.12.31	『小時代 2.0 虚銅時代』一週間で120万冊が売れきれ。中国10年間一番売行きがよい小説シリーズとなった。	開巻監測統計による。
2010.3.9	上海最世文化发展有限公司を設立。	郭敬明100万人民币を出資。
2010.5	ファンタジー小説『臨界・爵跡』の一部分が純文芸誌『収獲・長編専号』（春夏巻）に連載される。	『収獲』が前例を見ないほどの売れ行き。同時に議論も呼ぶ。
2010.8.24	『臨界・爵跡 1』が刊行され、一日の売り上げが20万冊超に達する。	中国出版業界の記録を刷新。
2010年9	初めて来日。神奈川で過ごす。	痕痕、落落、笛安等七人とともに。
2010.10.20	『AERA』表紙の人となり、見開きにも載る。	中国人作家として衛慧に続いて二人目の「表紙の人」。
2010.12.28	落落は『文艺風象』を編集し、笛安は『文艺风賞』を編集する。	『文艺风象』は日本スタイルの雑誌。
2011.1	『臨界・爵跡 2』が刊行される。	
2011.3	郭敬明集団来日記行『下一站 神奈川』が出版される。	
2011.6.2	日本語版『悲しみは逆流して河になる』（講談社、泉京鹿訳）が出版される。	
2011.7	「中国作家注目度ランキング」と「資産ランキング」でトップ。	四年間連続。
2011.12.8	『小時代 3.0 刺金時代』（長江文芸出版社）出版。	『小時代』シリーズが完結。
2011.12.22	繁体字版『悲傷逆流成河』（人類文化事业股份有限公司）出版。	台湾で出版。
2012.1.12	繁体字版『小時代 1.0 折紙時代 上下』（本事文化股份有限公司）出版。	台湾で出版。
2012.1.16	新しい雑誌シリーズ『放学后』の創刊。	台湾で最世文化支社を設立する予定。
2012.2.3	繁体字版『臨界 爵迹 1』（人類文化事业股份有限公司）を出版。	台北国際ブックフェアに出席。

2012.11.9	映画版『小時代 1.0』、『小時代 2.0』の映画監督となる。	
2012.11.29	「2012年中国作家印税ランキング」で第四位。	莫言は第二位。
2013.4.15	『爵迹・燃魂書』が刊行される。	
2013.6.26	映画『小時代 1.0』上映。	興行収入は 4.8 億元
2013.8.8	映画『小時代 2.0』上映。	興行収入は 2.99 億元
2013.12.31	2013 年度中国ベストセラー（虚構）ランキングの第一位は『小時代 3.0』、第二位は『小時代 2.0』、第三位は『小時代 1.0』	中国第三方監測開巻会社の統計データベースより
2014.5.1	エッセイ集『守歳白駒』と『懐石逾沙』が長江文芸出版社より刊行。	エッセイ集『愛与痛的辺縁』と『左手倒影右手年华』の再編集したものの。
2014.7.17	映画版『小時代 3.0』上映。	

注釈：

- 1 邵燕君、『“美女文学”現象研究 從 70 後到 80 後』、広西師範大學出版社、2005 年。上海文芸出版社により出版された『小説界』（1996 年第 3 期）には特集「70 年代以後」というコラムが企画された。それによって「七〇後」という概念はいち早く文芸界から発信して、徐々に大衆に受け入れられていた。「八〇後」概念は「七〇後」ともの深い関係があり、「七〇後」の継承概念として各メディアによって中国社会にだんだん浸透し、広く流行していたと思われる。
- 2 若手作家は 10 代～20 代の若い読者に向け、殆ど学校生活を舞台にして展開する恋愛、友情を描く小説である。
- 3 AVENTURINA KING、「China's Pop Fiction」、『The New York Times』、http://www.nytimes.com/2008/05/04/books/review/King.t.html?_r=1、2008 年 5 月 4 日。
- 4 筆者はこれまでの郭敬明の創作経歴を三つの時期に分けている。すなわち病弱だった幼少期の体験を経て、哀愁を基調とする試作をネットに発表するようになった草創期、いわゆる盗作疑惑から再出発し、読書市場と出版社に自己の立場を模索していた転換期、多重な身分で自己流の産業を展開するようになった発展期である。
- 5 『新版 著作権事典』、社団法人著作権情報センター、株式会社出版ビューズ社、1999 年 3 月 1 日、P58。
- 6 孔夫子旧書ネットの正式な紹介は右のサイト参照：<http://www.kongfz.com/help/aboutus.php>。
- 7 本稿で用いた数値は、2012 年 10 月 22 日までに同サイトを閲覧して得られたものである。中国で刊行される書籍のサイズを示す用語。大 16 開と正 16 開に分けられる。大 16 開は 210 ミリ×285 ミリで、正 16 開は 185 ミリ×260 ミリである。正

- 16 開は日本の B5 判（182 ミリ× 257 ミリの大きさ）に近い出版サイズである。
- 8 大 32 開と正 32 開に分けられる。大 32 開は 140 ミリ× 203 ミリで、正 32 開は 130 ミリ× 184 ミリである。
- 9 注 5 前掲書、p73。
- 10 搜狐読書、「被“挚愛”的郭敬明」：<http://book.sohu.com/s2006/zhaigjm/>。
- 11 余敏、『2004 年中国民营书业发展研究报告』、中国書籍出版社、2005 年、p27。原文：从民营资本参与出版的不同环节来看，民营书业主要包括上端的出版和下端的发行，前者介入图书编辑出版过程，涵盖出版，编辑加工之前的策划，设计，书刊装帧，排版等环节，後者则介入图书分销领域，包括批发，分销，零售。
- 12 方厚樞著、前野昭吉訳、『中国出版史話』、新曜社、2002 年 11 月 29 日、p267～268。
- 13 『建议有计划有步骤地发展集体所有制和个体所有制的书店，书亭，书摊和书贩』、1980 年。
- 14 『关于图书发行体制改革工作的通知』、1982 年 7 月、内容：组成多种经济成分，多条流通渠道，多种购销形式。少流转环节
- 15 『关于当前图书发行体制改革的若干意见』、1988 年、内容：放权承包，放开批发渠道，放开购销形式，推动横向联合
- 16 郝振省、『2007 中国民营书业发展研究报告』、中国書籍出版社、2008 年。その中に、「关于严厉打击非法出版活动的通知」（1989 年）、「关于加强集体，个体，私营书店摊管理的暂行规定」（1993 年）、「关于禁止买卖书号的通知」（1996 年）、「关于坚决取缔非法出版活动的通知」（1997 年）、「关于严格禁止买卖书号，刊号，版号等问题的若干规定」などの文書がある。
- 17 注 12 前掲書、p38。
- 18 国务院辦公庁、『关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见』、2010 年 5 月、http://www.gov.cn/zwggk/2010-05/13/content_1605218.htm。
- 19 新闻出版総署、「鼓励非公有文化工作室与国有出版企业合作」、2010 年 8 月 19 日。http://www.chinaxwcb.com/2010-08/25/content_205362.htm。
- 20 痕痕、『痕跡』、長江文芸出版社、2010 年 9 月、p44。原文：2004 年我们就开始做《島》杂志，起初我们是五个人，“island”中的字母“s”被我们替换成数字“5”，象征着我们五个人。
- 21 注 17 前掲書、p43。原文：2003 年的圣诞节，我和小四、阿亮、清和几个人去了新天地那边的一家麦当劳，他第一次说起成立一个工作室的构想。
- 22 注 20 前掲書、p43。原文：他说起要做一本刊物的种种，他说要做一本高质量的图文混排的书，“只要好的设计再加上优秀的文章，给读者带来视觉上的冲击和阅读上

- の享受，就肯定能做好”。那个时候我们都没有什么经验，有点儿像天方夜谭，不知道从何处着手，但是他却是一副信心满满的样子。
- 23 邵燕君、「安波舜訪談録」、『傾斜の文学場』、江蘇人民出版社、2003年、p134。
- 24 安波舜、「金布老虎征稿启事」、『中華読書報』、1997年11月12日。
- 25 「ムックの登場と、その変貌」、『出版の検証：敗戦から現在まで 1945～1995』、日本出版学会編、文化通信社、1996年12月、p120。
- 26 墨刻出版の正式ホームページ掲載の企業歴による。<http://www2.mook.com.tw/wp/about/>を参考。
- 27 原文：图书出版单位不得以一个中国标准书号或者全国统一书号出版多种图书。不得以中国标准书号或者全国统一书号出版期刊。
- 28 注93前掲書、①雑誌ルートを使うことによって、中小書店まで、きめ細かい配本ができる。②一点当りの部数が大きく、定価が安く設定できる。③広告収入が期待できる。④編集は外注プロダクションにイ委託することにより、制作コストが抑えられる。⑤雑誌本誌と異なり、発行点数・発売日の制約がない。⑥自由に定価設定できる。⑦定期刊行の雑誌より長期的に販売して貰える。
- 29 田志凌、「杂志书：热潮中的意外冰冻」、『南方都市报』、2012年1月13日。
- 30 「長江文艺出版社简介」、2012年10月1日。<http://www.cjlap.com/column/aboutus.asp>。
- 31 侯检、「郭敬明变身副处级干部出任出版集团副总编」、2009年1月5日。http://news.xinhuanet.com/zgjc/2009-01/05/content_10604029.htm。
- 32 「国内第一出版人金丽红接受专访，解读畅销书是怎样炼成的」、『新商报』、2009年12月19日。原文：在那个年代，能出全集的还都是鲁迅、巴金、老舍、冰心这样文学泰斗级的老作家，多少有点盖棺定论的意思，当时王朔只有30多岁，出“全集”肯定不合适，于是金丽红创造性地提出了“文集”的概念。（中略）决定出版《王朔文集》，这套书出版后也非常受读者欢迎，在很长一段时间内都是出版社的主要利润来源。（中略）提出版税要求的正是王朔本人。他是第一个与出版社谈版税的中国作家，这样的商业头脑确实让金丽红很佩服。
- 33 趙李紅、『未公開の采報手記』、團結出版社、2010年9月、p92。
- 34 注33前掲書、p95。
- 35 「畅销书九成出自民营书业“四大波”垄断书商江湖」、『北京晨报』、2010年3月16日。
- 36 木木、「长江文艺牵手郭敬明打造青春文学创作平台」、2006年9月26日、新浪読書。
- 37 黎波、「体制创新的一点思考」、2009年书业营销创新论坛暨2008年中国图书榜中榜揭榜盛典讲演、2009年1月6日。<http://book.sina.com.cn/focusmedia/2009-01-07/1116250447.shtml>。

- 38 黎波、「尊重作者 敬畏市场 让读者享受阅读」、「第三届图书实力榜特辑」、《广州日报》、2012年3月4日。
- 39 塩澤実信、『ベストセラーの風景』、展望社、2009年11月、p108。
- 40 白燁主編、「中国文情報告 2008～2009 前言」、社会科学文献出版社、2009年5月、p29。原文：以往文学大一统的格局如今已是一分为三，传统文学，市场化文学和新媒体文学各占其一。
- 41 邵燕君、『新世纪文学脉象』、安徽教育出版社、2011年4月、p11～12。